

リーグの発展および日本スポーツ界の発展に寄与すると考えられる。スポーツ文化の振興を理念に掲げる Jリーグにとって、スポーツ界への貢献は重要である。

2. ホームタウン活動の現状

Jリーグに所属する各クラブは百年構想を具現化するために様々な活動を実践する義務が定められている。Jリーグ規約によれば、「Jリーグクラブはそれぞれのホームタウンにおいて『地域社会と一体となったクラブづくり(社会貢献活動を含む)を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければならない』となっている。つまり、ホームタウン活動とは「地域社会と一体となり、人々の心身の健康と生活の楽しみ」を増進させていく活動である。

今までのホームタウン活動の現状を把握するため、2009、2010年のホームタウンレポートから、活動対象者の割合を出したところ、図1のようにファン・サポーターに向けた活動が全体で31%の割合を占めている。次いで、小学生に向けた活動が多い。ホームタウン活動のおよそ半数をこの二つの対象者で行われている。

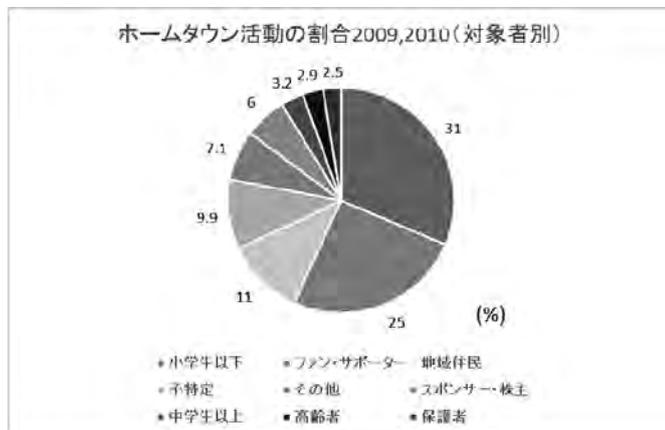


図1

3. 結果と考察

3-1. 研究方法

私たちは、①2009、2010年のJリーグホームタウンレポートをもとに各クラブが誰に(対象者)、何を(活動ジャンル)行ったかの詳細なデータをまとめ、また②2009～2012年のJリーグ観戦者調査の「Jリーグとコミュニティ」という項目から各クラブのホームタウンに対する貢献度を示す4つの設問をまとめ、この2つのデータの統計分析を行いホームタウン活動の結果と地域における貢献度との相関関係があるのかの実証研究を行った。

3-2. 結果

①と②のデータを統計分析した結果、全体的にファン・サポーターに向けた活動の割合が高く、相関関係も高い傾向があるという結果が出た。そのことから、ファン・サポーターに向けた活動は続けていくべきだと考えられる。しかし、小学生以下に向けたサッカー教室と学校訪問の割合が高いものの、相



図2

関関係が見受けられないという結果が出た。その中で私たちは、図2のように活動の割合は低いが、相関関係が高い傾向にある高齢者に向けた活動に着目することにした。

3-3. 考察と提案

図3は、総務省統計局に掲載されている高齢者の「スポーツ」の種類別行動者率を表したグラフであり、この図によると、平成18年から、平成23年にかけてウォーキング・軽い体操は他のスポーツに比べて、圧倒的に高齢者に人気の運動であることが分かる。道具や場所を必要としないため、取り組みやすい運動であることから、高齢者の方々に人気の運動であると推察できる。

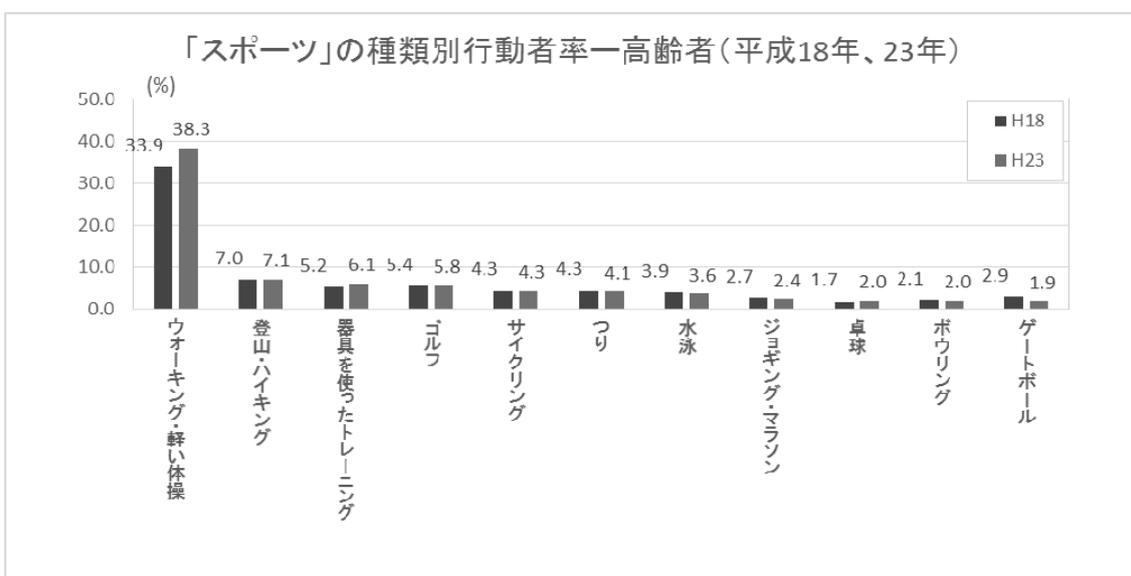


図3

そこで、私たちは、地元地域を楽しく歩くことで、地元地域を深く知り、地元地域をもっと好きになる。というホームタウン活動を提案することにした。この活動を提案するメリットは、「低コスト」で「楽しむ」ことができ、さらに「実現性」があるという点が挙げられる。内容としては、地域の商店街や文化遺産などを始めとした、それぞれの地域に特徴のあるポイントを選手たちと歩いて巡り、高齢者の方々しか知らない場所を教えたり、地元地域での思い出話をしたりすることで、若い選手たちは地元地域に対して、新たな面での愛着を持つことができる。また高齢者の方々は、若い選手しか知らないであろう場所を教えてもらうことで、今まで長い間暮らしてきた地元地域の新しい一面を見ることができるようではないか、と考える。私たちは最終的にこの新しいホームタウン活動を提案し、地元が好きで健康な高齢者に向けた「ヘルシニア(ヘルシー×シニア)」を生み出していきたいと考える。

4. まとめと今後の展望

Jリーグは開幕から今年で22年目に突入した。かつては、プロ野球が全国の人気を独占していた日本であったが、今やサッカーは野球に引けをとらないまでに人気を得ることに成功した。Jリーグが開幕した1993年より男子小学生が将来になりたい職業ランキングで、「サッカー選手」という職業は、現在もなお1位または上位を獲得し続けた。サッカーは日本全体、及び日本人に染み付いているといえるだろう。さらには、Jリーグは2001年シーズンより入場者数は平均で1万5千人を上回り続け、2009年には世界第6位を記録。たった20年たらずで世界でも指折の入場者数を見せるサッカーリーグとなった。このように日本でサッカー文化が根を張ることができたのは、少なからずJリーグが過去20年間にわたって行ってきたホームタウン活動やその他の多数の活動が寄与したものであるといっても過言ではない。

「地域密着」というJリーグが作り出した新しい風潮に、他のスポーツも乗り始めている。プロ野球のパ・リーグやセ・リーグの一部の球団や、BリーグやFリーグのチームにもチーム名に地元の名を入れる風潮が出てきている。地域クラブは、親企業や責任企業の補助は一切ない。地域クラブが発展し、成功させるためには、Jリーグのホームタウン活動をお手本にした地域活動を行うべきである。

今後、私たちは今回研究してきたデータを元に、これからJリーグが行うべきホームタウン活動のさらなる効率化を探り、どのようにすれば、より地域に必要とされるJリーグクラブとなれるのか。更には、それを他のスポーツが参考の一例として提供できるように、深く掘り下げて研究を行っていききたい。

<参考文献>

- ・ Jリーグサマリーレポート (2009～2012)
- ・ Jリーグホームタウンレポート (2009、2010)
- ・ Jリーグ.jp (<http://www.jleague.jp/aboutj/hometown/>)
- ・ 総務省統計局 (<http://www.stat.go.jp/data/topics/topi635.htm>)

日本バスケ新リーグにおける市場拡大

同志社大学 スポーツ健康科学部 スポーツビジネス B

○五島 渉 青木 美穂 高石 彩斗 渋谷 大山

1. 緒言

2016 年秋に開幕する男子のプロバスケットボールリーグ『ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ』通称 JPBL。それまでの bj リーグ、NBL、2 リーグ並立状態を危惧した FIBA からの指令を受け川淵代表率いる『JAPAN2024 TASKFORCE』が統合に成功させたのは記憶に新しい。新たに始まるこのリーグはクラブライセンス制度や 1 部 2 部 3 部の 3 つのカンファレンスに分けるなど J リーグが行う政策をモチーフとし、リーグが掲げる 3 つのミッション（世界に通用する選手、チームの輩出）（エンターテインメント性の追求）（夢のアリーナ）の達成を機とした市場拡大を目論んでいる（B リーグ公式サイト）。

だが、この新リーグについてバスケ経験者やバスケ好きな人を除いた世間一般にはあまり興味を抱かれていないのが現状だ。日本のバスケットボールプレイヤーを 1 人も知らないということもざらである。そもそもプロバスケットボールといわれても、J リーグやプロ野球とでは人気に圧倒的な開きがあることは周知の事実だろう。その中で組織が提唱する政策が上手くいきリーグ市場拡大に繋がるかというやや懐疑的にならざるを得ない所があるのも確かだ。

そこで、私たちは圧倒的成功を収め近年成長著しい MLS（メジャーリーグサッカー）における成功事例、現役の bj リーグ球団代表へのインタビューを通してバスケットボール新リーグにおいてより市場拡大の手助けとなるような政策を提案する。

2. 研究結果

(1)MLS の成功事例

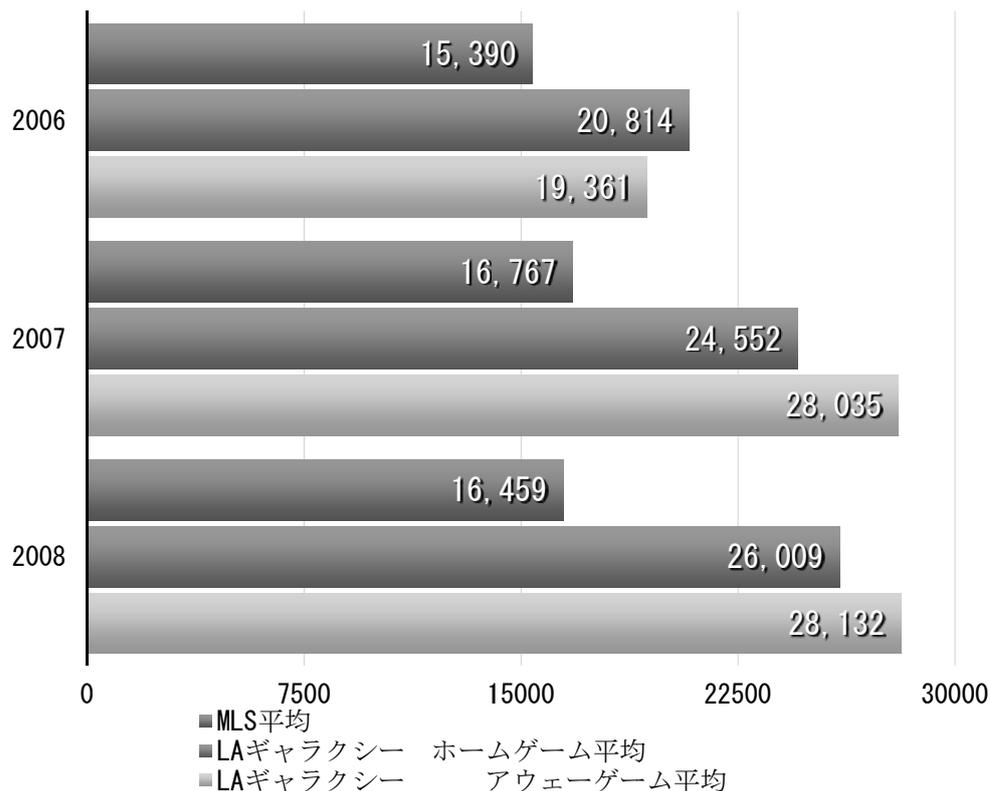
以下の図 1 が示すように、ベッカム選手加入後の観客動員数は大きく伸長。07 年の加入後はホームゲームで約 20%増、アウェーゲームは約 45%も増加しており、MLS 全体の平均値の押し上げにも貢献している（THE DUGOUT）。

また LA ギャラクシー公式サイトへの訪問者数もベッカム選手が加入する以前は毎月前年 103%で推移していたにも関わらず、デビューを果たした 2007 年 7 月は前年の 400%にも上る約 15 万のページビューを記録した（THE DUGOUT）。

そしてベッカム選手が 2007 年に入団して以降、MLS では 7 チームが新設され、今後も 4 チームの創設がすでに決定され、専用のホームスタジアムを有していたチームもわずか 5 チームから現在は 13 チームに拡大。さらに MLS 平均観客数も 2012 年は 18,807 人を記録。

これは同時期の NBA(17,319)と NHL(17,126)を上回り、世界のサッカーリーグではリーグ・アン（フランス）や エールディヴィジョン（オランダ）を抑えて、7 番目に高いリーグになる（THE DUGOUT）。

図1 ベッカム選手加入後の観客動員数の推移



THE DUGOUT (<http://www.the-dugout.jp/tdmw131428-beckham2.html>) より筆者作成

また、ベッカム効果"はしばしばグッズ販売や観客数増加だけにスポットライトが当てられるが、副次的な効果ベッカムの存在が最盛期にあるスター選手の加入を後押ししていることも確かだ。ロビー・キーンのギャラクシー入団に始まり、ティエリ・アンリやラファエル・マルケスらビッグプレイヤーのニューヨーク入りはリーグ全体のステータスをワンランク引き上げた。ベッカムの退団発表後もランパードやカカーの移籍報道が相次ぐなど、MLSの注目度が高まっている証拠といえる（THE DUGOUT）。

(2) 現状調査としてbjリーグバンビシャス奈良の球団代表である加藤氏にインタビュー調査を行った。

質問内容	解答
新リーグの市場拡大を考えたときどのようなことが必要になるのか	新しく日本バスケット協会に就任した川淵氏は、スポーツリーグの市場拡大においてメディアが6割関係しておりメディアをどのようにうまく利用し人々に知ってもらうかが重要である。
新リーグ設立に際してどのような不安要素をもっているのか。	まず有名選手が少ないこと、1部2部の成長速度の差、経営体力の差、アリーナの問題
bjリーグでの現在の市場について。	中央メディアに扱われにくいため、知ってもらう機会が少ない。

この質疑応答から周囲だけではなく、現場の声としても有名選手の不足、或いはメディアの注目を集めることができていないことが分かる。また、その環境作りが出来ていないことも確かだ。

3. 政策提言

以上の調査から私たちはリーグの発展には有名選手の存在が不可避だと考えた。だが、ただ単に有名選手、例えば現役のNBAのスタープレイヤーを日本のチームに移籍させるというのは非現実的なものに思える。そこで私たちは、金銭的にも名実も共に安定した全盛期を過ぎたスタープレイヤーにフォーカスした。輝かしい実績を持つ彼らを日本に呼ぶことができれば、メディアの注目・世間の興味を集めることが期待され、これがリーグの市場発展へと繋がるのは間違いない。

ただここで、疑問が浮かぶ。「どのようにしてそのスタープレイヤーを呼ぶのか？」いくら全盛期を過ぎたとはいえ金銭的に余裕のある彼らを金銭面の条件から招聘するのは厳しいだろう。そこで契約の条件を工夫し、より外国人選手がプレーしたくなるような政策を3点提言する。

(1) 家族、家庭のサポート

まず、その選手の周りの環境を整える必要がある。具体的には、ホームスタジアムからアクセスが良い家、車の提供、娘・息子の学校等の手配。それに加えて、選手そして家族にストレスを感じた生活をさせないために他チーム或いは他競技の外国人選手家族との交流（食事会等）を援助する活動も行う。

(2) 引退後のセカンドキャリアを保証する

アメリカのプロスポーツ選手は桁外れに高い年俵で知られている。特に NBA での平均的キャリアは 4.8 年、平均年俵は約 5 億円、生涯賃金約 20 億円強だ。しかし、驚くべきことに 5 年以内に 60%の選手が自己破産をしている。破産した有名 NBA 選手としては、アレク・アイバーソン、アントワン・ウォーカー、カート・シリングなどが挙げられる。現役時代に巨額の資金を獲得していても、選手たちのセカンドキャリアまで保証されていないのが現状である (MintLifeBlog)。

ここからも分かるように、スポーツ選手にとって現役引退後の人生、いわゆるセカンドキャリアはとても大切なものになってくる。そこで、あらかじめ契約の際にその選手の引退後の仕事まで保証することでより魅力的な条件になるのではと考える。企業スポーツに代表されるような形で仕事をしてもらうことに始まり、そのままチームのコーチ・スカウトとして、あるいは日本の良さを各国バスケットボールリーグへと伝えるパイプとして。その形は多種多様であり、それを彼らがセカンドキャリアとしてこなせる環境を整える。

(3) プレシーズンマッチの開催

日本の良さを生で伝えることが出来るプレシーズンマッチの開催は外すことは出来ないだろう。現に、発足当初の J リーグに当時サッカー界のスター選手であったジーコが来たのは、81 年のトヨタカップで来日した際に日本の良さを肌で感じたのが大きかったとあるインタビューで答えている。

また、NBA のチームでも実際にアジアツアーと称して中国等を回っているチームはあり、その足を日本にまで伸ばしてもらう努力を企業等の協力も得ながらする必要がある。

参考文献

B リーグ公式サイト <http://www.bleague.jp/>

スポーツビジネス 最強の教科書 著平田竹男

スポーツ白書～スポーツの指名と可能性～ 笹川スポーツ財団

MintLifeBlog<http://blog.mint.com/how-to/from-stoked-to-broke-why-are-so-many-professional-athletes-going-bankrupt-0213/?display=wide>

THEDUGOUT <http://www.the-dugout.jp/tdmw131428-beckham2.html>

D会場（4206 教室）

実現性部門／提言先：行政組織以外

- 1 徳島大学 ウェルネスコース…………… P94
ゆるスポーツで世界を変える
- 2 帝京大学 大山ゼミAチーム…………… P98
SNS を使用した広報戦略は大学スポーツにおいて有効であるか
～帝京大学ラグビー部を事例に～
- 3 東海大学 大津ゼミ …………… P102
東京オリンピック・パラリンピック開催と大学連携事業に関する一考察
－大学施設の有効活用について－
- 4 同志社大学 スポーツビジネスA …………… P106
見せるスポーツからみせるスポーツへ
－女性ファン増加に向けた取り組み－
- 5 大阪経済大学 相原ゼミBチーム…………… P110
大学生の運動参加率向上プラン
～モデル大経大～
- 6 一橋大学 岡本純也ゼミA…………… P114
会社内組分け制度
－自分の組に誇りを－
- 7 早稲田大学 武藤ゼミA…………… P118
「する」パラリンピック
－被災地支援と連携したイメージ改革－

ゆるスポーツで世界を変える

徳島大学 ウェルネスコース

○坂本 直也 川口 新 豊田 真実 池田 瑞姫

1. 緒言

世界ゆるスポーツ協会によると、『ゆるスポーツ』とは、スポーツへの関わりを諦めてしまった人々を救う、次世代のスポーツである」という。いうなれば、それは、スポーツ弱者を世界からなくし、誰もが楽しめるスポーツの開発・普及を目的としたニュースポーツであると言えよう。幅広い世代でのスポーツ離れが叫ばれる今日、この「ゆるスポーツ」がそれらの課題解決の糸口になるのではないかと私たちは考えた。

スポーツ離れを引き起こす原因には、個人の志向性の変化に既知のスポーツの特性がついていけないことが挙げられる。図1に示すようにスポーツには多様な特性がある。また、図2に示すようにライフステージが変化する過程で個人のスポーツへの志向性も変化する。その志向性が変化した時に、個人がスポーツの特性を十分に知らないと、スポーツとの関わり方を上手く移行できなくなり、これが原因で運動離れが起こっていることが推測される。よって、人々がスポーツの本質(特性)を体感できる機会の普及がこの防止に繋がるのではないかと考えた。

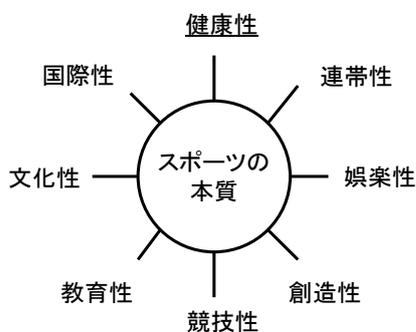


図1 スポーツの特性(福岡,1988 修正)

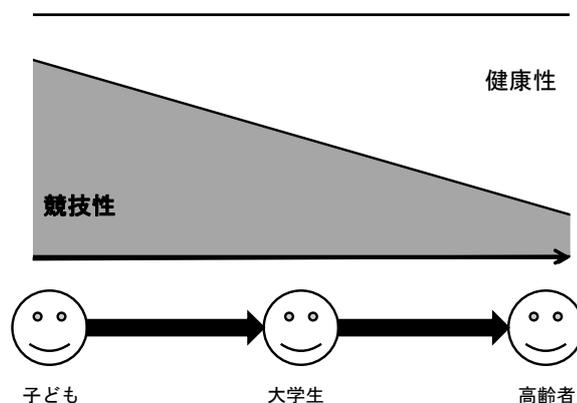


図2 ライフステージにおける志向性の変化

2. アダプテッド・スポーツとしての「ゆるスポーツ」

アダプテッド・スポーツ(AS)とは「障害者や高齢者、子どもあるいは女性等が参加できるように修正された、あるいは新たに創られた運動やスポーツ、レクリエーション全般を指す」(最新スポーツ科学辞典, 2006)言葉である。上記の含意から近年、ASは障害者もできるスポーツとして一般的に認識されている。しかし、今回の提言にあたっては、ASを障害者スポーツという意味合いのみでなく、個人と多様なスポーツの特性の「間」を繋ぐ、さらには世代間や性別間、職業間等、人々を取り巻く環境にある様々な「間」を繋ぐためのASであると再定義する。

そして本提言では、「ゆるスポーツ」をこのASとして捉えてみたい。なぜならば、「ゆ

るスポーツ」をASとして意識し実施することによって、緒言で示したようにスポーツ離れを防ぐ可能性が広がると考えたからだ。

3. 「ゆるスポーツ」としての「OUR 合戦」

(1) 「ゆるスポーツ」の開発・実践

私たちは「ゆるスポーツ」を開発・実践するにあたって、世界ゆるスポーツ協会の代表者を大学にお招きし、講習会の開催や助言をして頂いた。同協会のアドバイスを参考に、「ゆるスポーツ」を単に地域のスポーツ推進だけでなく、それを通じた地域活性化を見据えた活動として位置づけることとした。また、地元新聞社(徳島新聞)の協力を得ることができ、私たちの取り組みを紹介して頂くとともに、その開発・実践に要する費用を補助して頂くことが出来た。表1は「ゆるスポーツ」開発の流れを示したものであり、ミーティング13回、実践5回に加え、世界ゆるスポーツ協会の代表者とやりとりを重ねてきた。その結果、「OUR 合戦」という一つの具体的な「ゆるスポーツ」を生み出すことが出来た。

表1 OUR合戦開発スケジュール

日程	スケジュール	日程	スケジュール
5月15日	ゆるスポーツについて調べる	8月3日	OUR合戦ルール設定
6月9日	どのスポーツを基盤とするか	8月10日	OUR合戦道具準備
6月16日	ゆるスポーツ協会・徳島新聞の方とミーティング	8月29日	OUR合戦道具準備
6月23日	ゆるスポーツの開発	8月30日	アンケート作成
6月30日	【実践】空手教室(小学生・大人)	9月4日	【実践】徳島新聞取材(大学生)
7月4日	ゆるスポーツの開発	9月5日	改善点、課題解決
7月14日	【実践】プレ実践(大学生)	9月28日	改善点、課題解決
7月21日	OUR合戦誕生	10月9日	【実践】子ども運動教室(小学生)
7月28日	OUR合戦ルール設定	10月15日	【実践】メディカルフィットネス(高齢者)

(2) 「OUR 合戦」について

「OUR 合戦」は、雪合戦をベースとした「ゆるスポーツ」である。雪合戦をベースとした理由は、①「競技性が低いこと」②「個人の競技能力に左右されにくいこと」③「ルールの書き換えが容易であること」であった。またネーミングについては、参加者が自分たちで作上げる「OUR=私たち」の合戦という意味を込めた。規定のルールは表2の通りである。ちなみに徳島県で実践するにあたっては、「OUR 合戦」特有の自由度の高さを活かし、①「復活ボールは緑色のすだちボールを使用」②「応援合戦での合い言葉は『やっどさー(阿波踊りでよく使われる掛声)』」③「防御アイテムはうちわ」④「ボールが当たって停止している間は阿波踊り」⑤「プレー中のBGMに阿波踊りの音頭」といった徳島要素を盛り込んだ内容となっている。

表2 OUR合戦規定ルール

規定ルール	内容
人数・コートの広さ	自由。
時間	1セット3分×3
壁	各チームで話し合い、壁となるブロックを自陣内に自由に設置。 ※ブロックの数はあらかじめ決めておく
ボール	ボールに当たるとその場で停止。
復活ボール	停止中の仲間にあたることで復活させることが可能。
応援合戦	チーム全員で合言葉を叫び、その声の大きさをデシベル計で測定。
攻撃	ボールを投げることができるのは守備の人のみ。 敵陣へ攻める人はボールを投げることはできない。 ※復活ボールは攻守ともにOK ※攻める人数はあらかじめ決めておく。 (攻める人とは相手陣地に入ってフラッグの取得を目指す人を指す)
防御アイテム	ボールが当たることを阻止できるアイテム。(盾として使用) ※今回はうちわを使用した。
得点	フラッグを取る・・・10点。 相手チーム全員にボールを当てる・・・10点。 応援合戦で相手チームよりも大きい数値を出す・・・10点。

(3) ゆるスポーツの効果

今回の実践の際に実施した聞き取り調査より、「OUR 合戦」が参加者に与えた影響が読み取れた。まず、小学生対象の実践では様々な要素に「楽しさ」を見出している参加者が多かった。ここではスポーツの持つ多様な特性を体感できていることが分かる。次に、大学生対象の実践では「これもスポーツなんだ」という声が聞き取れた。ここから、その人の中に無かったスポーツの新たな価値を見出すことが出来たと考える。さらに、高齢者に対する実践では「ボールをよける、当てるのが楽しい」という意見が多かった。これはスポーツの娯楽性を伝えられたのではないかと考える。このように「ゆるスポーツ」に取り組むことで個人がスポーツの多様な特性、新たな一面を体感出来ていることが分かる。

しかし、表3に示しているように改善点に関する声も見られたため、それについては次項で述べる。

表3 「OUR合戦」参加者に対するインタビュー調査結果

		小学生	大学生	高齢者
参加者	感想	・楽しい ・またやりたい	・楽しい ・身体活動と思考力が必要 ・笑顔になれる	・楽しい ・新しい
	「楽しい」の中身	・壁の組み立て ・声を出す(応援合戦) ・ボールをよける、投げる ・フラッグをとる	・壁の組み立て ・声を出す(応援合戦) ・復活ボール	・ボールをよける、投げる
企画者	振り返り・改善点	・自由度が高いため、壁の組立や戦略が難しい ・運動量が少ない	・ボールが小さい。 ・壁のブロック数が少ない	・ルールが難しい。 ・身体機能レベルに対応していない

4. 私たちの提言(「OUR 合戦」の普及)

(1) 志向性や身体機能を加味したルールの設定

私たちは、様々な年代を対象に実践に取り組んだが、今回は内容の設定を画一にした。そのため、実践における特性の内容がライフステージごとの志向性や身体機能レベルを加味したものではなかった。これを起因として表3に示したようにいくつかの改善点が明らかになった。OUR 合戦をさらに有意義なものにするためには、これらの改善点を基に各ライフステージの志向性や身体機能レベルを加味した上で実践の内容を設定する必要がある。例えば、子どもたちの競技性への偏りに対応しつつスポーツの特性を伝えるために、自由度を下げ工夫できる幅を小さくした段階から徐々に自由度を高くしていき、最終的に自分たちでルールを作り出すレベルに持っていくといった改善策が挙げられる。また、身体機能レベルに適合したルール・道具の設定を予めしておくことも改善点の一つである。

(2) ルールブックの作成

普及を図るにあたって、「OUR 合戦」を体験したことがない人たちに「OUR 合戦」のルールを知ってもらうためにルールブックの作成をする。規定のルールが形になっていれば、集まった人々が気軽に「OUR 合戦」に取り組むことが出来ると考える。

(3) 映像資料の作成

ルールブックに加えて、「OUR 合戦」全体の流れを知ってもらうため、また広報の一環として映像資料を作成し、YouTube に投稿する。

(4) オープンソースシステムの導入

「OUR 合戦」とは永遠に完成することがなく、参加者が自由に創りあげて取り組むものとする。いわば Wikipedia のように皆が書き換え、書き加えができるスポーツなのだ。そこでネット上にオープンソースシステムを置きたい。ネット上で「OUR 合戦」の内容を知れるのはもちろん、それぞれが独自で考えたルールを書き込みによって共有できるサイトの導入である。

(5) 世界ゆるスポーツ協会との連携

推進にあたって、世界ゆるスポーツ協会へこの施策を提言する。世界ゆるスポーツ協会に提言することで、知識面・財源面での協力を頂き、AS としての「ゆるスポーツ」を普及させていきたい。

(6) 四国活性化プロジェクトとの連携

今後も新聞社への協力を要請する予定だ。引き続き地域活性化事業として取り組み、四国活性化プロジェクトへの参画も予定している。四国活性化プロジェクトとは 1995 年から開催されている四国 4 新聞社の連携企画である。ここでは今後、開発した「OUR 合戦」の体験イベントが計画されており、イベントの運営と取材記事の掲載といった形で新聞社に協力頂く。さらに 2017 年に開催される愛媛国体をも見据え、共に「OUR 合戦」の普及を推進していく予定だ。

5. 「ゆるスポーツ」で世界が変わる

AS としての「ゆるスポーツ」を普及することで、スポーツの本質を体感することが出来る。本質を体感することで多様なスポーツ特性を知り、スポーツの新たな価値を見出すことが出来るだろう。すると人々の生涯におけるスポーツの価値向上、位置づけの変化が起こり、結果として運動離れを防ぎうると考える。また、スポーツの本質を知れば、2020 年に東京オリンピック・パラリンピックに対する捉え方、関わり方も変化するだろう。これは地域社会に活力を及ぼす効果を生み出す。AS としての「ゆるスポーツ」は、一人一人がみるスポーツの世界を変える。さらにはスポーツのある日常によって QOL を向上できると私たちは考えた。「OUR 合戦」によってスポーツに対する「楽しい」が「愉しい」に変わる時、その人の世界^{注1)}が変わるだろう。

注1) ここで言う世界とは地理的な意味合いではなく、各個人の認知的な意味合いを指す。いわば” my world” である。

<参考文献>

- ・ 笹川スポーツ財団 (2013) 青少年のスポーツライフ・データ 2013 -10 代のスポーツライフに関する調査報告書- 笹川スポーツ財団
- ・ 福岡孝純 (1988) スポーツ・ビジネス -ソフト化の新しい“座標軸” -日本経済新聞
- ・ 日本体育学会 (2006) 最新スポーツ科学辞典 平凡社

SNS を使用した広報戦略は大学スポーツにおいて有効であるか

～帝京大学ラグビー部を事例に～

帝京大学 大山ゼミ A チーム

○柴 秀樹 刈屋 優菜 瀧 真優 小泉 賢司 塚脇 海

1. 緒言

近年、10～20 代を中心にソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）を利用する人が年々増加し、これを受けてスポーツ界でも SNS を利用した広報戦略が増えてきている傾向にある。例えば、ソーシャリンピックと呼ばれた 2012 年開催のロンドン五輪で SNS の使用が解禁されたことがあげられる。SNS は近年利用される様になったツールであり、それを利用した広報戦略がスポーツに影響を及ぼしているという研究は存在する（一柳、2010）が、大学生における研究がない。そこで、本研究を通して大学スポーツにおいて SNS を利用した広報戦略が、本当に影響を及ぼす一つの媒体となり得るのかを明らかにしていき、また SNS をどの様に活用していくかを提案していく。

2. 現状と課題

2-1 帝京大学運動部の SNS の現状

まず、帝京大学八王子キャンパスに所属する各運動部 29 クラブ（内、◎がついている 7 クラブを強化クラブとしている）の SNS を含むネット媒体の有無を調べた。表 1 はその一覧である。29 クラブある中で個人 HP・twitter・Facebook の三つ全てがあるクラブはサッカー部、バドミントン部だけである。大学内でも最も結果を残しているラグビー部（全国大学ラグビー選手権大会 6 連覇中）でさえも全部そろっていない現状を受け、情報発信する意識が低いと読み取れる。

表 1 帝京大学運動部のネット媒体の有無

	個人HP	twitter	Facebook
アーチェリー部	○	○	×
アメリカンフットボール部	○	△	×
軟式野球部	◎	○	×
空手部	◎	×	×
剣道部	○	○	×
剣道部	◎	×	○
ゴルフ部	×	×	×
サッカー部	◎	◎	◎
女子柔道部	◎(共同)	×	×
男子柔道部	◎(共同)	×	×
水泳部	ブログ	×	×
スキー部	ブログ	○	○
卓球部	○	×	08+09
チアリーディング部	○	×	×
硬式野球部	○	×	×
ソフトテニス部	×	○	○
施設スポーツ管理課	×	○	×
バスケットボール部	×	×	○
女子バレーボール部	×	×	×
男子バレーボール部	×	○	×
バドミントン部	○	○	○
バスケ部	×	×	×
ボウリング部	×	×	09
ラグビー部	◎	◎	◎
硬式野球部	○	×	×
軟式野球部	○	○	×
蹴球部	×	×	×
テニス部	△	○	女子のみ
陸上競技部	○	○	×

2-2 社会の SNS の現状

図 1 は Facebook と twitter の世代別の使用率である。全体的に 10 代から 60 代を見ていくと 10 代と 20 代が一番 SNS を使っており、高齢化していくごとに使用率は低下している。このデータから学生を含む若い世代の使用率が高いことがわかり、大学生への SNS での情報発信は有効であると言えるだろう。このデータを踏まえ SNS でスポーツの情報

を大学生に発信することが出来るのではないか。このことを明らかにするため、スポーツの現場と大学内の二つの視点のアンケートをとった。

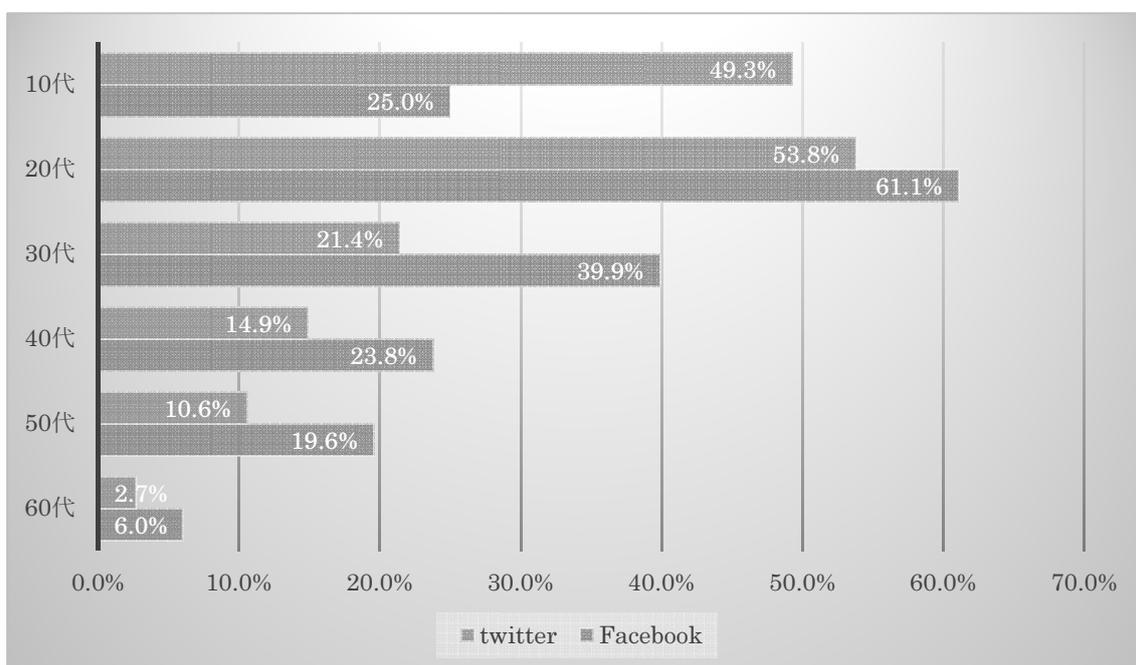


図1 世代別 SNS 使用率 (H.26) 総務省

3. 調査方法

3-1 大学ラグビー観戦者調査

調査日：2015年1月10日（土）調査対象：帝京大学側応援 717人
（うち、現役帝京大学生 302人 社会人 232人）

調査場所：味の素スタジアム

調査項目：観戦意図調査

3-2 学内意識調査アンケート

調査日：6月29日（月）～7月3日（金）

調査対象：帝京大学八王子キャンパス生 1085人

調査場所：帝京大学八王子キャンパス

調査項目：大学生活・SNS使用頻度及びスポーツについての意識調査

4. アンケート調査結果

4-1 観戦者調査

本調査から

- ①「帝京大学生（以下「学生」）」が全体の4割と一番多かった。
- ②「普段何でラグビーの情報を見ているか」という質問で SNS の項目をピックアップし

た結果「学生」は Facebook が 7.95%だったが twitter は 25.5%と twitter が情報収集する媒体として使用されていた。

③「学生」は初めて来たと回答した人が 6 割以上いて初観戦が多い傾向がみられた。

④「学生」はラグビーについて詳しくないが、試合を見に来る傾向にある。

以上 4 つのことがわかった。

4-2 学内調査

本調査から

①約 9 割の学生が全国大学ラグビー選手権大会決勝（以下、決勝）に行っていないということがわかった。

②決勝に来ていた人の方が SNS の使用率が高く、特に決勝に行っていない人より Facebook の使用率に差が見受けられた。

③決勝に来ていた人の方が圧倒的にていーぼーの公式 twitter（ていーぼーは帝京の公式マスコットであり、スポーツをはじめ大学の情報を発信している）をフォローしていた。

④決勝に来ていた人の方が大学に関する SNS を見ている。

⑤学生は twitter の使用率が非常に高く、続いて Instagram その次に Facebook の使用率が高かった。

以上 5 つのことがわかった。

5. 考察と提言

5-1 結果から読み取れる考察

観戦者調査の結果②より学生が twitter を圧倒的に使用している傾向にあり、また、学内調査の結果⑤より学生は Facebook よりも twitter や Instagram を使用していたこと（図 2 参照）から学生が一番情報収集する SNS は twitter といえる。このことからラグビー部が使用している SNS と学生の使用している SNS にミスマッチしていることが判明し、学生へ情報がうまく行き届いていないことが裏付けられる。

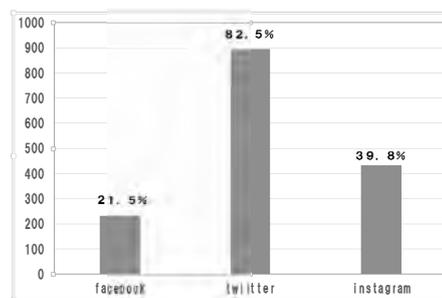


図 2 学生が使用する SNS

しかしながら学内調査の結果②（表 2 参照）③（表 3 参照）より決勝の情報を発信している媒体で情報を追いかけている人ほど決勝に足を運んでいることが分かった。

表 2 SNS の使用率比較

	行った		行ってない	
	人数	割合	人数	割合
Facebook	36人	34.6%	194人	20.2%
Twitter	96人	89.7%	782人	81.5%
Instagram	53人	49.5%	378人	39.4%
全体	109人	—	963人	—

表 3 ていーぼーのフォロー率比較

	行った		行ってない	
	人数	割合	人数	割合
している	61人	56.1%	202人	21.0%
していない	48人	43.9%	760人	78.9%
全体	109人	—	962人	—

5-2 今後の展望

以上の2つの調査から、スポーツ観戦に足を運ぶ学生は SNS で発信された情報が届いていた傾向にある。そしてあまり競技自体に興味のない学生や初めて観に来た学生が多いことから、まずは学生に情報が伝わるような環境を整えることで学生がスポーツ観戦に足を運んでくれるのではないかと考えた。具体的には調査結果から学生がよく使う SNS である twitter や社会的には一番満足度が高い SNS である Instagram (ICT 総研調べ 2015) を開設し、情報を漏れなく学生に伝えることが大切である。

以上のことを踏まえ、ラグビー観戦者調査でもご協力頂いたラグビー部の監督である岩出雅之氏に SNS が与える影響を伝えたいと、新たに twitter と Instagram のアカウントを開設の提案をしたところ承諾を頂き、帝京大学側からも正式な承認を得た。現在はアカウント開設に向けた準備をしている。私たちが現在取り組んでいることは、調査結果や様々な事例を分析してどう情報を発信していくのが有効なのかを研究している段階である。また、実際に情報発信をしたものがどれだけの人に届くのか、そしてどのような影響を及ぼすのかといった調査などにもこれから取り組んで行き、大学生に有効な SNS を使用した広報戦略を明らかにしていく。

<参考文献>

一柳政志 (2010) ソーシャルメディア時代のスポーツマーケティングの可能性

ICT 総研

<http://ictr.co.jp/report/20150729000088-2.html>

総務省

http://www.soumu.go.jp/main_content/000357568.pdf

東京オリンピック・パラリンピック開催と大学連携事業に関する一考察

— 大学施設の有効活用について —

東海大学 大津ゼミ

○須田 春菜 望月 真結 小黒 真里奈 木村 達輝 藤原 健朗
増田 珠夕 唐澤 あゆみ

1. 緒言

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて準備が進むなか、新国立競技場建設やエンブレムの問題がメディアで取り上げられている。しかし、オリンピックの本来の目的である「オリンピズム」への理解や「オリンピック・ムーブメント」に関する話題については、多く散見されてはいない。とかく我が国ではオリンピズムが持つ人間の尊厳の保持に重きを置く平和な社会を奨励するという意味と、それに基づき展開されるオリンピック・ムーブメントへの認識が低い。そのような現状のなか、5年後のオリンピック・パラリンピック開催に伴い、多くの観光客が東京を訪れる。しかし、海外からの観光客の受け入れに際しホテル数や客室数が不足することが予想される。

そこで、オリンピズムやオリンピック・ムーブメントの活動の普及と宿泊施設不足問題の解決を目指し、大学施設を利用した宿泊プログラムを提言する。

2. 問題提起

(1) 招致ファイルによると 2020 東京オリンピック・パラリンピック大会期間中の観客数は約 850 万人、1 日当たり最大約 78 万人で、そのうち 57%の約 45 万人は都内の宿泊施設から、また 43%の約 33 万人は都外から来場すると予測されている。また、競技が開かれる中心エリアから、半径 50 キロ圏内には約 14 万室の客室があり、今後新たに 2 千室を超えるホテルの建設が計画されている。しかし、観客数の予測からみると、まだ宿泊施設の不足が課題となる。さらに、宿泊施設の不足は価格高騰を招くことを推測する。

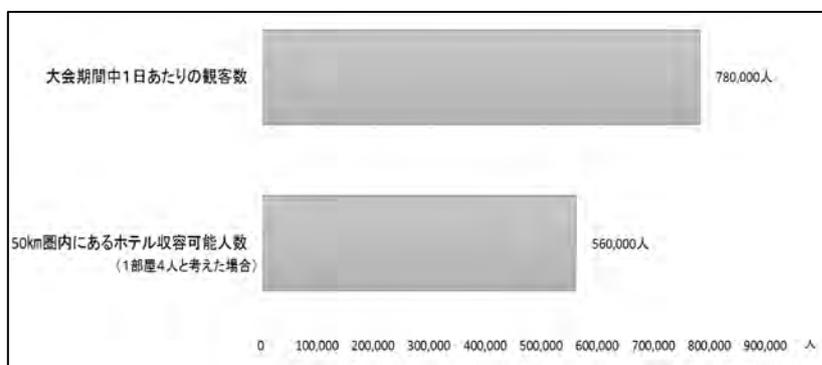


図 1. 東京オリンピック開催期間のホテル収容人数について

(2) 大会組織委員会は東京オリンピック開催に向け、平成 27 年 9 月 1 日現在全国の 783 大学・短期大学と連携協定を結んでいる。連携協定の目的は、全国の大学と組織委員会が連携し、オリンピ

教育の推進や大会気運の醸成等に取り組むことである。現在の大学連携事業としての取り組みは、2014年4月に行われたオリンピック・パラリンピック教育に関する有識者会議（第3回）の資料によると、連携について連携大学の学生・関係者や自治体と意見交換をする場である地域巡回フォーラムと、9つの大学の実績に留まっている。内容は、オリンピック関連科目の開講、外国人観光客への通訳ボランティア、障がい者へのスポーツ指導、図書館でのオリンピック関連図書の展示、スポーツイベントの開催等である。これらの活動内容はオリンピック教育と大会気運の醸成に関わるものではあるが、大学と組織委員会が協力して実施しているものではない。組織委員会が大学に委託し、委託された大学が独自で行っている活動といえる。このことから、組織委員会と大学の連携事業としての活動が希薄であるということが指摘できる。特にオリンピック・パラリンピック大会を通してオリンピズムの普及を推進すべきであるが、競技の運営やビジネスに偏ったHow toの部分に焦点が当てられ、なぜ?といった理念や原理・原則といった部分がおざなりになっているのが現状である。本研究では、15歳から18歳までの若い世代のアスリートを対象としたオリンピック大会「ユースオリンピック競技大会（YOG）」での取り組みを参考にする。なぜならば、競技に加え、選手・関係者だけにとどまらず、一般市民や来場者に対してもオリンピック教育の一環として、文化・教育プログラム（CEP: Culture and Education Programme）が展開されているからである。参加選手には、種々多様なプログラムへの参加、体験をさせることで国際的な文化交流を通して人間形成を促すといったように、勝敗よりも選手への教育や交流に重きを置いている。そこで、これまでにYOGで実際に行われたCEPでの要素を参考に宿泊プログラムを検討する。

3. 研究の方法・結果

(1) 旅館業法に基づく利用可能な教室の調査

事業として大学を宿泊施設に利用する際には、旅館業法が適用され、それに則して宿泊プログラムを行うこととする。それに伴い、大学施設にその法の内容が備わっているか、現場調査を行った。また、大学施設と敷地占有率に関する「東海大学各号館内教室敷地面積表」を利用して各教室の広さを調査し、利用可能な教室の数を算出した。その結果、宿泊できる人数は最大1754人、部屋数は168部屋であることが明らかになった。

(2) ユースオリンピック競技大会におけるCEP活動の調査

ユースオリンピック競技大会はスポーツ・文化・教育が一体となったイベントを実現している。この文化・教育プログラムのことをCEPといい、競技会と同等の重要な役割を担っている。CEPの活動を取り入れることで、オリンピック・ムーブメントの哲学と精神をより正しく理解できる。

4. 提言

(1) オリンピック開催期間中に大学施設を有効活用し宿泊プログラムを行うことを提言

する。また、このプログラムの一環として、オリンピック・パラリンピック教育を目的とした文化交流イベントを実施する。

ア. 運営体制

東海大学チャレンジセンタープロジェクト「東京五輪 TOKAI に泊まろうプロジェクト」として活動。チャレンジセンタープロジェクトとは、東海大学が社会的実践力を持った人材を育成することを目的とした教育プログラムであり、学生が自由な発想で企画立案するプロジェクト活動である。チャレンジセンタープロジェクトとして活動できる条件を満たすことで、最大予算 200 万円が毎年支給される。また、運営体制が確立されることで、東京オリンピックへ向けた今後 5 年間の組織の引継ぎが円滑になる。

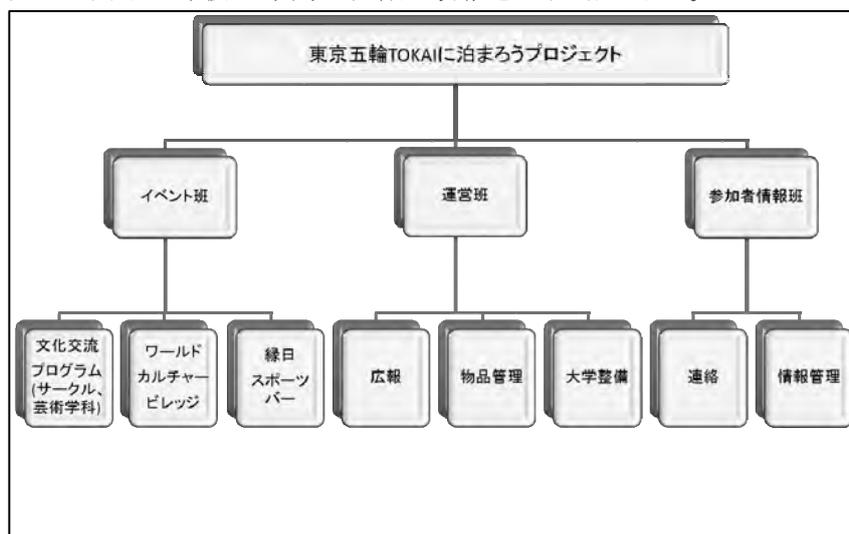


図 2. 運営団体組織図

イ. 宿泊形態

簡易宿所として、1 組が 1 室に宿泊する一般宿泊型と、多人数が同じ部屋に宿泊するユースホステル型の 2 種類を設定する。旅館業法に基づき部屋数を確定させ、ベッドや布団、冷蔵庫などの諸経費を概算し料金設定を行う。一般宿泊者は一人一泊 5000 円、ユースホステルは一人一泊 3000 円と価格を設定した。この価格設定で 50%以上の宿泊客が入ること、黒字となる。

ウ. 予約方法

予約には Airbnb(エアービーアンドビー)を利用する。Airbnb とはインターネットを介し、携帯やタブレットで宿泊施設を掲載・発見・予約できる仲介サイトである。2016 年リオ五輪の公式サプライヤーに選ばれ世界各国で認知度が高く、予約が容易に行える。

エ. 文化交流イベント

CEP を参考にして、訪れた外国人観光客に日本文化や異文化を知ってもらうことで国際理解を図ることを目的とする。

以下の各イベントは、東海大学に属する学部学科、サークル、クラブ等の団体や、近隣地域からの一般募集またはプロジェクト運営組織委託で参加団体を決定する。

- ・ワールドカルチャービレッジ

世界中のさまざまな文化を紹介するブースを学内の数か所に設置する。他の国や地域の習慣および文化を理解し、学生と宿泊客間の国際理解をうながす。東海大学には、現在 40 ヶ国（地域）約 600 名の留学生がいることから、ワールドカルチャービレッジの多様性が期待できる。

- ・日本文化体験プログラム

茶道、書道、剣道、空手、柔道等の日本の日本文化を外国人が体験する。

- ・芸術プログラム

大学内の美術系の学部や団体の絵画等の日本文化を象徴する作品やスポーツに関する芸術作品を展示する。

- ・日本文化パフォーマンス・音楽プログラム

ソーラン節、声楽、ダンス等のパフォーマンスを行う。

- ・その他プログラム

日中は縁日、夜間はスポーツバーを大学内で実施する。

5. まとめ

- ・大学施設を宿泊施設として有効活用することで、最大 1754 人の宿泊が可能になり、東京オリンピック開催時に課題となると予想される宿泊施設の不足が緩和される。また、ホテルの価格高騰に影響されず、観光客は安価に宿泊できる。

- ・CEP を参考にした宿泊プログラムを行うことで、オリンピック・ムーブメントを推進し、大学連携事業に期待されるオリンピック・パラリンピック教育を実施できる。

- ・文化プログラム・通訳・運営ボランティアをその内容に特化した学部の大学生が行うことにより、外国人観光客との交流を可能としグローバルな視点が身につく。また、観光客にとっては日本文化をより身近に感じ、理解することが可能である。

宿泊プログラムを通し、参加者と企画を運営する学生が国際交流をすることでオリビズムの精神を学ぶことが出来る。そして、この事業に関わった学生たちや宿泊した外国人観光客が社会のリーダーとしてオリビズムを広め、世界平和に貢献することが 2020 東京オリンピック・パラリンピックにおける大学連携事業のレガシーとなる。

<参考文献>

- ・2016 東京オリンピック 招致ファイル

- ・2020 東京オリンピック 招致ファイル

- ・オリンピック・パラリンピック教育に関する有識者会議第3回 配付資料 「大学連携について」

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/sports/024/shiryo/_icsFiles/afieldfile/2015/07/03/1359320_03.pdf

見せるスポーツからみせるスポーツへ

－女性ファン増加に向けた取り組み－

同志社大学 スポーツ健康科学学部 スポーツビジネス A

○杉本 将樹 野島 皐記 木本 拓海 千葉 昂朔

1. 緒言

(1) “ブームの影に女性あり” 現在、日本のスポーツ観戦の成否は広島東洋カープ、オリックスバッファローズ、セレッソ大阪などに代表されるようにいかに女性ファンを獲得するかに懸かっていると見える。今、新たなファン獲得の必要性が叫ばれているのがバスケットボール界である。2016年秋バスケットボールの新リーグBリーグが始まる。現在1試合平均1500人のほどの観客数であるが一部参入条件の5,000人規模のアリーナを満たすことは極めて難しい。

(2) 現在新リーグでは2億5千万円の年間収入が求められる中で観客動員数を増加させることは必須である。下記の表1はリーグに所属する為に必要な条件の一部である。

表1 Bリーグ加入条件

	ホームアリーナの収容人数	年間売上収入
1部	5000人以上	2億5千万円以上
2部	3000人以上	1億円以上

(bleague.jp より筆者編)

表2は広島東洋カープと大阪オリックスバッファローズの近年の観客動員数に関するデータである。これらの増加の要因は「女性ファン」が増加したことによるものだとチームも考えている。

表2 野球でのブームの効果

カープ女子効果(広島東洋カープ)	21.7%増(2014年)
オリ姫効果(オリックスバッファローズ)	5.2%増(2015年)球団新記録

(2014パシフィックリーグ入場者数詳細・2013セントラルリーグ入場者数詳細筆者編)

(3) 大阪エヴェッサ社長の佐伯氏にインタビューを行った結果、当チームの現状である「大阪エヴェッサは観客の60%が女性である」と「大阪エヴェッサのファン層はファミリー層が中心であり、今後はF1層(20～35歳女性)を増やしていきたい」ということがわかった。よって、近年のスポーツ興業の動向と佐伯氏のインタビューより、大阪エヴェッサを対象に「女性ファン増加に向けた取り組み」について提言する。

2. 研究の方法・結果

(1) 方法バスケットボールに対する女性ファンの現状を把握するために、主に2つの研究方法を活用した。1つ目は、現在のバスケ界での女性ファンに関する意見を得るための大阪エヴェッサの佐伯氏へのインタビューを行った。2つ目は、今回の研究の要であり、今後バスケ界に取り入れられるべきF1層と定義した層（18～25歳女性）に対して、そもそもプロバスケに関してどのように考えているかを知るためにwebアンケートを行った。

(2) 結果

表3 佐伯氏へのインタビュー結果

ファン層	女性が60%(ファミリー層が中心)
ターゲット	F1層(20～35歳)
戦略・ツール	Facebookを中心としたメディアを中心に行う。

ア. 大阪エヴェッサ社長の佐伯氏のインタビューから判明したことは大きく3点ある。1つ目と2つ目に女性の全体割合と大阪エヴェッサのターゲットである。女性の割合は約60%であり、一般のスポンサーには喜ばれる数値であるようだ。やはり人間は女性の集まるところに男が勝手に来るという理屈があるので、そこを延ばしてきたいが、現在はファミリー層が中心で次はF1層(20～25歳)を増やしに行かないといけないと、述べられていた。3つ目に大阪エヴェッサの女性を獲得のための取り組みとそのツールバである。Facebookを中心に動画を投稿することで顔だけでなく選手の声も届ける工夫を行っている。また、テレビ大阪で毎週土曜日(深夜3:05～4:00)に試合の放送も行っている。

イ. エヴェッピン層の定義について

アンケート調査に際して、我々は新たにエヴェッピン層というものを新たに定義した。これには日本のスポーツ観戦についての最近の傾向を考慮しているものである。前出の佐伯氏へのインタビューでもあったように大阪エヴェッサの女性ファンにはファミリー層が多い。一般的にF1層(20～35歳)と呼ばれる層にはこのファミリー層も多く含まれると考えられる。よって、より正確なニーズを導き出すために我々はアンケート調査に際して新たに定義を行った。まず、女性のスポーツ観戦で18～25歳の女性はスポーツ観戦をあまりしないという仮説を立てた。野球を見たときカープ女子などは平均年齢26～30歳である。またサッカーでは、“セレ女”と呼ばれるブームを起こしたセレッソ大阪はここが占める割合が12.5%(2014)とJリーグ全体平均では19～22歳が客層全体に占める割合は5.8%とあるのに対しこの数字は群を抜いて多い。ここから25歳を区切りにスポーツ観戦動向が大きく分かれることがわかった。よって、スポーツ観戦をあまりしない世代(18～25歳)をエヴェッピン層とし彼女たちのニーズを知る為にアンケートを行うことにした。

ウ. アンケート内容

アンケート調査は前出した対象に対して行った。(18～25歳の女性)また主にSNSを利用し不

特定多数 100 人前後を対象(n=103)にした。アンケート内容はバスケットボール (NBL, bj リーグ) の観戦経験、アリーナでの観戦経験、大阪エヴェッサ認知度などのバスケットボール観戦に関する内容やバスケットボール観戦をしたいと思うウオントの調査やスポーツ観戦時の予算 (チケット代を除く) そしてスポーツ観戦動機である。スポーツ観戦動機は「試合のドラマ性」「選手が見たい」「チームを応援し、盛り上がりたい」「その競技が好き」「一つの娯楽として楽しみたい」の5つの要素から選択してもらい集計を行った。

エ. アンケート結果から考察

アンケート結果から見えてきたものとして SNS を活用し、彼女たちにアプローチしていくことの重要性である。まず、大阪エヴェッサの知名度の低さである。チームを知らないことには試合も見ようとは思えない。下記のアンケート結果から各メディアを利用した情報拡散は必須であると言える。前出の佐伯氏のインタビューでは Facebook の活用について述べられていたが、アンケートの結果からは新たに定義したエヴェッピン層には Twitter と Instagram での情報拡散が有効であると考えられる。例を挙げるとするなら Twitter での選手個人の様々な情報をファンに届け、ファンと選手の距離を近づける工夫などである。Facebook は 20 代後半から利用するユーザーが多いようであるがエヴェッピン層においてはそれよりも Instagram を利用すると答えた方が多かった。特に大阪エヴェッサでは Instagram のアカウントを開設していない。故に、Instagram の開設そして既存の各メディアでターゲットを設定し直す必要がある

■ 大阪エヴェッサを知っている
■ 大阪エヴェッサを知らない

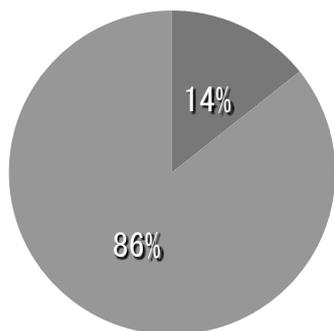


図1 大阪エヴェッサの認知度(n=103)

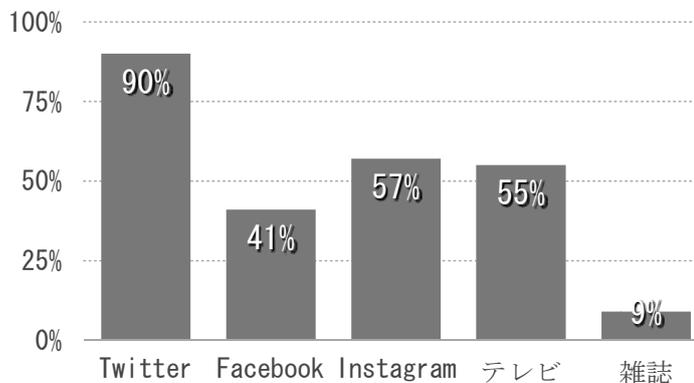


図2 情報収集手段(n=103)

提言

- ア. 上記で述べたように大阪エヴェッサの観客動員数増加のためには我々が新しく定義したエヴェッピン層へのアプローチ、またその手段として彼女たちが盛んに使用する Twitter や Instagram を活用していくことが有効である。Twitter では特にインプレッション数 (tweet が各ユーザーのタイムラインに掲載された回数) を上げていくことが求められる。インプレッション数を上げるために女性がリツイートしたくなるような話題性のある会場イベントを提案する。

大阪エヴェッサ女性ファン獲得企画	
内容	抽選で選手との記念写真や筋肉にタッチなどができる交流会
参加資格	大阪エヴェッサの公式 Twitter ページをフォロー&リツイートした女性
狙い	ファンが間近で選手との交流する機会を作り選手のアドル化を図る

これまで一般的なファンイベントは定期的に行われてきた大阪エヴェッサだが、スポーツ観戦では女性は付加価値を求める傾向がある。上記の企画を常設かすることで観戦の一つの付加価値とすることができる。またBリーグの理念でもある地域密着型のプロクラブとしても大きな役割を果たせると考える。アリーナに行けば熱いバスケットボールの試合が観戦でき選手に会うこともできる。それがファン獲得に向けた理想的なクラブであると考えられる。

- イ. バスケットボールは日本の中高生の中で3番目にプレーされるスポーツである。しかしながらその後のライフステージでバスケットボールを様々な形で楽しむ人は大きく減る傾向がある。一つにプロバスケットボールの観戦環境が整っていないことにあると考えられる。今回Bリーグ開幕をきっかけとし、プロバスケットボールの観戦環境、そしてバスケットボールが一つの文化として日本に根付くことを強く望む。

参考文献

- Jリーグ観戦者調査サマリーレポート2014
NPB2014パシフィックリーグ入場者数詳細
NPB2013セントラルリーグ入場者数詳細

大学生の運動参加率向上プラン～モデル大経大～

相原ゼミ B チーム

○近江 啓太 大前 七実 小原 駿介 河田 鈴代 馬場 陽大 藤井 万梨子

1. 緒言

厚生労働省の人口動態統計(2014)によると、現在の日本の主要死因は1位から順に悪性新生物、心疾患、肺炎、脳血管疾患、不慮の事故となっている。その内生活習慣病である、悪性新生物、心疾患、脳血管疾患の割合は50%を大きく上回っている。厚生労働省では生活習慣病予防に限らず、国民の健康の増進を図るための基本的な方針として「健康日本21(第2次)」を推進中である。「健康日本21(第2次)」では、国民の健康の増進の推進に関する基本的な方向として、①健康寿命の延伸と健康格差の縮小、②生活習慣病の発症予防と重症化予防の徹底、③社会生活を営むために必要な機能の維持および向上、④健康を支え、守るため社会環境の整備⑤生活習慣(栄養・食生活、身体活動・運動、休養、飲酒、喫煙、歯・口腔の健康)の改善という以上5つが挙げられている。その中で私たちは身体活動・運動の健康に関する生活習慣の改善に焦点を当てて検討する。

2. 日本の現状と課題

「健康日本21(第2次)」(2012)では、身体活動・運動の健康に関する生活習慣及び社会環境の改善の目標値として、日常生活における歩数の増加が20～64歳男性9000歩、女性8500歩(平成34年度)、運動習慣者^{注1}の割合の増加が20～64歳男性36%、女性33%(平成34年度)、住民が運動しやすいまちづくり・環境整備に取り組む自治体の増加が47都道府県(平成34年度)となっている。

運動習慣者の割合の増加についてみると、平成25年度現在20～64歳男性33.8%、女性27.2%となっており目標以下の数値となっている。年代別にみると、私たちと同世代の20～29歳男性16.3%、女性16.8%と目標値から倍以上の差が表れていることがわかる。

3. 研究目的

「健康日本21(第2次)」では、運動習慣者の割合の増加が20～64歳男性36%、女性33%(平成34年度)の目標であるが、20～29歳は男性が16.3%、女性が16.8%と目標値から倍以上の差が生じている。本研究では、このような目標値差を失くすため、大阪経済大学生の実態を調査し、課題を明確した上で解決策を提言するものとする。

4. 大阪経済大学の現状と課題

4.1 調査方法

大阪経済大学の学生における現状を把握するため、大学生を対象とした運動に関するア

アンケート調査を2015年7月に実施した。調査対象は、体育会系部活動に所属しない本学学生202名（男性105名、女性97名）である。

4.2 調査結果と考察

調査の結果、男性の53%と半数以上は運動習慣があることが判明した(図1)。これは「健康日本21(第2次)」で定める目標値36%を大きく超える。一方、女性は運動習慣のある人が21%であり、本学の女性は運動習慣の少なさが顕著となった(図2)。運動できていない理由については、事前アンケート調査の自由回答でよく解答されていた項目を選択肢にして本アンケート調査で聞いた。その結果、「時間がない」「機会がない」「しんどい」が主な回答であった。

次に、するスポーツと見るスポーツの好き嫌いを聞いた。その結果、運動習慣のない人でも60%以上が「するのを見るのも好き」と答えた。また、見るのだけが好きという回答も多く見られた。

問3の「大学でスポーツイベントがあれば参加したいと思いますか」には全体で63%、運動習慣のない男女で半数以上が参加したいと答えている。

アンケート結果から、女性の運動習慣の少なさが露呈した。その理由として、「化粧が崩れる」、「汗をかくのが嫌」など、女性ならではの問題が要因として挙げられる。

また、運動を出来ていない理由について次のように考える。「時間がない」は多忙な大学生にとってスポーツはアルバイト、遊びなどと比較し優先度が低い存在となっているのだろう。「機会がない」は場所がない、都合が合わない、メンバーを揃えるのが面倒といった要因がある。しかし、学内でスポーツイベントがあれば参加する人は54%となっているため機会を提供すれば参加する可能性が高い。「しんどい」は競技スポーツに対するネガティブなイメージがあり、疲労度と楽しさが見合わず、楽を求める傾向があると考えられる。大学生は海水浴やスノーボードといったレジャースポーツを好む。レジャースポーツのようなしんどさを感じさせない雰囲気作りを出来ればよいと考える。

しかしながら、急に運動実施率を向上させることは容易ではない。無理やり運動させることは正しいとは考えられず、それを習慣化させるのはさらに困難だ。そこで私たちはスポーツに関わるきっかけとなるよう誰でも、気軽に、楽しめるスポーツイベントの開催を提案したい。それはするスポーツにこだわらず見るスポーツ、支えるスポーツも含めた幅広い関与の仕方である。

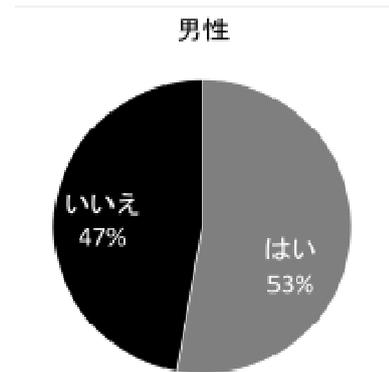


図1 運動習慣者の割合(男性)

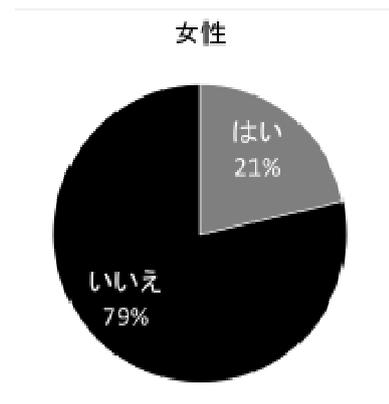


図2 運動習慣者の割合(女性)

5. 大阪経済大学への提言内容

5. 1 Lootivity sports

Lootivity sports とは、loose（ゆるい）な activity（活動）を合わせた造語である。言葉の通り誰もが簡単に気軽に楽しめるスポーツを提案する。

(1) リアルビリヤード

白のボールを転がして他のボールにぶつけてコーンの間に通して行う。

(2) 目隠しドッジボール

目隠しをしてドッジボールをする。ただしボールを投げるのではなく転がして行う。当たったら目隠しを外して観戦。最後まで残った選手の勝利。

(3) 万歩計ドッジボール

万歩計をつけてドッジボールを行う。大体のルールは一般的なドッジボールと変わらないが、勝敗は試合終了時の内野の人数とチーム全体の万歩計の数値をポイント化して決める。{歩数が少ないほどポイントが高い}

(4) ビッグボールフットサル

バランスボールで行うフットサル。ボールコントロールの難易度が上がり、ハンドの危険性も上がる。経験者との差が生じない。



図3 Lootivity sports(左からリアルビリヤード、目隠しドッジボール、万歩計ドッジボール、ビッグボールフットサル)

5. 2 体育会部活動との連携

スポーツは体を動かすことだけを意味するものではない。ここでは見るスポーツに焦点を当てる。大学には様々な部活動があるが、その存在はあまり知られていないものも多くある。

(1) 部活試合観戦

授業の一環として体育会部活動の試合観戦に行くことを推奨する。会場に赴き臨場感あふれる中で、同年代の選手の活躍を見ることでスポーツに対する興味関心を高める。この試合観戦は授業の中に取り入れ、チアリーダーや高校野球の応援のように統制のされた応援を実演し実技点、出席点等としての成績反映を目指す。

(2) 大阪経済大学生専用サイトにおけるスポーツコーナーを作成

大阪経済大学生専用サイト：KVC（keidai virtual campus の略）にスポーツコーナーを作成し、クラブや活躍している学生の紹介ページや美男美女特集などを掲載する。また、大学卒業生のプロ選手の試合情報や近況などの掲載を目指す。

5. 3 女子向けのイベント

男子に比べ女子の方は運動習慣が低い。したがって、女子が友達同士で参加できる楽しいイベントや、スポーツに興味のでるイベントやプログラムを実施する。

(1) 女子力向上プロジェクト

簡単にできるダイエット法紹介、ジムで行うようなヨガやボクササイズ、護身術講演会、ウォーキング講習会など女子の興味のある企画を実施する。

(2) 季節ごとに仮装パーティー

Lootivity sports の一環として女子限定の仮装しながら行うスポーツ大会を開く。



図4 チアリーダー、ヨガのイメージ

6. 今後の展望

Lootivity sports を学内で実施するにあたって、学生部スポーツ・文化振興課との交渉が必要不可欠であろう。また、部活動試合観戦の成績反映を目指すにしても各教授会へしっかりとアピールを行い認めてもらわなければならない。KVC のスポーツコーナーにおいても、掲載される学生や卒業生のプライバシー権、肖像権など突破しなければならない課題は多い。女子向けイベントでも、誰がジムプログラムや講演会を行うのか、外部講師を招くとしてもその要請費はどうするのかなど、人選面・金銭面での課題は多い。

これらの課題を解決するため、全学生対象のアンケート調査を行い本研究の提言の賛否をとろうと考えている。また、Lootivity sports を一過性のものにしないためにも学年問わず構成された組織づくりをしたい。

注1) 運動習慣者とは週2回以上1回30分以上の運動を1年以上継続している者をさす。

<参考文献>

厚生労働省 「健康日本 21 (第2次)」 「国民の健康の増進の総合的な推進を図るための基本的な方針」 (平成24年7月10日) (2015年10月22日閲覧)

http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/kenkounippon21_01.pdf

厚生労働省 (2014) 「平成26年人口動態統計 (確定数) の概況」 (2015年10月22日閲覧) <http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei14/index.html>

厚生労働省 (2013) 「平成25年国民栄養・健康調査報告」 (2015年10月22日閲覧) <http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyoudl/h25-houkokoku-03.pdf>

会社内組分け制度

—自分の組に誇りを—

一橋大学 岡本純也ゼミA

○柄沢 智子 穴井 峻大 李 賢秀 塩田 俊貴 馬場 理都子 山本 耀平

1. 緒言

(1) 昨今、社会や職場において良好な人間関係を構築しようとしないう若者の増加が見られ、この現象の具体的な影響として、企業における早期離職者の増加の問題が指摘されている。

インターネットやSNSの普及により、人々がネット上において人間関係を築いたり壊したりすることが容易になった。そのようなネット上のコミュニケーションや人間関係になれた若者が、それを現実においても適用してしまい、気の合う人とのみつながり、苦手な人とは人間関係を上手く構築することができなくなってしまっている。職場のような、生活する上で避けることのできない人間関係をも断ち切ろうとしてしまうのだ。現在、企業はこうした若者の変化の流れを汲み取り、離職を防ぐための新しい仕組みの構築を求められている。特に規模の小さい中小企業においては、離職などによって受ける打撃が大きいため、対策は急務の課題である。

そこで、私たちは新しい若手教育制度として、主に中小企業を対象に、スポーツを取り入れた「会社内組分け制度」を提案したい。この制度では社員を組分けし、組対抗という形を取り入れた研修を行う。私たちがこの制度を推奨することにより、個人レベルでは、充実した人間関係の構築や対人スキルの向上ができ、協働を前提とする社会で生きるための成長を見込むことができる。企業側は職場環境の改善や社員の所属意識の向上等が達成され、生産性の向上や離職率の低下を達成する事ができるだろう。

(2) 現状

ア. 若手社員の現状と問題

緒言で述べているような若者の問題は、いわゆる「ゆとり世代」において顕著に見られる。そのゆとり世代が若手社員となっている今、職場の人間関係に関する問題への対策がより重要となる。実際、若手社員に対して不満を感じている先輩社員は多い。

また、厚生労働省の発表によると、新入社員の3年以内の平均退職率は大卒新卒者の約3割にも上る。終身雇用制度が崩れ始め、転職をする人が増えてはいるが、それを踏まえても離職者の数は多いと言える。労働政策研究・研修機構の調査によると、退職理由には「仕事上のストレスが多い」、「すぐに相談をできる相手がない」、「人間関係がうまく築けない」などが多く見られる。

イ. 新人研修の実態

新入社員教育では短期育成志向である企業が多く、全体の約7割の会社が入社後1年以内を育成期間として設定している。また、内容は外部講師を招くなど、社会人としてのマナーや直接業務に関わるようなことを座学中心に行っている。

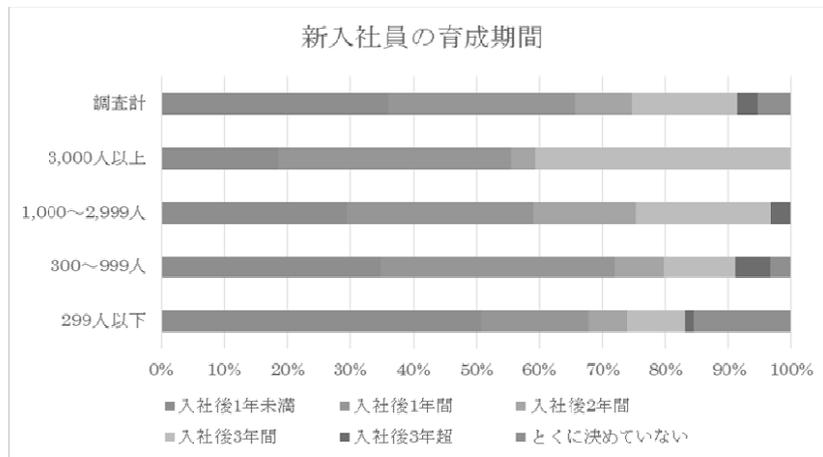


図1 新入社員の育成期間 (産労総合研究所 (2015) より作成)

ウ. 中小企業の取り組みの現状

下図が示すように、賃金や労働時間、仕事の割当など、事務的な問題に対しては取り組みが行われているが、社員同士の交流の仕方に関する取り組みはあまりなされていない。

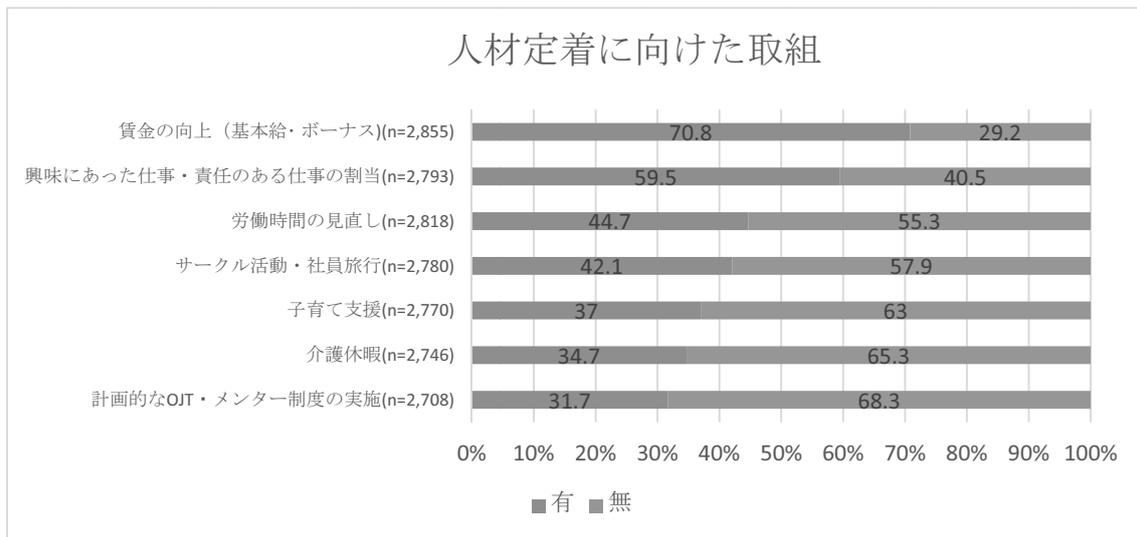


図2 人材定着に向けた取組 (野村総合研究所 (2014) より作成)

2. 研究方法

(1) 中小企業の新人研修の実態を調査する。また、組分けやメンター制度を活用している一橋大学ボート部を参考事例として取り上げる。他にも、企業へのインタビューを行う。さらに、スポーツの機能や教育学に関連する先行研究や文献を参考にする。

(2) モデルの探索

ア. スポーツの機能

スポーツにおけるチームプレイはそのチームのメンバーのコミュニケーション能力を向上させる。さらにプレイヤーだけでなく、応援する人も含めたチーム全体として、一つの目標に向かうことや、他のチームとの競争の過程の中で仲間意識が芽生え、一体感や価値観の共有を図ることができる。そして、ともに努力したメンバーと達成感を味わえることもスポーツの機能である。また、スポーツは個人において体力の向上、身体の健康を促進、精神のリフレッシュもすることができる。

イ. 一橋大学ボート部での事例

新人教育の一環として、一橋大学ボート部では、部員を三組（H組、S組、C組）に分け、組対抗のレースを行う他、組ごとにイベントも行っている。イベントに関しては、現役のみの場合や、OB・OGも参加する場合もある。

組分けを実施する良さは、部活への所属意識が高まるため、部活を途中でやめる人の減少にも役立っている。他にも、一つの部活を複数の組に分割することで、常に競争が意識できる環境を作り出すことができる。

ウ. 監督生制度

監督生制度とは、英国のパブリックスクールにおいて他の模範となるような上級生を監督生とし、下級生の保護や指導、統率の権限を与える制度のことである。同制度のメリットとしては、監督生が自分の経験を活かして下級生の相談役かつロールモデルになることで、彼らの学校生活をサポートできることである。また、監督生は学生と教員を繋ぐ架け橋の役割を果たし、生徒自治を主導することでリーダーシップが育みやすくなる。

3. 提言内容

(1) 私たちは中小企業に対して、新しい若手教育制度を提案したい。企業は全社員を部署など関係なく組分けし、月に1回程度、半日を目安に若手が研修を受ける時間を業務時間内に設ける。1年目から3年目の社員は、その時間に組ごとの新人研修活動を主体的に行っていく。4年目以降の社員は、OB・OGという形で組に所属する。

研修活動は組対抗で行われ、点数制を利用し、毎月の得点が組に加算されていく。さらに平常時では、遅刻や無断欠勤などに対して減点し、年度末には総合得点によって優勝組を決定する。優勝組に対しては、ボーナスを与える。

(2) 若手研修活動の内容

若手教育を目的としているため、コミュニケーション能力や、集団行動の意識づけ、社会人としてのマナーなどを教えられるものとした。それにはスポーツの機能が有効活用できる。スポーツを利用した具体的内容の例を以下に挙げる。

ア. 社外の体育館などを利用したスポーツレクリエーション

種目としては、男女共に行うことができ、また経験の有無に大きな差が出ないものを行う。チームとしていかに声を掛け合うかなどの自然コミュニケーションが図れ、またレクリエーション的要素も強いため、社員のリフレッシュにもつながる。

イ. 業務の様々な状況を想定した演劇テスト

社会人になってから必要となる、電話応対や営業先でのマナー、お酒の席でのルールなどを組ごとに演じ、ミスがないかなどのテストをしていく。他の組が演じるのを見て指摘することで、見ている側も学ぶことができる。

(3) この提言のメリット

- ・「組」に所属することやスポーツを通じて競争することにより帰属意識が強化される。
- ・競争により研修へのモチベーションが上昇する。
- ・社員間の距離を縮めることにより仕事の効率が上昇する。
- ・不満や悩みを相談できる環境が整備され離職率が低下する。
- ・全員が教育する立場を経験し、社員の成長につながる。

(4) まとめ

私たちの新しい若手研修制度をとり入れることにより、社員のコミュニケーション能力の向上や、チームでの働き方の習得が見込まれる。結果として、会社内においてはコミュニケーション不足を原因とした早期離職の減少につながると考えられる。

<参考文献>

コークリー・ジェイ(2013)『現代スポーツの社会学—課題と共生への道のり』 南窓社

厚生労働省(2014)『新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移』

<http://www.mhlw.go.jp/topics/2010/01/tp0127-2/dl/24-02.pdf>. 2015年10月1日

野村総合研究所(2014)『平成 26 年度 中小企業・小規模事業者の人材確保と育成に関する調査に係る委託事業 作業報告書』

www.meti.go.jp/meti_lib/report/2015fy/000427.pdf. 2015年9月30日.

産労総合研究所(2015)『2014年度 大卒・大学院卒 新入社員教育の実態調査』

http://www.e-sanro.net/jinji/j_research/j_research05/pr1504/ 2015年10月1日

労働政策研究・研修機構(2007)『若年者の離職理由と職場定着に関する調査』

<http://www.jil.go.jp/institute/research/2007/036.html> 2015年10月1日

古阪肇(2014)『英国独立学校ん監督生制度に関する一考察—変容するプリフェクトに焦点をあてて—』早稲田大学 教育・総合科学学術院 学術研究(人文科学・社会科学編)第62号

「する」パラリンピック
—被災地支援と連携したイメージ改革—

早稲田大学 武藤ゼミ A

○江原 昂平 田邊 花奈 矢島 遼 吉村 平 渡部 歩美

1. 緒言

東京 2020 大会開催基本計画によると、「同一都市として初めて2回目のパラリンピックを開催することから、これを契機として、パラリンピック・ムーブメントのさらなる発展に貢献するものと強く期待されている」とある。今回のパラリンピックが 2020 年東京大会の評価の一つとして大きく影響することがわかる。また、日本財団パラリンピック研究会（2014）によると、パラリンピックに関して「内容を知っている人（77.1%）と名称を見たり聞いたりしたことがある人（21.1%）を合計すると 98.2%がパラリンピックを知っている」とある。これは日本人のパラリンピック認知度が世界最高水準にあることを示している。一方で、同会によると、「日本でパラリンピック以外の障がい者スポーツを直接観戦した経験のある人は 5%未満。他国(ドイツ、アメリカ、韓国、フランス、オーストラリア)ではいずれも 10%以上にのぼるのに比して、極端に少ない」とあり、試合会場に行って観戦するほどの興味は持たれていないということがわかる。パラリンピックの大きな成功のためには、会場に足を運んでもらうために障害者スポーツの魅力を伝えることが必要だろう。

さらに、今回の 2020 年東京大会招致の際に招致委員会が掲げたテーマがある。それは被災地復興である。復興支援に向けたプログラムとしてサッカーの予選で宮城スタジアムを利用すること、被災者も参加する聖火リレーをすること、競技施設の建設や改修に際し被災地の企業を中心に発注すること、各国選手団の事前合宿を東北地方中心に行うこと、などがある。さらに、全国自治宝くじ事務協会は 2020 年東京大会と協賛して、収益金を被災 3 県に充てる「オリンピック宝くじ」を 2016 年から 5 年間発売する方針を固めている。収益金は約 100 億円と見込まれ、練習会場など大会関連施設の整備に充てられる。

そこで、招致におけるひとつのテーマである被災地支援と障がい者スポーツ直接観戦者を増やすために、障がい者スポーツのイメージを変えることを被災地で行える政策を提案したい。震災から立ち上がった東北と挫折から立ち上がったパラリンピック選手がリンクする提案を示したいということである。

2. ロンドン大会からの考察

(1)大成功に終わったロンドンパラリンピック

北京パラリンピックのチケット売り上げが約 180 万枚であったのに対しロンドンパラリンピックは追加で発注された分を含めて約 270 万枚を売り上げた。パラリンピック史上初めてのチケット完売であった。さらに、2012 年に行われたロンドンパラリンピックの大会

ビジョンは、「大会の価値を未来へつなごう」であった。2020 東京大会がその価値をさらに高めていかなければならないだろう。

(2) ロンドンパラリンピックの取り組み

英国はパラリンピック発祥の地である。そのため、パラリンピックの観客が増えることは必然と思われるかもしれない。また、ロンドンには日本ではほとんど見られない健常者と障がい者が一緒にスポーツを楽しむための施設が以前から存在する。ジムには車椅子に乗ったまま入ることが出来るプールや車椅子に乗ったままトレーニングできる器具が用意されている。健常者と障がい者が一緒にスポーツを楽しむことが出来る環境が整っている。

加えて、2012 年の開催にむけて、ロンドンでは競技施設や町のバリアフリー化に努め、傷害がある人にも会場を訪れやすくしていた。また開催前にパラリンピックの元となる大会が開催されたストークマン・デビル病院から名をとった公式マスコット「マンデビル」を町中に置き、パラリンピック選手の姿と共に「Superhumans(超人)」というメッセージが書かれたテレビ CM を流したりするなど、様々な取り組みを行っていた。

3. 本提案の目的

前述したように、ロンドンパラリンピックは史上最高の大会、と言われるほどに成功した。しかし、日本のパラリンピックの認知度は世界最高水準にある。2020 年に向けての取り組み次第で 2012 年ロンドン大会を超えることは不可能ではないと考える。2020 年に選手の事前合宿が行われることが予想され、オリンピック宝くじの収益金によってスポーツ環境も整備されていく東北でパラリンピック競技の魅力をアピールし、パラリンピックに向けて障がい者スポーツの会場に足を運んでもらえるようにしたい。

4. 提案内容

(1) 実施競技

2020 年東京パラリンピックの正式競技の中から、2020 年に向けての施設整備状況、参加者の安全面、指導者がいること、などを考慮して選定する。種目例と具体的な実施内容イメージは以下のとおりである。

- ・車いすバスケ

- 車椅子の試乗体験、車椅子に乗りながらのパスやシュート、選手同士の 3 on 3

- ・ブラインドサッカー

- 目隠ししながらのパスやドリブル、選手のプレーを観る

- ・ゴールボール

- 目隠ししながらのキーパー体験、試合体験

(2) 開催場所

被災地 3 県（宮城県、福島県、岩手県）を予定する。

2020 年東京大会に向けて事前合宿の会場として練習場などが整備されていくので施設面では充実が図れるのではないかと考える。学校の体育館や公共施設も利用する。

日本経済新聞によると「福島県の肥満傾向児の割合は、9 歳が全国平均（8.14%）の 1.8 倍の 15.07%だったほか、6 歳、7 歳、11 歳、12 歳、13 歳の 6 つの年齢で全国最多」とある。原発の影響で屋外活動が制限されていたことが数字に表れている。運動環境の整備が 2020 年東京大会によって進めば状況が改善されていくことも予想される。

(3) 運営方法

運営主体は障がい者スポーツに力を入れている帝京大学、筑波大学、日本体育大学などのボランティア、体育系大学を中心とする学生ボランティア、日本障がい者スポーツ協会と協賛契約を結んでいる企業や障がい者スポーツ支援をしている企業とする。また、開催地近辺の大学や高校にも声をかけ、学生ボランティアを募る。

学生ボランティア中心と考えるが、多くの企業の方にもパラリンピックというものをもっと知ってもらいたいため、上記のとおり社会人のボランティアも募る。企業が障がい者スポーツに目を向けるきっかけとする狙いもある。

(4) 対象

対象としては訪日外国人を含めた世代、性別、人種を問わず日本にいる人を想定している。日本はパラリンピックというものにまだなじみがなく、パラリンピックを障がい者の大会と考えている人が多い。それをできるかぎり多くの人に来場し体験してもらうことで、パラリンピックへの関心を向上させ、パラリンピックへのイメージを障がい者ではなくアスリートの大会へと一変させることにつながると考えている。

(5) 開催時期

開催時期はパラリンピック開催年の通年を予定している。学校や会社が休みの土・日曜を基本とする。大学の長期休暇期間も積極的に開催する。オリンピック・パラリンピック開催中も開催する。

(6) 広報

広報は運営ボランティアを通じて SNS で広めていく。専用の Facebook ページを作り、大学などの教育機関にポスター掲示をする。

5. 考察

今回の企画では、パラリンピックがアスリートの大会であることを伝え、会場に足を運ぶ人を増やすことを主な目的とした。パラリンピック前には選手の事前合宿のために練習場が整備され会場では充実することが予想される。この企画で使用した会場が日本に欠如しているパラリンピックのハード面でのレガシーになることも期待される。2020 東京大会で選手の事前合宿が行われることが予想され、サッカーの予選も行われる東北で将来的には東北オリンピック・パラリンピックが行われることに期待したい。

<参考文献>

・東京 2020 オリンピック・パラリンピック招致委員会 立候補ファイル

<https://tokyo2020.jp/jp/plan/candidature/index.html> (2015 年 10 月 22 日最終閲覧)

・日本経済新聞 2015 年 1 月 24 日「福島の子供の肥満傾向続く 屋外活動制限、運動不足」

http://www.nikkei.com/article/DGXLASDG23H5O_T20C15A1CR0000/ (2015 年 10 月 22 日最終閲覧)

・日本財団パラリンピック研究会 (2014) 国内外一般社会でのパラリンピックに関する認知と関心 調査結果報告

<http://para.tokyo/2014/11/survey.html> (2015 年 10 月 22 日最終閲覧)

E会場（1203 教室）

独創性部門／提言先：行政組織

- 1 東海大学 萩ゼミB P124
次世代スポーツの「三間」解決に向けて
- 2 同志社大学 スポーツビジネスC P128
スポーツで街を豊かに
- 3 大阪経済大学 相原ゼミCチーム P132
大阪府スポーツ推進計画
～大阪スポーツ王国の創造～
大阪府のグラウンド（運動施設）の活用方法に関するご提案
- 4 神奈川大学 大竹ゼミナールチームP P136
水難事故ゼロを目指して
- 5 早稲田大学 武藤研究室B P140
部活動廃止案
—総合型地域スポーツクラブの発展を目指して—

次世代スポーツの「三間」解決に向けて

東海大学 萩ゼミ B

○佐藤 智也 佐藤 莉奈 篠田 勘太郎 高崎 晋太郎

1. 緒言

子どもの体力の低下の原因として文部科学省はスポーツや運動に不可欠な要素である「時間」、「空間」、「仲間」、いわゆる「三間」の減少を指摘している。「子どもの体力の低下は、将来的に国民全体の体力低下につながり、生活習慣病の増加やストレスに対する抵抗力の低下など、心身の健康に不安を抱える人々が増え、社会全体の活力が失われる事態が危惧される。」と文部科学省も懸念しており、子どものスポーツ環境を整備することは、次世代のスポーツ環境を整備することにも繋がるといえる。

本研究では、子どものスポーツ環境を整備するために「コミュニティパーク」を提案する。ここで取り上げる「コミュニティパーク」とは「子どもが地域の人々に見守られながら活動できる仕組み」、「世代問わずコミュニケーションを育む仕組み」と定義する。また、日本プロ野球球団「横浜 DeNA ベイスターズ」と「横浜スタジアム」は「コミュニティボールパーク化構想」という共同事業を行っており、このように「コミュニティ」に着目した事業を公共の横浜市の公園や総合型地域スポーツクラブを用いて展開することで「三間」を解決し、次世代へのロールモデルとする。

2. 「三間」の現状と考察

子どものスポーツ環境において、以下の3点が課題であるといえる。

(1)時間

- ・ベネッセ教育総合研究所「第2回 放課後の生活時間調査」
- ・ベネッセ教育総合研究所「小中学生の学びに関する実態調査」
- ・文部科学省「子どもの体力の低下の原因」

→考察：スポーツ参加に積極的な層が存在している一方で遊びやスポーツよりも塾や習い事を優先している層も存在している現状があり、スポーツ参加への意識が二極化しているといえる。また、子どもを取り巻くスポーツへの意識を改善するためには保護者へのアプローチも必要であるといえる。

(2)空間

- ・文部科学省「子どもの体力の低下の原因」

→考察：空間はあるものの、アクセスのしやすさ、親近感が欠如しているがゆえにその空間が有効活用されていない現状があるといえる。

(3)仲間

- ・文部科学省「子どもの体力の低下の原因」

→考察：少子高齢化に加え、(1)で取り上げた時間に付随して、周囲の友人が遊びやスポーツよりも塾や習い事を優先している状況では仲間づくりの障壁となることから、遊びやスポーツを通じて仲間づくりが行える仕組みが必要であるといえる。

3. 提言

本研究では、以上に取り上げた「三間」の現状を解決し、子どものスポーツ環境を整備するために「コミュニティパーク」を提案する。

(1)提言先

「横浜 DeNA ベイスターズ」と「横浜スタジアム」は「コミュニティボールパーク化構想」という共同事業を行っている。「コミュニティ」に着目した事業を民間だけではなく公共事業にも取り入れて「コミュニティパーク」を創造するという考えから提言先を横浜市とする。

(2)具体案

「子どもが地域の人々に見守られながら活動できる仕組み」、「世代問わずコミュニケーションを育む仕組み」として提供する「コミュニティパーク」では子どもたちの放課後時間においてスポーツと勉強が両立できるプログラムを実施することで文武両道を目指し、「三間」の現状を解決、ならびに子どものスポーツ環境を整備する。また、本プログラムを実施するにあたり、以下の3施策も導入する。

ア.シャトルバスの運行

・地域の小学校と公園や総合型地域スポーツクラブを結ぶことで移動の手間や時間解消
イ.スポーツボランティア制度の導入

・安全性の確保

→地域の大人が子どもを見守ることで、子どもは安心して遊び、学べる環境

・地域の大学から将来教員を目指す学生の実務経験の場としても提供

ウ.ポイントカード制度

・「コミュニティパーク」へ参加する度に子ども、ボランティアにポイントを付与

・ポイントは地域のプロスポーツ観戦チケットや図書カードと交換可能

→再利用に繋げる仕組みづくりと更なるスポーツ参加、学力の向上を促進

・子どもにおいては、シャトルバスを乗降する際にポイントカードをタッチすることで保護者にメールで通知するシステム

→子どもを預託する保護者への安心感を生み出す

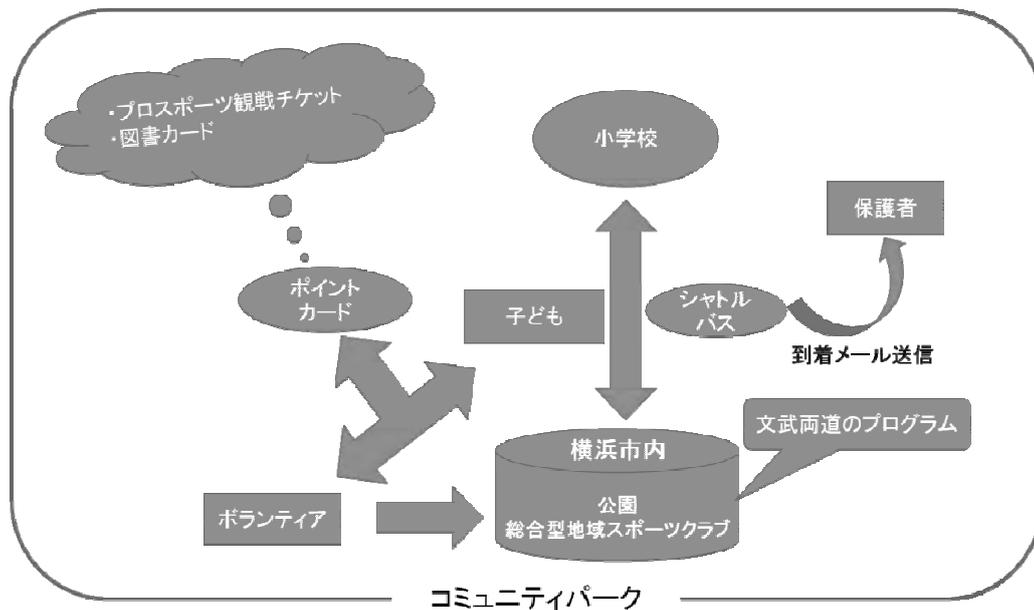


図1 「コミュニティパーク」の仕組み

(3)まとめ

本研究では、横浜市の公園や総合型地域スポーツクラブを用いて「子どもが地域の人々に見守られながら活動できる仕組み」、「世代問わずコミュニケーションを育む仕組み」いわば、「コミュニティパーク」という仕組みの創造、また、それに付随する各施策を導入することで「三問」解決を以下のように目指してきた。

・「時間」の解決策

文武両道のプログラムによって、保護者が懸念しがちな学習面のサポートも行う。それによってスポーツ参加への敷居を下げて放課後時間の使い方が学習面ばかり優先されないよう促す。加えて、シャトルバスの運行によって移動にかかる時間や手間を省く。

・「空間」の解決策

シャトルバスの運行により、空間へのアクセスのしやすさを改善する。加えてスポーツボランティア制度により、空間の安全性を確保する。

・「仲間」の解決策

「コミュニティパーク」という仕組みにより他校の生徒との仲間づくり、地域のボランティアとの交流を促進する。

・「維持継続性」促進策・・・ポイントカード制度

図2のように「コミュニティパーク」にアプローチすることで子ども、保護者、ボランティアと三者それぞれにメリットを生み出すことが可能となる他、これらの仕組みがポイントカード制度によって繰り返し利用されていくことで、結果として子どものスポーツ環境の整備へと繋げる。

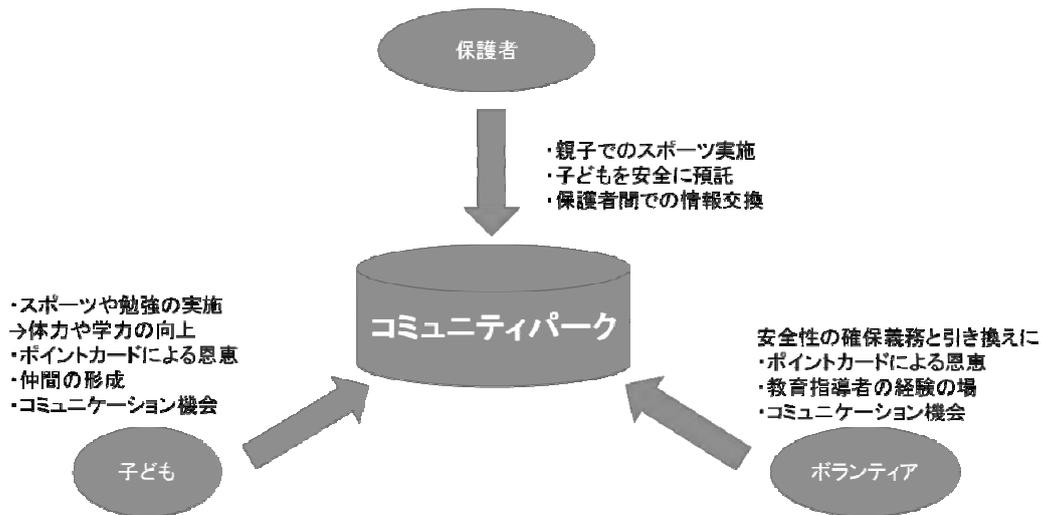


図2 三者へのメリット

4. 展望

緒言でも述べたが、子どものスポーツ環境を整備することは、次世代のスポーツ環境を整備することにも繋がるといえる。つまり、本研究の仕組みを利用した子どもが将来成長して大人になった際に、今度はボランティア側の立場として次世代の子どもをサポートする可能性があるということである。このサイクルが確立され、ロールモデルとなることにより、永続的なスポーツ環境の整備が期待できるといえる。

<資料・参考文献>

- ・文部科学省「子どもの体力の低下の原因」

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/gijiroku/attach/1344534.htm

(最終閲覧日 2015年10月22日)

- ・文部科学省「子どもの体力の現状と将来への影響」

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/gijiroku/attach/1344530.htm

(最終閲覧日 2015年10月22日)

- ・ベネッセ教育総合研究所「第2回 放課後の生活時間調査」

<http://berd.benesse.jp/shotouchutou/research/detail1.php?id=4278>

(最終閲覧日 2015年10月22日)

- ・ベネッセ教育総合研究所「小中学生の学びに関する実態調査」

<http://berd.benesse.jp/shotouchutou/research/detail1.php?id=4574>

(最終閲覧日 2015年10月22日)

- ・横浜スタジアム「コミュニティボールパーク」化構想

<https://www.baystars.co.jp/event/stadium/> (最終閲覧日 2015年10月22日)

スポーツで街を豊かに

同志社大学 スポーツビジネス C

○高田 拓人 岡田 朋大 小山 裕太郎 池上 眞 杉本 奈美 岡井 紅都

1. はじめに

戦後の日本は急激な経済成長を遂げ、大きな発展をした。しかしながらその中で、若者を中心に仕事を求め都市部への人口移動が起こり、山間部では過疎、都市部では過密の状態が発生した。現在においてもこの状態が続いており、数値を見てみると、平成26年4月の段階において、日本の市町村数は1718となっており、その中で過疎地域市町村数にだけ絞ってしてみるとその数は616にも及ぶ。大辞林第三版によると、過疎地域とは、「人口の著しい減少により、その地域社会の活力が低下している地域。」とされており、日本の少子高齢化社会に伴い、過疎地域はこれからも増加すると考えられる。また、過疎地域で挙げられる問題としては、人口の減少における空き家・廃校の増加、産業の悪化などがある。

そこで、私たちは過疎地域における問題を取り上げ、スポーツの要素と廃校を用いて解決する仕組みを提言する。過疎地域を活性化する取り組みはほかにもなされているが、今回はスポーツのからの視点での活性の可能性を考えるものとする。

2. 研究の方法・結果

(1) インタビュー調査：スポーツクラブの取り組み（ラランジャ京都を例として）

京都を拠点に活動しているサッカーチームに、ラランジャ京都という地域密着型のクラブが存在する。ラランジャ京都は現在トップチームが関西リーグに所属しており、あらゆる年代の育成に努めている。今回、過疎地域の現状の調査として、そのクラブの会長へのインタビューと、クラブに所属しており、京北という過疎地域に住んでいる方のところへフィールドワークに行った。2人が口を揃えて言ったのは、①スポーツは街の発展の為のきっかけになる②日本の古きよき景観を残しつつ街を活性化させたい③過疎地域には過疎地域ならではのよさがあるとのことで、現在、ラランジャ京都は京北地域に対し発展の為に廃校を利用したサッカースクールや小学校体育の補助などの活動をおこなっている。

(2) 全国での過疎地域の占める割合

H26年1月に総務省が発表した『平成24年度版「過疎対策の現況」について』によると「過疎地域は、人口では全国の約8%を占めるに過ぎないが、市町村数の4割以上、面積では国土の半分強を占めている。」とされている。

(3) 廃校数と廃校後の利用例

文部科学省が発表した「廃校施設等活用状況実態調査の結果について」によると、H26年5月の段階で平成14年から平成25年度の間には廃校となった学校数は5801校にのぼり、現存する廃校施設の中で何らかの活用が図られているものは3587校で全体の70.3%、現在活用が図られていないものは1513校で全体の29.7%で、その活用が図られていないものの中での割合としては、建物利用の予定有りが302校で5.9%、建物利用の予定無しが1,081校で21.2%となっている。また、取り壊しが予定されている廃校は130校あるとされている。

廃校の主な活用事例としては社会体育施設、社会教育施設、体験交流施設、文化施設、老人福祉施設、保育所などの児童福祉施設、民間企業の工場やオフィスなどとされており、建物利用の予定がない主な理由は活用を検討しているものの地域等からの要望がないが47.4%、活用方法がわからないが10.5%となっている。

表1 文部科学省による「廃校施設活用状況実態調査の結果について」からのデータ

施設が現存している廃校の数		5,100校	
	活用されているもの	3,587校	(70.3%)
	活用されていないもの	1,513校	(29.7%)
	活用の用途が決まっている	302校	(5.9%)
	活用の用途が決まっていない	1,081校	(21.2%)
	取壊しを予定	130校	(2.6%)

以上より、廃校を有効活用していこうという動きは増えてきているが、利用予定のない廃校もまだまだある。その廃校を利用して地域の活性化をできる可能性を考えていく。

3. 政策提言

私たちは、過疎地域にある廃校をスポーツクラブによる協力で住民集いの場として利用し、まちを活性化させる案を提言する。廃校を利用することのメリットとして建設費の要らないこと、使い方の自由が利き、運動場、体育館をスポーツ施設として開放したり、教室をフリースペース（住民共有の場）、特産品販売施設、部活や大学サークルなどの合宿の宿泊施設、講義の場として利用することが出来るといったことがある。そこにスポーツクラブを介入させることで、運営をしていく形をとる。

だが、前提として、運営を行う主体はその地域の住民であり、その人たち同士を繋げる場所としてこの住民が集える場がある状態にする。この施設に来れば仲間がいて楽しい経験を共有できるということを目指す。

スポーツクラブの具体的な活動としては、クラブ管理のもと、自主性と学術的要素を踏

まえたシステムを作ることである。主体性の内容としては、対象とする過疎地域に、スポーツ関係の資格を持っている人を派遣、またはクラブの支部を設立することで、スポーツ教室を開きクラブの人間が指導したり、それ以外にも希望住民にそのスポーツクラブの持っているノウハウを伝える時間を設け、最終的には、ノウハウを得た住民がその他の住民に運動の方法を伝えられるようにする。これにより、他の住民は健康に関する正しい知識を持った知り合いが教室を開いているという状態になり、健康効果を得られる信頼性・知り合いが行っているという安心感の2つの点で訪れやすくなる見込みがある。また、この施設の仕組みを新たな産業として確立させ、雇用形式が生まれることによって街への人の流入も見込むことが出来る。次に、学童的要素とは学校での授業が終わってから子どもが施設に訪れ宿題を生徒同士で協力のもと行い、スポーツをすることである。宿題を終わらせてからスポーツをするという習慣作りを子どもにつけさせることによって、学校関係者や保護者の理解も得られ施設利用者の増加が期待できる。

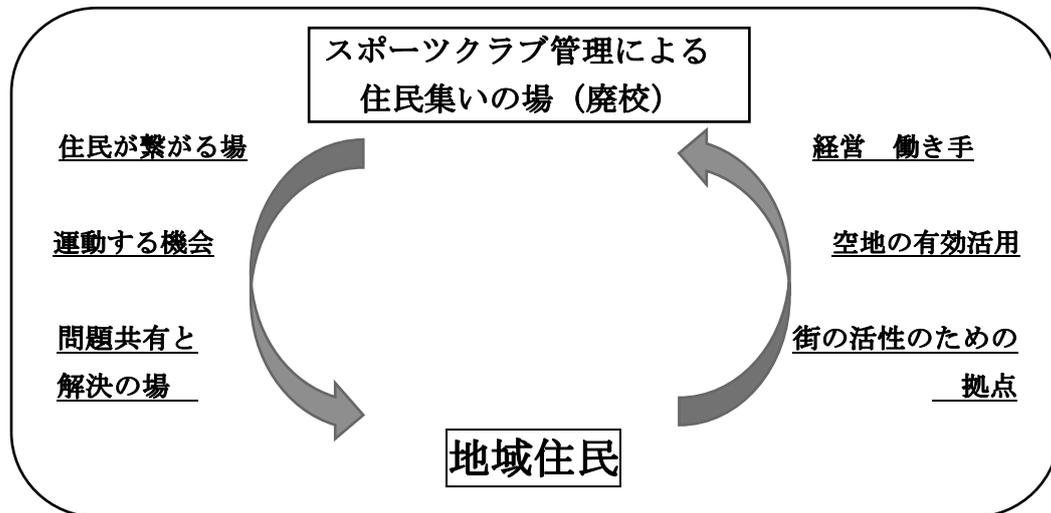


図1 過疎地域における廃校利用施設と住民の理想の関係性

人々が集う場所を設け、人がつながっていき、それぞれの課題・問題を共有し解決することで街の活性につながっていくことが理想である。そのためのツールとして使うことが出来るスポーツは過疎地域だけでなくこれからの日本にとって重要なものになってくる。また、住民が住民に伝えるスポーツをすることによってスポーツ魅力を伝えることのできる人材の育成につながり、その地域にスポーツが根付くきっかけともなる。運動をする習慣がつけば、近年、子どもの体力低下、高齢者の寝たきり期間の増加が問題になっているが、それらの対策になる。さらに、同じ場所に多くの人が集まるので世代間の交流も可能となり普段では関わることのない人同士が出会い、自分の人生にはなかった新たな発見をすることがあるかもしれない。子どもの宿題を高齢者が教えたり、子どもたちのスポーツクラブでの成果を発表会や試合といった形で高齢者に見てもらおうの

も良いだろう。人と人がつながればあらゆる可能性が生まれ、うまくいけば街の活性にもつなげることが出来ると思う。その土台として、そして、街の活性のシンボルとしてスポーツクラブと住民集いの場があればよいと考える。

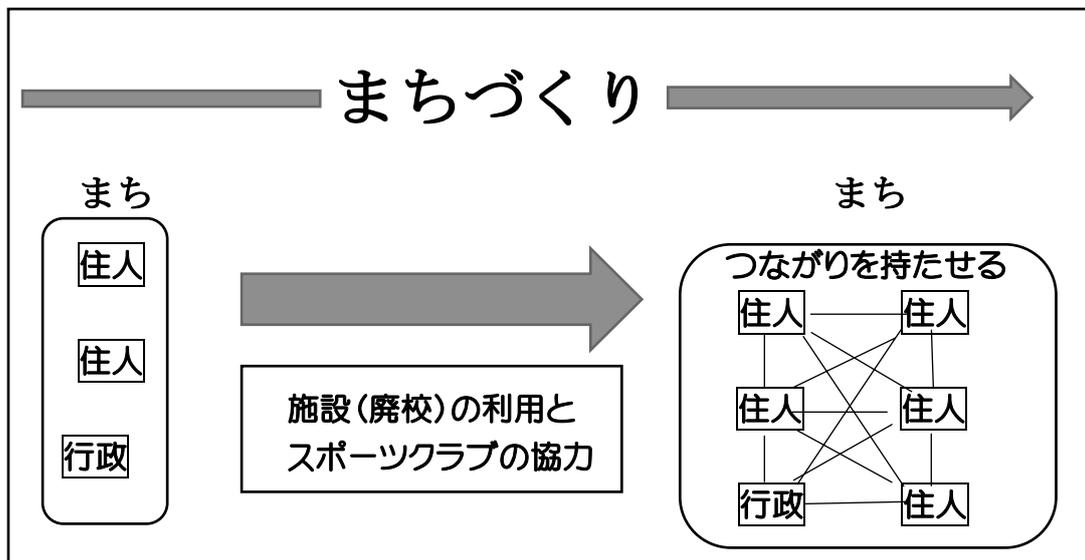


図2 まちづくりの流れについて

〈参考資料〉

© 2000-2014 全国過疎地域自立促進連盟 過疎地域のデータバンク

<http://www.kaso-net.or.jp/kaso-db.htm>

総務省自治行政局過疎対策室 平成24年度版「過疎対策の現況」について (概要版)

http://www.soumu.go.jp/main_content/000276127.pdf

文部科学省 廃校施設活用状況実態調査の結果について 調査時点：平成26年5月1日
現在

http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/26/11/1353354.htm

大阪府スポーツ推進計画～大阪スポーツ王国の創造～
大阪府のグラウンド（運動施設）の活用方法に関するご提案

相原ゼミ Cチーム

○田中 佑佳 山本 愛巳 青木 花恋 占部 修平 松田 優介 横山 優一郎

1. 緒言

現在、我が国における子供の体力低下や少子化、高齢社会の到来等により、スポーツを取り巻く環境は大きく変化を続けている。政府においては、平成 23 年 8 月に 50 年ぶりに「スポーツ振興法」が改正され、第 27 条において「スポーツを通じて幸福で豊かな生活を営むことは、全ての人々の権利」であることや「障がい者が自主的かつ積極的にスポーツを行うことができるよう、推進されなければならない」とする「スポーツ基本法」が制定された。

このような、これまでには存在しなかった問題に対応し、今後の大阪における生涯スポーツ振興を一層進めるため、その方策として「大阪府スポーツ推進計画～大阪スポーツ王国の創造～」を策定した。下記表 1 において、目標数値に設定し、これらの達成により、大阪スポーツ王国の創造させる（大阪府・大阪府教育委員会,2012）。

表 1 スポーツ推進計画の目標数値

項 目	現 状	目標数値
■大阪府ではスポーツが盛んと思う府民の割合	平成 22 年 31.0%	50%
■成人の週 1 回以上のスポーツ実施率	平成 19 年 31.5%	50%
■大規模スポーツイベントの応募者数、観客数	本計画策定後に数値を決定	
■児童(小学校 5 年生を対象とした、体育授業以外での運動の実施率(週 3 日以上))	平成 22 年 54.6% (男子) 平成 22 年 27.9% (女子)	60% (男子) 35% (女子)
■府内市町村立小学校のうち、体育授業以外で継続的に体力向上の取り組みを行う小学校の割合	平成 23 年度 64.3%	75%
■大阪府障がい者スポーツ大会における参加者数	平成 22 年度 966 名 平成 23 年度 944 名	恒常的に 1,000 名を上回る参加者数

出典：大阪府・大阪府教育委員会（2012）「大阪府スポーツ推進計画」

2. 大阪府の現状と課題

昨今、グラウンドに関する問題として、運動したくても最適なグラウンドがないことが問題となっている。表 2 からわかるように、大阪府は日本で第 3 位となる 2,077 施設の多目的運動広場を所有している。このことから、施設環境に問題がないことが言える、それならば、なぜ「大阪府ではスポーツが盛んだと思う府民の割合」が 31%に留まっているのだろうか。大阪府の抱える問題は、施設数の問題ではなく、いかに効率よく活用できるかであると考える。

表 2 全国多目的運動広場数

多目的運動広場の施設数ランキング			
順位	都道府県	多目的運動広場の施設数	
1	北海道	2,492 施設	
2	東京都	2,350 施設	
3	大阪府	2,077 施設	
4	愛知県	2,032 施設	
5	神奈川県	1,970 施設	

出典：都道府県格付研究（2012）「多目的運動広場の施設数ランキング」

3. 研究目的

本研究では、「大阪スポーツ王国」が実現するため、表 1 における「大阪府ではスポーツが盛んだと思う府民の割合」に注目し、大阪府に対する政策提言することを目的とする。そのため、「大阪府ではスポーツが盛んだと思う府民の割合」を 50%に増加させるため、「グラウンド（運動施設）」をいかに効率よく活用できるかを考察する。

4. 調査結果と考察

私たちは具体的な問題を探るためにアンケートによる定量調査とインタビューによる定性調査を実施した。

4. 1. アンケートによる定量調査

グラウンドを使用者の問題を知るために大学生～高齢者を対象に 150 人にアンケートを実施。（有効回答 150 枚 男性 54% 女性 46% 20 代 57% 30 代 1% 40 代 4% 50 代 22% 60 代 16%）。アンケートから浮かび上がった使用者のグラウンド利用における不便な点は以下の 3 点である。グラウンドそのものに問題はなく、不便なのは予約等の使用までの

過程（20代～60代）、グラウンド使用と同時に発生する用具費（20代）、どこにグラウンドがあるかわからない（60代）である。

4. 2. インタビューによる定性調査

グラウンドの貸主の問題を知るため以下のグラウンド管理者にインタビューを実施した。インタビューから浮かび上がった貸主のグラウンドにおける不便な点は2つある。1つ目は、グラウンドの予約方法が浸透していない。2つ目は、繁忙期と閑散期の差が激しいこと。

表3 インタビュー実施内容

日時	インタビュー先	役職	担当者
8月25日	万博記念競技場	-	吉田 勝志 様
8月28日	寝屋川公園	所長	牛牧 照雄 様

4. 3. 考察

以上のアンケートによる定量調査とインタビューによる定性調査の結果から、グラウンドの利用者と貸主で双方に予約面と稼働状況に問題があることがわかった。グラウンドを利用者と貸主の双方の問題を解決するために、予約面と稼働状況に着目し考察する。

現在のグラウンドの予約方法は大きく分けて2通りである。直接グラウンドに利用状況を確認することと、会員制の予約サイトを用い数ヵ月先に予約をすることである。

利用者からすれば、各グラウンドに利用状況を確認することは、グラウンド利用が億劫になる要因となるだろう。会員制予約サイトを使用すれば各グラウンドに連絡をする手間は省けるが、まだまだ府民に浸透していないのが現状である。また、学生の部活動など以外では、数ヵ月先の運動を実施する予定は計画しにくいだろう。現在のグラウンドの稼働状況は多くの種目のシーズン期間の夏季は予約で埋まっており効率よく稼働できているが、多くの種目もオフシーズン期間の冬季はほとんど稼働できていないのが現状である。また夏季においても早朝～午前中は完全に稼働できていない場合もある。

5. 大阪府に対する政策提言

予約と稼働状況の課題を解決するサービスを私たちは『グラウンド TOTTER』と名付ける。『グラウンド TOTTER』により「大阪府ではスポーツが盛んだと思う府民の割合」が増加するモデルを提言する。予約面では飲食業界の無料情報誌をモデルに新たな予約方法を提言する。飲食業界の無料情報誌はだれもが情報に触れられ、店を「立地」・「使用用途」・「値段」などから検索可能である。今後はグラウンドに関しても、誰もがグラウンドを「立地」・「使用用途」・「値段」などから検索できるようにする。稼働状況では航空券販売業界をモデルに、グラウンドの使用料を徐々に日時とともに割引、稼働率を少しでも向上させるものである。また当日まで予約がない場合は無料開放とする。

表4 『グラウンド TOTTER』の具体図

例)万博記念公園 現在時間11月28日 午前10:00							
	11月28日	11月29日	11月30日	12月1日	12月2日	12月3日	12月4日
午前	/	×	○ 2日前割引 〇〇円引	○	×	○ 5日前割引 〇〇円引	×
		○ 当日割引 無料開放	○ 前日割引 〇〇円引	×	○	×	○ 5日前割引 〇〇円引

クーポン割引率 当日>前日>2日前>5日前

表5 『グラウンド TOTTER』の活用モデル

ステージ	次のステージ	提言内容
定期的にグラウンドを利用	維持・これまで以上の利用	予約面
不定期的にグラウンドを利用	定期的に利用	経済面
グラウンド利用はしない	1回でも利用・不定期的に利用	経済面

大阪府民を3つのステージに分類した。「定期的にグラウンドを使用」ステージの府民は予約が簡略化することにより、これまで以上のグラウンド使用が期待できる。「不定期的にグラウンドを使用」ステージの府民は割引サービスにより経済的負担が減り学生層などを中心に利用が増えることが期待できる。「グラウンド利用はしない」ステージはグラウンドの開放により、少しでもグラウンドに関心を持つことが期待できる。また運動はしない府民にも利用者がおらず、グラウンドが閉鎖されているよりは開放されていることで大阪のスポーツに対するイメージが好転することが期待できる。以上の提言により「大阪府ではスポーツが盛んだと思う府民の割合」が増加し「大阪スポーツ王国」が実現に近づくことが期待できる。

6. 今後の課題

大阪（関西）は今後、大規模スポーツ国際大会が多く控えている土地である。2019年には世界三大スポーツ祭典にも数えられる「ラグビーワールドカップ」が日本で開催される。2020年には世界三大スポール祭典であり世界最大イベントである「オリンピック」が東京で開催される。今後競技以外にも合宿・観光等で各国の選手・応援団の関西訪問も考えられるだろう。2021年にはマスターズのオリンピックでもある「ワールドマスターズゲームズ」が関西で開催される。このことは大阪（関西）にとってさらなるスポーツ文化の発展・経済的発展の大きなチャンスであり、このチャンスを逃さぬためにも「大阪スポーツ王国の創造」は不可欠である。

〈参考文献〉 ・大阪府・大阪府教育委員会（2012）「大阪府スポーツ推進計画」
・都道府県格付研究所（2012）「全国多目的運動広場」

<http://grading.jp.org/y2315005.html>（2015年10月22日閲覧）

水難事故ゼロを目指して

神奈川県大学 大竹ゼミナール チーム P

○小菅 修斗 麻尾 紗希 朝倉 健太 竹村 美穂 中本 実香子

1. 緒言

毎年、夏になると海や河川などの水辺で余暇を楽しむ人が増える。水辺における活動は様々であるが水遊び、魚とり・釣り、海岸沿いでのランニングなど、海や河川は身体活動の場であるといえる。だが、水辺での余暇活動中に水の恐怖や脅威を、身をもって体験したことがある人はどれくらいいるだろうか。班員の中には今夏、千葉県館山市の布良海岸で、溺れた 30 代男性が意識不明の重体となった事故に遭遇した者がいる。その経験から改めて水の脅威を感じることができたのだが、実際に事故現場を目の当たりにしない限り現実味がなかったり、他人事のように感じてしまったりする人が多いのではないだろうか。

2. 目的

規制を強化することによって水難事故を減らすのではなく、水辺の利用者たちが自発的に自助意識を持つための新たな仕組み作りである。水辺の利用者自身が危険を判断し、行動することは重要であり、基本である。海や河川が豊富に存在する日本だからこそ、国民全員が水に対して関心を持ち、上手く関わりあっていくべきである。水難事故に対する意識改革が期待できる教育面において、新たな仕組みを国・自治体に提言する。

3. 研究方法

- (1) 文献調査：平成 26 年中における水難の概況(警察庁)
水難事故の現状について年齢層別、場所別、行為別に明らかにした。
- (2) 文献調査：平成 26 年度 釣り中の事故発生状況(海上保安庁)
海釣りでの死者・行方不明者の原因やライフジャケット着用の有無を明らかにした。
- (3) インタビュー調査：「自然塾 光」の辻駒哲司代表(9 月 7 日)
海や河川を熟知し子どもを中心に指導を行っている。子どもの川遊びに多い事故内容に対して行っている取り組みについて伺った。
- (4) 事例調査：河川財団、B&G 財団、海外の取り組み事例
教育の支援、指導、教育の観点から現在行われている取り組みを調査した。

4. 調査結果

(1) 水難事故の現状

警察庁生活安全局地域課の統計(平成 27 年 6 月 18 日)によると水難事故は毎年約 1,500 件発生しており、横ばいである。そして、水難者の総数に対して死者・行方不明者の割合

が約 5 割と、高いことが特徴である。

今回取り扱う水難事故は、海や河川などでのレジャー（釣りや水遊び）において、溺死・行方不明またはその寸前で救助された出来事を指す。船舶事故、大雨、高潮、津波等の災害事故は含めない。平成 26 年度の水難者は 1,491 人であり、うち死者・行方不明者は 740 人である。以下、水難事故での“死者・行方不明者数”の特徴である。

① 年齢層別

18 歳以上の大人・高齢者が全体の 89.6%を占める。

また、高校生(15~18 歳未満)は 3.0%、中学生以下は 7.5%であった。

② 場所別

全体(9 割は大人)では海(47.4%)、河川(33.6%)の順に多い。

子ども(中学生以下)だけに着目すると、河川(52.7%)、海(25.5%)の順である。

③ 行為別

大人では魚とり・釣りが最も多い(約 25.8%)。

子どもは水遊びが過半数を超えている(約 58.2%)。

以上から、大人の実釣、子どもの川遊びへのアプローチが必要となる。また、死者・行方不明者の 9 割は大人であるため、大人に対するアプローチは急務である。

(2) 大人の釣りに関する水難事故の現状

海上保安庁の統計によると、平成 26 年度の釣り中の事故における死者・行方不明者の原因の 70%は海中転落であった。海中転落において、場所別では防波堤が最も多く、続いて磯場、岸壁、消波ブロックの順である。そのうちライフジャケットの未着用率は 80%以上で、水難事故に遭う釣り人の多くはライフジャケットを着けていない(図 1)。また、同じく統計から、釣り中の水難事故において、ライフジャケット着用者は未着用者に比べて生存率が約 20%上昇するため、ライフジャケットの着用は必須である。

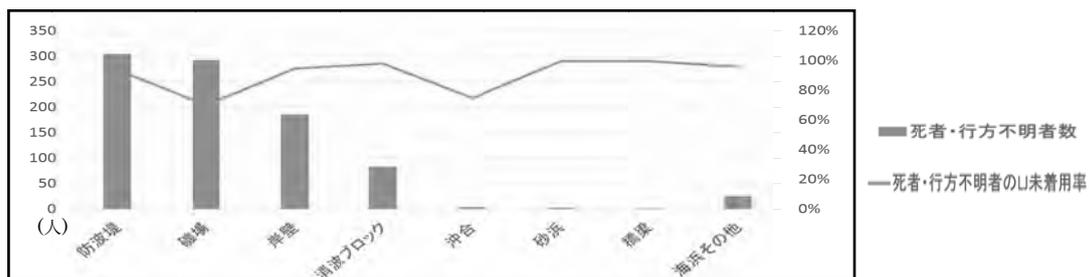


図 1 発生場所別の海中転落発生状況（平成 17 年～26 年）より作成

(3) 子どもの川遊びにおける水難事故の現状

河川財団の統計から、幼児～小学生は河岸から転落して溺れる事故、中学生は遊泳中の事故が多い。そこで、海や河川を熟知し子どもを中心に指導を行う「自然塾 光」の辻駒哲司代表に、前述した現状に対して行っている取り組みについて伺った。「転落については、ライフジャケットの着用。また、子どもに自分で状況判断をさせてたくさん失敗させる教育を心掛けている。自然塾光以外にも子どもに自然の中で指導を行う団体は多数あるが、

やはり学校教育の中で、考えさせて失敗させる教育をすべき。」

インタビュー結果を受け、学習指導要領を確認した。小学校から高校まで、水泳の授業において水中で楽しく活動することや 4 泳法を身につけ、技術向上を図ることなどを目的としているが、いざという時に自分で自分の命を守るための手段を教えることはなかった。

野沢(2009)はさいたま市内の小中学生を対象にライフジャケット体験学習を行い、実施前後に認識度や理解度のアンケート調査を行った結果、「小中学生とも、ライフジャケットに対する認識度や理解度は低く、学校教育において体験学習する必要があるものと考えられた」「事後調査結果から、ライフジャケット体験学習は装着法、救助待ち姿勢、必要性などの理解に極めて好ましい影響を及ぼし、児童生徒から学習は役立つとの評価を得た」「今後、ライフジャケット体験学習は学校教育において推進される必要があるものと考えられた」と述べており、子どもの頃からライフジャケットを着用する教育、習慣づけが水難事故をゼロに近づける手段の1つであると考えられる。

(4) 事例調査結果

① 公益財団法人 河川財団

川や水辺を活用して体験活動を行う学校や市民団体等に対して、子どもたちが安心・安全に川と触れ合える機会を提供・支援している。国土交通省、文部科学省、環境省との連携により、組織内に設立された“子どもの水辺のサポートセンター”では、子どもたちの川遊び体験活動の充実を目的としている。具体的には情報提供、各種講習会・研修会の開催、ライフジャケット等の貸し出しを行っている。

② B&G 財団

ヨットやカヌーを通じて次代を担う青少年の健全育成と幼児から高齢者まで国民の"心とからだの健康づくり"を推進している。海洋センターという、プールと体育館などが複合された施設を各県に1つ以上おいている。そこでは、プールでカヌー体験、水中ウォーキング教室、などを行っている。また、大人に対する「水辺の安全教室」の講習は数少ないが行われている。だが、場所はプールで、参加者は消防、自衛隊、企業の人など一般人はあまりいない。指導者育成では、海洋センターで地域住民に、海洋性レクリエーションを指導する人員の育成が行われている。

③ ニュージーランドの事例

ニュージーランド教育省とニュージーランドヨット協会が中心となって「ウォーターワイズプログラム」を作成。急増する子どもたちの水難事故を減らすため、ヨットやカヌーを通して水と親しみ、安全知識を身につけることが目的である。1983年からオークランド周辺地域の小中学校、約50校の選択科目の1つとしてカリキュラムに組み込まれている。その結果、横ばいであった子どもの水難事故の件数は減少傾向になった。日本では資料などの情報が少なく、本格的に導入している施設や団体がかなり少ない。

以上の調査結果を受けて、我々は、解決すべき課題は3つあると考えた。

ア.ライフジャケットの認知度の低さや重要性を理解する人が少ない。

- イ.「自分で自分の命を守る方法」を教わる機会が大人になると少なくなる。
- ウ.水泳の学校体育では命を守るための方法を継続して身につけることができない。

5. 政策提言

これらの課題から我々は短期的・長期的の2つの側面から提言を行う。

ア. 短期的政策：大人への海釣りへのアプローチ（キーワード：ライフジャケット）

① ライフジャケット着用の啓発

ライフジャケット着用の重要性を理解してもらうため、印象に残りやすい映像で情報周知・啓発を行う。公益社団法人 AC JAPAN での CM 放映を活用し、水難事故の恐怖、ライフジャケットの重要性を訴える。また、運転免許センターや教習所など、多くの大人が足を運ぶ場所でも、危険性を周知させる映像の放映を行う。

② 釣り station の設置

海釣りスポットの近くにライフジャケットがレンタルできる「釣り station」を設置する。そこではフローティングウォッチやベストなど、多種多様なものを置く。

イ. 長期的政策：子どもの川遊びへのアプローチ（キーワード：教育）

① 水泳授業の指導要領の見直し

4泳法の習得ではなく、河川で状況判断が出来る能力と技術を指導する。具体的には、着衣泳やライフジャケットの使い方、溺れた時の待ち姿勢などである。場所は、プールだけではなく、授業数の四分の一は河川で実践的な授業を行う。また、ライフジャケットを必須にし、全ての子どもが所持している状況を作る。

② 水辺の安全についての知識を持つ指導者の派遣

実践的な授業において学校教員だけでは指導力不足であるといえる。そこで、学校と民間企業(河川財団や B&G 財団など)との連携を行う。あくまでも学校教育における指導者は教員であるため、民間の指導者はサポートの立場から支援する。

6. まとめ

水難事故の恐怖を周知させる映像、ライフジャケットが身近なものになるための啓発活動や教育により、人々は自助意識を持つようになるであろう。今回は環境整備など、ハード面での改善は視野に入れなかったが、水難事故ゼロを目指すためには必要である。今回の政策提言により、水辺における身体活動の場が、より安心で安全なものになることを期待したい。

《主要参考文献》

平成 26 年中における水難の概況(警察庁)

www.npa.go.jp/safetylife/chiiki/h26_suinan.pdf

吉田嗣治・谷健二・久保和之・片岡直樹(2003) ウォーターワイズプログラムの実践。

野沢巖(2009) 小中学校におけるライフジャケット体験学習についての一考察。

部活動廃止案

—総合型地域スポーツクラブの発展を目指して—

早稲田大学 武藤研究室 B

○吉野 翔太 坂賢 弥 関 秀優 中村 慎吾 山崎 海

1. はじめに

私たちが、この部活動廃止案というテーマを選んだ理由としてメンバーが中学生、高校生のおきに実際に体験した経験が背景にある。すなわち、「自分が本当にやりたいスポーツがたまたま部活動として無かった」、「指導者に恵まれなかった」、「人数不足のために満足な活動が行えなかった」といったことである。また昨今の部活動には、社会的な問題がいくつもある。体罰問題、教師にかかる過度な負担などである。従わなければ、体罰によって生徒を従わせるといった古い間違った価値観に捕われている指導者があまりにも多い。ニュースでも多々、報道されているが体罰により生徒が自殺してしまったという悲惨な事件もある。教師は給料とは全く関係ないボランティアで部活動を指導しなければならないため、指導に熱意を持った教師ならばよいが、そうでない教師にとっては非常に大きなストレスとなっている。そのような理由から今回、部活動を廃止し全国規模でクラブスポーツに移行したらどうであろうかという考えに至った。

本論は、現状の部活動の問題点を浮き彫りにし、その上でそれらの問題点を解決する手段として、部活動を総合型地域スポーツクラブに代替できるのではないかとこの具体案を検討したものである。

2. 研究の方法

文部科学省が公表した調査結果（資料名は参考文献に示す。本稿の表はすべてこの資料による）の分析

3. 研究結果と考察・提言

(1) 結果の概要

- ア. 全国の中高生の部活動の加入率をみたところ、中学生 73.9%高校生 49.0%であった。その一方で地域のスポーツクラブへの加入率をみたところ、中学生 7.7%高校生 4.2%という結果であった。このことから、中高生がスポーツ活動に従事する際、大半が部活動を活用しておりスポーツクラブを利用している学生は全体の1割にも満たないごく少数であるということが判明した。つまり、日本は部活動という文化が学生のスポーツを支えているということである。
- イ. 顧問の就任状況をみたところ、中学校で顧問として指導している教員は 62.1%、高校で顧問として指導している教員は 53.4%であった。つまり、約半数以上の教師が

放課後、部活動の指導を行っているという実態が判明した。

- ウ. 部活動の問題点のアンケート調査をみたところ、生徒側をみると問題点が特にないと答えたのは中学校 33.4%、高校 24.3%と低い数値であった。問題としては活動時間が長い、指導者の指導力不足、活動場所が狭いというのが主な理由であった。次に、教員側をみると問題点が特にないと答えたのは中学校 4.1%高校 6.2%とどちらも 1 割未満という非常に低い数値であった。問題としては生徒側と同じく活動時間が長い、指導者の指導力不足、活動場所が狭いという理由が上位にあたった。このことから、生徒、教師どちらも現状の部活動には容易に解決することができない不満を抱えていることが分かった。
- エ. 校長の悩み、つまり部活動という活動を支える学校という母体の経営者の悩みをアンケート調査したところ、指導者の負担加重、指導者の不足というものが約半数の校長が抱える悩みであることがわかった。

(2) まとめ

- ア. 上記の研究結果から指導を受ける生徒、指導を行う教師、学校という母体の管理者である校長のいずれも部活動の現状に問題を感じていることがわかった。
- イ. スポーツ実施を地域スポーツクラブにまとめることで、指導者不足および指導力不足、教員の負担といった問題を解消することができる。
- ウ. 人数不足や環境の不備によって、今まで部活動として存在できなかったマイナースポーツなどの競技を行うことができ、青少年の競技選択の幅が広がる。
- エ. 学校単位の閉鎖された環境ではなく第三者のいる環境にすることで、体罰問題の解消に繋がる。
- オ. 地域スポーツクラブはアスリートのセカンドキャリアの受け皿となり、質の高い指導も可能となる。

(3) 提言

- ア. 官民共同の非営利団体としてのクラブを設立する。
- イ. 施設については、極力既存の学校ないし公共の体育館等の既存施設を使用し、よりその地域の人々が集まりやすい場所を選定する。
- ウ. 各地域の特色を活かし、スポーツ振興を積極的に行っている NPBL や J リーグ等地域ごとのプロスポーツチームや大学、企業と連携し、施設や人的・経済的援助を受ける。

表1. 全国の中高生の運動部加入率

	中学生			高校生		
	全体	男子	女子	全体	男子	女子
運動部に所属している者	73.9%	83.0%	64.1%	49.0%	56.3%	41.1%
地域のスポーツクラブ等に所属している者	7.7	10.2	5.0	4.2	5.7	2.6
文化部など運動部以外の部に所属している者	17.1	7.9	27.1	22.0	13.8	30.9
学校以外の文化的教室等に所属している者	7.0	3.9	10.4	3.1	1.4	5.0
どれにも所属していない者	7.8	7.6	8.2	27.3	28.1	26.6

表2 顧問の就任状況（中学校教員）

	中学校					
	全 体	25歳未満	25～ 35歳未満	35～ 45歳未満	45～ 55歳未満	55歳以上
顧問として 指導して いる	62.1%	75.6%	74.2%	63.7%	37.5%	27.6%
指導して いない	37.9	24.4	25.8	36.3	62.5	72.4

表3 顧問の就任状況（高等学校教員）

	高等学校					
	全 体	25歳未満	25～ 35歳未満	35～ 45歳未満	45～ 55歳未満	55歳以上
顧問として 指導して いる	53.4%	54.5%	64.0%	57.5%	45.9%	33.9%
指導して いない	46.6	45.5	36.0	42.5	54.1	66.1

表4 運動部活動の問題点

	中学校			高等学校		
	生徒	保護者	教員	生徒	保護者	教員
特にない	33.4%	21.5%	4.1%	24.3%	22.6%	6.2%
活動時間が多すぎる	13.0	16.8	20.2	13.8	19.7	25.2
指導者の指導力の不足	8.9	16.1	18.3	13.3	15.0	16.2
活動場所がせまい	14.8	12.2	18.8	11.9	6.8	14.3
生徒同士の人間関係	11.8	15.0	13.6	11.9	11.4	7.6
指導者の意識の過熱など	3.3	3.0	6.6	7.0	4.5	5.8
費用がかかりすぎる	2.2	3.8	1.7	5.7	6.1	6.6
活動時間が少なすぎる	3.8	2.4	4.0	2.8	3.0	5.5
練習内容が厳しすぎる	4.5	1.5	0.5	5.1	2.8	1.3
保護者の無理解	0.9	0.9	4.0	2.3	1.2	1.5
保護者の期待の過熱	0.5	2.2	2.6	0.6	2.0	1.6
練習内容が易すぎる	1.5	1.1	0.0	1.0	0.6	0.4
その他	3.0	4.6	10.1	4.2	5.1	11.5

表5 校長の悩み

	中学校	高等学校
指導者の負担加重	56.0%	43.4%
指導者の不足	42.0	45.5
施設・設備等の不備・不足	28.0	31.3
入部者の減少	12.0	26.3
予算の不足	21.0	15.2
指導者の指導力の不足	17.0	18.2
保護者の期待が過熱	4.0	1.0
生徒の塾(習い事)との関連	3.0	1.0
保護者の無理解	2.0	2.0
指導者の意識の過熱など	2.0	1.0
特にない	0.0	2.0

<参考文献>

文部科学省 運動部活動の在り方に関する調査研究報告（中学生・高校生のスポーツ活動に関する調査研究協力者会議）

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/sports/001/toushin/971201.htm

F会場（1204 教室）

独創性部門／提言先：行政組織以外

- 1 流通科学大学 山口ゼミ P146
スポーツユートピア
- 2 大阪体育大学 富山ゼミ 2 P150
四国アイランドリーグ
～球場のエンターテインメント化～
- 3 桐蔭横浜大学 田中ゼミチームK P154
子どもの運動離れを止めよう
～アプリでたっぷり運動～
- 4 東海大学 萩ゼミ A P158
大学スポーツ活性化プロジェクトが及ぼす好循環
—東海大学をモデルに—
- 5 明治大学 高峰ゼミ P162
学生スポーツ界における理不尽な伝統的慣習の構造
- 6 尚美学園大学 江頭ゼミ P166
2050年までに日本代表がW杯で優勝するために
—大学サッカー改造計画—

スポーツユートピア

流通科学大学 山口ゼミ

○宗利 萌 土江 直人 渡邊 文 寺岡 和哉 大西 邑治 小椋 一輝

1. 緒言

2020年夏季オリンピック・パラリンピック競技大会が東京に決定し、「スポーツツーリズム」という言葉をよく耳にするようになった。2008年に観光庁が設置されて以来、観光立国を目指すわが国にとって、スポーツツーリズムの推進は地域活性化の新たな起爆剤となっている（原田，2012）。2012年に一般社団法人日本ツーリズム推進機構が設立されて以来、スポーツ合宿の誘致やスポーツコミッションの設置が全国各地において進められるなど、スポーツツーリズムの周辺産業は慌ただしさを増している（山口ら，2015）。

そうした中、スポーツツーリズムを推進する一つの成功事例として、スポーツアイランド沖縄がある（一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー，2015）。スポーツアイランド沖縄は、年間を通じて温暖な気候を活かし四季を問わず一年中さまざまなスポーツを楽しむことができる。成功要因として、さまざまなスポーツイベントの招致やプロ野球やJリーグクラブがキャンプに訪れ成果を収めている。

ユートピアとは、現実には存在しない、理想的な世界をいい、理想郷、無何有郷などと訳されている。ユートピアの観念は、人間の自然な感情として普遍的にいだかれうるものであるが、同時に特定の内実をもった思想的表明、もしくは運動をうみ出す。そこで、映画「テルマエ・ロマエ」のような世界観を「スポーツアイランド」として、子どもの未来のために実現できないかと考え、スポーツユートピアというタイトルを設定した。

2. 仮説

なぜスポーツをほとんどしない子どもが増加しているのだろうか。子ども自身が体を動かすことの楽しさや、喜びに魅力を感じていないのだろうか。子どもたちの生活の場である地域におけるスポーツ活動を充実していくことが重要であるが、文部科学省（2013）の「体力・スポーツに関する世論調査」によると、多くの大人が自らの子ども時代と比べて、子どものスポーツ環境が悪くなったと考えている。また、子どもの多くはスポーツ機会が増えることを望んでいることを報告している。そこで、沖縄にスポーツアイランドがあるように兵庫県の淡路島に子どもを対象とした、スポーツアイランド淡路を作り、種目関係なく誰でもどの競技に参加できるテーマパーク化したスポーツアイランドを作ることを私たちは考えた。

3. 現状

3.1. 子どものスポーツ機会の充実～

まず、スポーツは子どもにとって生涯にわたってたくましく生きるための健康や体力の基礎を培うとともに、公正さと規律を尊ぶ態度や克己心を培うなど人間形成に重要な役割を果たすものである（文部科学省，2012）。子どもの体力に関して、文部科学省（2015）が実施している「平成 26 年度体力・運動能力調査」によると、体力水準が高かった昭和 60 年頃と比較すると、基礎的運動能力は低い状態であることが報告されている。その理由として、近年積極的にスポーツをする子どもとそうでない子どもの二極化が顕著に見られるためである。小学校では、教員の高齢化が進む中で、多くの教員が全教科を指導しており、教員が体育の授業に不安を抱えている（文部科学省，2015）など、専門性を重視した指導が十分に実施されていないのが現状である。

笹川スポーツ財団（2014）によると、4～9 歳の約半数（52.7%）が、週 7 回以上スポーツを実施しているのに対し、過去 1 年間まったくスポーツを行わなかった人が 1.8% であることが報告されている（図 1）。したがって、「スポーツアイランド淡路」を作ることにより、スポーツが苦手な子どもに運動好きになってもらうためのきっかけづくりを提供するとともに、身体を動かすことの楽しさや、試合に勝つことの喜びを感じてもらうことが可能となる。そうした取り組みを通し、子どもたちの豊かな人間性や社会性を育むことができる。また、スポーツアイランド淡路を作ることにより、子どもの居住地だけでは不足しがちなスポーツ機会を増加させる可能性も秘めている。

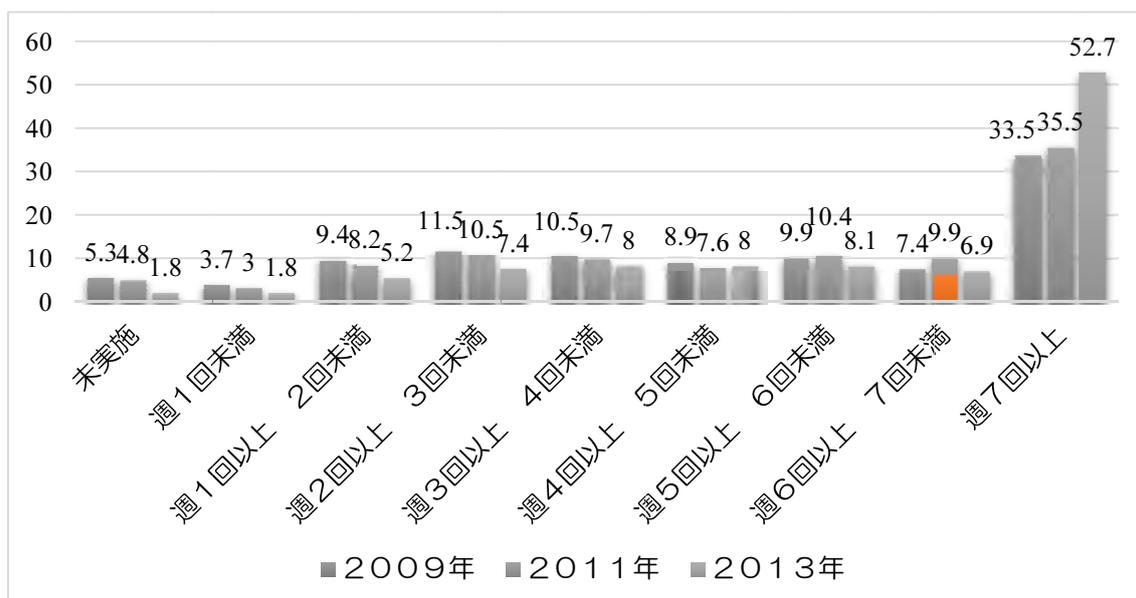


図 1 子ども（4～9 歳）のスポーツ実施率

資料：笹川スポーツ財団「4～9 歳のスポーツライフに関する調査」2013

4. 平成 26 年度兵庫県観光客動態調査結果

平成 26 年度に兵庫県を訪れた観光入込み客数は 1 億 3,325 万 6,000 人となり、前年度（1 億 3,127 万 2,000 人）に比べて 298 万 4,000 人に増加している。地域別の主な増加要因を見てみると、淡路は明石海峡大橋の通行料金の値下げや桂文枝を起用した淡路島誘客キャンペーン効果、調査対象地点に淡路ハイウェイオアシスを追加したことなどにより、大幅に増加したことが報告されている。日帰り・宿泊別については、平成 25 年度に日帰り客が 83 万 9,000 人（構成比 85.6%）に対し、平成 26 年度には 114 万 3,000 人（構成比 89.9%）と増加傾向にある（図 2）。しかしながら、宿泊客数は平成 25 年度 141 万人（構成比 14.4%）に対し、平成 26 年度は 130 万人（構成比 10.2%）と減少している（図 3）。

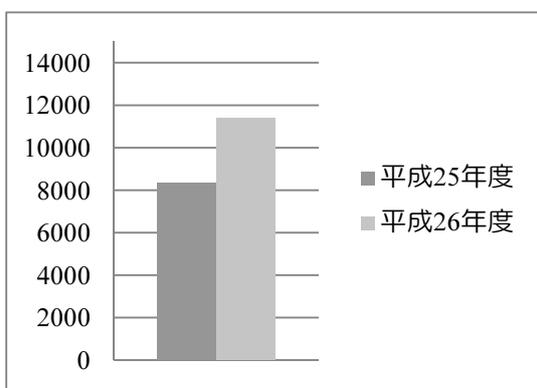


図 2 淡路島日帰り観光客入込数

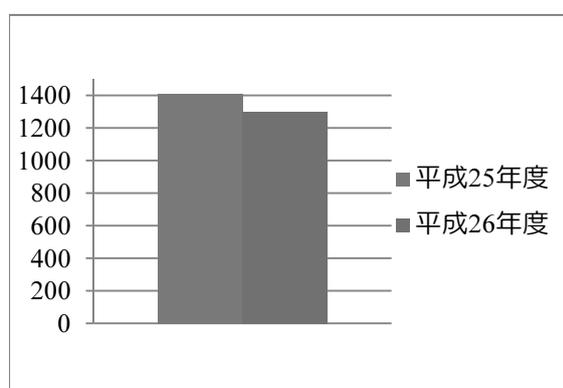


図 3 淡路島宿泊観光客入込数

資料：平成 26 年度兵庫県観光客動態調査結果

一方、日帰りで観光が可能なあわじ花さじき、淡路ファームパークイングランドの丘、淡路島バーガーや渦潮などがメディアで広く取り上げられた道の駅うずしおにおいて観光客の増加がみられる。そして、平成 24 年度末にリニューアルオープンした淡路ワールドパーク ONOKORO においても来場者が増加している（29 万 7,000 人・+51.5%）。しかしながら、淡路には宿泊施設が数多くあるにもかかわらず、宿泊客数が減少している。そこで、宿泊客数を増加させるために「スポーツアイランド淡路」を日帰りだけでは満足しないほどのテーマパークにし、合宿ができる施設にしていきたいと考える。そうした取り組みを通し、宿泊客数も増加し、スポーツツーリズムの発展にもつながると考えられる。

これまでの調査結果をまとめると、淡路島の宿泊観光客数が減少していること、さらに提言先として考える淡路ワールドパーク ONOKORO の来場者が増加していることが明らかとなった。そして、子どものスポーツ環境が悪くなり、運動する機会が減ってきているため、子どものスポーツ機会が増えることを望んでいることが再確認できた。そこで、私たちは以下の政策提言を行うこととする。

5. 政策提言

5.1 「スポーツアイランド淡路」のテーマパーク

私たちは、子どものスポーツ環境を良くすること、スポーツをする機会を増やすことを考えた結果、スポーツアイランド淡路をテーマパーク化することにした。その理由は、テーマパーク化することにより、種目関係なく子どもが自由に参加できる。また、遊び感覚でスポーツを行えるができ、その楽しさや喜びを味わう機会をすることでスポーツをする子どもが増える。さらに、子どもの体力も向上し、体力水準が高かった昭和 60 年を上回るよう、私たちは「スポーツアイランド淡路」のテーマパーク化することを力強く提言する。

参考文献

原田宗彦 (2012) スポーツツーリズムの施策. 体育の科学, 62 (9), 678-682.

平成 25 年度兵庫県観光客動態調査報告書

平成 26 年度兵庫県観光客動態調査報告書 (速報)

文部科学省 (2000) スポーツ振興基本計画.

http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/plan/06031014/002.htm

文部科学省 (2012) スポーツ基本計画.

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/attach/1319043.htm

文部科学省 (2013) 「体力・スポーツに関する世論調査」.

http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa04/sports/1338692.htm

文部科学省 (2015) 「体力・運動能力調査」.

http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa04/tairyoku/kekka/k_detail/1362690.htm

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー (2015)

<http://sports.okinawastory.jp/about>

スポーツ旅ガイド www.okinawasportsisland.jp

笹川スポーツ財団 (2014) 「4~9 歳のスポーツライフに関する調査」 2013.

山口志郎・山口泰雄・野川春夫 (2015) 市民マラソンのイベント効果が地域住民のイベントサポートに及ぼす影響: プリ・ポスト調査を用いた比較分析. 2014 年度笹川スポーツ研究助成研究成果報告書, Vol4, No.1, 140-148.

四国アイランドリーグ～球場のエンターテインメント化～

大阪体育大学 富山ゼミ 2

○川原林 拓斗 久高 平次 松本 紗永子 久保 璃子 原田 真司
尾花 泰紀 水野 雄斗

1. 緒言

現在日本の独立リーグには、四国アイランドリーグ plus、BC リーグ、BASEBALL FIRST LEAGUE などがあり、地域貢献形スポーツリーグとして活動している。最近では元阪神タイガースで、MLB ではレンジャーズやカブスでプレイした藤川球児選手（34）が四国アイランドリーグ plus に所属する高知ファイティングドッグスに入団し話題となった。NPB や MLB で活躍していた有名選手が、独立リーグに入団することはリーグの刺激になり、独立リーグの知名度も上がることが予想される。また実際に藤川球児選手の高知ファイティングドッグス入団を受けて、四国アイランドリーグの存在を知った人も少なくないだろう。しかしながら、チームの集客やマネジメントにはまだまだ課題が多く、リーグが役割として掲げる「1. 地域の人たちに私たちのチームとして応援していただき、地域の賑わいづくりに貢献します」については、十分達成されているとは言えないのが実態である。野球の本場であるアメリカ合衆国においては、MLB やマイナーリーグの他にも独立リーグが存在し、手軽なスポーツ観戦の場として様々なスポーツリーグとの共存を果たしている。そこで、私たちは独立リーグの中でも四国アイランドリーグ plus に焦点をあて、観戦者を増やすための方策について提案を行う。

2. 現状

図 1 は 2014 年の四国アイランドリーグ Plus の一試合あたりの観客動員数を示したグラフ(四国アイランドリーグ資料 2015)である。図によると、一試合の平均観客動員数がリーグ平均で 563 人となっている。また、一試合あたりの最大観客動員数は 2448 人であるが、同年の NPB の試合でもっとも観客動員数が少なかった、4 月 18 日（金）の千葉ロッテマリーンズ対福岡ソフトバンクホークスの試合でさえ 7311 人となっており、NPB に比べると独立リーグの観戦者数の少なさが一目瞭然である。

現在四国アイランドリーグの観客は高齢者が多く見られ、若者から中年層への人気は乏しいと考えられる。さらに、上記で述べたように一試合の平均観客動員数が少なく、球場内の盛り上がりには欠け若い世代のリピーター獲得の大きな妨げとなっていると考えられる。したがって、独立リーグの人気および知名度を上げるためには、野球以外の分野にも視野を広げ、さまざまな志向を持った人たちを集客し、多種目、多世代、多志向な球場を提供する、「四国アイランドリーグ～球場のエンターテインメント化～」が求められる。

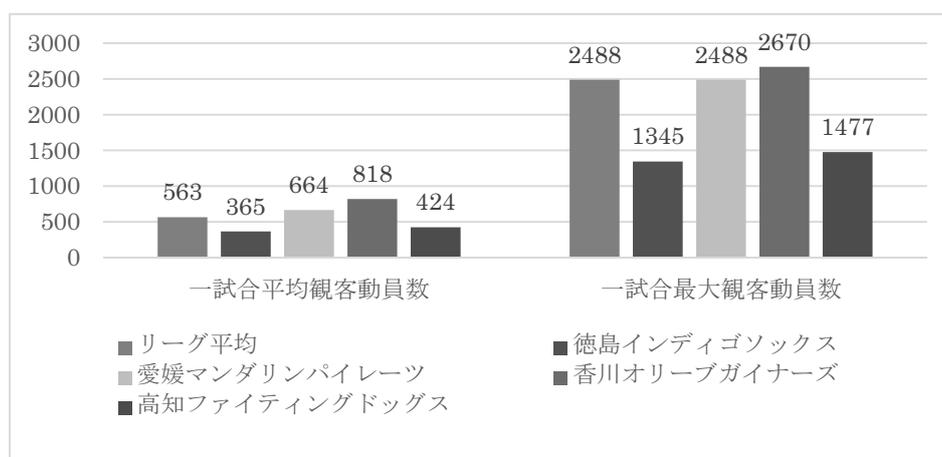


図1 2014年度 四国アイランドリーグ1試合観客動員数からのデータ

3. エンターテインメント化とは？

エンターテインメントの一般的な意味合いとしては、楽しませてくれるものや、芝居、演芸、音楽、パーティーなどの催しものことをさす。またその範囲はとても広く、さまざまな世代に向けて展開されるイベントなど、エンターテインメント業界の持つ集客力はとても驚異的だといえる。たとえば、エンターテインメントの創造を主軸に活動している団体として、株式会社LDHが代表として挙げられる。同社は、ダンスボーカルグループのEXILEを筆頭にエンターテインメントを社会に発信している。そのコンテンツとして、アーティスト、タレント、ショッピング、スクール、アパレル、キッチンなど多種目、多世代、多志向のスタイルにより、多くの人々の支持を得ている。この様なスタイルを独立リーグの試合運営に向けて導入することで、さまざまな年齢層のターゲットを球場に引き寄せることができると考えられる。

4. 提言

4. (1) 新しい球場のスタイル

現在の独立リーグの一般的な観戦スタイルはチケットを購入し、スタンドに入れば後は席についてただ観戦するだけにとどまっている。もっとも、野球観戦を望む観客はそうあるべきであるが、NPBのような派手な応援団や、決まったルーティーンが欠けているため、どうしてもスタンドが閑散として見えてしまう。

一方で、アメリカの独立リーグであるアメリカン・アソシエーション・リーグのセントポール・セインツの事例では、球場のスタンドが公園の広場のような役割を果たしており、ジャグジーに入りながら観戦ができる「ジャグジー席」や散髪をしながら観戦が出来る「散髪席」などが存在しており、「楽しいことは良いことだ (Fun is Good)」のコンセプトの元で、球場に遊び心が加えられている形になっている。おそらく、アメリカの独立リーグの観客は野球を観戦するという楽しみのほかにも、球場全体を包み込む独特の雰囲気を楽しむ

うという楽しみ方を知っている。つまり野球にかかわらず、楽しいと思うことは一度取り入れてみる。こういったスタイル運営により、セインツの平均観客動員数は約 7000 人とメジャーリーグの AAA の平均値 6302 人をも大きく上回る人気を誇る。つまりこの球場の雰囲気を変えることが観客動員数を増加させる最初の一步になるだろう。そこで、私たちは新しい球場のスタイルとして、さまざまなコンテンツにより観客を取り巻くことで球場への定着を狙い球場をエンターテイメント化することを四国アイランドリーグ plus および日本の独立リーグチームへ対して提言する。

4. (2). ア コンテンツ 1「居酒屋」

成人向けのアプローチとしてアルコールの提供は欠かせないものであるといえる。スポーツ観戦とアルコールは相性がよく、高知ファイティングドッグスの球場運営においても、ビール飲み放題やビールセットの販売などの取り組みを行っていた。しかし、観客に対しての有効なアプローチにはいたらなかった。

そこで、球場のスタンド席に一定のエリアを複数設け、居酒屋営業を希望するゲストに自由に営業してもらった新たなシステムを導入する。場所の提供と宣伝効果を加味して商品代を低価格で提供してもらうようにすることで、成人をターゲットにした観客動員数増加につなげる。

4. (2). イ コンテンツ 2「マンガ・アニメ」

J2 のギラヴァンツ北九州では、8 月 23 日(日)ホームゲームでの「漫画フェスティバル」の開催を記念して、連載開始から 30 周年を迎えた「シティーハンター」とのコラボチケットを発売することで新たな集客戦略を組み込んだ。そこで、私たちはさまざまなジャンルが存在するマンガ・アニメの多様性に注目し、出版社や著者、テレビ局などと提携することで新しい球場のスタイルを提案する。

80 年代には「ドラゴンボール」や「北斗の拳」、90 年代には「SLAMDUNK」や「新世紀エヴァンゲリオン」、2000 年代では「ONE PIECE」や「進撃の巨人」などといった各世代で大流行したマンガ・アニメが存在する。そこで、球場内にマンガのキャラクターやアニメ声優によるアナウンスなどを取り入れることで、球場内の雰囲気が今までになく新しいものにもなるが、懐かしい雰囲気も味わえる場所として提供することができる。よって、多世代に人気を誇る「マンガ・アニメ」の世界観を球場に導入することは集客効果が期待できると考える。

4. (2). ウ コンテンツ 3「お笑い」

日本のエンターテイメントの代表として「お笑い」というジャンルが存在する。お笑いは今や日本のテレビ界には欠かせない存在となっており、特に場の雰囲気を盛り上げるといった分野に関しては、抜群の安定度を誇る。さらに 2012 年 2 月に「よしもとクリエイテ

イブ・エージェンシー四国事務所」が愛媛県松山市に開設され、四国でのお笑いの関心度は今後高まってくると考えられる。

そこで、四国アイランドリーグ plus と「よしもとクリエイティブ・エージェンシー四国」が提携し、球場内での活動を行うことで、よしもと側には球場で活動することによる宣伝効果に期待ができる。例えば、NPB では始球式を芸能人やタレントのパフォーマンスを利用することで球場の雰囲気を盛り上げることに成功しており、また芸能人やタレントのファンも球場に足を運ぶきっかけにもなっている。さらに、四国アイランドリーグ側にも球場の雰囲気を盛り上げてもらい、楽しい場という感覚を来場者に浸透させ、リピーターの増加につなげられる Win-Win の環境が成り立つ。

5. 実現に向けて

エンターテインメント化を実現する上で大切なことは、いかにスポーツに興味のない人たちを球場に足を運ばせるかである。アニメやマンガ、お笑い、居酒屋など、さまざまなコンテンツを武器にエンターテインメントとして仕上げ、球場にいることが楽しいと思ってもらえるようになることがこの提言の最終目標である。いわゆるテーマパークに足を踏み入れた感覚を肌で感じ取ってもらいたい。チケット（入場料）1,000 円を払って入場し、そのテーマパークには娯楽、食事、試合観戦、イベントそのすべてをこの空間で楽しむことができる。また一試合の集客で多種目、多世代、多志向のターゲットを集めることが可能になるため、世代間交流のきっかけにもなりうるだろう。地域密着型の独立リーグとしては、多世代にわたって、観客動員がなされることは望ましいことだ。

しかし、エンターテインメント化を進める事により、既存の野球ファン離れは避けなければならない。行き過ぎたイベントにより、野球の本来の性質を失うことや、進行を妨げるような内容になってはいけない。また、球場全体の雰囲気を盛り上げることが、観客同士のトラブルにつながる可能性も否定はできないだろう。そういったマイナス要素を可能な限り排除していく丁寧な運営が今後さらに求められる。球場内のスタッフはもちろん増員しなければならないが、独立リーグのスタッフは少人数であることが多いため、近隣の大学生などをボランティアで募るといった動きもひとつの有効な手段だ。

6. 参考文献

LDH <<http://www.ldh.co.jp/>>

お笑いナタリー - 毎日読めるお笑いニュースサイト <<http://natalie.mu/owarai>>

ギラヴァンツ北九州 公式サイト <<http://www.giravanz.jp/>>

スポーツナビ+ <<http://www.plus-blog.sportsnavi.com/>>

なんじえいスタジアム@なんJまとめ <<http://blog.livedoor.jp/nanjstu/>>

2015年四国アイランドリーグ plus 開幕会見資料 <www.iblj.co.jp/direct/topics/topics_pdf>

プロ野球 Freak <<http://baseball-freak.com/>>

子どもの運動離れを止めよう

～アプリでたっぷり運動～

桐蔭横浜大学 スポーツ健康政策学部 田中ゼミチームK

○和田 真吾 千喜良 太地 米本 桂子

1. 緒言

現在、子どもの運動離れが深刻化している¹⁾。実際、放課後の小学校のグラウンドや公園で、体を動かして遊んでいる子どもを目にする機会は少なくなってしまった。それと同時に子どもの体力低下が及ぼす様々な影響が、問題視されている²⁾。具体的な例として挙げられるものは、肥満児の増加、生活習慣病の恐れ、歩く、立ち上がるなどの日常生活における動作に支障が出る、などがある。また、児童期に適切なライフスタイルを構成することは、成人後の健康にも繋がるとされているが、現代の小学生の身体活動は急速な低下がみられているのが現状である³⁾。

私たちはその原因がスマートフォンの普及によって、子どもが運動しなくなったのではないかと考えた。後述するように、スマートフォンの普及により、外で体を動かす時間が減少し、子どもの運動離れが急速に進んでいるのである。

しかし、小学生くらいの年齢において運動はとても重要である。人間の神経系の成長のピークは7～8歳と言われている。神経系を成長させるという事は脳の発達を助けることにも繋がるため、知的能力の向上が期待できる。つまり、小学生の間に運動を行うことは心身の成長において欠かせない要素なのである。

そこで、普及が進んでいるスマートフォンを使って、子ども達の運動離れを少しでも解決することを目標にした政策をここで提案する。

2. 現状 2-(1). 子どもの運動習慣

平成24年度に文部科学省が実施した調査結果を参考に実際に子どもの1週間の総運動時間を調査してみると、60分未満の子ども（小学5年生）が男子の場合だと、10.9%、女子になると23.9%になる⁴⁾。

さらにその内訳を詳しく見ていくと、0分の子どもが最も多く、男子は43.9%、女子でも37.4%と全く運動していない子どもが数多くいるということがわかった。（図1）また、研究でわずか10分程度の短時間の身体活動が、児童の体力と身体活動の水準を向上に導くこと

1週間の総運動時間が60分未満の子どもの運動時間の内訳

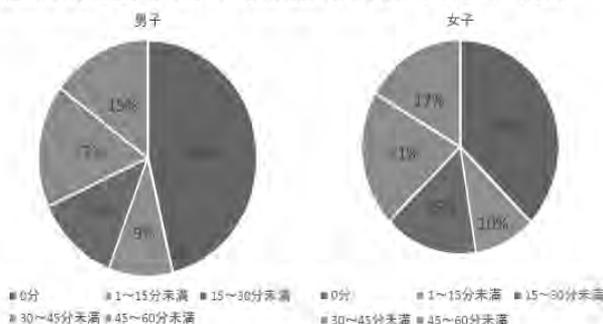


図1 1週間の総運動時間が60分未満の子どもの運動時間の内訳
出典：平成24年度全国体力・運動能力、運動習慣等調査より作成

が、報告されている⁵⁾。

2-(2). 子どもの運動能力

文部科学省が実施している「全国体力・運動能力、運動習慣等調査」によると、平成25年の数値と昭和35年の数値を比べたときに、身長・体重は男女ともに増加していることがわかる。よって、体格は良くなっていると言える。しかし、体格が良くなっているにも関わらず、ほとんどの体力テストの項目において上昇傾向は見られず、さらに50m走や、ハンドボール投げのように走る、投げると

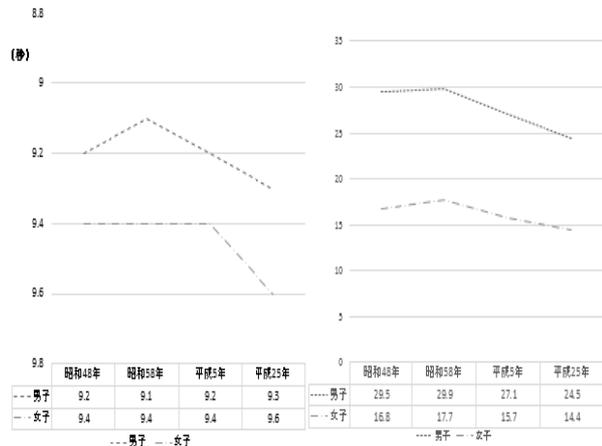


図2 10歳の50m走男女別平均記録の推移
出典：全国体力・運動能力、運動習慣等調査 文部科学省より作成

図3 10歳のソフトボール投げの男女平均記録の推移
出典：全国体力・運動能力、運動習慣等調査 文部科学省より作成

いった基本的動作の水準は低下している⁶⁾。これにはやはり、子どもの運動する時間が減少したことが関係していると考えられる。(図2、図3)

2-(3). スマートフォン所持率の増加

デジタルアーツ株式会社のスマートフォンやネットの利活用における意識調査の結果によると、スマートフォンを持つ小学生が増加している。

平成24年から平成27年にかけて所有率は増え、平成27年度には所有している、所有意向がある小学生が80%を超え、まだまだ所持率は上昇傾向にある⁷⁾。(図4)

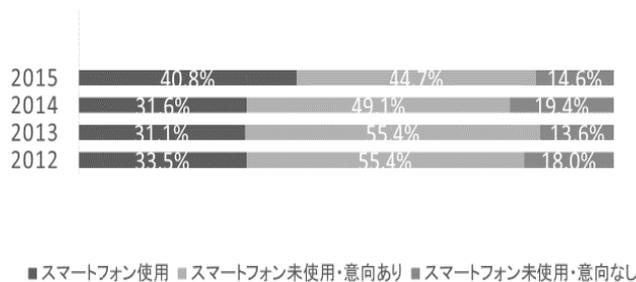


図4スマートフォン使用有無と今後の使用意向
出典：デジタルアーツ株式会社 未成年のケータイ・スマホ利用実態を調査より作成

3. 提言

子どものスマートフォン所有率が増加している一方、運動時間が減少している現代において、多くの子供がスマートフォンを所有しているという状況を上手く利用し、スマートフォンのアプリを開発し、有効活用し子どもが自ら運動をするよう促す。

3-(1). 提言先

スマートフォンを実際に使用している子どもや、保護者などの子どもの周りにいる大人

に開発したアプリを認知してもらい、活用を目指す。

3-(2). 内容

GPS 機能を用いて実際の地図に情報を重ねた、歩くことで様々なことができるアプリは、大きく二つのチームに分けて行われる。

- ・Google Map と連携させて地図上にチェックポイントを多数設置する。

- ・アプリを起動させながら歩くとアプリ内でも一緒に移動する。

- ・メインはチェックポイントを探し、直接歩いてそこまで向かい、チェックポイントを自分のチームの色に変えていく。

→この行為を行うためには、地図上に無数にあるエネルギーを集め、それを消費しなければならない。

- ・また、3つのチェックポイントを獲得し繋げると、エリアが形成され、自分のチーム陣地になる。

→この三角形の面積の広さを競っていく。

- ・歩くことを推奨するアプリのため、車や電車での移動では意味がない（移動中にポイントが得られない）。

- ・チェックポイントを獲得したり、エリアを形成したりすると、経験値がもらえ、レベルが上がっていく。

→レベルが上がると出来ることが増えるなどの要素もある。

【問題点】

- ・歩きスマホをしてしまう人が増加してしまう恐れがある

→移動中は操作を制限するような機能を使用する。

3-(3). メリット - 子ども

(ア) 社会への適合

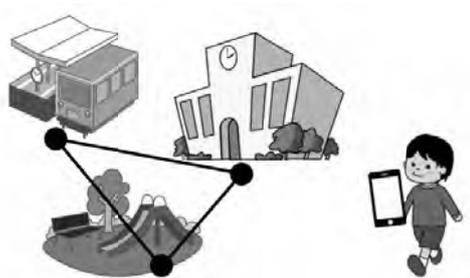
今日は、SNS などネットを通じたコミュニケーションスキルも、社会へ出るために必要なスキルとされている。そのネット環境や、ツールの使用方法を子どものうちから身につけておくことは、子どもが、ネットの環境に慣れるためにも必要なことである。

(イ) ゲーム依存からの回避

提言であるウェアラブル端末を使用した物は、ゲーム依存の子どもの減少にも繋がる。出来るだけ画面を見る時間を減らし、運動する時間を増やすことで依存からの回避が期待できる。また、保護者が使用時間を設定できる機能を設けることより、子どものゲームの使用時間を制限できる。

(ウ) 自身の体力の理解

自身の体力や運動能力を理解せず、怪我や事故に繋がることもある。そこで、自分の体



力を可視化することによって、自身の身体能力について理解することができる。

3-(4). メリット - 保護者

(ア) 親子のコミュニケーション向上

運動した結果を可視化することにより、リアルタイムでなくても親子で共有することができる。また、子どもの達成したことや、挑戦したことなど話題性にも繋がる。また、そこから子どもだけでなく保護者も運動への関心が沸き、親子での運動習慣にも期待できる。

子どもの体力を記録化し、保護者と共有することで、子どもの成長段階を見ることができるといえる。

4. 期待される効果

スマートフォンは、今ではあらゆる世代の人にとって欠かせないものになっている。特に、子どものスマートフォン所有率の増加は顕著である。そこで、スマートフォンの使用を制限するのではなく活用することで、子どもたちに抵抗なく、運動の習慣をつけさせることができるのではないかと考えた。また、この効果は一時的なものではなく、このアプリを使用して運動し始めたことをきっかけに運動の楽しさを知り、継続的に運動をするようになるといえる。

【引用参考文献】

- 1) 野井真吾、山本晃弘：「小学生における運動能力の低下傾向とその対策」、日本体育学会大会予稿集(57)、社団法人日本体育学会、2006年8月
- 2) 文部科学省 子どもの体力低下の原因
(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/gijiroku/attach/1344534.htm) 2015.8.3 閲覧
- 3) 大平誠也、渡辺薫、遠藤拓至、鈴木都弥、荒井弘和：「歩数計を用いたセルフモニタリングが児童の歩数および運動有能感にもたらす効果」、法政大学スポーツ研究センター紀要(33)、法政大学スポーツ研究センター、2015年3月
- 4) 一週間の総運動時間が60分未満の子供の運動時間の内訳
(http://www.mext.go.jp/component/a_menu/sports/detail/_icsFiles/afieldfile/2012/07/18/1321174_05.pdf) 2015.9.7 閲覧
- 5) 大平誠也、渡辺薫、遠藤拓至、鈴木都弥、荒井弘和：「歩数計を用いたセルフモニタリングが児童の歩数および運動有能感にもたらす効果」、法政大学スポーツ研究センター紀要(33)、法政大学スポーツ研究センター、2015年3月
- 6) 全国体力・運動能力、運動習慣等調査
(http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/kodomo/zencyo/1342657.htm) 2015.8.26 閲覧
- 7) デジタルアーツ株式会社 未成年のケータイ・スマホ利用実態を調査
(<http://www.daj.jp/company/>) 2015.9.18 閲覧

大学スポーツ活性化プロジェクトが及ぼす好循環

—東海大学をモデルに—

東海大学 萩ゼミ A

○吉沼 侑貴 上水流 景 篠田 清 清田 恵

1. 緒言

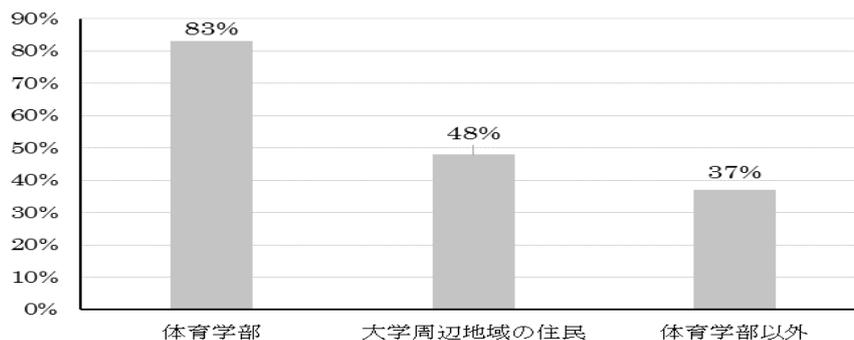
スポーツには世界を変える力がある。1964年東京オリンピックは日本を大きく変えた。2020年に開催される東京オリンピックの代表・候補選手は現在の高校生、大学生である。プロスポーツに限りなく近い存在である大学スポーツは、トップスポーツに競技レベルが近い競技カテゴリーの一つである。将来活躍が期待されるアスリートは大学スポーツの舞台を経て活躍する。これにより大学スポーツではレベルの高いスポーツを見ることが出来る。将来のアスリートの卵たちを大学スポーツから注目、卒業後も注目を継続することで、日本のスポーツ振興担う役割を果たす。大学スポーツの活性化こそがスポーツ振興にとって重要である。

本研究では学生、大学周辺地域の住民に大学スポーツに①興味・関心を持ってもらう②大学スポーツの試合に足を運んでもらう③学生に大学へのアイデンティティを持ってもらう・地域住民に大学スポーツのファンになってもらうための仕掛けづくりを考案することを目的とし、「大学スポーツ活性化プロジェクト」を提言する。

2. 現状の分析と課題の検出

東海大学湘南キャンパスが所在する地域において、大学スポーツの現状を把握するための調査を行った。対象は体育学部の学生 111 名・体育学部以外の学生 100 名・大学周辺地域の住民 100 名である。「大学スポーツをみたことはありますか」という質問に対して、体育学部生の 83%が「思う」と回答した。その一方で、体育学部以外の学生のうち「思う」と回答したのは 37%、大学周辺地域の住民では 48%であった。(表 1) 体育学部以外の学生と大学周辺地域の住民が持つ大学スポーツへの興味・関心が低いという課題がある。

表 1 大学スポーツに対する興味・関心の実態調査



この実態調査により、大学スポーツにおける課題は以下のような現状の分析及び課題が抽出された。

(1) 情報における課題

ア. 広報活動の不足

- ・ 広報活動による（各クラブの SNS・HP、大学が発信する情報）発信不足
現状→試合開催場所、日程等の広報不足、結果報告のみの広報が多く見られるため情報が行き届いていない。人の目を引くような広報活動が行われていない。

イ. 情報発信源

- ・ 大学：広報に割り当てられる人材及び時間の不足
- ・ クラブチーム：クラブ活動との両立

(2) 観戦者の意欲に関する課題

ア. 試合会場へのアクセス

大学内・大学周辺地域での開催が少ない。大学周辺の地域住民は遠くまで足を運ばない。大学スポーツの開催場所におけるアクセスが良くない。

イ. 観戦動機

家族・友人・知人に誘われる、また誘うことで観戦する。

ウ. 大学スポーツの持つ魅力

チームや選手・試合の面白さ・学生スポーツの魅力を知らない。

3. 提言

(1) 「大学スポーツ活性化プロジェクトーラグビー部ー」概要

本研究では大学スポーツの中で、ラグビー部をモデルに取り上げ検討していく。

ア. 学生主体のプロジェクト

有志の学生を集い構成されたプロジェクトをつくる。学生の視点からプロジェクトに取り組むことにより大学スポーツに対してのアイデンティティを高める。また、継続性を図る長期的な活動が可能となる。組織モデルには学生主体のためコストがかからない。有志の学生を集うこと、また様々なスポーツに当てはめられる組織をつくることにより他大学でも実践可能なモデルである。

イ. 組織形態

従来の大学スポーツでは、学生ではない目線から広報、企画・運営、マーケティング、ブランディングが行われてきた。これらを学生の目線で行うことにより、ターゲットである学生の目線で活動ができる。また地域住民には、学生主体のプロジェクト活動により大学スポーツをより身近に感じてもらうことができる。広報、企画・運営、マーケティング、ブランディングの4つのセクションにより成立するプロジェクトは、役割を細分化することにより活動の効率化、大学スポーツ活性化を図る組織形態となる。（図1）

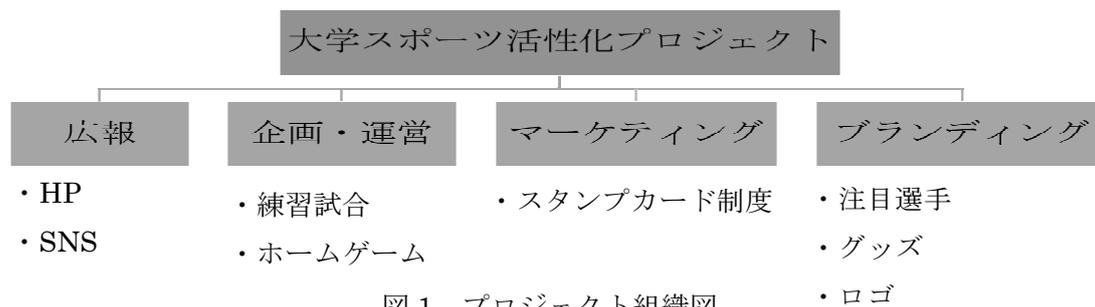


図1 プロジェクト組織図

ウ. 課題解決のための活動内容

4つのセクションの働きにより情報・観戦意欲における課題解決が可能となる。その結果以下のような組織を提案する。

①広報→HP、SNS活用

学生：学生目線の広報により従来の広報と比較して伝達力がある。また、迅速な広報活動が可能になる。

地域住民：広報活動の活発化により情報を入手する機会が増える。

②企画・運営→練習試合、ホームゲームの企画・運営

大学内で行われる練習試合、ホームゲームの企画・運営により学生及び地域住民の観戦が容易になる。

③マーケティング→スタンプカード制度の活用

試合観戦時にスタンプカードを配布する。試合観戦毎に押印、スタンプ数が一定に達すると観戦チケットと交換が可能となる。これにより、試合観戦のリピーター定着を目指す。

④ブランディング→注目選手の設定、グッズ、ロゴ等のプロデュース

学生：学生が制作することにより、身近に大学を感じてもらうことができる。アイデンティティを構築することで観戦意欲の向上、大学スポーツの魅力を伝達することができる。

地域住民：ブランディングによる戦略が定着することにより、大学の知名度の向上とファン獲得への鍵となる。

(2)「学生主体のプロジェクト」におけるメリット

ア. プロジェクトに参加する学生

- ・スキル習得・スキルアップできる。
- ・大学外活動（アルバイト・インターンシップ等）に劣らない実践経験ができる。
- ・スポーツ分野での活動の可能性を広げることができる。
- ・大学スポーツ活性化のアンバサダー的存在が確立される。

イ. 大学

- ・学生が実践経験を積む機会の提供→大学への満足度がアップする。
- ・人材や時間確保→迅速な情報発信を可能である。
- ・将来、スポーツ業界または社会で活躍する人材の育成ができる。

→支える側からスポーツの視点に立つ経験ができる。

⇒大学の認知度アップ

ウ. ラグビー部

・注目度、観戦者数の増加が見込める。

⇒選手のモチベーション向上

4. 期待される効果と展望

本提言によって、以下の効果が期待される。

(1) 大学スポーツ活性化プロジェクトがもたらす効果

今まで課題であった学生・大学周辺の地域住民への情報発信・観戦意欲における課題を改善することで、本研究の目的が達成される。この提言により、学生・大学周辺の地域住民に大学スポーツへの興味・関心を持ってもらい、観戦者数の増加、アイデンティティの構築という流れが生まれる。アイデンティティ構築→興味・関心を持ってもらう→試合に観に来てもらうというサイクルとなり、大学スポーツを盛り上げるための好循環が生まれる。このモデルを様々な大学が実践することにより、更なる活性化が期待できる。(図2)

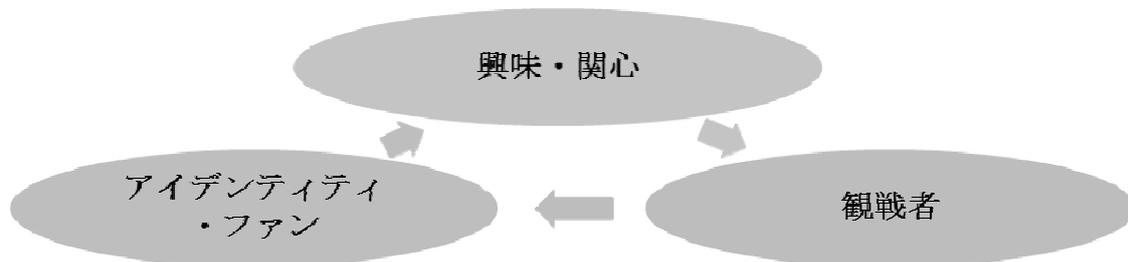


図2 大学スポーツを盛り上げるサイクル

(2) スポーツ振興

大学スポーツを経て選手がトップスポーツの舞台上で活躍することが期待できる。そのため、大学スポーツから注目することにより継続的なスポーツ振興へと繋がる。また、学生は大学スポーツにアイデンティティを持つことにより、卒業後も大学スポーツへの興味・関心が継続する。これによりスポーツ振興のサポーターとなる。以上より、大学スポーツの活性化は日本のスポーツ振興を牽引する役割を担う。

<参考文献>

- ・天野祐吉, 2006年「広告批評」マドラー出版
- ・東海大学ラグビー部 SEAGALES <http://seagales.com/>
- ・日本総合研究所, 2008年「大学に関する意識調査」
<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/column/study/pdf/1404.pdf>

学生スポーツ界における理不尽な伝統的慣習の構造

明治大学 高峰ゼミ

○香川 恭兵 宮浦 雅之 金岡 美耶子 伊藤 輝

1. はじめに

我々は日々生活していく中で、組織内における上下関係を感じる場面を避けることはできない。それは例えば企業内における上司と部下の関係であり、学校における先輩と後輩、指導者と生徒の関係など様々である。しかし、特に上下関係を重んじる日本においては、上の立場に立つ人間が下の立場に立つ人間に対して自らが持つ権力を行使するだけでなく、その権力を乱用した理不尽な命令を下すことや、越権行為とともられる指示を出すこともしばしば起こりうる。また、上の立場に立つ人間の理不尽な行為に耐えてきた人が、年月を経て組織内で上の立場に立つようになったとき、今度は自分より下の立場に立つ人間に自らが受けてきた理不尽な行為を繰り返すことによって、組織内で慢性的な悪循環が形成されているのも事実である。

そこで我々は本研究において、研究の対象を学生スポーツ界の上下関係に絞り聞き取り調査によって得た結果に基づいて、学生間の上下関係において行われる理不尽な慣習の構造を正確に把握する。そして本来の部活動およびスポーツの本質的な意義を再確認しながら理不尽な伝統的慣習に歯止めをかけるための政策を提言する。

2. 研究の方法・結果

(1) 研究の方法

我々は本研究を進めていくにあたり、我々高峰ゼミのゼミ生は2015年6月16日から6月22日までの一週間、大学の体育会に所属している人物に過去に自らが経験した理不尽と思われる伝統的慣習について聞き取り調査を行った。

(2) 研究の結果

聞き取り調査を行った結果、以下のような回答を得ることができた。

- ・罰走（試合などでミスを犯してしまうと、その罰として課されるランニング）
- ・坊主の強要（試合で良い結果を残せなかった時や、部の規律を乱してしまった際にしばしば連帯責任として行われる）
- ・集合2時間前行動（たとえ炎天下や雨の中でも上級生の集合時間の2時間前に集合場所に集まり、列を正し、無言で上級生を待つ）
- ・上級生と会話するときは、常に視線は下から話さなければならない
- ・上級生の許可なく、トイレへ行くことができない
- ・合宿中、0時就寝2時起床、2時から5時まで外で待機

- ・授業と練習の時間が被った場合、授業を休み練習に出なければならない
- ・練習後、深夜まで上級生のマッサージをしなければならない
- ・飲み会の席における、アルコールの強要

3. 考察および提言

(1) 考察

ア- 発生のメカニズム

聞き取り調査で挙げられた理不尽な伝統的慣習は、なぜ起こりうるのでしょうか。発生のメカニズムについては、大きく二つに分けられると考える。一つ目に、上級生が、本来持つ範囲を超えた権力を行使することによって、上級生自らの優位性を下級生に認めさせようとする狙いが挙げられる。つまり単純な“上級生-下級生”の関係ではなく、“支配-被支配”の関係を構築することで物事を自分の思い通りに進めようとする狙いがあると考えられる。二つ目に、これは坊主や罰走、正座などに限定した話だが、“失敗をすること”への抑止力としての狙いが挙げられる。つまり、「練習や試合でミスを犯すと坊主や罰走、正座などの罰則が待っている。だからミスをしないように努めよう」といった具合である。

イ- 理不尽な伝統に対する客観的な評価

理不尽な行為に対して、客観的な視点からどのような評価をするべきか。判断の材料として、日本国憲法で保障されている基本的人権を用いることができるだろう。日本国憲法第十一条には

「国民は、すべての基本的人権の享有を妨げられない。この憲法が国民に保障する基本的人権は、侵すことのできない永久の権利として、現在及び将来の国民に与えられる。」

といった記述がある。基本的人権とは侵害されてはならないのだ。しかし、平成 24 年 8 月に実施された内閣府大臣官房政府広報室世論調査によると、今までに自身が人権を侵害されたと思ったことがある人の割合は全体の 16.6%にも及び、「それはどういった場合か」という質問の回答の一つに「強要」というものがある。つまり、社会的地位の乱用等により本来する必要のないことをやらされる時、人々は基本的人権を侵害されていると感じているということがわかる。よって調査によって得られた事例のような、上級生から下級生への強要の数々は根絶すべきなのである。

また、日本におけるスポーツに関する施策の基本事項を定めた法律であるスポーツ基本法（平成 23 年法律第 78 号）の基本理念には、次のような記載がある。

「スポーツは、とりわけ心身の成長の過程にある青少年のスポーツが、体力を向上させ、公正さと規律を尊ぶ態度や克己心を培う等人格の形成に大きな影響を及ぼすものであり、国民の生涯にわたる健全な心と身体を培い、豊かな人間性を育む基礎となるものである」

上記の内容を踏まえると、上級生と下級生の主従関係ともいえる上下関係の中で、「公平さと規律を尊ぶ態度や克己心」を培うことは不可能であるどころか、「公平性や規律を“上下関係”という名の下においては軽視してもよい」といった誤った思考を身につけてしまう恐れすらあるだろう。また、アにおいて「罰を与えることは、“失敗をすること”への抑止力としての狙いがある」と触れたが、同様にスポーツ基本法の基本理念において次のような記載がある。

「スポーツは、これを通じて幸福で豊かな生活を営むことが人々の権利であることに鑑み、国民が生涯にわたりあらゆる機会とあらゆる場所において、自主的かつ自律的にその適性及び健康状態に応じて行うことができるようにすることを旨として、推進されなければならない。」

上記の内容より、「失敗して罰されたくないから頑張る」といった思考は、自主的・自律的に行うべきであるスポーツの基本理念とはまったくかけ離れたものなのであることがわかる。

(2) 提言

以上の研究の結果を受け、理不尽な伝統的慣習に歯止めをかけるためのステップとして、まず部活動の主体者である生徒自身が、慣習的に行っている理不尽な行為について深く考えることが重要である。なにも疑問に感じることなく、「伝統的に行われてきたから」という理由だけで罰走や集合 2 時間前行動といったようなことを下級生へ強要しているのであれば、この悪しき伝統はまた受け継がれていくだろう。そして次に指導者が生徒に対し、そういった悪しき伝統は、部活動やスポーツの本来の意義からいかにかけ離れているかということを指導することが必要だと考える。その際、生徒に深く理解させるためには、部活動やスポーツの本質を理解し、生徒の心に寄り添うことができ、伝えるべきことを正確にわかりやすく伝える能力のある指導者が必要である。

その具体的方法として、管理・運営主体を全国大学体育連合に置いた「スポーツライフコーディネーター制」の導入を提言する。スポーツライフコーディネーターは、指導者から生徒に対する体罰および生徒間の上下関係における理不尽な慣習の根絶をはじめとし、生徒の身体的および精神的健康の管理や部活動と学業の両立などを推進

するアドバイザー、カウンセラーとしての役割も担い、最終的には部活動を健全な運営で行っていくことを最大の責務とする。対象は各大学の部活動に顧問あるいは顧問とは別の指導者で、対象者にはライセンスの取得を義務付け、ライセンス保持者が最低 1 人以上いない部活動においては対外試合禁止等の厳しい措置をとる。ライセンスを取得するにあたり、主に次の 3 点の専門的な能力が求められる。

- ・本来の部活動のあるべき姿やスポーツの本質などを正確に理解できているか
- ・それを正確にわかりやすく生徒に伝えることができるコミュニケーション能力が備わっているか
- ・理不尽な命令を出す側、受ける側双方の心情を理解し、生徒の気持ちに寄り添うことができるか

この 3 点を、テストや適性審査、面接などを通じて総合的に判断し、合格基準を満たす者にライセンスの交付を行う。この制度を導入することにより、スポーツや部活動の本質を理解していない生徒たちに対し、スポーツライフコーディネーターがその本質を正確に教えることで、伝統的に受け継がれてきた理不尽な慣習がいかにも不要で非合理的であるかを生徒自らが主体的に考えるようになり、その慣習がなくなる方向へ進むことで部活動が健全な運営を行っていくことが可能になると考える。

〈参考文献 URL〉

- ・“人権擁護に対する世論調査”，内閣府，

<http://survey.gov-online.go.jp/h24/h24-jinken/4.html> (2015.10.20 アクセス)

- ・“スポーツ基本法”，文部科学省，

http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/kihonhou/index.htm (2015.10.20 アクセス)

- ・“日本国憲法”，法庫，

<http://www.houko.com/00/01/S21/000.HTM> (2015.10.15 アクセス)

2050年までに日本代表がW杯で優勝するために

—大学サッカー改造計画—

尚美学園大学 江頭ゼミ

○八木 琴音 伊東 歩友夢 野口 郁美 引間 巧巳 能崎 美音 坂部 良一郎

1. 緒言

200以上の国と地域から参戦し、テレビ視聴者数・経済効果などで世界最大の規模を誇るサッカーの祭典「FIFAワールドカップ」。これまでの大会の中で優勝の経験があるのはブラジル（5回）、イタリア、ドイツ（4回）、アルゼンチン、ウルグアイ（3回）、イングランド、フランス、スペイン（1回）と8つの国・地域しかない。

前回の「FIFAワールドカップ2014ブラジル大会」で日本代表はコートジボワール、ギリシャ、コロンビアと対戦し、2敗1分でグループステージ最下位となり予選敗退となった。また「AFCアジアカップオーストラリア2015」では、予選を首位で通過したものの、決勝トーナメント1回戦でアラブ首長国連邦（UAE）と対戦し、延長・PK戦の末に敗れベスト8敗退となってしまった。

そのFIFAワールドカップで日本サッカー協会（JFA）は、日本代表が2050年までに優勝すると宣言している（JFA 2005年宣言）。35年先の目標とは言え、具体的な政策がとられていないのが現状だ。

日本代表の成績が思わしくない理由のひとつは、幼い頃から高いレベルでサッカーを続けてきた未来あるPLAYER達が、高校を卒業すると同時にサッカーを辞める（引退をする）ケースが非常に多いことが挙げられる。高校生サッカーPLAYERは162,816人（全国高校体育連盟2014年）であったのに対し、大学生PLAYERは16,582人（全日本大学サッカー連盟2014年）とおよそ90%が辞め、多くの才能が失われている可能性がある。

Jリーグは大学を卒業したPLAYERを中心に契約しており（出口・渡、2013）、大学生PLAYER数の減少は選択肢の少なさに直結している。ワールドカップに出場する日本代表選手は、Jリーグから招集される確率が高く、裾野が狭くなっている現状を改善する必要がある。この三者間連携の初段に位置する大学PLAYER数が増加すること、将来有望な才能を若年期に失わないことが、日本がワールドカップで優勝するために必須条件のひとつであると私たちは考えた。

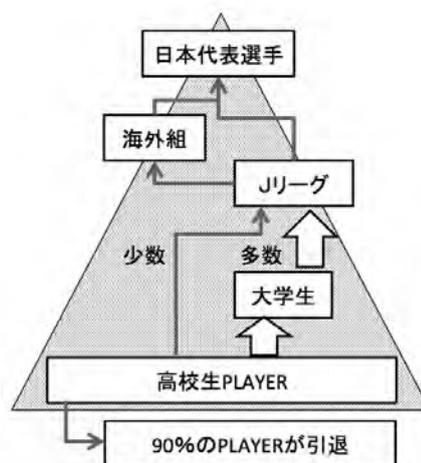


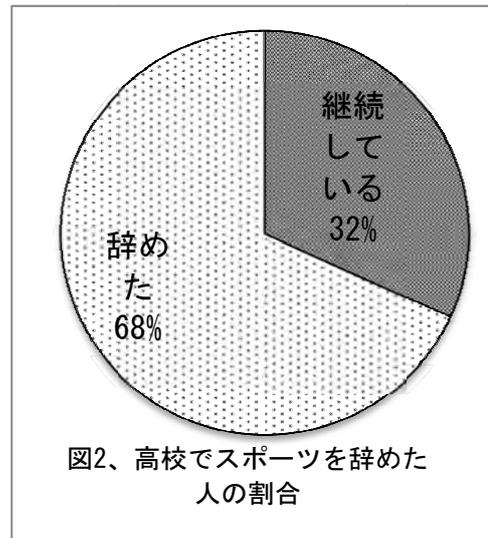
図1、PLAYER階層概念図

2. 調査

2015年9月14日から15日にかけて、尚美学園大学で質問紙調査を行った。スポーツに関わる講義に出席した1年から4年の学生を対象に、質問紙調査を実施し195の有効回答を得た。

2.1 高校で辞めた人の割合

尚美学園大学在校生に行った調査の結果によると、68%が高校卒業と同時に辞めており、継続者の2倍以上が高校卒業をスポーツ活動の節目としている傾向が読み取れる。本提言の論理展開を支持する結果が得られた。



2.2 辞めた理由

高校卒業と同時にサッカーを辞めた人の理由は図2のような結果になった。この調査で多数派になった解答の中で、第三者が介入することで改善を期待できる可能性がある事柄は「専攻していたスポーツがない」「部活・大会に魅力がない」の2項目である。

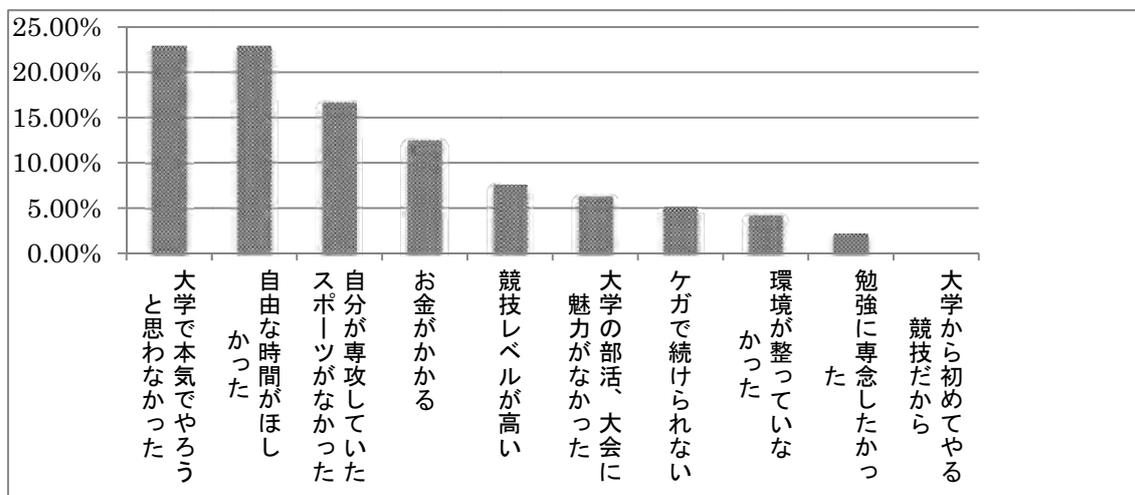


図3 辞めた理由

2.3 部活・大会の魅力に関して

部活・大会への魅力不足に関してのみの質問を行ったところ、76%が魅力的な大会により引退意思決定に変化があると回答している。この結果から、魅力ある大会によって高校卒業と同時にサッカーを辞めてしまうPLAYERを減少させられると考えている。

3. 提言

大学でサッカーを続けたいくなるような魅力が新しい大会には必要である。そのために4つの特徴を柱にした。

3.1 華やかな大会

注目が集まるシステムが華やかさに繋がると考えられる。全試合のハイライト映像をWEBで公開し、専用サイトで試合結果を迅速に報道する。現代の大学生はテレビや新聞からよりも、スマートフォンやWEBから情報を得ることの方が多く、放送時間や紙面のスペースに制限がない（情報メディア白書2015）。よって全試合のハイライト映像が可能になるのと同時に、参加PLAYERの晴れ姿を伝えることが可能になる。このためにIT関係の

スポンサーを確保したい。今までの大会スポンサーは新聞社やテレビ局がメインであったが、大学生の使用頻度が高いメディアのスポンサー獲得が重要になる。

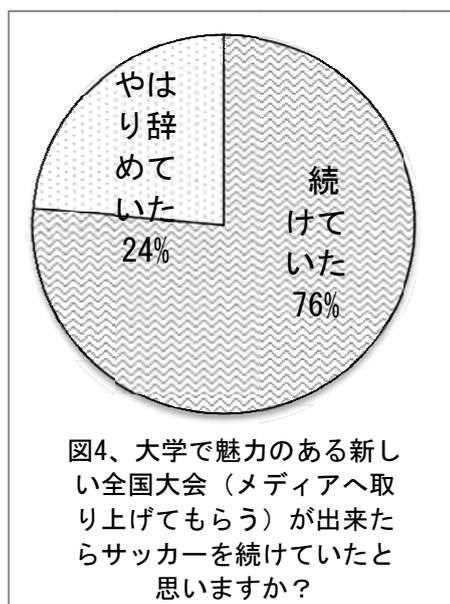
3.2 応援する動機

大学スポーツの弱点は、利害関係者が限定的で、第三者が応援するキッカケを持っていないことだ。プロスポーツ観戦者に対する関与レベルと地域愛着、および観戦意図との関係があること（二宮、2010）、プロのスポーツチームが地域貢献活動を行うことで観戦意図にプラスの影響を与える（Lachowetz,T. & Gladden,J、2003）ことが明らかにされている点に着目した。そこで本大会の出場チームは、「チーム名に地域名（市・区）を入れる」「試合にゆるキャラを同伴する」「全PLAYERが地域貢献活動を行なってくる」ことの3条件を設ける。これにより、チームは地域の代表という使命感、地域住民の応援動機、地域の宣伝棟として役割を果たすことが出来る。

3.3 新規性

大会そのものに目新しさが必要である。アマチュアスポーツで問題視されている「補欠」を解消する意味も含めて、PLAYER登録23人全員が毎試合20分以上出場することをルールとする。当大会の目的はPLAYER数の増大と競技力の向上であるため、多くのPLAYERが試合経験をすることは重要である。

第二にカテゴリーフリーとし、大学一部のチームもサークルチームも当大会のために結成したチームでも大学生であれば参加でき、これまでにない対戦が誕生し、観戦者もPLAYERにもメリットが生じる。



3.4 メディア価値

大会に多くのメディアが注目すればより大会の価値が高くなる。地域代表としてのゆるキャラを同伴してくるもののニュース性、決勝トーナメントでは地域物産店舗の出店を推奨しニュース性を生む、カテゴリーフリーによる過去になかった対戦が実現するニュース性など大会のシステムそのものにニュース性を生む仕組みを最大限組み込む大会にしたい。

4. 結語

大学までサッカーを継続する **PLAYER** 数を多くすることが、ワールドカップの優勝に直結する可能性は不確かである。しかしながらマイナス効果が生じる可能性は極めて低いだろう。多くの競技で **PLAYER** 数の増加は、競技力に連動しているかのように論じられている。枠組みに縛られない魅力的な大会を新規に誕生させることは、様々な付加価値を生む可能性を秘めているに違いない。

<参考文献>

出口恭平・渡正(2013) Jリーグにおけるキャリア選択のパターンとその変容、徳山大学論叢 第76号,p.119-136

公益財団法人日本サッカー協会 JFA2005年宣言 「DREAM 夢があるから強くなる」

Lachowetz,T. & Gladden,J.(2003) A framework for understanding cause-related sport marketing programs,International Journal of Sports Marketing & Sponsorship,4,p.313-333

二宮浩彰 2010 プロスポーツ・ファンの地域密着とスポーツ観戦行動 スポーツ産業額研究 Vol20, No.1,p.97-107

全国高等学校体育連盟加盟状況 2014年

全日本大学サッカー連盟加盟部員数 2014年

情報メディア白書 2015

