

地方都市の危機的状況

地方都市は少子高齢化に加えて大都市圏への人と金の流出が止まらない。この現状を打破するための地方都市政策は、国からの補助金によって促進される都市間競争の枠組みで展開されていて、いよいよ地方都市の持続可能性は極めて厳しい状況にあると言わざるを得ない。

自然災害の多い我が国では、一貫して東京一極集中が進行しており、東京一極集中は大きなリスクとなる要因がある。日本も高度経済成長以降は長期的に低下傾向が続いている。世界的な都市間競争の時代の中で、日本全体の成長力を高めるには、東京一極集中に頼るのではなく、国全体の成長をけん引する国際競争力を持つ拠点都市を複数創出することが望まれる。総務省統計局（2019）によると、日本の人口は1億2615万人となっており、そのうちの高齢者の割合は27.3%。日本は人口減少が進行する中、高齢社会が激化していく。2060年には、総人口が8673万人にまで減ると予測されている。そのうちの高齢者の割合は約40%を占めることとなる。そのため、生産性の低下と労働力の低下が懸念されている。

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」における地方創生

このような背景がある中で、2014年に始まった政府の地方創生政策は5年が経過し、2020年度より第2期に入る。2019年6月に公表された「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」では新しい時代の流れを力にするとし、「新たなビジネスモデルの構築等による地域経済の発展」、「海外から稼ぐ地方創生」、「Society5.0の実現に向けた技術の活用」、「スポーツ・健康まちづくりの推進」が2020年度の取組みとして掲げられている。

スポーツ・健康まちづくりの推進、海外から稼ぐ地方創生、Society5.0の実現に向けた技術の活用、新たなビジネスモデルの構築等による地域経済の発展という4つの観点から、地方都市におけるスポーツ政策は都市の質を高めるエンジンとして重要視されている。スポーツや健康が都市の発展にどのように関わっていくかは重要な課題となっている。4つの視点から検討していく。

「スポーツ・健康まちづくりの推進」

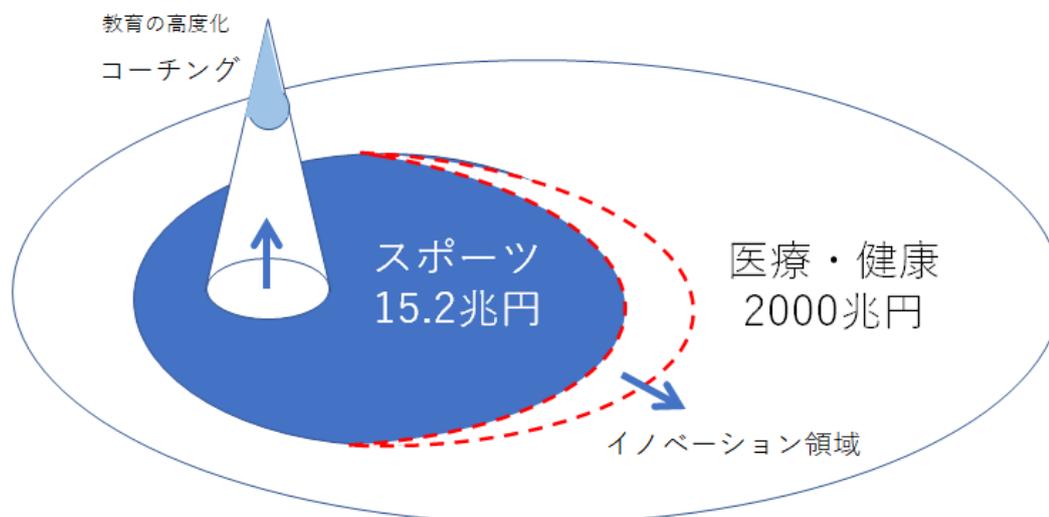


図1 2025年のスポーツ市場と医療・健康産業の概念図

スポーツ庁における未来開拓会議中間報告によると、2025年のスポーツ産業の市場規模は15.2兆円と予測されている。一方で、医療・健康市場は2000兆円の産業市場規模を有している。医療・健康市場は、スポーツ市場のおよそ13倍の市場規模を有しており、その差は歴然としている。スポーツ単体の産業規模を見るのではなく「スポーツと健康」という関連付けることで市場規模の可能性は大いに拡大できる。図1におけるスポーツと医療市場を融合させる点線部分に大いに可能性がある。

ただし、コーチング分野における教育市場は市場規模ではなく、高度化を促進させるべきだと考える。

1つの分野のみで教育や研究を発展させることは学生数や予算など多面的に困難であり、これまで以上に連携が必要になる。大学においても、他では出来ないような連携によって独自色を出す必要がある。通常ならば想定しないような異業種との融合に商機（商機）があるのではないか。大学におけるスポーツ健康まちづくりを学ぶコースには、スポーツ、ビジネス、医療従事者という専門領域に長けた学生を育成できる。このことを核とした学部構築は「スポーツと健康」という学部のコンセプトを具現化するのに最適だけでなく、「融合」へのポテンシャルを大いに期待できる。

近年、日本のスポーツイベントは、「スポーツによる街おこし」や「スポーツツーリズム」といった集客目的で実施されている。地方のスポーツ政策においても、賑わいを呼ぶイベントが頻発されている。イベントの成否が集客による経済効果のみで判断される傾向があるが、街の「賑わい」という魅力は、一過性のスポーツイベントでつくるだけでは持続可能性がない。

スポーツは言語や人権、性別などの垣根を越えて楽しみながら互いの精神的距離を近づける絶好の行為だと言える。運動は気晴らしやストレスを取り除くことにも効果がある。こうしたスポーツの価値を最大限活用してこそスポーツを活用する価値があろう。

スポーツの価値を検討する場合、**経済価値**だけでなく、**社会価値**が重要となる。さらに、近年では、**環境価値**と**教育価値**を加えた4つの観点からバランスよく組み合わせた都市の持続可能性につながる都市戦略が重要となっている。例えば、経済力を伸ばそうとするあまり社会から公平性が喪失されたり、長時間労働が日常生活における質の低下を招くような事態になると、都市の質は下降する。一方、ある程度の経済力がなければ、インフラの機能不全、失業などが生じて社会が不安定になり都市の質が低下してしまう。したがって、経済・社会・環境の要素がバランスよく整い、持続可能性を備えた都市こそ質の高いスポーツ都市といえるだろう。

経済価値については、雇用は十分にあるか、キャリアアップのための継続的な教育機会があるか、輸出経済を担う事業者がどれくらいあるか、あるいは拠点の信頼性を高める長期的な投資が可能かなどが挙げられる。社会価値については、公共性の確保、富の最適な再分配、福祉や文化、教育の充実、生活の向上といったような取組みが挙げられる。環境については、自然保護、二酸化炭素（CO₂）排出の低減、持続可能なエネルギーの普及などの取組みが挙げられる。

スポーツを通じた健康寿命の延伸

少子高齢化が進む日本は、人々が街に出かけてスポーツ活動に参加し、健康に暮らすことが**医療費・介護費を削減**する上でも今後ますます求められるようになる。高齢化の進展に伴い、2014年度の国民医療費は、日本全体で40兆8071億円となり、8年連続で過去最高を更新している。年齢別では、65歳未満の16兆9005億円に対して、65歳以上は23兆円9066億円と全体の6割を占めている。**高齢者の健康状況が医療費に与える影響が大きくな**っている。また、保険料を健康年齢で算定する生命保険商品が登場するなど、従来のように、単に年齢ということだけでなく、健康である年齢ということが重要になってきている。

大阪府の平均寿命は男性79.06歳（全国平均79.55歳）、女性85.90歳（全国平均86.30歳）、健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間のことをいう。健康寿命は、男性69.39歳（全国平均70.42歳）、女性72.55歳（全国平均73.62歳）となっており、男女ともに全国平均を下回っている。さらに、「不健康な期間」（平均寿命と健康寿命の差）とされる期間も全国平均より長くなっている。「不健康な期間」が長くなれば、個人の生活の質を損なうだけでなく、医療費や介護費などが多く必要とする期間が増大することになる。

しかし、1年間に渡る速歩トレーニングによる体力の向上、メタボリックシンドローム（内臓肥満に高血圧・高血糖・脂質代謝異常が組み合わさり、心臓病や脳卒中などの動脈硬化性疾患を招きやすい病態）の予防により、**大阪市域で医療費が年間約1,040億円削減**され

るとの試算がある。医療費抑制の観点からも、スポーツ・運動の実施は重要となってくる。

自分自身が健康増進に関心を持ち、ウォーキングやジョギング、健康体操やスポーツ・レクリエーションなどを行う人が増加しており、市民が気軽にスポーツ・運動を続けられる環境を整備することが重要である。そこで、大阪市では健康寿命を延伸し、活力ある長寿社会の実現のために、厚生労働省が定める「健康づくりのための身体活動基準2013」に基づき、大阪市民の身体活動量の現状を把握し、分かりやすく「見える化」することなどにより、働き盛りの世代や忙しくて時間の確保が難しい人、運動したくてもやり方がわからない人、および、高齢者などが、日常生活の中で取り組めるスポーツ・運動の普及、あるいは、スポーツ医・科学などと連携し知見に基づいた運動プログラムを気軽に取り組めるような開発など、大阪市の健康局は連携しながら運動を習慣化する取組みを推進している。

「海外から稼ぐ地方創生」

大阪も日本の現状と同じく人口が減少し、35年後には約13%減ると予測されており、2016年、2017年の訪日外国人の約4割が大阪に訪れている。さらに来阪外国人旅行者数は年々増加し、2011年の621万人から2017年には2869万人と約4.6倍となり、その消費も2014年から2017年で約4.45倍となっている。日本全体の人口減少が進み、消費も同様に減少されるが、**訪日外国人8人分の消費**（もしくは国内宿泊旅行者25人分）が**定住人口1人分の消費に相当**することから、**観光交流人口を増大**させることが重要になってくる。日本における人口減少から鑑みても、観光交流人口の増大はさらに必要性が高まるだろう。

地方都市は大都市圏のスポーツ政策（一過性スポーツイベント）に便乗せざるを得ない

2019年からは、ラグビーワールドカップ2019、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、関西ワールドマスタースゲームズ2021と、「ゴールデン・スポーツイヤーズ」とも呼ばれる、国際的な大規模競技大会が3年連続で開催されることは、日本はもとより、世界でも類を見ないものである。スポーツ振興を図る絶好の機会と捉えるべきである。スポーツ人口の拡大やスポーツ産業の発展など様々な面において相乗効果が期待されている。1億総スポーツ社会の実現を目標に3大会の組織委員会による連携協定が2017年11月20日に締結している。

ゴールデン・スポーツイヤーズ（ラグビーワールドカップ2019や2020東京オリンピック・パラリンピック（2021年に延期）、2021年ワールドマスタースゲームズ関西）の開催を契機として推進されている地域スポーツ関連の施策は、これまでの地域スポーツ施設（スタジアム・アリーナ）の改革的開発やスポーツツーリズムの観光地開発などをエンジンとしたスポーツ産業振興や地域活性化を志向するものとなっている。BリーグやTリーグの創設やスポーツイノベーションの創出などが、プロスポーツビジネスの量的・質的な拡大を後押ししている。そのため、持続可能性の危機に晒された地方創生競争に巻き込まれた地方都

市は、東京圏に負けまいと次のスポーツ政策に乗らざるを得ないのが現状だ。しかし、メガスポーツイベントを契機として施策の効果は持続的ではないし、プロクラブの経営の成否に依存した施策は継続的な安定をもたらすだろうか。

また、メガスポーツイベントやプロスポーツに関連する人や金の循環をエネルギー源としたスポーツ関連施策が都市間競争的であるため、勝機はより大きなマーケットを抱える規模の都市か、あるいは挑戦的・先進的な施策に着手できる都市にしか施策を実施できない。

そのようなことが懸念されるが、2府9県にまたがる広域で開催される「ワールドマスターズゲームズ関西」に注目している。2014年「オリンピックアジェンダ2020」提言6では、夏季オリンピック後に同一国でワールドマスターズゲームズを開催することが調印されている。今後、2025年のパリ、2029年のロサンゼルスでもワールドマスターズゲームズが開催されることになるが、2021年のワールドマスターズゲームズ関西は調印後初となる大会なので、今後のモデルケースとなる大会である。ラグビーワールドカップと東京オリンピック・パラリンピックとの一体的な推進により「みる」「ささえる」スポーツの機運を「する」スポーツへ醸成させることがワールドマスターズゲームズ関西の基本理念の一つである。

ワールドマスターズゲームズ関西は、アジア地域で初開催となり、参加者5万人となる過去最大規模の大会となる。特に、ワールドマスターズゲームズ関西は2府9県にまたがり広域で実施される特徴がある。こうした運営のメリットやデメリットを整理すると、メリットとしては、1461億円の経済効果。大阪や京都などのブランド力のある観光地を抱え、宿泊や飲食などの消費額がさらに膨らむことになる。また、広域開催なので、開会式は京都市、閉会式は大阪市。競技会場はラグビーワールドカップの試合が行われた花園ラグビー場もあれば、小さな公立体育館もある。既存施設を利用するため、コストがかからず、収益率は高い。オリンピック・パラリンピックは1兆円かかるが、大会運営費は約28億円と安価である。この内、国、地方自治体、関西財界を中心とする企業に1/4ずつ割り当て、残りを選手からの参加料で賄う方針である。

リオデジャネイロオリンピックの参加選手は、約1万1000人。ラグビーは約1000人。であるが、ワールドマスターズゲームズ関西の参加選手は約5万人である。「する」スポーツというライフスタイルに参加した高齢者、観戦した子供たちに普及させて、健康社会を実現することで健康への意識が高まれば、医療費削減にもつながる。家族、職場の同僚、世界から集まった約5万人の「する」スポーツの大会が少子高齢化、長寿社会を迎えた日本の新たなスポーツ文化を切り開く可能性がある。スポーツ人口の増加は新しい市場が生まれ、関西に多いスポーツ用品産業の利益にもなれば、持続可能な好循環モデルとなる可能性がある。

デメリットは、東京オリンピック・パラリンピックの経済効果2兆円から比較すると、1461億円は少ない。スポーツイベントの売上高を向上させる3本柱は入場料、放映権、グッズ売上である。阪神タイガースはチケットだけで年間100億円を超える。Jリーグは2017年に英国のパフォーマンス・グループと10年総額2100億円の放映権契約を結んでいる。また、

観客やメディアの数は少なく、選手村は存在しない。「みるスポーツ」の観点でなく、「するスポーツ」の観点で検討することが重要である。

大阪や京都ではなく、地方都市である徳島県を事例としてあげる。徳島県では公式競技として、エイトリフティング、カヌー、ボウリング、ゴルフ、トライアスロンという5競技6種目が行われ、開催期間に先立ってオープン競技としてビリヤード、軟式野球、マラソン、タッチラグビー、サーフィン、ラフティングの6競技6種目が実施される。地方都市で開催する。

徳島県における開催メリットは、関西国際空港に降り立った参加選手は開催地である徳島県へ直接向かってくれることである。徳島県には、サテライトビレッジが設置されるので有効活用することが期待される。前回のオークランド大会を視察したが、オークランド市中心部の波止場は交流会場「エンタテイメント・ハブ」が設けられていて、音楽やパフォーマンスが繰り広げられ、参加者の憩いの場となっていた。初対面で国籍の違う者同士がプレーやパフォーマンスを讃えあう。スポーツ愛好者としてすぐに親しくなれる雰囲気がそこにはあった。サテライトビレッジでの日本文化の紹介などを含めた活動がどうなるのか期待している。

開催地域には選手の他にもその家族などが訪れることが予想される。大会を活用して地域への経済効果などをもたらすには、地域住民は大会にどのように関わるのがよいのか施策を検討する必要がある。四国八十八ヶ所巡礼のお遍路さんで有名な徳島県の方々には、すでにおもてなしの心が根付いている。こうした既に存在する日本人に対するおもてなしの文化を、外国人にも実施することが重要である。気軽に挨拶をして話すだけでも、日本人の親切さが伝わると考えている。コミュニケーションを図るツールとして携帯電話の翻訳アプリを使えば、十分に親切的なコミュニケーションが図れるので、外国語が話せる話せないの問題ではない。そうした日本人のおもてなしが、日本でも知られていなかった新しい地方の魅力を外国人がSNSで世界へ発信してくれる。そういった無形（インタンジブル）サービスがツーリズムなどを促進させていく。

オークランドの郊外では会場までの案内板が手作りだった。組織委員会の手が回らないことを、地元の人が親切で作成してくれているんだろうと推測し、大変好感を持てた。こういう工夫ある親切をしてくれるだけでツーリストしては大変助かった。パワースーツなどのロボット技術やITなどを活用した新しい観光をパイロット版として実施してみるのはいかがだろうか？

「Society5.0の実現に向けた技術の活用」事例：FCバルセロナ

5G時代が到来し、高速で大容量なビックデータが出現する。Society5.0の実現に向けた技術の活用においては、都市のデジタル化には幅広いテーマが想定される。デジタル×まちづくりに関する背景として、今までの取組みとの親和性および、市場性から観光、交通、スポーツ、健康教育をキーワードとして検討を進めなければならない。目指すべき都

市×デジタルの姿として、都市の基盤の整備、新規ビジネス創出環境整備、地元企業の新規ビジネス創出、最終的には、地元企業の雇用拡大、観光客増加、地域の知名度・魅力向上につなげていく。また、その結果を計画策定に反映していくことが重要である。結果的に、生活の質や都市の価値が高まる好循環が創出される。こうした都市のメカニズムを高松（2020）は「クオリティ・ループ」という表現で提示している。スポーツイベントのデータを軸に、都市のオープンデータ等と連携したスマートシティ・スーパーシティを目指すことで、地域でスポーツを楽しむ住民を中心とした**住民主導型のまちづくり**が可能となる。

Society5.0の実現に向けた技術の活用している都市の一例として、スペイン・バルセロナ市をあげる。1992年のバルセロナオリンピックを契機に都市としての知名度は向上した。オリンピック以降は、経済不況やインバウンドの増加などで都市におけるバランスの矛盾が発生した。世界が注目する開催中は誇りに持てるが、来年はオリンピックが開催されないことへの危機的感情に陥る。日本もその準備をしておかないといけませんが、バルセロナにはその経験がある。

現在、バルセロナ市の主導のもと、地域経済活性化だけでなく欧州5Gハブとしての収益拡大を狙った自治体進化プロジェクトが進められており、**FCバルセロナは市の構想に合意し、スタジアムへのローカル5Gを導入する。**

南ヨーロッパにおける5GのリーディングHubとなることを目指し、**カタルーニャ州やバルセロナを中心に官民共同で2018年に発足されたプロジェクト**である。バルセロナで官民間わなないコラボレーションを推進し、5G含めたテクノロジーに関する取組みを活性化することで、外国からの投資誘致や新たなビジネスや産業を生むことを狙いとしている。

FCバルセロナのEspai Barça projectは、Nou Camp Nou(スタジアム)を含むFC Barcelonaの施設インフラ（Palau Blaugranaや事務所、商業施設など）の大規模改善プロジェクトで、Nou Camp Nouのリノベーションに約430億円、プロジェクト全体では約720億円の投資見込み（市とFCバルセロナの出資スキームは不明）。具体的な施策としては、Nou Camp Nouでの試合のライブ動画、1軍選手のトレーニングセッションやスタジアムのバーチャルツアーをファンにコンテンツとして提供。スタジアムに点在される360度カメラからのリアルタイム配信により、自宅からファンの好きな角度での観戦可能になる（図2）。



図2 FCバルセロナのMASIA

「新たなビジネスモデルの構築等による地域経済の発展」地方都市のスポーツ施策

地域におけるスポーツ施策は、スタジアム・アリーナ施設の開発やスポーツツーリズムの観光地開発などをエンジンとしたスポーツ産業振興や地域活性化を志向するものとなっている。BリーグやTリーグの創設し、量的にも質的にもプロスポーツビジネスの拡大を後押ししている。そのため、持続可能性の危機に晒された地方創生競争に巻き込まれた地方都市は、東京圏に負けまいと次のスポーツ政策に乗らざるを得ないのが現状である。しかし、**プロクラブの経営の成否に依存した施策は不安定だ**。また、メガスポーツイベントやプロスポーツに関連する人や金の循環をエネルギー源としたスポーツ関連施策が都市間競争的であるため、勝機はより大きなマーケットを抱える規模の都市か、あるいはよほど先進的な施策に着手できる都市にしか勝機はない。

上記のように、プロスポーツやツーリズムによるスポーツイベントの影響により「観るスポーツ」の観点が重要視されている。日本国民の多くは学校体育で運動に接するが、好き、嫌いには個人差がある。年齢を重ねるごとにプロ野球や相撲などの観戦を楽しんでいても、スポーツをやってみようという意識が低くなりがちである。そのため、「するスポーツ」の観点が欠落している。イベントを含む実践的な身体活動を促進すべきである。地域住民が集い、参加するスポーツイベントこそが、身体運動を楽しむ活動となり、生活の質を向上させる社会価値が高くなる。

スポーツイベントに係る人々の関心は、経済価値に向けられる傾向がある。ミクロ的な視点で直接的な経済効果だけを求めるのではなく、マクロな**長期的視点**をもって、**社会や環境への影響**にも目を向けておく必要がある。毎年大きな経済効果を生み出すスポーツイベントであっても年々生態系を壊していたり、教育的な配慮が欠落しているようでは、継続することはできない。ここに示す**経済価値・社会価値・環境価値**の3つの条件が整って

いることで、継続的にスポーツ施設利用者やイベント参加者がその地を訪問する仕組みができるのである。

社会価値は、スポーツイベントへの参加およびその経験を通して満足が獲得されること、スポーツイベントに関与する人々の教育や健康に関するベネフィットが獲得されること、そして地域の社会・文化の発展が達成されることなどの多様な目的が含まれる。

大阪市の医療費削減によると、1年間に渡る速歩トレーニングによる体力の向上、メタボリックシンドローム（内臓肥満に高血圧・高血糖・脂質代謝異常が組み合わさり、心臓病や脳卒中などの動脈硬化性疾患を招きやすい病態）の予防により、大阪市域で医療費が年間約1,040億円削減されるとの試算されている。医療費抑制の観点からも、スポーツ・運動の実施は重要となってくる。医療費が削減できるならば、経済価値を創出することになる。

さらに、SDGsを含めた環境価値も重要となる。スポーツイベントの実施において悪影響を最小限に留めるような環境保護が果たせることや、施設建設などにおける自然環境との調和などが含まれる。国連やIOCも積極的に推進している。特に、感染症を含めた環境教育は課題となる。世界的に見ても、環境教育は体験型学習が少ないことを国連やIOCの環境政策の面から私も論文で指摘している。その中であって、スポーツとゴミ拾いを組み合わせた「スポーツゴミ拾い大会」は国立環境研究所の調査でも教育効果が高いことを検証されている。子供の運動効果や環境教育の観点から教育価値を創出するスポーツイベントとすることが求められる。

そして、スポーツイベントという事業が行われる地域およびそのステークホルダーに経済的な便益をもたらすことも求められ、その地域における経済効果や各種産業の発展ができることで循環型持続可能性のあるサイクルが実現できる。そのため、まちづくりや都市計画などのマネジメントから地方都市の持続可能性に寄与する4つの価値において、相乗効果を求めていく運営体制が重要となる。

具体的な運営体制は、スポーツ経営のあり方を検討すべきである。都市におけるスポーツ経営の主体は多様だが、持続可能性のある都市の4つの価値を重視するという理念を共有する場合、各主体のスポーツ経営やその連動・連携・協働はどのようにあればよいのだろうか。通常、**政府主導の国民運動**であれば、政府が主導となり社会課題解決のために税金を使う。例えば環境省が主体となって実施している地球温暖化防止の「COOL CHOICE」や農林水産省が実施している「食品ロス削減運動」などが事例となる。これらの国民運動の**費用は、何千万から数十億円単位で計上**されている。

政府が主導する国民啓発運動の体制は、官民連携して大きく運動を広げ難い原因として、3つの理由が挙げられる。まずは、政府が主導とする国民運動であるため企業の特定の商品のみPRが使用できない。結果、企業としてはCSRでしか啓発活動が実施できなくなり、少額の予算でしか国民運動に参加できなくなる。社会課題に対して直接的な解決策となる商品を持っている企業でも商品PRとして運動に参加し難い運動体制になっていることが問題である。次に、政権交代により運動自体の名称や呼称、活動内容および事業仕分けなど

により、急に国民運動自体が無くなったりするため、継続性が担保されていない。企業としては、急に名称や呼称が変更するような国民啓発活動に参加しにくい。仮に、商品やパンフレットに国民運動名などを記載して配布していたら廃棄を余儀なくされる。企業だけでなく民間団体や地方自治体も同様だ。最後に、国民運動を委託される事務局も、毎年競争入札で変わるため、運営事務局自体の継続性がない。

政府の担当者も社会課題解決のため、効率良く運動を広げたいが、政府が主導で実施する国民運動では、我々の税金が使用されるため、その用途に責任が伴うのは当然である。そこで、税金を使って実施する政府主導の運動ではなく、官民（政府や企業・民間団体そして地方自治体）が一体となって熱中症という社会課題を解決するために連携しやすい運営体制で運動を実施しているのが、「熱中症予防声かけプロジェクト」である。同プロジェクトでは、地方自治体、民間企業および民間団体と連携して官民一体で熱中症の啓発活動を実施する。政府は間違った情報を企業や自治体などが使って啓発活動を実施しないように監督役として支援している。こうすることで、より効率的に国民運動が盛り上がりを見せ、継続的に運動している。（図3）

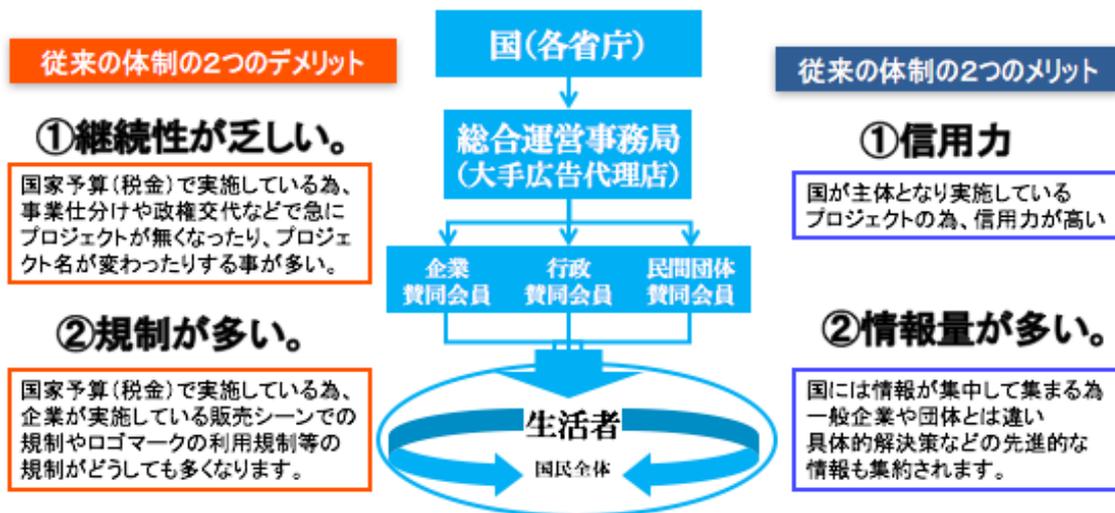


図3 政府主導體制におけるメリット・デメリット

出典：熱中症予防声かけプロジェクト（相原,2017,pp.165）

地域における持続可能性のあるスポーツプロモーションの運営体制

身体運動を楽しむ活動となり、生活の質を向上させる社会価値が高くなる「するスポーツ」の観点から、実践的なスポーツプロモーションを促進すべきである。地域における参加型スポーツプロモーションを实践する上で2つが重要なことがある。一つは、様々なスポーツ関連の活動を一つのテーマに沿って「パッケージ化」することだ。もう一つは、スポーツ関連

活動を一堂に集め参加者が概観できる「パーク化」である。そのために、新たなコンテンツの楽しみ方を提供し、ファン層の拡大とロイヤリティを向上させることが重要であり、統合的なスポーツマネジメントが必要となる。さらに、スポーツをメディアやエンタテインメント分野で昇華させることができれば、「するスポーツ」である参加型スポーツイベントは最も効果的なプロモーションとなろう。

その効果的な事例として、親子3世代が参加する一般社団法人CHIMERAのスポーツイベントを挙げられる。従来の社会課題に対する予算の使われ方ではなく、産官学一体で実施するソーシャルムーブメントにおける仕組みや体制・啓発方法を工夫している。政府主導の社会問題解決プロジェクトにおいては、政権交代などにより継続性が担保されていないことと、企業PRなどにおける規制が厳しいことがデメリットである。しかし、CHIMERA Unionのスポーツイベントでは、産官学が一体となった事務局体制を構築し、運営を実践している（図4）。



図4 CHIMERA GAME

80以上の遊びのコンテンツをパッケージ化→パーク化

CHIMERA Unionは、「昔の子どものように自由に遊べる“場所”と、何にでも挑戦できる“機会”を与えたい」という思いと目的を持って設立された団体である。CHIMERA GAMESは、普段の生活では経験できないようなアクティビティーが80種類以上も集結している。例えば、BMXやスケートボードといったアーバンスポーツや、

ダンス、ダブルダッチなどのストリートスポーツ、進化したけん玉や鬼ごっこや親子で楽しめるキッズヨガ、スラックライン、ランバイク、ウォールトランポリン、ポゴスティックなど学校や公園で遊んでいるだけでは体験できない遊びまで 80 以上のコンテンツを提供し、中学生以下が無料となっている。様々な遊びのコンテンツが集まった巨大遊技場としてパーク化している。

スポーツからダンス、最先端鬼ごっこまで 80 種類以上の無料アクティビティを用意し、学校や公園では遊び足りないキッズ達を“遊びきらせる”ための巨大遊技場としてパーク化している。子供の体育嫌いが 50%に達しようかという現代において、CHIMERA GAMES は様々なアクティビティを見る・触れる機会を提供することで、子ども達の可能性を育むイベントになることを目指している。いわゆる体育会競技ではないアーバンスポーツが楽しめることに特徴がある。エクストリームスポーツや、ストリートスポーツをはじめ子どもたちがあらゆるカルチャーに出会える機会をつくり、自身が体験することによってその世界に興味を持ち、夢の選択肢を広げる環境をつくりだしている。あらゆるスポーツやコンテンツを融合したスタイルであるため、イベントやワークショップ、小学校での体験会などをパッケージ展開している。

また、X ゲームのオリンピック級のアスリートも参加し、会場装飾や演出レベルが高いため、エンタテインメント性が非常に高い。楽しみながら学ぶ、エンタテインメントとエデュケーション（教育）を合わせた「エデュテイメント」を意識したスポーツイベントを実践している。3 世代の親子を含めた地域住民、行政、企業、ボランティアの学生などが一堂に会するためコミュニケーションの場（社会資源装置）を創出している。

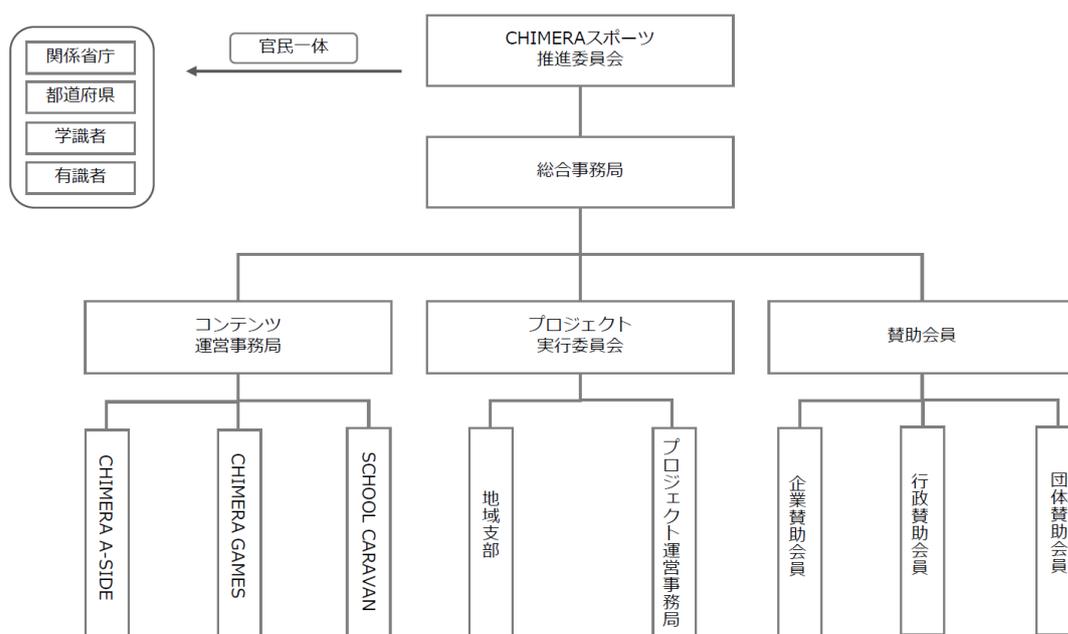


図 5 CHIMERA UNION 組織体制図

出典：CHIMERA UNION

こうした CHIMERA スポーツの運営体制として、**官民一体型のスポーツ推進委員会**を設立し運営している。学識者や行政機関などで全国組織を構成し、民間企業の経済価値に偏らない体制を実践している。運営事務局は CHIMERA UNION が担当することで、継続的な運営が可能となっている（図5）。

CHIMERA スポーツ推進委員会は、理事会&第3者評価機関の機能を有しながら、運営事務局の連動・連携・協働体制の構築している。地域で開催される場合は、実施地域の委員会を発足させ、定期的に実施（事前、直前2回、事後）。各実施イベントを評価・報告していく。世界中どこを探しても見つからない最大級のアーバンスポーツの祭典になることを大いに期待している。

今後は、子ども達の体力や適性を発見する「スポーツテスト」を実施すれば、**親子3世代が参加するスポーツイベントのデータを軸に、都市のオープンデータ等と連携したスマートシティ**を目指すことが可能となる。地域でスポーツを享受する住民を中心とした住民主導型のまちづくりが可能となれば、**Society5.0の実現に向けた技術を活用して地域住民の医療費削減を促進**することが可能となろう。また、災害などの危機管理対策、防犯対策の啓発するイベントも同時に開催すれば**防災・防犯他対策**にもなる。

運動効果、医療費削減、**防災や防犯、環境教育**を含めた社会問題啓発効果、コミュニケーション効果など、**社会価値・経済価値・環境・教育価値**が創出できる**社会資源装置の機能**を果たしている。スポーツの特性を最大限活かした効果的な地域創生プロモーションとなっている。現代は**経済→社会→教育効果**の順で検討するが、次世代を担う子供たちへの教育から考え、**教育→環境→社会→経済効果**の順で検討するスポーツプロモーションが求められている。

謝辞

本研究は JSPS 科研費 JP19K12568 と、2019 年度大阪経済大学共同研究費の助成を受けたものです。

参考文献

- 相原正道(2017)「多角化視点で学ぶオリンピック・パラリンピック」晃洋書房.
- 毛受敏浩 (2016)「自治体がひらく日本の移民政策」明石書店.
- 久保隆行 (2019)「都市・地域のグローバル競争戦略」時事通信社.
- 高松平蔵 (2020)「ドイツのスポーツ都市」学芸出版社.
- 谷口守 (2019)「世界のコンパクトシティ」学芸出版社
- 広瀬憲三 (2020)「関西復権の道」中央経済社.