

# 出張報告書

令和2年 1月 20日

市議会議長 米田 貴志 様

会 派 名 公 明 党

代表者氏名 友永 修

下記のとおり報告します。

## 記

- 1 目 的 スポーツコミッションについて  
熱海チャレンジ応援センターについて
- 2 出 張 先 さいたま市、熱海市
- 3 出張期間 令和2年1月16日（木）～17日（金）
- 4 出張者氏名 米田 貴志、南 加代子、友永 修  
岩崎 雅秋、桑原 佳一
- 5 てん末報告 別紙の通り

## 視察報告書

視察先：さいたま市役所

視察項目：さいたまスポーツコミッションについて

視察日：2020年1月16日（木）

今回、視察に訪れたさいたま市は、全国で13番目の政令指定都市であり、平成17年に隣接する岩国市を編入合併して現在の規模になっている。人口は岸和田市の6.5倍の130万人を超え、面積も217.43 km<sup>2</sup>であり、本市の3倍近くになる。そして現在も成長している都市である。また、さいたま市は東京から30 km圏内で、鉄道の要所である大宮駅には新幹線が5路線、その他のJR、私鉄各線などが結束し、道路状況も同様で、東日本の各都市との結びつきを強めている所である。しかし、元来からの観光都市ではないが、その様な優れた交通インフラを活かして、もっとさいたま市に人を呼べるのではないかとの視点もスポーツコミッションを立ち上げた理由の一つとなっている。

このスポーツコミッションについては、非常に興味があり、2011年の11月に東京で原田宗彦先生の「スポーツ都市の戦略的課題とまちづくり」というテーマの講演をお聞かせ頂いた折、さいたまスポーツコミッションについてのお話があった。そして、昨年10月に開催した議員研修会で原田先生に岸和田にお越し頂き、ご講演をいただいた折にもさいたまスポーツコミッションについて触れられた。スポーツコミッションは、今では社団法人化され、自立に向けて進んでいるとの事である。そこまで成功しているスポーツコミッションについて、設立の経緯や、事業展開、今後の取り組みや、これまでの課題についてご教示頂きたく、視察に伺う事にした。

さて、本編に入るが、冒頭の挨拶で、一般社団法人さいたま市スポーツコミッションの本田秋満 常務理事は「今、全国でスポーツコミッションは120団体位になっていて、それぞれ得意分野で様々な大会を誘致している。これが200~300となっていくのではないかと考える。」と述べられた。（理由は後述。）

SSCの設立の目的は、スポーツイベントや大会誘致を通じてスポーツの振興と観光交流人口の拡大を図って地域経済を活性化することであり、そのためスポーツ観光資源を創出し、スポーツを地域活性化のエンジンとする事を目的に2011年に組織化された。当時はスポーツコミッションという言葉は一般的ではなく、フィルムコミッションのスポーツ版という説明をしていたとの事である。

組織としては、スポーツ、経済、観光、メディアの関係団体、行政機関から構成された協議会を立ち上げ、会長は清水隼人さいたま市長が就任。実務面を執り行う事務局は公益社団法人さいたま観光国際協会内に設置された。その後、更なる機能、体制強化を目指すとともに、自立性の高い独立した組織にするため、2018年12月に一般社団法人化を行い、

一般社団法人さいたまスポーツコミッションとして設立をし、昨年の 4 月に観光国際協会から事業を移管し、本格的に事業を開始している。

一般社団法人の組織としては、社員総会を筆頭にして、理事会と事務局が設置され。事務局の下に 3 課体制で総務企画課、大会誘致支援課、事業推進課が置かれている。

職員数については、現時点で、事務局長 1 名、事務局次長 1 名、総務企画課 6 名、大会誘致課 4 名、事業推進課 7 名の計 19 名（臨時職員を含む）で構成されている。

役員については、元横浜 DeNA ベイスターズの社長であった池田純氏が会長、元さいたま市の副市長である遠藤修一氏が就任し、元観光国際協会会長の本田氏が事務局長を務め、現さいたま市スポーツ協会の会長である北氏が理事を務めている。以上が概略と現状であるが、それらを踏まえ、以下、「①スポーツコミッション設立までの経緯」「②ビジネス創出事業について」「③効果（まちの活性化、産業化）について」「④今後の展開について」の 4 つの項目を中心に掘り下げていきたい。

#### 【1】「スポーツコミッション設立までの経緯」

まずは設立までの経緯であるが、さいたま市は伝統的にサッカーが盛んで、独自のサッカー文化を育んできている。単独で J リーグの複数クラブ（J1 浦和レッズ、J2 大宮アルディージャ）のホームタウンとなっているのは横浜市とさいたま市だけである。

1993 年に J リーグのスタートを機に、市民の、そのサッカー熱をまちづくりに生かすため、サッカーの普及発展、スポーツの振興等を目的として、旧浦和市において、サッカーのまちづくり推進協議会が発足された。その後、三市の合併を経て、さいたま市サッカーまちづくり協議会として、さらに発展していて、本協議会を中心に、サッカーを中心としたまちづくりを推進するため様々な事業が展開されている。

その様な土壌の中、2009 年 11 月に「しあわせ倍増プラン」という市の計画が策定され、その一節に、新たな観光客の獲得策と 2011 年度中のスポーツコミッション創設と明記された。

その事を受け、翌年 2010 年には基礎調査並びに基本計画策定を実施し、2011 年 3 月に基礎調査報告及び基本計画策定を行った。そして同年 4 月に公益社団法人さいたま観光国際協会内に担当を配置、同年 10 月 3 日にさいたまスポーツコミッションを設立した。これが一連の経緯にあたる。

さいたま市ではスポーツ振興を重要政策課題と位置付けていて、2010 年 4 月スポーツ振興まちづくり条例を制定し、同条例を基に 2011 年には「スポーツ振興まちづくり計画」を策定している。

丁度、同時期に国のスポーツ関連施策でも動きがあり、2010 年にスポーツ立国宣言、2011 年にスポーツ基本法、それからスポーツツーリズム推進基本方針が相次いで制定された事も追い風となった。

スポーツコミッションの事業を進めるうえで、さいたま市の基本計画から鑑みると、ス

スポーツコミッションが担う役割は、行政領域を超えて、機動的かつ柔軟に活動する必要性があり、行政組織内では十分に機能が発揮できない可能性が高く、スポーツイベント誘致活動は、コンベンション誘致活動との共通性が高く、既存の公益社団法人さいたま観光国際協会と同一組織での自由な幅のある活動が本質的である事。また、互いの連携により、シナジー効果を発揮する事が可能である事。この二つの理由から公益社団法人さいたま観光国際協会にて事業化された。そして、そこで学会等のコンベンション誘致活動の経験を範に、スポーツイベント誘致活動においても必須条件といえる会場施設の優先確保や財政支援の制度化に取りくんだ。要は基本的な活動の内容は、コンベンション誘致のノウハウを基に展開していた。以上が設立までの経緯である。

その様なスポーツコミッションが取り組むイベント誘致活動についてであるが、スポーツコミッションの役割は、スポーツイベントや合宿の誘致、運営、さらには地域スポーツの振興やシティーセールス、都市マーケティングでは多岐に考えられるが、さいたまスポーツコミッションではスポーツ大会、・イベントの誘致・支援が中心の活動である。現在、さいたまスポーツコミッションでは、参加者の宿泊が予想される「関東ブロック規模」以上のスポーツ大会や多数の観客が見込めるトップスポーツイベント等、これらを中心に誘致活動に取り組んでいる。国際規模の大会としては 2012 FIFA U-20 女子ワールドカップ、ISU 世界フィギュアスケート選手権大会 2014、FIVB 女子バレーボールワールドカップグランプリ 2015 さいたま大会など 10 大会。全国規模としては第 34・35 回皇后杯全日本女子サッカー選手権大会（準決勝・決勝）、第 93・94 回天皇杯・第 84・85 回皇后杯全日本バスケットボール選手権大会等、連続開催も含め 60 大会を、トップスポーツイベントとして第 1 回から 6 回大相撲さいたま場所、2015～18 V プレミア（チャレンジ）リーグ女子さいたま大会、2018・19 V リーグ D1 女子さいたま大会など約 30 大会を誘致している実績がある。

また、施設だけを活かした誘致だけではなく、自然・都市環境を活かしたエコロジカルスポーツの振興にも努めている。市内に立地するスポーツ施設のうち、大規模な大会に対応できる水準の施設は一部に限られている。また、そうしたスポーツ施設は市民利用のニーズも高い事から、大会を誘致できる期間（キャパシティ）は限定的であるという課題を抱えている。そのため、さいたま市の有する自然・都市環境を資源とする「箱物のスポーツ施設を必要としないスポーツ」を「エコロジカルスポーツ」として位置付けて、戦略的に振興を図っていく方策を施設利用型スポーツ大会の誘致と並行して展開している。例えばマラソン。これは直接的な誘致イベントではないが、さいたま国際マラソンとして、さいたま市等が主催するフルマラソンを展開している。これは 2014 年まで開催されていた横浜国際女子マラソンを引き継ぐ形で 2015 年から開催しており、オリンピックや世界選手権に出場する日本代表女子選手の選考レースともなっている。

またウォーキングにも着目をしている。「さいたまマーチ ～見沼ツーデイウォーク～」

という事業を展開しており、これはさいたまスポーツコミッション主催の事業で、2012年度から開催している。首都圏における貴重な大規模緑地空間である見沼田んぼの自然環境を広く紹介する目的も併せ持っている。

サイクリングにおいては、「ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」事業を展開している。これは、さいたまスポーツコミッションの主催事業として、2013年に「さいたまクリテリウム by ツール・ド・フランス」として初開催した。その後、2014年からは、さいたま市の単独事業として「ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」と名称を変更して実施されていたが、2019年度からは法人化したさいたまスポーツコミッションが主催をして開催している。【3】で後述しているが、この事業は、非常に大きな効果を得ている。

続いて誘致支援であるが、スポーツイベント開催支援のご案内（パンフレット）を持参しながら各スポーツ団体に営業活動を行っている。内容は交通アクセスの良さのアピール、そしてサポート支援の内容で、さいたま市内のスポーツ施設に関する情報提供や、通常では困難な予約等の相談や申し込みのサポート。開催に必要な許認可手続きのサポート。開催規模に応じた予算内での助成（国内大会で最大 200 万円、国際大会で最大 350 万円）。観光スポットや観光施設に関する情報提供。宿泊施設や飲食店、必要な専門業者等の紹介。開催されるスポーツイベントの広報活動支援。スポーツ施設など会場情報の紹介や印刷物に利用する各種写真の提供。その他、スポーツイベント等に関する各種相談サポートを訴えている。

そして、多様なニーズに応えられる施設としてアリーナ、体育館、球場、サッカースタジアムも紹介している。

## 【2】「ビジネス創出事業について」

ビジネス創出事業については、さいたまスポーツシューレという仕組みを活用している。このスポーツシューレについて説明すると、もともとは国民のスポーツが盛んなドイツにある複数の競技種目に対応できるスポーツ施設が集積した大規模な滞在型総合スポーツトレーニング研修施設の事である。要はハード面である。さいたま市では、このハード版となる施設の検討も行ったが、事実上は厳しい状況なので、ハード整備ではなく、まずはネットワークを形成して同じような機能を作る事とした。市内に集積するスポーツ施設を中心に、市内の宿泊施設、飲食、研修施設等のネットワーク化によってスポーツを行う場、学ぶ場を確保。それと共に、企業、大学、団体の持つ最新の知見や技術を活用した実証研究をその場で行って頂き、新たなスポーツ産業の成長の場とする事で、持続的なスポーツ振興を図っていく事を目的にしている。また、この様なネットワーク型のシューレを機能させるためには、利用者・団体と市内の施設、最新の知見や技術を有する企業や大学、団体を繋ぐコンシェルジュ的な役割が必要であり、実は、さいたまスポーツコミッションは、その役割を果たしている。

さいたまスポーツシュレの事例として、現在、浦和南高校において「スポーツの教育的効果の実証プロジェクト」が進められている。この学校においてはサッカー等で全国大会に出場するなど、大変にスポーツの盛んなところである。この学校が取り組むプロジェクトの目的は運動部活動の教育的価値を高め、可視化する事で、より多くの運動部活動を行う生徒が卒業後に活躍していける部活動環境を作りたいという事である。具体的には動画分析アプリを使用してもらい、自分たちで課題の発見であるとか、改善を図る環境を提供している。もう一点は、部活動による教育的効果を調査するため、プロジェクト開始前・後で調査を実施し、部活動に対する満足度や社会に出て生きる力（コンピテンシー）に変化が生じるかどうかを調査。そして部活動が様々な効果をもたらせているという事を、エビデンスとして検証する取組を行っている。

この様な取組を行うため、連携協定を結んでいる。平成 31 年 3 月 19 日にさいたまスポーツシュレの理念に賛同いただいた地元のスポーツ団体、地元企業、ICT 企業、大学と運営母体であるさいたまスポーツコミッション、さいたま市長と連携協定を締結した。

※J:COM・ラフレさいたま・浦和レッズ・大宮アルディージャ・

埼玉大学・NTT データ経営研究所・NTT コムウェア・

さいたま市・さいたまスポーツコミッション。

スポーツシュレの事業展開として、これから 3 つの事業を予定している。その 3 つの事業は市の持つ強み（信用力）とスポーツコミッションの強み（機動力）を活かすことで効果的、効率的に推進できると考えている。その 3 つの事業とは、「①スポーツ人材の育成」「②持続可能なスポーツ環境の整備」「③スポーツビジネス・スポーツ産業の創出・活性化」である。

③のスポーツビジネス・スポーツ産業の創出・活性化については、まだ制度設計や参画団体等との調整の段階であるが、スポーツビジネスコンソーシアムを計画している。これは地域のスポーツに係る共同の成果やデータの獲得、新たなスポーツビジネス・産業の創出を促すためスポーツシュレを実証の場とするネットワークを構築し、具体的にどの様なビジネスが展開できるかを話し合う場を設ける形になる。スポーツコミッションとしては、そこを仲介する事によって、自主財源につながる仲介料や、その事業への参画や投資を考えている。以上がビジネス創出事業である。

### 【3】「効果（まちの活性化、産業化）について」

効果についてであるが、29 年度中のさいたまスポーツコミッションがかかわる年間経済効果は 68 億円である。一番大きなものは共済事業「さいたまクリテリウム」であり、こちらは約 31 億円である。誘致イベントによる経済効果は約 36 億円である。主催事業（ウォーキングなど）として 1 億円である。

また誘致イベントに限ったもので、平成 23 年度から 29 年度までの経済効果は 359 億円となっている。開催件数としては 241 件、参加者総数としては 103 万人である。さらに

詳細に見てみると、選手関係者は平均約 5 万円で観覧者は約 2 万 5 千円とのデータもある。

#### 【4】「今後の展開について」

さいたまスポーツコミッションの強みと特徴を活かすためには、まずはさいたま市の連携協力が必要である。さいたま市が持つ信用力、さいたまスポーツコミッションが持つ機動力これらを相互に活かして様々な取組を行っていく。例えば、さいたま市としては大学コンソーシアムとの連携、他の協定先企業との連携、民間のスポーツアドバイザーの助言の活用。さいたまスポーツコミッションとしては多様な業種業態の企業、幅広い人材のネットワークがある。また、様々な企業と関係があるので需要や技術の最先端の情報がある。これらを組み合わせて事業展開を図る事を計画している。

現在、スポーツコミッションとしてこれから先 10 年間のロードマップを作成している。法人化する事でさいたまスポーツコミッションの機能・体制を強化させ新事業を展開していく。さらに行政と連携し、スポーツ界全体の好循環を実現させる。これを 10 カ年で達成する計画である。

現在はステップ 1 の黎明期（3 年構想）である。その 1 年目である。法人の成長に向けて、既存事業の見直し、と新規事業の構築を行う。そのために必要なマーケティングリサーチを実施。

ステップ 2 は成長期（5 年構想）スポーツイベント誘致支援事業の戦略化と合宿支援事業の拡大を実施し、スポーツブランディングを推進。新事業を展開し、法人の収益の向上を図る。

ステップ 3 は充実・躍動期（10 年構想）ステップ 2 の規模感をさらに拡大させ、スポーツ界全体の好循環モデルを実現。また、日本・世界における成功のモデルケースとなる事。そして 10 年後の 2030 年に自立し事業を展開している。

さいたまスポーツコミッションが目指す好循環モデルに必要な 3 つの効果は、①スポーツ参画人口の拡大事業、②スポーツ産業の創出事業、③スポーツ施設（環境）の整備事業、この 3 つの事業を核として展開していきたいとしている。それによって、より良い効果、シナジー効果が得られると考えている。その中で、中期における柱としての事業は、スポーツシューレ事業、さいたまクリテリウム開催事業を 2 つの大きな柱として考えている。

さいたまクリテリウムであるが、これは「ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」は世界最大のサイクリングイベントである「ツール・ド・フランス」の名を冠していて、その雰囲気そのまま再現した自転車イベントである。交通アクセスに優れた会場には複数の駅から徒歩で訪れる事ができ、毎年大勢の観衆が沿道に詰め掛けている。世界最高峰のブランドを日本の都市が獲得した事の世界価値は計り知れず「さいたま」という都市名が世界中に発信されるアイテムになっている。

このクリテリウムの今後の事業展開として、さいたま市を軸に、ツール・ド・フランス

さいたまクリテリウムを成長させ、自転車を「する」「みる」「たのしむ」文化に発展させるイメージで行っている。

## 【まとめ】

以上が、スポーツコミッションが社団法人として成長してきた理由である。さいたま市は地域の活性化をスポーツで具体化するための条例を定め、市の総合計画にも位置づけ、その重点戦略に「笑顔あふれる日本一のスポーツ先進都市の創造」と挙げ、目指す方向性と重点ポイントを明確化にしてきた。要は、さいたま市では、将来に渡り、スポーツ振興による地域活性化を努力目標に留め置くのではなく、結果を出さなければならない市政運営の約束事としているのであり、その約束を果たす手段として設立されたのが「さいたま市スポーツコミッション」である。先程も記載したが、平成 23 年から平成 29 年度までのさいたま市スポーツコミッションによる経済効果は推計で約 359 億円である。

そして、再び記載するが、自転車レースの世界最高峰のツール・ド・フランスの公式レースである“さいたまクリテリウム”が、さいたま市で開催できている理由もここにある。岸和田市でも、着目する点は大いにあると考える。スポーツに限らず文化においても、岸和田で開催する事を目的に誘致活動を中心的に果たす組織は必要と考える。特に他市に比べて、特筆すべきは BMX をはじめとするあらゆる自転車競技に関するノウハウを持ち合わせている事である。この点を鑑みても自転車競技を軸としたまちづくりに視点を置く事は、一つの重要な視点ではないかと強調しておきたい。

本年はオリンピック・パラリンピックが日本で開催される。また、明年はワールドマスターズゲームズ 2021 が関西で開かれる。生涯スポーツの祭典が目白押しであり、選手だけで 5 万人と言われている。家族や同伴する方々を含めると 16 万人以上の方々が来られると言われている。そして、岸和田市はその自転車競技の一つである BMX の開催会場となる。これらをレガシーとしてどの様にして残していくのか、オリンピック・パラリンピックの後、この生涯スポーツと合わせてどの様に発展させていくのかが課題であるが、現段階で岸和田市には、その事に特化できる組織が存在しない。第 2 次岸和田市観光振興計画を進める第 1 期行動計画に記された基本方針の 4 には「お土産、食などの充実と地域活性化」とされ実施される項目に「スポーツツーリズムを意識した展開」とされ、「2020 年東京オリンピック・パラリンピック、及びワールドマスターズゲームズ 2021 関西を念頭に、本市では BMX などにおけるスポーツツーリズムについて研究し、コンテンツに反映させる。」と記され、平成 31 年には実践、それ以降は検証となっているが、残念ながら全く取り組めていない。この大きな違いはどこにあるのか…。

岸和田市にはお城もある、海・山には素晴らしい食材や自然がある。もちろん世界に誇るだんじり祭がある。しかしながら、インバウンドを含め、単独のイベントや歴史的建造物等で大きく人を呼び込めるのは、だんじり祭以外にあるだろうか…。

インバウンドも含め、岸和田市が取るべき観光誘致は、スポーツを含む様々なイベント等を岸和田市に誘致し、岸和田市内で光り輝くスポット、食、歴史や文化等を活かした市内観光に繋げる事が重要ではないかと考える。

そう考えると、今回学ばせて頂いた“さいたまスポーツコミッション”の取り組みは理想的なものと言える。さらに言えば、岸和田市だけに留まらず、現在9市4町で構成されている泉州KIXツーリズムビューローでも同様ではないかと言えば、考えすぎだろうか。

視察に伺った同日(1/16)に金沢でスポーツコンベンションが行われていて、原田先生も出席されているとの事であった。内容は、国内のスポーツコミッションが一堂に会して、オリンピック・パラリンピックやワールドマスターズゲームズ関西が行われる2年間、そしてそれを契機になお一層、互いに連携を取り合いながらスポーツを活かした元気なまちづくりに取り組む大会が開かれていた。全国で益々、その機運が高まっている。それが、冒頭の挨拶で本田秋満 常務理事が「今、全国でスポーツコミッションは120団体位になっていて、それぞれ得意分野で様々な大会を誘致している。これが200~300となっていくのではないかと考える。」と述べられた理由もここにあるのではないだろうか。そして付け加えるならば「岸和田市さんには自転車競技という得意分野があるのに……。」と言わんばかりに感じ取れました。

今回の視察で学ばせて頂いた良い点を岸和田市にフィードバックさせ、地域活性化に寄与できる提案に繋げて参ります。

最後に、今回の視察において、ご協力頂きましたさいたま市、及び、一般社団法人さいたま市スポーツコミッションの本田秋満 常務理事、同コミッションの新倉尚樹 総務企画課リーダーに心から感謝を申し上げます。

# 公明党（会派）行政視察レポート

報告者

友永 修

視察先	熱海市	テーマ	熱海チャレンジ応援センターについて
日時	令和2年1月17日（金）10時00分～11時45分		
<p><b>市政の課題の解決に向けて、参考になると思われることと考察について</b></p> <p>センター設置以前の熱海市産業政策は、活動の主体や支援の主体、役割などがはっきりしておらず、重点的に支援していくべき対象も明確となっていなかった。また、イベントなど通行量増加の支援が多く、商品やサービスの魅力向上、マーケティングの支援等が十分に出来ていない現状だった。そこで、平成24年4月に「A-biz（熱海チャレンジ応援センター）」を設立。当初は、直営で市の職員が富士市産業支援センター（f-biz）と連携し、運営指導等を受けながら行っていたそうです。しかし、相談件数も増えていき、職員だけの対応が厳しくなってきた状況により、チーフアドバイザーを外部招聘し、より専門的な観点から支援できるよう体制をリニューアルされた。支援内容は、「聞く・見つける・知恵を出す・支える」の視点から創意工夫されたアドバイスが行われ、何度でも無料で利用できる。これは、biz事業の統一した内容であり、令和2年2月18日からの、kishi-bizでも同様である。A-bizでは、直近の12ヶ月の相談実績は、1,115件で、そのほとんどが実績アップに繋がっているらしく、相談件数は増加傾向のようです。効果が上がる秘訣を伺ってみたが、やはり、相談者のやる気・本気度が根本であり、その上で、発想の転換や様々な観点からのアドバイスを丁寧に行うことであるとのこと。本市においても、大いに期待が出来る事業であると改めて確認できた。</p>			