

地域スポーツにおけるスポーツ・スポンサーシップの可能性

A possibility of sports sponsorship in community sports

1K03B042-1

奥 美沙子

主査 中村好男 教授

副査 宮内孝知 教授

1 背景

現在、少子高齢化、経済不況、少年犯罪の増加等大きく変化する社会的変化の中で日本のスポーツの体制も大きく変わろうとしている。少子化ゆえ、生徒数が減少するなか部活動において運動部員が確保できず、また経済不況の波のなか経営のスリム化の必要性から 1991 年～2000 年の間に 300 近くもの数の企業チームが休・廃部に追い込まれた。このようにして今まで日本のスポーツの担い手であった学校、企業の多くがスポーツ組織の経営に問題を抱え始めているのである。

上記のような問題点に加え、高齢化社会における健康・体力づくりに関する問題、地域のコミュニティ意識の低下等これらの問題点を解決する一つの策として「生涯スポーツ」の観点から「総合型地域スポーツクラブ」という構想が掲げられ、1995 年の導入期から 2005 年 10 月までで 1,496 ものクラブが設立された。しかしその中には看板を出してはいるが、活動内容がみえないクラブ、ホームページなどの更新が一切ないクラブ、行政からの補助金を受け設立したものの補助金終了後に消滅したクラブも存在する。そのクラブ運営に関する衰退要因として大きく挙げられるものが財政面である。「受益者負担」「自主運営」という馴染みのなかったスポーツ行政としての考え方のなかで財政面に問題を抱え、補助金終了後に消滅また地域スポーツクラブとして発展できないクラブも多い。

その点に関し、クラブ運営の衰退要因である財政面に注目し本文を構成していきたい。更にプログラム・施設の充実、地域住民のニーズに最大限にこたえていこうと考えるならば、プラス・マイナスゼロの経営をしていたのでは、発展には繋がらず、プラス（収益）の出る経営をしていかなければならないのではないだろうか。そしてそれを実現するためには、業の財政力、運営ノウハウも必要なのではないかと考える。そこで本研究では地域スポーツ組織と企業が、「誰もが気軽にスポーツに親しむことのできる環境づくりを実現する」ために、どのような関係を構築できる可能性があるのかを考えることを目的とする。

2 研究方法

第一に文献からスポーツ・スポンサーシップとはどのようなものか、またそのメリットや現在のスポーツ・スポンサーシップの状況などを調べ、また総合型地域スポーツに

ついても、その背景や特徴、財政の仕組みを文献を用いて調べた。

第二に所沢市西地区総合型地域スポーツクラブにインタビューを行い、その収支構造を調査すると共に、賛助会員制度に注目し、クラブ設立当初から現在まで賛助会員を①年度毎による数の推移及び賛助会員名②賛助会員継続の推移としてまとめ、③また「総合型地域スポーツクラブマネージャー養成テキスト<普及版>」（総合型地域スポーツクラブ育成協議会/編著）のなかの金哲彦氏によるスポンサー収入の分類を参考にして、実際に所沢市西地区総合型地域スポーツクラブの賛助会員を分類した。

3 結果及び考察

所沢西地区総合型地域スポーツクラブの収支においては、2005 年度一般会計の収支差額は 4,393,673 円の赤字が発生しており、前年度まで受けていた補助金の繰越金がある為、期末残高は 20,124,194 円となったが、単純計算して 4 年ほどでその繰越金はなくなってしまうという結果となり、今後の資金面でのクラブ運営は大きな課題となるだろう。

また賛助会員については、地元企業からは「広告宣伝のためのスポンサー」が多く地域に密着したお店などには宣伝効果が高いと企業側も考えていることがうかがえる。また広報誌の作成・スポーツ用具の買付け、保険業務依頼などクラブに関するビジネス上の繋がりがあうので、賛助会員となっているケースも多い。また全国規模の大企業に関しては、スポーツメーカーなどのスポーツ関連企業やスポーツに関連した個人顧客をもつ企業が多く、また幅広い社会貢献を実施している企業などが賛助会員として挙げられた。

4 まとめ

今後完全に自立した運営を行おうとする所沢市西地区総合型地域スポーツクラブにおいてこの賛助会員制度は大きな財源の一つとなるはずである。そのなかで現在行っている制度の費用対効果の見直しや、賛助会員とは別枠としての広告スポンサー等の確保、協賛企業とのイベント開催等可能性は大いに広げることができるように思われる。しかしそのなかで、企業と地域スポーツのクラブがお互いにメリットのある関係を保ちパートナーシップを組んでいくという考え方を忘れてはならないと思う。