

令和6年度海外事務所研修報告書

アメリカの地域から学ぶ、スポーツによるまちづくり

一般財団法人 自治体国際化協会 交流支援部交流親善課

主査 白水 美里

令和7年3月

はじめに

令和4年(2022年)3月25日、第3期「スポーツ基本計画」が決定され、スポーツによる「まちづくり」が重点的に取り組むべき国の施策として位置付けられた。また、政府の『日本再興戦略 2016(平成28年6月2日閣議決定)』において、「スポーツの成長産業化」が「官民戦略プロジェクト10」に位置付けられ、スポーツ市場規模を2015年の5.5兆円から2025年までに15兆円に拡大するとの目標が掲げられたことに端を発し、スポーツ庁及び経済産業省を中心に「スタジアム・アリーナ改革」が推進されるなど、スタジアム・アリーナを核としたまちづくりや地域活性化に向けた取組が全国で展開され、日本におけるスポーツによるまちづくりへの注目度が高まっている。

そのひとつの事例である、プロ野球北海道日本ハムファイターズの新球場を核としたボールパーク¹「HOKKAIDO BALLPARK FVILLAGE」(以下「Fビレッジ」という。)は2023年3月に北海道北広島市に開業し、2年目を迎えた。北広島市では、官民連携プロジェクトとして新球場を核としたボールパークを整備することで、まちづくりの様々な分野に波及効果を生み出し、持続可能な都市経営と地域課題の解決を図る「ボールパーク構想」を究極の地方創生として、関連する様々な取組を推進しているところである。

今回のレポートでは、スポーツによるまちづくりという考え方が根付くアメリカで学んだ事例をもとに、スポーツやスタジアム構想と連携したまちづくり推進のヒントをまとめる。

¹スタジアムを核に、野球観戦だけでなく、試合がない日でも買い物や食事、レジャー等を楽しむことができる賑わいや交流を創出するエリアで構成される空間を指す。

目次

第1章	アメリカとスポーツの関わり	1
第1節	アメリカにおけるスポーツの歴史	1
第2節	現在のアメリカのスポーツ事情	2
第3節	アメリカのスタジアム事情	4
第2章	アメリカにおけるスタジアムを軸としたまちづくりの事例	5
第1節	The Battery Atlanta (ジョージア州コブ郡)	5
第2節	Barclays Center (ニューヨーク市ブルックリン)	7
第3節	その他のスタジアム	9
第3章	事例調査の気付きとまとめ	12
第1節	地方部におけるスタジアムの複合化の重要性	12
第2節	スポーツが文化として根付くことの価値	12
第3節	コミュニティから発展する価値の創出	14
おわりに	16

第1章 アメリカとスポーツの関わり

第1節 アメリカにおけるスポーツの歴史²³

アメリカはなぜスポーツが文化として地域に根付いているのか、なぜ「スポーツ大国」と言われるのか。まずは、アメリカにおけるスポーツの歴史的な背景から、その所以を掘り下げていく。

コロンブスがアメリカ大陸を発見した1492年に遡ると、アメリカでの代表的スポーツはインディアンの狩猟だった。その後、多くの植民者を受け入れ、さまざまな文化を持ち合わせた民族が共存する中で、「レクリエーション」や「スポーツ」などと呼ばれる、余暇・娯楽活動が楽しまれ、競馬や闘鶏、ボートなどイギリス的なスポーツが持ち込まれた。

その後、1776年の「独立宣言」を経て、18世紀末のアメリカでは、繊維産業をはじめとした産業革命がはじまり、近代的な階級社会が普及した。産業労働者の階級では、ヨーロッパから押し寄せた移民から、器械体操や陸上競技の基本となる各国のスポーツが伝えられた。

19世紀には、アメリカの4大スポーツのうち、アメリカンフットボール、バスケットボール、野球が誕生した。

野球は、「ベース・ボール」と呼ばれるイギリスの子どもの遊びに起源を持つが、1840年代にニューヨークで野球のルールの基礎がつけられたのが始まりとされている。ニューヨーク市や近郊の会社職員、職人、小売店主等が中心となって1850年代後半までには多数のチームが創られ、やがて入場料が取られるようになり、1876年には、現在のメジャーリーグのひとつナショナルリーグが誕生した。

ナショナルリーグ設立時、参加チームには独占できる地域がフランチャイズとして割り当てられ、その人口は7万5,000人以上の都市に限定され、チームには地域での営業の独占権と試合日程の作成、消化を義務付けた。これにより、野球ビジネスの安定と都市人口増加に伴う社会的基盤の発展を促したという。

アメリカンフットボールは、19世紀前半にイギリスから複数の経路で伝わったサッカーやラグビーの原形となった球技を土台に、ハーバード大学、イエール大学、プリンストン大学をはじめとする北東部の大学生たちが1870年代に交渉と改良を重ねて作り上げた。アメリカンフットボールのルールや戦略は、実業界で導入された労働者の生産性を改善する「科学的管理法」や帝国主義を推し進めるために増強されつつあった軍隊の訓練・戦略・戦術とも親和性が高く、1880年代には、人気ナンバーワンのスポーツとなった。

バスケットボールは、1891年にマサチューセッツのYMCA訓練学校で誕生した。

² 笹川スポーツ財団 スポーツ辞典 ー約200種類のスポーツ一覧より（アメリカンフットボール、バスケットボール、野球の各項目を参照）、
<https://www.ssf.or.jp/knowledge/dictionary/index.html>（最終検索日：2025年3月5日）

³ 川上 祐司「アメリカのスポーツ現場に学ぶマーケティング戦略」（晃洋書房、2019年）

屋外での運動ができない雪の深い冬にも、学生たちが十分に体を動かすことができ、かつお金がかからず、安全な球技として考案され、YMCA のネットワークを通じて、国内から海外まで広がっていった。

20 世紀前半には、第 1 次世界大戦を背景に連邦政府の後ろ盾を得て、軍事訓練へのスポーツ導入に加え、体育の必修化が行われるなど、スポーツが国家や州の政策に組み込まれることになった。

そして、1920 年代はスポーツの黄金期といわれ、ベーブ・ルースをはじめとしたスター選手が続出し、アメリカ社会に旋風を巻き起こし、スポーツが無視することのできない社会的なものになっていった。

1978 年には連邦法規によってアメリカオリンピック委員会にアマチュアスポーツの統轄を認可する「アマチュアスポーツ法」が制定された。「アマチュアスポーツ法」は、同委員会に広く国民のスポーツ参加を促進するよう義務付けている。地方分権が進んだ連邦国家であるアメリカで、外交、国防や人種差別などのような特殊な問題を除いては、州や地方公共団体に行政的権限が委ねられている中、法整備されたことは国としてスポーツをしっかり支えていくという特別な意味を持つという。⁴

このような歴史的背景により、アメリカにおけるスポーツは単なる気ばらしから、社会的に有用であるもの、ビジネスへと変化し、施設整備などのハード面とメディアなどのソフト面の充実、そして世代を超えて応援を楽しむ人々がいたことで、アメリカはスポーツ大国として発展してきた。

第 2 節 現在のアメリカのスポーツ事情

アメリカでは、アメリカンフットボール (NFL (National Football League))、バスケットボール (NBA (National Basketball Association))、野球 (MLB (MAJOR LEAGUE BASEBALL))、アイスホッケー (NHL (National Hockey League)) が 4 大プロスポーツリーグと言われ、全米に展開されるチームがあり、地域貢献の役割も果たしている。4 大プロスポーツは年中休みなくシーズンが続くため様々なスポーツのファンが存在し、特に NFL は スポーツ観戦の最大のコンテンツとなっている。

4 大プロスポーツのチームがないエリアは大学のスポーツチームがその対象となり、カレッジフットボールでは大学のスタジアムに試合当日数万人を集客する等、プロのチーム並みの集客力を誇っている。なお、大学スポーツは NCAA (National college athletic association) という中央組織が大学横断的かつ競技横断的に統括している。大学スポーツについて、日本では学生を中心とする自主的な課外活動とされ、大学の関与は限定的な場合が多いが、アメリカでは大学が主体的に関わり、スポーツを教育の一環として捉え、スポーツを支えている。

⁴ 笹川スポーツ財団『スポーツ政策調査研究』 報告書 (2011 年 3 月) I. 諸外国におけるスポーツ振興施策等に関する調査研究 I-3 諸外国 (12 カ国) のスポーツ振興施策の状況 アメリカ, https://www.ssf.or.jp/thinktank/policy/h23_07_report_1.html (最終検索日: 2025 年 3 月 5 日)



図1-1 Metlife Stadium (ニュージャージー州イースト・ラザフォード) での NFL Dallas Cowboys vs. New York Giant の様子。(2024年9月26日筆者撮影)

ライバル関係にある2チームの試合ということもあり、収容人数8万2,500人の座席がほぼ満席となっていた。(参考にエスコンフィールド北海道の収容人数は約3万5,000人) 他のスポーツ観戦と比較しても、ユニフォームを着用している人が圧倒的に多かった。また、座席がホームとビジターで分かれておらず、ファン同士が煽り合いながらも、応援が盛り上がっているのが印象的だった。



図1-2 Michie Stadium(ニューヨーク州ウエストポイント)での NCAA Army West Point vs. UAB の様子。(2024年10月12日筆者撮影)

米国陸軍士官学校のキャンパスにある屋外フットボールスタジアム。陸軍ブラックナイツの本拠地であり、収容人数は4万2,765人。前述の Metlife Stadium と比較すると、プロチームの試合ではなく、また、スタジアムもマンハッタンから車で1時間程度の場所に位置し、アクセスは良くないものの、試合の2時間以上前から多くの人で盛り上がっていた。特に試合前の音楽隊によるパフォーマンスや出店、試合中のチアチームによるパフォーマンスなど、お祭りのような盛り上がりで、ファミリー層が多いのが印象的だった。

第3節 アメリカのスタジアム事情

アメリカのスタジアム建設は、1960年代から1970年代までの第一次建設ラッシュで、野球とアメリカンフットボールの一体型の球場が多く作られた。その後、施設の老朽化に伴い、1990年代終わりから2000年代にかけて、第二次建設ラッシュとして多くの施設の新設、改修が行われた。

第二次建設ラッシュでは、地域経済の悪化対策として、市街地再開発の中心的役割を担い、地域経済へ効果をもたらすことを期待して建設が進められた。新たなスタジアム建設は、従来の郊外の単機能型ではなく、地域活性化や防災の拠点となる街のシンボル・中核施設として位置づけられ、中心市街地や近隣エリアの開発、再開発の一環として、自治体と民間が連携して整備された。

また、試合という非日常のイベントに深く関わられるような観戦空間を創出しているのが特徴である。PWCが発表している「スポーツ業界の見通し 2024」では、北米スポーツ業界のトレンドとして、スタジアムの複合化について触れられている。近年の傾向として、「観客はスタジアム周辺の複合施設のエンターテイメント地区でショッピング、食事、テールゲートを楽しむために早めに到着することが多くなっており、試合の結果に関係なく楽しく思い出に残る体験をしている。今日の主要なスポーツ組織は、多目的エンターテインメント地区を所有及び運営することで、追加の収益源を生み出し、ファン体験を向上させている。これらの地区は通常、ショッピング、ダイニング、エンターテイメント、オフィスと住宅のスペースの組み合わせを特徴としており、訪問者に一年中エンターテイメントを提供し、スポーツチームと周辺コミュニティをさらに結びつけている。」⁵と言及し、2024年に発表される全ての主要な新球場開発プロジェクトの焦点は、エンターテインメント地区になると予測されている。

これらの状況を踏まえ、次章では、実際に現地で視察したスタジアムとその関連する取組についてまとめていく。

⁵ PWC, “Sports Industry Outlook 2024”

<https://www.pwc.com/us/en/industries/tmt/library/sports-outlook-north-america.html>

(最終検索日：2025年1月31日)

第2章 アメリカにおけるスタジアムを軸としたまちづくりの事例

今回は、ニューヨーク、アトランタ、フロリダ、ロサンゼルス の5つの地区を拠点にスタジアムを調査した。その中でも、地方部に位置する The Battery Atlanta と度々成功事例として取り上げられてきた Barclays Center の現状を中心にスタジアムによるまちづくりの特徴をまとめる。

第1節 The Battery Atlanta (ジョージア州コブ郡)

The Battery Atlanta は、MLB アトランタ・ブレーブスの本拠地である Truist Park を核としたボールパークである。アトランタのダウンタウンから北西に約 16km 離れた、ジョージア州コブ郡のカンバーランドに位置する。

ブレーブスは、1996年のアトランタオリンピックの後、オリンピックで使用したスタジアムを改築し、ダウンタウンに位置するスタジアムで試合を行っていたが、2017年に現在の場所に移転した。地方部に位置し、かつ、球場だけでなく複合施設として地域活性化を目指してきたボールパークであるため、今回の調査対象とした。

The Battery 内には、球場のほか、ホテルやレストラン、ショッピングモール、様々な企業のオフィスなどが立ち並ぶ。

試合日以外にも各種イベントが開催されており、2023年にはブレーブスの試合が 83 開催されたのに対し、コンサートなど試合以外のイベントが 284 開催された。2023年の訪問者数は 1,030 万人、コブ郡外からの訪問者は 800 万人であった。

観光地としても成果を上げているが、The Battery の大きな特徴は、様々なオフィスが拠点をもち、多くの雇用が生まれている点である。バッテリー内で最も高層の建物は、欧州のエレベーター会社の北米本社であり、約 1,000 人の従業員が働いている。2023年には、電気、自動車、保険、IT 関連など様々な職種の会社が The Battery 内に新たにオフィスを構えた。

このように、エンターテインメントの複合施設としてだけでなく、それらのサービスに併せてオフィスを誘致したことで、The Battery エリアの資産価値は 2014年の 500 万ドルから、2023年には 7億 6,700 万ドルまで上昇し、The Battery、Braves からコブ郡、カンバーランド CID⁶に 2015年以降支払われた固定資産税総額は 6,170 万ドルにのぼっている。⁷

スタジアム建設のための債務返済には、8%のホテル、モーテル税が充てられているが、固定資産税による収入については、教育費など、郡の一般運営の支援に充てられ

⁶ CID (Community Improvement District) とは、通常と異なる課税が行われたり、税配分方法が異なったり、そのための組織が設置されたりする特区のひとつ。ジョージア州のコミュニティ改善地区 (Community Improvement District) は、資産所有者の 75% 以上の合意により設立可能で、地区内の道路、歩道、街頭などのインフラ整備を実施している。郊外の商業・業務地域での設立が多い。

⁷ TRUIST PARK 2023 YEAR IN REVIEW, <https://s3.amazonaws.com/cobbcounty.org/uf-us-east-1/s3fs-public/2024-04/COBB%20BOC%20presentation.pdf> (最終検索日：2025年3月5日)

ており、エリア内の価値を高めることで生まれた利益を他分野に還元することで、地域へ経済的メリットを与える構造となっている。

さらに、地域へ与える価値は経済的なものに留まらない。野球の試合に限らず、様々なイベントがエリア内で開催されていることは先に触れたが、The Battery では、大規模なイベントだけでなく、芝生エリアでのヨガ教室など地域住民をターゲットとしたイベントも開催されている。そのような定期的に行われる地域にコミットしたイベントによりコミュニティが生まれ、試合がない休日にも自由にヨガを楽しむ人が現れるなど、地域住民が集う場としても親しまれている。

The Battery の存在は、居場所づくり、健康づくり、シビックプライドなど経済的な面に限らない価値を地域住民に提供していると言えるだろう。



図 2 - 1 非試合日の The Battery の様子。(2024 年 9 月 19 日筆者撮影)

試合のない平日の昼間だったが、芝生エリアにはヨガを楽しむカップルがいるなど、公園のような雰囲気だった。

第2節 Barclays Center (ニューヨーク市ブルックリン)

Barclays Center は、ニューヨーク市ブルックリンに位置する NBA ブルックリン・ネッツの本拠地である。2012年9月に開業し、2015年から2020年までは NHL ニューヨーク・アイランダーズの本拠地としても利用されていた。

Barclays Center 自体はいわゆるボールパークではないものの、地域の活性化を目的とした住宅や商業ビルを含む、大規模なパシフィック・パーク・ブルックリン開発プロジェクトの一部として開発されており、スタジアムの建設を軸に都市開発が進められた事例のひとつである。

パシフィック・パーク・ブルックリン開発プロジェクトは、鉄道の車両基地があった約9haの土地における、オフィス機能や居住機能、商業機能等を含む複合的な開発である。Barclays Center と一部のレジデンスは既に建設されており、併せて地下鉄の新しい出入口などの都市基盤施設も整備されている。この開発プロジェクトは、ディベロッパーである Greenland USA のプロジェクトに関連するローンの債務不履行などにより、全体の完了が当初予定の2016年から2025年、そして2035年へと延期されているものの、市街地再開発の難しいニューヨークでは、成功例として取り上げられることも多い。

もともとブルックリンは、工場地帯として造船業や製造業などで栄えていたが、第二次世界大戦後の技術革新を機に工場が次々と閉鎖。1970年代のニューヨーク市財政危機を契機にさらに治安が悪化し、荒廃したエリアであった。それが、1990年代末以降、マンハッタンの物価高騰に伴い、アーティストやクリエイターがブルックリンに移住し、工場や倉庫跡地がリノベーションされることで、徐々に流行の発信地として生まれ変わっていった。Barclays Center の建設を含むパシフィック・パーク・ブルックリン開発プロジェクトも、そのように徐々に生まれ変わりつつあったブルックリンの市街地に隣接する一角の土地で、2003年に計画が発表された。⁸

Barclays Center が建設された最初の1年では、売上税を含めた1,400万ドルがニューヨーク市の歳入となったことに加え、訪問者による経済効果が1億4,500万ドルあったとされている。また、開発に伴う住宅地の増加やイベント開催による来訪者の増加により、周辺の飲食店にも好影響を与えたほか、ブルックリン市民の雇用機会が創出されるなど、地域経済にも影響を与えている。⁹

さらに、経済的な側面に限らず、ブルックリン・ネッツを通じて、STEM¹⁰、リーダーシップ、起業家精神に焦点を当てたさまざまなプログラムにより、ブルックリン市内の学校における教育の支援を行っているほか、ブルックリン・ネッツ&ニューヨー

⁸ NEW YORK STATE HP, <https://esd.ny.gov/atlantic-yards-community-development-corporation-1> (最終検索日: 2025年3月5日)

⁹ Wilson Center – Korea Housing and Urban Guarantee Corp (HUG) (2020.9.15) https://penniuir.upenn.edu/uploads/media/Atlantic_Yards_Case_Study_September_2020.pdf (最終検索日: 2025年1月31日)

¹⁰ STEM (ステム) 教育とは、Science (科学)、Technology (技術)、Engineering (工学)、Mathematics (数学) の4つの英単語の頭文字を組み合わせた教育用語。4つの分野は密接に関わり合っており、個々の学問を一元的に学ぶのではなく関連づけて学ぶという考えに基づく教育システム。

ク・リバティ財団を立ち上げ、健康、ウェルネス、より公平な社会の構築の実現に向けた支援などを行い¹¹、様々な面から地域にプラスの影響を与えている。

とはいえ、近年ではネットスの不振に加え、マンハッタンのマディソン・スクエア・ガーデンやニュージャージー州のプルデンシャル・センター、ロングアイランドの UBS アリーナなど近隣のスタジアムとのイベント開催地としての競争もあり、Barclays Center 自体は 2023 年 6 月期に 7,600 万ドルの損失を計上するなど、経済的に厳しい状況に置かれている。当初は優良事例として注目されていた事例であっても、難しい局面に立たされている状況を見ると、周辺を含む大規模な開発には、時代のニーズに合わせ、持続的に更新を進めていく姿勢が必要であることを痛感する。



図 2-2 試合日の Barclays Center 周辺の様子。(2024 年 10 月 15 日筆者撮影)

周辺にはショッピングモールやレストランなどが並ぶ。試合開始の 2 時間以上前に現地に到着したが、多くの人で賑わっていた。抱えているショッピングバッグの大きさから、半数はこの日の試合とは関係ない、一般の買い物客と思われる。アメリカ滞在中に訪問した多くのスタジアムが、治安への不安から周辺の散策が推奨されていなかったのに対し、Barclays Center 周辺は、成功事例として取り上げられる理由を感じられる賑わいだった。

¹¹ BROOKLYN NETS HP, <https://www.nba.com/nets/community> (最終検索日 2025 年 3 月 5 日)

第3節 その他のスタジアム

このほかのスタジアムにおいても、各種レポートやホームページでは、スタジアムの存在により地域の雇用が創出され、そのスタジアムを本拠地とするチームの地域貢献により、価値が提供されていることが示されている。

ただ、Kia Center や Yankee Stadium のようにスタジアムが単体で建設されている場合、スタジアム周辺には試合の直前まで人気がなく、賑わい創出という観点はもとより、アメリカでのスタジアム建設の目的のひとつとしてしばしば掲げられる治安の向上については疑問を感じるどころであった。

そういった意味でも、現在トレンドになっているスタジアム周辺の複合施設化や試合日以外にも利用されるエリアづくりなどで連続した賑わいを創出することが、地域の価値を高めるためにより効果的であると考えられる。

直近では、ニューヨーク・メッツの本拠地として知られるシティフィールド周辺でも、50エーカーの駐車場をスポーツとエンターテインメントの複合施設に変える「メトロポリタンパーク計画」が進められ、野球シーズンだけでなく、365日間楽しめる目的地づくりが行われようとしている。



図2-3 Mercedes-Benz Stadium(ジョージア州 アトランタ)での Tailgate party の様子。(2024年9月18日筆者撮影)

MLS (Major League Soccer) Atlanta vs Miami の試合日だった。試合開始直前まで、駐車場でテントを張りバーベキューを楽しむ人、球場周辺の芝生でボール遊びを楽しむ子どもたちで賑わっていた。

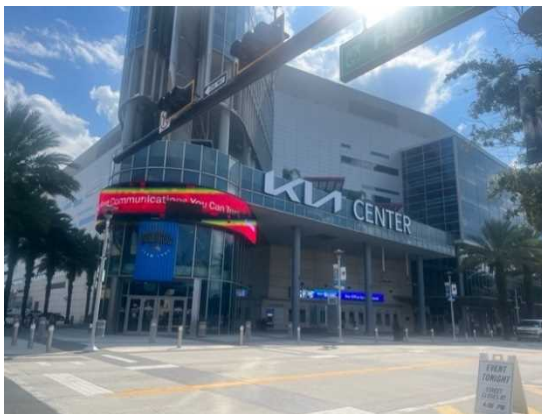


図2-4 Kia Center(フロリダ州オーランド)周辺の様子。(2024年9月20日筆者撮影) この日は19時からコンサートが開催される日であったものの、スタジアムは窃盗、暴行事件が頻発している Parramore エリアに隣接していることもあり、昼間でもほとんど人気がなかった。



図2-5 Yankee Stadium (ニューヨーク州ニューヨーク・ブロンクス区) 内のキッズエリアの様子。(2024年9月25日筆者撮影) スタジアム内には、キッズエリアやモニュメントパークがあり、幅広い層の観戦客が楽しめる施設となっている。一方で球場周辺エリアは、治安の関係で夜に出歩くことは推奨されておらず、賑わいは球場内に留まるものであった。



図2-6 UBS Arena(ニューヨーク州エルモント) の様子。(2024年9月27日筆者撮影) NHL NewYork Islander のホームであり、マンハッタンの中心部からロングアイランドレイルロード (LIRR) で30分ほどの場所に位置する。競馬場であるベルモント・パークの再開発の一環として建設され、周辺エリアにホテルの建設も計画されているが、訪問時点では周辺に見える建物は新駅 Elmont Station のみであった。



図2-7 Staten Island University Hospital Community Park (ニューヨーク市スタテンアイランド) の様子。(2024年10月4日筆者撮影) 独立リーグに所属するスタテンアイランド・フェリーホークスの本拠地。他球場に比べて規模は小さいが、コンサート、ユーススポーツ、大学イベント等が行われ、スタテンアイランドの文化活動の拠点の一つとなっている。



図2-8 Citi Field（ニューヨーク州クイーンズ）の様子。（2024年10月8日筆者撮影）「メトロポリタンパーク計画」の推進にあたり、Citi Fieldをホームとするニューヨーク メッツは、近隣住民との16回のワークショップにより、ニーズの聞き取りを行った。統合型リゾートを目指しながら、自転車道の追加、地域コミュニティ、地元企業との連携などが掲げられている。



図2-9 Dodger Stadium(カルフォルニア州ロサンゼルス)の様子。（2024年10月11日筆者撮影）1958年、都市部における商業機能が低下していた中、スタジアムが文化の拠点となり得ることを重視し、公営住宅の建設を予定していたエリアに建設された。実際に、スタジアムの建設を機にダウンタウンに高級アパートや商店街、文化施設も整備され、都市の再生に寄与している。



図2-10 Madison Square Garden（ニューヨーク市マンハッタン）周辺の飲食店の様子。（2024年10月13日筆者撮影）この日は NBA New York Knicks vs Minnesota Timberwolves の試合日だったため、午前中から周辺の飲食店では Knicks の旗が掲げられる所もあり、ユニフォームを着た人で賑わっていた。

第3章 事例調査の気付きとまとめ

第1節 地方部におけるスタジアムの複合化の重要性

アメリカの事例からも、スタジアムの存在は、経済的、社会的様々な側面から地域に価値をもたらすことが理解できるが、同時に、その地域の特色により、それぞれが創出できる価値には違いがあるということも認識しなくてはならない。

例えば、Madison Square Gardenのような都市部のスタジアムにおいては、スポーツイベントに限らずコンサート等様々な興行が行われるため、スタジアム単独で考えると、興行の誘致によりコンスタントに経済的な価値を創出することができる。一方、地方に位置するスタジアムについては、スポーツ興行以外での稼働が限定されるため、単機能では建設に係る投資分を回収する価値を生み出すことは難しいだろう。

このことを踏まえると、特に地方においては、地域住民向けイベントの開催、企業誘致などに力を入れる Truist Park やエンターテインメント要素を充実させた MetLife stadium のように、スポーツのみに囚われず、地域の特性に応じたイベントや空間づくりを複合的に行うことが、スポーツファンだけでなく、地域住民や企業からも必要とされる施設となるために必須と言えるだろう。結果として、多くの地域住民を巻き込み、そのまちのシンボルとして、地域に持続的な利益をもたらすことが期待できる。

第2節 スポーツが文化として根付くことの価値

複合化により、様々な分野でスタジアムやボールパークと人々の関わりの可能性は広がるが、やはり「スポーツ」そのものにも社会に還元できる大きな価値がある。

スポーツが提供する価値は、エンターテインメントとしての要素はもちろん、健康づくり、シビックプライド、居場所づくりなど様々であり、いずれも全ての世代が享受することのできる価値である。ただしそれも、単にスポーツ観戦の機会を提供するだけでは、価値を受け取れる層の裾野の広がりには限界があるだろう。

そこで、アメリカにおいてスポーツを超えた文化イベントとして多くの人に親しまれている、アメリカンフットボールの例を取り上げたい。

アメリカの4大プロスポーツの中でも、アメリカンフットボールは国内だけでも毎週1億人以上が観戦するほどの人気を誇っている。NFLで世界一を決める「スーパーボウル」は、全米の視聴率が40%を超えるなど、単なるスポーツの試合を超えた国民的な祭典となっている。

実際に現地では、アメリカンフットボールの試合は他のスポーツとは一線を画した集客とスタジアム周辺にまで広がる熱狂を感じた。NFLによるチームの勢力の均衡やゲームそのものの面白さなど様々な理由はあるが、試合開始前に駐車場で行われている「Tailgate party」にアメリカンフットボールが文化として根付く理由の一端があるだろう。

「Tailgate party」とは、車を停めた駐車場や空き地で車の後ろでバーベキューなどのパーティーをすることを指す。特にアメリカンフットボールの試合前には、試合開始前から多くの車が駐車場に来て、バーベキューグリルを設営し「Tailgate party」を楽しんでいる。これは、スタジアム内に限ったものではなく、一般的にスポーツの試合の時に皆でバーベキューなどのパーティーを行うことを指し、アメリカンフットボ

ールのシーズン中はアメリカの多くの家庭で、家族や近所の人とテレビで試合を観戦しながら、バーベキューを楽しむという週末のイベントが発生している。

このように、観戦を目的とせずともアメリカンフットボールが幼いころから身近にあることで、より一層、アメリカンフットボールは単なるスポーツの枠を超えて、ある種アイデンティティのようにアメリカ国民の中に存在する文化として根付いているのかもしれない。

アメリカンフットボールの事例から考えると、スポーツをスタジアムでの観戦など非日常のシーンだけでなく、生活の身近なシーンからアクセス可能にし、日常に存在するものとする、そして幼いころから触れる機会を与えることで、スポーツ自体を文化として根付かせることが、スポーツによるまちづくりを推進し、スポーツから得られる価値を地域住民に提供していく際の鍵となるだろう。

つまり、スタジアムなど施設そのものの複合化だけでなく、ソフト面での取組を地域住民に身近な分野に複合的に広げていくことが、スポーツから得られる価値を社会に還元していくためには必要であると言える。



図3-1 Michie Stadium(ニューヨーク州ウェストポイント)での Tailgate party の様子。(2024年10月12日筆者撮影)

撮影時点で試合直前だったが、通常の駐車場エリアでもテントやキャンプ椅子を広げて大人数でバーベキューやお酒を楽しむ人がいた。

第3節 コミュニティから発展する価値の創出

少しスタジアムの事例から離れるが、ニューヨーク ブルックリンのサンセット・パーク地区にある「Japan Village」の在り方からも、ボールパークと地域の関係性に共通するヒントが得られた。

「Japan Village」は、ニューヨーク ブルックリンのサンセット・パーク地区の複合施設インダストリー・シティ内にある文化・食の発信地である。1階には日本の食品などを販売するスーパー、2階には日本製の雑貨や伝統工芸品を購入できる店舗のほか、日本に関する情報が得られる休憩ブース、イベントスペースがあり、週末には日本の祭り、芸術、伝統に関連したイベントやアクティビティが開催されている。

現在の来訪者のほとんどは地元住民か現地の日本人であるが、カラオケやアニメ上映、おもちゃ作り体験、けん玉のコンペティションなど、様々なイベントが定期的に行われていることで、単なるショッピングの目的地としてだけでなく、文化交流の場としても機能している。このように、箱が存在することで、イベントが生まれ、イベントが生まれることでコミュニティが生まれ、この場所に関わる人へ価値を提供している点は、ボールパークが目指す地域とのかかわり方にも共通するだろう。



図3-2 Japan Villageの様子（2024年10月13日筆者撮影）中庭エリアで、日本酒や焼き鳥などの日本食の販売や餅つき体験ができるイベントを開催していた。週末ということもあり、現地の家族連れで賑わっていた。

実際、F ビレッジにおいても、試合日のボランティアのほか、F ビレッジ内のランニングコースにて定期的にランニングを行うランコミュニティ、F ビレッジ内のガーデンのメンテナンスを行うガーデンボランティアなど、野球そのものに関係なく、F ビレッジという場があり、そこでイベントが発生することでコミュニティが生まれている。結果的に F ビレッジは、そのようなコミュニティが存在することで、野球好きか否かに関わらず、地域の人々に楽しみや健康増進、活躍の場を提供している。

特に F ビレッジが位置する北海道北広島市においては、もともと自転車道が住宅街に整備されており、ランニングやサイクリングに親しむ環境が身近にあったこと、戸建ての敷地面積が広く、ガーデニングを楽しむ住民が多くいたことなど、この地域が持つ特徴や潜在的なニーズと F ビレッジが提供する場の親和性が高かったことで、活発な活動に繋がっている側面もあると考えられる。

2024年12月には、F ビレッジ内で On SquadRace Japan 2024 が開催された。この事例は、ランコミュニティから派生したものと言うよりは、ランコミュニティも含め、F ビレッジ内に店舗を構えるスポーツブランド「On (オン)」がファイターズとのパートナーシップにより連携し、運営しているものであるが、特にこれまで観光地としての機能をあまり有していなかった地域で観光事業を展開していくためのヒントとなり得るだろう。

ボールパークという大きな箱ができたことで、大規模なイベントを誘致し、多くの人に訪れてもらうというのも一つの手段ではある。一方で、地域住民をターゲットとした小規模で日常的なイベントから、観光誘客を目指す非日常のイベントへと繋げていくという形は、暮らしと観光のバランスを取りながら、その価値を地域に還元していくために適した手法のひとつになるだろう。

現在、オーバーツーリズム等をはじめとした観光と暮らしのバランスに関連する問題が日本でも議論となっている中、日常的なイベントから非日常のイベントへと展開することで、地域の特性を生かしたイベントを発掘しやすいこと、イベント参加者からなるコミュニティがあれば外部からの訪問が増えた際にも地域の協力体制を確保しやすいことなど、観光事業と暮らしの両立を目指し得るメリットも多い。

いずれにしても、これらアメリカの事例から得られたスポーツにおけるまちづくりのヒントを実現し、ボールパークやスポーツの価値を最大限発揮させるためには、スポーツチームをはじめとする民間企業と行政との連携が不可欠である。その中で行政のひとつの役割は、地元企業や関係機関、地域住民など多様な主体の理解や共感を促すことで、ボールパークをきっかけとした新たな文化や価値の創出をサポートすることだろう。

おわりに

スポーツは公共性があるエンターテインメントだ。それゆえ、まちづくりに入り込んでも違和感なく、そしてそのエンターテインメント性から、多くの人を巻き込み、様々な分野をブーストさせる力があるのだろう。

アメリカでは観客の熱量に圧倒された。多くの人を動かし、熱狂させることができるスポーツのエンターテインメントとしての可能性を肌で感じると同時に、この熱狂が生まれた歴史的、文化的背景を知り、スポーツやスタジアムの存在を地域に根付かせることの重要性にも気づくことができた。

北海道ボールパーク F ビレッジは開業から2年目を迎える。そして2028年には北海道医療大学の移転など、新たなフェーズを迎え、連携分野も拡大していく。農業や医療、大学との連携など、アメリカにおいてもまだ事例があまり見られなかったこれらの分野での連携が進めば、スポーツによるまちづくりの可能性はさらに広がり、世界からも注目される事例となるだろう。

アメリカで得たヒントを胸に留め、今後、ボールパークという拠点をハブに多様な主体が関わることで、それぞれが持つ資源や地域資源が掛け合わされ、持続可能なまちづくりへと続く新たな文化や価値が生まれていくよう、自治体職員として力を尽くしたい。

最後に、今回の視察においては、事前準備から大変多くの方にお世話になった。情報が溢れる広大なアメリカにおいて、自分の力だけでは必要な情報にたどり着くことはできなかった。本稿の執筆にあたり、快くインタビューを受けてくださった皆様、そして現地の多くの方を繋いでくださった皆様、現地でのサポートをしてくださったニューヨーク事務所の皆様に心より御礼申し上げます。

【参考文献】

株式会社電通 スポーツ局 花内 誠, 「スポーツ産学連携＝日本版 NCAA～スポーツマーケティングの立場から見た大学スポーツの重要性」 (2016年4月28日)

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/shingi/005_index/shiryo/icsFiles/aFieldFile/2016/05/25/1370914_05_1.pdf (最終検索日: 2025年1月31日)

川上 祐司, 「アメリカのスポーツ現場に学ぶマーケティング戦略」 晃洋書房, 2019

笹川スポーツ財団『スポーツ政策調査研究』 報告書 (2011年3月)

https://www.ssf.or.jp/thinktank/policy/h23_07_report_1.html (最終検索日: 2025年3月5日)

鈴木 隆志, 「アメリカの地方自治と協働に関する一考察 -地域におけるその機能と特徴を中心に-」 (政経研究 第五十六巻第1号, 2019年7月)

https://www.publication.law.nihon-u.ac.jp/pdf/political/political_56_1/each/05.pdf (最終検索日: 2025年1月31日)

スポーツ庁, 「令和5年度 スタジアム・アリーナ改革推進事業 (スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等) 事業報告資料」 (2024年3月29日)

https://www.mext.go.jp/sports/content/20240502-spt_sposeisy-300000725_03.pdf (最終検索日: 2025年1月31日)

日本貿易振興機構 (ジェトロ) サービス産業部, 「米国スポーツ市場・産業動向調査」 (2018年3月)

Yohei Yamamoto, 「アメリカにおける大学スポーツの現状」 (2023年6月22日)

<https://www.sportsanalyticslab.com/column/us-college-sports.html> (最終検索日: 2025年1月31日)

BROOKLYN NETS HP, <https://www.nba.com/nets/community> (最終検索日 2025年3月5日)

NEW YORK STATE HP, <https://esd.ny.gov/atlantic-yards-community-development-corporation-1> (最終検索日: 2025年3月5日)

PWC, “Sports Industry Outlook 2024”,

<https://www.pwc.com/us/en/industries/tmt/library/sports-outlook-north-america.html> (最終検索日: 2025年1月31日)

TRUIST PARK 2023 YEAR IN REVIEW, <https://s3.amazonaws.com/cobbcounty.org/ifs-east-1/s3fs-public/2024-04/COBB%20BOC%20presentation.pdf> (最終検索日：2025年3月5日)

Wilson Center – Korea Housing and Urban Guarantee Corp (HUG)
(2020.9.15) ,[https://penniur.upenn.edu/uploads/media/Atlantic Yards Case Study September 2020.pdf](https://penniur.upenn.edu/uploads/media/Atlantic_Yards_Case_Study_September_2020.pdf) (最終検索日：2025年1月31日)