



▲さいたま新都心駅周辺を回る市街地コースで開催されている『ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム』。この大会には世界の強豪自転車チームが集まる。2013年にツール・ド・フランス100周年を記念して始まった。3回目となる今年は10月24日(土)に開催。沿道には多くの観客が集まり声援を送る
©Saitama City yuzuru.sunada

地域の活性化につながる 新しいリパワフルなツール

原田 宗彦氏

早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授
一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 会長



昭和29年生まれ、大阪府出身。52年に京都教育大学を卒業後、筑波大学大学院体育研究科修了、ペンシルバニア州立大学体育・レクリエーション学部博士課程修了(Ph.D)。現在はスポーツマーケティングなどを研究するほか、スポーツ関連団体の理事や委員などを務める

地域スポーツの振興における地元企業のサポートの在り方と、その効果についてスポーツ振興モデルを応用した政策提言的研究やスポーツイベントの経済効果に関する研究などを行っている、早稲田大学スポーツ科学学術院の原田宗彦教授に話を聞いた。

地元だけではなく 域外の消費も誘導

原田教授が取り組んでいるスポーツ振興モデルを応用した政策提言的研究やスポーツイベントの経済効果というのは、どのようなものなのでしょうか。

まだ野球やサッカーほどの人気を得てはいないが、地域に根付いたスポーツを支援している企業がある。そこには企業PRだけではない地域と歩む企業ならではの挑戦と戦略があった。

特集1 地域スポーツを 支える企業の 挑戦と戦略



Mike Flippo/Shutterstock.com

原田 従来の地域スポーツ振興は、ほとんど地元で経済波及効果を与えない、教育の延長線上にあるものでした。もちろん、これはこれで、「青少年の健康」や「フェアプレー精神の育成」といった面で非常に大事なことです。しかし経済的な効果が少ないため、地域の政策的優先順位としてはどうしても低くなっていました。それが今では、スポーツの在り方が変わって産業化が進んできました。これにより、スポーツイベントがリパワフルな経済活性化装置になってきたのです。

そのような中で、スポーツイベントで、地元だけではなく域外からの消費も誘導して地域スポーツを経済の振興に結びつけようという動きが出ています。私が会長を務めている日本スポーツツーリズム振興機構は、スポーツツーリズムを核にした地域スポーツ振興を推進しようとしています。ただし中央から声を掛けているだけでは動き出しが遅くなってしまうため、各地域の取り組みを主導するスポーツコミッションの設立を後押ししています。

各地域のスポーツコミッションが行っている活動の中には、どのようなものがありますか？

原田 代表的なものが、平成23年に創設された『さいたまスポーツ