

若者にパラリンピックの興味・関心を広げよう

江戸川大学 社会学部経営社会学科

小林至ゼミ チーム B

足立優介 貝塚明日美 篠原和輝 柳澤妃 金井佑斗 有坂龍乃介

1. はじめに

2020年、東京でオリンピック・パラリンピックが開催されることが決まり、日本におけるスポーツに対する注目・関心が一層、高まっている。先日行われていたサッカーワールドカップアジア最終予選や、野球のWBCなどにおける盛り上がりもその流れと言っていいただろう。ところが肝心のパラリンピックは、注目度がそこまで高くないのが現実である。

せっかくオリパラなどという呼称でオリンピックとパラリンピックは同列に扱われているのに、その関心度は一向に上がってないように思える。とても残念だがまだまだ時間はある。これからの三年弱の間に、何とかパラリンピックに対する関心を喚起すべくいくつかの提案をしてみたい。

2. 目的

若者に向けて今回の政策を行う。若者に絞った理由として、これからの将来を担う若者がパラリンピックに対する意識を変えることがこれからのパラリンピックの向上に必要なと考えた。そこで若者にアンケート調査を実施し、どうすれば興味・関心が出るのかを調査する。

3. アンケート調査

今回、上記の理由から若者に絞る。

調査目的は、パラリンピックへの興味・関心の度合いを調査する。

調査対象者は、江戸川大学の学生。

調査人数は、100人。

男(53) 女(47)

(1) 調査内容

- (ア) パラリンピックを知っているか。
- (イ) なぜ知っているのか。
- (ウ) パラリンピックを見るか。
- (エ) どうすればより興味、関心が出るのか。

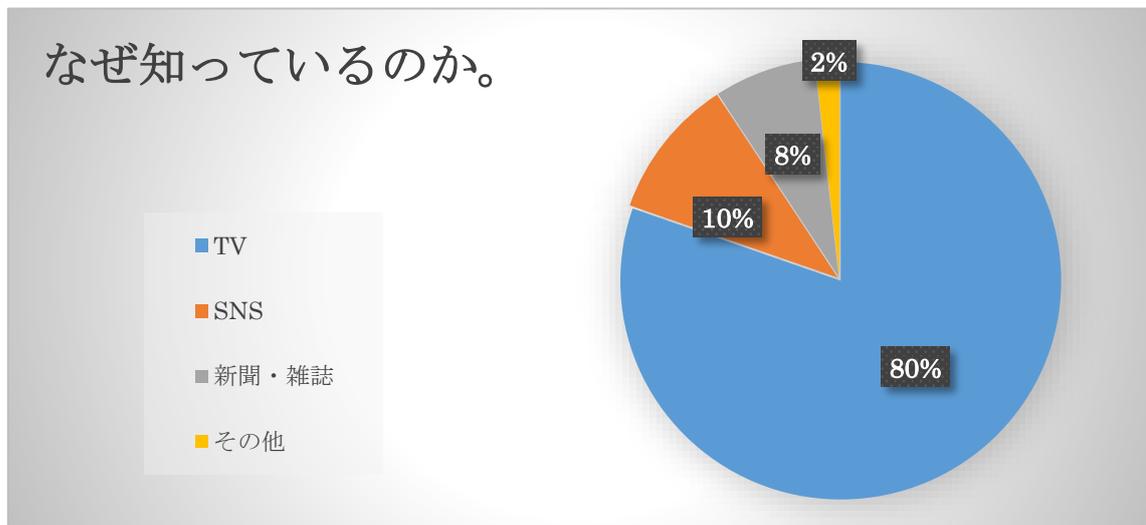
4. アンケート結果

(ア) パラリンピックを知っているのか。



上記の調査でわかったことは、意外にも多くの人パラリンピックを認知していることがわかった。

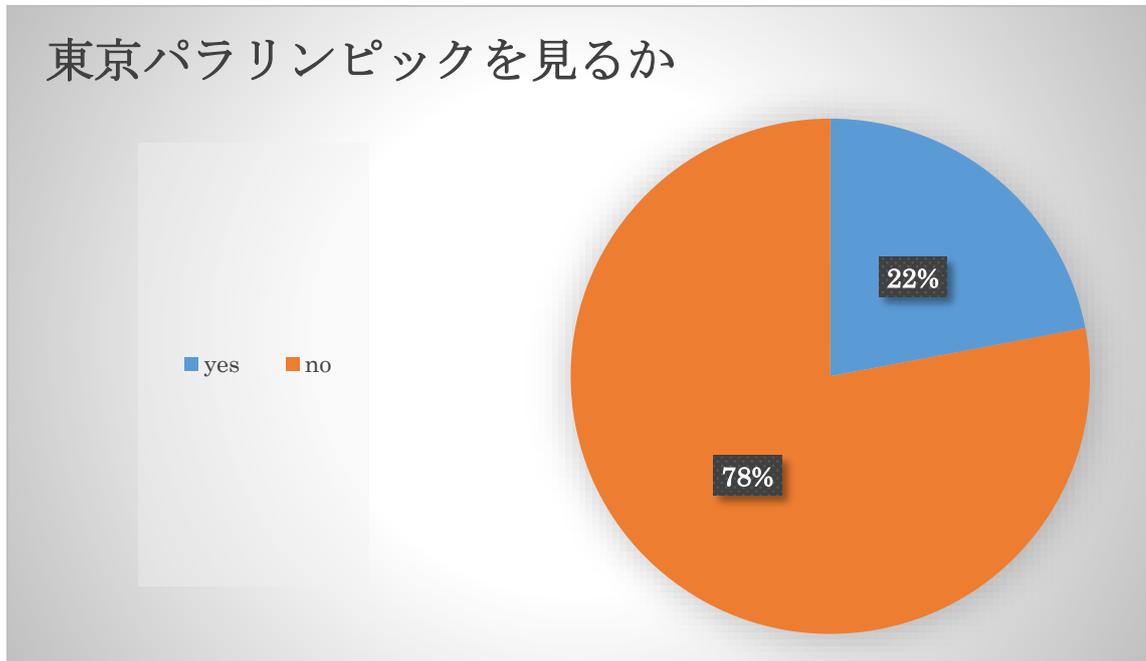
(イ) なぜ知っているのか。



上記のグラフから読み取れるのは、TV で知ったものが圧倒的に多いということだ。TV で知ったと言っていた人によれば、オリンピック期間中に行われる広告を見た、CM でパラリンピックの選手を見たからなどの意見が寄せられた。

SNS で知ったという人は、インスタグラムやツイッター、フェイスブックなど若者ならではの回答が多く見られた。次に新聞や雑誌が多かった。スポーツ雑誌で取り上げられていたのを見たという意見があった。最後にその他の意見として、友達にパラリンピックをやっている人がいるやバレーのパラリンピック選手と一緒にプレーしたためなどの意見があった。

(ウ) 東京パラリンピックを見るか。



パラリンピックを見るかについて、上記の調査を見てみると、たとえ TV で放送されていたとしても、見ないという意見が多かった。つまり、広告や宣伝などを通して、知っていることは知っているが、わざわざそのプレーを見ようというところまではいっていないことがわかった。

(エ) どうすればより興味・関心が出るのか。

今回のアンケートのなかで、わたしたちは意見の多かった、以下の 3 点に着目した。

- ・健常者が、パラリンピックで行われているスポーツを体験する機会があればよいのではないか。
- ・若者が、身近な形で認知できるようにすればよいのではないか。
- ・若者に身近な商品とコラボして、宣伝してはどうか。

5. 政策

では、この 3 つ、どうやって実現させるのかについて、考察を加えてみたい。

(政策 1) パラリンピック選手に、小学校・中学校・高校に来てもらう。そうすることで、パラスポーツがどのようなものか、間近で見て、体験することが可能になる。

この政策 1 は上記のアンケート調査をもとに考えた。この取組は既に行われていることだが、調査を見た限り、パラリンピックがどのようなものなのか、意識の浸透が十分でないのは明らかである。より多く、パラリンピックを実際に体験してもらうためには、パラリンピアンによる学校訪問をもっともっと増やす必要がある。

また、先生方や地域住民も参加してもらい、より多くの人に知ってもらう努力も必要だろう。また、その際の戦略として、スポーツが強かったり、東大にたくさんの学生を送り込んでいるような、いわゆる有名な学校を選んで訪問するのも一手だろう。パラリンピック選手が訪問した際の様子をニュースなどで取り上げてもらうことによって、世の中の認知はより高くなるだろう。

(政策2) パラリンピック選手が普段の生活や大会情報など、SNS を使って積極的に情報を拡散させる。

この政策2も上記のアンケート調査をもとにした。このPR策も既に行われているが、調査結果をみれば、明らかに十分ではない。若者に認知を広げるのはなんといってもSNSなのだ。徹底的に活用したい。

(政策3) スポーツメーカーとパラリンピック選手がコラボ商品を作り、販売すること。

この政策3では、コラボ商品を作りCMなどで宣伝してもらうことが目的です。コラボ商品というと、既に多くの業界で試みが行われ、目新しさが無いように感じるかもしれないが、実は、パラリンピック選手とコラボ商品はあまり聞かない。たとえば、若者の間で人気になっており、インスタグラムでも話題となっているショットグラスを利用してはどうか。パラリンピックという神聖なる大会に、お酒を使って若者を誘引するのはどうかという声があるのはわかるが、ここでは、とにかくにも認知度をあげることを優先させたい。お酒とパラリンピックのコラボは、これまでにない取組ゆえ、大きな話題となるだろう。

6. まとめ

オリンピックに比べて、圧倒的に認知度が低いパラリンピック。多くのひとは仕方ないと思っていることだろう。しかし、知人にパラリンピアンがいることから、見てみて、わたしたちは、その魅力に引き込まれた。多くの人も、一度、みてもらえれば、その面白さは実感できると信じている。パラリンピックにはパラリンピックでしかない心が揺さぶられる、熱くなれるところがたくさんあるのだ。そこをより多くの人に見てもらいたい。知ってもらいたい。そんな思いが、今回の政策提言の背景にある。わたしたちは、それが共生社会の第一歩となると信じている。

