

**2010 年度
同志社大学
スポーツ健康科学部
二宮ゼミ 1 期生**

**スポーツ・マネジメント関連図書
書評**



目次

1. 『「Jリーグ」のマネジメント「百年構想」の「制度設計」は
いかにして創造されたのか』
石井 貴大
2. 『「スポーツイベントの展開と地域社会形成」
～ウインブルドン・テニスからブンデスリーガ・サッカーまで～』
河村 真也子
3. 『スポーツ・ヘルスツーリズム』
増田 彩乃
4. 『職業、サッカー選手』
宮川 敬史
5. 『サッカーで燃える国 野球で儲ける国 スポーツ文化の経済史』
森 恵太
6. 『ゴールは偶然の産物ではない FCバルセロナ流世界最強マネジメント』
森永 純平
7. 『スポーツで読むアジア』
中塚 さゆり
8. 『トップスポーツビジネスの最前線 2009～ドリームジョブへの道～』
大森 友莉
9. 『メディアスポーツ解体 <見えない権力>をあぶり出す』
辻田 晃平
10. 『現代スポーツのパースペクティブ』
浮田 瞳

* 以上 10 名 学籍番号順にて掲載
2010 年度 春学期

編集：大森友莉

『「Jリーグ」のマネジメント 「百年構想」の「制度設計」はいかにして創造されたのか』

広瀬一郎，東洋経済新報社，2004年．

1F080022 石井 貴大

この書籍には、Jリーグができるまでの流れが記されている。組織づくり、フランチャイズやチーム探し、財務や法務上の検討、そして協力企業や協力してくれる人探しなど、何から何まで一から始めたことが記されてある。また、JリーグのマーケティングやJリーグの制度とガバナンスやメディアとの関係も記されている。また、ところどころ欧州サッカー（特にイングランドプレミアリーグ）や日本プロ野球との比較もされていた。

1989年にプロリーグ検討委員会を発足した当時は、「サッカーは将来性がない」（読売）「実現性が乏しい」（電通）など厳しい意見が多かった。そういった意見があった中で、20チームが参加表明を出してきた。このチーム数は予想を上回った数であり、今度は何チームに絞るかということを検討していった。普通は、日本に限らず既存のチーム間で話し合ってリーグを組織していく。つまり、チームがいくつ参加するか決まらないうちにリーグの態様を決めてしまい、それが原因でチームが参加しないというリスクが解消されるということである。しかし、川淵氏は、「あくまで自分たちの目標を優先し、既存勢力である旧JSLの各チーム親会社の意向とは一線を画して制度設計は行われ、それが逆に参加条件として提示されたのであった」。だから、リーグ創設者と既存チームの親会社との間は、非協力の関係である。こういったハイリスクの中見事20チームの参加希望表明を手に入れ、リーグ側に選択権が移ることになったのである。ここが、「最大のターニングポイント」であったのだ。

この本を通してどのようにして現在のJリーグの制度や仕組みが出来上がったのかを知ることができた点はすごくよかった。その中でビジョンや絶対に譲れない条件などが記されてあってJリーグがどのようなリーグにしていきたいといったことが読み取れた。この中でプレミアリーグや日本プロ野球とは違う方法で制度設定したことにすごく驚いた。なぜかという、既存の成功しているリーグとは違ったやり方で成功し、しかも予想を上回った成果を得たからだ。チーム名に企業名が入ってはいけないなども絶対とした。野球と違って企業を前面に出すのではなく、地域との関わりを大事にした考えがすごく反映されていていいと思った。それが現在のサッカー人気や地域と共に成長してきたJリーグの原点であると思ったのだ。

また、決定事項に関してもプロ野球は全チームが了承しなければいけないので、個々の利益を考えてしまうがJリーグは違う。こうして、プロ野球とは違って、1チームだけがすごく強い（有利）といったことがないような制度設計をした点は平等になっていてスポーツの観点にも合っていると思う。なおかつ、既存のリーグの制度にとらわれず新しい制度を設計したことは他のスポーツリーグの悪いところを見抜き、同じ道を歩まなかったという点で大いに評価できるだろう。

『「スポーツイベントの展開と地域社会形成」 ～ウインブルドン・テニスから ブンデスリーガ・サッカーまで～』

佐伯聰夫，不昧堂出版，2000年。

1F080041 河村 真也子

本書は、「スポーツイベントと地域形成」について、ウインブルドン・テニスやマスターズ・ゴルフ、ブンデスリーガ・サッカーなどの有名な大きな大会や、伝統ある民族スポーツ、祭りなど幅広いスポーツイベントを取り上げ、その歴史や地域社会との相互関係性などを述べている。概要としてはまず、スポーツと地域開発や活性化、またスポーツイベントの内部構造や社会的構造、スポーツイベント開催をめぐる問題などにも触れている。地域との関わり方や双方との理解の仕方などは、各競技種目やイベントによってその特色や地域の特徴などが影響し様々である。

ウインブルドンのテニスシップの成長は単に時代の流れによってなされたわけではない。その背景には、「クラブの格式と伝統を守る」という理念が常にあるのだ。クラブは、伝統と権威の保持のために、工夫や努力を怠らない。巨大な大会であるにもかかわらず、商業主義的なイメージを嫌い、スポンサーの選定は非常に厳しく行っている。テニスに関係のある企業で、伝統のイメージを損じない企業であること。メインスポンサーだからといって大々的に広告宣伝のための看板などを出すことはできない。確かに実際テレビでウインブルドン・チャンピオンシップスを見ていても、サッカーや野球のように派手な広告は目につかない。グラスコートのグリーンを中心に、テレビ画面全体的に緑がかった落ち着いた印象で、エンターテインメント性の高いスポーツ観戦という印象はあまり感じない。さらにウインブルドン・チャンピオンシップスには、ながく英国王室が関わってきたという歴史もあり、それがまた格式をあげるひとつの要因となっている。

しかしウインブルドン・チャンピオンシップスは、格式高い大会として競技者や観戦者に位置づけられているが、地元の人々にとっては、近しい存在の大会なのである。その秘密は、ボールボーイ、ボールガールを筆頭としたボランティアにある。実際大会で活躍するボールボーイ、ボールガールたちは、半年間のトレーニングを積んだ子供たちであるが、それは地元の子供たちの憧れであり、毎年ボランティアに参加するリピーターも多い。彼らをはじめとする地域ボランティアは、格式高い大会に運営協力という側面から関われることを誇りとしている。大会運営への参加というチャンスを設けることは、大会を地域に根付かせると同時にクラブが地域と上手に共存していくのにも大切である。世界的なイベントであるウインブルドン、チャンピオンシップスの開催時には、世界中から観戦者が集まるために、渋滞や環境問題などが避けられない。地域の人々の生活を狂わせることは必至であるため、クラブは地域へのコート解放やチャリティーなども行い、できるだけ地域にとって良き隣人であるため努めている。そのための工夫は様々であり、ウインブルドン・チャンピオンシップスが世界的な大会でありながらも地域で誇られ愛され続けるという非常に良いバランスのとれた形になっている。

ウインブルドン・チャンピオンシップスは、以上の内容に見られるように、大会そのものの格式や歴史が、大会によってもたらされる商業的な利益やまた生活への支障以上に地域住民に良い印象を与えている。世界的に有名で巨大な大会によって、小さな地域が団結した非常に良い例で、我々がウインブルドン・チャンピオンシップスに学ぶことは多いだろう。

『スポーツ・ヘルスツーリズム』

原田宗彦・木村和彦，大修館書店，2009年．

1F080060 増田 彩乃

本書は、内容を「スポーツとツーリズム」「スポーツ・ヘルスツーリズムのマネジメント」、そして「スポーツ・ヘルスツーリズムの将来と課題」という三つのパートに分けて書かれている。最初のスポーツとツーリズムでは、ツーリズムの歴史的発展を概観するとともに、スポーツ・ヘルスツーリズムの概念や対象がわかりやすく解説されている。次のスポーツ・ヘルスツーリズムのマネジメントでは、観光行動や旅行業の概要、ツーリズムがもたらす多様なインパクト、そしてマーケティングというテーマに踏み込んでいる。最後のスポーツ・ヘルスツーリズムの将来と課題では、地域振興や日本のツーリズムが抱える問題点、国際市場でのスポーツ・ヘルスツーリズム、そして、将来的な課題等のテーマに考察を施している。

ツーリズム産業は、小泉内閣になってようやく経済政策として取り上げられ、平成15年度予算において重点分野に格上げされた。その後、2006年に「観光立国推進基本法」が制定され、2008年に観光庁が設置されるに至って、観光を日本の基幹産業のひとつに育てようとする動きがようやく現実化した。「見る」「する」「支える」という多様な参加形態を持つスポーツの領域と、不健康な人を健康に、そして健康な人をより健康にする医療、フィットネス、美容といった領域を包含するヘルスの領域が融合したツーリズムは、観光立国に不可欠な観光形態の一つである。このスポーツのツーリズムと、スポーツと密接に関係する健康のツーリズムを対象に、この産業の現状と課題をさまざまな側面から考察された1冊である。ツーリズムの歴史や基本的構造、また、スポーツ・ヘルスツーリズムの定義や構成要素といったスポーツ・ヘルスツーリズムの基本的なことが詳しく書かれており、「スポーツ・ヘルスツーリズム」の知識がない者にとっても理解しやすい内容となっていた。また、スポーツ・ヘルスツーリズムの国内外の現状や課題、スポーツ・ヘルスツーリズムがもたらすネガティブな影響やポジティブな影響などがあげられており、読み応えがある1冊であった。

本書の中に「健康づくりやスポーツの場合、じっくりと滞在を楽しみ、スポーツやレジャーの技術を磨き、健康づくりやリラクゼーションの効果を高めるには、長期間の滞在が望ましい。」と書かれている。しかし、日本人の旅行の場合は短い時間にできるだけ多くの観光地を巡る物見遊山の旅行が主流であり、また、徐々に注目されつつあるが、まだスポーツ・ヘルスツーリズムの推進に向けては不十分である日本にとっては、テーマの追求による長期滞在型への移行は現時点では困難であると考えた。

しかしながら本書では「どのような要因が人々をスポーツと健康を目的とした旅行に導くのかをあきらかにするだけでなく、スポーツと健康が最適にマッチした健康で楽しい旅行を模索することでスポーツ・ヘルスツーリズムの社会的価値を明らかにする必要がある。」というこれからの研究の課題が書かれており、これらの研究が進むことでスポーツ・ヘルスツーリズムの発展につながり、日本人の旅行形態が変化していくことを期待したい。

『職業、サッカー選手』

スタジオダンク，ノースランド出版，2007年．

1F080068 宮川 敬史

プロサッカー選手になりたい。サッカーをやっている者の誰しものが少年時代、このような夢を抱いたのではないだろうか。近年、日本サッカーは目覚ましい成長を遂げてきた。1993年には10クラブしかなかったJリーグクラブは2010年現在37クラブにも増加し、熱狂するスタジアムでプレーすることに憧れを抱く青少年も多いだろう。また、日本人選手は活躍の場を海外に移すことも多くなり、海外リーグで堂々と活躍する日本人プレーヤーの姿はサッカー少年達に夢と希望を与えているだろう。しかし、こうした人気とは裏腹に、実際プロサッカー選手とはどのようなものなのかあまり知られてはいない。プロになるにはどうしたらいいのか、といった根本的なものから、プロになってからの日常生活、またサッカー選手としてのキャリアを終えた後の生活はどのようなものであるか、など少し踏み込んだ内容の疑問の解消の手助けをしてくれるのが本書である。

プロになる方法はひとつではない。全国高校サッカー選手権に出場しているような強豪高校や、大学、Jクラブの下部組織に所属していなくてもプロになれる。日本代表の不動のセンターバックとして活躍している横浜Fマリノス中沢選手も、高校卒業後、サッカー留学斡旋業者の仲介でブラジル留学し、帰国後にヴェルディ川崎に練習生として門をたたき、実力が認められ、プロ契約を結んでいる。その他にもアマチュアリーグからプロになる方法や、Jリーグ参入を目指すクラブも多く存在する、世界各国にある海外リーグへ挑戦するのも一つの手である。プロへの道は少なくないのだ。しかし、運よくプロの世界に飛び込めたとしても、そこには希望ばかりが満ちているわけではない。そこはプロの世界、結果が全て。チーム内でのレギュラー争い、思わぬ故障、監督の構想や相性など様々な不確実な要素がそこには存在する。また、平均選手寿命は6年と想像以上に短いのである。やはり、甘い世界ではない。仮に順風満帆な選手生活をおくり、引退を迎えたとしよう。そこから充実したセカンドキャリアを送ることができる者はいったいどのくらい存在するのだろうか。

引退後の選択肢として、下部リーグでプレーを続ける、指導者を目指す、クラブのフロントスタッフとして就職など様々である。またサッカーとは関係ない別の分野の仕事に就く者もいる。しかし、高卒でプロ入りしたがろくに社会スキルを身につけないまま戦力外通告を受け、路頭に迷うことになる者もいるだろう。厳しい世界なのだ。もちろんそのような者が生まれないためにもJリーグはキャリアサポートセンターを設定しているが……。

冒頭でも述べたように確かに日本のサッカーは目覚ましい成長を遂げてきた。が、経営破たん追い込まれ消滅するクラブや、赤字経営が続くようなクラブも存在する。また一時のようなサッカー人気の低迷、Jリーグバブルがはじけた現在のような厳しい状況の中でプロとは何か。サッカー選手になるとはどういうことか。それを考える良いきっかけとなる。ただ華やかな世界だけではない、真実のプロの姿。それを理解し、考えることも必要ではないだろうか。このような世界で成功を収めている者の共通点、それは才能だけに頼らず、サッカーが好きで上手になりたいという、サッカーを愛する心と向上心を持ち続けられる事のできるメンタリティーを持つものである。

『サッカーで燃える国 野球で儲ける国 スポーツ文化の経済史』

スティーヴン・シムズ、アントニー・ジンバル(翻訳:田村勝省), ダイヤモンド社, 2006年.

1F080070 森 恵太

本書は世界を代表する二つの娯楽について述べられている。一つはヨーロッパを中心に発展したサッカーであり、もう一つはアメリカを中心に発展した野球である。この二つのスポーツについての歴史的・文化的・経済的な考察が行われている。

まず第1章でサッカーと野球のシステムの違いについて述べられている。第2章・第3章で両者の成り立ち、リーグの発明や世界に普及するまでの流れが記されている。そして第4章～第7章で労働市場形成までの道のり、現在クラブの収入に大きな影響を与えているメディア、特に放映権に関する記述、戦力均衡とスポーツビジネスなど、時間軸が徐々に近代に移り、その中での両者の位置づけや特徴が描かれている。最後の第8章は、これまでの話を基に、財政的不安定であるサッカーについての、野球の良い点を取り入れた上での新たなリーグの提案や野球リーグに潜む様々な問題点への警鐘など、今後の両者の発展のための施策が述べられている。

サッカークラブには、バルセロナなどのトップチームはもちろんだが、そのトップから離れた3部などのレベルの低いカテゴリーにおいても、熱狂し、チームを愛してやまない多くのファンが存在する。それはどのチームもトップリーグのチャンピオンを獲得する野心を持つ資格があり、その夢を実現することが可能だからではないだろうか。私の故郷、長野にもJFLのチームがあり、将来のJリーグでのプレーを夢見る彼らを愛するサポーターが数多く存在する。このように多くの熱狂を生む一要因となっているのが、「昇格・降格制度」である。

しかし筆者は、この「昇格・降格制度」にこそ、サッカーが儲からない理由が潜んでいると分析する。上記したように、この「昇格・降格制度」には様々な魅力が詰まっている。その一方で大きな弱点を秘めている。全てのサッカークラブにチャンピオンになる権利を与えているこの制度は、一見すると、平等などとも良い制度であるが、他方でこのリーグの流動性が、チームの財政的不安定化を生んでいるのである。昇格する場合は問題ないであろう。しかし降格する場合は違う。チームはカテゴリーを一つ下げることで、広告価値を失い、スポンサーに手放される。スポンサー減少による収入の低下のため有力選手を放出するなどして、収支のバランスをとる。しかしこの放出によってファンを失う。そのことが観客動員に悪影響を与える。

このように様々な負の連鎖が起こる。トップリーグのビッグクラブ以外のクラブは常にこの「降格」を恐れて戦っているのである。そのためクラブは有力な選手を集めようとする。そしてクラブの財政の身の丈に合わない高額な選手を獲得するはめになり、結果的には財政に大きな打撃を与えている。筆者はこのことを本書にて的確に指摘している。

今回、私は野球については触れなかったが、本書では野球についても様々な視点から分析を行っている。

『ゴールは偶然の産物ではない FCバルセロナ流世界最強マネジメント』

フェラン・ソリアーノ(翻訳:グリーン裕美), アチーブメント出版, 2009年.

1F080072 森永 純平

現在、世界中のサッカーファンから賞賛されているクラブがある。それがFCバルセロナだ。スター選手と下部組織の選手を融合した素晴らしいサッカーを展開し、昨シーズンには自国のリーグ戦、欧州のカップ戦などのタイトルを総なめにした。また2006年からはユニホームにユニセフの名前を入れるなど社会貢献活動もおこなっている。しかし、バルセロナが現在の姿になるまでにはさまざまな困難があった。2008-2009シーズンには2500万ユーロの営業利益を出しているバルセロナも、2002-2003シーズンは7300万ユーロもの損失を出していた。さらにリーグ戦は6位に終わっており、クラブの経営・サッカーの成績の両面における改革を必要としていた。そんな中で、2003年からフェラン・ソリアーノという人物がFCバルセロナの最高責任者に就任した。彼はどのような経営理論を用いてクラブの改革をおこなったのだろうか。彼のクラブ経営の考え方やその実践方法などがまとめられているのが、本書である。

本書の始めの部分で、著者はビジネスを成功させるためには自分たちが勝負したいと考えている業界の特徴を詳しく理解すること。その上で顧客のニーズを把握し、顧客満足を創造していくことの重要性を示している。また競争相手を知ることの重要性も述べられており、イングランドのマンチェスター・ユナイテッドといったクラブが例に出されている。後半部分では監督に求められる素質や選手の移籍交渉のポイントなどが具体例とともに紹介されている。

さらに、著者はクラブがとるべき戦略方法を3つに分けている。1つ目は、世界的なブランドとなり、世界のトップを目指すクラブ。これらのクラブは毎年2億ユーロ以上の収益を上げており、国内リーグだけでなく、欧州のカップ戦の優勝を目指している。2つ目は、ある程度の収益を上げながら、自国での優勝を目指すクラブである。これらのクラブの特徴は、活躍した選手をビッグクラブに売却することで収益を上げていることである。3つ目は、自国リーグで1部に残ることだけを目指すクラブ。ビッグクラブとは異なり、クラブが存在する地域の人にだけクラブの価値を伝えている。

このようにクラブの戦略を大まかに定めることで、クラブの方向性が明確になる。方向性が明確になれば、クラブ運営に必要な予算、選手構成、マーケティングの範囲などが決定しやすくなる。現在はそれぞれのクラブがリーグでの位置をしっかりと見極めることで、経営が成り立っているのだろう。しかし、ビッグクラブ間で起こっている競争はグローバルなものとなっている。いくら戦略が異なるとはいえ、同じ市場にあるクラブの格差がこれからも広がっていくことに疑いの余地はない。クラブ間の格差はそのままリーグ戦の質に影響を及ぼすだろう。それぞれのクラブの基盤はリーグ戦にあるべきだ。共存共栄のスタイルをとらないことには、将来的な発展は望めないだろう。

確かにバルセロナはサッカーファンの支持を集めているかもしれない。けれども、バルセロナがサッカーをすることができるのは、対戦相手が存在しているからである。その対戦相手は世界的に有名なクラブの場合もあれば、全く知られていないクラブの場合もあるだろう。そういったクラブとこれからも共に歩んでいくためには、バルセロナが独自の利益だけでなく、サッカー界全体の発展に繋がるような活動を行う必要があるのではないだろうか。

『スポーツで読むアジア』

平井肇 他，世界思想社，2009年．

1F080084 中塚 さゆり

近年、アジアのスポーツへの関心が高まっているが、この分野に関する研究は多くはない。本書はアジアのスポーツに関して、もっと多くのことを知りたいと思っている人たちへの手がかりになればという編者の思いでまとめられた。アジア諸国のスポーツの現状について書かれているが、特に興味深い二つのトピックについて紹介していこうと思う。

一つ目は、フィリピンのスポーツ興行についてである。多くの方がご存じないだろうが、フィリピンの国技はバスケットボールである。実力は、中国や韓国には及ばず、日本と同じくらいといったところである。では、なぜフィリピンではバスケットボールの人気の高く、国技とまで言われているのであろうか。それは、フィリピンの歴史を辿ると理解できる。フィリピンにバスケットが伝わったのは1901年で、このとき日本にも伝わっていたのだが野球人気におされたためか日本では普及しなかった。フィリピンは戦前から戦後しばらく東洋、アメリカに対しても負け知らずであった。この後、中国や韓国が実力をつけフィリピンの影は薄くなるのだが、この時の人気は今でも根強く残っているのだと考えられる。プロバスケットリーグであるPBAの人気はもちろん、銀行リーグ、警察リーグなど、同じ業種が集まってリーグを作っており、国全体がバスケットボールを好みプレーしていることがうかがえる。また1998年にはMBAというプロの新組織が誕生した。マニラを中心に試合を行うPBAに対し、これは全国で行おうというものである。しかし、フィリピンは島国である。それぞれの島の移動は大変不便であるため、飛行機や船の時刻表に合わせて試合スケジュールが作られた。ただ天候の影響があり、審判員やオフィシャルの移動も問題であった。多くの問題を抱えながらのスタートではあったが、観客は超満員であった。この根強い人気から日本も学ぶことがあるのではないだろうか。

二つ目は、搾取される子どもたちとして児童労働を取り上げている。シアルコートでは、5-10歳の子どもが一日40ルピー(約90円)、10時間暗い部屋で黙々と縫う。部屋が暗いのは経済的な理由と活動家に写真と撮らせないためである。眠ったり、外国人に話しかけたりすると処罰室に連れて行かれ、張りつけにされたり、むちでうたれたりする。サッカーボールの原価は一個約253円で、日本では6,500円で売られるとすると、原価の約26倍ということで莫大な儲けが出るが、この儲けは日本の輸入業者やスポーツ用品販売会社にいくのである。このような状況に対し、国際労働基金がファール・ボールキャンペーンを行っている。

1996年、子ども労働によって作られたボールを公認しないよう国際サッカー連盟に要請し、合意した。しかし根本的な問題は解決されておらず、親が子どもに労働を期待し、その賃金に頼らざるを得ない社会状況がある。我々は、まずスポーツに従事する者としてこの事実をしっかり受け止め、これからのスポーツ発展を目指す中でこういった児童労働問題を無視しない取り組みを行っていかねばならない。

『トップスポーツビジネスの最前線 2009 ～ドリームジョブへの道～』

平田竹男・中村好男，講談社，2009年．

1F080095 大森 友莉

この本の内容は2008年秋から2009年にかけて、早稲田大学の全学年を対象に行われた講義「トップスポーツビジネスの最前線」の講義録が中心となっている。

近年の不況においてスポーツビジネスの在り方、またスポーツビジネスを取り巻く環境も大きく変化しつつあるのが現状だ。その中で将来、スポーツを通してビジネスを繰り広げていこうとする若者に向けて、現在のスポーツ界の抱える課題・今後推測されるであろう課題について、歴史的な観点やそれぞれの専門分野などの様々な視点から情報を伝え、考える機会を与える書籍となっている。講義を実際に受けていなくても、非常に分かりやすくまとめられており、また各回ごとに内容が完結しているので読みやすく、興味のある分野だけ取り出して読むことも可能な形となっている。軽く読み始めることができるので、ぜひ1度、目を通していただきたい書籍である。

13項目の講義内容が記されており、いくつか題名を挙げると、「スポーツビジネスの構造と展開」「マンチェスター・ユナイテッドに見るスポーツビジネスモデル」「世界不況とスポーツビジネスの関連性」等、どれも興味深いものであった。

その中でも今回は、第7回に書かれている「プロ野球ビジネスガイド」の部分を少し取り上げる。この回の講義は井上智治(株)楽天野球団取締役オーナー代行/パシフィック野球連盟理事長)のお話。日本プロ野球界とメジャーリーグ各々の組織構造、経営、またそれに伴う売り上げの違い等という内容からはじまり、セ・リーグとパ・リーグのスポーツビジネスモデルの根本的な違い、そして最終的には今後日本プロ野球界をどこのチームも持続可能なスポーツビジネスとして確立させるにはどうしていくことが必要なのかということを読んでいて側面から考えさせる構成となっている。

少し内容に触れると、例えば些細なことであるが、みなさんはアメリカにあるMLBの球場のほとんどと、日本のプロ野球の球場の違いは何か考えたことはあるだろうか？

...今回は座席数の視点からの違いが紹介されていたが、MLBの球場のほとんどは外野席がないのだ。日本の球場は多大な数の観客動員を目的としない地域の球場や、総合運動場内の野球グラウンドでなければ、外野席を作ろうとする傾向がある。今現在セ・パ12球団のうち唯一楽天の本拠地フルキャストスタジアム宮城が、少し外野席部分の座席数が少ないが、それ以外は外野にお客を入れて、盛り上がりを図る形となっていることが明らかに多い。

一方メジャーリーグでは、内野側は2層3層と座席があるのに外野席は看板だけしかない部分があったりと、内野に重点を置いた席構造になっている。これはすなわち日本人は守備側から野球を見たがり、アメリカ人は攻撃する側から見たがるという性質を汲んだものである。このような些細なことからはじまり、徐々に細部にわたって観客が何を望んで来場するのか、どのような層の観客をターゲットとしてどういう消費行動を起こすよう誘導していくのかというスポーツビジネスについて考える良い機会となった本であった。

『メディアスポーツ解体 <見えない権力>をあぶり出す』

森田浩之，日本放送協会出版，2009年．

1F080135 辻田 晃平

「スポーツメディア」といえば、スポーツを伝えるメディア媒体のことだとすぐイメージが湧くだろう。しかし、ここで中心となっているのは「メディアスポーツ」。それほど耳にする言葉ではない。「スポーツメディア」とはなんとなく少し違うという印象を受けるだろう。メディアは私達の日常生活に国外、国内、地元問わず情報を運び、深く、広く関わっているもので、かたちはテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネットと様々で逃れたくても逃れられない存在となっている。スポーツにおいても、種類や競技人口や人気の度合いに関わらず生まれて来て今までスポーツを全くやったことがないという人はいないだろう。今、していないにしても歩んできた人生の内どこかでスポーツをしていた人、今でもやり続けている人や、自分でプレーしていないにしてもトレーナーやマネージャーなど何らかのかたちでスポーツに関わっている人など日常生活から切り離せないものとなっている。スポーツに全く関心のない人でも今オリンピックやワールドカップが行われているという情報を知らずに生活していくことは不可能だ。メディアが運んでくるスポーツの情報、映像、ことば、イメージは私達の日常生活のいたるところに顔を出している。この「メディア」と「スポーツ」という巨大な存在が手を結んだかたちを「メディアスポーツ」とこの本では呼んでいた。

はじめに「私たちは知らず知らずのうちにメディアスポーツにひたり、それを意識しないうちに消費している。今日も多くの人たちが、こんな一日を過ごしている。」という一文があったので、自分の一日を思い返してみた。朝起きる時の目覚まし音はNBAのウォームアップの音楽。目覚めて部活へ行くための用意をして一階に降りる。朝のニュースを見ていると見ようとしなくても流れるスポーツニュース。家を出て電車に乗ると中年男性が読むスポーツ新聞に目が留まる。...確かに朝のほんの一时间ちょっとした間でも様々な場面にメディアスポーツが出て来た。

このようにこの本では抽象的な理論ではなく、実際のTVやネットでのスポーツ中継、新聞・雑誌でのスポーツ報道を上手く取り入れながら著者自身の事例分析加え書かれておりとても面白く読みやすいものになっていた。取り上げられている話題も比較的新しいものばかりで取っ付きやすかった。特になぜ日本人は日本代表を応援するのかという問いから始まったナショナリズムの話や、サッカー日本代表を報道する際によく使われる「組織力」、黒人選手やアフリカチームを紹介する時に度々使われる「高い身体能力」、ドイツのゴールキーパー、オリバー・カーンのセービングは「ゲルマン魂」の権化などこれら三つの裏に隠されたステレオタイプとアイデンティティ、人種概念の話は特に興味深く読めるものであった。

『現代スポーツのパースペクティブ』

菊幸一 他，大修館書店，2006年．

1F080141 浮田 瞳

本書は様々な場所、空間のなかで気晴らしのためにするスポーツ、教育や行政施策の一環として関わるスポーツなど、多様な意味を持って行われる現在のスポーツの文化を批判的に解明しようと試みたものである。

メディアスポーツでは、生産・流通・消費の3局面から捉えて解説している。メディアスポーツはその価値の増大を狙い、生のスポーツ資源を評価・選択・編集・加工されて提供されているものとして理解されなければならないと筆者は述べている。その中には映像加工され美化されているものもあり、若者などへの影響力を考えたとき、少し懸念がある。

そして、全ての人々が人気スポーツを自由に見ることが出来るユニバーサルアクセス権とビジネスとしてのスポーツという考え方とぶつかり、どこで線引きをするか難しい状態である。

また オリンピックなど見るメガイベントでもメディアとの関係は切り離せない。放映権料の高騰により、テレビ局・スポンサー・視聴者の関係は強く、視聴者向けに競技ルールが変更されるという事態も起きている。この場合、もはや「金儲けのためのスポーツ」、「TV放送のためのスポーツ」になり、スポーツは手段的なものとして捉えられているが、著者はビジネス中心ではスポーツビジネスは成立せず、あくまでもスポーツを中心に据えることによってスポーツ市場が成り立つと主張する。確かにこのままスポーツが手段的なものとして捉えられ続けると、本来スポーツが持つ遊戯性や、人格形成などの道徳性が薄れ、スポーツを文化として考えることが難しくなるかもしれない。

スポーツ政策・行政では、日本のスポーツは政策形成過程と政策実施過程が癒着していることにより実施や執行の論理を優先させ政策形成を主導することによって、国民、市民のニーズから離れ、これが上からの施策が展開される要因であると述べている。また、日本の「政治」の意味の捉え方はバラバラな個々人を「まとめる」ことによって1つのまとまった意見や考え方を強制する働きのことであり、スポーツは個人主義や経済的自由な面を持ちながら政治的中立の立場を取るとされているので、政治的干渉を嫌う伝統を形成したと述べている。これが体育政策としての側面が強い理由である。この意見はボトムアップ方式を狙う総合型地域スポーツクラブを作り上げていく上で重要な気付きであると思われるし、住民自ら作り上げていけるような体制を整えることが必要である。また、地域スポーツクラブが広まり、競技力向上を狙ったクラスも増えると指導員としてトップアスリートのセカンドキャリアの受け皿に繋がるのではないかと考えられる。

第16章で、資本主義に支配される二人のスポーツ選手について述べられていた。ナイキとスポンサー契約をしていたが為に、体調不良でピッチに立てる状態ではなかった体を半ば強制的に出場させざるを得なかったというのだ。ブラジル代表のロナウドである。筆者はそこに過去の黒人奴隷の記憶を思い起こした。スポーツは純粋にスポーツとして存在するのではなく、国家の威信、コマーシャルイズムなどの政治的・経済的思惑から逃れることは出来ないと思われた。スポーツという文化は人種・ジェンダー・ナショナリティ等の問題と常に交錯している。この本を読んで「スポーツは政治とは関係ない」などとは言えないなと思い、競技や選手の文化、安全を維持したまま歩いていく手はないかと感じた。