

松江スポーツコミッション基本計画

令和7年2月

松江市地域スポーツコミッション設立準備委員会

目次

1. 設立目的	1
2. 現状と課題	2
(1) 松江市の現状.....	2
(2) 松江市の課題.....	2
(3) 考察.....	3
3. 活動方針	4
(1) スポーツコミッションの機能.....	4
(2) 松江市の特徴を活かした取組内容の検討.....	6
(3) 4つの取組の内容.....	7
4. 組織体制	11
(1) 運営組織のあり方.....	11
(2) 会議体・事務局.....	12
(3) 構成団体.....	12
5. 事業計画及び収支計画	13

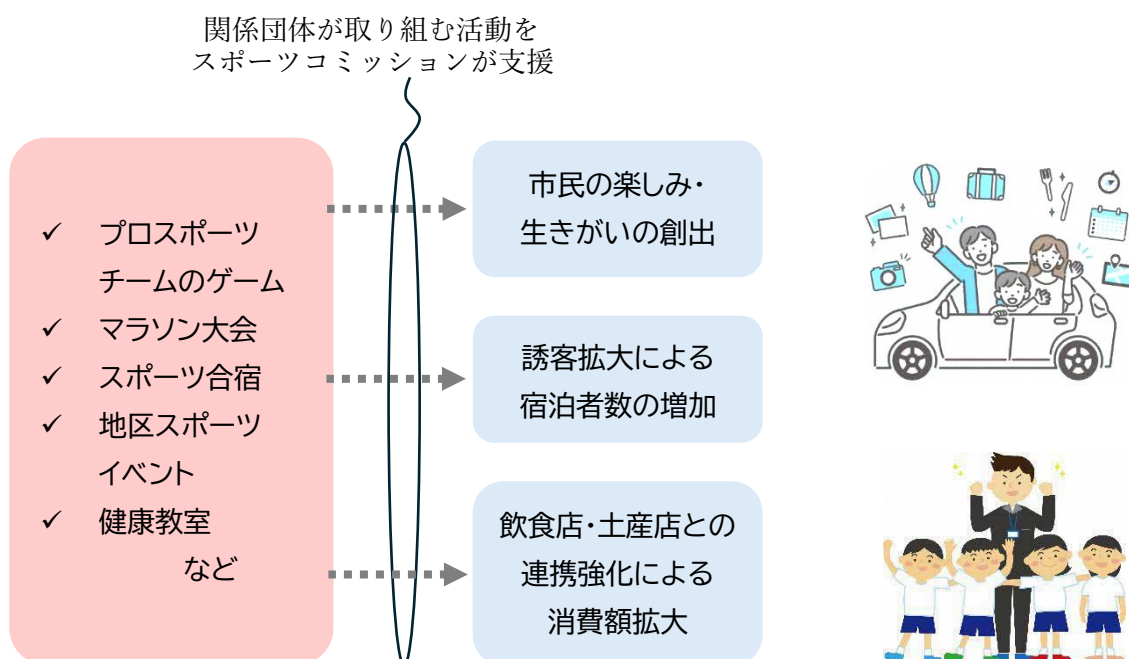
1. 設立目的

スポーツによって地域にもたらされる効果には、「する」「みる」「ささえる」という関わりによって市民の楽しみや健康、まちへの愛着につながるという社会的効果や、大会や合宿に参加する選手や観客の宿泊・飲食・買い物などの消費行動による経済的効果などがあります。

これらの効果を地域に幅広く波及させるためには、スポーツ団体・民間事業者・経済団体・行政など様々な団体が連携し、それぞれの強みを生かして効果的に取り組んでいく必要があります。

そこで、「松江スポーツコミッション」を設立し、関係団体の連携を促進し、スポーツによる地域活性化・まちづくりを目指す取組を支援することで、スポーツによって松江市にもたらされる効果の最大化を目指します。

<社会的・経済的効果向上のイメージ(一例)>



2. 現状と課題

(1) 松江市の現状

① スポーツイベントの参加者数と宿泊者数

松江市内の主なスポーツ大会は、毎年開催されるものは市主催で国宝松江城マラソン、まつえレディースハーフマラソン、民間主催のマラソン大会等があり、競技団体主催・主管の大会は年によって競技、開催回数、規模が異なります。

昨年度までのアンケート調査結果

- ✓ 参加型スポーツ大会は、観戦型スポーツ大会と比較して宿泊率が高い
- ✓ 宿泊する県外居住者の消費額は、宿泊する県内居住者の消費額より2万円多い
- ✓ 年代が上がるごとに消費額が大きく、また遠方からの参加者ほど消費額が大きい
- ✓ 観戦型スポーツ大会の事例として、島根スサノオマジックの直近シーズンは、チームの活躍を受け観戦者数が大きく増加
- ✓ 観戦型スポーツ大会は複数人数で参加する観戦者の割合が高く、10名以上の団体で観戦するケースもある

② スポーツ合宿の数と宿泊者数

コロナ禍前は、年間の合宿件数約20件、延べ宿泊者数約3,000人で推移していたところ、コロナ禍で大きく落ち込み、回復していません。

③ 観光客数

本市における観光入込客数と宿泊者数は、冬季（1月、2月、12月）、梅雨時期（6月、7月）及び9月に落ち込むことが分かっています。

(2) 松江市の課題

① 参加型スポーツ大会の課題

本市で過去に開催された大会の運営においては、次の状況が続いています。

- ・ 大会主催者である競技団体は、大会を運営するために必要な人員の確保さえも難しい
- ・ 参加者を観光・飲食などの消費行動につなげる取組まで至っていない
- ・ 競技団体には参加者を消費行動につなげるノウハウがない
 - ➔ 競技団体と事業者との連携が必要

大会誘致は、誘致活動のための仕組みが十分ではありませんでした。

- ・ 大会誘致を効率的に行うための宿泊・交通・飲食・宿泊等の情報が整備されていない
- ・ 市民によるおもてなし、ボランティア制度など市民参加の仕組みが整っていない
- ・ 訪れた選手と市民が交流する場がない
 - ➔ 情報集約と市民参加の仕組みにより、大会そのものの魅力向上や認知度向上が必要

② 観戦型スポーツ大会の課題

市民がスポーツに触れる社会的効果に寄与しているという点では観戦型スポーツ大会が果たす役割は大きく、ホームゲームの応援やファン活動は大変な盛り上がりを見せています。島根サノオマジックのホームゲームは、シビックプライドの醸成にも効果があり、本市の重要なスポーツ資源と言えます。

試合中に松江市らしいおもてなしをする、試合前後に市内で観光や飲食をしてもらえるよう交通の便を整えるなどの仕掛けを通じて、観戦者の満足度を上げ、また応援に来たいと思ってもらえることが重要です。

③ スポーツ合宿の課題

合宿においては、宿泊施設で主体的に合宿の誘致に取り組まれた事例もありましたが、スポーツ大会や市民利用のため施設の確保が難しく、合宿者のニーズに十分応えられないという実態があり、効果的な誘致成果につなげることができませんでした。

継続してスポーツ合宿を誘致するためには、合宿希望団体に対して、宿泊施設、スポーツ施設、滞在を楽しむ情報、補助金情報などをワンストップサービスで提供することが必要です。

(3) 考察

これらのことから、スポーツの大会や合宿と観光を連携させる活動を基盤とし、さらにスポーツを通じて新たな来訪者を増やす活動に取り組み、これらの相乗効果によって社会的・経済的効果を高めるためには、各団体が個別に取り組むのではなく、関係団体が取組内容に応じて連携することが必要だと考えられます。

特に、観光閑散期の誘客の強化の手段のひとつとして、新たなスポーツ大会誘致やスポーツイベントの新設、合宿誘致に取り組むことが望ましいと考えられます。

市民のメリットとしては、大会や合宿で松江市を訪れる選手に、スポーツ指導や講演をしてもらうことができれば、今までスポーツに親しんでこなかった市民も含め、スポーツを通じて市民の生活の質を向上できる可能性もあります（ウェルビーイングの向上）。

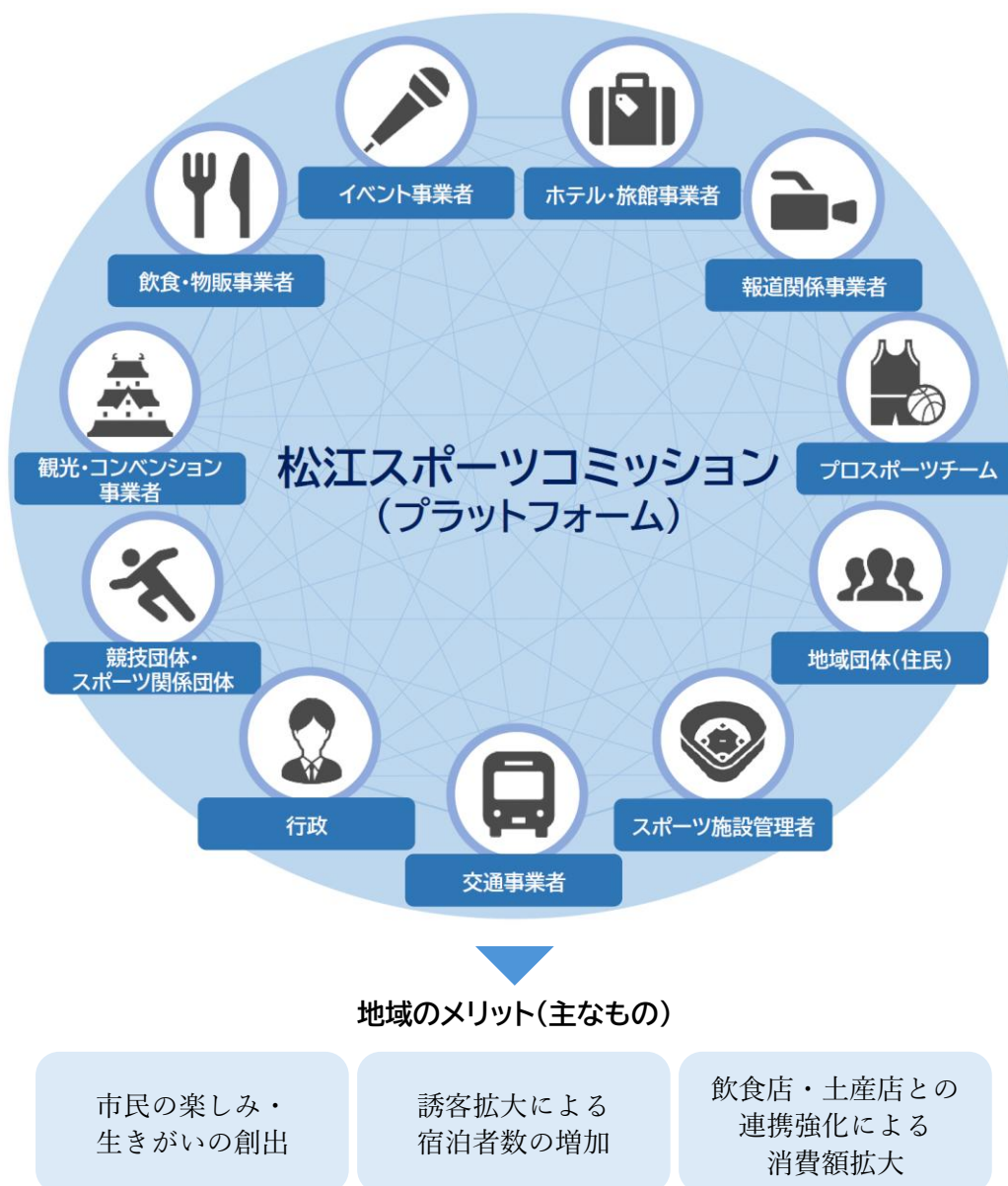
3. 活動方針

(1) スポーツコミッションの機能

「2. 現状と課題」から、スポーツコミッションに必要な最大の機能は“関係団体・住民を連携させる**基盤(プラットフォーム)**”であると言えます。スポーツコミッションは、松江市の特徴を活かしながら 関係団体や住民が活動できるよう**後押し**します。

プラットフォームによる効果のイメージ

スポーツコミッションが**基盤(プラットフォーム)**となり、関係団体間の連携を促進する媒体の役割を果たすことで、地域に様々なメリットをもたらす。



構成団体の役割とメリット(例)

構成団体	スポーツコミッションにおける役割	各団体のメリット	今後期待される取組
イベント事業者	✓ 大会・合宿開催支援	・参加者の増加 ・受注機会の増加	・新規スポーツイベントの企画・開催
飲食・物販事業者	✓ 地元製品のPR	・利用客の増加 ・売上の増加	・会場での特産品販売 ・大会と連動したサービス・PR実施 ・各店舗での歓迎
観光・コンベンション事業者	✓ 大会の誘致 ✓ 観光プラン提案	・利用客の増加	・スポーツ大会参加者向け観光プランの作成・PR
競技団体・スポーツ関係団体	✓ 大会・合宿の誘致 大会の運営	・参加者の満足度の向上 ・大会運営の負担の軽減 ・競技の認知度向上・普及	・持ち回り以外の大会の積極的な誘致 ・アンケート協力（参加者・主催者）
行政	✓ スポーツ施策の推進 ✓ 関係者の支援	・市の知名度向上 ・関係人口の増加 ・市民の満足度の向上	・スポーツコミッションの活動支援（人的・財政的） ・スポーツコミッション事業のPR（市報・SNS等掲載、効果の分析）
交通事業者	✓ 選手の移動手段確保	・利用客の増加	・エクスカージョン・観光の提案・受入
スポーツ施設管理者	✓ 施設の利便性向上	・施設利活用の促進	・大規模大会・合宿の受入
地域団体（住民）	✓ スポーツへの関心向上 ✓ 大会開催の支援	・住民の楽しみ・生きがいの創出 ・地域の賑わいの創出	・大会への積極的な関与（する・みる・ささえる） ・地域で開催するイベントの企画・PR ・スポーツボランティア（登録・協力）
プロスポーツチーム	✓ 興行開催 地域貢献	・観戦者の増加 ・市全体での応援機運の醸成	・住民交流事業の活性化 ・地元企業との連携強化 ・スポンサー企業のマッチング
報道関係事業者	✓ 事前報道・情報発信	・報道・情報発信機会の増加	・スポーツコミッション事業の取材・報道
ホテル・旅館事業者	✓ 選手の宿泊受入	・スポーツ施設と連携した新たな宿泊客の獲得 ・宿泊者数の増加	・大規模大会時の配宿協力 ・合宿向け宿泊プランの販売 ・自家用バスによる会場への送迎

(2) 松江市の特徴を活かした取組内容の検討

プラットフォームとしてのスポーツコミッションの取組を検討するにあたり、SWOT 分析を行いました。分析結果を踏まえ、松江市らしい取組内容を検討していきます。

松江市におけるスポーツを軸とした SWOT 分析

【強み(Strength)】	【弱み(Weakness)】
<ul style="list-style-type: none"> ・ 松江市総合体育館、鹿島総合体育館、松江総合運動公園など複数の施設 ・ Bリーグ 島根スサノオマジックの活躍 ・ ウォーターアクティビティができる湖、海辺等の自然環境 ・ 団体を受け入れられるホテル・旅館 ・ ほどよい人口と公共交通網 ・ 姉妹都市協定：兵庫県宝塚市・石川県珠洲市・広島県尾道市・愛知県丹羽郡大口町 ・ 茶道、和菓子、和紙、陶芸など、文化体験メニューが豊富 ・ 実業団の選手等が出場する「まつえレディースハーフマラソン」や城下町の風情を感じる「国宝松江城マラソン」等のマラソン文化 ・ 世界で活躍するプロテニスプレイヤー錦織圭選手の出身地 	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ合宿用の宿泊施設の少なさ ・ 一部のスポーツ施設の老朽化 ・ 市営スポーツ施設の機能不足 ・ 大会・合宿の誘致・支援施策が希薄 ・ スポーツ施設と宿泊施設、観光地を結ぶ公共交通が少なく、PR も不足 ・ 県外から松江市への高額な交通費 ・ 市民のスポーツ実施率が全国平均以下、スポーツへの親しみが希薄（松江市 41.3%、全国 52.0%（2023 年）） ・ JFL に参加していたサッカーチーム「FC 神楽しまね」の解散
【機会(Opportunity)】	【脅威(Threat)】
<ul style="list-style-type: none"> ・ 2030 年島根かみあり国スポ・全スポ開催 ・ スポーツ志向、健康志向の高まり ・ スポーツ庁による関連施策の推進 ・ 島根県への観光注目度の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊ニーズの低迷 ・ 都市間競争 ・ 夏の酷暑化によるスポーツ環境、実施時間帯の制限

(3) 4つの取組の内容

これまでの取組経緯や SWOT 分析を通じ、プラットフォームとして必要な取組は、「企画・調整」、「観光連携」、「情報集約・発信」、「大会・合宿の誘致・開催支援」と考えられます。松江市の強みや機会を活かし、弱みや脅威への対応を検討します。

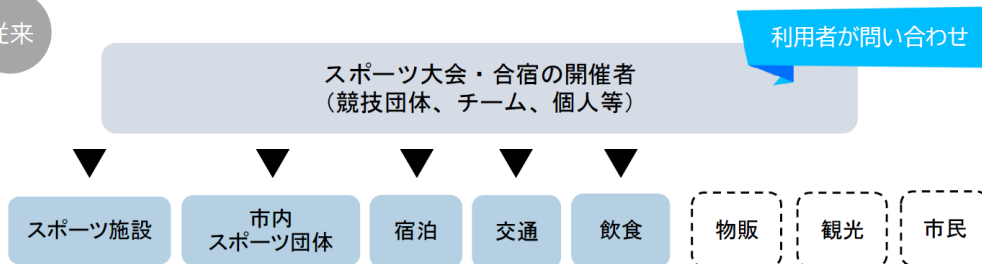
全ての取組を当初から行うことは困難なため、年次的に取組を拡大し、成長・発展していく組織を目指します。活動の基盤となる「観光連携」機能は、令和7年度の本格実施を目標とし、既に市内で開催されているスポーツイベントの参加者・観戦者を観光・飲食などの消費行動やリピート（再訪）につなげる活動に取り組みます。

取組	具体的内容	想定される構成団体
企画・調整	<p>スポーツに関連した交流を生み出し、新たなアイデアを引き出します。そこで出たアイデアの実現を支援するため、マッチング、情報提供、専門家紹介などを行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 「交流ミーティング」の企画運営 ✓ マーケティング調査(事例調査、全国会議参加、アンケート調査・分析等) ✓ マッチング支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ すべての団体
情報集約・発信	<p>スポーツ大会、合宿、イベント等に関する情報、それらの前後に効率的に利用できる飲食店・物販店・宿泊・交通の情報を集約し、発信します。市民が活用・利用したくなる情報も盛り込みます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 大会、イベントの開催情報集約 ✓ スポーツ施設の予約情報集約 ✓ 選手と交流できる場の情報 ✓ 以上の情報を HP、SNS 等で発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ すべての団体
観光連携	<p>市内観光関係業者と連携し、スポーツイベント参加者が市内の観光や活動を楽しむことができる媒体を作成し配布します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ スポーツイベント参加者向け観光施設クーポン、スポーツ施設から利用しやすい飲食店・公共交通の紹介マップ作成 ✓ 大会会場で和菓子と抹茶のおもてなし、文化体験提供などの企画 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベント事業者 ✓ 飲食・物販事業者 ✓ 観光・コンベンション事業者 ✓ 競技団体・スポーツ関係団体 ✓ 行政 ✓ 交通事業者 ✓ スポーツ施設管理者 ✓ プロスポーツチーム ✓ ホテル・旅館事業者
大会・合宿の誘致・開催支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 競技団体・大学・実業団チーム等への誘致活動支援 ✓ スポーツ施設・交通・飲食・宿泊等のワンストップ手配の枠組み調整支援 ✓ ボランティア組織による運営支援の枠組み調整支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベント事業者 ✓ 飲食・物販事業者 ✓ 競技団体・スポーツ関係団体 ✓ 行政 ✓ 交通事業者 ✓ スポーツ施設管理者 ✓ 地域団体（住民） ✓ 報道関係事業者 ✓ ホテル・旅館事業者

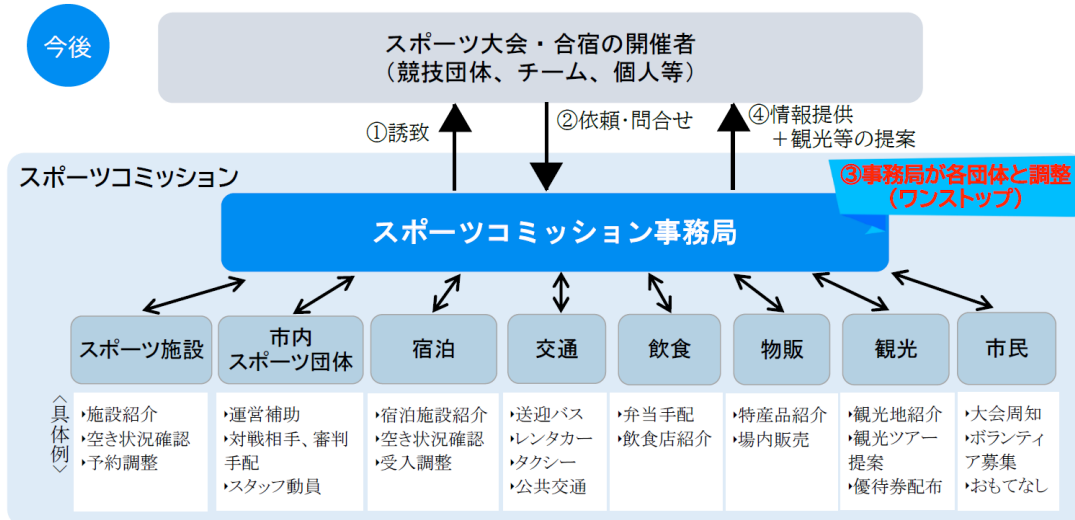
活動のイメージ図

大会・合宿の誘致・開催支援(ワンストップ窓口機能)のイメージ

従来



今後



大会・合宿の開催者の希望に応じて、会場や交通・宿泊・飲食などの情報提供や調整を一元的に行う。また、物販や観光の調整・紹介などをスポーツコミッション側から提案し、来訪者の満足度向上と市内にもたらす効果の最大化を図る。

見込まれる効果

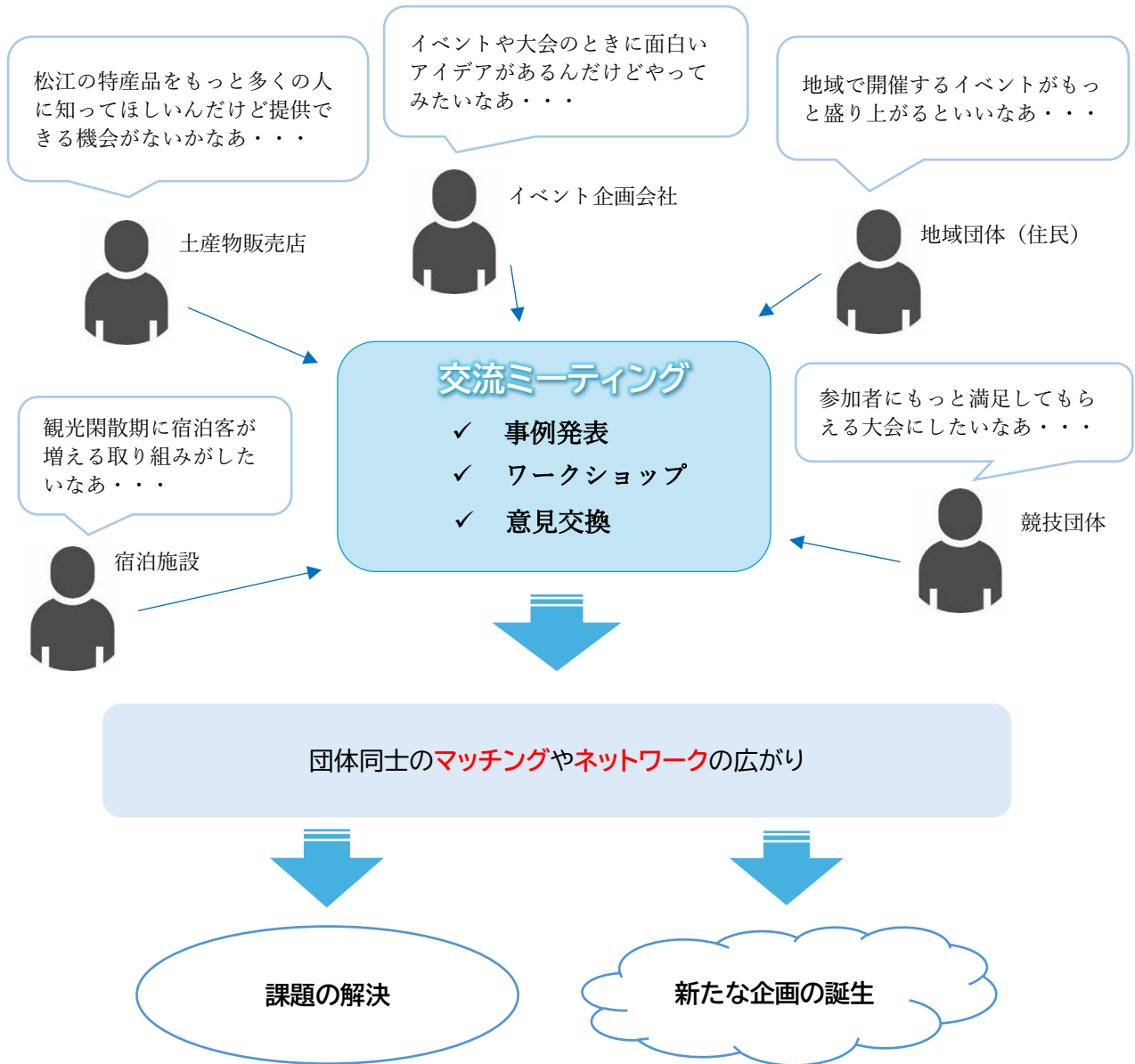
■ 開催者のメリット

- ✓ 大会・合宿の準備・運営の負荷軽減
- ✓ 大会・合宿の成果向上（参加者の満足度向上、来場者増加等）

■ 松江市（地域）のメリット

- ✓ スポーツイベントの開催件数の増加
 - ・ 松江市への来訪者の増加
 - ・ 市民がスポーツに触れる(する・みる・ささえる)機会の増加、スポーツ機運の醸成
 - ・ スポーツによる都市認知度（存在感）の向上
- ✓ 宿泊・飲食や観光の消費による地域経済の活性化

交流ミーティングのイメージ



交流ミーティングの特徴

- ✓ 構成団体に限らず、個人でも団体でも自由に参加できる。
- ✓ 内容は、スポーツの「する」「みる」「ささえる」に関するアイデア発表や活動報告などを行い、自由に意見交換をする。発言はせず、“まずは聞いてみる、見てみる”という参加者も歓迎する。
- ✓ 単発参加、毎回参加など、参加回数も自由。
- ✓ アイデアや活動に対して、必要があれば構成団体が連携しながら支援する。

参考事例:

●おかやまスポーツプロモーション研究会(SPOC 研究会)

「おかやまスポーツプロモーション研究会」(SPOC 研究会)は、スポーツを生かした地域活性化・まちづくりを目的として、2014年に設立され、毎月開催されています。



取組の目的: SPOC 研究会は、岡山市を中心に産・官・学・金・言・スポーツの各分野の関係者が集い、スポーツを活用した地域活性化「スポーツまちづくり」を目指しています。特に、スポーツイベントやスポーツツーリズムを通じて地域の魅力を発信し、観光客の誘致や地域住民の健康促進を図ることを目的としています。



手法: 定例会を毎月開催し、参加者が持っている知識や情報を共有する場を提供しています。「来る者拒まず」のスタンスで、普段は異なるフィールドで活動する人々が集い、事例発表やワークショップ形式での議論と、毎回必ず開催する懇親会を通じて、参加者同士のネットワーク形成を促すプラットフォームになっています。SPOC 研究会自体は予算を持たずボランティアで運営されており、研究会をきっかけに生まれたアイデアの事業展開は、各組織が主体的に行っています。

効果: この取組により、地域内でのスポーツイベントの開催や観光振興が促進され、地域経済への貢献が期待されています。また、参加者同士のネットワーク形成や情報共有が進むことで、地域全体のスポーツ振興に対する意識も高まっています。さらに、地域住民や企業との連携を強化し、新しいビジネスモデルや地域活性化策を提案する役割も果たしています。具体的な成果として、地元商店街と連携したスポーツイベント開催時のクーポンマップの配布や、「おかやま障害者スポーツ支援協議会」の創設、Jリーグ・ファジアーノ岡山のホームゲーム時の渋滞緩和プロジェクトなどの取組が関係する組織によって行われています。

●おかやまスポーツプロモーション機構(SPOC 機構)

SPOC 研究会や既存の組織では実施できないスポーツまちづくり事業を具体的・継続的に展開していくため、地域スポーツコミッション組織として「おかやまスポーツプロモーション機構」(SPOC 機構)が2018年に設立されました。参加組織が「知恵も汗も出す」という SPOC 研究会の精神を受け継ぎ、スポーツイベント・合宿の誘致やプロスポーツチームと連携した地域活性化事業などに取り組んでいます。

(参考文献: 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,2019)

4. 組織体制

(1) 運営組織のあり方

① 担うべき組織

スポーツコミッションの運営の中心となる事務局については、行政が担う場合と民間組織が担う場合が想定されます。

一般的に、行政では数年ごとに異動があるため、スポーツコミッション運営に係るノウハウを蓄積することは困難ですが、民間組織等が運営主体となる場合、既に有するノウハウやネットワークを活かしてスムーズに事業展開できると考えられます。

事業展開のための意思決定についても、行政は議会承認等の手続きが多数ありますが、民間組織等は意思決定手続きが比較的単純、柔軟であり、スピーディに進められます。

また、民間組織等では予算の獲得と運用を複数年にわたって計画できるため、組織の持続可能性を考えやすくなります。

運営組織別の特徴比較

運営組織 (事務局担当)	民間事業者 との連携	ノウハウの活 用と蓄積	意思決定と 予算執行の 機動性	公共性	組織の持続 可能性
自治体	△	△	△	◎	△
民間組織	◎	◎	◎	△	◎

特に、次のいずれかの特徴をもつ民間組織がスポーツコミッションの運営に向いていると考えられます。

- ✓ 大会・イベント等の企画・運営実績がある（スポーツに限定しない）
- ✓ 観光関連事業、まちづくり事業の実績がある
- ✓ 地域のスポーツコミュニティに精通するスポーツクラブやスポーツ協会などの団体
- ✓ スポーツコミッション専任の職員を配置できる

② 設立後 2 年間の方針

民間組織を中心とする運営を始めるにあたっては、スポーツコミッションの具体的活動内容に即した体制や、人材、財源の確保などの課題があり、現時点では、運営主体となる民間組織を特定することができないことから、設立当初の 2 年間（令和 7 年度、8 年度）は、松江市が事務局を担う任意団体として活動し、自立可能な事業計画等について検討し、令和 9 年度に既存の民間組織等に事務局を移行することを目指します。

(2) 会議体・事務局

スポーツコミッションが任意団体として活動する間、運営に係る会議体として、総会及び幹事会を置き、それぞれ次のような事項について審議します。

会議体・事務局	構成員	構成員の所属	審議事項・その他
総会	・会長 ・副会長（会長補佐、職務代理） ・監事（会計その他事務の監査） ・その他委員	・構成団体の代表者	✓ 規約の制定・改廃 ✓ 事業計画・予算 ✓ 事業報告・決算 ✓ その他運営に関し重要な事項
幹事会	・幹事長 ・その他幹事	・構成団体の事業担当責任者 ・学識経験者	✓ 事業計画案・予算案の作成 ✓ 各事業の推進に関すること ✓ 交流ミーティングの主宰 ✓ その他円滑かつ効率的に運営するために必要な事項
事務局	・事務局長 ・事務局員	・松江市スポーツ課（設立後2年間）	✓ コミッションの事務の処理

設立3年目以降の組織体制については、運営主体（事務局）の民間組織等への移行にあわせて、構成団体と協議の上、総会において決定します。

(3) 構成団体

構成団体とは、スポーツコミッションの機能を活用しながら、総会に参加し、スポーツコミッションの意思決定も行う団体を指します。スポーツ団体、観光関連団体、経済団体、宿泊団体など、スポーツコミッションのプラットフォーム機能を活用することで、本業にもメリットがある団体を想定しています。

5. 事業計画及び収支計画

以上を踏まえ、スポーツコミッションの事業計画を次のとおりとします。

設立後2年間（令和7～8年度）は、松江市が事務局を担い、最小限の体制でプラットフォームとしての役割の基礎的な取組みを実施します。令和9年度以降は、事務局を民間組織に移管し、当該組織の専門分野を中心に、取組を拡充します。

取組	項目	年度別取組内容			
		(設立準備)	1年目	2年目	3年目以降
		(令和6年度)	令和7年度	令和8年度	令和9年度～
企画・調整	総務	○事業計画、規約作成 ○設立総会開催	○新組織体制検討、移行準備 ○運営委員会の開催		○事務局移管(令和9年度) ○運営委員会の開催
	ネットワーキング	○交流ミーティングの企画	○定期的な交流ミーティングの開催		【継続】
	マーケティング	○実証実験(松江城マラソン参加者アンケート)	○アンケート調査、分析		
					+α (構成団体の協議により追加可能)
情報集約・発信	大会、イベント情報の発信		○ホームページ制作、公開 ○SNSによる情報発信		【継続】
					+α (構成団体の協議により追加可能)
観光連携	観光連携事業	○実証実験(松江城マラソン観光クーポン配付)	○クーポン、チラシ、看板等作成・配布・設置		【継続】
	スポーツツーリズム		○旅行会社との協議開始		
					+α (構成団体の協議により追加可能)
大会・合宿の誘致・開催支援	大会誘致、開催支援		○ワンストップ窓口検討		【継続】
	合宿誘致		○合宿誘致活動開始		
	ボランティア登録制度		○ボランティア登録制度受付開始		
					+α (構成団体の協議により追加可能)
概算経費 (事務局人件費を除く)		—	●●千円	●●千円	(構成団体の協議により 今後検討)
財源		—	市補助金 (一般財源)		
組織形態		(設立前)	任意団体		(構成団体の協議により 今後検討)
事務局		(松江市)	松江市		