

【提言】

「スポーツ都市 KANSAI」に向けて ～「スポーツの力」で企業と地域に元気を～

2018 年(平成 30 年)5月

一般社団法人 関西経済同友会

関西 2019・20・21 委員会

関西2019・20・21委員会 「スポーツ都市KANSAI」に向けて ～「スポーツの力」で企業と地域に元気を～

はじめに

- ・本委員会は、2014年の発足以来、2019年から始まる3大スポーツイベントに焦点を当て、この機会に如何に大阪・関西を活性化させるかにつき研究を行ってきた。
- ・特に2017年度は、2021年のワールドマスターズゲームズを意識し、「するスポーツ」を多方面から検証。その人口増によってスポーツ産業や国民の健康を増進させる取り組みを企業目線で検討、検証した。

1. 現状と課題

①働く世代の現状

- ・超高齢化社会、健康寿命の伸び悩みにより医療費が高騰。
- ・労働災害においては、近年、運動不足が原因と思われる転倒災害率の割合が高くなっている。
- ・企業内でのスポーツ大会や企業保有のグラウンドの減少により、企業でスポーツをする文化が衰退。
- ・社員の健康増進や生産性向上に向け、経営戦略の一環として「健康経営」に取り組む企業が増え、関連する認定制度の設定も進んでいる（「健康経営銘柄」、「健康経営優良法人」、「スポーツエールカンパニー」等）。

②子供の現状

- ・日本では、スポーツは「運動・体育」として発展。学校施設で教員が体育の授業を通じてスポーツを指導しており、運動部活動も教育活動の一環との意識が強い。
- ・少子化に伴い運動部活動に所属する生徒の絶対数が減少し、特にチーム競技等において活動に支障をきたしている。また、運動部活動が「楽しい」と答える生徒の割合は、小中高と成長とともに下降。
- ・運動部活動指導教員の多く(4～5割)は、「多忙な校務との両立、自身の指導力不足等」の悩みを抱える。
- ・運動部活動以外でも、学校グラウンドや公園の使用制限、携帯ゲームやスマートフォンの普及により子供の屋外遊び等、体を動かす機会が減少。
- ・欧米では、スポーツは「楽しむもの」でもあり、タイトルを競う「競技スポーツ」に加え、生涯を通じて楽しんでプレイする「レクリエーションスポーツ」がある。スポーツを行う場として地域社会のスポーツクラブが発達。

③関西の課題

- ・都道府県別健康寿命のデータでは、全体的に関西が低い。
- ・スポーツ行動者率(10才以上、1年間にスポーツをした人の割合)は全国的に都心が上位の傾向にあるが、大阪は含まれない。
- ・人口10万人あたりのスポーツ施設数、総合型地域スポーツクラブ数ともに大阪は最下位。

①スポーツツーリズムの現状

- ・スポーツは交流人口を生み出す力を有している。スポーツと景観や環境、文化等の地域資源との掛け合わせにより新たな観光市場が形成され、地域経済が活性化することがスポーツツーリズムの要諦。
- ・国も、このスポーツツーリズムの可能性に着目している。
- ・国(スポーツ庁)の動きと連動し、日本スポーツツーリズム推進機構等、各方面で様々な取り組みが進んでいる。

②マーケティング調査分析

- ・国(スポーツ庁)は昨年、スポーツツーリズムに関わる国内外の消費者心理や動向等を調査。
- ・調査分析によると、スポーツツーリズムと合わせて実施したいことは、その土地の観光、食事、温泉。また、入浴施設、周辺観光や行事案内、荷物預かり、スポーツ用品レンタル等のサービスにも期待が高い。

③関西の現状とポテンシャル

- ・関西はスポーツツーリズムに係るシーズが豊富で、振興の潜在力は高いと言える。
- ・スポーツツーリストは総じてアウトドアスポーツへの参加意向が高い。関西は都心部から海・山・河川・湖沼といったアウトドアスポーツの体験適地へのアクセスが良好で、「広域周遊観光」への誘導にも貢献する。
- ・関西インバウンド観光は堅調に拡大しているが、リピーターを中心に「See型観光」から「Do型観光」にシフトするトレンド変化が予測され、その意味からもスポーツツーリズムの振興が待たれる。
- ・スポーツツーリストの所得階層は総じて高く、滞在期間も長いことから、一般ツーリストよりも期待値が大きく関西インバウンド観光の課題の1つである「富裕層の取り込み」にも貢献が期待できる。

④関西の課題

- ・観光資源の豊富な関西では、スポーツを始めとしたニューツーリズムへの関心が必ずしも高くはなかった。
- ・スポーツツーリスト向けの情報発信、需要開拓、販促プロモーションが不足。インフラ、サービスも不十分で2020年「インバウンド4000万人」に向け、空港から宿泊施設まで基本的インフラが決定的に不足する。
- ・「みる」スポーツツーリズムは、プロスポーツや実業団の経営基盤の強化、実業団スポーツの活性化も課題。

- ・昨今、ニュースポーツも注目されつつある。例えば、eスポーツ(Electric Sports)は、海外では様々な企業がスポンサーとなり、プロチームやプロリーグも多数存在するなど既にブームとなっており、今後、注視が必要。

2. カナダ・しまなみ海道の取り組みに学ぶべきもの

生涯スポーツ文化振興の先進国 カナダでもスポーツ実施率は高くなく、日本同様、市民のスポーツ離れ、特に青少年の「screen timeの削減」が課題。「Sports＝アスリート」のイメージを変え、「Sports」を「Activity」とすることで日常生活の一部に「身体活動」を取り入れる工夫が行われている。また、国と非営利団体が連携し、地道な活動を行っており、日本でもスポーツ庁に大いに期待したいところである。スポーツ大会におけるボランティアの重要性も忘れてはならない。しまなみ海道で地域の観光促進を行う「しまなみジャパン」からは、隣接する地域や県との協力、広域連携が重要であるとの話があった。サイクリングは、徒歩より行動範囲が広く、車より景色を楽しんだり、町への立ち寄りが容易であり、地域振興の点から、スポーツサイクリングに加え、観光サイクリングも注目を集めている。

【 】は想定している提言の実行主体者

3. 提言

企業が率先するスポーツ実施率を上げ、より健康な体づくりを！

●企業内でスポーツをする文化の復活を－働く世代の健康づくり

①企業対抗スポーツ大会への積極的参加【企業】

企業内のスポーツ文化醸成や、「する」スポーツの大会であるWMG関西の成功につながる取り組みとして、近年活発化している様々な企業対抗スポーツ大会に積極参加し、社員がスポーツに触れる機会をつくる。

②定期健康診断の時期を活用した体を動かす習慣づくり【企業】

- －気軽に体を動かす仕組みとして、企業内の定期健康診断と連動させる。
- －スマートフォンやウェアラブル端末を活用する。

③スポーツ目的での有給休暇の利用促進【企業】

休暇によりスポーツ大会等へ参加しやすい環境をつくり、スポーツをする人、みる人、ささえる人を増やす。

●地域でのスポーツ活動への参画（企業リソースの活用）－子供や年配者の健康づくり

①企業スポーツ選手の活用【企業・自治体】

学校出前授業や「総合型地域スポーツクラブ」等に関西企業のスポーツ選手を指導者として活用する。企業スポーツ選手引退後のキャリア形成にもつなげる。

②企業スポーツ施設の活用【自治体】

企業保有のグラウンドや体育館の民間開放を、例えば固定資産税免除等のインセンティブで促進する。

③社員や家族、OBが地域のスポーツクラブを利用することを積極的に支援する【企業】

地域のスポーツクラブの情報等を社員やOB、その家族に提供する。

スポーツツーリズムの促進によって地域創生を！

●WMG関西をスポーツツーリズム振興の好機と位置づけ、開催効果の最大化を

WMG関西の目的は、第1に「生涯スポーツ文化の定着」であるが、同時に「スポーツツーリズム振興のトリガー」としても期待できる。富裕層が多く参加し、初の広域開催となる本大会は、「富裕層の取り込み」と「広域周遊の促進」等、インバウンドを中心とした「関西観光の課題解決」に資するものである。

①関西独自のスポーツツーリズム調査を【広域の行政機関・観光セクターなど】

スポーツツーリズム振興のプラン策定には、国内・海外のスポーツツーリスト(及びその予備軍)の実態やニーズの把握が不可欠である。各地・各機関の個別調査に加え、広域視点での「関西商圏」に則したマーケティングが必要。それに基づいて、オール関西で、さらには各々の自治体や企業でも、WMG関西に向けた準備・対策が進められることが望ましい。

②「旅行商材としてのWMG関西」の設計と対策を【WMG組織委員会、観光関連事業者など】

滞在が平均2週間に及ぶ参加者の大きな関心事は観光にある。競技参加から前後の過ごし方までを一連の流れとしてとらえ、ツーリスト目線で関西を周遊する仕組みを整備する必要がある。関西在住の外国人の視点から、スポーツツーリズムの資源・資産の洗い出しや、SNS等を活用した事前の情報発信も効果的。

③体制・組織整備の議論の加速化を【広域の行政機関・観光セクター、経済界など】

スポーツツーリズムは「広域」の観光であり、行政の区割りや組織の縦割りを克服するとともに、民間との有機的な連携による取り組みが求められる。このスポーツツーリズム振興のための広域プラットフォームに関しては、当会の提言に基づいて開設され、「関西」を冠する広域組織としての一定の活動実績もある「スポーツコミッション関西」の発展的活用も念頭に体制整備が進められることを望む。

おわりに

「スポーツをする」ことを徹底していくには、「働き盛り世代」や「子供達」に対し、如何に習慣付けるか、する機会を増やすかが重要で、また「スポーツを全くしない人」、「スポーツが好きでない人」に対しても、まず体を動かすことから始められるような取り組みが大変重要と思われる。スポーツをすることで健康寿命を延ばしていく取り組みは、変化を起こすまで時間がかかるため、今まさに取り組まなければ社会保障制度が破綻するという危機感を官民で共有することが必要。また、スポーツツーリズムを上手く活用することで観光課題を解決し、関西のさらなる発展につなげたい。これらの取り組みを関西で行うには「2019・20・21年が絶好のチャンス」であり、オール関西で各行政、関係機関、企業が危機感と使命感をもち、まず一歩を踏み出す、具体的なアクションを試みる努力を行なうべきである。

スポーツ実施率について

スポーツツーリズムについて

その他

目 次

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
1. 現状と課題	
(1) スポーツ実施率について・・・・・・・・	2
① 働く世代の現状	
② 子供の現状	
③ 関西の課題	
(2) スポーツツーリズムについて・・・・・・・・	9
① スポーツツーリズムの現状	
② マーケティング調査分析	
③ 関西の現状とポテンシャル	
④ 関西の課題	
(3) その他・・・・・・・・・・・・・・・・	12
2. カナダ・しまなみ海道の取り組みに学ぶべきもの・・・・・・・・	13
3. 提言	
(1) スポーツ実施率を上げ より健康な体づくりを！ ー企業が率先する	
●企業内でスポーツをする文化の復活を ー働く世代の健康づくり・・・	16
① 企業対抗スポーツ大会への積極的参加	
② 定期健康診断の時期を活用した体を動かす習慣づくり	
③ スポーツ目的での有給休暇の利用促進	
●地域でのスポーツ活動への参画(企業リソースの活用) ー子供や年配者の健康づくり・・・	17
① 企業スポーツ選手の活用	
② 企業スポーツ施設の活用	
③ 社員や家族、OB が地域のスポーツクラブを利用することを積極的に支援する	
(2) スポーツ観光促進によって地域創生を！	
●WMG 関西をスポーツツーリズム振興の好機と位置づけ、開催効果の最大化を	18
① 関西独自のスポーツツーリズム調査を	
② 「旅行商材としての WMG 関西」の設計と対策を	
③ 体制・組織整備の議論の加速を	
④ その他の提言	
おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・	21
平成 26 年度～平成 28 年度 関西 2019・20・21 委員会 活動状況・・・・・・・・	22
平成 29 年度 関西 2019・20・21 委員会 活動状況・・・・・・・・	23
平成 29 年度 関西 2019・20・21 委員会 名簿・・・・・・・・	24

はじめに

本委員会は、3大スポーツイベント、所謂ラグビーワールドカップ（以下、ラグビーW杯）、東京オリンピック・パラリンピック（以下、オリパラ）、ワールドマスターズゲームズ2021 関西（以下 WMG 関西）が開催される 2019～2021 年をターゲットとして、関西の課題の洗い出しを行い、また 2021 年以降も見据えた長期的な観点から関西の活性化策を広範に議論するため、2014 年度に発足後 4 年間活動を行ってきた。

4 年目の 2017 年度は、3 大スポーツの中でも WMG 関西を意識し「スポーツをする」ことに焦点を当て、講演会や有識者へのヒアリング、カナダやしまなみ海道の視察等、多方面から検証を行い、スポーツをする人口を増やし健康寿命を如何に延ばすかの施策の検討を行ってきた。

健康寿命を延ばすためには、とにかく意識して「体を動かす」ことを「働き盛り世代」や「子供達」に習慣付けることが大事だが、これらは変化を起こすまで時間がかかるため、すぐにでも官民挙げて取り組む必要がある。

また、豊富な観光資源がある関西だからこそ、スポーツツーリズムはインバウンドのさらなる増加の為に効果的と思われるが、まだ有効利用できていない。

本提言は、これらの取り組みにとって 2019 年から始まる 3 大スポーツイベントが「絶好のチャンス」であり、官民が危機感と使命感を共有し、まず一歩踏み出すべきとの認識を踏まえ取り纏めたものである。

1. 現状と課題

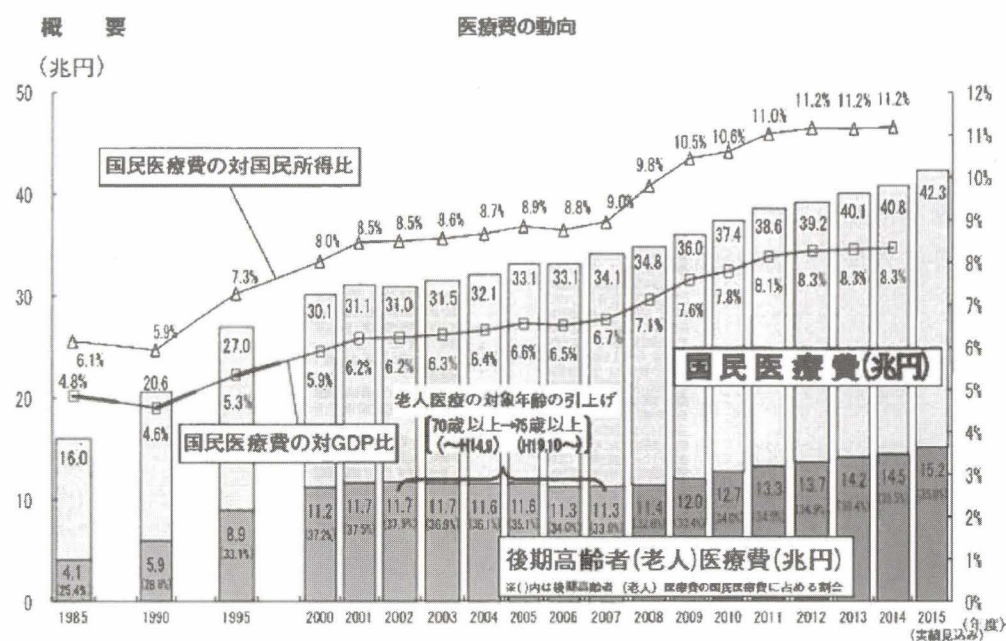
(1) スポーツ実施率について

①働く世代の現状

超高齢化社会と医療費の高騰

そもそも国の税収入が 58.9 兆円（2018 年度一般歳出）しかない中で、多額の医療費を使い続けると国の財政が破綻することは目に見えている。最大の原因は、医療費の高騰にある。すなわち、医療の高度化や人口の高齢化によって、約 30 年前の医療費 16 兆円が現在 40 兆円を超え、2025 年には約 58 兆円と予測（健康保険連合会の推計より）されている。このような中、スポーツを通じた健康増進が、健康寿命の延伸と国民医療費の抑制へ貢献するものと期待されている。

平成29年度 厚生労働白書「医療費の動向」



健康寿命

健康寿命とは「自立した生活ができる期間」のことで世界保健機構（WHO）が提唱している。2016 年 5 月に発表された「世界保健統計 2016」によると、世界の第 1 位は日本で 74.9 歳、次いでシンガポール、韓国となっており、上位 3 ヶ国をアジアが占める。

一方、日本における平均寿命との差は約 9 年である。寿命が長くても健康寿命が短ければ生活の質（QOL）は低下する。少し古い数字になるが、厚生労働省の推計、1999 年度の「厚生白書」によると、介護が必要な高齢者は、1993 年の 90 万人が 2000 年に 120 万となり、2025 年にはその 2 倍の約 230 万人に増加すると見込まれている。その中には、何年間も寝たきりで生活を送っている高齢者も含まれる。

平均寿命のランキングだけに着目するのではなく、「健康寿命との開き」を縮めることが重要である。

世界保健機関（WHO）「世界保健統計 2016」 健康寿命ランキング 国別順位

順位	国名	健康寿命 男女平均(歳) [2015年]
1	日本	74.9
2	シンガポール	73.9
3	韓国	73.2
4	スイス	73.1
5	イスラエル	72.8
5	イタリア	72.8

順位	国名	平均寿命 男女(歳) [2015年]	順位	国名	平均寿命 男性(歳) [2015年]	順位	国名	平均寿命 女性(歳) [2015年]
1	日本	83.7	1	スイス	81.3	1	日本	86.8
2	スイス	83.4	2	アイスランド	81.2	2	シンガポール	86.1
3	シンガポール	83.1	3	オーストラリア	80.9	3	韓国	85.5
4	オーストラリア	82.8	4	スウェーデン	80.7	3	スペイン	85.5
4	スペイン	82.8	5	イスラエル	80.6	5	フランス	85.4
6	アイスランド	82.7	6	イタリア	80.5	6	スイス	85.3
6	イタリア	82.7	6	日本	80.5	7	オーストラリア	84.8

世界保健機関（WHO）「世界保健統計 2016」 平均寿命ランキング 男女国別順位

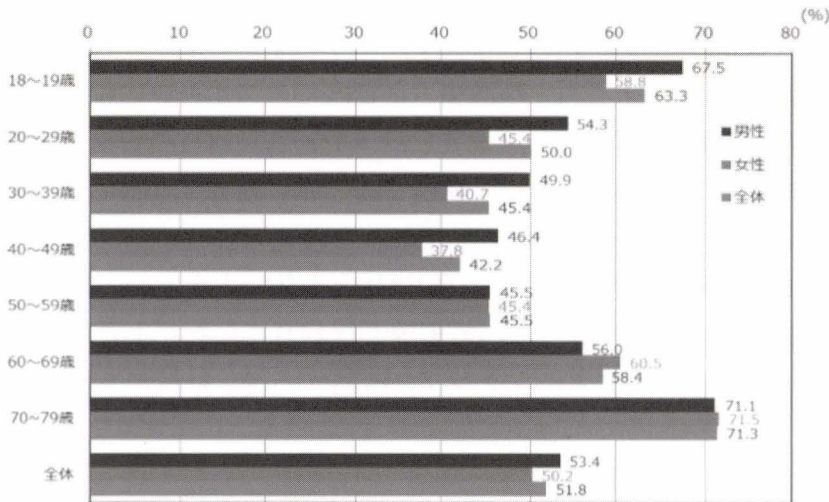
※平均寿命や健康寿命に関するランキングは、対象国や地域が異なる複数の情報源が存在する。国に加え地域を含む世界銀行のデータでは香港が1位となっている。

スポーツ実施率

スポーツ庁が発表した2017年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」によると、スポーツ実施率（成人・週1回以上）は51.5%で、前年の42.5%から改善の傾向にある一方、「この1年間に運動・スポーツはしなかった」かつ「現在運動・スポーツはしておらず今後もしないつもりがない」の回答が20.7%となっている。

年代別に見ると、20代～50代の働く世代で運動不足を「感じる」とする割合が高い。運動・スポーツの実施頻度が減った、或いは増やせない理由としては「仕事や家事が忙しいから」が39.9%と最も多く、次いで「面倒くさいから」が25.3%。働き盛り世代のスポーツ実施率向上に向け、手軽な運動機会の提供が必要であると伺える。

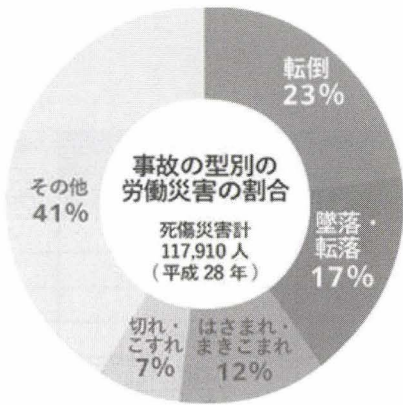
スポーツ庁 2017年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」 世代別週1日以上スポーツ実施率の比較



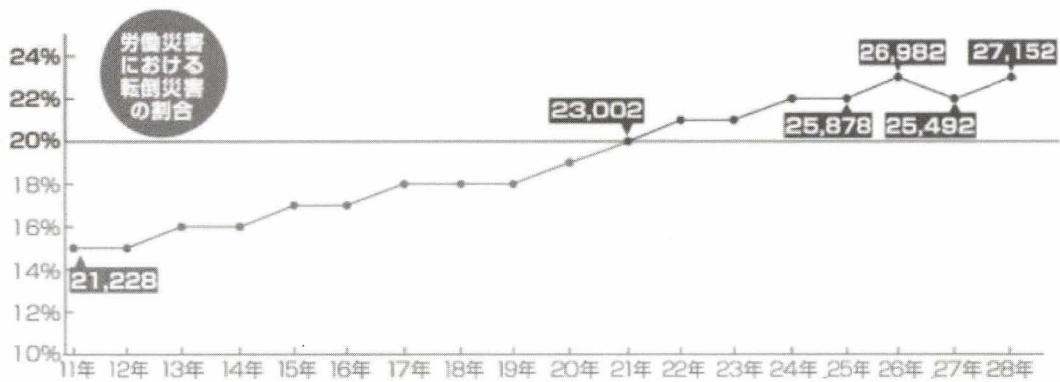
労働災害

厚生労働省によると、労働災害全体の発生件数は僅かな減少傾向にあるが、一方で「転倒災害」は増加基調にある。身体強度や運動機能の低下が、転倒に結び付いている可能性がある。

厚生労働省 2016 年度業種別事故型別 労働災害発生状況



厚生労働省 2016 年度業種別事故型別 労働災害発生状況 (年間速報値)



企業スポーツの変容

日本では学校体育としてスポーツが普及したため、欧米に見られた地域スポーツクラブが根付かなかった。一方、企業は強豪チームを持つことで「社内求心力」「広告宣伝効果」を得ることができたので自社チームを強化した。このように、企業がスポーツの担い手の一つとなった。

ところが、バブル経済崩壊後の不況や急激なグローバル化により、強豪チーム保有による「広告宣伝効果」「社内求心力」が減少。企業内でのスポーツの位置付けが低下し、スポーツの休部・廃部が多くなった。また、バブル経済破綻後の資産圧縮の一環でグラウンドや設備を手放した企業もある。現在では CSR＝社会貢献としてメリットを見出す企業のみが企業スポーツを継続保有していると考えられる。

かつて高度経済成長の時代には、企業内での運動会や体育大会といったイベントが一般的であり、大会前には選手を募っての練習等も行われていた。また、事業場単位で設けられたテニスや野球等のスポーツクラブに所属する等、社員が日頃からスポー

ツをする機会も多かった。しかし、現在は社内外の環境変化から、このようなイベントや活動はほとんど行われなくなり、社内でスポーツを振興する文化が衰退している。結果、多忙な働く世代は、運動不足に陥っている。

社員の健康増進へ向けた取り組み

スポーツ庁では、運動不足である「働き盛り世代」のスポーツ実施を促進し、スポーツに対する社会的機運の醸成を図ることを目的として、社員の健康増進のためにスポーツの実施に向けた積極的な取り組みを行う企業を「スポーツエールカンパニー」として認定する制度を設けている。働く世代は、仕事や家事・育児によりスポーツを実施する時間がないとする人が多く、健康的なライフスタイルを定着させるためには、一日の大半を過ごす職場で、スポーツに親しむきっかけづくりを進めることが重要である。朝や昼休み等に体操・ストレッチをする運動機会提供や、階段利用や徒歩・自転車通勤の奨励、あるいはスタンディングミーティングの実施等、スポーツ競技に限らず、社員の健康増進のためスポーツの実施に向けた積極的な取り組みが必要である。

また、スポーツ庁は官民連携プロジェクト『FUN+WALK PROJECT』も始めている。スポーツ庁の第2期スポーツ基本計画では、成人の週一回以上のスポーツ実施率を65%程度まで引き上げることを目標としているが、そのためには働く世代のスポーツ実施率向上が重要である。『FUN+WALK PROJECT』は普段の生活から気軽に取り入れられる身体活動「歩く」に着目し、そこに「楽しい」を組み合わせることで、自然と「歩く」習慣の定着を図るプロジェクト。運動不足を感じつつも、忙しくてスポーツをする時間がない働き盛り世代に対する取り組みとなっている。

また、経済産業省では、日本再興戦略に位置づけられた「国民の健康寿命の延伸」に対する取り組みの1つとして、東京証券取引所と共同で、社員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業を「健康経営銘柄」として選定し、公表している。健康への投資が、社員の活力向上や生産性向上、組織の活性化をもたらし、結果的に業績や株価の向上につながると考え、「健康経営」を経営戦略の一環として取り組む企業が増えている。

その他、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する「健康経営優良法人認定制度」等、健康経営に関連する認定制度も設けられ、一部の金融機関では健康経営をサポートするための融資制度も導入されている。

②子供の現状

運動部活動（以下、部活動）の衰退

欧米では、スポーツを「楽しむ・競技」として捉え、生涯を通じ楽しむ「レクリエーション・スポーツ」と、技術の習得向上でタイトルを競う「チャンピオンシップ・スポーツ」の2つがある。部活動は米国では少数エリートの競技活動、英国では一般生徒のレクリエーションと受け止められている。

一方、日本では、スポーツは「運動・体育」として発展してきた。そのため、学校施設で教員が体育の授業を通じてスポーツを教えており、部活動も教育活動の一環との意識が強い。生徒の部活動への参加率は、データでは中学・高校とも大きな変動はないが、実際には部活動に所属しているだけで、活動をしていない生徒がいる模様である。少子化に伴う部活動の所属生徒の絶対数減少により、チーム競技等においては特に活動に支障をきたしている。学校のグラウンドも生徒数や学校数の減少に伴い減ってきており、グラウンドの芝生化も整備率は上昇しているものの依然として低い水準にとどまるなど、十分とは言えない。また部活動が「楽しい」と答える生徒の割合は、小中高と成長とともに下降している。

部活動指導教員

全国の公私立中学校・高校を対象に実施された 2017 年度「運動部活動等に関する実態調査」では、自身のワークライフバランスや指導力不足に悩む教員も少なくない。

現在、教員が運動部顧問を担当している割合は、公立の中学・高校で約 7 割、私立中学で 6 割弱、私立高校で 5 割弱。この運動部の主担当顧問教員に部活動の悩みを複数回答で尋ねた結果では、「校務が忙しくて思うように指導できない」が最も多く、公立・私立の中学・高校のいずれでも半数が該当すると回答。「自身の心身の疲労・休息不足」「自身のワークライフバランス」「自身の指導力不足」との回答も 4～5 割程度あり、校務と部活動の両立に限界を感じる教員が多いことが伺える。

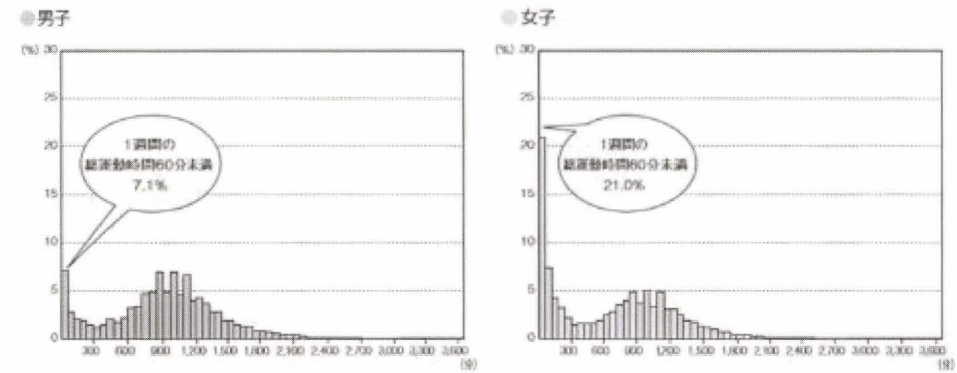
文部科学省は顧問教員の負担を軽減し、指導体制の充実を図るためには、専科教員や専門性を有する地域のスポーツ指導者の配置促進が有効であるとし、「部活動指導員」を学校職員と位置づけ、導入を図っている。しかし、実態としては「部活動指導員」の活用はまだ十分とは言えず、その形態や運営について一層の工夫が求められている。

自由民主党内に設置されているスポーツ立国調査会から文部科学大臣へ「運動部活動の改革に関する提言」が提出されているが、改革を早めるために教育と行政の連携も必要であろう。

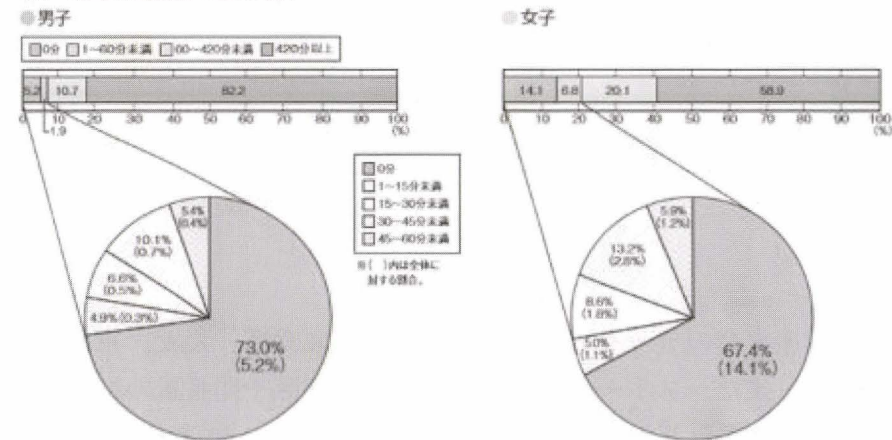
遊び方の変化

昔は子供にとって「遊び＝屋外」であったが、外で遊べる環境の変化（空地の減少、公園や学校のグラウンド使用制限）や携帯ゲーム機の普及により、子供が外で遊ばなくなり、積極的にスポーツをする子供とそうでない子供の二極化が顕著に進んでいる。1 週間の総運動時間でみると、0 分の児童生徒は小学校男女及び中学校男子で約 3～5 %、中学校女子では約 14 % を占め、1 週間の総運動時間が 60 分未満（0 分を含む）の割合では、特に中学校女子においては 20 % 強と、スポーツをほとんどしない子供が 2 割を超えている。

〈1〉1 週間の総運動時間の分布



〈2〉1 週間の総運動時間の内訳



地域のスポーツクラブ

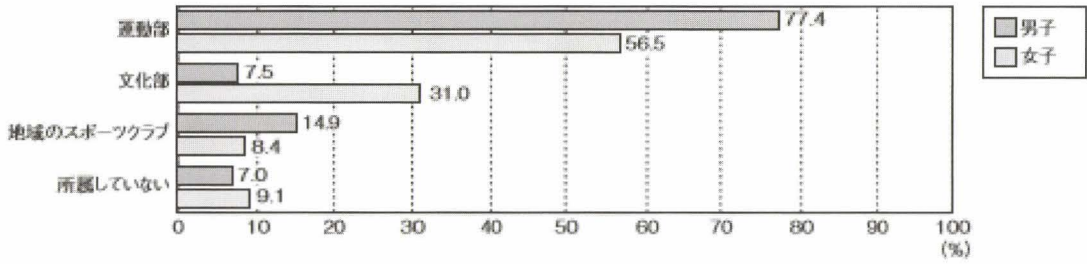
部活動や子供のスポーツ離れが進む状況下、運動習慣が身に付いていない子供に対する支援を学校だけでなく家庭や地域が一体となって行うことで、積極的にスポーツに取り組む姿勢を育成し、ひいては体力を向上させることが肝要である。

このような中、地域におけるスポーツクラブ等での活動が重要であると考えられるが、総合型地域スポーツクラブでは、スポーツ指導者の確保が十分にはできていないとともに、学校の体育に関する活動との連携も不十分な状況にある。また、スポーツ少年団についても、小学生の加入率は高いが、中学生の加入率は低く、各地域において子供のスポーツ機会を十分に提供できているとは言えない状況である。

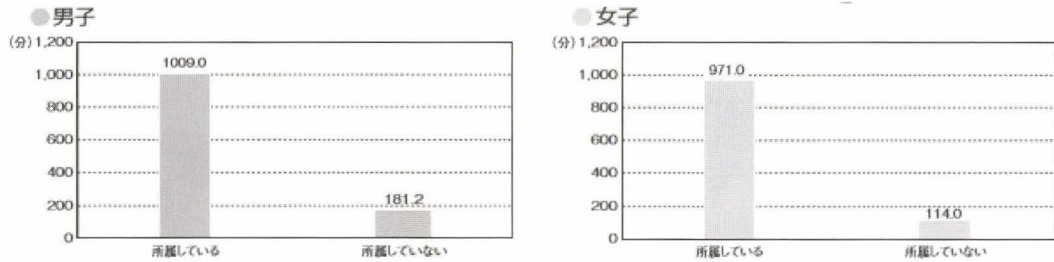
地域のスポーツクラブには老若男女が参加し、トップアスリートを指導者に、そこからアスリートが輩出される循環を作り出すことが理想と言える。

学校の部活動や地域のスポーツクラブの所属状況（当てはまるもの全て）

文部科学省 H27 年度全国体力・運動能力、運動習慣等調査より



運動部や地域のスポーツクラブへの所属状況と1週間の総運動時間との関連



③関西の課題

都道府県別の健康寿命のデータによると、男女ともに兵庫、大阪、京都がワースト6に含まれている。また、スポーツ行動者率では、首都圏や関西圏の都道府県、いわゆる都会部が上位に含まれるが、大阪は入っていない。人口10万人あたりのスポーツ施設数、総合型地域スポーツクラブ数でも大阪は最下位と厳しい結果である。

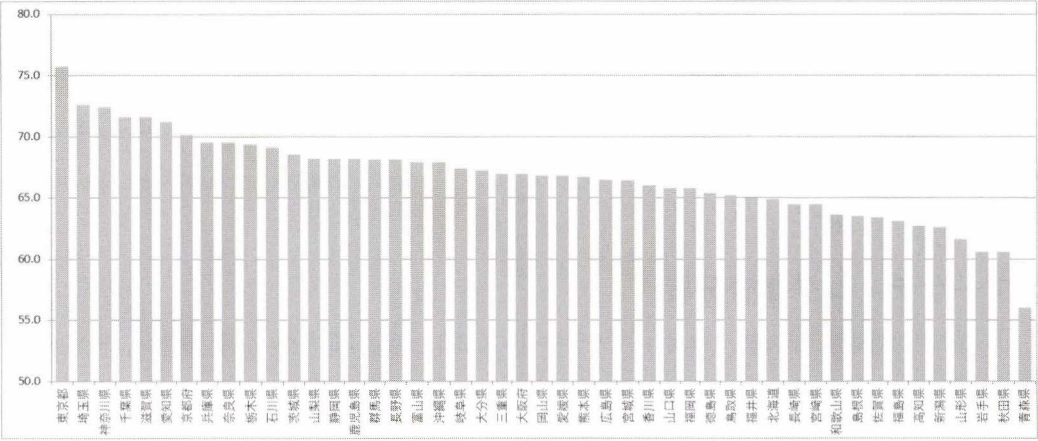
都道府県別健康寿命

厚生労働科学研究費補助金 健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用体効果に関する研究より

男性トップ3			
	H25年	H22年	変化
山梨	72.52	71.2	1.32
沖縄	72.14	70.81	1.33
静岡	72.13	71.68	0.45
男性ワースト6			
兵庫	70.62	69.95	0.67
大阪	70.46	69.39	1.07
青森	70.29	68.95	1.34
京都	70.21	70.4	-0.19
高知	69.99	69.12	0.87
徳島	69.85	69.9	-0.05

女性トップ3			
	H25年	H22年	変化
山梨	75.78	74.47	1.31
静岡	75.61	75.32	0.29
秋田	75.43	73.87	1.56
女性ワースト6			
東京	73.59	72.88	0.71
徳島	73.44	72.73	0.71
兵庫	73.37	73.09	0.28
京都	73.11	73.5	-0.39
広島	72.84	72.49	0.35
大阪	72.49	72.55	-0.06

総務省 平成28年社会生活基本調査
 第78-2表 男女、スポーツの種類別行動者率（10才以上） 全国、都道府県別



人口10万人あたりのスポーツ施設数
 スポーツ庁 平成27年度体育・スポーツ施設現況調査のデータより
 総合型地域スポーツクラブの設置状況
 スポーツ庁 平成28年度総合型地域スポーツクラブ育成状況調査

トップ3			
	施設数	人口 (千人)	10万人あたり 施設数
鳥取	1,560	607	257.0
山梨	2,192	885	247.7
長野	5,348	2,196	243.5
ワースト5			
兵庫	6,673	5,591	119.4
京都	3,126	2,648	118.1
神奈川	8,410	8,792	95.7
東京	11,247	12,577	89.4
大阪	7,804	8,817	88.5

トップ3			
	育成クラブ 総数	人口 (千人)	10万人あたり 施設数
兵庫	784	5,591	14.0
秋田	74	1,146	6.5
富山	62	1,112	5.6
ワースト5			
埼玉	96	7,054	1.4
千葉	37	2,877	1.3
東京	135	12,577	1.1
神奈川	89	8,792	1.0
大阪	64	8,817	0.7

(2) スポーツツーリズムについて

①スポーツツーリズムの現状

地域創生にとってスポーツツーリズムが有効である理由は、スポーツが、交流人口を産み出すための「人を動かす力」を有している点にある。さらに、スポーツを景観や環境、文化等の地域資源と掛け合わせ、戦略的に活用することで、新たな観光市場が形成され、地域経済が活性化する。これがスポーツツーリズムの要諦といえる。

スポーツ庁も、地方への誘客に始まり、スポーツ用品やファッションの購入、旅先でのスポーツイベント参加、観戦等、通常のツーリズム以上の関連消費が期待できることから、スポーツツーリズムを「スポーツの成長産業化」の柱の1つに位置づけている。

このようなもとで、日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）の諸活動を始めとして、各方面でスポーツツーリズムに係る様々な取り組みが進んでいる。

【参考】

- ・ JR 東日本 サイクルトレイン <http://www.jreast.co.jp/chiba/bbbase/>
- ・ JTB スポーツステーション <https://jtbsports.jp/>
- ・ 19、20 歳に的を絞った雪マジ・ゴルフマジ <https://majibu.jp/>
- ・ 群馬県みなかみ町のアウトドアスポーツ <http://www.enjoy-minakami.jp/outdoor.php>

②マーケティング調査分析

スポーツ庁は、昨年、スポーツツーリズムに係る国内外の消費者心理や動向等についての調査を行った（「スポーツツーリズムに関する国内マーケティング調査分析資料」2017 年 9 月）。以下に、邦人に対する調査結果の要旨を抜粋する。

- ・ 経験したことのある「する」スポーツツーリズムは、ウォーキング・登山ハイキングトレッキング・海水浴・スノースポーツ・ゴルフで男性 50 代の傾向が高い。
- ・ 経験したことのある「みる」スポーツツーリズムは、野球・国内プロサッカー・アマチュア野球・格闘技・マラソン駅伝で、女性よりも男性の方が好む傾向。
- ・ スポーツツーリズム経験のきっかけは、以前よりそのスポーツが好き、友人家族に誘われた、その場所でしかできない特別感等が理由。
- ・ スポーツツーリズムを実施したくない理由は、半数近くが「とくになし」。
- ・ 経験してみたいスポーツツーリズムは、
＜する＞ウォーキング、登山、海水浴、スノースポーツ（経験済み上位ランクイン）に加え、マリンスポーツ、サイクリング、テニス、フィッシング等多岐にわたる。
＜みる＞プロ野球、フィギュア、大相撲、メジャーリーグ、国内海外プロサッカー、バレーボール、モータースポーツ、駅伝等多岐にわたる。
- ・ スポーツツーリズムと合わせて実施したいことは、その土の観光、食事、温泉、土産等。
- ・ スポーツツーリズムに期待するサービスは、
＜する＞更衣・入浴施設、休憩スポット（トイレ）、周辺の観光や行事の案内、荷物預かり（ロッカー・宅配）、スポーツ用品レンタル等。
＜みる＞観戦場所の確保、ご当地グルメ、見どころの解説等。
- ・ スポーツツーリズムの情報源は、インターネット検索、口コミ、旅行会社、旅番組等。

③関西の現状とポテンシャル

上記の調査結果に鑑みても、関西はスポーツツーリズムに係るシーズが豊富で、振興の潜在力は高い。また、国内においてスポーツツーリズムを敬遠する層は少数派であり（しない理由は「とくにない」が半数以上）、開発余力は高いと言えよう。「みる」スポー

ツのシーズとしては、野球、サッカー等の動員力の高いプロスポーツに始まり、春夏の高校野球やラグビーの聖地・花園などが存在する。「する」スポーツにおいても、近年大きなブームとなっている都市型市民マラソンや、自転車で琵琶湖を一周する「ビワイチ」等が好例であり、文化財・歴史景観を活かした大阪城トライアスロンも話題を集めた。

加えて、調査結果からも伺えるように、スポーツツーリストは総じてアウトドアスポーツへの参加意向が高い。関西は、都心部から海・山・河川・湖沼といったアウトドアスポーツの体験適地へのアクセスが便利な環境にあり、関西インバウンド観光の課題である「広域周遊観光」への誘導にも、スポーツツーリズムは必ずや貢献するはずである。

関西のインバウンド観光は、LCC 需要の伸びとも相まって堅調に拡大しているが、増大するリピーターを中心に、物見遊山や買い物を目的とした「See 型観光」から、参加体験価値を求める「Do 型観光」にシフトしている。その受け皿を整備する意味からも、スポーツツーリズムの振興が不可欠である。

また、スポーツツーリストの所得階層は総じて高く、滞在期間も長いことから、観光インパクトへの期待値は一般ツーリストよりも大きい。関西インバウンド観光の今後の課題の1つである「富裕層の取り込み」にも貢献が期待できる（WMG を例に取れば、参加者の半数以上が平均世帯年収 10 万ドルを超え、平均滞在日数も一般ツーリストの 7～8 泊を大きく上回り、2 週間近くに及ぶ）。アジアの富裕層・中間層人口は今後も拡大を続け、2020 年には先進国人口の総合計を上回る 20 億人に迫るという流れも視野に入れるべきである。

④関西の課題

資源やポテンシャルが豊富な一方で、関西には課題もある。国際観光市場において、スポーツツーリズムが占めるシェアは 10% 以上とも分析される中で、関西は歴史・文化等の観光資源に恵まれてきたこともあり、この方面への着目や戦略的な取り組みが立ち遅れているのである。ツーリズムに関する調査は様々に行われているが、関西市場に的を絞った当該分野のマーケティング調査はまだ十分とは言えない。

スポーツツーリズムを一元的に担う窓口も、一部の自治体を除けば明確に定まっているとは言い難い（「スポーツ」は教育部局、「観光」は商工・産業経済部局）。特に、スポーツツーリストが愛好するアウトドアスポーツに対しては、行政区域を跨ぐ広域的な対応が求められるが、国内外のスポーツツーリスト（加えてその予備軍）に向けた効果的な情報発信や需要の掘り起し、販促プロモーションは行われていないのが現状。さらに、スポーツツーリストを迎えるための各種インフラやサービス（更衣・休憩施設、観光情報提供、手荷物輸送、外国語表記のサイン・表示等）の充実も図らなければならない。

また、「みる」スポーツツーリズムに関しては、一部に高い動員力を誇る人気種目や人気チームがある一方で、集客に苦勞するプロスポーツや実業団もなくはない。経営基盤の強化や実業団スポーツの活性化も課題である。

現在の訪日観光客約 2800 万人の内、約 5 割が関西を訪れる。国は 2020 年に「インバウンド 4000 万人」の大目標を掲げるが、同様にその 5 割が関西を訪れるとなると、空港から宿泊施設まで、基本的なインフラが決定的に不足する。この点はスポーツツーリズムに限った問題ではないが、関西の観光振興を考える際に、根本的な課題が存在することは認識しておかなければならない。

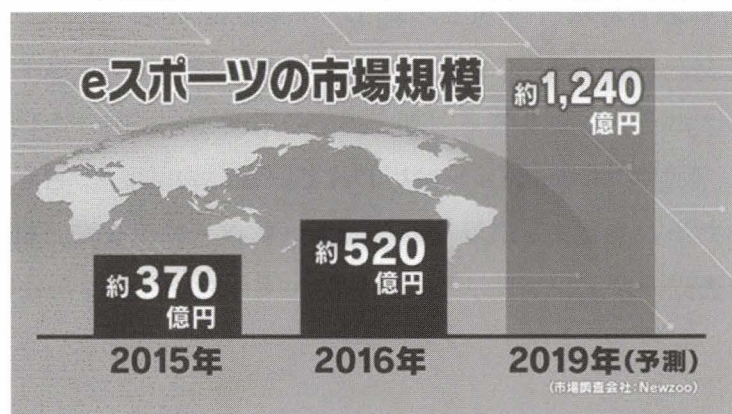
(3) その他

ニュースポーツの現状

昨今、ニュースポーツについても注目されつつある。例えば、e スポーツ (Electric Sports) は既に海外でブームとなっている。いわゆるコンピューターゲームやビデオゲームで行われる競技のことだが、海外では様々な企業がスポンサーとなり、プロチームやプロリーグも多数存在する。2017 年には IOC(国際オリンピック委員会)が正式種目化を検討していると発表した。日本は景品表示法による賞金の上限や、ゲームでお金を稼ぐことを良しとしない風潮等もあり、世界と比べるとプロゲーマーが少ないが、本年 2 月に日本 e スポーツ連合(JESU)が設立され、遅ればせながらいくつかの地域にプロチームやプロリーグが立ち上がり世界に通用するようなプロゲーマーも徐々に生まれている。

世界の e スポーツ市場規模は 2019 年には 1240 億円になるとの予測もあり 2020 年には 1600 億円超に達するとも言われている。また、全世界で e スポーツを認知するユーザー数は 2019 年末までには 15 億人を突破するとの見通しもある。2017 年度、観客・視聴者等のオーディエンスは、全世界の 44%をアジア太平洋地域が占めるが、まだまだ収益化されていない潜在的なユーザーを多く抱えるアジアは大きな市場発展の可能性を秘めていると言える。e スポーツを含め、ニュースポーツは、今後、スポーツ産業振興やツーリズムの視点で注視が必要であろう。

スポーツの市場規模 オランダのゲーム専門の市場調査会社 Newzoo より



2. カナダ・しまなみ海道の取り組みに学ぶべきもの カナダ

カナダは生涯スポーツ文化振興の先進国と言われており、総合的な観点から生涯スポーツ文化が定着していることで有名である。2017年4月末から、ニュージーランド・オークランドで開催されたワールドマスターズゲームズにおいても、開催地域であるオセアニアの国々に次いで多くの参加者があったのはカナダであった。

このような背景から、生涯スポーツ文化を支える社会制度や仕組みの構築、WMG関西に向けた機運醸成やスポーツ産業振興のヒントを求めるためのカナダ視察と、帰路はシカゴに立ち寄り、大阪マラソンの姉妹大会であるシカゴマラソンの視察を2017年10月4日から9日に実施した。

①トロント市

1985年のWMGの第1回大会、1975年のWMA（世界マスターズ陸上競技選手大会）の第1回開催地であり、2020年のWMAホスト国も決定している。70の映画祭、200のスポーツイベント、100以上の芸術祭等、年間5000以上のイベントを実施。7つのプロスポーツチームを有し、100万人以上が集まるイベントも年4回開催、年間4000万人の訪問客があり、725を超える会議が開催されている。生涯スポーツ振興のためのガイドラインを設定、また25種のスポーツに対し3000人のコーチを育成する等、①生涯スポーツ参加支援の機能構築、②スポーツの価値を認識させ参加促進、③誰でも参加できる「多様性」の3つの柱を軸にしたスポーツ振興の取り組みを着実に進めている。また、その戦略については公聴会等を通じて草の根的に練っている。

②カナダマスターズアスレックス（国家機関）

カナダのマスターズ参加者のためのイベントを地域大会から国際大会まで推進、コーディネートしている国家機関である。2020年WMA大会の誘致は、トロント市の強いバックアップを得て成功、8000名の選手が参加予定であり、競技場は地下鉄で繋がり利便性が良い。アクセスの良さが誘致成功の秘訣であり、またマスターズ大会参加者は通常のスポーツ大会と異なり、開催地の文化や歴史に興味を持っている点も重要である。もっとも「マスターズ＝エリートアスリートのもの」という印象がカナダでも強いことには問題もあり、この意識を払拭すべく、若者へのプロモーションにも重点を置いている。

③パーティシパクション（非営利団体）

政府から生涯スポーツ推進に関する企画や実行プログラムの実践を委託されている非営利団体である。パーティシパクションの認知度は国内90%以上と、その存在感は非常に高い。年1回、生涯スポーツに関するデータをまとめた報告書を発行、リサーチを元にアクティビティリストを開発・実施している。2020年までに全く体を動かさない人の比率を20%から10%に下げるという目標を掲げ、特に今年はカナダ建国150周年を記念して、カナダ全土46万人超の投票、調査によるアクティビティリス

ト 150 を開発。リストには、いわゆる「スポーツ」ではなく、「体を動かすこと」を意識し、「枕投げ」などもあり、アクティビティ実施率を上げていきたいという意気込み、工夫が感じられる。

④カナダスポーツツーリズム協会（非政府、非営利団体）

カナダ国内のスポーツツーリズムを企画、運営する、非政府（NGO）、非営利（NPO）で、スポーツ観光の企画や運営、スポーツイベントのコンサルティングに加え、その経済効果の分析やビジネスモデルの開発なども行っている。会員数は自治体、スポーツ関連団体、学校など 500 以上の団体に及ぶ。スポーツ観光は、不景気・災害の悪影響を受けにくい安定的な産業の一つとの認識のもと、地域で開催する新しいスポーツイベントや、マスターズレベルの大会にも注力しつつある。

⑤カナダゲームズカウンシル

カナダゲームズは、カナダの若者を対象としたスポーツの全国大会であるが、その運営は日本の国体に似ており 2 年毎に夏と冬の大会を開催している。カナダゲームズカウンシルは、その競技大会開催地に対し、スポーツ技術、組織計画、式典やプロトコル、マーケティング、スポンサーシップ等、主要分野において、リーダーシップ及び支援を提供する民間、非営利団体である。①若者のスポーツレベルを上げる、②国内の州毎の連携強化を図る、③大会開催におけるノウハウの蓄積と各開催都市との連携を密にすることを念頭に、開催地に対し、長年の運営で培ったノウハウで効果的なアドバイスをを行っている。約 500 名の職員、約 5000～6000 名のボランティアが大会を支えており、ボランティアの 95%は開催都市からの参加である。開催都市のレガシーとして、施設の新設やリニューアルが行われるが、開催後に施設の有効利用がなければ、政府の判断で取り崩すこともある。

以上、カナダ視察においてわかったことだが、意外なことに生涯スポーツの先進国と言われるカナダでさえ、日本と同様にスポーツ実施率は高くなく、市民、特に若者は屋内でスマートフォンをいじることも多くスポーツ離れが顕著で、この「スクリーンタイム」削減が課題とされていた。また、スポーツをしない人にとっては、スポーツという構え、敬遠されがちな点に着目し、体を動かすことを「アクティビティ」と位置付け、それを行なうことに対し、例えば達成度に応じた賞がもらえる等、インセンティブを与えようとしていることは大変興味深いことであった。そしてスポーツの振興には官民の強力なタッグが必要で、日本のスポーツ庁には大いに期待したいところである。

しまなみ海道

観光業界においても自転車が「自転車旅行＝サイクリングツーリズム」として注目されている。欧米やオーストラリア、台湾等の海外諸国・地域では自転車旅行（以下、「サイクリング」という）推進の取り組みが進んでおり、自転車レーンや自転車専用道の整備、自転車旅行者（以下、「サイクリスト」という）を対象とする標識の整備、自転車を持ち込める列車やバスの運行が行われている。これらの国や地域の状況と比較すると、我が国はサイクリング及びそのための環境整備が進んでいるとは言いがたく、今後の改善が期待されるところである。

そのような中で、当委員会では2017年11月、日本のサイクリングツーリズムの代表格ともいえる「しまなみ海道」を視察した。しまなみ海道（正式名称は西瀬戸自動車道）は1999年に開通（全線開通は2006年）し、NPO法人シクロツーリズムしまなみは開通10周年にあたる2009年に立ち上がっている。当時はまだサイクリングロードとしてのしまなみ海道の注目度は低かったが、徐々に知名度が上がり、2013年にはミシュランガイドの「1つ星」に選定され、翌2014年にはアメリカ・CNNの旅行情報サイトにおいて「世界7大サイクリングコース」の1つとして紹介されている。しまなみ海道は「海の上を走るサイクリングロード」として注目されるようになり、日本人はもちろん、海外から訪れるサイクリストも年々増加している。そのような背景もありスポーツ庁、文化庁、観光庁が連携推進している「スポーツ文化ツーリズムアワード2016」の対象にも選ばれている。

また、2017年3月に日本版DMO組織として「一般社団法人しまなみジャパン」が設立された。これはしまなみ海道が今後のさらなる発展に向けて舵を切ったことになるが、事務局長によると、「地域連携は、自治体や地域の関係団体の調整が必要あるが、しまなみ海道地域は、橋が開通する以前の平成6年から地域振興の協議会を設立するなど、観光やサイクリング振興などを地域全体で取り組んできた」とのことで、隣接する地域や県との協力、広域連携は重要である。

サイクリングの魅力は、徒歩より移動距離が長く、車とは異なりゆっくり景色を楽しみながら気軽に町へも立ち寄りが可能な点と言われている。今後、スポーツサイクリングに拘らず、観光サイクリングへの転換も視野に入れ検討されるであろう。

視察途中に面会した日本屈指の元プロロードレーサー三船雅彦氏によると、「サイクリングを通じて感じるのは、人の教育の大切さ。歩行者、自転車、自動車がお互いを思いやり、譲り合う心は、欧州ではあたりまえである」とのことで、サイクリングツーリズムが発展していくためには、観光事業としての発展のみに目を向けるのではなく、他方で「思いやり文化の育成」に地道に取り組んでいくことも見逃してはならない。

3. 提言

(1) スポーツ実施率を上げ より健康な体づくりを！ ― 企業が率先する

●企業内でスポーツをする文化の復活を！ ―働く世代の健康づくり

①企業対抗スポーツ大会への積極的参加【企業】

復活といっても、昔のように社内の体育大会や、各事業場単位でのスポーツクラブを復活させることは困難であるだろう。そこで社外で開催される大会に参加することで少しずつその文化を復活させることを提案したい。

例えば、1980年代末にイギリスで発祥した国際スポーツフェスティバルであるコーポレートゲームズは「企業対抗のスポーツ大会」で、日本でも2014年東京で初めて開催され、2017年には第4回目が開催された。オリンピックやワールドカップのようなトップアスリートが競う国際スポーツ大会ではなく、コーポレートゲームズは全ての人に開かれた参加型の国際マルチスポーツフェスティバルである。競技への参加に加え人々が交流する、スポーツの枠を超えたユニークなスポーツ交流型フェスティバルと言え、地域経済・地域産業の活性化にも効果がある。関西でも今年2018年から実施され、WMG 関西の特別協力という位置づけで連携することが決定しており、東京の開催実績を参考にしつつ定着を目指している。一方、パソナもUNDOKAI WORLD CUPと銘打ち2016年から淡路島で開催、昨年2年目も規模を拡大して継続開催されている。これらの事例が広がることでスポーツ文化が企業に定着することを期待したい。

また、これらの大会は2021年のWMG 関西の「プレ大会」の位置付けとなり、WMG 関西の気運醸成や大会への参加意欲を促進するような相乗効果も生まれるであろう。

②定期健康診断の時期を活用した体を動かす習慣づくり【企業】

スポーツを全くしない人からすると、「スポーツ」という言葉自体に敷居の高さを感じる傾向もあることから、「体を動かすこと＝運動」のように気楽に体を動かすイメージを浸透させる策も必要である。体を動かすことにより病気予防が進み医療費高騰に歯止めをかけていく効果は、長い目でみれば期待できることから、企業内で実施されている定期健康診断と連動し、産業医の指導の下、体を動かすことを促すことも必要であろう。昨今、ウェアラブル端末も進化していることから、これらから得られるデータを活用し、適正な生活指導がなされることが望ましい。

③スポーツ目的での有給休暇の利用促進【企業】

「働き方改革」の一環として、企業が率先してスポーツ目的での有給休暇の利用を促すような風土づくり、制度づくりに取り組んではどうだろうか。前述したように産業医の指導で体を動かすことを動機付けられた社員がその休暇制度を使って確実に実現するようにしてはどうだろうか。また2021年のWMG 関西は平日にも開催されるので、この休暇制度を活用し大会に参加できるようにして、目標の「日本人参加3万人」に貢献することも考えられる。

●地域でのスポーツ活動への参画（企業リソースの活用）ー子供や年配者の健康づくり

①企業スポーツ選手の活用【企業・自治体】

企業スポーツ選手が、シーズンオフを中心に不定期に教育現場へスポーツの出前授業などを行うケースもあるようだが、一歩踏み込んで中学や高校のクラブ活動の指導者として一定期間派遣される仕組みを定着させてはどうだろうか。この取組みは、企業スポーツ選手の強みを活かすとともに、選手引退後の選択肢を増やすことにもつながる。また企業にとってはより大きな社会貢献活動（CSR）につながるだろう。

さらには「総合型地域スポーツクラブ」への派遣や、将来的にはスポーツアドバイザーとしての職業が確立されるよう体系的な検討も期待したい。

文部科学省も部活動指導者である教員が効果的な指導の内容や方法を習得する機会を確保し、幅広い知識や技能、科学的な知見、最新の研究成果等を継続的に学ぶことができることが望ましいと考えており、この面でもこの取組みは有効であるだろう。

②企業スポーツ施設の活用【自治体】

スポーツや体を動かすことを促進する為にはその場所も当然必要となる。ランニングやウォーキングなどは特別な場所を選ばず行なうことが可能だが、その他の競技となると場所の確保が困難なケースが多い。

そこで企業が保有するグラウンドや体育館等の施設を民間へ開放できるよう、国や自治体に援助策を求めたい。例えば民間開放に協力した企業には、固定資産税の減免で応え施設の維持負担費用の軽減を図るようにする等、インセンティブで促進する策を講じて欲しい。企業は自社の業績次第ではこれらの施設を手放す可能性もあるため、マンション等スポーツ施設以外に転用されないようにする防御策も必要となり、時間を掛けず早めに検討され実行されることを求めたい。もちろん、府市等、自治体が保有している倉庫等の空きスペースをスポーツをする場として開放することも必要であるだろう。

③社員や社員の家族が地域のスポーツクラブを利用することを積極的に支援する【企業】

社員のスポーツ活動への参加にあたって積極的に支援することも重要である。そのために総合型地域スポーツクラブを活用することも進めたい。現在全国で3500を超す総合型地域スポーツクラブが設立されているが、一方で規模や内容の点でより一層の充実が求められている。企業の営業や生産拠点がある地域で積極的にこのようなクラブと提携していくことは、企業側にもクラブ側にもメリットがあるのではないかと考えられる。

また、このようなクラブに参加する社員や家族の会費を支援する、OBに対し情報提供を行う、などでクラブへの参加を推進することもできよう。

企業と総合型地域スポーツクラブの連携により、あらゆる年代の人たちが地域の身近な施設で手軽にスポーツをすることで身体を動かす習慣付けがなされ、その結果、スポーツ実施率の向上に寄与すると考えられる。

(2) スポーツ観光促進によって地域創生を！

●WMG 関西をスポーツツーリズム振興の好機と位置づけ、開催効果の最大化を

ゴールドenspportsイヤーズの国際メガスports 3大会は、いずれもスポーツツーリズム振興のspringボードとして期待し得るものである。ただ、関西インバウンド観光が抱える課題、すなわち、大阪・京都に集中しがちな訪問客をいかに広域に周遊させるか、そして、富裕層の取り込みをいかに促進させるか、といったテーマに鑑みたとき、3大会の中でも、初の広域開催の大会となり、かつ多数の富裕層が長く関西に滞在する WMG 関西に、一番の可能性を見出すべきであろうと考える。

アジア初開催となることから、現下の課題は大会の知名度や認知の向上（とりわけ首都圏を始めとした関西外エリアへのPR対策等）にあるが、この大会を契機にスポーツツーリズムの「モデルエリアとしての関西」を描出できたなら、その後の国内スポーツツーリストの呼び込みにも弾みが付き、WMG 開催の大きなレガシーの1つになるだろう。

① 関西独自のスポーツツーリズム調査を【広域の行政機関・観光セクターなど】

振興プランの策定には、まずは国内・海外のスポーツツーリスト（及びその予備軍）の実態やニーズの把握が不可欠であり、各地・各機関の個別調査に加え、広域視点での関西商圏に則したマーケティングが必要と考える（前出のスポーツ庁の調査は全国値）。それに基づき、オール関西、さらには各自治体・企業でWMG 関西への準備・対策が求められる。

＜望まれる調査活動の例＞

⇒関西国際空港での出口ヒアリング調査（関空会社、関西観光本部等の協力を得て実施）

⇒京阪神3マラソンでの外国人参加者の観光行動調査（各府県、大会組織委員会等の協力を得て実施）

⇒ラグビーW杯（東大阪・神戸）観戦者の観光行動調査（各府県、大会組織委員会などの協力を得て実施）

② 「旅行商材としてのWMG 関西」の設計と対策を【WMG 組織委員会、観光関連事業者など】

WMG 参加者の目的は、第1に競技参加だが、もう一半のニーズは観光にある。先催大会のオークランド大会でも、大会の前後や競技外の時間を使った旅行ニーズが高かったにもかかわらず、観光情報の提供や案内の仕組みが十分でなく、参加者の需要を受け止め切れなかったところもあったと聞く。関西大会ではその点の工夫が是非とも求められる。

初の広域開催となる今大会を、1つの大会としての統一感を持たせつつ、競技参加から、その前後の過ごし方までを一連の流れとしてとらえ、スポーツツーリスト目線で組み立て、関西を周遊する仕組みを創出することが重要である。参加者に訴求する旅行商品の造成・事前プロモートに始まり、ホスピタリティの充実、運営ボランティアや地元住民との交流の仕組み等、地域との連携を密に大会の魅力向上を図る必要がある。

関西の魅力訴求に関して付言するなら、スポーツを愛好する在関西の外国人の目線を通してスポーツツーリズムに適したリソースを洗い出し、SNS等で発信してもらうことも、当節、効果的ではないだろうか。また、諸外国では、姉妹都市や友好都市との関係を、我々が思っている以上に大切にしている。関西各府県も、それぞれに姉妹都市・友好都市を有しており、そのリレーションも積極的に活用してもらいたい。

③ 体制・組織整備の議論の加速化を【広域の行政機関・観光セクター、経済界など】

上記を進める上での課題の1つが、推進体制・組織整備の問題である。WMG 関西の大会開催準備は、組織委員会を中心に着々と進んでいるが、広域に跨るツーリズムの推進に関しては、組織委員会と各地の実行委員会に組織が分かれていることもあり、十分に手が及んでいないのが実情と思われる。スポーツツーリズムには、行政組織の区割りや縦割りを克服するとともに、民間との有機的な連携による取り組みが求められる。

「スポーツを触媒とした関西活性化のための官民横断型プラットフォーム」の必要性はかねてから指摘されており、先の関西財界セミナーでも同様の問題提起がなされたが、既に議論の時は終わっている。WMG 関西(ゴールドenspportsイヤーズ)を逃しては、体制構築の機会を逸するという認識の下、関係諸団体の周知を集め、整備を急ぐべきである。

より具体的な議論のよすがとして、「スポーツコミッション関西」の存在を指摘しておきたい。スポーツコミッション関西は、関西経済同友会の提言に基づいて開設された団体で、「スポーツと周辺関連産業の融合による新ビジネスの創出」を設立の理念としている。長らくセミナー開催等を活動の主軸としてきたが、ゴールドenspportsイヤーズに向かう中で、近年にわかにスポーツコミッション関西への注目や、期待される役割が増大してきている(「インターカレッジコンペティション」の主催等)。「関西」を冠する広域組織としての一定の活動実績があり、また、それらを通じて培った各方面とのリレーションやポジション(前出のJSTA 理事団体としての役割など)も有している。スポーツツーリズム振興の広域プラットフォームに関しては、このスポーツコミッション関西の発展的活用も検討材料のひとつとしながら、体制整備が進められることを望む。

④その他の提言

I. ラグビーW杯、オリパラのツーリズム活用を

- ・ラグビーW杯は、東大阪・神戸の関西2会場で、日本戦こそ行われたいものの、計8試合の開催が決定した。開催に伴う訪日観戦客は40万人が見込まれており、関西2会場だけでも7万人近い外国人スポーツツーリストが来訪することになる。
- ・ラグビーW杯は、会期が大変に長いことから、約1ヶ月半もの間、ファンもまた全国を「転戦」する。観光インパクトを考える時、WMG 関西と同様に、観戦者の所得階層が高いことも魅力である。東大阪と神戸のみならず、関西での広域誘客を促すべく、オール関西による取り組みで、オプションツアー企画やホスピタリティプログラムを用意し、早くから周知することが肝心である。
- ・昨年、当委員会は2回のラグビー観戦を行った。実際に会場へ足を運び、ラグビーの楽しさを体感するこういった地道な活動も重要である。当会でも引き続き多くの人をラグビー観戦に動員する呼びかけを行うが、各方面の協力・努力を期待したい。
- ・オリパラに関しても、東京中心の開催ではあるが、関西への誘客策を積極的に講じる必要がある。モビリティが高度に発達した日本において、また、首都圏での宿泊事情の逼迫が予想される中で、観光魅力の集積する関西への立ち寄りはもちろんのこと、「関西に滞在しながらオリパラを観戦する」スタイルも提唱できるのではないか。

II. サイクリングツーリズムの研究・推進

- ・サイクリングはランニングやマラソンと並び参加障壁が低く、かつ体験意向が高いア

- ウトドアスポーツである。国内外ともに富裕層に愛好者が多く、スポーツツーリズムの振興手段として好適と言える。さらに関西には自転車メーカー等の産業集積もある。
- ・滋賀県や和歌山県等では、すでにサイクリングツーリズムの振興に着手しているが、例えばゴールデンスポーツイヤーズに向けて、そういった先行自治体を中心となり、関西広域のサイクリング好適地をマップ化し、参加者や観戦者の観光行動に資する取り組みを進めてはどうだろうか。

Ⅲ. 地域密着・課題解決型のスポーツツーリズムの推進

- ・スポーツツーリズムは、著名な観光地でなくても、また特段の観光資源に恵まれていない地域であっても、開発や振興に取り組めるところが魅力である。むしろ、アウトドアスポーツに適した自然が豊かで、交通等の規制条件が少ない地域の方が、スポーツツーリズムには向いているとも言える。また、高齢化や過疎、豪雪等の地域が抱える社会課題を、敢えて逆手に取ったスポーツイベントを開催することで、多くの観光客を呼び込んでいる例も多々ある。
- ・京都や奈良といった「観光先進地域」でなくても、関西各地がスポーツツーリズムを通じてユニークな観光地に変貌することができる。

Ⅳ. キャンプ誘致の促進

- ・スポーツ合宿自体は、必ずしもすぐに経済効果を約束するものではないが、国際的な知名度向上や市民レベル国際交流等の意義もあり、息の長いスポーツツーリズムの振興には効果的である。オリパラのホストタウン制度等も活用しつつ、海外からのスポーツ合宿の誘致も各地に促したい。

Ⅴ. 公共所有スポーツ施設への民間ノウハウの導入促進

- ・総合運動競技場を始めとして、わが国の規模の大きなスポーツ施設は公共が整備・管理しているものが多いが、それらは専ら大会や競技の開催・実施に資するためのものであり、交流人口や滞在人口を増やすといった、ツーリズム視点で運営されているところは少ない。マツダスタジアムや横浜スタジアム等、民間が運営に参画することで、試合観戦にとどまらず、「都市空間における新たな交流スペース」として活性化するケースが散見されるようになった。施設の指定管理等の導入に際しては、民間の活力・ノウハウが活きるように、参画のメリットが得られる条件やスキームを求めつつ、施設面からの「見る」スポーツ改革が進むことを期待したい。

Ⅵ. オリパラ時期の MICE 地方開催を活用した交流への種まき

- ・ロンドンオリンピックがイギリスにもたらした経済効果は、開催後の方が大きかったとも言われる。イギリスはメガスポーツ大会開催の機会をとらえ、貿易や投資に関する海外 VIP をもてなす等して、交流・交易の促進、外需誘引の起爆剤とした(注)。
- オリパラ開催前後は、首都圏で開催されてきた大型の展示会・コンベンションが、関西に会場を移して開催されるケースが多くなる。こういった機会も、その後の交流人口拡大の契機として活用したい。

(注) 研究参考事例: The British Business Embassy 産業競争力会議 改革 2020 ワーキンググループ報告

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/wg/kaikaku/dail/siryou4.pdf>

おわりに

日本は目覚ましい医療の発展や国民皆保険によって平均寿命が延び続けている。一方、交通機関が整備され、車やエスカレーター、エレベーターが普及、会社内では e メールでのやり取りが増え、歩くことが少なくなった。子供は、遊び場が減り、携帯ゲームに熱中したり塾や習い事に通う機会が増えることで、年々体を動かす機会が減っている。人々は意識をしなければ歩かない、身体を動かさない生活になり、その結果、健康寿命が伸び悩み、医療費は高騰し続けている。

この危機を乗り越えるには、健康寿命を延ばすために、とにかく意識して「体を動かす」、「スポーツをする」ことを徹底していかなければならない。「働き盛り世代」や「子供達」に対し、如何に習慣付けるか、する機会を増やすかが重要である。また「スポーツを全くしない人」、「スポーツが好きでない人」に対しても、日常生活の一部に「身体活動」を出来るだけ取り入れることから始められるような取り組みが大変重要である。「体を動かすことは病気予防の薬」である。

これらの取り組みは、変化を起こすまで時間がかかるため、今まさに取り組まなければ、社会保障制度が破綻するという危機感を官民で共有することが必要だ。取り組みには費用もかかるが、年々増え続ける医療費で個人や企業、国の負担が増大する中、この費用は将来コストの抑制につながる先行投資と捉えて取り組むべきであろう。お金は、病気の治療や介護の費用ではなく、体を動かし健康でい続けることに使いたいものである。

またスポーツツーリズムも関西の活性化を考える上で忘れてはならないキーワードである。観光資源が豊富であるとともに、アウトドアスポーツの体験適地にアクセス容易な関西だからこそ、インバウンドが堅調に拡大する今、スポーツツーリズムを上手に活用し、更なる発展につなげたい。

これらの取り組みを関西で行うには「2019・20・21 年が絶好のチャンス」であり、オール関西で各行政、関係機関、企業がこの危機感と使命感をもち、まず一步を踏み出す、具体的なアクションを試みる努力を行うべきである。

提言の実現には、様々な課題があることも事実だが、短期ではなく中・長期の視点で関西の発展を考え、「スポーツ都市 KANSAI」にむけて、早急にアクションを起こすことを願わずにはいられない。

平成 26～平成 28 年度 関西 2019・20・21 委員会 活動状況

●H26 年度

本委員会は、3 大スポーツイベントが開催される 2019～2021 年をターゲットとして、関西の課題の洗い出しを行い、また 2021 年以降も見据えた長期的な観点から関西の活性化策を広範に議論するため発足。初年度は、スポーツイベントの開催に焦点を絞り、特に関西で開催される WMG 関西が地域へ与える効果を最大化するための取組などの提言を行った。

●H27 年度

2 年目は 3 大スポーツイベントのレガシーに加え、関西の豊富な文化も併せて世界に向けて発信し、インバウンドも増やすべきという認識のもと、スポーツ部会と文化部会を設けて各 2 回の講演会・部会会合と 3 回の委員会会合を開催したほか、ロンドン視察を行った。その背景は、1964 年の東京オリンピック以降の日本の現象、即ち、高～中度成長、バブル崩壊と失われた 20 年、財政破綻、超少子高齢化、格差社会、東京一極集中と地方の衰退などを鑑みれば、2020 年のオリンピックを契機に、元気で豊かな国、高齢化が進む先進国の新たな成熟モデルを世界に示すチャンスであるという考えに基づくものである。また経済活性化の大きな手段である「観光」が産業として成立し栄える 4 条件（気候、自然、文化、食事）を十二分に満たす関西に「スポーツ」を加えると更に活性化が期待できることから、関西は、その四つの条件の核となる文化と、老いても元気で豊かに暮らせる心身を維持する為のスポーツを観光資源の両輪として興隆・定着させて、世界に発信すべきとの認識を踏まえ、提言を行った。

●H28 年度

3 年目は 2 年目の提言のフォローアップ委員会として、スポーツに的を絞り、「スポーツに触れる」をテーマに、講演会 6 回、スポーツ観戦（プロ野球 1 回、ラグビー 2 回、バレーボール 1 回）を実施。スポーツ観戦の場を設け如何に気運醸成に取り組めばいいか検討を行ってきた。また WMG 関西組織委員会に設置された「レガシー創出委員会」へ関西経済同友会を代表し河井委員長が委員として参画し、委員会活動で得られた知見を発信した。その結果、ラグビー W 杯、オリパラ、WMG 関西の成功には、更なる気運醸成が必要との認識に至った。また、「見るスポーツ」「支えるスポーツ」ということが多い他のスポーツ大会に対し、「するスポーツ」としての特徴を持つ WMG 関西においては、大会の認知度向上はもちろんのこと、5 万人の参加者実現のため、より多くの方にスポーツに親しんでもらい、スポーツ参画人口を拡大することが必要であるとの認識を得た。

平成 29 年度 関西 2019・20・21 委員会 活動状況

(役職は実施当時のもの)

対象:●委員会メンバーのみ ■同友会メンバー ※委員長・委員長代行スタッフ中心

6月12日	●関西 2019・20・21 委員会 第1回会合
6月24日	●ラグビー パブリックビューイング 「リポビタンD チャレンジカップ 日本代表 vs アイルランド代表」
7月26日	※KPC フォーラム「コーポレートゲームズ事業に関する講話」 スポーツフォーライフジャパン 手嶋雅夫 代表理事
7月27日	※健康産業の総合展示会「SPORTEC2017」の視察 ※スポーツ庁 健康スポーツ課ヒアリング「企業対応スポーツ行事について」
10月4日 ～9日	●カナダ視察(トロント市 観光・文化・スポーツ担当、カナダスポーツツーリズム協会他)
10月22日	■ラグビーW杯2019 開催会場(ノエビアスタジアム神戸)の視察 「11:30 ドコモ vs キヤノン、14:00 神戸製鋼 vs リコー」
11月3日	※コーポレートゲームズの視察 (豊洲での試合観戦)
11月4日	■ラグビー パブリックビューイング 「日本代表戦」 (東大阪市の取り組みに参加)
11月9日	※日本におけるスポーツ振興・普及の実態と課題についてのヒアリング 日本スポーツツーリズム推進機構 原田宗彦 会長
11月10日	※スポーツツーリズム カンファレンス(スポーツ庁、観光庁の講演他)
11月19日 ～20日	●しまなみ海道のサイクリング体験・サイクルイベント視察 ・サイクルツーリズムについての講演 しまなみジャパン 新宅康夫 事務局長
12月14日	■講演会「関西発！スポーツによる地域活力創造と健康生活実現への取り組み」 北京オリンピック 銀メダリスト 朝原宣治氏 ●関西 2019・20・21 委員会 第2回会合 於:NCB
1月8日	■ラグビーW杯2019 開催会場(東大阪市花園ラグビー場)の視察 「高校ラグビー決勝戦の観戦」 ・花園ラグビー場の改修内容と東大阪市のスポーツ振興の取り組み／東大阪市 ・高校ラグビーの見所／毎日放送 スポーツ局 宮前徳弘 解説委員
2月26日	■講演会「“一生に一度”のラグビーワールドカップ日本大会の魅力とは」 ラグビーワールドカップ2019 組織委員会 松瀬 学 広報戦略長 ●関西 2019・20・21 委員会 第3回会合 於:NCB
3月12日	●関西 2019・20・21 委員会 第4回会合 於:NCB
4月16日	●関西 2019・20・21 委員会 第5回会合 於:NCB
5月11日	※提言書発表

平成 29 年度 関西 2019・20・21 委員会 委員会名簿

2018 年 4 月 25 日現在（敬称略）

委 員 長	河井 英明	パナソニック (株)	客員
委員長代行	水野 明人	ミズノ (株)	代表取締役社長
〃	八木 隆史	(株)電通	常務執行役員 関西支社長
委 員	新井 信彦	東洋テック (株)	相談役
〃	新居 勇子	全日本空輸 (株)	上席執行役員関西支社長
〃	生駒 昌夫	(株) きんでん	代表取締役会長
〃	伊東 信久	医療法人真愛会伊東くりにつく	理事長
〃	岩井 秀一	(株)大広	取締役会長
〃	大富 國正	(株) エキスプレス	代表取締役会長
〃	大野 敬	西日本電信電話 (株)	秘書室長
〃	岡本 隆	(株) 日本旅行	取締役兼執行役員西日本営業本部長
〃	奥田 吾朗	学校法人 大阪国際学園	理事長
〃	小口 新平	大成建設 (株)	執行役員西日本営業本部副本部長
〃	乙守 順市	三井住友海上火災保険 (株)	専務執行役員 関西企業本部長
〃	加賀田 健司	大成建設 (株)	常務執行役員関西支店副支店長
〃	角元 敬治	(株) 三井住友銀行	常務執行役員
〃	金森 哲朗	南海電気鉄道 (株)	代表取締役専務取締役
〃	北山 信一郎	(株) 関電工	取締役専務執行役員 西日本営業本部長
〃	来海 忠男	(株) プランテック総合計画事務所	代表取締役社長
〃	久保 明彦	(株) プロスパー・コーポレーション	取締役本部長
〃	黒田 雅美	有限責任監査法人トーマツ	パートナー
〃	坂下 啓輔	(株) ミライト・テクノロジーズ	取締役常務執行役員ソリューション事業本部 西日本事業部長
〃	佐久 光俊	ユナイテッド航空会社	関西・中部地区営業統括部長
〃	佐々木 恭一	(株) エスエスケイ	代表取締役社長
〃	佐々木 洋三	(公財) 関西・大阪 21 世紀協会	専務理事
〃	佐竹 晃	東武トップツアーズ (株)	関西支社長
〃	澤村 清秀	(株) 南都銀行	常務執行役員 大阪地区担当
〃	渋谷 順	(株) スマートバリュー	代表取締役社長
〃	仙木 伸介	サントリーホールディングス (株)	顧問
〃	高澤 求尚	日本生命保険 (相)	本店企画広報部長
〃	高橋 豊典	オリックス不動産 (株)	取締役社長
〃	竹内 孝	(株) 大林組	執行役員
〃	竹内 剛志	(公財) 関西・大阪 21 世紀協会	理事
〃	田中 計久	(株) 阪神コンテンツリンク	取締役会長
〃	田中 宏幸	吉本興業 (株)	代表取締役副社長
〃	田中 行男	(一財) 関西情報センター	専務理事 (代表理事)
〃	田中 好明	(株) JTB	執行役員
〃	近田 晶彦	日本外・コンサルタンシー・サービス (株)	西日本支社長 クライアントパートナー統括
〃	寺尾 政志	総合警備保障 (株)	取締役 常務執行役員
〃	戸神 良章	大阪地区開発 (株)	代表取締役社長
〃	友定 聖二	(株) 日本政策投資銀行	関西支店 部長
〃	中野 星子	日本航空 (株)	執行役員西日本地区支配人
〃	中村 雅昭	(株) ロイヤルホテル	代表取締役専務取締役
〃	長谷川 一明	西日本旅客鉄道 (株)	代表取締役副社長
〃	長谷川 隆一	(株) 竹中工務店	専務執行役員
〃	原田 雅俊	(株) パソナグループ	顧問
〃	春次 賢太郎	春次メディカルグループ	理事長
〃	平野 敏	富士通 (株)	西日本営業本部 関西エリア戦略推進部長
〃	廣田 耕平	S M B C 日興証券 (株)	副社長執行役員
〃	福島 忠敬	日建ラス工業 (株)	代表取締役社長
〃	古澤 宏二	(株) 島津製作所	取締役 専務執行役員
〃	細川 洋一	細川公認会計士事務所	所長
〃	間島 寛	岩谷産業 (株)	専務取締役兼執行役員
〃	松浦 康一	(株) 西日本シティ銀行	大阪支店長

委 員	溝渕 毅	横河ソリューションサービス(株)	常務執行役員 関西支社長
"	三田 周作	(株)近畿日本ツーリスト関西	代表取締役社長
"	三原 成鉄	三井住友海上火災保険(株)	関西企業営業第一部長
"	宮崎 智史	(株)みずほ銀行	取締役副頭取
"	宮島 芳明	(株)東急ホテルズ	取締役執行役員
"	柳川 満久	(株)ムラヤマ	常務取締役
"	藪内 知利	びあ(株)	上席執行役員 関西支社長
"	山口 博司	アサヒビール(株)	近畿圏統括本部 担当部長
"	山本 博敏	(株)エヌ・ティ・ティ マーケティング アクト	代表取締役社長
"	山谷 佳之	関西エアポート(株)	代表取締役社長 CEO
"	矢本 博三	清友監査法人	代表社員
"	吉田 昌功	近鉄グループホールディングス(株)	代表取締役社長
"	吉成 哲雄	(株)アサツー ディ・ケイ	第3営業局 専任局長
"	脇村 利恵子	平和運送(株)	取締役会長
"	和田 誠一郎	和田誠一郎法律事務所	弁護士
"	渡辺 泰男	ゼット(株)	相談役 会長
委員長スタッフ	梶谷 健生	パナソニック(株)	関西渉外室 室長
"	兼森 信子	パナソニック(株)	関西渉外室担当部長
"	小西 栄至	パナソニック(株)	関西渉外室担当課長
委員長代行スタッフ	北野 喜久	ミズノ(株)	総合企画室 専任部長
"	徳永 真一郎	(株)電通	関西支社プロモーション・デザイン局 エグゼクティブ・プロデューサー
"	大江 謙	(株)電通	関西ビジネスマネジメント局部長
スタッフ	一法師 靖行	SMB C日興証券(株)	ホールセール企画部副部長
"	梅阪 雅雄	全日本空輸(株)	関西支社第二販売部担当部長
"	江川 竜矢	(株)プロスパー・コーポレーション	部長
"	大嶋 真実	三井住友海上火災保険(株)	
"	加藤 祐嗣	(公財)関西・大阪 21 世紀協会	文化事業部エグゼクティブプロデューサー
"	門田 正之	春次メディカルグループ	本部長
"	北上 大	(株)エキस्प्रेस	取締役
"	清原 伸二	有限責任監査法人トーマツ	部長
"	小谷 聡彦	(株)みずほ銀行	秘書室参事役
"	小寺 敬太	平和運送(株)	取締役
"	齊藤 雄太	オリックス不動産(株)	うめきた開発事業部開発課
"	坂口 雄哉	東洋テック(株)	管理本部経営統括部
"	柴田 健次	近畿日本ツーリスト(株)	関西 MICE 支店 支店長
"	関 敏弘	(株)日本旅行	マネージャー
"	續 英継	日本航空(株)	関西地区法人販売部担当部長
"	東野 和香子	(株)日本政策投資銀行	関西支店 企画調査課
"	仲井 牧子	(株)JTB	法人事業本部 マネージャー
"	中島 徹	南海電気鉄道(株)	営業推進室営業部
"	中村 貴弘	(株)ミライト・テクノロジーズ	経営企画本部秘書室長
"	羽室 裕介	西日本電信電話(株)	秘書室担当課長
"	東浦 彩	和田誠一郎法律事務所	事務局
"	福田 真二	日本タタ・コンサルティング・サービス(株)	クライアントパートナー
"	三浦 覚	関西エアポート(株)	執行役員
"	南方 幸蔵	(株)ロイヤルホテル	セールス統括部 MICE 担当支配人
"	妙泉 貴史	西日本旅客鉄道(株)	秘書室課長
代表幹事スタッフ	沓掛 一三	丸一鋼管(株)	社長室理事
"	山口 美貴	丸一鋼管(株)	総務部
"	太田 晴規	コクヨ(株)	会長室長
"	西林 聡	コクヨ(株)	会長室課長
事務局	廣瀬 茂夫	(一社)関西経済同友会	常任幹事・事務局長
"	木津 光明	(一社)関西経済同友会	企画調査部課長
"	樽井 亮太	(一社)関西経済同友会	企画調査部

**「スポーツ都市 KANSAI」に向けて
～「スポーツの力」で企業と地域に元気を～**

2018 年 5 月発行

発行者 一般社団法人関西経済同友会
常任幹事・事務局長 廣瀬 茂夫
大阪市北区中之島 6 丁目 2 番 27 号
電話 (06) 6441-1031

<https://www.kansaidoyukai.or.jp>

印刷所 株式会社高橋印刷所

【提言】「スポーツ都市 KANSAI」に向けて
～「スポーツの力」で企業と地域に元気を～

2018 年(平成 30 年)5月