



アマチュアサッカーリーグ「東北超」と大連の観光振興について

北陸銀行 大連駐在員事務所
所長

田村 昌邦



大連梭魚湾サッカー場

1. はじめに



2026年6月からワールドカップサッカー北中米大会が開催され、日本でも大いに盛り上がっていたことと思いますが、ここ中国東北3省1自治区（遼寧省・吉林省・黒龍江省・内モンゴル自治区）でも今年からアマチュアサッカー「東北地区都市サッカーリーグ（東北超）」が始まり、熱気にあふれています。6月20日に大連梭魚湾サッカー場で行われた大連対瀋陽の試合には、ほぼ満員となる6万2826人の観客を動員しました。

各省・自治区とも「東北超」を単なる「アマチュアサッカーの試合」だけでなく、飲食・宿泊・観光とも連携し、消費拡大につなげることを目指しています。そこで今回は、「東北超」とこれに関連した大連の観光振興について紹介します。

2. 東北地区都市サッカーリーグ「東北超」とは



(1) 概要

「東北超」は、東北3省1自治区政府の各体育局が中心となり、各地のサッカー協会が共催しています。大会形式としては、瀋陽・大連（遼寧省）、長春・延辺（吉林省）、ハルビン・鶏西（黒龍江省）、フフホト・通遼（内モンゴル自治区）の8地域8チームが、リーグ戦で対戦し、上位4チームが決勝トーナメントに進みます。今シーズンの試合日程は5月～10月で、入場料は19.9元（約470円）と気軽に観戦できる金額に設定されています。

選手は、16歳から40歳の中国籍男性市民で、中国プロリーグに登録されている選手は出場できま

せん。

(2) 関連イベント

6月20日の対瀋陽戦に合わせて、大連市内ではさまざまな関連イベントが行われました。

パブリックビューイングが市内18カ所に開設されたほか、大連市商務局は銀聯アプリを通じて百貨店・スーパーマーケット・飲食店で使用できる総額1000万元超の電子クーポンを配布しました。中国経済新聞聯播によると、あるパブリックビューイング周辺の飲食店では、売上高が通常時の約1.8倍、来客数は約2倍に達したそうです。

また大連森林動物園、老虎灘、金石灘などの公園・施設では、アウェーサポーターを対象に身分証と観戦チケットの半券提示で1週間無料開放にしました。中央放送テレビ総台によると、金石灘では6月15～20日の来場者6万6000人中、約4分の3が本政策による誘致客だったとのことです。スポーツツーリズムとして、アウェーサポーターによる地域の観光、交通、飲食といった消費面の経済効果をもたらしています。

(3) 「東北超」の狙い

「東北超」はアマチュアサッカーの水準向上と普及促進につながります。中国では中学高校の部活動の制度が定着しておらず、またユースにおいてもクラブ間格差が大きいと、選手の育成環境が十分とはいえません。「東北超」により、競技人口の裾野を広げ、将来的にはプロ選手になる人材育成を目指します。東北超のチームは地元のアマチュア選手中心で、「近所のお兄さんが出場する」ような身近な感覚といえます。

サポーターが地元のチームを応援することによって選手が成長し、チームが強化されると試合観戦機会が増え、娯楽・レジャーや消費拡大につながります。

あわせて、スポーツツーリズムを実践することによって消費は拡大し、企業・商店・飲食店にとっては

顧客開拓から、雇用増加、さらには地域活性化という好循環につながります。プロアマの違いはあるものの、日本のJリーグのコンセプトと似ています。



「東北超」の看板

(4) 熱狂の背景

「東北超」では、全試合が“ダービーマッチ”のように絶対に負けられないライバル同士の試合です。その背景として、「**閩閩東**」^{ちんかんとう}※の影響が挙げられます。東北地区住民のルーツの多くが同じ地域なので、文化的親近感があります。また東北人のアイデンティティーとして、東北地区の厳しい自然環境の中を乗り越え生きてきたという地域的な一体感もあるといえます。

3. 大連の観光振興政策



コロナ禍後、中国の消費行動・志向は変化していきました。奢侈品・非必需品などの「モノ」の購入よりも、旅行・レジャーなどの「体験」や健康・自己ケアを重視するようになりました。2024年に大連に来訪した中国国内旅行客数は延べ1億4600万人、同旅客収入は1781億元と、コロナ禍前の2019年の実績を上回り、過去最高となりました。

(1) 観光振興政策

大連市の「第15次5カ年計画」(2026~2030年)では、「観光」を主要6産業の1つと位置づけ、「国際的な海滨観光地として、文化・スポーツ・観光のソフトパワーと都市競争力を高めた近代的な国際都市形成を目指す」とし、以下の方針を掲げました。

- ① 観光環境・サービスのハード・ソフト面の改善
- ② 海滨リゾート観光、都市(シティウォーク)観光、歴史文化観光、山・カントリーのアウトドアレジャー観光などの特色ある観光商品を充実
- ③ 日本、韓国、ロシアなどからのインバウンド強化

また「大連市政府活動報告」の2026年計画でも、「文化・スポーツ・観光・商業・イベントの融合を進化させ、『東北超』やプロサッカーリーグなども活用することで、スポーツ消費規模を280億元かつ8%以上の成長を実現すること」を目標にしました。上述の「東北超」が、「スポーツ+観光」に貢献しています。

(2) 観光振興の課題と対応

一方で、大連の観光振興には以下のような課題があり、その対応はまだ十分とはいえません。

A. 歴史・文化コンテンツの不足

中国各地では、古い街並みを古城・古鎮として保存・リノベーションし、観光に活かす手法がみられています。近代都市としての大連の歴史は百数十年と浅くコンテンツ不足が否めません。そこでここ大連では、一般市民の居住地であった「**東関街**」^{とうかんがい}の再開発により、オシャレな飲食店や土産物がオープンし、たくさんの観光客が集まるようになりました。

B. 発信力の弱さ

発信力の弱さをカバーすべく、若者をターゲットとして「**映え**」^{ええ}を発信してもらう取り組みを行っています。2024年には、インフルエンサーの投稿をきっかけに、大連市東港商業地区港東五街の坂道を下った先の海をフェリーが通過する風景が、撮影スポットとして大バズりしました。これを受け大連市では、フェリーの「映え」写真と通過時間を表示した大きな看板を大連空港に掲示しPRしています。

C. 冬季旅行客減少(夏熱冬冷)

冬の旅行客が少ないことも大きな課題のひとつです。対策として、冰雪経済(冰雪をベースにスポーツ・観光、さらに産業まで展開)の需要取り込みを進めています。大連にはリフト設置スキー場が4カ所あり、うち瓦房店銘湖や普蘭店安波は温泉が隣接しており人気を博しています。さらに2028年全国冬季運動会に向け金普新区に新スキー場を建設中です。

4. おわりに



コロナ禍前の大連への海外旅行客は、日本・ロシア・韓国人が多いものの、旅行客数は2019年で延べ114万人と、中国国内旅行客数の約1%にすぎません。近年は30日間のビザが免除されているにもかかわらず、日本からの旅行客もあまり目立ちません。

大連には、中山広場を中心に戦前日本統治時代の建築物が多数残っている一方で、再開発・SNS映えを意識した観光資源開拓にも取り組んでおり、見どころ満載です。皆さんも一度大連に足を運んでみてはいかがでしょうか。



再開発された「東関街」

※ 「閩閩東(ちんかんとう)」: 清朝中期までは漢民族の東北地区への移住が制限されていたが、清朝末期から中華民国時代にかけて、社会の混乱から逃れようと、山東省を中心に華北地区の庶民約3000万人が東北地区に移動していった。