

2013 年度卒業論文

スポーツを通したまちづくり
—北海道の小規模町村に関する考察—

北海道教育大学教育学部旭川校

教員養成課程 社会科教育専攻 社会学ゼミ

学生番号 0331

原田 和馬

目次

はじめに	1
------	---

第1章 まちづくりの現状・概念

1-1 現代の社会問題	2
1-1-1 日本の人口動態	2
1-1-2 北海道の人口動態	3
1-1-3 日本の経済事情	3
1-2 都市計画からまちづくりへの変遷・実態	4
1-2-1 まちづくりとは何か	4
1-2-2 革新自治体	5
1-2-3 市民参加・市民自治の理念	6
1-2-4 地方の時代	6
1-2-5 一村一品運動	7
1-3 まちづくりにおける理論	8
1-3-1 地域主義	8
1-3-2 内発的发展論	8
1-3-2-1 鶴見和子による内発的发展論	8
1-3-2-2 宮本憲一による内発的发展論	9
1-3-2-3 内発的发展論の要因	11
1-3-3 地域主義から内発的发展への移行	11
1-4 新たなまちづくりの形	12
1-4-1 協働	12
1-4-2 NPO 法人	13
1-4-2-1 NPO 法人の目的	13
1-4-2-2 NPO 法人の成立過程	13
1-4-3 社会的企業	14
1-4-4 北海道遺産によるまちづくり	14
1-5 まちづくりの主体の移行	15
1-6 小括	16

第2章 スポーツによるまちづくり

2-1 外来型開発のスポーツイベントの是非	17
2-2 地域密着型のスポーツイベント	17
2-3 日本のスポーツの分野	18

2-4	スポーツの重要性	18
2-5	北海道のプロスポーツチームは地域密着型であるか	19
2-5-1	4つのクラブチームが誕生した背景	19
2-5-2	4つのクラブチームの現状	20
2-6	住民主体のスポーツによるまちづくり	21
2-7	スポーツに対する意識の変化	21
2-8	第2次北海道スポーツ振興計画	22
2-9	小括	23

第3章 現代のマラソンブームとその事例

3-1	小規模町村を抽出した理由	24
3-2	マラソンブームの背景	24
3-2-1	高齢社会が加速する中での健康志向の高まり	25
3-2-2	手軽で安価に参加できること	25
3-2-3	ランニングウェアなどのファッション性の向上	26
3-2-4	東京マラソンの開催	26
3-3	北海道の主要なマラソン大会	26
3-4	ユニークなマラソン大会	27
3-4-1	さっぽろスマイル RUN	27
3-4-2	たんのカレーライスマラソン	28
3-5	研究事例 北オホーツク 100km マラソン	29
3-5-1	浜頓別町の概要	29
3-5-2	北オホーツク 100km マラソンに注目した理由	30
3-5-3	大会開催までの経緯	30
3-5-4	双方の狙い	30
3-5-5	大会運営について	31
3-5-6	今後の展望	33
3-5-7	調査後の総括	34
3-6	小括	35

第4章 ニューススポーツによるまちづくりの事例

4-1	ニューススポーツの普及	36
4-2	北海道のニューススポーツ	36
4-3	なぜニューススポーツなのか	37
4-4	研究事例 全日本玉入れ選手権	38
4-4-1	和寒町の概要	38

4-4-2	全日本玉入れ選手権	38
4-4-3	大会開催までの経緯	39
4-4-4	大会の要素・運営について	39
4-4-5	今後の展望	40
4-4-6	調査後の総括	40
4-5	研究事例 昭和新山国際雪合戦	41
4-5-1	壮瞥町の概要	41
4-5-2	昭和新山国際雪合戦	41
4-5-3	大会の組織・運営について	42
4-5-4	調査後の総括	42
4-6	小括	43
第5章 分析・総括		
5-1	3つの事例にみる共通点	44
5-2	3つの事例にみる相違点	44
5-3	事例の分析	45
5-3-1	モデルの類型化	45
5-3-2	事例の当てはめ	46
5-4	分析を踏まえた小規模町村の戦略	47
5-5	小規模町村における理想のまちづくり・スポーツ大会	48
5-6	小規模町村の課題	48
5-6-1	メディアを通じた情報発信力	49
5-6-2	大会のインパクト	49
5-6-3	地域住民のつながり	49
5-7	総括	49
おわりに		52
謝辞		53
参考文献・参照 HP		53

はじめに

私が本論文のテーマとして、スポーツを通したまちづくりを選択した理由は、まちづくりという漠然とした、しかし必要不可欠な実態にまっすぐ向き合いたいと考えたからである。私は札幌の雪まつりを訪れ、まちづくりの魅力に引き込まれた。どうすれば人を楽しませることができるか。どうすれば人を感動させることができるか。

また、老若男女が普段から親しんでいるスポーツをまちづくりに活かすために、多々あるまちづくりの手法の中でも、今回はスポーツを通したまちづくりを論じる。それが少子高齢化・過疎化を始め諸問題を抱える北海道の地域振興につながると考えたからである。そして、まちづくりに携わっていく身として、理想のまちづくりの形を探究していくことを本論文では目指していく。

第1章では、まちづくりの現状、概念について論じ、都市計画からまちづくりまでの流れやまちづくりが議論されるようになった背景、実態・理論について言及していく。

第2章では、さまざまな形が存在するスポーツについて、「見る」・「する」・「支える」スポーツなど多角的な視野を持ちながらスポーツによるまちづくりを考察していく。

第3章では、現代のマラソンブームの背景や実際にマラソン大会を通したまちづくりを行っている自治体の事例について考察していく。

第4章では、北海道での普及が目立つニュースポーツについて、普及の理由や実際にニュースポーツを通したまちづくりを行っている自治体の事例を考察していく。

第5章では、第3・4章で調査した事例を分析し、小規模町村におけるまちづくりの方針や戦略について考察していく。

第1章 まちづくりの現状・概念

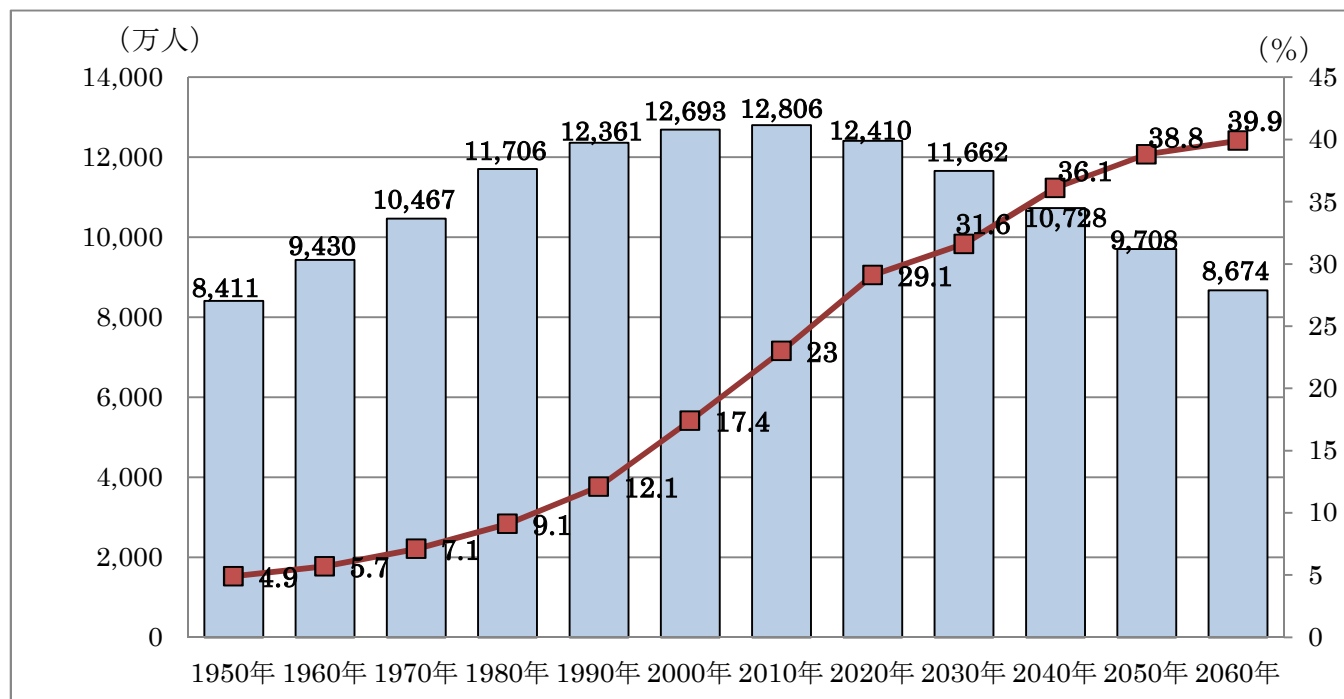
1-1 現代の社会問題

現在、日本各地で「まちづくり」を合言葉に様々な活動が行われている。まちづくりと一言と言っても、行政に始まり都市計画や財政、環境、福祉、芸術・文化などあらゆるジャンルがまちづくりの基礎となりうる。地方自治体が各地域の個性や魅力を発見し、歴史や文化・伝統、自然環境を考慮しながら、各地域が異なった形での振興や発展を目指している。しかし、地域の発展の変化をめぐる内発的要因や外部の背景に関しては、その時代に通ずる事実が存在すると言えよう。

1-1-1 日本の人口動態

第一に、高度経済成長期以降、産業発展に伴い地方から都市圏への人口流出に拍車がかかり、地方の過疎化が問題視されるようになった。同時に少子化・高齢化も加速度的に進み、2013年現在日本の高齢化率は25.1%となっている。内閣府の2013年度版 高齢社会白書によると、2026年には人口が1億2,000万人を下回り、2048年には1億人を割ってしまうと推計されている。一方で、高齢化率は2035年に33.4%、2042年以降は高齢者人口が減少に転じても高齢化率が上昇し、2060年には39.9%に達してしまう。

グラフ 1-1 日本の総人口と高齢化率の推移



出所：総務省「国勢調査」「人口推計」より筆者作成

1-1-2 北海道の人口動態

北海道も例外ではなく、人口減の市町村が大多数を占め、地方においては過疎化が急速に進んでいる。2010年現在、北海道においては、過疎地域自立促進特別措置法に基づき、143市町村（21市、110町、12村）が過疎地域市町村として公示されている。高齢化率は、2013年現在で26.7%と全国平均よりも高く、2035年には36.4%まで上昇すると予測されている。

北海道には現在119の小規模町村¹が存在し、そのほとんどが過疎地域となっている。北海道は他都府県と比べても広大な面積であり、小規模町村が多く発生してしまう。特に旭川以北の道北地方は全ての市町村が過疎地域であり、人口減少に歯止めがかからなくなっている。

表 1-1 北海道の高齢化率の高い市町村
(2012年10月現在)

順位	市町村名	総人口(人)	高齢化率(%)
1	夕張市	10,300	45.1
2	三笠市	9,982	43.2
3	上砂川町	3,800	43.0
4	積丹町	2,457	42.4
5	歌志内市	4,209	41.6
6	木古内町	4,968	39.7
7	島牧村	1,760	39.5
7	北竜町	2,153	39.5
7	和寒町	3,830	39.5
7	赤平市	12,088	39.5

出所：北海道 HP より筆者作成

表 1-2 北海道の人口が少ない市町村
(2012年10月現在)

順位	市町村名	総人口(人)	高齢化率(%)
1	音威子府村	851	27.0
2	神恵内村	1,009	37.8
3	占冠村	1,160	25.9
4	赤井川村	1,161	29.6
5	西興部村	1,163	32.5
6	初山別村	1,364	35.6
7	幌加内町	1,697	36.2
8	島牧村	1,760	39.5
9	中川町	1,811	36.7
10	泊村	1,874	32.7

出所：北海道 HP より筆者作成

1-1-3 日本の経済事情

第二に、近年の世界的な不況や東日本大震災の発生、原発問題などによる環境問題などの経済的事情も懸念されている。それに伴う地域内消費の減少により地域経済が縮小し、地域間格差がさらに拡大してしまう恐れがある。またグローバル経済が進展し、工業製品や農産物の市場が外国の産品に脅かされている。過疎化や人口減少に関連した地域の産業の空洞化が進行し、産業の基盤が揺るがされ、離農・転職を余儀なくされている人々もいる。さらに経済の発展・多様化に伴う、技術革新が与える影響も大きい。技術革新により、

¹ 本論文で用いる小規模町村とは、総人口が1万人以下の町村のことを指す。

地域間では激しい競争がもたらされ、強者と弱者という格差が生み出される。現代社会の進歩や変化は、ある面ではプラスの効果を助長する一方、ある面ではマイナスの効果をつくり出しかねない。

これらの現状・事象を正面からはじき返す特效薬は考えにくい。これらは時代の変遷や科学の進歩により、やむを得ず発生してしまった問題と言える。しかし、これらを放置していると状況は深刻化していく一方である。現状や問題点をしっかりと認識し、地域が活力を持ち、自分たち住民ができることは何かを地道に考えながら、地域として自立していく方法を見出していく必要がある。

確かに人口を増やすという動きは、人口が自然減少の現代においてあまり現実的ではない。しかし、地域における人口が減少していても、一人の人間の活動を大きくすることができれば、地域の活性化を図ることが可能になるのではないだろうか。一人ひとりが活動意識を強く持ち、今自分たちのまちに何が必要かを考え行動できるようになれば、立派なまちづくりへの参加となろう。

また、地域の伝統や資源・環境を有効に利用する産業の起業や活動の展開は、地元住民や民間企業への地域に対する信頼向上につながるだろう。行政がその補助的な立場を取り、住民の自発的・組織的な活動が自由に繰り広げることができれば、地域全体の活力が高まる。各ジャンルにおけるさまざまな活動が相互に連携と関係を深め、重層的にネットワークを形成することができれば、地域の潜在的な活力をより引き出すことになるだろう。

1-2 都市計画からまちづくりへの変遷・実態

ここで、まちづくりの変遷を辿る。都市計画の概念は、1888年の東京市区改正条例によって打ち出されたもので、ここから日本の近代的都市計画が始まっている。江戸時代の日本独自の気風とは全く違う、欧米列強の整備・建築を参考に、明治政府は東京の都市改造を国家事業として実施した。現在でも、国家主導の都市計画制度の地盤に変化はない。

一方で、地域レベルでは1950年代から変化が見受けられた。まちづくりという言葉は、1952年に雑誌『都市問題』の中で、市民による「町づくり」の形で登場した。この言葉の背景には、高度経済成長の初期の産業基盤の整備を急ぐあまり、自然環境や歴史的景観の破壊に考慮しなかった国家・都道府県への抵抗、さらには都市計画の手段となる土地区画整理事業や都市計画道路事業に対する住民の反対運動が活発になったことがあげられる。60年代から70年代にかけては、多くの革新系首長が「都市計画」という言葉を用いず、住民の声に耳を傾ける住民自治の理念にのっとり、住民参加を前提とした「まちづくり」という新しい言葉を用いて住民の支持を得た。この活動は、70年代から80年代にかけては先駆的自治体を中心に日本独自の発展をしていき、国際的に評価されるようになった。

1-2-1 まちづくりとは何か

卯月盛夫が示した「都市計画」と「まちづくり」の概念を比較すると以下のようなになる。

都市計画では前述したように、国家や都道府県が主体となるのに対して、まちづくりでは市町村や住民、さらには NPO が主体となる。つまり、都市計画は国や都道府県が計画を立案・策定・決定し、決定事項を住民に委託する、トップダウンの形式を取っていた一方、まちづくりは住民が請求したり、参加することにより議会への立案・策定・決定となるボトムアップの形式となっている。

また、都市計画があくまで開発を主眼に置き、ハード面を強調した物的計画であるのに対して、まちづくりが住民の生活に関わる幅広い分野にまたがるソフト面（社会計画）も持ち合わせている点とも異なっている。市民参加の観点からも、都市計画はあくまで形式的なものにすぎず、協働を掲げるまちづくりとは一線を画する。

このように、都市計画とまちづくりという言葉は、内容的には似ているようでありながら、全く異なる背景を持ち、現在でも相互に相容れることがない状況になっている。卯月は、この状況を「大変残念なこと」（大森，2004:128）だと述べ、日本が開発したまちづくりの思想や手法等の貴重な成果を、これまでの都市計画の枠組みに取り込み、分権と自治に向けて制度改革すべきと提案している。

現在の日本のまちづくりは、ある限定された地域に暮らす住民のあらゆる生活を対象に、コミュニティの形成と居住環境の改善を同時に実現しようとする住民と自治体の共同活動と理解されている。本論文で使用しているまちづくりという言葉は、あくまで住民が主体で自治体はその補助的な位置を占め、地域に存在する環境や資源を活用しソフト面の強化を図るという意味合いである。

1-2-2 革新自治体

革新自治体とは、主に 1963 年の第 5 回統一地方選挙からなる日本社会党、日本共産党などの革新勢力が公認、推薦の首長となった都道府県あるいは市町村を指す言葉である。革新自治体は 1960 年代後半に多く誕生し、横浜、京都、東京ほか多数の革新系首長が住民参加を前提とした「まちづくり」の新語を使用した。55 年体制以降、保守合同により形成された自民党・財界・官僚の保守ブロックと社会党・総評・共産党の革新ブロックとの対立が激しくなり、「地域民主主義論」を唱えた革新ブロックの自治体改革が注目されるようになった背景がある。

しかし、1975 年の第 8 回統一地方選挙では、大阪・東京以外の革新自治体の数が減少した。1980 年代以降は革新首長が相次いで保守系あるいは保革相乗の首長に破れ姿を消していった。その後も非自民系の首長が誕生するケースもあるが、基地問題を抱える沖縄県などの一部を除き、かつてのようなイデオロギー対立を背景にするものではないため、「改革派首長」という表現が用いられている。これは保革対立の構図が見えなくなり、保革対立を乗り越えた「地方の時代」が到来したことを現している。

革新自治体は明治以来の国家理性優先、戦後の企業理性優先に代わって、市民理性の優位という問題を提起し、先進的な公害対策などは中央政界でも反映された。さらに、市民

理性の優位を実現するために市民参加が重要視されるようになった。ただし行政の市民参加に向けての対応は、表面的になされてきたが、十分な効果をあげたとは言い切れない。市民も学校、病院などの施設の増設は要望するものの、要望止まりとなってしまう、自己責任をとまわらない「モノトリ」主義に終始する面も見られた。

1-2-3 市民参加・市民自治の理念

近年、全国的に「市民参加・市民自治」という言葉をよく耳にする。多くの市町村の政策方針にも掲げられていて、住みよい街や環境を自分たちで決定し、取り組んでいく市民参加型のまちづくりの方法である。こうすることで、住民が主体となって希望する計画を実行できるようになる。この考えは、革新自治体の草創期から出現し始めていたが、正統性を獲得したものの、構造改革するところまでは現実化していない。

市民参加は、現代の民主主義を内から再構築し、民主主義の理念と現実との乖離を最小限にとどめるものであるとして必要不可欠である。しかし、アメリカのように、草の根参加（グラス・ルーツ）の呼び声にもかかわらず、それがグラス・ルーツまで浸透せず、草の頂上（グラス・トップス）で停止してしまっている現状が日本にも見られる。

現在の日本のまちづくりは、ある限定した地域に暮らすに住民のあらゆる生活を対象に、自治的コミュニティの形成と居住環境の改善を同時に実現しようとする住民と自治体の共同活動と理解されている。さらに、「最近の意欲的な取り組みの特徴としては、『自治』の担い手を、“役所”を起点としては考えないということではないかと思う。『自治』の担い手の原点として、まず地域住民を、次いで、地域住民の身近な組織を起点とする立場である。市民が自らの努力と創意で達成できることを市民から奪って共同体に委ねることは許されず」（大森，2004:5）と述べられている。

行政や都市計画、環境、福祉、文化・芸術振興などさまざまな分野の提供相手は、住民である。私は住民が望むこれらのイメージを無形のサービスとして施し、住民の自助・互助・共助を補う形で存在するのが役所の理想的な姿であると考えている。

1-2-4 地方の時代

地方の時代は、元神奈川県知事の長洲一二によって提唱されたキャッチフレーズである。朝鮮戦争を契機として第二次世界大戦の混乱から立ち直った日本は、国家レベルでの政策を次々と展開し、1950年の国土総合開発を起点として、62年の全国総合開発計画、さらには69年の新全国総合開発計画により、重化学工業を中核とした経済の高度発展に向けて全力を注いできた。

しかし、70年代に突入するとエネルギー・資源の枯渇や農業生産構造の危機、中央集権体制による地方自治体の弱体化、それに伴う人口問題・環境問題・住民問題など現代資本主義の全般的な危機状況が浮き彫りになってしまった。保革対立の構図は見られなくなり、国民の関心や意識も次第に複雑に多元化し、革新自治体はこれらの社会変動に適応すべく、

転換を迫られてしまっていた。国レベルの政治・行政にしても、地方自治体にしても、また地域住民にしても、それぞれが現代の諸問題に取り組まざるを得なくなった。そしてその解決の方途が、いずれの場合においても「地方・地域の重視」という形で提起されてきた。

1-2-5 一村一品運動

一村一品運動とは、1979 年当時大分県知事であった平松守彦が提唱し、1980 年から大分県の各市町村で始まった地域づくり運動のことである。各市町村がそれぞれ一つないし二つの特産品を育て、それをブランド化し、地域活性化や PR を図る活動である。この運動の原型は大山町や湯布院町で既に実施されていたもので、この 2 町で進められていた農業振興策が一定の成果を収めていたため、県レベルで拡大して行なわれることになった。

平松が一村一品運動を提唱した背景には、都市部への人口集中とそれによる地方の過疎化や活力低下を懸念したことがあげられる。そして地域の行政依存体制を見直し、住民に自主自立の精神を養わせ、大分県は支援に徹することを目標とした。一村一品運動には 3 つの原則がある。

1. ローカルにしてグローバル

地域の文化と香りを持ちながら、全国、世界に通用する「モノ」をつくる。

2. 自主自立・創意工夫

何を一村一品に選び、育てていくかは地域住民が決め、創意工夫を重ね、磨きをかけていく。一村で三品もあれば、二村で一品もある。行政は、技術支援やマーケティングなど側面から支援する。

3. 人づくり

一村一品運動の究極の目標は人づくりである。先見性のある地域リーダーがいなければ、一村一品運動は成功しない。何事にもチャレンジする創造力に富んだ人材を育てることが重要である。

この活動は、自分たちの地域のことは自分たちで責任を持って取り組むという「自治」の意識が強くみられる。内発的発展の要素を一部含んでいることも見逃せない。

一方で、地域は決して一つの要素や事柄、地域資源で構成されるものではなく、さまざまな要因が折り重なっている。そのため、後述する経済学者宮本憲一は一村一品ではなく一村多品が地域を体現するにふさわしいスローガンであると指摘する。一品だけに特化した村は、競合する他地域が現れた場合に、生産物が売れなくなると、村全体が危機に陥ってしまう。また、守友裕一も「地域産業おこしをモノづくり論へと歪曲してしまった」（守友，1991:46）と言及している。さらに、この運動が行政主導型で展開されたことに関しても批判がある。現知事の広瀬勝貞も、一村一品運動に高い評価を与えつつ、行政主導型であることを認めたくえで、民間・住民主導型に移行すべきであると述べている。

大分県内の各地域の商品であるはずの一品が、大分県自体の特産品として扱われている

傾向が強く、大分県の宣伝手段と化していた。全国に向けた「特産品づくり」ではなく、あくまで地元市場を対象とした活動が望ましい。さらに行政主導型を見直し、住民参加のまちづくりを目指すべきであろう。

1-3 まちづくりにおける理論

1-3-1 地域主義

まちづくりの基礎となる考え方として地域主義がある。地域主義(regionalism)は、1976年に『地域分権の思想』にて玉野井芳郎が提唱した。「一定地域の住民が、その地域の風土的個性を背景に、その地域の共同体に対して一体感を持ち、経済的自立をふまえて、地域の行政的・経済的自立と文化的独立性とを追求することをいう。」(玉野井, 1976:7)と記されている。地域主義は、地域共同体の構築を目指すことを提唱している。

地域主義は、中央集権的な政治体制と、大量生産の工業技術に立脚した広域的な市場経済などがもたらした人間疎外や自然破壊への反省から生まれていた。地域主義の対象とするところは、経済のみならず、政治・社会文化・技術・自然生態・エネルギーなど広い領域にわたり地域の再構築を目指すものである。玉野井は、雇用のタテの関係が広がり、地域間のヨコの連帯感が薄れてしまう制度を見直し、町や村に住む人々の「生活づくり」を最大の課題とした。

地域主義とは、独自の文化を追求することであって、文明を追求することではない。これまでは文明を追うあまり、地域はむしろ外に開かれすぎていた。文明の異常性を規制し、文明のもたらす地域の破壊を抑制することができるのは、ほかならぬ「文化」である。文化とは本来地域的なものであり、地域の文化によって文明の抑制が可能となる。文明と文化の接点を目指すということが地域主義の重要な今日的役割である。地域が文化的になるかどうかは、各地域が域内循環を活発化させ、先進地域との交流を図ることによって磨かれていくものである。

さらに玉野井は、「地域主義」の内発性に着目する広義の経済学を構想した。これは、政治分野でいえば地方分権につながり、発想としての「地域資源の見直し・活用」「経済的豊かさに対する生活・文化の豊かさ重視」「全国画一から地域の個性発揮」などを期待していた。しかしながら、その後において市場化、グローバリゼーションの流れが強まり、「ふるさと創生事業」などにおいて一時的な効果はあったものの、日本における地域主義は格別の進展をみせなかった。

1-3-2 内発的發展論

1-3-2-1 鶴見和子による内発的發展論

まちづくりについて述べる時、内発的發展の概念は非常に重要である。内発的發展は社会学者鶴見和子が、1976年にアメリカ社会学における近代化論を批判する論文の中で用いたのが最初で、内発的發展論を支配的パラダイム(近代化論、通常科学)に対する「対

抗モデル」の一つとしている。鶴見は、著書『内発的発展論の展開』の中で内発的発展の定義を次のように整理している。

「内発的発展とは、目標において人類共通であり、目標達成への経路と創出すべき社会のモデルについては、多様性に富む社会変化の過程である。共通目標とは、地球上すべての人々および集団が、衣食住の基本的要求を充足し人間としての可能性を十分に発現できる、条件をつくり出すことである。それは、現存の国内および国際間の格差を生み出す構造を変革することを意味する。

そこに至る道すじと、そのような目標を実現するであろう社会のすがたと、人々の生活のスタイルとは、それぞれの社会および地域の人々および集団によって、固有の自然環境に適合し、文化遺産にもとづき、歴史的条件にしたがって、外来の知識・技術・制度などを照合しつつ、自律的に創出される。したがって、地球的規模で内発的発展が進行すれば、それは多系的発展であり、先発後発を問わず、相互に、対等に、活発に手本交換がおこなわれることになるであろう。」(鶴見, 1996:9-10)

上記について歴史や文化、伝統・地域の違いを大切にし、多様な価値観、多様な発展社会といえるだろう。換言すれば、発展パターンは経済的な要因だけでなく文化や社会要因など多岐にわたり、地域経済振興やまちづくりに価値を見出し、住民が主体性をもって発展に参加する活動のことを指す。人間の幸福を経済的な縮尺では推しはかることができず、経済的に困難に直面している地域が存在していても、その地域は独自のアイデンティティを持っていて主体的な発展を遂げている可能性があり、一概に不幸であるとは断言できない。

1-3-2-2 宮本憲一による内発的発展論

経済学者の宮本憲一は、これまでの世界の近代化の説明として、「後進地域に巨大な資本や国の公共事業を誘致し、それに地域の運命をあずけよう」(宮本, 1989:285)とする開発方法を「外来型開発(exogenous development)」と呼んだ。外来型開発は、進出企業によって地域の住民福祉を向上させ、地域の活性化を図るものであった。

1962年に全国総合開発政策が策定され、地域開発の方式が「拠点開発方式」として定式化された。内容は、新産業都市を日本各地に建設していくというものであった。重化学工業が推し進められ、多目的ダムやコンビナートの建設が急速に行われた。やがて政府の地域開発方式は、1969年の新全国総合開発計画による大規模開発プロジェクト方式にシフトしていくが、住民福祉の向上はあくまで開発の結果の予想にとどまっていた、企業誘致が先行してしまい、公共事業や国庫補助金による地域振興が図られた。先行投資をしても企業の進出が見られず、地方財政には借入金の償還だけが重くのしかかり、これが結果的に事業の失敗や環境破壊・公害を引き起こすことになってしまった。

そこで宮本は、外来型開発の失敗を繰り返さないために、「内発的発展(endogenous development)」を定義した。内発的発展とは、「地域の企業・組合などの団体や個人が自発

的な学習により計画をたて、自主的な技術開発をもとにして、地域の環境を保全しつつ資源を合理的に利用し、その文化に根ざした経済発展をしながら、地方自治体の手で住民福祉を向上させていくような地域開発」(同上:294) のことである。ここに宮本の内発的発展への環境面からのアプローチを見ることができる。宮本の内発的発展は、外来型開発と対極に存在しているが、外部資本や企業誘致を全て否定しているわけではない。誘致した企業を地域主体の振興の内部に組み込むことができれば、補完的で相乗効果も期待できるとしている。

また宮本は、内発的発展の原則を以下の4点にまとめている。

1. 地域開発が地元の技術・産業・文化を土台とし、地域の住民が学習・計画・経営しうるもの
2. 環境保全の枠の中で開発を考え、地元住民の人権の確立をもとめる総合目的をもっている
3. 産業開発を広域かつ複雑な産業部門にわたるようにし、付加価値があらゆる段階で地元へ帰属するような地域産業連関をはかる
4. 住民参加の制度をつくり、自治体が住民の意志を体現して、その計画に基づくように資本や土地利用を規制しうる自治権をもつこと

このように当初の経済的側面に加えて、環境保全、住民参加、人間発達といった側面にまで進展しているのが、内発的発展論の現局面である。しかし多様な社会発展であるために、内発的発展方式の定式化は包括的で、抽象度の高いものとならざるを得ない面がある。また日本では、内発的発展はいまだに環境保全よりも経済的な発展を中心に考えられており、さらに住民参加の制度や自治体の力が弱く、今後の課題も残しつつある。

宮本の内発的発展論に基づいた、一般的な外来型開発と内発的発展の整理を以下に示す。

表 1-3 外来型開発と内発的発展の概念比較

	外来型開発	内発的発展
主体	都道府県・民間企業	市町村・地域住民・NPO
手段	新規建設（ハード）	既存資源活用（ソフト）
経済状況	一方向・都市漏出	循環型・地元帰属
過程	トップダウン	ボトムアップ
年代	バブル経済崩壊前	バブル経済崩壊後

筆者作成

北海道では、苫小牧東部開発などの大規模開発プロジェクトや占冠村のアルファリゾート・トマムを代表するようなゴルフ場・レジャー施設など地方のリゾート開発が外来型開発の例としてあげられる。80年代からの好景気の勢いに任せて、計画性が乏しく先行投資を回収できないケースが多く存在した。

一方で、内発的発展として有名になったのは池田町の十勝ワインの例であろう。池田町

の特徴は、農業生産から加工製造、流通・販売まで一貫して池田町で行われた点である。農業の第一次産業に、第二次産業・第三次産業が絡み合い、付加価値が地元へ帰属・循環するという産業連関を図ることに成功した。

1-3-2-3 内発的発展の要因

前述したように、拠点開発方式は新産業都市の建設が目的で策定されていたため、農山村は開発の経済波及を期待する周辺部に位置づけられるに留まってしまった。しかし、現実には農山村に経済波及することはなく、過疎化・高齢化が進み、地方分権が叫ばれると自らの力で努力するしか地域発展を目指していく方法がなくなった。そしてそれが内発的発展や小規模町村の振興への進展とつながっていった。保母武彦は、地域において内発的発展が育まれる要因を2つあげている。

1 点目は人間の発想力や創造性である。何もない地域だからといってそのまま放置してしまえば、地域の発展は見込めない。何もないことを逆手に取り、何か売り出す資源は存在しないか、または生み出せないかを思考する。この住民による小さな思考が、やがて内発的発展という大きな状況を創り出すのであらうと考える。

2 点目は地域の自然や歴史、文化に対する住民の愛着心である。先人たちは、山奥の険しい地域や冬の寒さが厳しい豪雪地帯にも居住していた。しかし、自然環境や交通面で不便であるからといって地域から離れる住民が多いとその地域は消滅してしまう。その地域が今もなお健在するのは、自分が慣れ親しんだ地域に愛着があり、その歴史を後継しようという郷土愛によるものだ。

1-3-3 地域主義から内発的発展への移行

地域主義の概念が出版物として世間に広まっていくのは1975年以降であるが、内発的発展論の根本となる地域主義の考えは70年代前半から盛んに議論されてきた。しかし、80年代に入ると、地域主義よりもむしろ内発的発展という言葉が繰り返されるようになる。このような用語への移行は、次のような理由が考えられる。

第一に、内発的発展が地域主義に比べて、将来的展望を抱かせる合意を持っていたからである。第二に、わが国の80年代の好景気における地域外資本の導入によるリゾート開発、特に大規模な開発の対極としてこの内発的発展が位置づけられるようになったからである。第三に、内発的発展がいわゆる後発社会において幅広く取り上げられるようになり、国際的な適用性をもつに至ったからである。さらに、地域主義にはコスモポリタンと対比され、偏狭な地域性とこれに根ざした自己利益を図るといった誤解されやすい受けとめ方があり、これを回避するために、内発的発展が用いられることになった。

内発的発展論を唱える宮本は、「内発的発展は地域主義ではない」（宮本，1989:297）と断言しており、地域が自立するためには大都市圏や中央政府との連携が必要であると訴えている。同様に保母も『地域主義』に閉じこもるのではなく、都市との連携、その活用を図

(保母, 1999:7)るべきと述べている。

1-4 新たなまちづくりの形

1-4-1 協働

協働とは同じ目的のために、対等の立場で協力して共に働くことであり、英単語の **coproduction**、**cooperation** にあたる。近年、この協働の概念は日本のまちづくりの分野に欠かすことのできないものとなっている。協働とは、生活しやすい地域を築くため、さまざまな人々や組織がお互いの特性を活かしながら、地域の諸問題を解決したり、質の高い公共サービスを提供するなどの共通の目的のため、共に考え、協力しながら取り組んでいくことを意味している。

協働には、地域の住民が必ず関わっている。町内会や老人会、学校の PTA を始めとする地縁組織、NPO 法人やサークル・ボランティア団体などの市民活動団体、協同組合、民間企業や教育機関、公益法人など各々の特性や力が多様に結びつくことが重要とされている。

協働の概念の背景には、現代社会の複雑化、高度化に伴う社会的ニーズの多様化が考えられる。また、住民が求めている豊かな社会を実現するには、公共サービス全てを行政に任せるのではなく、自らがまちづくりの政策過程に参画しなければならないという意識の高まりがあげられる。

図 1-1 協働のイメージ



出所：磐田市 HP

1-4-2 NPO 法人

1-4-2-1 NPO 法人の目的

近年、まちづくりにおいて NPO 法人の担う役割が大きくなってきている。

NPO 法は、特定非営利活動を行う団体に法人格を付与することなどにより、ボランティア活動をはじめとする市民の自由な社会貢献活動としての特定非営利活動の健全な発展を促進することを目的としている。法人格を持つことによって、法人の名の下に取引等を行うことができるようになり、団体に対する信頼性が高まるメリットが生じる。

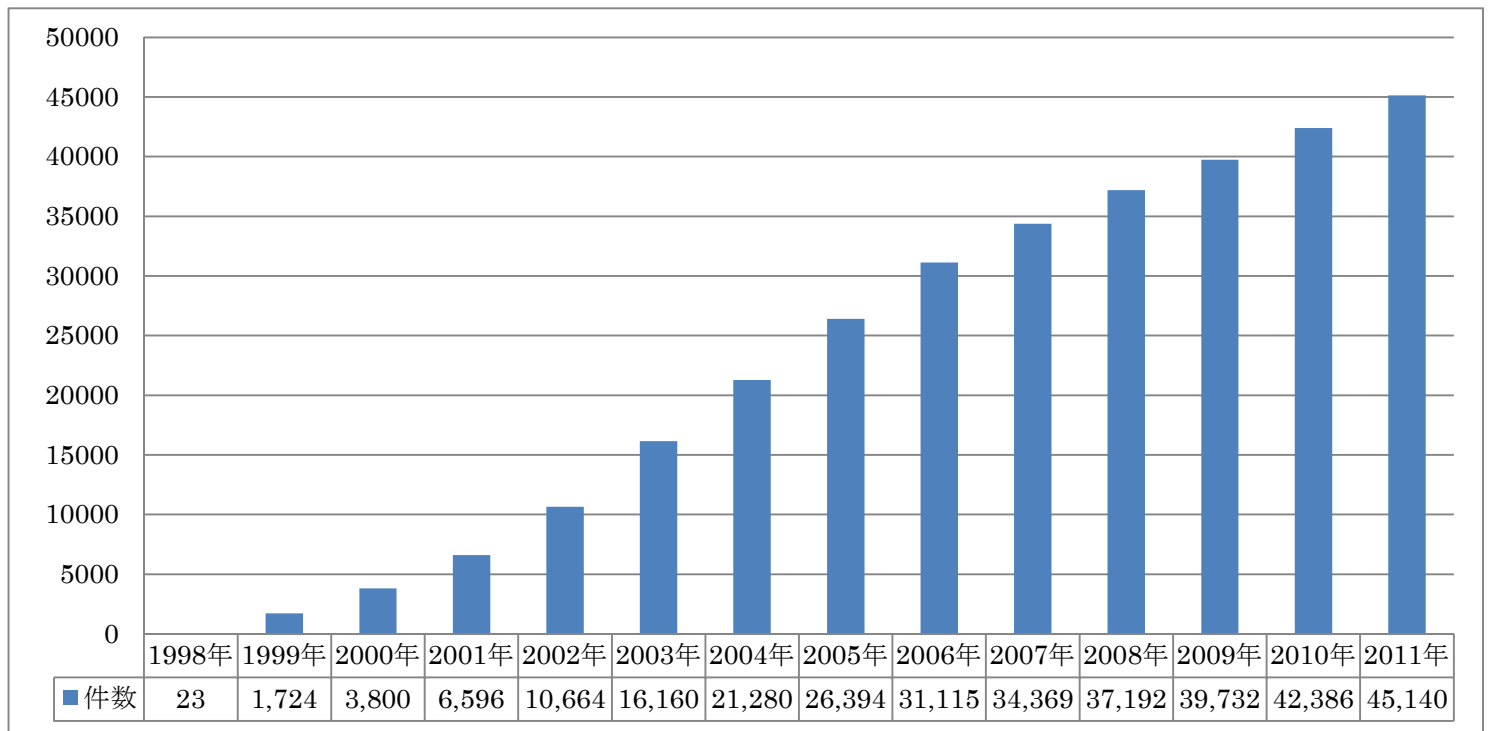
これらの団体は特定の専門テーマを持ちながら、行政区域とはあまり関係なく活動している場合が多い。つまり、ある地域には同種の団体が重複しているケースがあったり、あるテーマの団体が存在していない地域も生まれてくる。NPO は住民の自発性による活動であるため、地域格差が発生してしまう。また、自治会や町内会と比較すると行政との関係が薄いという問題点も抱える。しかし、住民一人では社会的な力を持つことが難しい中で、同じ考えを持つ住民の集団は未知の力を持ちうる。NPO 法は、まさに住民の集団的な力を法的にも社会的にも認めるものとなった。

これまでは、主に力を持っていたのは「行政セクター」（自治体）と「営利セクター」（民間企業）の 2 つであった。しかし、現代の住民の多様なニーズに応えるために、両者に属さない形式での社会サービスが必要となった。そこで、新たに「自立・住民セクター」が登場した。これにより、本来行政の範囲に含まれていた公共の概念を独立させて、行政の負担を減らすのと同時に公共の概念を行政サービスの範囲に限定しないようにする考え方が生まれた。それが、NPO 法人の使命とも言える新しい公共の概念である。複雑化・多様化する現代社会においては、新しい領域を持ち、高度で専門的な自立・住民セクターがますます必要となってくるだろう。そのためにも、NPO を住民の代理人として地域内で認証する必要がある。

1-4-2-2 NPO 法人の成長過程

1960 年代から 70 年代にかけて、日本の市民運動はさまざまな分野で活動を始め、80 年代を経てしだいにその活動は裾野を広げてきた。1998 年には NPO 法が制定され、認証法人数が一気に増加した。NPO 法人は現在 4 万法人を超え、社会に確実に定着してきている。NPO 法の施行は、明治時代から続いていた行政中心の都市計画から 1960 年代以来の市民主体のまちづくり活動の本格化を証明することになった。1995 年に発生した阪神・淡路大震災の復旧・復興に時間がかかり、行政への負担が大きくなりすぎ、行政に代わる新しい公共の必要性が見出された。その新しい公共となるのがいわゆる第三セクターと呼ばれる NPO セクターであり、この NPO 法はその第三セクターの存在価値を認め、根拠法としている点で重要性が高い。

グラフ 1-2 NPO 法人の認証数推移



出所：内閣府 NPO ホームページより筆者作成

1-4-3 社会的企業

社会的企業とは、営利を目的とせず、事業を通して社会的な目標の達成を目指す企業や NPO などのことである。1980 年代以降、現代社会の複雑化、高度化に対して、寄付や公的な支援に依存するのではなく、採算性を伴う自立的なビジネスモデルを構築し、事業として継続的・安定的に取り組む活動が世界的に広がった。

社会的企業は、民間企業や NPO、協同組合など特定の組織形態を表現するものではなく、役割やコンセプトに着目した概念と言える。日本では、2000 年以降にこの概念が普及し、注目されるようになった。しかし、日本の社会的企業ではあくまで慈善意識が強く、雇用や経営面に不安を残している。一方で、CSR（企業の社会的責任：corporate social responsibility）への関心の高まりが見られ、環境に配慮した行政と企業の協働によるまちづくりが登場してきている。

1-4-4 北海道遺産によるまちづくり

北海道のまちづくりを考える上で北海道遺産がある。北海道遺産とは、次世代へと引き継ぎたい有形・無形の財産の中から、北海道の豊かな自然、人々の歴史や文化、生活、産業など、各分野から道民の参加（北海道遺産構想推進協議会）によって選出された。ここでは、道民の参加という住民参加を強調しておきたい。この構想は、今存在する有形・無

形の財産を活用して観光の促進や、地域振興につなげていく言わばソフト面の強化を図っていく狙いがある。

その宝物を地域で守り、育て、活用していく中から新しい魅力を持った北海道を創造していく運動を北海道遺産構想と呼んでいる。多くの北海道遺産には、北海道遺産に深く関わりながら活動する担い手としての住民が存在し、官主導ではない北海道遺産構想の象徴となっている。北海道遺産は手を触れずに眺めるだけのものではなく、地域の中で活用しながら人づくりや地域づくり、観光促進をはじめとする経済の活性化につなげていくことが、この構想の最大の狙いである。第1回・2回併せて52件が登録されている。その中には有名観光地だけではなく、流氷とガリンコ号や第4章で触れる昭和新山国際雪合戦大会などバリエーションに富んだものまで含まれている。また登録されている52件について、北海道全体から偏ることなく選出されており、各地域それぞれに魅力を持った宝物が存在していることがわかる。

1997年に北海道が「北の世界遺産構想」を提唱してから15年以上が経過し、普及・PRに力を入れてきているが、北海道民でもその存在を認識している人はあまり多くない。さらに北海道の主要都市から離れている登録箇所もあり、訪れにくい面は否めない。しかし、全道各地に北海道遺産があり、小規模町村を訪れる良いきっかけとなるであろう。これからの課題としては、さらなるPRと観光客増加に向けたツアーの充実、各自治体やボランティアの方々との密な連携があげられる。

1-5 まちづくりの主体の移行

本章を通してみると、戦後の都市計画からまちづくりの言葉が初めて登場した1960年代の「革新自治体の時代」、日本独自の発展を遂げた70年代の「地方の時代」、徐々に住民が行政に関する力をつけ始めてきた80年代の「市民参加」、90年代の「NPO」や「協働」など各時代の特徴的なキーワードが見てとれる。国から各自治体、そして住民や団体へとまちづくりの主体が移行してきていると考えられる。まちづくりについてもともと発言権を持っていた住民たちが、近年では提案・決定・実行まで担うようになってきている。このような状況が、地域のオリジナリティを活かすこととなり、歴史や伝統文化の再構築へとつながる。

これまで言及してきた住民が主役のまちづくりの中でも、市町村、NPO団体や地域住民、民間企業の連携を図った官民一体・三位一体の事業が、今後より必要となってくると考えている。理由は次の3点である。

①全国の市町村職員数の減少

総務省によると、全国的に市町村の職員数は減少しており、行政・財政・福祉・環境など様々な職種がある市町村職員に地域振興を図るイベントの代表として活動してもらうのは困難なこととなっていて、まちづくりだけに人手をかけにくい状況が続いている。

②客観的視点の重要性

まちづくりや地域資源の発見など活動のゴールを設定するのが難しい分野では、客観的な視点が必要となってくる点も理由の一つである。普段、自分たちが何気なく日常生活を送っている地域にも観光資源やまちづくりの手段となりうるものは存在しており、居住している内部の視点と初めて訪れる外部の視点では見える景色も異なってくるだろう。

③自治体の財政状況

景気悪化による各自治体の財政面も課題となってくる。事業にかけることができる経費は限られており、新たな活動にはどうしても消極的な姿勢となってしまう。民間企業と事業を行うことができれば、スポンサーの形で経済的な援助を望むこともできる。

1-6 小括

本章では、日本の都市計画からまちづくりへの変遷や外来型開発・内発的発展について記してきた。まちづくりを考える上では長期的な視点が欠かせず、目先の利益だけを追い求めるのではなく、住民の声をしっかりと聞き、自治体の環境や特徴を把握しなければならない。苫小牧東部開発のような、地域に住む住民や自然環境よりも経済的な発展を追求した後先考えない開発はまさに外来型開発の典型例と言える。

まちづくりでは、あらゆるジャンル、あらゆる人々・団体が基礎となりうる。次章ではその中でもスポーツを取り上げ、スポーツがまちづくりにどのように起因していくのかを述べる。そして、内発的発展の概念がスポーツによるまちづくりに応用されているのかを検討していく。

第2章 スポーツによるまちづくり

本章では、さまざまな形で存在するまちづくりの中でもスポーツに焦点を当てていく。

前章では、戦後の経済の流れから外来型開発における事業の失敗とそれに伴う内発的発展の高まりについて述べてきた。この現象がスポーツの分野においても同じ道を辿っていると考える。

2-1 外来型開発のスポーツイベントの是非

スポーツイベントによるまちづくりは、昔から行われてきた手法である。しかし、時代の経過とともにその内容も変化しつつある。スポーツイベントにも多くの種類があり、オリンピックやワールドカップなどの大規模のものから、毎年日本各地で行われているプロスポーツや全国大会、各自治体単位のスポーツ大会などさまざま存在する。日本では、1964年の東京オリンピックに始まり、1972年の札幌オリンピックや1985年の神戸ユニバーシアード大会、1998年長野オリンピック、さらには2002年のFIFAワールドカップなどの大規模な大会が開催され、地域の活性化が図られてきた。

スポーツイベントと地域活性化に関しては、大規模スポーツイベントの開催が、「①スポーツ施設や、アクセス道路、公園などの関連施設の整備による社会資本の蓄積、②イベント参加者による宿泊や飲食物販による消費の誘導効果、③大規模イベントのホストとなる都市住民の地域連帯感の向上、④そしてイベント開催都市のイメージ向上効果といった4つの果実をもたらしてくれる」（原田，2002:52-56）としたうえで、現代のスポーツイベントには、『経済効果』や『都市開発』といった新しいキーワードが付随している。原田は「イベントによって都市の知名度を高め、多くのスポーツ・ツーリストを呼び込んで消費を活性化し、スタジアムやアリーナの建設によって都市インフラを整備する『キャタリスト』（触媒）としての効果が期待されている」（同上:48）と述べている。

ただし、大規模なスポーツイベントには一過性の面があり、地域への継続的な経済効果はあまり見込めない。そもそも大規模なスポーツイベントを行うには、イベントの拠点となる自治体の定住人口や地域活性化を見込めるだけの広域の交流人口の絶対数、さらには広大な土地や地元住民との協力体制が必要となる。これらの条件を満たすのは必然的に大都市のみとなってしまう。しかも、たいていの場合はイベント誘致や建設投資が先走りし、地域活性化や住民福祉の向上は後回しとなり、これが環境汚染や騒音などの反対運動に繋がっているケースも存在する。

2-2 地域密着型のスポーツイベント

国際的な大規模スポーツイベントの誘致に興味を示す自治体が減る一方で、地域密着型のプロスポーツチームやクラブの立ち上げに熱心な地域が増えている。国際的な大規模イベントが、数十年に一回来るか来ないかの一過性のスポーツイベントだとすれば、プロス

スポーツは、地元で毎年、必ずホームゲームが何試合も開かれる継続的なスポーツイベントであり、地域の活性化を高く見積もることが可能になる。現在ではプロチームやクラブがない都道府県を探すのが難しい状態である。これらのチームやクラブは、多くは地域が主導して誕生した内発的発展型のコミュニティビジネスであり、地元のファンや企業、そして行政といった多様なステークホルダーに支えられている。

大規模スポーツイベントは、過去には行政が主導してスタジアム建設やそれに伴う地下鉄や大型施設・インフラ整備などハード面を強化する傾向が多く見られた。これは前章における外来型開発と言える。しかし、現在は人口減少や財政的な問題から、地域の既在の施設を活かした事業や住民が主体となって大会を作り上げていく地域密着型でソフト面の強化を図る内発的発展論に基づくケースが多くなっている。

2-3 日本のスポーツの分野

日本のスポーツの分野は、プロスポーツ、競技スポーツ、生涯スポーツの3つに分類することができる。プロスポーツは、プロ野球やJリーグをはじめ、大相撲やフィギュアスケート、球技など様々な種類の興業が開催され、スポーツの分野の中では一番の観客数と興行収入を獲得している。競技スポーツは、勝利を得ることや記録達成を目標としていて、中学校、高等学校、大学、社会人（実業団）などの大会がそれぞれ開催されている。各種大会を制すると日本選手権や国民体育大会、さらにはオリンピックやワールドカップなどの国際大会にも出場できる可能性がある。生涯スポーツは、年齢に関係なく健康促進やレクリエーションなどを目的としていて、全国各地で大小さまざまな大会が行われている。

2-4 スポーツの重要性

ここで、人間はなぜスポーツを行うのかについて考えてみたい。それは少子高齢化や余暇活動の活発化、自由時間の増大が進む中で、一人ひとりが生涯を通じて健康に暮らし、人生を豊かなものとするためであると考えられる。さらに人間関係の希薄化や地域の教育力の低下といった社会環境の変化が懸念される中で、仲間との交流を促進し、地域の活性化や青少年の健全育成に寄与するものと期待されている点で、スポーツに求められている役割は大きく、スポーツの重要性が高まってきている。

これまで、スポーツ振興については、主に学校教育、生涯教育といった文脈の中でとらえられ、政策化されてきた。近年ではまちづくりの分野の中でも、スポーツのもつさまざまな価値・効用に注目し、まちづくりの手法として活用しようとする風潮が高まっている。スポーツをまちづくり戦略として総合的にとらえ、そのための方策を一体的に考えていく必要性が高まっている背景には、少子高齢化や地域どうしの連携不足、地域間交流や誘客の必要性、余暇活動の活発化などの現代的課題の存在が考えられよう。

スポーツには「見る」・「する」・「支える」の3つの視点がある。北海道ではコンサドーレ札幌や北海道日本ハムファイターズを代表するように、プロチームやクラブが観戦型

の「見るスポーツ」のイベントであるとすれば、都市や地方などで多くの参加者を集めるスポーツ大会は、参加型の「するスポーツ」のイベントと呼ぶことができる。さらに、観戦型・参加型の両大会をスタッフ・ボランティアとして陰から「支える」立場もある。「見るスポーツ」では、主に経済的効果が見込まれる。スポーツを観戦する場合には、公共交通機関を利用したり、スポーツをシンボル化したグッズや観光土産品での収益、入場料や飲食消費、さらにはスタッフの雇用促進効果などが考えられる。一方で、「するスポーツ」と「支えるスポーツ」は社会的効果が大きいと言える。地域住民の連携や帰属意識、交流促進などが考えられる。

どの視点においてもスポーツを楽しむことができ、さまざまな社会問題の解決手段として重要な役割を担っている。さらに地域の活性化や経済効果も期待でき、より一層の振興を求める声も大きい。

2-5 北海道のプロスポーツチームは地域密着型であるか

私は先ほど、地域密着型のプロスポーツが内発的發展論に基づいていると主張した。しかし、北海道のプロスポーツは果たして本当の意味での地域密着型と呼べるのであろうか。まず、北海道のプロスポーツチームを確認しておきたい。北海道には現在、北海道日本ハムファイターズ（以下ファイターズ、野球）、コンサドーレ札幌（以下コンサドーレ、サッカー）、レバンガ北海道（以下レバンガ、バスケットボール）、エスポラーダ北海道（エスポラーダ、フットサル）の4つのクラブチームが存在する。

2-5-1 4つのクラブチームが誕生した背景

コンサドーレは前身が神奈川県のカラマツクラブであり、札幌市で生まれ育ったクラブチームではない。誘致活動が実を結び、1996年から札幌市に移転している。またファイターズも元来は東京都に本拠地を構えるチームであったが、2004年度から本拠地を札幌市に移し、ペナントレースを戦っている。現在はどちらのチームも札幌ドームを本拠地にし、北海道を代表するプロスポーツチームとして活躍しているが、もともとは道外から誘致したチームであり、この面からは外来型開発に位置づけることができる。

さらにコンサドーレは、経営状況がチームの成績や北海道経済により左右されやすく、行政と民間企業が主体となってチームを動かしている。民間企業のみではチームの経営が厳しく、公金を使用してなんとかチームが存続した年もあった。Jリーグが各クラブの財政状況を精査するクラブライセンス制度では、2014年度以降に債務超過を解消できない場合はライセンスを失うことになっており、チーム経営はとてつもない。ファイターズも、親会社である日本ハム株式会社から多額の広告宣伝費を受けていて、球団が独立して運営できているわけではない。一方でレバンガとエスポラーダは、近年北海道で発足した。ともに札幌市を本拠地としており、道民に愛される・応援されるチームをモットーに活動しているが、コンサドーレ・ファイターズと同様に経営状態は困窮している。

2-5-2 4つのクラブチームの現状

4つのクラブチームに共通しているのは、札幌市を拠点に活動している点である。どのチームも年間数試合地方都市での主催試合は行っているが、札幌市での試合がメインとなっている。そのため、広大な北海道の地方に住む人々にとっては気軽に応援しに行くことができない。北海道のプロスポーツチームにもかかわらず、道民が支えるチームと呼べるには程遠い状況にある人々も存在する。

また、機構や連盟が規模や座席数等の条件を認可した施設でしか試合を開催することができない。つまり、プロスポーツは都市圏、しかも設備の整った会場でしか試合を行うことができないのである。比較的交通の便が良く、交流人口の多い都市でなければ観客を呼び込むことはできない。札幌市や地方都市は恩恵を受けているかもしれないが、小規模町村にとってはプロスポーツチームを誘致したくてもできない現況となっている。

次に、株式会社インサイトのアンケート調査「北海道のプロスポーツ」によると、応援度合いの項目ではファイターズを応援している人が8割強なのに対して、コンサドーレは4割にとどまっていて、レバンガは3割強、エスポラーダは2割弱と停滞していることがわかる。北海道は、関東圏のように同種のプロスポーツチームが複数ある状況でもなく、交流人口の多い札幌市に拠点を置いているのに、支持者が半数に届かないチームが、果たして地域密着型であると言えるのであろうか。

このアンケート調査からは、成績が比較的安定しているファイターズの支持者が多いことも読み取れる。2013年は最下位となってしまったが、札幌に移転してきてからは実に4度のリーグ優勝を飾っている。コンサドーレは、移転以降4度のJ2降格を経験しており、チーム成績は安定しているとは言えない。北海道にプロスポーツが存在するようになってからまだ十数年しか経っておらず、依然として「チームの成績・調子が良いから観戦に行く・応援する」ファン・サポーターや住民の方が多い。これでは安定した集客を見込むことができず、経営状況も不安定となる。「にわかファン」からの脱却を目指し、チームがあり続ける限り応援してもらえるファン・サポーターをどのように育成していくのが課題と言える。そして、安定した集客や経営を見込めるようになって、初めて地域密着型のプロスポーツチームと呼べるようになるであろう。

表2-1 北海道のプロスポーツチームの応援度合い（2013年2月）

	応援している	どちらかといえ ば応援している	どちらとも 言えない	どちらかといえ ば応援していない	応援して いない
ファイターズ	53%	28%	9%	3%	8%
コンサドーレ	14%	26%	21%	13%	26%
レバンガ	9%	23%	25%	11%	32%
エスポラーダ	5%	11%	25%	14%	46%

出所：株式会社インサイトHP

さらに、どのクラブチームも地域密着型を謳っているが、やはり行政・民間企業が主導している面が強く、住民が主体となってチーム運営や方針に参加する機会が乏しい。どちらかと言うと、外来型開発に近い部分があると考ええる。ここで今一度強調しておきたいのは、外来型開発は決して悪ではないということである。外部から誘致した企業やチームを、住民主体の地域振興の中にうまく取り入れることができれば、補完的・相乗的な効果が生まれるのである。

これらの点からプロスポーツチームは、特定の条件を満たさなければ完全に地域に根付くことは難しいと言える。

2-6 住民主体のスポーツによるまちづくり

では、北海道においてはどのような形式のスポーツによるまちづくりが有効であるのか。私は、生涯スポーツを通じたまちづくりが最適であると考ええる。この生涯スポーツの概念には、「するスポーツ」さらには「支えるスポーツ」の要素を含んでいる。生涯スポーツは、競技スポーツとは異なり、年齢や経験を問わずに誰もが気軽に参加でき、プロスポーツのような施設の充実や立地条件などもあまり気にしなくてよい。さらに、住民参加の点でも垣根が低く、住民が主体となって大会を開催することも可能であるからだ。

都市では、前述したようにプロスポーツによるまちづくりも可能ではあるが、経済的にも負担は大きく、住民主体の地域密着型まちづくりとは言えないところがある。しかし、生涯スポーツはその街の特徴や資源を活かし、地域の活性化に徹する内発的発展の要素を包含している場合が多い。この特徴は、小規模町村になるとより明確になってくる。半ば生涯スポーツが、スポーツを通じたまちづくりを行える唯一の条件となる町村も多く、近年では、小規模町村単位でも特色あるスポーツ大会が続々と開催されてきている。

2-7 スポーツに対する意識の変化

スポーツという概念は、日本では過去の武道の流れから「勝敗」を競う意味合いが強く、競技スポーツの存在が大きかった。また、どれだけ苦しい練習を耐え抜いてきたかが重視され、精神的なタフさが要求されていた。しかし近年では、余暇として気軽に交流を深める「イベント・レクリエーション」の要素が高まり、生涯スポーツの振興が話題になっている。

私がスポーツによるまちづくりを考察する上で着目したのが、そのスポーツ大会が果たしてスポーツ面（勝敗、競い合い）を重要視しているのか、それともイベント面（交流、レクリエーション・パフォーマンス）を重要視しているのかである。確かにスポーツと謳っている以上、相手に勝ったり、1分1秒でもタイムを縮めたりして、自己の目標を達成するために行われるのが主流である。しかし、そうするとどうしても身体能力の高い人やそのスポーツを経験したことがある人しか参加することができず、スポーツの裾野が広がらなかったり、大会の発展が望めないこともある。しかもそれが、まちづくりの一環として

行われているのならば、なおさらだろう。

そこで近年では、イベント面を推し出し趣向を凝らした大会が増えつつある。さらにスポーツと言うとどうしてもルールが複雑であったり、長年経験していないと実力を発揮しにくい競技もあり、気軽に参加できない雰囲気を嫌う人もいる。その障壁を和らげるために、初心者の方でも参加しやすいように部門別にしたり、その大会独自のルールを定めている競技も多数ある。

2-8 第2次北海道スポーツ振興計画

健康でこころ豊かなスポーツライフを築く「生涯スポーツ社会」の実現に向けて、当時の堀達也北海道知事が2000年に宣言した。北海道の豊かな自然と広大な大地を地盤として、四季折々のスポーツを行える環境を生かし、スポーツ王国として飛躍してほしいというねらいがある。目標には、

- ・一人ひとりの健康づくりや体力づくりを進めます
- ・だれもが、いつでも、どこでもスポーツに親しめる環境づくりを進めます
- ・夢と感動をあたえる強い競技スポーツをめざします
- ・豊かな自然や地域の特性を生かしたスポーツの振興に努めます
- ・スポーツ活動の基盤づくりに努めます

の5つが掲げられており、道民が力を合わせてこの目標に取り組んでいくと謳われている。北海道では、スキージャンプやクロスカントリー、ボブスレーやリュージュ、スピードスケート・カーリングなど各地で自然環境を利用したウインタースポーツが行われている。また夏期の冷涼な気候を生かして、プロスポーツチームが合宿や調整の場としている地域もある。このように、スポーツをするだけでなく、見る・参加する、支える、楽しむこともできる。

生涯スポーツは、プロスポーツや競技スポーツの勝敗、結果主義とは異なり、「スポーツを楽しむ」ことを重視している。生涯スポーツは、基本的に人々が体を動かす「するスポーツ」である。参加者の数は、プロスポーツや競技スポーツよりも格段に多く、地域の活性化において核となることは間違いないだろう。北海道の各市町村は、この計画に基づきスポーツ振興の充実を図っており、多くの市町村がスポーツ関連部門を有している。ただし、生涯スポーツとしてのスポーツイベントは、参加者の多くが子どもや高齢者であり、生産年齢人口の世代の参加が乏しいという課題も抱えている。北海道のスポーツでは、参加人数の規模を考慮しても生涯スポーツが中心であり、地域の活性化にも生涯スポーツは欠かせない。しかし、生涯スポーツのみではどうしても盛り上がりには欠ける面があり、まちづくりとしての収益をもたらすレベルまで大会規模を大きくするのは、かなり困難である。収益性と地域活性化が相互に影響し合って成立することが今後の課題となってくるだろう。

2-9 小括

本章では、スポーツによるまちづくりについて言及してきた。その中で、最も望ましいと思われる手段が生涯スポーツによるまちづくりであった。市町村の規模を問わずに既存資源を活用して実行できるイベントが多く、住民が主体となってイベントを開催している点で自治の要素が強い。そして、それは内発的発展のコンセプトを含んでいることが多い。中には、外来型開発によりプロスポーツを誘致してまちづくりを成功させた市町村も存在するが、それはあくまでも一部の話であり、総合的に鑑みるとプロスポーツによる地域活性化は難しい。

もしプロスポーツによる地域活性化を目指すのであれば、北海道全土にプロスポーツの意識を浸透させる必要があるだろう。札幌市から遠く離れた自治体の住民でも、自分たちがチームを支えているという姿勢を保持することができれば、プロスポーツの地域への関与が身を結ぶことになるだろう。

そのような意味では、ファイターズの選手たちが北海道内全ての市町村で地域住民の方と交流を図りながら、まちづくりに寄与していく 179 市町村応援大使のプロジェクトはとても有効である。このプロジェクトは、日ごろからファイターズを応援している北海道民へ感謝の気持ちを示し、ファイターズの選手が北海道民を応援するという趣旨である。応援大使を務める市町村は、任期の 1 年間にファイターズの選手を市町村のポスター・広報誌などに起用したり、特産品などのプロモーションやイベントに選手が協力するといったことが可能になる。このプロジェクトによって、知名度があまり高くない市町村は全道に自らの地域の良さを PR することができ、逆にファイターズの選手も遠隔地の方に顔を覚えてもらい、それがチームの支持につながるという相互に利益がもたらされる関係となっている。

しかし、これは北海道内では支持者が多く、ある程度選手が認知されているファイターズであるから行える取り組みであって、他のチームでは浸透しない可能性が高い。また、このプロジェクトは地域の住民が思案したものではなく、あくまで球団の施策のもと市町村との協働となっていることも留意すべき点である。

そこで、次章では実際にスポーツを通したまちづくりがどのように実践されているのかを記載していく。

第3章 現代のマラソンブームとその事例

本章では、前章のスポーツイベントの特性やスポーツに対する意識の変化などをもとに、数あるスポーツの中でも近年急速に取り組む人数が増えているマラソンにスポットを当てる。そして、マラソンによるまちづくりの事例について言及していく。

3-1 小規模町村を抽出した理由・事例

現在の北海道は札幌市に約 193 万人が居住しており、人口第 2 位の旭川市でも約 35 万人と完全な一極集中型となってしまう。さらに急速な少子高齢化による人口減が各地域で見られる中、札幌市や近隣の江別市・北広島市では人口減少がほとんど見られず、近年では新興住宅街や高層マンション、それに伴う巨大複合施設の建設も多い。そのような札幌圏の発展と他地域の衰退は、「未来に夢と希望が広がる北海道づくり」を進めていく上で決して好都合とは言えないだろう。むしろ地方の過疎化がより進行し、北海道の強みである豊かな自然・広大な土地・多彩な個性を十分に利用できない未来が待っていることになる。

そこで、私はこれからの北海道経済の発展に向けて地方の小規模町村に目を向けることにした。北海道は、高速道路の延伸を例に見るように、より広域の交流を図ろうとしている。北海道の広域交流を盛んにしていくためには、小規模町村の存在が不可欠である。主要都市はある程度の開発が終了しており、観光客も既に訪れている地域が多い。しかし小規模町村には、私たち北海道民でも知らない、訪れたことのない「田舎の魅力」が存在している。未来の北海道はいわばその未開の地に存亡を委ねられているのではないだろうか。観光や旅行には、歴史や伝統を学び、芸術・文化を鑑賞し、食やイベント・買い物を楽しみ、産業・自然環境と触れ合うなど様々な楽しみ方がある。その町村の潜在的な強みを引き出したり、作り出すことができれば、衰退を回避できるかもしれない。主要都市に頼りっきりの状況を打破すべく、地方でも多彩なまちづくりが行われていることを学び、北海道全体の振興につなげていきたいと考えた。

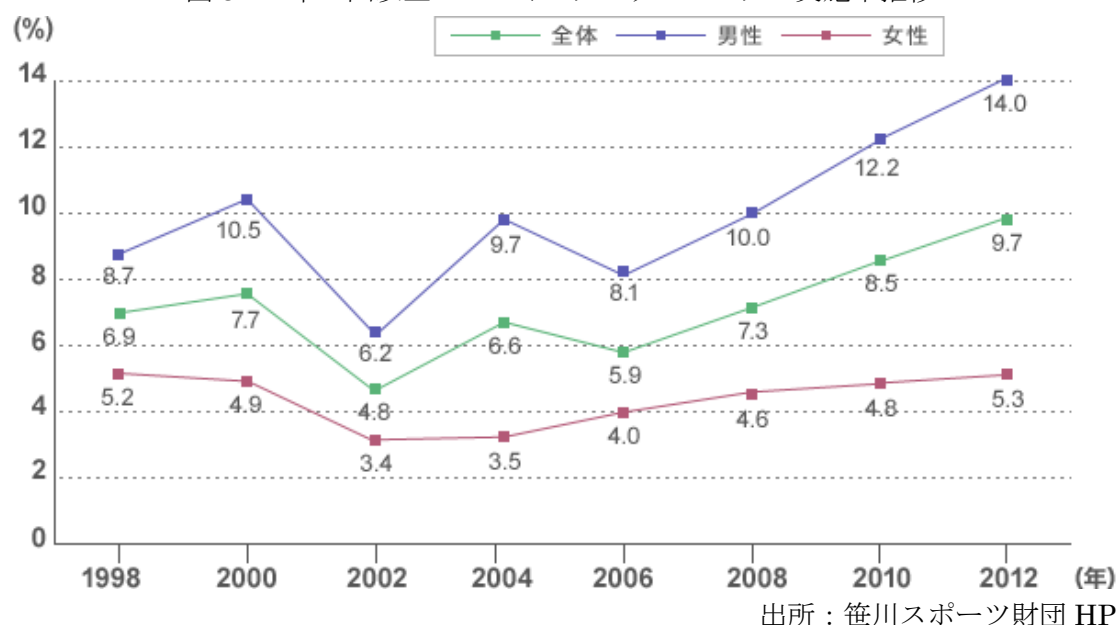
3-2 マラソンブームの背景

私がマラソンに注目したのは、近年、ジョギング・ランニングやマラソンに取り組む人数が増えているからである。公益財団法人日本生産性本部の調査研究によると、最近 5 年以内に始めた余暇活動の中でジョギング・マラソンが全体の 3 位に位置している（1 位は国内観光旅行、2 位はテレビを除いた映画）。さらに、男性の 20 代から 50 代にかけてジョギング・マラソンが 1 位となっている。ここから、趣味や生活の一部にマラソンが組み込まれてきていることがわかる。また、全国の自治体でもマラソンブームに乗じた大会を通じてのまちづくりに力を入れている。これは、北海道においても同様のことが言える。

笹川スポーツ財団の 2012 年の調査によると、成人のジョギング・ランニングの年 1 回以

上の実施者は 1,009 万人で、調査開始以来初めて 1,000 万人を超えた。さらにこのうち 572 万人が週に 1 回以上のランナーであると推計されている。以上から、ジョギング・ランニングやマラソンはスポーツの中では最も競技に取り組みやすく、普及の様子が伺える。

図 3-1 年 1 回以上のジョギング・ランニングの実施率推移



3-2-1 高齢社会が加速する中での健康志向の高まり

近年、日本では健康志向が強く、健康食品やサプリメント、ダイエットグッズなどが TV コマーシャルや通販で話題となっている。その中でも健康目的でスポーツをする人が増加している。

リサーチバンクのスポーツに関する調査によると、最近 1 年間に運動・スポーツをどのくらいの頻度で行ったかの回答として、週に 1 日以上運動している人が 6 割以上にのぼっている。また運動・スポーツを行う理由の回答は、健康のために 7 割を占めていた。

「皇居ランナー」や「美ジョガー」の出現、フィットネスクラブ・スポーツクラブ利用者の増加は、まさしく現代の健康志向を指しているだろう。東京にはマラソンランナーのためのシャワー施設がオープンするほどである。科学技術の進歩によって、余暇活動が充実し、それが健康への意識を促進しているという流れが見て取れる。

3-2-2 手軽で安価に参加できること

このジョギング・マラソンブームは、特別な用具や施設を準備する必要がなかったり、一人で気軽に始められる・自分のペースで運動できる、ストレス発散になるなどさまざまな理由が考えられる。また、寒い冬や猛暑の期間に走るのは気持ちが乗らないものであるが、それでも自分を律して練習に励む日本人の勤勉さが顕著に表れている。比較的年配の人がジョギング・マラソンに親しんでいるのは、出勤前や退社後の時間などを利用して、

日々の生活に運動を取り入れる社会人が増えてきているからである。

主流のウォーキングやジョギングなどのスポーツは、健康食品やサプリメント、ダイエットグッズと比べると費用が安く済み、誰もが気軽に行える。さらに特定の団体に所属していなくても1人や複数人でスポーツに取り組むことができ、自分の体調や身体能力を考慮しながら行える。

3-2-3 ランニングウェアなどのファッション性の向上

2000年頃から、美容と健康のためにランニングを日常生活に積極的に取り入れている女性タレントやファッションモデルたちが注目を集めるようになり、そのライフスタイルをメディアが伝える機会も増加した。最近ではこうした著名人の影響もあり、20～30歳代の女性たちの間でランニングをする人が増えてきている。タイツを履きこなして、あたかも私服のようなファッション性と機能性を兼ね備えたランナーもいる。

3-2-4 東京マラソンの開催

2007年には、本格的な市民参加型の都市マラソン「東京マラソン」が開催された。都内の名所を楽しみながら走ることができ、同イベントは国内外の多くのランナーの人気を集め年々、参加申込者が増えている。この東京マラソンを筆頭に、多くの市民参加型＝生涯スポーツとしてのマラソンイベントが新しく開催されてきている。国内で2010年に開催された市民参加型マラソン大会は約1,500件にのぼる。

3-3 北海道の主要なマラソン大会

現在『北海道ランニング大会ガイド2013』に掲載されているだけでも150大会以上が開催されており、毎年その件数は増えている。ここでは、主要な大会を記載する。なお公認とは、日本陸上連盟が公認した大会・種目のことである。

表3-1の大会は、短距離やファンランなども存在するが、どれも「走ること」や「タイムを縮めること」・「制限時間内にゴールすること」に主眼を置いていて、勝敗・競技の要素が強くなっている。また、どの大会も都市圏や近くに空港などがある場所で行われている。

表 3-1 北海道の主要なマラソン大会

名称	2013 年度日程	種目
春一番伊達ハーフマラソン	4 月 21 日	ハーフ、10km、5km、3km、車いす
豊平川マラソン	5 月 5 日	ハーフ・10km（公認）、5km、3km、ファンラン
洞爺湖マラソン	5 月 19 日	フル（公認）、10km、5km、2km
千歳 JAL 国際マラソン	6 月 2 日	フル、ハーフ、10km、3km
美瑛ヘルシーマラソン	6 月 9 日	ハーフ、クォーター、ワンエイト
サロマ湖 100km ウルト トラマラソン	6 月 30 日	100km（公認）、50km
豊平川市民マラソン	7 月 7 日	フル
釧路湿原マラソン	7 月 28 日	30km、10km、3km、ウォーキング
北海道マラソン	8 月 25 日	フル（公認）、ファンラン
札幌～支笏湖ウルトラ チャレンジ 70km	9 月 15 日	70km
函館ハーフマラソン	9 月 29 日	ハーフ（公認）
旭川ハーフマラソン	9 月 29 日	ハーフ・10km（公認）、ハーフ、10km、3km
札幌マラソン	10 月 6 日	ハーフ・10km（公認）、5km、3km、2km、 車いす

『北海道ランニング大会ガイド 2013』より筆者作成

3-4 ユニークなマラソン大会

一方で、北海道の広大な大地を活かした産業や四季折々を感じ取れる自然などさまざまな条件を利用して、ユニークなマラソン大会も数多く行われている。その中からいくつかを取り上げ、イベントの分析をしていきたい。

ここで抽出したイベントは

1. 北海道の市町村で行われている
2. 住民主体で行われている地域密着型マラソン大会
3. 生涯スポーツとして気軽に参加できる
4. その街であるからこそ行えるユニークさ

の条件を満たしていると判断できるものである。

3-4-1 さっぽろスマイル RUN

札幌市では 2012 年から、さっぽろスマイル RUN を開催している。マラソンとスイーツという異なる 2 つのジャンルを組み合わせることで、マラソンが好きな人にもスイーツの

良さに、スイーツが好きな人にもマラソンの良さにそれぞれ関心を持ってもらうために誕生した大会である。走っている人も応援している人も笑顔になれる札幌の魅力があふれるマラソン大会となっており、真駒内公園を舞台にマラソン大会だけでなく、札幌の魅力であるスイーツを中心とした様々なイベントを実施し、競技に参加していない方でも楽しめるイベントを目指して実施されている。

北海道は洋菓子製造に使用されるミルク、バターなどの原料を豊かに産出し、洋菓子製造に適した冷涼な気候を持っており、その中でも札幌市は全国に名を馳せる銘菓も多く、観光みやげや物産展の主役もスイーツといっても過言ではない。こうした背景をベースに、札幌の街を「スイーツ王国」と位置づけ、スイーツの普及促進を図り、北海道経済に新たな活力を生み出すべく、

図 3-2 さっぽろスマイル RUN ポスター

2005 年 11 月にスイーツ王国さっぽろ推進協議会が設立された。

距離も年齢に応じて別れており、タイム計測では事前に設定した時間にどれだけ誤差がなく走りきることができるかを争うトリムも存在する。トリムのおかげで、身体能力やスポーツ経験が少なくても楽しんでマラソンに参加できるだろう。そのほかにも、札幌市民や



出所：さっぽろスマイル RUN 大会 HP

市外・道外の観光客も気軽に参加できる工夫が随所に見受けられる。

この大会は担当が JTB 北海道、事務局も民間企業の内部となっており、民間企業と住民が主体となって動いていて、札幌市が主導しているとは見受けられない。また、一番長い距離でも 10km であり小学生や高齢者、親子ペアで走れる種目も存在し、イベント型の要素が強いマラソンであると判断できる。本大会は、札幌市が流通の要所であることを利用したイベントであると評価できる。

3-4-2 たんのカレーライスマラソン

北見市では 1986 年から、たんのカレーライスマラソンが行われている。2006 年に北見市に合併する前の端野町で行われていた大会であり、タイムや順位を競うのではなく、カレーライス/materialを調達することに主眼を置いている。大会の発足経緯について、当時の端野町体育協会の事務局職員が発案し、現在の北見市役所の HP には「発案者は、マラソ

ンが好きではなかったことから、『どんな内容だったらマラソンが嫌いな人でも参加してもらえるだろう』と企画を練りました。食べ物、それもみんなが大好きなカレーライスで釣ってみよう。4人1組にすれば、家族や友人に誘われて参加する人もいるかも。」と記載されている。

距離の異なるコースが用意されており、子供から高齢者まで幅広い年齢層の人たちの参加が可能となっている。材料のじゃがいも、たまねぎ、にんじん、米は、端野町の代表的な農産物であり、地域の農業振興や地産地消にもつながる。1986年の第1回目は36チームの参加であったが、回を重ねるごとに参加チームも増え、今では200チームの定員に収まらないほどの賑いとなっている。同時に「仮装コンテスト」も開催しており、奇抜なコスチュームをした参加者も多数いる。ステージ企画では、「カレー大食いコンテスト」が繰り広げられ、マラソンだけではなく様々な面で楽しむことができる。これらの観点から、この大会はイベント型と位置づけることができるだろう。

上記2つの大会はいずれも「マラソン」をキーワードとして開催している。ただどちらも、北海道マラソンやサロマ湖100km ウルト라마ラソンのように、とにかく1分1秒でも早く完走することを目的としているわけではなく、その大会の趣旨に合わせた走りを必要とされている。

図 3-3 たんのカレーライスマラソン



出所：北見市役所 HP

3-5 研究事例 北オホーツク 100 キロマラソン

聞き取り調査 浜頓別町役場 北オホーツク 100km マラソン事務局 細川佑壺さん

3-5-1 浜頓別町の概要

浜頓別町は北海道の最北の宗谷地方東部に位置する町であり、クッチャロ湖やベニヤ原生花園、北見神威岬（斜内山道）などの豊かな自然を有している。ラムサール条約の登録湿地に指定されており、貴重な動植物が生息し、白鳥をはじめとする多くの野鳥が飛来する景勝地となっている。自然環境を活用した観光振興を図り、南宗谷地域における観光の中心地となっているが、観光入込客数は減少傾向となっており、日帰り客が大半を占める通過型観光地となっている。町の人口も減少を続け、地元の企業もほとんどが小規模企業であり、近年の社会経済情勢も重なり、財政状況は極めて厳しいものとなっている。

3-5-2 北オホーツク 100km マラソンに注目した理由

このような浜頓別町で、2011 年から北オホーツク 100 キロマラソンが行われている。本大会は今年度で 3 回目の開催となり、8 月 11 日に開かれた。617 人のランナーが盛夏の宗谷路を駆け抜け、大会終了にあたって北海道新聞社から号外が出されるほどの盛況であった。私が本大会に注目したのは、あまり交通の便が良くない浜頓別町でなぜこのような大会が行なわれるようになったのかを調査したいと思ったからである。浜頓別町は鉄道が走っておらず、近隣市町村で一番規模の大きい稚内市からでも車で 1 時間 30 分と気軽に訪れることができる町ではない。しかも、マラソンランナーは比較的遠方からでも大会に参加することが多く、余計にランナーが集まりにくい状況ではないかと推測していた。さらに、北見市・湧別町・佐呂間町では有名なサロマ湖 100km ウルト라마ラソンが行なわれており、なぜ似たような大会を開くことになったのかも疑問に思っていた。

3-5-3 大会開催までの経緯

大会が開催されるまでの経緯については、もともと浜頓別町自体が開催を提案したわけではなく、株式会社 JTB 北海道法人営業部の方が何度か夏場や休暇期間を利用して浜頓別町を訪れた際に「道北地方の雄大な自然や美しい海岸線を取り入れたイベントを行いたい・浜頓別町 환경을 PR していきたい」という提案から話が始

図 3-4 北オホーツク 100km マラソンの様子



出所：北オホーツク 100km マラソン HP

まった。その方は浜頓別町はおろか、北海道出身の方でもなく、そのような方が浜頓別町を大会の開催地としたいと考えたのは、やはり浜頓別町に未知の、無限大の可能性を見出したからではないだろうか。そこで、町民有志の NPO 法人クッチャロ湖エコワーカーズに加盟している方が、浜頓別町の自然環境を活かしてマラソンを行うのはどうかと町側に申し入れがあった。JTB 北海道が、町・エコワーカーズに大会を行うにあたって経済波及効果や交流人口、具体的な大会概要を提示し、開催となった。

3-5-4 双方の狙い

JTB 北海道としては、近年、北海道に来訪する旅行客が減少しており、来道観光客数は最高であった 2006 年の約 659 万人に届かない状況を打破しようと浜頓別町にある自然環境や資源を利用し、まちづくりと提携して利益を追求したい望みがあった。

一方で、浜頓別町としてはJTB北海道のような民間企業・旅行代理店がなければなかなか観光客を呼び込むことができず、まして鉄道が走っておらず、交通手段がないため、JTB北海道と提携したいと両者の思いが合致した。役場職員の細川さんは、北海道外出身・関西の方だからこそ、北海道の田舎の良さを広めたいと思ったのではないだろうかと推測している。確かに北海道民からすると、田舎の風景や広大な自然はごくごく普通の街並みであり、何も魅力を感じないかもしれない。しかし、都会の人からすると何もない田舎こそが美德、その自然を感じ取れるのが北海道の魅力と考えているのだろう。

浜頓別町で何か人を呼び込むイベントを行おうと考えたときに、真っ先に思い浮かんだのが現在ブームとなっているマラソンであった。しかし、浜頓別町はもともとマラソンが盛んな町ではなく、マラソンの大会を行うにあたってノウハウが何もない状況であった。そこで、サロマ湖 100km ウルト라마ラソンを大会のモデルとした。通常の 42.195km を走るマラソン大会は北海道各地で開催されており、なかなか人を呼び込むまでのインパクトに欠ける。道内・道外からも人を呼び込むためのパンチとして 100km にこだわり、大会を開くきっかけとなった。サロマ湖 100km ウルト라마ラソンは今年度で 28 回目の開催となり、歴史ある大会を視察し、できるだけ参考にするようにした。また、マラソンランナーは比較的自分にストイックな面を持ち合わせており、一つの大会に出場すると他の大会にも参加したいと考えやすく、サロマ湖 100km ウルト라마ラソンと本大会とが相互に好影響をもたらすのではないかと考えられた。大会の宿泊・交通に関しては、全て JTB 北海道が取り持っていて、担当の方が浜頓別町の宿泊施設の方と打ち合わせ・計画などを行っている。

3-5-5 大会運営について

本大会は、サロマ湖 100km ウルト라마ラソンや北海道マラソンとは異なり、陸上連盟の公認大会の手続きをあえて申請していない。浜頓別町のスタンスとしては大会の競技性を高めるのではなく、まちづくりの一環として、まちの良さをアピールする大会にしたい思いがある。実際にランナーの方の多くは、アットホームな雰囲気や自然を楽しみながら参加できる点が良いとの評価をしていて、ランナーとボランティアの方との触れ合いを重視していることがわかる。ボランティアの方たちもランナーと触れ合えるのを楽しみにしている様子で、毎年 700 名近くの参加がある。

次に近隣自治体との協力について、コースの一部が猿払村の区域に入っているが、ボランティアの人員や収益分配などの問題からあまり協力体制を整えることができていない。浜頓別町単独でこれだけの規模の大会を開催していくのはなかなか難しく、今後の協議すべき課題となっている。

大会参加に関して、大会事務局のある浜頓別町役場からボランティアをしてくれる個人や団体宛に参加を呼びかける通知を一斉に送り参加を募集している。しかし、それだけでは参加者が集まらないので、実行委員や役員から直接話をしてもらって人数を集めている。実行委員は浜頓別町長、農協、漁協、住民、宗谷総合振興局、稚内建設管理部から構成さ

れている。町民はあまり多くないので、話は通りやすいという。しかし、ランナーの方への参加の呼びかけをすることは事務局の職員数の問題上でできおらず、メディアを通した大会 PR・情報提供ができていないことも懸念しており、今後の課題となっている。大会公式サイトにもランナーの方が書き込める掲示板が用意されていて、大会に関する情報を増やしてほしいとの声があがっている。

大会は 100km の部と 50km の部の 2 つがあり、100km の部はマラソン経験の豊富な方が多く、一方で 50km の部は初参加の方や町民の方も積極的に参加していて、今年度は 699 名中 27 名の方が参加している。参加者は高齢者の方も多く存在し、最高齢の方は 86 歳であった。参加者は年々増えていて、2011 年が約 500 名で毎年 100 名ずつ増加している。大会役員数は決定報告機関である実行委員が 35 名、その下の組織で運営を主体的に行う実施本部の役員が 25 名、そのさらに下部組織として総務部、競技沿道対策部、物資エイド運営部に分かれており、それぞれ担当の業務にあたっている。

大会開催に関しての経済効果は、産業連関表を用いて北海道が提供している経済波及効果分析支援ツールを利用して算出している。大会運営にかかる経費は約 2000 万円で、約 3400 万円の経済波及効果が見込まれている。その中の 400 万円は、ランナーの方が施設に宿泊したり、応援者の方の来町など個人消費効果によってもたらされている。大会を開催するには必ず経済的な話は付随してくるため、ある程度の経済効果がないと町として継続できなくなってしまう。しかし、来町してもらって浜頓別町の知名度を上げたり、PR になるのであれば大規模な収益が見込めなくても大会を継続したい思いも持っている。

大会の評価は役場内部でも比較的良く、町長は継続の意思を示している。しかし、大会の継続に関しては実行委員会全体で決定していくので、今後の開催については確定ではない。一般の職員の方は、町

民とともに取り組んでいくスタイルは歓迎しているが、職員の負担が大きくなってしまうので今後の課題としている。

町民ボランティアの方は約 700 名参加してはいるが大会を円滑に進めていく人数までには至っておらず、各団体により一層の参加を求めている。大会

発足当初から町民の方が主体となって大会を運営していくのが理想的な姿としていて、現在は役場内に事務局を設けて運営が軌道に乗るまでは役場内で担当するが、将来的には町民や団体の方に事務局を委託し、運営してもらいたいと考えている。役場が何でも仕事を

図 3-5 クッチャロ湖



出所：NPO 法人クッチャロ湖エコワーカーズ HP

行ってしまうと大会が行政イベント化してしまい、町民としてもあまり手を出せず、見守るしかできない状況になってしまう。やはりここにも、町民の方のまちづくり意識の向上を念頭に置いているのがわかる。

3-5-6 今後の展望

まず経済的な面で、ランナーが今の倍の 1400 名を超えないと採算が取れない状況となっている。それに伴い、ボランティアの方の数も増やしていけるように、近隣町村や大会会場に来る応援者の方に声をかけていきたいとしている。ただし、本大会は上記したようにアットホームな雰囲気やおもてなしの心が良いという評価を得ており、大会参加者の数や規模が大きくなっていくことが必ずしも喜ばしいことではなく、ランナーの方一人ひとりと町民の触れ合いが薄れてしまう可能性があるところが悩みの種である。実際に、町の熊笹を利用した旗や看板なども全て手作りであり、この点が喜ばれる理由であるのだろう。大会開催にあたって浜頓別町の地元企業からは協賛金をもらっておらず、協賛企業は全て町外となっている。これは、あくまで地元企業の方は出資せずにボランティアの形で大会に参加してもらいたいというまちづくりの要素が強いためであり、協賛金の金額に差があることで平等ではないというトラブルを生みださないためでもある。大規模な協賛企業は、名古屋に本社を置く大同特殊鋼株式会社や札幌市に本社を置く株式会社アインファーマシーズなどがある。大同特殊鋼は NPO 法人クッチャロ湖エコワーカーズのスポンサーを務めていて、そのつながりでエコワーカーズの方から協賛の話を進めてもらい現在に至っている。大同特殊鋼は 70 余年にわたってクッチャロ湖の中島の森林を保有し続け、エコワーカーズの湖畔の環境保全活動・観光地としての PR 活動を支援しているところも本大会との重要なつながりとなっている。

クッチャロ湖など浜頓別町の観光資源を巡る観光ツアーなどは JTB 北海道と話しているが、実行には至っていない。浜頓別町の町長が、大会前後を利用して宗谷管内の観光名所を周るのも面白いと提案しており、今後の検討が見込まれる。確かに経済的な効果も期待しているが、それ以上に宗谷管内や近隣町村の地域活性化、住民が主体となるまちづくりを浜頓別町から発信していきたいと考えている。本大会を開催するにあたって、宿泊施設は浜頓別町だけでは足りず、近隣町村に宿泊してもらう形となっているが、近隣町村も非常に協力的であり、今後は連携して宗谷管内の振興に努めたいと話していた。

細川さんの個人的な目標としては、大会規模を大きくして 5000 人くらいのランナーを呼び込みたいと話していた。また単独のマラソン大会だけだと人を呼び込めないし、大会の盛り上がりにも欠けてしまうため、他のマラソン大会と連携を取って参加しやすいプランを組んだり、他のマラソン大会と本大会を完走した場合は特別なタイトル・表彰をするなどを考えている。今後は競技性よりも観光的な要素を強めていき、町内・宗谷管内の観光スポットを周ってもらい滞在型の観光にしていく。大会の一週間前から浜頓別町に来てもらって、マラソンに向けて体をつくりながら観光してもらう。そして最終的には、やはり

多くの人に浜頓別町を訪れてもらえるように活動するのが一番と語っていた。

3-5-7 調査後の総括

細川さんはマラソンランナーと町民との心理状況を詳しく研究していると感じた。どうい大会であればランナーやボランティアの方に参加してもらえるか。どんな魅力があればランナーや町民の心を動かすことができるか。もちろん浜頓別町の方針や収益にも目を向けているが、その前に大会の主体となる参加者のことを第一に考えている姿勢に心を打たれた。

マラソン大会は、準備や経済的な面などを考慮すると、他の種類のスポーツ大会と比較して割と取り組みやすいことがわかった。サロマ湖 100km ウルトラマラソンが行われている中での開催は、やはり浜頓別町の広大な自然を楽しんでもらったり、マラソンランナーの特性を利用し、大会開催の経済的な損益を配慮した結果であることも学んだ。

大会が始まってまだ3年しか経っておらず、他の大会の色に染まっていないところがとても有利であると思った。陸上連盟に公認の申請をしていないところや競技性よりも観光性を高めていく方針は、他のマラソン大会にはない点である。私自身浜頓別町を訪れて、観光資源の多さにとても感動した。クッチャロ湖の白鳥や一面に広がるオホーツク海は、自然の少ない地域や内陸に住む人からするとまさしく風光明媚な場所と言えよう。このような自然豊かな環境は人を呼び込む手段にふさわしい。他の自治体とも協力して、道北地方の振興の一翼を担う姿勢も感じ取ることができた。同時に、JTB 北海道という多様な事業を展開している企業とタッグを組んだことも発展の一因である。JTB 北海道の経営方針は「企業＝会社のお客様」だけではなく、自治体の活性化の支援や地域の魅力を PR する発信源にもなりうる。自治体や住民が道外の方の交通・宿泊手配を引き受けるのは難しく、大会ツアーを組んだり個に応じたプランを提案できる点でその道の専門がスムーズに対処できる。自分の企業の営利のみを追求するのではなく、官民一体となって事業に取り組むモデルとなろう。

さらに本大会の調査を行って、改めて NPO 法人や住民団体の重要性を認識した。町民主体のまちづくりを目指す浜頓別町にとって、NPO 法人エコワーカーズ存在はとても大きい。やはり町民1人で何か活動しようと思っても、心細い面もあってなかなか実行することができない。そのような時に NPO 法人があると、まちづくりに関心を持つ同志が多い状況は歓迎されよう。

大会開催についての問題点は、マラソンコースの一部が猿払村の区域に入ってしまった点であろう。2町共催の形であれば困ることも少ないが、猿払村が後援となっている部分がネックとなっている。しかし上記したように、ボランティアの人員や交通整備、さらには経済的な問題も絡むため、解決するのが難しい状況である。モデルの大会となっているサロマ湖 100km ウルトラマラソンは、マラソンコースとなっている北見市、湧別町、佐呂間町の3自治体が主催となっており、大会運営には支障をきたさないため、本大会の今

後の課題と言える。

3-6 小括

本章ではマラソンによるまちづくりについて記してきた。北海道の主要なマラソン大会に掲載している開催地は、札幌市周辺や旭川市、釧路市など比較的アクセスに便利な地域が多く、道内各地や道外からも多くの参加者が集まっている。

その中で事例として扱った北オホーツク 100km マラソンは、交通アクセスがあまり良くない浜頓別町で行われているため、かなり特異な大会であると言える。さらに北海道内のウルトラマラソンはサロマ湖と北オホーツクの2大会のみであり、希少性が強い。これは北オホーツク 100km マラソンの最大の売りとなっている。今後さらなる大会の発展を目指すためには、交通アクセスの問題を解消していく必要がある。

第4章 ニューススポーツによるまちづくりの事例

前章は、マラソンによるまちづくりの事例を分析した。これは、比較的メジャーなまちづくりの手法と言うことができ、近年は全国各地で新しいマラソンイベントが開催されている。しかし、近年は第2章でも記載したようにニューススポーツの振興も多く見られる。本章では、そのニューススポーツによるまちづくりを実践している2つの事例を分析していく。

4-1 ニューススポーツの普及

生涯スポーツの一つとして、ニューススポーツが展開されてきている。1979年に最初に用いられ、総数は500種類に上る。NPO法人フレンドリー情報センターが提唱している定義によると「ニューススポーツとは、ニュー・コンセプト・スポーツの略称であり、①だれもが、いくつからでも、いつまでもできるスポーツ②競うことよりも楽しむことを主とするスポーツ③海外においては歴史があっても、わが国において新しいスポーツ」と提唱している。ニューススポーツは和製英語であり、レクリエーションスポーツ、やわらかいスポーツとも呼ばれている。

しかし、ニューススポーツという言葉には定義の曖昧さが残っており、通商産業省が1990年に報告した『スポーツビジョン21』では、ニューススポーツを「①国内外を問わず最近生まれたスポーツ②諸外国で古くから行われていたが、最近我が国で普及してきたスポーツ③既存のスポーツ、成熟したスポーツのルール等を簡易化したスポーツを包含したもの」と提唱している。

ニューススポーツ人口は、近年の健康ブームや地域の活性化志向により年々増加傾向とされ、全国各地で親しまれている。その数は、幼児から高齢者まで100万人以上と推定されている。

4-2 北海道のニューススポーツ

北海道では、第2次北海道スポーツ振興計画においてもニューススポーツという形式での生涯スポーツ振興を図っており、2008年には約4800団体・36万人の愛好者が存在している。大樹町発祥のミニバレーや幕別町発祥のパークゴルフを筆頭に、釧路町の長靴アイスホッケーや芽室町のゲートボール、様似町のテニポンなど各自治体がアイデア溢れるニューススポーツを普及させている。これらのスポーツは、その町を代表する顔ともいえ、地域の自然環境や資源を活用しており、まちづくりとの関連要素が強い。北海道が行った市町村におけるニューススポーツの普及情報では、パークゴルフの愛好者数が群を抜いている。

また、全道各地で普及している点も見逃せない。北海道は多くの農村部で過疎化が進行し、スポーツの担い手となるべき若年層の流出が目立っている。残った高齢者も長時間労働に伴う余暇時間の欠如や共にスポーツを行う仲間の不在などスポーツ振興が難しい状況

の中で、ニュースポーツは住民交流や農村地域に住む人々の誇り・失われつつある絆を取り戻す一つのきっかけになるだろう。

表 4-1 北海道の代表的なニュースポーツ一覧(愛好者数 800 人以上、2012 年 10 月)

種目名	盛んな地方・市町村	団体数（全道計）	愛好者数（全道計）
カーリング	上川・空知・オホーツク	130	2,552
カヌー	上川・十勝	32	989
キンボール	留萌	40	837
ゲートボール	十勝・オホーツク、芽室町	386	8,949
健康太極拳	胆振、苫小牧市	36	916
集団長縄	上川	34	1,931
スポンジテニス	胆振	40	876
ソフトバレーボール	渡島・釧路	352	5,972
ソフトミニバレー	オホーツク・上川	74	1,372
玉入れ	上川・留萌・渡島	105	1,520
綱引き	上川	67	1,427
テニポン	日高、様似町	51	1,050
長ぐつアイスホッケー	釧路、釧路町	151	2,029
ノルディックウォーキング	胆振・オホーツク	27	1,326
パークゴルフ	石狩・十勝、幕別町	590	47,147
フットサル	十勝・石狩	898	14,542
フロアカーリング	上川・十勝、新得町	33	1,220
ホーストレッキング	釧路	2	2,511
ミニテニス	根室・石狩	67	1,085
ミニバレー	オホーツク、大樹町	741	14,365
YOSAKOI	石狩	127	11,478

北海道 道民のスポーツ HP より筆者作成

4-3 なぜニュースポーツなのか

数あるスポーツの種類の中でも、ニュースポーツを取り上げた一番の魅力は何と言っても「親しみやすさ」である。ルールは他の競技スポーツと比べるとわかりやすく、特別な身体能力も必要ではない。つまり、初心者でも気軽に参加できるのである。高齢化率が高い北海道では、このような能力差があまり関係しないスポーツの形が理想であると考えら

れる。

次に、ニュースポーツは北海道の広大な土地や自然環境を活かすことができる利点を持つ。その点では、上表のカヌーや長ぐつアイスホッケー、ノルディックウォーキングやパークゴルフはまさに北海道を代表するニュースポーツと呼ぶことが可能である。これらのスポーツは屋内競技のように1年中活動することができず、期間限定のスポーツとなっている。そのため、活動できる期間に集中してエネルギーを注ぎ、余暇活動を楽しむ結果となっている。

さらに交通アクセスの面に関してもあまり立地条件に左右されない特徴も持っている。マラソンのような外部からの集客が必要であるスポーツとは違い、地域に住む住民が参加者の大半を占めていても開催することができる。これは、子どもから高齢者まで参加できる「親しみやすさ」とも関係している。

上記の利点を踏まえて、ニュースポーツによるまちづくりを行っている2町の研究事例を記述する。

4-4 研究事例 全日本玉入れ選手権

聞き取り調査 和寒町役場 産業振興課 主事 田中秀典さん

4-4-1 和寒町の概要

和寒町は北海道の上川地方北部に位置し、旭川市から北へ36kmの距離にある。名寄盆地の南端にあたり、丘陵地が多く、南の比布町との境には塩狩峠がある。1978年には-41.2度を記録するなど冬期の冷え込みが厳しい。和寒町では農業が基幹産業となっており、水稻を主要作物に作付面積日本一を誇る南瓜や雪の下で保存することによっておいしさを増した和寒の越冬キャベツが全国で広く知られている。人口は約3900人であり、他の市町村と同様に過疎化、少子高齢化が進行している。しかし財政状況は、実質的な収支が黒字を維持しており、80%を超えると硬直化しているとされている経常収支比率は69.4%と良好な水準を保っている。また、町の規模に対し借金の割合が25%を超えると財政を圧迫しているとされている実質公債費比率においても6.7%と良好な水準を保っている。

4-4-2 全日本玉入れ選手権

和寒町ではまちづくりの一環として、毎年9月に全日本玉入れ選手権が行われている。

私は、運動会で子どもたちが行うような玉入れがどういった経緯でスポーツ化されたのかとても興味を持った。昨年は第18回大会が9月1日に開催された。和寒発信のニュースポーツであり、和寒町HPにも「素材としての懐かしさ、子どもから大人までできる手軽さ、アンカーボールによる大逆転など、最後まで気が抜けないスピードとエキサイティングな展開が玉入れの魅力」と記載されていて、和寒町を代表するイベントとなっている。公式競技名はアジャタと呼び、全日本玉入れ協会(AJTA)の本部が和寒町にある。和寒町が拠点となり、1999年には支部としてAJTA九州協会と関西協会が、2002年にはAJTAオ

ホーク協会がそれぞれ設立されている。

4-4-3 大会開催までの経緯

まず発祥の経緯としては、和寒ふれあい夏祭りの中の一つの企画として玉入れが行なわれており、現在の玉入れ協会会長がこれをスポーツ競技として、珍しい競技で和寒町のPR、地域の活性化、観光の目玉に、また道北地方は観光資源に乏しく、町を代表するイベントになるのではないかと考えたことにも生まれた。玉入れ競技の企画やルール、用具の寸法などについては全てAJTAで行われており、AJTAは株式会社合田鉄工の内部にある。もともと玉入れに適した環境が整っていたわけではなく、かごや玉などはその合田鉄工で制作されており、玉入れ選手権の運営において大きな役割を担っている。和寒町としても玉入れを全面に推し出している模様で、かぼちゃやキャベツなどの特産物に並ぶ和寒の名物となってもらいたいと願っていた。

図 4-1 全日本玉入れ選手権の様子



出所：和寒町産業振興課 HP

4-4-4 大会の要素・運営について

大会自体はどちらかというとイベントの要素が強く、バリバリのアスリートの方はそこまで多くないという。実際に今年度優勝したチームも和寒町役場の職員の方たちによって構成されていたチームであり、身体能力はそこまで重要ではないようだ。出場しているチームの半数近くが和寒町の方々と、町の方々の交流の場所となっている。ただ、中には東京都や神奈川県、熊本県や大阪府からも参加しているチームもあり、大会に懸ける思いが伝わってくる。

周辺自治体間の協力や出場の依頼などは行っておらず、町が積極的に動いている様子はあまり見受けられなかった。玉入れ選手権の参加者数は年々減少しており、今年度は504人であった。第1回大会は1144人の方が参加していて、半減している。大会参加者の減少の原因は不明であるが、最近になって優勝賞金が100万円から50万円に減額した影響が少なからずあると推測していた。大会参加料は8000円となっていて、あくまで地域の活性化と和寒町のPRを狙いとしており、玉入れ選手権に経済的な利益を求めていることはないようである。出場する方の一部は、総合体育館に隣接している宿泊研修施設「楡」を利用しているが、多くは日帰りの参加者で、玉入れ選手権のみを目的として和寒町を訪れている。現在のところ玉入れ選手権と関連した旅行ツアーなどは考えていないという。大会を運営するにあたり、協会の方や和寒中学校の生徒がボランティアとして活動していて、有志の方も存在する。大会開催の成果に関して、和寒町内部の評価は高く、参加者の増加を図

りつつ和寒を代表するイベントとして今後も継続して取り組んでいくとのことであった。町長からの補助金も支給されている模様で、この辺りからも和寒町の財政状況の良さが伝わってくる。

4-4-5 今後の展望

関東や東北など全国各地に支部が誕生し、もっと全国の方に玉入れ選手権や和寒町を知ってもらいたいと話していた。理想は和寒町を知ってもらうことであり、そのための手段として玉入れ選手権を活用できたらいいそうだ。参加者の年齢層は平均して 40 歳前後であるが、50 代、60 代の方も参加しており、中高年の活躍が目立つ。しかし、近年ジュニアの部やレディースの部も創設され、老若男女関係なく大会に参加しており、年齢は全く気にせず参加してほしいとのことだった。和寒町や道北地方の観光と併せたツアーなどは現段階では考えておらず、これからそういった動きになれば面白いのではないだろうか。和寒町の企業はほとんどが玉入れ選手権を協賛・支援しており、ここからも和寒町民の玉入れ選手権に対する関心・熱意が伝わってくる。また、サッポロビール株式会社と北海道コカ・コーラボトリング株式会社の 2 社が特別協賛となっていて、有名企業からの注目度も高い。

4-4-6 調査後の総括

私が調査前に思っていたイベントとは少し趣旨が異なっており、新たな発見をすることができたのと同時に、和寒町を訪問したことで町の様子や状況を把握することができた。まず、和寒町の財政状況が良好な水準を保っていて、全道でも上位の健全度であることに驚いた。田中さんも語っていたが、歴代の町長が地道に積み重ねてきた貯蓄がこの数字に表れているのではないだろうか。中心市街地はそこまで大きくなく、市役所や図書館、町立病院などが隣接していて、町民の方は比較的生活しやすいだろう。また町立病院を利用するのに有料ではあるが、町がバスを運行させており、車のない方や体に障害を持つ方にも優しい環境ができている。

このような和寒町の財政面や公共施設の整備、福祉面の充実が、玉入れ選手権開催にも好影響を与えているのではないだろうか。町民の方々の多くの賛同があって大会が成り立っているのに加え、AJTA 本部事務局長が民間企業の方である、和寒町職員の方の多くが大会の運営よりも自ら選手として参加している点を考えると、地元住民が大会を下支えしているのがよくわかる。大会に関連して、和寒町の他のスポットや道北地方の観光ツアーなどは今のところ計画していない状況であり、観光資源が乏しく、和寒町を訪れる観光客は玉入れ選手権に頼るしかない雰囲気は否めない。

問題点としては、大会参加者の減少があげられる。大会開催も 18 回を数え、少しずつ玉入れ選手権が認知・普及してきているはずであるのに、参加者は 1 回目から実に半減してしまっている。しかも、過去に出場したことのあるチームが大半を占め、初参加のチームが少ないのも要因の一つと言えるだろう。また、玉入れ選手権が経済的な利益を求めている

ないところに、大会の規模が大きくなっていかない理由があるように思える。和寒町のまちづくりのためには、滞在型の観光を目指したり、より大会による収益を求めることが地域の活性化にもつながる気もするが、まちづくりの手法は各自治体によりさまざまであり、玉入れ選手権のスタンスを批判するつもりはない。むしろ、このような点から、より地元住民に根付いたスポーツイベントであると言えるだろう。

4-5 研究事例 昭和新山国際雪合戦

メールによる調査 昭和新山国際雪合戦実行委員会事務局長 齊藤誠士さん

4-5-1 壮瞥町の概要

壮瞥町は北海道の胆振総合振興局南西部に位置し、伊達市や白老町、登別市、洞爺湖町と接している。洞爺湖や有珠山、国の特定天然記念物に指定されている昭和新山や温泉など天然資源が豊富に存在する町である。北海道内では比較的温暖な気候であり、りんごやぶどうをはじめとする農業と年間約 180 万人の観光客が訪れる観光の町と言える。また、ユネスコが設立している世界ジオパークネットワークに登録され、世界レベルの大地の公園として名を馳せている。人口は約 2,700 人であり、高齢化社会や人口減少・厳しい財政状況による地域産業の衰退などの課題を抱えている。さらに、20 世紀で 4 度の噴火活動が観測された有珠山への懸念も存在するが、火山と共生できる環境づくりや資源を活かした産業振興を推進している。

4-5-2 昭和新山国際雪合戦

壮瞥町では 1989 年から昭和新山国際雪合戦が開催されている。「国際」の名が付くように、本格的な国際ルールのもとで大会を行うところが特徴であり、フィンランドやカナダでも大規模な大会が開催されるなど、今や「YUKIGASSEN」は世界共通語となりつつある。また、本大会は 1 章に記した北海道遺産の一つで、唯一のスポーツイベントとして選出されている。毎年 25,000 人近くの来場者を数え、壮瞥町有数の観光資源ともなっている。

壮瞥町は、夏場は多くの観光客が昭和新山などを訪れるが冬期には観光客が極端に減少する悩みを抱えていた。閑散期は地域経済が停滞してしまい、安定した雇用の確保が難しくなっていた。1987 年に町内の若者グループによって「アイデア検討会」が立ち上げられ、

図 4-2 昭和新山国際雪合戦の様子



出所：昭和新山国際雪合戦公式 HP

冬場の雪を活用した新しい地域づくりを模索することになった。同年冬に、東南アジアの観光客が雪を無邪気に投げ合う姿をヒントとして雪合戦をイベント化するアイデアが考案された。雪合戦を現代風にアレンジし、スポーツとして育てることにした。

本大会は、スポーツ的な要素が強いという。第1回目大会ではレクリエーションの要素をもった催しも同時に行われていたが、やはり雪合戦での勝敗がメインとなっているようだ。海外からも多くのチームが参戦していること、出場チームが駒大苫小牧OBをはじめスポーツ経験の豊かであることが要因となっている。

4-5-3 大会の組織・運営について

実行委員会事務局は壮瞥町役場商工観光課の職員の方が事務を担当しているが、実行委員会の役員は農家の方や商工業、観光業、公務員、団体職員、女性団体など多くの町民の方が参画している。この点から、官民一体のイベントであることがうかがえる。本大会の実行委員会は、もともと壮瞥町役場内の商工観光課が担当していたが、現在は道の駅そうべつ情報館i内に存在している。これは道の駅に実行委員会があった方が、観光振興が強まること、恒常的な問い合わせの増加に伴う事務局機能の円滑な運営ができることなどがあげられる。またNPO法人雪合戦インターナショナルも本大会に携わっていて、官民一体のイベントであることがわかる。このNPO法人は他地域での大会運営支援や交流促進、スポーツを通じた青少年の健全育成、生涯学習教育の推進など目的として2009年に設立されている。イベント用品のレンタルや販売、普及啓発を幅広く行いやすくするためにNPO法人化された。

4-5-4 調査後の総括

本大会の公式HPでは、「雪合戦は説明するより見るのが一番」と記されていて、雪合戦の様子を迫力のある動画として紹介している。海外から選手が参加したり、試合は「礼」に始まる、さらに雪玉製造機・練習グッズの販売を普及している面からスポーツ・アスリート要素が強い大会と言える。私はもっと和気あいあいとした大会であるのかと思っていたが、緊張感あふれる試合展開に思わず見入ってしまった。

本大会は町内の若者グループが主体となって作り上げられた。また近年はNPO法人が積極的に大会の普及に努めている。このように、地域住民が先導して大会を下支えしている点が本大会の強みとなっている。ブログの要素を兼ねている実行委員会だよりも随時更新され、北海道各地で雪合戦のPR活動を展開している様子がわかる。

本大会は、参加型ではなく観戦型に位置づけることができる。その証拠に、毎年道外・海外から2日間で25,000人の来場者を呼び込んでいる。このような規模の大会は、なかなか存在せず、今後は来場者のさらなる増加と競技の普及が期待されている。

4-6 小括

ニュースポーツは、その地域に独自に根付いたスポーツであり、他の地域からの誘客が難しいことを理解した。雪合戦を代表するように、ウインタースポーツのジャンルは、北海道や東北地方など積雪が見込まれる地域であるからこそできる競技であり、雪が降らない地方の人が、競技に参加するのはハードルが高いように感じる。その分、雪を見ることができる、雪合戦を観戦できるといった観戦型の見るスポーツとしての境地を開拓することも可能だろう。これは、スキーやスケートでも同じことが言える。

和寒町の玉入れ選手権は、参加者の半数以上が和寒町民であり、和寒町民の余暇時間が確保されていることや農村地域住民の行事参加意識の高さを伺うことができた。町外の方を呼び込むというよりは、地域の方たちに大会を楽しんでもらい、活性化につなげていきたい様子である。一方の壮瞥町の事例では、2日間で25,000人近くの観客を呼び込む観光性の高い大会となっている。同じニュースポーツによるまちづくりの事例ではあるが、町や住民の大会に対する姿勢やスポーツの位置づけ次第では大きく差異が生じてくることが推測できる。

次章では、第3・4章で取り上げたイベントの分析や提言、さらには本論文の総括を記述する。

第5章 分析・総括

本章では第3章と第4章で詳しく調査した事例をもとに、各市町村のスポーツによるまちづくりの傾向を分析する。小規模町村にとってどのような戦略が有効になってくるか、また将来的な課題についても触れていく。

5-1 3つの事例にみる共通点

まず初めに、第3・4章で取り上げた小規模町村の3つの事例とも共通して言える事柄がある。

1点目は、既存の資源を有効に活用している点である。特に壮瞥町の事例では、「雪国に住む者は、雪の神秘さ、雪遊びの楽しさを忘れていた」という気づきから全てがスタートしている。これは東南アジアの観光客という外部の人を通して利雪を教えてくれたもので、やはり客観的な視点が大切であることがわかる。北海道民はどちらかと言うと敬遠しがちな雪でも、見方を変えれば格好の観光資源となるのである。同様に、浜頓別町の事例でも北オホーツクの雄大な自然を体いっぱいを感じ取ることができ、和寒町も昔から行われていた催しを改良して大会化している。第1章で言及した、外来型開発のような新しい開発よりも、地域資源を活かしたソフト面の活発化が現代的な発展方法と言える。

2点目は、地域住民が主体となって大会を運営している点である。もちろん行政が大会に携わっているのではあるが、決して行政イベントではなく、住民や観光客が一番望んでいる形を自らの手で作り上げていくことが大切となる。浜頓別町や壮瞥町の事例ではNPO法人が大会に深く関与しており、和寒町の事例でも大会事務局が地元企業の内部にあり、積極的に大会を支える役割を担っている。スポーツの土台となる部分の活発化は、地域住民の健康増進だけでなく、長期的な医療費の削減や地域ブランドの向上とも関連する。これらの活動を行政主体にしてしまうのには限界があり、ビジネス機会にもなり得ることから民間企業やNPO団体などの参加が期待されている。

3点目は、小規模町村であるがゆえに、一つのイベントに集中して勢力を傾けている点である。都市圏では四季に合わせてさまざまなイベントが存在する。しかし小規模町村では、いくつものイベントを行うだけの人員が確保できず、財政的な問題もあるために限定されてしまう。町のHPやパンフレットにも必ずイベントの概要が掲載されているように、「自分たちのまちにはこれしかない」という覚悟や決意が見て取れる。その逆境をうまく活用し、「浜頓別＝北オホ」のようなインパクトのある大会となっている。

5-2 3つの事例にみる相違点

相違点としては、地域住民によって大会が支えられているのか、それとも外部からの遠征・観光客によって支えられているのかという視点があげられる。換言すれば、大会が閉鎖性であるか開放性であるかである。和寒町の事例では、他の地域に呼びかけを行ってい

なかったり、参加者の半数近くが和寒町民で構成されているなど比較的閉鎖性の要素が強いと言える。一方で浜頓別町や壮瞥町の事例では、滞在型の大会を目指したり、町外の方が積極的に大会に参加しているところを考慮すると開放性の要素が強い。

さらに大会に収益を求めている和寒町と、あくまで経済効果を望む浜頓別町・壮瞥町の事例からも違いを見出せる。和寒町では大会を住民同士の交流の場として位置づけているのに対して、浜頓別町・壮瞥町では町の名前を全国に売り込み、地域の経済状況を良好化させる姿勢が見られる。

5-3 事例の分析

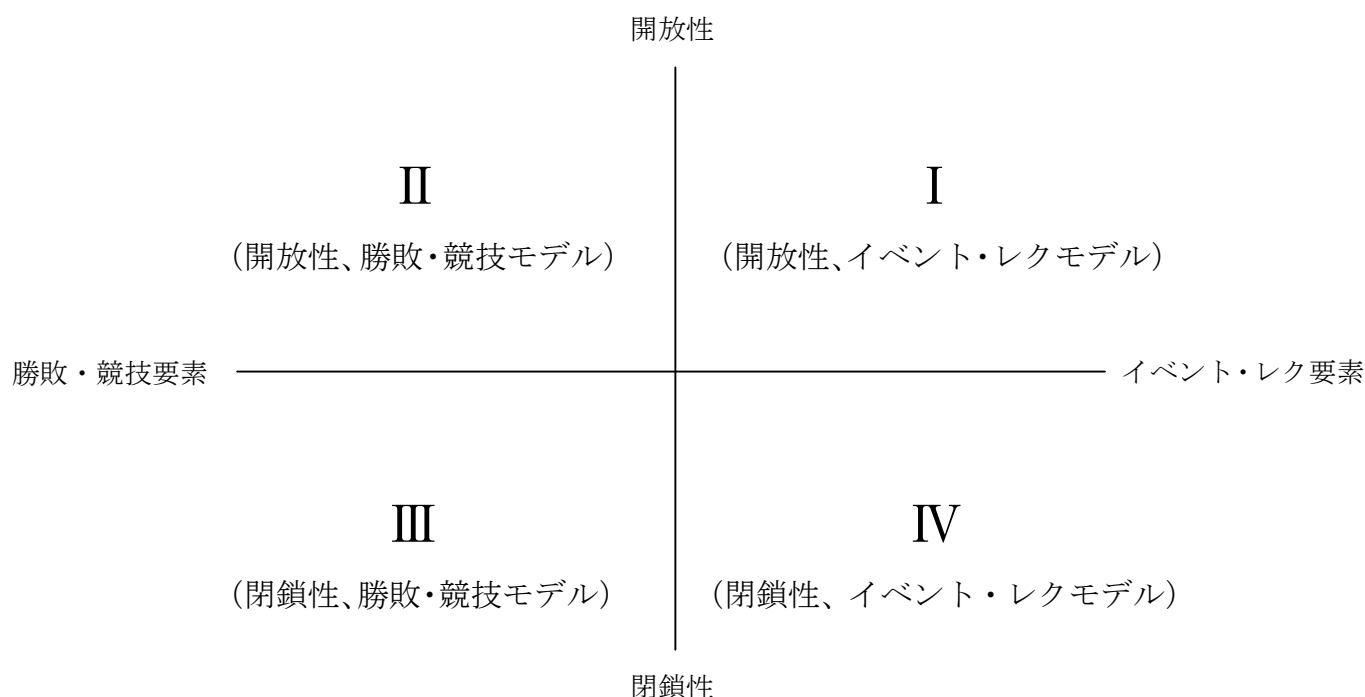
5-3-1 モデルの類型化

ここからは、スポーツによるまちづくりの類型化を示していく。まず、スポーツ大会自体が、開放性であるか閉鎖性であるかという2つの系列に分けられる。ここで使用する開放性とは道外や海外など外部の人々が積極的にまちづくりに参加する傾向が強いことを指し、閉鎖性とは地域住民の参加によってまちづくりが支えられている場合を示す。

次に、スポーツ大会に関して勝敗・競技要素が強いのか、イベント・レク要素が強いのかという系列を考える。これは2-7で述べたように、「あくまで勝敗やタイムにこだわる大会＝勝敗・競技要素」と「面白さや気軽さを求める大会＝イベント・レク要素」として扱っていく。

開放性・閉鎖性軸と勝敗・競技・イベント・レク軸の2軸により4つのモデルが成り立つ。第一象限から第四象限までそれぞれⅠ～Ⅳの番号をつけた。各象限は以下の項目・内容を示している。

図 5-1 スポーツによるまちづくりの類型化



I：開放性、イベント・レクモデル

この象限は大会が開催されている市町村の交通アクセスや立地条件が比較的良く、主に遠方からも観光客が足を運びやすい大会が該当する。気軽に大会に参加でき、面白さや和やかな雰囲気を楽しむことができる。例) YOSAKOI ソーラン祭り

II：開放性、勝敗・競技モデル

この象限はIの開放性の条件に加え、主に運動意識の高い人や勝敗・記録などにこだわる人たちが参加傾向にある大会が該当する。スポーツに対する情熱や緊張感・迫力ある大会となる。例) 北海道マラソン

III：閉鎖性、勝敗・競技モデル

この象限は自然環境や設備が整っている限定された地域で活発に行われている大会が該当する。競技人口は偏在的になりやすいが、その地域では強烈な人気を誇る競技が考えられる。例) 苫小牧市・釧路市のアイスホッケー、十勝のスピードスケート、上川のスキー

IV：閉鎖性、イベント・レクモデル

この象限は過疎地域や交通の便があまり良くない地域で行われ、地域の人たちが内輪で盛り上がる大会が該当する。競技に関しては初心者でも参加しやすく、お祭りのような要素を含んでいる。例) 国際雪ハネ選手権、釧路町民長ぐつアイスホッケー大会

5-3-2 事例の当てはめ

続いて第3・4章で調査を行った5つの事例をIからIVの象限に当てはめる。なお、簡素化するためにさっぽろスマイル RUN を①、たんのカレーライスマラソンを②、北オホーツク 100km マラソンを③、全日本玉入れ選手権を④、昭和新山国際雪合戦を⑤とする。

図 5-2 を見ると 5 つの事例のうち 4 つが II、IV のモデルに位置している。これは、スポーツによるまちづくりの系統が II の「開放性、勝敗・競技モデル」と IV の「閉鎖性、イベント・レクモデル」の 2 パターンになりやすい傾向を現している。特に小規模町村におけるスポーツによるまちづくりでは、この傾向が顕著に現れる。もちろんこの系統は筆者が独自に分析したものであり、分析にあてはまらないケースが存在することをあらかじめ断っておく。

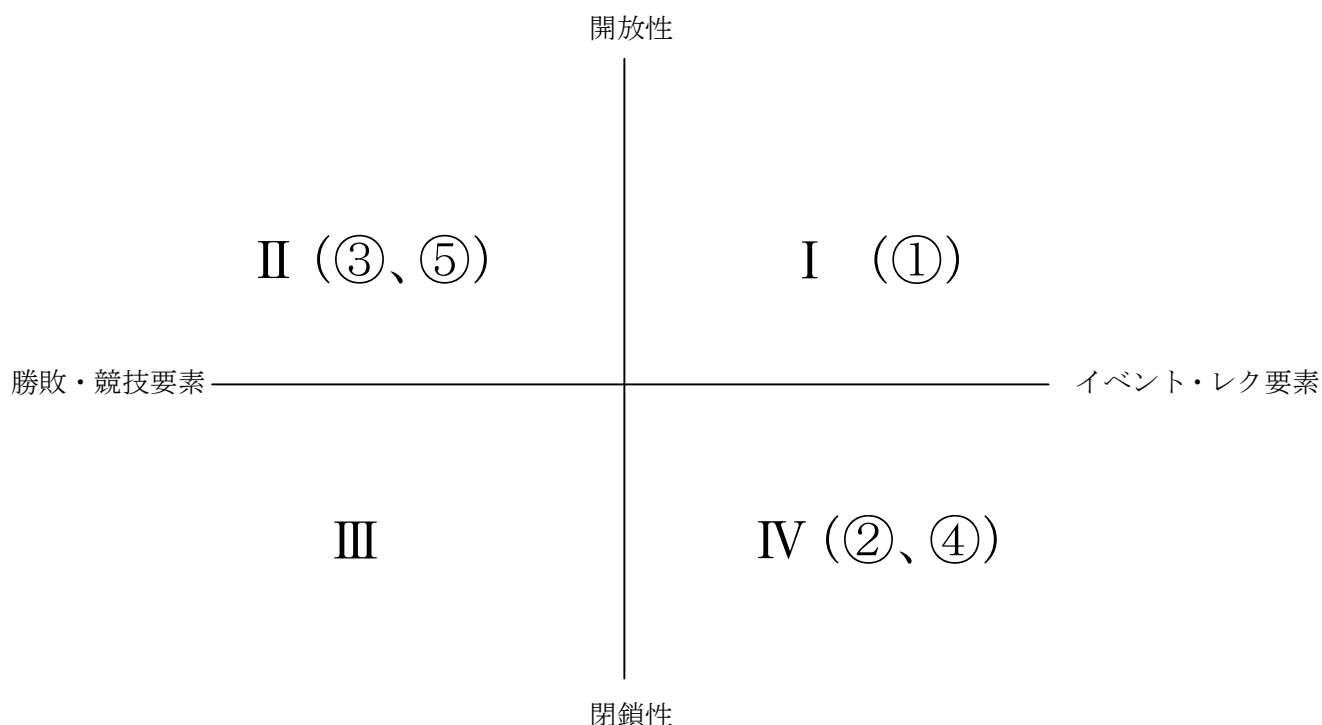
下図の開放性の大会（①、③、⑤）は、民間の旅行会社と支援・提携を結んでおり、宿泊や交通の面で手続きが円滑に進むことを反映している。また昭和新山国際雪合戦や北オホーツク 100km マラソンのような、ある程度身体能力やアスリートの要素が必要とされる大会は、全国から参加者が集まり、比較的開放性になりやすいと判断できる。観光や経済活性化がキーワードとなる。

対照的に閉鎖性の大会（②、④）は、必然的に多くの地域住民が参加できるイベント・

レク要素が高まる傾向にある。勝敗・競技要素の大会と比較して、子どもから高齢者まで気軽に参加できる生涯スポーツの意味合いがより高い。地域交流やコミュニティの活性化、地産地消がキーワードとなる。

また、①のさっぽろスマイル RUN は特異な大会とすることができる。札幌市という交通・アクセス面から見ると外部からの集客を期待できそうな場ではあるが、トリムや年齢層が幅広い点などイベント・レク要素を備えるため市民の参加も目立つ。同じ札幌市でもオリンピックの出場選考会の場となる北海道マラソンのような勝敗・競技要素の大会は、Ⅱに含まれることになる。

図 5-2 各自治体のスポーツによるまちづくりの系統



5-4 分析を踏まえた小規模町村の戦略・方針

先の分析から、開放性が強い大会は民間企業や NPO 団体などと連携して大会を発展させていることがわかる。逆に、小規模町村では行政・住民のみの力で大会を発展させていくことは難しい。経済効果や収益を望むためには、滞在型観光が見込める開放性の大会が適している。ただし、閉鎖性が強い大会を批判しているのではなく、閉鎖性が強い大会にも内輪で和気あいあいとした雰囲気を楽しめたり、地域の絆を深めることができるなどのメリットが存在する。

次に、小規模町村で行える事業は限られているため、近隣市町村との協力が欠かせない。一つの町村では財政基盤も脆弱であり、観光資源に乏しい地域では近隣町村との共同事業

の選択も視野に入れるべきである。各市町村によっては政策方針が異なっている場合も考えられるが、地域や振興局、さらには北海道の発展のためにうまく折り合いがつくのが望ましい。

大会を通した経済活性化には、短期効果と中長期効果がある。短期の経済効果は、参加者・応援者による飲食・宿泊需要がある。これは、滞在期間の延長や来訪者の消費支出を増加させることによって上昇の余地がある。ただし短期効果のみでは経済発展の限界を迎えてしまう。そこで、①大会参加者・応援者の満足度を高めることで大会以外の目的で再訪してもらえるリピーター率の向上を目指したり、②メディアを通した知名度の向上を図り、大会参加者以外からの収益を狙うといった戦略が有効となってくるであろう。

5-5 小規模町村における理想のまちづくり・スポーツ大会

小規模町村においては、行政と住民の協働・連携が必要不可欠となる。住民が主体となって、行政が補助に回る形を確立させるべきである。住民がまちを支えていると実感できるような取り組みやシステムを構築していくのが望ましい。その点では、近年の NPO 法人の増加は歓迎すべきことだと言える。

壮瞥町の事例では、Ⅱの「開放性、勝敗・競技」モデルに分類することになった。これは壮瞥町の事例が偶然Ⅱのタイプに分類されただけであり、ニュースポーツは「親しみやすさ」を考慮すれば、やはりイベント・レクの要素が強いことに変わりはない。そして、ニュースポーツの本質や定義から考えると、イベント・レクの要素が強いスポーツが小規模町村においては理想の形であると思われる。ただし、壮瞥町のように観光地として集客が見込めたり、札幌市や新千歳空港から比較的近距离に位置するなど立地条件が良い地域では、勝敗・競技の要素が強いスポーツでも大会を開催できるだろう。逆に、立地条件が良くないのに開放性が強い浜頓別町の事例は、特異な大会とも呼べる。

次に、「開放性・閉鎖性」の項目に関しては一概にどちらが理想であるかを述べることはできない。これは前述したが、どちらのタイプにもそれぞれメリットが存在するためだ。したがって大会の趣旨や方針、さらには町の姿勢によって左右する。ただし財政状況があまり良好ではない小規模町村が目立つ今日では、外部からの経済効果や収益を求めて開放性を重視している傾向にある。

どの事例も地域の独自性を持っている。第 1・2 章で記述した内発的発展の概念を小規模町村のまちづくりをもとに考えると、既存の資源や施設を利用したり、地域の文化や伝統・アイデンティティを尊重した大会は例え外部からの参加者が多かったとしても、内発性を持っていると呼ぶことができる。これは、内発的発展の要因の 2 点目からも証明される。

5-6 小規模町村の課題

最後に小規模町村の課題について記す。北海道の小規模町村の課題は山積している状態

が続いているが、その中でも以下の3つの視点が必要不可欠である。

5-6-1 メディアを通じた情報発信力

現代の高度な情報社会においては、この能力の高さがまちづくりを大きく左右することになる。情報発信するための手段は、テレビやラジオ、インターネットのHPやSNS、雑誌・ロコミなど多数存在する。そして手段として最適なものは、ブログ形式による継続的な情報更新であると考ええる。大会HPに掲示板やブログなど、参加者が必要としている情報を提供する場を設けるのが望ましい。特に遠方からの参加者に有効である。それも大会開催期間だけではなく、オフシーズンにも定期的に更新を行っていくと大会への関心がより高まるであろう。また大会PRのツールにもなり、外部からの集客を見込むためには、欠かせない手段である。

5-6-2 大会のインパクト

「〇〇町と言えば□□大会」といった印象を植え付けることが重要であり、これは3つの事例とも実践していることになる。小規模町村では、町全体で行える大会は限られる。そこで、「うちのまちにはこれしかない」という姿勢を前面に打ち出していく必要がある。厳しい見方となるが、そうでもしなければ人々は小規模町村に足を運ぶ気にならないだろう。そして、その大会を足がかりに、食・文化・ものづくりなどの観光面を付加していく形が適している。いきなり「あれもこれも」ではインパクトに欠ける。一村一品運動のような都道府県レベルでの売り込みではなく、その地域に根差した活動に徹し、活動が地域に根付いてから外部へ集客を求めたり、経済効果を見出すべきである。

5-6-3 地域住民のつながり

少子高齢化の現代社会においては人口の自然減はやむを得ない。しかし、転出者が転入者を上回る社会減は阻止しなければならない。社会減の発生は、伝統や文化を知る高齢者や地域を支える若者の減少につながる。これは住民主体のまちづくりを進めていくうえで、負の影響をもたらす。地域住民にとっても、観光客にとっても魅力的なまちづくりを実施しなければならない。あくまで住民あつての大会である。大会の基盤となる地域住民なくしては、大会の成功どころか開催すら見込めない。地域住民の連帯感が失われてしまうことは、まちの衰退につながる。そのような意味では、町内会などのコミュニティを大切にし、福祉・育児手当の充実や公共施設の整備、その町村ならではの特典など居住環境を整えることが必要になってくる。

5-7 総括

本論文では、スポーツによるまちづくりを北海道の小規模町村に焦点を当てて言及してきた。現在、多くの市町村でまちをあげたスポーツ大会が盛んに行われている。北海道の

179 市町村のうち、実に 141 市町村で特色あるスポーツ大会が行われている。スポーツ大会の特徴や傾向を事例をもとに把握し、小規模町村のまちづくりの方向性について考察してきた。

第 1 章では、まちづくりの概念や背景について、実態や理論をもとに考察した。戦後の復興期や高度経済成長を経て、都市計画からまちづくりへの変遷が、日本の政治経済事情や地方自治体との関わりの中で実行されてきたと言える。革新自治体の誕生から市民自治、地方の時代にかけての流れは、日本の国家主導・中央集権体制に対する警鐘と方針の転換を告げるものとなった。70 年代に端を発する地域主義や内発的発展論では、大規模開発による財政逼迫や環境問題、住民との対立など重化学工業がもたらした問題を見直し、地域の歴史や伝統、自然環境を再認識することを提唱している。新たなまちづくりの形として協働・NPO の隆盛を極めた 90 年代以降は、行政と住民に次ぐ第三の公共概念を確立させ、まちづくりが複雑化・多様化する現代社会に適応している様子が伺える。

第 2 章では、スポーツによるまちづくりについて考察した。一口にスポーツと言っても、国レベルの大規模スポーツイベントや小規模町村におけるスポーツ大会、プロスポーツ・競技スポーツ・生涯スポーツ、「見る」・「する」・「支える」スポーツなど多角的な視野が必要となってくる。ファイターズやコンサドーレのようなプロスポーツクラブを地域で育てていくためには、多くの条件を乗り越えねばならず、小規模町村においては生涯スポーツの形でまちづくりが一番理想的であると考ええる。生涯スポーツは誰もが気軽に参加でき、住民が関わりやすく地域の活性化につながりやすい。

第 3 章では、現代のマラソンブームについてその背景や 3 市町の事例をもとに考察した。マラソンブームの背景には多くの要因が考えられるが、一番は 2007 年に市民参加型の東京マラソンが開催されたことであるだろう。ここ数年は東京マラソンを筆頭に、マラソン大会やランナーの数が増加し続けている。また浜頓別町の調査では、町に存在するあらゆるものが観光資源となることや、特に小規模町村は行政と地域住民、民間企業、NPO 法人の協力が欠かせないことを理解できる。

第 4 章では、ニュースポーツによるまちづくりを考察した。ニュースポーツは、「誰もが気軽に楽しめる」点を最大の売りとしており、生涯スポーツに通ずる要素を持っている。北海道ではニュースポーツが盛んに行われており、自然環境や観光資源を活かしたスポーツが全道各地で繰り広げられている。2 つの事例は、同じニュースポーツ、同規模の町であるにもかかわらず、地域住民の交流の場の要素が強い和寒町、観光客を積極的に呼び込む壮瞥町という異なるスポーツ大会であることが判明した。各町村の特性や条件を見極めた上でのまちづくりが必要であると考ええる。

第 5 章では、第 3・4 章で調査した 5 つの事例を分析し、小規模町村におけるまちづくりの方針や戦略を考察した。スポーツによるまちづくりの場合、多くの大会が「開放性、勝敗・競技モデル」と「閉鎖性、イベント・レクモデル」の 2 パターンになりやすい傾向を導くことができた。小規模町村のスポーツ大会は、既存の資源を活かし、住民が主体と

なって大会を支えていく点で、内発的発展の要素を兼ね備えているということもできる。

本論文を通して、小規模町村では都市のまちづくりよりもまち全体をあげた一大イベントという覚悟のもとで、スポーツによるまちづくりに取り組む必要があると感じた。小規模町村はエネルギッシュな若者が少なく、今後はさらなる少子高齢化が見込まれる。地域住民が主体となって協力し合い、少しでもまちのために活動意識を強めることができれば、例え規模は小さくとも立派なスポーツ大会になる。そのスポーツ大会が開放性・閉鎖性のどちらであっても、まちが活力に満ちていれば、小規模町村の衰退を少しでも遅らせることが可能になるろう。

おわりに

現在、各小規模町村で行われている大会の継続を期待したい。大会を長期間継続することによって、大会の情報が外部の人々にさらに浸透していく。短期間で終わらせてしまっただけでは情報の普及はもとより、次の企画の反省材料も収獲することができなくなってしまう。大会の内容に関して、さっぱりスマイルRUNやたんのカレーライスマラソンのような、「スポーツ」と「他ジャンル」を融合させた大会がとても魅力的であると思う。こうすることで、スポーツがあまり得意ではない人も大会に関心を持つ可能性がある。

また、ニュースポーツのさらなる普及を願う。競技人口が少なくても、斬新なアイデアや見方を変えた楽しみ方を持つニュースポーツは数多く存在する。

北海道の統計に掲載されているだけでも100種類以上のスポーツが全道で行われており、今後はより多くのニュースポーツが誕生することになるだろう。「氷上綱引き」や「スリッパ卓球」についつい目を向けてしまうのは私だけであろうか。

数十年後、現在ある小規模町村が果たして存続しているかはわからない。しかし、その衰退をただ見つめているだけでは何も変化しない。どの町村にも必ず守らなければならない歴史や伝統・文化がある。そして、どの地域にも活かせる資源や人材は存在し、北海道の市町村にしかできないまちづくりがある。そのためにもスポーツ大会を、まちの再興の一手段として考えてもらえることを心より望んでいる。

図 5-3 全日本スリッパ卓球選手権のポスター



出所：全国商工会連合会 HP

謝辞

最後に、本論文を作成するにあたり、ご協力してくださった方々に深く御礼を申し上げます。卒論調査においては、聞き取りや資料提供に快くご協力してくださった、浜頓別町、和寒町、壮瞥町、(株) 合田鉄工、昭和新山国際雪合戦実行委員会の方々には、お忙しい中時間を割いてくださり、誠にありがとうございました。

また、本論文の作成の当初から、ご指導いただいた角一典准教授には心から感謝申し上げます。いつもの確な指導をしていただいたおかげで、本論文を完成させることができました。ありがとうございました。

参考文献・参照 HP

- ・篠原一，1977，『市民参加』岩波書店
- ・玉野井芳郎，1977，『地域分権の思想』東洋経済新報社
- ・玉野井芳郎他，1978，『地域主義』学陽書房
- ・山本英治編，1982，『現代のエスプリ 地方の時代』至文堂
- ・鶴見和子・川田侃，1989，『内発的発展論』東京大学出版会
- ・宮本憲一，1989，『環境経済学』岩波書店
- ・宮本憲一，1992，『現代の地方自治と公私混合体（第三セクター）』自治体研究社
- ・鶴見和子，1996，『内発的発展論の展開』筑摩書房
- ・保母武彦，1996，『内発的発展論と日本の農山村』岩波書店
- ・保母武彦，1999，『内発的発展による地域産業の振興』北海道町村会企画調査部
- ・坪井善明・長谷川岳，2002，『YOSAKOI ソーラン祭り 街づくり NPO の経営学』岩波アクティブ新書
- ・原田宗彦，2002，『スポーツイベントの経済学』平凡社
- ・大森彌他，2004，『自立と協働によるまちづくり読本』ぎょうせい
- ・松村和則編，2006，『メガ・スポーツイベントの社会学』南窓社
- ・神沼公三郎，2008，『北海道北部の地域社会 分析と提言』筑波書房
- ・小林好宏・佐藤郁夫編，2008，『生活見なおし型観光とブランド形成』財団法人 北海道開発協会
- ・佐々木一成，2008，『観光振興と魅力あるまちづくり』学芸出版社
- ・筒井隆志，2012，『経済のプリズム No102 スポーツによる地域活性化』参議院 調査室作成資料
- ・NPO 法人ランナーズサポート北海道編，2013，『北海道ランニング大会ガイド 2013』北海道新聞社
- ・総務省 HP <http://www.soumu.go.jp/>
- ・北海道 HP <http://www.pref.hokkaido.lg.jp/>

- ・国際一村一品交流協会 HP <http://www.ovop.jp/jp/>
- ・内閣府 NPO HP <https://www.npo-homepage.go.jp/>
- ・北海道遺産 HP <http://www.hokkaidoisan.org/>
- ・笹川スポーツ財団 HP <http://www.ssf.or.jp/>
- ・浜頓別町 HP <http://www.town.hamatonbetsu.hokkaido.jp/>
- ・北オホーツク 100km マラソン HP <http://www.north100.jp/>
- ・フレンドリー情報センターHP <http://fic.jimdo.com/>
- ・和寒町 HP <http://www.town.wassamu.hokkaido.jp/>
- ・壮瞥町 HP <http://www.town.sobetsu.hokkaido.jp/>
- ・昭和新山国際雪合戦 HP <http://www.yukigassen.jp/index2.html>
- ・全国商工会連合会 HP <http://www.shokokai.or.jp/>