

企業スポーツの現状と今後に関する考察～21 世紀型企業スポーツモデルの構築～

A Study of Present and Future of Company Sports -Construction of Company Sports Model For the 21st Century-

1K09B078

指導教員 主査 平田竹男 先生

五箇 浩之

副査 中村好男 先生

【背景】

企業スポーツは日本経済とともに崩壊した。企業は高度経済成長が終わりを迎え、90 年代初めのバブル経済崩壊とともに、売上が伸び悩む企業では、経費削減が叫ばれるようになり、利益確保に向けて、企業の高いコスト体質が見直された。企業スポーツもこうした影響を受け、企業の売上に貢献しない企業スポーツチームは削減の対象とされた。これ以降、次々と企業は企業スポーツからの撤退を始める。社会人野球を例にあげるならば、93 年以降 09 年までの 16 年間で 85 チームが毎年姿を消し、企業スポーツの休廃部が増えた。2009 年 2 月には大企業である、日産の硬式野球部が事実上の廃部を決めた。このような背景から、多くの企業スポーツチームは、生き残るために、形を変え始めた。

【目的】

本研究は、企業スポーツの発展と衰退の歴史を追い、意義の変遷を明らかにし、スポーツと企業のあるべき関係性を考察する。そして、現在の日本における企業スポーツの成功事例を基に、「21 世紀型企業スポーツモデル」を試案していくことを目的とする。

【手法】

企業スポーツの歴史や価値、意義に関する文献、書籍の該当部分を忠実に抜粋し、整理した。また企業スポーツの成功事例における文献も忠実に整理した。また、企業スポーツの現状を調査するために佐伯（2004）の先行研究に基づき、①新日本製鉄（現：新日鉄住金）の堺ブレイザーズ②サントリー株式会社③トップス広島④ラグビートップリーグの 4 点を調査した。

【結果】

企業スポーツは、当初、「職場スポーツ」として社内統一や福利厚生役割が強かったことが明らかになった。しかし、時代の流れとともに、その意味は薄れ、企業の PR や社会貢献としての CSR 活動に変化していった。企業スポーツは、スポーツ選手の雇用やスポーツ環境を支えてきており、スポーツ界に大いに貢献してきたことが明らかになった。

中でも堺ブレイザーズは、所有スポーツチームを子会社化することで、投資リスクを減らすことに成

功した。サントリー株式会社では、スポーツチームを社内事業部にし、会社のイメージアップに貢献した。トップス広島では、異競技異企業が連携して、広島の地域貢献を支える共同事業を行っていることが明らかになった。

【考察】

スポーツが存在価値を高めることで、企業の投資価値が増え、様々な支援を期待できる。企業が社会との接点をもつためにスポーツは、CSR 活動としてが、株主の理解を得やすく、消費者の注目を得やすいことから、企業 PR にもなると考えられる。さらに、企業側も企業文化の醸成や企業ブランド形成としてスポーツを経営戦略資源として活用することが求められる。これらの効率的な活用法が拓かれておらず、今後、企業スポーツの可能性を広げることが十分可能である。

そして、著者は企業スポーツを経営資源戦略上で利用することが出来る 21 世紀型企業スポーツモデルを試案し、①共同連携型モデル②企業内経営型モデル③子会社所有型モデルの 3 点を考察した。これらのモデルは、企業スポーツならではの選手の雇用とその効果的な人材活用、さらには、生涯スポーツの観点も取り入れ、企業の広告塔、CSR の一環として、スポーツチームを経営戦略資源として効果的に利用できるモデルである。

これからの企業とスポーツのあるべき関係は、今までのように企業に頼るのではなく、スポーツがそれ自身の社会での存在価値を高め、企業の投資価値を高める努力が必要である。そして、企業もただ利潤を追求するだけでなく、社会にもそれを還元する役割がある。その架け橋として、企業スポーツは企業と社会と結びつける関係を構築していくべきだと考察した。

【結論】

企業スポーツの再生・復興のために必要な事柄は、企業スポーツの経営戦略資源としての価値を向上させることと社会あるいは地域社会との接点を持つことだという結論に至った。