

# 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*

## スポーツクラブマネジメントコース

関口 貴弘 5015A311-7

研究指導教員 間野義之 教授

### 1. はじめに

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ズスポーツイヤーズを控え、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では、最も好きなスポーツ、よく観るスポーツとして、未だ野球が第1位であり、特に注目度は高い。同時に、特に地方においては、急速な少子高齢化・人口減少により、各地域の事情に合った地方活性化策が必要とされている。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、連携中枢都市要件からも外れている。その中で、埼玉県所沢市の生産年齢人口は、1995年をピークとして減少し、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。これは、他の地方自治体と同様、地域の事情に合わせた地方活性化策が必要であることを示している。

### 2. 先行研究

本論執筆時点では、まち・ひと・しごと創生法は、未施行であり、「地方版総合戦略」も未策定の自治体が多数である。その中で、其田(2015)は、まち・ひと・しごと創生法と関連法の概要、制定過程、地方自治体への影響を検討し、中村(2015)は、先行的に総合戦略を策定した自治体の特徴を指摘した。また、個別の事例研究として、兼子(2002)は、中心市街地における商業地域構造と地域活性化に関して研究し、国光(2006)は、山間部の過疎地における農村振興施策の効果分析した。

スポーツを活用した地域活性化としては、経済産業省関東経済局(2009,2010)が、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・提案を報告し、同省近畿経済産業局(2008)は、関西のスポーツ産業振

興の意義、スポーツを核にした新たな需要開拓の先進事例、今後の展開の方向性を報告した。また、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、加藤(2009)は、産業連関表を用いたプロバスケットボールクラブの経済効果推計などに関する研究を行ったが、これらの研究は、主に自治体、プロスポーツチームなど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。

### 3. 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、急速な少子・高齢化が進む所沢市において、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。

### 4. 研究方法

本研究では、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、所沢市と埼玉西武ライオンズへのインタビューを実施した。

地方版総合戦略については、プロ野球、サッカーJ1、J2のフランチャイズにおける全都道府県、市区町村を対象とし、プロスポーツチームに関連する施策を抽出し、大沼(2006)の研究を踏襲した

カテゴリー付けを行った。

アンケート調査については、2015年12月11日から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、地域愛着、埼玉西武ライオンズへの愛着など20項目について、Web調査会社を介してwebアンケート調査を実施し、所沢市住民の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った。また、併せて、同様の項目について、埼玉西武ライオンズに、2015年11月1日及び12月24日、所沢市に、12月24日に半構造化インタビューを実施した。

## 5. 結果

総合戦略の調査の結果、プロ野球では、12球団中6球団、J1では、18クラブ中6クラブ、J2では、22クラブ中10クラブのフランチャイズの総合戦略に記載が存在した。また、プロ野球では、生活の質の向上に関する施策が多い一方、都市のイメージ向上に関する記載は無かった。J1、J2では、中心市街地再活性化と土地開発に関する施策が多く記載されていた。

web調査の結果、209の有効回答を得ることができ、結果概要は以下の通りであった。所沢市民の人口動態：他の地域出身者(東京出身者)が多数であり、男性の職業は、給与所得者、女性は、特に30代以上で専業主婦、パート・アルバイトが多かった。**地域愛着**：プロスポーツチームの存在は、地域愛着の要因として回答は少なかったが、他地域への差別化要因としては最多であった。**埼玉西武ライオンズに対する愛着**：大多数が地元チームと考えているが、ファンは半数以下であった。**埼玉西武ライオンズの地域への効果**：商工業活性化との回答が、最多であり、自治体に期待する支援としては、組織への出資、協賛金、寄付金などの付与が、最多であった。

## 6. 考察

**地方版総合戦略におけるプロスポーツの位置づけ**：自治体の総合戦略に記載がある割合は、プロ野球、J2、J1の順であり、特にJ1クラブについては、自治体との連携が、比較的希薄になっていることが伺える。また、プロ野球は、所沢市以外、全て政令指定都市であり、一定のブランディング

を達成しているため、都市の知名度向上を目的とした施策が無いと考えられる。

**所沢の人口動態**：所沢市は、1978年のクラウンライターライオンズの所沢市移転と相まって、人口流入が加速し、50代以降は、東京などから、所沢市に転居し、当時、小学生程度の年代であった住民が、居住し続けている。

**地域愛着**：プロスポーツは、地域愛着の要因としての回答はほとんど無かったが、他地域に対する競争優位の要因としては、最多であり、ライオンズは、大きなアセットと認識されていた。

**埼玉西武ライオンズに対する愛着**：大多数は、地元のチームであり、地域に対する競争優位の要因であると考えているが、ファン意識との乖離が認められる。

**埼玉西武ライオンズの地域への効果**：期待する効果は、商工業の活性化が最多であったが、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かった。埼玉西武ライオンズに期待する施策は、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、周辺交通環境の整備、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り、これらについて連携が期待される組織は、全て自治体が最多であった。自治体に期待する支援は、埼玉西武ライオンズへの出資、協賛金、寄付金など、直接的な資金援助を志向している点が特徴的である。

## 7. 結論

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。