

ワールドカップサッカー開催競技場の社会的機能に関する研究

脇本 昌樹 丸山 富雄

キーワード：ワールドカップサッカー，競技場，社会的機能，札幌ドーム

A study on the social function of soccer stadiums where the World Cup Games were held

Masaki Wakimoto Tomio Maruyama

Abstract

The purpose of this study was to clarify the social function of stadiums where the World Cup Soccer was held in 2002. The study consisted of two parts: (1) questionnaires were mailed to and interviews were administered to administrative personnel at 10 stadiums in 2003, of which 8 responded, and (2) questionnaires were mailed to 600 arbitrarily selected residents living around the Sapporo Dome Stadium in October, 2003, and 170 responses (28.3%) were obtained. Followings are the summary of the results:

1. The Sapporo Dome seemed to have fully achieved its social function to the users. Other stadiums, including the Sapporo Dome, needed to achieve more social functions to people who lived around them.
2. To fulfill their purposes, it was necessary not only to offer sports events but also to think about additional values of the stadiums, such as human services, material services and creative programs.
3. Further improvement in the administration of large-size sport facilities to be expected, it seemed necessary for the enterprise to obtain local residents' consent before intending capital injection.

Key words : The World Cup Soccer, sport facility, social function, Sapporo dome

1. 緒言

我が国では、一昨年開催された2002FIFAワールドカップ™(以下では略してW杯と呼ぶ)において、全国に10のスタジアムと84のキャンプ候補地が整備された。インフラストラクチャーとして整備されたこれらのスタジアムは、本来であれば、W杯開催後に、社会資本として地域の財産となるべきものである。しかしながら、それらの立派な施設は維持費がかさみ、かえって自治体の財源を圧迫するものと成りかねない。一過性のお祭りだ

けに終わらせないためにも、施設の利活用を考え、稼働率を向上させる施設運営や協賛企業名をスポーツ施設に付けるネーミングライツなどによって、事業運営費を獲得することも視野に入れる必要がある。また多額の公金が投入されて建設・整備されたこれらの施設は、市民にとって合意事業でなければならない。直接的な利益の追求もさることながら、一流競技選手のみならず誰もが使いやすい施設づくり、地域住民のニーズに応えられるスポーツ空間を提供するなど、長期的な地域社会への貢

献が必要であると思われる。

須田直之²⁰⁾は、「経済分析の結果はイベントプロモーションの道具として使うべきではない」との厳しい指摘をしており、現在においてスポーツイベントの分析では経済効果のみでなく、非経済的効果を視野にいたし、トータル効果の分析が必要だという主張が、研究者間のコンセンサスとなっていると述べている。この指摘は、イベントのみならず、それを開催するスタジアム運営にもそのまま適用できる。

そこで本研究では、一昨年開催されたW杯の試合会場となった競技場の管理運営方法や活用状況を調査し、さらに札幌ドームの周辺住民に対するアンケート調査を実施し、その調査結果から、競技場の社会的機能について明らかにすることを研究目的とする。

II. 研究方法

1. 調査対象

- 1) ワールドカップが開催された 10 競技場
- 2) 札幌ドームの周辺住民 600 名

2. 調査時期および方法

- 1) 平成 15 年 2 月末から 7 月末にかけて、インタビューと郵送法により調査
- 2) 札幌ドーム 3 キロ圏内の住民から 600 名を無作為に抽出し、平成 15 年 10 月に郵送法により調査

3. 回収数 (率)

- 1) 8 通 (80%)
- 2) 170 通 (28.3%)

4. 分析方法

- 1) 8 競技場の利用日数、利用者数等の比較を行った。
- 2) 札幌ドームの利用状況やドーム設置による効果を調査対象者の属性および札幌ドーム利用頻度等によるクロス集計ならびに平均値による比較を行った。平均値の比較では t 検定を行った。

III. 研究結果

1. ワールドカップ開催スタジアムの概要および活用状況

1) スタジアム別の来場者数

図 1 は、平成 14 年度のスタジアムごとの来場者数を、イベントの種類別で分けて表したものである。

スタジアムの総来場者数を比較すると、最も多いのは札幌の約 230 万人であり、次いで横浜の約 130 万人、さいたまの約 105 万人であり、この 3 競技場に関しては、総来場者数が 100 万人を超えている。宮城は約 23 万人で、8 会場の中で最も低い数値となっていた。

また、スポーツ以外のイベントによる来場者数が多いスタジアムほど、総来場者数も多くなっていることがわかった。今後は、「スポーツ以外のイベント」を積極的に企画し開催することで、「スタジアムの総来場者数」を増加させていくことができると考えられる。人々が興味関心を示し来場する、スポーツ以外の魅力あるイベントの開発が、大きな経営課題なのである。

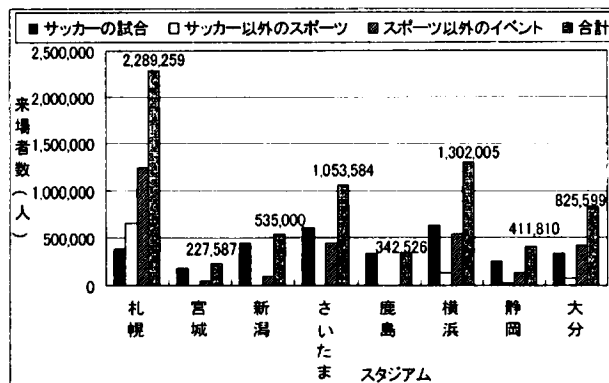


図 1. H14 年度 スタジアム別来場者数

2) スタジアム別イベント日数

図 2 は平成 14 年度のスタジアム別イベント日数を表している。

年間に最も多くイベントが開催されていたのは横浜で、総イベント日数は 72 日となっていた。札幌も 71 日とほぼ同じであり、「Jリーグのオフシーズンとなる 1,2 月を除けば、横浜も札幌も、一週間に約 1.7 回のイベントが開催されたことになる。宮城スタジアムは、総イベント日数が 17 日と最も少なく、3 週間に 1 回程度のイベントが開催されたことになり、横浜や札幌の約 24% のイベント開催ということになる。

また、総イベント日数が多いスタジアムほど、「サッカー以外のスポーツイベント」や、「スポーツ以外のイベント」の開催日数が多いという傾向がみられた。今後は、イベント開催によるスタジアムの総イベント日数を増やすために、「プロサッカー」の開催日数がある程度決められてしまう以上、「サッカー以外のスポーツイベント」または、「スポーツ以外のイベント」の招致・開催が必要になってくると考えられる。

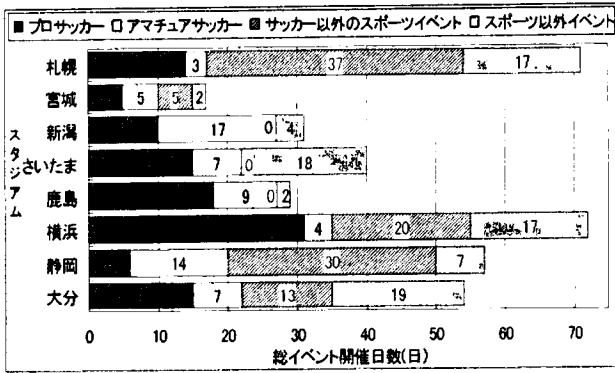


図2. H14年度 スタジアム別イベント日数

3) 一般開放による市民利用実績

図3は、スタジアム別の一般開放による市民利用実績を表したものである。

スタジアムによって付帯設備の数やオープン時期が異なるため、単純に比較はできないが、市民の利用実績ということで、スタジアムごとの市民利用について比較を試みた。

札幌に関しては、「施設見学(展望台利用を含む)での利用者」が多く、その数は15万人を超えており、総来場者数のうち92.3%の割合を占めている。また、大分でも「施設見学による利用者数」は10万人(90.7%)を超えているが、「施設見学による利用者数」は、年々減少傾向にあり、両スタジアムとも今後これ以上の増加は見込めないと考えられる。

宮城では、静岡を除く他のスタジアムよりも、付帯施設が整っているにも関わらず、一般開放による総利用者数は、約4万5千人と少なくなっている。新潟、さいたま、鹿島については、他のスタジアムと比べると非常に少ない総利用者数となっている。その理由として考えられることは、付帯施設の数やオープンの時期が、他のスタジアムよりも遅れていることである。

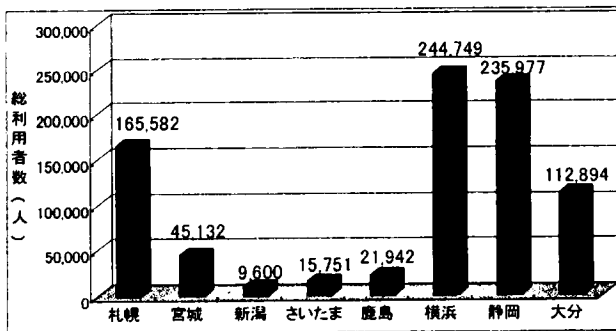


図3. スタジアム別市民利用実績 (一般開放、施設見学)

4) スタジアムの効果に関する自己評価

スタジアムの効果に関して、スタジアム管理関係者による自己評価をしてもらった。

表1-1は、質問事項を、効果別に表したものである。また、表1-2は、スタジアムの効果に関する自己評価を表したものであり、点数は、「かなり思う」を4点、「まあまあ思う」3点、「やや思う」2点、「あまり思わない」を1点と得点化し、その平均値で比較した。

経済的效果に関しては、社会的効果や文化的効果と比較しても、全体的に低くなっており、全ての項目において3点台を下回る結果となっていた。具体的には札幌1.33、宮城2.33、さいたま2.00、静岡1.00というように低い評価になっていた。静岡については、他の効果と比べ経済的效果だけが特に低い評価になっていた。

スタジアムごとの比較はあまり意味をなさないが、そこから示唆される点として、次のことが指摘できよう。民営化されている札幌の自己評価が全体的に低くなっていたが、収益性の確保や効率的経営の観点から株式会社による運営を委託されたため、自己評価に対して厳しい採点になっていると思われる。新潟の自己評価が高くなっているのは、アルビレックス新潟の試合などサッカーの試合による来場者数が非常に多いのが影響していると考えられる。横浜では、今回の調査結果からも分かる通り、来場者数やイベント開催日数、市民利用実績ともに、他の競技場と比べて明らかに多くなっており、スタジアムの稼働率という点では非常に高くなっているため、高評価となっていたと考えられる。

しかしながら、スタジアムの効果に対する自己評価も全体の平均が3.08とある程度高くなっていたことから、スタジアムを管理・運営している側、つまりサービスを提供する側として、観戦者や利用者そして競技場の周辺地域の人々に満足してもらえるサービスを、ある程度提供できていると考えているように推察できる。

表1-1. スタジアムの効果に対する自己評価質問事項

社会的効果	地域の活性化に役立っている
	地元のイメージアップに役立っている
	国際交流のために役立っている
文化的効果	ボランティアリズムが形成されている
	新しいスポーツ文化の定着に役立っている
	スポーツの普及・振興に役立っている
経済的效果	雇用機会を創出している
	地域産業の振興に役立っている
	地域経済へ貢献している

表1-2. スタジアムの効果に対する自己評価

会場	社会的効果				文化的効果				経済的効果				合計平均
	地域活性化	イメージアップ	国際交流	平均	ボランティア	スポーツ文化	スポーツ振興	平均	雇用創出	産業振興	経済貢献	平均	
札幌	2	2	2	2.00	1	2	3	2.00	1	2	1	1.33	1.78
宮城	3	3	3	3.00	2	1	4	2.33	1	3	3	2.33	2.56
新潟	4	4	4	4.00	-	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4.00
埼玉	4	4	3	3.67	2	4	3	3.00	3	1	2	2.00	2.89
鹿島	3	4	3	3.33	4	3	4	3.67	2	3	4	3.00	3.33
横浜	1	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4.00
静岡	3	4	2	3.00	4	3	3	3.33	1	1	1	1.00	2.44
大分	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	3	4	4	3.67	3.78
平均	3.38	3.63	3.13	3.38	2.86	3.13	3.63	3.25	2.38	2.75	2.88	2.67	3.08

5) まとめ

我が国における公共の体育・スポーツ施設の管理・運営は、自治体による直接管理運営と委託による管理運営方法がとられてきた。しかし、最近では公共施設の民営化や民間に管理運営を委託するという方法が多くなってきているようである。

今回の調査対象であるスタジアムにおいても、すべての競技場が委託されて管理運営を行っていた。例えば、それらの競技場の管理運営を比較した結果、民間企業やスポーツ振興財団など、この委託先により管理運営方法に大幅な違いが認められた。特に、民間に委託するかたちで管理運営されている札幌は、一週間に約 1.7 回のイベントが開催されていた。一方、スポーツ振興財団に委託されている宮城においては、3 週に 1 回程度しかイベントが開催されていなかった。

このように管理運営方法の違いにより、スタジアムの利活用状況においても、来場者数とイベント日数ともに大幅な差があることが明らかとなった。加えて競技場の利活用状況に着目した場合、スタジアムの稼働率が高い競技場と低い競技場での大幅な差がみられ、施設や芝生の管理のために利用することができない期間を差し引いても、今後多くのスタジアムが稼働率を上げていくことができる余地は残っていると思われる。また、イベント数や付帯設備の年間に利用できる日数を増やすことで、来場者数の増加や地域住民に対するサービスの還元を計ることができると考えられる。これにより、競技場の敷居を下げ、より多くの人々に競技場まで足を運んでもらい、地域の装飾品としての役割だけでなく実用的な施設として、再認識してもらうことが可能となる。

すなわち、ゲームやプレーなどの質の高いパフォーマンスを観戦者に提供することは、競技場の機能といえる。さらに、イベントやスポーツ以外の文化的なイベントの

開催、一般開放が可能な施設やショップ、レストラン等の付帯的な施設・設備の充実により地元住民の競技場利用を促し、コミュニティ意識を高めることも競技場の機能と捉えるべきである。そのためには、観戦者や利用者の特性やニーズを踏まえた管理運営が重要であり、今後マーケティング活動も十分に検討していく必要がある。

2. 札幌ドーム周辺住民の意識

1) 札幌ドーム利用経験

表 2 は利用方法を問わず、札幌ドーム利用経験の有無を表し、性・年齢層別に比較したものである。

札幌ドームを利用したことがあると答えた人が、79.4% (135 人) とほぼ 8 割であったのに対し、利用したことがないと答えた人が 20.6% (35 人) と大半の人が何らかの目的でドームを利用していた。

性別では、男性の利用経験者が 74.0% (57 人)、女性の利用経験者は 83.9% (78 人) で、男性よりも女性の方がより多く利用していた。

年齢層では、20 代と 60 歳以上の利用経験者が、他の年代と比べてやや少なくなっていたが、幅広い年齢層に利用されていることがわかった。

表 2. 札幌ドーム利用経験 (%)

	性別		年代層別					合計
	男	女	20	30	40	50	60	
ある	74.0	83.9	76.5	81.3	81.8	79.5	77.6	79.4
ない	26.0	16.1	23.5	18.8	18.2	20.5	22.4	20.6

2) 札幌ドーム利用目的

図 4-1,2 は札幌ドームを利用した目的ごとにその比率を表したものである。

利用目的全体では、調査対象者の約半数となる 48.2% (82 人) が、札幌ドームでプロ野球を観戦したことがあると答え、特に 50 歳代の観戦者が非常に多くなっていた。スポーツ以外のイベントによる利用は 32.9% (56 人) と高い値であり、札幌ドームでのスポーツ以外のイベント開催数の多さが結果に反映されていると考えられる。

性別では、男性よりも女性の利用者がやや多くなっていた。年齢層では、20 歳代を除いて、年代が下がるほど利用者が減っていた。札幌ドームの周辺を散歩や散策で利用したことがあると答えた人は 28.2% (48 人) となっており、男性に比べて女性の方がやや多くなっている。年齢層では、30 歳代の利用が特に多くなっている。施設見学ではオープン以降から性別に関係なく、高年齢層を中心として利用されている。また、展望台利用では利用方法が施設見学と一部重なるため、個別での比較は困難であるが、利用者が 26.5% (45 人) と高い値であった。Jリーグ観戦で利用したことがあると答えた人は 22.9% (39

人)であり、若年層と50歳代の観戦者が多くなっている。

飲食店・売店では、性別に関係なく、50歳代の利用者が最も多く、次いで60歳以上も高くなっており、中高年層に利用されることが多いと考えられる。コンサート鑑賞では17.1% (29人) が利用しており、特に女性の利用が男性の2倍以上となっていた。さらに、コンサート鑑賞では、若年層の利用率が高くなっていったが、比較的若年層に人気のあるアーティストがコンサートを開催したために値が高くなっていったと考えられる。マスターリーグ観戦では、男性の観戦者が女性を上回っており、60歳以上の観戦者が非常に多くなっていた。サッカーの国際試合観戦では、性別に関係なく観戦されており、特に20歳代の若者に観戦者が集中している。トレーニングルームとサッカー練習場の一般開放による利用では、両者を合わせても3.0%という利用率になっており、中年層の利用者がほとんどである。

このように、スポーツイベントによる利用はもちろんのこと、札幌ドームに付帯している設備などが多く利用されるのは、競技場としての機能だけでなく、付加価値を重視した施設づくりと運営により、札幌ドーム全体の利用率が上がっていると考えられる。

(複数回答)

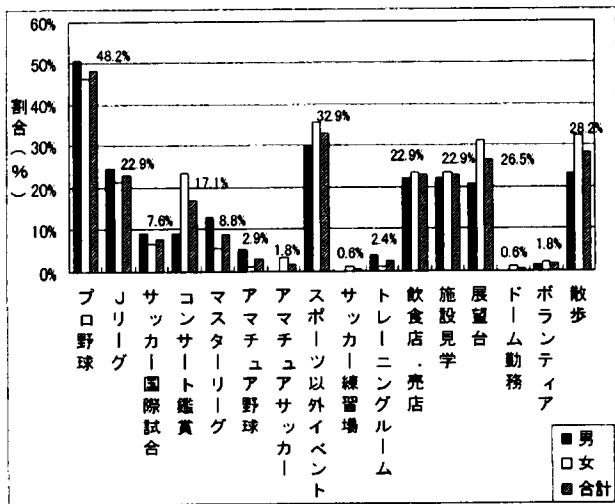


図4-1. 性別ごとの札幌ドーム利用状況

(複数回答)

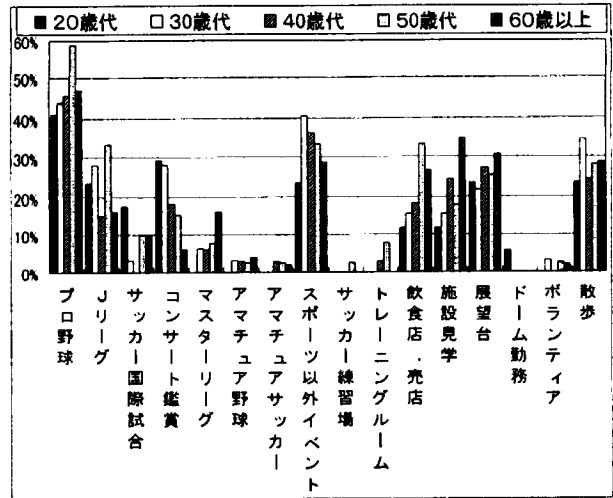


図4-2. 年齢層別の札幌ドーム利用状況

3) 札幌ドーム設置による効果

図5は、札幌ドームができたことによる効果を、札幌ドームの利用頻度別に表したものである。

質問項目としては、「以前よりも、スポーツに興味が増えた」、「以前よりも、スポーツをよくするようになった」、「以前よりも、スポーツをよく見るようになった」、「以前よりも地域の人々と交流する機会が増えた」、「以前よりも、この地域が活性化されたと思う」の5項目とし、「かなり思う」を4点、「まあまあ思う」3点、「やや思う」2点、「あまり思わない」を1点と得点化し、その平均値で比較した。また、利用頻度別では、月に一回以上利用していると答えた人を「定期的」利用者とし、半年以上で一回と答えた人を「不定期」利用者、「利用経験なし」の3つに分類した。

全体的には、「興味」、「見る」、「活性化」の項目で、「する」、「交流」の項目よりも平均値が高くなっているが、2.5点を中央値とすれば、それほど効果はなかったと考えられる。しかし、いずれの項目においても「定期的」利用者、「不定期」利用者、「利用経験なし」の順に意識の変化を強く感じていることがわかる。以上のことから、札幌ドームの利用頻度が高いほど効果があったと考えられる。

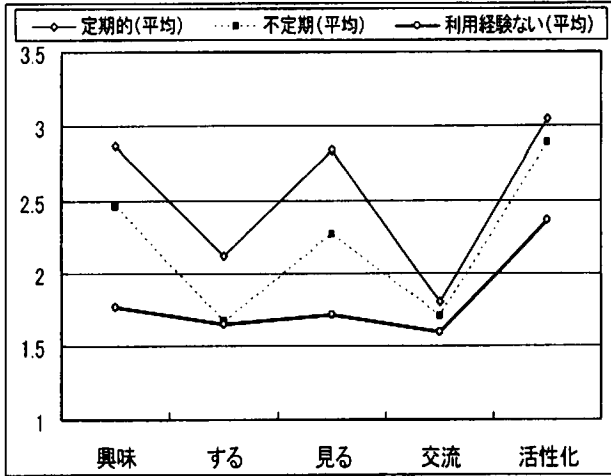


図5. 利用頻度別の効果

表3. t検定結果一覧

	興味する	見る	交流	活性化
定期的>不定期	※	※※	※※※	
定期的>経験なし	※※※	※	※※※	※※
不定期>経験なし	※※※	※		※

※p<0.05
 ※※p<0.01
 ※※※p<0.001

4) 札幌ドーム設置による諸問題

図6は、札幌ドームができたことにより、困ったことや問題と感ずることがあるかという質問を、札幌ドームの利用頻度別に表したものである。

質問項目は、「交通渋滞」、「騒音問題」、「ゴミの投棄などの問題」、「地域の治安の悪化」の4項目とし、「かなり問題ある」を4点、「少し問題ある」3点、「ほとんど問題ない」2点、「全く問題ない」を1点と得点化し、その平均値で比較した。

全体的に大きな差はみられなかったが、特に交通渋滞の平均値が非常に高くなっており、交通渋滞を問題と考えている人が非常に多いことがわかった。

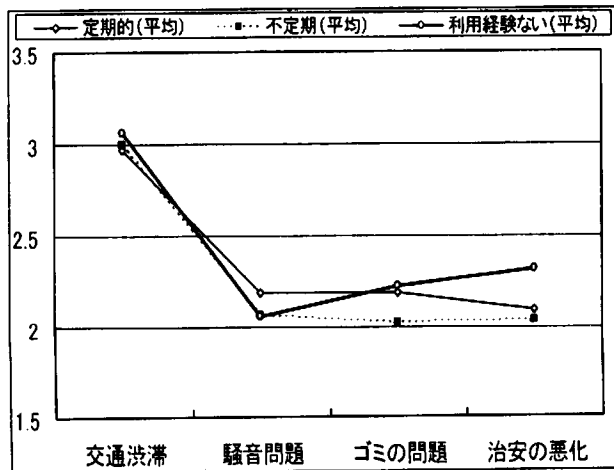


図6. 利用頻度別の問題意識

5) 札幌ドームへの期待

図7は、今後札幌ドームに何を期待するかという内容を、札幌ドームの利用頻度別に表したものである。

質問項目は、「プロスポーツの普及と開催」、「アマチュアスポーツの普及と発展」、「ボランティア意識を高める工夫」、「人々との交流」、「選手との交流を推進させるイベント」、「チケットの優先的配布など地域への様々なサービスの還元」の6項目とし、「かなり思う」を4点、「まあまあ思う」3点、「やや思う」2点、「あまり思わない」を1点と得点化し、その平均値で比較した。

全体的には、「プロおよびアマチュアスポーツの普及と発展」、「選手との交流を推進させるイベント」、「地域への様々なサービスの還元」という項目において、特に札幌ドームに対して今後の期待を抱いているということがわかった。

利用頻度別にみると、いずれの項目においても、利用経験のない人の値が低くなっており、ドームに多くを期待していないことがわかる。

また、「プロスポーツの普及と開催」、「選手との交流を推進させるイベント」、「地域への様々なサービスの還元」では統計的に有意な差がみられ、利用経験のない人と比べて、利用したことがある人々の方が期待を抱いているということがいえる。このことから、利用頻度が高いほど、期待も高くなっているといえる。

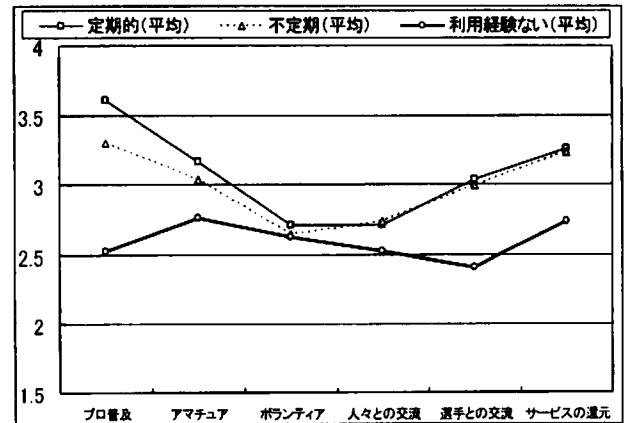


図7. 利用頻度別の期待

表4. t検定結果一覧

	プロ	アマ	ボランティア	交流	イベント	サービス
定期的>不定期	※					
定期的>経験なし	※※※				※※	※
不定期>経験なし	※※※				※	※

※p<0.05
 ※※p<0.01
 ※※※p<0.001

6) 札幌ドームへの愛着

図8は札幌ドームへの愛着を表したものである。

札幌ドームへの愛着は、かなり感じると答えた人が44.8% (73人)、まあまあ感じると答えた人が38.0% (62人)であり、8割以上の人々が札幌ドームへの愛着を感じていることがわかった。

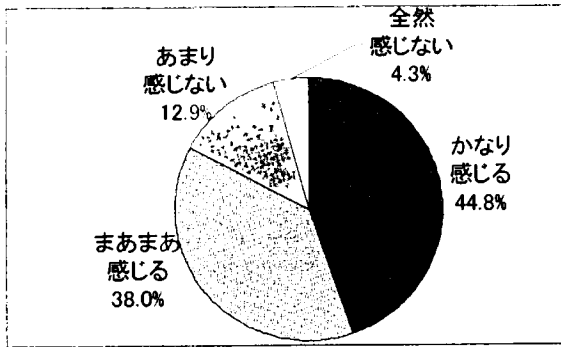


図8. 札幌ドームへの愛着

表5は札幌ドームへの愛着を札幌ドームの利用頻度別に平均値による比較を行ったものである。「かなり思う」を4点、「まあまあ思う」3点、「やや思う」2点、「あまり思わない」を1点と得点化し、その平均値で比較した。札幌ドームの利用頻度別の比較では、明らかにその愛着度が異なり、「定期的」利用者、「不定期」利用者、「利用経験なし」の順に愛着が強い結果となった。また、「定期的」利用者、「不定期」利用者と「利用経験なし」との間では、統計的に極めて強い差がみられた。

このことから、利用頻度が高い人ほど愛着が強く、利用経験がない人は愛着をあまりもっていないことがわかった。

表5. 利用頻度比較による札幌ドーム愛着

札幌ドームへの愛着度		計
定期的 (平均)		3.53
(標準偏差)		0.668
不定期 (平均)		3.29
(標準偏差)		0.776
利用経験なし (平均)		2.64
(標準偏差)		0.929
全体の平均		3.23
全体の標準偏差		0.836

表6. t検定結果

札幌ドームへの愛着度	
定期的 > 不定期	
定期的 > 経験なし	***
不定期 > 経験なし	***

***p<0.001

7) まとめ

札幌ドーム周辺住民へのアンケート調査では、利用経験者は全体の約8割となっており、大半の人が何らかの目的でドームを利用していたことがわかった。

「札幌ドーム設置による効果」では、ドームの利用頻度が高いほど効果があったと認識されていたことから、ドームを利用することで、スポーツに対して興味や関心を抱く人が増えると同時に、地域が活性化されたと感じる人が多くなっていることがわかった。「札幌ドーム設置による問題」では、ドーム利用経験のある人々に比べて、利用経験のない人々の方が、交通渋滞などいくつかの問題点を指摘している。「札幌ドームへの期待」では、利用経験のない人々と比べて利用経験のある人々の方が「スポーツの普及・発展」等の期待を抱いており、札幌ドームの利用頻度が高いほど、期待も高いといえる。札幌ドームへの愛着では、性・年齢層でやや違いはあるものの、8割以上の人々が札幌ドームに対して愛着を感じており、利用頻度が高いほど愛着が高く、利用経験がない人は、あまり愛着をもっていないことがわかった。

したがって、交通渋滞などいくつかの問題点の指摘はあったものの、周辺住民は札幌ドームを利用することで、札幌ドームへの愛着がより一層沸き、スポーツへの認識や理解も深まり、地域が活性化されたと認識していると考えられる。よって札幌ドームの整備は、周辺の地域住民に対して、その社会的機能を十分に果たしていると考えられる。

IV. 総括

本研究の「札幌ドーム周辺住民へのアンケート調査」より、札幌ドームができたことによって、スポーツに対して興味や関心が沸く、地域が活性化されたという認識をもつなどの点では、その地域に住む人々にそれほど効果はみられなかった。しかし、札幌ドームを利用することによって、札幌ドームへの愛着がより一層沸くと同時に、スポーツへの認識や理解も深まっていることから、札幌ドーム利用者に対しては、十分に社会的機能を果たしていると考えられる。

以上のことから、来場者数やイベント日数、付帯施設の利用者数等によるスタジアム全体の稼働率によって、どれだけ社会的機能が果たされているのかを計ることができるであろう。

「スタジアムの概要および利活用状況調査」においても、管理運営方法の違いによりスタジアムごとで稼働率に大幅な違いがみられ、この違いから、W杯が開催された8競技場でも、周辺住民や利用者に対して社会的機能を十分に果たしている競技場と、そうでない競技場があると考えられる。現在、社会的機能を果たせていないであろうスタジアムについては、ゲームやプレーなどの質

の高いパフォーマンスを提供するだけでなく、新たな価値として付帯設備の充実などによる付加価値を付け加えていくことで、より社会的機能を果たしていくことができると考えられる。そして、観戦者や利用者の特性やニーズを把握するためにも、マーケティング活動を十分に検討していく必要がある。

さらに、生涯スポーツの拠点としての役割も期待されることがあるため、身近で親近感があり、軽装でも楽しむことができ、安心して気軽に利用できる施設が求められている。そして、スポーツをする場所としての役割だけでなく、地域住民のコミュニケーションの場となるような空間、身近で使い勝手のよい施設づくりが求められている。また、文部科学省が提唱している総合型地域スポーツクラブとの連携や推進も考える必要がある。これらを踏まえて、何年か先までの長いビジョンで管理運営方法を見直していくことが重要であるといえよう。

今後、W杯が開催されたスタジアムのような大型スポーツ施設が、インフラストラクチャーとして巨額な費用を投じて建設・整備される際には「ハコモノ行政」と揶揄された政策理念によってハード面の整備ばかりが先行するのではなく、社会的機能や付加価値を重視することで、資本投入意思に対し地域住民の合意が得られるような事業展開が必要になってくるといえよう。そして、個人の能力や資格、関わり方に応じて有給スタッフやプロの指導者としてスポーツを支えるポジションの整備・確立をし、人的サービスを整えていくべきであるし、物的サービス、様々なプログラム構築なども検討すべきである。また、経済的効果を重視する場合には、立地条件はもとより、民営化を図ることで利益を追求することも視野に入れていく必要がある。

最後に、一時的に演出される宴の華やかさのみに目を奪われず、スタジアム整備に至るまでの経緯や背景から、オープン以降何年後かまでの実態を調査し、スポーツ施設がもつ社会的機能について、冷静に長期的な評価をすることが今後の研究課題といえる。

引用・参考文献一覧

- 1) F I F Aワールドカップ™ 埼玉委員会 (2002), 2002FIFAワールドカップ™ 埼玉開催の記録
- 2) 北海道新聞情報研究所(2001), コンサドーレ札幌「赤と黒」の奇跡, 北海道新聞社
- 3) 池田勝・守能信次 編 (1999), スポーツの経済学, (株) 杏林書院: pp137-138
- 4) 池上惇 (1991), 文化経済学のすすめ, 丸善: p12
- 5) 井上俊 (1977), 遊びの社会学, 世界思想社
- 6) 磯村英一 (1989), 都市論集Ⅲ, 有斐閣
- 7) ジェームズ・A・ミッチェナー: 宮川毅訳 (1976) スポーツの危機 — どこが間違っているか— (上

- 巻), サイマル出版会
- 8) ジェームズ・A・ミッチェナー: 宮川毅訳 (1976) スポーツの危機 — どこが間違っているか— (下巻), サイマル出版会
- 9) 株式会社体育施設出版 (2000-11, 12月号 2001-3, 5, 7, 11月号), 月刊 体育施設
- 10) 川西正志・野川春夫 (2002), 生涯スポーツ実践論 — 生涯スポーツを学ぶ人たちへ—, 有限会社 市村出版
- 11) 倉沢進 (2002), コミュニティ論, 財団法人放送大学教育振興会
- 12) 丸山富雄 (2000), 現代スポーツ論, 中央法規出版株式会社
- 13) 丸山富雄 (2001), 近代性のゆらぎと「遊びとしてのスポーツ」の復権, 仙台大学紀要 Vol.32, No.2, pp.1-8
- 14) 小野清子 (2002), スポーツライフ・データ 2002 — スポーツライフに関する調査報告書—, S S F 笹川スポーツ財団)
- 15) 大鋸順 (1999), スポーツの文化経済学, (株) 芙蓉書房出版: p12
- 16) 佐伯聰夫 (2000), スポーツイベントの展開と地域社会形成, 不昧堂出版: p36
- 17) 埼玉県国体・国際スポーツ大会局ワールドカップサッカー大会課 成功させよう 2002
- 18) (社) 日本プロサッカーリーグ (1997), Jリーグクラブとホームタウンの現在・未来 1996, (株) 体育施設出版
- 19) 嶋田和則 (2002), さいたまスタジアム 2002 のできるまで, (株) さきたま出版会
- 20) 須田直之 (1998), スポーツによる町おこし—その社会的基礎—, 北の街社: p224
- 21) 高橋義雄 (1994), サッカーの社会学, 日本放送出版協会: p110
- 22) 山下秋二 (2000), スポーツ経営学, 株式会社大修館書店
- 23) 財団法人 余暇開発センター (1998), スポーツライフ白書, 株式会社ぎょうせい