

講演録

# スポーツを活用した地域振興に関する 様々な取組み—理論と実践から—

公益財団法人日本都市センター 研究室

「都市自治体におけるスポーツを活用した地域振興に関する研究会」では、スポーツを活用した地域振興に関する様々な取組みについて、実務者・学識者をゲストスピーカーとして招聘し、講演及び研究会座長委員との活発な意見交換を行った。その模様を一部抜粋して紹介する。

## プロスポーツによる地方創生

静岡ブルーレヴズ株式会社 代表取締役社長  
山谷 拓志

### はじめに

社長就任の依頼を受け、2007年に「栃木ブレックス（現宇都宮ブレックス）」を創業。バスケットボールや社長職の経験はなく、選手や資金も不足する中での挑戦だったが、3年目には日本リーグ（JBL）優勝を経験することができた。その後、経営難に陥っていた「つくばロボッツ（現茨城ロボッツ）」の社長に就任し、資金繰りに苦慮しながらもチームを再建し2021年にはB1リーグに昇格させた。現在は、静岡ブルーレヴズ株式会社代表取締役社長に就任し、静岡に来ている。

本日は、「みる」スポーツ、いわゆるプロスポーツコンテンツ、IPとしてのスポーツについて、宇都宮、水戸、静岡でそれぞれプロスポーツチームを運営してきた自身の経験や実践を基にお話したい。

### スポーツの「する」価値と「みる」価値

私はスポーツそのものの価値を分かりやすく2つに分けて考え

ている。「する」と「みる」である。「する」スポーツは税金を使う部分であり、教育の一環であるから、これまでの日本における、いわゆる「スポーツ政策」の中心であったと思う。

日本が遅れているのは、とにかく「みる」価値である。「みる」価値は、スポーツを「する」こととは全く異なる性質であり、エンターテインメントコンテンツというべきである。その価値をどう生かすか、それをどのように経済として、要するに換金化をして、市場規模を拡大再生産していくかということが、日本には今1番欠けている視点ではないか。

行政における議論において「する」と「みる」がかなり混同されていると感じる。その典型例が、スタジアムである。例えば、新国立競技場は、「みる」スポーツをするためのスタジアムなのか、「する」スポーツをするためのスタジアムなのか、目的が分からない。68,000席のスタンドがあるので、おそらく「みる」ために造ったのだと思われるが、どのスポーツにとっても観戦しづらいスタジアムになっている。

これが「する」スポーツのためのスタジアムであれば仕様はこれでよいが、68,000席のスタンドは不要である。世界的に見ても2万人以上入るスポーツは、野球を除けばフットボール、すなわち、サッカー、ラグビー、アメフトしかない。陸上競技は世界陸上でも、1万5,000～2万人規模である。2万人以上が入るスタンドを伴うスタジアムであれば、球技用にすべきであって、このままではニーズがない。6万8,000席のスタンドがある陸上と球技兼用のスタジアムというのは、ニーズが無いので合理性が全くない。

日本では完全に「する」と「みる」を分けずに、無駄な施設を造り続けているというのが現状である。

## 地域にとってのプロスポーツの意義—宇都宮での取り組みから—

プロスポーツクラブの意義は何かという問いに対して、社会資本であると私は表現している。プロスポーツというのは地域のブランドであり、地域の資源であり、社会資本であるということを私は強くお伝えしたい。

宇都宮ブレックスについて、バスケットボール・男子日本リーグ(JBL)2009-2010シーズンで初優勝した際(当時はリンク栃木ブレックス)には、優勝パレードに非常に多くの人が集まった。最初は愛着がなくても、優勝して頑張っている姿を見る中で、地域のスポーツが自分ごとと化して、我らがチームであり、誇れるもの、ありがたいものだ(と認識が変化し、)市民の方々が涙を流してパレードを見ていた光景を今でも覚えている。

また、デパートが立ち退いた空き地を市が整備したイベント広場で優勝報告会をしたところ、非常に多くの人が集まった。男子バスケットがオリンピックにも全く出られず、マイナーであった時代でもこれだけの影響力がある。バスケットは街を活性化する原点であったと思っている。

もちろんチームが勝つ負けるということは一概にコントロールできないことではあるが、優勝すると地域の方が喜ぶ。それによって経済効果が生まれ、その地域の知名度が上がったり、地域の郷土愛や連帯感が生まれ、子供たちにとっては、やはり地元のブレックスのバスケット選手、百何十万人の競技者の頂点にいる選手が街にいて、一緒に写真を撮ってくれて、サインがもらえるというのは、相当に大きい影響力があると思う。

このように、プロスポーツクラブは公共財であることを私も実感した。プロスポーツクラブは、税金が一銭もかからない、むしろ黒字化すれば納税ができる存在である。宇都宮でも、公共財だと思ってどんどん使い倒してほしいということをお伝えした。

## プロスポーツの強み—水戸での取組みから—

「みる」スポーツでは、どうしてもオリンピックやワールドカップのように一過性のものが中心となる。野球は地方で何試合か行い、サーカスや大相撲も巡業するが、これらはすべて一過性のイベントである。

他方で、プロスポーツのいいところは、毎週試合をやっているため、そのチームの名前が勝っても負けても毎週メディアに登場する点である。オフシーズンは2、3か月しかないので、そのチームが7、8か月間試合をすることで、話題になったり、ハラハラドキドキしたり、知名度が広がったりという経済活動が起きる。1日で5千人、1万人を招くお祭りを、1ヶ月に2～3回、1年を通してずっと行えるのがプロスポーツの強みだと思う。

水戸市では、ブレックスと同じように、地域貢献をはじめ様々なことをやってきた。水戸も宇都宮と同様に北関東にあり、東京に近い分、人がどんどん東京に流出して空洞化しているという課題があった。その中で、水戸市において、茨城ロボッツが取り組んだ官民連携のプロジェクトの事例として、水戸市中心部の空き地を活用した事例を紹介する。

水戸市では地方都市でよくあるように、中心部の一角が、デパートが立ち退いたまま空き地になっており、再開発もされないままだった。そこで、我々は地主に掛け合い、再開発するときのために5年間の期間限定でいいので貸してほしいとお願いをして、土地を借りた。市もこのような一等地を放っておく手はないということで参画し、水戸市と我々の官民連携のプロジェクトがスタートした。

5年で立ち退く可能性があるため、プレハブ型のスタジオ、テント型の体育館、トレーラーハウス等を使ったカフェやレストランを造り、いつでも立ち退けるようにした。中心部の施設では、観客席がないため試合はできないものの、バスケの練習や子供たちのバス

ケ教室が、平日の夜の6時から9時ぐらいまでほぼ毎日入っている。子供たちがたくさん来て、送迎にきた親御さんがカフェでお茶をしてくれるというモデルを構築した。街の中心部に大勢の子供たちがやって来て賑わうという光景が、水戸では出来つつある。

当然、バスケの練習だけではなく、色々なイベントが、屋根のある場所で実施できる。また、中心部のカフェやレストランでバーベキューができるというオープンエアの雰囲気を作り出したところ、中心部に務めるサラリーマンの方が街のどまん中でバーベキューをして帰るという光景も見られるようになった。この取組みは各方面から高く評価され、第3回スポーツビジネス大賞ライジングスター賞を受賞した。

このように、自らお金を調達し、上物を建て、その分の家賃を払うというモデルのビジネスが、プロスポーツチームが介在することで可能になるのだということを実感した。ロボットもこうして売上げが上がった。

プロスポーツの強みは、地域の中で唯一無二である点である。要するに、例えばまちづくりを地元の建設会社さんがやろうとすると、当然競合企業があり、利害関係等が原因で対立が生じやすい。他方で、プロスポーツチームは基本的には各競技につき地域に1つしかなく、たいていの場合アンチもない。加えて、強かったり、ブランド力があったり、集客力があったりすれば、当然その求心力が高まる。

プロスポーツチームが行うプロジェクトに対しては、皆が「やろう」と乗りやすい。そういう意味では、官民連携をする上での「ハブ」として機能するということが、プロスポーツの強みだと考える。プロスポーツチームのプロジェクトには、様々な人が協力してくれる。選手の影響力やチームの強さ、集客力もレバレッジとなり、多様なことができることを実感した。お金を借りる立場としても、ディ

ベロッパーたる主体者としても、プロスポーツチームがこのようなプロジェクトを担うことがこれから増えるのではないか。

### 静岡ブルーレヴズの事例

2019年に開催されたラグビーワールドカップの際に、静岡エコパスタジアムで、日本代表が当時世界ランキング1位であるアイルランドに勝利したことを契機として、一気にラグビーの聖地にしようとして静岡が沸いた。「静岡ショック」という見出しが全世界に伝播して、一躍ラグビーに注目が集まった。

その中で、ラグビーはまだ完全にプロ化されていないが、企業の実業団リーグからセミプロのリーグにしようという動きがあり、2021年に発足した「ジャパンラグビーリーグワン」に移行して以降は、チーム自らがきちんと興行をして、チケットを売り、集客をしてビジネスをするようになった。

そのような中で「静岡ブルーレヴズ」は40年の歴史がある名門チームであったヤマハ発動機ジュビロ（ラグビー部）を母体とし、ヤマハ発動機の100%子会社のプロクラブとして2021年に誕生した。

コンセプトとしては、もともとヤマハ発動機ジュビロは、静岡県の西側、遠州地域のチームだという印象があったが、今後はオール静岡でやっていこうということで「静岡ブルーレヴズ」という名称に変更した。サッカーの場合、沼津、清水、藤枝、磐田にチームがあり、市という単位がベースだが、ラグビーは県をベースにやっていくこととした。試合も、西側のヤマハスタジアムだけではなく、エコパスタジアムや、エスパルスが本拠地としているIAIスタジアム日本平も使っている。我々がもし「ジュビロ」という名前であったならば、エスパルスは恐らくスタジアムは貸してくれなかっただろうと思う。「ブルーレヴズ」にしたことで一緒にやれている。

我々のチームは静岡県内の市や町とも連携しており、県も入れると14の自治体と連携協定を結んでいる。最近のトピックスとしては、市役所の職員の方に、ブルーレヴズと連携協定を結んでいる市や町のマークが袖等に入ったポロシャツを夏のクール・ビズ用に販売したところ、870枚も売れた。このように、市の職員の方が、ブルーレヴズのロゴマークが入ったポロシャツを着て仕事をしているという事例もある。

ラグビーは競技人口が少ないので、普及活動は生命線である。365日のうち、240回はこうした普及活動をやっている。専任のスタッフも現在は3名おり、毎日駆け回ってくれている。

部活動の地域移行に関する興味深い取り組みとして、ブルーレヴズは静岡県立清水南高等学校・同中等部のラグビー部の部活動運営を受託している。チーム名を「清水南ラグビー部」ではなく、“BlueRevs RFC SHIMIZU”という名前に変えてブランド化し、これまで部費しか徴収していなかったところを、現在は月に5,000円を頂いている。保護者の方々からも特に抵抗はない。むしろ、ラグビーは安全性が求められるため、より専門性の高い指導者が必要だということで、我々が指導者を毎週派遣している。このように、民間企業が完全に委託を受けて、学校の正規の部活動を運営するという仕組みも始まりつつある。

それ以外の地域貢献活動では社会課題の解決という、いわゆるSDGsの文脈の中での取り組みも、かなりたくさんやっている。

静岡ブルーレヴズという名前に変わって3シーズンが経過した。成績は12チーム中8位と変わらないが、事業面では3年間で着実に成長しており、あとは勝つだけという状況になっている。何とか2年後までには日本一になれるように、チームを再建しようと立て直しをしている。チームができてから10年後には、売上げ50億円を目指している。

ラグビーは世界一のチームでも 50 億、60 億円の規模であり、静岡から 50 億円のチームを我々が作ることができれば、世界ナンバーワンのプロラグビークラブになるということになる。静岡に世界ナンバーワンのクラブを作ろうという、長期的なビジョンを掲げている。

## 総括

行政や自治体には、プロスポーツチームというコンテンツと、その箱（スタジアム）が一体となったものを、もっと高く評価していただきたい。スポーツチームは作りたくても作れない。スポーツチームというのは歴史や史跡と同様に、ある人がいて、そこに人やお金が集まり、様々なタイミングや偶然が重ならないとできない。税金をかけて施設はできても、チームはできない。かけがえのないもの、宝物であり財産である。もちろん強い弱いはあるが、チームをどんどん強くして、地域が支援していくことで、その価値が倍増していく。作りたくても作れないブランドができる。

ぜひ自治体の皆さんも、地元のスポーツチームを有効活用しつつ、そのコンテンツがより盛り上がるようなサポートをしていただきたいと思う。

## 質疑応答

Q. 2つ質問。1つは、プロチームが地域に提供できる価値についてお話されたが、なかなか説明が難しいのではないかと思う。例えば半導体であれば、これぐらい売上げが上がって、これぐらい雇用を生んでという説明がしやすいと思うが、そのような説明をどのようにされているのか。気をつけている点はあるか。

もう1点は、プロスポーツチームを作るにあたって、こういった地域には無理だろうという基準があれば教えてほしい。

○山谷氏 1つ目の質問について、おっしゃるとおり、アメリカでは古くから歴史があり、プロスポーツが街に根づいていて、その間に何回か優勝して盛り上がったということがあるので、何も言わずとも皆がその価値を分かっている。だから、まずは我々コンテンツサイドが最大限努力して、強く愛されるチームを作らなければならない。

例えば、皆さんがイメージできる価値あるコンテンツがその街にやってきたらどうなるだろうということを言うと、想像できることは多い。突然地元のチームがそうならないにしても、10年、50年、100年後には、そうなる可能性があることを知ってくださいという言い方を私はしている。

もちろん、定量的なデータや定性的なアンケート等で理論武装しなければならないというのはあるが、そういったイメージも一緒に明示したらいいのではないか。

2つ目について、難しいが、自分の経験則でいうと、水戸市は人口20万人であり、10万、20万人規模の街でも作れると私は思っている。むしろ、東京等の大都市圏のほうが難しいのではないか。

静岡は政令指定都市が2つもあり、東京と名古屋という経済圏に挟まれていて、かつ有名なメーカーがあり比較的経済が潤っている。上場企業もたくさんある。また、大都市圏は、スポーツチームの競合ではなく、他の娯楽の競合、お金の使い道の競合が多い点で、マーケティングが難しいのではないかとも思う。

Q. プロスポーツチームの「地域に根差した活動」というのは、具体的にどのようなことだと思うか。よくある「街を掃除しました」というのは少し違うと思う。

○山谷氏 おっしゃるように、地域の子供たちとの触合いや、サッカー教室、バスケット教室の開催、ごみ拾いは普通にやっていることで、

やるべきこと、当たり前のことである。地域密着だと胸を張って言うことでもないとも思う。

こう言ってしまうと元も子もないが、強いチームかどうかというのはやはり非常に大きな要素である。スポーツにとっては、今年はプレーオフに出場できるかもといったように、常に優勝争いに絡めようという期待感が重要である。

加えて、地元のメディアがどれだけ浸透していて、地元の新聞をどれだけの人が読んでいるのかも非常に重要な要素である。ネット等のデジタルの世界が広がっても、やはり地元のマスメディアの存在は非常に大きく、球団は、そこにいかに取り上げてもらうかを考えることによって、盛り上がりが全く変わってくる。

Q. 「する」「みる」の施設の混在は根深いものがあるとは私思っている。「みる」ほうは、国が積極的に「スタジアム・アリーナ改革」として始めたが、実はむしろ「する」ほうが、スペックが決まらない。市民や将来プロになるようなアマチュアが、どこまでなら納得するのかというスペックが示されない。

さらには、国は、「日本の6割が学校だから、学校のストックを使いましょう」と言うけれども、その処方も自治体の裁量に任せてしまっている。リーグや競技に関わる中で、「する」スポーツの割り切り方や、場所やメニューとしてどのようなイメージを持たれているのかを、特定の競技の立場を超えて助言していただきたい。

○山谷氏 「する」ということから考えれば、スタンドの数よりも、コートや面数や、できるだけ多くの人が競技できるようになる状況、する人が来場するための駐車場、終わった後にシャワーを浴びて、少し食事をとれる場所がある等、それら全てに立脚して考えるべきだろうと思う。「みる」ということは一切考えず、むしろ大学の体育館や学校の施設に近い発想をする必要がある。

ただ、学校の体育館や大学の施設だと、空調設備も含めてホスピタリティーや快適度が上がらないため、フィットネスクラブを運営している民間企業と協力し、スポーツを「する」人に特化して、安価に楽しめるところから、お金を出して豪華に楽しめるところまでを含めてやるというのがよいのではないか。

日本でこのような話をする、差別や格差のような話にもなるが、安価で、そこそこの施設で楽しみたいという人もいれば、お金を少し出してでも、優雅で快適な施設で楽しみたいという人もいる。そのような需要に合わせた発想を民間企業と一緒に構築できれば、民間企業の領域を荒らさずに、できるだけ多くの市民に、できるだけ安価でスポーツをやっていただく環境が作れると思う。そういった発想が必要ではないか。

**Q.** 研究会のテーマであるスポーツとまちづくりに関して、人口規模やタイミング等、さまざまな要素があると思うが、これまで3チームに関わる中で、チームとまちづくりにつながるキーワードはどのようなものだと考えるか。

○山谷氏 スポーツを考える際には、体を動かして健康になるためのツールなのか、もしくは、見て楽しむコンテンツとしての価値を享受するものなのかという、どのような目的を置くのかをまず考える必要がある。目的ありきで、目的に対する合理性を、一貫性を持って考えていくことが1番重要だと思う。

そうなると、スポーツ政策という領域を超えた、産業政策や、地域の資源、観光資源の開発、産業の育成といったことにも通じていくと思う。そのような人たちを巻き込んでいかなければならない。キーワードはすぐに浮かばないが、まずは目的からぶれずに、一貫性を持って考えるということではないかと思う。

Q. スポーツを通じた地域振興というテーマで研究会をしているが、難しい面もあると思っている。例えばサッカーならば、バスケットやラグビー等他の競技のファンが減るということで、合意を得ることや、市の政策として進めていくことに難しさがあると思う。この点について、他の競技のスポーツ（との壁）というキーワードで何か考えていることがあれば教えてほしい。

○山谷氏 競技間の壁というよりも、自身の競技に対して愛着があるので、バスケが盛り上がると、ラグビーの人からすると「バスケが何だよ」とか、「野球はやっぱり違うよな」とか、そういうふうにかえがちではあると思う。ただ、「する」にしても「みる」にしても、全てのスポーツを盛り上げることは物理的に不可能である。だから、何かしらのきっかけが重要になる。

選択と集中ではないが、その土地ならではのスポーツが、メダリストが出た、強いチームが出た、東京で一稼ぎした地元の経営者が、自身に取り組んできたスポーツを盛り上げたいと言っている等の様々なきっかけの中で、偶然の要素やつながりを持って起こっていくのではないか。

現在ちょうどオリンピックが行われているが、注目を浴びているバレーボールがこれからすごく伸びるだろうとか、沼津市のようなフェンシングの街がもっと出てくるだろうとか、きっかけがおそらくある。総花的にやるよりは、自分たちで「この街はこれなんだ」と決めたほうがわかりやすい。それがあれば、他の競技の人たちは「なぜこの競技だけが」とは確かになるけれども、何かしらの理由があればそこまで異論が出ることもない。もちろん、行政としてどのスポーツに対しても平等性を担保するとは思いますが、その街が何を売りにしていくのかという点には、一定の合理性があれば皆が合意・納得していくのではないかとはいえる。

## スポーツにおける社会的インパクト評価の枠組み

イリノイ大学アーバナ・シャンペーン校 応用健康科学部 教授  
井上 雄平

### はじめに

私は現在、アメリカのイリノイ大学にてスポーツマネジメント領域の教授を務めている。スポーツの社会的インパクトの評価や、スポーツイベントやプログラムをどのようにマネジメントすれば社会的インパクトをより向上できるのかということを経験に研究を行っている。

### スポーツの社会的インパクトの定義

まず、スポーツの社会的インパクトとは何かを定義していきたい。スポーツの社会的インパクトとは、スポーツイベントやプログラムが、ステークホルダーのウェルビーイングの側面に与える影響と定義できる。ステークホルダーとは、参加者やボランティアなどスポーツ活動の影響を受ける全ての人々と理解できる。したがって、社会的インパクトの評価は、スポーツを行うことによって、様々なステークホルダーがウェルビーイングに関してどのような影響を受けるのかを理解・評価するということである。

次に、日本でも浸透してきているウェルビーイングとはそもそもどのようなものなのかを説明したい。ウェルビーイングは WHO による概念化に基づき、3つに分けることができる。

第1に、身体的ウェルビーイングである。これは身体的な健康であるが、健康を保てるだけの知識や能力を有しているかどうかといったものも含まれる。

第2に、精神的ウェルビーイングである。これはさらに、主観

的ウェルビーイングと心理的ウェルビーイングに分けることができるが、主観的ウェルビーイングには、自身の人生に満足しているか、幸せを感じているか、心理的ウェルビーイングには、自分が成長できているのか、人生に生きがいを感じるかといったものが含まれる。

第3に、社会的ウェルビーイングである。ここには、信頼できる社会関係を持っているか、コミュニティへの帰属意識、自分の地域や様々なグループへの帰属意識があるのかといったものが含まれる。

したがって、スポーツの社会的インパクトといったときには、スポーツイベントやプログラムがそれぞれのステークホルダーの身体的・精神的・社会的なウェルビーイングにどのような影響を与えるのかを理解していくことになる。

## 社会的インパクトを評価する意義と国際傾向

では、そもそもなぜ社会的インパクトの評価が必要なのか。さらには、世界的にどのような傾向があるのかを説明したい。

社会的インパクトの評価は最近10年ほどで非常に活発になってきており、経済的インパクトに代わる新しい評価の指標として台頭してきている。

最近の調査によると、例えばオリンピックのような大規模スポーツイベントでの社会的インパクトの評価、さらには、小規模や中規模イベント、地域の大会といったものでも社会的インパクトの評価が行われている。このような社会的インパクトの評価の増加に伴い、様々な評価方法が出てきているが、どのように測定したのかが統一されていなかった。そこで、OECDのような国際組織により、統一指標を開発する取組みが活発化してきている。

それに加えて、社会的インパクトはなかなか価値として測定しづらいが、それを金銭換算する手法への注目も高まっている。具体例

としては、SROI（社会的投資収益率）が挙げられる。これは、社会的インパクトを金銭換算価値に変換し、その総額を、社会的インパクトを創出するのに必要だったコストの総額で割っていく。金銭価値として考えたときに、費用対効果としてそれぞれの活動がどれだけ社会的インパクトをステークホルダーに与えたのかを評価する手法であり、注目されてきている。

では、なぜ社会的インパクトを評価すべきなのか。まずは、スポーツへの投資の重要性の根拠を示すことが必要になってきている点が挙げられる。スポーツには様々な価値があると思うが、見えにくい価値もある。そうした価値をしっかりと可視化してエビデンスを示すことによって、ステークホルダーや資金提供を行う政府、自治体、国民、企業等に説明責任を果たすという観点から、社会的インパクトが必要になってきている。

さらに、社会的インパクトの評価・測定をしない限り、管理・マネジメントができないという考えがある。社会的インパクトの調査を行い、実際に影響を見ていくことによって、より効率良く影響を与えるためにはどのようなマネジメントや管理が必要なのかという視点が形成される。そうした点からも、社会的インパクトを評価することが重要になってくる。

## スポーツにおける社会的インパクトの評価枠組み

次に、スポーツにおける社会的インパクトの評価の枠組みの一例を紹介したい。この枠組みは、先ほどのウェルビーイングの側面に関連して、スポーツの社会的価値やインパクトを5つに分けたものである。2013年にアメリカのミシガン大学の研究者によって発表された。第1に、ヘルスリテラシーである。スポーツイベントやプログラムを通して、健康維持に役立つような正しい情報・知識・能力を人々が身につけていくという社会的インパクトである。

第2に、主観的ウェルビーイングである。これは、スポーツを通して人生の満足や幸福度、幸せに感じることを増やすことを指す。

第3に、人的資本である。これは心理的ウェルビーイングの考えに近い。スポーツイベントやプログラムが、参加者または観戦者の自己成長の機会につながっていくというものである。

第4は、社会関係資本、第5は、集団的アイデンティティであり、この2点は、社会的ウェルビーイングの概念に近い。スポーツが、信頼できる社会関係やネットワークの構築につながることに加え、集団的アイデンティティを形成し、コミュニティへの帰属意識が強まる。こういったものを、スポーツの社会的インパクトの評価の枠組みとして見ることができる。

## カンボジアにおける調査の概要

この枠組みを応用したものとして、私がカンボジアのアンコールワット国際ハーフマラソン大会の社会的インパクトの評価を目的として行った調査を説明したい。

同大会には、スポーツ大会としての機能に加えて、現地の地雷被害者等への支援を行うチャリティースポーツイベントの側面もあり、大会を通して社会課題を解決することも、大会の一側面として挙げられる。

本調査では、少し古くなってしまいが、2015年大会を対象に地元住民への聞き取りとサーベイ調査を実施した。先ほど説明した社会的インパクト評価の枠組みに基づいて調査を設計した。

## 評価プロセスと調査結果

まず、評価のプロセスについて、先ほど説明した枠組みに基づいて、大会の社会的インパクトを暫定的に5つに定義した。それに基づいてインタビューの質問項目を開発し、イベント開催の半年前

に計 37 人の地元住民に聞き取り調査を行い、実際にこの 5 つの枠組みが本当に当てはまるかどうかを分析した。その後、同大会により関連があるインパクトのタイプを選定して、今度はサーベイによる質問項目を作成し、実際に住民に評価をしていただくというプロセスであった。

聞き取り調査の結果として、先ほどは 5 つのインパクトを説明したが、実際に聞き取り調査を行うことによって、社会的インパクトは 3 つのタイプに分けられることが分かった。第 1 のタイプは、健康と主観的ウェルビーイングの向上である。インタビューでは、大会に参加することでどれだけマラソンが健康にとって重要であるかを学ぶ機会につながった、楽しみながらそうしたことが理解できる、地域におけるスポーツの普及や健康の促進にもつながるといった意見が得られた。

さらに、第 2 のタイプとして、社会関係資本、すなわち、大会を通して人と人とが助け合ったり、関係を深めたりする機会につながるという意見が得られた。

最後に、第 3 のタイプとして、集団的アイデンティティの形成、すなわち、参加者を実際に応援することによって、自分がクメール人として生まれたことへの誇りや、アンコールワットという地域の象徴があり、それを参加者がマラソン中に実際に見ることができることに誇りを感じるという意見も得られた。

次に、この 3 つのタイプの社会的インパクトに関して、実際にどれだけ地元住民が経験しているのかどうかの分析を、サーベイ調査を基に行った。7 段階の評価を行ったが、3 つのタイプすべてで、6.0 またはそれに近い値が示された。これによって、社会的インパクトに関して地域住民が肯定的に捉えていることが分かった。他にも様々な分析を行ったが、例えば、大会に出場したか否かは社会的インパクトの実際の値には影響しないということが明らかになっ

た。すなわち、直接的に参加するだけでなく観戦者として観る中でも、社会的インパクトを経験するということが分かった。

また、先ほど説明したように、この大会にはチャリティーイベントとしての機能もあるが、チャリティーの機能に関して高い評価をする場合、大会の社会的インパクトの評価も高まるということが分かった。したがって、スポーツイベントを通して社会課題を解決していくことで、社会的インパクトの評価も上がっていくということが言えると思う。

### 事例研究に基づく考察と提言

事例研究からの考察と提言だが、まず、評価する活動の特徴に沿って社会的インパクトのタイプを定義することが重要である。私の調査では、当初は枠組みを5つに分け、本当にその枠組みに当てはまるのかどうかを事例研究に基づいて調査してきた。その後、ステークホルダーの意見を聞いて精査・変更し、それに基づいてサーベイ等を実施して、実際に経験したのか否かの評価を行った。

さらに重要なのは、ここで紹介した枠組みはスポーツのポジティブな面しか考慮に入れていないというリミテーションがある点である。将来の研究や、現在私が行っている研究では、スポーツの負のインパクトも考慮に入れることが重要であると考えている。例えば、スポーツに参加すると、怪我のリスク等が増えることになる。ただ単に正のインパクトを評価するだけではなく、負のインパクトを評価し、その中で正のインパクトをどれだけ上げるのか、負のインパクトをどれだけ削減するのかというマネジメントの視点が必要だと考える。また、私が行ったように、質的なエビデンスと量的なエビデンスの両方を収集することで、多角的にスポーツイベントやスポーツプログラムのインパクトの評価を行うことが重要だと考える。

具体的には、聞き取りを行い、どのようなインパクトがあったのかについて、ステークホルダーの経験に対する理解を進める。さらに、量的なエビデンスとしてサーベイによる定量的な評価や二次データの分析を行うことによって、例えば医療費をどれだけ削減したのか、運動実施率がどれだけ増えたのかを明らかにし、さらには、先ほども紹介したように、SROIによるインパクトの金銭換算価値を示す。そうしたことが重要になっていくと思う。

## 総括

この発表では、スポーツの社会的インパクトを、スポーツ活動がステークホルダーのウェルビーイングの側面に与える影響と定義した。その定義を応用したものとして、スポーツの社会的インパクトの枠組みを説明したが、これは社会的インパクトをヘルスリテラシー、主観的ウェルビーイング、自己成長、社会関係資本、集団的アイデンティティの5つに分けるものである。最後に、私がこうした枠組みを通して調査を行った中での提言としては、この枠組みは出発点としては良いと思うが、さらにステークホルダーからの意見を取り入れていく中で、評価する活動の特徴に沿ったインパクトのタイプを定義し、それを基に実際に測定することが重要である。

## 質疑応答

Q. 2つ質問。1点目に、社会的インパクトを評価するタイミングは、イベントの最中のほうが良いのか。それとも、数年後にインパクトが変わることを考慮して事後でも構わないのか。

もう1点は、ウェルビーイングについて、私の理解では、ウェルビーイングは個人レベルでも社会レベルでも、色々な組織や場所で使える・論じられる概念だと思っている。今回の発表では個人のウェルビーイングを指標として使われていたが、地域の変化や地域

のウェルビーイングとの関連性をどのように考えているのか。

○井上氏 まず、調査のタイミングについて、調査では、単に1回の評価を行うよりも、イベントの直後と、それに加えて、例えば半年後や1年後、2年後等、社会的インパクトが持続的に起きているかどうかを示すことも重要だと思う。

よって、理想としては、まずはスポーツ活動や評価するイベント・プログラムが行われる前に、まず現状としてはどうなのかの調査を行い、さらに、イベント中、イベント直後に計測していき、そのインパクトは実際にイベントがあったことによって増えたのか、減ったのか、さらにどれだけ継続していたのかに関する調査を持続的に行っていくことが挙げられると思う。

2点目の、個人に対するインパクトと地域に対するインパクトは、非常に重要な点だと思う。社会的インパクト評価の1つの考えとして、実際に経験した人から評価することが重要になる。もちろん地域によって様々なインパクトが地域レベルで起きていくことはあると思うが、地域レベルでのインパクトの影響を最終的には誰が受けたのか、地域でどのような変化が起きて、そのために地元住民や参加者の何が変わっていったのかという評価は、経験した個人レベルでしかできないと思う。

そういった意味で、もちろん様々な人が影響を受ければ地域全体にも影響が広がっていくと思うが、その評価をする際には、経験した人、変化を受けた人から影響を見ていくことが重要だと考える。

**Q.** 規模の小さなものや予算がないようなイベントをどのように評価していけば良いのか。

○井上氏 きわめて重要な点である。評価は非常に重要だが、予算がない中でどれだけ評価を行うのかということになると思う。理想としては、先ほど紹介した研究でも行ったように、まずはどのよう

な変化が起きたのかに関する聞き取りを通して、インパクトのタイプを理解し、さらに、量的な変化が実際にあったのかどうかを把握することが挙げられる。

理想は包括的な評価を行うことだが、完璧なものを求めて評価をしないよりは、不完全なものでも、評価をする中でエビデンスを集めることが重要であると考ええる。

**Q.** 政策評価では、アウトカムやアウトプット、もしくはIOCではレガシーと表現されているが、インパクト等のような用語の定義や、使い分けはあるのか。

○井上氏 使い分けている。例えば、「アウトプット」というのは、活動を数量的に表すものになる。したがって、例えばスポーツイベントを行ったことによって影響があった場合に、イベントに関連して様々なプログラムを行うとすれば、「1万人がスポーツイベントに関するプログラムに参加した」という事実がアウトプットである。「アウトカム」というのは、当該スポーツイベントに関するプログラムに参加したことによって、参加者に実際にどのような影響があったのかを指す。例えば、1万人が同プログラムに参加したことにより、1人1人が健康に気を遣うようになったという影響は、アウトカムである。さらに、先述したウェルビーイングの側面に対する影響である「インパクト」というのは、評価対象のプログラムとアウトカムの変化の因果関係によって示すことができる。

何かしらのスポーツイベントの後に人が幸せになったとする。だが、人が幸せになる理由には、収入の増加や人間関係の充実等、スポーツイベント以外の様々な要因がありうる。そのような他の要因を除いて、スポーツがアウトカムに影響を与えたという因果関係を示したときに、それをインパクトとして定義ができる。

Q. インパクトは、いわゆるアウトカムのように長期的なスパンでも確認することができるという理解でよいのか。

○井上氏 インパクトは長期的なものとしても確認できるが、ただ単に変化を示すだけでは足りず、当該活動との因果関係を示したときにインパクトになる。例えば因果関係は直後であれば示すことができると思うが、1年後になるとどんどん薄まってくる。よって、評価の時期や期間が長ければ長いほど、インパクトは下がっていくことになる。ただ、測定としては可能だと思う。

Q. その中で、行ったプログラムの良し悪し、すなわち、単にプログラムを実施した場合と、何かしらの工夫をした場合の違いは測定できるか。

○井上氏 それはインパクト・マネジメントの観点になると思うが、まず前提として、実際に変化が起きたか否か（インパクトが生じたか）という点が重要である。例えば、スポーツイベントやプログラムを継続的に実施した場合に、1年目のインパクトがあるかをまず評価できる。そして、もし2年目にイベント内容の変更や活動の増加といった工夫を行った場合には、その結果としてインパクトが増えたのか減ったのかを改めて評価できる。このようなマネジメントの評価は、継続的にインパクトを測定していることを前提として、その後に活動を変更した際のインパクトの増減を計測するという評価を行うことになると思う。

Q. 何年間も継続して評価をしていかなければ、その点（工夫によるインパクトの変化）については分からないということか。

○井上氏 そうなる。インパクトの評価をするということが、組織の文化、もしくは自治体の中のカルチャーとして根付いているということを経験として、このようなインパクト・マネジメントの評価

を行っていく。

Q. イベント間の比較はできないのか。例えば、種目間、マラソン大会のイベント、サッカーのイベント、もしくは規模や他の自治体との比較は可能か。

○井上氏 おおよそ同じようなアウトカムになると思われるので、それによって同じような指標を通して評価することが可能ではあると思う。ただ、地域やスポーツのタイプ等によってインパクトの具体的な内容が変わってくると思われるので、完全に比較するということはできないと思うが、同じような方法で評価することはできる。

また、先ほど SROI を説明したが、SROI の有意な点は、費用対効果の指標である。「これだけの投資をしたらこれだけの社会的インパクトが生まれた」という指標であるので、イベントの規模が異なっても相対評価できる。例えば、オリンピックの開催に 2 兆円必要であったが、4 兆円分のインパクトが生まれた一方で、小規模な大会で運営費は 100 万円だったが、300 万円分のインパクトが生まれたとすると、後者の小規模なイベントのほうが 3 倍分の社会的インパクトが生まれている一方で、オリンピックの場合は、予算は大きいけど 2 倍分しか生まれていない。そうすると、小規模なイベントを実施したほうが地域にとっては良いだろうといった相対的な評価はできるということになる。費用対効果の指標という意味では、SROI は今後注目を集めると考える。

Q. 社会的インパクトを定性的に捉える場合と定量的に捉える場合があり、定量化する際に最も分かりやすいのがインセンタムに置き換えることであるというお話が先ほどあったと思うが、お金の換算するとなると、いわゆる経済的インパクトと何が違うのか。社会的インパクトを金銭化した場合と、経済的インパクトを議論して

いる場合の違いをどのように説明すればよいか。

○井上氏 非常に重要な点だと考える。経済的なインパクトは、あくまで実際に収入が増えたかどうかの指標である。また、個人単位、または組織や地域単位で経済的により充実したかどうかという観点になる。一方で、社会的インパクトを金銭化する場合は、まず前提としてウェルビーイングが増えたのか、減ったのかを評価し、ウェルビーイングが増えていた場合には、金銭的に換算するとこれだけの価値になるというものを見ていく。よって、経済的なインパクトの評価の場合は、ウェルビーイングが増えたか、減ったかとは直接的には関係なく、研究でも分かっているように、単に収入が増えたからといって幸せにつながるわけではない。人間関係の充実や健康の維持のように、ウェルビーイングを増やす方法には様々なものがあると思うが、経済的インパクトは収入の変化に特化してしまう。他方で、社会的インパクトの金銭化は、より広い意味で、ウェルビーイングが増えたのか、減ったのかということを見ていった後に、そのウェルビーイングの金銭価値を変換して示すという点が、経済的インパクト評価との大きな違いである。

## プロ野球 66 年ぶりの「挑戦」

くふうハヤテベンチャーズ静岡 球団社長  
池田 省吾

### はじめに

私は、キャリアのうち約 15 年以上、ゴルフメーカーのマーケティングを担っていたが、アイランドリーグという四国の野球の独立リーグの立上げのフェーズに携わったこと、その間で香川の球団の球団代表を務めたことで様々な御縁を頂き、今回新しく NPB のファームリーグに参戦している「くふうハヤテベンチャーズ」の球団社長を受けさせていただいた。

### 事業具体化の経緯

NPB（日本野球機構）でチームが増えたのは 66 年ぶりである。20 年ほど前に楽天が参入したが、当時は近鉄バッファローズがなくなっただけで、球団は増えなかった。66 年前にファームリーグに山陽電鉄が参戦して以来の球団増になる。「オイシックス新潟アルビレックス BC」と「くふうハヤテベンチャーズ静岡」がこの 3 月からファームリーグに参加し、14 球団で試合を行っている。

まず、本プロジェクト（ファームリーグでの新球団「くふうハヤテベンチャーズ」の設立）がなぜ静岡で開始されたのかについて、経緯を説明する。

前静岡市長が、プロ野球チームを誘致するという選挙の公約を掲げたことから、静岡市は本球団ができるまでの 13 年強、様々な招致活動をされていた。12 球団合同トライアウトやフレッシュオールスター等の開催、勉強会のようなイベントにスポーツライターや元プロ野球選手を呼ぶ等して、静岡への球団の招致を模索されてい

た。

一方で、NPBも、野球人口が激減している現状に危機感を抱いており、野球の振興を図るための話し合いが持たれ始めた。その際に、一時期は1軍16球団構想があったが、1軍を一度に増やすのは経済的にも非常に厳しいことから、まずはファームリーグから拡大する方針となった。

### ファームリーグ拡大構想

大学までのアマチュアを除く日本の野球界は、1層目が、1軍のセリーグ・パリーグ16球団、2層目が、今回我々が参戦したファームリーグ、3層目が、社会人野球・クラブチーム・独立リーグというピラミッド構造になっており、NPBは、このピラミッド構造で野球の振興を図り、さらには、2層目の新潟・静岡での新球団設立が成功すれば、さらに少しずつ増やしたいという意向を示している。

ファームリーグを招致する場所を選定するにあたり、静岡県はGDPのランキングでは10位であるにもかかわらず、プロ野球球団がない。12位の広島、14位の宮城には1軍のチームがあるが、静岡にはない。経済的に十分にやっつけられる野球の空白地帯であるということから、静岡でチームを持つのが現実的だと考えられた。

ファームリーグは2軍だが大丈夫なのかというお話がよくされるが、最近では、ファームリーグの興行化の流れが加速している。ジャイアンツは随分昔から興行化されているが、さらに興行化を加速させるために来年に新しい球場ができる。阪神も同様に、今シーズンまでは、無料開放している鳴尾浜の球場を使っていたが、尼崎に移転して興行化を図る予定である。

ヤクルトは、つい最近協定を結び、3年後をめどに、現在は埼玉の戸田にあるグラウンドを茨城の守谷に移して興行化を図る予定である。千葉ロッテも現在公募中であり、31団体が応募し、4、5年

のうちに現在の浦和からどこかに移転する予定である。このような情勢を受けて、ファームリーグにも積極的な興行化の流れが生じている。

好例として、ソフトバンクが挙げられる。ソフトバンクは、福岡の雁の巣で試合をしていた頃は、平均で1試合あたり320人程度の観客しかいなかったところ、しっかり有料化・興行を行うことにより、現在は平均2,000人の観客を集めているというデータが出ている。我々もこの数字を目標に頑張っている。

### 参戦までの道程

参戦までの道程としては、先述した通り、2022年11月のオーナー会議でのファームリーグ拡大の決定後、翌年4月の説明会を経て応募し、9月29日に内定を頂いた。説明会には独立リーグを中心に20社ほどの球団がいらっしゃったが、その中で手を挙げたところが、栃木と新潟と静岡の3球団だった。現在はシーズン中で、まだ1年経っていないが、過酷なスケジュールで進め、開幕までとにかく必死にやってきた。

ただ、13年前から静岡市がチームを招致するための地ならしをしていただいていたため、非常にスムーズに球場等を借りて、開幕を迎えることができた。そうしてできたチームが、「くふうハヤテベンチャーズ静岡」である。「ハヤテ」は親会社の名前で、「くふう」はくふうグループにチーム名の権利を販売し、購入していただいたことから、「くふうハヤテベンチャーズ静岡」と命名された。

本拠地はもともと清水庵原球場であったが、市と連携することでネーミングライツを許可していただいた。かなり多くの部分(金額)が本球団に入る仕組みをつくっていただき、「ちゅ〜るスタジアム清水」を本拠地にしている。先述した通り、各球団を招致する際に最も難しいポイントは、ホーム球場である。NPBのルールで、ホー

ムゲームの 70 試合の 50%以上を占める 40 試合以上を同じ球場で行わなければならないというハードルがあり、他団体との兼ね合いもあり優先的に同じ球場を使用するのはなかなか難しいのだが、静岡市に全面的にバックアップしていただき、ある程度ハヤテに融通をきかせていただくことで、ちゅ〜るスタジアムを本拠地とすることができた。一方で、県民球団でもあるので、浜松や東部の沼津、さらには中部の草薙にある野球場でも一部試合を行っている。

新しいチームとして、まずは地域に密着したいという思いがあった。独立リーグを運営した私の経験から、応援してもらうには、地元の選手やスタッフを優先的に獲得しなければならないと考え、地元出身のGM、監督、コーチ、地元出身の選手を起用させていただいている。

## チームの目標と課題

本チームの目的は、元 NPB の選手に関しては、もう一度上でチャンスをもろう、すなわち移籍をすること、それ以外の NPB に所属したことがない選手に関しては、ドラフト会議を目指すという 2 層でチームを編成している。

我々のチームは将来のスターや原石である若い選手を多く抱えているが、そうした選手については、地元の皆様に対して、「ファームリーグはこれから育成して育てていくチームなので、選手をアイドルの推し活のように応援してほしい」というコンセプトでお話をさせていただいている。

チームの目標としては、育成をして上に送り出すこと、さらには、元 NPB 選手を再生して送り出しながら、チームとして勝っていくことである。簡単なことではないが、将来はファームリーグ日本一をとりたいと思っている。

開幕シリーズを迎えて、多いとは言えないが、1,000 人以上の観

客に入っていた。3日間の合計は4,300人、1試合の平均は1,400人であった。今はシーズン終盤になっているが、約60試合を消化し、1試合平均が825人で、トータルで4万9,000人来場いただいている。

今後の課題としては、スポンサーを獲得すること、さらには、集客である。立ち上がったばかりの球団では、どうしてもスポンサーがメインの球団運営になってしまう。観客数とスポンサー数は比例する部分も大きい。なるべく集客力も見せていかないとけない。現状としては、5万人は達成できそうだが、とても多いとはいえない。今後の営業活動には、社会的インパクト評価を有効に活用したい。まだ足りないことばかりだが、安定した経営基盤を作るのがまず1つの課題である。先ほどお伝えしたとおり、選手を上へに送り出すことは、育成球団としてのNPBからの要請もあるため、しっかりやっていきたい。また、既に小学校の訪問や地域のお祭りへの参加等を行っているが、県民球団として、地域との連携を図り、野球以外にもさらに貢献させていただきたい。

## グループの紹介

ハヤテグループのキーワードは「挑戦」である。「挑戦者を支え、挑戦者を増やし、挑戦者になることで、社会の温度を上げる」という理念の下で活動している。

グループは本当に多角的に様々なことを行っている。乳幼児の視線・表情・姿勢を動画解析して体調等を分析するAIデジタル保育園や、先述したスタートアップ支援の会社、事業継承M&Aの会社、去年まで静岡市のコロナのワクチン接種の予約システムを運用していた会社も、我々の会社が運営している。採用支援等、グループとして多角的に様々な会社を経営している。

我々は、「スポーツは、スポーツであって、スポーツではない」

と考えている。現在、行政をはじめ様々なところからバックアップしていただいている。静岡市と磐田市とは既にグループとして包括連携協定を締結している。

野球を軸に、地域の活性化にも各行政の皆さんと合同で取り組み始めている。先述したように、デジタル保育園や事業継承の会社、スタートアップ支援の会社もあるので、野球球団を通じて他分野でお役に立てるよう活動している。

実際に、我々は様々な分野で既に静岡県への貢献をさせていただいている。先ほどのAIデジタル保育園の「エフバイタル」という会社の協賛で、医療ケアが必要な方やお子さんへの映画の上映会を磐田市で開催したほか、事業継承に関しても、磐田市には連携協定の締結時から非常に興味を持っていただいております。ベンチャー支援についても、既に開始している部分と、これから静岡市と新たに始める部分がある。このように、静岡県内で、野球を中心に様々な活動を行っている。

中小規模の企業ではあるが、野球を軸に県内の様々な場所を巻き込んで、地方創生、地域活性化の新しいスポーツビジネスモデルの構築を目指して活動をさせていただいている。

## 質疑応答

Q. 個人的に、静岡に対してはサッカーのイメージを持っているが、野球の事業を展開する中で、野球よりもサッカーのまちという認識を持たれている現状をどのように捉えているか。また、地域と競技の関係について、まちと野球との関係が薄いのであれば、そのような中で活動する難しさや、逆に自由に動けるのであれば、活動のしやすさについて教えてほしい。

○池田氏 私も行くまではサッカーのまちだと思っていて不安だった。球団の立上げ前に、地元住民説明会を活発に実施させてい

ただいたが、そのうち、1番大きな100人規模の市民意見交換会のフリートークで、「清水は野球のまちだ」という方がいた。静岡ではなく清水という言い方をされていたが、その後も次々と人が立ち上がって同様の話をされた。野球のまちと言えなかった方が多くいた中で、堂々と「野球のまち」と言えるようになったという雰囲気があり、その点は少しほっとした部分である。

今後は「あなたのまちに野球もサッカーもチームができたのだから、あなたのチームとして応援してください」ということを訴えていきたいと思っている。

**Q.** 前市長の旗振りで球団を誘致したというお話があったが、今後静岡市や磐田市の市長が代わっていく中で、いかに継続的に支援を引き出すのか。その点をどのようにお考えか教えていただきたい。  
○池田氏 おっしゃるように、首長が代わると風向きが変わる。良いときも悪いときもあるとは思うが、非常に幸運なことに、現在の市長にも野球を支援いただいて、同程度の熱量を入れていただいている。また、新しい県知事は野球の経験者であるので、その意味でも風向きは悪くない。ただ、素地として、静岡には既に多くのプロおよび社会人レベルのチームがあり、スポーツでまちを盛り上げようという考え方がそもそもあるまちなので、それほど首長が代わってもぶれないとは思っている。

**Q.** 施設について1点お聞きしたい。お話があったように、野球場は他団体との兼ね合いもあり、自治体が設置している施設であっても、ある程度年間スケジュールが決まっており、施設の利用調整が難しい側面がある。今後の安定した経営のために、本拠地やホームタウンも含めて、どのようなビジョンをお持ちなのかをお聞きしたい。

○池田氏 基本的には県民球団なので、どこに行っても試合をしたいが、現状はなかなか球場がとれず、清水庵原球場（ちゅ〜るスタジアム）に融通をきかせていただいている。しかし、おっしゃるとおり、行政サイドからの利用調整は難しいため、関係団体に自ら出向いて交渉し、調整をお願いしている。ただ、往々にして野球人口が減っている危機感が共有されているので、意外と協力的な印象である。

## 諸外国のスポーツくじ・スポーツベッティング 市場の動向と日本における課題

西村あさひ法律事務所・外国法共同事業 弁護士 パートナー  
一般財団法人スポーツエコシステム推進協議会 代表理事  
稲垣 弘則

### はじめに

私はスポーツを専門にする弁護士であるが、もともとはM&Aやコーポレートの分野を担当していた。当事務所は日本最大の法律事務所であるものの、スポーツが業務分野として確立されていなかったことから、スポーツプラクティスチームを立ち上げることを思い立ち、2年ほどアメリカに留学をしたのち、プロ野球のパ・リーグ6球団が合同出資して設立された「パシフィックリーグマーケティング株式会社」のビジネスサイドに出向し、スポンサーシップの営業や新規事業開発等の業務に取り組んだ。

また、弁護士としての業務の他に、一般財団法人スポーツエコシステム推進協議会（以下「スポーツエコシステム推進協議会」）の代表理事も務めている。今回は、テクノロジーやDXで新しい大きな収益をつくることによって、地方や地域の振興に対する資金循環をどのように生み出していくのかという視点を含めた課題についてご説明・ご議論をさせていただきたい。

### スポーツエコシステム推進協議会について

私が代表理事を務めるスポーツエコシステム推進協議会は、全てのステークホルダーと共にスポーツの未来をつくることをパーパスとして、大きなミッションを3つ掲げている。

1つ目が、権利の明確化である。データや放映権等のスポーツを

取り巻く権利の明確化、権利帰属主体のルールを整備、スポーツに関しては、データ・映像・ロゴ・選手の肖像などが、諸外国のスポーツベッティング事業者からフリーライドされることからの保護や、権利ビジネスをどのように実現するかをミッションに掲げている。

2つ目が、社会的価値の可視化である。スポーツには社会的な価値があり、それが企業によるサステナブルな投資を行っていくための前提となるのではないかという前提に立ち、持続的な投資やスポンサーシップ、パートナーシップを続けていくための価値を可視化することをミッションとして掲げている。

3つ目が、デジタルトランスフォーメーションである。新しいテクノロジーの活用やデジタルトランスフォーメーションによって新しい収益を生み出すことをミッションに掲げている。

## 諸外国のスポーツくじ、スポーツベッティング市場の動向

アメリカでは、スポーツベッティングが2018年までは連邦法に基づき全州で違法だったが、同年に当該連邦法が違憲無効となり、各州でスポーツベッティングを合法化することが可能になったことで、現在では38州とワシントンD.C.で合法になってきている。

これによって、既にアメリカでは10兆円を超える規模の市場が形成されている。アメリカでは、民間事業者によって様々な商品が開発されているが、中でもスポーツを見ながら賭けるというインプレイベッティングが主流になっている。

イギリスや台湾でもスポーツベッティングやスポーツくじの市場が大きく広がっている。台湾での年間売上げは2,800億であり、日本との人口比で換算すると1兆円以上となり、非常に大きな規模のスポーツくじの市場が広がっている。

日本のスポーツくじの市場規模はおよそ1,100億円で、試合結果を予想するものもあれば、宝くじに近い性質を持っているものもあ

り、アメリカやイギリスのようなスポーツベッティングとは異なる。最近では、JリーグやBリーグを対象にした、1試合ごとの結果を予想する形式のくじが導入されたが、台湾や韓国の近隣諸国と比較しても、市場規模はまだ小さい。

## 日本のスポーツくじ市場の課題と求められる対策

スポーツくじ市場の対象であるBリーグとJリーグにおいて、予想系のスポーツくじの売上げが上がっていないという問題がある。海外からオンラインスポーツベッティングのサービスが提供されることで、これを利用する違法なスポーツベッティング市場がどんどん拡大しているために、日本の合法な商品を日本のユーザーが買わないことも理由の1つと言える。

日本のスポーツを対象とした世界からの賭け金総額は、把握できる限りで5兆円規模である。また、日本居住者がインターネットによって提供されるスポーツベッティングのサービスを利用することで形成される違法市場も甚大な規模に達しているとされている。これに関しては、違法であることに加え、日本国内への収益還元がほとんどない点が大きな課題である。

日本に対してサービスを提供する違法事業者の中には、スポーツ団体の商標や選手の肖像権を無断で使用しているものが相当数存在し、高校野球までも対象にして収益を得ているケースもある。

違法スポーツ賭博に巻き込まれるユーザーや選手が増加しており、選手が誹謗中傷されたり、無意識に違法な広告に出演してしまうケースもある。

国際的には、このような越境したスポーツベッティングサービスの提供の増加に伴い、選手やスポーツ団体のインテグリティを守るための法令・規則等のルール、教育システム、不正検知システムの整備が進んでいる。他方で、日本においては、現状が正しく認識さ

れておらず、まだ本格的な対策が開始されていない点が大きな課題となっている。

今後は、違法なスポーツベッティングに対する事前予防策をしつかりと講じることが重要である。違法事業者に対しては、法的措置等を行い、関係団体で連携して対策を強化する必要がある。

## スポーツくじ市場の拡大と地域振興

最後に、今回の地域振興のテーマに関わる点についてお話したい。

諸外国、特にスポーツベッティングが大きな市場を形成しているアメリカでは、賭け金総額の一部が各州に税金として入り、その資金が、各州の教育や福祉、インテグリティ対策、依存症患者対策等の各州の課題解決に使われている。これらの先例や、諸外国のスポーツベッティングの法制度、先ほどの台湾や韓国のように、スポーツくじで非常に大きな市場が形成されている国々の良いところを取りをして、日本のスポーツ振興くじを拡張し、地域振興や社会貢献につながる仕組みを構築していく動きが期待される。

現在、部活動の地域移行が大きな問題になりつつあるが、部活動の地域移行に必要な財源は数千億円にものぼるといわれている。そうした財源を捻出する余力や予算が国や自治体に乏しいと考えられる中、そこにスポーツくじを拡大したお金を使うことが考えられるのではないかな。

さらに、先ほどの5兆円のフリーライドの市場について、それが例えば1%でも対象となる日本のスポーツ団体に還元されれば、数百億円程度の新たな資金を生み出し、その一部を地域振興や地方創生のために還元できる可能性がある。例えば、Jリーグがこのような新たな収益を生み出すことができれば、Jリーグの「シャレン」などの地域連携プログラムをより活性化させ、本日のテーマである「地域振興」にも繋がる取り組みを実現できるのではないかな。

## 質疑応答

Q. 海外の違法サイトにアクセスして賭けることは違法であると思われるが、日本の警察は取り締まれないのか。

○稲垣氏 違法なサイトの事業者は海外に所在している。合法的にスポーツベッティングサービスを提供できる国々に拠点を置いてライセンスを得て、日本にサービスを提供している。そのような事業者を摘発するには、事業者が所在する国々の警察と連携して動かななくてはならない。捜査共助が可能となる条約等を締結している国であれば共同で進められる可能性があるが、現状はそのような条約を締結していない国がほとんどであるので、摘発は困難である。

Q. そこで日本居住者がアクセスして賭けるということはやって良いのか。

○稲垣氏 日本居住者がアクセスすると、賭博罪が成立する。例えばA国でライセンスを受けて、同国内では合法的な事業者であったとしても、日本に対してサービスを提供し、日本からそのサービスを利用してスポーツ賭博をしてしまうと、そのユーザーには賭博罪が成立し、違法となる。また、事業者についても、ライセンスを合法国で受けたとしても、オンライン上ではあるが日本で賭場を開いていることになると考えられれば、賭博場開帳凶利罪等の罪がその事業者に対して成立し、違法となる可能性がある。最近になってようやく、オンラインカジノ事業者の取締まりを強化しようとする動きが出てきており、メディアでも取り上げられるようになったが、なかなか国民の間には違法性が浸透していないのが現状である。

Q. 依存症対策についても様々なところで重要だと言われており、最新のテクノロジーを使って対策をしているとのことだったが、具体的にどのようなことをしているのかを教えてください。

○稲垣氏 テクノロジーによる依存症対策は、特にイギリス等では進んでおり、例えば、インターネットによるサービス提供を行っている場合には、ユーザーを ID で管理し、一定の賭け金総額を超えて賭けたユーザーに対して警告を表示したり、アカウントを BAN (停止) したりするといった取組みが行われているようである。

また、アメリカの場合は、各州で合法化が進んでいるために、全州的な依存症対策がこれまで進んでいなかった。だが、2018年の合法化の前後で依存症のリスクが増加したと言われており、スポーツベッティング事業者が集まって業界団体をつくり、依存症対策をしっかりと行っていこうという動きが近時ではみられる。

## 部活動地域移行の受け皿としての大学の可能性

びわこ成蹊スポーツ大学 教授

黒澤 寛己

### はじめに

本研究は、大阪成蹊大学スポーツイノベーション研究所のチームとして取り組んでいたものがある。研究途中のため、はっきりとした結果がまだ出ていない点、部活動の地域移行は、地域によって取組みが異なり、必ずしも正解があるものではない点をお断りしておく。

本日の報告内容は、部活動地域移行の問題の背景、先行事例、政策展開、実証研究の4点である。

### 学習指導要領の変遷と部活動

まず、問題の背景について説明する。学習指導要領は、日本の学習内容を示したものであり、10年に1回更新される。1945年の終戦後に学習指導要領が作成された時点では、スポーツ活動や文化活動は、あくまで自由研究の一環という位置づけであった。

ただ、部活動が非常に活性化してきたため、学校教育としては週に1回、時間割の中にクラブ活動を位置づけ、それ以外の放課後や休日における活動は、社会体育に移行することが模索された。ここで、クラブ活動が授業の中に組み込まれた。

しかし、部活動はさらに過熱していき、2008年には「学校教育の一環」という記述がなされるようになった。これが法律的な規約として位置づけられている。

### 部活動地域移行の歴史

そもそも、この部活動の地域移行の問題は今に始まったものでは

なく、古くて新しい問題であると私は認識している。

まず、1970年代に社会体育への移行が模索された。当初は、時間割内のクラブ活動と放課後の部活動が区別されていたが、スポーツ活動中の事故等の補償問題で、どうしても切り離せない事情があった。これが1回目（の移行の試み）である。

2回目（の移行の試み）としては、学校に5日制が導入された1995年頃に、土曜日や日曜日の部活動は禁止して、地域に子供たちを帰そうという動きがあった。しかし、結局はその受け皿がなく、学校の部活動に戻ってきた。

そして、2000年にスポーツ振興基本計画ができたことによって、総合型地域スポーツクラブを全国展開し、中学校区に1つのクラブを設立するという目標が立てられた。だが、部活動の代わりになる施設を保証することは到底かなわず、結局は受け皿が不十分というところで、過去3回にわたり、失敗の歴史を繰り返している。

## 近年の部活動の課題

かつては、学校の教員は年中無休で、生徒のために勤務時間を物ともせず働くことが美徳であった。ところが、2013年のOECDの調査によって、国際的に見ると、日本の教師の勤務時間が非常に長いこと、特に、課外活動である部活動の時間が長いことが指摘された。その後、2016年の文科省の調査によって教師の勤務実態が明らかとなり、月80時間を超える残業が発生し、過労死ラインを越えていることが指摘された。

この根本的な要因となっているのが、マスコミ等でも取り上げられている「公立の義務教育諸学校等の教育職員の給与等に関する特別措置法」（以下「給特法」という。）である。同法は、1971年の制定当時の教師の1日の残業時間が、部活動や補習を含めておよそ20分程度であったことを受けて、給料月額の4%の「教職調整額」

を予め支給し、残業手当は出さない旨を規定している（3条）。

さらに、日体協が2014年に実施した調査では、教員の勤務時間が非常に長い点や、専門外競技の顧問が担当している点が指摘され、教員の時間的な負担、さらには、精神的な負担が部活動に関連して生じていることを示している。

部活動の課題は、地域移行だけではなく、体育スポーツ政策の課題であるとともに、教育公務員の労働政策の課題としての側面も有している。一概に解決策を提示できない、非常に複雑な問題である。

## 国レベルの対策

部活動の課題に対して、国レベルで実施された取組みとして、「部活動指導員」という地位を、学校教育法の制度内に位置づけるというものがある。

これまでの外部指導者は、あくまで顧問の補助的な指導や、引率指導の付添いに限られていた。これに対して、「部活動指導員」であれば、学校の準職員としての地位を与えられているため、単独で顧問として指導できる他、顧問がいない休日等も単独で指導や引率ができる。事故が発生した場合にも、準職員という扱いであるため、賠償の責任等も地方自治体が引き受けることになる。

しかしながら、現状の「部活動指導員」の配置は、予算的な限界によって、各中学校に1名～2名程度にとどまっている。つまり、各中学校に10の部活があったとして、そのうちの1クラブ程度にしか配置できておらず、抜本的な解決にはなりえない状況である。

もう1つの国レベルの対策として、スポーツ庁が、相対的な活動時間を縮小する旨を記載した「運動部活動の在り方に関する総合的なガイドライン」を作成した点が挙げられる。本ガイドラインでは、最低でも、週当たり2日以上以上の休養日を設けること、1日の活動時間は、長くても平日で2時間、学校の休業日は3時間程度に

することが示されている。

多くの公立中学校はこれを守ろうとしているが、あくまでガイドラインであるため、試合の直前等は練習量が増えている実態がある。また、私立の中学校等には、ガイドラインの適用があまり厳しく行われていないという実情もあり、(公立と私立の間で) 競技力の差が出てきている。

以上のように、対策は行われているが、根本的な解決にはなっていないという現状がある。

## 国の部活動の地域移行に向けた取組みの流れ

部活動の地域移行の政策展開に対しては、最近数年間で、文部科学省やスポーツ庁等が中心となり、本格的に取り組んでいる。

2020年には、学校の働き方改革を踏まえた部活動改革という方針が示され、段階的な地域移行が決定され、2023年、2024年、2025年の3か年で、学校にある部活動を地域に移行または展開していく方針が示されている。2021年以降は、各都道府県で何校かモデル実施校を決めて、「地域運動部活動推進事業」という実証事業を開始している。

スポーツ庁は、2022年に検討会議の提言を示し、「改革集中期間(地域移行)」を3年に設定して、改革を成し遂げようとした。だが、予算措置が予定どおり進まなかったため、これを「改革推進期間(地域連携・地域移行)」として、可能な範囲で地域移行を推進していくことを求めるガイドラインを策定し、現状では、少しトーンダウンをしている。

## 部活動の地域移行提言書のポイント

2022年の提言書のポイントは、まずは休日の部活動を地域移行して、以降は平日も検討するという方針を示している点である。ま

た、課題の対応として、①受け皿となるスポーツ団体の整備、②スポーツ指導者の確保、③地域のスポーツ団体等も参加できる大会実施、④会費・保険料の支援という方針が示されている。

このうち、①受け皿となるスポーツ団体の整備としては、既存の総合型地域スポーツクラブや、スポーツ少年団、民間のクラブチームや民間事業者等が受け皿の実施主体として挙げられている。

我々は、その中に「大学等」という形で大学が挙げられている点に着目し、地域移行の問題は、我々のような単科大学、スポーツ系の大学にとっての社会的な使命と考え、この問題に取り組むことにした。また、学校関係組織、例えばPTAや、コミュニティスクールのような協議会も受け皿の可能性の1つとして提示されていた。

## 部活動地域移行実証研究

次に、我々の地域移行の実践研究について説明する。研究の目的として、地域移行の受け皿組織としての大学の妥当性・実行可能性、さらに、体育系・スポーツ系大学としての指導人材の確保や質的保証を盛り込んでいる。

## 滋賀県高島市における実証研究

最初に、大学近隣の滋賀県の高島市において、以下のような取り組みを実施した。

滋賀県高島市は、人口約5万人の都市である。市内に6つの中学校、合計で52の部活がある。そのうち、運動部系が41部活動を占める。大小多様な規模の中学校がある点は、地方都市独特の事例であると思う。

実際に、本学の学生および、本学の卒業生が運営している「NPO法人 BIWAKO SPORTS CLUB」の指導者が、市内の中学校を訪問し、実際に指導を実践する取り組みを行った。

さらに、サンプル数は非常に少ないが、保護者にアンケートを実施し、もし部活動が民間や大学に委ねられるのであれば、どのような価格帯が適切かという質問をしたところ、おおむね 2,500 円程度ではないかという保護者の意見を得ることができた。

高島市内の全部活動、運動部系に指導者を派遣するとして、1年間で 1,230 万円程度の予算がかかると仮定し、その場合、学生指導者が、2 時間～3 時間程度の指導を行うのであれば採算が取れ、このあたりが受益者負担の限界であると試算した。ただし、平日を加えると、2,700 万円程度の予算が必要となり、受益者負担の限界を超えてしまうという結果となった。

また、指導者が非大学生である、すなわち、民間企業や、総合型地域スポーツクラブの有資格者の場合、学生のアルバイト程度の金額ではとても維持できないと試算した。

当初、高島市では、大学との連携に非常に積極的な意見もみられ、大学と地域のスポーツクラブが連携したモデルであれば、上述の試算額も含めて、実現可能性があるのではないかという提案をさせていただいた。だが、市内の関係者の会議において、中学校が 6 つしかないという中小都市独特の状況により、指導者を多く派遣しやすい中学校と、派遣しにくい山間部の中学校との間で差異が生じ、統一した派遣の制度を確立することは難しいのではないかという声があがっており、進めづらいという指摘を頂いた。

## 京都市における実証研究

我々は次に、大規模な自治体を対象とした部活動地域移行のモデルの実現可能性に関する検証を行った。

検証の対象は京都市である。京都市は、人口が 140 万人を超える都市で、72 の中学校、約 800 の部活動がある。また、京都市内に多くの大学が立地しており、大学生が 10 万人以上いるという特

徴がある。門川前京都市長が、「大学のまち京都」と、部活動地域移行を組み合わせられないかということで、8 中学 53 部活動を対象に、上述の部活動指導員と同様、学生に時給 2,000 円の指導手当と交通費を出して、派遣を行うことになった。期間は約 2 か月程度である。

当初は、部活動地域移行を希望している中学は少ないと想定していたが、大学生の指導員に来てほしいという要望は非常に多かった。

京都市教育委員会とも連携し、派遣自体に関してはうまくいった。しかし、どの中学校にどの学生を派遣するか、各種目に対してどのような専門性を有する者を派遣するかというマッチングについては、非常に手間がかかった。そこで、京都市教育委員会にコーディネート人材を採用していただき、退職した元校長等非常に現場の知識の豊富な方に入っていた。

2023 年度には、スポーツ庁の実証事業の委託を受け、同様の事業を京都市で展開した。今回の事業は、約 7 か月という長期にわたって学生を派遣するもので、現在も継続中である。

簡単なアンケート調査を実施し、大学生指導者を活用することによる、中学生の受容感、親密感、成長感等の変化を、スポーツ心理学の教員が調査しているところである。

## 実証研究の成果に基づく考察と課題

事業を行った結果、受け皿組織としての大学の妥当性や実行可能性、大学生を派遣する意義は非常に大きく、収支採算の観点からは、一定の受益者負担の収入があれば、土曜日と日曜日の派遣であれば、ある程度は実行可能であると考えている。

ただし、このような実務を大学内全てで完結することは多大な労働力を要するため、公的な京都市の教育委員会の機関に事務局を委託する等、事務局委託型のスキームの検討が必要である。また、収

支予算についても、部員数の減少等、安定的な受益者負担が受けられるとは限らず、他の財源措置、特に生活困窮家庭への配慮が必要である点が課題として残った。

さらに、スポーツ系の大学では、教員・スポーツ指導者志望の学生が多く在籍しており、指導者を非常に確保しやすいことが明らかとなった。他方で、派遣する際の研修プログラムの充実化や、学生の単位認定が必要である等の課題も見つかった。

### 休日部活動完全移行モデル

休日部活動の完全移行モデルとして全国的に注目されているのが、長崎県長与町の事例である。同町は人口4万人程度で、3つの小規模な中学校がある。この3中学校に対して、「NPO法人長与スポーツクラブ」という団体が、休日のスポーツ活動費として、月会費3,000円（生活困窮家庭に対しては様々な補助を出して2,000円）、スポーツ安全保険年間800円で、法人として地域移行を受け入れているという成功事例がある。

### 今後の方向性

今後は、派遣された外部指導者や、部活動指導員等が受け持つていく「学校部活動主体型」、曜日や種目単位での移行をする「学校地域連携型」、「完全地域移行型」というタイプに分かれていくのではないかと考えている。

私が考えている部活動地域移行の要点を整理する。まず、政策・ビジョンは、①さらにスポーツの価値を高め、学校や地域でその価値を共有すること、②学校文化として定着した部活の教育性を維持することである。

施策・ミッションとしては、中学では、生涯スポーツの基盤作りとして、競技スポーツでは、協会や連盟等を中心とするグローバル

な展開として、実施していくのがよいと考えている。

そして、事業・プロジェクトとしては、スポーツの価値を高めるために、ボランティアコーチから有償コーチ、素人コーチから有資格コーチ、見舞金制度から補償制度へと移行することを考えていくことが重要だと思っている。

## 質疑応答

Q. 根本的な問題は、子供たちがスポーツをする際に、その金銭的負担を誰が負うべきなのかという点にあると考える。受益者負担にするのか、政府や公的機関がサポートするのか、そのミックスなのかという点について、どのように考えているか。そこが解決されなければ、子供たちがスポーツ、部活動をするという問題の根本的な解決は難しいと思っている。

○黒澤氏 今の御時世では財源がなかなか見つからない。国にも保証するところがなく、地方自治体も厳しい。今までは学校の教員に丸投げしていたところ、勤務時間の減少に伴って地域移行を進めていくのであれば、財源がないと言ってばかりいては駄目だと思った。今後はやはり、保護者の受益者負担は避けられないと考えている。これまでは学校の教員が指導に携わっていたが、やはりスポーツをする人は、その権利を自分たちで保障していくために、自ら支払わなければならないということがいえると思う。ただ、生活困窮家庭や、生活保護を受けている家庭への補助等、格差の是正措置は必要だと思う。

Q. 部活動の指導者をやりたいがゆえに先生になった方は案外多い。当然、組織としての考え方と個人としての考え方はあると思うが、その点をクリアする策はあるか。

○黒澤氏 私自身も、高校の教員になりたいと思った1番の動機は、

自分がやっていた柔道を教えたいという気持ちであった。そういった学生が一定数いることは理解できる。

ただ、現場で話を聞いてみると、ワークライフバランスを重視する若い先生方が増えている。価値観の変化に対して、行政もしっかり配慮していかなければならないと考えている。

一方で、部活動を指導したいという先生方の熱意もあろうかと思う。そのような立場を保障するために、都道府県では、「兼業兼職制度」を活用する取組みがある。

例えば、公立高校の教員が、兼業兼職で、地域の中学校でスポーツクラブの一員として指導することも、地域貢献の1つである。そうすると、強制的な部活指導ではなく、自分の意思を持って地域のスポーツ活動に貢献するという取組みも出てくるのではないか。

**Q.** 子供のスポーツの「する・みる・ささえる」(を支援するための)環境づくりを念頭に、これからのスポーツ政策、特に子供を取り巻くスポーツ環境のキーワードは何だと思うか。

○黒澤氏 文科省もスポーツ庁も、「生涯スポーツ」や「豊かなスポーツライフ」として、子供たちが将来にわたってスポーツを続ける環境が大事だと思っている。そのための中学校の部活動だと思っている。

町道場は、地域に根づいて、地域の信頼を得た人が経営している。そのような環境のもとで、小学校、中学校、高校になっても競技を続ける人もいる。そのような環境を整備するとともに、既にある環境をさらに生かしていくことも大事だと思っている。

**Q.** 競技団体が頑張らなければ競技自体が盛り上がらない中で、教員が現場から離れていくことで、地方の競技団体自体が弱体化していくのではないかという懸念を持っている。その点についてご所見

があれば聞かせてほしい。

○黒澤氏 部活動地域移行の議論の中で、土日の部活動の活動だけが取り上げられるが、ご指摘のように、競技団体による試合や連盟の運営が、教員にとって大きな負担になっているという実態がある。

先生方の隠れた努力によって大会運営等が維持されている中で、最近では、中体連の全国大会等では、競技を縮小して大会を減らす動きがみられる。

そうすると、中学の先生たちの負担は減るが、それと同時に子供たちの活躍の場も減ってしまう。競技によっては、中学校やクラブチームの登録でも出られるようにして、中学の先生たちにも参画していただけるような連盟主催の大会を企画している団体もある。これも1つの方法だと思っている。

現在は、中体連の大会とクラブチームの大会を分けているところが多いと思うので、負担が軽減される、もしくは、興味を持った中学の先生が参加できる大会運営の方法もあるのではないかと。

**Q.** 2つ質問させてほしい。1点目は、私立の状況をご存じであれば教えてほしい。また、この動きは、高校まで波及しているか。

○黒澤氏 先ほど少し触れたが、私立でも、ガイドラインに対する配慮は一定程度されていると思う。だが、私立の中学校でも、競技力を非常に重視した学校は全寮制となっており、とても1日2時間の練習では追いつかないという評価がされているところもある。

私立は学校ごとに教員との（個別の）雇用契約を結ぶため、教員は教科の指導を行い、部活動の指導は部活動指導員が行うという個別の雇用契約をしている事例も出てきている。

2点目について、中学校の土日の地域移行でさえ四苦八苦している状況で、平日はさらに難しいとされている現段階では、高校での

導入はますます難しいと思う。

高校になると私立も増える。部活動を学校経営・生徒募集の一環として捉えているところもあるため、一筋縄ではいかないだろう。

Q. 都市部と地方の間に格差はあるか。

○黒澤氏 大都市であっても、組織が大きいために動かないところもあり、必ずしも地方と都市で差があるというわけではない。ただし、リソースについては自治体間でかなりの差があるため、うまく活用できる場所もあれば、リソースの不足により厳しいところもある。

もともと、小規模な地域のほうが進みやすいというわけでもない。1町1中学のほうが、地域移行することによって特定の競技が非常に強くなる場所もあれば、弱くなる場所もあるというように、利害関係がはっきり現れるために、なかなか進まない場合もある。

(文責：日本都市センター研究員補 小谷野 有以)