

## スポーツで地域を発展させていくには

大倉

O-kura

中京大学現代社会学部現代社会学科  
学籍番号 C110※※※

～きっかけ～

このテーマを選んだ理由は、私自身がスポーツが好きだからである。小学校の頃からスポーツのクラブチームに所属し、今までにたくさんのスポーツに取り組んできた。近年、スポーツという存在は私達にとって日常生活にとってとても身近で欠かせないものとなってきた。もちろん運動を行うという事は、健康を保つ上で必要なものであるし、最近では周りの人達とのコミュニケーションを取る手段としてもスポーツを行うというのが用いられるようになった。また、最近だと、ワールドカップやオリンピックを観戦して影響を受けた人達が、それまで全く知らなかったマイナースポーツにチャレンジしてみるという例も少なからず有るだろう。このように、自分が好きでやっている人達もいれば、自分の体の事を気遣って取り組んでいる人、周りの人やメディアの影響で始める人など、やっている人の理由はそれぞれ様々である。余りスポーツに興味が無い人でも、一度くらいは何らかの関わりを持った事が有るのではないのか。そうふと思ったら、私達は何気にスポーツという存在と身近に関わり続けているのであろう。

また、今日スポーツはマスメディアとも密接な関わりを持っていると私は考える。普段から当たり前のように放送されている様々なジャンルのスポーツテレビ中継やラジオの生中継実況、そしていつも目にする新聞や雑誌での掲載などがそうであろう。私達は、そのようにマスメディアという媒体を通じて情報を受け取り、大学などで友達と共有し合い、また新たな人へと発信しているのであろう。その中でも、私は今回、スポーツと地域性という身近な関係性に着目してみた。

それぞれ、自分達の住んでいる地域によっては人気の有るスポーツ、余り身近で無いスポーツなど様々である。自分達の街にプロスポーツクラブチーム等有れば、そのスポーツファンは自然に増えていくだろうし、地域と密着した関係性が多くなるだろう。また、自分達の街にプロスポーツクラブチームが無くても、その他の街に有ればそこまで足を運んで応援する人達もたくさんいると考えられる。この様な行動を繰り返していくようになると、そのチームの選手とファンのお互いがより親密な関係になっていく。そして、そのチームが所属するチーム自体への地元愛も生まれてくるのではないのか。

この様に、自分達の周りにある身近なスポーツの存在によって生成されるその地域への影響を、成功点

とこれからの課題との両方の事を踏まえていながら探っていきたいと思う。

## 1 増え続けるスポーツイベント

### 1-1 スポーツイベントの歴史

日本において今日、スポーツイベントの開催が頻繁に行われている。例えば最近で言うと、このころ日本が毎年開催地としても指名されている、FIFAのクラブワールドカップ世界一決定戦などがそうであろう。世界中の人が各国のチームや有名選手に対して注目し、また、メディアにとっても宣伝などによって大きな利益を得たに違いないだろう。

本来の sport の持つ意味とは、ラテン語に由来した言葉と言われ、遊んだり、気分転換を図るなど、楽しい気分を発散させるという意味が備わっている。

そしてそもそも、なぜこんなにもスポーツと地域社会との関係が熱心になっていったのだろうか。このスポーツという一つの話題が議論されるようになっていったのは、日本という国が戦争を終結させ、一応の経済復興を成し終えて、急激な展開から生じた日常生活課題にきちんと向き合いながら、また新たに地域生活の再建が模索され始めていった頃の昭和40年代の半ばになってからの事なのである。簡単に言うと、戦後の日本経済が回復する兆しが見えた頃から、この様な事が話されるようになってきたのである。そう考えたら、まだ最近に近い話なのかもしれないだろう。その中でも特に、昭和48年に経済企画庁が「経済社会基本計画、活力ある社会福祉のために」というものを著し、その中で初めて「コミュニティ・スポーツ」という言葉を用いていったのである。そこから、スポーツを福祉のさらなる拡大と人間性の回復を私達の生活環境の中のすべてに広げていくコミュニティ形成運動の中心に位置付けて以来、コミュニティ・スポーツという存在は地域行政施策の重要な一つのものとなっていった。また、その他にもスポーツ研究をしていくうえでの重要な位置づけの一つのジャンルともなった。この様に、スポーツという存在に対して数多くの調査研究や様々な提言などがなされるようになった。つまり、スポーツと地域社会とを考へて巡っていく議論というのは、コミュニティ・スポーツというコンセプトが中心となって展開されたものだったのである。しかし、このコミュニティ・スポーツ論というのは国におけるスポーツ政策とそれを対応する形で展開されていった地域スポーツ振興の為の行政政策と密接に関連していたのである。いわば、「上から言われた提案」を会議の中心として議論されていくものであったのだ。

昭和50年代の後半に差し掛かってくると、人々のスポーツの活動は「地域」という枠組みを越えて広範囲に広まっていった。それに伴い、国のスポーツ振興政策のスローガンもコミュニティ・スポーツから

「みんなのスポーツ」に転換していった。これは、西欧のスポーツ先進国が都市化・近代化・産業化の進展に伴うライフスタイルの変化に対応していく為に取り上げたテーマをモデルにしており、個人主義的な視点からの脱却を図ろうとしているスローガンであった。だがしかし、高度経済成長に伴っていく消費生活の進展の中において、地域などにおける福祉や文化施策などが個人的権利の行使として考えられて受け止められてきたように「みんなのスポーツ論」の焦点はあくまでも地域における個々人のスポーツ活動の振興で有り、そこからの視点は基本的に個人主義的となっていったので有る。

このような状況の中で昭和60年代に差し掛かってくると、「スポーツと地域社会」の関係はまた新たな展開を見せるようになったのだ。日本のとても驚異的な経済の高度成長を背景にしていき、消費社会化が急速に進行していった。ここでスポーツというのは、レジャー産業のこのうえない重要な戦略拠点として位置付けられていったので有る。強力な政策に基づいていって、「地域」がそして「スポーツ」が投資と消費の新たな経済空間として捉えられていったからである。そして、昭和62年、総合保養地域整備法(リゾート法)が制定された。そこから、地域社会の自然環境は保全の対象から開発資源へと一気に転換されてしまった。それはいわゆる、全国各地にレジャーとして必要な大規模施設設備が次々と建設されていってしまうのである。このレジャー施設の主な中心となっているのが、ゴルフ場・スキー場・マリーナ等のスポ

ーツリゾートで有ったのだ。ここから、スポーツと地域社会との関係性はそれまでの論点とは打って変わり、「スポーツと地域開発」という問題として展開していく事になったのである。そしてこの問題から、スポーツと地域社会の議論は「スポーツによる地域開発」を課題として、そしてさらにその結果、スポーツの課題以上に「地域の課題」を正面から見つめていき捉えていかねばならない事になったのである。

「スポーツによる地域開発」は、それが地域社会と人々の暮らしを根底から変容させる影響力と可能性を持つ事から、地域社会と地域生活の全体を内外の構造的な関係の中で考えなければならなくなったのである。そして、地域開発に伴って生じていった生活課題は、日本のみならず、世界、そして地球規模で広がっていく環境問題へととなり、それがまた連動していき、社会の構造的な関係のみではなく、自然系のエコロジーも視野に入れていかねばならないものとなり、双方の生活文化を繋ぎ止めておく道の模索を考えているのである。こうしてスポーツと地域社会の関係性の議論は「スポーツ」を地域における暮らしを拠点にして「自然環境―スポーツ―社会構造」の関係性において捉えなおす事となり、またその他では「地域社会」を外の社会と交流しながらも内発的で自立的な暮らしの生成を展開する「生活協同空間」として再設定していく事を求めていくようになっていったのである。スポーツイベントと地域活性化の問題は、「スポーツと現代社会論」の無視する事が出来ない現代的な課題となっていたのだ。

## 1-2 広がるスポーツイベント

改めて近年、わが国では地方自治体によるスポーツイベントが盛んに開催されている。国土庁(財)日本システム開発研究所の調査によれば、平成六年度に何らかのスポーツイベントを開催した自治体は95.6パーセント、その件数は64167件にまで達しておりとても膨大な数のスポーツイベントが行われてきたと考えても良いだろう。しかも、その開催している自治体の規模別割合を見てみた時、人口一万人未満の所が46.5パーセント、一万人～三万人未満が30.3パーセント、三万人～五万人未満が7.9パーセントとなっており、街における総人口の数が五万人規模以下の自治体が約85パーセント、開催件数で40259件、全体の約63パーセントを何と占めているのである。しかもこれらのうち、人口1万人未満の自治体が45件の国際競技大会を開催しており、5万人未満の自治体による国際競技開催数は96件にも達している。かつてスポーツイベントの開催と言ったら、各都道府県の持ち回りで開催形式を取っている国民体育大会を別として考えてみたら、東京や大阪などを始めとした各政令都市がやっていてそれがまた専売特許となっていたのである。だとすると、このデータはスポーツと地域社会との関係性に新しい変化や動きがみられてきた事を示すものではないだろうか。

このような動きは昭和から平成へと年号が変化していった頃から始動していたのである。サッカーの世界最大のイベントでもある祭典、2002年日韓ワールドカップ。そのワールドカップ・サッカーの開催地の候補として、札幌・仙台・横浜・名古屋・大阪・神戸・広島の政令都市と並んでその他に、青森・新潟・鹿島・静岡・大分の地方都市などが開催地として名乗りを上げたのである。そして、この背景には、鹿島・千葉・平塚・磐田・清水等の地方都市が、Jリーグのホームタウンとしての地位をそれまで立派に確保、そして保持してきたからなのである。このような地方都市の台頭こそ、今のスポーツイベントの隆盛を支えている原動力では無いのだろうか。

しかし、こうしたスポーツイベントの盛況は、そのメディアバリューに注目して21世紀の地域社会づくりを意図するそれぞれの自治体の地域政策の広範囲な展開によるものが、地域エネルギーを集約するイベント効果を手軽に利用している可能性がある。そしてまた、その目論見から財政負担のみに限られてこない様々な問題を生み出してしまっているのだろう。例えばイベントを開催したとして、その開催成果の極めて高い自己評価が有るにも関わらずに、実際の状況としてスポーツ担当部局を設置している自治体はわずかに過ぎない。逆にスポーツイベントを開催した事による交通渋滞問題を訴える自治体やそこで発生したごみや環境問題や器物破損罪などの問題が多く残されており、開催する事によりかなりの頻度でそこで暮らしている地域住民の方々の新たな生活環境問題を作り起こしてしまっているからなのである。この様な事から、スポーツイベントというものは確かにスポーツと地域社会との関係をしてとても大切な

主題としてはなっているけれども、ある一定の華やかさを越えてスポーツと「地域形成」の課題を今一度考えて見つめ直し、今の在り方をきちんと検討する事が必要なのだと思う。なぜなら、そこにはスポーツと地域社会との関わり合いにおける「コミュニティ・スポーツ」政策の挫折、そして「スポーツによる地域開発」政策の崩壊とどこかしら類似している点があるように思われるからなのである。

## 2 スポーツイベント地域化状況の背景

先程までに示した地方自治体による膨大なスポーツイベントの開催は、確かに各それぞれ自治体の独自の地域政策に基づく理由や課題を各々持っている。そしてそれは同時に、このような「スポーツイベントの地域化状況」を生み出していき、社会変化を基盤としている共通の地域課題というものを持っているのではないだろうか。

今となってはかなり昔の事であるが、中央／地方といった二分法を越えていって、自律的な生活圏内の充実を目指していった「地方の時代」が言われ、それぞれ自覚化された地域作りが始まっていった。その中で、「国民一般」から「地域市民」へという新しい市民社会構成の基盤となるコンセプトが始動していった。そしてその影響は次第に地方地域の人達の生活感覚を自立させていながら、暮らしに根ざした地域自治の自信を育てて来ているのである。この流れは、各地域がそれぞれの成熟を目指す方向へと向かっており、従来の地域の資源と人材を中央に提供していく構図を崩してゆき、自分たち自身の足元の生活や暮らしを改めて見つめ、その充足を求めていく全体的な新しいライフスタイルの創造—21世紀の地域生活—の構成に連なっているのではないだろうか。この動きは明らかに産業社会型のライフスタイルとともに中央集権型学歴社会というのを崩しつつある。そして例えば、「企業人」から「生活者」へ、「会社人間」から「地域・家庭人」へという暮らしにおける価値観の変化に見受けられるように、巨大都市への憧れを言わば幻のユートピアの世界として退け、自分達の地域を見直してゆき、そこに暮らしを築く新しいライフスタイルを生み出してきたのである。90年代にも入ってきた時に地域政策の展開も次のステージへの発展段階へと展望していった。ここで、暮らしにおける充実性が求められていき、「文化」というものが地域政策の目玉となっていった。

この様な一般的な社会状況を反映して、自治体によるスポーツイベントの開催は、経済効果よりも社会的効果を狙っていったものが多い。スポーツイベントは開催にあたって必要なハードは、財政手当が可能であれば容易に対応する事が出来る。しかしそれより困難なのはより斬新なアイデアやコンセプトなどの開発、協議会を運営している競技者や役員の受け入れ対応、そして他からやってくる外来客の対応に当たっていくのである。

## 3 スポーツイベントが地域に与える影響

今もなお、世界のスポーツ市場は目覚ましい成長を続けている。現在のスポーツ市場の成長をけん引しているのは、世界中に大きな影響を与える「オリンピック」・「ワールドカップ」の世界二大イベントとであるけれども、その他にも国内のプロリーグなども成長を細かに続けている。では、そこに訪れるスポーツファンの人達はいったいどのような事を期待しているのであろうか。

この様に観客が見るスポーツへの参加形態は、①ライブスポーツ（直接的観戦）と、②メディアスポーツとスポーツジャーナル（間接的観戦）の二つの分けられる。

### ① ライブスポーツ(直接的観戦)

人々が実際に観戦したいスポーツチケットを手に入れ、その試合会場に出向き、競技場において自分自身の目で直接スポーツを観戦する。ライブスポーツにおいて、スポーツを見るという楽しさ(スポーツレベル)とエンターテインメント(エンターテインメントレベル)の楽しさの二つが考えられる。

実際にその場に出向いた人でしかその競技場での生の臨場感が味わえず、まったく同じ試合展開をもう二度と見る事が出来ない、保存する事が出来ないという特徴がある。

## ② メディアスポーツとスポーツジャーナル(間接的観戦)

テレビスポーツ番組およびラジオスポーツ番組、マスメディアによる観戦を指している。ライブスポーツにおけるスポーツレベルとエンターテインメントレベルを加工(映像・音声・文字)化したものである。

ビデオなどの機材とかによって保存・編集をする事が可能で有り、視聴者はより人工的、意図的に見たいと思った一部分など強調された便益を受けれる。

また、主なスポーツ観戦者の観戦動機は、①達成、②美的、③ドラマ、④逃避、⑤知識、⑥技能レベル、⑦交流、⑧所属、⑨家族、⑩エンターテインメント、に分類する事が出来る。

### ① 達成 (Achievement)

自分の応援しているチームの勝利や成功を、自分自身と結び付けていく事により、自分も一緒に喜びなどを感じられる満足感・達成感を得る事。

### ② 美的 (Aesthetic)

そのスポーツ自身が持っているそのものの美しさ・華麗さ・素晴らしさを観戦する。

### ③ ドラマ (Drama)

みんな誰もがその事態を全く予測する事が出来なかった、とても手に汗を握るドラマチックな試合展開を見る事によって、自分自身も周りのファンと一緒にその場の興奮や緊張感を楽しみながら味わう。

### ④ 逃避 (Escape)

今、存在している現実の中の日常生活から逃れ、様々な感情や考えていた出来事を一時的に空っぽにしてしまい、何も無かったかのように忘れてしまう。

### ⑤ 知識 (Knowledge)

実際に自分自身がその競技に対して取り組んでみる事によって、今まで知らなかったそのスポーツの技術を学んだり、知識をさらに深めていったりしていく。

### ⑥ 技能レベル (Skills)

プロスポーツ選手の試合で、間近でそのスポーツレベルの高いプレイを見て楽しむ。

### ⑦ 交流 (Social Interaction)

実際のスポーツ観戦を何度も通じていくことにより、自分の周りにはいる友人や知人・恋人とか等と楽しく過ごしていきたり、またそこで知り合った自分と共通の趣味を持つ新しい仲間を発見し、周りとのコミュニケーションの輪をさらに広げていく。

### ⑧ 所属 (Team Affiliation)

自分自身が好きなチームを応援していく事によって、まるでそのスポーツチームの一員であるかのように自分が感じる。

⑨ 家族 (Family)

いろんなスポーツ観戦を通していきながら、家族の人と話したり一緒に好きなチームやファンの選手を応援するなどして楽しく過ごす。

⑩ エンターテインメント (Entertainment)

スポーツ観戦そのものをエンターテインメントとして、単純に見て楽しむ。

スポーツをいろいろな視点から見た時の形

側面	メリット	デメリット
経済的側面	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費活動の活性化</li> <li>雇用の創出</li> <li>生活水準の向上</li> <li>税収の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント期間中の物価上昇</li> <li>不動産投機</li> <li>入場者数の不足</li> <li>他事業への過剰投資</li> <li>不十分な資本金</li> <li>イベント費用の甘い見通し</li> <li>イベント後の一時雇用者のレイオフ</li> </ul>
観光・商業的側面	<ul style="list-style-type: none"> <li>開催都市の認知度アップ</li> <li>開催都市に対する投資の増大と商業活動の活性化</li> <li>新しい宿泊施設と観光アトラクションの設置</li> <li>アクセスビリティの改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>劣悪なサービスと物価上昇による悪評判</li> <li>地元資本と外部資本によるビジネス上の対立</li> <li>観光による地域文化の変容</li> <li>交通規制による商業活動の抑制</li> </ul>
物理的・環境的側面	<ul style="list-style-type: none"> <li>新しいスポーツ施設の建設</li> <li>インフラの整備</li> <li>景観の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生態系の汚染</li> <li>自然環境の変化</li> <li>景観の破壊</li> <li>混雑</li> </ul>
社会的・文化的側面	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の伝統と価値が高まる</li> <li>参加選手、役員、観光客との交流</li> <li>スポーツに関する興味、関心の高まり</li> <li>スポーツ参加者の増大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>私的な活動の商業化</li> <li>犯罪増加の可能性</li> <li>地域の分裂と社会的混乱</li> <li>テロ活動の可能性</li> </ul>
心理的側面	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の誇りとアイデンティティの高揚</li> <li>偏狭な地域意識の解放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カルチャーショック</li> <li>地元住民と観光客との間に生じてくる誤解と対立</li> </ul>
政治的・行政的側面	<ul style="list-style-type: none"> <li>開催都市の有名な知名度の高まり</li> <li>行政プランナーの知識、経験の蓄積と技術の練達</li> <li>行政におけるスポーツの理解の高まり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政治家のエゴを満たす為だけの地域経済の私物化</li> <li>政治家の価値観の押しつけによるイベントの変質</li> <li>政治家対立の激化</li> <li>目標達成の失敗</li> <li>運営日の超過</li> </ul>

スポーツを核とした地域活性化効果の分類

<div style="text-align: center;"> <p>社会的効果</p> <p>経済的効果</p> </div>	地域コミュニティ形成効果	地域住民達との連携、住民・企業・行政の連携、住民側の連帯感の高揚、地域住民組織の形成などの効果が有る。
	地域アイデンティティ形成効果	住民の地域に対する帰属意識の高揚(おらが村意識)、スポーツの地域におけるシンボル化、情報発信による知名度・イメージの高まりなどの効果が有る。
	他地域との交流促進効果	国内の他地域や海外との交流が促進される効果が有る。
	人材育成効果	実際のスポーツ競技者、スポーツ指導者、ボランティア、地域活動等におけるリーダー等の人材育成効果が有る。
	施設・基盤・都市環境などの整備効果	スポーツ施設及び周辺の公園、施設までのアクセス道路・交通機関、街並みの景観などの整備効果が有る。さらに、これらの活動による経済的効果が有る。
	経済・産業振興効果	スポーツをシンボル化したキャラクターグッズや観光土産品等の製造・販売、来訪者の増加により伴ってくる既存観光産業を振興する効果も有る。また、そのスポーツの普及によって、スポーツ用品などの製造・販売促進に繋がっていく。さらに、イベントなどの入場料収入や飲食などの直接的な経済効果やこれらによる雇用促進効果もみられる。

#### 4 小さな町の大きなチャレンジ ー大分県の試みー

##### 4-1 一村一品の地域戦略

大分県は日本の中位の小さな県である。人口はおよそ120万人。山が多く平地が少ない農業県ではあるが、工業は比較的進んでいる。さて、この大分県が何を持って大きな取り組みに臨んでいったのかというと、2002年に開かれた日韓ワールドカップ開催における選手村の立候補地に参戦したのである。この日韓ワールドカップにおいて大分県は自分達の街を世界中の人達にアピールしようと誘致に参戦したのである。

大分県のワールドカップ誘致時に当時の平松守彦知事が第一に取り組んでいった事は「ヨダキイズム」の払拭である。ヨダキイズムとは「そげんことをしてもヨダキ」、「そげんことを考えてもヨダキ」、「そげんこといってもヨダキ」というもので、何かを考え、議論し、行動する前にすべてを否定してしまい、何もしない言い訳をくどくどと述べ立てる「何もしない、やりたくない症候群」の事をこの地域で指している。そして、この「ヨダキイズム」払拭政策の一つが「一村一品運動」であったのだ。

この運動の内容とは、県民（大分県民）に誇りとやる気呼び起こさせる目的であって、市町村ごとに特産品を生み出させていき、県民たちの自信を生み出すことで意識改革を行おうというものであった。そして、その具体的な手段として、大分県内各地に「むらづくり塾」を立ち上げ、「夜鍋談義」を精力的に繰り広げていったのである。

##### 4-2 地域のローカルから世界のグローバルへ

自分の住む町や村に誇り得る何かを見つけだし、その成果を体験した後に人々が目指していくものは、「今以上のもっと広い世界へ」という事になってくる。ここから、大分県の世界をにらんだ試みが始まっていった。そのうちの 하나가APU(立命館アジア太平洋大学)構想で、またもう一つが日韓ワールドカップであった。

前者は「一村一品運動」の推進力が人材育成に帰着する事に着目していき、世界中から様々な人材を集めて、世界に通用する人材を育成していく事が大分の振興に繋がってくる、と判断した結果である。そして、この活動に応えてくれたのが京都の立命館大学であった。APUには世界約100カ国から総勢約200名のスタッフと国内外合わせ約5400名もの学生が集い、お互いに各国の地域文化を持ち寄り、多様化と個性化とを織り交ぜていった交流が、学ぶことに加えて、様々な地域振興との兼ね合いの中で展開されているのである。

そして、世界を目指していく次のプロジェクトこそが日韓ワールドカップの誘致であった。

この誘致を行っていく背景には、当時の大分県は2008年の国民体育大会の開催を控えており、メイン会場となる総合運動施設の整備が急がれていた事があった為である。ワールドカップの会場誘致を行っていくためには、最低でも4万人以上の収容可能なスタジアムが必要とされていた。また、国民体育大会の方も3万人の収容可能なスタジアムが必要とされていた。

そこで思い付いたのが、国体用のメインスタジアムをさらに増築して、日韓ワールドカップにも使用していく事で、ワールドカップ開催費用の中でも大部分を占めるスタジアム建設費が、国体用の施設整備費に追加する分だけで賄えるメリットというものがあったのである。もう一つのメリットは、国際間における競争と共存の方策を県民自らが学び取る事であった。これは大分県に限らずとも、九州は近隣のアジア諸国との交流を抜きにしてしまっただけでは振興は考え難いだろう。だからアジアを舞台に世界の国々と渡り合い、そのアジアの中で日本を、そして九州・大分を考える、という構図の中でどのようにして振興を進めていくか、そのノウハウを学ぶ必要性があったからである。



#### 4-3 大分でワールドカップを開催する為に

大分県はどのようにしてワールドカップを迎え入れたのであろう。

まず、開催に当たって重視した事項が、①安全・安心、②ホスピタリティ、③アフターワールドカップの三原則である。①は当然の事として、②では、「大分らしさを身の丈で」を基本としていった。③については県政の理念、戦略、戦術を具体化していく第一歩であり、これを一過性のイベントだけで収束させてしまわずに、そこで得たノウハウや自信、誇り、協調性や共同の精神などをこれからの大分県づくりに生かしていくことこそを最大のポイントとして考えた。

また、このワールドカップの誘致において最も成功したといえる街が大分県の中津江村（現日田市）だろう。この村は、カメルーンの代表選手達のキャンプ地となった村である。

人口わずか1000余名、大型バスなどでは自在な運行もままならない山村が、こともあろうに世界を熱狂させるワールドカップのキャンプ候補地として名乗りを上げ、そしてしかも、並いる他都市との競争を勝ち抜いて誘致に成功したのは知っている人も少なからずいるだろう。

加えて本番では代表選手の到着が何と5日も遅れてしまい、それも深夜12時を回っての到着となったのにも関わらず、多くの村人達が長旅の選手たちを温かく迎え入れた光景は、国内のみならず国際的にも報道され、その温かいもてなし振りが世界中の人々に周知される事となった。この日韓ワールドカップの誘致に奔走した市町村の中で、その成果を幅広く国内外に知らしめ、地域の売り出しに最も成功したと言えるのは、この中津江村において他には見当たらないだろう。

#### 4-4 成功した理由とは

なぜカメルーン代表はこの中津江村を選んだのだろうか。それは、ここが何もない地域であるからこそ選ばれたのではないかと考えられる。「地元の皆さんにとっては当たり前であり評価の対象にならないものが、この中津江村にはある。」ということ、それは「サッカーに専念できる環境がここにはある」という事に他ならないのだろうという事だったのだ。

これまで述べたように、ワールドカップという世紀の歴史的な大イベントの成功は、大分県の21世紀の地域戦略の象徴であるとともに、大分県民のそれぞれの分野での英知や、力の結集によってもたらされたものである。この日韓ワールドカップは、大分県民の心を1つにするとともに、それを見事にやり遂げていく過程において、県民の人達に自信と誇りを生み出す事が出来た。そして何よりも、未来を担う子供達にかつて経験した事の無い感動を与え、大きく広い世界を意識させるとともに、とてつもなく大きな夢や希望を抱かせる事が出来たのではないだろうか。最後にこれらを総括するために大分県は、ワールドカップ大分開催成果継承委員会を立ち上げ、次のような事をワールドカップ大分宣言としてまとめている。

#### ワールドカップ大分宣言

---

世界中を、感動と興奮の渦に巻き込んだ、2002年FIFAワールドカップ、その開催地のひとつとなった大分は、「安心・安全」と「大分らしいホスピタリティ」を基本目標として全県を挙げて準備にあたり、大会をすばらしい成功へと導いた。

全世界へ発信された“OITA”の豊かな文化と暖かい心、県域、国境を超えた様々な人々との出会いと交流、すべての県民が共通の目標に向かって心をつとについた得がたい体験を通して、大分県民は、故郷(ふるさと)・大分のすばら

しさを再確認し、自ら未来を切り拓く確かな自信、「大分スピリッツ」を得た。

大分開催を通じて得た、この輝かしい成果を次世代へと継承し、明日の豊かで活気に満ちた大分づくりを推進するため、大分県民は「大分スピリッツ」をバックボーンに、次の3つの目標を掲げ、ワールドカップ大分宣言とする。

1. 私たち大分県民は、2002年FIFAワールドカップ開催のために準備し、創り上げた様々なしくみやネットワークを継承、発展させ、明日の大分をつくる礎としていきます。
1. 私たち大分県民は、2002年FIFAワールドカップ開催会場となったビッグアイを有効活用し、世界へと視野を広げ、国際的な観光交流拠点・“OITA”を創造していきます。
1. 私たち大分県民は、大分トリニータを地域の財産とし、世界共通言語であるサッカーをはじめ、スポーツを心から愉しめる地域づくりを目指します。

---

## 5 これからのスポーツと地域との関係性

このように、現代社会においてスポーツという存在は、社会生活の一部となり、社会に何らかの影響を与え、スポーツ文化と呼ばれるまでになってきているのである。

しかしその一方で、地域とスポーツを繋げようとするところに住んでいる人達の協力が必要であるというのが明確になってきている。ただ、大々的なイベントをやったとしても、そこまで至る過程やその後のケアをしないとその街の発展には繋がっていかないであろう。最初からボランティア活動を行ってくれる住民などを組織の一部に取り込んだりして、地域住民とやっていってこそ初めてそのスポーツイベントは成功と言えるのだろう。

今までにも、日本では様々な世界イベントが行われてきた。また、そこで生まれた現状の課題も出て来ていると思う。そのような課題に対してどう向き合い、そして取り組んでいくのが、これからの地域社会とスポーツの関係にとって大切なものになってくるだろう。これからも、スポーツと地域は密接に関わり合いながら、相互の良い点を引き出して発展していってけると感じる。

## 参考文献

スポーツで地域をつくる	堀 繁/木田 悟/薄井 允裕
スポーツファンの社会学	杉本 厚夫
現代メディアスポーツ論	橋本 純一
現代スポーツ産業論	渡辺 保
スポーツビジネス特論	岸川 善光
スポーツ社会学の可能性	高津 勝