

〈1〉スポーツイベント開催に伴う宇都宮市民への社会効果の指標化と 行政評価への活用に関する研究

宇都宮共和大学 シティライフ学部 専任講師 渡邊 瑛季
市政研究センター 専門研究員 橋爪 孝介

要旨 本研究では、宇都宮市開催の自転車と3人制バスケットボールの国際的大会を念頭に、スポーツイベントの開催による社会効果を学術研究から抽出し、それを反映した指標を開発し、行政評価への活用に向けた政策提案を行う。文献研究の結果、指標化できる社会効果は大きく7分野にわたって存在することがわかった。ただし、これらの指標は住民の意識をもとにした定性的なものが多いため、業績指標として測定できるようにするためには、定量化すること、また行政評価に活用するためには、毎年取得可能な指標とすることが主な課題である。

キーワード：スポーツイベント、社会効果、指標、行政評価

1 はじめに

(1) 調査研究の背景と目的

宇都宮市（以下「本市」という）は、平成4年から自転車ロードレースの国内最高峰大会である「ジャパンカップサイクルロードレース」を主催し、また平成29年から3人制バスケットボールの世界大会である「FIBA 3×3ワールドツアー」を開催し、本市の魅力アップに努めている。

平成30年策定の第6次宇都宮市総合計画では、まちづくりの基本方向のひとつに、「魅力創造・交流の未来都市の実現」を掲げており、スポーツイベントの開催によって、都市ブランドの確立と更なる魅力の創出、また個性豊かな観光と交流の創出をめざしている。

本市では、これまでスポーツイベント開催による成果指標として、経済波及効果や来場者数など観光・経済的な側面を対象とした指標を設定し、行政評価で使用してきた。その一方で、経済面以外の効果を把握できる具体的な指標がない状況である。とくに、スポーツイベントの開催による本市市民¹や地域社会に対する社会的な効果を把握することと、社会的な効果を指標化したり、行政評価に活かしたりすることが課題となっている。

¹ 本研究での「住民」とは、スポーツイベントの開催地に居住する者を広く指す。宇都宮市民を指す場合は「本市市民」と記す。

本研究では、スポーツイベントの開催による本市市民への社会効果を反映した指標開発を行うとともに、行政評価への活用につなげる政策提案を行う。なお、本研究で提案する社会効果の指標やそれによる評価の活用想定となる対象は、本市開催の「ジャパンカップサイクルロードレース」と「FIBA 3×3ワールドツアー」の2つである。

(2) 研究の手順

本研究では、2章でスポーツイベントの効果に関する世界的な研究動向から、社会効果の定義を示したうえで、社会効果の把握の必要性や測定法を示す。3章では、多数の文献の渉猟によって、学術的に明らかにされている社会効果を、具体的に示しながら整理する。4章では、バスケットボールによるまちづくりに約30年取組み、その評価指標を設定し、事業計画などにも反映している秋田県能代市の事例を示す。以上から、5章において、スポーツイベントの開催による社会効果を示す指標を具体的に示すとともに、社会効果を指標化し行政評価に用いるうえでの方策と課題を提示する。

(3) 研究体制

本研究は、観光地理学、とくにスポーツツーリズムを専門とする宇都宮共和大学シティライフ学

部の渡邊瑛季専任講師と市政研究センターが共同で実施した。本文の執筆は渡邊（1～3章，5章，6章）と橋爪（4章）が分担した。

2 スポーツイベントの効果

(1) スポーツイベントの社会効果の定義

スポーツイベントの社会効果の定義については、学術的にさまざまな議論が展開されてきた(Taks 2013)ものの、効果そのものを把握することが困難なこともあって明確には定まっていない(Oshimi et al. 2016)のが実情である。

そもそも、スポーツイベントに限らず、イベントそのものによる効果に関する研究は、ツーリズム研究の分野で主に議論されてきた。世界的な観光学者であるHall (1992)は、ツーリズムの社会効果を、「ツーリズムや旅行の影響により、集団や個人の価値体系、行動パターン、コミュニティの構造、ライフスタイル、生活の質が変化すること」と定義しており、これは社会効果を議論する際によく引用されている。具体的には、昭和63年のカルガリー五輪によってカルガリーという都市の認知向上や観光客の増加などの効果を知覚した住民の割合を示した研究事例を引き合いに出し、スポーツイベントの開催による地域アイデンティティの強化を主張している。彼による定義の「ツーリズム」の中に、スポーツイベントも含まれる。

最近のスポーツイベントの効果に関する研究をみると、Oshimi et al. (2016)は、社会効果の定義を、「社会的、経済的、文化的、物質的・環境的な効果に対する住民の短期的な知覚」としている。この定義の特徴は社会効果の範疇に、経済や環境を含む点である。この定義から、山口ほか(2018)は、「短期的」である点が「効果」ならではの特徴と指摘した。この特徴とHall (1992)をふまえ、山口ほか(2018)は社会効果を「スポ

ーツイベントの開催を通じて、生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系が短期的に変化することの知覚」と定義した。この山口らによる定義は、国内外の多数の文献レビューをもとに慎重に検討されたスポーツイベントの社会効果の定義であり、最近の文献によく引用されており、信頼性が高いと本研究では判断する。

(2) スポーツイベントの開催によってもたらされる効果に関する世界的な考え方

スポーツイベントの開催によってもたらされる効果は、経済効果のみならず、社会効果、環境効果の3つから構成・評価されるという考え方が世界的な潮流である。これは「トリプルボトムライン²」と呼ばれている(Elkington 1997; Fredline et al. 2005)。経済効果とは、たとえば、スポーツイベントの開催による消費支出の増加やインフラの建設費増加などがあげられる。環境効果は、スポーツイベントの開催によって自然環境などの保全活動を誘発させたり、一方で自然環境を破壊したりする効果が例示される。社会効果は、詳細は3章で述べるが、たとえば開催都市へのイメージ向上や交通渋滞の増加などがある。これら3つの効果には、「ポジティブ」、「ネガティブ」の両側面があり、両側面から各効果を評価する必要性も主張されている(Fairley et al. 2011)。

トリプルボトムラインの考え方は、イベントの持続性(継続性)を最終的なねらいとしているため、ポジティブな経済・社会・環境の各効果を一体的に追求していくと、最終的にはスポーツイベ

² トリプルボトムライン(Triple Bottom Line; TBL, 3BL)とは、企業活動を財務パフォーマンスのみで評価するのではなく、経済・社会・環境の3つの側面から評価すべきであるという考え方である。持続可能な発展に関する社会的要請の高まりを受け、イギリスのサステナビリティ社の戦略コンサルタントのジョン＝エルキントンが平成9年に提唱した(Elkington 1997)。

ントの持続可能性の追求につながっていくと考えられている。換言すれば、スポーツイベントを継続的に開催していくことを最終的な目標とし、この達成のためには、ポジティブな経済・社会・環境の全効果を住民や開催地にもたらし、ネガティブな各効果を小さくしていくことが必要ということである。したがって、本市で社会効果を評価すること自体は重要ではあるが、経済効果や環境効果も合わせてスポーツイベントの持続可能性を考えていくことが世界的には必要とされている。

(3) スポーツイベントの社会効果の測定

上記の各定義からもわかるように、社会効果を知るために、スポーツイベントの開催地住民の知覚（認識）を測定することが多い。その際に、イベントの開催地の住民に対するアンケートがしばしば用いられる（たとえば Balduck et al. 2011；押見 2020）。この場合のメリットは、効果を容易に把握できること、生活の質について問いやすいこと、さまざまな集団をわけて調査することである。デメリットは、個人の価値観に影響されやすい点、その都度アンケートなどを実施する必要性が生じる点である（Fredline et al. 2005）。

一方で、客観的な効果を事前に設定して測定する観点もある。これは住民の知覚を測定する場合のメリットが、逆にデメリットになるとされる。Fredline et al. (2005) は両測定法を組み合わせ使用すべきとしている。

3 スポーツイベントの社会効果の例とその規定要因

(1) 社会効果の具体例

1) 社会効果の抽出

イベントが開催地にもたらした社会効果は、学術的には、2000 年代中頃からメガ・スポーツイ

ベント（五輪のような世界的なスポーツイベント）を対象に、その開催地の住民に対するアンケートを用いて調査する実証的な手法によって明らかにされてきた。日本では 2000 年代末になり、原田（2008）が、スポーツイベントによって開催都市にもたらされる効果を、経済的な効果だけでなく、住民が味わう祝祭的な気分や地域に対する誇りなどの住民の心理的所得など、多層的に検証すべきと指摘した。しかしながら、日本国内を対象地とした実証研究は依然として僅少であり、最近では押見・原田（2018）などに限られる。それゆえ、本節で示す社会効果の例の多くは、諸外国の都市の事例であり、本市には馴染まない効果もみられることに注意が必要である。

本研究では、スポーツイベントの社会効果を明らかにした世界中の文献を紹介している展望論文である山口ほか（2018）、Fredline et al. (2005)、Kersulić et al. (2020) を参照し、文献ごとにスポーツイベントの社会効果を示した（表 1～表 3）。その際、2 章で述べた「ポジティブ」、「ネガティブ」の各側面に分類した。表 1 と表 3 の「ポジティブ」、「ネガティブ」の分類は、出典とした文献の記述に従った。表 2 は筆者が「ポジティブ」、「ネガティブ」に分類し、いずれにも明確に分類できない場合は、「双方の性質、不明瞭」とした。

山口ほか（2018）は、文献データベースを用いて世界中の学術研究を参照し、スポーツイベントの社会効果を表 1 のようにあげている。ただし、参照している研究は諸外国を事例にしたものが中心であるため、たとえばネガティブに分類される「売春の増加」、「ツーリストと地元住民の衝突」のように、日本では発生しにくいと考えられる社会効果も提示されている。

ポジティブな社会効果としては、開催都市に関する効果、住民の感情や意識など心理的変化に関する効果、住民の行動変容に関する効果、他者へ

表1 山口ほか（2018）によるスポーツイベントの社会効果の具体例

側 面	具体的な効果
ポジティブ	・ 文化的発展 ・ 新しい機会や経験の獲得 ・ 興奮や快感情の獲得 ・ ソーシャルキャピタルの高まり ・ スポーツ参加率の上昇 ・ クオリティオブライフ（生活の質）の向上 ・ 社会凝集性の上昇 ・ 国際交流の増加 ・ 住民の意識変化 ・ 開催都市への認知やイメージ向上 ・ 異文化への興味増大 ・ サイキックインカム^注の獲得 ・ ホスピタリティ能力の向上 ・ スポーツへの興味向上 ・ 開催都市の安全性や信頼の向上 ・ 多様性の容認 ・ ボランティア活動への動機づけ ・ 文化の保護に対する動機づけ など
ネガティブ	・ 交通渋滞の増加 ・ ツーリストと地元住民の衝突 ・ 犯罪率上昇 ・ 売春の増加 など

注）サイキックインカムとは、スポーツイベントに参加したり運営に携わったりしていなくとも、得られる心理的な便益である。イベントに対する興奮、開催地域住民としてのプライド（誇り）、地域への愛着、ボランティア活動への動機づけ、住民の意識変化などがあげられる（Crompton 2004）。

山口ほか（2018）から作成

表2 Fredline et al.（2005）によるスポーツツーリズムイベントによる社会効果の具体例

側 面	具体的な効果
ポジティブ	・ イベントへのグッズやサービス提供を契約した地元企業の割合 ・ イベント中に能力の向上，社会的機会を得たり，他者への貢献をした地元ボランティア ・ イベントで雇用された者のうち住民の割合 ・ イベントへの地元の子どもの関わり（イベントのテーマに対する関心をもたせるなど）
ネガティブ	・ イベントやそれによる混雑に関連した犯罪件数 ・ 交通量もしくはそれをドル換算した時間的損失
双方の性質，不明瞭	・ 生活の質への影響に対する住民の認識 ・ イベントに参加した住民の割合 ・ 負の外部性を減らす努力（不必要な公共交通の提供など） ・ 新たな施設へのアクセス評価 ・ イベント中に地元住民に拒否された施設へのアクセス評価 ・ メディアへの露出の量と質

Fredline et al.（2005，p.8）から引用し筆者が3つの側面に分類し作成

表3 Kersulić et al.（2020）によるスポーツツーリズムイベントによる地域コミュニティへの社会文化効果

側 面	具体的な効果
ポジティブ	・ 社会的遺産や資本の形成 ・ 社会文化的な交流 ・ スポーツへの関心増加 ・ 心理的利益 ・ 教育や情報 ・ 地域への誇り ・ 政治的利益 ・ 社会的持続性
ネガティブ	・ 社会的混乱や衝突の発生 ・ 犯罪や文化への敵視の発生

Kersulić et al.（2020，p.7）から引用し加筆修正し作成

の寛容や容認に対する効果、人びとの結びつきの増大に関する効果などがみられる。ポジティブに分類される「文化的発展」は、たとえばサッカーワールドカップなど世界規模のスポーツイベントを開催したことで、文化としてスポーツが住民に浸透するといった効果である。「新しい機会や経験の獲得」、「異文化への興味増大」は、イベントの開催に伴った新たな経験が他の文化への興味促進につながる効果を表し、とくに国際スポーツイベントの開催に伴って生じる効果である（押見・原田 2018）。「ソーシャルキャピタル³の高まり」や「社会凝集性⁴の上昇」は、人びとの結びつきの増大を示している。「スポーツへの興味向上」、「スポーツ参加率の上昇」、「サイキックインカムの獲得」のように、スポーツイベント特有と考えられる社会効果もある。

Fredline et al. (2005) は、住民の知覚に基づく社会効果の中でも、定量化できる客観的な効果を示している（表2）。表1と異なるのは、スポーツイベントに関連するグッズやサービスを提供した地元企業の割合や、イベントで雇用された者のうち住民の割合、交通量を金額換算した時間的損失、メディアへの露出の量と質などやや経済的な効果と重なるとも捉えられる社会効果を提示している点である。また、イベントへの地元の子どもの関わりのように、教育的な効果もみられる。

Kersulić et al. (2020) は、令和元年12月までに公刊された「sport tourism event」、「impact」、「legacy」というキーワードを含む文献をWeb of Science Core Collectionという世界的な文献データベースで検索したところ、77の学術論文が認められ、このうち効果に関する記述を含む62の文献をレビューした結果、46の文献に社会文化効果が記載されていたとした。それ

を筆者がまとめたのが表3である。表1、表2と異なるのは、政治的な面への利益⁵、教育や情報といった効果がポジティブな側面として示された点である。

2) 小括

ここまでの文献調査から、スポーツイベントの開催によってその開催地の住民が知覚する社会効果を以下にまとめた。

ポジティブな社会効果としては、開催都市の認知・イメージ向上・愛着の増大、住民の感情や意識等の心理的变化、住民の行動変容、住民の新たな機会・経験・能力の獲得、他者や異文化への寛容や容認、交流・人びとの結びつき・一体感の増大、生活の質の向上、教育機会の形成、スポーツそのものへの関心や参加率増加、スポーツイベントへの商品・サービス提供や雇用機会の増加、社会的資本の形成の計11項目が認められた。

ネガティブな効果としては、混雑の増加やアクセスの困難化、売春など犯罪の増加、社会的混乱の発生の計3項目が認められた。

ポジティブ、ネガティブ双方の性質をもつ社会効果としては、メディアへの露出、生活の質、施設へのアクセスなどが認められた。メディアへの露出については、メディアでの報道内容が住民や開催地に良い話題であればポジティブな社会効果といえるだろうが、その逆であればネガティブな社会効果になろう。生活の質や施設へのアクセスについては、スポーツイベント開催によって生活の質や交通アクセスが向上する住民とそうではない住民が同時に存在しうることを意味する。

以上から、社会効果には「スポーツそのものへの関心や参加率増加」のように、スポーツイベント特有と考えられる効果もあるが、効果の多くはスポーツ特有とも限らず、観光イベントなどイベント全般に対しても当てはまる可能性がある。

³ 「ソーシャルキャピタル」とは、個人間のつながり（人的ネットワーク）やそこから生じる長期的なお互いの利益になるという関係性や信頼性の規範を意味する。

⁴ 「社会凝集性」とは、人びとの社会的な一体感を意味する。

⁵ 根拠となる文献が示されていないため、「政治的利益」が具体的にどのような利益であるかを追究することはできなかった。

(2) 社会効果の規定要因

社会効果はどのような要因で決まるのだろうか。

カナダの心理学者 Bandura (1971) は、人間は直接の経験からだけでなく、他者を見まねることで学習するという「社会学習理論」を提唱した。この理論では、人間の行動を規定する要因として、先行要因、結果要因、認知的要因の3つがあげられている。このうち、先行要因と結果要因の2つがスポーツイベントの社会効果を規定している(山口ほか 2018)(表4)。先行要因は、行動を起こす前の条件であり、表4で示した各要因を住民がもともと有していると、何らかの社会効果をもたらすという考えである。結果要因は、行動の結果から学習したものであり、これは社会効果が生じた結果、表4で示した各要因を住民が有するようになるという考えである。たとえば、スポーツイベントによって社会効果が生じ、その社会効果によってイベントに対してポジティブな口コミを住民が述べるようになると、次の開催やイベントへの支持が得やすくなることにつながる。

以上は、スポーツイベント開催前と開催後とをわけて、社会効果をとらえる必要性を示している。

表4 社会効果をもたらす先行要因と社会効果から生じた結果要因

分 類	要因の内容
【先行要因】 …行動を 起こす前の 条件	・他の参加者との一体感 ・イベントが果たす社会的責任への意識 ・イベント・競技への関与 ・イベントでの体験や観戦で喚起される快感情 ・地域への愛着・関与 ・環境意識の高さ など
【結果要因】 …行動の 結果から 学習した もの	・イベントに対するポジティブな口コミ ・イベント開催地域のポジティブな口コミ ・次回大会への参加意図 ・次回大会の開催支持 ・イベントスポンサーの商品の使用・購買意図 ・イベントへの支持・サポート ・クオリティオブライフ(生活の質)

山口ほか(2018)から作成

4 社会効果の指標を行政評価に活用する自治体—秋田県能代市

(1) バスケットの街づくり事業の経緯

能代市は体操、野球、バレーボールなどで著名な選手を輩出してきたスポーツのまちであり、市内に所在した秋田県立能代工業高等学校(現・秋田県立能代科学技術高等学校、以下「能代工」という)は、バスケットボール(以下「バスケット」という)の全国大会(インターハイ、国体、全国高校選抜(ウインターカップ))で延べ58回も優勝した強豪校として知られる。

能代工の活躍による能代市の知名度の向上と国のふるさと創生事業を契機に、能代市は平成元年度にバスケットの街づくり事業に着手した。この事業によりバスケットのゴール、バスケットに関する壁画、モニュメントが官民によって主に中心市街地に多数設置された(図1)。また、この事業では、能代市総合体育館や能代山本スポーツリゾートセンター「アリス」の建設などの施設整備、ミニバス交流大会の開催等によるバスケットの普及・底辺拡大の取組が行われ、平成15年度からは「新バスケットの街のしろ推進計画」(以下「旧計画」という)を策定して事業が展開されてきた。

その結果、バスケット人口の底辺拡大と能代市がバスケットの街であることの認知が高まった。一方で、市民協働の活性化や商業振興などの地域活力の強化には十分に活かしきれなかったこと、またバスケットの街であるという市民意識が能代工の試合成績に左右されやすいことが課題になった。

そこで、能代市は平成23年に民間の委員30人から構成された「能代市バスケットの街づくり推進会議」を設置して新計画の策定に取り組んだ。この時策定された「能代市バスケットの街づくり推進計画」(以下「現計画」という)は、平成24年度から10年間の計画で、「バスケットでみんなが元気になれる街」をまちづくりのビジョンに掲げ、その

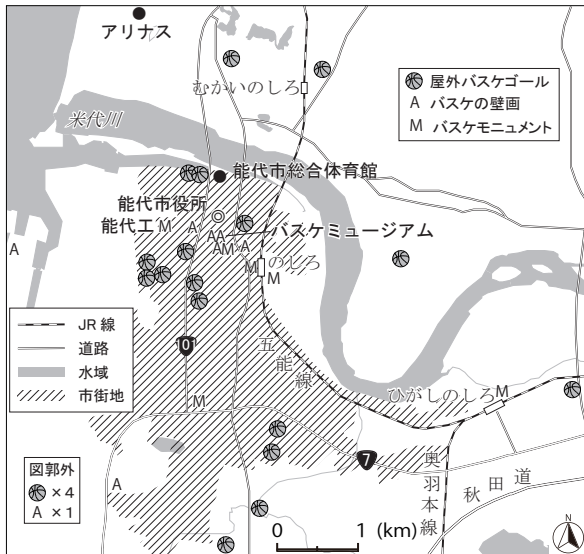


図1 「バスケットの街 能代」を示す物の分布(令和3年)
能代市資料, 現地調査から作成

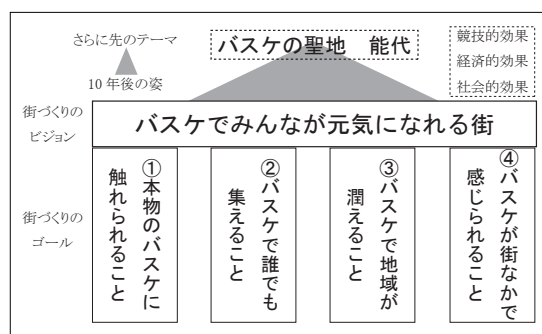


図2 バスケットの街づくり推進計画の体系図

注) 街づくりのゴールの丸数字は, 表6のゴール1～4に対応する。
能代市バスケットの街づくり推進計画から作成

ゴールを4つ設定した(図2)。「バスケットの街づくり」とは, 能代市民が「バスケットの街」に誇りを感じ, まちづくりに積極的に関わる市民が多くおり, バスケットの接点(イベント, 施設, 物品, モニュメントなど)が多く存在することを意味している。「街づくり」とうたっているのは, バスケットがまちづくりの手段となる有力な地域資源としてとらえられたためである(岩月 2019)。そのうえで「バスケットの街」をつくるために, 競技的效果(競技力・競技の魅力向上の視点), 経済的效果(地域活力の視点), 社会的効果(市民文化の視点)の3つの効果を設定した。このうち, 社会的効果は, ま

ちの魅力向上やまちづくりの担い手の増加を中心に, バスケットを利用してどのようにまちづくりをするかという視点によるものである。現計画期間にあたる平成24年に計画やまちづくりの推進拠点となる「能代バスケットミュージアム」が開館した。令和2年に旧施設の床面積の約3倍となる現在の施設に移転した。

(2) 旧計画検証の目安となる指標

現計画の策定にあたり, 競技力向上・地域活力・市民文化の3つの視点から旧計画の検証が行われ, その際に使用された「目安となる指標」を表5に示した。このうち, 市民文化の視点が社会的効果に相当し, 指標8～10の3つの指標が用いられた。指標8はプロリーグの観客数, 指標9は能代カップという全国の中学・高校の選抜チームの大会ボランティア参加者数, 指標10は市民意識調査の結果に基づくバスケットの街を他に誇れると思う能代市民の割合であり, これら3つの指標を評価に使用していた。検証の結果, 市民文化の視点は「市民や来訪者がバスケットに親しみ楽しめるように」, 「バスケットの街」として能代らしさがあり能代市民が誇りに思えるように」の2つを考慮して現計画の策定に反映された。

表5 旧計画の検証の目安となった指標

番号	指標	単位	視点
1	スポーツ少年団におけるミニバスケットボール団体数・団員数	団体・人	競技力向上
2	中学校部活動でバスケットボール部のある学校数・部員数	校・人	
3	ミニバスケットボール指導者数	人	
4	能代市内でのバスケットボール競技の大会・参加チーム数(総体・新人戦等公式戦を除く)	チーム	地域活力
5	能代カップ高校選抜バスケットボール大会の観客数(3日間)	人	
6	アリナスにおけるバスケットボール合宿の団体数・延べ日数・人数	団体・日・人	
7	「バスケットの街」に係る能代市内の商標登録数	件	市民文化
8	プロバスケットボールリーグ等開催時の観客数	人	
9	能代カップの一般ボランティア参加者数	人	
10	バスケットの街を他に誇れると思う市民の割合	%	

能代市バスケットの街づくり推進計画から作成

(3) 現計画における評価指標

現計画では、本章1節で示した4つの街づくりのゴールの到達度を測定する目安として「街づくりの総合指標」を設定し、「街づくりの指標」を候補として例示している。指標の数値目標は所管課の企画部市民活力推進課とバスケの街づくりのアドバイザーである慶應義塾大学SFC研究所の岩月基洋氏との協議を経て制定された。

1) 街づくりの総合指標

現計画の策定段階では、4つのゴールや取組に対して指標の設定が検討されたものの、指標に関する活動自体が行われなければ数値が測定できないため、最初に「街づくりの総合指標」が設定された。具体的には「バスケを楽しめる環境があると思う市民の割合」、「バスケの街を他に誇れると思う市民の割合」、「バスケの街づくりに関わりたいと思う市民の割合」の3つを採用した。これらの総合指標は旧計画の骨子から導いている。各指標は順番に認知度、地域愛着度、関与度を測定する。これらは総合計画の市民意識調査で年1回把握し、「思う」、「やや思う」、「どちらともいえない」、「やや思わない」、「思わない」の5段階から選ぶ。この3つの総合指標と本章1節で示した4つの街づくりのゴールは対応している。

総合指標は市民意識調査から得るため、把握は容易であるものの、市民の感覚に依拠している。市民の感覚は能代工の対戦成績の影響に左右されやすく、またいずれの指標値も長期的には漸減傾向にあることが課題となっている。

2) 街づくりの指標

街づくりの指標にも能代市バスケの街づくり推進委員会の委員による評価検証実施のため、数値で測定可能なKPI（重要業績評価指標）の考え方を導入した（岩月 2019）。街づくりの指標は現計画にあげられたものと、事務局が想定したものがあ計20指標ある（表6）。実際に測定している指標もあるが、半数の指標は測定対象の定義

表6 「街づくりの指標」の候補例

指標	単位	ゴール	測定
市民チャレンジ事業の認定事業数	件	1~4	○
市民チャレンジ事業の応募・認定事業数	件		○
バスケの街づくり関連の認定事業数	件		×
能代カップの観客数（3日間）	人	1	○
秋田ノーザンハビネッツホームゲーム能代開催の観客数（1日あたり）	人		○
展示できるバスケ資料の数	点		○
バスケミュージアム来館者数	人	1, 2	○
秋田ノーザンハビネッツ・イベント参加者数	人	1	×
バスケ関連イベント参加者数	人	2, 4	×
バスケの大会参加者数	人	2	×
バスケのボランティアに関わる人の数	人		×
バスケ関連のイベント数	回		×
バスケミュージアムのホームページ・アクセス数（1日平均）	件	3	○
バスケ合宿（アリナス）団体数・延べ日数・訪問人数	団体・日・人		×
バスケ関連の商品数	個		×
バスケ関連の売上げ	円	3, 4	×
バスケの街のロゴ使用の登録件数	件		○
街なかで目にするバスケに関連するものの数（トレンド指標として）	箇所		○
地元紙でバスケ関係が取り上げられた記事の数（トレンド指標として）	回	4	×
バスケの商品を取り扱う店舗数	軒		×

注)「測定」の○は測定中、×は未測定を示す。
能代市資料から作成

が未設定のため、測定できていない状況である。

(4) 能代市の事例からの示唆

現計画では、3つの総合指標に対して4つのゴールが複数ついている構成である。たとえば、「バスケの街を他に誇れると思うか」という総合指標は地域愛着度を測定し、これはゴール1, 2, 4から構成される。しかしながら、ゴール1は「本物のバスケに触れられること」という競技的效果の視点である。それゆえ、能代市の場合は、社会的効果が単独で測られているのではなく、競技的效果や経済的效果とも重なっている。

また、街づくりの総合指標は市民意識調査で把握し、5段階評価を用いている。さらに街づくりの指標は表6のように市職員が把握しやすい数値である。この点は本市でも参考とすべきである。

5 政策提案

(1) 社会効果の指標例の提案

表7に示した指標は、3章で得られた結果を基にした筆者による提案である。①～⑦の分類は押見（2017；2020）による東京五輪を想定した調査結果を参考としている。表7はあくまで指標例を示したもので、7つの分類をすべて網羅するように指標を設定することを勧めるものではない。たとえば本市の市民意識調査では、スポーツイベント分野で多数の質問項目を設定することはでき

ないため、表7から本市の実態や政策目標に即す指標をいくつか選択・設定していくことが今後の課題になる。表7の④「地域（本市あるいは開催地区）に対して愛着や誇りをもつようになった」はたとえば「本市が自転車愛好家から非常に注目されていることを知り、市民として誇らしく感じた」のように設定することができる。

2章の3節で述べたように、社会効果は住民の知覚（認識）を測定のベースとする。したがって、市民意識調査などで質問文や回答する際の選択肢や尺度（5段階評価など）は、本市市民や評価す

表7 スポーツイベント開催に伴う本市市民への社会効果の指標例

分 類	社会効果の指標例
①イメージ・認知度向上	・地域（本市あるいは開催地区）の認知度やイメージが向上した ・本市やスポーツイベントがメディアでもよく取り上げられるようになった
②多様性への理解	・自分とは異なる文化あるいはそうした背景をもつ人を認めるようになった
③新たな機会の獲得	・スポーツイベントに何らかの形でかかわるようになった ・国際交流をする機会が増加した ・これまで知らなかった人とのつながりができたり、多様な人とふれあったりするようになった ・スポーツイベントに関連する商品やサービスを買ったり販売したりするようになった ・スポーツイベントを契機に新たな機会・経験・能力を獲得した ・スポーツイベントの開催時に会場やその周辺に行くようになった ・スポーツイベントで本市市民が雇用された割合
④地域での一体感向上 地域での会話促進	・本市市民同士の一体感が増大した ・地域（本市あるいは開催地区）に対して愛着や誇りをもつようになった ・本市市民同士などで会話する機会が増えた ・子どもなどに自転車や3x3を通じて教育する機会が増えた
⑤快感情の獲得	・スポーツイベントを通じて興奮したり愉快になったりする感情が湧いた ・自らの生活の質が向上した
⑥社会資本の構築促進	・子どもにスポーツイベントやそのスポーツに対して関わらせる機会が増えた ・イベント中またイベント後にボランティア活動や他者や地域への貢献機会が増えた ・地域の文化を守ったり発展させたりしようという意識が高まった
⑦スポーツへの興味促進	・スポーツ自体への関心が増加した ・スポーツへの参加頻度が増加した

注）押見（2017；2020）は、スポーツイベントの社会効果を測定するための尺度を、令和3年東京五輪の開催地住民へのアンケートとそれを複数のスポーツマネジメントの専門家による検証に基づいて開発している。これによれば、ポジティブな効果として①経済活動の促進、②イメージ・認知度向上、③多様性への理解・新たな機会の獲得、④地域での一体感向上、⑤快感情の獲得、⑥社会資本の構築促進、⑦地域での会話促進、⑧スポーツへの興味促進の8つが因子として示されている。

押見（2017；2020）と3章を基に筆者作成

る本市職員が理解しやすい設定とする。

(2) 指標設定と行政評価のあり方

表7で示した指標例は、学術研究から導き出されたものであり、社会効果そのものが住民の知覚を基にすることが多く、定性的な表現になっている。そのため、業績指標として測定できるようにする（定量的な指標にする）ことが課題になる。たとえば、「地域への愛着や誇りが増大した市民の割合」、「3×3がどんな競技か知っている市民の割合」のようにする。定量的な指標が提示されている表2も参考にされたい。また、評価を毎年度実施していくうえでは、経年変化がわかるような指標（たとえば、メディアでの報道時間数やイベントに関わるボランティアの数など）を設定する。それとともに、本市ですでに保有しているデータと関連するように設定していくことも求められる。

6 おわりに

本研究では、スポーツイベントの社会効果に関する文献レビューから、社会効果の指標化を試み、また行政評価への活用の視点を示した。今後は、指標を実際に施策へ活用していくにあたり、尺度の設定（たとえば5段階評価など）が課題となる。尺度は学術研究上でも開発途上である（山口ほか2018）。イベントの規模（Taks 2013）、指標の内容重複（1つの効果が経済、社会、環境など複数の側面を含む）、調査の時期（イベント開催前・中・後）、回答のしやすさなどを考慮し、本市市民に予備調査を行うなどして適切な尺度を設定したい。

本研究の遂行にあたっては、先進地の秋田県能代市企画部市民活力推進課にご協力いただきました。末筆ながら心より御礼申し上げます。

主要参考文献

- 岩月基洋, 2019, 「常勝によってつくられた「バスケの街」を支えるまちづくり—秋田県能代市の事例」松橋崇史・高岡敦史編著『スポーツまちづくりの教科書』青弓社, 58-74
- 押見大地, 2017, 「スポーツイベントにおける包括的社会効果尺度の開発」『笹川スポーツ研究助成研究成果報告書』51-57.
- 押見大地・原田宗彦, 2018, 「スポーツイベントが開催地域および地域住民にもたらす社会心理的インパクト」『フットボールの科学』12(1), 20-30
- 押見大地, 2020, 「メガスポーツイベントによる社会効果：東京2020オリンピック・パラリンピックにおける検証」『スポーツマネジメント研究』（早期公開）
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjsm/advpub/0/advpub_2020-001/_pdf (2021年2月9日取得)
- 原田宗彦, 2008, 「メガ・スポーツイベントと経済効果—数字に潜む問題点—」『都市問題研究』60(11), 80-94
- 山口志郎・押見大地・福原崇之, 2018, 「スポーツイベントが開催地域にもたらす効果」『体育学研究』63(1), 13-32
- Balduck, A. L., Maes, M., and Buelens, M. 2011, “The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents’ pre-and post-event perceptions”, *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113.
- Bandura, A. 1971, “*Social learning theory*”, New York: General Learning Press.
- Crompton, J. L. 2004, “Beyond economic impact: An alternative rationale for the public subsidy of major league sports facilities”, *Journal of Sport Management*, 18(1): 40-58.
- Elkington, J. 1997, “*Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*”, Stony Creek, CT: New Society Publishers.
- Fredline, L., Raybould, M., Jago, L. and Deery, M. 2005, “Triple bottom line event evaluation: A proposed framework for holistic event evaluation”, Allen J. Ed. “*Proceedings of International Event Research Conference Held in Sydney July 2005*”, Australian Centre for Event Management University of Technology, Sydney, Lindfield, NSW, 2-15.
- Hall, C. M. 1992, “*Hallmark tourism events: Impacts, management and planning*”, London: Belhaven Press.
- Kersulić, A., Perić, M. and Wise, N. 2020, “Assessing and Considering the Wider Impacts of Sport-Tourism Events: A Research Agenda Review of Sustainability and Strategic Planning Elements”, *Sustainability*, 12(4473), 1-18.
- Oshimi, D., Harada, M. and Fukuhara, T. 2016, “Residents’ perceptions on the social impacts of an international sport event: Applying panel data design and a moderating variable”, *Journal of Convention & event tourism*, 17(4), 294-317.
- Taks, M. 2013, “Social sustainability of non-mega sport events in a global world”. *European Journal for Sport and Society*, 10(2), 121-141.