

日本のラグビーの現状と取り巻く環境

The present conditions of the Japanese rugby and the surroundings

1K04B102-5

佐野 愛弓

指導教員

主査 間野義之先生

副査 岡田純一先生

緒言

日本のラグビーの現状として、日本代表の強化、競技人口の低下、観客動員数の減少から低迷期にあるといえる。日本のラグビーが強化されることがこれらの課題への対策となる。

日本のサッカーはJリーグというプロを創ることが強化、人気向上の一因となった。その結果の中でも大きな改善点はサッカーをプレーする環境が整ったことではないか。クラブチームが多くでき、グラウンドやクラブハウスなどの施設環境の向上、一年中練習することができること、海外の一流選手が加わって、リーグ戦が行われていること、これらがレベルアップや人気向上につながっているのではないだろうか。

日本のラグビーがJリーグから学ぶべきところは、すぐにプロ化やプロの組織化といった現状のままでではなく、レベルアップ・人気向上につながる環境づくりを推進していくことであると考えられる。

第一章 日本の企業スポーツと日本のラグビー

日本において戦後復興期は企業スポーツの創生期であった。当初の目的は社員の福利厚生や健康増進であった。高度経済成長期に入り、実業団が日本のスポーツの中心となった。そして企業はスポーツ活動に企業PRの役目を期待するようになる。更に変遷は続き、スポーツ活動のレベルアップとともに嘱託契約選手が登場するようになる。強いチームを所有することは一流の企業の証であると考えられ、世間の注目を集め社員の士気の向上と一体感の醸成、企業イメージアップと宣伝効果を持つ者ものとして発展していった。1990年代に入り企業スポーツは転換期、新時代を迎える。その背景には日本におけるアマチュアリズムの崩壊、企業スポーツの限界、雇用形態の流動化が挙げられる。

日本代表が世界で勝てない状況が続いており、プロ化の進む世界を相手にどのように戦っていくかを模索しているところである。トップリーグについては企業体の一部ということで企業に無関係な人々からすると一種壁があり、地域との結び付きも薄く人気が出ない要因ではないかという指摘がある。

第二章 研究目的

ジャパンラグビートップリーグやジャパンラグビートップイースト11に所属するチームを事例としてスポー

ツ組織と企業・地域環境とのありかたについて考える。

第三章 事例

(1)トヨタ自動車の場合

(2)釜石シーウェイブスの場合

(3)ミキハウスの場合

またスポーツ組織と支援団体の共生について述べた。

第四章 検証結果

(1)のように支援団体が安定的に強固なサポートを行うことが可能である組織であり、今後もそのサポートを行っていくことができるのならばそのスポーツ組織の強化、活性化は期待できる。(2)の場合、関係する企業やステークホルダーに強固なサポート体制は構築されていないものの、複数のサポート組織のもと運営されており、ひとつがダメになってもその他で補いあうことが期待できる。(3)については、新しい企業スポーツの在り方を提示することとなった。スポーツ組織にはステークホルダー間の関係を強くし、組織を安定的に運営するマネジメントの強化も重要であることが分かった。またスポーツ組織はあすますステークホルダーにベネフィットを提供できる存在になっていく必要があることもわかった。

第五章 考察

2011年ラグビーW杯日本招致に際して、結果的に招致活動は失敗に終わったものの招致委員会のメンバーには他企業・団体・政界のトップが多く見受けられることや政界や企業トップにラグビー経験者やラグビーファンが多いということができ、日本のラグビー界の構想や実行能力次第では日本のラグビーの周囲環境の向上が可能であることを示した。またヒアリングに際して子供のスポーツ選択肢にラグビーが入っているうちに、ラグビーを強化、活性化する必要があることも明記した。

スポーツ組織はサポートしている企業組織や地域社会との関係を維持し共生していくことによって相互の発展や活性化へ可能性を持つものである。

日本のラグビーも上記に留意し、ラグビーと企業、ラグビーと地域社会との関係の強化維持に努め、日本のラグビーの強化に努めることが求められる。