

鹿屋体育大学の取り組み

萩原 悟一*

本学はツーリズムの視点からというのは少ないかと思いますが、大学として研究と教育というシーズを使いながら、パンフレットにも少し書いてありますが、「スポーツで未来を拓く自分を創る」ということで、人材育成をするという立場から大学スポーツをどうやって振興していくのかという視点で聞いていただければと思います。

なぜ大学でスポーツ振興を行うのかというところですけれども、これはアメリカのインディアナ大学の写真です。いろいろなすごい施設があって、スポーツ施設も充実しているのがアメリカの特徴ではありますが、真ん中の写真を見ていただきたいと思います。左側がインディアナ大学が出したノーベル賞受賞者です。右側がインディアナ大学が誇るスポーツで活躍した人です。ということで、ノーベル賞とスポーツで活躍した人というのが並列されて示されているのがアメリカの特徴です。

なぜこういうことをするのかといいますと、ノーベル賞で受賞した方の研究は一般の方にとってはそんなに分かりやすいものではありません。例えば物理で粒子を見つけましたといっても、それが一般社会にとって何が良くなるのかというのはなかなか見えません。一方、スポーツのほうは近くに住んでいる人であるとか、インディアナ大学のことを知っている人にとって非常に分かりやすいものです。スポーツで勝ちました、選手が出ましたということは非常に分かりやすいということで、アメリカでは2枚看板ではないですけれども、ノーベル賞とスポーツは同列で扱われているということが非常に多いです。

私も大学院がアメリカだったのですが、田舎町のアーカンソー州立大学というところいました。7万人ぐらいの都市ですけれども、アメフトの試合になると、3~4万人ぐらいが集まってきます。7万人しかない人口のところで3~4万人ということと大体半分ぐらいの人が大学の施設に来て応援するということが起っています。非常にこれが面白いと思っていたので

すけれども、それを日本に持ってきたいというのも1つありながら、今、こういう仕事を任されているところです。

ここに行くまでに、これはバスケットの試合ですけれども、110年以上かかったということです。経済効果も非常に多くて、人々がたくさん来て活性化しているのですけれども、まずはそこではなくて、経済を活性化させるために前の段階で何ができるのかということ鹿屋体育大学では、今、実施しているところです。

平成29年度から全国で8大学がまず選ばれて、そこで鹿屋体育大学スポーツ庁の採択事業として、地域振興を目指した大学スポーツの振興をしていこうということで、今、2年終わって次3年目に入るところに至ります。実際に何をやっているのかというところを今日はご紹介したいと思います。



これは鹿屋体育大学の体育館です。これは2年目に行ったバスケットボールの試合ですが、思ったよりも人が集まってちょっとびっくりしたというのが正直な感想です。今日もいらしているOBの川前さんという方に尽力いただきまして、地域と大学をどうつなぐかというところで振興事業をやっています。このときも、スポーツだけを見に来るといふ人はなかなか大隅地区では難しいということで、この外で実はおおすみハナマルシェというマーケットみたいなものをしていただいて、そこに来た人がついでにスポーツを見て

* 鹿屋体育大学スポーツ・アドミニストレーション室

いこうかなということ、これだけの人が集まったということ。スポーツと食という話が先ほどありましたが、そういうようなものを合わせることで人が集まったり、みんなでわいわいするようなことができるのではないかと、1つの可能性を、この写真から読み取れると思いますがいかがでしょうか。その一例です。

何を目指しているかといいますと、基本的にはスポーツの交流都市、先ほどの××日本一ですが、鹿屋・大隅はスポーツ交流都市を日本一盛んな都市にしようという大きな目標、100年かかるかもしれないけれども、大きな目標にしています。それを振興するのがKANOKA モデルです。

実際に何をやってきたかということ、いろいろありますが、地域・鹿屋市さんにご協力いただいて、スポーツのブランド名をBlue Windsという名前で作ったりとか、あとはカレッジスポーツ、先ほどのバスケの話もそうですけれども、サッカーとか野球とか、そういうものが取り組みとして現在行っているところです。

この間、1月にあったものを映像で見ていただきます。

<動画再生>

こんな感じで、この間ロゴマークができました。やはり重要なのが、鹿屋で大隅地区の女子高校生たちが考えてくれたロゴマークをオリンピック方式で小学校や中学校の皆さんに投票していただいて決めたということです。ある意味大学がやりますよと決めた一方的なものではなく、彼女とかこれからの未来を開いていく人たちがこれを作ってくれたということで、これをもって鹿屋体育大学もそうですけれども、鹿屋市のブランドを高めていくということを今取り組んでいるところです。その中に「する・みる・ささえる」というものがありますけれども、ここを軸に取りあえずはやっていこうという取り組みが1つこのBlue Windsというブランド名でやっていこうということです。簡単にいうと、楽しんでいこうということが大枠にあります。

楽しんでいくとその先には何かあるのかということ、私も愛着の研究者ではないのですが、一応何かで測れないかということで、地域の愛着とい

うのが1つの地域の活性化であるとか、活性化には110年ぐらいかかると思いますけれど、サステナビリティということで地域を持続的に継続させていくためには、愛着というのが重要なのではないかと、ここに着目しました。愛着が高いと住民のQOLが高かったり、そこにずっと住みたいという意識が高くなったり、あとは地域の活動に協力してみようという人が多くなって来たりということで地域の愛着というのは非常に重要なポイントになると思います。

ここに大学が何か愛着を醸成するような起爆剤になり得るのかということ、いろいろなアンケートを実施した結果、大学スポーツの振興、先ほどのようなカレッジスポーツデイだったり、あとは公開講座ということで大学の教員がいろいろな所に行って地域の方に運動指導をしたり、知識を提供したりというようないろいろな活動があります。こういう社会貢献度が大学の意識、アイデンティフィケーションというもので、簡単にいうと大学への意識を高めていくのかどうか、その大学への意識が高まると、地域への愛着が高まるのかということをしめしたら、実際に関係性というのが出て、ある意味地域貢献活動をたくさん大学がやっているとうちへの意識も上がって、皆さんの意識も上がって、それがこの鹿屋や大隅という地域への愛着につながるということが示されています。ということで、地域貢献活動や地域活動というのは非常に重要な役割を果たしているということが読み取れました。

このような取り組みを学長をトップとしてやっていこうと今取り組んでいるところです。これまで大学も社会貢献をしなければいけないということで進めてきてはいますが、これまではどちらかという一方通行的にボランティアを派遣します、何かをしますというところがありました。先ほどマーケティングが非常に重要だということで、マーケティングの基本中の基本というのがニーズを知ること、消費者のニーズを知ることということで、今後Blue Winds、KANOKA モデルを中心としてやっていることを、市民とかそこに住んでいる方とか、または学生のニーズを吸い上げて何をしたらいいの、何をしたらもっと盛り上がるの、何を吸い上げてから、いろいろなイベントや催し物をしていこうということで、今、進めています。

これは市長と学長が並んでいる左の写真、右も市長と学長ですが、ご協力いただきましてありがとう

ございます。市民の皆さんが体育大の中で運動会みたいなことをやりたい。もっとも運動会でいうと走るとか投げるとかではなくて、楽しみたいということで、今回は市民参加型の運動会というのを企画して去年5月に開催しました。映像を見ていただきたいと思います。

<動画再生>

こういうふうに学生がサポートをして、直接市民の方と触れ合う機会を作ることで、大学を知っていただく、スポーツを知っていただくという役割をこの運動会が果たしているのではないかと思います。また、学生もやはり運営から企画、そして自分たちが出てやることで、全国にここで学んだことを生かして出ていくというところが、やはり将来スポーツに関する人材が不足しているというところで、本学の使命であると思っています。

その1つのいい事例として、大学院でマーケティングマネジメントを学んだ平野君が、今日もその後ろにいらっしゃいまして、こういう経験を生かして自分も仕事してみたいということで、鹿屋市の地域おこし協力隊で中心の人物として今年は動いていただいています。また今年の運動会の企画・運営も彼らを中心として、もちろん学生も中心としてやっていくことで、若い世代の人たちがどんどんこういう経験を積んで、そしてスポーツによって地域を活性化していったりだとか盛り上げていくことに貢献できるという形が本学のこのスポーツへの関わり方の1つとして、今、非常に力を入れてやっているところになります。

大学スポーツは見るとかするだけではなくて、支えるというようなところも含めて、社会貢献活動をいろいろしていくことで、大学に対する意識であるとか関心を持っていただいて、それが地域の愛着につながっていただくと、そこに定住したり、彼は長崎県ですけども、鹿屋に残りたいということで定住していただいて、そこからコミュニティができて、魅力ある都市、そして街、人、仕事ができることの循環ができるのではないかと思います。

以上で発表を終わります。ありがとうございました。

(二宮)：鹿屋体育大学の大会も非常に興味深く拝

見しました。見ていても全然飽きなくて、30分見ていたいと思うぐらいです。参加した地域の方々は、絶対鹿屋体育大学のファンになりますね。それが地域愛着にもつながりますし、大学に対するアイデンティティを高めることにもつながりますし、非常に面白い取り組みで、同志社大学でもまねさせていただこうかと思っています。

もう1つ、最後のスライドを見て、やはり最終的にどういったところで成果を上げようというところまで考えて取り組みをされてるんだと実感しました。マイケル・ポーターのCSVという考え方です。社会貢献をしたり、社会問題を解決したりという取り組みをする中で、その取り組みがうまくいくとその結果経済的価値が生まれるという形で、定住増加であったり仕事ができたりといったところにつながっていくということで、共通価値の創造がもうこのサイクルでできていると思いました。

そういったところで鹿屋体育大学として今後このサイクルをより発展させていくためには何かアイデアがあれば教えていただきたいです。

(萩原)：非常に難しい感じがありますけれども、今後継続してやっていくということが非常に重要なポイントだと思います。1年目にカレッジスポーツデーを1回やって、そのあといろいろなイベントをしていたのですが、2年目に入って運動会をやってカレッジスポーツデーを2回やってということで、こういう取り組みを継続的にやっていくということが1つ重要ではないかと思います。あと、アメリカも110年かかっていますので、なかなかすぐにはということはないと思いますけれども、それが最終的にはこのようなサイクルにつながればなと思っています。

事例報告3: 鹿屋体育大学の取り組み

平成30年度 生涯スポーツ実践センター協力者会議



鹿屋体育大学 萩原悟一

なぜ、大学でスポーツ振興か？



スポーツは地域にとって身近なもの
地域住民にとって分かりやすい社会活動

日本一のスポーツ交流都市を目指して



KANOYAモデル

KANOYAモデルの取り組み実績
【平成29年度】

カレッジスポーツデー
(九州大学サッカーリーグ公式戦)
平成29年11月3日(土) 動員数 1,300人
※応用用Tシャツを無料配布し会場一帯となって応援した。

カレッジスポーツデー
(Bリーグ公式戦 鹿児島レブナイズvs東京サンレーヴス)
平成29年12月5日(土)及び14日(日) 動員数 590人
※国立大学地区でのプロバスケットボール公式戦は日本初
※応用用Tシャツを無料配布し会場一帯となって応援した。

かのやスポーツタウンミーティング
～産産が行う産産のための鹿屋体育大学スポーツミーティング～
平成30年2月18日(土) 動員数 90人
※地域住民と大学がリラックスした環境でスポーツに関する意見交換を行った。
※ランチバイキングも併催。

地域密着スポーツブランド名創設
"Blue Winds"
平成30年3月29日
※国立大学地区内で創設したスポーツブランドは日本初(世界初かも)。



スポーツで未来を拓く自分を創る～
鹿屋体育大学
NATIONAL INSTITUTE OF FITNESS AND SPORTS IN KANOYA


KANOYAモデルの取り組み実績
【平成30年度】

U-15 KANOYAサッカーフェスティバル&コンディショニング管理講演会
(U-15を対象としたサッカーフェスティバルと、本場克己氏を講師にコンディショニング管理講演会を開催)
サッカーフェスティバル 平成30年4月3日(土) & 4日(日) 参加者 100人
コンディショニング管理講演会 平成30年4月3日(土) 参加者 300人

2018かのやエンジョイスports
(大学と鹿屋市で共同企画実施した市民参加型運動会)
平成30年5月20日(土) 参加者 300人
※開催中にも風しから開催を中止しラフな雰囲気で楽しんでほしい。
※会場は、大学の最先端の設備を有するスポーツパフォーマンスセンターを使用
※ランチバイキングも併催。

カレッジスポーツデー 野球編
(鹿屋体育大学vs第一工業大学 練習試合)
平成30年10月14日(日) 動員数 400人
※開催中にも風しから開催を中止しラフな雰囲気で楽しんでほしい。
※応用用マフラータオルを無料配布し会場一帯となって応援した。
※鹿屋女子ダンス部協力によるチアダンスお披露目
※ランチバイキングも併催。

カレッジスポーツデー バスケットボール編
(全九州大学バスケットボールリーグ戦)
平成30年10月21日(日) 動員数 300人
※開催中にも風しから開催を中止しラフな雰囲気で楽しんでほしい。
※鹿屋女子ダンス部協力によるチアダンスお披露目
※ランチバイキング、お好み焼きハザルシエ(19店舗)も併催
※国立大学地区内で唯一のマルシェ開催は日本初



スポーツで未来を拓く自分を創る～
鹿屋体育大学
NATIONAL INSTITUTE OF FITNESS AND SPORTS IN KANOYA

地域と大学の一体感の醸成



MBC NEWS

Blue Windsロゴタイプ決定お披露目式

Nスポ 松本 圭介

大学を拠点としたスポーツ交流都市創造プロジェクト

楽しむ

エンジョイ・スポーツ する みる 大学スポーツ観戦

ささえる

スポーツ・ツーリズム、スポーツ合宿

地域の活性化はどんな尺度で考えればいいか？

地域への愛着

「まち・ひと・しごと創生基本指針2018」：活気ある地域空間の形成や定住人口の拡大に向けて、地域の誇り・愛着の醸成等を図る取り組みが必要

地域愛着の高さ=住民QOLの高さ(Harris et al., 1995)
 地域愛着=居住希望意識の醸成(Riger & Lavrakas, 1981)
 地域愛着=協力活動への参加意向(鈴木・藤井, 2008)

大学スポーツ振興を活用し、地域の活性化を図る(首相官邸, 2018)

これまでは大学が主体となって提供しているのみ → 地域とともに大学スポーツ振興を考える

大学のスポーツ振興が地域への愛着を醸成するための起爆剤になりうるか？

YES と言いたい...

学術的概念を基礎にしたモデル研究(萩原, 2018)
 対象者: 大学スポーツイベントに参加した市民275名(男性162, 女性106, その他7)
 年齢 32.42±19.74歳 大学までのアクセス 49.71±57.12分

大学スポーツ振興(社会貢献度) → **大学 ID** → 地域愛着

大学が一方的に行う社会貢献ではなく、地域との共同作業による

個人と組織の関係性を示すマーケティングの学術的概念(社会的アイデンティティ理論を背景) ※大学への誇り、関心

これまでの大学のスポーツを通じた社会貢献(一方通行型)

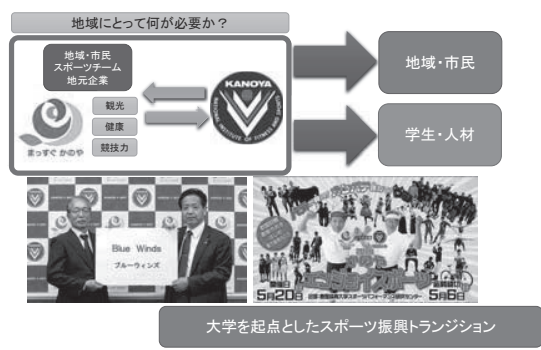
- スポーツボランティアの派遣

年度	派遣人数	派遣回数
19年度	45名	18回
20年度	44名	19回
21年度	48名	12回
22年度	45名	15回

- NPO法人NIFSスポーツクラブの運営：会員数385名、6種目
- 地域開放事業実績(公開講座等)：毎年約500名の参加、14の講座開設
- スポーツ施設の開放(利用者数) 47,734名(平成28年度)
- スポーツ合宿受け入れ 19団体191名の受け入れ(平成28年度)

一方通行型の社会貢献では、受け手のニーズに応えられていない

相互型社会貢献のイメージ



する・ささえるスポーツの創造

けっこう難しいけどな

2019/1/18

する市民のニーズに応え、ささえる学生の楽しみも創造

萩原：鹿屋体育大学の取り組み

