

2015年度 修士論文

所沢市におけるスポーツを活用した地方創生・  
地域活性化に関する研究

Studies on the regional revitalization of Tokorozawa city with sports

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

スポーツ科学専攻 スポーツクラブマネジメントコース

5015A311-7

関口 貴弘

Takahiro SEKIGUCHI

研究指導教員： 間野 義之 教授

## 目 次

第1章 緒言.....	1
1.1 研究背景.....	1
第2章 先行研究の検討.....	3
2.1 先行研究.....	3
2.1.1. 「まち・ひと・しごと創生法」、「地方版総合戦略」、個別の地域活性化策に関する研究 4	4
2.1.2. スポーツを活用した地方創生・地域活性化に関する研究.....	4
第3章 研究目的.....	6
3.1 研究目的.....	6
第4章 研究方法.....	6
4.1 研究方法.....	6
4.1.1. 調査概要.....	6
4.1.2. 地方版総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策の調査.....	6
4.1.2.1. 調査対象.....	7
4.1.2.2. 調査手法.....	9
4.1.3. 所沢市住民へのアンケート調査.....	10
4.1.3.1. 調査対象.....	10
4.1.3.2. 調査内容.....	10
4.1.3.3. 分析手法.....	11
4.1.4. 所沢市、埼玉西武ライオンズへのインタビュー.....	11
第5章 調査結果.....	12
5.1 地方版総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策.....	12
5.1.1. プロ野球フランチャイズにおけるプロスポーツを活用した施策.....	12
5.1.2. サッカーJ1 フランチャイズにおけるプロスポーツを活用した施策.....	13
5.1.3. サッカーJ2 フランチャイズにおけるプロスポーツを活用した施策.....	14
5.2. 所沢市民の人口動態.....	17
5.2.1. 回答サンプル概要.....	17
5.2.2. 出身地.....	17
5.2.3. 既婚・未婚別出身地.....	18
5.2.4. 年収.....	19
5.2.5. 職業.....	19
5.3. 地域愛着.....	20
5.3.1. 地域愛着の要因.....	20
5.3.2. 他地域に対する競争優位.....	21

5.4.	埼玉西武ライオンズに対する愛着.....	21
5.4.1.	地元チーム意識とファン意識.....	21
5.4.2.	ファン意識とファンクラブ.....	22
5.5.	埼玉西武ライオンズの地域への効果.....	22
5.5.1.	地域へもたらすと考えられる効果.....	22
5.5.2.	既知の埼玉西武ライオンズの施策.....	23
5.5.3.	埼玉西武ライオンズに期待する施策.....	24
5.5.4.	連携が期待される組織.....	25
5.5.4.1.	無料招待券の配布.....	25
5.5.4.2.	子供向けスポーツ教室.....	25
5.5.4.3.	育成目的のスポーツ教室.....	26
5.5.4.4.	スタジアムのスマート・ベニュー®化.....	26
5.5.5.	自治体に期待される支援.....	27
第6章	考察.....	28
6.1	地方版総合戦略におけるプロスポーツの位置づけ.....	28
6.1.1.	プロ野球.....	28
6.1.2.	サッカーJ1.....	29
6.1.3.	サッカーJ2.....	30
6.2.	所沢市住民の意識.....	30
6.2.1.	所沢市民の人口動態.....	30
6.2.2.	所沢市民の地域愛着.....	31
6.2.3.	埼玉西武ライオンズに対する愛着.....	31
6.2.4.	埼玉西武ライオンズの地域への効果.....	31
第7章	結論.....	33
7.1	まとめ.....	33
7.1.1.	現状.....	33
7.1.2.	課題と今後の展望.....	33
7.2.	研究の限界.....	34
参考文献・参考資料	.....	36
謝辞	.....	42
付録	.....	43

## 第1章 緒言

### 1.1 研究背景

2019年のラグビーワールドカップ、2020年のオリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズのゴールデンスポーツイヤーズ<sup>1)</sup>を控え、日本ではスポーツに対する注目が高まっている。その中でも、2015年のスポーツマーケティング調査によると、ファンの数は減少傾向にはあるが、最も好きなスポーツ、よく観るスポーツとしては、未だ野球が第1位<sup>2)</sup>であり、特に注目度は高いと言える。同時に、特に地方においては、急速な少子高齢化・人口減少に直面しており、各地域の事情に合った地方活性化の施策が必要となっている。また、関東地方は、全国唯一の観光広域連携の空白地帯<sup>3)</sup>であり、かつ総務省の連携中枢都市圏構想推進要綱の中で、連携中枢都市要件<sup>4)</sup>からも外れている。その中で、埼玉県所沢市においては、地域経済分析システム(RESAS)<sup>5)</sup>の人口マップ(元データは総務省「国勢調査」、及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」)によると、既に人口は、2013年をピークとして減少しており、更に、平成26年11月27日に実施された公益財団法人特別区協議会の特別区制度懇談会において、今後、三大都市圏の高齢化が急速に進み、特に東京の近郊市の高齢化が顕著であること、所沢市においては、2010年から2040年にかけて、75歳以上人口が100%以上増加することが指摘されている<sup>6)</sup>。これは、日本の他の地方自治体と同様に、地域の事情に合わせた、地方活性化の施策が必要であることを示していると言える。

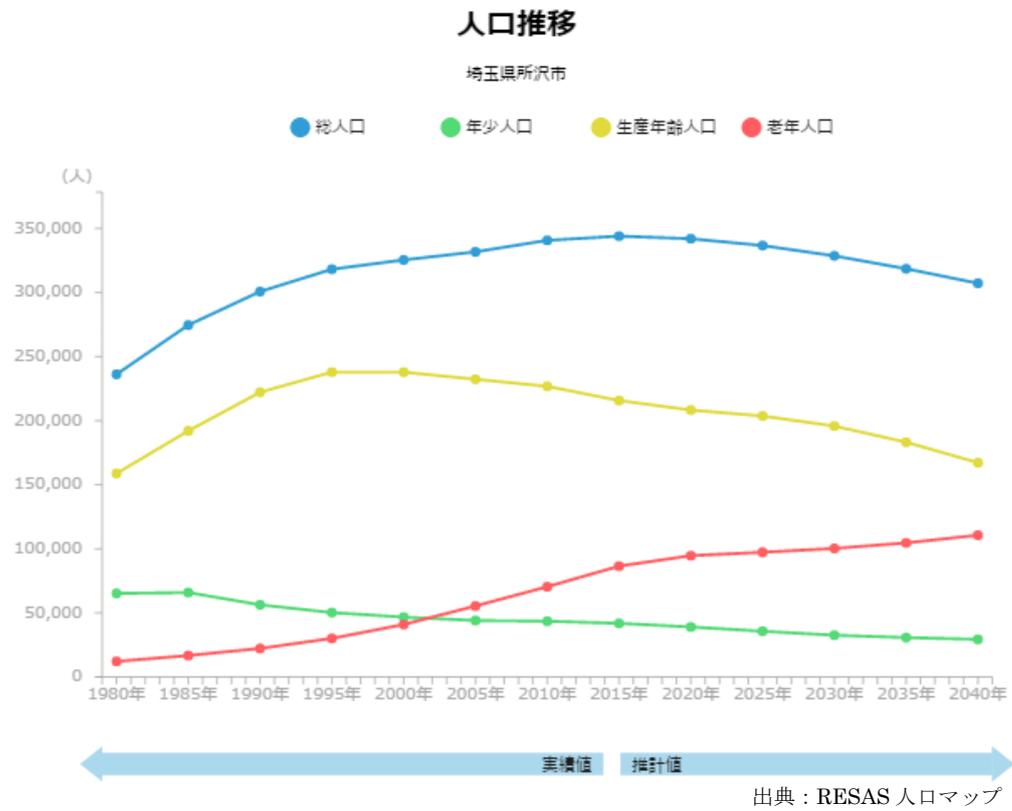


図 1.1-1 所沢市人口推移

また、所沢市は、平成 27 年 11 月にとりまとめた所沢市人口ビジョン(暫定版)の中で、生産年齢人口割合 50%の確保、年少人口割合の回復、人口 27 万人の維持、人口減少を現状よりもゆるやかにすることを、2060 年の目標として掲げており、平成 27 年度中に、総合戦略と共に、所沢市人口ビジョンを確定することを予定している。

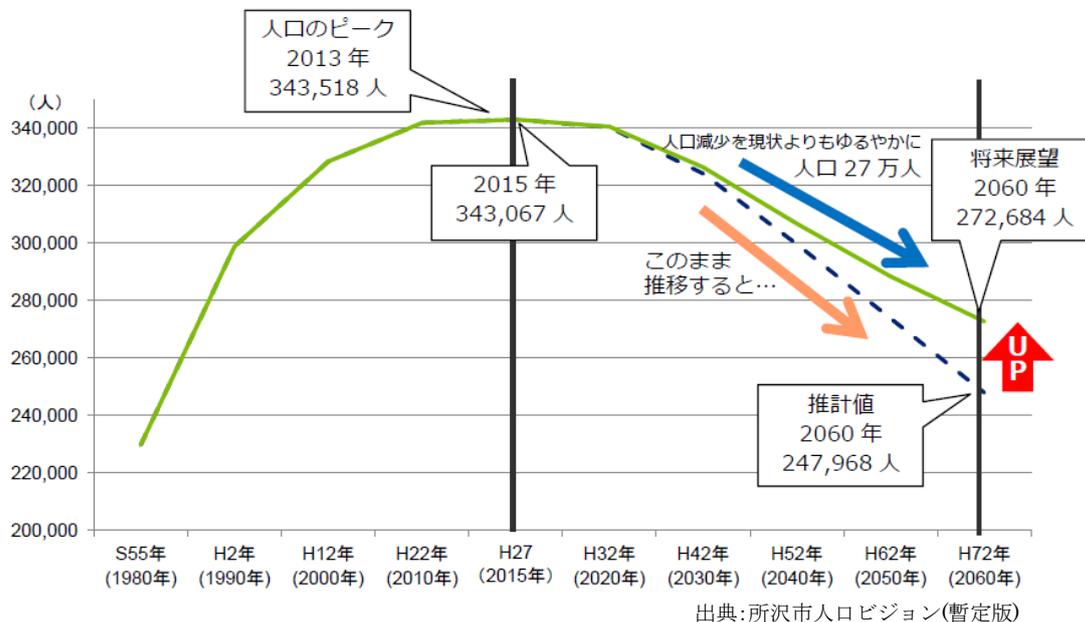


図 1.1-2 所沢市人口ビジョン(暫定版)

## 第 2 章 先行研究の検討

### 2.1 先行研究

地方における急速な少子高齢化・人口減少、地方活性化の必要性により、国は、まち・ひと・しごと創生法<sup>8)</sup>を策定し、各自治体に対し、「地方人口ビジョン」、「地方版総合戦略」の策定を求めた。ただし、平成 27 年 9 月 11 日に最終改正されており、かつ、施行日は、平成 28 年 4 月 1 日であるため、本論執筆時点では、未施行の法律である。また、各自治体に求められている「地方人口ビジョン」、「地方版総合戦略」の策定期限は平成 27 年度中(平成 28 年 3 月末)であり、本論執筆時点では、未策定の自治体が多数である。このような背景の中、「まち・ひと・しごと創生法」及び「地方版総合戦略」に関する研究、山間部、中心市街地などの伝統的な個別の地域活性化策に関する研究をレビューし、地方創生・地域活性化の枠組みを捕らえつつ、更にスポーツを活用した地方創生・地域活性化に関する研究をレビューすることで、既存のスポーツによる地域活性化策の方向性を捉えることとした。

### 2.1.1. 「まち・ひと・しごと創生法」、「地方版総合戦略」、個別の地域活性化策に関する研究

「まち・ひと・しごと創生法」、「地方版総合戦略」に関する研究については、其田(2015)は、まち・ひと・しごと創生法と地域再生法の一部を改正する法律のそれぞれの概要、制定過程から、地方自治体への影響を検討し<sup>9)</sup>、中村(2015)は、先行的に総合戦略を既に策定した複数の自治体に注目し、各々の特徴を指摘した<sup>10)</sup>。また、個別の地方活性化の事例研究として、国光(2006)による山間部の過疎地における地域活性化を通じた農村振興施策の効果に関する分析<sup>11)</sup>や、兼子(2002)による、水戸市中心市街地における商業地域構造と地域活性化に関する研究<sup>12)</sup>などが存在する。ただし、これらの研究において、スポーツによる地方創生・地域活性化策は検討されておらず、まち・ひと・しごと創生総合戦略の概説において、政策パッケージの(1)地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする・(ウ)地域産業の競争力強化(分野別取組)・サービス産業の労働生産性の伸び率を3倍に拡大(0.8%→2.0%)、・2020年までの5年間の累計で若い世代の安定した雇用を約19万人創出等の中で、地域の歴史・町並み・文化・芸術・スポーツ等による地域活性化と記載されているのみであった。

### 2.1.2. スポーツを活用した地方創生・地域活性化に関する研究

本論執筆時点では、「地方人口ビジョン」、「地方版総合戦略」が未策定である自治体が多数である中、経済産業省関東経済局(2009、2010)は、「広域関東圏におけるスポーツビジネスを核とした新しい地域活性化のあり方に係る調査報告書」<sup>13)</sup>において、スポーツビジネスの現状、広域関東圏のスポーツビジネスを核とした地域活性化の現状と課題、ベストプラクティス、スポーツビジネスを核とした地域活性化策の検討・提案を、「スポーツビジネスを核とした地域活性化フィジビリティ調査報告書」<sup>14)</sup>において、

スポーツビジネス活性化に向けた課題と取り組みを報告している。また、経済産業省近畿経済産業局(2008)は、関西におけるスポーツ産業振興の意義、スポーツを核にした新たな需要開拓に向けた先進事例、今後の展開の方向性を報告書に取りまとめている<sup>15)</sup>。また、プロスポーツチームが地域に及ぼす経済効果については、石坂(2010)は、仮想市場法によるプロ野球チームの地域における経済的価値評価を行ない<sup>16)</sup>、加藤(2009)らは、産業連関表を用いて、プロバスケットボールクラブなどの経済効果を推計した<sup>17)</sup>。また二宮(2010)は、プロスポーツ観戦者は、地域同一性が高いことを明らかにした<sup>18)</sup>。ただし、これらの研究は、主に自治体、商工会、プロスポーツチームへのアンケート調査に基づく、調査報告、研究であり、また、住民意識についても、観戦意図、支払意識に関するものであり、プロスポーツチームを活用した政策ニーズ、財源に関する住民意識を研究したものはほとんど無かった。

## 第3章 研究目的

### 3.1 研究目的

本研究の目的は、プロスポーツ球団・クラブが存在する自治体において、地方創生・地方活性化策の方向性が示されている地方版総合戦略の中で、プロスポーツがどのように位置づけられているか明らかにし、同時に、地方創生の中でも、地方中枢都市の要件を満たさない首都圏のベッドタウンである所沢市において、プロスポーツというアセットを活用した地方創生・地方活性化策に関する住民意識、及び、その施策を実施するための財源に関する住民意識を明らかにすることで、プロスポーツを活用した地方創生・地方活性化策の優先順位に関する示唆を得ることにある。更に、本論執筆時点では、多くの自治体で、「地方人口ビジョン」、「地方版総合戦略」を策定中であり、特にプロスポーツを活用した総合戦略メニューを検討する際の参考されることを期待している。

## 第4章 研究方法

### 4.1 研究方法

#### 4.1.1. 調査概要

本研究においては、プロ野球12球団において、唯一政令指定都市になく、他の地方での活用により多くの示唆を得られる可能性が高い、埼玉西武ライオンズと所沢市を研究対象とし、他の自治体において、素案を含む、既に策定済みの地方版総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策の調査、所沢市住民へのアンケート調査、所沢市、及び埼玉西武ライオンズへのインタビューを実施した。

#### 4.1.2. 地方版総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策の調査

本論執筆時点では、「地方人口ビジョン」、「地方版総合戦略」が未策定である自治体が多数ではあるが、先行型交付金の留保分である300億円の上乗せ交付金の配分を目的として、

平成 27 年 10 月末までに、暫定版、素案も含め、地方版総合戦略を策定した自治体も存在する。よって、策定済みの地方版創造戦略の中で、プロスポーツによる地方活性化策の傾向・方向性を把握するため、プロ野球、及び J リーグのクラブが存在する自治体の地方版総合戦略のレビューを実施した。

#### 4.1.2.1. 調査対象

プロ野球 12 球団、2016 年シーズン J リーグの J1 所属 18 クラブ、J2 所属 22 クラブが存在する自治体(都道府県、及び市区町村)における、暫定版を含む、地方版総合戦略を対象とした<sup>19)・90)</sup>。ただし、都道府県レベルで全体をフランチャイズとする J リーグクラブの地区町村については、スタジアムが存在する市区町村を中心とし、一部近隣の市区町村も対象とした。

表 4.1.2.1-1 プロ野球フランチャイズ

	チーム名	都道府県	市区町村
プロ野球	読売ジャイアンツ	東京都	文京区
	東京ヤクルトスワローズ	東京都	新宿区
	横浜DeNAベイスターズ	神奈川県	横浜市
	中日ドラゴンズ	愛知県	名古屋市
	阪神タイガース	兵庫県	西宮市
	広島東洋カープ	広島県	広島市
	北海道日本ハムファイターズ	北海道	札幌市
	東北楽天ゴールデンイーグルス	宮城県	仙台市
	埼玉西武ライオンズ	埼玉県	所沢市
	千葉ロッテマリーンズ	千葉県	千葉市
	オリックス・バファローズ	大阪府	大阪市
	福岡ソフトバンクホークス	福岡県	福岡市

表 4.1.2.1-2 サッカーJ1 フランチャイズ

	チーム名	都道府県	市区町村
J1	ベガルタ仙台	宮城県	仙台市
	鹿島アントラーズ	茨城県	鹿嶋市
	浦和レッズ	埼玉県	さいたま市
	大宮アルディージャ	埼玉県	さいたま市
	柏レイソル	千葉県	柏市
	FC東京	東京都	調布市
	川崎フロンターレ	神奈川県	川崎市
	横浜F・マリノス	神奈川県	横浜市
	湘南ベルマーレ	神奈川県	平塚市
	ヴァンフォーレ甲府	山梨県	甲府市
	アルビレックス新潟	新潟県	新潟市
	ジュビロ磐田	静岡県	磐田市
	名古屋グランパス	愛知県	名古屋市
	ガンバ大阪	大阪府	大阪市、吹田市
	ヴィッセル神戸	兵庫県	神戸市
	サンフレッチェ広島	広島県	広島市
	アビスパ福岡	福岡県	福岡市
	サガン鳥栖	佐賀県	鳥栖市

表 4.1.2.1-3 サッカーJ2 フランチャイズ

	チーム名	都道府県	市区町村
J2	コンサドーレ札幌	北海道	札幌市
	モンテディオ山形	山形県	山形市、天童市
	水戸ホーリーホック	茨城県	水戸市
	ザスパクサツ群馬	群馬県	前橋市
	ジェフユナイテッド千葉	千葉県	千葉市
	東京ヴェルディ	東京都	稲城市
	FC町田ゼルビア	東京都	町田市
	横浜FC	神奈川県	横浜市
	松本山雅FC	長野県	松本市
	ツエーゲン金沢	石川県	金沢市
	清水エスパルス	静岡県	静岡市
	FC岐阜	岐阜県	岐阜市
	京都サンガF. C.	京都府	京都市
	セレッソ大阪	大阪府	大阪市
	ファジアーノ岡山	岡山県	岡山市
	レノファ山口FC	山口県	山口市
	カマタマーレ讃岐	香川県	高松市
	徳島ヴォルティス	徳島県	徳島市
	愛媛FC	愛媛県	松山市
	ギラヴァンツ北九州	福岡県	北九州市
V・ファーレン長崎	長崎県	長崎市、諫早市	
ロアッソ熊本	熊本県	熊本市	

#### 4.1.2.2. 調査手法

対象自治体のホームページに掲載されている地方版総合戦略の中から、“スポーツ”、“プロ”、フランチャイズチーム名をキーワードとして、対象の施策を抽出した。また、大沼(2006)<sup>91)</sup>は、「地域発展」計画におけるプロスポーツチームの存在意義の考察において、①中心市街地再活性化と土地開発、②都市イメージの向上、③生活の質の向上を主要論点としており、これらを踏襲したカテゴリー付けを行った。

#### 4.1.3. 所沢市住民へのアンケート調査

有馬(2007)<sup>92)</sup>によると、「地域社会に存在する問題を明らかにしたり、限られた予算の中で実現していく施策の優先順位を検討するための基礎資料を得るための手段として、多くの自治体で住民意識調査などの名称でアンケート調査が実施され、行政課題の抽出に利用しているとされている」とある。また、国のパブリックコメント制度にも、「国の行政機関が政令や省令等を定めようとする際に、事前に、広く一般から意見を募り、その意見を考慮することにより、行政運営の公正さの確保と透明性の向上を図り、国民の権利利益の保護に役立てることを目的としています。」とある<sup>93)</sup>。よって、本論でも、所沢市におけるスポーツを活用した地方活性化策の優先度を明らかとするため、住民の意識調査を行うこととした。

##### 4.1.3.1. 調査対象

2015年12月11日から2015年12月13日までの3日間において、10代から70代の所沢市民を対象とし、Web調査会社を介してweb調査を実施した。なお、地域経済システム(国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口」の2015年推計値)によると、所沢市の人口動態は、表4.1.1.の通りであり、10代から70代にて、85.9%の人口をカバーしている。

表 4.1.3.1 所沢市年代別人口

性別	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	合計	10~70代
男	14,060	15,623	18,951	23,272	28,093	21,000	22,847	18,502	8,204	170,552	148,288
女	13,343	14,798	18,686	21,655	25,991	20,258	24,991	20,843	12,905	173,470	147,222
合計	27,403	30,421	37,637	44,927	54,084	41,258	47,838	39,345	21,109	344,022	295,510
全人口割合	8.0%	8.8%	10.9%	13.1%	15.7%	12.0%	13.9%	11.4%	6.1%	100.0%	85.9%

##### 4.1.3.2. 調査内容

スポーツビジネスを核とした地域活性化策の検討・提案を行った、「スポーツビジネス

を核とした地域活性化フィジビリティ調査報告書」を参考とし、地域への愛着、埼玉西武ライオンズへの愛着、埼玉西武ライオンズの地域への効果、地域産業との連携、大学との連携、自治体の支援、スポーツコミッションなど 20 項目について、調査を実施した。また、質問項目については、スポーツ科学の有識者 2 名のレビューを事前に受けた。

#### 4.1.3.3. 分析手法

本研究においては、アンケート調査による、地域への愛着、埼玉西武ライオンズへの愛着、埼玉西武ライオンズの地域への効果、地域産業との連携、大学との連携、自治体の支援、スポーツコミッションなどに関する 20 項目の調査を通じて、所沢市住民の地方創生・地域活性化に関する政策ニーズ、財源について、クロス集計による徹底した市況調査を行うこととした。

#### 4.1.4. 所沢市、埼玉西武ライオンズへのインタビュー

本論執筆時点では、所沢市の「地方人口ビジョン」、「地方版総合戦略」は、未確定ではあるが、公開可能な範囲にて、これまでに実施・検討した施策と、得られたアンケート調査の結果との差異について、所沢市、及び、埼玉西武ライオンズに半構造化インタビューを実施した。

## 第 5 章 調査結果

### 5.1 地方版総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策

#### 5.1.1. プロ野球フランチャイズにおけるプロスポーツを活用した施策

調査の結果、プロ野球 12 球団のうち、楽天、ロッテ、オリックス、ソフトバンク、阪神、広島は 6 球団については、プロ野球を活用した施策が総合戦略に盛り込まれていた。その内、楽天、オリックス、広島については、県の総合戦略のみであり、ロッテ、阪神については、市レベルのみ、ソフトバンクについては、県、市の両方の総合戦略に施策が盛り込まれていた。また、9 件の施策の内訳については、教育、コミュニティ活性化、育成・強化の生活の質の向上に関する施策が 5 件、スポーツツーリズムなどの中心市街地再活性化と土地開発に関する施策が 4 件であり、都市のイメージ向上に関する施策は無かった。

表 5.1.1. プロ野球フランチャイズの総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策

自治体	総合戦略	策定年度	主なプロスポーツ関連施策(抜粋)	施策の 카테고리	施策のサブカテゴリ
宮城県	宮城県地方創生総合戦略	平成27年10月	宮城県内を本拠地とするプロスポーツチームへの支援等を通じて、地域活性化や青少年の健全育成等を進めます。	生活の質向上	教育
千葉市	千葉市まち・ひと・しごと創生 総合戦略(素案)	平成27年10月	市内のトップスポーツチームやトップアスリートによる社会貢献活動を推進するため、チーム等と市民ニーズのコーディネートを推進する。	生活の質向上	コミュニティ活性化
大阪府	大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案)	平成27年8月	世界的なスポーツイベントやトップアスリートなど大阪が有する豊富なスポーツ資源を積極的に活用し、観光集客や大阪の活性化を進めます。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
福岡県	福岡県人口ビジョン・地方創生総合戦略	平成27年10月	地域から輩出される優秀な人材(トップアスリート)の育成・強化	生活の質向上	育成・強化
			福岡ソフトバンクホークスファーム本拠地移転を契機とした交流人口拡大	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
福岡市	福岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	(4) 伝統工芸や無形民俗文化財、九州芸文館、九州オルレハ女コースなど豊富な地域資源を活かした観光振興、ソフトバンクホークスファーム本拠地を中心とした近隣市町との連携による広域観光ルートの開発、筑後広域公園、グリーンフィールド八女などのスポーツ施設を活用したラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックのキャンプ誘致といった国内外から多くの人が訪れる施策を進めていくことが求められる。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
			国際スポーツ大会の誘致やプロスポーツの振興	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
西宮市	西宮版総合戦略(素案)	平成27年10月	地域スポーツの推進やスポーツ人口の拡大 ・トップスポーツの市民観戦 ・トップスポーツ選手の児童・青少年への指導	生活の質向上	教育
広島県	広島県まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	ジュニア選手が、将来トップを目指すアスリートとなり、トップレベルの競技大会で活躍することにつながるよう、各競技団体や県体育協会等の関係機関が連携し、優れた運動能力を有する児童生徒の早期発掘を行います。また、広島県の豊富なスポーツ医・科学資源の活用や、プロスポーツ・企業スポーツとも連携を図るなど、本県の強みを生かし、体系的・戦略的な選手の育成・強化を実施することで、本県の活かぶりにつなげていきます。	生活の質向上	育成・強化

### 5.1.2. サッカーJ1 フランチャイズにおけるプロスポーツを活用した施策

調査の結果、2016年シーズンにおけるサッカーJ1所属18クラブのうち、鹿島、新潟、磐田、大阪(ガンバ)、広島、鳥栖の6クラブについては、プロサッカークラブを活用した施策が総合戦略に盛り込まれていた。その内、新潟、鳥栖、広島については、県の総合戦略のみであり、鹿島、磐田は、市レベルのみ、大阪(ガンバ大阪：吹田市)は、県、市の両方の総合戦略に施策が盛り込まれていた。また、8件の施策(大阪府と広島県の施策については、プロ野球と重複)の内訳については、育成・強化、コミュニティ活性化の生活の質の向上に関する施策が2件、スポーツツーリズムなどの中心市街地再活性化と土地開発に関する施策が4件、都市のイメージ向上に関する施策が2件となっていた。なお、鹿島については、他の自治体の総合戦略には見られない、プロスポーツ経験者移住促進事業が含まれていた。

表 5.1.2. J1 フランチャイズの総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策

自治体	総合戦略	策定年度	主なプロスポーツ関連施策(抜粋)	施策の 카테고리	施策の 카테고리
鹿嶋市	鹿嶋市まち・ひとしごと創生総合戦略(案)	平成28年1月	2-2 移住支援 空き家を活用した移住支援を展開し、移住者と本市が WinWin -WinWin の関係となる事業を展開する。 □制度利用による移住者数 ・空き家対策・活用事業(お試し居住) ・移住促進事業( UIJターンの推進, 専門相談員) ・プロスポーツ経験者移住促進事業 ・就農希望者向けの移住促進事業	中心市街地再活性化と土地開発	移住支援
新潟県	新潟県創生総合戦略	平成27年10月	(2) 観光立県・交流拡大の推進 ○ 地域密着型のプロスポーツの振興や、大規模なスポーツイベントの誘致開催 等に取り組みるとともに、東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、事前合宿等の誘致や関連文化プログラムの推進による交流人口の増加等により、地域の活性化と、本県のイメージアップを図る。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
磐田市	磐田市まち・ひとしごと創生総合戦略 ～ 今までも、これからも ずっと磐田～	平成27年10月	施策2-2 磐田のブランド力の強化とシティプロモーションの推進 マスメディアやウェブサイトなどによる魅力の発信や知名度の向上により、「訪れたい」「住みたい」と思われるよう、誇りと愛着の醸成を図ります。  主な取り組み③ スポーツを活用したまちづくり 2つのジュビロ(サッカー・ラグビー)のホームタウンとして、スポーツを中心とした様々な交流事業を実施することで、「スポーツのまち磐田」を全国・世界に発信するとともに、人材の育成を通じた人口定着や新たな産業の創造を目指します。  内容 ■中学校等の部活動を地域で支援する(仮称)地域スポーツクラブの立ち上げ ■学校訪問やスポーツ教室、グラウンド等地域スポーツ資源を活用した交流事業実施 ■ジュビロ磐田メモリアルマラソンの開催 ■ジュビロ磐田ホームゲーム小学生一斉観戦の実施 ■スポーツと健康・医療をマッチさせたイベント等の開催 ■スポーツに係るグッズや用品の製造・販売の促進	都市イメージの向上	ブランディング
吹田市	吹田市まち・ひとしごと創生総合戦略(案)	平成28年1月	基本目標 2「住む」「楽しむ」新たな魅力が見つかるまち 基本的方向(1) 都市魅力の強化と戦略的な情報発信 ◀ 現在または今後の課題など ▶ 市民の定住志向を高めるため、本市の地域資源を活かし、本市への誇りや愛着の意識を醸成する必要がある。たとえば、本市は、「ガンバ大阪のあるまち」であり、市民が一体となって応援する機運をより一層高め、ガンバ大阪を支援する体制を整備し、市立吹田サッカースタジアムが「サッカーの聖地」となるよう取り組みなどが考えられる。また、本市への転入者や来訪者を増加させるため、本市の高質な住環境や子育てしやすいまちの魅力、様々な地域資源について、効果的に情報発信を行い、本市への認知度や関心を高めることが重要である。	都市イメージの向上	ブランディング
			施策③ ガンバ大阪ホームタウンの推進 取組内容 ○市にガンバ大阪を支援するための担当窓口を設置する。 ○関係団体等との連絡・連携体制を構築し、市民が一体となってガンバ大阪を応援する機運を高める。 平成 32 年KPI ◆サッカースタジアム年間来館者60万人	生活の質向上	コミュニティ活性化
佐賀県	佐賀県まち・ひとしごと創生総合戦略	平成27年9月	(8) 人と地域が元気になるスポーツの推進【総合計画 P3-161、第3章5(2)②より】 【取組方針】 ○ スポーツを通じて、様々なアスリートやたくさんの人が佐賀県を訪れることで、おもてなしのレベルアップ、佐賀県の情報発信と魅力向上、地域の活性化につなげます。 【具体的な施策】 ・トップレベルスポーツイベント等の誘致・開催支援 ・スポーツキャンプ・合宿の誘致推進 ・さが桜マラソンなど、参加型スポーツイベントの誘致・開催支援 ・県外アスリート等の受入体制の整備 ・プロスポーツを活用した佐賀県の情報発信	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム

### 5.1.3. サッカーJ2 フランチャイズにおけるプロスポーツを活用した施策

調査の結果、2016年シーズンにおけるサッカーJ2所属22クラブのうち、山形、松本、水戸、岐阜、岡山、山口、讃岐、愛媛、長崎、熊本の10クラブについては、プロサッカークラブを活用した施策が総合戦略に盛り込まれていた。その内、愛媛と熊本については、県の総合戦略のみであり、山形、松本、水戸、山口、讃岐(高松)は、市レベルのみ、岐阜、

岡山、長崎については、県、市の両方の総合戦略に施策が盛り込まれていた。また、18件の施策の内訳については、教育、育成・強化、コミュニティ活性化の生活の質の向上に関する施策が5件、環境整備、スポーツツーリズムなどの中心市街地再活性化と土地開発に関する施策が9件、都市のイメージ向上に関する施策が4件となっていた。なお、他の自治体の総合戦略には見られない施策として、山形市においては、サッカースタジアム整備の検討、愛媛県においては、プロ野球球団の誘致に向けた可能性調査・課題研究が盛り込まれていた。

表 5.1.3.1 J2 フランチャイズの総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策-1

自治体	総合戦略	策定年度	主なプロスポーツ関連施策(抜粋)	施策の 카테고리	施策の 카테고리
山形市	新しい経営計画骨子(案)	平成27年10月	モンテディオ山形や県、周辺市町と連携しながら、サッカースタジアムの整備について検討を進めます。	中心市街地再活性化と土地開発	環境整備
天童市	天童市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案)	平成28年1月	ホームタウンスポーツ推進事業 取組内容 本市を本拠地とするプロチームとともに、ホームタウンスポーツを積極的に推進するため、ホームタウンTENDO推進協議会、山形県スポーツ振興21世紀協会の活動を支援する。 成果・効果 地域の人々との交流促進やクラブへの支援・地域振興	生活の質向上	コミュニティ活性化
松本市	「健康寿命延伸都市・松本」地方創生総合戦略	平成28年2月	重点施策③ 松本産品のブランド化 産業振興や交流人口の拡大に資するため、豊富な地域資源や「健康寿命延伸都市・松本」のイメージを生かした新たな付加価値の創造などによる商品開発とそのブランド化等を進めます。また、地域に根付いたプロスポーツのブランド力や集客力・発信力を最大限活用した地域の活性化を図ります。	都市イメージの向上	ブランディング
水戸市	水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案)	平成27年12月	体力向上プログラムの推進 ・水戸ホーリーホックや様々なスポーツ競技団体等と連携し、スポーツへの興味、関心を高める授業を行うなど、子どもたちが運動に親しむことができるよう、健やかな体づくりに努めます。	生活の質向上	教育
岐阜県	「清流の国ぎふ」創生総合戦略	平成27年10月	②競技スポーツの推進 ・さらなる競技力向上を図るため、ジュニアからトップアスリートまで一貫した強化を行うとともに、科学的サポートの充実、ジュニア世代の発掘・育成、指導者の育成及び資質向上に取り組む。 ・トップアスリートの拠点となるクラブや競技団体を育成・支援するとともにアスリートを組織的に支える体制を強化する。 ・トップアスリートのスポーツ環境を整えるため、競技力に直結する特殊器具の整備や就業支援等を進める。	生活の質向上	育成・強化
岐阜市	岐阜市まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年12月	FC 岐阜を支援することにより、地域スポーツ推進とスポーツ文化の普及を図るとともに、全国を舞台に活躍する FC 岐阜を通じて、全国に岐阜市の魅力を発信していきます。	都市イメージの向上	ブランディング
岡山県	おかやま創生総合戦略	平成27年10月	■文化やスポーツの力を活用した地域づくりの推進 市町村や地域住民等と連携し、アートイベントで地域に人を呼び込む取組や文化を核とした地域づくりを進めるとともに、トップクラブチームやトップアスリートの活用、東京オリンピック等の事前キャンプの誘致などを通じて、国内外からの誘客を促進し、地域の一体感や活力を醸成する。	都市イメージの向上	ブランディング
岡山市	岡山市まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	⑤文化芸術施設を拠点とした文化振興やトップスポーツによる活力の創出 「ファジアン/岡山」や「岡山シーガルズ」のトップチームが全国区で活躍することにより県内外から多くの人を呼び込み、交流人口の増大と地域経済効果の拡大を図る。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム

表 5.1.3.2 J2 フランチャイズの総合戦略におけるプロスポーツを活用した施策-2

自治体	総合戦略	策定年度	主なプロスポーツ関連施策(抜粋)	施策の 카테고리	施策の 카테고리
山口市	山口市まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	42 スポーツ資源を活用した交流人口の拡大【地域振興部、総合政策部など】 ・市民が一体となって、観客増に向けた仕組みづくりや基盤整備を進めていくことはもちろんのこと、レノファ山口の J2 に向けた活躍やホームゲームにおける観客増を地域活性化につなげていきます。 ・「健康」「フィットネス」をテーマに、産山漁村地域の地域資源を活用したスポーツツーリズムを推進していきます。 ・全国規模のスポーツコンベンション、世界大会のキャンプ地等の誘致を行っています。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
			・レノファ山口の観客増とそれを取り込んだ地域活性化 ・スポーツツーリズム等の推進 ・スポーツコンベンションの誘致	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
高松市	たかまつ創生総合戦略	平成27年10月	1-3-③ トップスポーツの振興 本市を始めとする県内の活性化やにぎわいづくりの創出、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会参加を目指す県内選手の競技力向上のため、香川県が設置する東京オリンピック・パラリンピック推進本部や関係競技団体等と連携する中で、本大会及びそれ以前に行われる各種国際大会の事前合宿等の誘致に取り組みます。また、引き続き、地域密着型トップスポーツチームを支援するとともに、市民の試合観戦・応援機会を提供します。	生活の質向上	コミュニティ活性化
愛媛県	愛媛県版まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	・野球やサッカーなどの地域密着型プロスポーツを振興し地域活性化につなげていくため、県民総ぐるみで支援する機運の醸成に取り組むとともに、イベント広報等による観客動員や地元スポーツ団体との交流を促進する。	生活の質向上	コミュニティ活性化
			・プロスポーツの公式戦やキャンプ等を積極的に誘致するとともに、将来的な夢として、プロ野球球団の四国への誘致に向けた、四国他県等と連携しての可能性調査・課題研究等に取り組む。	中心市街地再活性化と土地開発	プロスポーツ誘致
長崎県	長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	●スポーツを通じた国際交流による交流人口の拡大 ・海外チームのキャンプ地誘致、プロチームや県内各競技団体と中国や韓国等海外との交流により、交流人口の拡大を図る。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
			OV・ファーレン長崎の支援による地域活性化 ・県内唯一のプロサッカークラブであるV・ファーレン長崎への支援を行うことによる、更なる地域活性化及び経済波及効果を創出する。	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
諫早市	諫早市まち・ひと・しごと創生総合戦略 諫早市(案)	平成27年12月	⑤ 観光関連産業の活性化 市民参加型のまつりやイベントを支援し、市民主体の活動を促進するとともに市民の地元への愛着を高め、観光関連産業の活性化を図る。また、本市の充実したスポーツ施設の活用による全国・九州大会規模の大会や合宿、会議(コンベンション等)の誘致、プロサッカークラブのV・ファーレン長崎を活かした交流人口の拡大などによる観光客、宿泊客の増加を図り、本市における「スポーツツーリズム」の確立を目指す。 ・V・ファーレン長崎ホームタウン交流促進事業	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
			Ⅱ 多様なツーリズムによる新しいひとの流れの喚起 ① スポーツツーリズムによる交流人口の増加促進 本市の充実したスポーツ施設の活用によるスポーツコンベンション、県立総合運動公園陸上競技場をホームスタジアムとするV・ファーレン長崎の支援、平成28年度開催のねりんピック長崎等を通じた交流人口の拡大など、本市が有するスポーツ資源を最大限に活用して「スポーツツーリズム」を推進し、他地域の住民へ本市の魅力やPRし、移住可能性の拡大につなげる。また、新たなスポーツ拠点施設の整備による交流人口の拡大についても、各種大会の誘致など他地域との連携を強化しながら図っていく。 ＜具体的な事業＞ ・V・ファーレン長崎ホームタウン交流促進事業(再掲) ・久山港埋立地スポーツ施設の整備によるスポーツ交流人口拡大事業 ・諫早市サッカー場の整備によるスポーツ交流人口拡大事業	中心市街地再活性化と土地開発	スポーツツーリズム
熊本県	熊本県まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成27年10月	・県内のアスリートや「ロアッソ熊本」などの地域クラブと連携し、スポーツを通じた地域づくりや交流活動を推進するとともに、交流人口の拡大を図るため、トップアスリートの活動を通して熊本を全国に発信します。	都市イメージの向上	ブランディング

## 5.2. 所沢市民の人口動態

### 5.2.1. 回答サンプル概要

web 調査の結果、209 の有効回答を得ることができた。ただし、人口分布に応じたサンプル数の割付けに対して、10 代と 70 代については、必要なサンプルを得ることが出来ず、30 代から 60 代のサンプルにて、代替することとした。そのため、本研究においては、30 代から 60 代の意見がより強く反映されている点について、留意が必要である。

表 5.2.1. 調査サンプル概要

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	合計
割合(男)	5.3%	6.4%	7.9%	9.5%	7.1%	7.7%	6.3%	50.2%
割合(女)	5.0%	6.3%	7.3%	8.8%	6.9%	8.5%	7.1%	49.8%
割付/男	11	13	16	20	15	16	13	105
割付/女	10	13	15	18	14	18	15	104
合計	22	27	32	38	29	34	28	209

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	合計
回収サンプル数(男)	1	13	17	23	18	18	17	107
回収サンプル数(女)	3	15	19	19	17	20	9	102
合計	4	28	36	42	35	38	26	209
割合(男)	0.5%	6.2%	8.1%	11.0%	8.6%	8.6%	8.1%	51.2%
割合(女)	1.4%	7.2%	9.1%	9.1%	8.1%	9.6%	4.3%	48.8%

### 5.2.2. 出身地

所沢市住民の出身地については、全体としては、所沢市出身者は 23.9%であり、他の地域出身者が多数であった。また、他地域出身者の内、東京出身者は、所沢市出身者と同率の 23.9%であり、次いで、8.6%は埼玉県他市町村出身であった。年代別の出身地の割合は、表 5.1.2.の通りであり、10 代から 40 代までは、所沢市出身が最多であるが、その割合は、30%前後であり、50 代以降では、東京都出身者が最多であった。

表 5.2.2. 所沢市年代別出身地

年代	男		女		合計
	出身地	人数	出身地	人数	
10代	所沢市	25.0%	所沢市	25.0%	50.0%
			富山県	25.0%	25.0%
			岩手県	25.0%	25.0%
20代	所沢市	14.3%	所沢市	21.4%	35.7%
	静岡県	7.1%	埼玉県	3.6%	10.7%
	埼玉県	7.1%	東京都	3.6%	10.7%
	東京都	3.6%	神奈川県	3.6%	7.1%
	長野県	3.6%	宮城県	3.6%	7.1%
	愛知県	3.6%	兵庫県	3.6%	7.1%
	北海道	3.6%	群馬県	3.6%	7.1%
	新潟県	3.6%	沖縄県	3.6%	7.1%
			北海道	3.6%	3.6%
			高知県	3.6%	3.6%
30代	所沢市	13.9%	所沢市	27.8%	41.7%
	東京都	8.3%	東京都	8.3%	16.7%
	埼玉県	5.6%	富山県	2.8%	8.3%
	北海道	5.6%	神奈川県	2.8%	8.3%
	愛媛県	2.8%	高知県	2.8%	5.6%
	富山県	2.8%	宮城県	2.8%	5.6%
	青森県	2.8%	兵庫県	2.8%	5.6%
	山形県	2.8%	埼玉県	2.8%	5.6%
	神奈川	2.8%			2.8%

年代	男		女		合計	
	出身地	人数	出身地	人数		
40代	所沢市	14.3%	所沢市	16.7%	31.0%	
	東京都	11.9%	東京都	14.3%	26.2%	
	埼玉県	9.5%	千葉県	4.8%	14.3%	
	神奈川	4.8%	兵庫県	2.4%	7.1%	
	熊本県	2.4%	福島県	2.4%	4.8%	
	愛媛県	2.4%	埼玉県	2.4%	4.8%	
	茨城県	2.4%	神奈川	2.4%	4.8%	
	愛知県	2.4%			2.4%	
	北海道	2.4%			2.4%	
	岩手県	2.4%			2.4%	
	50代	東京都	17.1%	東京都	17.1%	34.3%
		所沢市	5.7%	所沢市	11.4%	17.1%
		宮崎県	2.9%	静岡県	2.9%	5.7%
		千葉県	2.9%	鹿児島	2.9%	5.7%
埼玉県		2.9%	京都府	2.9%	5.7%	
山形県		2.9%	海外	2.9%	5.7%	
大分県		2.9%	大阪府	2.9%	5.7%	
新潟県		2.9%	広島県	2.9%	5.7%	
富山県		2.9%	佐賀県	2.9%	5.7%	
北海道		2.9%			2.9%	
静岡県		2.9%			2.9%	
神奈川		2.9%			2.9%	

年代	男		女		合計
	出身地	人数	出身地	人数	
60代	東京都	18.4%	東京都	13.2%	31.6%
	埼玉県	7.9%	埼玉県	5.3%	13.2%
	所沢市	5.3%	北海道	5.3%	10.5%
	栃木県	5.3%	所沢市	2.6%	7.9%
	宮城県	2.6%	岩手県	2.6%	5.3%
	福岡県	2.6%	長崎県	2.6%	5.3%
	北海道	2.6%	茨城県	2.6%	5.3%
	千葉県	2.6%	栃木県	2.6%	5.3%
			福島県	2.6%	2.6%
			群馬県	2.6%	2.6%
			和歌山	2.6%	2.6%
			鹿児島	2.6%	2.6%
			福岡県	2.6%	2.6%
			千葉県	2.6%	2.6%
70代	東京都	19.2%	愛知県	7.7%	26.9%
	長野県	7.7%	東京都	7.7%	15.4%
	北海道	7.7%	兵庫県	3.8%	11.5%
	神奈川	3.8%	愛媛県	3.8%	7.7%
	高知県	3.8%	北海道	3.8%	7.7%
	千葉県	3.8%	滋賀県	3.8%	7.7%
	愛媛県	3.8%	神奈川	3.8%	7.7%
	埼玉県	3.8%			3.8%
	所沢市	3.8%			3.8%
	山形県	3.8%			3.8%
新潟県	3.8%			3.8%	

5.2.3. 既婚・未婚別出身地

未婚・既婚で見た場合、表 5.2.3.の通りであり、未婚者には、所沢市と他地域の出身者にはほとんど差は見られないが、既婚者については、40代以上が多く、かつ他地域出身地が多い。

表 5.2.3. 所沢市未婚・非婚別出身地

既婚/未婚	年代	出身地	男性人数	女性人数	
未婚	10代	所沢市	1	1	
		非所沢市		2	
	20代	所沢市	4	5	
		非所沢市	6	6	
	30代	所沢市	3	5	
		非所沢市	5	4	
	40代	所沢市	4		
		非所沢市	7	1	
	50代	所沢市	1	1	
		非所沢市	1	2	
	60代	所沢市	1		
		非所沢市			
	未婚 合計			33	27

既婚/未婚	年代	出身地	男性人数	女性人数	
既婚	20代	非所沢市		3	
				4	
	30代	所沢市		2	
		非所沢市		7	
	40代	所沢市		2	
		非所沢市		10	
	50代	所沢市		1	
		非所沢市		15	
	60代	所沢市		1	
		非所沢市		16	
	70代	所沢市		1	
		非所沢市		16	
	既婚 合計			74	75
	合計			107	102

#### 5.2.4. 年収

所沢市住民の年収の分布は、表 5.2.4.の通りであり、回答が得られた 168 人の内、73.2%は、年収 700 万未満であり、男性の最頻値は、300 万円以上 400 万円未満である一方、女性の最頻値は、400 万円以上 500 万円未満であった。

表 5.2.4. 所沢市年収分布

年収	性別	人数	年収	性別	人数
100万円以上200万円未満	男	5.4%	700万円以上800万円未満	男	4.8%
	女	7.1%		女	4.2%
200万円以上300万円未満	男	6.0%	800万円以上900万円未満	男	4.2%
	女	6.5%		女	1.8%
300万円以上400万円未満	男	9.5%	900万円以上1,000万円未満	男	3.6%
	女	4.2%		女	1.8%
400万円以上500万円未満	男	5.4%	1,000万円以上1,500万円未満	男	3.6%
	女	13.1%		女	1.2%
500万円以上600万円未満	男	6.0%	1,500万円以上2,000万円未満	男	0.6%
	女	5.4%		女	0.6%
600万円以上700万円未満	男	2.4%	3,000万円以上	男	0.6%
	女	2.4%		合計	100.0%

#### 5.2.5. 職業

所沢市住民の職業の分布は、表 5.2.5.の通りであり、全体として、一般社員、派遣社員・契約社員、公務員などの給与所得者が、39.2%と最多であった。また、女性については、特に30代以上で専業主婦、パート・アルバイトが多かった。

表 5.2.5. 所沢市年代別職業

性別	年代	職業	割合	
男	10代	学生	0.5%	
		20代	一般社員	4.3%
			学生	1.4%
			無職	0.5%
	30代	一般社員	2.9%	
		派遣・契約社員	1.0%	
		自営業	1.0%	
		パート・アルバイト	1.0%	
		無職	1.0%	
		管理職	0.5%	
		公務員	0.5%	
	その他	0.5%		
	40代	一般社員	3.3%	
		管理職	2.9%	
		パート・アルバイト	1.4%	
		派遣・契約社員	1.0%	
		経営者	0.5%	
		公務員	0.5%	
		自営業	0.5%	
		無職	0.5%	
その他		0.5%		
男		50代	一般社員	3.8%
	管理職		1.9%	
	公務員		1.4%	
	派遣・契約社員		0.5%	
	自営業		0.5%	
	無職		0.5%	
	60代		無職	4.3%
			一般社員	1.4%
			派遣・契約社員	0.5%
			自営業	0.5%
		公務員	0.5%	
	70代	経営者	0.5%	
		管理職	0.5%	
		パート・アルバイト	0.5%	
		無職	5.7%	
		自営業	1.0%	
	女	10代	学生	1.4%
			20代	学生
		一般社員		1.9%
		専業主婦		1.0%
パート・アルバイト		1.0%		
公務員		0.0%		
専門職		0.5%		
30代		専業主婦		2.4%
		パート・アルバイト		2.4%
		一般社員		1.4%
		派遣・契約社員		1.0%
		その他	1.0%	
40代		公務員	0.5%	
		専門職	0.5%	
		専業主婦	3.3%	
		パート・アルバイト	3.3%	
		一般社員	0.5%	
		管理職	0.5%	
		経営者	0.5%	
		派遣・契約社員	0.5%	
	専門職	0.5%		
	女	50代	パート・アルバイト	2.9%
専業主婦			1.9%	
一般社員			1.0%	
その他			1.0%	
公務員			0.5%	
自営業			0.5%	
無職			0.5%	
60代		専業主婦	8.1%	
		一般社員	0.5%	
		パート・アルバイト	0.5%	
70代	専業主婦	3.3%		
	無職	1.0%		

### 5.3. 地域愛着

#### 5.3.1. 地域愛着の要因

所沢市住民の地域愛着とその要因の分布は、表 5.3.1.の通りであり、地域愛着について、そう思う、非常にそう思う、を合わせた割合は、52.6%であった。また、地域愛着を持つ意要因は、5年以上の居住年数が最多の45.5%であり、次いで、出身地の25.8%であった。なお、その他の要因としては、自然が多い、災害(自然災害)が少ないなどの回答があった。プロスポーツを要因とした回答は、地域愛着について、そう思う、どちらでもないそれぞれ1件ずつのみであった。

表 5.3.1. 地域愛着要因

地域愛着	地域愛着要因												総計
	出身地	家族	友人	居住年数	通勤・通学	商業施設	公共施設	公共サービス	税金	プロスポーツ	その他		
非常にそう思う	2.9%	0.5%	0.0%	1.9%	1.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%
そう思う	11.5%	0.5%	1.9%	24.9%	3.3%	1.4%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	1.4%	45.9%
どちらでもない	6.7%	2.4%	1.0%	15.3%	3.8%	0.0%	1.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	1.0%	32.1%
そう思わない	3.3%	0.5%	0.5%	2.4%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	8.1%
全くそう思わない	1.4%	0.0%	0.0%	1.0%	1.4%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	7.2%
	25.8%	3.8%	3.3%	45.5%	10.5%	2.4%	1.0%	0.5%	1.0%	0.5%	1.0%	4.8%	100.0%

### 5.3.2. 他地域に対する競争優位

所沢市住民の地域愛着と他地域に対する競争優位の要因の分布は、表 5.3.2.の通りであり、プロスポーツの存在を、他地域に対する競争優位とする回答は、25.4%と最多であった。次いで、年間を通して過しやすいとされる気候が、24.4%、医療施設が、18.7%、スポーツ施設が 13.4%であった。なお、プロスポーツ、スポーツ施設、ジョギングコースなど、スポーツ関連を競争優位とする回答は、合計 46.4%であった。

表 5.3.2. 競争優位要因

地域愛着	他地域に対する競争優位									総計
	スポーツ施設	ジョギングコース	気候	健康施設	医療施設	コンシェルジュ	移動手段	プロスポーツ	その他	
非常にそう思う	2.0%	0.0%	1.4%	0.0%	1.0%	0.5%	0.0%	1.9%	0.0%	6.7%
そう思う	4.8%	3.3%	12.4%	1.9%	9.1%	0.0%	0.5%	12.4%	1.4%	45.9%
どちらでもない	4.8%	3.3%	6.2%	0.5%	5.7%	0.0%	0.0%	9.1%	2.4%	32.1%
そう思わない	0.5%	0.5%	2.9%	1.0%	2.4%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	8.1%
全くそう思わない	1.5%	0.5%	1.4%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	1.0%	1.9%	7.2%
	13.4%	7.7%	24.4%	3.8%	18.7%	0.5%	0.5%	25.4%	5.7%	100.0%

### 5.4. 埼玉西武ライオンズに対する愛着

#### 5.4.1. 地元チーム意識とファン意識

所沢市住民の埼玉西武ライオンズに対する、地元チームとしての意識と、ファンとしての意識の分布は、表 5.4.1.の通りであり、埼玉西武ライオンズを地元のチームと考えているとする回答は、非常にそう思う、そう思う、を合わせて、88.7%であり、所沢市住民の大部分は、地元のチームであると考えていた。一方、埼玉西武ライオンズファンであるかどうかの問いに対しては、非常にそう思う、そう思う、を合わせて、40.7%であり、どちらでもないという回答が最多の 30.6%であった。また、最も回答が多かったセグメントは、地元チーム意識が、そう思う、かつ、ファン意識が、どちらでもないの、16.3%であった。

表 5.4.1. 地元チーム意識とファン意識

地元チーム意識	ファン意識					総計
	全くそう思わない	そう思わない	どちらでもない	そう思う	非常にそう思う	
非常にそう思う	1.4%	1.9%	11.5%	11.0%	14.8%	40.7%
そう思う	6.7%	6.7%	16.3%	13.9%	0.5%	44.0%
どちらでもない	2.9%	2.4%	2.9%	0.5%	0.0%	8.6%
そう思わない	1.9%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%
全くそう思わない	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%
	16.7%	12.0%	30.6%	25.4%	15.3%	100.0%

#### 5.4.2. ファン意識とファンクラブ

所沢市住民の埼玉西武ライオンズに対する、ファン意識と、ファンクラブ会員の分布は、表 5.4.2.の通りであり、埼玉西武ライオンズファンであるかどうかの問いに対しては、非常にそう思う、そう思う、を合わせて、40.7%であったが、ファンクラブ会員は、ハイグレード、レギュラーA、レギュラーB を合わせて 10.0%であった。

表 5.4.2. ファン意識とファンクラブ入会

会員レベル	ファン意識					総計
	全くそう思わない	そう思わない	どちらでもない	そう思う	非常にそう思う	
ハイグレード会員	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	1.4%
レギュラーA会員	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	2.9%	4.8%
レギュラーB会員	0.0%	0.5%	0.0%	1.4%	1.9%	3.8%
非会員	16.7%	11.5%	30.6%	22.0%	9.1%	90.0%
	16.7%	12.0%	30.6%	25.4%	15.3%	100.0%

### 5.5. 埼玉西武ライオンズの地域への効果

#### 5.5.1. 地域へもたらすと考えられる効果

所沢市住民が、埼玉西武ライオンズが存在することで地域にもたらすと考えられている効果の分布は、表 5.5.1.の通りであり、商工業活性化が、42.6%と最多であった。また、次いで、地域交流の活性化が 20.6%であったが、他の効果は全て 10%以下であった。

表 5.5.1. 埼玉西武ライオンズが地域にもたらす効果

性別	年代	商工業	自治体イベント	スポーツ実施率	健康増資	医療費削減	定住人口	地域交流	雇用	地域貢献の場	地域文化	スポーツ施設	その他	総計
男	10代	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%
	20代	1.9%	1.9%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	6.2%
	30代	3.8%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%
	40代	2.4%	1.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	1.9%	11.0%
	50代	6.2%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	1.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.6%
	60代	4.3%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	8.6%
	70代	4.3%	0.5%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%
男合計		23.0%	6.2%	2.4%	0.5%	0.5%	1.0%	12.4%	0.5%	0.0%	1.9%	0.0%	2.9%	51.2%
女	10代	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	1.4%
	20代	2.9%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	1.4%	0.5%	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%	7.2%
	30代	3.8%	1.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	9.1%
	40代	3.3%	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	1.4%	0.5%	0.0%	1.0%	0.5%	1.0%	9.1%
	50代	3.8%	1.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	1.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.5%	0.0%	8.1%
	60代	3.3%	1.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.5%	0.5%	0.5%	1.0%	0.5%	9.6%
	70代	1.9%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	4.3%
女合計		19.6%	3.8%	3.3%	0.5%	1.0%	0.5%	8.1%	1.4%	1.4%	3.3%	2.9%	2.9%	48.8%
総計		42.6%	10.0%	5.7%	1.0%	1.4%	1.4%	20.6%	1.9%	1.4%	5.3%	2.9%	5.7%	100.0%

### 5.5.2. 既知の埼玉西武ライオンズの施策

埼玉西武ライオンズ実施している施策の中で、所沢市住民が既知としている施策の分布は、表 5.5.2.の通りであり、無料チケットの配布が、38.8%と最多であった。また、次いで、子供向けスポーツ教室が 17.2%であったが、他の施策は全て 10%以下であった。なお、埼玉西武ライオンズへのインタビューでは、所謂、現役選手などを派遣する野球教室などは開催しておらず、野球の普及を目的として、小学校の体育の授業内で、野球体験授業を実施したことが、野球教室と解釈されているのではないかとのことであった。

表 5.5.2. 既知の埼玉西武ライオンズの施策

性別	年代	無料チケット	子供向け教室	育成	大人向け教室	高齢者教室	慰問	清掃	選手派遣	試合時テナント	地域PR	一般開放	委託事業	大学連携	その他	総計
男	10代	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%
	20代	1.4%	1.0%	1.4%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	6.2%
	30代	2.4%	2.4%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	8.1%
	40代	5.3%	1.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.5%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	11.0%
	50代	4.3%	1.0%	0.5%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	8.6%
	60代	2.4%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	1.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	1.4%	8.6%
	70代	2.9%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	1.4%	0.5%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	8.1%
男合計		18.7%	8.6%	2.9%	1.9%	0.5%	1.9%	1.4%	6.2%	1.0%	1.0%	1.9%	1.4%	0.0%	3.8%	51.2%
女	10代	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%
	20代	2.9%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	1.0%	7.2%
	30代	5.7%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%
	40代	3.8%	1.9%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	1.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	1.0%	9.1%
	50代	2.4%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	1.4%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	8.1%
	60代	3.3%	1.4%	0.5%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	1.4%	0.5%	0.0%	0.5%	9.6%
	70代	1.4%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	4.3%
女合計		20.1%	8.6%	1.4%	1.9%	0.5%	0.5%	0.5%	3.8%	2.4%	1.9%	2.4%	1.0%	0.5%	3.3%	48.8%
総計		38.8%	17.2%	4.3%	3.8%	1.0%	2.4%	1.9%	10.0%	3.3%	2.9%	4.3%	2.4%	0.5%	7.2%	100.0%

### 5.5.3. 埼玉西武ライオンズに期待する施策

本質問においては、所沢市住民が、埼玉西武ライオンズに期待している施策として、重要と考えられるものから順に3つ選択する方式としたため、最も重要なものから順に3点、2点、1点とスコアリングし、その集計結果を、表5.5.3.としてまとめた。その結果、無料招待券の配布が、320点と最多であった。次いで、子供向けスポーツ教室の234点、育成目的のスポーツ教室が119点であった。ただし、スタジアムのスマート・ベニュー®<sup>94</sup>化は、スタジアムの複合施設化、スタジアム周辺の交通環境の整備、街づくりを含むものであり、個別の施策は、57点、45点、20点となるが、スマート・ベニュー®のコンセプト上、一体の施策と判断し、その合計を、122点としてその後の分析を進めた。

表 5.3.3. 埼玉西武ライオンズに期待する施策

性別	年代	無料招待券	子供向け教室	選手育成	大人向け教室	介護予防	慰問	地域清掃	選手派遣	商工業者との連携
男	10代	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	20代	20	13	10	9	3	4	3	3	4
	30代	29	18	9	5	0	4	3	4	10
	40代	25	20	12	1	3	8	5	8	7
	50代	38	23	12	8	0	5	3	4	0
	60代	31	8	9	8	3	5	3	5	1
	70代	28	27	12	11	2	6	0	6	3
男 集計		172	109	64	42	11	32	17	30	25
女	10代	0	1	0	2	3	4	2	0	2
	20代	21	15	9	9	8	2	0	4	4
	30代	30	27	13	7	3	5	2	12	5
	40代	26	31	12	3	3	5	2	5	5
	50代	30	15	4	12	4	7	1	6	3
	60代	26	23	9	13	3	14	1	10	4
	70代	15	13	8	5	5	1	0	0	0
女 集計		148	125	55	51	29	38	8	37	23
総計		320	234	119	93	40	70	25	67	48

性別	年代	街づくりへの協力	スタジアム複合施設化	周辺の交通環境整備	ビジネスマッチング	地域PR	施設の解放	委託事業	学術機関との交流	その他	総計
男	10代	0	2	3	0	0	0	0	0	0	6
	20代	0	5	3	0	1	0	0	0	0	78
	30代	1	8	5	3	2	0	0	1	0	102
	40代	7	8	8	2	7	3	2	0	12	138
	50代	2	3	7	0	0	3	0	0	0	108
	60代	2	6	3	6	2	3	1	3	9	108
	70代	1	3	0	0	2	0	0	1	0	102
男 集計		13	35	29	11	14	9	3	5	21	642
女	10代	1	0	0	3	0	0	0	0	0	18
	20代	1	2	5	2	2	0	3	0	3	90
	30代	3	4	0	0	2	0	0	1	0	114
	40代	0	0	6	0	4	6	0	0	6	114
	50代	1	6	3	2	0	0	0	2	6	102
	60代	1	9	2	0	3	2	0	0	0	120
	70代	0	1	0	0	0	0	0	0	6	54
女 集計		7	22	16	7	11	8	3	3	21	612
総計		20	57	45	18	25	17	6	8	42	1,254

#### 5.5.4. 連携が期待される組織

所沢市住民が、埼玉西武ライオンズが実施すべきであるとする上位3つの施策は、無料招待券の配布、子供向けスポーツ教室、育成目的のスポーツ教室であったが、スタジアムの複合施設化、スタジアム周辺の交通環境の整備、街づくりへの協力は、スタジアムのスマート・ベンチャー®化として、一体と考え、これについても連携が期待される組織について記載した。なお、本質問に関しては、複数選択を可としている。

##### 5.5.4.1. 無料招待券の配布

所沢市住民が、埼玉西武ライオンズに期待する施策の中で、最も期待が高かった無料招待券の配布について、連携を期待する組織の分布は、表 5.5.4.1.の通りであり、自治体が、40.5%(94/232)と最多であった。また、次いで、地元企業の 15.1%(35/232)、地元メディアの 13.4%(31/232)の順であった。

表 5.5.4.1. 無料招待券について連携を期待する組織

性別	年代	地元自治体	地元企業	地元金融機関	地元商工団体	地元メディア	地元スポーツチーム	その他	総計
男	10代	1	0	0	0	0	0	0	1
	20代	6	1	0	2	2	4	0	15
	30代	9	5	1	5	3	3	0	26
	40代	8	4	2	2	3	2	1	22
	50代	11	4	3	4	3	2	1	28
	60代	10	3	2	1	0	1	0	17
	70代	8	4	3	4	5	2	0	26
男 集計		53	21	11	18	16	14	2	135
女	10代	1	0	0	0	0	0	0	1
	20代	4	3	1	2	4	2	0	16
	30代	10	1	2	1	3	2	0	19
	40代	7	5	1	2	3	4	0	22
	50代	7	5	2	2	2	2	0	20
	60代	10	0	0	0	1	1	0	12
	70代	2	0	0	1	2	2	0	7
女 集計		41	14	6	8	15	13	0	97
総計		94	35	17	26	31	27	2	232

##### 5.5.4.2. 子供向けスポーツ教室

所沢市住民が、埼玉西武ライオンズに期待する施策の中で、無料招待券の配布に次いで、期待が高かった子供向けスポーツ教室について、連携を期待する組織の分布は、表 5.5.4.2.の通りであり、自治体が、35.1%(87/248)と最多であった。また、次いで、地元スポーツチームの 22.2%(55/248)、地元メディアの 18.1%(45/248)の順であった。

表 5.5.4.2. 子供向けスポーツ教室について連携を期待する組織

性別	年代	地元自治体	地元企業	地元金融機関	地元商工団体	地元メディア	地元スポーツチーム	その他	総計
男	10代	0	0	0	0	0	1	0	1
	20代	3	1	1	0	2	5	0	12
	30代	8	2	0	2	5	5	0	22
	40代	7	2	2	2	3	5	1	22
	50代	6	5	3	2	3	3	1	23
	60代	3	0	0	1	0	3	0	7
	70代	8	2	2	1	5	5	0	23
男 集計		35	12	8	8	18	27	2	110
女	10代	1	0	0	0	0	0	0	1
	20代	9	2	1	2	5	5	0	24
	30代	11	4	0	2	3	8	0	28
	40代	11	5	2	2	4	5	0	29
	50代	7	2	2	3	5	1	0	20
	60代	7	2	1	1	7	8	0	26
	70代	6	0	0	0	3	1	0	10
女 集計		52	15	6	10	27	28	0	138
総計		87	27	14	18	45	55	2	248

#### 5.5.4.3. 育成目的のスポーツ教室

所沢市住民が、埼玉西武ライオンズに期待する施策の中で、子供向けスポーツ教室に次いで、期待が高かった育成目的のスポーツ教室について、連携を期待する組織の分布は、表 5.5.4.3.の通りであり、自治体が、27.0%(41/152)と最多であった。また、次いで、地元スポーツチームの 23.0%(35/152)、地元企業と地元メディアは同率の 17.1%(26/152)の順であった。なお、女性については、育成目的の野球教室について、最も連携を期待する組織は、自治体であったが、男性については、地元スポーツチームであった。

表 5.5.4.3 育成目的のスポーツ教室について連携を期待する組織

性別	年代	地元自治体	地元企業	地元金融機関	地元商工団体	地元メディア	地元スポーツチーム	その他	総計
男	10代	0	0	0	0	0	1	0	1
	20代	3	2	0	1	1	4	0	11
	30代	4	1	0	1	3	3	0	12
	40代	4	4	1	0	0	4	0	13
	50代	2	3	4	1	4	1	0	15
	60代	2	0	0	1	2	1	0	6
	70代	3	4	0	2	3	5	0	17
男 集計		18	14	5	6	13	19	0	75
女	10代								0
	20代	5	3	2	1	3	3	0	17
	30代	4	0	2	0	0	4	0	10
	40代	7	4	2	1	4	4	0	22
	50代	5	1	1	2	0	1	0	10
	60代	1	2	0	1	4	2	0	10
	70代	1	2	0	1	2	2	0	8
女 集計		23	12	7	6	13	16	0	77
総計		41	26	12	12	26	35	0	152

#### 5.5.4.4. スタジアムのスマート・ベニュー®化

スタジアムの複合施設化、スタジアム周辺の交通環境の整備、街づくりへの協力をスタジ

アムのスマート・ベニュー®化として、一体の施策とした場合、連携を期待する組織の分布は、表 5.5.4.4.の通りであり、自治体が、32.7%(83/254)と最多であった。また、次いで、地元企業の 20.1%(51/254)、地元商工団体の 16.9%(43/254)の順であった。

表 5.5.4.4. スタジアムのスマート・ベニュー®化について連携を期待する組織

性別	年代	地元自治体	地元企業	地元金融機関	地元商工団体	地元メディア	地元スポーツチーム	その他	総計
男	10代	1	1	0	0	0	0	0	2
	20代	9	5	1	4	1	5	0	25
	30代	8	5	3	2	0	3	0	21
	40代	15	8	3	5	5	3	0	39
	50代	5	6	3	4	2	2	0	22
	60代	9	5	3	4	2	1	0	24
	70代	3	1	1	3	2	3	0	13
男 集計		50	31	14	22	12	17	0	146
女	10代	4	0	0	0	0	0	0	4
	20代	2	2	3	3	0	1	0	11
	30代	6	5	3	5	3	3	0	25
	40代	5	2	2	3	2	3	0	17
	50代	5	3	1	4	3	1	0	17
	60代	10	7	5	6	3	1	0	32
	70代	1	1	0	0	0	0	0	2
女 集計		33	20	14	21	11	9	0	108
総計		83	51	28	43	23	26	0	254

#### 5.5.5. 自治体に期待される支援

所沢市住民が、自治体に期待する支援策の分布は、表 5.5.5.の通りであり、組織への出資、協賛金、寄付金などの付与が、31.3%(65/209)と最多であった。また、次いで、市バスや自治体所有不動産等の現行の公共リソース（資源・財源）の活用の 12.9%(27/209)、ソフト面での助成事業の創設(関連商品の開発・販売促進に係る資金援助)などの 14.4%(23/209)であった。また、組織への出資、協賛金、寄付金などの付与、ソフト面での助成事業の創設(関連商品の開発・販売促進に係る資金援助など)、ハード面での助成事業の創設(チーム所有または管理施設の整備・改修に係る資金援助など)、スポーツ施設の建設・整備・改修に係る助成などの、自治体による直接的な資金援助を合計した場合、47.8%(100/209)となる。

表 5.5.5. 所沢市に期待する支援策

性別	年代	組織への出資、協賛金、寄付金などの付与	税制優遇措置	ソフト面での助成事業の創設(関連商品の開発・販売促進に係る資金援助など)	ハード面での助成事業の創設(チーム所有または管理施設の整備・改修に係る資金援助など)	公共施設利用料の減免措置(試合会場や練習場としてチームが使用する場合の減免措置など)	公共施設(体育館やトレーニング施設)のチームの優先利用	スポーツ施設の建設・整備・改修に係る助成
男	10代							1
	20代	4			1		2	1
	30代	5	1	2	1	2		
	40代	4	2	6	2	1		1
	50代	6	1	3				1
	60代	6	3		1	3		
	70代	3	2	2		1		2
男 集計		28	9	13	5	7	2	6
女	10代	1	1					
	20代	6	1	3				
	30代	8	1					
	40代	8	2	3		3		
	50代	6	1	3	1	2	2	
	60代	5	2			5	1	
	70代	3	1	1		2		
女 集計		37	9	10	1	12	3	
総計		65	18	23	6	19	5	6

性別	年代	指定管理者としての優先的な採用	市バスや自治体所有不動産等の現行の公共リソース(資源・財源)の活用	地方自治体が行う健康増進事業・介護予防事業、学校教育などへの参画機会の提供	地元経済界との交流機会の提供やネットワークの形成	行政側からの各種支援内容の説明・PR	その他	総計
男	10代							1
	20代		1	4				13
	30代		3		1	2		17
	40代	1	2		1	1	2	23
	50代	1	3	2	1			18
	60代			1	2		2	18
	70代		3	2	1	1		17
男 集計		2	12	9	6	4	4	107
女	10代		1					3
	20代		2	1		1	1	15
	30代		6	2	2			19
	40代			1	2			19
	50代		1		1			17
	60代		5		1		1	20
	70代					1	1	9
女 集計			15	4	6	2	3	102
総計		2	27	13	12	6	7	209

## 第 6 章 考察

### 6.1 地方版総合戦略におけるプロスポーツの位置づけ

#### 6.1.1. プロ野球

プロ野球 12 球団のうち、半数の 6 球団については、球団を活用した施策が、県、市いずれかの総合戦略に盛り込まれていた。これは、サッカーJ1 の 18 クラブ中 6 クラブ、J2 の 22 クラブ中 10 クラブと比較すると、プロ野球の方が、より自治体と連携していると言える。

特に福岡県の総合戦略においては、ファーム(2軍)の本拠地移転についてはあるが、チーム名が明記されており、より自治体と緊密に連携していることが伺える。施策については、生活の質向上に関する施策と、中心市街地再活性化と土地開発に関する施策がほぼ同数であるが、都市のイメージ向上に関する施策は無かった。これは、プロ野球球団のフランチャイズは、所沢市を除き、全て政令指定都市であり、既にある程度ブランド力があるため、あえてプロ野球を活用した都市イメージ向上に関する施策は盛り込む必要が無かったものと考えられる。

### 6.1.2. サッカーJ1

2016年シーズンにおけるサッカーJ1所属18クラブのうち、6クラブについては、クラブを活用した施策が、県、市いずれかの総合戦略に盛り込まれていた。これは、プロ野球の12球団中6球団、J2の22クラブ中10クラブと比較すると、最も割合が低く、J1クラブと自治体との連携に関しては課題があると言える。これは、J1所属の多くのクラブが、大企業傘下の実業団を前身としており、現在も多くのクラブの経営陣が親会社からの派遣となっていることからも、クラブへの支援は親会社を中心としており、自治体とのコミュニケーションが比較的希薄になっているとも考えられる。ただし、Jリーグの地域密着の理念からも、今後は、自治体も含めた、地元の大きな支援を期待したい。施策については、中心市街地再活性化と土地開発に関する施策が最も多く、同カテゴリー4件中3件は、スポーツツーリズムによる交流人口の拡大を目指すものであった。更に、吹田市が、平成32年度のKPIとして、サッカースタジアムの年間来場者数60万人と、具体的な数値目標まで踏み込んで総合戦略に盛り込んだことは、従来の選手の商店街への派遣などの、クラブと自治体の関係から、一歩進んだものとなっていることを示唆していると言える。

### 6.1.3. サッカーJ2

2016年シーズンにおけるサッカーJ2所属22クラブのうち、10クラブについては、クラブを活用した施策が、県、市いずれかの総合戦略に盛り込まれていた。J1の18クラブ中6クラブと比較すると、割合は多く、J1クラブより、J2クラブの方が、より自治体と連携していると言える。特に、山形市、水戸市、岐阜市、岡山市、山口市、長崎県、諫早市、熊本県については、チーム名を明記しており、より緊密な連携をしているものと考えられる。これは、J2所属の多くのクラブが、大企業傘下の実業団を母体としないクラブチームであり、スポンサーとしても所謂大企業でないため、より多くの支援を自治体に期待しているためと考えられる。また、自治体としても、これらのクラブのフランチャイズには、プロ野球団などは存在せず、唯一のプロスポーツとなっている場合が多く、地域のシンボルとなっているため、多く支援しているものと考えられる。施策については、中心市街地再活性化と土地開発に関する施策が最も多く、同カテゴリ9件中8件は、スポーツツーリズムによる交流人口の拡大を目指すものであった。

## 6.2. 所沢市住民の意識

### 6.2.1. 所沢市民の人口動態

所沢市は、1970年代から1980年代に東京近郊のベッドタウンとして開発され、1978年のプロ野球球団クラウンライターライオンズの国土計画への売却、所沢市移転と相まって、人口の流入が加速した。本研究の調査でも、50代以降、及び40代以上の既婚者については、他地域出身者が多かったが、所沢市へのインタビューによると、50代以降については、1970年代から1980年代に東京などから、所沢市に移転して来たこと、また、40代の既婚者については、小学生程度の年代にて、所沢市に移転し、そのまま居住し続けているとのことであった。

### 6.2.2. 所沢市民の地域愛着

所沢市民の半数以上は、地域への愛着を感じている。その要因としては、居住年数、出身地、通勤通学の利便性などが挙げられていたが、プロスポーツについては、地域愛着の要因として挙げられることはほとんど無かった。一方、他地域に対する競争優位の要因としては、プロスポーツの存在との回答が最多であり、所沢市民にとって、埼玉西武ライオンズは、大きなアセットと認識されていることが伺える。ただし、詳細は後述するが、地元チームとしての意識と、ファンかどうかの意識については、乖離が認められる。

### 6.2.3. 埼玉西武ライオンズに対する愛着

所沢市民の大多数(88.7%)は、埼玉西武ライオンズを地元のチームであると考え、更に25.4%の住民は、他地域に対する競争優位の要因であると考えている。ただし、埼玉西武ライオンズファンは、半数以下(40.7%)であり、地元チームであるということが、そのままファンであることには、必ずしも繋がってはいなかった。

### 6.2.4. 埼玉西武ライオンズの地域への効果

所沢市住民が、埼玉西武ライオンズが存在することで、地域にもたらすと考えられている効果は、商工業の活性化が 42.6%であり、次点は地域交流の活性化が 20.6%であった。プロ野球のフランチャイズにおいて、総合戦略に盛り込まれている施策は、生活の質の向上に関するものが多い。一方で、所沢市住民が中心市街地再活性化と土地開発に資する施策を期待していることは、他のプロ野球団のフランチャイズというよりも、むしろ J リーグクラブ、特に J2 クラブのフランチャイズとの類似性が見て取れる。これは、所沢市は、他のプロ野球 12 球団のフランチャイズよりも、むしろ、J2 クラブのフランチャイズの総合戦略を参考にすべきであることを示唆していると考えられる。なお、集客の効果に関して、所沢市、球団双方のインタビューしたところ、ほとんどの観戦者は、試合終了後、所沢駅

などで途中下車することはほとんど無く、近隣にも宿泊施設がほとんど無いため、地元では必ずしも集客・誘客による十分な経済効果を得られていないという課題があった。Nogawa et al. (1996)、工藤・野川(2002)、大西(2008)らは、スポーツへの参加・観戦を主な目的として、宿泊または 24 時間以上の滞在を伴う旅行者であるスポーツツーリストは、スポーツへの参加・観戦を主目的としているが、宿泊および 24 時間以上の滞在を含まない日帰り旅行者であるスポーツエクスカージョニストよりも、多く支出することを明らかにした<sup>95)</sup>。宿泊の有無により、その経済効果は大幅に変わるため、集客・誘客による十分な経済効果を得るには、宿泊施設が必要になると考えられる。なお、所沢市のインタビューによると、現在、宿泊ニーズの調査中であり、その結果次第で、ホテルなどの誘致・建設を、検討・実施するとのことであった。

埼玉西武ライオンズに期待する施策としては、無料招待券の配布、子供向けスポーツ教室、育成目的のスポーツ教室であった。ただし、スタジアムの複合施設化、スタジアム周辺の交通環境の整備、街づくりへの協力をスタジアムのスマート・ベニュー®化として、一体の施策として考えた場合、育成目的のスポーツ教室よりも期待が高い施策となる。更に、これらの施策についての連携が期待される組織としては、全て自治体が最多であった。また、所沢市住民が、自治体に期待する支援としては、埼玉西武ライオンズへの出資、協賛金、寄付金などの付与が、31.3%と最多であった。広域関東圏におけるスポーツビジネスを核とした新しい地域活性化のあり方に係る調査報告書によると、「具体的な支援・協力内容としては、自治体は公共施設の優先利用や減免措置など、施設面が主であり、その他にも協賛金の付与など金銭面、健康増進事業等への参画機会の提供などの多様な支援メニューがある。一方、商工会議所は組織への出資、協賛金といった金銭面での支援が最も多く、地元経済界との交流機会やネットワークの形成といった人的つながりを強化する支援の 2 点が突出しているのが特徴的である。」<sup>15)</sup>とあるが、所沢市住民の場合、自治体による、より直接的な資金援助を志向している点が特徴的である。なお、育成目的のスポーツ教室の

連携先については、女性は自治体との連携を最も志向したが、男性については、地元スポーツチームとの連携を志向しており、所沢市民体育館をホームアリーナとする B リーグの埼玉ブロンコスとの連携を期待していると考えられる。

## 第 7 章 結論

### 7.1 まとめ

#### 7.1.1. 現状

2015 年以降、所沢市でも、総人口が減少することが予想されており、他の地方自治体と同様に、地域の事情に合わせた地域活性化策が必要となる。その中で、所沢市住民は、埼玉西武ライオンズの存在を他地域に対する最も大きな差別化要因であると認識しており、球団を活用した地域活性化策を求めていることが明らかとなった。また、総合戦略の面から、所沢市住民が、中心市街地再活性化と土地開発に資する施策を期待していることは、他のプロ野球団のフランチャイズというよりも、むしろ J リーグクラブ、特に J2 クラブのフランチャイズとの類似性が見て取れた。更に、球団を活用した地域活性化策の財源として、所沢市住民は自治体による、より直接的な資金援助を志向している点が特徴的であった。なお、これらのことは、スポーツを活用した地方創生・地域活性化策の分野において、未だ主要な研究分野となっていない総合戦略における一定の傾向を明らかにしたと言える。

#### 7.1.2. 課題と今後の展望

所沢市住民としては、埼玉西武ライオンズを活用した地域の商工業活性化を最も期待しているが、必ずしもその効果は十分得られてはいない状況であった。これは、埼玉県内全域での課題でもあるが、宿泊施設があまり無いこと、都心に近く通勤圏内であるため、観戦者が所沢駅などで途中下車せず、都心で消費してしまうことが主な要因であった。前者

については、現在、宿泊ニーズの調査中とのことであったが、後者については、地元飲食店と連携したクーポンのチケットへの組み込みや、人の流れを調査するインフラとして、スタジアム、駅、市内への Wifi 設置と球団モバイルアプリとの連携などが必要であると考えられる。また、「COOL JAPAN FOREST 構想」の文化コンプレックスでは、KADOKAWA の持つアニメやライトノベルなどのコンテンツの活用が有力視されおり<sup>96)</sup>、コンテンツレベルで球団と連携し、スタジアム以外の特定の場所を聖地化することで、送客効果を創出することが可能であると考えられる。

埼玉西武ライオンズは、プロ野球 12 球団において、唯一政令指定都市にない球団であり、商圈規模を考慮すると広域連携は必須であると考えられる。現状、埼玉県内の周辺 4 市と埼玉県西部地域まちづくり協議会を組織し、埼玉西武ライオンズと周辺 5 市において、連携協力に関する基本協定を締結しているが、埼玉西武ライオンズへのインタビューでは、アンケート調査などを実施していないため、理由は不明とのことであるが、東京都立川市においても埼玉西武ライオンズファンが多数存在するとのことであり、更に圏央道も全面開通したことから、今後は、県境と跨ぐ連携も考慮する必要があると考えられる。

各種施策の財源について、所沢市住民は自治体による、より直接的な資金援助を志向している点が特徴的であった。ただし、今後の人口減少を考慮すると、自治体としても税収減から、財源の確保に苦慮することが予想される。そのため、スポーツを活用した地域活性化策を検討する場合、2019 年のラグビーワールドカップ、2020 年のオリンピック・パラリンピック、2021 年のワールドマスターズゲームズのゴールデンスポーツイヤーズまでには、少なくともフイージビリティスタディの実施が必要になると考えられる。

## 7.2. 研究の限界

本研究における地方版総合戦略の調査では、暫定版が多く含まれており、平成 28 年 3 月以降に公表される確定版では、目標、施策の内容が変更されている可能性がある。また、

住民意識の調査には web 調査を活用したが、有効サンプル数が 209 件と得られた回答数が少なく、取得したサンプルの中でも 10 代、70 代のサンプル数は、人口動態に基づく割付数よりも少ないため、40 代から 60 代のサンプルの意見がより強く反映されている点について、留意が必要である。

## 参考文献・参考資料

- 1) 間野義之；ゴールデン・スポーツイヤーズが地方を変える、徳間書店、2015.
- 2) 株式会社マクロミル；2015年スポーツマーケティング基礎調査、2015,  
[http://www.macromill.com/r\\_data/20151009sports/20151009sports.pdf](http://www.macromill.com/r_data/20151009sports/20151009sports.pdf) (情報取得 2015/12/29)
- 3) 国土交通省関東運輸局；関東観光広域連携キャンペーン,2015,  
[https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/press/date/1504/ps\\_p150424.pdf](https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/press/date/1504/ps_p150424.pdf) (情報取得 2015/12/29)
- 4) 総務省；連携中枢都市圏構想推進要綱,2015, [http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000337009.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000337009.pdf) (情報取得 2015/12/29)
- 5) まち・ひと・しごと創生本部；地域経済分析システム,2015, <https://resas.go.jp/> (情報取得 2015/12/29)
- 6) 特別区制度懇談会；講演参考資料「まち・ひと・しごと創生本部関係資料」,2014,  
[http://www.tokyo-23city.or.jp/research/kondankai/document/141127\\_03.pdf](http://www.tokyo-23city.or.jp/research/kondankai/document/141127_03.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 7) 所沢市；所沢市人口ビジョン(暫定版), 2015,  
[https://www.city.tokorozawa.saitama.jp/shiseijoho/keikaku/sougousenryaku/sougousenryaku.files/tokojinkoubijon\\_zantei.pdf](https://www.city.tokorozawa.saitama.jp/shiseijoho/keikaku/sougousenryaku/sougousenryaku.files/tokojinkoubijon_zantei.pdf) (情報取得 2015/12/29)
- 8) 内閣府；まち・ひと・しごと創生法, 2015, <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/H26/H26HO136.html> (情報取得 2016/1/3)
- 9) 其田茂樹；「地方創生」は政策目的か, 自治総研通巻 439号 2015年5月号, pp47-79,2015
- 10) 中村祐司；地方創生をめぐる総合戦略と地方自治体, 宇都宮大学国際学部研究論集 2015 第 40号, pp43-48,2015
- 11) 國光洋二；地域活性化を通じた農村振興施策の効果に関する分析, 農村計画学会誌 Vol. 25 (2006) No. 4 pp533-543, 2006
- 12) 兼子純；水戸市中心市街地における商業地域構造と地域活性化, 地域調査報告,(24),pp1-31, 2002
- 13) 経済産業省関東経済局；広域関東圏におけるスポーツビジネスを核とした新しい地域活性化のあり方に係る調査報告書,2009, [http://www.kanto.meti.go.jp/tokei/hokoku/20fy\\_sports.html](http://www.kanto.meti.go.jp/tokei/hokoku/20fy_sports.html) (情報取得 2015/12/29)
- 14) 経済産業省関東経済局；スポーツビジネスを核とした地域活性化フィジビリティ調査報告書, 2010,  
<http://www.kanto.meti.go.jp/kankobutu/data/honpen.pdf> (情報取得 2015/12/29)
- 15) 経済産業省近畿経済産業局；関西スポーツ産業のポテンシャルと今後の展開に関する調査 近畿圏の広域連携に関する調査(産業編)報告書, 2008, <http://www.mlit.go.jp/common/000027385.pdf> (情報取得 2015/12/29)
- 16) 石坂桂三；プロスポーツチームの地域における経済的価値, スポーツ産業学研究 Vol. 20 (2010) No. 2 pp159-171, 2010
- 17) 加藤清孝；プロバスケットボール設立が地方都市にもたらす経済効果の推計,スポーツ産業学研究 Vol. 19 (2009) No. 1 pp67-73,2009
- 18) 二宮浩彰；プロスポーツ・ファンの地域愛着とスポーツ観戦者行動,スポーツ産業学研究 Vol. 20 (2010) No. 1 pp97-107,2010

- 19) 埼玉県; 埼玉県まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
<http://www.pref.saitama.lg.jp/a0102/documents/sougousennryakusoan.pdf>, (情報取得 2016/2/9)
- 20) 千葉県; 千葉県地方創生「総合戦略」(素案), 2015,  
<https://www.pref.chiba.lg.jp/seisaku/chihouseisei/documents/strategy.pdf>, (情報取得 2016/2/9)
- 21) 千葉市; 千葉市まち・ひと・しごと創生 総合戦略 (素案), 2015,  
<https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/sogoseisaku/kikaku/documents/shiryoku5.pdf>, (情報取得 2016/2/9)
- 22) 北海道; 北海道創生総合戦略, 2015,  
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/csr/jinkou/senryaku/senryaku1.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 23) 北海道; 北海道創生総合戦略 基本戦略 編, 2015  
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/csr/jinkou/senryaku/senryaku2.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 24) 札幌市; さっぽろ未来創生プラン(速報版), 2016,  
<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/miraisousei/documents/mirai-sousei-all.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 25) 大阪府; 大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
[http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/25389/00000000/8.31\\_senryakusoan.pdf](http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/25389/00000000/8.31_senryakusoan.pdf) (情報取得 2016/2/9)
- 26) 大阪市; 大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
<http://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryu/cmsfiles/contents/0000327/327956/04sennryaku.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 27) 宮城県; 宮城県地方創生総合戦略, 2015,  
<http://www.pref.miyagi.jp/uploaded/attachment/328302.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 28) 仙台市; (仮称) 仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略 骨子, 2015,  
[http://www.city.sendai.jp/shisei/\\_icsFiles/afieldfile/2015/11/24/sougousenryakukossi.pdf](http://www.city.sendai.jp/shisei/_icsFiles/afieldfile/2015/11/24/sougousenryakukossi.pdf) (情報取得 2016/2/9)
- 29) 福岡県; 福岡県人口ビジョン・地方創生総合戦略, 2015,  
<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/uploaded/attachment/14644.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 30) 福岡市; 福岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<http://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/49519/1/sogosenryaku1.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 31) 東京都; 東京と地方が共に栄える、真の地方創生』の実現を目指して～東京都総合戦略～, 2015,  
[http://www.seisakukikaku.metro.tokyo.jp/tokyo\\_senryaku/pdf/honbunzentai.pdf](http://www.seisakukikaku.metro.tokyo.jp/tokyo_senryaku/pdf/honbunzentai.pdf) (情報取得 2016/2/9)
- 32) 文京区; 文京区まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
[http://www.city.bunkyo.lg.jp/var/rev/0/0104/7929/sogosenryaku\\_soan.pdf](http://www.city.bunkyo.lg.jp/var/rev/0/0104/7929/sogosenryaku_soan.pdf) (情報取得 2016/2/9)
- 33) 新宿区; 新宿区総合戦略～まち・ひと・しごと創生～, 2016,  
<http://www.city.shinjuku.lg.jp/content/000189284.pdf>(情報取得 2016/2/9)
- 34) 神奈川県; 神奈川県まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
<http://www.pref.kanagawa.jp/uploaded/attachment/801405.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 35) 横浜市; 横浜市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<http://www.city.yokohama.lg.jp/seisaku/seisaku/sousei/pdf/sougousenryaku.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 36) 兵庫県; 兵庫県地域創生戦略, 2015,  
<https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk44/senryakukohyo.html> (情報取得 2016/2/9)

- 37) 西宮市; 西宮版総合戦略(素案),  
[http://www.nishi.or.jp/media/2015/04\\_senryaku\\_soan.pdf](http://www.nishi.or.jp/media/2015/04_senryaku_soan.pdf), (情報取得 2016/2/9)
- 38) 愛知県; 愛知県人口ビジョン・まち・ひと・しごと創生総合戦略,2015,  
<http://www.pref.aichi.jp/uploaded/attachment/56638.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 39) 名古屋市; 名古屋市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案)  
<http://www.city.nagoya.jp/somu/cmsfiles/contents/0000077/77931/hontai.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 40) 広島県; 広島県まち・ひと・しごと創生総合戦略,2015,  
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/187572.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 41) 広島市; 「世界に誇れる『まち』広島」創生総合戦略(案),2016,  
<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1454909817999/files/6.pdf> (情報取得 2016/2/9)
- 42) 茨城県; 茨城県まち・ひと・しごと創生総合戦略,2015,  
<https://www.pref.ibaraki.jp/bugai/seisakushingi/seisaku/machihitoshigoto/documents/senryaku.pdf>  
(情報取得 2016/2/10)
- 43) 鹿嶋市; 鹿嶋市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案),2016,  
[http://www.city.kashima.ibaraki.jp/file/upload/img/011300\\_1452579464.pdf](http://www.city.kashima.ibaraki.jp/file/upload/img/011300_1452579464.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 44) さいたま市; さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略,2015,  
[http://www.city.saitama.jp/006/007/004/022/001/p04198011\\_d/fil/sougousenryaku.pdf](http://www.city.saitama.jp/006/007/004/022/001/p04198011_d/fil/sougousenryaku.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 45) 柏市; (仮称) 柏市地方創生総合戦略(素案),2015,  
[http://www.city.kashiwa.lg.jp/soshiki/020100/p025475\\_d/fil/senryaku.pdf](http://www.city.kashiwa.lg.jp/soshiki/020100/p025475_d/fil/senryaku.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 46) 調布市; 調布市人口ビジョンまち・ひと・しごと創生総合戦略,2015,  
<http://www.city.chofu.tokyo.jp/www/contents/1446094212077/files/05.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 47) 川崎市; 川崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略(骨子案)資料,  
<http://www.city.kawasaki.jp/templates/press/cmsfiles/contents/0000072/72697/shiryo3.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 48) 平塚市; 平塚市総合戦略,2016,  
<http://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/common/100075649.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 49) 山梨県; 山梨県まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案),2015,  
<https://www.pref.yamanashi.jp/shinchaku/jinko-md/2711/documents/sougousenryaku.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 50) 新潟県; 新潟県創生総合戦略, 2015,  
[http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML\\_Article/786/401/04-1sougou.pdf](http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Article/786/401/04-1sougou.pdf), (情報取得 2016/2/10)
- 51) 新潟市; 新潟市まち・ひと・しごと創生総合戦略【素案】, 2015,  
[https://www.city.niigata.lg.jp/kurashi/shimin/public/publiccomment/chiikimiryokubu/kurashi/sougousenryaku.files/sougousenryaku\\_soan.pdf](https://www.city.niigata.lg.jp/kurashi/shimin/public/publiccomment/chiikimiryokubu/kurashi/sougousenryaku.files/sougousenryaku_soan.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 52) 静岡県; 美しい“ふじのくに”まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
<https://www.pref.shizuoka.jp/kikaku/ki-220/documents/02-2-2soan.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 53) 磐田市; 磐田市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<https://www.city.iwata.shizuoka.jp/shisei/pdf/chihousousei/sogo-senryaku.pdf> (情報取得 2016/2/10)

- 54) 吹田市; 吹田市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案), 2015  
<http://www.city.suita.osaka.jp/var/rev0/0073/3444/pabukomesougousennryakuan.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 55) 神戸市; 神戸創生戦略, 2015,  
<http://www.city.kobe.lg.jp/information/project/innovation/sousei/img/data26.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 56) 佐賀県; 佐賀県まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<https://www.pref.saga.lg.jp/web/var/rev0/0188/7230/senryaku.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 57) 鳥栖市; “鳥栖発”創生総合戦略, 2015,  
<https://www.city.tosu.lg.jp/Material/36189.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 58) 山形県; やまがた創生総合戦略, 2015,  
<http://www.pref.yamagata.jp/ou/kikakushinko/020060/kikakupdf/sougousenryaku/sakutei/sogosenryaku.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 59) 山形市; 新しい経営計画骨子(案), 2015,  
<http://www.city.yamagata-yamagata.lg.jp/kakuka/kikaku/kikaku/sogo/gazoufile/sinkeieikeikakupc/kossian.pdf>  
(情報取得 2016/2/10)
- 60) 天童市; 天童市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案), 2015,  
<http://www.city.tendo.yamagata.jp/proposal/koucyou/2016-0128-1453.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 61) 水戸市; 水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案), 2015,  
[http://www.city.mito.lg.jp/000271/000273/000280/000318/matihitoshigoto/p015722\\_d/fil/sougousenryaku.pdf](http://www.city.mito.lg.jp/000271/000273/000280/000318/matihitoshigoto/p015722_d/fil/sougousenryaku.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 62) 群馬県; 群馬県版総合戦略(原案), 2016,  
<http://www.pref.gunma.jp/contents/000356834.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 63) 前橋市; 前橋版総合戦略 骨子案,  
[http://www.city.maebashi.gunma.jp/sisei/493/499/p014922\\_d/fil/maebashitactics.pdf](http://www.city.maebashi.gunma.jp/sisei/493/499/p014922_d/fil/maebashitactics.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 64) 稲城市; 稲城市まち・ひと・しごと創生総合戦略(案),  
2015, [https://www.city.inagi.tokyo.jp/shisei/keikaku\\_hokoku/iken/machi\\_hito\\_shigotosousei.files/sougou.pdf](https://www.city.inagi.tokyo.jp/shisei/keikaku_hokoku/iken/machi_hito_shigotosousei.files/sougou.pdf) (情報取得 2016/2/10)
- 65) 町田市; 町田市まち・ひと・しごと創生総合戦略(2015 年度～2019 年度), 2015,  
<https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/sinokeikau/sougousenryaku.files/senryaku.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 66) 長野県; 長野県人口定着・確かな暮らし実現総合戦略(案), 2015,  
<http://www.pref.nagano.lg.jp/kikaku/happyou/documents/sougousenryaku.pdf> (情報取得 2016/2/10)
- 67) 松本市; 「健康寿命延伸都市・松本」地方創生総合戦略(第二版),  
<http://www.city.matsumoto.nagano.jp/shisei/sousei/jinkosuikei-sogosenryaku.files/senryaku-2.pdf>(情報取得 2016/2/10)
- 68) 静岡市; 静岡市総合戦略, 2015,  
<http://www.city.shizuoka.jp/000703829.pdf> (情報取得 2016/2/10)

- 69) 石川県;いしかわ創生総合戦略, 2015,  
[https://www.pref.ishikawa.lg.jp/kikaku/keikaku/documents/senryaku\\_honbun.pdf](https://www.pref.ishikawa.lg.jp/kikaku/keikaku/documents/senryaku_honbun.pdf) (情報取得 2016/2/11)
- 70) 金沢市;金沢版総合戦略, 2015, <http://www4.city.kanazawa.lg.jp/data/open/cnt/3/22560/1/sougousennryaku.pdf>  
(情報取得 2016/2/11)
- 71) 岐阜県;「清流の国ぎふ」創生総合戦略, 2015,  
[http://www.pref.gifu.lg.jp/kensei/keikaku-kaikaku/chiho-sosei/c11122/index.data/sogosenryaku\\_.pdf](http://www.pref.gifu.lg.jp/kensei/keikaku-kaikaku/chiho-sosei/c11122/index.data/sogosenryaku_.pdf) (情報取得  
2016/2/11)
- 72) 岐阜市;岐阜市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015, <http://www.city.gifu.lg.jp/secure/29762/gifu-mahishi.pdf>  
(情報取得 2016/2/11)
- 73) 京都府;京都府地域創生戦略,2015,  
<http://www.pref.kyoto.jp/koho/kaiken/documents/2710260102.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 74) 京都市;「まち・ひと・しごと・こころ京都創生」総合戦略, 2015,  
[http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000189/189271/sogosenryaku\(honpen2\).pdf](http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000189/189271/sogosenryaku(honpen2).pdf) (情報取得  
2016/2/11)
- 75) 岡山県;おかやま創生総合戦略, 2015, [http://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/458144\\_3166936\\_misc.pdf](http://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/458144_3166936_misc.pdf)  
(情報取得 2016/2/11)
- 76) 岡山市;岡山市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<http://www.city.okayama.jp/contents/000236419.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 77) 山口県;山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<http://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cmsdata/4/9/1/4915ee0bd7d977855b421cc16b970ea3.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 78) 山口市;山口市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
[http://www.city.yamaguchi.lg.jp/cms-sypher/open\\_imgs/info/0000049211.pdf](http://www.city.yamaguchi.lg.jp/cms-sypher/open_imgs/info/0000049211.pdf) (情報取得 2016/2/11)
- 79) 香川県;かがわ創生総合戦略案, 2015,  
<http://www.pref.kagawa.lg.jp/seisaku/zinkoukatsuryoku/taisakuhonbuH27-4-senryaku.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 80) 高松市;たかまつ創生総合戦略, 2015,  
[https://www.city.takamatsu.kagawa.jp/file/24963\\_L13\\_senryaku.pdf](https://www.city.takamatsu.kagawa.jp/file/24963_L13_senryaku.pdf) (情報取得 2016/2/11)
- 81) 徳島県;vs東京「とくしま回帰」総合戦略, 2015,  
<http://www.pref.tokushima.jp/docs/2015071600101/files/sogosenryaku.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 82) 徳島市;徳島市未来チャレンジ総合戦略,2015,  
[http://www.city.tokushima.tokushima.jp/kikaku\\_seisaku/pdf/kikaku\\_seisaku135.pdf](http://www.city.tokushima.tokushima.jp/kikaku_seisaku/pdf/kikaku_seisaku135.pdf) (情報取得 2016/2/11)
- 83) 愛媛県;愛媛県版まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<https://www.pref.ehime.jp/h12100/jinnkoumonndai/documents/271027sougousenryaku.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 84) 松山市;松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
<https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/keikaku/chihososei/konwakai2.files/1-3siryo.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 85) 北九州市;北九州市まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<http://www.city.kitakyushu.lg.jp/soumu/20301028.html> (情報取得 2016/2/11)

- 86) 長崎県; 長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
<https://www.pref.nagasaki.jp/shared/uploads/2015/10/1445910052.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 87) 長崎市; 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案), 2015,  
[http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/770000/771000/p027888\\_d/fil/p10-11.pdf](http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/770000/771000/p027888_d/fil/p10-11.pdf)
- 88) 諫早市; 諫早市まち・ひと・しごと創生総合戦略諫早市(案), 2015,  
<http://www.city.isahaya.nagasaki.jp/wp-content/uploads/2015/12/4b51f6e1f556beff02bda491751ab225.pdf> (情報取得 2016/2/11)
- 89) 熊本県; 熊本県まち・ひと・しごと創生総合戦略, 2015,  
[http://www.pref.kumamoto.jp/common/UploadFileOutput.ashx?c\\_id=3&id=13316&sub\\_id=1&flid=46714](http://www.pref.kumamoto.jp/common/UploadFileOutput.ashx?c_id=3&id=13316&sub_id=1&flid=46714) (情報取得 2016/2/11)
- 90) 熊本市; 熊本市しごと・ひと・まち創生総合戦略(素案),  
[http://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c\\_id=5&id=11764&sub\\_id=1&flid=77431](http://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&id=11764&sub_id=1&flid=77431) (情報取得 2016/2/11)
- 91) 大沼義彦; プロスポーツと「地域発展」: アメリカにおける経験的・理論的研究, 北海道大学大学院教育学研究科紀要, 101: 117-147, 2007
- 92) 有馬昌宏; 住民意識調査による政策評価へのコンジョイント分析の適用可能性に関する基礎的研究, 経営情報学会 2006 年度春季全国研究発表大会, p48, 2006
- 93) e-gov; パブリックコメント制度(意見公募手続制度)について,  
[http://www.e-gov.go.jp/help/public\\_comment/about\\_pb.html](http://www.e-gov.go.jp/help/public_comment/about_pb.html) (情報取得 2016/2/11)
- 94) スマート・ベニユー研究会, 他; スポーツを核とした街づくりを担う「スマート・ベニユー®」, 2013,  
[http://www.dbj.jp/pdf/investigate/etc/pdf/book1308\\_01.pdf](http://www.dbj.jp/pdf/investigate/etc/pdf/book1308_01.pdf) (情報取得 2015/12/29)
- 95) 佐藤晋太郎, 他; スポーツツーリストとスポーツエクスクーショニストの再訪意図, スポーツマネジメント研究 第1巻第1号, pp19-31, 2009
- 96) 日経 BP; KADOKAWA が所沢市で「クールジャパン」拠点、具体化に向け推進会議, 2015  
<http://www.nikkeibp.co.jp/atcl/tk/15/433782/061200059/> (情報取得 2016/1/3)

## 謝辞

本研究に際して、また、本研究に至るまでの様々な研究テーマと予備調査も含め、様々なご指導を頂きました間野義之教授に深謝致します。また、副査として、本論文を精読して頂き、非常に有用なコメントを頂いた武藤泰明教授、澤井和彦准教授に深く御礼申し上げます。

ゼミでのコメントや、本論文の執筆で年末年始の深夜までお付き合い頂いた、舟橋弘晃助手、博士後期過程の上林功様、菅文彦様、遠く石垣島のリゾートから論文のレビューをして頂いた古川拓也様に感謝致します。

1年間、各種課題、研究に追われつつ、非常に楽しく濃い時間を共有した社会人修士10期の皆様、2年制修士の皆様に深く御礼申し上げます。

年末のお忙しい最中、快くインタビューに応じて頂いた、所沢市商業観光課の皆様、埼玉西武ライオンズ事業部コミュニティグループの皆様に深く御礼申し上げます。

1年間、早稲田大学大学院スポーツ科学研究科への通学を許可して頂いたデロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー合同会社の皆様に深く御礼申し上げます。

この1年は、特に多くの方に支えられ、様々な紆余曲折がありながらも、本研究をまとめることが出来ました。心より感謝したいと思います。本当にありがとうございました。

## 付録

### Web アンケート質問

#### 属性スクリーニング質問

##### SC1

あなたの性別をお知らせください。

- 1  男性
- 2  女性

##### SC2

あなたの年齢をお知らせください。

歳

##### SC3

あなたのお住まいの地域の市区町村お知らせください。

- 1  埼玉県 所沢市
- 2  埼玉県 飯能市
- 3  埼玉県 狭山市
- 4  埼玉県 入間市
- 5  埼玉県 日高市
- 6  その他

##### SC3SQ

あなたが現在住んでいる「〇〇〇(SC3回答テキスト再掲)」は、出身地ですか。

※違う場合は、出身地(都道府県、市区町村)まで回答ください。

- 1  出身地である
- 2  出身地ではない(  )

**SC4**

あなたの婚姻状況をお知らせください。

- 1  未婚
- 2  既婚(離別・死別含む)

**SC5**

あなたが同居されているご家族の人数をお知らせください。

※あなた自身を含む

- 1  1人(一人暮らし)
- 2  2人
- 3  3人
- 4  4人
- 5  5人
- 6  6人以上

**SC6**

あなたの職業をお知らせください。

- 1  会社勤務(一般社員)
- 2  会社勤務(管理職)
- 3  会社経営(経営者・役員)
- 4  公務員・教職員・非営利団体職員
- 5  派遣社員・契約社員
- 6  自営業(商工サービス)
- 7  SOHO
- 8  農林漁業
- 9  専門職(弁護士・税理士等・医療関連)
- 10  パート・アルバイト
- 11  専業主婦
- 12  学生
- 13  無職
- 14  その他の職業

**SC7**

あなた、またはご家族の方に下記のような所にお勤めの方はいらっしゃいますか。  
(いくつでも)

- 1  調査会社
- 2  マスコミ関係
- 3  広告・販促・マーケティング関連会社
- 4  あてはまるものはない

**SC8**

失礼ですが、あなたのお宅の世帯年収は大体どの位ですか。  
※1人暮らしの方は個人年収と同じ回答をお願いします

- 1  200万円未満
- 2  200万～300万円未満
- 3  300万～400万円未満
- 4  400万～500万円未満
- 5  500万～600万円未満
- 6  600万～700万円未満
- 7  700万～800万円未満
- 8  800万～900万円未満
- 9  900万～1,000万円未満
- 10  1,000万～1,500万円未満
- 11  1,500万～2,000万円未満
- 12  2,000万～2,500万円未満
- 13  2,500万～3,000万円未満
- 14  3,000万円以上
- 15  わからない・答えられない

## 本質問

現在の居住地について、当てはまるものを選択して下さい。

**Q1**  
私は地域への愛着を持っている

- 1  全くそう思わない
- 2  そう思わない
- 3  どちらでもない
- 4  そう思う
- 5  非常にそう思う

**Q2**  
地域への愛着を持つ理由について、強く当てはまる順に3つ選択して下さい。  
(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
自身の出身地であるため	1 <input type="radio"/>				
家族の出身地であるため	2 <input type="radio"/>				
友人が多いため	3 <input type="radio"/>				
居住年数が高いため(5年以上)	4 <input type="radio"/>				
通学・通学に便利であるため	5 <input type="radio"/>				
商業施設が多いため	6 <input type="radio"/>				
公共施設が多いため	7 <input type="radio"/>				
公共サービスが充実しているため	8 <input type="radio"/>				
地域イメージ・地域ブランド	9 <input type="radio"/>				
税金	10 <input type="radio"/>				
プロスポーツチームの存在	11 <input type="radio"/>				
その他	12 <input type="radio"/>				
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
	1	2	3	4	5

Q3  
 他地域に対して、競争優位にあると考えられる資源について、強く当てはまる順に、5つ選択して下さい。(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5	
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	
スポーツ施設の充実【回答例】レーニンが建設されたロロウラウン	1	○	1	○	1	○
設備が充実した老舗をブランドがいつでも提供できる	2	○	2	○	2	○
伝統のあるジョギングコースの存在	3	○	3	○	3	○
気候【回答例】年間通じて過ごしやすい気候である	4	○	4	○	4	○
温泉施設や健康増進施設の充実	5	○	5	○	5	○
医療関連機関の充実	6	○	6	○	6	○
専門トレーナーの配置	7	○	7	○	7	○
スポーツをはじめ地域に関する利便を有する専門コンシェルジュ等の存在	8	○	8	○	8	○
スポーツ施設等の稼働が容易(稼働手数の低減)	9	○	9	○	9	○
プロスポーツチームが存在	10	○	10	○	10	○
その他	11	○	11	○	11	○
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	
	1	2	3	4	5	

Q4  
 埼玉西武ライオンズは、地元のチームだと考えている。

- 1  全くそう思わない
- 2  そう思わない
- 3  どちらでもない
- 4  そう思う
- 5  非常にそう思う

Q5  
 私は埼玉西武ライオンズファンである

- 1  全くそう思わない
- 2  そう思わない
- 3  どちらでもない
- 4  そう思う
- 5  非常にそう思う

Q6  
 私は、埼玉西武ライオンズのファンクラブ会員である。

- 1  はい(ハイグレード会員)
- 2  はい(レギュラーA会員)
- 3  はい(レギュラーB会員)
- 4  いいえ

**Q7**

ファンクラブ会員である場合、入金理由として、強く当てはまる順に○つ選択して下さい。  
(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
地元チームを応援したいから	1 ○	1 ○	1 ○	1 ○	1 ○
家族がファンであるから	2 ○	2 ○	2 ○	2 ○	2 ○
恋人がファンであるから	3 ○	3 ○	3 ○	3 ○	3 ○
友人がファンであるから	4 ○	4 ○	4 ○	4 ○	4 ○
チケットが割引で購入できるから	5 ○	5 ○	5 ○	5 ○	5 ○
チケットを先行で購入できるから	6 ○	6 ○	6 ○	6 ○	6 ○
ポイントが貯えられるから	7 ○	7 ○	7 ○	7 ○	7 ○
会員限定イベントに参加できるから	8 ○	8 ○	8 ○	8 ○	8 ○
オフィシャルグッズが買えるから	9 ○	9 ○	9 ○	9 ○	9 ○
会報誌がもらえるから	10 ○	10 ○	10 ○	10 ○	10 ○
オンラインサービスマイページが見えるから	11 ○	11 ○	11 ○	11 ○	11 ○
メールマガジンでチーム情報を取得したいから	12 ○	12 ○	12 ○	12 ○	12 ○
その他	13 ○ <input type="text"/>				
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
	1	2	3	4	5

**Q8**

1年間における各種スポーツのスタジアム観戦回数をお答え下さい。

1年間の観戦 回  
うち、国内プロリーグでの観戦 回

**Q9**  
 スタジアム観戦をする理由について、最も当てはまる順に、5つ選択して下さい。  
 (それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
チームを応援したいから	1 <input type="radio"/>				
選手を応援したいから	2 <input type="radio"/>				
競技が好きだから	3 <input type="radio"/>				
家族に誘われたから	4 <input type="radio"/>				
友人に誘われたから	5 <input type="radio"/>				
友人に誘われたから	6 <input type="radio"/>				
チケットが割引で購入できたから	7 <input type="radio"/>				
限定イベントに参加できるから	8 <input type="radio"/>				
限定グッズが購入できるから	9 <input type="radio"/>				
美味しいものが食べられるから	10 <input type="radio"/>				
TVで放映していないから	11 <input type="radio"/>				
リアルタイムで観たいから	12 <input type="radio"/>				
スタジアムの方が迫力があるから	13 <input type="radio"/>				
スタジアムの雰囲気が好きだから	14 <input type="radio"/>				
ストレス解消したいから	15 <input type="radio"/>				
自宅から近いから	16 <input type="radio"/>				
始球式・ハーフタイムに観たい芸能人がいるから	17 <input type="radio"/>				
その他	18 <input type="radio"/>				
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5

**Q10**

1回の観戦における平均支出をお答え下さい。

**Q10\_1**

西武プリンスドーム

チケット:  円

グッズ:  円

飲食:  円

交通費:  円

**Q10\_2**

西武プリンスドーム以外

チケット:  円

グッズ:  円

飲食:  円

交通費:  円

**Q11**

埼玉西武ライオンズの情報を得るメディアについて、頻度が高いと考えられる順番に、5つ選択して下さい。(それぞれひとつずつ)  
 ※埼玉西武ライオンズの情報を得ない人は、得ることをイメージしてお答えください。

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
全国ネットのTV	1 <input type="radio"/>				
地元TV	2 <input type="radio"/>				
自治体の広報誌	3 <input type="radio"/>				
チームのホームページ	4 <input type="radio"/>				
紙媒体のスポーツ新聞	5 <input type="radio"/>				
紙媒体のスポーツ雑誌	6 <input type="radio"/>				
オンラインスポーツニュース	7 <input type="radio"/>				
オンラインエンタテインメントサービス	8 <input type="radio"/>				
SNS(Facebook, Twitterなど)	9 <input type="radio"/>				
パ・リーグTV	10 <input type="radio"/>				
その他	11 <input type="radio"/>				
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5

**α12**  
埼玉国体ライオンの存在が、地域にもたらしている効果として、効果が高いと考えられる順番に、5つ選挙してください。(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
地元商工業の発展	1 ○	1 ○	1 ○	1 ○	1 ○
自治体等主催イベントへの参加者数の増加	2 ○	2 ○	2 ○	2 ○	2 ○
住民のスポーツ実施率の向上	3 ○	3 ○	3 ○	3 ○	3 ○
地域の介保予防など健康増進に貢献	4 ○	4 ○	4 ○	4 ○	4 ○
歴史・資源系に貢献	5 ○	5 ○	5 ○	5 ○	5 ○
定住人口の増加	6 ○	6 ○	6 ○	6 ○	6 ○
スポーツを「見る」機会や「支える」機会の提供による地域活性化促進	7 ○	7 ○	7 ○	7 ○	7 ○
住民の雇用（ボランティアを含む）機会の創出	8 ○	8 ○	8 ○	8 ○	8 ○
住民の地域貢献の場の創出	9 ○	9 ○	9 ○	9 ○	9 ○
地域文化の発信内容の充実(スポーツをコンテンツとする)	10 ○	10 ○	10 ○	10 ○	10 ○
公的スポーツ施設の利用率向上	11 ○	11 ○	11 ○	11 ○	11 ○
その他	12 ○ <input type="text"/>				
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5

Q13

埼玉西武ライオンズが実施している地域密着の取組みについて、よってある順番に9つ選択してください。(それぞれひとつずつ)  
 ※埼玉西武ライオンズの取組みについて、ご存知ないことはイタジで構いませんのでお答えください。

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
地元住民向け無料招待券の配布	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
子供向けスポーツ教室等(園庭以外)	2 <input type="radio"/>				
選手育成を目的としたスポーツ教室等の開催	3 <input type="radio"/>				
地域密着を目的とした大人向けスポーツ教室等の開催	4 <input type="radio"/>				
介保手助を目的とした高齢者向けスポーツ教室等の開催	3 <input type="radio"/>				
福祉施設等への訪問	5 <input type="radio"/>				
地域密着啓発への参加	7 <input type="radio"/>				
地元職工団体主催イベントへの選手の派遣等	8 <input type="radio"/>				
試合開催時における地元職工集會との連携(テナント出店による収益の還元等)	9 <input type="radio"/>				
地域PR自治体のシティーセールス等への参加	10 <input type="radio"/>				
主要施設を一般市民へ開放	11 <input type="radio"/>				
自治体等からの道路事業等の実施	12 <input type="radio"/>				
地域に立地する高校、大学等スポーツ系学術機関との人材交流	13 <input type="radio"/>				
その他	14 <input type="radio"/>				
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5

**Q14**  
埼玉西武ライオンズに際する地域連携の取組みについて、地域の活性化に効果が高いと考えられる順番に、5つ選出し、連携すべき組織について選出してください。  
(それぞれひとつずつ)

**Q14\_1**  
【取組み】(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
地元往來向け無料招待券の配布	1 <input type="radio"/>				
子供向けスポーツ教室等(児童施設以外)	2 <input type="radio"/>				
選手育成を目的としたスポーツ教室等の開催	3 <input type="radio"/>				
地域推進を目的とした大人向けスポーツ教室等の開催	4 <input type="radio"/>				
介保手研を目的とした高齢者向けスポーツ教室等の開催	5 <input type="radio"/>				
福祉施設等への訪問	6 <input type="radio"/>				
地域清掃活動への参加	7 <input type="radio"/>				
地元商工団体主催イベントへの選手の派遣等	8 <input type="radio"/>				
試合開催時における地元商工業者との連携(テナント出店による飲食の提供等)	9 <input type="radio"/>				
中心市街地との回遊性確保のための街づくりへの協力	10 <input type="radio"/>				
スタジアムの観客施設化	11 <input type="radio"/>				
スタジアム周辺の交通環境整備	12 <input type="radio"/>				
地元企業のビジネスマッチング	13 <input type="radio"/>				
地元PR自治体のシティーセールス等への参加	14 <input type="radio"/>				
主要施設を一般市民へ開放	15 <input type="radio"/>				
自治体等からの施設等集約の実施	16 <input type="radio"/>				
地域に立地する高校、大学等スポーツ系学術機関との人材交流	17 <input type="radio"/>				
その他	18 <input type="radio"/>				

**Q14\_2**

【連携すべき組織】(それぞれいくつでも)

								その他
		地元自治体	地元企業 (金融機関以外)	地元金融機関	地元商工団体	地元メディア (新聞・ケーブルテレビ・ラジオ放送等)	地スポーツチーム	
1	地元住民向け無料招待券の配布	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
2	子供向けスポーツ教室等開催(c以外)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
3	選手育成を目指したスポーツ教室等の開催	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
4	健康増進を目的とした大人向けスポーツ教室等の開催	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
5	介護予防を目的とした高齢者向けスポーツ教室等の開催	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
6	福祉施設等への懇門	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/> <input type="text"/>

7	地域清掃活動への参加	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
8	地元商工団体主催イベントへの選手への派遣等	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
9	試合開催時における地元商工業者との連携(テナント出店による物産の販売等)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
10	中心市街地との回遊性確保のための街づくりへの協力	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
11	スタジアムの複合施設化	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
12	スタジアム周辺の交通環境整備	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
13	地元企業のビジネスマッチング力	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
14	地域PR(自治体のシティセールス等)等への参画	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
15	主要施設を一般市民へ開放	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
16	自治体等からの委託事業等の実施	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
17	地域に立地する高校、大学等スポーツ系学術機関との人材交流	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
18	その他(〇〇〇(Q14.1_1_SNT18.1回答再掲))	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
19	その他(〇〇〇(Q14.1_2_SNT18.1回答再掲))	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
20	その他(〇〇〇(Q14.1_3_SNT18.1回答再掲))	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
21	その他(〇〇〇(Q14.1_4_SNT18.1回答再掲))	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
22	その他(〇〇〇(Q14.1_5_SNT18.1回答再掲))	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
		地元自治体	地元企業(金融機関以外)	地元金融機関	地元商工団体	地元メディア(新聞・ケーブルテレビ・ラジオ放送等)	地スポーツチーム	その他	

**Q15**

埼玉西武ライオンズと、スポーツマネジメント系学科やコース設置大学との連携・交流について、地域の活性化に効果が高いと考えられる順番に、5つ選択してください。  
 (それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
アスリートのパフォーマンスに関する共同研究の実施	1 ○	1 ○	1 ○	1 ○	1 ○
スポーツビジネスに関する共同研究の実施	2 ○	2 ○	2 ○	2 ○	2 ○
視察に関する共同研究の実施	3 ○	3 ○	3 ○	3 ○	3 ○
インターンシップ受入	4 ○	4 ○	4 ○	4 ○	4 ○
練習場における選手の派遣	5 ○	5 ○	5 ○	5 ○	5 ○
卒業生の受入(雇用)	6 ○	6 ○	6 ○	6 ○	6 ○
大学施設を利用	7 ○	7 ○	7 ○	7 ○	7 ○
学生の意見をヒアリングするワーキンググループの設置	8 ○	8 ○	8 ○	8 ○	8 ○
イベントプランコンテストの開催	9 ○	9 ○	9 ○	9 ○	9 ○
大学教員のアドバイザー採用	10 ○	10 ○	10 ○	10 ○	10 ○
その他	11 ○ <input type="text"/>				
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5

**Q16**

1年間におけるスポーツ関連支出をお答え下さい。

<例>

【スポーツ用品】

- 海水着、スポーツ用ユニホーム
- スポーツ用ブレザーコート、スポーツ用セーター
- ウインドブレーカー、グラッドコート
- スパイクシューズ、サッカーシューズ、登山靴、スキー靴、ゴルフシューズ、釣り用長靴
- スポーツ用手袋
- スキー履 登山履 野球履 紅白履 はちまき

【スポーツ月謝】

- 水泳、スキーなどの月謝
- エアロビクス、ジャズダンスなどの月謝
- \* フィットネスクラブ使用料 → スポーツクラブ使用料

【スポーツ観覧料】

- 野球、サッカーなどの観覧料
- サークettleレース 観覧料
- ゴルフ観覧料
- 相撲観覧料

【スポーツクラブ使用料】

- スポーツクラブ(フィットネス・アスレチックジム)を利用した際に支払う利用料、  
 公営施設も含む、用具レンタル料込みを含む。  
 ただし、月謝制のレッスン料は除く。
- 入会金 会費 一日利用料
  - フィットネスクラブ使用料
  - \* スポーツクラブの保証金(権利金)
  - \* スポーツクラブ会員権
  - \* 月謝制のレッスン料 → スポーツ月謝

【他のスポーツ施設使用料】

- スポーツクラブ使用料に分類されないスポーツ施設の利用料金。
- クレーン撃場、プール、スケート場の入場料
  - ボウリング代
  - フィールドアスレチック入場料
  - テニスコート、野球場、体育館などの利用料
  - \* ビリヤード → 885

スポーツ用品  円

スポーツ月謝  円

スポーツ観覧料  円

スポーツクラブ使用料  円

他のスポーツ施設使用料  円

**Q17**

埼玉西武ライオンズに対して、自治体が支援すべきと考えられる支援・協力内容について、強く  
 当てはまる順に、5つ選択して下さい。(それぞれひとつずつ)

	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
 回答方向					
■資金面・税制面での支援					
組織への出資、協賛金、寄付金などの付与	1	0	0	0	0
税制優遇措置	2	0	0	0	0
ソフト面での助成事業の創設(関連商品の開発・販売促進に係る資金援助など)	3	0	0	0	0
ハード面での助成事業の創設(チーム所有または管理施設の整備・改修に係る資金援助など)	4	0	0	0	0
その他	5	0	0	0	0

■施設面での支援										
公共施設利用料の減免措置(試合会場や練習場としてチームが使用する場合の減免措置など)	6	<input type="radio"/>								
公共施設(体育館やトレーニング施設)のチームの優先利用	7	<input type="radio"/>								
スポーツ施設の建設・整備・改修に係る助成	8	<input type="radio"/>								
指定管理者としての優先的な採用	9	<input type="radio"/>								
その他	10	<input type="radio"/>								
■その他の支援や協力										
市バスや自治体所有不動産等の現行の公共リソース(設備・財源)の活用	11	<input type="radio"/>								
地方自治体が行う健康増進事業・介護予防事業、学校教育などへの参画機会の提供	12	<input type="radio"/>								
地元経済界との交流機会の提供やネットワークの形成	13	<input type="radio"/>								
行政側からの各種支援内容の説明・PR	14	<input type="radio"/>								
その他(具体的に記入下さい)	15	<input type="radio"/>								
	1	位	2	位	3	位	4	位	5	位
	1		2		3		4		5	

### Q18

今後、地域にスポーツコミッションが必要だと思いますか。  
その理由についても最も当てはまるものをお選びください。

※スポーツコミッションとは・・・  
スポーツによる地域経済・社会・コミュニティの活性化を目的とした組織であり、具体的には、スポーツツーリズムの振興等を目的にスポーツマーケティング、スポーツイベントの誘致、イベント運営、市民ボランティア等のマネージメント等を行う組織のこと。  
米国インディアナポリス市のスポーツコミッションが有名。1960～70年代にかけて衰退する都市に歯止めをかけるため、市が「アマチュアスポーツの首都づくり」の地域振興ビジョンを策定。アメフトのアリーナ建設やアマチュアスポーツイベント誘致を実現。その中核となったのが、「インディアナポリス・コンベンション&ビジターズ協会」「インディアナ・スポーツ・コーポレーション」である。現在は、NFL コルツを誘致し、また、アマチュアスポーツ総括団体の移転と関連イベントを誘致し、1977～2004年にかけて25億ドル以上の経済効果を生み出したと言われる。  
(原田宗彦編著「スポーツ産業論第4版」より)

### 必要

- 1  スポーツを核とした地域振興の推進組織の存在が必要であると思うから
- 2  スポーツ誘致(チーム、イベント等)を専門とする組織が必要であると思うから
- 3  スポーツツーリズム振興を専門とする組織が必要であると思うから
- 4  コミッション活動の実行によるスポーツクラスター(スポーツチーム・サポート組織・関連施設等の集積)の充実を期待するから
- 5  その他 (具体的に )

### 必要ではない

- 6  新たな組織を作らずとも、既存商工団体等がその役割を担うのが現実的だと思うから
- 7  スポーツ誘致(チーム、イベント等)の必要性を現在のところ感じていないから
- 8  その他 (具体的に )

### どちらとも言えない

- 9  地域活性化の面から必要だが、人材面・資金面などを考慮すると実現不可能だと思うから
- 10  地域においてスポーツ振興に対する必要性に係る意識の醸成がされていないため
- 11  その他 (具体的に )

**Q19**

Q18で、地域にスポーツコミッションが必要だとお答えいただきました。  
特に期待する機能として、強く当てはまる順に、5つ選択してください。  
(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
	地域のスポーツ情報発信	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>
集客促進(スポーツツーリズムの振興を除く)	2 <input type="radio"/>				
スポーツイベントの誘致	3 <input type="radio"/>				
スポーツイベントの開催	4 <input type="radio"/>				
地域コミュニティの創出	5 <input type="radio"/>				
リタイヤ人材の活用(選手のセカンドキャリア提供)	6 <input type="radio"/>				
コンシェルジュ(各種サポート機能)	7 <input type="radio"/>				
地元商工関係者とのパイプ役	8 <input type="radio"/>				
地元出身のスポーツ選手の発掘・育成	9 <input type="radio"/>				
その他	10 <input type="radio"/>				
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5

**Q20**

Q18で、地域にスポーツコミッションが必要だとお答えいただきました。  
スポーツコミッションの考えられる財源として、もっとも相応しいと考えられる順に、5つ選択してください。  
(それぞれひとつずつ)

 回答方向	1	2	3	4	5
	1位	2位	3位	4位	5位
	国・自治体からのモデル事業に対する資金援助(を除外)	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>
イベント開催等自主的な活動による収入	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
地元自治体等からの事業受託または事業代行による収入	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
地元スポーツチームと連携したグッズ販売等による収入	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
地場商工団体、企業、住民からの協賛金・寄付金	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
その他	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>
	1位	2位	3位	4位	5位
	1	2	3	4	5