



大阪ブランド戦略

スポーツ文化が花開く大阪

～存在感を増す大阪のスポーツ～

大阪ブランドコミッティ
スポーツパネル

目次

I	ブランド資源としての背景	1
1	ハングリー精神	1
2	東京に負けたらあかん！	1
3	「なせばなる」のド根性	2
4	進取の気概	2
II	大阪ブランドとしての人材、実績	3
1	野球王国	3
2	野球以外のプロスポーツ	4
3	アマチュアスポーツ	5
4	大阪が舞台のイベント	6
5	スポーツ産業・企業	7
6	大阪の主なスポーツ施設	8
III	ブランド資源のアピール	10
1	スポーツを生かしたまちづくり	10
2	イベントへの参加と保護	10
3	横のつながり	11
	スポーツパネル構成メンバー	12
	【参考】大阪ブランド戦略について	13

I. ブランド資源としての背景

1. ハングリー精神

商いのまち大阪、くだおれのまち大阪。気さくで人情味あふれる庶民のまち大阪は、多くの有名選手を生み、スポーツ産業が大きく発展した「スポーツのまち」でもある。

大阪といえば、まず思い浮かぶのが「なにわ商人」。その身上は、転んでもただでは起きない「がめつき」と「したたかさ」である。勝つか負けるか、食うか食われるか。日々そんな勝負を繰り返すスポーツの世界で生き残るために、「ハングリー精神」は欠かすことができない。伝統的ななにわ商人の気質は、スポーツの世界にも求められる大事な要素だったのだ。

「大阪」「スポーツ」「ハングリー」という三つのキーワードから連想されるものに、プロボクシングがある。闘争心をむき出しにし、飢えた野獣を思わせる鋭い眼光。元世界バンタム王者の辰吉丈一郎選手、無敗のまま世界チャンピオンを目指している期待のホープ、亀田弘毅選手ら大阪にゆかりのある代表的なボクサーには「ハングリー」という言葉がピッタリだ。

プロ野球では、かつて大阪球場を本拠地にしていた南海ホークスの「親分」こと鶴岡一人監督が「グラウンドにはゼニが落ちている」という名ゼリフで選手のモチベーションを高め、黄金時代を築いた。「一生懸命に練習していいプレーをすれば給料も上がる」という意味だが、「お金」といわず「ゼニ」といったところがミソ。これほど大阪人の感性にぴたりとあって、わかりやすい殺し文句はないだろう。



南海ホークスの鶴岡一人監督(左)と野村克也捕手(産経新聞社提供)

2. 東京に負けたらあかん！

プロ野球は長らく、関西に阪神タイガース、南海ホークス、近鉄バファローズ、阪急ブレーブスと4球団がひしめき合う時代が続いた。大阪人にとって南海の強さは自慢の一つだったが、セ・リーグの阪神は4球団の中でも格段の人気を誇った。厳密にいうと、阪神の本拠地は兵庫県西宮市の甲子園球場なので、純粋な大阪のチームではない。しかし、在阪メディアの豊富な情報量にも表れているように、阪神は大阪人にとって、なくてはならない存在になっている。

その背景にあるのは、東京に対する強烈な対抗意識だ。南海がいくら強かったといっても、真剣勝負で巨人と対戦できるのは日本シリーズだけだった。阪神－巨人戦が「伝統の一戦」と呼ばれるのは、両球団がそろって老舗球団であることに加え、ペナントレースでの東西対決として大阪人の興奮度を高めるという大きな特徴があるからだ。

関ヶ原の合戦で豊臣方が徳川家康に敗れて以来、江戸つまり東京への反骨心は、大阪人のDNAにしっかりと刻みこまれ、現在も脈々と生き続けている。その強烈な対抗意識を最大限に発散できるのがスポーツ、特にプロ野球だった。

3. 「なせばなる」のド根性

もうけてなんぼ、勝ってなんぼ。もうけるためなら、勝つためならどんな苦しいことにも耐えるのが大阪人。大阪には「努力と根性」という泥臭さが不思議と似合う。将棋の阪田三吉ではないが、大阪人は勝負にもとことんこだわる。子供がけんかして帰ってきたとき、「なんで負けて帰ってくんねん。どつき返してくるまで家に入れたれへんで！」というおかんもかつては珍しくなかった。そんなド根性ストーリーを強烈に印象づけたのが、大松博文監督率いる女子バレーボールの日紡貝塚である。チームは1961年のヨーロッパ遠征で24戦無敗の戦績を残し、あまりの強さに欧州のマスコミは畏れと尊敬を込めて「東洋の魔女たち」と呼んだ。1964年東京五輪で日本中を感動させた金メダリストのほとんどが日紡貝塚のメンバーだった。

早朝から深夜まで貝塚市の体育館で行われた猛練習は伝説となり、大松監督のスローガン「なせばなる」は当時の流行語にもなった。その系譜は、多くの五輪メダリストを生んだシンクロナイズドスイミングの井村シンクロクラブに受け継がれている。日紡貝塚を思わせる猛練習、大阪弁で選手を叱咤激励する井村雅代コーチには、大松イズムのおおいが感じられる。



東京五輪で金メダルを獲得した全日本女子バレーチーム(産経新聞社提供)

4. 進取の気概

大阪人は起業家精神が旺盛で、それはスポーツ界にも当てはまる。代表格は、まだ日本球界から米大リーグへの移籍が制度化されていない時代に渡米し、日本人大リーガーのパイオニア的存在となった野茂英雄投手だ。

同投手は社会人時代に所属していた新日鉄堺野球部が廃部になったのをきっかけに、堺市に「NOMOベースボールクラブ」を設立した。同クラブの選手はアルバイトなどで生計を立てながら野球を続け、2005年の第76回都市対抗大会に初出場を果たし、同年9月の全日本クラブ選手権では初出場初優勝。ドラフト会議では柳田殖生内野手が中日から指名を受け、同クラブから初のプロ野球選手が誕生した。

堺市は戦国時代から海外との貿易が栄え、当時の商人たちは豊富な財力をもとに自治都市を築いた。茶道千家の始祖で「茶聖」と称せられる千利休もこの出身で、「ものの始まり、みな堺」との言葉もある。堺市に縁の深い野茂投手は大リーグ球団を渡り歩きながら、日米通算200勝を達成。ベテランの域に入っても



ドジャース1年目の野茂英雄投手(中央、産経新聞社提供)

「挑戦」の気持ちを失わず、渡米して12年目となる2007年はホワイトソックスとマイナー契約した。

II. 大阪ブランドとしての人材、実績

1. 野球王国

大阪の代表的なスポーツをあえて挙げるとすれば、野球ではないだろうか。プロ野球は阪神とオリックス・バファローズが 2005 年から兵庫県と大阪府をダブルフランチャイズ(2007 年までの暫定措置、2008 年以降は未定)とし、大阪では大阪ドームで公式戦を主催している。大阪を本拠地としていた近鉄バファローズと球団合併したオリックスは、大阪でのファン開拓に向けて少年野球教室などを積極的に展開中。2006 年は前巨人の清原和博内野手と、前年に米大リーグ・ドジャースでプレーした中村紀洋内野手が加入。大阪出身の両スラッガーには、戦力面だけでなく、集客面での期待も大きい。

阪神の2年ぶりのセ・リーグ優勝に沸いた 2005 年、12 球団に在籍した監督、コーチ、選手の出身都道府県は、大阪府が 78 人でトップだった。出身高校でも1位のPL学園高(21 人)をはじめ、大阪勢が上位をにぎわしている。また、日本高等学校野球連盟は大阪市西区にある。

■出身都道府県

①大阪	78 人
②神奈川	47 人
③兵庫	42 人
④東京	41 人
⑤福岡	38 人

■出身高校

①PL学園(大阪)	21 人
②横浜(神奈川)	16 人
③上宮(大阪)	14 人
④浦和学院(埼玉)	12 人
⑤大阪桐蔭(大阪)・桐蔭学園(神奈川)	10 人

大阪が多くスター選手を生み出している背景には、少年野球が盛んなことがある。リトルリーグの関西連盟には 51 リーグ(2005 年度)が加盟。そのうち大阪府だけで 32 リーグにのぼり、都道府県別では東京都(36 リーグ)に次いで 2 番目の規模を誇る。

底辺の広さは高校野球のレベルアップにつながっており、2005 年の夏の甲子園大会を終えた時点で、大阪府は春夏通算 300 勝でトップ(2 位は兵庫県の 270 勝)。PL学園高が歴代 2 位の通算 91 勝(1 位は中京大中京高の 120 勝)を挙げているのを筆頭に、強豪校が並ぶ。甲子園出場を目指して大阪から他府県の学校に「野球留学」する選手も多く、羽曳野市出身のダルビッシュ有投手(日本ハム)は宮城・東北高に進み、2004 年の選抜大会でノーヒットノーランを記録した。

■大阪府出身の主な現役プロ野球選手(出身高校と 2006 年の在籍球団)

桑田真澄投手(PL 学園高、巨人)、黒田博樹投手(上宮高、広島)
上原浩治投手(東海大仰星高、巨人)、矢野輝弘捕手(桜宮高、阪神)
清原和博内野手(PL 学園高、オリックス)、中村紀洋内野手(渋谷高、オリックス)
宮本慎也内野手(PL 学園高、ヤクルト)、立浪和義内野手(PL 学園高、中日)
中村剛也内野手(大阪桐蔭高、西武)、金城龍彦外野手(近大付高、横浜)

2. 野球以外のプロスポーツ

サッカーのJリーグ1部(J1)では、ガンバ大阪が万博記念競技場、セレッソ大阪が長居スタジアムをホームグラウンドにしている。ともに幼稚園年長・小学生から高校生まで年代ごとの下部組織をもつほか、サッカースクールなどを開催して次代を担う選手育成にも力を入れている。ガンバ大阪は2005年にJ1初優勝。日本代表には宮本恒靖選手、遠藤保仁選手らが名を連ねる。海外にも選手を送り出し、堺市で育ち、ガンバ大阪出身の稲本潤一選手がイングランド・プレミアリーグのウェストブromウィッチに在籍中。リーグ初制覇の原動力になった大黒将志選手はフランス2部リーグのグルノーブルに移籍し、飛躍を期す。

2005年11月に開幕した日本初のプロバスケットボールリーグ(bjリーグ)には、大阪エヴェッサが参加し、地元での試合の際にはファンと触れ合うイベントを開催するなど地域に密着し、世界に通じる選手の育成を目指している。

プロボクシングでは、大阪のジムから世界チャンピオンが多く誕生した。世界には手が届かなかったが、現在、俳優として活躍中の赤井英和氏は「なにわのロッキー」の異名を取った人気ボクサーだった。

■大阪のジムが生んだ世界王者

〈大阪帝拳ジム〉渡辺二郎(WBA、WBCジュニアバンタム級)

辰吉丈一郎(WBCバンタム級)

六車卓也(WBAバンタム級)

〈グリーンツダボクシングクラブ〉

井岡弘樹(WBCミニマム級、WBAライトフライ級)

山口圭司(WBAジュニアフライ級)

高山勝成(WBCミニマム級)

(WBA=世界ボクシング協会、WBC=世界ボクシング評議会)

また、大阪出身のプロレスラー、スペル・デルフィン選手が1999年に大阪プロレスを設立し、大阪市浪速区のデルフィンアリーナを中心に活動中。「えべっさん」「くいしんぼう仮面」ら大阪にちなんだリングネームをつけたレスラーもいる。

3. アマチュアスポーツ

大阪市はオリンピック運動への貢献のため、2001年に世界オリンピック協会(WOA)とパートナーシップを結んだ。大阪ドーム内にWOAアジア・オセアニア事務所が開設され、オリンピック理念の普及やオリンピックに対する支援活動などを行っている。

スポーツの拠点も多く、浜寺水練学校は日本にシンクロナイズドスイミング競技を広めたパイオニア的な存在である。同学校出身の井村雅代・前日本代表ヘッドコーチは1985年から井村シンクロクラブを主宰し、1996年アトランタ五輪から2004年アテネ五輪まで3大会連続でメダルを獲得した立花美哉、武田美保両選手ら五輪メダリストを多数育てた。



アテネ五輪での立花(左)、武田組
(産経新聞社提供)

■井村コーチが指導した五輪代表の成績

1984年ロサンゼルス	ソロ・銅、デュエット・銅
1988年ソウル	ソロ・銅、デュエット・銅
1992年バルセロナ	ソロ・銅、デュエット・銅
1996年アトランタ	チーム・銅(ソロ、デュエットは非実施)
2000年シドニー	デュエット・銀、チーム・銀(ソロは非実施)
2004年アテネ	デュエット・銀、チーム・銀(ソロは非実施)

大阪イトマンスイミングスクールは2004年アテネ五輪銀メダリストの山本貴司選手、千葉すず選手、井本直歩子選手らオリンピック代表を輩出。マック体操クラブも多くの五輪選手を送り出し、1988年ソウル、1992年バルセロナ両五輪では清風高出身コンビの池谷幸雄選手、西川大輔選手が、アテネ五輪では米田功選手、鹿島丈博選手、冨田洋之選手がメダルを獲得した。

野球と並んで高校スポーツで強さを誇っているのがラグビー。年末から年始にかけて花園ラグビー場で開催される全国高校大会では、啓光学園高が第84回大会(2004-05年)で戦後初となる4連覇を達成。第85回大会(2005-06年)でも全国制覇の経験がある大工大高と東海大仰星高がベスト4に進出した。

陸上では将来が楽しみな選手が誕生した。大阪高の金丸祐三選手が2004年の秋季国体男子400mで、為末大選手(世界選手権エドモントン、ヘルシンキ両大会男子400m障害銅メダリスト)が広島・皆実高時代にマークした高校記録を8年ぶりに更新。2005年日本選手権では同種目を高校生として8年ぶりに制し、ヘルシンキ世界選手権ではリレーメンバーとして世界の大舞台を経験した。世界選手権の直後に開かれたアジア陸上選手権(韓国・仁川)男子400mで日本の男子高校生として初の優勝を飾るなど、成長を続けている。

男子フィギュアスケートでは、高槻市出身の織田信成選手が2005年3月にカナダで行われた世界ジュニア選手権で優勝。戦国武将、織田信長の17代目の子孫としても話題の織田選手は関大に進んだ。トリノ五輪代表の座は逃したものの、トリノ五輪で8位入賞した関大の先輩、高橋大輔選手とともに、日本のエースとして将来を期待されている。

4. 大阪が舞台のイベント

【大阪国際女子マラソン】毎年1月の最終日曜に開催され、なにわの新春の風物詩として定着した。コースは、パリのシャンゼリゼ通り、ニューヨークのタイムズスクエアなどと並ぶ世界的に有名なメインストリート御堂筋をはじめ大阪城、中之島公園など大阪の名所を走り、沿道では例年、約150万人が声援を送る。有望選手の登竜門としても知られ、有森裕子、浅利純子、渋井陽子、野口みずきら、大阪で誕生したスター選手は多く、2000年シドニー五輪の金メダリスト、高橋尚子選手の初マラソンも1997年の大阪だった。大阪で勝つことは大きなステータスを意味し、選手のモチベーションも高い。記録の出やすいコースとしても知られ、選手と観客が一体化して盛り上がる。

毎年11月には、全日本大学女子駅伝が行われ、大阪はロードレースの街としての存在価値を確実に高めている。



御堂筋を駆け抜ける女性ランナーたち(2006年の大会から、産経新聞社提供)

【泉州国際市民マラソン】関西国際空港の開港を契機に9市4町が一つになって泉州地域の活性化、国際化を目的として始まり、2006年2月に13回目を迎えた。浜寺公園(堺市)をスタートし、堺阪南線大浜中町を折り返して、りんくう公園(泉佐野市)にゴールする。

【国際大会】単一競技の世界選手権はしばしば行われている。近年の代表的なものとしては柔道(2003年)、卓球(2001年)、新体操(1999年)があり、いずれも大会歴代一、二の規模となった。2007年には長居陸上競技場で陸上の世界選手権が行われる。東アジア大会は2001年に開催され、韓国、中国、インドなど10カ国・地域から約2000人の選手・役員が参加。陸上、水泳、サッカーなど17競技(公開競技含む)を実施した。大阪で本格的なスポーツの総合大会が開かれたのは、この大会が初めてだったが、施設面、運営面でも内外から評価され、スポーツ都市大阪の知名度が高まった。

【TOUR OF JAPAN】全国6ステージに分かれて行われる自転車の国際ロードレースで、2005年5月で第9回を迎えた。大阪では第1ステージ(堺市泉北周回コース、走行距離140.80^{キロ})が行われている。

【ビーチバレー】せんなん里海公園にある専用競技場(潮騒ビバレー)で、ワールドツアー日本大会(女子)、ジャパンレディーズなど主要大会が開かれている。

【高校スポーツ】高校野球のメッカ甲子園は、兵庫県西宮市にあるが、夏の全国選手権大会は1915年(大正4年)に大阪の豊中球場で産声を上げた。球場跡地には、モニュメントが建てられている。また、高校ラグビーの甲子園ともいえる花園ラグビー場は東大阪市にある。

5. スポーツ産業・企業

日本のスポーツ産業の歴史は、1906年にミズノが淀屋橋にスポーツ用品店を開業したのが始まりとされており、日本を代表するスポーツメーカーであるアシックス、デサントも大阪で育った企業だ。大阪がスポーツ産業に適していた理由は、ゴム・皮革業、縫製業がさかんだったためといわれている。神戸のゴム、大阪の河内綿、奈良・和歌山の革など、関西そのものがスポーツ用具をつくる環境に恵まれていたこともある。

戦後のプロ野球ブームや、1964年東京五輪によるスポーツ熱の高まりと高度経済成長の後押しもあり、大阪を代表する産業となった。

中でもミズノは世界を舞台に業績を伸ばし、国際オリンピック委員会(IOC)のオフィシャル・サプライヤーにもなっている。メーカー間の開発競争が激化している競泳用水着や陸上シューズなど、スポーツ用具の基礎研究は関西で行われていることが多い。また、スポーツメーカーの持つ研究施設やスポーツ博物館も大阪のスポーツ文化の一つといえるだろう。



ミズノがアドバイザー契約している
マリナーズのイチロー外野手

(産経新聞社提供)

■大阪に本社を置くスポーツ関連会社

ミズノ(大阪市住之江区、スポーツグッズ、ウエアの製造、卸売、販売など)

SSK(大阪府中央区、スポーツ用品の製造卸売など)

ゼット(大阪府天王寺区、スポーツ用品の製造卸売など)

ザナックス(大阪府浪速区、スポーツ用品、ウエアの総合製造、卸販売など)

つるや(大阪府中央区、ゴルフ用品の小売、卸売など)

モンベル(大阪府西区、アウトドアスポーツ輸入商品の販売など)

GOSEN(大阪府中央区、テニス・バドミントン用品、釣具の製造販売など)

山本光学(東大阪市、スポーツ用メガネ、サングラスの製造販売など)

商都大阪は企業スポーツでも大いに発展した。近年はバブル経済崩壊後の長期不況で休部・廃部が相次いだ。子供服ブランド「ミキハウス」を展開する三起商行(大阪府八尾市)は、そんな活動の場を失った有力選手を積極的に支援することで企業イメージを向上させ、業績回復の起爆剤にしている。2004年アテネ五輪には3大会連続金メダルを獲得した男子柔道の野村忠宏選手、卓球の福原愛選手ら13選手を送り込んだ。

同社所属のスポーツ選手は約90人で、全社員の1割近くになる。一般業務に従事する必要はなく、各自が設定した目標に向けてトレーニングを続け、競技で好成績を挙げることが‘仕事’である。スポーツ強化費用は人件費、遠征費用など年間10億円で、同社の経常利益とほぼ同規模。しかし、選手をミキハウスの宣伝に利用するようなことは、一切行わない。

東京五輪でその名を世界中にとどろかせた「東洋の魔女」こと全日本女子バレーボールチームは、貝塚市の日紡貝塚が母体だった。日紡貝塚はのちにニチボー貝塚、ユニチカ貝塚、ユニチカと名前を変えながら、2000年に廃部となるまで女子バレーをリードする存在だった。現在でもバレーボールのVリーグ男子(8チーム)には所在地が大阪のチームとしてサントリー・サンバーズ、松下電器パナソニックパンサーズ、堺ブレイザーズの3チーム、Vリーグ女子(10チーム)にはJTマーヴェラスが所属している。

社会人野球では2005年の第76回都市対抗大会に日本生命、デュプロ、NTT西日本(いずれも大阪市)が出場。同年秋の日本選手権は大阪勢同士の決勝となり、松下電器がNTT西日本を下して5年ぶり2度目の優勝を飾った。アメリカンフットボールでは社会人Xリーグ西地区に所属する松下電工が2005年1月の日本選手権・ライスボウルで学生王者の立命館大を下し、10年ぶり2度目の日本一の座についた。

6. 大阪の主なスポーツ施設

【長居陸上競技場＝長居スタジアム(大阪市東住吉区)】全天候型トラックと天然芝のフィールドをもち、観客収容能力5万人。1996年改装。サッカーの2002年日韓共催ワールドカップの会場の一つにもなった。Jリーグ、セレッソ大阪のホームグラウンドでもある。大阪国際女子マラソンの発着地点としても使用され、陸上の国際大会も数多く開催。隣接の長居球技場は、社会人アメリカンフットボールやホッケーのメッカとなっている。



2007年に陸上世界選手権が開かれる
長居陸上競技場(産経新聞社提供)

【大阪ドーム(大阪市西区)】1997年開場。両翼100m、中堅122m、天井高72mで、座席数3万6000。プロ野球のほか、各種スポーツ競技、コンサート、展示会など幅広いイベントが開催される。同心円状に配置された7つのリング型天井(スーパーリング)が特徴で、天井の高さを36mにわたって上げ下げできる。天井の高さを変えられるドームは、全国でもここだけ。

【花園ラグビー場(東大阪市)】1929年に日本初のラグビー専用グラウンドとして開場。全国高校大会のほか、大学・社会人のリーグ戦や数多くの国際試合が開催され、観客席は3万人。

【なみはやドーム(門真市)】1997年のなみはや国体(夏季大会)のメイン会場として建設された。春・夏はプール、秋は体育館、冬はスケートリンクと3つの顔を持つメインアリーナのほか、サブアリーナ、サブプールなどがある。プールは水深の調節が可能な可動床が採用され、中央最深部は深さ3.5m。シンクロナイズドスイミング用プールの国際規格にも適合し、井村シンクロクラブの「メダル基地」としても脚光を浴びている。

【大阪プール(大阪市港区)】市民に長く親しまれてきた扇町公園の「大阪プール」が、1996年に最新設備を備えた室内プールとして生まれ変わった。国際級の競技会にも対応する多目的室内プールで、50mの公認競泳プールと公認飛び込みプールのほか、3500席の観客スタンドを備えている。25mプールは温水プールで一年中利用が可能。「なみはや国体」では、シンクロナイズドスイミングの会場となった。

【舞洲スポーツアイランド(大阪市此花区)】大阪湾を埋め立て造成した 224 島の人工島、舞洲にあり、水都大阪を象徴するウォーターフロントの総合スポーツ施設。舞洲ベースボールスタジアム、舞洲アリーナを中核とし、オートキャンプ場やカートのサーキット場もあり、新しいアウトドアスポーツのスポットとして人気が高まっている。2004 年には歴代五輪選手と市民がいっしょに走る「オリンピックデーラン」が行われ、約 1500 人が参加した。

【大阪府立体育会館(大阪市浪速区)】1952 年に開館し、1987 年に全面改装された。3 月に大相撲大阪場所が開かれるほか、プロレス、プロボクシングなどでも使用される。3010 m²の第1競技場、912 m²の第2競技場のほか、柔道場、剣道場などがある。

【大阪市中央体育館(大阪市港区)】3580 m²のメインアリーナは固定席 5932 席、稼動席 1390 席があり、最大収容人員は 1 万人。近年はプロボクシングの世界戦が多く開かれている。

【潮騒ビバレー(泉南郡岬町)】「せんなん里海公園」にあるビーチバレー専用競技場。全日本女子選手権や女子世界大会が行われる。スタジアムは 3000 人が収容可能。

Ⅲ. ブランド資源のアピール

これまで記してきたように、大阪のスポーツの歴史的背景、人材、施設などは、ブランド資源と呼ぶのに十分な要素を満たしている。今後、これまで以上に国内外に向けて「スポーツのまち大阪」をアピールし、その価値を高めるためには、以下のような取り組みが必要である。

1. スポーツを生かしたまちづくり

大阪に元気を与えるスポーツは野球以外にもある。日本バレーボール協会は2003年4月、貝塚市に男女全日本の強化拠点、外国チームとの合同合宿拠点などを目的にナショナルトレーニングセンターを設置した。同市はかつて世界の女子バレーボール界を席卷した「日紡貝塚」発祥の地。市民の応援体制も進み、貝塚市バレーボール連盟・貝塚市体育協会・貝塚市職員のバレーボール全日本サポーターズクラブが結成されるなど、市をあげて再びバレーボール熱を盛り上げようと活発な動きを見せている。

また、全国の高校生ラグーあこがれの花園ラグビー場がある東大阪市は、「ラグビーのまち東大阪」を宣言し、個性豊かな地域作りに着手。ラグビーのタックルが感じさせる力強さやたくましさ、スクラムの連帯性や団結力、そしてノーサイドのすがすがしさや思いやりなどが、新しいまちづくりのキーワードになっている。

これら2市のように、既存施設を利用し、競技連盟・協会と連携することによってスポーツ拠点をアピールできれば、地域の活性化にもつながる。

2. イベントへの参加と保護

2007年に開催される陸上の世界選手権など国際大会は、世界に「スポーツ都市大阪」をアピールする絶好の場でもある。スポーツを楽しみ、熱狂し、そしてスポーツでもうける。大阪がスポーツで元気になる時代は、もうそこまで来ている。市民がスポーツを楽しみ、子供たちがスポーツを通して自己表現をはかるスポーツの都をつくっていききたい。大阪五輪招致活動の際のキャッチフレーズ「スポーツパラダイス構想」の中核だった総合スポーツ施設「舞洲スポーツアイランド」の有効活用や、スポーツイベントを通じて大阪が代名詞となるような大会を作り上げていくことも必要だろう。

だが、現実に国際大会や日本選手権などを頻繁に誘致しようとしても、なかなか難しい。新しいことに目を向けるだけでなく、花園の高校ラグビーなど、歴史や伝統のある既存の大会を民間任せにせず、行政が有形無形の支援体制を築き、長期的に保護していくことも大切だ。最近では自治体のスポーツ施設の運営体制が、指定管理者制度を背景に民間委託されることが増えている。観戦を伴う施設の快適さ、楽しさなどサービスによる部分は単なる施設管理という視点からは生まれにくく、スタジアムマネジメントの視線が求められる。そのための人材確保や育成が必要で、大阪府がその人的ネットワークづくりを支援するのも一つの手だ。

3. 横のつながり

スポーツは競技によって、縦割りになりがちである。各競技団体やチーム、プレーヤーが競技を超えた横のつながりを持つことで、人材の育成、情報の共有、ファンサービス、メディアへのアプローチ、スポンサーの確保などで新たな展開が期待できるのではないだろうか。

たとえば、ファンクラブやボランティア組織を共有すれば、「大阪のスポーツ文化」をはぐくむ土壌ができ、「大阪のスポーツ」を育てることにつながると思われる。共通の「ボランティア等級基準」を設けてスポーツを支える底辺を強化しておくことで、新たなスポーツイベントを立ち上げる際のスタートラインが非常にハイレベルなものになる。

大阪で育った選手には、アスリートとしての魅力に加え、独特の個性をあわせ持った人材が多く、府民から多くの支持を受けている。選手はもちろん、ファンやボランティアを含めた「人(キャラクター)」は立派な大阪ブランドである。

(選手の所属、施設の名称は 2006 年2月末現在)

スポーツパネル構成メンバー

※敬称略

パネル座長

原田宗彦 早稲田大学 スポーツ科学部 教授

パネル委員

水野正人 ミズノ株式会社 代表取締役社長

加藤秀尚 大阪エヴェッサ 広報部長

高井聡 よしもと興業・スポーツプロモーション

松永敬子 大阪体育大学 講師

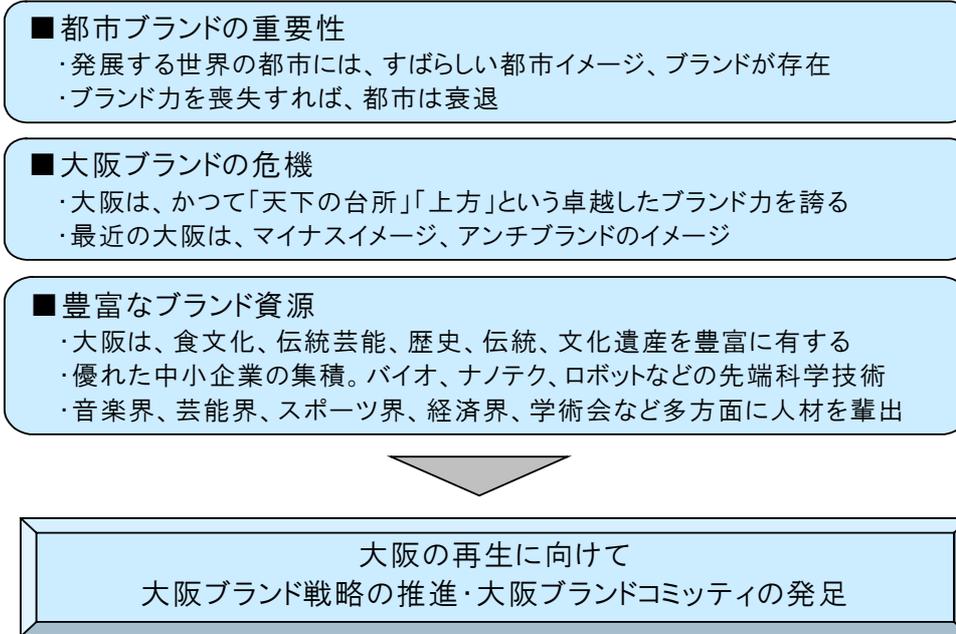
事務局

産経新聞社 総合企画室

編集局運動部

【参考】 大阪ブランド戦略について

大阪ブランドコミッティの設立趣旨～大阪に吹く新しい風 Brand-New Osaka～



大阪ブランド戦略の概要

「大阪ブランド戦略」の意味

大阪という言葉から連想される良いイメージ(ブランド＝都市魅力)を回復、向上、確立し、情報発信する活動。
(大阪が自信と誇りを取り戻し、新たな発展に向かう気概を内外にアピールする運動)

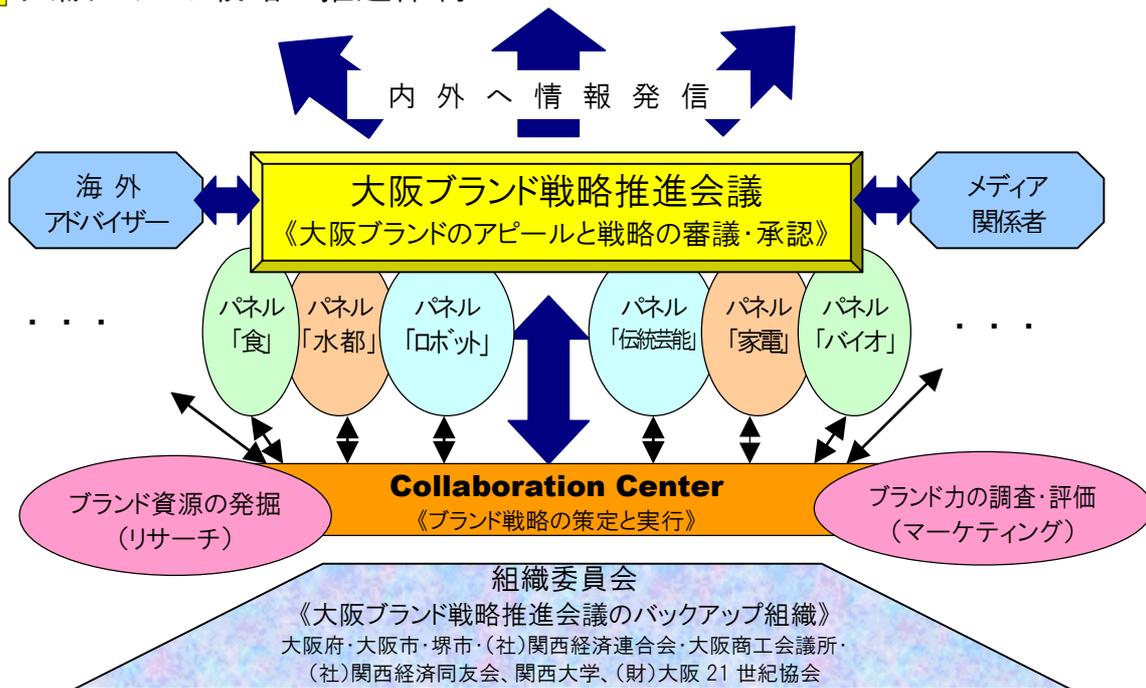
目的

大阪ブランド戦略の目的は、「大阪の再生」。
新たな大阪のイメージ<Brand-New Osaka>を創出、定着させ、人、もの、資金、情報、企業を呼び込むことで、「大阪の再生」を目指す。

活動内容

- 大阪を知る
大阪の魅力をアピールできる歴史・伝統・文化遺産、優れた技術・企業・人材などを「ブランド資源」(大阪の強み)として発掘又は再評価する活動。
- 大阪を磨く
「ブランド資源」について、価値の明確化、新たな魅力の付加等により、その魅力を増大させる活動。
- 大阪を語る
「大阪ブランド」を統一的消息として、国内外に向けて戦略的に発信する活動。

大阪ブランド戦略の推進体制



大阪ブランドコミッティにご協力いただいている方々

大阪ブランドコミッティ

【大阪ブランド戦略推進会議】

- 議長 安藤忠雄氏(建築家・東京大学名誉教授)
コシノヒロコ氏(デザイナー)
坂田藤十郎氏(歌舞伎俳優)
- 顧問 梅棹忠夫氏(国立民族学博物館顧問)
大久保昌一氏(大阪大学名誉教授)
岸本忠三氏(大阪府特別顧問)
宮原秀夫氏(大阪大学総長)
- 委員 専門家、有識者、文化人など約100名

【コラボレーションセンター】

- チーフ 堀井良殷氏((財)大阪 21 世紀協会理事長)

【組織委員会】

- 委員長: 熊谷信昭氏((財)大阪 21 世紀協会会長)
- 委員: 太田房江氏(大阪府知事)
關 淳一氏(大阪市長)
木原敬介氏(堺市長)
河田悌一氏(関西大学学長)
秋山喜久氏((社)関西経済連合会会長)
野村明雄氏(大阪商工会議所会頭)
寺田千代乃氏((社)関西経済同友会特別幹事)