

HYOGOスポーツ新展開検討委員会 第1回スポーツビジネス分科会 発言要旨

1 日時 令和5年11月9日(木) 10:00~12:00

2 場所 県庁2号館2階 参与員室

3 議事録

(1) 部長あいさつ

皆様にはお忙しい中、当分科会にお集まりいただき、ありがとうございます。

今年度、知事が「HYOGO スポーツの新展開」ということで、兵庫県の主要施策として位置づけ、さまざまな展開を図っている。

今年4月、条例を改正し、県のスポーツ行政を教育委員会から知事部局に移管し、県民生活部で所管している。今後、教育委員会の保健体育と関連が深い部分は残しながら、観光、ビジネス、産業、保健・医療などとスポーツを連携させて、より裾野を広げていきたいと考えている。

「HYOGO スポーツ新展開検討委員会(以下、「検討委員会」という)」は、検討委員会の下に4つの分科会(「地域スポーツ」、「スポーツビジネス」、「アスリート育成」、「ユニバーサルスポーツ」)を配置し、我が国のスポーツ展開のモデルとなるようなものができるのではないかと考えている。

本日は、「HYOGO スポーツの新展開」をまとめていくにあたって、ひとつヒントを得たいと思うので、よろしく願いしたい。

(2) 意見交換

【事務局】

各委員が考える「スポーツビジネス」について、意見を伺いたい。

【立場委員】

スポーツビジネスとは、プロチームなどの旧来から成り立っているスポーツの延長線上にあるものに対して、スポンサーシップやチケッティング、ライセンスグッズなどの収益が絡むものとする。

「する」「見る」「支える」スポーツのうち、「する」「支える」スポーツにはまだ掘り起こしができる部分があると感じている。例えば、「スポーツツーリズムの推進」や「スポーツ実施率の向上」はスポーツ庁も非常に大きな課題であると捉えており、「eスポーツ」についても、開拓の余地がある。

持続的なスポーツの発展のために将来への投資も必要と考える。過去にはあったスポーツや遊びに寛容な環境を用意すること、それを取り戻す工夫を自由な発想でもう一度試みてみてもいいのではないかと考える。それが結果的には、スポーツを続けることやスポーツビジネスそのものを大きくしていく未来に繋がっていくのでは

ないかと考える。

【浜田委員】

スポーツビジネスとは、まさにスポーツで儲けていこうということだと考える。プロスポーツについては、何かやろうと思ったときにかなりの費用が必要になる。もちろん、マスコミとしてプロスポーツをバックアップしていくが、兵庫県として新たなスポーツを展開していくのであれば、他の都道府県が手をつけていなかった「eスポーツ」や「アーバンスポーツ」を盛り上げていく施策を考えてみてはと思う。

eスポーツは、世界的に見ると優勝すると60億円というようなビジネスになっている。こられの拠点を兵庫県につくれないかと思う。

少子高齢化の時代で、いかに若い世代がスポーツに興味を持って盛り上げていくかに注目し、その若者が興味を持っている「eスポーツ」「アーバンスポーツ」の拠点を兵庫県につくることを提案したい。

ゴルフトーナメントの招致は、企業にとっても、お客さんにとっても、地元自治体にとってもメリットある。スポーツビジネスのモデルケースとしては非常に素晴らしいものである。総合的にWin-Winな関係になれるスポーツになっている。兵庫県にはゴルフ場がたくさんあるので、それを活かさないのは勿体ないと思う。

ゴルフの国際大会を誘致すれば、海外からも人が来る。兵庫県には国際的なホテルがないのがひとつ大きな弱みではあり、それを解消できれば海外からも人は来る。そうなれば、ゴルフツーリズムにつながる。

【福田委員】

ブレیکنがテレビ中継されるなど、アーバンスポーツは今後も大きなコンテンツになっていくだろう。兵庫県としても支援していくべきだと思う。

新しいスポーツを持ってくるだけでなく、既存のリソースとうまく組み合わせて相乗効果を狙うことも必要ではないか。

強力なコンテンツとしてアニメがある。世界に通用するアニメ・コンテンツとタイアップしても面白い。

岩手県紫波町はバレーボールで地域活性化を図り、国内外から多くの観光客が訪れるようになった。兵庫県も施設をうまく活用しながら、スポーツの中心地であるということを世界にアピールしていくといいのではないか。

【金井委員】

アメリカでつくられたゲームを日本で日本大会をやったとしても世界大会にはなりえないので、日本のゲームをきちんと育てて、日本で世界大会をする。そこに

インバウンド絡めることを考えて、日本のイベントを開催している。

兵庫県として面白いと思うのが、自転車のイベント。バーチャルズイフトと言われるもので、インドアサイクルのトレーナーを使って、実際に世界中のコースを走るといふもの。六甲山の映像を撮影して、コースを作り、有馬から六甲山までヒルクラムする。これまで3回レースを開催して、「バーチャルのサイクリングなら有馬」と言ってもらえるようになった。

eスポーツで何億のお金が動くのかと言われると、簡単には動かない。たくさんのお金が動く分野もあれば、マイナーなところは投資しても回収はかなり難しい。

ビジネスとなったときに、どのeスポーツを兵庫県として投資としてやるのか、消費としてやるのか、消費しながら回収するのかバランスを考えないといけない。

神戸ストークスの本拠地となる新しいアリーナができるのに絡めて、バスケットボールゲーム「NBA」をストークスさんと一緒に広げていく仕組みができれば、バスケットボールとeスポーツのプレーヤーやファンをお互いに取り込むことができると思う。日本で「NBA」といえば兵庫県というところまで育てていくのも面白いと感じている。

【岩田委員】

アシックス場合、スポーツビジネスというとスポーツ用品が軸になる。これからは、スポーツに関わる人をどう増やすかが大事。スポーツが苦手な人に突然スポーツをやってくださいと言っても、当然、響かない。切り口を変えてスポーツに対するポジティブなイメージを与える必要がある。

見る楽しさがわかる、スポーツを見て感動を覚える、などがきっかけかもしれないし、スポーツボランティアでの関わりでもいい。

スポーツ実施率が高くなれば、ウォーキングシューズやランニングシューズなど、関連する用具が必要になってくる。そうすると、歩き方や走り方を知りたいなどのニーズが生まれ、提供できる場をつくることにも繋がる。「する」きっかけづくりから、うまく循環させるようなものがないかなと考えている。

また、バーチャルとリアルの垣根がなくなっていく中で、スポーツを始めるきっかけにeスポーツがなり得るのではないかと思う。体を動かすスポーツを軸にししながらeスポーツも含め、周辺環境を整えていくことで、スポーツビジネスの拡大につながると考える。

【渡辺委員】

スポーツは、まさに「This is well-being」である。

欧米は、学校でスポーツのクラブをするより、地域のクラブでA～Gぐらいのレベル分けをしている。Aは代表クラスレベルで、Gなどは40～50歳の人が汗を流

すレベルである。日本では、「スポーツ＝部活」という意識が強く、いくつになってもスポーツはできるという意識を広げていくために、スポーツビジネスは非常に関わりが深いと考える。

兵庫県が、どのスポーツでビジネスを展開していくのかという議論の前に、兵庫県が、スポーツとどうかかわり合っていくのかに意味があるのではないか。どんなスポーツでも兵庫県ではできる、兵庫県ではこんなスポーツも、あんなスポーツもできるということが、1つのアプローチだと思う。

クラブチームが強くなるには、学生が競技を引退しないで、仕事をしながら続けられる選択肢を増やすことだと思っている。弊社では、今年から3名雇用しており、来年は2名入社予定である。これも10年経ったら、40人ぐらいになったときに、弊社だけでは抱えきれなくなるので、現在、年間1口10万円の企業後援をお願いしている。1年目が24社、次が40社、昨年が60社、今年が80社のご支援をいただいている。

兵庫がスポーツの拠点になるには、話題のアーバンスポーツやeスポーツ、メディアに拾われないスポーツも含めて、スポーツ人口を増やしていかなければならない。そこに力を入れていきたい。

【北村委員】

スポーツビジネスは、何が正解かというものはなく、日本の場合は行政、自治体、商店街の皆さんと一緒に作り上げていくものだと思っている。

前職のときにアシックスさんに大変お世話になった。やはり少子高齢化でスポーツ用品が売れない。どうしたら新たにスポーツをする人口を増やしていけるのだろうかと考えた。

I O Cもオリンピックの課題が若者離れであることを理解しており、各国にきちんと伝えて、何を種目化させたいかをプレゼンさせている。国際バスケットボール連盟も、3×3(スリー・イクス・スリー)が街中でもでき、D JやM Cが盛り上げて若者を取り込んでいくというところが、見事にI O Cにフィットして2017年に種目化された。

アーバンスポーツは、1つの箱に人を集めて行うものではなく、すでに賑わっているところに自分たちが出て行って行うということが1つの特色でもある。バーチャルの空間でできないかなど、eスポーツとのかけ合いもできるかもしれない。

協賛以外で自分たちがどう収益化させてチームを存続させていくのが、非常に重要だと感じている。

神戸ストークスのファンクラブを年代別で見ると、10代が5%切っている。大学生や若者が取り込めてないことが1つの大きな課題になっている。現在、神戸移転に伴ってキャラクターをつくり直したが、神戸芸術工科大学の学生に考案しても

らったり、流通科学大学でスポーツツーリズムを学んでいる学生に、どうすれば集客できるのかをゼミで検討してもらったり、大学生を主体者にして若者との取組を進めている。

ストークスの選手 13 人中の 5 人が、兵庫県出身である。引退が見え始めた 34・35 歳ぐらいだが、彼らが小学校の時に兵庫国体があり、強化されてきた子どもたちがそのまま進学していき、プロになった。ストークスが地元の選手をたまたま多く抱えられたのは、バスケットボール協会が県と一体となって、強化いただいたからだと感じている。

国内外のイベント誘致は、対外的に世界に HYOGO を発信していくためには重要な形なのかもしれないが、各協会等が抱えてる課題やゴールを一緒に設定していくことや、子どもたちを強化していくことも中長期的にはすごく重要なことだと思う。

【千布委員】

世界で一番人気のあるプレミア・リーグは、売上規模が 600・700 億円ぐらいである。ヴィッセル神戸は 60 億ぐらいで、10 倍ぐらい違う。そのうちの半分ぐらいが放映権になっている。だから、世界で一番優秀な選手が集まり、日本のトップ選手も所属し、魅力的なサッカーをやっているからこそ、世界中で売れている。

ヴィッセル神戸の観客のうち、55%ぐらいが兵庫県の方に来ていただいている。いかに地元の方に来ていただけるかが、課題だと考えている。そのため、裾野拡大が大事だと思っている。そこは行政や報道の皆さんにお願いしたい。

兵庫県の中でいろいろなスポーツが「できる環境」や「見られる環境」、「指導してもらえる環境」など、裾野を広げていきながら、スポーツに関われるポテンシャルのある層をいかに増やしていけるかが大事だと思っている。

ヴィッセル神戸もユースチームのグラウンド確保に困っている。町中にクラブも町の人でも気軽に使える環境が必要。

プレミア・リーグは、クラブで町ぐるみ選手の発掘・育成をしている。ヴィッセルも、神戸・兵庫出身の選手がヴィッセル神戸で活躍すれば、よりクラブへの愛着が沸く。こうしたストーリーをつくることによりファンも増えていく。兵庫県のチームが勝つと嬉しいと思える環境をつくるのが大事だと感じている。

【事務局】

プロスポーツクラブとの連携について、意見を伺いたい。

【千布委員】

ライトファン（潜在顧客）を取り込むため、「〇〇市デー」など、行政との連携を進めている。子供は無料で大人は有料という施策などを行っている。このように

我々のリーチを広げるチャンネルを変えていただけるような機会をいただけるとありがたい。

【北村委員】

まずは、ヴィッセル神戸との連携もこれから深めていきたい。それと同時に、兵庫県内の小中学生に対して、日本生命との取組の大規模招待企画を進め、県の皆様に周知いただいている。これを継続させていくことと収益につなげていくことが大事ただと思っている。

新アリーナが完成すれば、第2突堤まで距離があるので、駅からセンター街や商店街、南京町、メリケンパークを歩いてアリーナに来て、約2時間の観戦したあと、食事して帰るといった動線をお客様に浸透させていくことができるか、観戦に来られたお客様が試合以外のところでどれだけ楽しめるかを発信するための連携を考えている。

【渡辺委員】

静岡県のエコパスタジアムの周りには、7つのサブブランドがあり、土日になれば、幼稚園児からご老人まで、様々な世代のラグビースクールや大会を行っている。ラグビーのみならず、地域でどう盛り上げていくかが大切。

メリケンパークは神戸市の条例でスケートボードは禁止になっている。メリケンパークの管理者としてはスケートボードの使用が可能になり、アーバンスポーツの魅力を発信するため、この辺りの整備ができないかと考えている。

【事務局】

メディアが期待するビジネスコンテンツとしてのスポーツの可能性について、意見を伺いたい。

【福田委員】

「こんな選手がいるので取材してほしい」という依頼を受けることがあるが、それだけだと限られた層にしか届かない。どうすれば幅広い人に関心をもってもらえる内容となるのか、ストーリーテリングと一緒に考えていくことが大事だと思う。

例えば、神戸ストークスの本拠地となるアリーナまで、キックボードのような新しいタイプのモビリティを使って移動を楽しみ、会場ではスポーツ観戦を楽しむというように、兵庫県ならワクワクすることが体験できるというようになれば、全国に向けて情報発信しやすくなるのではないかと考えている。

【浜田委員】

メディアとして、阪神タイガースやヴィッセル神戸、神戸ストークスのようなプロスポーツを放送し視聴率を取るといった側面と、マスコミとして、地域貢献、地方創生という意味で、役割を果たしていくという部分もある。そういう部分では、スポーツの裾野を広げていくことは、まずコミュニティとしての使命だと思っている。

8月に「ららぽーと」でアーバンスポーツのイベントを行った。スケートボードとブレイキン、ダブルダッチ（縄跳び）、ボルダリングを、家族連れの子供をターゲットに体験できるものを実施して、非常にたくさんの子供たちが興味を持って参加してくれた。スポーツに触れると、次は実際にその会場に行ってみたいと思う。だから、まず商業施設など、みんなが行きやすいところで子供たちに触れ合ってもらって、そこで楽しいと思った人が実際その会場に行くという流れをつくっていきたい。兵庫県がスポーツで盛り上がっていく過程も含めて、マスコミが取り上げていくことで、スポーツビジネスに繋がらないかと考えている。

【千布委員】

アメリカではF1（フォーミュラ・ワン）のドキュメンタリー番組放送をきっかけに20代で人気になっている。選手が困難を乗り越えたり、病気を克服して競技されている、地域の皆さんを元気にしたいなどをドキュメンタリーにすることは、1つ付加価値としてある。

【北村委員】

取り上げて欲しいことと、刺さること刺さらないことが全然違う。プレスリリース1枚では伝えきれない部分を、伝えていく必要がある。

【福田委員】

アスリートの競技に関する話だけでは、そのファンしか見ないが、社会的な問題を絡めれば、興味を持ってくれる層が広がる。ぜひ、そういう情報をいただきたい。

【金井委員】

スポーツの世界は、映像コンテンツを売っているようなもの。視聴者が多ければ、収益に繋がる。配信を見て、その配信から収益を得るといったビジネスなので、単に強ければいいというものではないことが定着している。

海外のスポーツチームは、強いだけの選手も雇わなくなっている。ぱキャラクター性、人間性も必要。

【北村委員】

新人選手のコンプライアンス研修等を、皆様に協力していただけないかと考えている。県内で活躍するプロのアスリートを、兵庫県としても人間形成していくような指針が打ち出せるのではないかと思う。

【千布委員】

Jリーグでも新人研修はやっており、老人ホームへの慰問や実際に店舗で働いたりしているが、サッカー選手もサッカーしかできないので課題だと感じていた。兵庫県という広大なフィールドを教育に使うことも面白い。

【事務局】

スポーツビジネスで活躍する人材育成について、意見を伺いたい。

【岩田委員】

中学校部活動の地域移行や地域スポーツを支える団体設立には、マネジメント人材が課題、という話も耳にする。どの人材が不足してるかまず認識することが大事。

県としてこういう人材を育てたいというビジョンを明確にして、今後どのようにアプローチしていくかで巻き込むメンバーも決まる。そこから、例えば、企業の協力を得て1ヶ月間研修したり、プロスポーツのマネジメントを学んだり、企業や団体との関わり方が見えてくると思う。

【渡辺委員】

学生が学ぶ場所がない。学生がスポーツビジネスを学べる環境づくりができないかと考えている。企業連携だけでなく、大学との連携も必要。

【立場委員】

人材育成については、スポーツチームの運営に必要な人材を育成するのか、スポーツを次世代以降に広めていくための目線を持った人材を育成していくのかで全く違う立場になる。まずはその目的をこの分科会なのか、全体の検討委員会なのかで優先順位も含めて議論していくことが必要ではないか。

【事務局】

スポーツビジネスへの投資の可能性について、意見を伺いたい。

【北村委員】

例えば、ひとつの組織が立ち上がった時に、その組織に対しての企業協賛や助成

金など使途を明確にした上で、どう分配していくかを決めて将来の人材の育成に使うような取組ができないかと考える。

【金井委員】

「〇月●日、△△高校と□□高校」の試合をマッチングサービスするなどプラットフォームを立ち上げて、実際は支援するだけでもいいので、県大会を定期的開催する。

兵庫県である程度のランクになった人達を世界の選手と交流できるプラットフォームをつくることできれば、兵庫県から世界を目指しやすくなる。

【井ノ本部長】

県がスポーツ振興を1丁目1番地にして進める大きな意味は、「地域創生」である。人口減少が課題となっている今日、自治体のブランディングの大きなコンテンツとなり得るのがスポーツではないか。スポーツにコミットさせる、スポーツ関係人口をいかに増やしていくか、まさに兵庫県に置き換えれば同じ課題となる。スポーツをひとつの大きなコンテンツとして、社会減少を食い止める方策をつくっていきたいと考えている。

そのために、今日いただいた意見をしっかりと踏まえて、総合行政として進めるその大きなプラットフォームを今後つくっていきたいと考えている。HYOGO スポーツコミッションという形に昇華するかはかわからないが、そういう方向性を含めて次回以降の議論につなげていきたい。

【高橋課長】

今回のスポーツ新展開で新しいところへ踏み出していく決意でやっていく。引き続きご協力、ご支援いただきたい。ありがとうございました。