

山梨県スポーツ成長産業化戦略

令和3年3月25日

山梨県

目次

| | | |
|-------|---------------------------------------|----|
| 第1 | 本戦略策定の背景..... | 1 |
| 第2 | 本戦略の位置付け・目的..... | 2 |
| 1 | 位置付け | 2 |
| 2 | 目的 | 2 |
| 第3 | 戦略の期間 | 2 |
| 第4 | 山梨県におけるスポーツ産業を巡る現状と課題..... | 3 |
| 1 | 現状 | 3 |
| (1) | 地理的特性..... | 3 |
| (2) | 県内のスポーツ資源..... | 3 |
| (3) | 観光の状況..... | 6 |
| (4) | スポーツ成長産業化に向けた取り組み..... | 9 |
| (5) | 本県のスポーツ成長産業化に向けた SWOT 分析..... | 17 |
| 2 | 課題 | 19 |
| (1) | ステークホルダーの意識共有..... | 19 |
| (2) | 「売り」の明確化..... | 19 |
| (3) | 推進体制の構築..... | 20 |
| (4) | スポーツ施設の高収益化..... | 20 |
| 第5 | 目指すべき姿 | 20 |
| 第6 | 基本戦略・施策（K P I） | 21 |
| ● | 基本戦略1：スポーツで稼げる県づくりのための体制整備..... | 21 |
| 【施策1】 | 地域スポーツコミッションの設立 | 21 |
| ● | 基本戦略2：本県の強みを生かしたスポーツツーリズムの推進..... | 21 |
| 【施策2】 | サイクルツーリズムの推進 | 22 |
| 【施策3】 | アウトドアアクティビティの促進 | 22 |
| 【施策4】 | スポーツ大会・イベント・合宿の実施促進 | 22 |
| ● | 基本戦略3：スポーツの活用による他産業の新たな財・サービスの創出..... | 22 |
| 【施策5】 | スポーツ×○○の推進 | 23 |
| ● | 基本戦略4：スポーツ施設を核とした地域経済活性化..... | 23 |
| 【施策6】 | 既存施設の再評価 | 23 |
| 【施策7】 | ポストコロナ時代の総合球技場の在り方検討 | 23 |

第1 本戦略策定の背景

欧米諸国においては、既にスポーツビジネスが巨大な産業になっている一方で、我が国のスポーツ産業の市場規模は、平成14(2002)年当時に約7兆円だったものが、平成24(2012)年時点では約5.5兆円と縮小傾向にあった。

そこで、国では、平成28(2016)年に閣議決定された「日本再興戦略2016」において、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機とし、国民・民間企業におけるスポーツ関連消費・投資マインドの向上、海外から日本への関心の高まりなどが予想される中、この機会を最大限に活用し、スポーツ産業の活性化を図り、スポーツ産業を我が国の基幹産業へ成長させるため、諸外国のスポーツ産業市場のGDP比を参考として、国内のスポーツ産業GDPを令和7(2025)年までに15兆円に拡大することを目指すこととした。

また、令和2(2020)年度に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2020改訂版)」においては、スポーツ・健康まちづくりが施策の方向性の中において示され、各地での取り組みの深化を図ることとされている。具体的には、「スポーツを活用した経済の活性化」として、地域スポーツコミッションの設置に対する支援やアウトドアスポーツの新たな観光コンテンツ化に向けた取り組みなどが工程表とともに示されている。

本県においても、国が目指しているスポーツ市場の拡大を積極的に取り込み、県内経済の発展につなげていくため、令和元(2019)年度に策定した「山梨県総合計画」(以下、総合計画という。)のアクションプランにおいて、「スポーツによる地域振興」を主な施策の1つとして位置付け、スポーツを切り口とした新たな地域活性化策を推進することを示している。具体的にはスポーツが成長産業として地域経済を活性化し、地域振興に結びつくような取り組みを進めることとしている。

このため、令和2(2020)年4月、スポーツに関する各種施策を一元化し、強力で推進していく組織となるスポーツ振興局を設置したほか、スポーツビジネスに関する知見を有した学識者やプロリーグ、民間企業等の有識者による「スポーツによる地域活性化懇話会」を開催し、スポーツの成長産業化に向けた具体的な方策について検討を進めてきたところである。また、令和3年3月、「スポーツを通じた地域の活性化」を基本理念の一つとした、議員提案による「山梨県スポーツ推進条例」が制定された。

第2 本戦略の位置付け・目的

1 位置付け

本県では、総合計画におけるアクションプランに「攻めのやまなし成長戦略」を設定し、その中の政策「やまなしを牽引する産業の育成」の主な施策として「スポーツによる地域振興」を掲げ、スポーツが成長産業として地域経済を活性化し、地域振興に結びつくような取り組みを進めることとしている。

本戦略は、この総合計画を受けて策定するものであり、本戦略の推進は、総合計画の目指すべき姿である「県民一人ひとりが豊かさを実感できるやまなし」の実現につながるものである。

2 目的

スポーツを活用した経済の活性化に向け、国を挙げて大きく動き出そうとしている中、本県においてもその動きを積極的に取り込み、スポーツを体育や競技として捉える従来の視点に加え、ビジネス資源としても捉え、その活用により収益を生み出すことによって、本県経済の発展につなげていく必要がある。

このため、本県のスポーツ成長産業化に向けた現状と課題を明らかにしながら、「スポーツで稼げる県づくり」に向け、県として何をすべきか、取り組むべき施策の方向性を示すことを目的とする。

第3 戦略の期間

本戦略の期間は、令和3(2021)年度から令和4(2022)年度までの2年間とする。

なお、期間中であっても、大きな社会情勢の変化や、本県を取り巻く環境の急激な変化を踏まえ、必要に応じて戦略の見直しを行う。

第4 山梨県におけるスポーツ産業を巡る現状と課題

1 現状

(1) 地理的特性

本県は総面積 4,465 km²で、その約 78%を森林が占めている。甲府盆地の周囲を囲むように、南部には富士山、西部には南アルプス、北東部には秩父山塊、北部は八ヶ岳といった雄大な山々がすそ野を広げており、森林、湖沼、溪谷といった優れた自然景観を有している。

また、本県は首都圏に隣接し、JR 中央本線や中央自動車道により、都心から約 1 時間 30 分から 2 時間でアクセスできる立地環境にある。さらに、中部横断自動車道の全線開通（山梨-静岡間）、リニア中央新幹線の開業（東京-名古屋間）が予定され、都心や静岡県、中京圏からのアクセス性が更に向上する。

(2) 県内のスポーツ資源

ア スポーツ団体

本県では、120 以上のスポーツ団体が活動している。その多くは特定競技を推進する競技団体であり、山梨県スポーツ協会の加盟団体となっている。その他では、生涯スポーツを推進する総合型地域スポーツクラブやサッカーJリーグで活躍するヴァンフォーレ甲府などが存在し、地域に根差した活動を幅広く行っている。

| 団体種別(団体名) | 団体数 | (参考)主な団体 |
|--------------|-----|----------------------------------|
| スポーツ団体 | 123 | |
| 山梨県スポーツ協会 | 1 | - |
| 市町村体育・スポーツ協会 | 27 | ・甲府市スポーツ協会 など |
| 競技団体 | 56 | ・山梨陸上競技協会 ・山梨県サッカー協会 など |
| 学校体育団体 | 2 | ・山梨県高等学校体育連盟 ・山梨県小中学校体育連盟 |
| 総合型地域スポーツクラブ | 30 | ・ルーデンススポーツクラブ ・アスとれスポーツクラブ など |
| 山梨県障害者スポーツ協会 | 1 | - |
| スポーツクラブチーム | 6 | ・ヴァンフォーレ甲府 ・山梨クイーンビーズ など |

出典：山梨県スポーツ協会 HP、各団体 HP 及び「令和 2 年度 山梨の生涯スポーツ」を参考に山梨県が作成

イ スポーツ施設

本県の一般の利用に供する目的で設置されたスポーツ施設としては、地方公共団体が設置した 390 施設（県立 22 施設、市町村立 368 施設）及び民間が設置した 199 施設の合計で 589 施設が設置されている。総合的なスポーツ施設としては、県立小瀬スポーツ公園（甲府市）、県立富士北麓公園（富士吉田市）が挙げられる。

| 施設名 | 種別 | 面積 | 施設概要 |
|----------|----------------|-----------|--------------------------------|
| 小瀬スポーツ公園 | アイスアリーナ | 5,071.41 | 室内スケート場 |
| | ジョギングコース | | 2,500～5,000m |
| | テニスコート | 17,150.00 | サンドフィルコート全16面 夜間照明6面 |
| | 屋外プール | 2,099.19 | 50m9コース 25m7コース 幼児用プール |
| | 球技場 | 15,600.00 | 夜間照明6基 |
| | 体育館 | 8,259.18 | メインアリーナ・サブアリーナ・プレイルーム |
| | 武道館 | 11,449.00 | アリーナ 第1・第2武道場 弓道 相撲 フィットネスセンター |
| | 補助競技場 | 26,019.00 | 第3種公認6コース |
| | 野球場 | 25,146.00 | 両翼92m 中堅120m 夜間照明6基 |
| | 陸上競技場 | 34,825.00 | 第1種公認8コース 夜間照明4基 |
| | クライミング場 | 174.14 | メインウォール2面 練習用ウォール3面 |
| 富士北麓公園 | 球技場 | 19,395.00 | 芝グラウンド |
| | 体育館 | 8,970.00 | メイン・サブアリーナ |
| | 野球場 | 25,837.50 | 両翼92m 中堅120m |
| | 陸上競技場 | 39,539.70 | 第2種公認8コース・400mトラック 夜間照明4基 |
| | フリーウエイトトレーニング室 | 414.27 | 鉄骨造 |
| | 屋内練習走路 | 1,895.64 | 木造（CLT）5コース・130m直線走路 |

出典：「平成 30 年度 社会教育調査」及び「令和 2 年度 山梨の生涯スポーツ」を参考に山梨県が作成

ウ スポーツアクティビティ

個人観光客などへのスポーツアクティビティのサービス提供状況を、市町村の観光サイトや旅行会社の地域紹介サイトから探ってみると、事業者数において、富士・東部地域が全体の6割以上を占め、アクティビティの種別数においては、ウォータースポーツ、ゴルフ、乗馬が比較的多く提供されている。

単位：事業者数

| アクティビティ | 中北地域 | 峡東地域 | 峡南地域 | 富士・東部地域 | 総計 |
|------------|------|------|------|---------|-----|
| ウォータースポーツ | 13 | 1 | 5 | 62 | 81 |
| ゴルフ | 10 | 5 | 5 | 26 | 46 |
| 乗馬 | 16 | 1 | 0 | 7 | 24 |
| テニス | 4 | 0 | 1 | 13 | 18 |
| 自転車 | 4 | 4 | 0 | 6 | 14 |
| テーマパーク | 0 | 0 | 1 | 6 | 7 |
| スキー・スノーボード | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 |
| スカイスポーツ | 1 | 0 | 0 | 2 | 3 |
| 総計 | 49 | 12 | 12 | 123 | 196 |

出典：各市町村観光協会 HP 及びじゃらん観光ガイドを参考に山梨県が作成

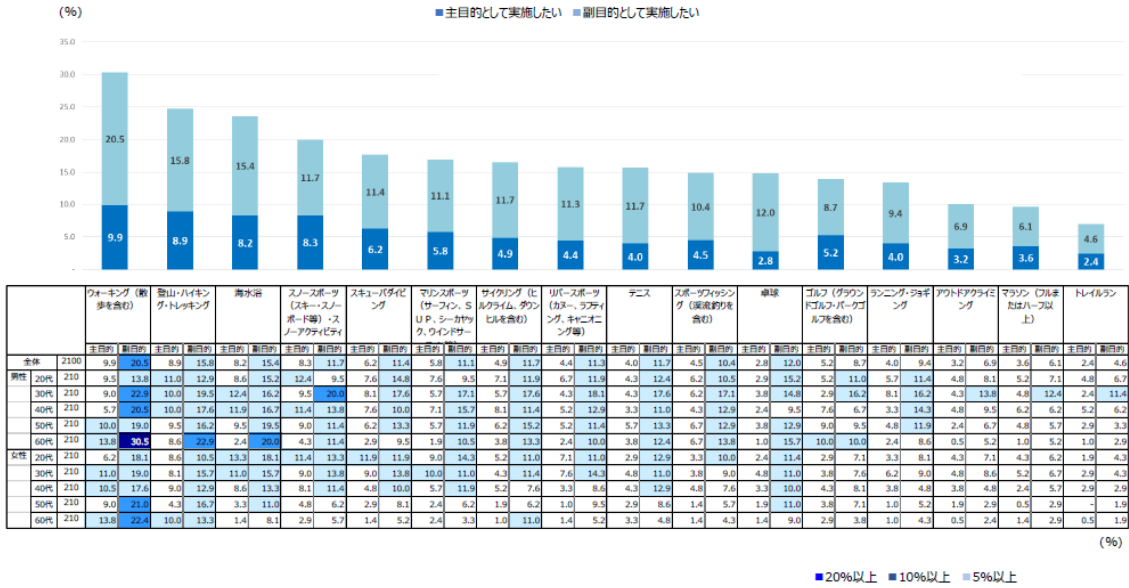
注) 各市町村観光サイトでの事業者件数及びじゃらん観光ガイド (<https://www.jalan.net/kankou>)
での山梨県における事業者数の総数※により、山梨県が作成 ※重複を除く

(3) 観光の状況

ア スポーツツーリズムへの関心

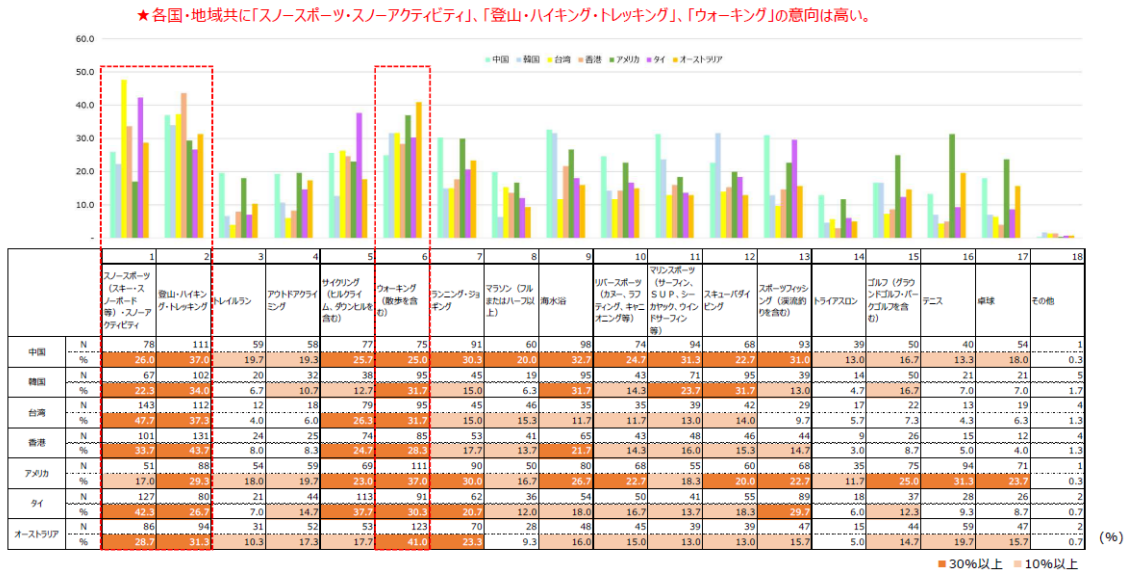
スポーツ庁が行った調査によると、経験してみたい「する」スポーツツーリズムとして、ウォーキングに続き、登山・ハイキング・トレッキングが男女、年代問わず上位となっている。また、この調査と合わせて行われた海外マーケティング調査においても、同様な意向が報告されている。

<国内>



出典：「スポーツツーリズムに関する国内マーケティング調査報告書」 スポーツ庁 2018/3 公表

<海外>



出典：「スポーツツーリズムに関する海外マーケティング調査報告書」 スポーツ庁 2018/3 公表

イ 本県への旅行目的

『旅行年報 2020』（公益財団法人 日本交通公社 2020/10）によれば、令和元（2019）年の観光・レクリエーションを目的とした国内宿泊旅行において、本県への旅行者の最も楽しみにしていたことは、「温泉に入ること」22.1%、「自然景観を見ること」18.5%、「スポーツやアウトドア活動を楽しむこと」13.6%となっている。

「スポーツやアウトドア活動を楽しむこと」は、全国平均 6.2%の倍以上であり、本県におけるスポーツやアウトドア活動に対するマーケットニーズが高いことがうかがえる。

| No. | 旅行先(都道府県)別の最も楽しみにしていたこと | 全体(%) (n=9364) | 山梨(%) (n=148) |
|-----|---------------------------------|----------------|---------------|
| 1 | 温泉に入ること | 15.4 | 22.1 |
| 2 | 自然景観を見ること | 12.2 | 18.5 |
| 3 | スポーツやアウトドア活動を楽しむこと | 6.2 | 13.6 |
| 4 | おいしいものを食べること | 18.7 | 10.5 |
| 5 | 文化的な名所(史跡、神社仏閣など)を見ること | 11.7 | 8.5 |
| 6 | 自然の豊かさを体験すること | 3.2 | 5.5 |
| 7 | 観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパークなど)を訪れること | 9.3 | 5.0 |
| 8 | 帰省・冠婚葬祭・親族や知人訪問 | 4.0 | 3.0 |
| 9 | その他 | 2.1 | 2.5 |
| 10 | 街や都市を訪れること | 4.0 | 2.1 |

注) 全 15 項目の内、上位 10 項目のみを掲載している。

また、同調査では旅行先の現地活動の状況も調査しているが、「登山・トレッキング」、「アウトドア体験」の特化係数¹はそれぞれ 2.60、1.48 で、全国と比較して高い数値となっている。

| No. | 旅行先(都道府県)別の現地活動(複数回答) | 全体(%) (n=9364) | 山梨(%) (n=148) | 特化係数 (小数第3位四捨五入) |
|-----|------------------------|----------------|---------------|---------------------|
| 1 | 果物狩り・農林漁業体験 | 1.8 | 8.6 | 4.78 |
| 2 | リゾート滞在(高原) | 3.4 | 9.2 | 2.71 |
| 3 | 登山・トレッキング | 2.5 | 6.5 | 2.60 |
| 4 | その他 | 2.3 | 4.8 | 2.09 |
| 5 | ゴルフ | 2.0 | 3.6 | 1.80 |
| 6 | 美術館・博物館 | 7.0 | 10.5 | 1.50 |
| 7 | アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など) | 2.3 | 3.4 | 1.48 |
| 8 | サイクリング | 1.2 | 1.6 | 1.33 |
| 9 | 温泉 | 37.5 | 48.1 | 1.28 |
| 10 | 自然や景勝地の訪問 | 39.5 | 42.7 | 1.08 |

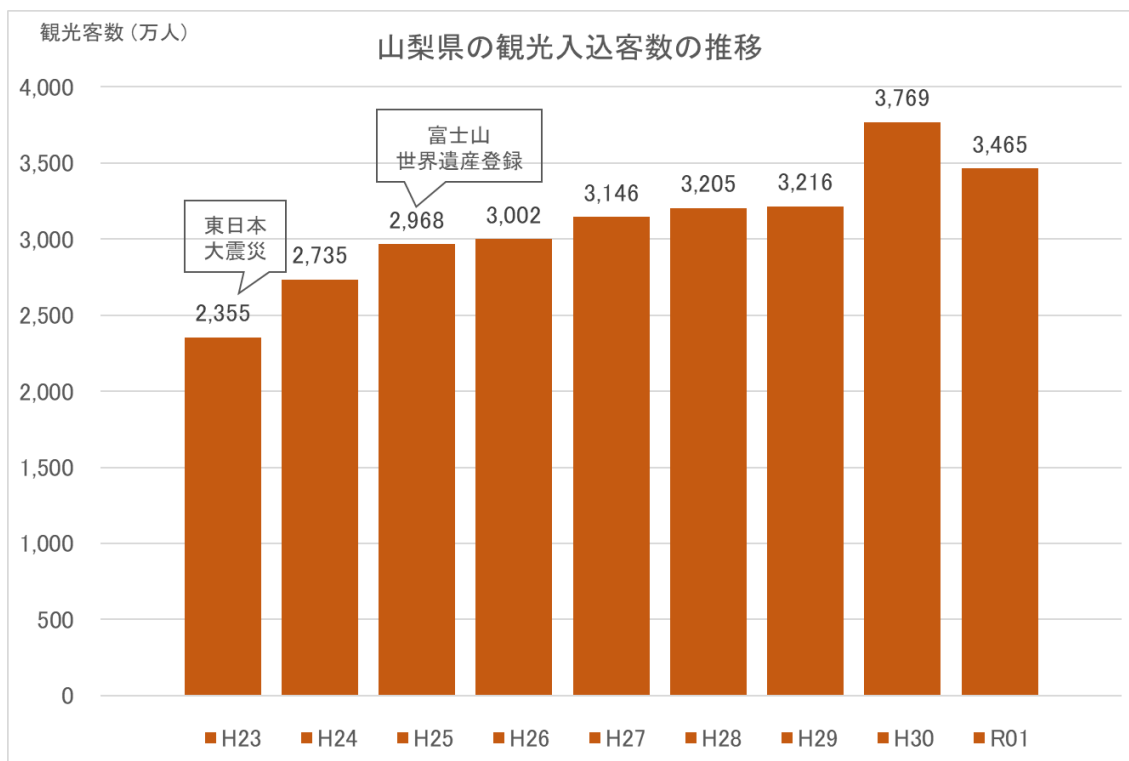
出典：「旅行年報 2020」（公益財団法人 日本交通公社 2020/10）を参考に山梨県が作成

注) 全 34 項目の内、本県の特化係数上位 10 項目のみを掲載している。

¹ 山梨県の割合÷全体の割合で算定。1 よりも大きければ当該活動を山梨で行った割合が全国よりも高い。

ウ 山梨県への観光入込動向

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の影響により、足元の観光入込は大変厳しい状況にあるが、本県における近年の観光入込客は、順調に増加し、平成30(2018)年において過去最高となった。なお、令和元(2019)年は、特に台風15号や19号による暴風や大雨の影響により、観光イベントの中止等が多く観光入込客数は減少している。



出典：令和元年 山梨県観光入込客統計調査

圏域ごとの令和元(2019)年の観光入込客数では、富士・東部が1,782万人と最も多く、構成比では51.4%を占めている。次いで峡東が542万人、峡中が496万人、峡北が402万人、峡南が242万人となっており、富士・東部地域に観光客が偏在している状況がうかがえる。

| 圏域名 | 令和元年 | | 平成30年 | |
|-------|------------|--------|------------|--------|
| | 観光入込客数(人) | 構成比(%) | 観光入込客数(人) | 構成比(%) |
| 峡中 | 4,962,682 | 14.3% | 5,721,589 | 15.2% |
| 峡東 | 5,423,319 | 15.7% | 6,172,513 | 16.4% |
| 峡南 | 2,423,320 | 7.0% | 2,433,297 | 6.5% |
| 峡北 | 4,019,567 | 11.6% | 4,864,961 | 12.9% |
| 富士・東部 | 17,816,624 | 51.4% | 18,495,368 | 49.1% |
| 年計 | 34,645,512 | 100.0% | 37,687,727 | 100.0% |

出典：令和元年 山梨県観光入込客統計調査

(4) スポーツ成長産業化に向けた取り組み

ア 山梨県

これまで本県では、スポーツツーリズムの推進を観光施策の一つとして位置付け、県内スポーツ施設を本県のホームページにて情報を掲載するなど、スポーツ体験を滞在メニューとして情報発信する取り組みを行ってきている。

特に、東京オリンピック競技大会において、自転車競技ロードレースのコースに本県が組み込まれたことから、これを好機としてサイクルツーリズムの促進を図ることとし、『やまなし観光推進計画』（令和元(2019)年改定)において、「県内全域におけるサイクリングの魅力を生み出し、来訪する自転車愛好者や旅行者にPRする」としたほか、サイクリング適地としての本県のプレゼンス向上を図るため、オリンピックコースを活用したイベントの開催・誘致や来客に向けた取り組みを始めている。

また、令和2(2020)年度からは県庁の組織再編も行き、スポーツによる本県経済の活性化に向けた取り組みをより一層本格化させていくこととしている。

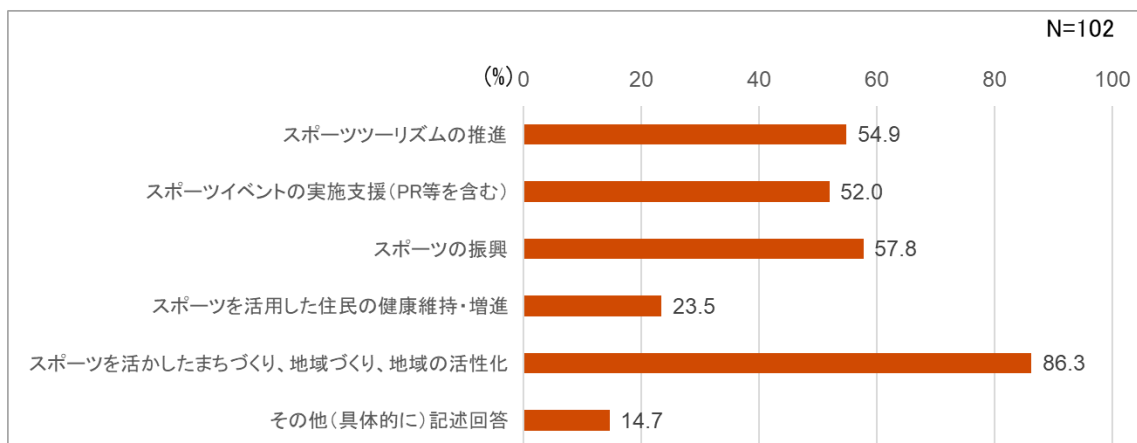
イ 国、他都道府県

国の施策方針の下、全国各地においてスポーツによる地域経済活性化に向けた様々な取り組みがそれぞれの地域の実情に応じて行われている。そのうち、本県でもこれまで検討の俎上にあがってきた「スポーツコミッション」と「スタジアム」について、また、スポーツと他産業とを掛け合わせる新たな動きについて、ここでは整理する。

(ア) スポーツコミッション

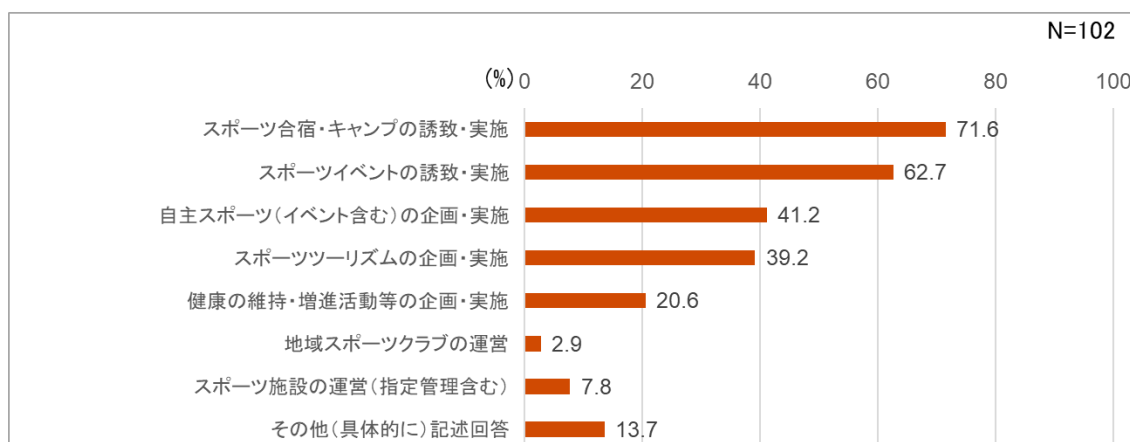
スポーツ庁は、スポーツツーリズムの推進などスポーツと地域資源を掛け合わせた地域活性化の主体となる「地域スポーツコミッション」の設立を推進しており、令和2(2020)年10月時点で、全国に159団体が設置され、スポーツ庁ではこれを令和3(2021)年度末までに170とすることを目標としている。

スポーツ庁が行った調査によると、全国のスポーツコミッションの設立の目的は、「スポーツを活かしたまちづくり、地域づくり、地域の活性化」が86.3%と最も多く、続いて、「スポーツの振興」57.8%、「スポーツツーリズムの推進」54.9%、「スポーツイベントの実施支援（PR等を含む）」52.0%となっている。



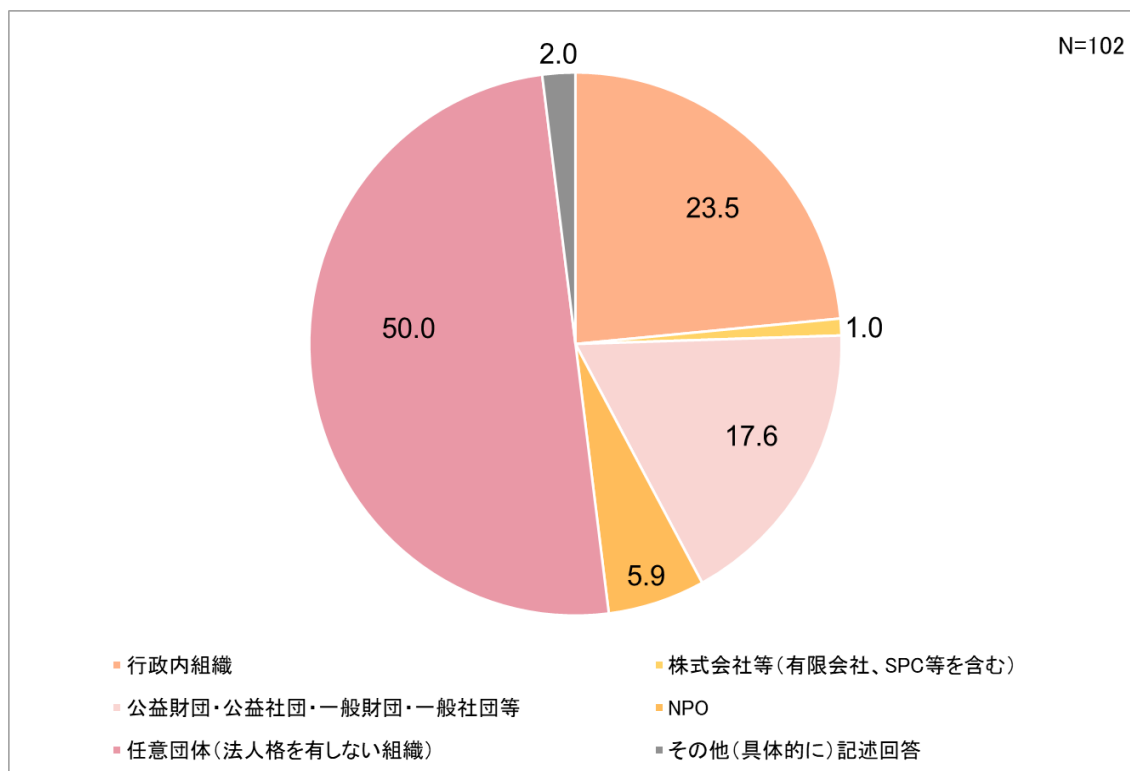
出典：地域スポーツの振興に関する調査研究（令和元年3月 スポーツ庁公表）

活動の内容は、「スポーツ合宿・キャンプ誘致・実施」71.6%が最も多く、続いて、「スポーツイベントの誘致・実施」62.7%、「自主スポーツ（イベントを含む）の企画・実施」41.2%、「スポーツツーリズムの企画・実施」39.2%となっている。



出典：地域スポーツの振興に関する調査研究（令和元年3月 スポーツ庁公表）

組織形態は、「任意団体（法人格を有しない組織）」50.0%が最も多く、続いて、「行政内組織」23.5%、「公益財団・公益社団・一般財団・一般社団等」17.6%となっている。



出典：地域スポーツの振興に関する調査研究（令和元年3月 スポーツ庁公表）

また、各スポーツコミッションにおける事業プランの収益規模を調査した結果、「スポーツイベント、大会の企画、誘致、管理運営」、「スポーツ施設の運営及び管理」が利益の大きい事例が多いことが判明した。

スポーツコミッションの各事業プラン収益規模

(単位:千円)

| 事業プラン | 団体名 | 所在地 | 収入 | 利益 | 備考 |
|-------------------------|------------------------------|------------|---------|----------------------------|--|
| 利益の大きい事例が多い事業プラン | 特定非営利活動法人スポーツコミュニティ軽井沢クラブ | 長野県軽井沢町 | 51,710 | 18,796 ※1 | ・規模、開催頻度、参加費により金額が異なる |
| | 佐渡市スポーツ協会 | 新潟県佐渡市 | 193,929 | 3,572 | |
| | 特定非営利活動法人名古屋スポーツクラブ | 愛知県名古屋市 | 1,791 | 124 | |
| スポーツ関連合宿の企画、誘致、手配 | 特定非営利活動法人 東北北海道スポーツコミッション | 北海道釧路市 | 0 | △57 補助金を除いた場合 △557 | ・誘致団体により支出の金額が異なる ※調査対象中、収支情報を公開していた1団体を参照 |
| スポーツツーリズムの企画、運営 | 一般社団法人 HAKUBA VALLEY TOURISM | 長野県北安曇郡白馬村 | 32,939 | 9,752 ※2 | ・事業内容により金額は異なる ・主な収入源は会費、物品売上等 |
| | 一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社 | 埼玉県秩父市 | 83,609 | 14,590 補助金を除いた場合 1,331 | |
| スポーツ関連の情報提供サービス | 特定非営利活動法人愛知スポーツ倶楽部 | 愛知県名古屋市 | 800 | 449 | ・利用する媒体により金額が異なる |
| | 特定非営利活動法人 東北北海道スポーツコミッション | 北海道釧路市 | 20,266 | 3,679 補助金を除いた場合 306 | |
| 利益の大きい事例が多い事業プラン | 特定非営利活動法人スポーツコミュニティ軽井沢クラブ | 長野県軽井沢町 | 145,638 | 52,658 ※1 | ・管理対象の施設の数、規模により金額が異なる。 ・主な収入源は指定管理料、施設使用料等 |
| | 特定非営利活動法人名古屋スポーツクラブ | 愛知県名古屋市 | 3,825 | 49 | |
| | 特定非営利活動法人 東北北海道スポーツコミッション | 北海道釧路市 | 14,279 | △2,623 | |
| スポーツクラブ及びスポーツ教室の経営、運営支援 | 特定非営利活動法人名古屋スポーツクラブ | 愛知県名古屋市 | 25,178 | 80 | ・開催頻度、規模により金額が異なる ・主な収入源は参加費や会員費等 |
| | 認定特定非営利活動法人朝日丘スポーツクラブ | 愛知県豊田市 | 25,104 | -1,546 補助金を除いた場合 △3,995 | |

※1 各事業の利益は租利益額となる。
※2 当該事業の利益は次年度への繰越金としている。

出典：NPO 法人ポータルサイト、各団体 HP

事例：スポーツコミュニティ軽井沢クラブ

| 組織概要 | | 事業概要 | |
|------|--|---|---|
| 所在地 | 長野県 軽井沢町 |  スポーツ施設の運営、管理 スポーツクラブ、教室の経営 |  スポーツイベント、大会の企画、誘致、管理運営 |
| 団体種別 | 特定非営利活動法人 | <ul style="list-style-type: none"> 軽井沢風越公園の指定管理業務実施 ※アイスパーク、総合体育館等、各種スポーツ施設が併設されていることを特徴とする、都市公園 | <ul style="list-style-type: none"> 風越公園内アイスパークにおけるワールドカーリングツアー 軽井沢国際カーリング選手権大会 2019 の主催 (平成30年度実績より) |
| 設立年 | 2004 |  |  |
| 活動内容 | <ul style="list-style-type: none"> スポーツ施設の指定管理業務及び自主プログラム スポーツイベントの運営 カーリングのアスリート支援 シニアが対象の各種教室 | <ul style="list-style-type: none"> 風越公園内各スポーツ施設における各種スポーツプログラム・教室の実施  | <ul style="list-style-type: none"> パラスポーツフェスタin軽井沢の受託 (平成30年度実績より)  |
| 特徴 | <ul style="list-style-type: none"> 指定管理施設での各種スポーツプログラム実施。スポーツイベント、大会主催、受託開催 国際的なカーリング大会に出場するカーリングSC軽井沢クラブ カーリング活性化プロジェクトを実施。事業収益はなし |  |  |
| 団体収支 | 経常収益: 259,060 経常費用: 241,442 当期経常増減額: 17,618 (平成30年度事業報告書より) | 事業収益: 145,638 事業費用: 92,980 事業利益: 52,658 (平成30年度実績より) | 事業収益: 51,710 事業費用: 32,914 事業利益: 18,796 (平成30年度実績より) |

※ 各事業の利益は租利益額となる。

出典：NPO 法人ポータルサイト、スポーツコミュニティ軽井沢クラブ報告書よりまとめ

(イ) スタジアム・アリーナ

スポーツ庁は、スタジアム・アリーナを飲食、宿泊、観光等周辺産業へ経済波及効果や雇用創出効果を生み出す地域活性化の起爆剤となる潜在力の高い基盤施設とし、街なかに立地し公共施設や商業施設などの機能を組み合わせた多機能複合型のスタジアム・アリーナなど、厳しい財政状況の中でもサステナビリティが確保できる、民間活力の導入などによる施設整備・管理の在り方を提言している。

最近では、長崎市においてサッカースタジアムを中心にアリーナ・オフィス・商業施設・ホテルなどの周辺施設を民間主導で開発するプロジェクトが進行しているほか、広島市において中央公園広場にサッカースタジアムを建設するとともに、にぎわい機能の導入などにより、中央公園広場全体が一体的に機能するような広場エリアの再整備を行う事業が進められている。

<スタジアムを巡る昨今の状況>

・スタジアムにおける ICT 化などスマートスタジアムの流れ

Jリーグでは、スタジアムの Wi-fi 環境の整備や情報サービスの提供などの ICT 化事業である「スマートスタジアム」を推進している。具体的には、先進技術を使った新たな映像サービスや観戦スタイルの提供、スポーツを契機とした地域振興・デジタルマーケティングに取り組むこととしている。

事例：タンピネスハブ (Our Tampines Hub) (シンガポール)



| 基本情報 | | | |
|------|---------------------|------|--|
| 所在地 | シンガポール | 開業年 | 2017年 (2013年着工) |
| 収容人数 | 約 5,000 人 (タウンスクエア) | 運営者 | People's Association (人民協会) |
| 所有者 | シンガポール政府 | 施設概要 | スタジアム、プール、インドアアリーナ、フィットネス、地域図書館、行政施設、クリニック、医療・福祉系施設、シアター、ショッピングモールなど |

| 特徴 | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> スタジアム、プールやフィットネスジム等スポーツ施設の機能に加えて、行政施設や医療・福祉施設、レクリエーション施設、ショッピングモールや飲食店といった商業施設が集積する地上7階、地下2階の施設。地域のコミュニティーや日常生活の拠点として活用されており、試合がない平日でも賑わいが創出されている 国策の一環として2011年に策定されたVision2030を基に整備された施設。シンガポール国内において、タンピネスハブを含め計5つのスタジアムが建設される予定 シンガポール政府所有で、施設全体はPeople's Association (人民協会)²が管理・運営し、スイミング・プールやフィットネスなど主なスポーツ施設についてはSports SG (スポーツ・SG) が共同管理・運営 スタジアム、Arena OHT、Community Auditorium は人民協会が管理・運営 |  プール |



出典：People's Association (人民協会) HP (人民協会の許可の下作成)、Jリーグシンガポール視察 2019 報告書よりまとめ

² People's Association (人民協会)：1960年に設立された法定委員会。Ministry Of Culture, Community And Youth (MCCY 文化・社会・青年省)が所管する団体。約 1800 に及ぶグラスルーツ組織、100以上のコミュニティー・クラブ、5つのコミュニティー開発評議会を統括・監督

事例：シティホールプラザアオーレ長岡（新潟県）



| 基本情報 | | | |
|------|--|-----|-----------------------------|
| 所在地 | 新潟県長岡市 | 開業年 | 2012年 |
| 収容人数 | 約5,000人(アリーナ) | 事業費 | 総額131億円 |
| 所有者 | 長岡市 | 運営者 | NPO 法人ながおか未来創造ネットワーク (CINA) |
| 施設概要 | アリーナ、ナカドマ（屋根付き広場）、シアター、議場、総合窓口、災害対策本部、売店、カフェなど | | |



| 特徴 | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 長岡駅前に位置し、ナカドマ（屋根付き広場）を中心に、市役所、議会、アリーナ、市民交流ホール、シアターが一体となった複合施設。あらゆる世代の多様で自発的な活動を実現する場、市民活動の「ハレ」の場として、皆が憩い集う『市民交流の拠点』を目指している。 アリーナ ーBリーグ所属の新潟アルビレックスBBのホームアリーナーアリーナでは各種イベント、スポーツ、コンベンションなど多目的利用が可能。 アリーナの大開口扉を開くと、ナカドマとの一体的な利用ができ、駅前通りである「大手通り→ナカドマ（屋根付き広場）→アリーナ」まで全てフラットな大空間となるような、施設自体が開かれた形状の施設となっている。 計画段階から、市民協働・交流の拠点づくりをコンセプトとして検討を進められ、オープン後は、NPO法人が運営を行い、自主企画イベントも実施している。 市内在住者に限定した住民参加型市場公募地方債「アオーレ長岡市民債」を発行し、事業費の一部に充当されている。 |  <p>総合窓口</p>  <p>議場</p> |

出典：アオーレ長岡 HP、長岡市 HP よりまとめ

事例：カシマサッカースタジアム（茨城県）



| 基本情報 | | | |
|------|---------------------------------------|------|---------------------------|
| 所在地 | 茨城県鹿嶋市 | 開業年 | 1993年 |
| 収容人数 | 40,830人 | 事業期間 | 10年間(2011年～2021年) ※指定管理期間 |
| 所有者 | 茨城県 | 運営者 | (株)鹿島アントラーズ・エフ・シー(指定管理) |
| 施設概要 | スタジアム、ミュージアム、スポーツクリニック、売店、会議室、フィットネス等 | | |

| 特徴 | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 2006年から(株)鹿島アントラーズ・エフ・シーが指定管理者としてスタジアムの管理運営を実施 アントラーズのチームドクターが持つスポーツ医学のノウハウを地域に還元することを目的に、アントラーズスポーツクリニック（整形外科クリニック）を併設しているほか、スタジアム内に「カシマサッカーミュージアム」を併設 以下のイベントや事業を行い、多目的にスタジアムを活用 <ul style="list-style-type: none"> スタジアムツアー スタジアムのコンコースを活用したビアガーデン パブリックビューイング 等 Jリーグが進める「スマートスタジアム」事業のパイロットスタジアムとなっており、専用ポータルサイト「ANTLERS Wi-Fi PORTAL」を立ち上げているほか、VR動画配信、AR技術を活用したイベントを実施。キャッシュレス決済の導入なども行っている |  <p>クリニック</p>  <p>パブリックビューイング</p> |

出典：茨城県 HP、カシマサッカースタジアム、アントラーズスポーツクリニック HP よりまとめ

©KASHIMA ANTLERS

(ウ) スポーツと他産業の融合

スポーツ庁においては、スポーツ界が有するリソースのオープン化と他業界との連携によるイノベーション創出を推進するため、スポーツオープンイノベーションプラットフォーム（SOIP）の構築に取り組んでおり、「スポーツオープンイノベーションプラットフォーム北海道」（北海道経済産業局）などの先行例がある。

このほか、スポーツと他産業との融合として、世界遺産や国立公園内をコースとすることで魅力発信を図る日光国立公園マウンテンランニング大会の開催（スポーツ×文化）、スポーツ選手が活動の合間に労働力不足の農業を手伝い、WinWinのビジネスモデルを構築している「フレッサ福岡」（ハンドボールクラブチーム）（スポーツ×農業）など様々な動きが始まっている。

更に、「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2020 改訂版)」における地方創生の取り組みの一つとして、近年注目を集めるワーケーションについても、仕事の空き時間にスキー、サーフィン、ダイビングなどを楽しむことができる環境を整え、他地域との差別化を図る取り組みが始まっている。

<先行事例>

3-1. スポーツ・オープンイノベーションを実現するためのプラットフォームの構築

- ▶ スポーツと異業種の連携により、持続的に新たなビジネスを生み出すためには、スポーツをはじめ、ITやコンテンツ、食、観光、地域（自治体）等のあらゆる産業や関係者が連携・融合し、新たなイノベーションを生み出していくことが重要。
- ▶ このため、スポーツや関連する異分野（業種）に精通するコーディネーターを配置し、マッチングやピッチコンテスト等を通じて、各企業・地域が強みを持つ技術やアイデア、サービス、ノウハウ、データなどをスポーツと組み合わせることにより、新たなビジネスやサービスの創出に繋げる。



出典：北海道スポーツ関連産業創出プラン（2019/5 経済産業省 北海道経済産業局 健康・サービス産業課）

スポーツ文化ツーリズムアワード2019
【スポーツ文化ツーリズム賞】入賞



(申請団体)
日光トレイルランニング実行委員会

日光国立公園マウンテンランニング大会



取組概要

2015年の台風18号の被害を受けた日光・鬼怒川に元気を取り戻したいと願う地元若者によって立ち上げたトレイルランニングの大会。
行政からの支援を受けず、国やスポーツ関連団体からの補助金にも頼らない完全自主運営で実施。
大会の一番の魅力は「世界遺産や国立公園内を走れる」ことであり、世界に誇る日光の二社一寺を大会会場に、日光の大自然に触れながら駆け抜けるコースはトレイルランニング業界でも注目を集めている。

評価ポイント

- 日光の世界遺産や国立公園内を駆け抜け、歴史文化と大自然の両方を満喫できる稀有なスポーツイベント。
- 文化資源と大自然の組合せはインバウンドの訴求力も高く、全国のモデルとなり得る。また、エコツーリズムとしても期待。
- 集客力も高く、開催による経済効果も大きく、地域活性化に大きく貢献。

出典：スポーツ庁 HP スポーツ文化ツーリズムアワード 2019

(5) 本県のスポーツ成長産業化に向けた SWOT 分析

県内スポーツ関連団体、県内観光団体、県内金融機関、大手旅行会社、大手デベロッパーへのサウンディング調査の結果等を踏まえ、スポーツの成長産業化に向けて取り組む上での本県を取り巻く環境について SWOT 分析により整理した。

| SWOT分析 | | |
|--------|---|---|
| | プラス要因 | マイナス要因 |
| 内部環境 | <p>強み (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 富士山をはじめとする観光資源 ・ フルーツ王国やまなし ・ 首都圏からのアクセス性 ・ 日照時間日本一 | <p>弱み (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊者と比較し日帰りの観光客が多い ・ 観光資源のPR不足 ・ 富士山とそれ以外の観光資源の集客力の差 ・ 大都市と比較して集客能力が低い ・ スポーツと他産業をつなげる組織が存在しない |
| 外部環境 | <p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東京オリンピック自転車ロードレースの開催 ・ テレワークへの関心の高まり ・ 中部横断自動車道全線開通 ・ リニア中央新幹線の開業 | <p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化社会の到来 ・ 就職時における人口流出 ・ 新型コロナウイルス感染症による影響 |

ア 本県における強み

本県は、県土の78%を森林が占め、富士山や南アルプス、八ヶ岳など山々がそびえ、四季折々で表情を変える美しい自然に囲まれており、アウトドア市場との親和性が非常に高い。

また、温度、湧出度、泉質などバラエティーに富んだ温泉・冷鉱泉が各地域にある温泉大国であるとともに、多くの果物が作られており、特に「ぶどう」「もも」「すもも」は国内最大の生産量を誇り、近年では、国内はもとより海外にも輸出され人気を博していることから、シーズンには、多くの人々が山梨の果物を楽しむために来訪している。

このように豊富な観光資源を持った本県は旅行者の大供給地である首都圏に隣接しており、JR中央本線や中央自動車道により、都心から約1時間30分から2時間でアクセスできる立地環境であることも強みである。

更に、年間降水量が全国と比較して少なく、中でも、中央の盆地エリアや北部の八ヶ岳山麓は特に日照時間が長い地域として知られており、天候面での強みも保持している。

イ 本県における弱み

令和元(2019)年の本県における観光客の滞在状況(日帰り、宿泊)については、「日帰り」が67.7%、「宿泊」が32.3%となっており、日帰り観光客が多い状況である。³

また、富士山を目的とした富士・東部地域への観光入込客が約半数を占めており、サウンディング調査では、来訪者に認知されていない県内観光資源が多く、最大限活用できているとは言えないとの意見が寄せられているほか、大都市と比較して人口規模が小さく、集客能力が低いとの指摘もある。

更に、スポーツ庁が設置を推進している地域スポーツコミッションが未設置であり、スポーツと他産業を結びつける組織が存在していない状況である。

ウ 本県における機会

県内において、東京オリンピック自転車競技ロードレースの開催が予定されることから、国内はもとより、国外の観光客の取り込みが期待されるとともに、本県を広く知ってもらう機会を有している。

また、内閣府が行った調査⁴によると、今後のテレワーク実施希望者の割合が就業者全体で36.7%となり、約3分の1がテレワークを希望しているほか、東京圏(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県)に居住している31.5%が地方移住に関心を示しているなど、二拠点居住に取り組む本県にとって、大きなチャンスであるといえる。

³ 出典：令和元年 山梨県観光入込客統計調査

⁴ 第2回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査(内閣府 令和2年12月24日公表)

更に、中部横断自動車道の全線開通（山梨-静岡間）、リニア中央新幹線の開業（東京-名古屋間）により、近隣地域から本県へのアクセス性の一層の向上が見込まれている。

エ 本県における脅威

日本の65歳以上人口は、昭和25(1950)年には総人口の5%に満たなかったが、高齢化率は上昇を続け令和元(2019)年10月現在では28.4%に達する。一方、出生数は、令和元(2019)年に86万人であったものが、令和47(2065)年には56万人にまで減少すると推計されており⁵、日本全体の社会経済全般における活力減少が懸念される。

また、本県における転出者の年齢別の割合では、20～29歳が48.79%と、20代が占める割合が高く、特に、20～24歳の割合が30.62%と突出して高くなっており⁶、就職を機に転出する傾向がうかがえ、本県地域活力の減少が懸念される。

更に、新型コロナウイルス感染症の影響により、人の移動が制限され、各種スポーツ大会・イベント等が中止・延期・規模縮小を余儀なくされるとともに、それに伴うニーズの変化への対応といったスポーツに係る新たな課題も生じている。

2 課題

前項で整理した本県における現状からスポーツの成長産業化を推進する上での課題を以下のとおり整理する。

(1) ステークホルダーの意識共有

県内においては、県立の総合スポーツ公園が甲府市及び富士吉田市に所在するほか、各市町村においてスポーツ施設が整備されており、そうした施設を拠点として各競技団体が活動している。しかしながら、各競技団体は、第一義的には競技力の向上を目的としているものがほとんどであり、それらを統括する山梨県スポーツ協会を含め、本県競技関係者にはスポーツをビジネスと結び付け、収益力の向上を図ろうとする確固としたマインドにまでは至っていないのが実情である。

このため、県が先導して、必要に応じて経営の専門家や競技関係者の参画も得ながら、スポーツを活用して収入を得るビジネスモデルを構築し、競技関係者や観光事業者などのステークホルダーの共感を得ることにより、スポーツビジネスに参画するプレーヤーの拡大につなげていくことが肝要である。

(2) 「売り」の明確化

前項におけるSWOT分析で明らかにしたとおり、本県の最大の強みは、旅行者の大供給地である首都圏に隣接し、車や電車の利用により都心からわずか1時間30分から2時間で都会の喧騒を忘れさせる豊かな自然を堪能できることにある。

一方、前述のとおり、最近の旅行市場のトレンドとしてアウトドア系の体験ニーズが

⁵ 令和2年版高齢社会白書（内閣府）、令和元年(2019)人口動態統計（厚生労働省）

⁶ 令和元年度山梨県常住人口調査結果報告書

高まってきており、本県は、山、森林、川、湖など多彩な自然体験フィールドを有し、市場動向に的確に答えられる潜在的な供給力を包含しているものと言える。

こうした強みをツーリズムにおける「売り」として磨き上げ、本県への観光客拡大につなげるため、たとえば、若年層に人気のMTBやスケートボードなどアウトドア系スポーツと既存の観光とを結びつけ、若者や子育て家族といった新たな客層に訴求していくことが必要である。

(3) 推進体制の構築

前掲「ステークホルダーの意識共有」「『売り』の明確化」を進めていく上では、スポーツと景観・文化などの地域資源とを掛け合わせ、地域振興につなげる主体として国が設立を推奨する「地域スポーツコミッション」の存在が大変に重要である。

本県の強み、弱みなどの実情に即し、最も効果的・効率的な組織の在り方について検討の上、設立に向けた取り組みを進めることが必要である。

(4) スポーツ施設の高収益化

スポーツの成長産業化に向け、アウトドア系スポーツの促進など本県の有する豊かな自然を最大限に活用する一方で、公共スポーツ施設においても、単なる場所貸しにとどまらず、多機能化や複合化による施設利用の多角化など、収益力を高める工夫を凝らしていくことが重要である。

そうした観点から、国においても「スタジアム・アリーナ改革」を提唱しているところであり、施設の整備・運営管理に当たり、民間ノウハウを活用しながら稼げる施設とすることが必要である。

第5 目指すべき姿

前章で整理した現状と課題を踏まえた本県のスポーツ成長産業化の目指すべき姿を以下のとおり整理する。

自然、フルーツ、温泉をはじめ本県が世界に誇る地域の魅力とともに、アウトドアスポーツなど本県ならではのスポーツを楽しむため、あるいは、県内各地における年間を通じたスポーツ合宿やイベント等に参加するため、多くの方々が本県を訪れる環境づくりを進めることとする。

そのことにより、本県を「スポーツで稼げる県」とし、観光消費支出の拡大による県内産業の活性化や、選手・観客のサポートなど新たな関連ビジネスの集積・拡大を図り、県内経済の活性化と雇用機会の創出につなげることを目指す。

第6 基本戦略・施策（KPI）

前項で整理した目指すべき姿の実現に向け、基本戦略・施策を以下のとおり整理する。

●基本戦略1：スポーツで稼げる県づくりのための体制整備

本県のスポーツ成長産業化の中核を将来にわたり自律的に担う組織として、地域、競技、産業、教育など各分野のステークホルダーの参画を得ながら「地域スポーツコミッション」の設立に取り組む。

<KPI:地域スポーツコミッションの設立数 1件>

【施策1】地域スポーツコミッションの設立

本県全域をカバーする地域スポーツコミッションとして「やまなしスポーツエンジン（仮称）」の設立に取り組むこととする。

「やまなしスポーツエンジン（仮称）」は、スポーツツーリズムの推進をはじめ、スポーツ大会・合宿等の実施支援、スポーツと他産業との連携、それらに関わる人材の育成などの活動を行うこととし、その活動を通じて、スポーツ関連消費を本県に取り込み、県民所得向上、雇用創出、定住人口増加など、地域活性化に貢献し、スポーツで稼げる県づくりを牽引する組織となることを目指すものである。

その実現のため、「スポーツによる地域活性化懇話会」においては、地域、競技、産業、教育など各分野のステークホルダーの協力の獲得と、ビジネスとしての利益追求に徹することができる株式会社等の法人組織による運営の必要性が指摘されている。

このため、各関係者の参画を得ながら組織のコンセプトづくりから始め、収支計画や事業手法などの運営に当たっての詳細計画を詰めながら、組織設立に向けた取り組みを進める。

<スケジュール>

令和3(2021)年度 設置準備委員会の開催、設置準備
(実施主体：県)

令和4(2021)年度 やまなしスポーツエンジン（仮称）の設置、運営
(実施主体：県・関係団体、やまなしスポーツエンジン(仮称))

●基本戦略2：本県の強みを生かしたスポーツツーリズムの推進

首都圏からの近さや恵まれた自然環境、豊富な観光資源、東京オリンピック自転車ロードレースコースなど本県の強みを最大限に生かし、アウトドアアクティビティの促進をはじめ、スポーツ大会やイベント、合宿の誘致などに取り組み、スポーツツーリズムの県内全域における展開を推進していく。

<KPI:スポーツ等を目的とする県内観光客数(※) 令和元(2019)年以上>

注) (※)「スポーツ等」とは、レクリエーション、登山、トレッキングを含む。

【施策2】 サイクルツーリズムの推進

東京オリンピック自転車競技ロードレースのコースに選定されたことにより、本県に対する国内外のサイクリストの関心は高まっている。これをセールスポイントとしたサイクルツーリズムを推進し、本県におけるスポーツツーリズム拡大の突破口としていく。

<スケジュール>

令和3(2021)年度 サイクルルートの創出・発信

(実施主体：県)

令和4(2022)年度 サイクルルートの創出・発信

(実施主体：県・やまなしスポーツエンジン(仮称))

【施策3】 アウトドアアクティビティの促進

子育て家族が安心して楽しめるアクティビティの開発支援や、東京オリンピックの競技種目として人気が一層高まりつつあるマウンテンバイクの普及支援など、アウトドアアクティビティの促進に取り組み、若年層や子育て家族などの新たな客層への本県魅力の訴求力を高め、来県につなげる。

<スケジュール>

令和3(2021)年度 民間企業や関連団体と連携したスポーツアクティビティの創出

(実施主体：県)

令和4(2022)年度 民間企業や関連団体と連携したスポーツアクティビティの創出

(実施主体：やまなしスポーツエンジン(仮称)・県)

【施策4】 スポーツ大会・イベント・合宿の実施促進

新型コロナウイルスの感染状況に留意しつつも、大規模なスポーツ大会やイベント、競技団体や学校などによる合宿は、一般的には、相当数の参加者・観客が訪れ、宿泊、飲食、物販など地域経済に幅広く潤いをもたらすものである。

特に、本県においては、豊かな自然環境に加え、夏場でも冷涼な高原地域もあることから、スポーツやスポーツをメニューに組み込んだサマーキャンプの適地といえる。

その取り込みに向けては、スポーツコミッションが機能を発揮するところであるが、その設立までの間においても、本県の受け入れ環境等について積極的な情報発信に取り組む。

<スケジュール>

令和3(2021)年度 本県スポーツ施設情報の発信、大会等の誘致

(実施主体：県)

令和4(2022)年度 本県スポーツ施設情報の発信、大会等の誘致・開催

(実施主体：やまなしスポーツエンジン(仮称)・県)

●基本戦略3：スポーツの活用による他産業の新たな財・サービスの創出

県内経済の成長に向け、スポーツ産業そのものの拡大や観光産業との連携を図る取り組みを進める一方で、その他の産業においても、スポーツ団体等が有する人的・技術的

リソースを活用した新たな財やサービスによりビジネスの創出が発現されるよう、スポーツ産業との連携の可能性を探る。

<KPI:スポーツと他分野の連携数 1件以上>

【施策5】 スポーツ×〇〇の推進

スポーツと二拠点居住、スポーツとワーケーション、スポーツと農業や農泊など、様々なスポーツ資源と他産業における財やサービスとの効果的な掛け合わせについて研究し、実装に向けた取り組みを進める。

<スケジュール>

令和3(2021)年度 連携の検討と関係者調整

(実施主体:県)

令和4(2022)年度 連携の検討と関係者調整

(実施主体:やまなしスポーツエンジン(仮称)・県)

●基本戦略4:スポーツ施設を核とした地域経済活性化

これまでコストセンターとしてとらえられていたスポーツ施設に対する固定観念や前例主義の見直しを図り、スポーツ施設を地域資源ととらえ、まちづくりや地域経済活性化の核とする取り組みを進める。

<KPI:スポーツツーリズムにおける既存施設の活用数 1件以上>

【施策6】 既存施設の再評価

スポーツツーリズムの拠点としての活用やデジタルトランスフォーメーションの進展など、スポーツ施設を取り巻く社会経済情勢の変化に合わせ、より収益の向上が得られる施設の在り方について、指定管理者等と連携しながら検討を進める。

<スケジュール>

令和3(2021)年度 県有スポーツ施設整備の考え方の整理

(実施主体:県)

令和4(2022)年度 県有スポーツ施設の高度利用に向けた検討・活用

(実施主体:やまなしスポーツエンジン(仮称)・県)

【施策7】 ポストコロナ時代の総合球技場の在り方検討

(1) 民間活力導入に向けた検討

山梨県は、新たな総合球技場の整備について、基本構想や基本計画(案)を策定するなど実現に向けた検討を進めてきたが、その過程において、整備費や運営費に対する多大な財政負担の懸念が払拭し得ないことから、民間活力の導入や施設の多機能化などによるプロフィットセンター化を目指すこととし、有識者からなる「スポーツによる地域活性化懇話会」において意見聴取するなど、検討を深めてきたところである。

懇話会においては、整備に当たっての民間資金調達や、運営上の収益力確保・コスト

負担軽減のためには、実際の整備・運営に関わる可能性のある民間事業者を構想段階から主体的に関与させていくことが重要であることが指摘されたほか、そうした力強い事業推進リーダーの下、官民の役割・リスク分担を明確化しながら連携体制を構築し、綿密な市場分析や収益構造の検討を踏まえた施設計画、運営計画、収支計画を練り上げ、事業化に取り組んでいくことの必要性も示された。

取り分け優れた事業推進リーダーの確保が不可欠とされたものであり、その実現への対応も含め、民間活力を導入するための方策について更に検討を進めていく必要がある。

(2) ポストコロナ時代における施設の在り方検討

一方、懇話会においては、新型コロナウイルスの感染拡大を踏まえ、総合球技場の在り方について再考することの必要性も示唆されている。

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大がほぼ1年に及び、生活様式の様々な面においてウィズコロナ、ポストコロナを反映した新常态が現れてきている。スポーツ観戦においても、スタジアムに何千人、何万人が集まって大声で応援する光景は大きく様変わりし、3密回避のため、無観客としたり入場者数の制限や座席間隔の確保を行ったりするなど、会場を満席にして入場料や広告料で収益を上げる従来のビジネスモデルは、大変厳しい状況にさらされている。

こうした中、第5世代移動通信システム(5G)の普及などICT環境の向上と相俟って、インターネットを介しオンラインで観戦・応援できるなど、必ずしも会場にいなくてもリモートでリアルな体験を楽しむことができるサービスが現れてきている。

これまでの総合球技場の検討においては、(公社)日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)のスタジアム基準を基本として仕様を想定してきたものであるが、現時点においてそのフル稼働が解禁される見込みは立っておらず、仮に今後、新型コロナウイルスの感染拡大が収束したとしても、将来的に未知なる感染症の発生の可能性は否定できず、これからの施設整備に当たっては、そうしたリスクに備えた設計としていく必要がある。

このため、今後の新型コロナウイルスの感染状況や、Jリーグをはじめとした多観客試合主催者による感染防止対策の知見獲得、更にはデジタルトランスフォーメーションなどICT技術活用の動向に注視しながら、ポストコロナ時代にふさわしい施設の在り方について検討していく。

