

Jリーグの存在意義についての研究

A study on the meaning of existence about the J league

1K05B099

指導教員

主査 宮内孝知先生

斎藤 陽介

副査 石井昌幸先生

*研究の動機・目的・方法

1993年にJリーグが開幕したが、欧州のリーグに比べれば歴史は浅い。Jリーグが開幕してから15年間で私たちの生活はどのように変わったのか、またJリーグは私たちにどのような役割を果たしているのかを研究していきたいと考えた。Jリーグは日本で初めて「スポーツを目的としたスポーツ組織」と言われているが、組織としてはスポーツ文化の振興を理念として掲げている。その理念がどのように実現しているのかを、いくつかのチームを例に探っていった。

本研究は全て文献によって研究していく。町にクラブができたことで町にどのような変化をもたらしたのかを地域の歴史から辿っていった。さらに人々のスポーツに対する価値観の変化、またクラブが誕生したことによる影響のみならず、クラブの消滅が人々の生活から何を失わせたのかにも着目した。

本研究ではJリーグによるあらゆる影響を探っていく。

*各章の要約

<第1章 Jリーグの誕生>

ここではJリーグがどのような経緯で誕生し、理念と目標を掲げたのかを、日本のサッカーの歴史を辿りながら、明らかにしていく。「スポーツを目的としたスポーツ組織」とある由来、またサポーターの出現にも注目した。

<第2章 Jリーグがもたらしたもの>

実際にJリーグが誕生したことで、人々にどのような変化をもたらしたのかを論じていった。スポー

ツが日本古来の武道と融合していたこと、学校体育と同一視していたことなど、今までの日本人のスポーツ観に大きな意識改革をさせたのである。また鹿島アントラーズを例にとり、クラブが町に誕生したことで鹿島市民に誇りを持たせ、会話の話題を提供し、結果町には活気が出てきた。しかしJリーグにはブームの沈静化があり、それに伴いクラブの経営に危機が襲ったのである。横浜マリノスと横浜フリューゲルスとの合併は多くのサポーターを悲しませた。地域密着を核とし、市民と共に歩んでいくはずのクラブが、企業側の勝手な判断により一つのクラブが消滅してしまう。サポーターにとっては家族を失うような出来事であった。

サッカーが日本の人気スポーツになったことで、スポーツ界の発展に大きく貢献した。たくさんの子供たちに普及したことは、スポーツをする環境を整えることに繋がったのである。Jリーグはその手本となった。

<第3章 サッカーのスポーツビジネス>

本章はビジネスの観点からスポーツの魅力を探った。スポーツビジネスがただのビジネスと異なるところは一体何なのかを論じていく。スポーツビジネスにおいて主な商品となるものは「試合」である。

この形のない商品を人はなぜ購入するのだろうか。この商品には「不可視性」、「不可分性」、「一過性」、「異質性」の4つの特徴がある。しかし、ただ試合のパフォーマンスさえ良ければいいというものではない。経営側には「試合」を売っているのではなく、試合当日の「経験」を売っているという感覚がある。試合当日のパフォーマンスを凝らし

観客を楽しませる、それがスポーツビジネスにおける商品の質を高める鍵となる。

では日本一のサポーターの数を誇り、アジアチャンピオンズリーグで優勝を果たした浦和レッズではどのようなビジネス戦略を立てているのだろうか。浦和レッズを例にスポーツクラブのマネジメントを研究していた。レッズが日本一のクラブになった答えは、クラブ、サポーター、スポンサーの3つの間に対等な関係を築いたことである。

<終章 まとめ>

Jリーグはサッカーを通じて私たちに多くのものをもたらした。それらは地域の繋がり、地元へのロイヤリティ、人間としてのあり方、そしてスポーツをすることなどである。スポーツを代表してJリーグはスポーツへの入り口を提供し、多くの人をうけいれ

た。「する」スポーツの他に、「見る」、「支える」という形で、多様なスポーツとの関わり方を示してくれた。スポーツは明日それがないと困るものではないが、人々を豊かにすることにおいてなくてはならないものであると言えるのではないだろうか。

*結論

Jリーグは人々を豊かにした。確かにいい影響だけではないが、もしJリーグが無かったら私たちの社会はどんなに単調で、活気の無いものになっていただろうか。と同時に、スポーツのすばらしさ、新しいスポーツへの価値観に気付く機会を与えてくれた。Jリーグが創設されたことを私は心から喜びたい。