

企業スポーツの変遷とこれからのあり方に関する考察
A Study on the Historical Changes and the Outlook of Company Sports

1K07B013-0 石塚巧

指導教員 主査 宮内孝知 先生 副査 作野誠一 先生

【第1章 序章】

2008年のリーマン・ショックは世界中に大きな影響を及ぼし、その影響は日本経済にも及び、スポンサーの撤退、縮小などを通して、スポーツ界にも及んだ。そんな中、日産自動車野球部の休廃部は個人的に大きな衝撃を受けた。それは小さい頃、都市対抗野球の日産自動車の野球チームの試合に行ってもらったことがあるからだ。満員まではいかなかったが、多くの人が自社チームを真剣に応援していて、プロ野球以外にもレベルの高い野球を観戦できる機会があることに驚き、感動したのを覚えている。その野球チームが解散してしまうということを知り、「もったいない」という気持ちがまず思い浮かんだ。今日のスポーツシーンにとって企業の力は必要不可欠なものになっている。しかし、この経済危機で真っ先に犠牲になったのもまたスポーツである。企業にとってスポーツチームを持つということはどういった意味を持つのか。これからスポーツチームは減っていくしかないのか。「企業スポーツ」、「企業の社会貢献」「？」などの視点から今後の企業とスポーツの関係について考察していく。

【第2章 これまでの企業スポーツ】

第2章では、これまで日本スポーツを支えてきた企業スポーツのこれまでの歴史を振り返る。

企業スポーツが従業員自ら楽しむものから、企業チームが勝利を競い、従業員はもっぱらそれを応援するという形態になったのは、各種競技会が整備されはじめた1920年頃だとされている。第2次大戦時には企業スポーツも低調になってしまったが、高度経済成長期を迎え、企業とともに企業スポーツもまた拡大していった。しかし、1980年代にバブルが崩壊すると、それまでの状況は一変した。多くの企業が経済低迷の中で経営不振に陥り、経営のスリム化、いわゆる「リストラ」が取り込まれるようになり、多くのチームが休廃部を余儀なくされた。その後、経済情勢・企業業績が回復した2003年以降は休廃部も沈静化し、少数ながら新規参入や再強化に取り組む企業も見られはじめた。しかし、2007年のサブプライムローン問題をきっかけに、経済不況の世界的連鎖が続き100年に1度という規模にまでの発展し、世界金融危機が起こってしまった。

【第3章 これからの企業スポーツ】

第3章では、企業スポーツの現状の問題を踏まえつつ、今後企業に頼るしかない構造から脱却するべく、社会貢献・地域貢献という視点に立ち考察していく。

本来企業スポーツの役割としては、社内的には士気高揚、福利厚生、広告宣伝、リクルート活動の円滑化などがあげられ、外部的にはトップアスリートの輩出、スポーツ教室、イベントの開催など、地域への貢献などがあつた。しかし、社員の価値観の多様化や、大リーグのような海外プロスポーツの視聴機会拡大による企業スポーツの宣伝価値低下など、社会環境の変化が企業スポーツの意義を変化させているのが現状である。そんな中、社外とのコミュニケーションとして注目されているのが、企業の社会、地域貢献である。自治体などと連携することで、スポーツチームはステークホルダーに対し大きな貢献ができるはずである。住民の運動不足に対しては、運動場所や機会の提供、そして地域の活性化については、スポーツを活かした街づくりなどが考えられる。トップリーグに参加するチームにも、地方の都市を本拠地に活動するチームが多数ある。それぞれの地域でスポーツチームが中心的な役割を果たすことで、チームと地域のwin-winの関係性を指摘している。

【第4章 結論】

経済情勢の厳しい近年、企業の部活動として行われてきた企業スポーツは「企業価値向上につながらない。本業以外にコストをかけることができない。」という理由から廃部に追い込まれている。しかし、企業の経営が苦しい時にも企業スポーツを廃部にしない、あるいは地域のスポーツ環境をスポンサードし続ける、ということは、企業のスポーツ環境支援につながっている。結果、地域住民や社会に好印象を与え、企業のブランドイメージに大きく影響し、企業価値の向上につながるのである。