

我が国のスポーツを取り巻く環境変化と地域交流への寄与

お ば ら さ わ こ
小原 爽子

株式会社日本経済研究所 公共デザイン本部インフラ部長

我が国のスポーツを取り巻く環境は、近年大きく変わりつつある。本稿では、第二期スポーツ基本計画に記載されたスポーツを「する」「みる」「ささえる」観点から、我が国のスポーツ全体を取り巻く近年の環境変化を把握する。また、そうした環境変化を踏まえつつ、スポーツが具体的にどのように地域のコミュニティ形成に寄与するか、身近な事例から考察したい。

1. 「する」スポーツを取り巻く環境変化

「する」スポーツを取り巻く環境変化の主要素としては、コロナ禍を背景としたスポーツのオンライン化や、eスポーツの発展、アーバンスポーツやスポーツツーリズムへの注目、学校部活動の地域移行等が挙げられる。本稿では、特にスポーツのオンライン化、アーバンスポーツへの注目、学校部活動の地域移行に関して取り上げたい。

(1) コロナ禍を背景としたスポーツのオンライン化

新型コロナウイルス感染症が我が国を席卷したことで、さまざまな行動制限が図られた。「する」スポーツに関わる点では、官民スポーツ施設の一次閉鎖や利用時間制限、各種スポーツ大会の中止、学校部活動における対外試合の禁止や活動停止・時間制限等が挙げられる。

これらの制限に加え、外出抑制や在宅勤務の拡大により、運動不足に陥る人々が増加した。体を動かしたい、スポーツをしたい、コロナ太りを回避・解消したい多くの人々のニーズを背景に、YouTubeやスポーツクラブのオンライン配信による、「家でもできるエクササイズ」を実践する人々が多く出現した。

また、スポーツ大会の中止を背景に、さまざまな大会を「オンライン」で実施する試みも行われた。マラソンや自転車レース等、自宅や近所で走っているながら、オンラインで大会に参加するといった試みである。

これら「スポーツのオンライン化」は、コロナ禍を背景に成長したが、その手軽さから、コロナ収束後も一定の市場を形成すると考えられる。

(2) アーバンスポーツへの注目

東京オリンピック・パラリンピック2020における日本人選手の活躍により、スケートボード、ボルダリング等のアーバンスポーツに注目が集まっている。特にスケートボードは、その手軽さや、活動が密になりにくいことから、急速に広まっている。

アーバンスポーツは、若い世代に人気のスポーツとして知られているが、東京オリパラでの各国選手の振るまいが、勝利至上主義とは異なる尊敬・友情・純粋に競技を楽しむ、といった新鮮な価値観を提示したこと等から、多世代への認知度、好感度を高めた競技といえよう。



写真1 県立カシマサッカースタジアム内
ボルダリング施設

(筆者撮影)

【小原爽子氏のプロフィール】

1999年 財団法人日本経済研究所入所。専門分野は、PPP・PFI、指定管理者制度、スポーツによる地域活性化等。日本スポーツマネジメント学会所属。経済学修士。



写真2 スケートパーク (ムラサキパーク東京)
(筆者撮影)

また、スケートボードやボルダリング等は、賑わい空間の創出や、他のスポーツ施設との相乗効果にも繋がることから、まちづくりのコンテンツとして活用される方向性にある。各地でスケートパーク創設の動きもみられる。

(3) 学校部活動の地域移行

学校部活動に関しては、以前より、教員の負担感

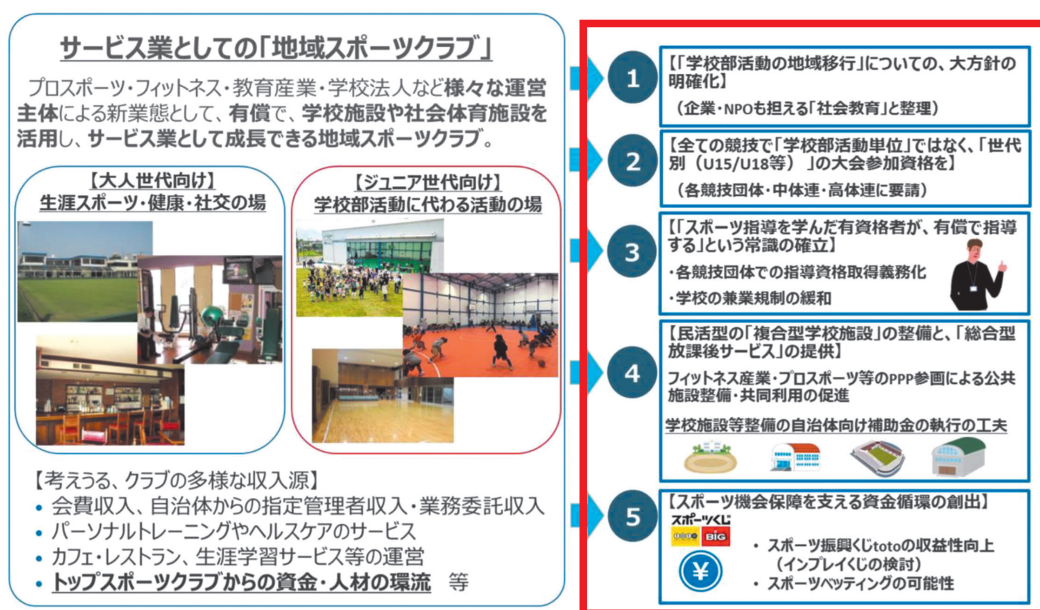
が大きいことや、生徒数の減少による部活動の縮小、部活動の質の維持向上等、今後の持続可能性が危ぶまれている。

こうした問題認識を背景に、経済産業省による「地域×スポーツクラブ産業研究会」第一次提言取りまとめ（2021年6月）においては、「学校部活動の地域移行」について、図1のような5つのポイントが整理されている。

これらのポイントをもとに、経済産業省は、2021年度、「部活動の地域移行の受け皿となりうるサービス業としての「地域スポーツクラブ」の創出を目指した実証事業」を開始しており、採択先では、中学校の部活動に地元プロスポーツクラブの選手を指導員として活用するといった取組みを実施している。

学校部活動の地域移行は、我が国全体の課題であることから、こうした実証事業を経て、全国に広まるであろう。

図1 学校部活動の地域移行



出所：経済産業省 HP「地域スポーツクラブを軸にした新しい社会システム像に向けた提言」

<https://www.meti.go.jp/press/2021/06/20210625005/20210625005.html>

2. 「みる」スポーツを取り巻く環境変化

「みる」スポーツを取り巻く環境変化の主要素としては、直接的・間接的な観戦に関する動向や、新リーグの誕生、スポーツベッティング検討に関する動きがある。

(1) 直接的な観戦の動向

直接的な観戦の動向としては、ダイナミックプライシング¹によるチケット価格の多様化・高額化、スタジアム・アリーナにおけるホスピタリティサービスの認知度向上や多様な観戦スタイルの定着等が挙げられる。

ダイナミックプライシングは、ホテルや航空産業では知られた手法であるが、海外のプロスポーツが先行して導入し成功を取めたことから、近年、プロ野球やJリーグ、Bリーグといった我が国のプロスポーツでも取り入れられる手法となった。

ダイナミックプライシングは、スタジアム・アリーナのホスピタリティサービスの多様化と無関係ではない。例えば、楽天生命パーク宮城や、マツダスタジアムのように、ファミリーシートやペアシート、BBQをしながら観戦できるシート等、多様な観戦スタイルを提供している施設では、ダイナミックプライシングにより、シートごとに多様な価格設定が可能となる。

国によるスタジアム・アリーナ改革の推進に伴い、近年多くの「みる」ことを主目的としたスタジアム・アリーナが整備されつつあるが、いずれも多様な観戦スタイルの実現を重視し、VIPエリアの整備やさまざまな付帯サービスを提供する等、ホスピ



写真3 楽天生命パーク宮城のペアシート
(筆者撮影)



写真4 マツダスタジアムのジャグジー観戦席
(筆者撮影)

タリティサービスの充実を図っている。

Bリーグでは、将来構想の中で、一定要件を満たすスイート・라운ジの整備を必須とする新B1アリーナ基準を定め、2026～2028年までの実現を図っている。

コロナ禍により、直接的な観戦は、無観客や人数制限によりダメージを受けているものの、海外に遅れを取っていたホスピタリティ分野が、我が国でもようやく一般的になりつつある。

(2) 間接的な観戦の動向

間接的な観戦の動向としては、OTTサービス²による観戦スタイルの広まりや、これに関連する放映権ビジネスの動向、女子プロサッカーリーグWE

¹ ダイナミックプライシング：試合日程、席種、市況、天候、個人の嗜好などに関するビッグデータ分析を基に試合ごとの需要予測を行い、需要に応じてチケット価格を変更して『適正価格』で販売する仕組み

² OTTサービス：インターネット経由で配信する動画や音声等のコンテンツやサービス、あるいはそれらを提供する非通信事業者を指して「OTT (Over The Top)」という。配信・受信の技術やデバイス類の向上により、近年急速に普及してきた動画配信ビジネス。

リーグや、ジャパンラグビーリーグワン等の新リーグ設立、スポーツベッティングを巡る動向等が挙げられる。

OTTサービスの普及により、いわゆる「スポーツ視聴」の世界は大きく変化した。我が国のスポーツ放送は主に地上波、BSによるテレビ放送に依存しており、視聴者は受動的でごく限られた選択肢しか持ち合わせていなかったが、OTTサービスの普及により、多くの国内外スポーツの視聴が可能となり、スマホでいつでもどこでも観戦できるようになった。

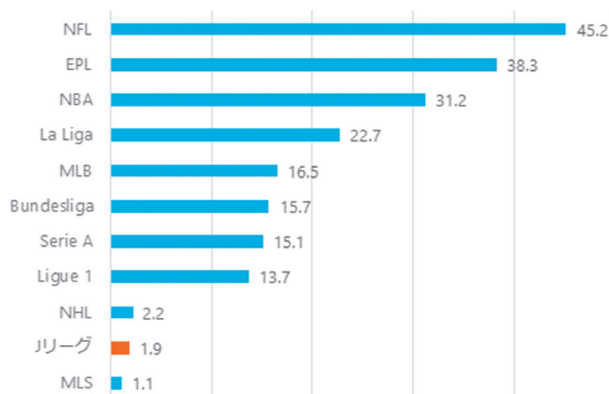
これにより、無料視聴が当たり前だった我が国でも「有料で視聴する」文化が根付きつつある。かくいう私も、毎月相応の視聴料を支払って、WOWOW オンデマンド、DAZN、J SPORTS 等で、日常的に国内外プロサッカーやラグビートップマッチ、ラグビートップリーグを視聴している。

我が国のみならず世界のスポーツ番組視聴がOTTサービスで拡大するなか、人気スポーツの放映権料は高騰し、世界主要スポーツリーグの放映権料は巨額になっている。我が国スポーツの放映権料は、Jリーグが2017年からDAZNとの長期の放映権契約を締結したものの、米欧の主要スポーツの放映権料とは依然として大きな差が存在している。米欧の放映権料高騰の背景としては、リーグによる放映権一括管理やメディアによる放映権獲得競争の激化、国内外におけるスポーツライブ中継の人気の高さが挙げられる（図2）。

我が国においても、メディアの放映権獲得競争やスポーツライブ中継の人気の高まり、海外市場開拓等により、JリーグやBリーグのみならず、新たなリーグや、さまざまなスポーツの放映権の成長余地があると考えられる。

スポーツベッティングは、経済産業省の「地域×スポーツクラブ産業研究会」でも取り上げられ、我が国のスポーツ分野における資金循環の担い手とし

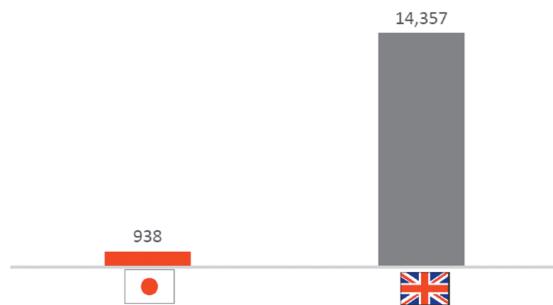
図2 主要リーグの2019年の年間放映権（億ドル）



出所：Statista 及び Jリーグニュースリリースより日本経済研究所作成

注：Jリーグについては IMF・IFS の2019年期中平均円ドル相場 1ドル=109.01円を用いて換算。

図3 2019年売上額比較（単位：億円）



日本：独立行政法人日本スポーツ振興センターニュースリリースより
英国：<https://beta.gamblingcommission.gov.uk/statistics-and-research/publication/industry-statistics-november-2020>

注：経済産業省「地域×スポーツクラブ産業研究会」事務局説明資料よりサッカーを対象とするベット売上額

て、注目されている。我が国におけるスポーツベットは、競馬・競輪等の公営4競技と、toto／BIGに限られるが、欧米では多くのプロスポーツ等で合法化されており、同様に我が国のスポーツベットが合法化されれば、巨額の市場規模が形成され、スポンサーや税収等の資金循環により、スポーツ産業が活性化するとみられている（図3）。

3. 「ささえる」スポーツを取り巻く環境変化

「ささえる」スポーツを取り巻く環境変化の主要要素としては、「みる」スポーツをささえるスタジ

アム・アリーナの整備・運営や、学校部活動の地域移行による外部指導員の活用、(一社)大学スポーツ協会 (UNIVAS) を活用した学生スポーツの改革 (学生スポーツの収入増等) 等が考えられる。ここでは、スタジアム・アリーナの整備・運営について取り上げる。

スタジアム・アリーナの整備・運営

スタジアム・アリーナについては、スポーツ庁のスタジアム・アリーナ改革推進事業により、ガイドブックの作成や、先進事例形成支援のための助成金、スタジアム・アリーナ相談窓口による相談受付、専門家派遣、全国各地でセミナー等を実施し、スタジアム・アリーナの整備・運営を推進してきた。

国による推進を背景に、全国各地で、地域の交流拠点となるようなスタジアム・アリーナが整備されつつあり、スポーツ庁及び経済産業省は、2020年度より「多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナ」選定事業を実施し、まちづくりや地域活性化の核となるスタジアム・アリーナを選定し、事例集を公表している (図4)。

これらの拠点は、スタジアム・アリーナ改革指針を反映した選定要綱に基づき選定されており、改革

指針に記載の多くの要件を満たした拠点となる。上記スポーツ庁のHPには、選定された各拠点の事例集も掲載され、選定ポイントがわかりやすくまとめているので、ご関心のある方は是非ご覧いただきたい。

一方、スタジアム・アリーナ先進国の米国では、SDGs や環境といった、サステナビリティを意識したスタジアム・アリーナの潮流がある。米国シアトル所在の Climate Pledge Arena (旧 Key Arena) は、建替時に Amazon が命名権を取得し命名したアリーナで、International Living Future Institute によりゼロカーボン認証を受けた、世界初のアリーナとなる (2021年10月開業、収容18,100人、NHL、WNBA の本拠地)。



写真5 Golden 1 Center 外観

社会的インパクト評価の手法を用いたスタジアム・アリーナ効果検証モデル検討報告書 (2019年3月株式会社日本経済研究所)
(筆者撮影)

図4 多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナ 2020年度の選定拠点

- 「運営・管理段階」又は「設計・建設段階」の施設
 1. ES CON FIELD HOKKAIDO (エスコンフィールド HOKKAIDO) 【北海道北広島市】
 2. FLAT HACHINOHE 【青森県八戸市】
 3. 横浜文化体育館再整備事業 【神奈川県横浜市】
 4. 桜スタジアム (大阪市立長居球技場) 【大阪府大阪市】
 5. 東大阪市花園ラグビー場 【大阪府東大阪市】
 6. ノエビアスタジアム神戸 (神戸市御崎公園球技場) 【兵庫県神戸市】
 7. FC 今治新スタジアム 【愛媛県今治市】
 8. ミクニワールドスタジアム北九州 (北九州スタジアム) 【福岡県北九州市】
 9. SAGA アリーナ 【佐賀県佐賀市】
- 「構想・計画段階」の施設
 1. アイシンアリーナ (仮称) 【愛知県安城市】
 2. 長崎スタジアムシティプロジェクト 【長崎県長崎市】

出典：スポーツ庁 HP

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop02/list/detail/1411943_00004.htm

また、米国サクラメントの Golden 1 Center は、100%太陽光発電による世界初の屋内アリーナであり、LEED 認証（プラチナ）を受けた米国初のプロスポーツ施設である。食材の9割は150マイル以内から調達し、消費されなかった食べ物はローカルフードバンクと協力しコミュニティを通じて配布等がされている（2016年開業、収容17,608人、NBAの本拠地）。

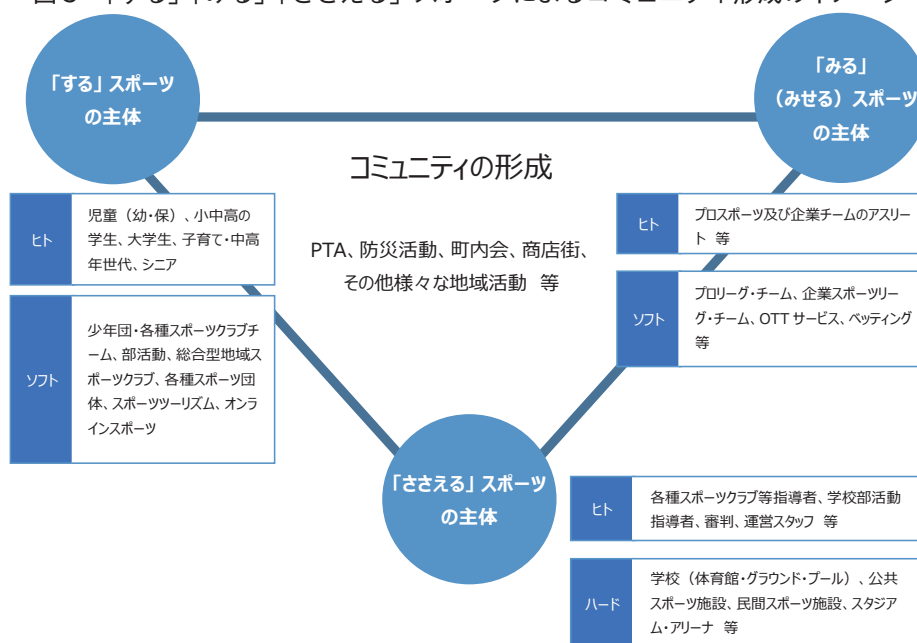
スタジアム・アリーナは、エネルギー消費が大き

な施設だが、米国では、このほかにも多くの大規模スタジアム・アリーナが、SDGs や環境に配慮した施設となっており、我が国のスタジアム・アリーナにおいても今後はこうした配慮が求められると考えられる。

4. 地域のコミュニティ形成に対するスポーツの寄与

これまで、「する」「みる」「ささえる」観点から

図5 「する」「みる」「ささえる」スポーツによるコミュニティ形成のイメージ



〈スポーツコンテンツのユーザー像（ペルソナ）〉

- 東京都内に居住する子育て・中高年世代の女性
- かつて子どもが入会した地域の子どもサッカークラブのボランティアコーチや、保護者を母体とした仲間達と、週に2日程度、趣味のサッカーやフットサル、テニスを楽しんでいる。高校生から還暦近い人まで、さまざまな世代が参加している。
- 活動場所は、主に近所の中学校のグラウンドか、公共スポーツ施設である。申込や、学校との鍵の受け渡し等は、仲間達で実施している。終了時はブラシがけや照明の消灯等を実施する。
- コロナ禍ではこうしたスポーツ活動が制限されたので、YouTube で、人気インストラクターのエクササイズを楽しむようになった。仲間にも勧めてお互いに成果を楽しんでいる。
- スタジアムやアリーナでのスポーツ観戦も好きだが、近年は多忙により難しい。その分、複数のサブスク（OTT サービス）を活用し、隙間時間に国内外のサッカーやラグビー観戦を楽しんでいる。
- 現在居住するエリアは出身地ではないが、地域でのスポーツ活動により、多くの知人・友人ができた。災害時には、共同の買い出しや、お互いの家に避難する等、助け合っている。
- 地域の子どもサッカークラブのボランティアコーチや、運営スタッフとなった保護者達は、地域活動へのハードルが低く、PTA や町内会の活動にも積極的である。隣の小学校のグラウンドでは、毎年、町内会連合会による大規模な運動会が開催される。

出所：筆者作成

スポーツの環境変化を論じてきた。そうした環境変化のもとに、それぞれに関与する主体がどのように地域のコミュニティ形成に関わっているか考察したい。

以下、「する」「みる」「ささえる」スポーツの主体を想定し、ヒト、ソフト、ハードといった面から、図5のようなイメージを想定した。そのうえで、あるスポーツコンテンツのユーザー像（ペルソナ）の行動を想定し、スポーツが「コミュニティの形成」に具体的にどのように寄与しているか検討した。

あるペルソナが、スポーツの「する」「みる」「ささえる」に関与し、その結果、地域の交流や、一定のコミュニティが形成されていることが、おわかりになるのではないだろうか。実は、このペルソナは、私や私の周辺の人々である。

ごく個人的な事例であり、恐縮至極であるが、アカデミックな調査結果より、読者の皆様にビビッド

に伝わるのではないだろうか。皆様の現場でもぜひご一考いただければと思う。私自身は、我が国のスポーツ市場調査や、スタジアム・アリーナの国内外事例調査、フイージビリティスタディ等に関わっているが、大きなスポーツの潮流やプロジェクトと、身近なスポーツ活動や地域交流が、大なり小なり関わっていることを日々実感している。

我が国のスポーツ市場を俯瞰すると、スポーツのビジネス化においては、欧米に一步も二歩も遅れていると感じざるを得ない。一方で、スポーツの教育的価値や、プロスポーツによる地域貢献、学校体育や部活動による若年世代のスポーツへの関わり、といった側面では、我が国が世界に提供できる価値もある。また、スポーツが地域交流に与える大きな力も感じている。国では、第三期スポーツ基本計画も議論されているが、こうしたスポーツの力が国民に広く理解されることを強く願っている。