

目次

はじめに プロスポーツの振興が地方を活性化する

10

日本のプロスポーツチーム一覧

16

序 章 「東京一極集中」は何が問題なのか

25

政治、経済、文化における集中

東京一極集中のメリット・デメリット

効率性と公平（平等）性のトレードオフ

第1章 「スポーツの中央集権」が生み出す功罪

39

1 2020年東京オリンピックこそ「悪しき中央集権」の象徴

オリンピックの歴史と特色

オリンピック懐疑論

プロ化するオリンピック

さらに強まる商業主義

国威発揚のメダル獲得競争

オリンピックの開催は一つの都市だけでなく地方分散方式へ

2 東京集中の象徴、箱根駅伝競走の功罪

「箱根駅伝」とは

「箱根駅伝」の「罪」とは

3 東京発スポーツメディアの功罪

東京のメディアは情報収集力が高い

東京と地方のスポーツメディアの温度差

メディアと勝利至上主義

第2章 プロスポーツはすでに「地方分権」にシフト

1 プロ野球の地方移転

南海、阪急、近鉄の消滅

パ・リーグの人気回復

2 日本野球機構（NPB）以外の野球組織

実業団野球

独立リーグ

3 地方大学野球部の躍進

かつての人材供給は、ほとんど首都圏の大学から

近年は地方大学出身のプロ野球選手が増加

高校野球の世界では

4 Jリーグの地方分散

プロサッカーリーグの誕生

企業中心か地域中心か

J1、J2、J3の時代

入場者数から見たJリーグの人気度

5 バスケットBリーグの発足と現状

Bリーグの発足

Bリーグの現状と課題

6 アイスホッケー・アジアリーグ

「ローカル」と「グローバル」を併せ持つリーグ

第3章 プロスポーツが「地方都市」で繁栄する効果

1 スポーツ繁栄の一般的効果

競技場や施設の建設による効果

スポーツから派生する経済効果は多様である

2 コミュニティ活性化の事例

琉球ゴールデンキングス

サガン鳥栖

中津江村

3 J3から見る地域スポーツの現状と課題

J3の概要

いわてグルージャ盛岡

Jリーグの赤字体質の解消に向けて

4 市民球団というあり方

グリーンベイ・パッカーズ

広島東洋カープ

VONDS市原FC

第4章 地域のライバル意識による「ダービー・マッチ」

1 メジャーリーグの「ダービー」

ニューヨーク・ヤンキースとボストン・レッドソックス

サンフランシスコ・ジャイアンツとロサンゼルス・ドジャース

クロスタウン・クラシックス、サブウェイ・シリーズ、ベイブリッジ・シリーズ

2 サッカーの「ダービー・マッチ」

イギリス、ドイツ、イタリア

レアル・マドリードとFCバルセロナ

3 日本における「ダービー・マッチ」

Jリーグのダービー・マッチ

Bリーグにおける「三河対尾張」

四国アイランドリーグ plus

終章 プロスポーツ「地方展開」のさらなる可能性を探る

地方でのプロスポーツ振興策

プロ野球に新しいチームの参入はありうるか

おわりに

参考文献

はじめに プロスポーツの振興が地方を活性化する

地方の活性化には、スポーツの発展がもつとも有効な政策の一つである。堀・木田・薄井（2007）の指摘を待つまでもなく、人々がスポーツに興じること、他人の行うスポーツ競技を観戦すること、この二つの行為が地方の活性化に貢献する。スポーツに興じることが自己の健康促進につながるし、スポーツ観戦は自己の生活を充実させるのみならず、地域の人々の連帯感を高め、かつ、スポーツ施設の建設や観衆の集まりを通じて経済活性化に貢献するのである。さらにスポーツに関して重要な視点は、スポーツ用具やユニフォームに関連した産業の発展、スポーツ報道を行うマスメディアの活動なども経済の活性化

に貢献することである。

スポーツにはアマチュアとプロフェッショナルの二種類があるが、本書での主たる関心はプロである。扱うのは野球、サッカー、バスケットボール、アイスホッケーとする。

アマとプロを区別するもつともわかりやすい分岐点は、スポーツを行う人が報酬を受け取るか、それとも受け取らないかの差である。なお、プロであっても報酬だけで生活できる人もいれば、それだけでは不足するので他の労働をして稼がなければならぬ人もいる。このプロにおける格差についても、本書の中で指摘していく。

本書の主張は、プロスポーツを振興することがその地域の活性化に大いに貢献するとうものであるが、日本でプロスポーツを論じるときには重要な視点があることを述べておこう。

プロ野球に代表されるように、企業が球団のオーナーになり、球団は親企業の子会社として経営にあたるという一つの方式がある。一方、サッカーやバスケットボールに代表さ

れるように、親企業は存在せず、スポーツ会社を独自に作って経営にあたるという方式がある。ただし後者の方式であっても、企業はスポンサーとして資金の提供を行うことは可能である。もっともわかりやすい差は、前者の方式では企業名がチームの名称に冠されるが、後者の方式では地域名がチーム名に冠される。例を挙げれば、前者は読売ジャイアンツ、後者は浦和レッズである。この歴史的経緯と論点についても、本書で言及する。

地域でプロスポーツを振興させるに際して、スポーツの世界とは別に、基本的に重要な政策がある。それは、日本における東京一極集中をやめて、あらゆる活動を地方に分散させる政策の実行である。地方に人口を移せば、スポーツに興じる人の増加と、スポーツを観戦する人の増加が確実に期待できるのである。

一般論としての「東京一極集中」がなぜ日本にとって好ましくないかは、本書の序章で論じるが、ここでは地方分散化政策の要点を箇条書きにしておこう。

1 東京一極集中をやめて、地方の中核都市にある程度の政治・経済の集中を図り、集積

のメリットに期待する。しかし東京のような極端な集中は避け、全国の8〜10都市に、ある程度の分散を行う。

2 地方分散化政策の成否は、企業の本社、工場などの、東京からの移転の可否にかかっている。中央官庁の移転も同様に重要である。自・公政権は、東京から地方に本社機能に移した企業に法人税を優遇する策を採用している。これをもっと徹底して続行してほしい。さらに、東京に本社や工場を持っていけば、費用的に不利になるという状況を中央政府が政策として考えてもよい。さらに、企業が地方で土地を購入する際に、低価格で提供する策が非常に有効である。大学の地方移転ではこの策がよく用いられており、企業にも考えられてよい。

3 企業の移転には、従業員と家族の移住が伴わねば効果は半分にもならない。夫の単身赴任だけでは効果がないので、家族の住宅、学校、医療、買い物施設など、あらゆる生活面において、地方に移ることにためらいのないようにしたい。

具体的には、社宅の整備も一案だし、自宅購入においては東京圏よりもはるかに安価で済むことをもっと宣伝したい。教育においても、東京や大阪よりも地方（例えば東北

地方や北陸地方)のほうが子どもの学力は高い、という事実をもっと周知させたい。同時に、地方政府のさらなる教育政策の拡充にも期待したい。また、医療・介護など福祉への不安が都会人にとってはもつとも大きいかもしれないので、これに関しては、地方政府が医療・介護などの分野での拡充策をさらに積極的に行ってほしい。

4 都会人が地方に移住するときの不満は、刺激のある生活の欠如であるかもしれない。そのためにも、本書でこれから主張するように、地方でプロスポーツが今より活発になることが必要なのである。もともとスポーツに興味のある人は多いわけだから、地方でも、その受け皿を用意することには大きな意味がある。

スポーツのみならず、文化活動に興味のある人は、地方ではそれらに接する機会がなくなると思っているかもしれない。しかし、地方で人口が増加すれば、演劇やコンサートなどの興行主は地方でも公演する機会を確実に増加させるだろう。また、現代では音楽、オペラ、演劇などの公演を収録した映像を、ライブビューイングとしてこの地域でも鑑賞できる時代になっている。筆者は、ニューヨーク・メトロポリタン歌劇場の公演を、日本の映画館でライブビューイングによって楽しんでいるが、そこには、公演会

場では決して観^みられない歌手の表情までアップの映像で観ることができる。メリットもある。

スポーツ観戦や文化活動を地方では楽しめないという不満は、これからの時代はなくなっていくだろうと予想できる。また、そのような社会をつくっていかなければならない。