

欧米の事例分析からみたスポーツによる都市再生モデル Model of Urban Regeneration by Sports Promotion Extracted from Euro-American Case Analysis

植田 剛司(大阪府職員)

UEDA, Takeshi (Staff, Osaka Prefectural Government)

わが国の自治体の多くは、ワールドカップの開催地となるよう、誘致合戦に遅れまいと奔走し大型スタジアムを建設したが、その後、多くのスタジアムの稼働率の低く課題となっている。この背後には、これまでの都市戦略性の弱さ、また市民が主体となるスポーツの構築が遅れているなどの点もあった。本研究では、これまでのように国が主導する「体育」「教育」としてのスポーツから、「市民」「地域」が主役となる市民参加型で都市再生に寄与するスポーツへと転換する都市戦略を考察した。すなわち、

(1) 地域・市民からの参加としてのスポーツ、

(2) 行政からの都市戦略としてのスポーツ、

の観点が必要となってきている。

3つの海外成功都市事例「インディアナポリス」「シェフィールド」「バルセロナ」から抽出される「4つの視角」として、

【視角1】都市戦略、都心立地でイベントや投資を促す(経済効果)、

【視角2】市民参加(社会的効果)、

【視角3】地域運営組織。とくにスポーツコミッション、

【視角4】財政戦略と規制緩和制度設計、

などの点が重要であることを明らかにした。

キーワード: *都市再生、都心立地、市民参加、スポーツコミッション、財政・制度設計*
Keywords: *Urban Regeneration, Urban Location, Citizen Participation, Sports Commission, Financial and Institutional Designing*

はじめに—スポーツを都市の再生につなげるには—

1. 都市再生の必要性—現代都市の課題

20世紀末より、中心市街地の衰退が顕著となっている日米欧の先進国の大都市(小長谷 2005a)では、矢作弘・小泉秀樹編(2005a, 2005b)などでも指摘されているように、「都市再生」が最大の政策課題の一つとなっている。人口減少社会・高齢化社会への移行に対する「コンパクトシティ」の考え方は、上記矢作のいうように一定の効果をもっており、小長谷(2005a)は、大都市においては、この傾向は「外向的新都市建設から内向的都市再生」という形をとるとしている。しかしながら同書ではまた、中心都市で光があたるのは一部の商業開発や高層マンションの集中する巨大投資地区に限られ、その他の多くの地域は中心都市活性化の恩恵をそれほど受けないだろうとしている。このような大都市の状況はもちろん筆者の勤める大阪でも同様であり、単なるハード建設でないソフトも含めた「都市プロモーション」「都市魅力戦略」こそ必要であろう。そのような課題を考える上で、本研究では、特に中心都市衰退と都市再生の政策上の経験と実績で先進的立場にある「スポーツを通じた都市再生」の手法のあり方と効果、その効果を得る上での重要となる「視角」はなにかを検討する。また日本でも成功事例といわれる新潟県のアルビレックス等の事例も研究し、「スポーツを通じた都市再生」の「要素」を抽出することを目的とする。

スポーツを都市再生に活かす取り組みは、これまでも欧米では数多く取り入れられてきた。特に有名なものが、重工業都市の産業空洞化後における都市再生としての成功例である。アメリカのインディアナポリス、イギリスのシェフィールドは、いずれも、20世紀後半に自動車や製鉄産業が衰退する中で、スポーツを通じて、都市再生を図るため戦略的な取り組みを進めてきた。また、1992年のバルセロナ・オリンピックを機

に、質の高いデザインの公共空間を創出しながら、公民協働の都市再生を果たしたバルセロナ市の事例も評価されている。

2. 体育としてのスポーツから都市の魅力創造へ

このようにまちづくりにおけるスポーツ、市民とスポーツの関係が密接な欧米では、スポーツ振興と都市再生の結び付いた成功例が多い。一方、日本でこれまで、このような都市・市民とスポーツの関係性が、それほど注目されてこなかった背景には、日本独特のスポーツ教育の位置づけがあると考えられる。そこで、本節では、まずその点についてふれておきたい。

(1) 体育としてのスポーツ

日本は、明治以来長らく、国力強化のために、中央集権体制の下で、一律的・効率的な形態で国家政策をおこなってきた国である。そのなかで、スポーツも、修練、頑強な身体をつくるために、長らく「体育」としての位置づけをされ、スポーツ施設も、広大な土地を確保しやすい郊外に運動公園として設置されてきた。今年で68回目となる日本国民体育大会も、あくまで結果論ではあるが、毎回、開催を機に、大規模運動施設を整備し、開催県がかならず優勝することが定例化している。このような規定方針化も、国・文部科学省のこれまでの体育振興施策の一面といえる。このことは、日本においてこれまで、体育振興の中心的役割を担ってきたのは、あくまで「学校」と各「競技団体」であり、また、「企業スポーツ」も広告媒体としての役割に重きを置き、不況になれば、真っ先に見直しされることはこれまでの数多くの事実が物語っている。これに対し、諸外国では、スポーツを、「市民」が参加して、「市民」が振興する。すなわち、「スポーツ」は、わが国ではこれまで「学校」「団体」が中心の「体育」であり、諸外国では重要な「市民参加」「都市戦略」という側面が希薄であったといえる。日本で2002年に開かれたワールドカップにおいても、数多くの自治体が、その開催会場になるために、誘致合戦を繰り広げ、巨大なサッカースタジアムを建設しながらも、それを十分に活かしきれていない。

根拠となる法体系についても、これまでの「スポーツ振興法」では、スポーツ＝「体育」としての位置づけから、「営利のためのスポーツ」として野球、サッカー、テニスなど数多くのプロスポーツが浸透しているにも関わらず対象としていなかった。今回、「スポーツ振興法」が49年ぶりに全面改正され、2011年6月に「スポーツ基本法」として制定された。この法律では、スポーツを通じた「体力向上・健康増進・国際交流・地域活性化等」や「スポーツ産業事業者との連携」などが新しく盛り込まれ、文字どおり国際交流、地域の活性化、プロスポーツとの連携など、今日のスポーツを取り巻く状況を反映した幅広い位置づけがなされたところであり、法律の根拠にもとづいた真の「スポーツ振興」がようやくなされようとしている。

(2) スポーツを通じた都市再生－戦略性とマーケティングを

一方で、海外においては「衰退した都市」が、スポーツを都市戦略の中心に位置づけ、スポーツ施設を都心に計画的に整備し、「大規模イベント」を開催することにより、数多くの観光客を誘致している。また、「ホテル・商業施設など」も合わせて建設することにより、経済効果が波及的に大きくなり、「空洞化した都心」に中間層が多く回帰するなど、都市再生に成功した事例が数多くある。その際、共通しているのは、「大規模イベントを一過性に終わらせるのではなく、その後の戦略性を強力に有していた」ことにある。

経済不況の続く中、いま、日本は、経済再生を目指して成長戦略に取り組んでおり、そのなかでも観光戦略（とくに海外からの誘客であるインバウンド）は大きな柱になっている。スポーツツーリズムについても、

2011年6月に文部科学省の「スポーツ基本計画」の中に位置づけられた。

これからの「成長」においては、旧来型の公共事業主体の開発志向のみでなく、新たな投資には、費用対効果の観点から十分に精査を行い、今あるあらゆるストックを最大限活かしながら、ソフト志向型の施策が求められる。本論文がテーマとするスポーツには、大きなポテンシャルがある。スポーツイベントを誘致して、都市に賑わいをもたらす、活性化することは、新しい成長戦略になり得るだろう。

先のロンドンオリンピックにおいても、ロンドン市は、大規模な施設を大規模に追加建設するのではなく、既存の施設を最大限活用しながら、必要最小限の投資で対応した。例えば、市内東部を再開発してつくったストラスフォード地区の広大なオリンピック公園は、閉会後に、1万7000人収容の水泳会場を解体して2500人収容の会場とし、敷地内には新たな住宅や企業関係の施設もつくるなど将来に有用な財産として残すという。そして、市民をはじめとする多くの人には、オリンピックの感動はもとより、いまある「資産」を将来世代に有用な財産として引き継ぐという「レガシー」という精神を大事にした。

このように、ロンドンオリンピックの最大のテーマのひとつが、ハード、ソフト両面の「レガシー」を、いかに次世代に引き継ぐことであった。国際オリンピック委員会 (IOC) 憲章においても、「開催都市、開催国は、建設的なレガシーを促進すること」と明記している。

ただし、このような「住民志向」の都市戦略には、住民がスポーツに触れ、コミュニティの向上が図られるなど、その効果を体感できる、しっかりとマーケティングが必要であるということも追加条件として忘れてはならない。

3. スポーツの効果

(1) スポーツの有用性

これまでの発想では、スポーツは、体育や教育のジャンルであったため、ともすれば、「体力の増強」や、「勝利」に重きがおかれ、スポーツが有する様々な効果について議論する機会や必要性そのものが少なかった。これからのスポーツ施策を進める上では、説明責任をしっかりと果たさなければならない。これからは「スポーツの効果」の評価も重要な意味をもってくる。特にスポーツの効果には「経済的效果」と「社会的効果」の双方が大きいことを確認することが大事である。

スポーツの「経済的效果」について定量的に図る必要があるとしたのは、原田 (2002) などが端緒であったといわれる。実際には、スポーツ都市振興政策の効果測定は、それほど事例が多くはないが、本研究では、実際に日本や諸外国の事例を検討する。

また、様々な社会的効果についても、堀繁・木田悟・薄井充裕 (2007) は「曲がりなりにも効果の評価手法が示されている経済的效果と異なり、社会的効果はその定義からして明確でなく、ましてや評価方法などは示されてこなかった」としたうえで、スポーツの効果について、「・・・まず、「健康」と結びついていること。次に「普遍性の高さ」として、多くの人々とコミュニケーションを取ることのできる、「人と人をつなぐ潤滑油」となり得ること。そして3番目として、自らがプレイするだけでなく、「観る」「支える」といった楽しみ方があり、まちでスポーツと親しみ生活を楽しんでいる人を観て、自分も楽しいという状況をつくりあげることが、「まちのアイデンティティ」を醸成することにつながる・・・」とし、3点にまとめている。しかし、このような社会的効果は証明・計測が難しく、これまで実際に把握した事例は少ない。本研究では、第2・第3の効果を「ソーシャル・キャピタル」として把握し、実際にアンケートで全国規模の調査と比較して検討を試みる。

今後、豊かさや多様な生き方が求められる中、スポーツへのニーズも高まっている。これまでのような「学

校」中心のスポーツ振興から、「市民」「地域」が中心の、住民が身近にスポーツをすることができる「地域スポーツ社会」を構築し、スポーツの有する様々な「有用性」を明らかにしていく必要がある。

(2) サッカーの可能性ーJリーグ百年構想

これからのスポーツ振興において、その推進力となり中心となりうるジャンルとして、サッカーが有望と思われ、また、実際、サッカーに期待される場所は大きい。プロ野球をはじめとするプロスポーツの多くは「企業」によって支えられている。

サッカーは、1993年にJリーグが発足し、1996年、「Jリーグ百年構想」という3点の理念を掲げた。そこには、①あなたの町に、緑の芝生におおわれた広場やスポーツ施設をつくること。②サッカーに限らず、あなたがやりたい競技を楽しめるスポーツクラブをつくること。③「観る」「する」「参加する」。スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること、となっている。このように「Jリーグ百年構想」では、スポーツを「地域」に戻すための理念が書かれ、この20年間、その実現に向けて様々な取り組みをしてきた。当初、企業名をチーム名に入れたいとの強硬な働きかけに対して、Jリーグの理念に反すると受け入れなかった出来事も今では、はるか昔のように思えるほど、Jリーグにおける「地域」の理念は浸透してきている。

現在、40チームが地域を「ホームタウン」として展開している。「ホームタウン」とは、Jリーグのチームがそれぞれ地域とともに活動するにあたり指定された市町村のことであり、そのなかで地域の人々と多様な連携を図りながら、地域貢献を行っている。

また、トップチームを頂点に、小学校から高校までアカデミー（下部組織）が形成され、それぞれの世代ごとに地域にある数多くのサッカーチームとともにスポーツの裾野を広げていくこともおこなわれている。また、Jリーグ百年構想では、地域に「総合型スポーツクラブ」を形成し、市民にサッカーだけでなく世代を超えたあらゆるスポーツを実践できる、サッカーを通じた「スポーツ文化」の形成を目指して取り組んでいる。

4. 先行研究（要約）

スポーツを都市戦略に活かすには、「スポーツを都市魅力創造に繋げる」ことや「社会的効果」の立証が重要であり、これに関わる「先行研究」としては以下の点が考えられる。

まず、原田（2002）は、スポーツイベントの誘致については、オリンピックやワールドカップなどこれまでの大規模イベントすべてが成功でなく、さまざまな問題も生じているとする。また、その経済的効果はどうだったのか、マイナス面も含めて検証し、それを今後活かすための検証と方法について説いている。

堀繁・木田悟・薄井充裕（2007）は、スポーツの効果をしっかりと示し、市民に理解を求めることが重要であるとする。そのためには、「経済的効果」だけでなく、コミュニティの育成や地域アイデンティティの確立など「社会的効果」についても、検証する必要があるとし、これまではっきりと示されることのなかった社会的効果について、分析手法を提言している。

さらにコルブ（2007）は、都市ツーリズムについて、都市をマーケティングの手法で様々な手法を駆使し、徹底的に分析すべきとしている。

第II章. 海外の成功事例分析

1. インディアナポリス

(1) 都市の経緯

インディアナポリスは、スポーツによる都市再生の成功事例として典型的な都市である。人口は、82 万 7607 人 (アメリカ合衆国国勢調査局 2010) で全米 12 位の中核都市である。

鈴木友成 (2008) によると、インディアナポリスでは、1970 年代からの自動車産業の衰退により、人種差別や犯罪、まちの荒廃が進み、この 10 年間に於いて、人口も 74 万人から 70 万人へ減少し、都市再生が緊急の取り組みとして求められていた。

「モナコ GP」、「ルマン 24 時間耐久レース」と並ぶ世界三大レースといわれる「インディ 500」が唯一のスポーツイベントとして都市の特徴であったことから、1975 年当時の市長ウィリアム・ハナットは、スポーツによって、都市の再生を図ることを決断し、まずは、拠点となるスポーツ施設の建設に着手した。市として、スポーツによる都市再生を行うこと、とりわけ「アマチュアスポーツの都」を基本理念として、ハード施設の建設を積極的に取り組むことになったのである。

(2) 投資財政面と効果の分析

Mark. S. Rosenturb (2007) によると、1974 年の「マーケット・スクエア・アリーナ」から 1999 年の「新 RCA ドーム」まで 12 箇所の大規模スポーツ施設の建設費用合計は、4.7 億ドル (約 376 億円) に上る。

(3) 特徴 1 - 都心立地戦略で都心再開発と連携

ここで非常に大きな特徴は、都心にスポーツ施設だけでなく、その集客を見込んで商業施設などを併設していることである

- 1) ①1974 年、空洞化した都心に「NBA (全米バスケット) Pacers」のホームスタジアム「マーケット・スクエア・アリーナ」に合わせて、「コンベンションセンター」も合わせて建設。
- 2) 1984 年には、「NFL インディアナポリス・コルツ」のホームスタジアムとなる 7 万人収容可能な「RCA ドーム」の建設に併せ、都市再開発として隣接する大商業施設「ユニオン・ステーション」を建設するなどホテル・レストランを含むショッピングモールを空洞化した市街地に出現させた。
- 3) その後、「MLB 3A インディアンズ」のボールパーク「ビクトリー競技場」などが次々と建設されている。また、「こども博物館」を除いて、すべての施設が都心から半径 2 マイル (約 3.2 キロ) 以内に立地している。

(4) 特徴 2 - 郊外から中間層が回帰

「住宅プロジェクト」として、大規模なアパートメントが次々と建設され、その金額は 8800 万ドル (約 70 億円) に上っている。かつて、都心が空洞化し、ゴーストタウン化していたものが、中間層の回帰により、活力を大いに取り戻している。

【表 2-1】 インディアナポリスにおける都市再生のためのプロジェクトと財源 (in 2000 \$0,000,000)
(Rosenturb 別添資料) 筆者訳

| プロジェクト | 年 | 財源 | | | | | 計 |
|-----------------------|-------|------|-------|-------|--------|-------|--------|
| | | 政府 | 州 | 市 | 民間 | 寄付 | |
| スポーツ関係 | | | | | | | |
| マーケット・スクエア・アリーナ | 1974 | 0.0 | 0.0 | 16.0 | 0.0 | 0.0 | 16.0 |
| スポーツセンター | 1979 | 0.0 | 0.0 | 4.0 | 1.5 | 1.5 | 7.0 |
| IUトラックアンドフィールドスタジアム | 1982 | 0.0 | 1.9 | 0.0 | 0.0 | 4.0 | 5.9 |
| IU 水泳場 | 1982 | 1.5 | 7.0 | 0.0 | 0.0 | 13.0 | 21.5 |
| 競輪場 | 1982 | 0.5 | 0.0 | 1.1 | 0.0 | 1.1 | 2.7 |
| インディアナポリスRCAドーム | 1984 | 0.0 | 0.0 | 48.0 | 0.0 | 30.0 | 78.0 |
| スポーツ協会 | 1988 | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 0.0 | 3.0 | 9.0 |
| コンセコ屋内競技場 | 1999 | 0.0 | 38.0 | 71.0 | 69.0 | 0.0 | 178.0 |
| ビクトリー競技場 | 1997 | 0.0 | 5.0 | 9.0 | 9.0 | 0.0 | 23.0 |
| パンアメリカン広場 | 1987 | 0.0 | 0.0 | 5.7 | 25.0 | 4.5 | 35.2 |
| NCCA 本部 | 1999 | 0.0 | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 70.0 | 75.0 |
| 新 RCAドーム | 1999 | 0.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 20.0 |
| 小計 | | 2.0 | 59.9 | 177.8 | 104.5 | 127.1 | 471.3 |
| 文化・エンターテイメント | | | | | | | |
| こども博物館 | 1976 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 25.0 | 25.0 |
| インディアナシアター | 1980 | 1.5 | 0.0 | 0.0 | 4.5 | 0.0 | 6.0 |
| 動物園 | 1988 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 37.5 | 37.5 |
| 新動物園 | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 6.6 | 6.6 |
| 水族館 | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 60.0 | 60.0 |
| エイテル 博物館 | 1989 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 60.0 | 60.0 |
| エイテル 博物館別館 | 2000 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.0 | 15.0 |
| インディアナ州 博物館 | 2000 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.0 | 104.0 | 105.0 |
| ウォーカー ビルディング | 1985 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.4 | 3.4 |
| ユニオン ステーション | 86-00 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.8 | 8.8 |
| 小計 | | 3.5 | 1.0 | 0.0 | 4.5 | 318.3 | 327.3 |
| ホテル 商業施設 | | | | | | | |
| ハイアット ホテル/銀行 | 1977 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 55.0 | 0.0 | 55.0 |
| ワシントン事務所 | 1982 | 1.2 | 0.0 | 0.0 | 11.8 | 0.0 | 13.0 |
| 州議会 棟 | 1982 | 3.2 | 0.0 | 0.0 | 10.4 | 0.0 | 13.6 |
| エンバシー スイート ホテル | 1985 | 6.5 | 0.0 | 0.0 | 25.0 | 0.0 | 31.5 |
| ウェスティン ホテル | 1989 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | 65.0 | 0.0 | 65.5 |
| 保険組合ビル | 1992 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 36.0 | 36.0 |
| USA ファンド | 1996 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16.6 | 0.0 | 16.6 |
| アダムス マーク ホテル | 2000 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 0.0 | 50.0 |
| マリオット ホテル | 2000 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 90.0 | 0.0 | 90.0 |
| アンサム コーポレーション | 2000 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 33.6 | 0.0 | 33.6 |
| ヘリポート | 1985 | 2.5 | 0.1 | 0.6 | 2.4 | 0.0 | 5.6 |
| リイリ コーポレート エクスパンション | 92-00 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 893.5 | 0.0 | 893.5 |
| 小計 | | 13.9 | 0.1 | 0.6 | 1253.3 | 36.0 | 1303.9 |
| 複合小売施設 | | | | | | | |
| ロカビリー マーケット | 1986 | 1.8 | 0.0 | 0.0 | 14.0 | 0.0 | 15.8 |
| ユニオン ステーション | 1986 | 16.3 | 0.0 | 1.0 | 36.0 | 0.0 | 53.3 |
| シティー マーケット | 1986 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.7 | 4.7 |
| サークルセンター モール(6) | 1995 | 0.0 | 0.0 | 290.0 | 0.0 | 10.0 | 300.0 |
| 小計 | | 18.1 | 0.0 | 291.0 | 50.0 | 14.7 | 373.8 |
| 会議場 | | | | | | | |
| エクスパンション | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 45.0 | 0.0 | 45.0 |
| 住宅プロジェクト | | | | | | | |
| ロウアー・キャナル・アパートメント | 1985 | 7.9 | 0.0 | 10.3 | 0.0 | 2.0 | 20.2 |
| ロック・フィールド・アパートメント | 1987 | 0.0 | 0.0 | 0.6 | 24.6 | 0.0 | 25.2 |
| キャナル・オーバールックアパートメント | 1988 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 11.0 | 0.0 | 11.0 |
| キャナルアパートメント | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 10.0 | 0.0 | 10.0 |
| ロンバルディ ロウ | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.4 | 0.0 | 1.4 |
| メリディアン ロウ | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 6.8 | 0.0 | 6.8 |
| ライランド ホームズ | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.1 | 0.0 | 9.1 |
| ウォーター マーク ホームズ | 1999 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.2 | 0.0 | 5.2 |
| 小計 | | 7.9 | 0.0 | 10.9 | 68.1 | 2.0 | 88.9 |
| インディアナ州 プロジェクト | | | | | | | |
| キャピタル トンネル | 1982 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.4 |
| インディアナ大学 | 75-00 | 0.0 | 357.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 357.0 |
| 州政府庁舎 | 1992 | 0.0 | 264.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 264.0 |
| 小計 | | 1.4 | 621.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 622.4 |
| 他のプロジェクト | 74-98 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1066.9 | 0.0 | 1066.9 |
| 不動産税 軽減 | 74-99 | 0.0 | 0.0 | 98.0 | 0.0 | 0.0 | 98.0 |
| 合計 | | 46.8 | 682 | 578.3 | 2592.3 | 498.1 | 4397.5 |
| パーセント | | 1.1 | 15.5 | 13.2 | 58.9 | 11.3 | 100 |

(5) 特徴3 - 「leverage」の効いた手法 (民間の力を引き出す)

建設費用は、主に民の力によって成り立っているところが素晴らしいところであり、合計では、市の財源が13.2% (5.7億ドル=456億円) にすぎず、民間が58.9%、寄付金を入れると行政以外が70.2% (31億ドル=2480億円) になっている。

Rosenturb は、"Indianapolis was able to leverage more than \$7.58 for every \$1 its taxpayer committed" と市民税1に対して7.58倍の leverage が効いた効果的な取り組みと評価し、いかに民間の力を引き出すかが、都市再生の key としている。

また、市としても、財源補填の計画として、今後の集客効果を見込んで、ホテル税の創設により対応することとし、残りは独自に起債を発行している。日本のように、自治体単独課税の例が極めて少ないことや起債の発行に国の協議・許可が求められるのは大きく異なり、地方分権が進んでいるアメリカならではの事例である。これについて小林至 (2007) は、なぜアメリカでプロスポーツが厚遇されるのかとの問いに対して「・・・アメリカの都市間競争の激しさに加えて、州や都市が課税自主権を持っている。このために、球団誘致やスタジアム建設の結果として、観戦にきた観光客を対象としたホテル税や駐車場税、入場券税、レンタカー税などを徴収することによって、回収を図っている」としている。

このように、インディアナポリスでは、1974年から2001までの間にホテルの客室も5225室増加し、ホテル税によって、市としてもかなりの回収を図られたようであり、都市経営としても確立したモデルを提示している。

(6) 特徴4 - 地域運営主体 (スポーツコミッション) の活躍と市民参加

イベント誘致等の実効主体は、「行政」ではなく民間の「スポーツコミッション」である (関東経済産業局2009)。

「スポーツコミッション」は、1979年、非営利の民間組織として全米初の組織として発足。「インディアナ・スポーツ・コーポレーション (ISC)」と呼ばれ、現在は諮問委員会が設置され、スポーツを通じた戦略的な都市再生事業がなされている。企業からの寄付金などで運営し、市民は会員となり、ボランティアとして大会を盛り上げたり、チケット購入などで運営を支援している。

① イベントの誘致

事業活動は、スーパーボウルなどの既存団体が実施するイベントを誘致することはもちろんのこと、独自のイベントを企画・実施。

② プロチームの誘致

また、プロチームも誘致し、「全米フットボールリーグ NFL」のインディアナ・コルツや「全米バスケットボール協会 (NBA)」のインディアナ・ペイサーズ、「MLB」では、3Aのインディアナポリスなどがフランチャイズを構えている。

③ スポーツ組織の本部の招致

また、スポーツ組織の本部の招致も積極的にすすめ、市内にあるオフィスを無償で提供するなどの支援策も講じて、全米陸上連盟や全米体操連盟を筆頭に20以上の団体が本部を置いている。

このような努力の結果、これまで400を超える国内、国外スポーツ大会が開催され、観客の7割が市外からのツーリストであり、地域に大きな経済効果をもたらした。具体的には、コンベンション会場やホテルなど関連経済効果も非常に大きく、現在までに20億ドル (約1800億円) とされている。

なお、成功した要因には、このようなスポーツコミッションの果たした役割が非常に大きいですが、市としても、前述のように商業施設も兼ね備えたスポーツ施設を建設するにあたり、独自の税収を確保した。アメリカでは、州政府の裁量によって、観光客の飲食等により得られる税収の3~4%をスポーツ振興に充てることができるという。そのため、ほとんどの州においては、この財源を用いて、スポーツ施設の建設、改修等を実施している。

また、三ツ谷洋子 (2005) によると、1983年に開催したUSオリンピック・フェスティバルには、住民6700人がボランティアとして運営に協力するなど、インディアナポリス市民とともに、スポーツ都市として発展している。

2. シェフィールド

(1) 都市の経緯

Peter Price (2008) によると、シェフィールドは、イングランド北部にある人口53万人の都市であったが、1970年代のエネルギー危機を契機に、市の鉄鋼業は衰退の一途をたどり、70年代の後半から80年代の始めにかけて、5万人を超える失業者がでた。失業率は2.9%から15.2%に上り、都市としての対策が喫緊の課題となった。そこで、市は、1987年に、都市経済の立て直しにスポーツとツーリズムを活用することを決定した。

(2) 投資財政面と効果の分析

1) 投資・・・ユニバーシアードの誘致と6つのスポーツ施設

具体的には、1987年に「世界学生選手権ユニバーシアード (1991)」を誘致することを決定し、そのために1億5000万ポンド (183億円) の資金を投じて、6つのスポーツ施設を建設した (以下、ポンド換算は122円/£とする)。そのスポーツ施設の内訳は以下のとおりである。

- ① 「DON Valley Stadium」：2万5000人収容の陸上競技場
- ② 「Sheffield Arena」：1万2000人収容のアイスホッケー、バレーボールなどのマルチ仕様のインドアスポーツ
- ③ 「Pond Forge International Sports Center」：インドアのスイミングプール 50m 10レーン
- ④ 「Sheffield Dry Sky Slope」：夏用のスキー場
- ⑤ 「Indoor Climbing Wall」
- ⑥ 「Rock Climbing Sheffield」：ロッククライミング用の室内外練習場

2) (経済効果) ユニバーシアードの効果

ユニバーシアードの開催により、正規雇用増500人、経済効果2000万ポンド (約24億円) とその後のスポーツによる発展の大きな礎となった。

3) (社会的効果)

金子 (2008) によると、主要なスポーツ施設の建設に付随して、街の東地区 (=Lower Don Valley) の再開発が行われ、さらに、選手村を公共住宅に転用することでの住宅問題の解決、路面電車 (Super Tram) の整備による交通問題 (渋滞や大気汚染) の解消が図られた。

また、1993年にイギリスで初めての「National City of Sports」の称号が与えられ、これまでの「すす汚れた

工業の街」という従来の暗いイメージを払拭し、さらに国内最高峰の最新スポーツ施設とそれに伴う都市の再開発は、市民に大きな希望を与えたと指摘されている。

(3) 特徴 1 — 過性のイベントに終わらずにユニバーシアードの「遺産」とも言うべきスポーツ施設を使って継続的にスポーツイベントを招致した

Peter Price (2008) によると、ユニバーシアードの遺産 (レガシー) を後世にしっかりと引き継ぐために、ユニバーシアード後の 10 年間に於いて、60.5 に上る国際的なメジャー大会を誘致した。そのことにより、域外からの観光客は 57 万 6000 人、正規雇用増は 900 人、経済効果は 3360 万ポンド (約 41 億円) (ユニバーシアードは除く) と大きな効果を上げている。

(4) 特徴 2 — 市民参加のための施設

また、スポーツ施設の建設にあたっては、メジャーな施設のみならず、シェフィールドは世界の山岳会発祥の地といわれるように、山やロッククライミングを愛する土地であり、市民のためにも、室内外の練習場を設置している。

(5) 特徴 3 — スポーツ組織の本部の招致 — E I S (the English Institute of Sport)

E I S という、「国立トレーニングセンター」を誘致して、シェフィールド市は英国のみならず世界各国の代表チームがトレーニングキャンプを行う機会を提供し、市の経済活性化につなげている。

3. バルセロナ

(1) 都市の経緯

バルセロナは、人口 161 万 5448 人 (スペイン国立統計局 2011) の地中海都市であり、20 世紀を代表するパブロ・ピカソやジョアン・ミロを生んだ、経済面、文化面においても、ニューヨーク、パリ、ロンドンに次ぐ大都市である。また、スペインの首都マドリッドに背を向け、民族的問題からバルセロナの属するカタールニア州はこれまでの幾度となく独立を試みてきた、政治的にも緊張関係にある都市でもある。先日

(2012.11.18) も、カタールニア州選挙があり、スペインからの独立を訴える勢力が過半数を超え、スペイン断裂の危機と報じられたところである。

岡部 (2005) によると、バルセロナは、19 世紀末には囲壁に閉じ込められた 15 万人程度の小都市にすぎなかった。しかし、繊維工業の隆盛で産業都市として栄え、囲壁も取り払われたことにより、1930 年には 100 万人を超える大都市となった。また、1950 年代のフランコ独裁の時代には、中央政府と対峙するナショナリズムが強く、そのため中央政府からの財政支援のなさから、住宅や公共施設基盤等の都市インフラ整備がほとんど行われず、スラム化が進むなど、1970 年代まで深刻な都市問題が続いていた。

バルセロナ市としては、1980 年から「バルセロナモデル」という都市再生計画が強力に進めることとし、1986 年オリンピック誘致決定を機に、戦略的な取り組みが始まった。開催年である 1992 年を目標に、インフラを整備し、市内の至るところに質の高い公共空間を形成し、パブリックアートを配した、住民の生活の質を向上させる都市の再生を果たした。

(2) バルセロナモデルとは

特徴としては、以下の 3 点がある。以下、岡部 (2005) らを元に記述する。

①部分から全体へ

オリンピック以前は、広場・公園のデザインといった小規模な計画が主だったが、オリンピック開催決定を機に、周縁住宅地や、旧市街地再生を目指す都市戦略に変更した。

②質を確保したうえでの量的発展

質の高いデザインの小規模なものから、オリンピック開催による大量投資を契機とした開発としての量的な拡大を示す。

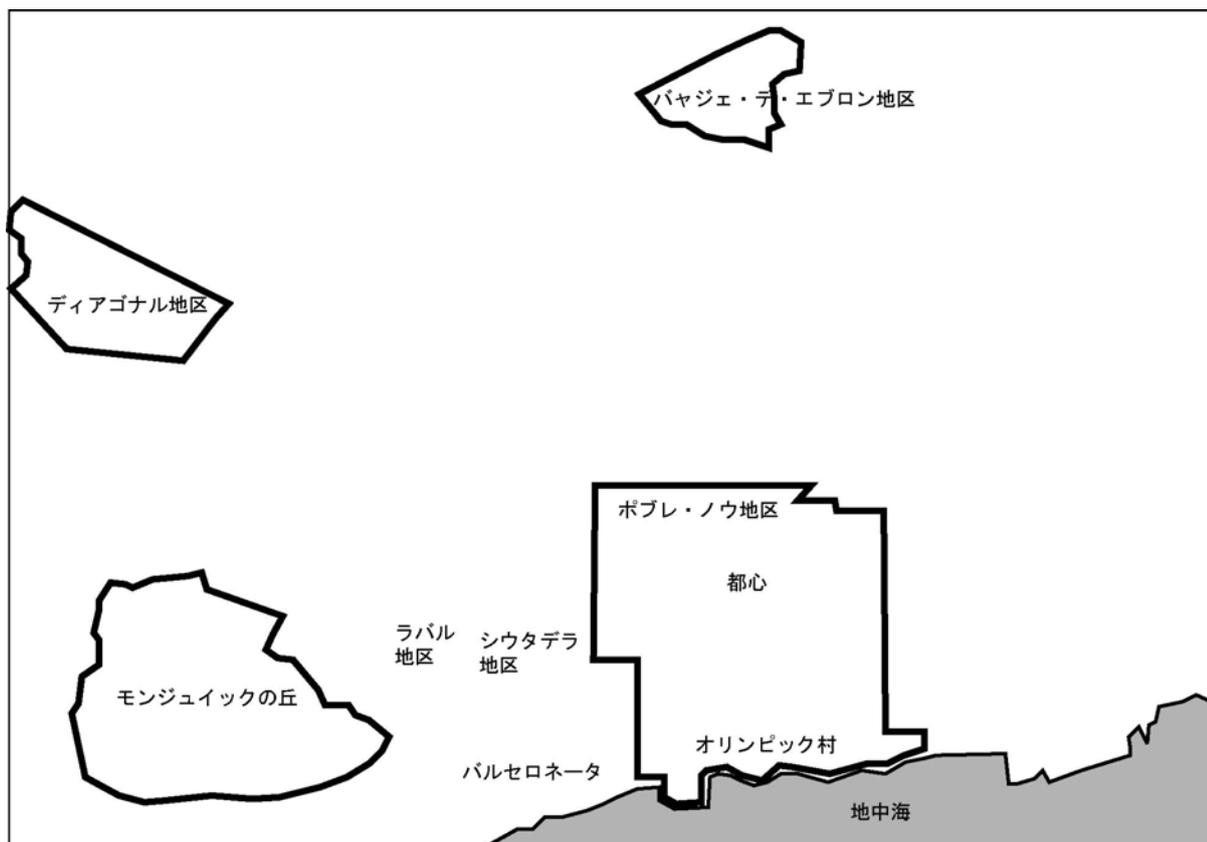
③難しいところから始める

旧市街地や工場地区といった疲弊し、住民の合意形成の取りにくいところから改善していくことである。

このような3つの視点で都市再生が行われたが、岡部 (2005) によると、「オリンピックはひとつの通過点に過ぎず、都市再生の流れが澱まないように次から次へと新しい魅力を創出された」という。このオリンピックは、都市化の中で市民が失った海との接点をとりもどすことができ、「海を実感できるオリンピック」というのが大きな特徴である。

(3) 都心を中心にスポーツ施設を立地

バルセロナ市民にとって、最も都市再生の成果を実感できるのは、4平方キロの旧市街地であるという。梅岡ほか (2006) によると、スポーツ施設も、「12の新都心地区」計画の下に、オリンピック地区として4地区に分け、都市問題の解決を図りながら進めた。



【図2-1】バルセロナ都市図 梅岡ほか(2006)「討議 バルセロナ・オリンピックー都市の成長と発展」
をもとに筆者作成

- 「ポブレ・ノウ地区」：旧市街地の海岸に沿いある荒廃した工業地域の改善のためにオリンピック村
- 市内北西にある「ディアゴナル地区」：スラム街であった場所に、スポーツ施設（都心から約4キロ）

○「モンジュイックの丘」: メイン会場が置かれ、建築と緑と公園を総合的に計画したオリンピック・リング (都心から約4キロ)

○北東郊外の山裾にある「バジャエ・デ・エブロン地区」: 都市スプロール化が進んだ場所に、サイクリング・トラック、テニスとスポーツパピリオン、報道陣のためのアパート

が建設された。

特に、「ポブレ・ノウ地区」のオリンピック村であった湾岸部は、高級住宅街になり、お洒落なレストランが立ち並ぶ観光スポーツトとして、人気を集めるようになった。

なお、世界的に有名なサッカーチーム「FCバルセロナ」の10万人収容のキャンプ・ノウスタジアムは、バルセロナの主要駅 (地下鉄エスパーニャ駅) から5駅、5キロの都心にある。

(4) 投資財政面と効果の分析

1) 運営

日西経済友好会 (2011) によると、オリンピック大会運営費用としては、9.8億ユーロ (1078億円)、インフラ整備に5.8億ユーロ (6380億円) の合計67.8億ユーロ (7458億円) を要し、そのうちスペイン政府が51%、バルセロナ市が49%を負担した。(1ユーロ=110円で計算)。

整備の内訳としては、12%が競技場全体費であり、残りは、都市基盤整備に充てられ、環状道路建設費が36%、オリンピック村の建設費が22%となっている。

オリンピック村は大会後に、住宅街としてとして再開発され、その際の公と民の投資割合は、4対6であり、公民共働の取り組みがなされたところである。

2) 効果

オリンピック期間中の旅行客は約25万人であり、経済効果は、約3000万ユーロ (33兆円)。雇用創出は29万6640人、バルセロナの失業率は18.4%から9.6%へと大幅に改善された。

また、太下 (2008) によると、バルセロナは、オリンピックに合わせて、ハード面だけでなく、文化、芸術に関する国際イベントを繰り広げ、バルセロナ市への観光客は、1990年には約170万人であったが、オリンピック後の1995年には約300万人、2006年には約670万人と、オリンピック後の文化事業の展開にも大きなインパクトをもたらしたという。

具体的には、1988年に「Barcelona the City and 92」というオリンピックに関連した都市計画プロジェクトの展覧会を開催し、約35万人が来場した。また、1992年には、「The Olympic Festival of the Art」では、特に、カタルニア地方の作品に焦点をあて、演劇、ダンス、オペラなどを開催し、約45万人が来場している。

(5) 地域運営主体と市民参加

1) コミュニケーションの強化

APCS通信 (2009) によると、バルセロナは、「都市戦略」を展開していくため、常に市民に呼びかけ、一体的に推進していた。具体的には、オリンピックに向けて、都市の再生を円滑に進めるために、都市の未来を市民と共有するための「コミュニケーション」を重視し、バルセロナ市の中に、「コミュニケーションチーム」を結成した。現在は、「コミュニケーション及びクオリティ局」となり、市と市民とのコミュニケーション形成を進めている。「コミュニケーション及びクオリティ局」にあるマーケティングのチームは、市が今どのような状況で、市民が何を欲しているかを常に調査するなど、市民から情報を得ることを重要視してい

る。それをコミュニケーションに反映させ、キャンペーンを実施し、バルセロナを誘導しているという。このように、コミュニケーションを重視し、市民の意見を施策に反映する仕組みをしっかりと有していることが、戦略的な都市運営には欠かせない。

2) 16万人のソシオによって支えられる「FCバルセロナ」

スペインのプロサッカーリーグ、リーガ・エスパニョーラに所属する、世界で最も有名なサッカーチーム「FCバルセロナ」には、16万人の「ソシオ」という個人サポーターがいる。Football Money League (2012)によると、2010/2011シーズンの年間収入は、同じくスペインのレアルマドリードに次ぐ世界2位、4億5000万ユーロ(約495億円)である。ソシオによって支えられるチームとしての伝統から、これまで、スポンサーのロゴを入れてなかったが、2006年から、ユニセフへ寄付を行うに合わせ、ユニフォームの胸に「UNICEF」を初めて入れた。2011年からは、「カタール財団」とスポンサー契約を行い、ユニフォームの胸には当財団のロゴが入り、「UNICEF」は、背番号の下に、その精神を引き継いでいる。

岡部(2005)によると、FCバルセロナは1899年に設立され、113年の歴史を有し、その間のスペイン中央政府からの抑圧の時代においても唯一、「バルセロナ、万歳」と声高らかに応援できた、バルセロナの歴史とともに、歩んできたチームである。Jリーグが百年構想において理想とする、地域に支えられたサッカーチームの姿が「FCバルセロナ」にある。

第三章. 成功事例から抽出される視角

本研究では、以上の海外の例から、先行的にスポーツを都市の再生に生かした事例には、共通する要素が存在するので、そこから、今後の都市再生に活かす4つの視角を抽出し、提示する。

1. 視角1 (都市戦略としての投資) 大規模イベントを誘致し、スポーツ施設を関連商業施設等とともに都心に立地

いずれの都市も、大規模な国際イベントを誘致するにあたり、スポーツ施設の建設に多額の費用を支出しているが、一過性のイベントに終わらせず、「レガシー」として、その後の有効な活用方策を図っている。

インディアナポリスでは、スポーツ施設は都心の半径2マイル以内に立地するなど、集客の効果を地域経済の発展に寄与している。特に、コンベンションセンターやホテル等の建設に経済的波及効果は大きく、これまでに20億ドル(1800億円)の効果があった。

また、シェフィールドでは、世界ユニバーシアードを誘致した1987年の時点で、ポストユニバーシアード大会の施設有効政策が入念に練られていたという。そのことが、その後の都市の発展に繋がった。

バルセロナでは、オリンピックにより、衰退した市を文化的空間の創造も含め、都市再生を行った(スポーツ施設整備約15%)。半径4キロの旧市街を中心にオリンピック施設を建設し、これまで遅れていたインフラ整備はもとより、スラム街や海を隔てる工場街など都市問題の解決を抜本的に実行した(バルセロナモデル)。

1) (スポーツ施設の建設)

- インディアナポリスは、「全米オリンピック」12箇所、370億円。
- シェフィールドは、「世界ユニバーシアード」6箇所、183億円。
- バルセロナは、「オリンピック」4地区、6400億円。

2) (スポーツ施設の立地)

○インディアナポリスは、「すべての施設」都心から2マイル(3.2キロ)内。

○バルセロナは、「オリンピック施設」都心4キロ内中心

3) (スポーツ施設の都心立地による効果)

○スポーツイベントの集客を直接的経済効果に繋げる都市中心部再生効果が高い。

○インディアナポリスでは都心の空洞化が解消され、中間層が郊外から回帰。

○バルセロナでは、オリンピック後、観光客が約170万人から2006年では670万人へ。

2. 視角2 (市民参加・地域との連携)

スポーツによって、外から人を呼び込むだけでなく、地域住民の理解、参画が必要である。

インディアナポリスの「全米オリンピック」イベントには、6700人のボランティアが参加した。

シェフィールドは、その取り組みによって、国から“National City of Sports”の称号が与えられ、これまでの煤けたまちとのイメージから、まちの人々に大いに誇りを取り戻すことができたという。

バルセロナでは、市政に市民の声を反映するために、「コミュニケーション及びクオリティ局」を設置し、マーケティング手法で戦略的に実施。

○インディアナポリスでは、地域ボランティアの参加、例として「全米オリンピック・フェスティバル」に6700人ボランティア参加。

○シェフィールドでは、「National City of Sports」の称号、山岳会発祥の地としてのロックフィールドの整備。

○バルセロナでは、市に「コミュニケーション及びクオリティ局」。

3. 視角3 (地域運営組織) 商圈を広域的に捉え、誘致するための組織「スポーツコミッションを設置」

インディアナポリスは、スポーツコミッションを設置して、全米を対象にこの10年間で400試合を誘致するとともに、多くのスポーツ組織の本部も誘致に成功している。また、シェフィールドも、主にEUを対象に605試合を誘致するなど、その波及効果は、都市魅力づくりにも繋がっている。

○インディアナポリスでは、全米400試合(10年間)。

○シェフィールドでは、EU中心の605試合(10年間)。

4. 視角4 (財政戦略) 自立的な都市運営

いずれの都市も、スポーツを都市再生に生かすための戦略性を有している。

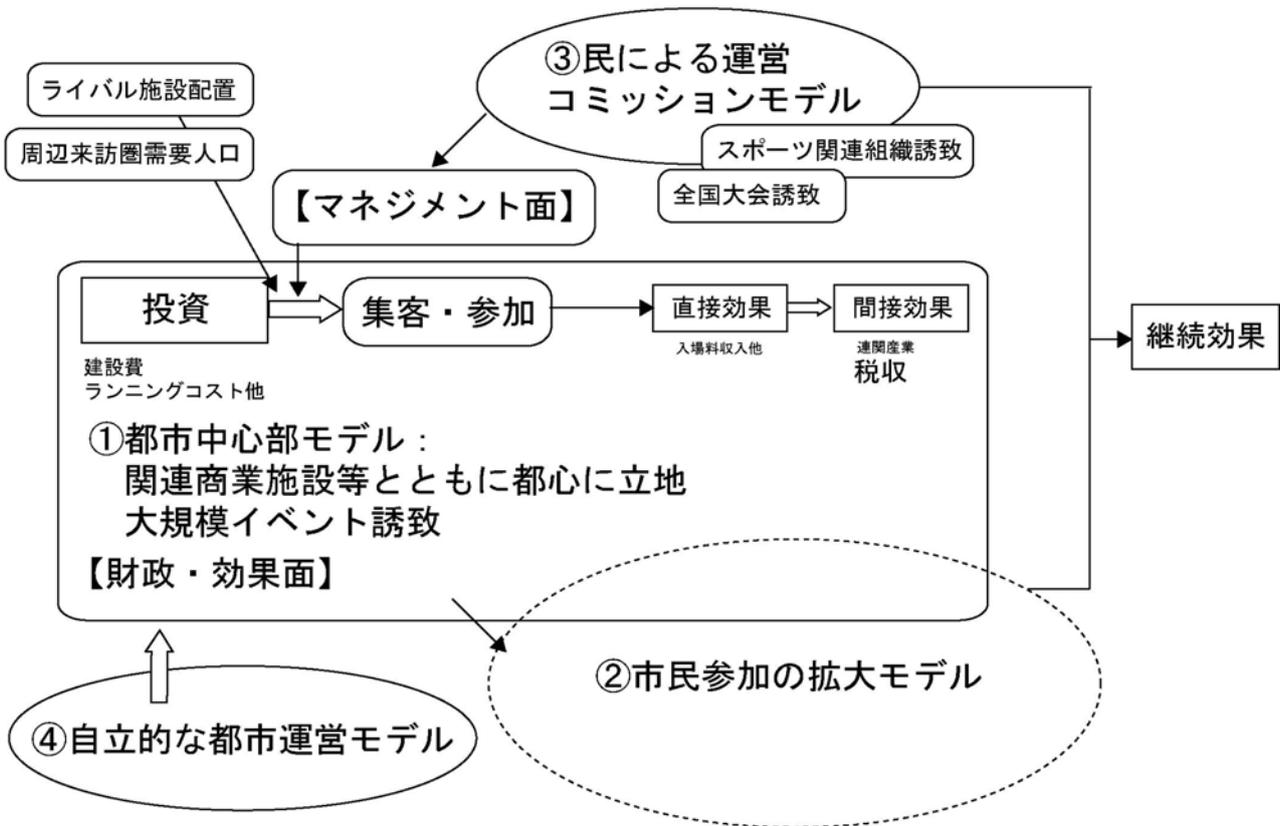
インディアナポリスでは、1の投資で7.58倍の民の投資を引き出すレバレッジの効いた方法で、スタジアムのみならず、ホテル、コンベンション、住宅等の都市基盤が整備された。また、市の財源をホテル税の新設や将来の収入増を見込んだ起債発行を充てるなど都市の自立モデルのなかで展開している。

また、バルセロナでは、オリンピック後を見込んだ戦略的な都市再生を行い、特にオリンピック後は文化的空間の創造を行い、国際的な文化イベントの開催など、民主導へと転換していった。

○インディアナポリスでは、全体整備にかかる市の負担は10%、市の財源は、特定目的の起債を発行。

○バルセロナでは、公民の投資割合4対6。

【スポーツによる4つの都市再生モデル】



【図3-1】スポーツによる4つの都市再生モデル

【参考文献】

- 有吉忠一「メガスポーツイベントの経済効果」、伊多波良雄ほか編 (2011) 『スポーツの経済と政策』 晃洋書房。
- 梅岡ほか (2006) 『討議:バルセロナオリンピック 都市の成長と発展』 『10+1』 No.43。
- 太下 (2008) 「創造都市バルセロナの文化政策」 『季刊 政策・経営研究』 2008 vol.1
- 岡部明子・福川裕一・矢作弘 (2005) 「都市再生 バルセロナモデルの検証」 『持続可能な都市』 岩波書店。
- 岡部明子 (2005) 『バルセロナ』 中公新書。
- 金子史弥 (2008) 「英国におけるスポーツによる都市再生—シェフィールドを事例にして」
『一橋大学スポーツ研究』 27巻、pp.41-48。
- 小泉秀樹・矢作弘編著 (2005) 『シリーズ都市再生3：持続可能性を求めて—海外都市に学ぶ』 日本経済評論社。
- 関東経済産業局 (2009) 『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に係る調査報告書』。
- 小長谷一之 (2005a) 『都市経済再生のまちづくり』 古今書院。
- 小長谷一之 (2005b) 「第Ⅱ部第3章 都市再生のオールタナティブス」 矢作弘・小泉秀樹 編著 『シリーズ都市再生①：成長主義を超えて - 大都市はいま』 日本経済評論社。
- 小長谷一之他 (2012) 『地域活性化戦略』 晃洋書房。
- 小林至 (2007) 『スポーツが秘める産業としての可能性』 フォーラム福岡。
- 鈴木友成 (2008) 「スポーツで実現する地方再生」 『日経ビジネス』 2008.10.16 ほか。
- 日西経済友好会 (2011) 『カタルーニャの変遷』。
- 原田宗彦 (2002) 『スポーツイベントの経済学』 平凡社新書。

堀繁・木田悟・薄井充裕 (2007) 『スポーツで地域をつくる』 東京大学出版。

三ツ谷洋子 (2004) 「住民の声を反映したスポーツビジョンづくりを」 『月刊地域づくり』 2004.3

矢作弘・小泉秀樹 編著 (2005a) 『シリーズ都市再生①：成長主義を超えて—大都市はいま』 日本経済評論社。

矢作弘・小泉秀樹 編著 (2005b) 『シリーズ都市再生②：定常型都市への模索—地方都市の苦闘』 日本経済評論社。

宮川公男・大守隆 (2004) 『ソーシャル・キャピタル』 東洋経済新報社。

コルブ (Kolb) (2007) 『都市観光のマーケティング』 多賀出版。

ALBIREX NIGATA “Corporate Profile”.

A P C S 通信 (2009) 『地域間都市戦略の都市のマーケティング・プロモーション戦略 1』 vol-4

Football Money League (2012) Deloitte

Mark. S. Rosenterb (2007) “Sports Facilities A New Area In Edmond And The Opportunitites For Development and A Cities Image”.

Peter Price (2008) “Sports & Culture as the Catalyst for Urban Regeneration: The Sheffield Experience Based on my presentation made to the 8th International Hamburg Symposium Sports”.