

## 令和6年度「IRビジネスセミナー」(第2回)

### 講師講演要旨

- 講演：「スポーツツーリズム等を通じた、大阪・関西のIRビジネスの促進について」
- 講師：相原 正道 氏（大阪経済大学人間科学部 教授）

本日はスポーツツーリズム等を通じた、大阪関西のIRビジネスの促進についてということでスポーツの過程からお話します。

まず大阪の現状、日本の現状のことを話し、その後にスポーツツーリズム、世界の現状を話しながら、最後に大阪では、どのような体制がいいのかということをお話します。

現状についてですが、大阪は万博が2025年にあって、2030年秋頃にはIRが来るという、成長戦略を描き続けられるというのが、日本の中では他にはないところであり、世界でも稀なチャンスです。

スポーツは、市場としてそれなりに大きくなっており、世界市場で73兆円あって、半導体や再生可能エネルギー、スマートフォンなどに比べても見劣りしないところにあります。その後の成長率も2033年には129兆円になるぐらいのところにあります。

そこで、日本のスポーツ市場について、少し古いデータですが、プロ野球が1200億円、Jリーグが845億円であり、NFLアメリカンフットボールの9300億円、MLBの7000億円、プレミアリーグの3250億円と比べると大きく差があります。まだまだ伸びるだろうと考えていただけるか、この程度のものだろうと思うかで、いろんな見方が変わってきます。

日本は伸びてないとはいえ、2020年7兆円だったものを2025年には15.2兆円まで伸ばそうとして頑張ってきています。

このようにスポーツ界は今、世界的に市場の数字が伸びており日本もそれなりに頑張っています。

ここからはスポーツの箱物行政をどうしていくべきか、いろんな例を使ってお話できればと思います。

東京オリンピックで作った新国立競技場ですが、経費を抑えるつもりが結局、毎年6億円の赤字を出しながら、企業に運営を任せている状態になっています。

本当は、世界で唯一日本だけができる技術を用いて建築し、それを世界に売り出す、それをひとつの輸出産業にしていこうという発想のもとに考えていました。

長崎では長崎スタジアムシティを、民間の投資だけで1,000億円かけて作ります。ここはスタジアムだけではなくてオフィス、ホテル、ショッピングモール、アリーナまで併設されています。

みんなが交流できるような空間を作っていこうというのが考え方で、遊技施設もありながら、保育所といった施設なども含めて、世界的な最先端のボールパークというよりも、まちづくりに近いような発想で行っています。

年間の売上予定は1130億円で、25年から30年かけて投資回収する計画になっており、最先端の施設で、長崎の観光資源としてもいいものになると思います。

今までは、行政が主導して作ってきたものを、最近は民間主導であったり、官民が一緒になって経営するなど、どういったものにするのがいいのか、地域の経済活性化といった視点も含めて、考えていくという発想が出てきました。

施設を作るにあたって、費用対効果ということを考えるあまり、税金で賄うこととなってしまったケースもあります。安ければいいだろうとなってしまっていますが、そうではなくて、長期的に見て、最後に儲かるようにするためには投資対効果を考えていかななくてはならない。今の日本もやっとここに追いついてきて、いろんな例が出てきています。

一つ大きな例としては、北海道のFビレッジ。日本ハムファイターズが官民連携で進めていて、今や年間350万人の人が訪れ、経済効果が523億円。いろいろなトレンドとなっていて、土地の値段の上昇率は日本でナンバーワン。北海道の経済活性化にもつながっていますし、官民連携のひとつのモデルケースとなった大きな例だと思います。

民間発想で、儲からないとダメだという発想でやれば、お金をかけて、いくらでも変えていくことができます。

アメリカでの開発例ですが、NFLのクリーブランドブラウンズが、ドーム型の新スタジアムを3,500億円で計画しています。官民連携により、長崎スタジアムシティの3.5倍の規模です。大阪や東京などと違って、地方都市規模での計画ですが、これだけ費用をかけています。

横浜を見てみますと、旧市庁舎と周辺の開発ですね。スタジアムだけでなく、いろいろなビルなども開発しながら、ライブイベントができるようなものも建てて、まちを活性化していこうという発想です。観光地としても活性化させて、まちを賑やかにしていこうというのが横浜市とDeNAベイスターズのねらいでもあります。そこに、不動産会社やホテル会社も一体となって、まちおこしをしながら、先ほどの投資対効果というのを考えている一つの例かなと思います。

集客効果だけではなく、環境効果とか教育効果、社会効果、経済効果もあり、全部をまち全体で進めることによって、費用の回収もでき、不動産価値も上がっていきます。

行政にとっても、不動産価値が上がるということは、所得がある人が住むことになります。所得の高い方がいると不動産価値も落ちないですし、税収も入ることから、行政にとってもプラス。みんなにとってウィンウィンという発想。短期的に見るのではなくて、長期的に見てどうなのかが大事だと思います。

オリンピックに関連したもので、わかりやすいのがロンドン。ロンドンオリンピックを誘致した理由は、開発が遅れている東部地区を一気に開発し、いろいろな方が来て活性化し、みんなにとって幸せなまちを作ろうという考えのもとで進めていました。

ロンドンのオリンピックの発想で考えたときに、うめきた2期は完璧にこれに近いです。理想形の都市計画は、エリアマネジメントという言葉ですが、スポーツのまちづくりにも、この発想ができるかどうか。住民にとって何が必要なのかということが、ポイントだと思います。

次にラスベガスの話をさせていただきます。カジノのまちというイメージがあると思うのですが、今やスポーツのまちになっています。アメリカの4大スポーツが集まっていて、近いところにボールパーク等を作っています。

スフィアという最新鋭のアリーナも設置され、サーカスもミュージカルもショービジネスもすごかったですが、それだけではなくて、エンターテインメントを推し進めています。ラスベガスは今までカジノのまちと言われていたのが変わってきています。

エンターテインメントという点から少しテーマパークの話をしてします。テーマパークも皆さんのお金をお小遣いからどうやって出してもらえるかというのが勝負なので、スポーツと一緒にライバル関係にあると思っています。日本も当然テーマパーク産業が伸びていますが、アジアに目を向けますと、全体所得が向上し、日本にディズニーができたときと変わらないくらいになっています。実際に各国にテーマパーク建設の計画が動いていまして、この分野も大きく投資されています。

次にアクセス面ですが、ラスベガスではVEGAS LOOPというものを建設中であり、空港から15分で結ぼうとしています。ストレスがかからないと言われていた時間が、大体20分と言われており、一番いい距離感です。

もう一ついい点としては迷わないこと。観光などで初めて行く場合、乗れば目的地に着くということは、ものすごく楽で利便性が高いです。

今回の大阪IRも、輸送システムがガラッと変わります。

なにわ筋線が南海の新今宮から延長されて関西空港から梅田がつながります。これで空港とのアクセスも改良されて縦のラインが変わってくるので、ものすごく期待しています。

また、空飛ぶ自動車。今回、万博で運行できないとはいえ、五つ星ホテルなどの高いビルでは、必ずヘリポートを作ります。つまり、空飛ぶ自動車はもう大阪の空を飛びまくることになると思います。

やはり大阪がすごいなと思うのは、今のアクセスの中で一番足りないところ、あまり何もなかった大阪の西側、夢洲を今、開発しています。

ここを開発しても、住んでいる方がいないため、いろいろな実験がしやすいです。AI、IT系は、特に進めやすいと思いますし、隣の舞洲に数多くあるスポーツ施設も使いながら、いろい

るなイノベーションが起こせる可能性があり、注目も浴びていくのではないかなと思います。

大阪のスポーツを通じた開発では、長居公園があります。セレッソ大阪も関わって長居公園を何とかしようということで、今進めているところで、アーバンスポーツもありますし、桜カフェもできましたし、植物園や歴史博物館など、いろいろな施設等もあり、憩いの場にもなっていると思います。

こういった開発では、集客効果ももちろんですが、どうやって効果を最大化していくのかというところに話を持っていかなくてはいけないかと思っています。

効果の最大化ということを考えたときに、まち中を見せるのは大事なことで、ラスベガスがスポーツのまちになった理由の一つは、F1を開催したことです。

ラスベガスの一番の通りであるストリップを使っています。経済効果も大きく、スポンサーがついて、始まる前から黒字であり、カナダやメキシコの2倍儲かっています。

もう一つの例としてシンガポールですね。

やはり、さっきのIRも含めて、なぜ、F1を開催しているのかというと、要はシティプロモーションなんです。シンガポールに来てくださいねって言っているのが本当のねらいです。

この発想で、大阪も頑張ってくれていますが、何と言っても大好きなのが、キャッスルトライアスロン。大阪城のトライアスロンを皆さんご存知ですか。城はどこにでもあります。ヨーロッパにもたくさんあり実施されている。このようなスポーツは、水の都大阪にはぴったりではないかと思っています。

シンガポールのように、大阪も、大阪らしいものを大きくしていけたら、新しい大阪の名物になるのではないかと考えています。

スポーツのプロモーションの話ですが、スポーツだけのことしか考えていなかったら、おそらく失敗します。肝心なことはスポーツだけではなくエンターテイメントという発想も含めて考えていかないといけない。

大阪では、大阪観光局がスポーツエンターテイメントシティとしての考え方をしっかり持ちながら行っているので賛成しています。

スポーツプロモーションの一番モデルとなるところは、ロサンゼルスです。

イベント実施の組織体制が日本とは違います。単なるイベントを誘致して、運営するだけのスポーツコミッションではありません。

ロサンゼルスオリンピックが終わった後、彼らは、スポーツイベントの組織体制を考え、それを毎年実行しています。

まず、スポーツ評議会というのを作って、南カリフォルニア全体のスポーツイベント招致のためにはどうするのがいいのかということを考えています。世界的なイベントを実施していくため

には、観客を呼ぶための専門家がいないとダメです。

また、ロサンゼルス・スポーツ・エンターテインメント・コミッションというのも作って、スポーツだけではなく、それ以外のもの、交通なども含めて、みんなで考え、どうやってエンターテインメントとして、自分たちのロサンゼルスが儲かるかを考えて、毎年レポートを出して、効果の程度をみんなに広めています。

最後にロサンゼルス観光・コンベンション、これが一番、大阪観光局などスポーツコミッションとかに当たるかなと思います。

スポーツプロモーションで日本に人を迎え入れたあとは、これまでやってきたことと同じことを、いつも通りやれば良いと思います。パレードやイベントを開催して、事故もなにも起こらないというのは、日本だけだと思います。それぐらい警備体制がしっかりしていて、住民もルールを守ってくれることを世界が認めていますから、日本でイベントを開催するチャンスです。

スポーツコミッションではなく、ロサンゼルスの形を大阪でどう体系化できるかというのは、一つの結論かなと思います。大阪には残念ながら、このような組織が抜けています。大阪だけでなく、日本中が抜けています。この辺をうまく取り入れていけば、まだまだ大阪は、スポーツエンターテインメントシティとしてのポテンシャルが高い都市です。

産官学で何かを作っていくのは口だけではなくて、このような組織をきちんと作らないといけません。2030年まで強気のロードマップが作れる都市は、まずないのでチャンスです。

もう一つ、スポーツ界と行政だけで進めていないということが大事です。いろいろなコンサルですとか、不動産、鉄道会社、教育関係者にも入ってもらって、みんなにとって何がいいのかという話、また、次世代に赤字を残してどうするのかという話をしなくてはなりません。しっかりと運営のノウハウも持ったうえで、考えていかないと投資対効果は起こりません。赤字になるだけですよと言っておきたいと思います。

大阪のポテンシャルは間違いなく最高のところにあると思いますので、この成長の機会を逃がさないで、皆さんでビッグチャンスに変えてほしいと思っています。

ご清聴ありがとうございました。