

この人に聞く

原田
宗彦氏



プロフィール 1954年大阪府生まれ。国立大学法人京都教育大学学長。1977年京都教育大学教育学部を卒業、1979年筑波大学大学院体育研究科修了、1984年ペンシルバニア州立大学体育・レクリエーション学部博士課程修了。1995年大阪体育大学大学院教授、2005年早稲田大学スポーツ科学学術院教授、2021年大阪体育大学学長、2025年同大学学事顧問となり、2026年から現職。スポーツマネジメント分野の第一人者として知られ、これまでにスポーツ政策や地域振興、スポーツ産業発展に関する研究に長年取り組み、日本におけるスポーツマネジメントの体系化と普及に大きく貢献。大学教育においても指導的役割を果たし、多くの人材育成に携わる。また、学術的な活動にとどまらず、政策提言や各種委員会での活動を通じ、日本のスポーツ振興に幅広く寄与している。単著『アクティブシティ戦略』(学芸出版社、2025年)他、多くの著作がある。

京都教育大学学長 原田宗彦氏に、現在におけるアリーナ規模のスポーツ施設の役割・価値の動向、今後の展望について伺った。

(令和8年5月)

■スポーツ施設の役割と価値の変化

近年、スタジアムやアリーナを始めとするスポーツ施設が、従来の「スポーツを行う場所」から「観るスポーツ」を中心に据えた空間、さらにはエンターテインメントとしての価値を提供する場へと明確にシフトしていると感じています。アリーナに関していえば、その6～7割がスポーツ以外の興行に利用されており、いわゆる多目的の興行の場に大きくシフトしてきました。人気のプロバスケットボールBリーグのLaLa arena TOKYO-BAY(船橋市)やジーライオンアリーナ神戸のように、音楽イベントが可能な舞台裏を備えた施設も増えていて、日本各地でスポーツエンターテインメントを含む様々なエンターテインメント

拠点としての発展が見られるようになってきました。もちろん、こうした使われ方を前提に設計されている点も従来との大きな違いだと思います。

これに加え、価値を高めているのが「スポーツホスピタリティ」の概念です。スポーツ観戦とともに専用ラウンジでのラグジュアリーな食事といった特別な体験を提供するサービスのことで、観戦そのものに付加価値を与え、チケットで収益を向上させる動きが特徴的です。また、こうした収益によって、施設の維持管理水準が支えられているという一面があります。

この変化の背景には、消費者の意識変容があると考えています。かつてスポーツは「ただで観るもの」という認識もありましたが、現在はオペラや舞台芸術と同様に、高額なチケットでも消費者が納得して対価を支払う時代となってきました。また、単なる施設としての利用にとどまらず、アリーナが周辺の商業施設や公園開発を牽引し、まちづくりに大きく貢献する成功事例も現れています。かつての市民体育館的なイメージは払拭され、アリーナの有り様がポジティブに変化してきたのが現在の日本の現状といえるでしょう。

■スポーツコンプレックスと地域経済への効果

昔の体育館というのは教育の場であったわけですが、時代とともに今のアリーナになって根本的に存在理由が変化してきました。従来の単体施設とは異なり、商業施設や宿泊施設、公園などと一体的に整備する「スポーツコンプレックス」は、地域に人の流れを生み出し、消費を促進させ、地域経済を活性化させます。施設を訪れる人々が地元で飲食・宿泊、お土産まで買って帰る、これを「スポーツツーリズム」と呼んでいますが、これによる経済効果は非常に大きなものです。長崎スタジアムシティなどは、商業施設のコンテンツの一つとしてアリーナが起爆剤となった代表的な成功事例です。ただし、こうした複合型施設がどれも成功しているというわけではありませんが、その成功事例は確実に増えてきています。社会がアリーナに抱くイメージは、ここ数年でポジティブなものへと変化しました。この潮流を作った大きな要因の一つに、やはりBリーグの成功があると思います。もちろんBリーグの運営だけでは難しいので、大型の音楽イベント、時には舞台芸術も組み込みながら事業規模を拡大しているのが現状だと見ています。

施設の運営という観点では、国立競技場のように芝の張り替え時期などを活用して集中的に音楽イベントを誘致し、ホスピタリティによって収益の向上に結び付け、さら

には2度目のラグビーワールドカップを誘致しようという
ような、未来に向けたランドデザインも描ける時代にな
ってきました。

■持続可能性とユニバーサルデザインの重要性

今後の施設整備においては、SDGs やサステナビリティ
が重要なキーワードとなっています。特にカーボンフット
プリントやCO₂排出量の抑制はグローバルな基準となっ
ており、英国サッカークラブのフォレストグリーン・ロー
ヴァーズのように、ホームスタジアムでのヴィーガンフ
ード提供や電気自動車の充電施設設置など、環境対応を突
詰めたスタジアムづくりも注目されています。

また、ユニバーサルデザインについても進化が求められ
ています。カームダウンルームの設置等で、激しい光や音
への配慮など、多様な利用者が快適に過ごせる環境づく
りも不可欠となっています。ただし、施設整備の段階で「ど
の程度のボリュームを用意するか」という判断は非常に難
しい課題です。健康者と障がい者を分けず、両方ともが同
じように使えるというのがユニバーサルデザインの真髄な
のですが、そこへの理解はなかなか時間がかかると思いま
す。ただ、これからの世代は多様な環境への適応力が高く、
スポーツ施設においてもバリアのない設計思想への理解が
浸透していくことが期待されます。

■自治体が抱える課題とスポーツコミッション

このようなスポーツ施設を所有、運営する組織として、
主要なもの一つに自治体が挙げられます。そして、その
自治体は厳しい財政において、知識も人材も限られた状態
での管理運営を迫られています。加えて、アクセスの悪い
立地にあって、人も寄り付かず、国体など過去のイベント
以降、活用されないケースも散見されます。

こうした課題を打破し、施設を活性化していくための有
力な対策の一つとして、「スポーツコミッション」の活用
が有用と考えられます。スポーツコミッションは、行政の
スポーツ課や観光課といった枠組みとは異なり、常にイベ
ント誘致を考え、地域に経済効果を及ぼすことをミッシ
ョンとする専門組織です。地方の体育館、スタジアムなど
を最大限活用して、様々なイベントを誘致して人の流れを
つくるということです。現在、全国に200以上のスポーツ
コミッションが存在しており、メンバー構成は、半官半民の
NPO 型や行政主導型など様々ですが、共通しているのは
「どのようなイベントを持ってこようか」を四六時中考え
ている専門人材が配置されている点です。

一番有名なのが、現さいたま市長が肝いりで作った、国

内初の「さいたまスポーツコミッション」で、平成23年設
立から長く運営されており、「ツール・ド・フランスさい
たまクリテリウム」など主催イベントを始め、様々なスポ
ーツイベントの誘致・支援活動を行っています。地域によ
っては条件が難しいものもあるでしょうが、過疎地域で
あってもアウトドア資源を活かしたマラソン大会やトレイ
ルランなど、その地域の特性に合わせた発想で、スポーツ
で人を動かす仕組みをつくるのが一つの解になるかもしれ
ません。

■施設管理者・技術者に向けた提言

施設整備及び維持管理に携わる管理者や技術者に対し
て、まず、マーケティングの思想に基づいて、利用者の側
に立って、どういう施設を供給していくかという視点を必
ず持っていただきたいと思います。「こういう施設をつ
くりたい」という供給側の視点ではなく、スポーツ消費者(利
用者)が何を望んでいるかをベースにした施設づくりへの
発想転換が必要です。

次に、既存の国際競技大会だけでなく、スポーツの進化
に合わせて、例えばパデルやスカッシュなど、これから伸
びてくるスポーツも柔軟に取り込める多様な施設が求め
られるようになると思います。同時に、施設への行きと
帰りを含め、このような施設で過ごす時間をどう楽しむ
のか、ライフスタイルの一部としてどうあるべきかを考
えて、そのための空間を提供できるかが重要になってくるで
しょう。

最後に、必要なのはまちづくりの視点です。個人のウェ
ルビーイングを高めるためにも、施設単体で完結させず、
周辺施設まで含めた楽しさが持続する環境をつくる必要が
あります。「アクティブシティ」という概念のもと、イベ
ントの前後もゆったり歩いて移動して、お店に寄って買い
物をしたり、食事をしたりといった、消費者行動に合わせ
たまちづくりも重要な視点だと思います。

ここまでお話しした考え方や実際の施設整備は、欧米の最
新のスタジアムやアリーナでは、既に定着しています。日
本では消費者の意識も大きく変化し、スポーツのある生活
を日常的に楽しむ環境整備が進んできました。このような
先進的なスポーツ施設がアクティブシティをつくるアイコ
ンになればいいなと期待しています。

INTERVIEW

この人に聞く