

概念・定義

●「スポーツコミッション」

一般的にスポーツ振興と地域振興を結びつけた活動の推進組織、あるいはその取組。

スポーツ庁は「スポーツコミッション」を「地方自治体、スポーツ団体・企業（スポーツ産業、観光産業）等が一体となり、「する」「観る」「支える（育てる）」スポーツや、スポーツを観光資源としたツーリズム等による地域活性化に取り組む組織」と説明しています。また、各地域のスポーツコミッションでは、各地域の重点的な取組課題を反映して、独自の理念やスポーツコミッション像をつくりあげています。

スポーツツーリズム とは

スポーツを資源として観光需要を喚起しようという観光振興の取組

スポーツコミッション とは

スポーツを通じて都市再生、産業活性化、交流促進、コミュニティ再生など地域の課題解決をめざす地域振興の取組

▲▲両者の趣旨は異なりますが、取組の実態は大きく重なります▲▲

国のスポーツコミッション関連政策

●スポーツ立国戦略

文部科学省は、平成22年8月に「スポーツ立国戦略－スポーツコミュニティ・コッポン」を策定しました。スポーツ立国戦略では、スポーツへの関わり方には、「する」「観る」「支える（育てる）」といった多様性があることを重視しており、地域においても連携・協働の推進によって、このような多様な関わり方の機会を確保していくことを求めています。また、重点戦略「世界で競い合うトップアスリートの育成・強化」の中に「国際競技大会の招致・開催支援、スポーツ・ツーリズムの促進」を掲げ、これによりスポーツ振興と地域活性化を図るとしています。

基本的な考え方

1. 人（する人、観る人、支える（育てる）人）の重視
2. 連携・協働の推進

重点戦略

1. ライフステージに応じたスポーツ機会の創造
2. 世界で競い合うトップアスリートの育成・強化
3. スポーツ界の連携・協働による「好循環」の創出
4. スポーツ界における透明性や公平・公正性の向上
5. 社会全体でスポーツを支える基盤の整備



(出典：スポーツ庁「地域スポーツコミッションへの活動支援」)

国内のスポーツコミッションの地域動向

●スポーツコミッションの普及の経過と今後

スポーツコミッションは、1980年代頃から欧米で普及し、日本国内では、平成19年（2007年）に関西経済同友会がスポーツコミッション設立に関する提言を行いました。公的な立場からの提言はこれが最初といわれています。「スポーツコミッション」を冠した国内の戦略的な取組は大都市から始まりましたが、スポーツコミッションの概念の周知、国の支援策の開始、普及推進組織による普及活動等により、広域圏や中小都市・町村等にも広がっています。

今後は平成32年（2020年）の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を控え、大会推進本部は、参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図る自治体を募集し、ホストタウンとしての登録を進めており、登録件数は金沢市を含め、平成28年（2016年）12月時点で138件（186団体）となっています。この取組を契機として各地にスポーツコミッションが普及していく可能性もあります。

持続的に取組を進めていくためには、東京オリンピック・パラリンピック競技大会のような好機をいかしつつも、それだけでなく、中長期的な視点から地域の将来像に見合う戦略を描いていくことが重要となります。

スポーツコミッション推進計画

スポーツコミッション推進計画づくり



各種調査関連

調査1 スポーツ施設調査

- 自治体のスポーツ資源環境を把握
- 国社公体育施設調査（統計局）からの優位性

調査2 宿泊、観光資源調査

- 自治体内の大会開催受入としての宿泊施設の状況やニーズを把握
- 交流促進資源としての観光施設資源の状況を把握

調査3 スポーツ大会、スポーツイベント調査

- 自治体内のスポーツ関連大会等の動向を把握

調査4 地域競技団体調査

- 地域の団体を調査し、組織・人材・選手などの状況を把握する

調査5 地域関連団体調査

- 産業活性・交流促進に関わる地域内の関連団体のニーズを把握する

推進計画づくり

優位性のある競技把握

運営の方針としての組織内容

受入や競技等人材育成内容

コミッションの方針及び基本的な構想

事業イメージ（方針）

受入誘致PR

観光・スポーツ等連携した事業

競技人材育成及び強化事業

スポーツコミッション推進計画

SRCの特徴

- SRCでは本事業について国内のスポーツ関連団体として(公財)笹川スポーツ財団の支援を受けることが可能です。※ただし、案件ごと交渉
- (一財)日本スポーツコミッションの支援を受けることが可能です。