

# スポーツによる地域活性化と その経済効果

1998年1月10日提出

## 1、プロサッカーリーグの誕生

日本サッカーはメキシコオリンピックの時、銅メダルに輝くという快挙を成し遂げたが、それ以降も、野球人気に圧倒されサッカー人気は低迷を続けていた。そんな状況を打破しようと日本サッカー協会は、長年の夢であった日本プロサッカーリーグを1993年5月15日に発足させた。プロリーグが発足してブームが起こったことに加えて、折からの不況で地域にとって景気のいい話を他に思いつかないことも手伝ってプロリーグはサッカーファンのみならず、中央省庁や地方自治体の地域振興関係者の注目も集めるようになった。そのブームは各関係者の期待を大きく上回り、異常なまでの発展を遂げていった。チケットは飛ぶように売れ、グッズは売り切れ、テレビのサッカー中継の視聴率は大きく跳ね上がった。そして、もともとサッカー好きの多い清水市、浦和市などではごく自然にサッカークラブが地域と密着したものになっていた。

## 2、プロリーグの衰退と現状

プロサッカーリーグは開幕初年度は大きな発展と共に多様な経済効果を各方面に与えていったにもかかわらず、初年度以降は衰退する一方であった。初年度は2万人以上だった平均入場者数も現在では5千人ほど迄落ち込んでいる。ゴールデンタイムでは20%以上あった視聴率も今では10%以下にとどまり、多くの放送局では中継すらしていない。経営不振によりスポンサーにも見放され、クラブの存続危機まで追いやられているチームもある。では、なぜ、こんなにも極端に衰退してしまったのだろうか。一つの理由として、初年度の極端すぎるブームにあると思われる。日本リーグ時代は見向きもされなかったサッカーがプロリーグができたとたんに急発展するのもおかしな話である。ブームにおぼれて、クラブの経営方針や基盤となるユースやジュニアユースなどの下部組織のチームを作っていこうとしなかったことにも問題はあると思う。つまり、目先の利益ばかりにこだわり、将来を見据えた計画を立てていなかったことが失敗の最大の原因になっている。

## 3、鹿島町の発展計画

プロサッカーリーグが開幕した初年度10チームの中で一番最後にリーグ参加を認められ、ほとんどゼロからのスタートだったにも関わらず、初年度のファーストステージで見事優勝をおさめた鹿島アントラーズと鹿島町について書いてみたいと思う。鹿島町は人口4万6千人、面積約

59平方キロメートルの臨海工業都市である。工業地帯の開発によって、鹿島地域は経済面では大きな発展は見せたものの、生活環境面、特に都市機能を持った魅力ある地域としては十分とは言えない状況にあった。つまり、工場と田んぼしかないようなところなので若者が一生を通じてその場所ですごそうと思えるような場所ではなかった。過疎化が進み地方自治体は頭を痛めていた。工業地域の企業の方でも、若い働き手をどうにかして確保していこうとしていた。そこでJリーグに白羽の矢がたったのだ。プロサッカーチームとそのホームスタジアムをつくり、そこでJリーグの試合を行えば、ゲームを見るために鹿島町の若者はおろかそれ以外の地域からも若者が訪れるだろう。しかしJリーグが始まる前から、そんな成果が得られるかどうかはわかるはずがなかった。そんな状況の中で鹿島工業地域の主要な企業である住友金属が行動を起こし始めた。住友金属といえば現在の鹿島アントラーズのメインスポンサーである。つまり、鹿島町を工業一色に染めてしまった張本人である住友金属が自ら、街のイメージを改善しようと動き始めたのである。

#### 4、鹿島アントラーズの誕生

住友金属がプロサッカーチームを作ろうと動き出したわけだが、様々な問題が待ち構えていた。まずはじめに、住友金属のサッカー部は非常に弱いチームだった。Jリーグの前身である日本リーグでも常に2部で、1部の名門サッカーチームを中心に戦われるJリーグで勝てるはずがなかったのである。そこでチームのフロントは元ブラジル代表のジーコなどを海外から多額の契約金で獲得したのである。次にスタジアムはサッカー専用か陸上などでも使える多目的のものにするか議論されたが、国内にはないサッカー専用スタジアムでの臨場感あるれるゲームを楽しんでもらおうということで、日本初の陸上用トラックのない屋根付きサッカー専用スタジアムが建設されることになった。そして、それらの計画を運営していくための費用をチームの母体である住友金属以外にもトステムなどの有力企業がスポンサーとして名乗りをあげて、金銭面でチームをバックアップしてくれることになった。こうして、約1年半以上の年月を掛けて、ようやくアントラーズは誕生し、プロサッカーリーグに参戦することになった。

#### 5、鹿島アントラーズを支える地域の人たち

Jリーグのサッカークラブを運営していく中で、一番必要なものといえば、やはり地域の協力

ではないだろうか。特に試合運営で大事なのはスポーツボランティアの存在である。鹿島では実にこのボランティアが充実しており、シーズン中であれば月に7、8回行われる鹿島サッカースタジアムでのホームゲームでは、会社員、主婦、公務員、学生等のスポーツボランティアが活躍している。チームの私設応援団も現在は約7000人の団員を抱えるまでになっている。リーグ全体が衰退している現在においてもアントラーズだけは、平均入場者数も開幕当初の約1万5千人から約1万人へと減っただけで、固定の客は確保している。地域がクラブに貢献しているだけでなく、もちろんクラブが地域に貢献していることもたくさんある。サッカーの試合を見に行こうと訪れた他の地域の人々をターゲットにした土産物やアントラーズグッズを売っている店は、まずまずの盛況ぶりを見せ、鹿島神宮への参拝客もリーグ開幕以前と比べて約15%以上増加している。初年度の爆発的な人気を単なるブームに終わらせることなく、地域の中にどう定着させ、どのように運営し、どのような経済効果をこれから得ていくかは、地域の住民、企業、地方自治体のそれぞれの努力次第である。

## 6、ワールドカップによるサッカー人気の回復

ワールドユースベスト8進出、アトランタオリンピック出場、悲願のワールドカップ出場などとにかく現在の日本サッカー界には明るいニュースが非常に多い。Jリーグの試合は中継されることすらないというのに、ワールドカップ予選の日本対イラク戦では、夜中の中継だったにもかかわらず、平均視聴率45.6%、瞬間最高視聴率は55.1%とスポーツ中継の歴代の高視聴率記録をことごとく塗り替えた。Jリーグが開幕してから5年目ということもあり、プレーの質も上がりおもしろい試合も増えてきたが、客がそれにまだついてきてくれない状況が続いている。入場者数もやはりあまり増えてこない。開幕当初は野球人気を上回ったサッカー人気も今では野球に大きく水をあけられている。しかし、今年はワールドカップフランス98の開催年でしかも日本代表も出場を決めている。ワールドカップの試合は日本が勝ち進む進まないに限らず、全試合放送するので、日本の人々は是非、世界のレベルのサッカーを観戦し、見る目を養ってほしい。最近レベルがあがってきたJリーグはもっと多くの人々に観戦されるべきである。Jリーグの初年度にもちょうどワールドカップアメリカ大会の予選があって日本は惜しくも出場を逃したという苦い経験がある。その出場を逃したときから日本のサッカーは盛り上がりをなくし衰退していったといわれている。だが、日本は今回のフランスワールドカップでは、本戦出場権を獲得した。これを機に日本サッカーは再び初年度のような人気を取り戻してほしいものだ。

## 7、地方自治体のワールドカップ招致活動

地方自治体では、地域をあげてプロリーグ参加に取り組んだり、2002年のワールドカップ開催候補地として競技場整備に乗り出す動きがある。開催候補地は、茨城県の鹿島町など全国で15県市が立候補している。これらの中には、ワールドカップの開催決定を待たずして、サッカー場の新增設に着手していたところもある。スタジアムの建設は巨額の投資である。現在建設町の横浜総合競技場を例に取ってみると、1998年に予定されている第53回国体のメイン会場となるほかに、ワールドカップサッカーが開催されれば開幕戦や決勝戦が行われるメイン会場にしようともくまれているだけあって、施設の規模は面積5ha、収容人員7万人、総事業費600億円といずれも国内最大である。<sup>1</sup>茨城県鹿島町にあるカシマサッカースタジアムでも現在の収容人員15000人から4万人を収容するスタジアムに増設しようという計画を実施している。大阪市でも5万人を収容する長居スタジアムがワールドカップを招致するために建設された。ワールドカップの自国開催が決まっても、試合が行われる会場は12都市と決まっている。自分の都市が試合会場に選ばれるということが、決定していないにも関わらず、各都市は、スタジアムを新增設したり、施設を充実させたりして日本サッカー協会にアピールしていかなければ開催地に選ばれる可能性も低くなってしまう。そんな難しい状況での各都市の地方自治体の努力も実り、ついに日本で2002年のワールドカップが開催されることが決定した。

## 8、ワールドカップの経済効果

ワールドカップは世界最大のスポーツイベントでオリンピックよりも多くの人々が観戦し、大きな経済効果を上げてきた。具体的な数字で表すと、1990年に行われたイタリアワールドカップでは観客動員数は251万人（1試合平均48411人）を記録し、延視聴者数は260億人（決勝11億人）に達したと推測されている。さらに1994年にアメリカで行われたワールドカップでは、観客動員数356万人（1試合平均68604人）を記録し、延視聴者数は312億人（決勝20億人）に達したと推測されている。実に世界人口の5分の2の人々が決勝戦を観戦したということになる。アメリカワールドカップの運営予算は350億円、利益は40億円～50億円程度と報告され、また全米および地域への予測経済波及効果は4000億円と推定さ

---

<sup>1</sup> 大西 隆「スポーツと地域活性化」、『都市問題』第85巻第12号 1994年 26P

れている。<sup>2</sup>しかもワールドカップで活躍した選手が次々とイタリアやスペインなどの名門クラブと何十億円もの金額で契約を交わしたりもするので、ワールドカップによって動く金額は計り知れないといわれている。日本はめでたくも2002年のワールドカップ開催地に選ばれたわけなので、国を挙げてこのビッグイベントの用意をしていく必要がある。スタジアムへの交通網の整備はある程度は進んでいるが、スタジアム周辺の施設をもっと完備してほしい。世界各地から何百万人もの人々が訪れるわけだから、レストラン、宿泊施設も現在の量ではとうていやっていけない。競技場においても、ワールドカップが行われるスタジアムはスポーツ振興の広いすそ野の頂点に立つ施設なので、一般の人々に、スポーツのビッグイベントを見る楽しさを満喫させてくれるものであってほしい。このように見るとワールドカップは日本に今までなかったほどの大きな経済効果を上げると確信できる。

#### 9、スポーツと地域振興

ワールドカップに関わらず、オリンピックにせよ、アジア大会にせよ、国体にせよ、大規模なスポーツイベントは開催地の交通整備や、ホテルなどの都市機能の拡充を促してきた。スポーツイベントと地域との関係には、イベントそのものが与える影響と、関連施設整備事業としてのそれという2つの地域振興効果がある。詳しく整理すると、まず第一に、直接効果としてスポーツイベントの開催によって地域が有名になり、注目されるようになるという宣伝効果が上げられる。第二に、間接効果として、競技場や道路、鉄道など関連施設の整備のための公共、民間事業の実施に伴う所得効果や産業振興効果がある。事業に雇用される人には所得機会が生ずるし、携わる企業には業績拡大の機会が生じ、地域経済の活性化につながる。さらに、間接効果には、競技場や関連施設をイベント終了後もさまざまに利用できる利用効果と呼ぶべきものが生じる。日本にはヨーロッパの国々と比べて、経済的には豊かなのだが、公共のスポーツ施設が非常に少ないので、是非利用効果には期待したい。何かと不況といわれている現在の日本経済だが、もっとスポーツと絡めて考えていけば少しはよくなっていくのではないだろうか。ワールドカップのように日本全体とまでは行かないが、せめて各地域レベルで地方自治体を中心にスポーツをもっと広めていってほしいと思う。

---

<sup>2</sup> 糺 正勝『ドイツサッカー伝説』七賢出版株式会社 1995年 184～185P

【参考文献】

- ・大西 隆「スポーツと地域活性化」『都市問題』第85巻第12号 1994年
- ・ウラジミール・アンドレフ、ジャン=フランソワ・ニス著 守納信次訳『スポーツの経済学』  
白水社 1991年
- ・糺 正勝『ドイツサッカー伝説』七賢出版株式会社 1995年