

日本における大学スポーツの将来像と、市場拡大の可能性について 東京六大学野球にみる組織展開の事例

The future vision of college sports in Japan and the potential of expansion of its market The example of the progress of the organization in Tokyo Big Six League

1K03B203-7 湯浅 謙一

指導教員 主査 原田宗彦 先生 副査 奥野景介 先生

第1章 緒言

スポーツの文化が発展してきた背景には大学を中心とする学校が大きな役割を果たしてきた。日本においてもスポーツは学校とのつながりが深く、学校体育の教材として、また運動部活動として人々の生活文化に根付いてきた。しかし、2000年に文部科学省が公布したスポーツ振興基本計画において、スポーツの拠点为学校から地域に移譲する動きが現れ、学校スポーツは統合の恐れに直面している。数々の記憶を彩る名勝負を繰り広げた学校スポーツの危機に、これまで学校スポーツの中心的役割として文化の発展に貢献した大学スポーツの価値を見直すことで、今後の学校スポーツのあり方、存在意義を明らかにすることを目的として本研究を行った。

第2章 研究の目的及び方法

<目的>

学校スポーツの教育的役割と存続意義を明らかにするとともに大学スポーツの現状分析から組織構造を考察する。また、その市場発展の可能性にも視野を向け、今後の発展に向けての提言を行う。

<方法>：文献及びインタビュー調査

インタビュー対象

- ・東京六大学野球連盟各校主務
- ・企業3社
- ・早稲田大学競技スポーツセンター

SWOT分析(東京六大学野球連盟の現状)

第3章 研究結果

日本において、ほとんどの大学は体育会に自治的な活動を促し、コミットメントの度合いは薄い。教育機関でスポーツを行うことの意義についても設定されていないのが現状である。一方アメリカのNCAAに所属する大学はそれぞれ明確な理念を掲げ、またそれに賛同する企業と提携し活動規模・市場を拡大している。これを可能とするのはAthletic Departmentの役割が大きく、日本においては早稲田大学がこの仕組みを踏襲している。その効果は東京六大学を比較したSWOT分析から

も明らかな結果を示した。

また、リーグ全体のマネジメントも改善の方向を辿る。早稲田大学による企業とのパートナーシップ契約の提携や、東京六大学リーグ戦のテレビ放映が決定するなど、スポーツ市場としての価値を構築しつつある。市場面での企業とメディアの相乗効果が期待され、その恩恵を受ける形で大学スポーツは新たな発展段階を迎えている。

第4章 結論

日本において各大学が、スポーツ活動を包括的に管理するAthletic Department的役割を持つ組織を設置することが、今後の発展への土台となる。大学におけるスポーツ活動の役割の設定や、企業とのパートナーシップ提携の大学側窓口として機能することで大学スポーツの存在を確固たるものにすることができる。

第5章 提言

1. 地域スポーツ振興の拠点施設に

大学はその豊かなインフラと指導者及び指導者を目指す学生数の多さから、地域スポーツの振興において中心的な役割を担う環境をすでに有している。これは、都道府県広域スポーツセンターの機能上の欠点をもカバーするほどの充実ぶりである。またこれにより大学側も地域とのより強固な接点を見出せる。

2. 地元企業との提携

広範囲・多目的に及ぶパートナーシップ契約を結ぶことで、小規模な地元企業とも共同事業を行うチャンスを提供する。大学として、世界規模の活躍を目指すだけでなく、地元産業の活性化にも貢献する貴重な機会を創造する。

3. スポーツマネジメントを学ぶ学生への教材提供

大学内にAthletic Department的組織を置くことで、体育会活動のマネジメントを行うだけでなく、スポーツビジネスを学ぶ学生に対し、生きた教材で経営感覚を育成する学びの場を提供する。スポーツを取り巻く様々な変化を体験することで、優秀な経営者を輩出するシステムを構築することができる。