

## 第3章

トップスポーツの未来像を描くために

## 今後の調査研究の方向性について

本調査研究委員会がトップスポーツに注目する理由は、学校スポーツと企業スポーツに支えられてきた、従来の日本におけるスポーツの構造が変化するなかで、その未来像を構想する際に、重要な鍵をトップスポーツが握っていると考えからである。バブル崩壊から20年以上、我が国のトップスポーツは常に存在意義が問われてきた。そのような中から、地域活性化の担い手としてのスポーツ、社会的起業（企業）組織としてのスポーツクラブ、企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）の表明手段としてのスポーツといった新たな視点を通じた意義づけがされるようになった。また、トップスポーツや日本企業が置かれた国際的な環境も変化し、アスリートのキャリアの描き方や企業スポーツのとりえ方も従来と大きく異なってきている。国内で競技力を十分に伸ばしたアスリートが海外のリーグへ挑戦していくというキャリア・パターンも、現在では珍しくなくなってきた。また、海外に進出した企業が、現地の社員や顧客とのコミュニケーションを図る手段としてスポーツを位置づけることも一般的にみられるようになった。

しかしながら、新たなスポーツの意義づけによる、さまざまな取組みがなされていても、個々の組織の努力により結実した成果のひとつひとつを結びつけ、全体としてうまく回っていく新たな仕組みを創っていくことはとても難しい。本調査研究委員会は、スポーツの普及・発展の新たな仕組みを構想するための、そして、現在、さまざまな場所、組織で実践されているスポーツの普及・発展に向けた取組みを後押しするような、基礎的資料の収集を志向している。

たとえば、ラグビーの明るい未来像を想定してみたい。先にみたように、高校生の体育連盟登録者は年々減少しており、また、今回の調査が明らかにしているように、ラグビー観戦を楽しんでいるのは年配者が中心である。現在ではラグビー中継の多くが有料番組として放映され、若くて経済的に余裕のない者がラグビー観戦の楽しみを享受するチャンスが少なくなっているかもしれない。このような現状を前提とする限り、ラグビーの明るい未来像は描きにくい。しかしながら、今回のスタジアムでの観戦者調査の結果からは、トップチームのホームタウンでは熱心なラグビーファンが育っており、若者は家族や知人に誘われながらスタジアムに足を運ぶものの、自分たちの学校や職場に選手やチームが関わってくれる可能性に大きな期待をもっている。このような結果は、若者向けのラグビー教室をトップチームが企画・立案するための資料となるであろうし、企業がCSR活動の一環としてラグビーに関わる際の資料となるかもしれない。

次年度以降の調査研究の方向性については、今後、本調査研究委員会で検討していくが、ラグビーは引き続き中心的な調査対象としていきたい。先にも記したように、ラグビートップリーグで活躍するチームは、企業スポーツ冬の時代を生き残ってきたという特異性をもっている。これまでの企業スポーツ研究では、実業団の休部・廃部の理由を、テレビ中継の減少による宣伝広告効果の低減、終身雇用制の崩壊による士気高揚効果・一体感醸成効果の減退などに求めてきたが、ラグビーのトップチームにおいては、どのように社内での意義づけが行われ、親企業の持続的サポートが可能となったのであろうか。これらは、各社、各チームによって事情は異なるであろうが、組織としてチームをどの部署に位置づけているのか—たとえば、広報担当部署なのか、人事担当部署なのか—投資家や篤志家と

いったステークホルダーに対してどのような説明を行っているのかといった視点からチームの運営に関わる当事者にアンケートやインタビューを実施することは、企業スポーツや地域スポーツの未来像を構想する上で重要な資料を提供するものと考えている。この点で、ラグビーに限らず、長年にわたって実業団を保持している企業も調査対象としたい。

さらに、企業スポーツから地域クラブ化したチーム、たとえば釜石シーウェイブス RFC の現状と課題の把握も重要なテーマとなるであろう。かつての名門企業チームがどのように地域クラブとして移行し、現在、どのように運営されているのかについての理解の深化は、我が国のスポーツの未来像をより立体的に浮かび上がらせる可能性を秘めるのではないかとと思われるのである。

このような構想はあるものの、本調査研究は端緒にすぎたばかりである。多くの読者の方々によって今回の調査データが活用されるとともに、調査の方向性についてご意見、ご示唆いただければ幸甚である。

(岡本純也)