

地域経済とスポーツ産業

2019年のラグビーW杯、2020年の東京五輪。これから数年間で、日本では世界中から注目される“スポーツの祭典”が2つも開催されます。日本はその開催を契機としてスポーツ産業を盛り上げ、商業の発展や地域の活性化、人材の育成に繋げていくことを目指しています。しかしながら、日本のスポーツ産業は世界動向に反して縮小傾向。日本のスポーツ産業がその魅力に相応しい経済的な価値を生み出していくためには、産業として成長する仕組みをしっかりと整えなければなりません。

1 スポーツは重要な成長産業

世界最古のスポーツは、紀元前21世紀の古代エジプトの壁画に描かれたレスリングや重量挙げ、と言われています。今やスポーツは、個人として自己の実現に励み、時に国民がひとつになる、人類の歴史のなかで時代に合わせて発展を遂げ、今や人類共通の文化と言っても過言ではありません。

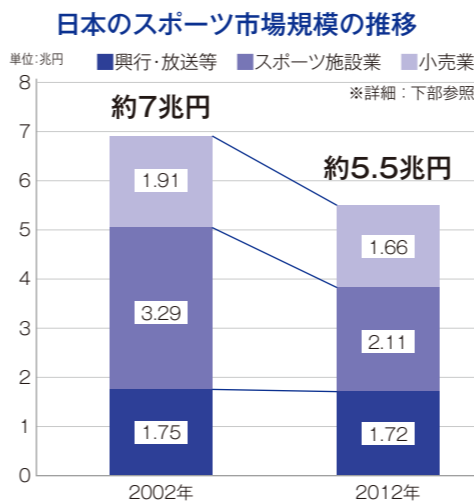
世界各国における現代のスポーツ産業は、スタジアムやアリーナ等の施設整備、教育や競技はもちろん健康づくりとしてのスポーツなど様々な分野に積極的な投資が進み、スポーツビジネスは世界的な巨大産業に成長しています。また、経済のグローバル化にあわせ、例えば選手の移籍やプロリーグの放映権などプロスポーツのグローバル化も進んだことで、スポーツが有する経済的な力がその国の発展や経済の活性化に大きく貢献

しています。

しかしながら、日本のスポーツ産業の市場は、2002年から2012年の10年で約15兆円減と縮小しているのが現状です（グラフ参照）。国は、GDP600兆円達成に向け、スポーツ産業の市場規模を今後10年間で15兆円にすることを目指すとしています。ラグビーW杯、そしてオリンピック、クパラリンピックと、世界規模の大会開催を控える日本は、絶好の契機として経済の活性化、スポーツの成長産業化を進めていかなければなりません。

2 広がる世界との差

日本のスポーツ市場が縮小するなか、世界のスポーツ産業は主要な成長産業として国の発展に貢献してきました。例えば、日本でもメジャーなスポーツである、野球とサッカー。それぞれのプロリーグを世界のトップリーグと比べると、20年前には小さかった差が、現在ではそれぞれ、約3〜5倍といった差が生じています（次頁グラフ参照）。現在、アメリカのスポーツ産業は60兆円規模に達しており、日本とは実に12倍もの大き



■日本のスポーツ市場規模の推移:構成要素

- ①小売業: 専門店・量販店・百貨店
- ②スポーツ施設業: ゴルフ場・スキー場・ジム(フィットネスクラブ)・公共体育館・スポーツ施設等
- ③興行・放送等: 野球・サッカー・相撲・旅行・放送等

な開きが生じているのです。この差が生じた背景には、スポーツに対する捉え方の違いであると指摘されています。アメフトなど4大プロスポーツを有するアメリカの特徴として、「魅せる」スポーツと「観る」スポーツに焦点を当て、エンターテインメント性を重視したサービス展開、観客との多様な関係構築を戦略的に行うことで、市場の拡大

を図っています。メジャーリーグ(MLB)を観戦するとわかるのですが、スタジアムでは様々な場所で食事が提供され、歌や音楽はもちろん試合観戦以外のエンターテインメントが非常に充実しています。産業としての成長を目指すのであれば、試合観戦を目的に来るファンを大切にしながら、観戦以外でも楽しめるサービスを提供し、ファンの多様性を図っていく取り組みが欠かせません。

3 地域経済とスポーツ産業

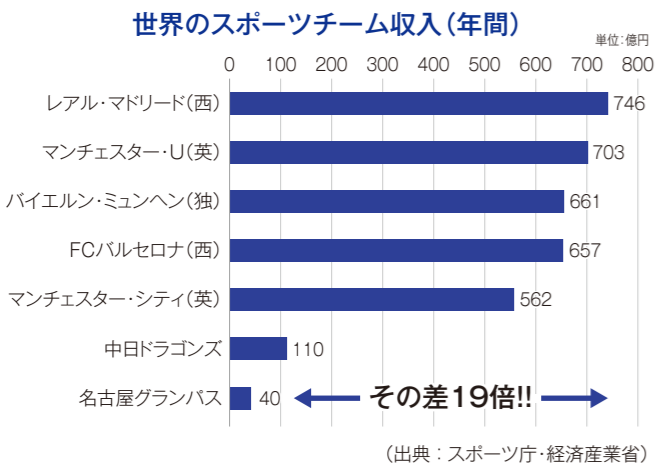
日本はこれから本格的な人口減少期を迎えます。それは豊田市も例外ではありません。GDPは「人口×生産性」。人口減を上回る生産性を発揮しなくては、地域経済の維持・発展は困難です。

20年前から日本のプロスポーツ市場規模に大きな変化がないことは、逆に「伸びしろ」が大いに残されていると捉えることもできます。先述のエンターテインメント性に代表される、ファンの幅を広げる取り組み、リピーターを増やす取り組み、単価を上げる取り組みなど、地域に根差した魅力的なイベントを開催していくことで、収益性の高い経営モデルの確立につながり、結果的に市場の拡大につながっていくのではないのでしょうか。

スポーツ庁と経済産業省が共同で行う「スポーツ未来開拓会議」では、スタジアムやアリーナを地域の核としたまちづくりの構想「スマートベニユー」を、地域経済の活性化に向けた起爆剤として推

4 スポーツを基幹産業に

私たちの住む愛知県豊田市は、中日ドラゴンズや名古屋グランパスと、スポーツを身近に感じることができ、ラグビーW杯の開催が豊田スタジアムで決まったこともあり、スポーツ産業の振興に向けた環境が非常に恵まれている地域と言えます。「スマートベニユー」を意識しながら、民間事業者の活力を存分に活かして、まち全体を盛り上げ収益力を高めてい



く取り組みを計画的に進めていくことが期待されます。ちなみに、豊田スタジアムをホームグラウンドのひとつとする名古屋グランパスの年間収入は約40億円。世界1位のレアル・マドリード(スペイン)は746億円と、実に19倍もの差(グラフ参照)があるのが現実です。また、1試合の平均観客動員数で比較すると、レアルが約7万人でグランパスが約1.6万人とこちらは4倍の差。世界的なクラブとの比較が妥当なのかはさておき、この数字の差を少しでも埋めていくことが、スポーツを活かした経済の活性化につながるのではないのでしょうか。

最後に、これまで述べてきた地域経済の活性化によるスポーツ産業の拡大と並行して、世界から注目される超高齢化社会への対応としても、国はその一丁目一番地にスポーツ振興を掲げています。経済成長と国民の生活を豊かにする健康の増進。この両方を高いレベルで実現すべく、スポーツを基幹産業のひとつとして成長産業に育てていく。地域経済の活性化に向け、人口減少のマイナスをカバーできる産業のひとつが、スポーツ産業なのです。

参考文献

- ・スポーツ未来開拓会議中間報告
- ・「スポーツ庁 経済産業省」
- ・日本再興戦略2016(内閣府)
- ・スポーツを核としたまちづくりを担う
- ・「スマートベニユー」(株)日本政策投資銀行
- ・日本経済新聞(2月4日)「(株)日本経済新聞社」