

スポーツが与える地域への影響力

2017 年度入学 鈴木ゼミ 1 期生

菅浪 大志 (751836)

1. はじめに

スポーツを続けている私はスポーツのイベントや大会が地域に与える影響力に着目して論じる。私はスポーツのイベントや大会が開催されることによって、開催地周辺に多大なる影響を与えると考える。言うまでもなく、1 番影響を与えることは、他所の地域から人を呼び込む「集客」という要素である。人を呼び込むことで開催地へ向かう交通機関の利用や飲食、宿泊といった利用が見込まれる。多くの人を呼び込むことができるスポーツは地域を豊かにするような影響を与える可能性があると考えられる。よって、スポーツのイベントや大会が地域を豊かにするような影響力を有していると考えられる。具体的にどのような影響力があるのかを明らかにすることを目的としている。



2. スポーツとは

(1) 先行研究より「スポーツツーリストのイベント再参加の要因」

柴田恵里香 (2014) によれば、2つの国内マラソン大会を対象にスポーツツーリストのイベント再参加の要因は「開催地魅力」「自己充足」「結び付き」「自己成長」「他者の存在」という5つの要因によって構成されている。

再参加要因 項目	回答 例
開催地魅力	街が好き、沿道の応援が良い、コースが良い、走る以外の魅力がある
自己充足	アクセスしやすい、以前楽しかった、マラソンが好きだから
結び付き	以前この町に住んでいた、出身地だから
自己成長	記録に挑戦、前回のリベンジ、自分を試すため
他者の存在	仲間と走るため、人に誘われたから

また、イベント再参加者が特定の地域で開催されるイベントにおいて、イベントの魅力のみならず、その地域の魅力を認識することで、その開催地への愛着も生まれる可能性があることが明らかになった。

また、再参加者が開催地と何らかの関係性を持っていると、これも再参加者の開催地に対する愛着を形成するきっかけとなると考えられる。遠方からの再参加者は単にスポーツイベントのみに満足して再度足を運んでいるとは限らない。開催地の魅力を感じて参加を決めるスポーツイベント参加者も存在するため、今後自治体が持続的に参加者を集め、その地域の「ファン」づくりを目指している場合、スポーツイベント運営においてはイベントと開催地をつなぐ演出が必要である。また、その開催地だからこそスポーツが楽しめる、またはその開催地だからこそやる意味があると認識することが重要になってくると明らかにしている。

(2) スポーツの分類

また、スポーツと言っても沢山の種目がある。まず、スポーツを大きく分けると「プロスポーツ」と「アマチュアスポーツ」に分けることができる。例えば、「プロスポーツ」であれば、プロ野球(NPB)や日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)、相撲、ゴルフ、ボクシングが日本における代表的な「プロスポーツ」である。一方で「アマチュアスポーツ」の代表例は学生スポーツや市民マラソンであるとする。

(3) 京都におけるスポーツの分類

京都における「プロスポーツ」の代表例としてはバスケットボールの「京都ハンナリーズ」、サッカーの「京都サンガ」女子野球の「京都フローラ」である。一方で、京都府には中学校が197校、高校が104校、大学がキャンパスを含めて34校ある。

3. [現状] 京都のプロスポーツ

(1) 京都のプロスポーツ 大会

京都の「プロスポーツ」や「アマチュアスポーツ」のイベントや大会の開催における地域への影響力について論じる。

まず、「プロスポーツ」のイベントや大会の開催では少なくとも数千人単位での動員が見込まれる。また、「アマチュアスポーツ」のイベントや大会の開催においても少なくとも数百人単位での開催が見込まれる。よって、スポーツのイベントや大会が行われることで開催地域に多くの人を呼び込むことができる。

例えば、2019年4月京都の「プロスポーツ」大会における観客動員数は以下の通りである。

チーム名 (施設)	4月大会 数	総観客動員 数	1大会あたり 平均	開催施設最大収容 人数
京都ハンナリーズ (ハンナリーズアリーナ)	3回	5,934名	約1,978名	2,500名
京都サンガ (たけびしスタジアム京都)	3回	17,243名	約5,748名	20,668名
京都フローラ (わかさスタジアム京都)	8回	4,899名	約612名	20,000名 (内野：座席 13,300、外野：芝 生席6,700人)

上記に示している2019年4月開催の大会は全て京都市内で行われている大会である。

スポーツの競技によって、開催時期が異なるが、京都の主な「プロスポーツ」が大会を行なっている4月に着目して統計値を出した。

京都サンガの観客は大人であれば、およそ2,000円から7,000円である。単純に計算をしてチケ

ット代だけで数百万円を超える金銭が動いている。そして、その人たちが交通機関を利用して飲食するためにも金銭を払うことを想定すると開催地域に多くの経済的な影響を与えることが考えられる。さらに、2019年4月の「プロスポーツ」の大会における総観客動員数は28,076名なので、チケット代以外に少なくとも1名あたり平均500円を開催地域で使用したと仮定をするとおよそ14,038,000円もの金額に達すると考えられる。

よって、京都の「プロスポーツ」において開催地域に多大な金銭的影響を与えている。

関西大学の分析によると2020年の新型コロナウイルスに伴うプロスポーツ関連の業界への経済的損失はおよそ2,747億円になると2020年5月13日に発表している。京都の「プロスポーツ」にだけ着目すると2020年4月から6月の3ヶ月において少なくとも数千万円規模での経済的損失が考えられる。

(2) スポーツ施設の利用状況について

公益財団法人京都市スポーツ協会 事務局によると京都市の主要スポーツ施設の利用状況は以下の通りである。

施設	年/月	利用件数	利用率
ハンナリーズアリーナ	2019/4	27	33,5%
	2019/5	18	39,9%
	2019/6	10	34,5%
たけびしスタジアム京都	2019/4	11	62,9%
	2019/5	13	78,2%
	2019/6	22	41,7%
わかさスタジアム京都	2019/4	51	67,5%
	2019/5	45	72,5%
	2019/6	78	68,2%

2019年4月から6月までの3ヶ月間において、ハンナリーズアリーナは55件、たけびしスタジアム京都は46件、わかさスタジアム京都は174件の利用がある。一方、2020年4月と5月は新型コロナウイルスの影響により閉館しており、利用件数は0件である。また、たけびしスタジアム京都は現在改修工事を行なっているので、2020年2月以降は利用されていない。再び利用人数に関して2019年と2020年の比較を行うと2019年3月と4月の京都ハンナリーズにおける総観客動員数は

23,189名、京都サンガにおける2019年の3月から6月は53,811名、京都フローラは2019年3月から5月は16,902名にも達していた。京都における「プロスポーツ」の2019年の3月から6月の4ヶ月の総観客動員数は93,902名だった。新型コロナウイルスの影響により2019年と比べて9万人を超える人の流れが途切れてしまったと言える。

4. [現状] 京都の「アマチュアスポーツ（学生スポーツ）」

(1) スポーツ施設の利用状況の比較

次に、「アマチュアスポーツ」にも目を向けて京都市のスポーツ施設の利用を示すと以下のようになる。

施設	2019/3	2019/4	2019/5	2019/6
ハンナリーズ アリーナ	プロ4件 アマチュア 4件 計8件8日間	プロ2件 アマチュア 4件 6件7日間	アマチュア 7件 計7件11日間	アマチュア 11件 計11件11日間
たけびし スタジアム京都	プロ2件 アマチュア 4件 計4件4日間	プロ3件 アマチュア 13件 計16件16日間	プロ3件 アマチュア 14件 計17件17日間	プロ2件 アマチュア 8件 計10件12日間
わかさ スタジアム京都	プロ2件 アマチュア 6件 計8件8日間	プロ7件 アマチュア 5件 12件26日間	プロ1件 アマチュア 5件 計6件11日間	アマチュア 4件 計4件10日間

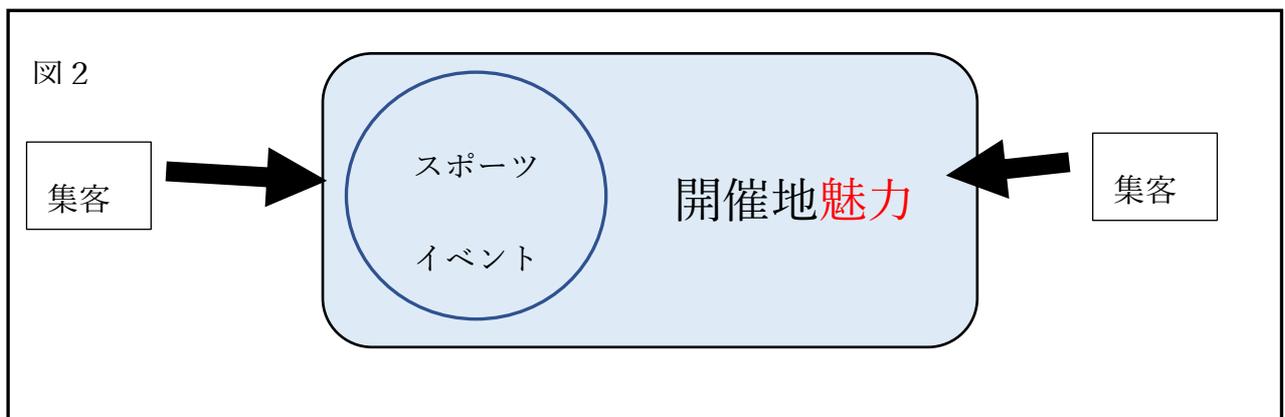
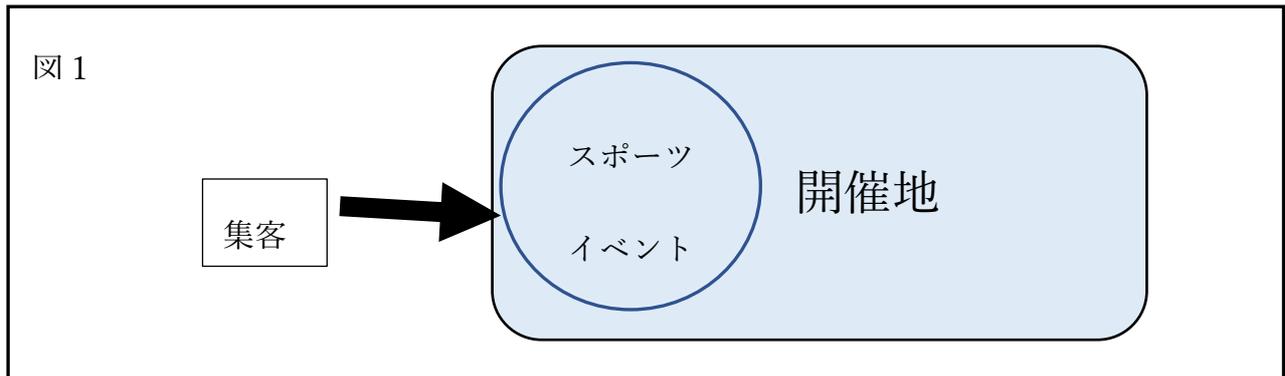
京都市の各スポーツ施設の利用は比較的に「プロスポーツ」よりも「アマチュアスポーツ」の利用件数が多いとわかる。よって、利用件数だけで考えると「プロスポーツ」よりも「アマチュアスポーツ」の方が人を呼び込む機会が多いとわかる。また、「アマチュアスポーツ」において1大会あたりに呼び込むことのできる人数について詳しいデータがないためあまり触れないが、「アマチュアスポーツ」よりも「プロスポーツ」の方が1大会あたりに呼び込むことができる人数は多いと想定ができる。

5. まとめ

先行研究(柴田恵里香, 2014)より、スポーツイベントに再参加する要因として、スポーツイベントに対する満足度だけでなく、開催地への魅力を感じ、愛着を形成する必要性がある。よって、スポーツイベントで人を呼び込むことにより経済的効果が見出せるが、持続的にスポーツイベントへの参加者を確保するためにスポーツイベントを開催する運営側には「京都」での開催という要素が必

要である。スポーツイベントへの参加者に「京都」と感じてもらう工夫が必要であると考えられる。例えば、「京都マラソン」は京都市内の主要な観光名所を走ることができるので、マラソン大会としての魅力以外に、「京都開催」の魅力もある。

スポーツイベントにより、開催地に多くの人を呼び込む(集客)という要素が考えられる。(図1)しかし、先行研究の結果より、多くの人に参加するスポーツイベントが毎年開催されることは再参加者が一定数いる以上、スポーツイベントが開催地に影響力を持つだけでなく、開催地魅力がスポーツイベントの魅力への影響力を有していると考えられる。(図2)



開催地が有している魅力によって、スポーツのイベントや大会への再参加することは「アマチュアスポーツ」よりも「プロスポーツ」において影響力が大きいと考える。京都における「アマチュアスポーツ」の多くが学生スポーツであるために3年から4年間と限られた期間であり、主に学校の所在地に基づいてスポーツイベントや大会に参加することが多くあると考えられる。一方、京都の「プロスポーツ」においては「京都ハンナリーズ」や「京都サンガ」、「京都フローラ」はホームスタジアムでの開催とアウェースタジアムでの開催の両方がある。京都のチームが京都開催(ホームスタジアム)ならば、おそらくスポーツイベントの魅力として「京都のチーム」が出場するという要因で多くの方が訪れるだろう。京都のチームが他地域開催(アウェースタジアム)ならば、おそらくスポーツイベントの魅力として「京都のチーム」が出場するという要因だけでなく、「開催地魅力」を感じるか否かが大きく左右すると考えられる。

「開催地魅力」を感じてスポーツイベントや大会に参加するのであれば、観光や食事といった開催地での行動目的が多角化すると考えられる。

6. 最後に

最後に、スポーツのイベントや大会が多くの人を呼び込むことで経済的な影響を与えている。また、多くの人交流する場である。そして、開催地魅力による参加者は行動目的が多角化することで開催地周辺で別の目的で人と人が交流する（新たなコミュニティを生み出す）影響を与えると考えられる。スポーツのイベントや大会開催に伴い開催地には経済的影響を与え、そこで新たなコミュニティにも影響を与えることで開催地と開催地周辺における「経済」と「人の繋がり」の両面を豊かにする要素があると考えられる。

一方で、2020年は新型コロナウイルスにより「経済」と「人との繋がり」を豊かにする機会が減っている。新型コロナウイルスによるマイナスの影響が世界中に広がっているが、スポーツのイベントや大会が開催されることで開催地を豊かにすることが望まれる。

また、今まで開催されていたスポーツイベントが再度開催されるようになった際に新規の参加者と再参加者の割合を、いくつかの都道府県別で求めることができると「京都」でのスポーツイベントが、いかに開催地による影響を受けているのか調査することもできると考える。

スポーツイベントとは「開催地」への影響力を有するが、それは同時に開催地がスポーツイベントへの影響力を有しているために、「スポーツイベントと開催地」は切っても切れない影響力と関係性がある。

<引用文献・引用 Web サイト>

柴田恵里香（2014）：スポーツツーリストのスポーツイベント再参加要因と開催地への愛着の関係性（スポーツとまちづくりに関する研究）, SSF スポーツ政策研究 3(1), 167-176, 2014 笹川スポーツ財団

※ 以下 WEB サイト

- ・公益財団法人京都市スポーツ協会 事務局
- ・公益財団法人京都市スポーツ協会「情報誌ダッシュ」
- ・Bリーグ公式サイト
- ・女子プロ野球公式サイト
- ・Jリーグ公式サイト
- ・Wikipedia
- ・コトバンク