地域政策におけるスポーツを通じた価値創出メカニズムとは
106都市の評価から考察するスポーツ都市の姿


谷本敬一朗


西崎　遼


小宮山俊太郎

CONTENTS

Ⅰ　都市のスポーツ産業における価値の可視化の重要性
Ⅱ　スポーツが都市にもたらす価値
Ⅲ　スポーツを通じて目指す都市の姿
Ⅳ　スポーツ都市の試行的評価
Ⅴ　スポーツコンプレックスとまちづくり
Ⅵ　最後に

要　約

1　日本政府は地域政策におけるスポーツの重要性を強調しているが、スポーツが生み出す価値について、産業規模やスポーツ消費などの経済的価値は把握が可能な一方、健康や地域活性化などの社会的価値についてこれまで可視化されてこなかった。

2　そこで野村総合研究所（NRI）は、同志社大学と日本政策投資銀行、フロム・シェフとの共同研究を通じて、スポーツが生み出す社会的価値を可視化するとともに、社会的価値、経済的価値創出につながる都市におけるスポーツ資産とスポーツ活動・消費についての価値創出メカニズムをスポーツ都市インデックスとして整理した。

3　さらに本共同研究では、国内106都市を対象にスポーツ都市インデックスを活用した評価を実施し、さいたま市やつくば市などのスコアが高い都市を通じて、あるべきスポーツ都市像について考察を行った。

Ⅰ 都市のスポーツ産業における価値の可視化の重要性

スポーツがもたらす価値は、大きく「経済的価値」と「社会的価値」に分けられる。経済的価値はスポーツによって促された個人消費や施設などを建設する際の経済波及効果が例として挙げられ、比較的定量化しやすい。社会的価値はスポーツによって個人が健康になったり、地域が活性化したりするといった価値が例として挙げられるが、定量化が難しい。スポーツの価値においては後者の社会的価値が占める割合が大きいものの、これまで社会的価値についての体系的な整理や測定手法の確立がされてこなかった結果、スポーツへの投資に対する費用対効果の説明が困難となっていた。

また、近年ではスポーツとまちづくりを中心とした地域政策を連携させる機運が高まっている。2019（令和元）年12月に閣議決定された「第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、スポーツ・健康まちづくりが項目として新設された。2022（令和４）年３月に策定された「第３期スポーツ基本計画」においては、国民の健康増進を目的にスポーツ実施率（20歳以上が週１回以上スポーツを行う人口の割合）を70％とすることや、地域の交流拠点であるスタジアム・アリーナを通じた地域産業の活性化が目標として掲げられ、地域政策におけるスポーツの重要性は一段と高まりつつある。

「スポーツ×地域政策」においては、多岐にわたるステークホルダーの巻き込みが必要となる。しかし、これまではスポーツの価値を十分に可視化できていなかったため、地域政策にスポーツを活用するメリットの説明に苦慮することが多かった。また、スポーツの活用に積極的であったとしても、目指すべきスポーツ都市像が確立できておらず、効果的な施策設計ができていなかった。効果的な地域スポーツ政策が各地で実装されるには、まちづくりの主体がスポーツを活用した都市像を描くことはもちろんのこと、さまざまなステークホルダーを巻き込むための論理的な説明が求められている状況である。

本稿では、地域政策にスポーツを取り入れるメリットをさまざまなステークホルダーに説明できるようにするため、スポーツが都市にもたらす価値について論考を提示する。そのうえで、理想的なスポーツ都市像とそれを構成する要素について考察を行う。

具体的には、地域政策にスポーツを活用することで生まれる理想的な価値創造プロセス（＝スポーツ都市像）と、それらを定量的に検証可能な形で体系化したスポーツ都市インデックスについて解説する。また、このスポーツ都市インデックスを国内106都市に適用し、指標間の相関関係や都市間の相対比較の検証結果も提示する。

Ⅱ スポーツが都市にもたらす価値

これまで、まちづくりにスポーツを活用するうえで、スポーツが持つ価値の可視化が重要であることを説明してきたが、そもそもスポーツが持つ価値にはどのようなものがあるのだろうか。本章ではスポーツが持つ価値について整理したい。

1　スポーツの内在的価値／外在的価値

スポーツが持つ価値は２つに大別され、うち１つは、「スポーツを実施・観戦すること自体の楽しさ」など、スポーツに内在する本質的な価値（内在的価値）である。一方、スポーツが持つ価値には、健康や友達づき合いなど、スポーツを「する」「みる」「ささえる」ことで得られるものも存在しており、こうした価値は外在的価値と呼ばれる。

このうち、本章の主眼はスポーツを「する」「みる」「ささえる」ことで都市にもたらされる価値であるため、以降はスポーツの外在的価値に着目する。

2　スポーツの外在的価値

スポーツの外在的価値として語られるものは長らく限定的であったが、近年、その範囲が拡大してきている。1961年にスポーツ振興法が制定されたが、当時のスポーツ行政における力点は学校体育（および競技スポーツ）であった。その後、健康保持・増進を目的とした生涯スポーツが政策の柱として推進されるようになったが、長らくスポーツの価値として行政が重んじたのは、教育と健康の２点であった[注1]。

その後、スポーツの外在的価値はより多様に捉えられるようになっていくが、その象徴が、2011年に制定されたスポーツ基本法である。スポーツ基本法では、スポーツの多様な価値が法律の中で明文化されており、たとえば「人間関係の希薄化などの問題を抱える地域社会の再生に寄与する」といった価値に触れられている。

その後、スポーツの価値について扱った研究は広がりを見せているが、特に地域スポーツ政策に関連する外在的価値は、既往研究を踏まえるとおよそ表１のとおりである。

なお、地域スポーツ政策に関連するスポーツの外在的価値は、必ずしもスポーツに関する資産（例：スポーツ施設、指導者）だけで生み出されるものでない。直近、スポーツ施設と周辺施設やインフラなどを総合的に整備・活用することを目指す「スポーツコンプレックス」という考え方が注目されているが、この考え方の趣旨は、周辺施設やインフラなどを活用し、スポーツのさまざまな外在的価値をさらに高めることにある。たとえば横浜市関内地区では、横浜スタジアムや横浜BUNTAIなどのスポーツ施設がまちづくり計画に位置づけられ、周辺の娯楽施設などと連携することで、スポーツ施設単体では実現できないにぎわいを生み出そうとしている。

これまで、スポーツの外在的価値がさまざ

表1　地域スポーツ政策に関連するスポーツの外在的価値[注2]

大分類	小分類	意味
経済的価値	—	地域におけるスポーツ産業の規模（スポーツ産業にかかわる生産活動／スポーツGRP）
社会的価値	健康	地域の人々の健康への意識の高さや身体的・精神的な健康状態
	地域活性化（ソーシャルキャピタル）	信頼や規範、ネットワークなど、地域コミュニティにおける人々の相互関係や結びつき
	地域活性化（シビックプライド）	自分が住んでいる地域に対する誇りやそれを支え改善しようとする姿勢
	教育	他者を尊重し、公正さ・規律を尊ぶ姿勢、克己心、実践的な思考力や判断力

出所）友添秀則「第３期スポーツ基本計画の意味論――スポーツの価値とこれからの社会」（スポーツ教育学研究2023年43巻１号）の成果を踏まえて作成

ま存在していることを紹介してきたが、その価値の多寡は測られてこなかった。経済的価値の可視化については、川島ほか[注3]が広島県のスポーツGRP（地域内総生産）を算出するなど先行事例があるものの、社会的価値の可視化は、（試合単位・チーム単位で試みられた例はあるものの[注4]）日本において地域単位で実施した例は管見の限り存在しない。そのため、外在的価値の定義は進みつつあるものの、実際に外在的価値がどの程度あるかを可視化したうえで、地域スポーツ政策を通じてスポーツが有する外在的価値を高める活動を行うことは難しい状況であった。

Ⅲ スポーツを通じて目指す都市の姿

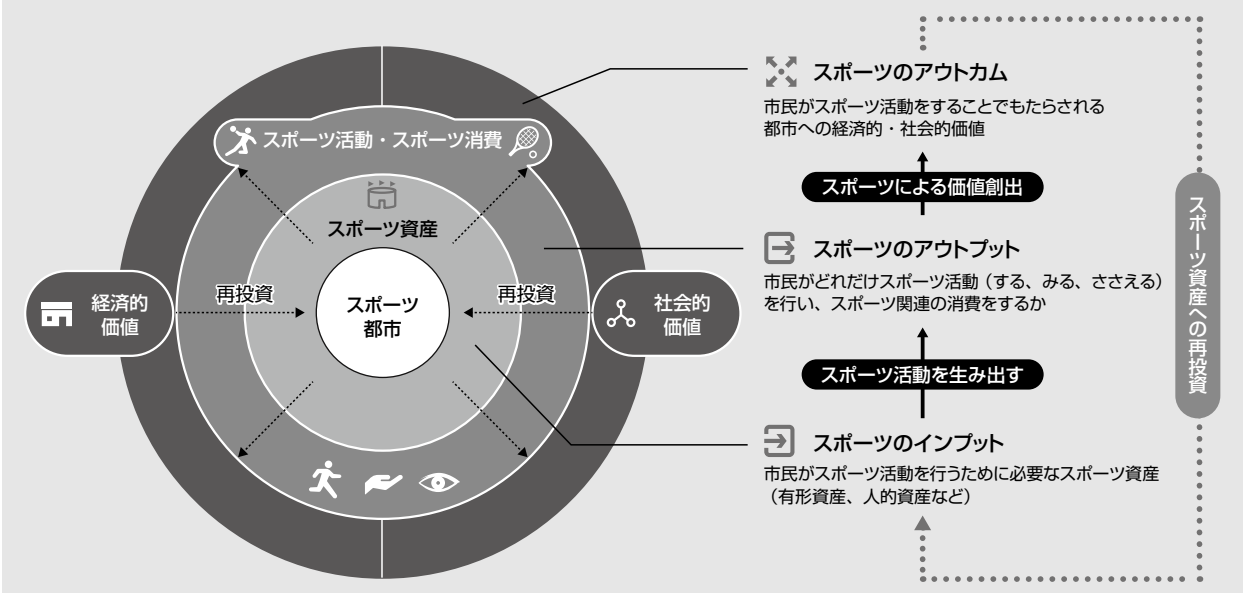
前述のとおり、スポーツが地域にもたらす価値はさまざま存在することが既往研究からも提言されている。スポーツ・健康まちづくりの推進がうたわれる中、地域スポーツ政策を適切に設計・実装できれば、スポーツを通じて多様な価値を地域に対して創造していくことが期待される。では、スポーツを通じて価値を創造できている都市とは、具体的にどのような都市なのか、本章にて考察していきたい。

1 スポーツを通じた価値創出プロセスを確立している「スポーツ都市」

スポーツ都市と聞くと「スポーツ実施率が高い都市」や「スポーツの競技力が高い都市」を想起するかもしれない。しかし、地域政策的観点において真に重要なのは、地域スポーツ政策によって適切なスポーツ資産[注5]（インプット）が構築され、住民のスポーツ活動やスポーツ消費（アウトプット）が促進され、最終的に経済的価値や社会的価値（アウトカム）になって地域へ価値をもたらすロジカルなプロセスそのものの確立である。

野村総合研究所（NRI）は、このインプット・アウトプット・アウトカムの３ステップから構成されるロジックモデルを適切に踏ん

図1　スポーツ都市による価値創造プロセス



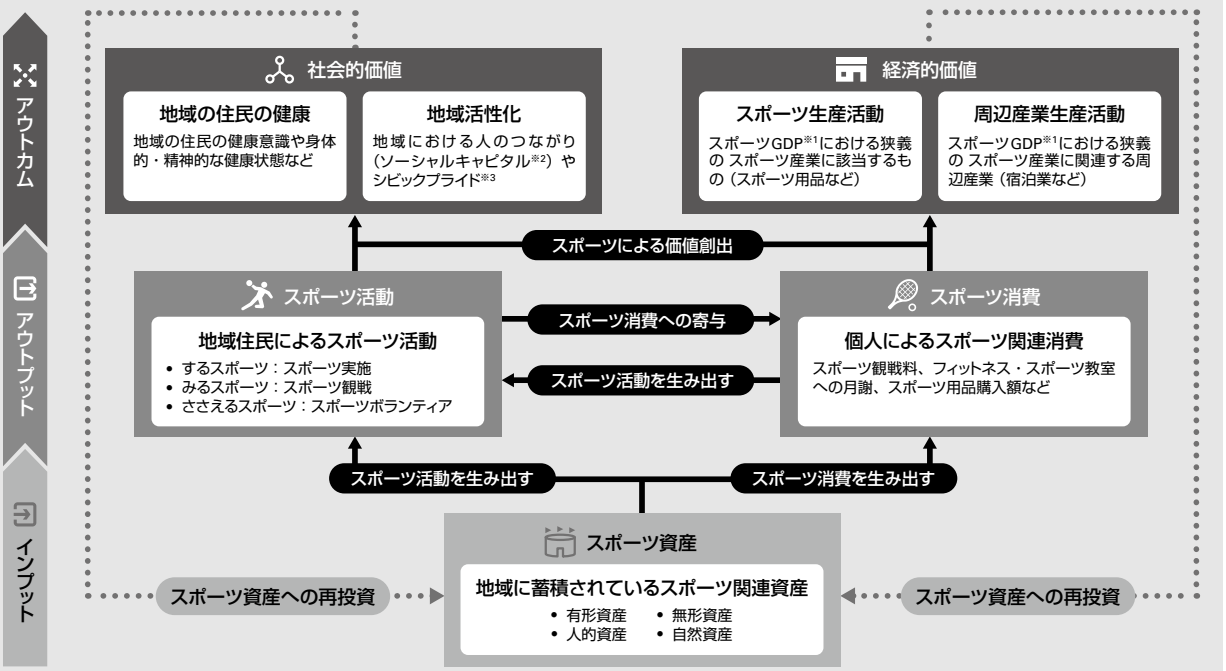
でスポーツを有効活用できている都市を「スポーツ都市」と定義した。たとえば、スポーツ資産が豊富に備わっていても、スポーツ活動や経済的価値が促進されなければ、それは都市にとって低付加価値で非効率な投資となる。このような非効率な投資を避けるためにも、都市に本当に必要なインプットを特定・構築することでアウトプット・アウトカムの創出を一気通貫で実現していくことが、地域スポーツ政策を設計するうえで重要であると考える（図1）。

2　価値向上サイクルを実現している持続可能な「スポーツ都市」

これまで、スポーツを通じた都市における価値創造には、インプットからアウトカムまでのプロセスを見据えた政策設計が重要である点について解説した。そのうえで、その価値創造を持続的な仕組みにするには、アウトカムを一過性とせず、さらなるインプットすなわちスポーツ資産拡充への再投資につなげ、価値向上サイクルとして価値と再投資を循環させていくことが重要だと考えられる。

そこでNRIは、スポーツ都市が実現し得る価値向上サイクルを図2のとおり定義づけた。アウトカムとして期待される社会的価値と経済的価値が、さらなるスポーツ資産の創出を呼び込むことによって、インプット→アウトプット→アウトカムのプロセスを再循環させ、スポーツを通じた持続的な価値創造を都市において実現するサイクルである。この向上サイクルの実現可能性について、NRIは同志社大学と日本政策投資銀行、フロム・シェフと共同研究（以下、本共同研究）を実施した。その結果について次章で解説していきたい。

図2　スポーツ都市の価値向上サイクル



※1 日本版SSA（日本版スポーツサテライトアカウント）にて算出したわが国のスポーツ産業の経済規模。詳細は、日本政策投資銀行「わが国スポーツ産業の経済規模推計」を参照
※2 先行文献を参考に「付き合い・交流」「信頼」「社会参加」の尺度構成で調査を実施した
※3 先行文献を参考に「誇り」「愛着」の尺度構成で調査を実施した

Ⅳ スポーツ都市の試行的評価

本共同研究では、人口規模などを考慮して選定した国内106都市（政令指定都市、中核市、県庁所在市、施行時特例市）を対象にスポーツ都市を生み出す要素、またスポーツ都市がもたらす社会的・経済的価値とそのつながりについて、「スポーツ資産」「スポーツ活動」「スポーツ消費」の３つの視点から分析し、前章にて定義づけしたスポーツ都市や価値向上サイクルの実現可能性について検証を行った。本章では、その結果を参照しながらスポーツ都市のあり方や価値向上サイクルの是非について考察していく。

表2　スポーツ都市インデックス

評価の視点			評価指標設定のポイント	主な評価指標
インプット	スポーツ資産	有形資産	• 住民がスポーツを「する」「みる」施設を有形のスポーツ資産とし、その充実度に関して評価指標を設定	• 公共／民間スポーツ施設数、満足度 • 学校施設の施設数 • スタジアム・アリーナの総収容人数 など
		無形資産	• チームや大会、自治体のスポーツ施策の積極性といった、無形だがスポーツ環境を構築する要素に対して評価指標を設定	• 国内トップリーグ※のホームゲーム観客数 • 国際・国内競技大会予定／開催数 • スポーツ少年団や総合体地域スポーツクラブの数 • 自治体のスポーツ施策の積極性 など
		人的資産	• 都市内のスポーツに関連する人材（トップレベルの選手からスタッフまで）について評価指標を設定	• 国内トップリーグの選手数 • 各競技の審判員・レフェリー数 • スポーツ指導者数 • スタッフ・トレーナー・マネジメント人材数 など
		自然資産	• スポーツに活用されると考えられる自然環境について評価指標を設定	• 山系として山岳・高原・湿原・原野の数 • 海・川系として湖沼・河川・峡谷・滝・海岸・岬の数 など
アウトプット	スポーツ活動	スポーツ実施（する）	• 住民がスポーツを「する」頻度について、実施・実施意欲・身体活動量の観点で評価指標を設定	• 個人のスポーツ実施率 • 身体活動量 など
		スポーツ観戦（みる）	• 住民がスポーツを「みる」頻度について、直接・テレビ・インターネットにて評価指標を設定	• 会場でのスポーツ観戦率 • テレビ・インターネットでのスポーツ観戦率 など
		スポーツボランティア（ささえる）	• 住民がスポーツを「ささえる」度合いについて、実施・定期的な参加意欲・大会などへの参加意欲の観点にて評価指標を設定	• スポーツに関するボランティアの実施有無 • 団体運営やコーチなどといった定期的な活動への参加意欲 など
	スポーツ消費	スポーツ関連消費	• スポーツ実施や観戦などのスポーツ活動に基づく関連消費支出額	• スポーツ月謝への支出 • スポーツ関連の用具への支出 など
アウトカム	社会的価値	地域の住民の健康	• 住民の健康状態について健康への意識・主観的健康感の２つの観点で評価指標を設定	• 自身の健康への意識 • 主観的健康感 など
		地域活性化	• 住民が住む都市に関するソーシャルキャピタル（地域コミュニティ）やシビックプライド（愛着や誇り）について評価指標を設定	• ソーシャルキャピタル（地域に関する信頼・ネットワーク・社会参加） • シビックプライド（愛着・誇り）など
	経済的価値	スポーツ生産活動	• 都市における狭義のスポーツ産業の規模を算出	• スポーツGDPにおいてスポーツシェアが100%を占める産業分類（スポーツ用品、フィットネス施設など）のスポーツGRP
		周辺産業生産活動	• 都市におけるスポーツの周辺産業の規模を算出	• スポーツGDPにおいてスポーツシェアが1～99%の産業分類（飲料、健康食品など）のスポーツGRP

※「JSPO（日本スポーツ協会）に加盟している中央競技団体競技またはその関連団体が運営、公認するトップリーグ」かつ「リーグ所属チームすべてに、ホームタウンまたはホームスタジアムが明記されているもの」と定義

1　スポーツ都市インデックス

前述のとおり、NRIはスポーツ都市を構成する要素をインプット・アウトプット・アウトカムとして整理したが、これを都市ベースで測定可能な指標に置き換えたものが、本共同研究を通じて開発したスポーツ都市インデックスである。

地域スポーツ政策を設計する主体は、地域のスポーツ環境にかかわる実態把握を行うことが想定される。しかし、これまで地域のスポーツ環境が体系的に整理されていなかったため、実態を把握するための事項設定において漏れがあったり地域間の相対評価が困難であったりといった課題が存在していた。本共同研究で開発したスポーツ都市インデックスは、地域スポーツ環境の全体像を体系的に整理しているため、スポーツ政策の主体にとって、把握事項の参考として、あるいは相対評価の指標として活用してもらうことが可能である。

スポーツ都市インデックスの具体的な指標の構成について概説する。インプットである「スポーツ資産」は、スタジアム・アリーナといった有形資産、トップリーグや誘致される国際大会といった無形資産、指導者・トレーナーといった人的資産、地域に存在する自然資産の4指標で構成されている。

2つのアウトプットのうちの1つである「スポーツ活動」は、スポーツ実施率、スポーツ観戦率、スポーツボランティアといったスポーツのする・みる・ささえる活動にかかわる3指標で構成されている。もう1つのアウトプットである「スポーツ消費」は、スポーツ月謝、スポーツ関連用具への支出といった、スポーツ活動に基づく関連消費にかかわる指標を用いている。

また、それらを基として地域にもたらされるアウトカムは、「社会的価値」と「経済的価値」の2つと定義し、社会的価値の分析には地域住民の健康と地域活性化にかかわる指標、経済的価値の分析にはスポーツGRP[注6]

表3　スポーツ都市ランキング

項目			第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
合計		下記5項目の合計	**さいたま市（6.18点）**	**福岡市（3.65点）**	**福島市（3.25点）**	**名古屋市（3.15点）**	**高崎市（2.72点）**
インプット	スポーツ資産	有形資産、無形資産、人的資産、自然資産	松本市（1.51点）	甲府市（1.23点）	盛岡市（1.14点）	富山市（1.10点）	長野市（1.08点）
アウトプット	スポーツ活動	実施・観戦・ボランティア	福岡市（1.37点）	長崎市（1.30点）	さいたま市（1.30点）	佐賀市（1.12点）	佐世保市（1.12点）
	スポーツ消費	スポーツ関連消費	さいたま市（4.75点）	福島市（2.73点）	横浜市（1.96点）	名古屋市（1.44点）	長野市（1.39点）
アウトカム	社会的価値	地域の住民の健康と地域活性化の合計	豊中市（1.56点）	吹田市（1.47点）	京都市（1.43点）	茨木市（1.26点）	さいたま市（1.25点）
	経済的価値	スポーツGRP	福井市（1.94点）	盛岡市（1.88点）	甲府市（1.67点）	鳥取市（1.57点）	佐賀市（1.52点）

を指標として用いている。詳細は表２を参照されたい。

2　スポーツ都市の価値創造事例

本共同研究では、スポーツインデックスを活用し、国内106都市の指標を数値化した。その結果が表３である。ランキング形式で整理し、各都市の傾向について考察を行った結果、部分的に価値向上サイクルを構築しつつある都市の事例が見えてきた。

本章では都市内にある資産を活用し、インプットからアウトカムまで価値を波及できていると考えられる都市事例を２つ紹介し、サイクル実現に寄与しているポイントを考察する。

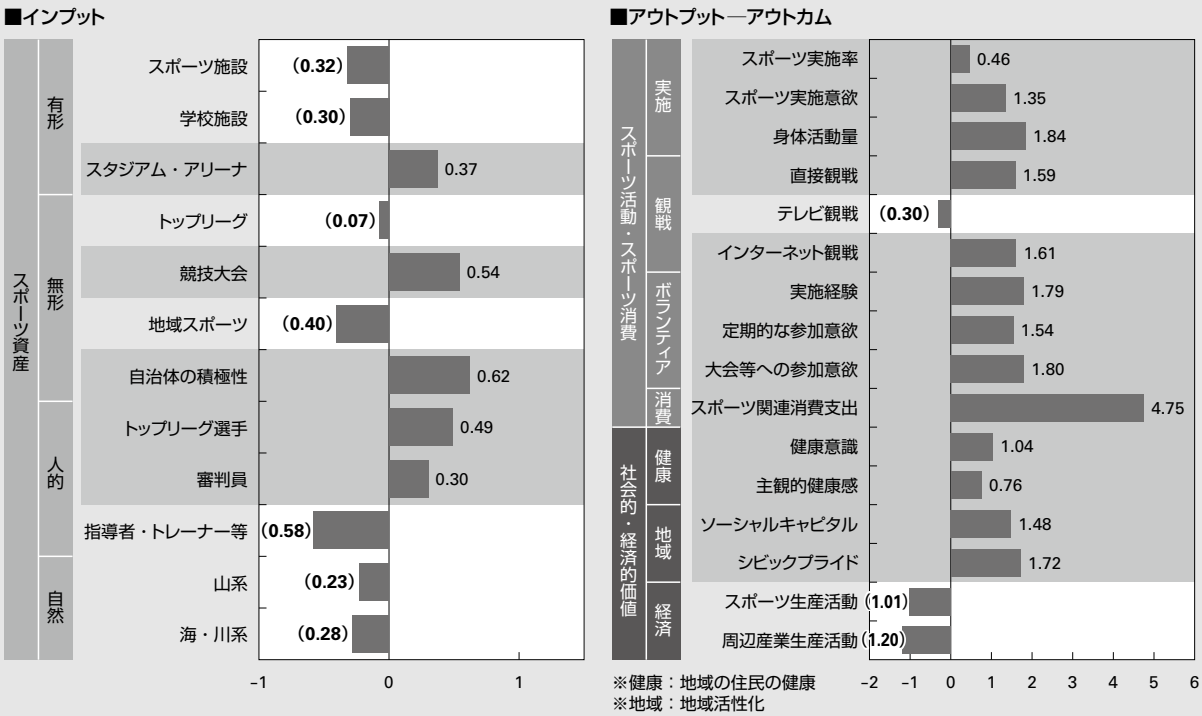
(1)　埼玉県さいたま市

埼玉県さいたま市は、総合評価で第１位であり、その中でも一人当たりのスポーツ消費が第１位、社会的価値は第５位にランクインしている。

第１位だった一人当たりのスポーツ消費においては、スポーツ月謝、スポーツ観覧料、スポーツクラブ使用料など、スポーツ関連消費の小項目ほぼすべてで全国上位であった。その中でも突出しているのはスポーツ観覧料で、浦和レッズや大宮アルディージャ、さいたまブロンコスといったプロリーグに所属するクラブが立地するほか、近隣地域に埼玉西武ライオンズが立地している影響も考えられる。また、大規模スポーツイベントの開催会場にもなるさいたまスーパーアリーナの存在も大きいのではないか。さいたま市の人口を考慮しても一人当たりのスタジアム・アリーナやトップリーグ選手のスコアがプラスになっていることは、さいたま市のトップリーグチーム関連のリソースの豊富さがうかがえる。

さいたま市では、さいたまマラソンやツー

図3　埼玉県さいたま市のスポーツインデックス指標



ル・ド・フランスさいたまクリテリウムといった大規模スポーツイベントも定期開催されており、プロクラブとこれら大規模イベントの存在が、社会的価値におけるソーシャルキャピタルやシビックプライドの醸成につながっていると考えられる。

地域特有のスポーツ資産をうまくスポーツ活動や社会的価値につなげることができているため、スポーツ都市としての一つの成功事例といえるさいたま市だが、市民のスポーツ消費が高いにもかかわらず、経済的価値のスコアが低い。市民のスポ―ツへの関心や消費を、市内の企業に還元ができていないことが想定される。市内に市民のスポ－ツ消費の受け皿になるような企業などが生まれると、さらに好循環を生むスポーツ都市となるのではないだろうか。スポーツ施設や地域スポーツといったスポーツ実施にかかわる資産のスコアも平均以下であることから、得られたリターンをスポーツ資産構築への再投資につなげられれば、価値循環による新たな成長サイクルを実現することができるだろう（図３）。

（2） 茨城県つくば市

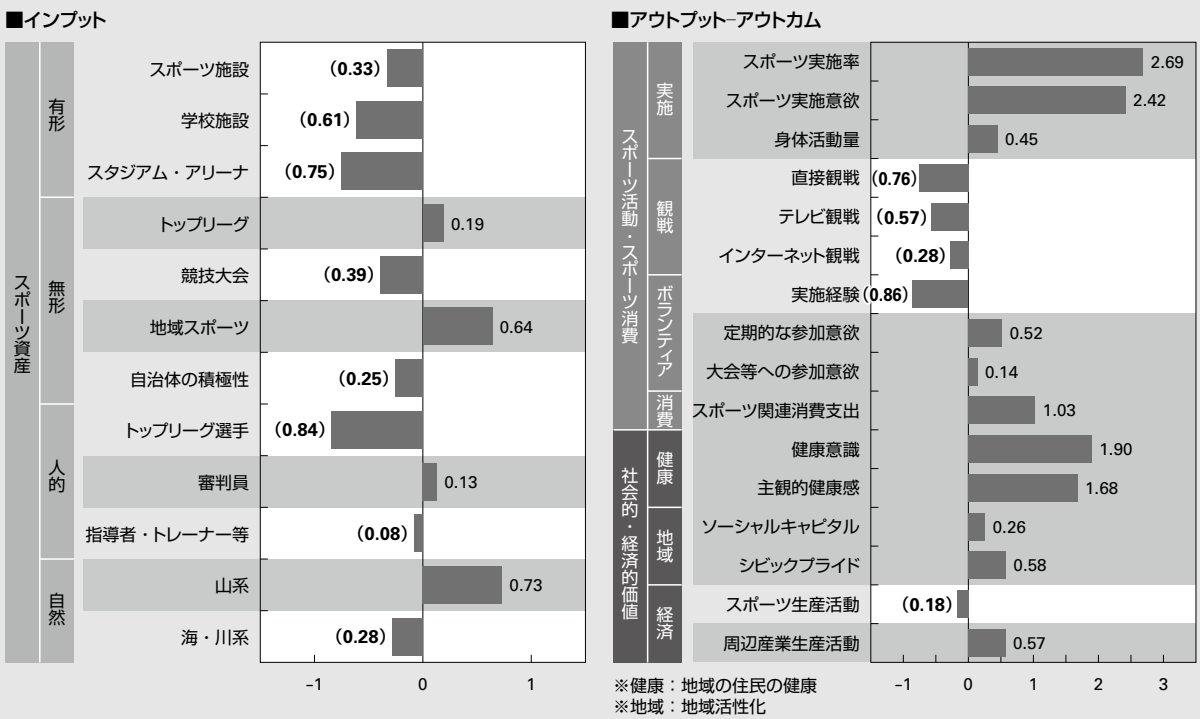
茨城県つくば市は、地域スポーツに関する無形資産を多く有しているほか、アウトプットとしては「する」に関する指標が高く、スポーツ実施率が106都市の中で１位となっている。また、アウトカムでは、健康や地域活性化に関する指標で高い数値を記録している。これらの結果から、地域スポーツなどの資産が有効に活用されることで地域住民がスポーツ実施に前向きになり、それが社会的価値への裨益につながっていると想定される。

つくば市でスポーツ実施率が高い背景には、さまざまなステークホルダーと連携した取り組み、特に筑波大学と共同でスポーツの実施を推進していることがあると考えられる。つくば市と筑波大学はスポーツの推進に関する協定を締結しており、つくばマラソンの開催や大学の関係者を講師としたスポーツ教室を開催している。そのほかにも、地場企業と連携した障がい者スポーツイベントであるつくパラ、市に拠点を置くトップチームを招いたスポーツイベントの開催など、地域の産学関連団体と連携した取り組みが数多く行われている。こうした地域のステークホルダーとうまく連携した取り組みが、スポーツ実施率の高さにつながっていると考えられる。

また図４の指標を見ると、地域スポーツに関する資産、具体的には人口一人当たりのスポーツ少年団や総合型地域スポーツクラブの数が他地域に比べて大きい。このうち総合型地域スポーツクラブは、Ｊリーグ・WEリーグ昇格に向けて活動しているつくばフットボールクラブが総合型地域スポーツクラブの役割を果たしていることが特徴的だが、このクラブも筑波大学蹴球部らと連携して活動している。

また、スポーツ活動の多寡に大きく影響を及ぼすと考えられる実施場所の観点では、図４のとおり、一人当たりのスポーツ施設の数自体は他自治体と比べて少ない方であるものの、特徴的な施設の存在や必ずしも施設がなくてもできる運動を推進する取り組みを通じ、市民のスポーツ実施率を高めていると考えられる。実際、つくば市は、陸上競技場やプールといった主要施設に加えて、スケートボードパーク、サイクルパークつくば（BMXレーシングコース）など、さまざまなスポー

図4　茨城県つくば市のスポーツインデックス指標



ツを楽しむことのできる施設が整備されているほか、歩車分離の動線整備や自転車レーン整備に加え、市内のランニングコースを紹介する「つくば市ランニングマップ」を公表するなど、手軽に取り組めるスポーツ（ウォーキング・ランニング）を「する」場所を積極的に提供している。

つくば市の場合、スポーツ資産が全般的に必ずしも多いわけではないものの、地域のステークホルダーとうまく連携したり、さまざまなスポーツを楽しめる場を提供したりすることで、地域住民のスポーツ実施率・実施意欲を高めている。そしてスポーツ実施に関するアウトプット指標の高さが、健康や地域に関する社会的価値の高さにつながっていると示唆される。

(3)　総括

価値向上サイクルを駆動させるには、現状を定量的に可視化したうえで、インプットを効果的にアウトプットやアウトカムにつなげられている場合は、その成果をより積極的なスポーツ資産への投資に向けた材料として活用することが求められる。また、アウトプットやアウトカムが思わしくない場合には、その原因を分析し改善策を検討することが重要である。

その観点から、埼玉県さいたま市と茨城県つくば市を題材にしたケーススタディは、スポーツ都市インデックス指標の活用を通じた価値向上サイクル実現の可能性を示したものといえるだろう。

今回の分析では、プロクラブや大規模イベントといったスポーツ資産を効果的にスポー

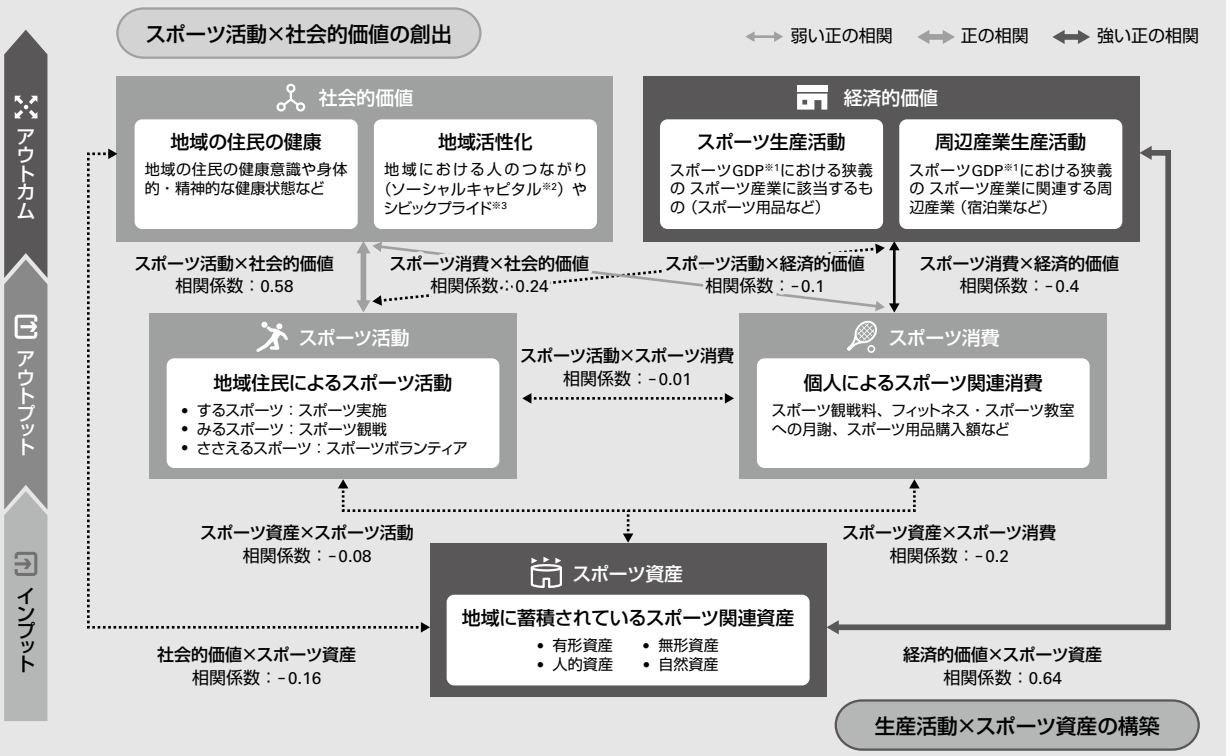
ツ消費につなげ、社会的価値を高めているさいたま市、スポーツ資産自体は決して多くないものの、地域のスポーツに関する主体間の連携により、スポーツを「する」活動を生み出し、社会的価値を高めているつくば市のスポーツ都市としてのありようが浮かび上がってきた。これらの分析結果は、さいたま市やつくば市にとってはスポーツ資産への投資をより積極的に検討する一つの根拠となり得るであろうし、たとえばスポーツ資産が限られており、スポーツ実施も伸び悩んでいる自治体にとっては、つくば市の取り組みを参考にして、どのように地域のスポーツに関連する主体の協働を促すかを検討するきっかけになるかもしれない。

3　スポーツ都市における価値向上サイクルの検証

本共同研究では、スポーツ都市インデックスを活用し、国内106都市の指標を数値化した。そのうえで、スポーツ都市を構成する要素間の相関関係と、前述した価値向上サイクル全体の実現可能性について検証を行った。その結果が図５である。

大きく２つの相関関係が観察された。まず１つ目は、「スポーツ活動と社会的価値の間」「スポーツ消費と社会的価値の間」にそれぞれ正の相関が認められたことから、アウトプットであるスポーツ活動・スポーツ消費は、「地域の住民の健康」や「ソーシャルキャピタルの形成」、「シビックプライドの醸成」といった社会的価値を創出する素地であ

図5　スポーツ都市の価値向上サイクルモデルにおける相関分析の結果



※1 日本版SSA（日本版スポーツサテライトアカウント）にて算出したわが国のスポーツ産業の経済規模。詳細は、日本政策投資銀行「わが国スポーツ産業の経済規模推計」を参照
※2 先行文献を参考に「付き合い・交流」「信頼」「社会参加」の尺度構成で調査を実施した
※3 先行文献を参考に「誇り」「愛着」の尺度構成で調査を実施した

るといえる。2つ目は、「スポーツ資産と経済的価値の間」に正の相関が認められたことから、スポーツ活動・スポーツ消費によって生み出される経済的価値は、スポーツ資産を構築する素地となっていると分析される。これらの示唆から、社会的価値の創出を目指す都市にとって、スポーツをまちづくりに活用することは一つの有効的な手段になり得るといえる。

一方で、インプットであるスポーツ資産とアウトプットであるスポーツ活動・スポーツ消費の間での相関は確認できなかった。これは、スポーツ資産の構築が必ずしも住民のスポーツ活動・スポーツ消費を必然的に向上させるものではないことを意味し、価値向上サイクル全体の循環を目指すうえでは一定程度の困難性があるものと認識される。

そこでスポーツ資産とスポーツ活動・スポーツ消費の関係性向上について考察してみたい。本共同研究で作成したスポーツ都市インデックスでは、スポーツ資産項目内で取得した指標は、表2のとおり、スポーツ資産の「量」にかかわる指標が大半となっていた。逆にスポーツ資産の「質」を評価したのは、公共スポーツ施設の満足度と民間スポーツの満足度のみである。さらにこの2つの「質」に関するインプット指標は、アウトプット指標であるスポーツ活動の「する」「みる」「ささえる」いずれの指標とも弱い相関関係にあることが確認できた。

これらの結果から、本共同研究ではデータ取得が困難だったスポーツ資産の質を捉えることができれば、スポーツ資産とスポーツ活動・スポーツ消費の関係性をより適切に明らかにできる可能性があると考えている。実際、前述のつくば市のように、スポーツ資産の量的充実に限らず、特徴的なスポーツ資産を特定し、有効活用することでアウトプットを高めている都市も確認ができている。

以上のとおり、スポーツ活動・スポーツ消費を一義的に高める普遍的なスポーツ資産は本共同研究では確認できなかった。しかし、スポーツ資産の量的充実に限らず、地域特有のスポーツ資産を特定し、その特徴を活かす質的アプローチによって、地域のスポーツ活動を促進していくことが、価値向上サイクルの循環においては重要だと考えられる。

Ⅴ スポーツコンプレックスとまちづくり

1 スポーツコンプレックスとは

政府の成長戦略である「日本再興戦略2016」の「官民戦略プロジェクト10」に、スポーツの成長産業化が位置づけられた。スタジアム・アリーナはその中核的な政策として、「未来投資戦略 2017」において2025年までに20カ所のスタジアム・アリーナの実現を目指すことが具体的な目標として掲げられた。これらの支援を通じて、2025（令和7）年度4月時点では、当初KPI（重要業績評価指標）として設定していた20カ所のスタジアム・アリーナが実現しており、エスコンフィールドや新とどろきアリーナといったスポーツ産業の成長化に資する先行事例も生まれてきたところである。

一方で、認定されたスタジアム・アリーナにおいても、課題意識が叫ばれつつある。多くの地域では、スタジアム・アリーナのような大規模スポーツ施設の整備・運営という課

題に対し、施設単体に関心が行きがちで、本来、広域的な集客施設であるにもかかわらず、エリアとしてのマネジメントが十分考えられていない。これにより、スタジアム・アリーナが本来持つポテンシャルを最大化するに至らず、箱物問題（＝ハード設備の投資・維持費だけが必要以上に発生すること）の指摘にもつながっている。

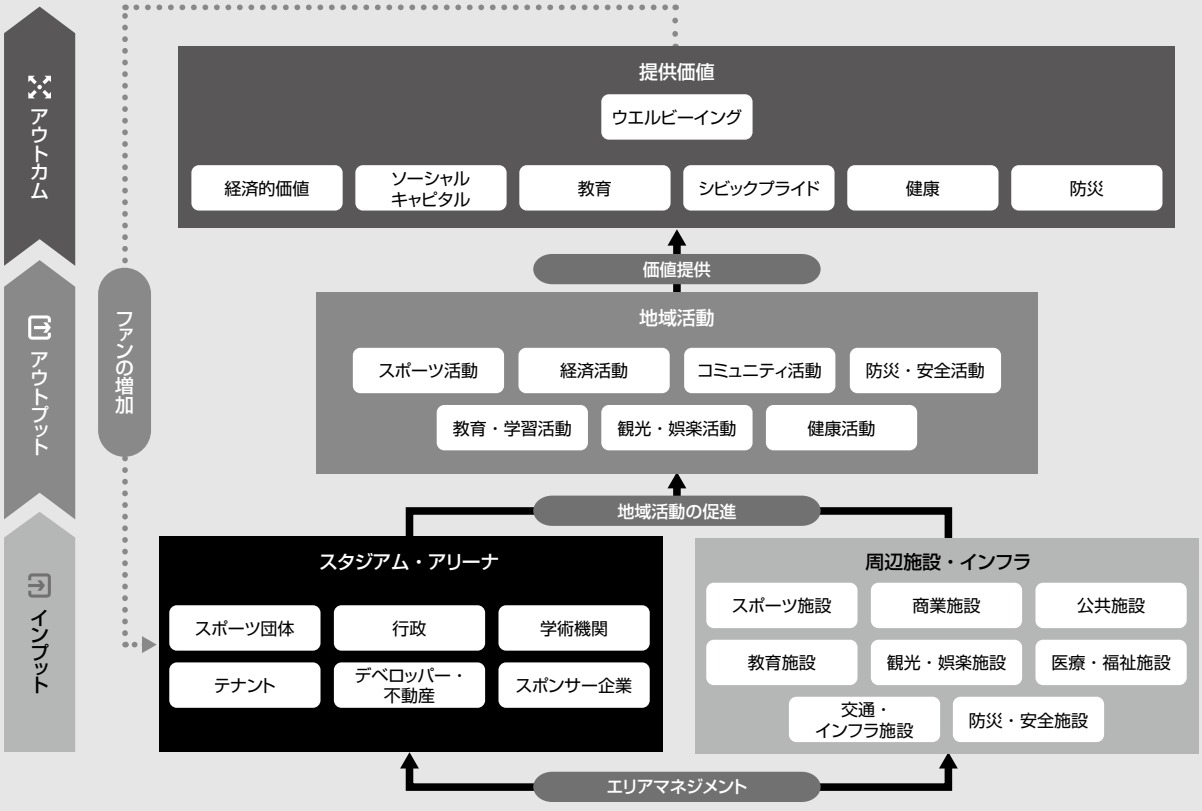
こうした課題意識から、今後、スタジアム・アリーナの発展的政策として推進されていくのが「スポーツコンプレックス」である。

スポーツコンプレックスとは、スタジアム・アリーナに加え、周辺関連施設やインフラなどを総合的・複合的に整備・活用するために十分なエリアマネジメントがなされたスポーツとまちの融合である。スタジアム・アリーナ単体ではなく、まちとの融合が実現することにより相互にシナジーを創出し、スポーツによる価値創造の向上が見込める。

このスポーツコンプレックスを実現するうえで最も重要なのが、都市政策におけるスポーツ施設の位置づけである。まちづくりを主導するのは行政である。また、スポーツ施設の所管部署は行政のスポーツ関係部署が想定されるが、その周辺も含めたまちづくりを所管するのは、都市整備課やまちづくり振興課といったまちづくりの所管部署である。スポーツコンプレックスを推進するには、スポーツ施設を管轄するスポーツ関係部署に加え、都市整備課やまちづくり振興課といったまちづくりの所管部署を巻き込むことが必須である。

これにより、上記のスポーツ都市モデルとして描いたインプット→アウトプット→アウトカムの考え方と同じく、スポーツ施設が中

図6　スポーツコンプレックスのあるべき姿のロジックモデル



心となって周辺施設・インフラと連携することでそのエリアの地域活動を促進し、結果としてその地域の価値創造を実現するという一連のプロセスを経ていることが重要だと考える（図6）。

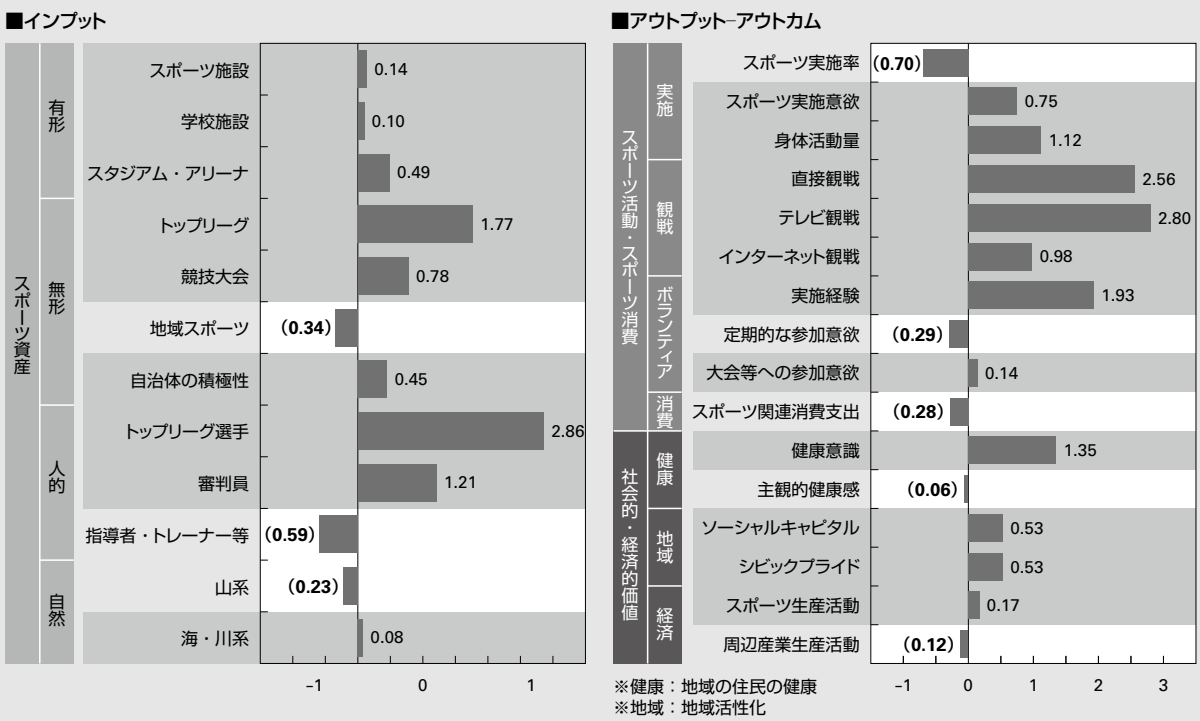
2　広島県広島市

スポーツコンプレックスの観点で注目すべき都市として広島県広島市が挙げられる。広島市は、トップリーグに関する資産を中心にスポーツ資産を多く有しているほか、アウトプットとしては「みる」に関する指標が特に高く、アウトカムでは地域活性化や経済にかかわる指標が高い。これらの結果から、広島市はトップリーグに関する資産を有効活用してスポーツ観戦活動を活発化させ、地域活性化や経済成長につなげることができていると見られる。

トップリーグチームの多さは広島市の大きな特徴である。広島市を拠点とするスポーツチームは広島東洋カープ（野球）、サンフレッチェ広島（サッカー）、広島ドラゴンフライズ（バスケットボール）、広島サンダーズ（バレーボール）などが存在しており、市民にとって身近な存在になっていると考えられる。

そして、トップリーグチームの本拠地となるスタジアム・アリーナのあり方は、観戦活動を高めることにつながる。その一例としては、2009年に開場した広島東洋カープの本拠地であるMAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島（以下、マツダスタジアム）が挙げられる。マツダスタジアムは、多くの人が気軽に観戦できるよう、メジャーリーグベースボールでの取り組みを参考にしながら、当時国内で見られなかったような工夫を行っていた。その一つに多様な座席の設定があり、中でも寝転がりながら観戦できる「寝ソベリア」は有名である。こうしたスタジアム・アリーナ

図7　広島県広島市のスポーツインデックス指標



に施された工夫が、広島市におけるスポーツ観戦活動の高さにつながっている理由の一つかもしれない。

さらに、こうしたスタジアム・アリーナのスポーツ施設としての工夫に加えて、スポーツコンプレックスとして周辺施設との連携を図ることで、スタジアム・アリーナが発揮する社会的価値・経済的価値を高めようとしている。2024年２月にサンフレッチェ広島のホームスタジアムとして誕生したエディオンピースウイング広島はその一例であり、同スタジアムが立地する公園内にはサウナやバーベキュー施設など、試合前後や試合がない日に楽しめる施設が立地している。今回のスポーツインデックス指標は2023年度に実施したアンケートを基に算出しているため、エディオンピースウイング広島誕生の影響はほぼ考慮されていないが、試合日以外も楽しめる多目的な機能を融合させたスポーツコンプレックスの誕生により、今後、広島市におけるスポーツ観戦活動は一層活発になる可能性を秘めている（図７）。

Ⅵ 最後に

本稿では、近年、地域政策におけるスポーツの重要性が高まっているにもかかわらず、スポーツを通じて創出される価値に関する体系的な整理が十分に行われていない課題を指摘した。この課題意識を踏まえ、NRIは、同志社大学、日本政策投資銀行、フロム・シェフとの共同研究を通じてスポーツ都市インデックスを開発し、スポーツ都市を構成する要素をインプット→アウトプット→アウトカムのロジックモデルに基づいて体系的に整理したうえで、試行的な価値評価として106都市を対象に調査を行った。

調査の結果、アウトプット（スポーツ活動・スポーツ消費）と社会的価値の間には相関関係があることが明らかとなった。これにより、都市がまちづくりにスポーツを活用することで、地域・住民に対して、健康増進やシビックプライドの向上、ソーシャルキャピタルの形成といった社会的価値を創出できる可能性が示唆された。スポーツ活動・スポーツ消費を一義的に高める普遍的なスポーツ資産は本共同研究では確認できなかったが、地域特有のスポーツ資産を有効活用し、スポーツ活動の促進を実現しているスポーツ都市も確認された。

たとえば、さいたま市ではスポーツクラブやスタジアム・アリーナ、大規模スポーツ大会の活用が、市民のスポーツ活動に寄与していると考えられる。こうしたスポーツ都市の事例を踏まえると、地域特有のスポーツ資産を特定し、それを効果的に活用する施策を実行すれば、スポーツ活動・スポーツ消費を向上させることが可能だと考えられる。

スポーツ都市インデックスを活用することで地域のスポーツ環境の把握が可能になった一方で、価値評価手法については課題も存在している。本共同研究では、あくまでも106都市を相対的に評価しているため、一つの都市を対象とした絶対評価が困難である。今後、地域スポーツ政策の主体が自身のスポーツ環境について評価を行えるようになるためには、絶対評価が可能な手法が必要である。そのためには、地域の評価軸（たとえば、地域面積や人口規模など）に基づいて推奨される「スポーツ環境基準」のようなものが必要

になるかもしれない。

今後、スポーツコンプレックスの推進が期待される中では、まちづくりとしてのスポーツの重要性がより一層高まる。将来的には、各主体が自律的に適切な地域スポーツ政策を設計・実装し、スポーツの価値向上サイクルが駆動している社会の実現を願う。そのためにもNRIは、本共同研究などを通じて見えてきた課題の解決に向けて、引き続き調査研究を実施する。本稿で論じたスポーツ都市像や価値向上サイクルを参考に、スポーツまちづくりに取り組む主体が、多様なステークホルダーを地域スポーツ政策に巻き込み、効果的なスポーツまちづくりを推進していくことを期待している。

注

1 舟木泰世「わが国における地域スポーツ政策の変遷――近年の地域スポーツ政策に着目して」（日本地域政策研究 2020年24巻）
2 表1で取り上げているスポーツの外在的価値以外に、たとえば国際的価値（国際交流）といったものがスポーツの外在的価値として指摘されているが、地域単位でのスポーツ政策における重要度が低いと判断し、表から除外している
3 川島 啓、桂田隆行「地域版スポーツサテライトアカウント（RSSA）の開発と広島県スポーツGRP（Gross Regional Product）の推計」日本経済研究所『日経研月報』2020年10月号
4 該当する例としては、仮想のサッカークラブにおける経済的・社会的価値算定モデルを構築した日本政策投資銀行「スポーツの価値算定モデル調査」（2020年）や、Bリーグオールスターゲームにおける経済的・社会的価値を算出したEY Japan「社会的価値&経済波及効果レポート 」 の「B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2024 IN OKINAWA」（2024年）などがある
5 地域においてスポーツ活動・消費を生み出すためのリソースを指し、具体的には、有形資産（例：スタジアム・アリーナ）、無形資産（例：トップリーグ所属チーム、地域クラブ）、人的資産（例：指導者・トレーナー）などが含まれる
6 日本版SSA（日本版スポーツサテライトアカウント）にて算出したわが国のスポーツ産業の経済規模。事業所の生産活動であり、アウトプットのスポーツ消費とは別の整理となっている。詳細は日本政策投資銀行「わが国スポーツ産業の経済規模推計」を参照

著者

谷本敬一朗（たにもとけいいちろう）
野村総合研究所（NRI）社会システムコンサルティング部 チーフコンサルタント
専門はスポーツ政策、スポーツまちづくり、地方創生など

西崎 遼（にしざきりょう）
野村総合研究所（NRI）社会システムコンサルティング部 チーフコンサルタント
専門はスポーツ政策、企業スポーツ、防災・復興支援など

小宮山俊太郎（こみやましゅんたろう）
野村総合研究所（NRI）金融コンサルティング部 コンサルタント
専門はスポーツ政策、事業会社金融など