

2006年度 リサーチペーパー

ジュニアバレーボールクラブチーム設立による

「まちおこし」

～アメリカのクラブチームを研究事例として～

Plowing a town by promotion of a junior
volleyball club

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

スポーツ科学専攻 学校体育マネジメントコース

5006A346-6

諸隈 英人

Morokuma, Hideto

研究指導教員： 友添 秀則 教授

もくじ

序章

研究動機	p . 2
研究目的	p . 2
研究方法	p . 3
研究限界	p . 3
用語の解説	p . 3

第1章 「まちおこし」の概念定義、批判検討

第1節 「まちおこし」の概念定義	p . 4
第2節 企業が抱えるジュニアクラブチームの批判検討	p . 5
第3節 総合型地域スポーツクラブの批判検討	p . 6

第2章 「Sports Performance Volleyball Club」(アメリカ)の事例研究

第1節 アメリカのバレーボールの運営形態分析	p . 9
第2節 「Sports Performance Volleyball Club」概要	p . 13
第3節 日本のクラブチームに利用可能な活動	p . 15

第3章 ジュニアバレーボールクラブチームで「まちおこし」

第1節 日本におけるクラブチームの必要性	p . 18
第2節 ジュニアバレーボールクラブチームの振興による 「まちおこし」の構想	p . 19
第3節 ジュニアバレーボールクラブチームの振興による 「まちおこし」の地域振興効果	p . 21

結 章 まとめ	p . 22
---------	--------

序章

研究動機

私が長年かかわってきたバレーボールは、過去オリンピックで金メダルをとるなど、世界のトップレベルであったが、近年は衰退の一途をたどっている。そこで、私はバレーボールをもう一度トップレベルに引き上げるにはどうしたらいいのかということをもとに考えた。

トップスポーツは、「競技化」と「大衆化」の両面をもつ必要がある。「競技化」だけでは、現時点でのトップアスリートの育成には貢献できるものの、次世代につながるトップアスリートの育成には、あまり役立たない。

「大衆化」をすすめていくことで、その競技の底辺が拡大され、その中でたくさんの選手がそのスポーツにかかわっていく。たくさんの選手がかかわるといえることは、新たなトップアスリートがより多く生まれる可能性が高いといえよう。そして、より多くの選手たちをトップアスリートへと育成していくことが、そのスポーツの強化につながる。

これからもわかるように「大衆化」は、次世代のトップアスリートの発掘を促進しているといえよう。それゆえ、「競技化」をすすめるには、「大衆化」を同時にすすめていく必要がある。これは、バレーボールに限らず、どの競技にもいえることである。

私は、この「大衆化」活動が、スポーツ振興としてだけではなく、地域の「まちおこし」、つまり地域振興としても役に立つと考えた。なぜならば、この「大衆化」という側面には、スポーツを「やる」という形でかかわる選手やコーチなど一部のスタッフだけではなく、「みる(応援する)」、「支える」という形で、より多くの地域住民がかかわっていけるからである。

「大衆化」活動の中心としてジュニア¹⁾バレーボールクラブチーム(以下、JVC と省略)を地域のひとつの柱にすえ、バレーボールの発展のみならず、地域振興につなげていくための方法を探るべく、本研究を開始した。

研究目的

JVC を設立することが、「まちおこし」として地域振興の一端を担えるのか、本研究にて検証する。全米トップのバレーボールクラブチームである「Sports Performance Volleyball Club」(以後、「SPVC」と省略)の運

営形態を参考に、日本のクラブチーム設立に必要なものを発見する。

研究方法

まず、「まちおこし」とは何をさすのか、その概念を定義する。スポーツを利用した地域振興の成功とはどのようなものが望ましいのか、現在出版されている著書などを参考に考察する。

JVCのみが振興することなく、地域振興も兼ねるような、「スポーツによるまちおこし」を成立させることが可能なかを考察する。

施設・チームなども全米トップである「SPVC」を事例研究し、運営形態などを参考に、日本のクラブチームへの還元を図る。しかし、基本的な文化やスポーツに対する意識などが、全く違い、そのまま日本にいかすことはできないので、日本のスポーツ環境にあったクラブチームの運営形態とはどのようなものなのか、「SPVC」を参考に考察していく。

本研究限界

本研究は、経済的効果以上に地域住民の精神的活性化に重きを置いたものであるため、具体的な経済効果などについては言及しない。

また、日本において、ジュニアのバレーボールクラブチームは、部活動に比べると活動範囲がせまい。クラブチームの活動を日本で拡大していくためには大会規模、クラブ運営などにおいて、これから解決していかなければならない問題が多々ある。そのような中、本研究により、バレーボールに携わる関係者たちに対し、問題提起をするという一面を備えているので、今すぐ展開ができにくい内容も含んでいる。

用語の解説

特筆しない限り、ここでいう「スポーツクラブ」とは、スポーツを愛好する者による自発的・自治的団体のことをさす。運営者側によりつくられた規約などに基づくスポーツ活動を行い、そこに所属する会員の健康と相互交流などを目的とするような社交的団体。

1) 小中高生をさす

2) 2006年7月現在、1ドル＝118円

第1章 「まちおこし」の概念定義、批判検討

第1節 「まちおこし」の概念定義

各地で「まちおこし」が盛んにおこなわれている。そもそも「まちおこし」とは、どう定義されるものなのか。単に町がにぎやかになれば、それが「まちおこし」として成功なのか。そうであったとしても、地域住民でにぎわうのか、地域外から来る人でにぎわうのか。それだけでも中身としては、全く違ったものとなる。地元で祭りを開けば、「まちおこし」として成立するのか。経済的に豊かになれば、それで「まちおこし」は成功したといえるのか。

経済的効果は、「まちおこし」をする大きな理由のひとつであることに違いない。だが、それだけが「まちおこし」の目的ではなかろう。経済的効果だけが目的となってしまうのであれば、「まちおこし」として成立しない。地域住民が、「この町が自分の町だ」という誇りを感じられるような、「精神的活性化」が伴わなければ、「まちおこし」ではないからだ。経済的効果だけがとりだたされるのであれば、「まちおこし」と呼ぶ必要はなく、商業施設などを建立して、経済的活性化のみを狙った「経済振興」をおこなえばいいのである。

「まちおこし」として事業を展開しようというのであれば、その両面、つまり「経済的効果」と地域住民の「精神的活性化」を備え持たなければならない。さらに、単発的に展開し、終了するようなものではなく、地域住民の日常に入り込み、日頃から意識されるようなものであることが望ましい。

よって、本研究では、『まちおこし』は、『地域の経済的活性化のみならず、地域住民の精神的活性化を伴う地域振興』である」と定義する。

「まちおこし」というと、設計事務所や地元企業の経営者など、比較的意识の高い人たちが取り組むケースが多く、地域住民にとっては、他人事になりがちである。

地域の活性化は、単に経済的な面だけをさすのではなく、「まちおこし」として展開されるさまざまな事業を通じて、その地域を地域内外に大いにアピールする。それにより、近年希薄化しつつある「地域の住民としてのアイデンティティ」の確立を目指す。これは、前述のとおりである。地域

住民たちがその町を誇りに感じられるような精神的活性化がおこなわれれば、そちらから経済的効果を得ることも可能であろう。その意味で、「地域の顔」となる「何か」をつくりあげていくことが、「まちおこし」といえる。「何か」というと漠然としてしまうが、それは、地域の立地条件や規模・文化などに起因するため、これをやれば必ず成功するというものはない。その地域の特色を最大限に発揮できるような町の「シンボル」になるであろう事業を展開していくことが、「まちおこし」の成功への近道である。

「まちおこし」は、その地域に住む住民たちが、自分の町に誇りを持ち、健やかに生活を送るといような、精神的な活性化をも含む。その発想から、たくさんの文化事業やスポーツクラブの設立が、「まちおこし」として展開されている。スポーツは、特殊な能力や知識などを特に必要としない上、老若男女に関係なく気楽に参加することができるからである。

また、少子化や教員の高齢化に伴い、学校で子どもたちが気軽にスポーツに接する環境がなくなりつつある中で、子どもたちのためにスポーツ環境を整えてあげたいというのもクラブチーム設立の理由のひとつである。

クラブチームといっても子どもを対象とするようなものから高齢者を対象とするものまで、さまざまな形態がある。これら全ての世代に対応するようなクラブチームが最善のものであろう。しかしながら、施設や運営規模の問題などがあり、ある程度のをしぼったクラブチームにする方が運営としてはスムーズにいくと考えられる。

そして、メインの対象を「小中高生（ジュニア）世代」にする。子どもたちが活躍する場をおとなたちが支えていく、またはそこに一緒に参加していくという形態である。そうすることで、子どもたちを地域のおとなたちが支えていけば、「子どもたちを地域全体で育てていく」というものも付加価値としてそのクラブチームについてくる。そこにも、地域住民の精神的活性化のひとつを見いだせる。さまざまな理由により、世代を決定することが大切であるが、本研究では、ジュニア世代にスポットを当てたクラブチームを「まちおこし」として利用することとする。

第2節 企業が抱えるジュニアクラブチームの批判検討

現在、運営が円滑におこなわれているジュニアクラブチームの大半は、企業やプロフェッショナルチーム（以下、企業チームと省略）の傘下にあ

るジュニアクラブチームである。トップリーグに所属する企業チームが抱えるジュニア育成のクラブチームであれば、もともとトップリーグに所属するチームというネームバリューがあるために、地域のシンボルとなりやすい。トップチームが、地域貢献の一環としてジュニア育成クラブチームを抱え、スポンサーからの収入などの一部を運営費にあてる。独自の施設、指導者、財源を抱え展開する。多少の問題は抱えているとしても、地域への認知度、規模などは、その他のクラブチームと比較にならないものである。現在スポーツを利用した「まちおこし」が成功している地域は、企業チームを抱えている地域といえよう。

しかし、前述のように、企業チームのジュニアクラブチームは、トップチームに次ぐ、二次的なものとしかならない。あくまでも「おまけ」としての存在である。希望する子どもたちが、全員参加できるわけではなく、セレクションなどにより、選抜された一部の子どもたちだけしか所属できないのも問題である。

そして、トップチームが存在する以上、ジュニア世代以外の地域住民が、そのクラブチームにかかわることは、不可能となる。トップリーグに所属する企業チームにとっての、第一目的は、「トップチームの勝利」であって、「地域貢献・地域振興」と「ジュニア育成」ではないのだ。多数の企業が、保有するスポーツチームを不況などの理由により廃部にしていることから、「地域貢献・地域振興」・「ジュニア育成」という目的が、第一義ではないことが理解できる。

さらに、トップチームがいる限り、ほとんどの地域住民は、「みる（応援する）」という形でしか、そのクラブチームにかかわることができない。

「みる」だけではなく、「やる」、「支える」といった多方面から、クラブチームに地域住民がかかわっていくことが、地域の活性化へとつながることから、企業チームがない地域でスポーツによる「まちおこし」をすることは地域振興へとつながっていく。

第3節 総合型地域スポーツクラブの批判検討

2000年に制定された「スポーツ振興基本計画」に規定されている「総合型地域スポーツクラブ」が、近年、精力的に設立されている。「総合型地域スポーツクラブ」の特徴は、多世代、両性、多種目、多目標などである。

また、その地域全ての住民が参加し、交流するような大規模運営を、住民主導により展開することなどもあげられよう。しかし、そもそも日本において現実可能な取り組みであるのか、疑問視される。

まず、「施設」の問題である。「多世代、多種目」と声高にうたっているが、地域住民のニーズに柔軟に対応できるほどの施設を抱えている地域がどれほど国内に存在するのか。これから建設をするコストやリスクを考えると、現存する施設をいかに有効利用するのかを考察する方が、現実的である。しかし、それすらも、公共スポーツ施設が、一部の利用者の占有を認めない方針をもつために、活動を不定期にしか展開できない。スポーツクラブとして成立させるためには、定期的な活動がおこなわれなければならない。

スポーツにかかわる行政とスポーツクラブが連携をとり、登録制度などを設け、優先的に施設を利用するなどの施策をとっていかなければ、スポーツクラブの発展は望めない。

過去に例のない地域に根ざしたクラブチームを創設しようとしているのに対し、奨励しているはずの行政側の動向が対応できていない。これは、今後地域に根ざしたクラブチームをつくっていくのであれば、早期に解決しなければならない大きな問題である。

次に、「多種目のスポーツを抱える」というところにも問題はある。前述のように施設利用の状況が、整っていない中、さまざまなスポーツを展開することは、まさに、「二兎を追うものは一兎を得ず」状態である。たとえ、施設の利用問題がうまく解決したとしても、多種目を展開できるほどのスペースを使うことはできないはずである。狭い施設の中で、多種目を薄く、広く展開することはできよう。だが、「総合型地域スポーツクラブ」のうたい文句のひとつでもある「ビギナーレベルからトップレベルまでが一緒に活動」することは、不可能である。

そして、運営上の問題である。ほぼボランティアに等しいクラブチームの運営を地域住民の一部ではなく、より多くの地域住民がかかわっていくというのにも無理がある。クラブチームとして、とどこおりなく運営をしていくとなれば、一部の専属職員が運営にたずさわるべきである。莫大な利益は必要ないとしても、運営に支障がでないだけの利益を生み出す団体でなければ、環境改善をおこなうことができない上、地域住民のニーズに

もこたえることができない。クラブチームに参加する会員は、趣味の一環としてかかわるとしても、クラブチームの運営は、趣味の一環として展開できるようなものではない。専属の職員を雇って、得た利益の中から給料の支払いをおこなうことで、その職員たちにクラブチームに対する責任と自覚が生まれる。そこから、よりよい環境づくりがなされよう。その専属職員たちを運営の中心に置き、地域住民の意見を取り入れながらクラブチームを展開していくことが、自然ではないか。

ここで再考してみる。「総合型地域スポーツクラブ」は、多世代、多種目でなければいけないかのようにうたわれているが、本当にそれが日本にあったクラブチームの姿であろうか。

海外で展開されているものを、そのまま国内に持ち込み、展開しようというところにまず問題があるのではないか。その国々には、それぞれの文化的地盤があり、その地盤にのっとったものを展開していかなければ、成功するはずがない。もともと地域のクラブチームとしての活動が活発であったドイツなどで展開されているような運営形態を、全くそのような活動が展開されていなかった日本に、そのまま持ち込むこと自体に無理がある。

「これが『総合型地域スポーツクラブ』だ」という「形式づくり」から先に入ってしまったがゆえに、あまりにもそれにとらわれすぎているのではないか。スポーツクラブとして、「地域に根付く」ことが、一番の目標であるはずが、いつの間にか目的と方法が逆転してしまっている。

「『スポーツ振興基本計画』に規定されている『総合型地域スポーツクラブ』」を設立するのか、「地域に根ざしたクラブチーム」を設立するのか。この二つは全く違うものであるにもかかわらず、混同されているのが現状だ。

地域に根ざしたクラブチームとは、その地域の文化やバックグラウンドなどに即したクラブチームであり、地域の特色を出す意味では、多種目である必要もなく、多世代である必要もない。その地域にとって一番展開しやすいクラブチームづくりがおこなわれるべきである。あれもこれもと欲張って、手を広げようとすれば、全てが中途半端になってしまい、結局は成功しない。

日本の施設利用状況や、これまでのスポーツの展開のされ方を基本に考察するならば、日本に即したクラブチームとは、「単一種目」である。ここ

で注意すべき点は、「単一種目」であって、「単一世代」ではないという点である。これまでの日本のスポーツ制度が、各年代で展開され、分断するという「世代別分断型」（山口、1998）状態であったがために、「単一種目=単一世代」と考えがちである。だが、ここでいう「単一種目」とは、「多世代、単一種目」である。種目をひとつに限りしているため、あまり広い施設を利用できなくとも、みなが同じスポーツを楽しむことができる。

多世代ではあれど、クラブチームの第一目標として、「小中高生世代をスポーツ選手として育てる（ジュニアクラブチームの育成）」ことを掲げる。それにより、子どもたちが、その地域の主役となることができる。また、そのジュニアクラブチームを地域が抱えることで、より多くの地域住民がそこにかかわることができる。それにより、少しでも多くの地域住民（おとな）が、子どもたちの育成にかかわることとなり、地域の活性化はもちろんのこと、ジュニアクラブチームの存在が、子どもとおとなの交流の場となれる。

上記のようなジュニアクラブチームであれば、「地域住民で支える」という側面が強くなる上、子どもの両親や地域住民もスポーツ活動に参加しやすい。企業チームであれば、子どもたちはスポーツに親しめても、大人は参加することが不可能である。

地域が抱えるジュニアクラブチームであれば、「支える」という立場からも、地域住民が積極的に参加できる。それによってたくさんの地域住民がそのジュニアクラブチームに対し、親近感や誇りなどを抱くことができ、そのジュニアクラブチームは、地域のシンボルとなることができる。

第2章 「Sports Performance Volleyball Club」（アメリカ）の事例研究

第1節 アメリカのバレーボールの運営形態分析

まず、なぜアメリカのバレーボールクラブチームを参考にするのかという点を明記する。アメリカは、独自のプロリーグを保有していないが、そのような中であっても、全米各地でジュニアクラブチームがさかんに展開され、なおかつナショナルチームも世界の強豪のひとつである。

ということは、文化の相違などはあるにしても、日本のVリーグがメジャーであろうとなかろうと、同様のクラブチーム運営ができるのではなかろうか。プロにつながらなくとも、クラブチームを隆盛させ、地域振興として成立させられる方法が存在すると考えられよう。

これから記述する内容は、特に断りがない限り、女子バレーボールについての内容である。アメリカは、男子バレーボールと女子バレーボールのシステムが違うため、よりメジャーである女子バレーボールを参考とする。

アメリカの学校スポーツは、シーズン制である。高校のバレーボールを例にあげると、「学校シーズン」は3ヶ月間、「クラブシーズン」は7ヶ月間、「オフシーズン」は2ヶ月間である。

「学校シーズン」、「クラブシーズン」共にシーズン中は、基本的に毎週末、公式戦が開催される。「学校シーズン」の公式戦のトータルが30試合前後に対し、「クラブシーズン」は、トータル100～120試合をおこなう。

また、一番大きな公式戦は、学校は州大会であるのに対し、クラブは、全米ナンバー1を争う。全国大会に出たいのであれば、クラブチームでプレーをしなければいけないのである。そこで活躍することが、選手たちの大学への足がかりとなるため、バレーボールを利用し大学進学を考える子どもたちは、クラブチームでみなプレーをすることとなる。

また、どちらにも属さないオフシーズンは、選手たちが、違うスポーツや休暇を楽しんだりする時間である。その一方で、更に競技のレベルアップを目指す選手たちは、このオフシーズンに開催されるクラブチームや大学が主催する「キャンププログラム」に参加する。

子どもたちは、州の法律で「クラブシーズン」以外でのクラブチームの活動は認められていないために、実際にクラブチームで選手たちがバレーボールに取り組むのは、7ヶ月間だけである。

クラブチームは、「学校シーズン」もオフシーズンに等しいので、学校の大会を主催し、クラブチームの体育館でおこなうこともあり、アメリカのバレーボール強化にとってクラブチームは、必要不可欠である。これからもわかるように、アメリカでは、選手たちがスポーツをやるのであれば、クラブチームにかかわる時間がもっとも長く、学校での時間、日本でいう部活動の時間は、あまり重要視されていない。日本との根本的にシステムが違うのである。

指導者をとってみても、学校のバレーボール指導者は、素人同然の人が多く、ほとんどが選手の強化をクラブチームに任せている。プライベートスクールでは、そのクラブ専属のコーチを雇っているところもあるが、ほとんどの学校は、日本と同じく、学校の先生がクラブの指導にあたる。たとえ専属コーチを雇ったとしても、短いシーズンのみの契約となり、そのコーチたちもまた、クラブチームでのコーチをすることがほとんどである。

少しでもチームを強くしたいと考える学校の指導者が、勉強のためにクラブチームの練習やキャンプを見学に来たり、クラブの指導者にチームをチェックしてもらったりすることからも、両者のレベルの差は歴然である。

子どもたちが、バレーボールを続けている理由は、単純明快である。それは、「大学へいくため」である。大学の費用までを親が面倒をみてくれる日本とは違い、大学の費用は自分で払うのが、アメリカでは一般的である。子どもたちは、高額な大学の費用を、スポーツのスカラーシップ（奨学金）によってまかなおうと考えている。そのために、日々バレーボールの練習に取り組み、大学への道を自分で切り開くのである。

よって、たった3ヶ月しか過ごすことのできない「学校シーズン」だけでは、たいした成長が望めず、州大会が最大では、大学のスカウトは短い期間に各州をみてまわることが不可能であるので、子どもたちに大きなチャンスがうまれない。そこで、みなクラブチームでプレーをするのである。

バレーボールのNCAAディビジョンI（大学トップリーグ）に所属する大学は350校あり、それぞれが12人のスカラーシップの枠を抱えている。しかし、4学年で12人であるので、用意されているスカラーシップの人数は、希望する高校生たちの数から考えると、非常に少数といえよう。

また、クラブチームでのプレーがポピュラーであるアメリカでは、「スポーツはお金がかかるもの」との共通認識がある。それゆえ、ある程度、生活に余裕のある人たちが楽しむものが、スポーツなのである。

しかし、ただ払うばかりではなく、自分が努力した結果として、大学からのスカラーシップという形で、お金が戻ってくる。スカラーシップを得られる選手は数多くはないが、自分の努力次第で得られる可能性が高まるという意味では、試合に勝つこととは違う目的意識も持つのである。いわば、将来の自分への「先行投資」としてクラブへのお金を払うのである。その意味では、我々が考えているほど、彼らには、お金を払うことに対す

る抵抗はない。

当然であるが、子どもたちや親は、払っているお金同等以上の環境やサービス、結果などを求める。支払った金額に値するものを得て当然だからである。クラブチーム側もそれを理解しているので、選手たちや親に満足してもらえるようなサービスなどを提供することに誇りを持っている。

それに対し、日本人には、「スポーツは無料」との共通認識がある。学校での部活動が選手たちには大きなスポーツの場である。自分の用具以外にお金をほとんど使うことなく、スポーツを続けて成長していく彼らは、「スポーツは、お金をかけるものではない」と考えるのである。近年、不況などの理由により、以前よりは負担する金額が増えたとはいえ、大会スポンサーの企業からスポーツ用品を提供してもらったり、あるいは、学校が全て物資を買い揃えたりするなど、選手たちは、まだまだ無料に近い状態で利用できている。

支出ばかりが少ないのではなく、収入もまた少ない。大学に推薦で入学できたとしても、スポーツでお金を得る選手は、さほど多くはない。得られたとしても、それは学費免除が最大なものであり、アメリカのスカラシップのように、学費のみならず、生活費をも含むような多額のお金を得ることはない。日本では、スポーツによって、お金を払うこともあまりなければ、得ることもさほどないのである。

だが、「地域に根ざしたクラブチーム」を設立、普及していくには、この「スポーツは、お金をかけるものではない」という感覚をかえていかなければならない。なぜならば、クラブチームの運営には、お金がかかるからである。ボランティアでは、大きな責任を持たせることができない。特定非営利活動法人（以下、NPO と省略）という選択肢も存在するが、NPO では、運営にかかる最低限の利益だけしか生み出せない。それは、NPO にかかわる人たちが、違う仕事で収入を得なければならないということである。

クラブチームの運営だけで収入を得ている人たちとは、明らかに仕事に対するモチベーションに差がある。お金がかからない分、責任もなく、提供されるサービスの質が落ち、それに伴い、客足が遠のいていく。たとえ、そうなったところで、もともと、それによる利益が存分にあるわけではないので、NPO がつぶれてしまっても、職を失う人はいない。極論になるかもしれないが、逃げ道を確保した状態で、活動をおこなっているのが、NPO

といえよう。

運営形態として、NP0は、あくまでも趣味の延長上にあるのに対し、「まちおこし」として成立させるクラブチームは、ビジネスとしても成功しなければならない。そこで、「NP0」ではなく「営利法人」として設立することが望ましい。「クラブチーム」と「選手」との関係は、「サービスをする側」と「受ける側」なのである。その両方で成功しているのが、「SPVC」というバレーボールクラブである。

第2節「Sports Performance Volleyball Club」概要

「SPVC」は、1981年、Rick Butler氏により設立され、現在は、イリノイ州のオーロラに本拠地を置いている。1981年以来、「SPVC」は「AAU」、「USAV」という全米のクラブチームにとっての二大トーナメントのタイトルを、あわせて59も獲得するなど、全米ナンバー1といっても過言ではないクラブのひとつである。

現在、「SPVC」では、総勢1,000名を超える選手たち(88%が女子)が練習をおこなっている。チームの構成としては、12歳以下をビギナーズレベルとし、18歳までの7つのレベルに分かれ、1学年60名以上で構成されている。それぞれの学年が複数のチーム(10～16チーム)を抱え、全チームを合わせると100チーム以上の規模となる。

また、イリノイ州ブルーミントンにも体育館を抱えており、そこでは姉妹チームが練習を行い、40チーム400名以上が日々練習に励んでいる。

18歳の中のトップチーム(以下、18's エリートと省略)が、試合数や遠征の数も一番多く、チームの顔といえる。

下のレベルの選手たちは、隣のコートで練習をしている18's エリートの選手たちに憧れのまなざしを持ちながら、日々練習に取り組むのである。18's エリートの選手たちは、国内での試合のみならず、現在までに日本や中国・ヨーロッパ・ドミニカ共和国などで、16回ほど国際合宿もおこなっている。

「SPVC」は、設立当初から素晴らしい施設があったわけではなく、1984年から1990年までは、閉校となっていた体育館(バレーボールコート4面設置可能)を借りて、練習をおこなっていた。この間は、行政と連携を取り、年間契約で体育館を借りきっていた。

1990年に、閉校していた学校が、再開されるとの通知を受け、1991年2月にバレーボールコートが4面設置できる体育館を建設。1994年には6コート設置できるように体育館の拡大をした。

たゆまない努力の結果、短期間のうちに選手たちが全国大会で活躍し、結果を残すと共に、NCAAディビジョンIなどのスカラシップを得るレベルにまで上がってきた。それに伴い、2004年に新たに設立した体育館は、イリノイ州オーロラにあり、「Great Lakes Volleyball Center」(以下、GLCと省略)と呼ばれ、バレーボールコートが常時8面設置されている。200m²ほどの充実したトレーニングルームに治療専用のトレーナールーム、選手たちのみ利用可能なロッカールームなどが、選手たちのために用意されている。他にも、可動式の客席や独自のスポーツショップを一階に抱え、二階には、アウェー選手の荷物棚やフードコートのみならず、テレビゲームまでもが用意されている。また、選手たちにトップ選手としての自覚を持ってほしいとのButler氏の考えにより、常にエアコンを入れた快適な状態で練習をおこなうのも特徴のひとつである。

また、1991年に設立した体育館を他のクラブチームに売却し、前述のようにイリノイ州ブルーミントンにある体育館は、バレーボールコートが常時5面利用可能である。

SPVCの年会費は、15～18歳のビギナーレベルからエリートレベルまで、600～1,875ドル(7万800～22万1250円)²⁾となる。これは、12～7月までの7ヶ月に及ぶクラブシーズンにおける週5日間の練習のためのものである。一見高そうに感じられるが、両親は喜んでお金を払うという。SPVCは、イリノイで無比のバレーボールクラブである。これまで400人以上の卒業生たちに対し、130以上の大学が2億ドル(236億円)以上の奨学金を支払っている。

スカラシップは、年間2万～3万ドル(236万～354万円)ほどで、大学の学費のみならず、生活費までが含まれる。大学進学をすれば、その金額が入ってくことを考えるならば、決して高い年会費ではないのである。クラブオーナーのButler氏の言葉を借りると「このクラブは大学と選手たちが両方とも得をするために存在する」ということになる。

「オフシーズン」、「学校シーズン」は、クラブチームとして、選手たちを集めての活動ができない。そこで、GLCを利用し、プライベートレッス

ンやユースクリニック、ユースプログラム、コーチングクリニックなどをおこなったり、大人向けの大会を主催したりする。

また、男子と女子では、バレーボールのシーズンが違いため、女子のオフシーズンに男子クラブチームのトライアウトや練習、公式戦をおこなう。

プライベートレッスンは、1 時間単位で、選手たちが希望するポジションの練習をコーチが専属で指導する。このプライベートレッスンは、「SPVC」に所属しない選手の参加も多い。プライベートレッスンは、多い日で50人以上を受けることもあり、専属コーチたちは、終日その指導に当たることとなる。

「学校シーズン」には、近隣の小中高校、それぞれ対抗のトーナメントをGLCで開催する。

その他にも、学校の練習をまわったり、選手が進学希望大学に送付するリクルート用のDVDの作成をしたりと、オンシーズンでなくとも活動の幅は広い。

第3節 日本のクラブチームに利用可能な活動

夏季の「オフシーズン」に集中しておこなう「キャンププログラム」は、クラブチームにとって、非常に大切な活動のひとつである。この「キャンププログラム」は、近隣の大学のドミトリと体育館を貸しきっておこなったり、他地域へ出向いていき、その周辺の選手たちを集めておこなったりと、さまざまである。

「キャンププログラム」は、毎年7月から8月にかけて開催され、2006年は全部で50回おこなわれた。ひとつのキャンプでの募集人数は、40～160人と大きく幅があるものの、すべてのキャンプにおいて募集以上の人数が集まっている。昨年は、「キャンプ参加総数2,500人」であった。この数からしても、このキャンプの人気の高さがうかがえる。

集まってくる選手たちに対して、常勤コーチが必要数いないので、「キャンププログラム」期間中は、選手たちのコーチとして、近隣の大学のバレーボール選手や毎年依頼している非常勤コーチなどを利用している。中には、自分からコーチをやりたいとアポイントをとってくる人もいる。

日本では、「キャンプ＝合宿」となり、ほとんどは各学校のチームが集まって練習試合を繰り返すことで、その日程のすべてを消化してしまうが、

この「キャンププログラム」は違う。

各ポジションのスキルごと（セッター、アタッカー、リベロ、オールスキル）にキャンプを区別し、それぞれに該当する選手たちが自分から申し込むのである。よって、規模の大きなキャンプは、同じポジションの選手たちが、全米から多数集まってくる。選手たちは、数日間かけて基本的なスキルや応用のスキル、机上での戦術学習など、多岐にわたるプログラムをこなす。その結果、彼らには、最終日には、はっきりとみてとれるほどの成長がある。

アメリカのキャンプは、夏季シーズンのみおこない、時間も短く、無駄にできないので、朝・昼・夜の三回にそれぞれ二～三時間の練習が組まれ、一日に選手たちが1,000～3,000回近くボールに触れることを目標としている。一度に全員がボールに触ったり、多数のコーチを利用したりすることで、極力待つ時間を短くする工夫もなされている。チームキャンプでさえ、レギュラーだけが練習することをさけるために、試合もどんどんメンバーを組み替えたり、時間ごとで、ゲーム相手をかえたりなど、参加者全員のレベルアップを第一としている。

これを「まちおこし」へつなげることが可能ではないか。不特定多数の子どもたちを「キャンプ」としてその土地に集め、集中的にバレーボール指導をおこなう。ビギナーレベルからトップレベルに対応したさまざまなプログラムを用意し、それに応じたセッションを組み、地域のコーチたちが、指導をおこなっていく。旅行会社や観光協会、商店街のみならず、行政もがかわり、地域全体でこの「キャンププログラム」を成功させることが、「まちおこし」のイベントとして利用できよう。日常の活動だけでは、地域振興のアピールとしてはそれほど強いものではなく、このように一定時期におこなうイベント的活動が重要となり、短期集中的におこなうからこそ、地域がより強固に結びついた活動を展開できる。

そして、「SPVC」に限らずアメリカでは、キャンプ最終日に、参加者全員に練習で利用したボールや、記念品となるTシャツが配られる。Tシャツには、「SPVC」の名前とともに「このキャンプを耐え抜いた(I survived)」などのプリントがほどこされ、そのTシャツを練習や試合会場で着ることが、選手たちの誇りのひとつとなっている。Tシャツを着ることで、どのどういうキャンプに自分が参加したのか、無言のアピールをするのであ

る。そのくらいにキャンプに参加することは、レベルアップを目指す選手たちにとって、ごく当たり前なのである。

この「Tシャツ配布」なども、「まちおこし」を展開するにはいいヒントとなる。「Tシャツ」ではなくとも、キャンプ終了時に地域の特産品などを記念品として配布してもよいであろう。ただ、飲食物だけを配るのであれば、形として残らないので、長い間印象に残りにくいため、あまり推奨できない。やはり練習でも利用できる「Tシャツ」など、実際の生活にも活用できるものを記念品として配布することが望ましい。

また、施設利用に関しては、G L Cをオフシーズンに19時から22時までは、コートを一一般に開放するなど、「SPVC」に属する選手たちのみならず、地域のシニアチームなども多数利用している。日本で公共の体育館を利用するということであれば、1時間利用したとしても、その前後に準備の時間、後片付けの時間などがあり、1時間まるまるバレーボールをプレーすることができない。

しかし、G L Cは、バレーボール専用の体育館であるので、常時8面にバレーボールコートが設置されており、利用者は即コートを利用できる。開放している間、個人利用者には、時間制限なく一人5ドル（590円）のみで利用ができ、集まった人同士でチームを組み、試合を行う。

チーム利用の場合、コートの利用料は、日本の公共施設では、1コート1時間の利用料金がだいたい1,000円から1,500円くらいであるのに対し、「SPVC」では、1コート1時間40ドル（4,720円）と少々割高に感じられよう。

だが、アメリカでは、ゲームをするために体育館を利用するので、日本のように1チームで1コートを使うことはなく、そこから考えると1チーム1時間20ドル（2,360円）となり、1時間完全に試合を楽しめて、審判までもついてくれるとなれば、かなりの格安となる。

そのため、利用可能な3時間は、常にコートがあまっていることはなく、定期的に利用するシニアプレーヤーたちによるリーグ戦なども開催されるなど、「SPVC」は、非常に地域に根付いている。

このようなクラブチームが、「スポーツ振興基本計画」に規定されている「総合型地域スポーツクラブ」としては、理想である。

しかし、日本国内にここまで素晴らしい施設を抱えているクラブチーム

は存在せず、現時点では、施設を開放して、そこから収入を得たり、地域と連携したりということは不可能である。クラブチームは多数存在するが、他社に依存せず、独自で成り立っているクラブチームはないといえる。ということは、施設開放については、ある程度クラブチーム運営が円滑におこなわれ、施設を抱えてからの話となるので、初期段階でこれをおこなうのは不可能であろう。

独自の施設を抱えることが不可能であるとしても、定期的に施設を利用できるクラブチームは徐々に増えつつあるので、その活動のみならず、「キャンププログラム」のようなクラブチーム外へと発進するようなイベント的活動を展開することで、クラブチームと地域の連動がなされ、地域振興へとつながる。

第3章 ジュニアバレーボールクラブチームで「まちおこし」

第1節 日本におけるクラブチームの必要性

「SPVC」のクラブの運営は、素晴らしいシステムの上に成り立っているが、このシステムをこのまま日本で成立させることは不可能である。

なぜならば、根本的な運営形態が、日本とアメリカでは違うからである。

まず、アメリカの大学が支払うようなスカラシップが、日本には存在しない。日本でクラブチームを設立したとしても、そこに参加する選手たちは、お金を払うことはあっても、お金を得ることはないのである。「スポーツ＝無料」という意識で、学校スポーツという教育の場を中心に発展してきた日本にとって、プロでない選手がスポーツをおこなった代償として「お金を得る」というのは、非常にダークなイメージとなる。自分は、お金のためにスポーツをやっているのではない、自己鍛錬のためにやっているのだと。

しかし、アメリカでは、学校の体育館でさえ、そのスポーツのリーグやトーナメントを支えるスポンサーの広告が掲げられている。大会の運営は、コストがかかる。そのコストを支えてくれるスポンサーが、大会で利用する体育館に広告を掲げる。これが学校以外の体育館と考えれば、なんら不自然なことではない。

日本とアメリカのスポーツに対する意識の違いは、アマチュアリズムと

プロフェッショナリズムの違いに近いといえよう。その意識の違いを認識しておかなければいけない。

日本にとって、「学校」とは、社会から特別に隔離された場である。それを、スポーツの振興のためにという理由で、根幹からかえていくことは不可能である。あくまでも学校の中にスポーツ部活動があるわけであり、スポーツが学校より先行することはない。

現に、少子化による生徒数の減少や教員の高齢化に伴い、多数のスポーツ部が廃部となっていていっている。スポーツが学校の中で優先されるようであれば、このようなことはおこりえない。

そこで、学校のスポーツ部活動にかわり、スポーツを普及していく大切な存在となるのが、地域に根ざしたクラブチームである。今後のスポーツ振興などを考えるとクラブチームはなくてはならない。そのクラブチームが、現在まで地域に根付いてきていない大きな理由は、学校部活動である。

あまりにも大きな活動の場として、学校部活動が存在してしまったがゆえに、これまで地域のクラブチームは、存在する必要がなかったといっても過言ではない。クラブチームが、発展する場がなかったのである。しかし、教員の高齢化に伴う指導者不足、少子化の影響による廃部などにより、子どもたちがスポーツをやりたいくてもやる場所がなくなってきている。学校部活動だけでは、それに対応することが難しい状況になりつつあるので、「スポーツ振興基本計画」などにより、現在急ピッチでクラブチームづくりがおこなわれているのが現状だ。このことからわかるとおり、日本で今後スポーツシーンを増加していくためには、クラブチームの存在が不可欠となるであろう。

第2節 ジュニアバレーボールクラブチームの振興による「まちおこし」の構想

前述のように、クラブチームが、活動をしていくにあたり、最も重要なものは、「施設」である。どんなに素晴らしいコーチや選手が集まったとしても、活動する施設がなければ、クラブチームは成立しない。逆は、可能である。施設があれば、コーチや選手のレベルが低くとも、活動は続けていける。

よって、クラブチームには、定期的に使える施設が必要となる。しかし、単独チームで、専用の体育館を抱えるのは難しい。「SPVC」でさえ、当初は廃校を利用し、10年後にようやく独自の体育館を作り上げたのである。最初から、チームで施設を抱えるのは、よほどの資金を抱えているチームでなければ不可能である。

更に、16歳から自動車の運転が認められているアメリカでは、ある程度離れた地域へも、高校生が自動車で行くことができる。それにより、少し離れた廃校の体育館でも、みな不自由することなく、集まって練習することができる。日本では、それも不可能だ。選手たちが集まりやすいような立地条件に定期的に使える施設が必要なのだ。

学校では、放課後それぞれの部活動がおこなわれ、その後、利用するとしても、教員や関係者が最後まで立ち会わねばならず、その負担を考えると、快く貸してくれる学校は少ない。

やはり、市区町村が運営する体育館を利用するというのが、一番合理的である。だが、それにも少々問題がある。ほとんどの体育館では、利用希望団体が多く、毎月抽選という形が一般的で、利用できる時間帯、日程などが不定期である。活動が不定期では、クラブの運営はうまくいかない。

ここで、クラブチームが地域と密着する必要性が出てくる。単体のクラブチームであれば、優先される理由はないが、市区町村と手を組み、「まちおこし」の一環として、クラブチームを展開していくのであれば、優先的に体育館を利用できる理由ができる。毎週数回、同じ時間に体育館の一角を使えるように年間契約をし、そこを利用する。

定期的に利用できる施設を確保できれば、クラブチームの活動はスタートできる。

そして、クラブの設立当初は、核となる種目をひとつにしぼり、運営をしていき、その中で、レクリエーションとして、他のスポーツをおこなっていくことが、円滑な運営へとつながる。その運営には、限られた関係者だけが携わっていくのでは、地域振興へはつながらない。運営をリードする専門職員は必要であるが、より多くの地域関係団体、地域住民がかかわれるように、地域に開かれたクラブチームでなければならない。

しかし、日本は、まだクラブチーム数が少なく、それと共に参加できる大会の数も少ない。クラブチームのための基盤が、日本には設立できてい

ない。この点が早急に解決されなければ、クラブチームの発展は望めない。学校のスポーツ部活動が徐々に廃部になってきたとはいえ、全国的にみれば、いまだ多数のチームが存在している状態であるので、スポーツの関係者は、現状維持で満足している。現在抱えている問題点を改善していくことが、そのスポーツの発展につながるので、次世代を見据えた改革をおこなっていくことが大切だ。

第3節 ジュニアバレーボールクラブチームの振興による「まちおこし」の地域振興効果

JVC の活動は、バレーボールを指導するコーチ、運営者、そして参加する子どもたちがそろえば展開できる。しかし、そこには、子どもたちの保護者を代表とする地域のおとなたちがかかわることを忘れてはならない。その地域のおとなたちを巻き込んだ形で運営をおこなう形式をクラブチーム当初から形成していれば、そのクラブチームが地域に与える効果は大きなものとなる。

行政とのつながりをもつことで、施設の利用が優先的におこなうことにつながり、観光協会とつながることで、キャンプやバレーボールクリニックなどイベント的活動の支援（宿泊や特産品などの優遇）をしてもらうなど、地域振興と JVC の活動がリンクする場面は多々ある。

ただ、「支える」というかかわり方だけでは、地域のおとなにとってそれほど、身近に感じられるとはいいがたく、おとなも「やる」というかかわりを持てるように、バレーボールを楽しむ場面を多く取り入れる必要がある。そうすれば、子どもたちのためだけのチームではなく、おとなも自分のチームだというアイデンティティが生まれ、より積極的な活動参加が見込まれる。クラブチームの大会などが少ないのであれば、そのクラブチームが中心となり、世代別に分断されたものではなく、「おとな対子ども」や「世代を超えたチーム対抗」、「家族対抗」など、小規模ならではの大会を主催、運営する。自らつくりだし、そこでたくさんの人が交流をおこなうことで、経済的活性化以上に地域住民の精神的活性化がおこなわれる。

日常の「JVC」の活動を主軸におき、イベントとして、キャンプや大会主催を定期的におこなっていくことは、経済的な活性化のみならず、地域住民の健やかで明るい生活を支える一端となろう。

結章 まとめ

JVC を「まちおこし」として展開していくことは、可能である。しかし、そこには、早急に解決されなければならない問題が付随していることを見過ごすことはできない。しかし、大小に問わず、なんからの問題をどの競技も抱えているのは当然であり、だからこそ、さらにその競技が発展する余地があるといえる。その意味では、多様な問題を抱えてはいるものの、バレーボールは、地域に密着したスポーツとして展開できるといえよう。地域に根ざした JVC を設立し、そこにさまざまな地域関係者がかかわることで、地域住民の精神的、経済的活性化がおこなわれることが想像できる。

本研究においては、JVC による「まちおこし」の概念定義などが主要な部分となり、更に経済的効果よりも地域住民の精神的活性化に焦点をしばり展開したので、具体的な経済効果や実際に応用できる場面などについては、不明瞭な点があり、今後これらを明らかにしていくために更に研究を続けていくこととする。

引用・参考文献

- 1) 加藤良一 (1998) : 地域スポーツの進行に果たす学校の役割
- 2) 黒須充・水上博司監修 (2002) : ジグソーパズルで考える総合型地域スポーツクラブ、大修館書店
- 3) 黒須充・矢崎弥 (1991) : スポーツと地域振興に関する研究
- 4) 黒須充・矢崎弥 (1998) : スポーツによる町づくりと住民の反応
- 5) 黒須充 (1997) : 地域スポーツクラブの定着に向けて、「スポーツと健康」29 巻 10 号、34-37
- 6) 文部省体育局生涯スポーツ課 (1997) : 地域スポーツクラブの育成と地域活性化に関する調査について、「スポーツと健康」29 巻 10 号 38-41
- 7) 日本体育・スポーツ経営学会編者 (2002) : テキスト総合型地域スポーツクラブ増補版、大修館書店
- 8) 佐藤理・黒須充 (1998) : 福島県西会津町における健康・スポーツ・コミュニティ活動に関する調査研究 その 2 - 健康とコミュニティ活動に着目して -
- 9) 須田直之 (1992) : スポーツによる町おこし - その社会学的基礎、北の街社

- 10) 高橋良光 (1997) : 生活圏に密着したスポーツクラブ、「スポーツと健康」29 巻 10 号、42-45
- 11) 武隈晃 (1998) : 地域住民の視点に立った学校体育施設の効果的な運営、「スポーツと健康」30 巻 8 号、31-34
- 12) 山口泰雄 (1998) : 地域社会の活性化とスポーツクラブ、「スポーツと健康」30 巻 12 号、7-10m