

ビジネスコーチングにおけるスポーツ言説の意義と効果

スポーツクラブマネジメント研究領域

5024A305-0 末国 愛里

研究指導教員: 武藤 泰明 教授

「背景と問題意識」

1990年代のバブル崩壊によるオーナー企業の経営悪化によって、国際的な競技力向上や選手のキャリア形成にプラスの影響を与えてきた世界的にも類を見ない我が国の企業スポーツの枠組みは大きく変化した。

企業運動部の休・廃部にともない、選手が引退後に社業に入る仕組みが崩れはじめ、アスリートのセカンドキャリアの問題が浮き彫りとなった。日本プロサッカーリーグの「Jリーグキャリアサポートセンター」の設立を皮切りに、日本オリンピック委員会も「JOC セカンドキャリアプロジェクト」などがスタートした。しかし、主要な支援策が実施されてから10年以上たった現在もアスリートのセカンドキャリア問題に効果的に作用しているとは言い難い。

これまで実施されてきた支援は就労支援やキャリア発達の視点からの取り組みであり、アスリートの現役時代に培った経験を業務に反映させたものはほとんどない。荻野(2007)は、企業がアスリートを雇用する価値として表1の3点を指摘しているが、これらはいずれも、現役アスリート(指導者含む)のアスリートとしての価値であり、企業が行なっている事業に対してもたらされる価値ではない。

「人事労務管理」	従業員の一体感や士気の向上
「広告宣伝」	知名度やイメージをアップ
「社会貢献」	地域貢献や競技振興

表1 荻野勝彦: 企業スポーツと人事労務管理、日本労働研究雑誌 No564, pp69-79, 2007 をもとに著者作成

また、競技を引退した「もとアスリート」が企業に提供する価値としても不十分な考察しかなくされていない。

そこで、スポーツ界ではなくビジネス界でスポ

ーツ体験を有用な資源として活用し、キャリアを重ねていくことが可能ではないか、との課題意識が芽生え、研究を進めることとした。

本論文ではアスリートのセカンドキャリアの類型を整理し、スポーツ体験を語る事(以降スポーツ言説と呼ぶ)の有効性について分析していく。

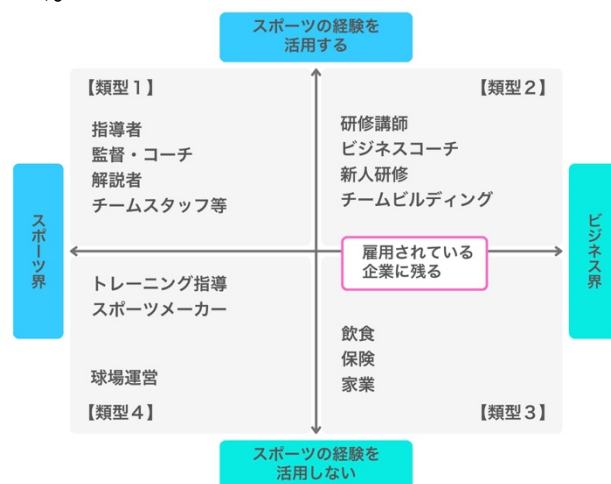


図3 セカンドキャリア4つの類型 武藤(2023)をもとに著者作成

「目的」

アスリートがセカンドキャリアへの移行をスムーズに進めるためには、何が不足しているのか、または何を補う必要があるのか、という従来の視点ではなく、アスリートが経験している体験や既に習得しているヒューマンスキルなどをビジネス界で活用できる有用な資源として考えていかなければならない。そのため、まずはアスリートのセカンドキャリアの類型を整理し、スポーツ体験を語る事の有効性を明らかにしていく。図3は「スポーツ界での就労」と、「ビジネス界(スポーツ以外)での就労」という視点と、スポーツにより習得したスキルや体験を「活用する」「活用しない」という二つの軸で分類している。

スポーツ界での就労としては、類型1と類型4である。類型1は、スポーツ経験を活かし指導者として、監督やコーチ等としてチームに関わるものや、試合の解説などで活躍するものである。一般的なセカンドキャリアとしてイメージしやすく、アスリートの最も多くが希望するセカンドキャリアではあるが、就労機会の数は不足している。

類型4は、スポーツ経験は活かさず、選手時代に構築した人脈等を活かしアスリート経験と親和性が高い業務に従事する。スポーツメーカーやトレーニングジムなどへ就職するものなどがこれに含まれる。

ビジネス界での就労としては、類型2と類型3である。まず類型3ではスポーツ経験を活かす事なく、スポーツとは関係のないビジネス分野で新人社会人として働くケースなどである。現役アスリート時に所属していた企業へ残る場合などもこれに含まれる。

一般的なキャリア支援では類型3に進むことを想定した支援が多くみられる。そして、ビジネス界でスポーツ経験を活かす類型2であるが、これはこれまでほぼ見られない。しかし、現在セカンドキャリアの成功例として評価されている著者自身のキャリアはこの類型2に分類される。そこで、本論文では今まで、これまでほぼアプローチされてこなかったビジネス界でスポーツ経験を活かす(類型2)効用について考察していく。

「方法」

著者自身がアスリートとしての体験を有用な資源としてどのように「ビジネスコーチング」に活用しているかを振り返り、コーチングスクールの受講生のアンケート記述からその有用性を定性的に考察していく。続いて、有効性を計る指標として、「スポーツの言説」のビジネスへの転用可能性について受講生のアンケート調査から定量的に分析していく。アンケート対象の

受講生は著者のビジネスコーチングの受講生かつ Facebook 上の任意の勉強会グループへ登録している卒業生 100 名とし、Google フォームを使用したアンケート調査を実施した。

「結論」

第4章の表4で明らかなように、著者の体験講座からクラスAへの進級率は他の講師に比べ高い。体験講座は講座受講への入り口という役割を果たすため各講師が最も重要視し工夫している講座であり、スポーツ言説を用いてコーチングの有用性を伝える著者の体験講座での進級率が高いことは、スポーツ言説のビジネスの転用可能性の高さを示唆している。スポーツ言説は実際に体験したアスリート以外が語る転用の可能性は限られており、アスリートのビジネス界に適用できる希少な資源の一つであると言える。ただし、半数以上の受講生がスポーツではなく他分野の表現に置き換えて自己開示していることからスポーツ言説は受講生自らの体験を語るための契機として有効であるとする。これらの実証はアスリートのセカンドキャリア開発には第2章の表3の「競技歴(キャリア)をポジティブにとらえ、ビジネスでの強みを発揮するためには類型2へのアプローチが必要である」、とする本論文の主張を裏付ける結果となった。

「考察」

本人が語るスポーツ言説をビジネス界での有用な資源と捉え、スポーツ体験を切り捨ててビジネス界でセカンドキャリアを積み重ねるのではなく(図3・類型3)、スポーツ言説を活かすなどアスリートの体験や資源を直接活用できる図3・類型2へのアプローチが必要であり、そのためには企業もアスリート自身もスポーツ言説の希少性をもっと評価していかなければならない。