

中央競技団体の普及側面で果たす役割に関する研究 ～特に日本における陸上競技の普及を目標として～

トップスポーツマネジメントコース
5006A345-2 森 泰夫

研究指導教員： 平田竹男教授

わが国においてスポーツおよびその中央競技団体を取り巻く状況はここ10年近くで大きく変化してきている。本研究では、中央競技団体、特に陸上競技を念頭におきながら、普及側面で果たす役割を明らかにし、そのスポーツを発展させることにおいて、陸上競技のみならず、他競技においても、中央競技団体の新しい普及側面での役割のあり方についての必要性を提言することで、今後の様々なスポーツ競技の中央競技団体の戦略立案の一助とすることを目的とした。

本研究では、まず、競技団体が現在抱える大きな課題である「競技人口の確保」という観点の中において、普及のみならず強化上にもきわめて重要であるジュニア世代の競技人口の推移を、学校部活動の校数並びに生徒数の変動と各競技団体が把握する競技者数の関連において調べるとともに、陸上競技におけるデータの整理も行った。

そして国内の主要中央競技団体のいくつかを取り上げ、各中央競技団体の事業費、強化費、普及費などの金額、比率を現状の把握として整理した。また、特に普及関連施策に関する点を中心により深く推察するために、現在大きな成果を上げているJFA、JSFならびに海外同一競技団体としてUSATFを取り上げ、現在の取り組みや課題等、ヒアリングや文献調査を行い、陸上競技の整理とともに、特徴を抽出することで、中央競技団体の普及施策についての事例研究を行った。

ジュニア世代の競技人口においては、学校部活動数と部活動生徒数が、一部の競技を除いて減少傾向が続いており、全体的に少子化の影響が強いと思われる傾向が読みとれるものの、競技ごとに見ると、減少幅が大きく異なっていた。この競技人口の絶対数の低下は競技団体から見ると看過できないものである。

一方、民間クラブの育成も図っているサッカーでは、競技人口が中学では増加、高校では減少率が他競技より相対的に低い値だった。

また、多くの中央競技団体が各競技の中学生、高校生年代の競技人口について、正確な人数を把握し切れていない現状の問題点があることがわかった。

競技団体における、普及に関連すると思われる費用の比率は約3%から15%程度、その支出は約6300万円より、22.3億円までであった。その中で、サッカーが事業規模の大きさもあり、突出して金額規模が大きく、比率も大きく、普及関連項目に大きく力を入れていることがうかがえた。多くの団体は、小学生から中高生向けの技術的な講習会事業、指導者に関する講習会事業、子どもなどに対する普及側面におけるイベント、小学生大会事業の3つを普及費に該当する主な項目としていた。JFA、JSF、USATFへのヒアリングにおいては、全般的な特徴として、いずれの組織においても、社会に対する強い意識、それにとまなう普及側面への重要性の認識と綿密かつ詳細な長期計画の立案の二点がベースにあった。

普及側面から見ると、JFAは「キャプテンズ・ミッション」を掲げ、取り組むきっかけとしてのキッズ、ジュニア、ファミリー向けのものを含め、普及施策に幅広く重点的に取り組んでいた。とりわけ特徴的なものとして、より幅広い人々へのサッカーへのつながりを持ってもらうための「JFAメンバーシップ制度」の整備、システム化があり、競技人口の拡大につなげていた。JSFは、スイミングクラブが大きな役割を果たしてきている背景を持ち、ある意味で特異な形であるが、この民間スイミングクラブ主体型システムが順調に推移している。中央競技団体としては、代表選手、またそれを下支えする若年層の強化

選手への強化サポートに専心できる環境が残されている数少ない団体であった。USATF は、各地域協会と評価制度などにより連携や指導強化を進めており、強い地域作りへのサポートを行っていること、Be A Champion Program という子ども向け普及イベント・社会イベントを地域や地域のクラブなどと開催し、アメリカスポーツ医学界等との連携を通じて陸上競技を「体力増強、健康増進のひとつのツール」としての認識を高めるということを行っていることが特徴的であった。

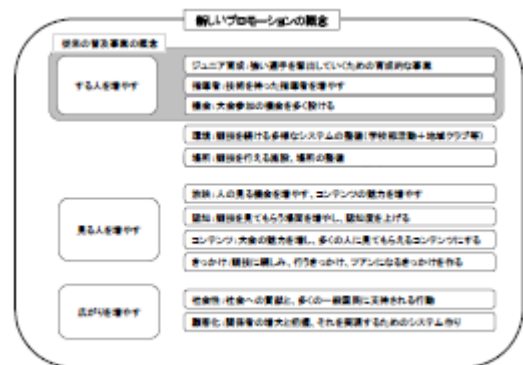
陸上競技は、学校部活動に大きく基盤をおく代表的スポーツであり、競技人数が中学・高校とも大きな減少を示しているなかで、競技人口も大きく減少している。加えて、登録制度の問題から、中学・高校の各年代での正確な競技人数が把握できない点、小学生や膨大な愛好者を抱えるジョギング層を取り込んでいない現状があった。一方、21 年前より小学生陸上競技交流大会を開催し、その効果として地域クラブが小学生レベルで育ってきた事例もある。また、「21 世紀構想答申書に基づく提案書」をまとめ、21 世紀における日本陸上競技連盟としての最重点課題として、より広範な陸上競技愛好者の獲得、組織構成員の増大を掲げ、課題点の抽出を行っていた。

以上のことをふまえて、本稿では、スポーツを取り巻く環境の変化の中で、スポーツに求められてきている広がり、つまり「みんなのスポーツ」としてのその競技の大きな発展において、中央競技団体が、いままでのような「強化」的な視点のみならず、普及側面でも大きな役割を果たす必要性を推察した。そのためのキーポイントとして、

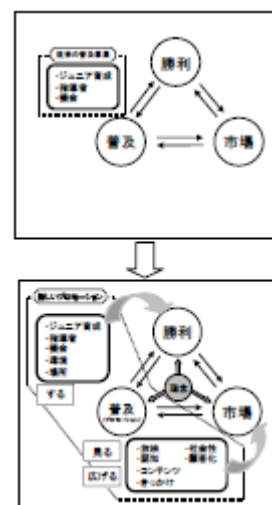
- 1) 逆台形モデルを視点に入れた対象顧客層の拡大とそのシステム化、

- 2) 学校部活動のみならず、地域クラブ、民間事業者との協同による多軸システムへの取り組み、
- 3) 施策実施における地方組織の重要性の認識とそのサポート・協同

があるとし、中央競技団体が、トリプルミッションの好循環においてより大きな影響を与えていくために、従来の「普及」という概念ではない、「新しいプロモーション」という概念で取り組むことの必要性を提言する。



新しいプロモーションの概念



陸上競技におけるトリプルミッションでの普及概念の変化