

「ポスト成長期」の開発計画における 「埋め込み」の様相

—新潟スタジアムとアルビレックス新潟を事例として—

三浦 倫平

ワールドカップ開催のために建設された新潟スタジアムは、その後も満員の観客を集め続け、その様相は各メディア媒体によって「新潟の奇跡」と称された。本稿はこの事例を、Polanyiの「埋め込み」の概念から読み解き、計画の正当化を図る市政と、計画に営利獲得や経済振興などの可能性を見出した若手の経営者たちが、計画を教育機関や地縁ネットワーク等の社会関係と結びつけていた点を指摘する。そして、当該地域の住民を巻き込むことで存続を図る「ポスト成長期」の開発計画の策定後の実態を把握していくためには、「埋め込み」の様相を捉えていくことが重要であることを提示する。

1 問題の所在—「ポスト成長期」の開発 の実態をめぐって—

1-1 「新潟の奇跡」という研究対象

〈サッカー不毛の地で起きた奇跡〉

「奇跡」の舞台は威容を誇っていた。新幹線の子窓から、田園地帯にそびえる白い窓が目飛び込んできた。12月の新潟は雲が低くたれ込め、陰鬱な空気さえ漂う。だが、つい1ヶ月ほど前、そこは熱狂の舞台だった。新潟スタジアム、通称「ビッグスワン」だ。(日経ビジネス2004年1月19日号:48)

新潟が燃えている。8月23日、ビッグスワン(新潟スタジアム)で行われた、J2の首位攻防戦、アルビレックス新潟対サンフレッチェ広島戦には、42118人の観客が詰め掛けた。収容人員42300人のスタジアムは、アルビレックスのチームカラーである炎

の色にも似たオレンジですっかり埋め尽くされた。…しかし、この数字は別段驚くに値しない。むしろここビッグスワンでは、当たり前のこととっていいだろう。(PRESIDENT、2003年9月29日号:190)

新潟市近郊の鳥屋野潟という湖沼の側に、周囲を田畑に囲まれながら、大規模な建築物が聳え立っている。正式名称を「新潟スタジアム」、愛称を「ビッグスワン」とする、その建物は、日本と韓国の共催が決定していたワールドカップサッカー大会の開催地になるため、2001年に建設された。

そして、大会後も長期的にスタジアムでイベントを開催すべく、プロサッカークラブ(アルビレックス新潟)が創設された。しかし、それまでサッカーが盛んであるとは言えなかった地域で、事業は成功しないと当初は疑問の声があがっていた。「アルビレックス新潟が後利用し

ようとも、ワールドカップ後に新潟スタジアムは関古鳥が泣く可能性が高い」といったように¹。

だが、そうした予想に反して、新潟スタジアムは毎試合4万人近くの観客を集め続けることに成功した²。「サッカー不毛の地」と揶揄されるような地で、全国で1、2位を争うほど観客が集まる新潟スタジアムの現象は各メディアで「新潟の奇跡」と称され、新潟スタジアムは今や新潟市のシンボリックな建築物として、その地位を確かなものに始めている。

新潟市の人口が現在約80万人程であることを考えると、この4万人という観客数は驚異的なものである³。現在の日本のサッカー人気の状況下では、スタジアムという対象は建設されれば、自然発生的に人が集まるような対象ではない。何故、新潟スタジアムでは、このような現象が生じたのだろうか。

本稿は、この現象をPolanyiの「埋め込み」という概念で読み解く。そして、「埋め込み」が展開する局面を視野に収めることで、新潟スタジアムの事例に限らず、当該地域の住民を顧客対象にする開発計画のその後の実態を捉えることが可能になるという点を提示する⁴。

1-2 本稿の分析視角—「埋め込み」という視角—

90年代以降、経済社会学では、Granovetterが提唱した「経済行為、経済的結果、そして経済制度が、行為者の個人的関係、および、諸関係のネットワーク全体の構造に影響されること」(Granovetter 1990:98) という embeddedness の概念が活用されてきている⁵。

Granovetterは、「人間の経済は、…経済的な制度と非経済的な制度に埋め込まれ、編みこまれているのである。」(Polanyi 1957=1975:268) と非市場社会を対象にしたPolanyiの経済人類

学的な議論から embeddedness の概念を導出し、現代の市場社会における経済の分析に適用することを試みた。そして、経済行為の説明には個人を取り巻く広範な社会構造(社会関係、文化、権力)の理解が不可欠であり、古典派および新古典派経済学のように個人の動機だけから経済行為を説明することは出来ないという点、経済行為には経済的動機と同時に「社交、是認、地位、社会的影響、勢力」などの非経済的動機が混在することに留意する必要があるという点を主張し、「新しい経済社会学」の方向性を打ち出した(渡辺2006)。

しかし、embeddedness の視角では、例えば経済的な事業といったものは既に社会構造の影響下にあるため(埋め込まれているため)、その事業がいかなる契機で社会構造の影響を受けるようになったのか、言い換えれば embeddedness 自体がいかにして生じるのか、といった局面を問えない⁶。そもそも、Polanyi は embeddedness という概念を明示的には用いてはいなかったものの、『大転換』において、「(経済の)制度的なパターンは、みずからの要求に社会をどうにかして従属させなければ、機能する事は出来ないだろう」(Polanyi 1944=1975:95) と、経済の制度的なパターンは「社会の実体」を包摂しない限り存続しえないという、言わば「埋め込み(embedding)」の議論も展開している⁷。

そこで、本稿では、Polanyi の議論を援用して、「埋め込み」を embedding の意味で捉え、「経済的な制度や事業と、人々を取り巻く広範な社会構造(社会関係、文化、権力)との関係性を形成していくこと」と定義づける。例えば、経済的な事業がある社会に存続するためには、人々と事業との間に安定的な経済関係が成立する必要があるが、そのためには事業は人々を取

り巻く社会構造と無縁のままでは存続しえない。そこで、スポーツ事業の存続に向けて、どのような働きかけが行われて、事業とどのような社会構造が節合したのか、本稿では主に社会関係に焦点を当てながら「新潟の奇跡」を読み解く。

1-3 「ポスト成長期」の開発と「埋め込み」

近年、地域開発計画の持続性は重要な課題として浮上してきている。人口や産業が安定的に拡大していくという神話が共有されていた「成長期」においては、それまでの需要を上回る建物や施設、工場などを供給しても、需要が新たに発生し、計画は存続するという前提があったが（中山 2001:71）、人口減少が予測され、経済の停滞が始まるなど、成長の神話が崩れ始めた「ポスト成長期」の近年においては、需要の発生を安易に前提に置くわけにはいなくなってきた。さらに、国家主導の地域開発計画が事実上終焉し、産業構造の空洞化によりサービス業が開発計画の対象として主流化する中で、計画と人々との経済関係を安定的に成立させるという課題が浮上してきている。

こうした課題に対して、「埋め込み」は重要な対策となっているのではないだろうか。当然、事業の性格によって、「埋め込み」が展開する局面は変わってくるだろう。例えば、リゾート開発、レジャー産業や観光・コンベンション産業などのような対象の場合、顧客対象が全国規模であるのに対し、文化施設や商業施設などのような対象の場合、主要な顧客対象が当該地域の住民であるため、「埋め込み」の範囲は限定される。その点で、本稿が対象とするスタジアムは長期的にイベント開催を目指すだけでなく⁸、当該地域のスポーツ振興を掲げているために「埋め込み」の範囲が限定されており⁹、「埋め込み」

が展開する局面を見る上でも有利な対象であると考えられる。

1-4 開発研究と「埋め込み」

これまでの開発研究は、住民と計画との間に経済関係を結ばなくても存続しうる工業化計画を主要な研究対象としていたため、当然のことながら「埋め込み」の局面を論じてこなかった。近年、従来の開発のあり方が問題視される時代背景の下、無駄な開発計画についてのモノグラフや（河北新報社編集局 1998；大野 2000 など）、そうした開発計画が生み出される背景や仕組みを明らかにし、いかに改革していくかという規範的な問題意識を持った研究が生み出されてきている（五十嵐・小川 1997；保母 2001；中山 2001 など）。しかし、その一方で、文化施設やスポーツ施設のような、当該地域の住民と経済関係を結ぶ必要のある対象が、いかなる過程を経て、いかに住民を取り巻く社会構造と関係性を形成しているのか、その実態を明らかにしてきた実証的な研究は管見の限り見出せない¹⁰。そうした実態を捉えていけない限り、上記のような施設を生み出した開発計画の当該地域における意味や可能性に迫ることは出来ないだろう。

その点で、90年代以降、経済学の領域で、開発計画の当該地域にとっての可能性を探るべく、計画の評価を試みてきた「社会的費用効果分析」と本稿は異なる立場に立つ（松野・矢口 1999；井堀編 2005 など）。すなわち、便益と費用の比較では、開発計画が当該地域のいかなる社会構造と関係性を結び、どのような可能性や意味を付与されたものとして捉えられているのか、といった局面について問えない点で、計画の評価を行う上で限界があると考えられる。

1-5 本稿の構成

あらかじめ本稿の構成を示すと、第2節では、「公共事業王国」の県都であった新潟市の開発計画の歴史を新潟スタジアム建設計画に至るまで紐解き、「新潟の奇跡」の背景を明らかにする。そして、第3節以降、「無料券配布」という活動に焦点を当て、第3節では、その活動に関与するアクターがどのような考えを持っているのか、第4節では、どのような社会関係とスポーツ事業が結びついていったのか、その様相を明らかにする。そして第5節で、本稿の意義を明らかにする。

2 「新潟の奇跡」の背景—新潟市の開発計画の歴史から—

本節では、公共事業に依存してきた代表的な都市である新潟市の開発の歴史を概観する。そして、持続性が開発の課題として浮上してきた様相を明らかにし、「新潟の奇跡」の背景を描くことを目的とする。

2-1 工業化計画の夢と挫折

新潟市は明治時代以前まで商業地として栄えていた地域であった。しかし、大正時代に入ると、新潟市（新潟県）は食料、資源、労働力を供給する点で、太平洋側＝「表日本」の産業発展を支える「裏日本」として、従属的な位置づけが与えられるようになっていた（中藤1999:14）。

そのため、保守県政は戦後すぐに、日本海側に位置することから派生する後進性を是正しようと、産業基盤の整備を目的とした地域開発を積極的に行っていた。保守市政も、51年に「工場設置奨励条例」の制定から積極的に工業誘致を行い、工業化を市政発展の鍵として位置づけてい

た（新潟市史編さん現代史部会1991:205）¹¹。

そして、61年には、整備に限界がある西港とは別に、新たに掘り込み式の東港を築造し、その後背地に重化学工場を誘致して、3600haの一大臨海工業地帯の造成を目的とする新潟東港開発計画を、運輸省、新潟県、新潟市が主体となって策定する¹²（新潟市史編さん現代史部会1991:213-214）。

しかし、開発の夢は長く続かなかった。東港開発は大きく行き詰まりを見せ、70年の段階で操業を開始した工場は四工場に過ぎないなど、工場進出は停滞し、工業用地も、当初の3600haから1100haに大幅な縮小を余儀なくされた。こうして、70年代初頭を境にして、市の工業化政策は行き詰まりを見せ、72年には「工場設置奨励条例」の廃止が決定される。

2-2 再開発計画の浮上と失敗

こうして、開発の夢が一端途切れた段階に、新潟市でも革新市政が誕生することになる。しかし、革新市政は、それまでの開発政策のひずみとして生じていた都市基盤の遅れを取り戻すべく、「生活水準の向上」という名目で、駅南地区開発計画を行っていった¹³。

計画は、上越新幹線の新潟駅乗り入れを機に、駅の南側地区一帯の15haを商業・業務地区にするもので、85年には計画の目玉事業として、「プラーカ」という商業施設（テナントビル）3棟が、市財政の年間建設費を上回る約270億円もの巨費が投じられて完成する。

しかし、建設後、ギリシャ語で「人の集まる場所」を意味する「プラーカ」には、皮肉にも人は集まらなかった。結果、90年の段階で15億円もの累積赤字が新潟市の財政にのしかかる事態となり、わずか5年で「プラーカ」の売却決定という事態に陥ってしまう。この事態の

背景には、運営の主体である新潟市が、事業試算を甘く見積もり、テナント募集活動や集客活動を効果的に行えなかったことが大きく影響していた。さらに、商工会議所を中心とする地元経済界も、開発主体として計画に関与していたものの、具体的な対応を行わず、90年に「プラカ」売却を新潟市が決定するや否や、「プラカ」を買い取ることもなく、一斉に手を引いていた（新潟商工会議所 1997:537）。結果、駅南地区開発計画は目玉事業の失敗で暗礁に乗り上げることになる。

2-3 再燃した開発の夢と、持続性の問題

新潟県全体では80年代においても数々の開発プロジェクトが進行していたが、十分な成果を得ることは出来ず、太平洋側、特に東京圏との地域格差は拡大していく一途であった（中藤 1999:15）。そこで、80年代末に、新潟県政は、多極分散型国土形成を掲げる「第4次全国総合開発計画」（1987年）に接続し、「日本海国土軸」の形成を提唱することで、後進性の脱却を図ろうとしていた¹⁴。同時期に、新潟市では、保守市政が再び政権の座を奪取し、県政の提唱に歩調を合わせることで、それまでの遅れを取り戻そうとするかのごとく開発の夢を再燃させていった。

そして、「軸」を形成するという国家政策とは分接し、環日本海経済圏の拠点になるかどうかで、その利益に相応の差が出るという論理で（経済企画庁総合計画局 1992）、県政と市政は拠点都市になるための数々のプロジェクトを「にいがた21戦略プロジェクト」（91年）で掲げる¹⁵。こうした動向は、かつて「公共事業王国」を支えた建設業界をはじめとする地元経済界に新たな利権を期待させ、積極的な支援や活動を呼び込み始めていった。

このような状況下で、新潟スタジアム建設計画の大本の計画であった鳥屋野潟南部開発計画が、「にいがた21戦略プロジェクト」の重要プロジェクトの一つとして打ち出された。鳥屋野潟は、新潟市街地から2～3キロと近距離にある潟で、周辺地区は市街地化されていない土地が多く、60年代から開発が求められていたが、工業化を志向していた当時の開発の方針からは棚上げにされていた。そうした言わば未開の土地に、開発の夢が新たに見出されたのだ。

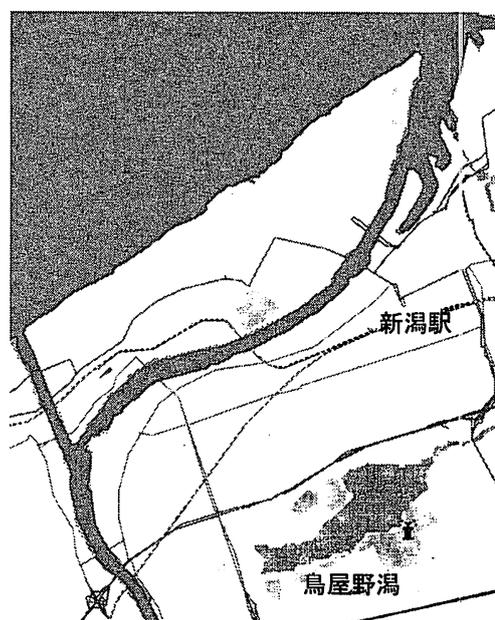


図1 鳥屋野潟の位置

計画は、新潟県、新潟市、地権者の亀田郷土地改良区を開発主体として、総面積270haにわたる「総合スポーツゾーン」（93ha）、「総合レクリエーションゾーン」（37ha）、「国際文化・教育ゾーン」（86ha）、「住居ゾーン」（54ha）の形成を目指すものであった¹⁶。

その位置づけについて、市長は以下のように述べている。

全国的な都市圏の配置が必要となってきた現在の現在、新潟には拠点都市となるべく機能と役割が付与されてきました。特にこの頃は、経済、文化、情報、物流などを担う新潟の国際的な位置付けが鮮明になってきました。…つまり、高次の都市機能が備わってきているのです。そのような都市には風格が必要です。その意味で、この計画は、新潟の街に風格を持たせる、重要なシンボルゾーンとしての役割を担うものなのです。(財界にいがた 1991年6月号:42)

以上のように、新潟市の「シンボルゾーン」を創出するという目的が計画に付与されていた。また、新潟県、新潟市、亀田郷土地改良区の個々の思惑としては、新潟県には二巡目国体招致に向けて、スポーツ施設を一カ所にまとめて建設したいという考えや、それまでの新潟市政が開発計画を行わなかった分、新潟市の豊かな財政を活用したいという思惑があった。新潟市としても、拠点都市に必要な施設の用地確保や県費の投入を望んでおり、両者の思惑は合致していたと言える。さらに、亀田土地改良区も鳥屋野潟の汚染を防ぐ上で、鳥屋野潟南部を公園施設で囲み乱開発を制限する鳥屋野潟南部開発は最善策という思惑があった。

その後、92年に国際的なイベントであるサッカーワールドカップ大会の招致計画が突如浮上すると、総事業費約800億円の新潟スタジアム建設計画が、「シンボルゾーン」の創出を目的とする鳥屋野潟南部開発計画と節合することになる。そして、スポーツゾーン全体の整備には1300億円が計上され、スタジアム建設計画は開発計画の先行事業、目玉事業として位置づけられていった。

しかし、個々の思惑がどうであれ、「シンボ

ルゾーン」を創出することが公式な位置づけである以上、スポーツゾーンはワールドカップ大会のためだけの一過性のものであってはならなかった。特に、3試合しか行われない大会のために莫大な税金を投入して、スタジアムを建設しても、その後使われなければ、地域のシンボルになるどころか、赤字を出し続ける無用の長物になってしまう可能性があった。そこで、スタジアム建設計画/ワールドカップ招致計画を正当化するため、商工会議所会頭を代表にして、複数の建築資本、メディア資本などがスタジアムの利用主体として、プロサッカークラブを93年に創設する¹⁷。

さらに、その後、新潟市政にとっては、スタジアムの利用主体を創設するだけでなく、その事業を安定的に成立させる必要が生じていた。なぜならば、鳥屋野潟南部開発計画は、その後進展した不況が影響して、「総合スポーツゾーン」以外のゾーンは、計画がほとんど進展していないという状態に陥り、「シンボルゾーン」の形成を掲げる鳥屋野潟南部開発計画を正当化するためにはスポーツ事業を軌道に乗せる必要があったからだ¹⁸。そのため、2003年から策定を開始した新潟市スポーツ振興基本計画で、市政は公式に観戦を促していく。

あのスタジアムという大きな空間。小さな子供達から若者、おじいさん、おばあさんまで、まるでファミリーのように世代を超えて集まった4万人の大歓声と、そこでの人たちの連帯感と一体感、そして自分自身の存在感はまさに日常生活では味わえない異次元での非日常的体験であり、世代間の貴重な交流の場でした。そのことは新潟スタジアムがまさに「家」であり、その空間を共有した観戦者は「家族」でした。そして、そのようなピ

ッイベントを体験・観戦したことが家族や地域・職場において共通の話題となり、そこのコミュニケーションの輪を拡大しています。スポーツを見ることで、そこで得る感動と興奮を家族・職場・地域などで共通の話題として共有し、家族のふれあいや地域の交流により、健康で豊かな生活を生み出します。私たちはこのような視点に立って「見るというスポーツ行動」も「新潟市のスポーツ振興」に大きく寄与するものとして「新潟市スポーツ振興基本計画」の中に位置づけます

すなわち、スタジアムに人々が集まる事によって、「世代間の貴重な交流の場」が増え、「健康で豊かな生活」が地域社会にもたらされると、公共的な意味づけを付与することで、市政は「見るというスポーツ行動」、言い換えれば、「一民間のスポーツ事業にお金を支払ってスタジアムに試合を観戦に行くという経済行為」を推薦している。

そして、次節以降明らかにするが、青年会議所理事長を務め、日本でも有数の専門学校グループを作り上げる等、経営手腕を評価されていた若手の経営者が、青年会議所のネットワークで資金を集めながら、95年からクラブの運営を一手に引き受け、スポーツ事業に対して、開発の正当化という以上に積極的な意味づけを行い、集客活動を展開していった。

*

以上、これまでの新潟市における開発の歴史を概観してきた。新潟市は70年代初頭まで、国家財政に依存しながら、工業化計画を中心とした開発に夢を見ていた。しかし、産業構造の変換に伴い、その開発の夢も長くは続かなかった。そして、開発のひずみから生じた生活環境の不整備という問題から革新市政が誕生する

が、生活環境の整備という名目で商業施設を中心とした再開発が行われ、開発が完全に消えることはなかった。ただ、開発にとっては新たな課題が浮上していた。すなわち、開発がサービス業など人々の消費行為の対象に転換していくことで、工業化計画とは異なり、計画と人々との経済関係を半永久的に地域に成立させる必要が出てきたのだ。そして、それは決して容易な課題ではなく、経済関係の成立に失敗した駅南地区開発計画は破綻し、社会問題化した。そのため、計画の正当化のためにも、一過性ではなく持続する計画が求められ、再燃した開発熱が生み出した鳥屋野潟南部開発計画/新潟スタジアム建設計画は、その後の利用主体としてプロサッカークラブを生み出した。

これが「新潟の奇跡」と言われた現象の背景である。開発の夢が続いた典型的な都市で、持続性の問題は重要なテーマとして浮上し、その様相が象徴的に表れたのが新潟スタジアムの事例だったのだ。そして、単に正当化のためだけでなく、事業が持続していくことに積極的な意味を見出すアクターの関与によって、「新潟の奇跡」が生み出される事になる。次節以降、無料券配布という活動に焦点を当て、それらの点を論じていく¹⁹。

3 無料券配布に関与するアクターの思惑—「地域活性化」と営利性の追求—

本節以降、無料券配布という活動に焦点を当てる。無料券の配布をすることで、スポーツ事業が広範な社会構造と結びつくことが想定しうる。例えば、娯楽を求める若者文化と結びつく可能性もあるし、老後の楽しみを求める老人たちのネットワークと結びつく可能性もある。

無料券配布の主体として、プロサッカークラ

ブの経営者は以下のように自らの戦略の優位性を語っている。

無料招待券を町内会やいろいろな団体を通して配りました。そうすると、町内会を挙げて、職場を挙げて、みんな一緒に観戦してくれる。…新潟でも、大観衆の中でのサッカー観戦の楽しさを知ってもらえれば、無料でなくても来てくれるようになる。(月刊観光、2005年3月号:21)

しかし、無料券配布という手法は、採用すれば、あらゆる地域で観客動員の成功をもたらすような「打ち出の小槌」ではない。新潟の場合では、次節で明らかにするが、市政や商工会議所青年部の関与によって、その手法はより効果的なものになっていた。そこで、まず本節では、スポーツ事業の中心となる主体であるクラブ経営者の思惑と、無料券配布に関与する商工会議所青年部の若手経営者たちの思惑について明らかにする。ちなみに、市政の思惑については上述しているため省略する。

3-1 クラブ経営者の思惑—「地域活性化」と営利性をもたらすスポーツ事業—

クラブの経営者は「新潟の奇跡」を起こした主役として、各メディア媒体で取り上げられてきた。新潟市の中心地の古町に18世紀初頭に建てられた愛宕神社の宮司でもあるという経歴も、メディアの興味を惹くものであった。

経営者は雑誌のインタビューで、これまでの新潟市(新潟県)の歩みを以下のように位置づけている。

新潟というのはこれまで、人材を中央へ供出する代わりにインフラを分け与えてもら

える、といった国の政策に沿って、公共事業で成り立っていたような地域でした。…中央で起こっていることを羨ましいと傍観しているだけだった新潟。(悠、2005年1月号:15)

すなわち、公共事業に依存する一方で、人材の流出という問題を抱えていたと評価している。特に、経営者は、「地域の指導者を目指す青年経済人が社会開発運動を行う団体」である青年会議所の理事長を務めていたこともあり、地域の経済状況に一貫して関心を持っていた。

また、専門学校の経営自体が、そうした人材の流出という問題を解消するために行われたという側面があった。自著で経営者は以下のようにその点について述べている。

地方都市にとって切実な問題は、優秀な人材がどんどん中央に出て行ってしまうことです。特に、新潟県は、毎年何万人という単位で、若者が県外、多くは首都圏に流出していました。交通の便がよくなり、生活の質が向上すれば、人材の流出は激しさを増す一方でしょう。私は、優れた人材が新潟を離れないようにするにはどうしたらいいか、さらにいえば優れた人材が新潟に集まってくるようにするにはどうしたらいいかと考えました。まず、若者が新潟にとどまるようにするには、地元で働けるようにすることです。それには即戦力となる人材を育成できる専門学校が必要だと思ったのです。(池田2006:49)

すなわち、これまでのように国に依存していくのではなく、優秀な若い人材を集めて、自立していくことを考えていると言える²⁰。当然、そこに事業化の可能性を見出していることは言うまでもない。実際、専門学校事業は順調

で、この専門学校グループの存在によって、都道府県別の高校卒業者の専修学校専門課程進学率で、新潟県が29.1%で全国1位となっている（週刊ダイヤモンド2004年10月16日号:36,63）。

そして、専門学校事業にとっても、スポーツ事業は重要であった。その点について、経営者の側近であるクラブの専務理事は、筆者による聞き取り調査の中で、以下のように説明する。

根底には、若者を集めたいということです。元々神主だったのはご存知かもしれませんが、昔の神主は地域の振興を司る役目があったというような話をしていたことがありますね。また、元々専門学校のグループを作っていますよね。あれもやっぱり、大学だと、卒業して、東京に行っちゃうんですよね。専門学校だと地元に残る率が高いんですよ。それで、若者を集める上で、スポーツであったり、音楽であったり、ファッションであったり、専門学校はそれこそ何でもありますからね。…社長の中ではスポーツは若者を呼ぶ、数ある手段の中で最重要なものなんですね。同時に、スポーツによって、地域が一つになるといいますかね、アルビレックス新潟というブランドを使って、新潟を元気付けたいと、というのが社長の発想なんです。ね。（2005年1月28日ヒアリング）²¹

すなわち、宮司としての顔と、専門学校の経営者としての顔を併せ持つ経営者にとって、若い人材を新潟市に呼び込む／留めることを可能にするスポーツ事業は、「地域活性化」になると同時に、自らが当初から行っていた専門学校事業の利益にもなる点で、格好の事業であったと言える²²。実際、専門学校グループはその後、

着実に生徒数を増やし続け、93年には生徒数が3000人であったのに対し、現在では1万人を超える生徒を抱えている。そして、その後も、新たに3つの専門学校をスポーツの分野で新設すると共に、プロスポーツチームを専門学校とタイアップさせて創設するなど、スポーツ事業に積極的な姿勢を見せている²³。

3-2 商工会議所青年部の思惑—「都市間競争」下における活性化策としてのスポーツ事業—

次に、無料券配布という活動に積極的に関与した商工会議所青年部がどのような思惑で関与したのかについて検討する。その点について、自身も積極的に活動を行っている商工会議所青年部委員長のK氏は、筆者の聞き取り調査の中で以下のように述べている。

経済的には、今新潟が一番全国で悪いでしょう。新潟というのはバブルがはじけた時も景気は良かったんですよ。ずーっとよかったです。ずーっとよかったんだけど、これだけ続いてくると、当然、段々と具合が悪くなってくるわけですよ。というのも、新潟で作ったものをどこで売るかっていえば、東京、大阪で売るわけでしょ。東京、大阪で売れなくなれば段々と響いてくるわけですよ。東京、大阪は、悪いところはコケ終わりましたから。銀行でも、企業でも何でも。ある程度、東京、大阪の方は清算が終わったのかなど。新潟のほうはこれから清算が始まるんです。だから一番悪いんです。だからこそ、他の地域に置いていかれないように、今が立ち上がる時期なんです。（2005年4月15日ヒアリング）²⁴

ここで、重要なことは、新潟市が今全国でも経済的に悪い状況にあるかどうかという点に

あるのではない。重要なことは、K氏が「都市間競争」の中で新潟市は遅れをとりつつあると位置づけることで、焦りを抱えながら、「立ち上がる」手段を模索していた点にある。

そもそも商工会議所青年部という組織自体が、焦りの中で商工会議所内部に近年作られた組織であった。商工会議所は、1954年に設立されて以降、行政と共に開発計画を推し進めるなど地域経済にとって中心的なアクターであったが、任期制を採用していなかったため、議員のほとんどが固定化、高齢化していき、30代から50代の若手の会員が議員になれず、十分に活動出来ないという問題に直面していた²⁵。そこで、若手の会員が独自会計で地域経済の振興につながる事業を、自由に、かつ継続的に行える組織として、近年、青年部が商工会議所内に作られたのだ。また、若手の経営者が加盟することが可能な団体として、クラブ経営者が所属していた青年会議所があるが、青年会議所は逆に任期一年制であったため、役員交代が頻繁に生じ、事業の継続性が困難であり、近年は若手の経営者に選択されなくなっていた。商工会議所青年部は、その代わりに選択され始め、近年は経済振興を図るアクターとして存在感を強めつつある。

そして、商工会議所青年部が地域経済振興の手段としてスポーツ事業を選択した理由について、K氏は以下のように述べる。

この地域ではアルビレックス新潟というのが、いいツールだったんですよ。あれだけたくさん人間が新潟スタジアムに行って、たくさん人間がバスに乗ってあちこち行くわけですよ。アルビレックス新潟関連の商品を買って。…みんな大儲けは出来なくても、小儲けぐらいはできるわけですよ。…年齢層が

幅広ければそれだけターゲットが増えるわけだし、そういった人達が一体となっているんだから、売れたら一気に売れるでしょ。(2005年4月15日ヒアリング)

すなわち、他の事業のビジネスチャンスが、イベントがある日時を越えて、またスタジアムという空間に限定されることなく、広がっていると考えている。実際、K氏は「勝ちの種」というスナック菓子の商品開発を行うことで利益を得ている。

また、別の青年部の経営者は、筆者の聞き取り調査に対して、以下のように、象徴性を満員のスタジアムから見出していることを明らかにする。

やっぱり新潟であれだけ盛り上がっているわけだから、お役に立てるのならということで支援をさせてもらってます。…新潟スタジアムが出来て、あれだけ地域の人が集まって、新潟のために声を上げているのを見ると、微力ながらお役に立ちたいなど。(2004年9月15日ヒアリング)

すなわち、地域のアイデンティティの核としてクラブを意味づけていると言える。

3-3 青年部の関与の機制

以上のように、スポーツ事業に「地域アイデンティティの核」、もしくは、「ビジネスチャンス」といった意味づけを付与することで、無料券配布に商工会議所青年部は関与していた。しかし、こうした意味づけを生み出すために、または維持するために、中心的なアクターであるクラブ側によって、働きかけが行われていたことに留意する必要がある。

すなわち、クラブ側は、チケットの販売状況

から、試合当日に4万人以上の観客が集まらないと判断するや否や、あらゆる団体に無料券を配布することで、動員をかけているのだ。あくまでも、「4万人」という数字を達成することが目指されており、この「その場しのぎ」の無料券配布は、人々に観戦を促すために行われているというよりは、無料券配布を実行するアクターの関与を生成/維持するために行われていると考えることができる。

*

以上、無料券配布に関与するクラブ経営者と商工会議所青年部の思惑を明らかにしてきた。そして、共に、開発計画の正当化という、言わば「後始末」をしているのではなく、スポーツ事業に、経済振興や地域アイデンティティの形成、さらには営利獲得の可能性を見出していると言える。

こうした様相は、地域内のビジネス層の連携を通じた地域活性化の一モデルとして捉えることも可能であろう。ただし、この連携は常に自然発生的に生成、維持されるわけではない。「満員のスタジアムの継続」という戦略によって、営利性や象徴性などの可能性を見出させ続けることで、連携が生成、維持されるといった機制を捉えていく必要がある。

4 無料券配布の活動の様相—諸アクターの関与による進展—

本節では、無料券配布が諸アクターの関与の下、どのように展開していったのか、その様相を明らかにする。

4-1 新潟市政による無料券配布の関与

経営者が先に明らかにしているように、クラブは町内会に無料券を配布している。その方法

としては、市内の町内会長に、観戦希望の意思を問う回覧板を回し、観戦希望者の名前、住所、連絡先などの情報を収集、送付するという作業を依頼している。そして、無料券を配布するだけでなく、試合後も観戦者にダイレクトメールでチケットの情報や後援会組織の情報を送付し、観戦の定着化を図っている。

しかし、本来ならば、市役所の仕事でない作業を町内会長が行う必要はない。ただ上述したように、新潟市政はスポーツ事業に協力的であったため、クラブ側はこの作業を、新潟市市民局市民生活部自治振興課を通して依頼することが可能であった。筆者による聞き取り調査でのクラブ関係者の以下の発言は、必ずしもこの作業が決してスムーズに町内会の協力を取り付けつけたわけではなく、市政の協力が重要であったことを示している。

町内会で世帯数が多い所は特に、自分の余暇も全部潰して、全ての家庭に訪れて、希望者の数を数えたりとかしなければいけなかったので、相当クレームが来たんですね。(2004年9月15日ヒアリング)

また、新潟市政は、教育委員会を主体とした無料券配布を行っている。具体的には、「新潟市内の小・中学生とその親を対象に、トップアスリートに様々な形で接する機会を設け、夢や感動を共有し、青少年の心身の健全育成と新しいスポーツ文化の醸成を図る」とする「アルビレックス新潟ホームゲーム観戦招待事業」を実行している。招待方法としては、5つの期間に分けて、新潟市内の全ての小中学生に学校を通じて往復はがきを配布し、試合の観戦を希望する小中学生に手紙で申し込みを行わせ、抽選の下、アルビレックス新潟から希望者分のチケットを購

入し、無料券を小中学生に配布している²⁶。こうして、年間計1万人以上の小中学生を招待している。

さらに、2005年度からは親と子供と一緒に対象にした無料券の配布を行っている。親子を対象にした狙いについて、教育委員会生涯学習部体育課企画係主査は、筆者の聞き取り調査の中で以下のように答えている。

子供をダシにすることで親御さんにもサッカーを見に行ってもらいたいという面もありますね。実際、最初は全然興味が無かったんだけど、子供に連れられて行ったら、子供よりも親が今度は一生懸命になっちゃったという話はよく聞きますしね（2004年12月21日ヒアリング）²⁷

すなわち、教育委員会は、「青少年の心身の健全育成」を掲げながら、小中学校という義務教育の機関とスポーツ事業を結び付け、子供だけでなく、その家族も観戦に向かうことを狙っていると言える。

こうして、市政の関与によって、市域のほとんどの人々を網羅する地縁ネットワークや、小中学生全てを網羅する義務教育機関とスポーツ事業が結びついていくことになる。

4-2 商工会議所青年部による無料券配布の関与

また、商工会議所青年部に所属していた若手の経営者たちの関与によって、地方名望家が所有する人的なネットワークとスポーツ事業が結びついていった。具体的には、経営者たちが、市内各地において、住民をクラブの後援会に加入させていた。その点について、自身も積極的な活動を行っていた商工会議所青年部理事長K氏

は、筆者による聞き取り調査で、以下のように明らかにしている。

この人に言われたらしょうがないだろうっていう人何人かいるでしょ？あとは、ねずみ講ですよ、5人いたら、5人が5人を集めてくればいい。人をつなぐのが仕事だと思っているので、人をつなげばいいんですよ。この地域の場合は私だったという話で。深い問題も無いですね。だって、小さな町には得てして一杯いるわけですよ立派な人が。腐るほど。その時にそれを誰がつかないでくるかっていうことでしょうね。それでつながった結果が今回の繁栄なわけですよ。（2005年4月15日ヒアリング）

以上のように、商工会議所青年部のメンバー自身が地方名望家であったり、積極的に地方名望家の支援を要請したりすることで、各地区の住民をクラブの後援会に加入させていた。その具体的なやり取りについて、聞き取り調査の中でK氏は以下のように述べている。

とにかくサッカーを見たことない人ばかりだったんです。何だかわかんないんですけど入ってくれて。月1千円で会員になれるし、それで地域貢献が出来るんだから、安いだろうって。で、金を貰うわけですよ。私達はまず最初にお金をもらうんです。もらいやすいところから。人間の心理って、お金を払えば、どんなことにも興味を持つんです。アルビレックスと言う名前がそんなに巷に無いときに、おお何だか知らないけど後援会入ってるぞって話になって、段々興味を持ってくれるわけです。（2005年4月15日ヒアリング）

すなわち、サッカークラブに資金を提供することが地域貢献になるという論理を用いながら、1万円を徴収して後援会に加入させている。そして、この徴収された会費が、それまで全くサッカーに興味を持っていなかった人々にとって、新潟スタジアムに観戦に行く契機となっていた。この点について、聞き取り調査の中で、K氏は以下のように述べている。

1万円を払ってなければ、元々サッカーに興味がないから、無料でも試合にはなかなか行きませんよ。ただ、1万円を支払っている以上、どういうものなのかということにはみんな少なからず興味があるから。1万円を払って、さらにチケット代を払ってまで行く気は無いけど、無料ならば行ってみるか、という人は多かったですね。(2005年4月15日ヒアリング)

こうして、町内会への無料券配布は既に観戦に興味のある人々のみを対象にしていたのに対し、後援会を介した無料券配布は観戦に興味のなかった人々を巻き込んでいく。

そして、各地区の後援会は、無料券を会員に継続的に配布し続けるだけでなく、突然配布を停止することで会員に自発的な観戦を促していた。この点について、K氏は以下のように述べている。

チケットをもらっている人って言うのは、自分で買って試合をとか、会員になるというレベルにはない。でも、これがはまってくるんですよ。覚えい剤みたいなものですね。もうチケットやらないよって言った時に、もう止められないから自分で見るしかない。簡単でしょ？一年間繰り返したら、絶対中毒にな

るから。また、人からもらえるって分かってても、人間って段々気が引けてくるんですよ。そのうち自分から買うって言う人も絶対にでてくるから。(2005年4月15日ヒアリング)

このように「後援会に加入させる→無料券を配布する→配布を継続する→無料券配布を停止する」という一連の過程で人々に観戦を促す戦略をとっていた。この戦略どおりに全ての人が自発的に観戦に向かったわけではないだろうが、クラブ関係者によれば、全観客のうち招待客の割合は、2001年度で8割、2002年度で6割、2003年度で3割、1部に昇格した2004年度は、1割に減少しており、無料券を配布せずとも4万人近い観客数を近年は確保するに至っている。

*

以上のように、新潟市政や商工会議所青年部の関与が無ければ、スポーツ事業が地域内の社会関係と結びつくことはなかった。この無料券配布の活動だけで「新潟の奇跡」と言われた現象の全てを説明することは出来ないだろうが、新潟スタジアムとアルビレックス新潟の存在を地域に広く知らしめた、この活動がなければ「新潟の奇跡」も生まれなかったのではないかと考える。

5 むすび

新潟市は、戦後以降、その後進性を打破すべく公共事業に依存してきた象徴的な地域だった。しかし、「ポスト成長期」を迎え、第四次全国総合計画が掲げる多極型国土形成に連接化した「環日本海構想」もその多くが頓挫し、その公共事業依存体制も限界に直面していた。折しも、90年代以降、国家財政が緊縮化し、「都市間競争」が全国的に語られる中で、新潟市の

地域経済は停滞を始め、県財政や市財政の余裕もなくなってきていた。このような状況下で、一部の若手の経営者の間には焦りのようなものが共有されていたと言える。そうした社会経済的文脈を背景に、若手の経営者たちが、新潟スタジアム建設計画（鳥屋野潟南部開発計画）と組み合わされたスポーツ事業を持続させていくことに、営利獲得や「地域活性化」の可能性を見出し、その実現のために積極的に「埋め込み」を行っていった。また、満員のスタジアムが戦略的に維持されることで、そうした経営者たちの「埋め込み」の関与も維持されていた。さらに、こうした経営者たちの活動の背景には、青年会議所の停滞と商工会議所青年部の台頭といった地域権力構造の動向も影響を与えていると考えるが、そうした点については今後の研究課題としたい。

そして、本稿では、プロサッカークラブが中心に行った無料券配布という手法に焦点を当て、商工会議所青年部の関与が、地方名望家が持つ人的ネットワークとスポーツ事業を結びつけ、また、新潟市政の関与が、地縁ネットワークや教育機関とスポーツ事業を結びつけた様相を明らかにした。この「埋め込み」から、消費者がどのような影響を受けていったのか（embeddedness）、といった様相は本稿では問えないが、そうした「埋め込み」が事業との経済関係の成立の契機となったと考える。

以上の点から、新潟スタジアムの事例は「ポスト成長期」における開発の一つのあり方を象徴していると言えるだろう。すなわち、開発の夢を見続けるために、地域内の諸アクターが常に「埋め込み」を実行することで、住民を取り巻く広範な社会構造と計画を結び付けようとしているのだ。

従って、「埋め込み」が展開する局面を捉えて

いくことで、新潟スタジアムの事例に限らず、この種の開発のその後の実態に迫ることが可能になると考える。そして、埋め込まれた後、どのような変容が地域社会に生じたのかといった embeddedness の局面も併せて捉えることによって、その実態をさらに把握することが可能になると共に、開発の地域にとっての意味や可能性を捉えていくことも可能になってくると考える。

注

¹ 地元新聞紙はワールドカップ開催に賛同していたため、否定的な記事はほとんど見られなかったが、地元財界誌は一貫して、否定的な論調を採っていた（財界にいがた 1997年2月号:86-88、1997年9月号:64-67、1999年9月号:111、2001年7月号:106）。

² 年間の平均観客数は以下のようになっている。

01年	02年	03年	04年	05年	06年
16659	21478	30339	37689	40114	38709

³ 当然、新潟市以外の新潟県内の住民も観客であると想定できるが、新潟市よりも大規模な都市の多くでスタジアムに観客が集まらないという状況を考えると、新潟市の事例は特徴的なものであると言える。

⁴ 筆者は2003年から新潟市において、アルビレックス新潟の関係者、商工会議所青年部のメンバー、新潟市教育委員会などにインタビューを行ってきている。

⁵ 近年の Polanyi 研究の動向については、若森(2006)を参照されたい。

⁶ ただし、Granovetterも「関係性や、関係性の構造があたかも歴史を持たないように扱う還元主義的なやり方を避ける必要がある」(Granovetter[1990:99])と言及しており、embeddednessを暗黙に前提に置いていたわけではなかったと言える。

⁷ 日本では、翻訳で embeddedness が「埋め込み」と embedding のように訳されるが、それは「埋め込まれ」と訳した方が適切である（渡辺 1999,2006）。

⁸ スポーツと開発の歴史は長く、国体やオリンピックなど短期的なイベント開催に向けて、戦後以来、多くのスポーツ施設が建設されてきた。しかし、その一方で、長期的にイベントを開催し続けることを計画に含めたスポーツ施設は、野球場以外は基本的に建設されなかった。また、野球場も、プロ野球のチーム数は制限されていたため、各地域の開発の対象として浮上することはほとんどなかった。ただし、90年代以降、「エキスパンション制＝加盟基準をクリアすれば、どのクラブもリーグに加盟することが出来る制度」を採用したプロサッカーリーグ（Jリーグ）の設立によって、スタジアムは、イベントの長期的な開催を視野に入れた開発計画として各地域に浮上してきた。実際、90年代以降、19都市で新規にスタジアムが建設されてきている。

⁹ Jリーグの構想では、「地域に根ざしたスポーツクラブが出来ることでスポーツが人々の生活に溶け込み、様々な活動や世代を超えた人々の交流が生まれ、地域に活気があふれていく。そうしたホームタウンを実現しようとしている」（Jリーグホームタウン委員会・広報委員会,96:6-7）と、当該地域の住民を対象にしたスポーツ振興を掲げている。しかし、この構想通りにあらゆる地域で、スポーツ事業が成功するわけではない。そこで本稿は、成功事例と語られる新潟の事例を「埋め込み」の視点で捉え、その成功の背景に迫る。その点で、構想を無批判に前提に置くことで、事業の存続の様相に迫っていない既存研究とは異なる立場に本稿は立っている（高橋 1994 など）。

¹⁰ 既存のスポーツ研究は、大まかな傾向として、短期的なイベントを対象にしていたため、開発計画と、計画に反対する住民運動といった形で、計

画と住民を二項対立的に捉える傾向があったと言える。また、近年、文化経済学を中心に、芸術文化を対象領域にする文化施設と社会の結びつきを図る「アーツマネジメント論」が出てきているが、現状としては、形式的な制度論に終始する傾向があり、事業の存続の様相に迫ったものは管見の限り見出せない。

¹¹ 戦後以降、商工会議所会頭の村田三郎（1947～1959）が市長に就任して以来、商工会議所を中心とする地元経済界の支援を受けて保守市政が安定していた。

¹² 当時の新潟市の工業主力は市域で採取される天然ガスを原料とする化学産業であり、日本経済の好況の波に乗り、その生産額は順調に増加していた。

¹³ 「新潟駅南口地区の新しいまちづくりは『人間都市』創造の基本理念を計画の指針として進めていくこととしている。」と「人間都市」建設の一環として、再開発計画が打ち立てられている（調査月報 78 年 4 月）

¹⁴ 「日本海国土軸」の構想の背景には、国外要因も大きく絡んでいた。すなわち、旧ソ連のゴルバチョフ政権が 86 年のウラジオストック演説で日本を始めとする太平洋諸国の経済圏と連結する考えを示すことで、環日本海における経済圏の形成が期待され、91 年には旧ソ連が崩壊すると、国際緊張の融解が始まり、環日本海における経済圏の形成がただの「夢物語」ではなくなり、現実味を帯び始めていたという国際状況が「日本海国土軸」形成運動を押し進める大きな背景としてあった。

¹⁵ プロジェクトとしては、鳥屋野潟南部開発計画、新潟空港整備計画、中国開発事業計画、ロシア開発事業計画、北越自動車道延長計画、東港の港湾機能強化計画、万代橋下流連絡通路構想計画、新潟海岸コースタル・コミュニティ・ゾーン整備計画、西海岸地区総合整備計画、国際農業研究センター構想計画、上越新幹線の空港乗り入れ計画、新潟国際情報

大学設立構想、新潟ふるさと村整備、国際総合流通センター建設計画といったものが挙げられている。

¹⁶ 「国際文化・教育ゾーン」には、農業テーマパーク、教育研究施設、国際会議場、ビジュアルアートセンター、インターナショナルトレードセンターが構想された。「総合レクリエーションゾーン」には、ショッピングプラザ、ホテルなどを配した都市型アメニティゾーンが経済界によって構想されていた（財界にいがた 91年6月号:44）。

¹⁷ ワールドカップ大会を招致するためには、プロサッカークラブが存在することが条件であったことも創設の要因でもあった。

¹⁸ 「住居ゾーン」はその後一切の進展を見せず、「国際文化・教育ゾーン」では、新潟市産業振興センター、新潟勤労者総合福祉センターを行政が建設したのみで、「総合レクリエーションゾーン」では、新潟市民病院の移転が行われたのみであった。

¹⁹ その他の活動の様相については別稿を参照されたい（三浦 [2006]）。

²⁰ さらに、経営者は「異業種交流会五〇一」という団体を創設し、新潟で事業の創業を試みる人間を集めている（財界 2005年6月号:68-71）。

²¹ クラブの専務理事は経営者と青年会議所時代から旧知の仲であり、自他共に認める経営者の右腕的存在である。

²² 経営者は、雑誌のインタビューで「地域活性化は、お題目ではできっこない。企業を作り、経済を

発展させる事が第一ですよ。」（NIKKEI VENTURE、2004年9月号:26）と発言している。

²³ スポーツ事業はサッカー以外には、バスケットボール、ウィンタースポーツ、ランニング競技、野球といった分野で事業を展開している。

²⁴ K氏は全国商工会議所青年部連合会会長も兼任するなど、地域の有力者であった。現在は市議も務めている。

²⁵ この点について、K氏は以下のように述べている。「商工会議所というのは議員制なんですよ。会頭、副会頭があって、その下に上議員、一号議員、二号議員、三号議員があるんですね。…全部細かな規定があるんですよ。国の法律で出来ているのが商工会議所ですから。みんな決まっているんですよ。その人が優秀かどうかは関係ない。例えば、新潟商工会議所の亀田を見ても、会頭というのは大体ある程度、高齢を召している方。副会頭もそうです。上議員だとかもそうなる。とにかく、非常に高齢化してくるわけです。そうなると、商工会議所の中で一番動くと言われる30代、40代、50代の人間が議員になれない。中枢に入れない。その時に、やはり、会が疲弊してくるということで、出来たのが青年部です。」

²⁶ はがきを配布する経費とチケット代を含めて600万円ほどの経費が毎年計上されている。

²⁷ 主査は教育委員会が行う「見るスポーツ」関連企画の責任者である。

文献

Granovetter, Mark, 1990, "The old and the New Economic Sociology : A History and Agenda," Roger Friedland and A.F.Robertson eds., *Beyond the Marketplace : Rethinking Economy and Society*, New York : Aldine de Gruyter, 89-112.

保母武彦, 2001, 『公共事業をどう変えるか』岩波書店.

五十嵐敬喜・小川明雄, 1997, 『公共事業をどうするか』岩波書店.

井堀利弘編, 2005, 『公共部門の業績評価』東京大学出版会.

- 池田弘, 2006, 『神主さんがなぜプロサッカーチームの経営をするのか』 東洋経済新報社.
- Jリーグホームタウン委員会・広報委員会, 1996, 『Home towns : Jリーグクラブとホームタウンの現在・未来』
日本プロサッカーリーグ.
- 河北新報社編集局, 1998, 『虚像累々』 日本評論社.
- 経済企画庁総合計画局, 1992, 『環日本海時代と地域の活性化 : 日本海沿岸地域の特色ある発展に向けて』 大蔵省印刷局.
- 松野正・矢口哲雄, 1999, 『開発プロジェクトの評価』 築地書館.
- 三浦倫平, 2006, 「文化施設の『消費』——新潟スタジアムを焦点として」, 東京大学大学院人文社会系研究科修士論文.
- 中藤康俊, 1999, 『環日本海経済論』 大明堂.
- 中山徹, 2001, 『公共事業改革の基本方向』 新日本出版社.
- 新潟市史編さん現代史部会編, 1991, 『新潟市史 通史編 5 現代』.
- 新潟商工会議所, 1997, 『新潟商工会議所百年史』.
- 大野隆男, 2000, 『公共投資改革論』 新日本出版社.
- Polanyi, Karl, 1944, *The Great Transformation*, New York : Holt, Rinehart. (= 1975, 吉沢英成訳『大転換』 東洋経済新報社.)
- Polanyi, Karl, 1957, *Trade and Market in the Early Empire*, New York : The Free Press. (= 1975, 玉野井芳郎・平野健一郎編訳『経済文明史』 日本経済新聞社.)
- 高橋義雄, 1994, 『サッカーの社会学』, 日本放送出版協会.
- 渡辺深, 1999, 『「転職」のすすめ』, 東京大学出版会.
- 渡辺深, 2006, 「新しい経済社会学——グラノヴェターの『埋め込み』概念を中心にして——」, 富永健一編『理論社会学の可能性』 新曜社, 176-192.
- 若森みどり, 2006, 「K. ポランニー」, 橋本努『20世紀の経済学の諸潮流』 日本経済評論社, 311-352.

(みうら りんぺい、東京大学大学院、rinrin@dn.catv.ne.jp)

(査読者 新雅史、齊藤康則)

A phase of the 'embedding' in development plan The case of Niigata Stadium

Miura, Rinpei

An abstract: Niigata Stadium, built for 2002 FIFA World Cup, has been attracting a large number of people. This phenomenon is called 'A miracle in Niigata' by some mass media. This article tries to grasp this phenomenon by the concept of 'embedding' which is used by Karl Polanyi, and then points out that municipal government which tries to justify the plan and managers who see possibilities of profits and economical promotion