

地域スポーツコミッションの役割 —文化×スポーツ×観光—

金沢文化スポーツコミッション代表 平 八郎

2015年にスポーツ庁が設置され、各地にスポーツコミッションの設立を呼びかけて3年が経過した。2019年10月現在で全国に118のスポーツコミッションが設立されている。2021年までに170団体の設立が目標である。

金沢文化スポーツコミッションは、2018年7月1日に設立され、金沢の地域資源である「文化」を活用し「文化×スポーツ×観光」をコンセプトにしたユニークな活動を行っている。

本稿では、金沢文化スポーツコミッションの設立経緯や活動実績を紹介し、地域におけるスポーツコミッションの役割を論じたい。

1 今、なぜスポーツなのか

世界のメガスポーツイベントのトップ3と言われる

- ・FIFA ワールドカップ (サッカー)
- ・オリンピック・パラリンピック
- ・ラグビーワールドカップ

のうち2つの大会が日本国内で行われ、2021年にはワールドマスターズゲーム大会も続くスポーツのゴールデンイヤーズが始まっている。このようなメガスポーツイベントが3年間も続くのは、世界的にも稀なことである。

もちろん、メガスポーツイベントが毎年開催されること以上に重要なのが、スポーツが本質的に持っている可能性である。スポーツが持つ力は、単に「感動」を与えることに留まらず地域への経済的効果と社会的効果を創

出する。

スポーツを「活用」した地域活性化の取組、所謂、「スポーツツーリズム」が今後の重要なテーマになる。

(1) 経済的効果

スポーツが生み出す経済効果には、主にプロチームによる興行的経済活動と国際大会、全国大会の誘致、および合宿の誘致による交流人口の拡大から生まれる消費活動がある。

大会選手団や参加者、観戦者の宿泊、飲食、お土産、観光、2次交通費等が大きな消費要素である。

(2) 社会的効果

スポーツが生み出す社会的効果は、従来か

ら言われる心身の鍛錬を通じた健康増進やスポーツ実施率向上による長寿社会の実現等だけではなく、シティブランドやシティプロモーション、地域の一体感の醸成、さらには交流人口拡大から起こるイノベーション、新たなビジネス機会の創造等多岐にわたる。

スポーツの持つ力を最大限に活用することがスポーツコミッション（SC）の担う役割である。

2 金沢文化スポーツコミッション設立経緯

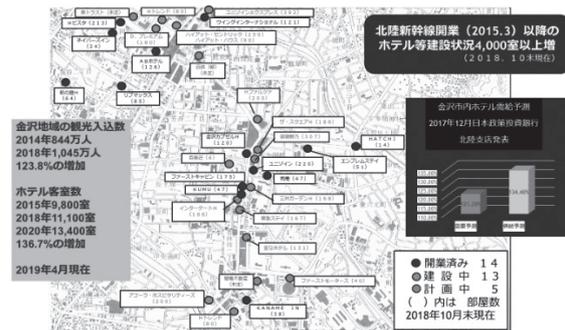
設立の経緯というものは、公式非公式を問わず、それぞれの置かれた立場によって異なる受け止めをする。ここでは、設立とともに代表に就任した私の視点から設立経緯を述べる。

最も特筆すべきは、「市長の強い意志」である。文化都市と呼ばれる金沢において、スポーツも文化であるという思いと将来世代に多様性のある道を作りたいという強い意志が、様々な関係機関を動かし、設立に向けた検討委員会を生み、準備委員会へと繋がり、設立に至った。おおよそ、3年を費やしている。

また、代表を民間人から登用するというのも初めから貫かれた市長の固い意志である。

自治体である金沢市は、もちろんのことであるが、市民を対象にしたスポーツの振興は当たり前のように実施している。スポーツコミッションに期待されることは、「交流人口の拡大」であり、経済的な側面からも既存のスポーツ大会の誘致活動の必要性があった。

2015年3月の北陸新幹線金沢開業以来、金沢エリアへの観光入込数は堅調に伸びてい



たが、それとともに宿泊施設の供給計画も需要予測を上回る勢いで、発表されていた。

日本政策投資銀行金沢支店が2017年12月に発表した需給予測では、2014年対比で、需要予測は121%、供給計画は134%であった。

2019年4月現在で、入込数は124%に増加するもホテル客室数は137%に増加している。

金沢への入込の動機は、観光・ビジネス・MICEが主な目的であることから、それ以外の目的＝スポーツを活用した誘客が必要になった。

金沢文化スポーツコミッションの設立前の2018年4月には「金沢市スポーツ文化推進条例」が制定され、「スポーツで人とまちを元気にする」ことに積極的に取り組むことを表した。

本条例の中でも第10条第3項にスポーツコミッションが市に代わって行うべき役割が明記されている。

金沢市スポーツ文化推進条例第10条第3項では、「市は、スポーツの競技会、大会、合宿等（以下「競技会等」という。）への参加又は観戦のため国内外から来訪する者が市内及び周辺の観光地を巡り、又は市民と交流することによる地域の活性化を図るため、事

業者及びスポーツ関係団体と連携し、競技会等の開催又は誘致その他必要な施策を講ずるものとする。」とある。まさに、スポーツツーリズムを念頭に置いた項目である。

また、2018年7月の設立と同時に制定された「金沢市文化スポーツイベント誘致開催奨励金・補助金制度」は、とてもユニークな制度であり、設立後の誘致活動を確実にバックアップする制度である。

本制度に関しては、金沢文化スポーツコミッションの活動実績の中で紹介する。

SC設立にあたって、最も重要なのは、「市長の強い意志」と言っても過言ではない。

3 金沢文化スポーツコミッションの活動

スポーツを「する人」「観る人」「支える人」を応援する3本の柱。

(1) 誘致・誘客

金沢文化スポーツコミッションの最も重要視すべき活動領域は、スポーツイベントの誘致による交流人口の拡大を担う柱である。

前述のように、誘致活動を支えているのは、金沢市の制度であり、ユニークな視点は、運営をする地元団体を重視した部分にある。

上記は金沢文化スポーツコミッションの



2019年度 制度概要

金沢市文化スポーツイベント誘致開催奨励金

金沢市では、文化スポーツイベントの全国大会・国際大会等の誘致・開催を促進するため地元団体に奨励金、主催団体に補助金を交付するユニークな支援制度を設けています。

2019年度・連続開催のイベントへの支援が1年度限り3年度可能に！
見直し・シャトルバス補助を海外参加者1000人以上・観客300人以上に適用！

1 交付要件.....

- (1) 主たる会場が金沢市内であること。
- (2) 定数三歳を超える規模であり、海外参加者の数が50人以上であること。
- (3) 金沢文化スポーツコミッションと連携して誘致又は相談しながら計画・開催すること。
- (4) 地域の文化・スポーツの振興や市民が親しむ契機となるもので、地域経済へ一定の波及効果が期待できること（アンケート等調査にご協力をお願いします）。
- (5) 参加者が、文化スポーツに関する技術の向上、発展のために行なうものであること。
- (6) 市民又は地元団体との交流が実施されること。

2 交付金額.....

項目	文化スポーツイベントの規模	i 地元団体への 奨励金	ii 主催団体への 開催費補助金
海外参加者数に応じた交付額	50～299人	10万円	5万円
	300～499人	30万円	15万円
	500～699人	50万円	25万円
	700～999人	70万円	35万円
	1,000～1,499人	100万円	50万円
	1,500～1,999人	150万円	75万円
のべ観客数に応じた加算額	2,000人～	200万円	100万円
	2,000～2,999人	10万円	5万円
	3,000～4,999人	20万円	10万円
	5,000～6,999人	30万円	15万円
	7,000人～	40万円	20万円

※国際大会（国外に参加者を募集かつ国外から20人以上参加、継続開催されるものは、複数回開催地が交代。）は、規模50～1,999人について金額が倍になります。

3 関係者に対するその他の加算.....

- ① シャトルバス運賃（参加者・観客合計300人以上） : 対象経費の1/3（限度額：60万円）
- ② 伝統芸術披露（レセプション等において） : 対象経費の2/3（限度額：30万円）
- ③ 金沢クラフト・ツーリズムの実施 : 対象経費の2/3（限度額：20万円）
- ④ 同時通訳の実施 : 報酬・交通費の1/2（限度額：15万円）、設備の仮設・オペレーティング等費用の1/2（限度額：15万円）

※次の場合は対象となりません。●宗教活動又は政治活動を目的とするものであると認められるとき、商業及び営利を目的とするものであると認められるとき、その他、イベントの目的等が不適当であると市長が認めるとき。●国又は地方公共団体が主催又は共催もしくは運営に関するものであるとき。●金沢市又はその関係団体からの補助金を受けている、又は受ける見込みがあるとき。●持回り開催するもので開催地の順序があらかじめ定められているものであるとき。●その年度に既に交付を受けたものであるとき。●4年度連続して交付を受けることとなるものであるとき。

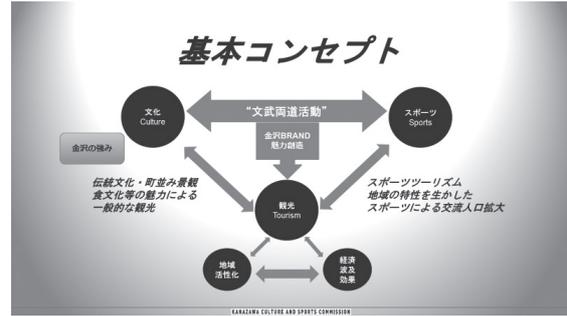
ホームページにも掲出されているが、この制度の特徴は、地元団体に対する奨励金と大会の運営に対する補助金からなっている点である。

全国規模のスポーツ大会の誘致や地元で開催するスポーツ大会の牽引役は、地元の競技団体であり、その競技団体を資金の面でバックアップするのが奨励金制度である。また、誘致し開催された大会には、その運営に対して補助金が支給される。

設立後の誘致件数は、この制度の有用性を示しており、2018年度3件、2019年度20件、2020年度はすでに19件の誘致に成功している。（2019年12月現在）

(2) 普及・交流

活動の2つ目の柱は、誘致案件のスポーツ



競技の普及活動や市民との交流の機会を作り出すことである。

スポーツ競技の普及活動や市民との交流は、制度上も交付要件に入っており、金沢文化スポーツコミッションと相談の上進めることになっている。

その他にもスポーツイベントの開催 PR 活動として、SNS を活用した情報発信やケースによっては、競技団体に代わってクラウドファンディングで資金集めをする場合もある。

市民との交流という点では、単なるスポーツイベントにとどめるのではなく、地域のイベントになるようなスタンプラリーを開催するなど地元住民と県外からの参加者の交流機会を作る。

スタンプラリーは、地域イベント化とともに、オーバーツーリズム対策にも寄与し、地域の新たな魅力発信にもつながる。

(3) 金沢 BRAND

スポーツ庁の定義するスポーツコミッションとは、「スポーツと地域資源を掛け合わせた町づくり地域活性化の推進役」である。

金沢における地域資源は、藩政期から受け継がれ今なお発展し続けている多種多様で、深みのある「文化芸術」である。無形の文化

芸術活動は、無限の可能性を持っており、そこに携わる人々の層はとても厚いことが金沢の最大の強みである。

「文化」という地域資源と「スポーツ」を融合し、金沢の新たな魅力を創造することで、「観光」に結び付けていくという金沢文化スポーツコミッションの基本的なコンセプトを表すのが、金沢 BRAND という柱である。

金沢文化スポーツコミッションが最も大切にしている考え方である。

「文化」というものは、歴史が作り上げたその地域の「個性」である。その一方「スポーツ」というものは、世界共通の「言語」のような側面がある。「文化」と「スポーツ」が融合することで生まれる新たな魅力は、その地域のプロモーションになり、新たな交流を生み出す。

3本の柱は、「する人」「観る人」「支える人」を応援するとともに、金沢文化スポーツコミッションの活動全体を支えている。

4 活動実績

金沢文化スポーツコミッション設立後、2019年12月までに22件の誘致案件があるが、その中でも前述の3本の柱が良く表されている案件を例にして活動を詳述したい。

(1) 第69回全日本弓道遠的選手権大会

第1号の支援事業である本大会は、弓道遠的競技の日本最高峰の大会であり、選手は正に真剣勝負の大会であった。

藩政期も京都三十三間堂を舞台に通し矢の大会があり諸藩の武将が力を競った中で、加賀藩の吉田大蔵茂氏は、この大会で6度、日本一になり、江戸時代を通じてこの記録は破られることはなかった。歴史的にも金沢とのつながりのある「弓道」から活動が始まった。

競技団体の理解と協力を得て、予選会の日、参加選手及び関係者全員に「お茶」でのおもてなしの場を設けた。

金沢は、日本の3大茶の湯処ともいわれるほど、「茶道」の盛んな地域である。また、歴史を紐解いていくと、「弓道」と「茶道」にも深い関係性があることがわかった。

「茶道」の柄杓の扱い方の作法が、「弓道」の矢を射る際の所作から伝わったという説が



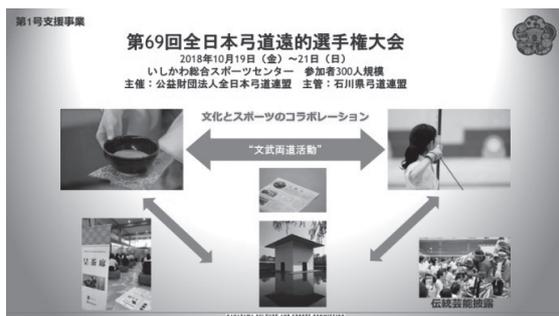
ある。また、「弓道」も「茶道」も「禅」の思想に深く関わっていた。東洋哲学者であり「禅」を欧米に広めた鈴木大拙は、金沢の出身であった。

このように、「弓道」というスポーツイベントから「茶道」や「郷土の偉人」にも繋がる関係性をパネル化し、参加者の関心を得ることで、より一層金沢のファンになり、再来する方もいた。

この最初の取組は、後に着地型の体験商品造成という動きになっていく。

「茶道」X「弓道」X「禅」を具現化し、特にインバンド（外国人）向けの体験商品へと進化していった。

日本が発祥と言われる「武道」は、各地域にも指導者が多く、また、インバンドは明らかに「もの消費」から「こと消費」へ移行している。その地域ならではの「文化体験」を加えながら、スポーツとしての「武道」が体験できることは、地域のブランディングにも有益である。



(2) 西日本レディース卓球フェスタ 2019

第1号の支援事業である「弓道」から1年が経過し、第19号の支援事業として関わった「卓球」は、基本コンセプトの具現化とともに、経済的効果を上げる取組を随所に入れ

込んだ。

「スポーツツーリズム」とは、「スポーツを触媒にして人間が活動すること」であり、人間が活動することで、おおよそ以下の消費行動が生まれる。

- ・一次・二次交通費
- ・宿泊費
- ・飲食費
- ・お土産代
- ・入館・体験料

卓球大会では、上記の消費行動を念頭に置き、さりげなく「金沢らしさ」を加えながら、大会前、大会当日、大会後に主催者の協力を得て、様々な仕掛けを施した。

大会開催の3ヶ月ほど前から、宿泊案内や観光案内のパンフレットとともに、大会当日に行われる金沢文化スポーツコミッションの企画イベントの紹介も併せて送付した。

卓球大会の参加を目的に来沢する選手に、前後泊を促し、ほんの少し特別な金沢を味

わって頂き、再来してもらう目的である。

大会前日には、水引のアクセサリ製作体験。

大会当日には、3つの企画イベント。

- ・金箔貼り体験（記念ラケットに金箔貼り）
 - ・卓球版ストラックアウト（和菓子を狙え）
 - ・金沢の観光名所をバックに記念撮影
- 遊び心満載の企画イベントである。

後泊を促す「夜のイベント」と夕食の提案。

また、大会終了後、1週間以内には、参加者全員にアンケートを送付するとともに、次回来沢時に使用可能な「市内バス1日周遊券」の引換券を同封することで、再来を促す

第19号支援事業

西日本レディース卓球フェスタ2019・石川大会

2019年11月12日（火）～13日（水）参加者規模600人
@いしかわ総合スポーツセンター

事前	11月11日（月）	11月12日（火）	11月13日（水）	事後
観光案内・宿泊案内 前日・イベント案内 当日イベント案内 夕食の提案	午前 大会当日 ・記念ラケットに金箔貼り体験 ・チャレンジコーナー 卓球ゲーム ・思い出作りコーナー 記念撮影	午後 卓球ゲーム参加賞「あんど」お買物券500円 文化施設入場割引 15日まで有効	【参加】 リビート数12人 （11月末現在）	事後アンケート送付 金沢1日周遊バス券の 引換券同封
午後 大人のお稽古塾 工業体験（水引） 10人参加	夜 善六園で夕食 82人参加	善六園で夕食 9人参加 21世紀美術館 ナイトツアー 12人参加	あんど回収枚数 389枚 タクシー約300台 観光タクシー6件	

KANAZAWA CULTURE AND SPORTS COMMISSION





ことも実施した。1ヶ月後には2%の再来があった。引換券は、2020年3月末まで有効であり今後の回収が期待できる。

伝統工芸である金箔貼りは、400人が参加し、金沢のシティプロモーションになり、ゲーム感覚で体験した卓球版ストラックアウトの参加者520人には、金沢駅のお土産が並ぶ商店街「あんと」のお買物券が渡される。因みに、このお買物券は、民間からの協賛であり、客単価アップにも貢献している。また、トリックアートのような金沢の観光名所を背景にした記念撮影スポットは、多くの参加者が撮影するとともに、SNSで金沢のPRを発信してくれた。

この他にも事前に案内していた観光タクシーも6件ほどの受注があり、大会当日(2日間)は約300台のタクシーの需要があった。

何もしなければ、ただのスポーツ大会であるが、地域の特性を生かした演出をすることで、参加者にとっても思い出深い大会になり地域にとっても大切な大会になっていく。「スポーツ大会」から「スポーツ MICE」へ。

5 スポーツコミッションの役割

日本でスポーツコミッションという言葉が

言われるようになったのは、ここ3～4年の事である。まだまだ、その機能や役割は知られていない。

スポーツ庁は、各自治体にスポーツコミッションの設立を促しているが、その活動は様々な形態を成している。

スポーツコミッションの担うべき役割で最も重要なものは、「スポーツツーリズムの推進」による地域の経済的・社会的活性化である。

(1) 交流人口の拡大

交流人口の拡大の為に、スポーツイベントを誘致することが最も大きな役割である。

または、域外から誘客可能なスポーツイベントを主催することも交流人口の拡大に繋がる。

(2) 新たなビジネス機会を生み出す

民間事業者等と連携しながらスポーツを活用した着地型アクティビティ商品の造成や新たな観光行動を誘発することで消費機会の増大に繋げる。

(3) シティプロモーション

スポーツ大会参加者(外来者)に対して、自地域らしさを演出し、住民との交流機会を作ることで、自地域のファンを作り、「観光客」ではなく「関係客」へと変えていく。

自地域の強みを最大限に生かし、ただの「スポーツ大会」を「スポーツ MICE」として考え、外来者が自地域の魅力を感じ、再来行動を起こすように取り組む。

スポーツコミッションの果たす役割によ

経済波及効果 / 地域活性化

経済波及効果

誘致・誘客による交流人口の拡大
観光分散化による消費機会の増大
リピーター策による経済効果の創出

地域活性化

普及交流によるコミュニティの活性化
コラボレーションによる地域経済活性化

活動を支える3本の柱

KARASUMA CULTURE AND SPORTS COMMISSION

筆者紹介

1959年生れ 東京都出身
1983年慶応義塾大学卒業 (体育会サッカー部)

1983年日本国土開発㈱
1986年全日空エンタプライズ㈱
2004年金沢全日空ホテル 管理部長
2007年ANAクラウンプラザホテル成田 総支配人
2008年ANAクラウンプラザホテル金沢 総支配人
2012年エリア総支配人 (札幌・千歳・稚内・仙台)
2014年リージョナル総支配人 (沖縄ハーバービュー・万座・石垣)
2016年リージョナル総支配人 (金沢・高山・福岡・広島・札幌・すすきの・仙台・金沢スカイ)
2018年6月IHG・ANAホテルズグループジャパン退職

2018年7月金沢文化スポーツコミッション設立 代表就任

KARASUMA CULTURE AND SPORTS COMMISSION

り、交流人口が拡大されると自ずと経済的効果が生まれる。経済的効果が大きくなると自ずと地域コミュニティが活性化し、イノベーションが起こり、新たなビジネスが創造される。

スポーツの「振興」からスポーツの「活用」を推進し、スポーツをビジネス化していく推進役こそがスポーツコミッションである。

イノベーターとしてのスポーツコミッションが機能することで、多様性に溢れた持続可能な都市となり、将来世代にとっても可能性に満ち溢れた地域へと発展していくのである。

おわりに

イノベーターとしてのスポーツコミッションが機能するために必要な要件は、公・共・私の正しい理解であり、それぞれが連携するとともに役割分担を明確にして活動することである。

特に「スポーツツーリズムの推進」には、「文化」と「観光」の分野が必須要件である。

スポーツ庁・文化庁・観光庁は、2016年に包括的連携協定を締結し、3庁の連携を加速させている。自治体組織は、概ね2部局に分かれているが、スポーツコミッションの活

動領域は多岐にわたるため、部局を超えた連携が必要である。

また、スポーツ競技団体や民間事業者との連携なくして経済的活性化は起こり得ないのであり、幅広いネットワークを構築できる組織体制を作ることが肝要である。

金沢文化スポーツコミッションは、設立後2年にも満たない組織であるが、現在は将来に向かって可能な限り大きな土台を作り、量的なメジャーメントよりも質的なソフト面の充実を図り、日本一ユニークなスポーツコミッションになることを目指している。

(注釈)

本稿に掲載した図表等は、金沢文化スポーツコミッションの独自のものである。