



第2章

スポーツコミッションの機能・
形態

2-1. スポーツコミッションの動向

この章で行なう検討は、次のようなものである。

スポーツコミッションはスポーツを地域活性化に活かす組織として、どのような機能を持ち、どのような形態の組織であることが必要なのかを検討する。

そのため、まず、地域が抱える課題と、スポーツが課題解決にどのような効果を持つのかを整理する(2-2)。

次に、その効果を発揮させるために、スポーツを「する」「観る」「支える(育てる)」など、どのように活用できるか、分類を行なう(2-3)。これを「スポーツ活用タイプ」と名付ける。それぞれの地域に適したスポーツ活用タイプを選択するためには、タイプごとに適した条件が異なることからこれも整理する。

続いて、スポーツコミッションに求められる機能を分析する。そして、上記の整理を踏まえ、活用タイプごとの機能を整理する(2-4)。

最後に、スポーツコミッションにはどのような組織形態があるのかを整理し(2-5)、連携のあり方についても触れていくこととする(2-6)。

これらをフロー図にしたものが、図表4-1(P62)である。

この検討に先立ち、この節では、我が国におけるスポーツの位置付けとスポーツコミッションの役割、動向を整理する。

(1) スポーツの位置づけ

我が国のスポーツの基本にかかわる法制度は、平成23年に、それまでのスポーツ振興法を50年ぶりに全面改正する形で「スポーツ基本法」が制定されたことで整備された。そこで、これまで教育の一環として発展してきたスポーツが、社会環境の変化の中で「交流促進」、「地域社会の再生」、「健康増進」あるいは、「地域活性化」など多様な役割や機能を有すると明言されるに至った。

そして、平成27年10月にはスポーツ庁が新たに設立され、地域振興、民間スポーツ、健康スポーツなどの新たな部局が設置されるなど、スポーツの役割や多様な機能を十分に発揮できるような態勢が整備されてきている。

(2) スポーツコミッションの全国的な動向

スポーツ庁では、「地域スポーツコミッション」をスポーツによる地域活性化の推進役として掲げており、地方自治体、スポーツ団体・企業(スポーツ産業、観光産業)等が一体となり、「する」「観る」「支える(育てる)」スポーツや、スポーツを観光資源としたツーリズム等による地域活性化に取り組む組織とされている。

全国では次のとおり、スポーツと景観、環境、文化などの地域資源を組み合わせることで、地域や経済の活性化につなげる取組が進められている。

- ・スポーツへの参加や観戦を目的とした旅行
- ・スポーツツーリズム(スポーツと観光を組み合わせた取組)
- ・域外から参加者を呼び込む「地域スポーツ大会の開催」
- ・国内外の大規模な「スポーツ大会の誘致」
- ・プロチームや大学などの「スポーツ合宿・キャンプの誘致」

このような、全国の地域スポーツコミッションが実施する新たなスポーツイベントの創出及び誘致等の取組に対し、スポーツ庁では平成27年度から「地域スポーツコミッションへの活動支援」を行なっている。この支援により地域のスポーツを活性化するとともに、スポーツを観光資源として活用した地域活性化に向けた取組が推進されている。スポーツ庁による平成27年

度の当該採択事業は、次の8地域の取組が報告されている。

- 登山、トレイルラン、サイクリングなど十勝岳の景観の中で行なうスポーツツーリズム（十勝岳スポーツコミッション）
- 冬期間の新たなスポーツの場の提供と交流人口の増加を目的としたスノーモービルスクールイベントの開催（十日町市スポーツコミッション）
- スポーツイベントの誘致、新規開催などを通じ、来訪促進による宿泊、飲食、物販等の経済効果の創出（三島市スポーツ・文化コミッション）
- 二次交通手段、観光資源としてサイクリングに着目したサイクルツーリズムの普及活動（一般社団法人志摩スポーツコミッション）
- マリンスポーツ、ビーチスポーツ等のイベント開催、受け入れ体制整備による通年集客の促進（熊野マリンスポーツ推進委員会）
- スポーツ講演会の開催、スポーツイベント・合宿の誘致（美作国スポーツコミッション）
- フォトロゲイニングを取り入れた運動の習慣化による健康長寿のまちづくり（宇部市スポーツコミッション）
- 国際スポーツ大会に向けキャンプ誘致対象国との交流、ツーリズムプログラムを備えた国際スポーツ大会の実施（国際スポーツ大会県内準備委員会（徳島県））

※トレイルラン：山岳の登山道などでのランニング

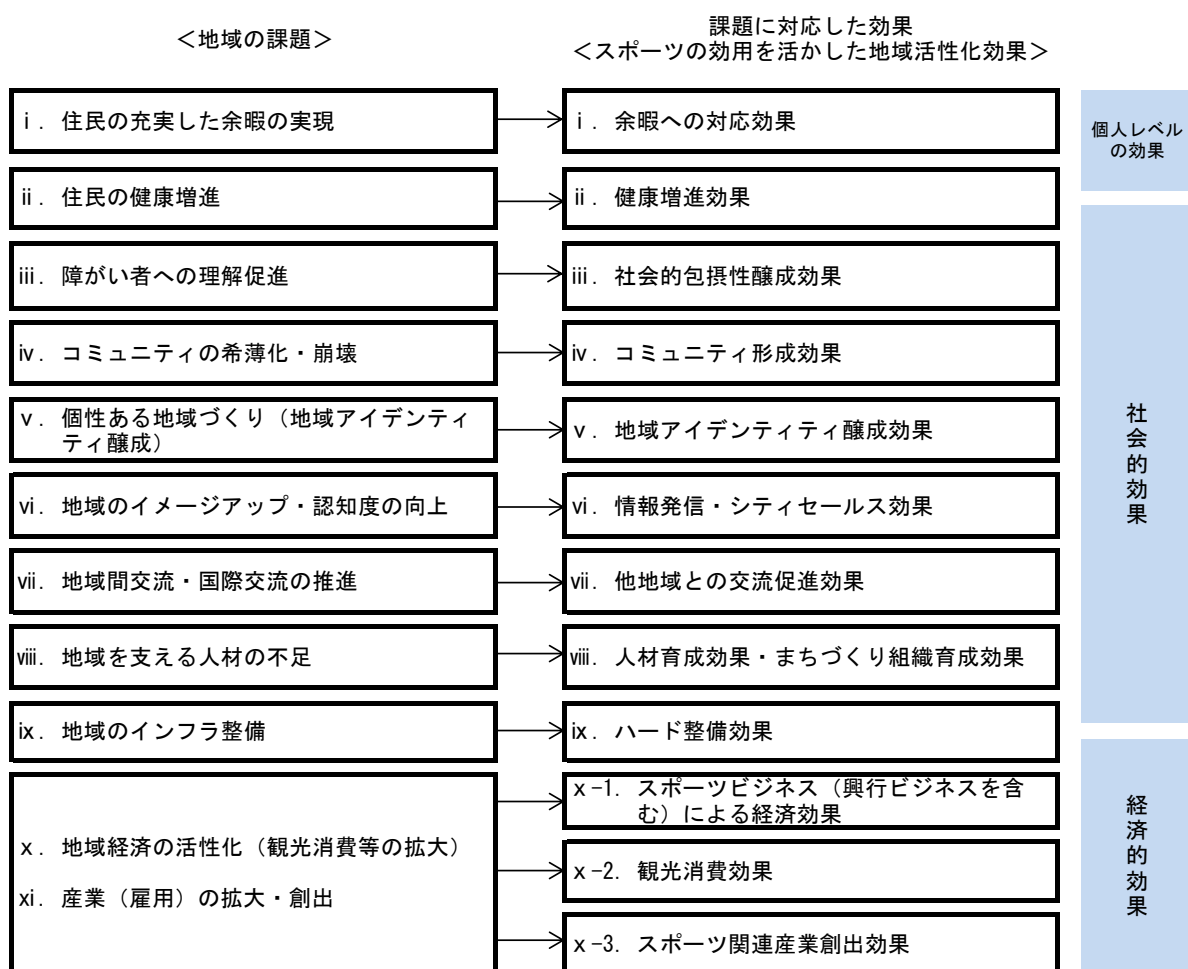
※フォトロゲイニング：地図をもとに時間内にチェックポイントを回り、見本と同じ写真を撮って得点を集めるスポーツ

2-2. スポーツの持つ効果

ここからは、後に示す図表4-1(P62)のフローに沿って整理を行なう。図表4-1①~⑧に対応して、それぞれの考え方について順を追って示している。

まず、地域の抱える課題とスポーツの持つ効果との関係を整理したものが下図である。

図表2-1 地域課題に対応したスポーツの地域活性化効果



以下、課題 i ~ xi について(1)で、効果 i ~ x-3 について(2)で、述べていくこととする。

(1) スポーツに関わる可能性のある地域課題

地域、各自治体は、それぞれ様々な課題を抱えている。ここでは、スポーツに関わる可能性のある地域課題を整理する。

i. 住民の充実した余暇の実現

団塊世代の社会の第一線からのリタイア、労働時間短縮への取組などの普及により、余暇を重視し、趣味やスポーツ、家族団欒、社会貢献などに充実感を覚え、そのような時間を求めるという傾向が高まっている。

ii. 住民の健康増進

本格的な超高齢社会の到来などによる医療費の増加等を背景に、住民の健康への関心の高まりや、行政の住民サービス、福祉・医療費などの視点から、健康増進が重要なテーマとなっている。

iii. 障がい者への理解促進

多くの住民にとって日常生活の中で障がい者と接する機会はさほど多くなく、障がい者に対する理解が十分に浸透しているとは言えない状況にある。こうした状況においては、意識啓発や情報発信、関連する講座やイベントの開催などの取組を通じた、住民の障がい者への理解促進が重要と言える。とりわけ、2020年東京パラリンピックは障がい者の国際スポーツイベントとして、障がい者スポーツに対する気運醸成や情報発信に大きな意味を持っており、障がい者への理解を深めるため、これらを契機として積極的に取り組むことが必要である。

iv. コミュニティの希薄化・崩壊

都市部における都市化の進展、中心市街地における人口の空洞化、近郊住宅地における新旧住民の対立、中山間地域における過疎高齢化の進展など、地域・自治体により背景は様々であるが、地域の絆、住民間のコミュニケーションの希薄化、コミュニティの崩壊が様々な形で進展している。

v. 個性ある地域づくり(地域アイデンティティ醸成)

効率的な行政経営などの観点から市町村合併が進んだことから、自治体の個性も曖昧になりつつある。一方、人口減少、右肩上がりの経済成長の終焉などを背景に、地域間競争が進展しており、個性ある地域づくり、地域アイデンティティの醸成が求められている。

vi. 地域のイメージアップ・認知度の向上

前述のvに関連し、個性的で魅力ある地域であるというイメージを、対外的に長期的、継続的に告知し、定着させていくことが求められている。その発信のために、インターネットや観光パンフレットの配布などと併せ、様々なイベントなどを活用することも求められている。

vii. 地域間交流・国際交流の推進

姉妹都市などの地域間交流や国際交流は、自らの生活や地域社会・文化の再構築、豊かな感性・幅広い視野を持った人材育成、さらには地域の産業・経済の活性化など地域の活力につながる。これには、各種イベントや交換留学などを通じた交流も求められる。

viii. 地域を支える人材の不足

自治体の財政規模の縮小を背景に、住民参加、住民によるまちづくりなど、地域の活性化に対する住民の役割は高まっている。様々な地域の活動や組織を支える人材の確保、育成が重要なテーマとなっている。

ix. 地域のインフラ整備

地方部においては、道路、公共施設などの基盤整備が未だ充足されていないといった課題がある。加えて、経年変化によるインフラ施設の老朽化などから、再整備を必要とするものも多い。

x. 地域経済の活性化(観光消費等の拡大)

地方の経済を支えてきた農林漁業の縮小や、戦後の日本経済をけん引してきた電子・機械などの製造業(ハイテク産業)における、人件費が安価な海外への流出などを背景に、地方を支える経済基盤が見えなくなってきている。平成26年には「まち・ひと・しごと創生法(地方創生法)」が施行され、地方経済を支える重要な産業基盤の1つとして、ビジットジャパン(インバウンド)を背景とした観光産業に強い期待が集まっている。

また、日本経済再生本部では、日本再興戦略2016において、2025年にスポーツ関連産業を15兆円へ拡大という目標を掲げ、スポーツ関連産業の育成を推進している。

xi. 産業(雇用)の拡大・創出

地方の人口減少は、単に少子高齢化・出生率低下に伴うものだけでなく、地方における特に若者や子育て世代の雇用を担う産業が不足していることが大きな要因になっている。こうしたことから、地方で成り立つ産業の育成が大きな課題となっている。

(2) スポーツの効用を活かした地域活性化効果

スポーツの持つ効用を地域の活性化、まちづくりへ活かすことによる効果は以下のように多岐にわたっており、地域の様々な課題の解消、改善に役立つものと期待できる。なお、図表2-1 (P12) でも示したように、これらの効果には、個人レベルの効果、社会的効果、経済的効果の3つの性格がある。

i. 余暇への対応効果

住民の充実した余暇の実現は地域行政の課題の一つであるが、この効果は地域の活性化やまちづくりとしての効果というよりも、個人のライフスタイルの充足という側面が強い。そのため、本報告書では地域的な波及効果とは捉えず、考察からは除外することとする。

ii. 健康増進効果

地域で健康増進に取り組む「健康のまちづくり」を掲げる自治体が増えており、そのなかでスポーツが健康増進に果たす役割が謳われている。ただし、前述のi同様、個人的な側面も強い。

iii. 社会的包摂性醸成効果(障がい者理解等促進効果)

パラリンピックなどの障がい者スポーツイベントは、多くの住民に障がい者と接する機会をつくる。これらには、障がい者に対する理解を深め、障がい者への社会的包摂性を醸成するまたとない機会としての効果が期待される。また、「社会的包摂」の推進は、障がい者だけでなく、誰もが潜在能力を発揮でき、出番をもってつながりあう社会をめざすもので、社会構造の変化や災害にも耐えることのできる社会の構築につながる。

iv. コミュニティ形成効果

スポーツは、様々な主体が関係しやすいことや、得られる達成感などから、地域住民の連帯感を高め、コミュニティ形成やその強化に効果がある。

特に、新興市街地における希薄なコミュニティの強化、新旧住民の交流、子どもから高齢者までの世代を超えた交流などを実現し、コミュニティの形成強化に効果的である。

v. 地域アイデンティティ醸成効果

地域に根差したスポーツチームや選手が活躍すること、またそれらを応援、支援することが、地域住民の誇りと自信につながる。チームやそのスポーツ種目がシンボル化するなど、地域アイデンティティを高める効果がある。

vi. 情報発信・シティセールス効果

大規模なスポーツイベントの実施及び継続、地域に関わりのあるチームや選手の活躍などにより、マスメディアに取り上げられ、地域の露出が増え、地域のイメージアップなどの効果がある。

vii. 他地域との交流促進効果

スポーツは世界共通の言語ともいわれ、地域や国、民族を超えて交流を可能とする最適なテーマとされている。また、これら交流の結果として、地域間の連携、国際理解への貢献だけでなく、国際的に活躍できる人材の育成などの効果にもつながる。

viii. 人材育成効果・まちづくり組織育成効果

地域住民はスポーツに様々な関わり方(する、観る、たすけるなど)を持つ。このためスポーツは、競技者としての育成、指導者としての育成、また、組織運営や大会運営等を通じ地域活動のリーダーを生み出すなど、地域人材の育成効果を持ち、青少年の心身の健全育成にも効果がある。これらの人材がスポーツだけでなく、様々なまちづくり活動の中心的な役割を果たし、それぞれの組織を動かすリーダーとして活躍することが期待される。

ix. ハード整備効果

大規模なスポーツイベントの開催やプロスポーツの誘致では、直接的に使用するスポーツ競技施設や公園などの整備、また、競技施設までのアクセスとしての道路や公共交通の整備が促進される副次的な効果がある。さらに、そのスポーツが地域に定着すると、町並み整備のモチーフとして景観整備に活用される場合もある。

戦後から始まった国体(国民体育大会)はその典型的なイベントで、体育施設だけでなく、道路などの基盤整備に寄与している。

x-1. スポーツビジネス(興行ビジネスを含む)による経済効果

地域住民の「するスポーツ」に対応した施設提供やスポーツインストラクターによる指導、リハビリテーション等の健康スポーツのビジネスには、これら施設やサービスを提供するスポーツビジネスによる雇用が期待される。

また、スポーツは、「観る」、「観せる」といった側面から興行ビジネスによる経済効果もある。特に、プロスポーツのホームタウンでは、継続的に実施されるスポーツイベントとしての興行収益とともに、飲食店やグッズ製作販売、交通などの雇用にも貢献する。

x-2. 観光消費効果

地域の海・山・川・湖などの自然環境や雪・温暖・避暑などの気候条件を活かしたスポーツリゾート、スポーツキャンプ・合宿などの取組により、宿泊客や入込客の増加による観光消費などの経済効果がある。これら経済効果の拡大により、雇用確保も期待できる。

従来の観光地が新たにスポーツに取り組むことができる一方、観光に縁のなかった地域もスポーツキャンプ・合宿地として取り組むことができる場合もある。これが観光に期待を託す地方の地域活性化の切り札として注目される要因である。

x-3. スポーツ関連産業創出効果

スポーツに関連したスポーツ用品の製造、スポーツウェア・ファッション製品の製造など、地域のスポーツブランドとして取り組み、経済効果を引き出す産業創出、雇用創出も期待できる。事例は少ないが、新たなスポーツを考案し、その用具等の製造・販売(卸)を地域産業として成長させているケースもある。

2-3 スポーツの効用を活かすためのタイプ分類(スポーツ活用タイプ)

スポーツの持つ効用を地域の活性化、まちづくりに活かすためには、様々な形が想定される。そこで、便宜的に地域で取り組むためのプロトタイプを想定する。

これは、地域の課題などから求められる効果に対し、どのような方法でスポーツを地域・自治体で活用していくかを選択するためのものである。ただし、1タイプでしかスポーツを活用できないというものではなく、複数のタイプを選択し、適宜活用していくことも可能である。

(1) スポーツ活用タイプ分類

地域においてスポーツを活用するタイプを便宜的に以下の7つのタイプに整理する。

図表 2-2 スポーツ活用タイプ分類

タイプ分類		タイプの特徴	
直接的にスポーツを活用するタイプ	する(させる)	①プレイ型	地域住民がスポーツを「する」ことを基本としたもの。
	観る(観せる;主催者、支える;住民・地域)	②ホームタウン型	地域のトップアスリートチームが活躍し、それを地域(住民・企業・行政等)が支えるもの。
		③イベント開催型	大規模な国際大会や国体などの全国レベルのスポーツイベントの開催を基本としたもの。
	たすける(たすけられる)	④支援型	地域で開催されるスポーツイベントなどにおいて、地域の住民・企業・行政が、それぞれ人的・物的に支援するもの。
間接的にスポーツを活用するタイプ	環境・資源を活用したスポーツツーリズム	⑤スポーツリゾート型	地域の自然環境、気候条件などを活かして主にアウトドアスポーツの活動の場を提供し、宿泊・飲食・交通事業者等と連携して、スポーツツーリズムを形成するもの。
		⑥キャンプ・合宿型	スポーツキャンプ・合宿の場として、施設をはじめとした環境・資源を活かし、提供するもの。
	産業資源としての活用	⑦スポーツ関連産業型	スポーツを既存の産業に結びつけ、スポーツ関連産業を創出するもの。

(2) スポーツ活用タイプごとの効果

スポーツ活用タイプ別にそれぞれが持つ効果を整理したものが下表である。効果については2-2(2)(P15~16)により整理している。

図表2-3 スポーツ活用タイプと地域活性化効果

効果 タイプ	個人に対する効果		社会的効果							経済的效果				
	余暇への対応効果	健康増進効果	社会的包摂性醸成効果	コミュニティ形成効果	地域アイデンティティ醸成効果	情報発信・シテイセールス効果	他地域との交流促進効果	人材育成効果	まちづくり組織育成効果	ハード整備効果	むによる経済効果	スポーツビジネス(興行を含む)による経済効果	観光消費効果	スポーツ関連産業創出効果
①プレイ型	◎	◎	△	△	○			○			○			
②ホームタウン型				◎	◎	◎		○	○	◎	◎	△	○	
③イベント開催型			○	○	◎	◎	◎	○	○	◎	△	△		
④支援型			◎	◎			○	◎	◎					
⑤スポーツリゾート型					○	○	○					◎	△	
⑥キャンプ・合宿型					○	○	○			○		◎	△	
⑦スポーツ関連産業型														◎

◎:効果大 ○:効果あり △:効果の可能性あり

各スポーツ活用タイプが持つ効果は以下のとおりである。また、各タイプの事例も紹介する。

①プレイ型

まず、地域の住民がスポーツを「する」ことによる充実した余暇の実現や健康増進に寄与する。さらに、地域で行なうスポーツ行事(大会等)に参加することによる住民意識の高揚や住民間の連帯感の醸成、青少年の健全育成、地域人材の育成などに寄与できる。

さらに、スポーツ人口の拡大に直結し、スポーツの効用を地域活性化、まちづくりに結び付ける基盤ともなる。特に、特徴的なスポーツへの取組は地域アイデンティティの醸成に寄与する場合もある。また、スポーツは誰もが参加しやすいものであるため、スポーツをすることをきっかけに社会的包摂性を醸成する効果も持っている。

スポーツを住民に「させる」という観点で見ると、その主体においては、インストラクター等の雇用の発生、指導者等の人材育成などの効果がある。

※なお、プレイ型の組織には、総合型地域スポーツクラブが担い手になっているケースが多くみられる。

プレイ型の事例

<宇部市スポーツコミッションの健康増進プログラム(山口県宇部市)>

市民の多様なニーズに対応し、スポーツ機会の拡大及び健康づくり・体力づくりの推進やスポーツによる交流人口の増加と地域活性化の推進を行なっている、宇部市主導のもと、関係する39団体が参加するネットワーク型の組織である。(※行政内組織)

現状では、住民の健康増進につながるプログラムを中心に活動してきているところに特色がある。また、スポーツコミッションそのものは直接活動を行なうのではなく、傘下の団体等の活動を支援する形態で活動している。

<NPO法人高津総合型スポーツクラブSELFの「するスポーツ」で学校、地域、家庭をつなぐ(神奈川県川崎市)>

多様目・多世代のスポーツ活動の推進を図るとともに、学校、地域、家庭との連携を図りつつ、スポーツを通して青少年の健全育成及び地域住民の健康の増進等を支援し、明るく豊かな地域社会の実現に寄与することを目的としている。具体的には、40を超すスポーツプログラムを実施しており、地元住民のスポーツの場を提供している。また、こうした場所は、地域コミュニティの場の機能を果たしている。

取組：たくさんのスポーツプログラムに参加できるように、チームはつくっていない。プログラムは、地域の人々の提案を受けてつくるなど、地域のニーズを踏まえて実施している。そのプログラムも提案した人が協力するため、多彩なプログラムを実施できる。

<NPO法人ピボットフットの「するスポーツ」で企業と住民をつなぐ(東京都大田区)>

さまざまな地域団体や元アスリートなどと連携し、多彩なスポーツプログラムを実施することで、地域のスポーツ環境を整備する総合型地域スポーツクラブである。非営利の団体だけでなく、民間のフィットネスクラブのような営利団体とも連携し、地域のスポーツ推進に関わっている。

また、地元企業のスポーツセンターの管理運営業務を請け負っており、そこで住民向け各種プログラムを開催している。これにより、地元と地元大企業との繋がりを形成している。

取組：ヤマトフォーラム（ヤマト運輸株式会社の体育館）の管理を請け負うことにより、その会場を使ったプログラムを自由に展開することができる。拠点をつくることによって、誰もが参加しやすいスポーツ環境づくりを行なっている。

②ホームタウン型

地域のスポーツチームを地域が支える関係となるため、その活躍が地域のイメージ向上、情報発信に寄与する。また、応援を通じた地域住民の連帯、人的ネットワークの形成、あるいは地元(郷土)の誇りとして郷土意識の高揚にも効果が期待できる。

さらに、プロスポーツの場合、チーム運営者には試合開催による入場料収入、関連グッズの販売、飲食などの経済効果があり、そのための雇用が発生する。地域としては、ホームゲームの開催などによる飲食・宿泊などの関連産業への波及効果がある。これは地域外から観戦者を呼び込むことで観光産業振興の側面を持っている。開催の競技施設やアクセス交通など関連インフラ整備などの効果もある。

試合等の開催を支援するボランティア等がある場合には、「④支援型」と同様の効果も発生する。

ホームタウン型の事例

<鹿島アントラーズのホームタウン(茨城県鹿嶋市)>

1992年住友金属サッカー団を母体にJリーグの参加球団のひとつとして、鹿嶋市をホームタウンとするプロサッカーチーム「鹿島アントラーズ」が活動を開始した。

当時の文献(「スポーツを核とした地域活性化に関する調査(1994年国土庁大都市圏整備局、(財)日本システム開発研究所)」)によれば、急激な人口増加による新旧住民のコミュニケーションの形成、そして、若者が働き、遊び、定着する賑わいの地域づくりを目指し、Jリーグクラブ誘致の推進に取り組んだとされている。

地元開催の試合を新旧住民の区別なく一丸となって応援することで、住民の連帯意識の高揚に結びついた。また、この試合運営に多くの住民が駆けつけ、清掃や入場整理を行なうなど、ボランティア活動が新たなコミュニティ形成に寄与した。

<2019年ラグビーワールドカップ・東京会場(東京都調布市)>

2019年ラグビーワールドカップは、全国12会場で実施される。東京会場には、調布市にある東京スタジアムが選ばれている。

同施設は、設立当初、主に球技場として使用されていたが、現在は陸上競技場としても利用される多目的スポーツ施設で、約5万人が収容可能である。2003年から味の素株式会社がネーミングライツを取得し、「味の素スタジアム」略称「味スタ」の呼称を用いている。



東京スタジアム
出典：2019 All For Japan Team H P

2012年からは日テレ・ベレーザ、スフィーダ世田谷FCなどの試合を開催するホームタウンとしての役割も果たしている。

2019年ラグビーワールドカップに向け、武蔵野市、府中市、町田市ではキャンプ地登録に向け取組が進められている。

③ イベント開催型

経済効果やインフラ整備、住民の交流事業などの効果を、スポーツイベントの開催などにより高めることができる。

オリンピックやワールドカップをはじめとした大規模な国際大会や国体などの全国レベルのスポーツイベントの開催では、入場料収入、飲食などの経済効果や競技施設、そこまでのアクセス交通など関連インフラ整備の効果があるとともに、国内外の交流、地域の情報発信による地域アイデンティティの醸成、地域イメージの向上など、②ホームタウン型と類似の効果がある。しかし、大規模であっても、短期間の一過性のイベントでは、設備投資を吸収する経済効果には至らないケースが多い。設備投資された施設やイベント開催から派生した交流事業、ボランティア活動などをレガシーとして、継続・継承することで、長期にわたり、社会的効果、経済的効果を引き出すことが可能であり、その工夫が必要である。

また、イベントを支えるボランティア参加がある場合には「④支援型」の効果も発生する。

小規模なイベントでも、住民の参加や他地域との交流、特色のあるイベント開催による情報発信による知名度・イメージを高める効果などがある。

イベント開催型の事例

＜全国区の知名度を持つ青梅マラソン大会(東京都青梅市)＞

「マラソンの普及と強化」を目的に、誰でも参加できる大衆マラソンとして、“円谷選手と走ろう”を合言葉に、青梅市陸上競技協会・株式会社報知新聞社主催で始まった。平成28年度で51回を数える市民マラソン大会の草分け的存在である。

沿道では、自治会などの市民ボランティアが参加者を応援するとともに、飲み物などを提供している。ゴール付近では、参加者を労うとともに、市民のお祭りとしてグルメフェスティバルなども開催されている。

＜たびーら縁結びRIDE in 出雲…新たな集客と地域のPR(島根県出雲市)＞



2016年のゴール風景(出雲ドーム前)
提供：(一財)日本スポーツコミッション

縁結びで人気の出雲大社のある出雲地域では、縁結びをキャッチコピーに、女性を主人公として、出雲大社参拝や稲佐の浜など、出雲の豊かな自然をスポーツバイクで駆け抜けるサイクリングイベントを実施している。

スポーツバイク初心者から経験者までが楽しめるイベントとして開催され、安全走行を最優先に環境にやさしいスポーツバイクを使って、出雲市内の自転車道や交通量の少ない観光道路をサイクリングする。また、各エイドステーション(休憩場所)にご当地スイーツやグルメを準備し、地域のPR、観光振興に結び付ける事業として実施されている。

④支援型

地域で開催されるスポーツイベントなどで、住民がその運営をボランティアなどの形でサポートする役割を担うことにより、地域への帰属意識や充実感が高まる。大会経験を通じて地域リーダーとして成長する人も存在する。これらの人々が中心になり、様々なまちづくり活動の組織を起こすといったケースもみられる。また、スポーツ選手や他地域、他国の人々を受け入れる「おもてなし」をすることで社会的包摂性を醸成する効果がある。地域で海外からの選手等を受け入れることが国際交流のきっかけとなって、民間主体の継続的な交流につながる効果も期待できる。

支援型の事例



インフィオラータの開催風景
出典：善光寺花回廊 HP

＜長野オリンピックボランティア…おもてなし活動の継承(長野県長野市)＞

長野オリンピックの感動を永遠に残そうと、長野オリンピック開催時のボランティアが中心になり、翌年春「長野オリンピック記念マラソン」を開催している。オリンピックを冠した世界唯一の大会である。2007年に東京マラソンが開始されるまで、出場したランナーが再び走りた大会のナンバーワンであり、その理由は「ボランティアによるランナー支援が素晴らしい」というものだった。

スポーツボランティアが、まちづくりボランティアに変化。さらにその組織は、まちづくりを主眼とする組織に変化し、インフィオラータなども開催するようになっている。

※インフィオラータとは、イタリア語で道路や広場に「花を敷きつめる」というもの

⑤スポーツリゾート型

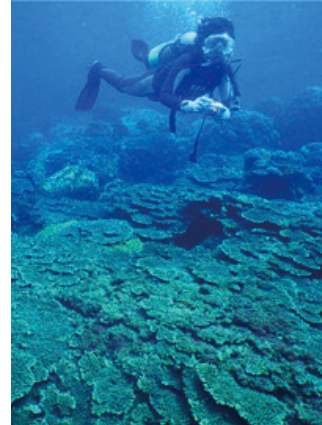
スポーツツーリズムの形成によって、スポーツが観光資源となり、観光入込客による経済効果や関連産業の活発化を引き出し、雇用の確保にも寄与する。また、スポーツリゾートとしての情報発信、地域イメージの向上や地域住民と来訪者との交流の発生などの効果もある。

スポーツリゾート型の事例

<島しょ地域の観光資源としてのマリンスポーツ>

自然がそのまま残る絶好の釣りポイントで高級魚のカンパチやシマアジなどが釣れる利島、大きな波が打ち寄せるサーフィンスポットを持つ新島、約100頭ほどの野生のイルカが生息し、船だけでなく陸からでもイルカウォッチングができる御蔵島、黒潮の影響を受け、サンゴの群青や熱帯魚、ウミガメなど様々な生き物と出会えるスキューバダイビングのできる三宅島など、マリンスポーツ、マリトレジャーの環境を活かした取組が進められている。その他にも、大島の三原山の火山活動を物語るジオパーク、ツバキが特産の利島など島しょ地域特有の観光地を形成している。

島しょ地域の自然環境は、マリンスポーツを含めたレジャー・スポーツ・景勝などの観光として、地域経済の一翼を担っている。



アクアダイビング

出典：東京都島しょ振興公社HP

⑥キャンプ・合宿型

これは、スポーツツーリズムの一種であるため、スポーツリゾート型の効果に加え、スポーツ施設・宿泊施設・飲食施設・健康医療施設などの施設整備を誘発する効果がある。

スポーツのキャンプ・合宿には、オリンピックやプロスポーツのキャンプから同好会的な合宿まで多様なものがある。また、形態的には地元の宿泊施設とスポーツ施設を組み合わせたものから、究極の形態としてスポーツシューレ^{*}、ナショナルトレーニングセンターなどがある。

条件的には、避暑・避寒としての気候条件やスポーツ施設の有無が影響する。また、スポーツの疲労回復としてのリハビリや温泉、医療機関等と連携した体制や、宿泊、飲食などと地域が一体となって受け入れることが必要である。さらに、トップチームのキャンプの場合には、強豪チームとの練習試合などのマッチングも求められる。

このように、様々な条件や形が考えられるので、地域の持つ条件（避暑・避寒の気象条件や施設・道路・公園などの様々なスポーツ資源）を活かし、新たな地域産業創出としての取組や宿泊施設の閑散期の取組を進めることができる。

※スポーツシューレとは、ドイツ国内に約15ヶ所あり、恵まれた自然環境の中で各種競技用グラウンド、体育館、プールなどのスポーツ施設と、研修が行なえる施設や宿泊施設を備え、指導や選手の育成、コーチ養成などが行われる施設である。

キャンプ・合宿型の事例

<菅平高原のスポーツ合宿(長野県上田市)>

菅平高原は夏季の冷涼な気候と高地トレーニングに適した環境が売りで、100面以上のグラウンドがある。平成26年に県内でスポーツ合宿を行なったアスリートは86万6千人(長野県観光誘客課)で、そのうちの6割強が同高原に集中している。

このキャンプ地としての実績、「ラグビー合宿の聖地」と呼ばれる菅平高原の知名度を生かし、上田市は2019年ラグビーワールドカップ日本大会の公認キャンプ地に立候補している。

キャンプ誘致に向けて上田市は、出場チームの練習場に天然芝を備える市営運動施設「サニアパーク菅平」を想定し、キャンプ地の条件となるトレーニング器具や体育館を備えた屋内運動施設を平成30年夏までに完成させる計画を発表している。

<十日町市のスポーツキャンプ誘致(新潟県十日町市)>

十日町市スポーツコミッションは、2020年日韓サッカーワールドカップのキャンプ地としてクロアチアを誘致したレガシーから設立された組織である。現在でもクロアチアとの国際交流は継続されている。

市はスポーツキャンプ誘致に力を入れており、もともと繊維産業の衰退に代わる産業創出として取組がはじめられたため、誘致を様々な分野に波及させようという視点から、スポーツ関係者だけでなく、宿泊、交通、農業、医療、行政など関係者の連携で進められているところに特徴がある。

⑦スポーツ関連産業型

スポーツを既存の産業と結びつけることにより、スポーツ関連産業創出の効果が生まれる可能性がある。

既存の産業とスポーツとの組み合わせとしては、最も一般的なものとして、地元の菓子製造・販売店と結びついた饅頭や煎餅といった土産品の製造販売、既存の製造業などと連携したスポーツの用具・スポーツウェア等の製造、ステッカー・バッチ・ペナント等の製造販売、スポーツ飲料などの製造販売などがある。いずれも、製造業・サービス業としての経済効果、雇用効果を引き出している。

スポーツ関連産業型の事例

<幕別町のパークゴルフ(北海道幕別町)>

北海道幕別町のパークゴルフは1983年にグラウンドゴルフをヒントに発案された新しいスポーツである。地元製材業と連携し、木製のボール・パターを製造し、地場産業としても成功している。

現在、競技人口は100万人を超え、パークゴルフ発祥のメッカとして、北海道知事杯パークゴルフ国際大会をはじめ、各種イベントが開催され、観光誘客、交流も盛んに行なわれている。



パークゴルフ発祥のつつじコース
出典：幕別町観光物産協会HP

(3) スポーツ活用タイプの選択条件

スポーツ活用タイプには、それぞれその効果を発揮できる条件がある。その条件を備えている自治体・地域は、該当のタイプを選択し、取り組んでいくことができる可能性が高い。例えば、スポーツ施設、宿泊施設のある自治体では、キャンプ・合宿型を活用できる可能性がある。施設だけでなく、気候、交通などの条件や、景観、健康、保養の機能など他地域に勝る条件などから、自治体・地域に適した活用タイプを選択することができる。

また、活用したいタイプに必要な条件が不足している場合でも、広域的に連携し条件を整えることが考えられる。

各自治体、地域にどのようなタイプが適しているのかを判断する参考材料として、タイプ別に条件を整理したものが図表2-4である。

図表2-4 スポーツ活用タイプの選択条件

タイプ	ターゲット	環境条件	地域的条件
①プレイ型	市民のスポーツ	・地域スポーツクラブ、指導者等 ・社会体育施設等	・全ての地域で可能
②ホームタウン型	プロスポーツのホームタウン	・プロスポーツチームの存在 ・活動拠点(施設)：スタジアム・アリーナ等 ・人口集積 ・会場までの交通アクセス ・スポンサー ・ボランティア ・運営組織(実施主体)	・プロスポーツチームなどが存在でき、観客席などを持った競技施設を持つことができる地域・・・比較的大都市などに有利
	トップアスリートチーム(企業、学校等)のホームタウン	・トップアスリートチームの存在 ・活動拠点(競技施設) ・チーム運営主体・財源	・トップアスリートチームなどが存在でき、観客席などを持った競技施設を持つことができる地域・・・特徴的なスポーツであれば地方部でも可。基本的には都市部。
③イベント開催型	国際イベント・国内イベント(屋内外の競技施設)	・スタジアム、競技場 ・運営組織(実施主体)、資金、地域の連携体制 ・宿泊、滞在、練習などの受け入れ環境 ・会場までの交通アクセス ・ボランティア	・国際基準等をクリアした競技施設が必要のため、都市部・大都市に有利
	国際イベント・国内イベント(自然環境・公共空間型)	・山、海、川、湖、道路の競技用環境 ・運営組織(実施主体)、資金、地域の連携体制 ・宿泊、滞在、練習などの受け入れ環境 ・ボランティア	・それぞれの競技環境に適した自然環境・公共空間 ・競技実施・受け入れ体制として、地方部には不利
	特色あるイベント(マイナースポーツ)	・地域特有のスポーツ又は特定スポーツに適した環境 ・運営組織・地域の連携体制 ・受け入れ環境 ・ボランティア	・全ての地域で可能
④支援型	ホームタウンやスポーツイベント	・支援先 ・ボランティア、支援組織	・②ホームタウン型や③イベント開催型の実施が前提
⑤スポーツリゾート型	山岳スポーツ、ゴルフ、マリンスポーツなどアウトドアスポーツ	・避暑、避寒等の気象条件 ・海・山等の自然環境を活かしたスポーツ施設、環境 ・温泉、グルメ等の観光資源、リゾート環境 ・宿泊、飲食、遊興等の施設 ・観光とスポーツの連携	・自然環境に恵まれた島しょ部や山間地域に有利
⑥キャンプ・合宿型	国際イベントのキャンプ地及びプロスポーツチームから同好会的なものまで	・避暑、避寒等の気象条件 ・目的に合ったスポーツ施設、環境 ・宿泊、飲食施設 ・関連施設(医療・警備・滞在支援) ・温泉、ヘルスセンター等の疲労回復機能 ・交通アクセス ・観光とスポーツの連携	・自然環境に恵まれた島しょ部や山間地域に有利 ・宿泊施設やスポーツ施設を持った地域であればどこでも可能
⑦スポーツ関連産業型	既存の産業とスポーツとの組み合わせ	・ターゲットとなるスポーツ ・産業界とスポーツ界の連携 ・対応製品開発の産業集積	・全ての地域で可能

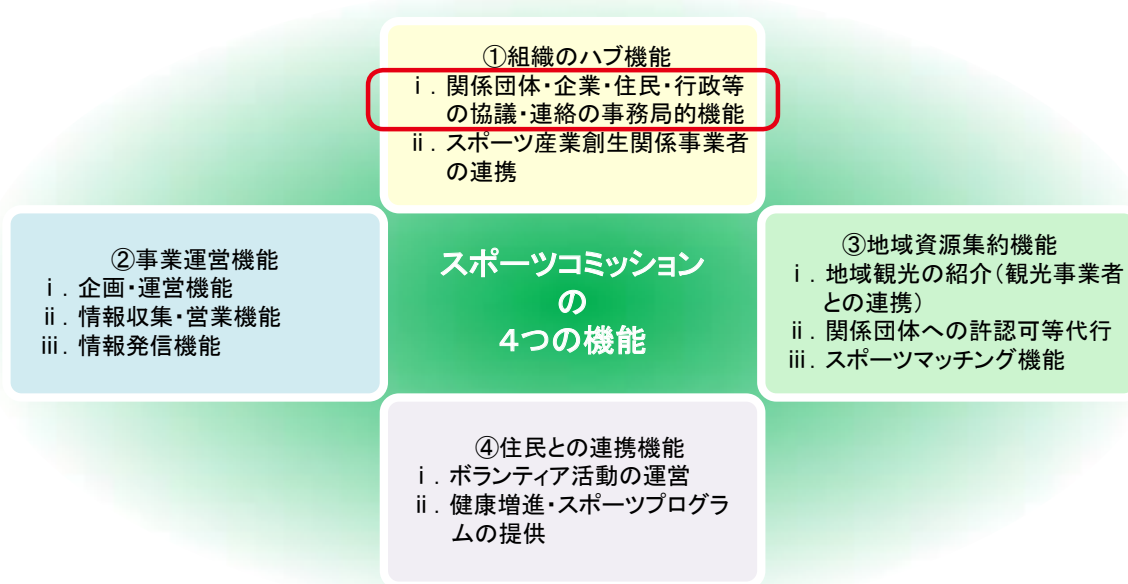
2-4 スポーツコミッションの機能

(1) スポーツコミッションに求められる機能

スポーツコミッションに求められる機能は、それぞれのスポーツコミッションがどのようなスポーツ活用タイプを選択するかによって異なってくる。

その機能を示したものが図表2-5である。スポーツコミッションは、スポーツを活かすことで地域の活性化に資する主体として位置付けられることから、①組織のハブ機能、②事業運営機能、③地域資源集約機能、④住民との連携機能が、必要である。特に、①のiはスポーツを地域で活かすための地域連携の中心的機能であり、全てのスポーツコミッションにおいて必要な機能である。

図表2-5 スポーツコミッションの機能イメージ



①組織のハブ機能

スポーツコミッションの役割として、スポーツの効用を各分野に最大限に波及させるためには、地域内での関係団体の連携が重要であり、「スポーツによる地域活性化のプラットフォーム」として機能することが求められる。

i. 関係団体・企業・住民・行政等の協議・連絡の事務局的功能

- ・スポーツ活用によるまちづくり、地域活性化の理念を共有する協議組織としての機能
- ・スポーツによる取組をスムーズに実施するための連絡調整機能

※本機能は、地域におけるスポーツを活用した地域活性化へのプラットフォームとして、全ての活用タイプにおいて重要である。

ii. スポーツ産業創生関係事業者の連携

- ・産業創出を目的とした関係者（スポーツ団体・観光事業者・飲食事業者・製造業・農林水産業等）の連携、マッチング機能

※スポーツを活かした商品・サービスを創出する異業種交流など企業間のマッチング機能として、スポーツ関連産業型の活用タイプにおいて重要である。

②事業運営機能

地域の中心的役割を担うマネージャーかつプレイヤーとしては、以下のような機能が想定される。

i. 企画・運営機能

- ・地域内のスポーツイベント等の企画・関係機関との調整(警察・消防・保健所等への対応)
- ・スポーツコミッション実施のスポーツイベント等の企画、運営

※自前で事業計画の作成、イベント等の立案を必要とするイベント開催型では必須の機能である。他に、事業企画等が必要なスポーツに関連した取組の実施が求められる支援型、スポーツリゾート型、キャンプ・合宿型においても必要である。

ii. 情報収集・営業機能

- ・イベント等の情報収集
- ・イベント誘致活動

※スポーツイベント、キャンプ等の誘致において重要である。イベント開催型、キャンプ・合宿型で必要性が高い。

iii. 情報発信機能

- ・地域内外へのweb等による情報発信
- ・住民、関係機関等への情報発信
- ・報道等への対応

※誘客を目的としたスポーツ・観光の情報発信が重要なイベント開催型、スポーツリゾート型で重要である。また、キャンプ等の誘致においても情報発信は必要である。イベント開催型、キャンプ・合宿型で必要性が高い。

<コーディネート機能について>

- ・プレイヤーとしての直接的な活動や、マネージャーとしての総合的な管理を行なうわけではないが、地域内で活動するスポーツ等の関連団体と行政のパイプ役を果たすことで、傘下団体等の活動を支援するような機能。
- ・市民活動等関連団体を、その活動にかかる経費や人材などの支援によって、まちづくりに資する住民活動とさせていく機能。
- ・宇部市スポーツコミッションの活動は、こうした機能を持っており、現状では特に住民の健康増進につながるプログラムを中心に活動してきているところに特色がある（下記コラム参照）。

コーディネート機能の例

(宇部市スポーツコミッションの取組(※行政内組織))

i. スポーツコミッション認証団体制度

- ・スポーツ機会の拡大及び健康づくり・体力づくりやスポーツによる交流人口の増加と地域活性化等に取り組む団体を認証する。それにより、「スポーツを楽しむ元気なひとの元気なまち・宇部市」の実現、「健康長寿のまちづくり」を推進することを目的としている。
- ・主に市民を対象とした活動に取り組んでいる事業所や自治会、学校、スポーツ関係団体等を認証する。

<認証条件>

- スポーツ活動に参加しやすい環境づくり
- 地域のスポーツ活動への参加、支援
- 気軽にできる運動の普及・啓発
- 働く場等におけるスポーツや健康増進に係る福利厚生事業等の実施
- スポーツによる交流人口の増加への取組
- スポーツによる地域活性化への取組
- その他、上記各号に準ずる取組

ii. 指導者人財バンク制度

- ・宇部市スポーツコミッション参加団体等の専門性や豊富な経験を有する多様な人財の活用を促進するため、スポーツ・健康分野の人財登録及び紹介を行なう制度。

<登録条件>

- スポーツコミッション参加団体及びその構成員、又はスポーツコミッション参加団体からの推薦を受けた個人・団体で登録の意思のある者
- スポーツや健康づくりの指導に関し、優れた知識や技能を有し、市民の多様なスポーツ・健康づくり活動を支援することについて熱意のある者

③地域資源集約機能

イベント開催型やキャンプ・合宿型で、主に、地域外からのスポーツ団体等を受け入れる際に、ワンストップサービスの提供が可能な窓口組織として、地域内の資源・関係団体を連携し、様々な分野への波及を最大化させるための機能である。

i. 地域観光の紹介(観光事業者との連携)

- ・スポーツツーリズム型の誘客における観光情報とのタイアップ

※誘客を目的として、スポーツと併せた観光情報を発信することは、イベント開催型、スポーツリゾート型、キャンプ・合宿型で必要である。

ii. 関係団体への許認可等代行

- ・来訪チーム、イベント主催者等の代行(道路許可、消防・保健所・医療機関等への対応)

※イベント開催型は道路・河川等の利用や医療機関との連携が必須である。ホームタウン型では、警察や警備、医療と、キャンプ合宿型では特に医療機関との連携が必要である。

iii. スポーツマッチング機能

- ・宿泊施設の手配・紹介

- ・スポーツ施設の利用手続き代行

- ・来訪チーム等に代わり物品・食材等の調達、又は斡旋

- ・同様に、地域内での移動のための交通の手配・斡旋

- ・練習試合等を重視する競技では対戦相手などのセッティングなども含めたマッチング

※キャンプ・合宿型を筆頭に、ホームタウン型、イベント開催型、スポーツリゾート型で求められる機能である。例えば、大規模なイベントでは関係者の物品・食材の調達は重要であり、地域経済にも影響が大きい。スポーツキャンプでも人数・期間によっては地域経済に影響がある。これら物品調達等に対応し、地域の商材・食材を提供する仕組みとしてスポーツ関連産業型にも関わりがある。

スポーツマッチング機能の事例

〈広域的資源のマッチング・ワンストップサービス (NPO法人ふじさんスポーツコミッション協会(静岡県富士山麓周辺市))〉

小山町・御殿場市など富士山周辺地域において、スポーツイベントやキャンプ合宿などを開催する団体等に対し、市町村や県等の境界を越え、施設・宿泊・交通の手配・人材・プログラム・ノウハウ等、一括して地域の資源を活用したサポートを提供している。

特定の自治体との関係が薄く、その支援を受けられない反面、日頃から関係自治体や各種地域団体、大学等との情報交換や連携を行っており、行政境を超えたサポートができる。

④住民との連携機能

スポーツを活用した地域活性化は地域住民を巻き込んだ取組である。活用タイプによって住民との関係は異なるが、基本的にはスポーツコミッションにおいて住民との連携を担う機能が重要である。

i. ボランティア活動の運営

- ・ホームタウン試合開催、スポーツイベント開催などのボランティアの募集、教育
- ・ボランティア組織の運営

※ホームタウンの運営やスポーツイベント開催時においては、ボランティアの役割が重要であり、ホームタウン型、イベント開催型の運営において必要な機能である。さらに言えば、スポーツを支えるといった点で、ボランティア活動の運営は支援型そのものである。

ii. 健康増進・スポーツプログラムの提供

- ・地域内のスポーツ団体と連携したスポーツプログラムの提供
- ・ICTを活用した住民の健康データの管理・健康管理
- ・健康増進を目的とするタイプでは、住民のスポーツ参加を促す、スポーツプログラムの実施(スポーツクラブ事業)

※市民の健康増進を目的としたプレイ型に求められる機能である。

健康増進・スポーツプログラムの提供事例

〈スポーツ参加への垣根を下げるスポーツプログラムの提供(NPO法人出雲スポーツ振興21(島根県出雲市))〉

高齢者の健康づくりや子どもの体力低下の抑止を目的に、「スポーツとは遊び、楽しんでする心身の活動」をモットーに誰もがスポーツに親しめる環境をつくっている。スポーツを遊びとして捉えることにより、子どもの運動への苦手意識をなくし、地域で活躍する元気な高齢者を増やしている。

(2)各スポーツ活用タイプに求められる機能

(1)で述べたスポーツコミッションの機能と、各スポーツ活用タイプとの関係を整理したものが図表2-6である。選択する活用タイプにより、スポーツコミッションにどのような機能を持たせるべきかを示している。

図表2-6 スポーツ活用タイプ別スポーツコミッションの機能

機能 タイプ	①組織のハブ機能		②事業運営機能			③地域資源集約機能		
	i. 関係団体・企業・住民・行政等の協議・連絡の事務局的機能	ii. スポーツ産業創生関係事業者の連携	i. 企画・運営機能	ii. 情報収集・営業機能	iii. 情報発信機能	i. 地域観光の紹介(観光事業者との連携)	ii. 関係団体への許認可等代行	
							警察・消防等との連携	医療等の手配・連携
①プレイ型	◎				△ 住民への情報発信			
②ホームタウン型	◎		△ チーム応援団の事務局		△		○	○
③イベント開催型	◎		◎	◎ イベント誘致	◎ イベント開催情報・観光情報	○	◎	◎
④支援型	◎		○		△ ボランティアへの情報発信			
⑤スポーツリゾート型	◎		○		◎ 観光情報	○		
⑥キャンプ・合宿型	◎		○	◎ キャンプ誘致	○ 施設情報等	○	△	○
⑦スポーツ関連産業型	◎	◎ 異業種交流						

◎必須の機能

○必要な機能

△あった方が良い機能

③地域資源集約機能					④住民との連携機能		
iii. スポーツマッチング機能					i. ボランティア活動の運営	ii. 健康増進・スポーツプログラムの提供	
宿泊施設の手配・紹介	スポーツ施設の利用手続き代行	物品食材等の調達・斡旋	地域内交通の手配	試合相手の紹介		市民の健康管理	スポーツクラブ事業
						△ ICTによる健康データの管理、健康指導	◎ 地域スポーツクラブ等々の連携・役割分担
			○ イベント開催時の大量輸送		○		
△ 観光事業者への紹介		◎	○		○		
					◎ イベントやホームタウン試合の支援		
○ 観光事業者への紹介	○ 施設ニーズに対応						
◎	◎	○	○ 団体移動への対応	◎			
		△ 地域の商材・食材を提供					

2-5. スポーツコミッションの組織形態

スポーツコミッションを設立する場合に、どのような組織形態とすることが適しているのか分析を行なった。

(1) 組織の形

スポーツコミッションの組織形態について、ここでは行政との関係性から分類し、その特性を整理する。設立時における行政の関与、活動にあたっての行政の運営主体への関わりから次の3つの形態を想定する。

図表2-7 スポーツコミッションの組織形態

行政との関係	特徴	事例
i. 行政内組織型	<ul style="list-style-type: none"> 行政が設置した組織で、スポーツツーリズム、スポーツイベント等を実施する行政内の担当部署である。 観光協会、体育協会内に置かれているケースもある。 	スポーツコミッション沖縄（県体協内） 佐賀県スポーツコミッション 宇部市スポーツコミッション
ii. 行政主導・民間主体型	<ul style="list-style-type: none"> 行政が主導する形で設立される。 将来的に行政のパートナーとして自立し、機能することを目的に設立される。 指定管理や行政からの受託事業中心に運営されているが、収益性を伴う自主事業が少なく、経済的に自立には至っていない場合もある。 	一般社団法人志摩スポーツコミッション
iii. 民間主導・民間主体型	<ul style="list-style-type: none"> NPO法人など民間組織として設立し、自主事業を持ち、スポーツを活かした地域の取組の核的組織として活躍している。 行政区域を超えた活動も可能である。 行政との関わりを持たず、民間のみで設立されたものもある。 	十日町市スポーツコミッション NPO法人出雲スポーツ振興21 NPO法人東北海道スポーツコミッション NPO法人ふじさんスポーツコミッション協会 ※NPO法人高津総合型スポーツクラブSELF ※NPO法人ピボットフット

※印は総合型地域スポーツクラブ

多くのスポーツコミッションは、設立時に行政が関与しているケースが多い。したがって、行政内、又は行政が関与する団体内に設立されることが多い。

行政主導のもと将来的に行政のパートナーとして自立を目指す組織が多いが、自立に向けた自主事業を展開している組織は少ない。一方、民間主導で設立された組織も自立に必要な財源確保は厳しく、行政主導の組織同様、共通の課題として自立に必要な自主事業、自主財源の確保を挙げる組織が多い。

◆上記行政の関係性とは別の視点から、2つの特徴的な組織形態を紹介する。

<広域活動型のスポーツコミッション>

既存のスポーツコミッションの中には、行政区域を越え、広域的なエリアで地域資源を連携させ活動している組織もある。

その一例が、NPO法人ふじさんスポーツコミッション協会(P28)である。地域の資源を結び付け、スポーツイベントやキャンプ合宿などを開催する団体等に対し、市町村や県等の境界を超え、施設・宿泊・交通の手配・人材・プログラム・ノウハウ等、一括して地域の資源を活用したサポートを提供している。

ただし、特定の自治体との関係が薄いため、その自治体からの手厚い支援を受けにくい、また、一体となって活動してくれる自治体がない点などの課題もある。

＜複合機能型のスポーツコミッション＞

小規模な自治体などで、新たに組織を設立するには、人材・財源の確保が難しいなどの課題がある。その対策とも言えるのが、スポーツコミッションとしての機能だけでなく他の機能を併せ持った複合型の組織である。

現状では、これに該当する組織はない。しかし、類似する組織として既存のスポーツコミッション的組織が、スポーツ施設の管理、総合型地域スポーツクラブ事業、健康増進事業、観光イベント事業、レンタサイクルなどの観光事業などに活動領域を広げているケースを見ることができる。

(2)スポーツコミッションの組織づくり

ここでは、スポーツコミッションの組織の設立に向けた留意点を整理する。

スポーツコミッションの組織形態の如何を問わず、地域の活性化にスポーツの活用が必要とされる自治体や地域では、スポーツコミッションの設立は重要である。組織に対する設立・運営への関与度合いにかかわらず、行政パートナーとして関わっていく上で、次のことを留意し支援をしていく必要がある

①行政・産業界の縦割り社会から脱却した横断的組織づくり

体育は教育委員会、観光事業は商工観光部署など、従来の縦割りではスポーツの取組はスポーツの振興や個人の健康増進にとどまり、観光分野などへの広がりを持たない。産業界もイベントの支援などはできても、スポーツを産業として活かすことはできない。

スポーツコミッションは、このような従来の行政や産業界の垣根を越えた組織として機能を果たすことが必要であり、横断的な関係団体の参加や連携ができるものとして設立することが重要である。

行政においてスポーツ担当部署は、教育委員会よりも首長部局における総合的なまちづくりの中でスポーツを推進できる部署に置くことが望まれる。

②関係資源活用の体制づくり

スポーツの事業には、施設、人材、資金が必要である。

特に、施設は県・市町村・学校などの公的な施設が大半であり、これら施設をスポーツコミッションが利用できる仕組みが重要になる。また、道路や河川・湖など公共空間をスポーツ目的で使用するケースもあり、施設の管理者や警察などとの調整が重要となるため、これら関係者の組織への参画、又は協力体制づくりが必要である。

見方によってはスポーツコミッションという組織を優遇し利益供与しているようにも映るがそうではなく、地域への利益の誘導を目的とした公益性の高い組織として、利益を地域へ還元する仕組みを組み込み、行政のパートナーと位置づけることが必要である。

人材面では、自前のスタッフを持つことが重要である。設立時は行政やスポーツ団体・観光協会など既存の組織からの人的応援も必要であるが、いずれはスポーツ等の事業企画・運営・活動指導・関係組織の連携など各専門的ノウハウや、それらを組織として蓄積することが必要とされるためである。数年ごとに出向スタッフが交替するような体制ではノウハウの蓄積は難しい。自立に必要なノウハウは人によるところが大きい。

資金は、自立を前提とすれば、自主事業で確保することが基本である。しかし、設立時は、行政などの補助金や委託事業などにより、軌道に乗るまでの財源確保も必要である。ただし、補助金前提の行政依存の体質とならないよう、これらは自立に向け時限的なものとし、設立時から、自立に結び付く事業計画の作成と現実的なPDCAサイクルを構築することが必要である。

③組織の自立

組織を運営するための財源は、自主事業によるものとする必要がある。スポーツ活動などへの参加費や企業努力による受託事業の確保などで自立できるよう、設立時から取り組むことが必要である。

(2) スポーツコミッションの構成と連携協力

スポーツコミッションに関わる関係団体等は(1)に示したように、2つの関わり方があり、様々な関連の可能性を持った団体が存在する。

そして、その関わり方は、スポーツコミッションの設立目的(スポーツの効用を何に活かすのか)や取り組むスポーツ活用タイプによって異なる。

前述の2つの関わり方について、各スポーツ活用タイプ別に各種団体の関わり方を想定したものが図表2-9である。これは、団体の参加、連携協力を幅広く想定しているが、こうした連携を考慮しつつ、設立のタイミングなどと併せ、地域の実態に応じた体制づくりが重要である。

図表2-9 スポーツコミッションの構成組織及び外部連携団体

団体 タイプ	スポーツ関連団体	観光関連団体	行政等公共組織	経済・福祉等の 地域団体	地域内の連携団体	地域外の連携団体
		<ul style="list-style-type: none"> 体協及び体協加盟団体 プロスポーツチーム・クラブ トップアスリートチーム・クラブ 総合型地域スポーツクラブ 各種民間スポーツクラブ スポーツ教室事業者 高等学校・大学の部活等 	<ul style="list-style-type: none"> 観光協会 ホテル・旅館・民宿等宿泊業 飲食・土産等の観光関連事業者 地域内交通事業者(鉄道・バス・タクシー・レンタサイクル等) 旅行代理店(域内) テーマパーク等観光施設等 	<ul style="list-style-type: none"> 都道府県 市町村 警察・消防 医療・保健 小中学校 	<ul style="list-style-type: none"> 漁協・農協・森林組合等 商工会議所・商工会 青年会議所 社会福祉協議会等 	<ul style="list-style-type: none"> 各イベント実施団体 民間企業(事業所) 商店街・商店会 高等学校・大学等
①プレイ型	<ul style="list-style-type: none"> ○地域スポーツクラブ ○または●関係スポーツ団体 	—	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 ●小中学校 ○または●医療・保健 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●健康・福祉系 	<ul style="list-style-type: none"> ●民間企業(事業所)、商店街・商店会 	—
②ホームタウン型	<ul style="list-style-type: none"> ○プロ・アスリートチーム・クラブ ○または●関係するスポーツ競技団体 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●観光協会及び交通系事業者 	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 ●警察・消防 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済団体、青年会議所等 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●最寄りの商店街等 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●周辺行政 鉄道、スポンサー企業等 メディア等
③イベント開催型	<ul style="list-style-type: none"> ○対象スポーツの団体 ○または●関係スポーツ団体 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●観光協会、宿泊業、観光関連事業者及び地域内交通事業者 	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 ○または●警察・消防、医療 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済団体、青年会議所等 	<ul style="list-style-type: none"> ○イベント実施団体 ○または●民間企業(事業所)、商店街・商店会 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●スポンサー企業、鉄道、メディア等
④支援型	<ul style="list-style-type: none"> ○対象スポーツの団体 ○または●関係スポーツ団体 	—	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 ●小中学校 	<ul style="list-style-type: none"> ●様々な団体 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●民間企業、商店街・商店会、高等学校・大学等 	—
⑤スポーツリゾート型	<ul style="list-style-type: none"> ○対象スポーツの団体 ○または●関係スポーツ団体 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●観光協会、宿泊業、観光関連事業者及び地域内交通事業者 	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 ○または●警察・消防、医療 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済団体、青年会議所、漁協・農協・森林組合等 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●民間企業(事業所)、商店街・商店会 	<ul style="list-style-type: none"> ●旅行代理店 関係スポーツメーカー等
⑥キャンプ・合宿型	<ul style="list-style-type: none"> ○対象スポーツの団体 ○または●関係スポーツ団体 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●観光協会、宿泊業、観光関連事業者及び地域内交通事業者 	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 ○または●警察・消防、医療 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済団体、青年会議所、漁協・農協・森林組合等 	<ul style="list-style-type: none"> ○または●イベント実施団体、民間企業(事業所)、商店街・商店会 	<ul style="list-style-type: none"> ●旅行代理店 関係スポーツメーカー等
⑦スポーツ関連産業型	<ul style="list-style-type: none"> ○対象スポーツの団体 	—	<ul style="list-style-type: none"> ○市町村 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済団体、青年会議所等 	<ul style="list-style-type: none"> ○関連企業 	<ul style="list-style-type: none"> ●関連ビジネス

○直接的にスポーツコミッション内に参画
○できればスポーツコミッション内に参画
●関係組織として連携協力

■第2章スポーツコミッションの機能・形態のまとめ

本章では、先進事例ヒアリング調査、文献調査及びインターネット検索を基に、各自治体が「スポーツを活かした地域活性化とは何か」及び「スポーツコミッション的組織の設立に向け検討する際の情報」を体系的に整理した。

具体的には、スポーツコミッションの動向、スポーツの持つ効果(スポーツの効用を活かした地域活性化効果)、スポーツの効用の活かし方のタイプ分類、スポーツコミッションの機能、スポーツコミッションの組織形態、スポーツコミッションにおける関係団体等との連携などについて触れ、具体的事例なども示している。

地域の活性化に関わるスポーツの活用方法は多岐にわたっており、状況に応じてスポーツコミッション的組織の必要性も役割も変わってくる。各地域、自治体の特性を把握し、スポーツの取組・活かし方として何をターゲットにするのか、そのためにどのような体制で行なうのかを考慮する必要がある。

スポーツの効用が様々な地域の活性化に効果を持つ可能性を認識し、スポーツの活用方法、その中心的役割を担うための組織・スポーツコミッションについて、行政組織内やスポーツ関係団体、産業界など含めた横断的検討が必要である。