NPO 法人型スポーツクラブの現状と維持・発展のための取り組み

～相模原市のプロアメリカンフットボールチームを事例として～

Efforts for the maintenance and development of the sport club type an NPO.

- The case of professional American football team which is in Sagami-hara -

1K09B107

神保 恵理

指導教員

主査 間野 義之先生

副査 木村 和彦先生

1.研究背景

1990年代のバブル崩壊を契機として、企業スポーツの廃部・撤退が相次いでいる。これは企業スポーツが長期に渡って我が国の国際競技力を支えてきた背景を鑑みると、その衰退を看過することは出来ない。先の見えない経済状況の中、これまで企業がスポーツチームを「所有」する意義であった、“宣伝・広告”または“社内活性化（職場スポーツ）”といった価値が形骸化している一方で、CSRの広がりも一助となり、複数企業、自治体、個人の「支援」によって成立するNPO法人型スポーツクラブ(以下、NPO法人型)経営が増加している(佐伯,2004)。

一社所有型経営と異なり、NPO法人型経営はスポンサー、自治体、個人など、多方面からの支援を受けやすいためリスクヘッジが可能である。しかし多くのNPO法人型もまた、資金調達として寄付金、助成金、会費などに依存している場合が多く(中川,2011)、NPO法人型スポーツクラブの特長を活かしていない現状にある。財源に偏りが生じているという状況は、従来の企業経営型と同様にして、経営が社会情勢に左右されてしまう可能性を示唆する。また、NPO法人型は社会貢献・地域密着を使命とするため、競技のみに注力できる企業型と比べ、マネジメント側の負担が大きい。

2.研究目的

本研究では、あらゆる機関から財源を得ることをリスクヘッジとするNPO法人型クラブが、社会情勢に左右されない経営をするためには「多方面から万遍なく支援を受ける」ことが必要であるとした。さらにそのための最重要課題を「認知度の向上」と仮定し、その検討を研究目的とした。

3.研究方法

①まちを挙げたスポーツ振興に取り組む神奈川県相模原市を事例に、市が住民に対して実施した市内のプロスポーツチームに対するアンケートを考察した。

②相模原市をホームタウンとし、日本トップレベルの実績を持つNPO法人型プロアメリカンフットボールチーム“A”の

経営者に、以下の内容に基づいた聞き取り調査を行った。1.チームAの現状(財源、選手の待遇、ファンとの距離など)。2.企業、行政、個人との関わりについて。3.チームの維持・発展のために必要な要素とは。4.認知度向上のための具体的な取り組みについて。

4.結果・考察

①市民の30%以上がトップチームにソーシャル・キャピタルとしての効果を期待する一方で、ホームタウンチームの認知度がそれぞれ20%に満たないというものだった。

②企業経営型とNPO法人型で比較した場合、NPO法人型の優位性は、「ファン、地域との交流を自由に持つことができる点」であり、チームAは①の現状も踏まえ、チームの維持・発展のための課題として「認知度の向上」を挙げている。具体的には、以下のような取り組みを実施していく。短期的：勝利することで、メディアへの露出度を増やす。中期的：ホームゲームをする。長期的：小学生にフォーカスして、フラッグフットボールというツールによって普及していく。

5.結論

相模原市民へのプロスポーツチームへの意識調査より、現状では、住民への更なる認知向上努力が必要であることが分かった。また、日本トップレベルの実績と、大手企業のスポンサーを持つチームAのような事例でも、「認知度の向上」が最重要課題であることから、“地域（市民）への周知と賛同＝多方面から万遍なく支援を受けること”を前提とするNPO法人型スポーツクラブにおいて、「認知度の向上」が社会情勢に左右されないための経営の安定化、に及ぼす影響が大きいということを示唆できる。

今後の課題として、NPO法人型スポーツチームは、支援の協力を得るために、「人脈維持のコスト」が発生することが予想される。そのため、将来的には渉外機関の設置も必要となるだろう。