

指定都市市長会シンポジウム in 名古屋

いかせ、スポーツの力！
ーナゴヤから元気発信ー

講演録

日時：平成29年1月25日（水） 13：30～16：00

会場：名古屋国際センター 別棟ホール

名古屋市長あいさつ

名古屋市長 河村 たかし

名古屋市の取組報告

報告者：松雄 俊憲（名古屋市総務局企画調整監）

基調講演

テーマ：「まちづくりにおけるスポーツの役割」

講師：原田 宗彦（早稲田大学スポーツ科学学術院 教授）

パネルディスカッション

コーディネーター：波瀲 郁代（JTB 総合研究所 執行役員・企画調査部長）

パネリスト：

原田 宗彦（早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授）

中田 有紀（陸上選手（アテネ五輪日本代表））

仙台 光仁（スポーツ庁 参事官（地域振興担当））

松雄 俊憲（名古屋市総務局企画調整監）

主催：指定都市市長会

共催：名古屋市

指定都市市長会シンポジウム in 名古屋

いかせ、スポーツの力！ーナゴヤから元気発信！ー

2017年1月25日

【挨拶】

河村たかし（名古屋市長）

ようおいでいただきまして、サンキューベリーマッチ。名古屋市はこの度日本で一番行きたくない街ナンバーワンに選ばれてしまった。名古屋市は空襲でほとんど焼けたということで、ゼロ戦を造っていましたから、大悲劇を体験している。それから、戦災復興では道路ばかり造っていた。7m以下の道路は造らないと言って月の法善寺横町みたいな道路がない。

まちをどうやって面白くするかということについては、このスポーツを活用しようと考えている。

私も大学1年のときは硬式野球部におり、神宮球場で入場行進している。そのときに、よく覚えているが、硬式野球で有名な高校の監督がちょうど大学に来てみえて、それでちょっと教えてもらえないかということで教えてもらったことがある。私はベンチウオーマーだったので、サインの伝達役ばかりやっていたが、全球「打て、待て」ということで、いわゆるセオリーに基づく管理野球だった。すごいなと思いましたけど、やっぱり強かったことは強かったです。

最近ドラゴンズも調子が良くないが、この前、谷繁氏に言ったが、「管理野球なんか見たくない。例えば、4試合に1回とか5試合に1回チャレンジデーとか言ってファーストストライクは絶対打つ、絶対ジャンピングキャッチするとか、盗塁は必ずするとか。そういうことを一回やったらどうだ」と。毎試合だといけないので。「なるほどなあ」と言っていました。

その話をある高校野球の監督に言ったら、「河村さん、絶対ファーストストライクを必ず打つという野球をやると絶対強なる」と言っていましたね。

名古屋の都心でいい場所が空くので、そういうところへ行き、1杯飲んで、楽しんで、というぐらいにスポーツを活用できないかということは今考えている。

そういうことで、ぜひ名古屋の将来も楽しみにしてほしいと思っています。

【名古屋市の取組報告】

報告者：松雄 俊憲（名古屋市長務局企画調整監）

皆さま、ただ今ご紹介をいただきました、名古屋市の企画調整監の松雄でございます。

今日は大変寒い中、指定都市市長会シンポジウムにご参加をいただき、ありがとうございました。

これから原田先生、あるいはパネラーの方を交えまして、スポーツをどういうふうに生かすかということテーマに話を進めたいと思いますが、まず、その前に名古屋市がどのような考え方、あるいは取り組みをしているのかといったことについてご報告したいと思います。

まず、都市魅力向上が求められる背景でございます。どこも一緒ですが、すでに人口減少社会が始まっておりまして、国勢調査の結果では、大体100万人ぐらい人口が減っております。

一方で、グローバル化が進展しており、企業も国際的に国境を越えて展開している中で、年間2400万人もの外国人の方が日本に訪れております。

そして、これは名古屋特有のことですが、約10年後にリニア中央新幹線が開業すると、品川と名古屋が40分となり、大阪より東京のほうが近くなるという時代になります。これにより人口5000万人の大交流圏ができるということになり、これは名古屋にとって極めて大きなチャンスだと思っています。

指定都市全体につきましても、大都市に多くの方が訪れ、楽しんでいただいて、そして大都市全体を発展させる。ひいてはこれが日本を発展させると。日本の活力の元気の源になるというのが大都市の役割でございますので、こうしたことを進めていきたいと思っております。

一方、今日はスポーツがテーマでございますが、後ほど、仙台参事官からご報告があると思いますが、スポーツについては、国もかなり大きく考え方を変えております。

平成23年8月には、スポーツ基本法ができました。これはスポーツ振興法を50年ぶりに大改正したものです。

平成25年9月には、東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、平成27年10月にはスポーツ庁が発足するといったようなことがあり、スポーツを国としても振興していこうといったようなことに流れを変えています。

私どもも非常に注目しているのが、日本再興戦略2016です。安倍内閣のもとGDP600兆を目指すということで、その戦略の柱の一つにスポーツの成長産業化といったことが謳われており、われわれ大都市としてもこうした国の動向については、十分注意をしながら対応していく必要があるというふうに考えております。

一方、名古屋でございますが、先ほど市長の挨拶にもありましたように残念ながら、名古屋は一番訪問したくない都市だと、若干自虐的なところがござい

ますけれども、そうしたような結果もありますので、名古屋もやはり真剣に魅力向上、情報発信をしていかなければいけないと考えております。

名古屋のブランドを確立しながら、市民の皆さまがたと一緒になって、名古屋の魅力向上を追求し発信していくというような戦略を今作っているところでございます。

いろいろ戦略がありますが、その中で、戦略2の中でデスティネーション作り、つまり、通過点ではなくて目的地になろうという取り組みがあり、その中でスポーツを明確に位置付けまして、スポーツを一つの柱としながら、魅力アップしていこうというような取り組みをしております。

この戦略については、今、市民の皆さまがたにパブリックコメントをしております、今年度中には策定をしたいと考えております。

ここからは、名古屋のスポーツに対する取組事例についてご報告をさせていただきます。

まず、マラソンフェスティバル ナゴヤ・愛知です。マラソンフェスティバルナゴヤ・愛知は、ウイメンズマラソン、シティマラソン、ウイメンズホイールチェアマラソンの3部門で構成されております。

今年で6回目になりますが、2012年に第1回を開催し、1万3000人余、第5回の大会では1万9607人と2万人弱の方がおみえになり、これは女子マラソンでは世界一ということで、ギネスの世界記録を更新しております。また、外国の方3000人にもお申し込みをいただいております、最高位のゴールドラベルという格付けをいただいております、経済効果も100億円を越えるといったようなことを毎年実施しております。

それからもう一つ、トップクラスのスポーツの団体が名古屋にはたくさんあり、サッカーのグランパスや野球のドラゴンズというチームだけではなく、ハンドボール、バレーボール、バスケットボール、それからホッケー、ソフトボール等々いったようなスポーツが非常に盛んですので、市役所も加わり、でらスポ名古屋という協議会をつくり、スポーツとまちづくりに取り組んでおります。

国内、国際競技大会についても多数開催しております。記憶に新しいところだと、昨年第100回の日本陸上競技選手権大会がございました。これはリオの予選を兼ねた競技会であり、パロマ瑞穂スタジアムで開催し、延べ6万人ぐらいの方がおみえになりました。

今年は、4月に水泳の第93回日本選手権があり、12月にはフィギュアスケートのグランプリファイナルを日本ガイシホールで開催するなど、国際的な競技会も名古屋で実施するという基盤もあるといったことも一つ重要なことだと

考えております。

これは少し宣伝になりますが、水泳の前畑さん、「前畑頑張れ」で有名ですが、実は前畑さんは若い頃は名古屋で暮らしておりました。

昭和 11 年のベルリンオリンピックで、日本初の女性初の金メダルを取るわけですが、それまで名古屋で練習をしてきたといったような方でございます。昭和 12 年には熱田神宮でご結婚されたということもあり、非常に名古屋となじみの深い方であります。

その方を NHK の朝ドラの題材にしてほしいということで、今、和歌山県の橋本市や岐阜市と一緒に誘致をしております。

最後に、アジア競技大会についてもご報告をさせていただきます。昨年の 9 月にベトナムのダナンで、名古屋・愛知で 2026 年のアジア大会を開催することが決定されております。2020 年には東京オリンピック・パラリンピックが開催されますが、日本の次の大きなイベントについては、この名古屋・愛知のアジア大会に持っていきたいというのが目標でございます。

そして、名古屋・愛知が舞台になりますが、スポーツを通じて日本全体の成長に貢献をしたいというのが、基本的なコンセプトです。

その際には、もちろんアスリートファーストあるいは県民・市民とのふれあい、おもてなしといったことは当然ではありますけども、アジア大会については、徹底的に既存施設の活用をしていきたいと考えております。そして、ここはものづくりのまちでありますので、最先端の技術を駆使したような新しい型の成熟した都市にふさわしいアジア大会を開催したいと考えております。

2026 年 9 月 18 日から 10 月 3 日の 16 日間、開催する予定をしております。36 競技、これは、オリンピックよりも多い競技数ですが、アジア特有のスポーツもありますので、36 競技開催するというようなことでございます。

市内では、陸上、体操、サッカー、テニス、バレーボール、野球と主要な競技は市内で開催することとしており、メイン会場は瑞穂公園陸上競技場を改修し、仮設の座席も含めて 3 万 5000 人規模の国際大会にもふさわしいような、そうした基盤をつくっていきたいと思っております。

名古屋にはこれ以外にも選手村、あるいはマスメディアのセンターも置く予定にしており、こうしたフレームワークで今、県と市で調整しています。

事業費につきましては、850 億を予定しております。これは、多少前後するかもしれませんが、重要なことは行政の負担については 600 億を上限とし、これ以上支出しないということで、名古屋市は 200 億、愛知県は 400 億としており、お金で右往左往するような事態は避けたいと考えています。行政負担はこれだけのお金の中で簡素で合理的な大会にしたい。そして、持続可能な大会を

レガシーとして残したいというのが私どもの基本的なコンセプトです。

最後になりますが、先ほど少し原田先生とお話をいたしますと、指定都市の中で名古屋というのは、スポーツに関しては少し1周ぐらい遅いかなというようなお話も頂戴をしておりますが、このアジア大会、その翌年にはリニアも開業いたしますので、私どもも先ほどのスポーツを中心とした魅力向上のプランを作って、戦略的にこれから攻めていこうと考えております。今日のシンポジウムあるいは基調講演を通じて次の10年をどのような方針で進んでいくべきなのかといったことを考える場にしたいと思っております

ご静聴ありがとうございました。

【基調講演】

テーマ：「まちづくりにおけるスポーツの役割」

講師：原田 宗彦（早稲田大学スポーツ科学学術院 教授）

今日は、三つの視点、インナー政策、アウター政策、スポーツイベントと都市ということで、少し2026年の話も絡めながらお話させていただきます。

先ほどの話にもありましたが、日本は人口減少、過疎化、高齢化と非常に大きな難題に直面しており、2040年には896自治体が消滅可能性とされています。また、まちの中心が衰退していくドーナツ化現象も進んでいます。これは政令指定都市でも例外ではありません。

特に地方に行くとこの疲弊度が加速化しています。定住人口が1人減ると121万円の消費減ということですが、外国観光客が7人、国内観光宿泊で22人、国内観光日帰りで77人の旅行消費で補うことができます。

ただ、人口減というのは避けて通れないということなので、2050年のベストシナリオで1億820万人。ワーストシナリオで9200万人に減少します。今後この少子化対策がどう動くかで、数字は変化しますが、総人口は間違いなく減っていきます。

では、スポーツに何ができるのかということですが、二つ考えられます。まず、インナーの政策としては、地域スポーツの振興と施設、環境の整備です。例えば、総合型地域スポーツクラブを育成して、スポーツに親しむ道筋を作る。これは内向きのそこに住んでいる人たちのための政策です。

もう一つがアウターの政策で、域外交流振興型の政策になります。スポーツイベントや合宿誘致によってビジターを呼び込むスポーツツーリズムの振興と地域スポーツコミッション設立などがあります。

今、私が代表理事をやっている一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構の仕事は、ここを主に担っています。

スポーツに親しむまちづくりですが、行政が例えば補助金を出しているいろ

な健康教室をやって、高齢者の人を集めて一定期間運動プログラムを展開すると間違いなく効果が出ます。

健康に関する測定値も改善しますし、生活にも張りが出ますが、その講習会が終わると皆さんもとに戻ってしまうケースが多いのです。

それよりはむしろ、知らないうちにスポーツをやっている、あるいは知らないうちに体を動かすことができるといった「まちづくり」が必要ではないかと思います。これは日本だけでなく、世界的な傾向で、毎日の生活の中にスポーツ的なライフスタイルを埋め込むことが重要です。すなわちアクティブなライフスタイルをどう追求していくかが課題となります。

まちづくりというのは、さらに良い生活が送れるように道路や街並み、景観といったハード部分と歴史文化、芸術、スポーツ等のソフトの両面からの改善を図るとするプロセスです。スポーツを、生活を改善する装置と捉えると、スポーツの守備範囲が広がります。体操服に着替えて準備運動して、ルールを勉強して、技術を習得してというのではなく、街の中で、もっと軽やかにアクティブなライフスタイルを遂行できることが重要です。

複雑な図になりますが、真ん中が個人で、外側に身体活動領域、社会・文化環境、建造環境、政策環境へと広がります。行政の仕事というのは外側で、われわれ個人はこの内側にあります。

そういった、スポーツに親しむまちをつくるために、例えばゾーニングをやったり、交通施設の道路のデザイン基準を変えたり、建築基準を変えたり、さまざまな法的整備をやりながら、実際に歩行優先のコミュニティをデザインすることが大切です。例えば、名古屋市の真ん中にアリーナを造ろうというような話が、ここの部分の話になってきます。

スポーツと親和性が高い都市というのは、スポーツや身体活動を誘発する都市です。親象が子象を鼻で誘導することを「ナッジ」と呼んでいます。都市にもスポーツとの親和性を高めるナッジが必要になります。

例えば緑豊かな環境が重要になります。多くの研究成果がベジテーション（植物）と人間の寿命に関係があること示しています。木が1本もないような工場地帯で、ストレスにさらされながら住んでいる人と、緑の中の住宅地に住んでいる人は平均寿命に明確な差が出るというような研究結果も出ています。

あとは、アクティブトランスポートの思想ということです。中国では多くの公園に健康器具を備えるような動きがあるなど、日本よりも先進的です。

昨年出版した『スポーツ都市戦略』という本の中で、スポーツ都市というのはこういうものだというのをまとめましたので、少しご紹介します。

まずは、移動が簡単なコンパクトな都市です。アクティブなトランスポター

ション、すなわち、自動車に頼らない自転車や歩行を重視したまちづくりです。思わず歩きたくなるような住環境の整備では、例えば歩道に電柱があると歩行の邪魔になります。電線類の地中化によって、車いすが通れるようなバリアフリー化をどうしていくかなどの、モビリティマネジメントが重要となります。

持続可能なまちづくりで自然と共生した、アウトドアスポーツの振興も重要です。アジア大会などは、一生に一度の大きな大会ですが、それに加えて、毎年開かれる小規模な持続的なイベントの開催というのが効果的です。

あとは、スポーツツーリズムで、どうやってスポーツで人を動かす仕組みを作るか、あるいはデスティネーションマネジメントをするか、あるいはちょっとした行動変異を促す工夫が必要です。また多様なスポーツ行動を誘発するまちづくりによって、スポーツ都市の戦略的な設計図が完成すると思います。

これまでの日本のスポーツ行政は、学校教育を含め、総合型地域スポーツクラブなどのインナーの部分をしっかりやってきましたが、今後重要なことは、こういったアウトターの政策とインナーの政策がうまく連動するような仕組みづくりです。

シンプルに言うと、アウトターの政策で稼ぎ、インナーの政策で使うことが理想です。インナーの政策はいわゆるコストセンターです。学校教育でスポーツのフェアプレーを学んだりとか、チームワークを学んだりとか教育の領域というのはコストが掛かりますが、アウトターの政策は、プロフィットセンターになる可能性があります。

コストセンターとプロフィットセンターをうまく連動させるというのがこれからの新しいスポーツ振興のモデルになるのではないかと思います。今日も、スポーツ庁から仙台参事官がいらっしゃっていますが、われわれは地域振興のところでスポーツの地域活性化を担う稼げる事業体をどう作るかということで、検討会をやってまいりました。

出雲スポーツ振興 21、スポーツコミュニティー軽井沢クラブ、掛川市体育協会というのがこのようなノンプロフィットビジネスを展開して、多くの収益を上げるとともに、雇用も生んでいます。要は民間のノウハウを使うことによって、地域スポーツの事業体をつくることのできるのです。

しっかりお金を稼ぐことによって、一般財源からの投入を少しでも軽減していこうという動きです。さらに雇用を創出しましょうと。

例えば、出雲のスポーツ振興 21 という組織は、多くの施設の指定管理を一手に引き受けています。基本的なフィロソフィーは、施設利用者の皆さまへお弁当、飲み物、看板、印刷、スポーツ用品のレンタルなどなどご用命承りますというように、利用者の利便性をどう高めるかというところなんです。まさに民間

企業がやるような、サービス志向あるいはマーケティング志向の組織なので
す。

掛川市体育協会は受託事業もやりますし、自主事業もやります。自主事業の中には、掛スポ、掛ツアーという事業があります。これは、掛川市に合宿に来る人たちの面倒を見よう、多くの合宿に来ていただいて、そこでお金を落としてもらおうということで、旅行代理店業務の資格を持った人がおり、合宿のコーディネーターもしています。受託事業収入4億1000万、自主事業収入1億2500万のあわせて5億3500万円を事業収入として得ており、プロパー職員90名を雇っているなど、一つ事業体として完成しています。また、指定管理者として、13の公共施設を一貫して管理しており、これらの施設だけで年間54万人が利用しています。こういった公共施設の一体管理も今後重要になってきます

この検討会では、こういったスポーツによる地域活性化を狙うハイブリッド型の事業体、いわゆる稼げる組織を増加させ、民間のノウハウの導入を進めていこうという結論に至りました。そのためには地域内のマーケットからさまざまな収入を得るとともに、マーケット外からのスポーツツーリストの誘客、合宿誘致、大会運営により、ツーリストからの収入やイベント主催による事業収入を得ることが必要です。また、もちろん企業団体からの収入やネーミングライツ、協賛金というような収入も得ようというものです。

地域のクラブ活動ですので、もちろん会費やスポーツ用品の販売、あるいは企業からの収入等を踏まえながらやっっていこうという部分もあります。

これはインナーとまさにアウトターです。アウトターはスポーツツーリストを誘客し、スポーツを核に複合的な事業展開により自主財源を確保し、地域住民に求められる公共的なスポンサーに沿って地域の経済効果も創出する地域のフレキシブルな事業体であるということです。

やはり重要なのは、雇用創出です。それで生計を立てることができる人がどれぐらい生まれるかということが重要だと思います。

今はアウトターの政策とインナーの政策が完全に切り離されている状況で、インナーの政策がコストセンターになり、アウトターの政策がプロフィットセンターとなっており、これをどう今後合わせていくかというのが課題です。

もう一つ最近の面白い事例としては、トップダウン型地域スポーツ振興組織の出現があげられます。大阪にあるJリーグのセレッソ大阪が長居公園の指定管理を受託し、民間のノウハウで運営することになりました。早速、電球をLEDに換え、ビール1杯800円で売っていたものを500円に値下げするなど、いろいろな効果が出ており、将来的には大きなイベントを長居公園で開催し、収益を上げて大阪市のスポーツ振興に資するような事業を展開しようとしてい

ます。長居公園は、JRの駅や地下鉄があり非常に便利な場所ですので、さらにセレッソが活躍していくと、一大スポーツ拠点に育っていくのかなという期待があります。

次にアウター政策ということで、少しスポーツツーリズムについてお話をしたいと思います。

日本はスポーツ資源がたくさんあります。といってもテニスコートの予約が取れなかったり、体育館が少なかったりと思われるかもしれませんが、一步都会の外に出ると海や雪、そして公道があります。公道は、普段車が通っていますが、先ほどのウィメンズマラソンのように大きなイベントを開催することが可能です。

世界では、観光需要が急増しており、95年に5.2億人だった国際観光客は、14年には、11.38億人に増加しました。

インバウンドについても、政府は、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議で2020年に4000万、2030年に6000万人という高みの目標を定めています。

6000万人というとパリよりも多い国際観光客数となります。4000万人はロンドンをはるかに超えるという非常に高みの目標です。もちろん今のインフラ、空港のキャパシティーを見ると、なかなか実現可能な数字かというところがあります。

2000年代初頭は、国際観光客数は500万から800万ぐらいで、これ以上伸びないだろうというのが私の感想でした。

ところが、東日本大震災、リーマンショックで少し減っていますが、2012年以降驚くべきスピードで増えていきました。

昨年には2403万人に達し、驚くほど増加している状況が続いています。今年も仮に2割増加すると、3000万人に近づいてくるという状況です。

なぜこれだけ増えたかということについては、円安、ビザの発給要件の緩和、アジアの中間層の勃興、LCC、クルーズ船客の増加があると考えられますが、私は個人的に間違いなく貢献しているのが、SNSだろうと考えています。Facebook、Twitter、YouTube、インスタグラム等々です。これが日本の良さを世界に喧伝してくれたと考えています。

こういったSNSの消費者行動は、注目を浴びると関心を持ち、すぐに検索します。検索したものを今度実際に行って経験します。「日本すごいよね。きれいだね」、「こんな楽しかったよ」と、「こんなおいしいものあったぞ」というのはすぐシェアされて、注目を浴びます。

これが、ものすごい勢いで、何十億人という人に広がっていったのが、日本

のインバウンドの今の情勢につながっているのは間違いないと思います。だから、戦争や病気などがなければ、多分急速には減らないと思います。

将来的発展の予知としては、私はスノースポーツに期待しています。今、ニセコだけでオーストラリア人が3万5000人訪れています。そこをオーバーフローした人たちが白馬などにも訪れています。このことについては、また後で触れたいと思います。

スポーツツーリズムを簡単に言うと、スポーツで人を動かす仕組み作りのことです。

四国の吉野川は、昔は材木の移動などを行っていましたが、今では、十数社のリバーラフティング業者がビジネスをしています。

都会から若い人が来て、バーベキューをして地産地消して、泊まって帰ると地元にお金が落ちます。何が言いたいかというと、別にスタジアムを作ったり、アリーナを作ったり、道を整備する必要はなく、今ある自然を活用して、こういったアウトドアスポーツのデスティネーション、目的地を作ることが可能だということです。

吉野川だけでなく、日本中で過疎化が進んでおり、自然が復活してくるところといった可能性が増えるということも将来が期待できるかもしれません。

すなわち、スポーツの隠れた資源を旅行商品化し、見る、する、支えるという形のスポーツが、新しい旅の目的と需要となることが期待できます。そのためには、アトラクションとしてのスポーツのイベントというのが重要になります。リバーラフティングも一つのイベントなのです。

簡単に説明すると、スポーツツーリストが輸送機関、JRやバス、飛行機でこの目的地に行きますが、ここにはイベントがあるわけです。あるいはスキー場のような遊ぶ装置がそこに設定されています。その情報は旅行情報でツーリストに伝わります。目的地には、ホテル、旅館、ギフトがあって、ここで財の交換、すなわちお金が落ちるということになります。

このツーリズムインダストリーというのは非常に多くのビジネスが関連しています。鉄道、航空、自動車、保険、旅行用品、ホテル、ギフトショップ、通訳、レンタサイクル、外食産業、カジノ、ガイドあるいは送迎サービスなど、非常に多様なビジネスがそこに絡んできます。

さらには、ランドオペレーター、合宿、エージェント、展示会、DMO、旅行代理店、ガイドブック、旅行用品ということで、非常に裾野が広いハイブリッドな産業になっているわけです。だから、今、世界で見ると12分の1の雇用が観光産業で生まれています。

このアトラクションは何でもいいのです。子どもたちの野球大会でもいいし、マラソン大会でもいい。サイクルイベントでもいいし、Jリーグの試合で

もいいのです。要は、これらのアトラクションをどう作るかということが重要です。

スポーツツーリズムが制度化されたのはつい最近のことで、観光庁が発足し、スポーツツーリズムが提唱されたのは2010年です。そこでスポーツツーリズム推進連絡会議ができて、スポーツツーリズムの推進基本方針が策定されます。

その提言に基づき、観光庁からスピノフするような形で、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)が生まれ、その後2015年にスポーツ庁が設立されました。観光庁からスピノフした唯一の一般社団法人というのが、このJSTAという組織になります。JSTAは、主に、ネットワーク形成に取り組んでいます。自治体と企業とスポーツ団体をつなぐために、セミナー、カンファレンス、コンGRESを開催しています。

スポーツツーリズムの推進は、片手間のできる仕事ではないことから、我々は日本全国でスポーツコミッションを組織化するため、いろいろなコンサルティング事業もやっております。最終的にインバウンド観光の促進をするということです。

来月3月9日から10日まで、JSTAのコンベンションが札幌で開かれます。これは札幌グローバルスポーツコミッションという秋元市長が会長の団体が主催となり、開催します。

Jリーグのコンサドーレ札幌や北海道新聞、北海道教育大などが参加し、グローバル視点から見た北海道におけるスポーツイベントの可能性に関するパネルディスカッションを行い、スポーツ施設、スポーツコミッションの先進事例、スポーツツーリズム最新レポートなどの内容を盛り込んだコンベンションを3月に開催します。また、JSTAでは、セミナーも開催しています。

話を少し戻しますが、スポーツ庁では、次の5年間、どういった方向性を打ち出すかということで、第2期のスポーツ基本計画を策定しています。

この計画では、スポーツを通じた地域活性化の施策目標として、スポーツの活性化とその推進主体である地域スポーツコミッションの設立と促進を掲げています。具体的には、次の5年間で現在138万人といわれているスポーツ目的の訪日旅行の外国人旅行者を250万人程度に、現在は2204億円の関連商品を3800億円程度に、スポーツコミッションの数を現状の38を70ぐらいに増加させるという政策目標を掲げています。

この250万人という数字は、今の観光客の約1割がなんらかの形でスポーツをするということになります。

そんなことが本当にできるのかと思われるかもしれませんが、例えば2015年のクルーズの寄港回数が前年度より39%増の2018回となっており、うち

1440 ぐらいが外国船ですが、台湾からクルーズ船を使い、サイクリング目的で沖縄を訪れる方が増加しているという事例があるなど、1割ぐらいを訪日外国人で占めるというのは、あながち不可能な話ではないのかなと思います。

ただ、今の観光産業は国内が先細りしており、経済が停滞する中、昭和の観光地が衰退し、観光インフラが老朽化しています。すなわちインバウンド対応が遅れて、新しい投資が必要となるなど、負のサイクルに向かっているのが現状です。

スポーツイベントの可能性については、たとえば兵庫県の佐用町という人口数万人の町では、都会の若い人たちが、地域のリ・デザインあるいはリ・ブランディングをやろうということで、佐用町の若い職員と一緒に、『いなちくロングライド』というイベントを始めました。

これは6カ月の準備で作ったイベントですが、小さく生んで大きく育てようということで、300人規模のイベントを企画したところ、すぐに定員に達して、100人程度断ったという話を聞いています。

彼らが素晴らしいのは、この佐用町に住みながら、地域のブランド力をどう高めていくかという総合的な取り組みを行っているということです。先ほどお話ししたとおり、持続的な小規模のイベントは、地域にとって重要です。最初にこれを始めるときに一番に抵抗勢力が地元の自転車屋さんだったという話ですが、今ではこのイベントに顔が向いてきたようで、多くの人に関与する、地域活性化に資するイベントになりました。こういったイベントが増えてくると、地域に元気が戻ります。

メガスポーツイベントと都市改造は日本のお家芸でしたが、近年は地域資源活用による地域指導型のノンメガスポーツイベントに徐々にシフトしています。

われわれの日本スポーツツーリズム推進機構やスポーツ庁、国土交通省はスポーツ振興賞というアワードを出しています。

これを受賞しているイベントをご紹介しますと、例えば、飛騨の高山で、廃線になった線路を使い、地域の人たちが、このレールマウンテンバイクを始めました。鉄工所で恐る恐る作り出して、やり始めたところ、今海外からも何十人と団体で申し込みがあるなど、大成功しました。こういったところが、われわれの賞を受賞しています。

また、国際スポーツ雪合戦は皆さんお聞きになったことがあると思います。また、雪かき選手権というイベントがあります。これは高齢化で雪かきが大変な

地域に若い人が集まって、まず雪かきをします。その雪かきをすると参加資格は得られ、雪をある1カ所から違う箇所運んで、どれぐらいたくさん雪だるまを作るかという選手権を開催します。本当に面白い大会なのですが、徐々に大きくなりました。

あるいは、どれだけのごみを集めるかという国際ごみ拾いスポーツ大会を開催するなど、こういった社会問題の解決につながるスポーツイベントというのは、とてもいいなと思います。そういったアイデア勝負のイベントが増えると地域は元気になるのかなと思います。

そうするとスポーツイベントのクオリティをどう担保するかというのは非常に重要になります。このことについては、厚労省の職業能力課と協力してスポーツイベントプランナー資格、これは仮称ですが、を整備しています。技能試験のようなものなのですが、国家資格なので、これでイベントのクオリティを担保しようと考えています。

例えば実際にあった話では、マラソン大会をやるからとお金を集めて、たくさん参加者が集まったのに、当日の朝、警察が来て、道路の使用許可を確認され、許可をとっておらず、いきなりイベントが中止されたケースもあります。だからこういった資格でイベントのクオリティを担保していくことが重要です。

あとは、北海道の運輸局が行っている、留学生スキーインストラクターおもてなしスノーレンジャーというプロジェクトは、北海道に来た留学生にスキーインストラクターの資格をとってもらおうというプロジェクトで、今たくさんインストラクターが育っています。

もちろんこの補助金で資格を取り、何をしてもいいのですが、北海道に定着して、中国からの観光客にスキーを教えるケースも増えてきたということです。こういった面白い試みも北海道では行われています。

笹川スポーツ財団が去年の10月に実施した調査では、4000人に聞いたところ、66.4%が過去1年間で旅行経験があり、その中で「スポーツを実施した」「スポーツを観戦した」人はそれぞれ13.5%および10.5%でした。

だから66%の1割ぐらいは今スポーツをやっています。今後やりたいのはスキー、スノーボードが26%で最多でした。

美術館とか博物館、テーマパーク、水族館、寺社仏閣、歴史的建造物、景色の優れた名所旧跡は、磁力を常に発揮し、常に観光客を呼んで来ます。

ただ、そういうところがないところはどうかという話になります。

スポーツイベントは、ダイナミックで、動的かつ一時的、もしくは継続的な磁力を発することが出来ます。イベントによっては強大な磁力を発生します。名古屋でウィメンズマラソンを開催すると1万5000人以上の人が集まってや

るというのもその事例です。オリンピックもそうだし、多分アジア大会もそうなると思います。だから、都市改造や地域活性化に活用することが十分可能になるということです。

つまり、スポーツイベントは、強大な磁力を発揮することができるということです。

では、誰がやるのかと、先ほどスポーツコミッションの話をしました。日本で最初にできたのが、さいたまスポーツコミッションです。2011年10月にさいたま国際観光協会に設置されました。現在4名の専従スタッフで多くのイベント誘致に成功しています。

さいたまには、森がないし、雪も降らないし、温泉も山も川も滝もありませんが、J1のスタジアムが二つ、スーパーアリーナが一つあるなど、非常に都市型の場所です。

だから、こういった施設を存分に使って、これからスポーツでまちを活性化しようということで、さいたま市の清水市長から依頼を受け作ったのが、さいたまスポーツコミッションです。

日英両言語でパンフレットを作って、スタッフがいろいろなところにイベントを取りに行きました。

コミッションの役割というのは、スポーツのライセンスホルダー、権利を持っている団体とさいたま市の観光事業者あるいはそのスポーツ関係者を結び付けるインターフェースの役割をすることです。

昨年、スポーツコミッションが誘致して、それに参加したスポーツの方、あるいは見に来たスポーツの人たちが地元で使ったお金をもとに年間の経済効果を計算したところ約80.2億円でした。

その中には、スポーツコミッションの支援スポーツイベントもあれば、主催事業、さいたまマーチとか、ツーデーウォーク、あるいは共済事業でツール・ド・フランスを誘致した事例も含まれています。

ツール・ド・フランスは、自然の中を1カ月かけてレースをするのですが、ここはアジアで、しかも都心の中で、こういうクリテリウムという周回レースをやりたいということで、半日のイベントですが、非常に多くの人が集まります。本当に世界中のトップライダーと日本のライダーと一緒にレースを繰り広げます。

このときも10数万人の人が詰めかけて非常に大きな、大体1回で30億円ぐらいの経済効果をさいたま市にもたらしています。

佐賀県にあるスポーツコミッションでは、スポーツ施設練習場の予約確認、使用手続きのお手伝い、合宿地周辺の宿泊施設のご紹介、お住まいの住所から佐賀県までの移動、佐賀県の移動のご案内、地元の人しか知らない佐賀県内の

お勧めスポット紹介、ややこしい補助金申請、割引きなどのコストカット支援などをすべて0円で行っています。

すなわち、電話1本で合宿に来ませんか、こういう大会やりませんかという誘致機能ですね。こういうサービスを展開しながら、イベントを呼び込んで来るということになります。こういったコミッションというのが全国に広がっています。

新潟、十日町、松本、県レベルでは、今言った佐賀県、愛知県には愛知スポーツコミッションがあります。あるいは岐阜、沖縄、長野、長崎。広域連合としては、スライドに盛岡8市町村の連絡協議会とありますが、これは3月に盛岡広域スポーツコミッションというので、設立総会が開催されます。

あとは、銚子スポーツコミュニティーでは、廃校になった高校をどうするかということで、千葉銀行と共に、REVIC、都市再生の補助金を2億5000万ほど獲得し、そこを野球合宿のメッカにするということで活動しています。

地域スポーツコミッションの役割としては、観光振興の視点とスポーツ振興の視点があります。観光振興の視点はアトラクションである新しいスポーツイベント、利用地開発、経済効果を狙った域外からのスポーツイベントの誘客。地域支援を活用したアトラクション。

スポーツ振興の視点では、既存のスポーツイベントや、地域密着型プロスポーツとの支援。地域独自のスポーツ文化の育成、メッカづくり、健康長寿社会の対応等ということで、これまさに今の地方創成の推進と同じベクトルを共有しています。

スポーツイベントは、すごい勢いで増えています。2015年には1万人以上走るマラソン大会が197大会ありました。ピークは11月でなんと33大会が開かれています。そのうち陸連が公認したのが18あります。また、ハーフマラソンやズンビランとか、ファンランとかスイーツランというファンランも含めると3000大会が開催されています。

トライアスロンでは、年間約300大会、野山を駆け巡るトレイルランでは、270大会が開催されています。これらの大会は、県外参加者が半数近くあり、経済効果が生まれます。どのマラソン大会でも少し大きな大会になると、3割から4割は県外参加者です。そういう真水の経済効果が得られます。

域内で、いくらイベントやっても、経済効果を算出するとそのお金はプラマイゼロです。その域内の経済効果というのはなきに等しいです。域外から人を呼んで来て、はじめて真水の経済効果が出ます。だから、スポーツイベントは非常にいいです。

大阪では、今年6月に大阪城でトライアスロンをします。実は私は、2008年の大阪オリンピック招致に関わっており、当時計画を作った際に、トライアス

ロン連合から大阪城で開催させてほしいという話がありましたが、それはさすがに無理だろうということで断念して、関西国際空港の近くのりんくうタウンで計画を作ったことがありました。ついにそれが実現するというので、ランドマークでスポーツをするという非常に面白い取り組みが行われます。

皆さんの中には、そんなにスポーツイベントを開催していると、イベントがなくなるのではないかとご心配する声もあると思います。日本は、山が高く谷が深く、これがスポーツには不利だと言われたのですが、実はこういう等高線を利用したスポーツには、すごく可能性があります。平地では、ウォーキング、マラソン、ツーリング、トライアスロン、オーシャンスイミングからスキューバダイビングいろいろあります。

流れるものは、リバーラフティング、滑るものがスキー。滑空するものがパラグライダー、飛び込むスポーツとしては、キャニオニングというものもあるし、バンジージャンプで落下するものもあります。登るスポーツもたくさんあり、ヒルクライムレース、登山、トレイルラン、マウンテンバイクのクロスカントリーなどがあります。このヒルクライムレースのなかでも、富士山のヒルクライムレースだけで5000人が来る大きな大会です。

佐賀県では世界気球大会が開催されています。飛翔するというようなスポーツもあります。このようにスポーツイベントの種類は無限に広がっています。

また、インターナショナルからグラスルーツ、草の根、種目別から総合大会まであることを考えると、ほぼ無限にスポーツ大会はあります。

世界規模の総合大会というとまさにアジア大会、オリンピックがあり、単一種目では、FIFAのワールドカップや世界陸上があります。

グラスルーツの総合大会では、インターハイ、国体、マスターズあるいは都民体育大会。

また、種目別で草の根の、マラソン、トライアスロン、ヒルクライムなどは、無限に広がっています。

さらに、子どもから小・中・高・大学生、実業団、あるいはハンディーキャップのパラスポーツもありますし、男子・女子の大会もあります。年齢別の大会もある。非常に多くの大会があるということになります。

2021年には、関西のワールドマスターズゲームが開催されますので、2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピックと大きな大会が毎年どこかで開かれていきます。

その後も考え、今から準備しておくということで、2026年のアジア大会を今から準備するというのは非常に正しい判断ではないのかなと思います。

スポーツの観光資源は、多分無限に広がっています。人がいなくて、きれいだけでも過疎化と高齢化が進むというところも、陸上関係者にとっては、信号

がないし、車は走っていないので、すごくいいトレーニング施設です。

そういった場所を専門家が見て、こういうイベントがいいのではないのかというようなアドバイスができるわけです。

そういった隠れた観光資源の旅行商品化、そこに旅の目的と需要創出というのが、このスポーツツーリズムの醍醐味になります。

サミュエル・ハンティントンが書いた『文明の衝突』という本では、世界はいろんな文明に分かれています。ラテンアメリカ、ウエスタン文明、アフリカ文明、イスラム、ヒンドゥー、中華文明などと別れていますが、日本だけは色分けしておらず、もうここは世界の文明に分けられない、ジャパニーズ文明だとされています。

だから、日本の文化を知るには、日本に来ないと駄目だということになります。

また、日本のホスピタリティーというのは、日本に来ないと体験できません。そういった情報が SNS で世界に流され、日本へ行こうということになっているのかもしれませんが。

中国やインド、インドネシアなどのアジア地域では、非常に大きな人口を抱えています。こういった国の GDP がすごい勢いで伸びています。それに伴い、中産階級が勃興しています。一般的に、ある一定の年収を超えるとまずやりたがるのが、海外旅行だといわれています。

平成 25 年日本政策投資銀行がアジア 8 地域でどこへ行きたいか調査していますが、結果は日本が圧倒的で、52%の人が日本へ行きたいと回答しています。オーストラリアが 40%で、10 ポイント離しています。

今のインバウンドブームというのは、こういう根強いニーズに支えられています。その背景には中産階級の勃興というのがあるのかなと思います。

では、どうやってこのスポーツによる観光まちづくりをするのか。まずステップ 1 は地域固有のスポーツの資源の開発。特に地元のアスリート、あるいはスポーツ用品産業との連携。今日も後で中田さんがお話しされますが、そういった地元にいるトップアスリートのネットワークを活用するというのも一つの方法です。

あるいはアウトドアスポーツの開発。廃校施設を含めた環境の再利用。こういった資源の再発見をする。あとは人材づくりですね。スポーツコミッションをつくと人材が育ちますし、検定もいいたろうし、あるいは地域起こし協力隊みたいな若い人を吸収していく方法もあります。今、地域起こし協力隊の募集要項を見ると、スポーツイベントできる人というものが多くあります。

また、ソフト事業とハード事業なのでやはり施設整備です。あるいはソフト事業としての合宿の誘致開催、そして最後に PR 事業ということですか。ホーム

ページや Facebook、Twitter、SNS の最大活用によって、かなり世界中に情報を流すことが可能になります。

インナー政策としてのスポーツに親しむまちづくりの中には、特に電線類の地中化バリアフリー化、自転車専用レーンの設置等々と、ハードの整備も重要になります。

アウトーに関しては地域資源を掘り起こしながら、都市の集客装置としてのスポーツコンテンツを作り上げていきます。そのためにスポーツコミッションを設置するというのも一つの方法かもしれません。

スポーツイベント都市ということでは、無限に広がるスポーツイベント。社会問題の解決を目指すスポーツによる都市のブランディング等々です。

最後にスライドに映し出しているものは何かということですが、これロンドンの鉄道の上に自転車のハイウエーを造ったらどうかという構想のイメージ図です。大体1日600万人くらいが郊外から自転車でロンドンに入っていくためのスカイハイウエーを作るという構想で、これが実現したかどうか分かりませんが、ロンドンでは2012年のオリンピック以降、スポーツ都市を目指しており、こういった計画が出たということです。

今、スポーツ庁さんでスポーツによる地域活性化のマンガ事例集というのを作っています。成功事例をマンガにして出そうというプロジェクトですが非常にインパクトあると思います。これが一つのナレッジシェアに結び付いて、日本全体のスポーツによるまちづくりが進んでいけばいいなと考えております。

少し時間をオーバーしましたが、私の講演はこれで終わらせていただきます。どうもご静聴ありがとうございました。

【パネルディスカッション】

コーディネーター：波瀾 郁代（JTB 総合研究所 執行役員・企画調査部長）

パネリスト：

原田 宗彦（早稲田大学 スポーツ科学学院 教授）

中田 有紀（陸上選手（アテネ五輪日本代表））

仙台 光仁（スポーツ庁 参事官（地域振興担当））

松雄 俊憲（名古屋市総務局企画調整監）

波瀾部長

皆さまこんにちは。パネルディスカッションを始めさせていただきます。私をご紹介ありがとうございました JTB 総合研究所の波瀾と申します。どうぞよろしく願いいたします。

まずは原田先生、松雄調整監、貴重なお話ありがとうございました。私は普段、生活者全般に対してのマーケティングをしており、最近では高齢になった方が外に出なくなる引きこもり問題を研究していますが、先ほど、知らないうちにスポーツをやっていたという表現がありましたが、自然に気軽に体を動かせるまちができて、それで引きこもりがなくなり、健康長寿な社会ができ、そして旅行も行ってくれたらいいなど、そういった感想を持ちました。

観光分野もそうですが、インナーとアウターは必ず断裂があるのですが、断裂されている部分が融合に変わることがとても大事なのではないかなと思いました。

では、私のほうからディスカッションの前に先立ちまして、観光全体から見たスポーツの役割、そして名古屋についてお話をさせていただきます。

私はずっと観光業をやっております、特に東日本大震災 2011 年、あとはリーマンショック 2008 年の時は広報室長をしていました。この当時は誰も観光なんて興味がないと、マスコミにも行政の方にも、異業種の方にも言われました。心の中ではそんなことはない、経済波及効果を見れば、必ず観光が注目される時代がやってくるという気持ちで仕事をしていました。

2013 年に、この潮目が変わったといえるでしょう。それはやはり 20 年に東京五輪が開催されるということが決定したということではないのかと思っています。同時に観光が成長戦略になり、ビザ緩和など多くの政策がなされ、訪日観光客が急に伸びてきた背景があります。

20 年までには 4000 万人、30 年までは 6000 万人が目標になるということですが、私たちは毎年、訪日外国人の予測をしており、今年は大体 2700 万人に達すると推計しています。

この 2020 年に 4000 万人というのは偶然なのですが、イギリスと同じ目標です。2005 年に 12 年のロンドン大会が決定されたのですが、そのとき英国政府観光庁がいろんな分析をしまして、強みと弱みを出しました。

弱みは何かというと、まず政府の、行政も含めてですけれども、観光産業への優先度が低い。他の国に比べて非常に低い。あとは市民の旅行、観光への理解や重要度が低い。これは市民が観光業というものを産業として興味を持っているかということ。そして外国人観光客、あるいは他の地域からの観光客が来たときに、歓迎していますという気持ちを表し、それがちゃんと観光客に伝わっているかという点でイギリスの場合評価が非常に低かった。こういう結果がデータで出ました。

英国政府観光庁は観光分野のリーダーとして、三つの戦略目標を 12 年に向けて立てていました。これが①経済効果、②イメージ、③ウエルカムです。

イメージ、ウエルカムという定性的な目標に対して、市民、国民、一体となっ

て外からの人をお招きして、ちゃんと歓迎する気持ちを表すというようなPRや仕組みづくりを、観光産業の枠組みを超えて研修会を開催したり、ボランティアを集めたりということを行ったようです。また、ロンドン大会まで7年あったので、それまでイギリスで開催されるいろいろな国際会議やスポーツ大会で、選手だけ、あるいは会議参加者だけをクローズアップして映すのではなくて、BBC等のメディアが積極的に参加者を受け入れている市民の姿を映して、それを世界に発信する、あるいはニュースレターもネットを通じて配信することを行ったと聞いています。

興味深いのは、オリンピックが始まる1年前の11年に、『グレートブリテンイメージキャンペーン』というのを行ったことです。これはオリンピックを最終目標にせず、15年まで同じキャンペーンを継続して続けました。

15年は何かということ、ラグビーのワールドカップの大会がイギリスで行われた年です。節目節目にスポーツを通じてイギリスというもののブランドの価値を高めたというところに、東京も名古屋も日本全体も学ぶことがあるのではないかと考えています。

実際、世界経済フォーラムのランキングでイギリスは、現在5位まで上昇しています。オリンピックを契機に順位を上げ、最大の難関の項目だった「ウエルカム」も11年から13年までのデータですが、140カ国中99だったのが45位まで上がっています。

日本は「ウエルカム」は実は11年は131位でした。13年で77位なので、やはりウエルカムの気持ち、あるいは観光産業の気持ちを業界のみならず産業界全体、そして、スポーツイベントとかが行われている市民一人一人に浸透をさせて、それを気持ちで表して発信するということが必要なのかなというふうに思っています。

次に少し名古屋のお話です。私の会社では各地域のイメージと満足度、そして、住民の意識と旅行者の意向を合わせて、パワーインデックスという地域の診断書を作成しています。

その中でスポーツのイメージの指数が高い、指定都市だけを集めてランクを付けてみました。そうするとやはり1位が埼玉、名古屋は5番目で、かなりスポーツというイメージは高いと言えそうです。

中でも、データに出ているのが、名古屋は他の都市に比べてスポーツイベントがあるから名古屋に来るといふ、その訪問の意向にスポーツイベントが動機として大きく影響することが分かっています。まさにスポーツをキーワードにして地域活性化を図るといふのは、本当にデータにも合っているものではないかなと思っています。

これは原田先生の資料を拝借しました。スポーツ事業によって地域活性化、経

济効果が重なれば、資料のような経済効果のサイクルがうまく出る。これをうまくつくってのがこれからの課題だと考えています。私のテーマは住民がどれだけ観光に興味を持ち、住民自身が誇りをもって町の活性化に貢献することが研究テーマ、と申しあげましたけど、これがうまくできてこそ、先ほどのアウトとインナーがうまくいくのではないかと考えています。

最後になりますが、名古屋は皆さん行きたくない都市だと、さっきからこだましているように聞こえましたが、データで見ると、名古屋は実は、旅行者の満足度は、住んでいる人たち、つまり名古屋の人たちが考えるよりも名古屋に対する満足度が高いという結果が出ています。

名古屋に行って良かったと思っている方は、たくさんいらっしゃいます。もっと、やはり観光に興味を持ってどんどん名古屋のいいところを発信する、ということが必要なのかなというふうに考えています。

ちなみに他の都市も出してみましたが、横浜や福岡では、いずれも居住者のほうが高いですね。名古屋の方はすごくバイタリティーあると思いますが、意外と謙虚なのかなと思った次第ですので、ぜひ、スポーツをフックにして居住者満足度を上げるということを進めていただきたいと思っています。

では、パネリストの皆さんにお話を伺ってみたいと思います。まず、本日のテーマである『スポーツが持つ力』ということで、現役の陸上選手であり、アテネオリンピックへの出場のご経験もある中田さんに、競技生活、陸上競技の指導を通じて感じられた、スポーツの力そのものについてお話を伺いたいと思います。お願いいたします。

中田選手

皆さんこんにちは。日本保育サービスの中田と申します。私は、スポーツは子どもたちを育むツールだというふうに考えています。

なぜこの考え方に至ったかといいますと、ちょうど2007年に大阪、先ほど原田先生からご紹介のあった長居の陸上競技場で、世界陸上がありました。出場が決まりまして、選手は陸上ファンを世界陸上で増やそうと、自分たちのパフォーマンスを見てもらって陸上ファンを増やそうということで、士気を高めて臨んだ大会になるんですけども、そこで私も、自分が取り組んでいる混成競技という種目をよりたくさんの人に知ってもらいたい、自分が取り組んでいるものについての魅力を、特に子どもたちに知ってもらいたいなという気持ちで大会に臨みました。

その翌年から、子どもたちが陸上競技にハードルが低い形で、イージーな形で触れられるようなイベントをつくろうと、キッズアスレチックスフェスティ

バルという大会を、企画・プロデュースをして開催するということを進めてきました。

その中で、子どもたちが陸上を通じて友達をつくってくれたり、自分の知らなかった能力に気付くきっかけになったりと、参加者の声もいただきながら、競技の裾野を広げることの大切さを経験してきました。その延長線に、陸上に真剣に取り組みたいという子どもたちの声が届くようになりまして、2013年、今から4年前に、陸上のクラブを名古屋市で立ち上げて、今、週1回小学生から大学生までを指導するようになりました。

指導に直接携わることが増え、陸上を通じてテクニカルなものを身に付けるということだけではなくて、物事の取り組み方であったり、コツコツ行うことであったり、ルールを守ることであったり、スポーツを通じて子どもたちに伝えたいことが非常にたくさん増えてきました。それを自分の競技経験とひも付けると、スポーツというのは、子どもたちを育むツールになり得るなという考えに今、至っています。

自分自身の今後の課題としては、先ほど原田先生の講演でありましたように少子高齢化の時代ですので、今、子どもたちに施しているようなものを、高齢者の方に応用できるような形で取り組むことができると考えています。

スポーツの価値を高めたいと思い、自分の競技活動と並行して普及の活動も積極的に取り組んでいますが、最近少し衝撃的な出来事がありました。

去年の4月から、Jリーグの名古屋グランパスが、Jリーグ100年構想の一貫として、総合型スポーツクラブを目指すということで、サッカーだけではなく、今、チアのスクールもあります。その次の3番目の競技として陸上のスクールを立ち上げるということで、コーチとディレクターの依頼を受けました。子どもたちに週1回指導をするという機会をもらって活動をしていたのですが、J2への降格が残念ながら決まってしまう、クラブの方針転換があるということで、この3月でそのスクールが閉じるという通達が、12月末にありました。

その理由が費用対効果、経費削減ということで、最初の1年でたくさんの方が集まらなかったというところもあるんですけども、やはり地道に取り組む中で、スポーツの価値が広がっていくのではないかなと思いながら取り組んでいましたので、そこが我慢してもらえずに、たった1年で、費用対効果というところで、普及のための陸上スクールがなくなってしまうということ、実際の当たり前にしています。今は、所属している子どもたちの活動の場を、何とか継続して整えられないかなというところで動いています。これがプロのスポーツ競技団体の判断だということ、私は残念に思っています。

スポーツは真剣に取り組もうと思えば、選手の競技力向上のためにも費用は

かかりますし、それを整えるということについても、必ず費用が発生してお金がかかってしまいます。だけど、そういったものを整えようと思うと、費用対効果、経費削減というものの枠の中には収まらないものもあるんじゃないかなと感じていて、非常に残念だなと思っているところです。

その経験もあり、やはりまだまだスポーツに取り組むことの価値、スポーツで生み出されるものの価値というものが、低いのではないかなというふうに思います。だから私が現役で選手として競技の価値を高めるために何ができるかということの一つ柱にして、これからも取り組んでいきたいなと思っています。

波瀾部長

ありがとうございます。まず、スポーツは子どもを育むツールであるということですね。お子さんは陸上、スポーツに触れながらスポーツとは直結しない取り組み方とか、ルールを守るとか、そういったことにも効果が出ているということですね。

中田選手

そうですね。子どもたちはやはり、できるということに対してはすごくやる気を出しますし、そのできたということが子どもたちの自信になって、例えば自分の勉強だったり、生活であったり、そういうことに生かしていける力もスポーツにはあると思います。

波瀾部長

先ほどのグランパスの陸上クラブの閉鎖というのは残念な話ではありますが、けれど、企業に務める身にあるとなんとなく分かるような話でもあります。やはり次世代にスポーツの楽しさを伝えるということを考えて、やはり別の手法も含めて、何か考えなければいけないと思いますね。

ありがとうございました。

次にスポーツ庁の仙台参事官に地域活性化において、スポーツが果たすことができる役割についてお話しいただければと思います。また、今の中田さんのお話で、何かできるようなことが、もしあればコメントいただければ幸いです。

仙台参事官

どうも皆さまこんにちは。スポーツ庁から参りました仙台と申します。よろしくお願いたします。

それで地域活性化でのスポーツが果たす役割については、先ほど原田先生か

らもコンプリヘンシブな説明がありまして、スポーツ庁の仕事も含めてお話しいただいたところですので、繰り返しになってしまいますが、若干スポーツ庁の取り組み、それから生い立ちについて、お話をさせていただきたいと考えています。

スポーツ庁は1年半前にできまして、その契機がスポーツ基本法とオリンピック招致の決定だったものですから、オリンピックのための職場じゃないかと思われているところがありますが、決してそうではございません。もちろんそれも大事ですけれども、オリンピックの先を見据えて、鈴木長官も常々申し上げていますとおり「10年後、20年後にスポーツ庁ができて良かったといわれるようになる」、そのために仕事をしております。

スポーツ庁が掲げております施策は、4本の柱があります。まずはスポーツを通じた健康づくりですね。それから、国際的な競技力の向上が二つ目でございます。それからスポーツ外交という言葉もございますけど、日本の国際的なスポーツ地位の向上、それからスポーツによる地域経済の活性化という4本柱です。

最初に申し上げました二つはどちらかといいますと、非常にクラシックな普遍的な目標ではないかと考えております。これはずっと前から、スポーツ庁ができる前のスポーツ青少年局、文部科学省の中にあつたときからあります。スポーツ庁ができて何を一番変えなければいけないかというところが、スポーツを通じた地域の活性化、経済の活性化というところで、私ともう一人、担当参事官がいますが、その2人で担当しています。

今までは文部科学省というと、どうしてもお勉強のほうから入ってきたということで、体育というところで、むしろそういうところが中心だったわけなんですけれども、スポーツ庁になりましたら、各スポーツ関係の行政の司令塔として、障害者のスポーツであれば厚生労働省ですとか、運動施設、スポーツツーリズムであれば国土交通省ですとか、そういう縦割りになったところを統括するような形で生まれたところでございます。

そしてその中で前のスポーツ局との大きな違いはスポーツで稼ぐということを解禁したというか、それを公言することだと思います。それまではどちらかというとお勉強であり、スポーツで稼ぐというのは悪いことじゃないかというようなことがありましたけれども、今はもう決してそういうことではなく、そういうパラダイムを変えて、マインドチェンジをして進めていきたいと考えているところでございます。

そのために大きな目標ですけれども、今、5兆円あるスポーツの市場規模を10年後に15兆円に高めるように、いろいろな分野で取り組んでいるところでございます。

スポーツが果たす地域活性化の果たす役割、インナー・アウターにつきましては、先ほど原田先生、それから波瀾さんの話にもありましたので繰り返しませんけれども、まさに同じことですが、今後はスポーツだけではなくスポーツ＋ α 、例えばスポーツをしたら、その後おいしいものを食べるとか、それからスポーツ× α ということで、スポーツとITを組み合わせるとより健康になるですとか、＋と×はいろいろ人によって違うと思うんですけど、スポーツをテコにして、地域を、経済を元気にしていくということを考えております。

ただ、こういうことをする主役はやはり地方にお住まいの皆さま方、行政の方々ですので、私どもとしましては、少しでも主役が活躍できるように後ろから支え、そして、何かいい展開があれば横展開する。それから国全体としてスポーツツーリズムや、スポーツ経済活性化のムーブメントをつくるということを考えております。

来年度の予算が、スポーツ庁ができてから初めて編成した予算なんですけど、その中でムーブメントづくり、それからスポーツと観光、文化の融合等に取り組んでおります。そして先ほど、スポーツクラブがうまくいかなかったという話なんですけども、そういうアスリートの方々のセカンドキャリア、または働きながらのダブルキャリアをどうするか、人材育成という面でもいろいろな取り組みを関係者の皆さまと続けているところでございます。

一部はスポーツ未来開拓会議という中で報告書が出ておりますが、その報告を実践する形で、スポーツ基本計画の中で、『スポーツが変える。未来を創る。Enjoy Sports、Enjoy Life』という中で人材育成、それから指導者の育成のためにどうやって経営的に安定したスポーツクラブをつくるのかということに取り組んでおります。

そしてスポーツ庁ができてから、地方公共団体の皆さま方から本当に毎日のようにご相談、ご提案いただいております。ぜひまた何かありましたら、ご連絡いただきたいと思います。

波瀾部長

ありがとうございました。スポーツで稼ぐというすごく耳慣れないけれども、非常に重要なキーワードをいただきました。5兆円の市場規模をスポーツで15兆円という目標があるということも分かりました。スポーツはそもそも、観光もそうですけれども、各分野の横串になるという位置付けであるということをお話から伺うことができました。ありがとうございました。

では、中田選手、仙台参事官からお話を頂戴しましたがけれども、先ほど名古屋市からの事例報告で、松雄調整監から名古屋の魅力向上と発信戦略について

お話を伺いましたが、もし補足がありましたら松雄調整監、一言お願いします。

松雄調整監

魅力戦略のことですが、やはり大きいのはアンケートの調査で、若干自虐的かもしれませんが、名古屋は訪れたくないまちナンバーワンというような結果になったものですから、それを逆手に取るわけではありませんけれども、名古屋のいいところがたくさんありますので、それをもう一回見つめ直して、戦略、行政計画として立てることによって目標ができますので、それに基づいて行政も市民も頑張ろうと思っております。

その中でスポーツを位置付けており、これに向かって数値目標も立てますので、より一層推進をしていきたいと思っています。

波瀾部長

ありがとうございました。それでは各パネリストの皆さまがたのご発言を聞きまして、原田先生のほうから一言お願いしたいと思います。

原田教授

先ほどの私の話と今の皆さんの話を加えつつ、ちょっと新しい視点からお話をさせていただきたいと思います。今、仙台参事官がおっしゃったように、スポーツ全体がこれからさらに幅を広げて質を変えながらさらに大きくしようとしています。5兆円産業を15兆円に、3倍にしようという話がありましたが、これなかなか実現が大変です。

今、仙台参事官のお話の中で、スポーツ+ α 、ペンとアップルを加えるような、あんな感じですよ。多分スポーツ $\times\alpha$ というのは、スポーツ+ α が横にいろいろ多種目・多品種に広がっていく、だとするとスポーツ $\times\alpha$ は垂直的に、水平的にいくのと垂直的にこれから産業が発展していくのかなという感じはします。

ただ、今、スポーツ庁が出しているスポーツとITとか、スポーツとなにがしとかいうのは、あまり大きな産業には育たないだろうなど、いろいろ経済学ではハイブ現象ですよ、期待が先に先に行き過ぎて、現実が付いていけないというような、そういうイメージを私は非常に強く持っています。

じゃあ3倍にするにはどうするかという話になります。今のところ非常に現実的なのはスポーツをする人を増やす、スポーツをする機会を増やすということがあげられると思います。

これも経営学用語ですが、サービス・ドミナント・ロジックというのがあり

ます。昔は日本、ものづくりが得意でグッズ・ドミナント・ロジックで、ものをつくれれば売れるという時代があったんですが、それは国力が上向いている、人口が増えているときの現象であって、今、成熟社会になると、やはりサービスの中にもものが包含される、何かことづくりがあるからものづくりができるというような、そういう仕組みの中で動かないと駄目だと考えています。

スポーツイベントは、ことづくりそのものです。マラソン大会が広がったからシューズが売れる。あるいはそのイベントに関連した産業が勃興するということなので、やるとしたらそこだと考えています。

だから手前みそですが、やはりスポーツツーリズムというのは非常に重要だし、これからスポーツイベントを盛んにすることによってものが売れる。それで、スポーツ産業が成長するという構図は非常に現実的ではないのかなと考えています。

日本は本当にスポーツの資源が余っている、あるいは使われていないケースが非常に多いですね。特に郊外、ちょっと地方のほう行くとテニスコートが15面ぐらい誰も使っていない。もうそのままになっているわけですね。そういうこと、何とか考えなきゃいけないと思うわけです。そこに可能性を見付けながら、こういうスポーツで人を動かす仕組みを作っていくというのが重要なことだと思います。

そういった取り組みをしながら、このスポーツ× α の中で、スポーツの価値づくりですね、先ほど中田さんがおっしゃったように、やはりスポーツの価値をさらに高めていく。それはインナー政策としての教育とか、あるいは高齢者への支援とか、非常に重要なところですよ。そこはお金を生む・生まないにかかわらず、これから努力を注力していかなければいけないと思うので、全てそういうクオリティを高めていくような、そういった包括的な政策が必要になります。

これは少し名古屋市への注文になりますけど、教育委員会の中であれば非常に限界になりますね。今、もう世界の潮流ですけど、スポーツと観光と文化っていうのは非常に一体化してやっています。日本だと沖縄県が文化観光スポーツ局というのを作っていますし、秋田県も文化スポーツ観光課があるなど、先進的な事例がありますので、今後、スポーツの× α を進化させていくためにも、組織再編も視野に入れられるといいのかなと思います。

波瀾部長

ありがとうございました。では、次にスポーツの持つ力を活用するという点で、その中でも経済効果が大きく、名古屋市などの都市部において非常に関係の深い、国際競技大会の誘致についてお話を伺いたいと思います。

まず、国際競技大会についてお話を伺っていくにあたり、これまで選手として数々の国内外の大会に出場された中田選手に、開催地での盛り上がりですとか、思い出に残っているようなこととお話しさせていただきたいと思います。お願いします。

中田選手

私の中で一番印象に残っているのは、大阪で開催された世界陸上です。これは今までないほどメディアの報道が多くなり、選手個々が取材を受ける回数も圧倒的に多くなった大会です。

各メディアから発信される選手の情報であったり、TBSの特別番組では、約30分の枠を使って1人の選手を紹介していく番組も放送されました。世界選手権なので、海外の選手を見たいというのはもちろんあるんですけども、日本の選手も見てみたいということで、非常に観客が集まった大会を経験しました。

選手としては観客がたくさんいてくれると、やはり自分たちが取り組んでいるものの価値というものを非常に感じるすることができますし、今まで自分が持っているもの以上の力を発揮できるというようなことも経験できました。そういったことから、大阪の世界陸上のメディアが非常に活発に大会を盛り上げてくれたという点においては、深く印象に残っているものになっています。

オリンピックについては、アテネ大会に出場しました。近代オリンピック発祥の地だということで、私も非常に楽しみにして現地に向かいました。実際の滞在期間はすごく短くて、私は、2日間試合を連続でやるんですけども、試合を含めて6日間ぐらいだったような記憶があります。

観光に半日、野口みずきさんが金メダルを取られたときのマラソンの応援に半日行きました。少しでしたが、街中だったり文化的なものを見たりする時間がありました。まず空港に到着しますと、本当に、先ほどウエルカムという単語がありましたが、すごく歓迎してもらっているなというのをもうヒシヒシと感じるような看板であったり、フラッグであったり、町中に、もうそれがずっと続いているような形で、選手としては非常に気持ちのいい形で入国できたのを覚えています。

あとは他の大会とオリンピックは、やはり圧倒的にスタッフの数も違いますし、スタジアムの周辺にいる人の数も本当にあふれていて、よくオリンピックはスポーツの祭典だといわれますが、本当にそのとおりで、非常に楽しみにしながらスタジアムに足を運ぶ観客の姿を滞在中に何度も目にしました。

実際、選手としてスタジアムに立つときは、その観客席のお祭りのような雰囲気感を全く知らずにプレーをしていたものですから、観客席に一度足を踏み入

れたときのギャップの大きさに、非常にびっくりしました。ビールを片手に飲みながら観戦をするというようなスタイルがありましたし、本当に多くの観客が選手を見に来るといったような大会、オリンピック、ビッグゲームを肌で感じることができました。

私が出場したアジア大会の中で一番歓迎ムードが高かったなというのは、中国で開催された広州のアジア大会です。どの大会もすごく立派なスタジアムで、観客数も非常にたくさん入るようなスタジアムを準備してもらっていると思うんですけども、4年に1回アジア大会が開催されて、3回出場させてもらいましたが、回を増すごとに観客数や日本での報道も盛り上がりを見せているので、愛知、名古屋でアジア大会が開催される頃には、またさらにそういった盛り上げが感じられるのではないかなと思っています。

波瀾部長

ありがとうございます。アジアも経済が発展するにつれ、スポーツに力を入れていくので、注目度はどんどん高まりそうですね。ありがとうございます。

では、仙台参事官にまたお伺いしたいと思います。国際競技大会を招致することの意義ですね、どのようにお考えかということと、国における取り組み状況など、お話しいただけますでしょうか。

仙台参事官

まず言わずもがなですが、開催地においては多くの選手や観客を呼び込むということで、経済効果があり、シティプロモーションの非常にいい機会になるということです。以前、あるシンポジウムでジャーナリストの二宮清純さんがおっしゃられていましたが、鹿島アントラーズがサッカーですごい活躍し、世界にPRできたということは、どんなにお金をかけてもできないぐらい知名度を上げたことになりますよね。

ですので、そういう効果があるということが一つです。そしてしかし、それですと開催地だけの効果になってしまいますので、例えば今、2020年に向けましては、ホストタウンのキャンプや外国人の方々を誘致する活動を、全国的に取り組んでおりますので、決して開催地だけではなく、日本全国に国際大会の経済効果を広げるように国として取り組んでおります。

また、それだけではなくてオリンピック・パラリンピック、国際大会でいろいろな新しい技術が導入されます。例えばセキュリティーの関係でテロ対策ですとか、それから無人の自動車の走行システムですとか、IOTいろいろあります。

こういうものは競技をする場所ですとか、それ以外のレガシーとして残るので、そういうことが国際大会をバネにして、進化を遂げるいい機会ではないかと考えております。

もう1つ、国の状況を報告させていただきますと、2020年を契機に地域のスポーツをさらに振興させようという、いわばスポーツ基本法の実施法を作ろうという動きが国会議員の方々の間で議論になっております。その議論と歩調を合わせて、地域のスポーツを国際大会以降、オリンピック以降どうしていくのか、施設をどうしていくのか、そういうレガシーづくりに取り組んでいるところでございます。

その他、大会の誘致等につきましては、ささやかながらスポーツ庁のほうでも予算が、地域スポーツコミッションの応援する支援事業ですとか、先ほど申し上げましたムーブメント事業もございますので、ご相談いただければと思います。以上です。

波瀾部長

ありがとうございました。国際競技大会の招致につきましてはご発言のとおり、開催都市に限らない意義があると思います。一方で、市民の皆さま含めて課題もあるように思います。名古屋市、愛知県では26年にアジア大会を開催することが決定されていますけれども、成功に導くためには乗り越えないといけない課題、壁ですね、そういったものもあるように思いますが、その点について、松雄調整監のほうからお願いします。

松雄調整監

今、ご質問いただきましたが、課題は正直言って山積をしております。市民の皆さまがたに今お見せできるのは、私が冒頭でご報告をした程度でありますので、この1年間ぐらいで愛知県と協力して詰める必要があると思います。

やはり参事官おっしゃられたような全体のフレームですね。宿舍もそうですし、輸送もそうですし、それからセキュリティーということをガイドラインのレベルでもいいから、まず示すというのが一番の最大の課題だと思っております。

財政フレームにつきましては、知事と市長のトップレベルで、公費については600億しか出さないというふうにキャップをはめましたので、この中でどういう知恵が出せるかといったものも、私たちども事務方の大きな役割だと思っております。

2020年の後の大きな国際大会は愛知、名古屋しかありませんので、やはりそこには日本の最高の技術とか、最高のおもてなしとか、そうした新しい価値を

生み出せるような場ができたということは、われわれ行政にとってもこれは極めて大きいと思っております。課題は山積して、まだ何も決まっておられませんけども、2026年をステップにして愛知、名古屋がさらに次の段階にレベルアップをするチャンスをいただいたというふうに今は思っております。

波瀾部長

ありがとうございます。では、原田先生、まとめをお願いいたします。

原田教授

私は都市には目標が必要だと思っています。それが万博であれ、オリンピックであれ、アジア大会であれ、何か目標が必要ではないかなというのが1点目です。

ただ、その目標を設定した後にその目標を実現することが重要なんですが、今、ちょっと東京を見ているとせつかくの2020年なのに、他のいろんな要因でごたごたして、学生と話しても「なんか東京オリンピックのイメージが、最初の期待がだいぶ薄らいできましたね」みたいな話があります。これは、オリンピックが近づいてくると、また、期待があふれるのかなと思います。

こういうメガスポーツイベントが非常にいいのは、いろんな眠っていた計画が一斉に起き出すみたいなことがあるんですね。アジア大会にかかる予算は600億円というキャップがあって、それは非常にいいと思うのですが、その予算外でやるまちづくりのための投資というのは、恐らく26年という目標ができたおかげで動き出すのかなと、期待しています。

東京はもう非常に成熟都市なので、いまさら高速道路を付けたりとかそういう大きいことをあまり計画できないのですが、やはり東京以外の都市ではそういうことが可能だろうと考えています。

実は、札幌は2026年の冬のオリンピックを誘致しようということで、私は開催概要計画書を作るときの委員長を引き受けました。

そのときにいろんなアイデアを出しながら勉強もしたんですが、札幌はアジアのスノーリゾートを造ろうとしています。幸いインバウンドが好調なので、そういうこともあって支持率は60%ぐらいですね。

ただ、18年に平昌、韓国ですね。22年に北京で冬のオリンピックがあります。札幌は絶対無理だろうと皆言っていたんです。確かに三つも冬の大会がアジアである可能性は低いだろうと。

実はIOCのレガシー委員会の委員長と友達なんですが、彼が今、日本に来ているということで、彼はスキーが大好きなので、札幌へ行ったほうがいいのかとい

うことで、札幌に先週末一緒に行ってきました、札幌市の人に案内してもらい、72年のオリンピックのレガシーを見てきたんですが、行く前は「日本で開催するなんて、そんなのあり得ない。三つも冬の大会がアジアで続くということはあるけど」、「でもスキー好きだから行ってくる」と言っていました、帰ってきたら「ひよっとしたらいけるかもしれない」というような、ガラッと変わりましたね。

190万都市で雪に覆われて、町から1時間でスキー場に行ける。ヨーロッパでは、何時間もバスに乗って、さらにそこから3000mまで行かないと雪がないんですよね。ところが札幌は、空港から1時間行くとパウダースノーがある。すごい立地条件で190万都市。いろんな話をしており、ひよっとしたらいけるかもしれないです。

競合相手が重要で、スイスとか、ノルウェーとか上がっていますが、そこが出てきたらどうするんだということなんですけど、前回の招致活動を見ても、最終的には住民投票で負けているんですね。なんでいまさら冬のオリンピックやるんだということで、住民投票の結果、リタイアして、それで最終的に北京に決まった経緯があるので、26年もどうなるか分かりません。

26年アジア大会があるので、ホワイトシーズンの世界大会とグリーンシーズンの世界大会が日本で開かれたらいいなというふうに私は考えています。

最後に言いたいことは、このメガ・スポーツイベントは、都市開発の触媒なんです。だから、大会自体の予算は低く抑えても、その大会を契機に、これまでできなかったような都市の改造が可能になってくるということですので、必要などころには必要な投資をして、あと10年、50年、100年と活用していただきたいと考えています。

例えば札幌だとアジアのスノーリゾートの中核、名古屋だとアジアのスポーツハブといいますか、河村市長に言うと「スポーツパブだろう」とか言うかもしれませんが、ハブになるか、スポーツのメッカになれるような、あるいはアジアのトレーニングセンターになるような、そういう大きな構想を作っていくのがいいと思うので、26年に向けて皆さんワクワクできるような、そういう道筋を作っていくと、このメガスポーツイベントの意味も大きくなるのかなと思います。

波瀾部長

ありがとうございました。札幌大会の話を知ったら確かに気持ちが踊ってきましたが、1回誰かに見てもらうというのは効果的なんだなということも感じました。

では最後に、皆さま方からアジア大会に向けて、地元名古屋で開催されるわ

けですけれどもエールをお願いしたいと思っております。まずは中田選手からお願いいたします。

中田選手

アジア大会に向けては、まず選手の強化。これは、地元で活躍できる選手を育てることがすごく大事だと思います。

あとは多分スポーツを見に来る人たちは、例えばサッカーを見に来るというよりは、何番の選手を見に来る、陸上であれば、短距離を見に来る、幅跳びを見に来るというよりは、ケンブリッジ飛鳥選手を見に来るというような形で、選手に注目を置いて会場に足を運ぶという人が多いと思うので、情報の発信の仕方についても、選手に注目を集めるような形で、市民の方々に広く知ってもらおうという形で取り組んでいただけたらいいなと思っています。

やはり、子どもたちが競技場に行ったり、会場に行くときに、先ほど原田先生おっしゃられたワクワクするような形で準備を進めていけるように、私もできることはぜひ協力していきたいなと思います。

とにかくアジアでトップの選手がこの名古屋、愛知に集結するというせっかくの機会ですので、1人でも多くの人に足を運んでもらいたいですし、そのトップ選手をテレビで見るのと、会場でいろんなことを感じながら観戦するのでは、やはり残るものが違うと思いますので、そういったスポーツの醍醐味やトップ選手を肌で感じてもらえる機会にしてもらいたいなと思います。

私もできれば現役で出場できればいいなと思いますが、かなり頑張らなければいけませんけれども何とか、どういう形でも構わないので成功に導けるように協力していきたいなと思います。

波瀾部長

ありがとうございます。では、仙台参事官からまちづくりへの助言も含めてお願いします。

仙台参事官

まちづくりで、ソフトとハードの両面があると思います。ハードにつきましては先ほどご説明の中で、既存の施設を最大限活用するという話でして、実はスポーツ庁としてもストック適正化についてのガイドラインを作っておりますけれども、そこでもやはり施設は有効活用する。長寿命化によることが、一番いいという結論は出しておりますので、ぜひ活用していただきたいと思います。

また、今日会場にいらっしゃる皆さまにも、もし、地方公共団体の皆さまで、交通が不便な、だけれども土地が安い郊外に見る施設を造ろうと考えていらっ

しゃるのであれば、もし間に合うのであればもう一度計画を白紙に戻して、にぎわいを創出するようなまちづくりということを考えていただきたいと思います。そういう意味で都市部局とよく相談をしてやっていただければと思います。

笹川スポーツ財団では、スポーツ施設の総事業費の目安の1つとして、造るのに3割、その後50年間維持するのに7割という数字を出しています。施設によって異なると思いますが、90億の施設を造れば、その後210億かかるわけですから、そのこのところをよく考えて、施設整備していただければと考えております。

またソフトにつきましては、これもよく言われている話ですけど、ロンドンのオリンピックでは、ボランティアの方がゲームを作る人というふうにいわれて、ボランティアのおもてなしの、目に見えないソフトが育まれれば、それがSNSなどで広まりますので、そうすると外国の方々からは、名古屋というのが一つフラッグが立つのではないかと考えております。

それからボランティア、おもてなし以外に、企業の方々に考えていただきたいのは、日本では二次交通、外国から来てからの移動が非常に不便だと、ないということがあります。それから、外国人の方々が来て夜をどうやって過ごすか、夜の娯楽が少ないと言われておりますので、例えば、スポーツの開催時間をちょっと遅らせて、食事をした後観に行けるとか。そういうような知恵を出していただきたいと考えております。

それからまた名古屋、愛知だけではなくて、ラグビーのときなど特にそうですが、何日間も試合の間ありますので、いろいろ回って、最後はどこか他の空港から帰るとか、そういうような、いろいろな工夫を出して、いいレガシー、ソフトのレガシーもつくっていただければと考えております。

波瀾部長

ありがとうございます。では原田先生、アジア競技大会の可能性、そしてエールをお願いいたします。

原田教授

アジア大会2026年ですが、今から9年後ですよ。私からのエールは、ぜひこの9年間を最大活用していただきたいということです。

1点目はいきなりアジア大会などの総合大会というのはなかなかできないので、今から36競技のアジア予選とか世界大会とか、小さなイベントをぜひ誘致していただいて、日本人だけでなく外国人の方に、そういった名古屋の魅力をアピールしていただきたいと思いますというのが1点目です。

2点目は企業協賛ですね。東京オリンピック組織委員会に入ってくるお金、最終的にいくらなるのか分かりません。T1、T2、T3という区分があるんですけど

れども、今度 T3 が集まって、3500 億円ぐらいは集まるだろうと言われていますが、これはオリンピック史上最大のお金なんですね。

2020 年を過ぎるとそのお金というか、その企業のお金の行き場所というのがどこになるんだろうとそういう疑問があるんですね。非常に感度が高くなっている状況で、その投資を名古屋の組織委員会にどう誘導するかというのは非常に重要です。その恩恵を受けたのが来月開かれる冬季アジア大会、札幌です。思っていた以上に協賛企業が集まっています。

なので、関心が高まっている企業の協賛意欲をぐっと引き込めるような大会に育てていくことが重要です。そのためには 9 年前のマーケティング、8 年前のマーケティング、7 年前のマーケティングというふうに戦略的なプランを作るといふのと、イベントを誘致しながら少しずつ温度を高めていく。

そのためにはぜひスポーツコミッションですね。イベント誘致の部局があるといいなと思います。ただ名前は、スポーツエンターテインメントだのスポーツオーソリティーでも何でもいいと思うのですが、名古屋スポーツ何々という、そういう専門部局をつくられることをエールとしてお伝えしたいなと思います。以上です。

波瀾部長

最後に名古屋市を代表しまして松雄調整監、お願いいたします。

松雄調整監

3 人の諸先生から大変熱いエールをいただきまして、私も勇気をいただいたなというふうに感じます。確かにあと 9 年後ですけども、非常に短いと思っておりまして、やらなければいけないことはたくさんあると思っています。

アジア大会というのは、やはり一つは平和の象徴でありますし、子どもたちがワクワクするような大会にぜひしたいというふうに思いますし、またこれを目標といたしまして、まちをもう一回見つめ直して変えるというようなきっかけにもしていきたいなと思っております。

またこれは個人的なことではありますが、第 24 回のオリンピックの招致のときに、名古屋はソウルに負けたといったようなことがありますので、このアジア大会を絶対成功させることによって、トラウマといいますか、それを払拭したいなと、名古屋はさらに自信をつけたいなというふうに思っております。本当にどうもありがとうございました。

波瀾部長

ありがとうございました。2026 年は遠い先のように意外と近いということ、

そして今、私も未来予測というのをしていますが、おそらく、ICTの進化、テクノロジーや世界情勢など、世の中がガラッと変わっていると思います。このような環境の中、名古屋アジア大会を成功させていただきたく、応援したいと思います。ありがとうございました。

(了)