

NPO 法人横浜ベイスターズ・スポーツコミュニティの活動と成果に関する事例研究

Case study concerning activity and result of nonprofit organization "Yokohama-BayStars Sports-Community "

1K05B202

淵 真人

指導教員

主査 木村和彦先生

副査 作野誠一先生

1. 緒言

近年、企業スポーツのチーム数は一時期のような大幅な減少には至っていないものの、その数は毎年減ってきている。企業はこれまでスポーツチームを所有することの意義を“企業 PR”“社員の指揮の高揚”としていたが、バブル意向の不況でこれらの意義を見出せなくなり撤退を推し進める状況に追い込まれた。その中で企業スポーツの意義として注目されるようになった考え方が“社会貢献”である。特にスポーツを通じた地域での様々な活動は年々広がっており、その期待度も高まっている。しかし、日本総合研究所(2008)によると約6割の企業は社会貢献活動に関して効果の検証を行っておらず、企業スポーツが行う地域貢献活動に関する評価を与える資料も十分とは言えない。

そこで筆者は企業が行うスポーツ教室の事例を取り上げ、その活動内容と成果を評価し、それらに筆者の考察・提言を加えることで、今後企業スポーツが地域貢献活動を行っていく際の資料となる事例研究を行うことを目的として調査を行った。

2. 研究の方法

筆者は研究の対象として「NPO法人横浜ベイスターズ・スポーツコミュニティ(以下スポーツコミュニティ)」を挙げた。その理由は?新日本石油という企業が野球をはじめとするスポーツの発展に力を入れている企業だから?新日本石油の商品が地域の住民にとっても比較的利用されているものであるから?プロとアマチュアの協力によるNPO法人

であるという非常に数少ないケースであるから、の3点ある。

調査はスポーツコミュニティが開催する少年野球教室に参加している子供の保護者・指導者を対象に11月中旬に3回の質問紙調査を行い、野球教室・横浜ベイスターズ・新日本石油それぞれについての質問を行った。さらにスポーツコミュニティ事務局の方にインタビュー調査を行った。

3. 結果・考察

スポーツコミュニティの野球教室に参加したアンケート回答者の95%は概ね満足しており、地域貢献にも役立っていると評価している。また今後の継続開催を求める声も多く挙がった。新日本石油に対するイメージ向上はプロ野球球団ほどの向上は見られず、また野球教室を通じた購買行動へのきっかけとしても変化は見られず、それ以前に利用習慣のない人のブランドチェンジの可能性は低いことが明らかとなった。

またプロとアマが共同で行うことのメリットに関し、前者は資金等の協力が得られること、後者はプロ球団の認知度を利用できるということが挙げられた。しかし今回の場合、プロと企業の昔からの繋がりが根底にあったため、他の場合において同様の形にすればいいというものでもないという示唆も見られた。また企業のスポーツ施設の一般開放に関して現状では設備・セキュリティ面において厳しい部分があるが、今後企業・行政・市民が協力して動いていくことで、市民に提供できる可能性があることを示した。

4. まとめ・提言

企業スポーツが行う地域貢献としてのスポーツ教室は子供たちがレベルの高い指導を受けられると同時に普段とは異なる環境を与えるという意味で大きな意義があるように思えた。その意味でも企業の保有施設を可能な限り地域に提供していくことが求められており、現状の施設を様々な観点から検討し、改善されることが望まれている。またスポーツコミュニティを手本にプロとアマ、さらには競技間を越えた新しい地域貢献の形ができ

ることがあれば、マイナースポーツの普及やスポーツを中心とした地域発展など企業と地域にとって大きなメリットを生み出す活動ができるだろう。今回の調査では一組織の断片的な調査しか行うことができなかったため、他の企業との比較やスポーツコミュニティの他のイベント(幼稚園訪問等)などの保護者などへの調査でより多岐なスポーツNPOとしての方針が見えてくるだろう。今後更なる研究が行われることを期待されたい。