

プロスポーツクラブの未来

太成学院大学 長谷川ゼミ 1

○西 翔太郎 前谷 聖人 川上 隼佑 木村 勇貴 山本 絢音

1. 緒言

2016年9月22日、バスケットボールリーグ（通称Bリーグ）が開幕した。また、9月20日には日本バレーボール協会が「スーパーリーグ構想」を立ち上げ、2018年を目標に完全プロ化を目指すことを公式に発表した。このようにスポーツ界が少しずつではあるがプロ化へと移行しつつある。そして、今年で24年目を迎えた日本プロサッカーリーグ（通称Jリーグ）は2014年にはJ3まで開幕するようなリーグへと成長した。また小学生男子の将来夢ランキング（ベネッセ教育情報サイト 2013）を見てもサッカー選手は上位にある。このように、プロリーグが活性化すれば憧れる子ども達も増える。他の種目はその競技に触れる機会を与えることができ、サッカー界をモデルに改善を加えながら発展することができる。現状では多くの種目がプロという目指すべき明確な目標がないため学生のうちに競技から離れてしまっている。また近年は科学技術が目覚ましいスピードで発達している。その中で競技が好きだが能力が足りない、ケガでドロップアウトしてしまったなどの理由で競技から離れてしまっている人もたくさんいる。その人たちにもプロスポーツに関われる機会、システムを作ることでスポーツの価値がより大きなものになる。子ども達が好きな競技でプロスポーツ界を目指すことのできる社会を目指して、私たちは理想のクラブシステムを提案したい。

2. スポーツ界の現状と課題

2-1 部活動での競技からのドロップアウト

私たちが日本中学校体育連盟、全国高等学校体育連盟とともに発表されている競技17種目の平成27年度競技加盟者数を調べたところ、下表のような結果となった。

日本中学校体育連盟	2187139人
全国高等学校体育連盟	1001882人

つまり、中学校から高等学校で54%の競技者が競技から離れていることになる。

2-2 サッカー界の現状

小学生男子の将来の夢は1位がサッカー選手になることが多い（ベネッセ教育情報サイ

ト 2013 : 1 位) 。これはメディアを通じてサッカーを見る機会が多いからかもしれない。しかし、Jリーグの調査によると 18 歳以下の観戦者の割合は 5.4%しかおらず、平均年齢は 41.1 歳と高い。実際、30 歳から 49 歳までの観戦者の割合は約 50%と半数を占めている。これは開幕当初からのファンがそのまま残っており新たな世代のファン獲得に苦戦していることがわかる。

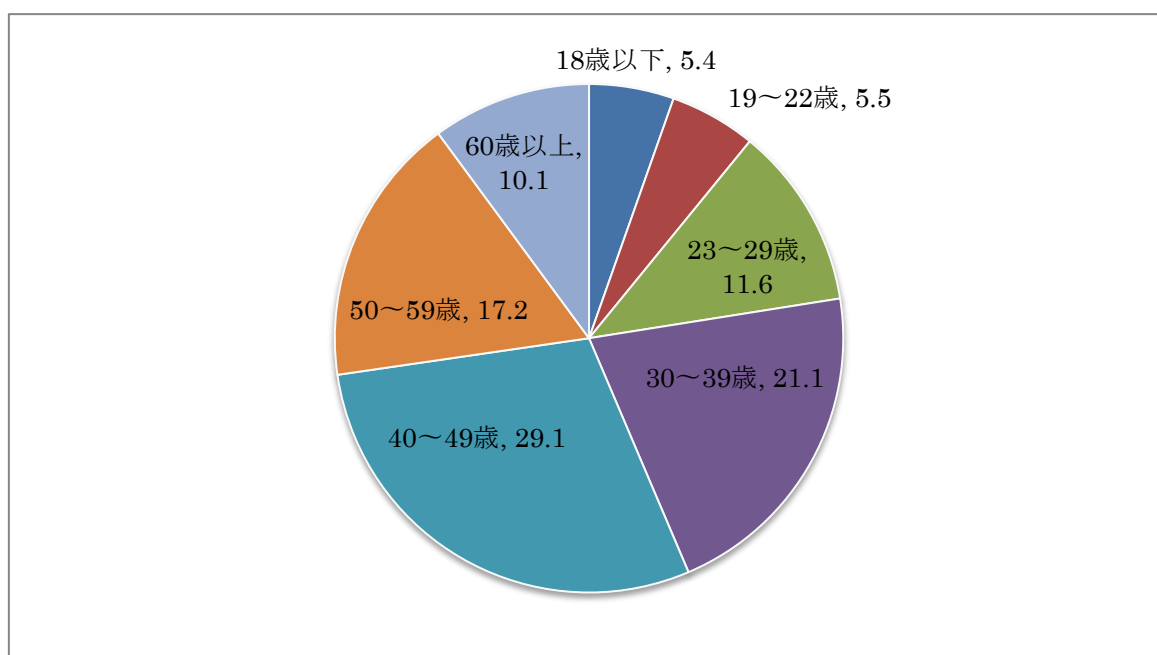


図 1 Jリーグ観戦者調査 (2015) <http://www.jleague.jp/docs/aboutj/spectators-2015.pdf>

3. サッカー界の取り組み

3-1 なぜサッカーが人気なのか

サッカーでは幼稚園児、小学生、中学生を対象に、各都道府県サッカー協会やクラブチーム、団体など多くの組織が巡回指導を行っており、サッカーの魅力に触れる機会を積極的につくっている。セレッソ大阪では年間に約 300 回の指導を各地で行っており、指導対象人数は 1 万 2 千人にも上る。その他にもキャンプなど直接サッカーには関係のない体験型学習を通じてクラブ、競技の普及と総合型地域スポーツクラブとしての地域貢献にも取り組んでいる。そしてサッカーはクラブの育成システムが充実している。Jリーグ下部組織の育成のシステムはほとんどこのチームも図 2 のように、ピラミッド型で表すことができる。巡回指導の対象者が増えるほどピラミッドの土台が大きくなり競技者の分母も増える。ピラミッド型の育成システムをもっていると巡回指導をした後、選手育成の環境が整っており部活動のように指導環境が変わることもないため継続しやすい。これは、他の競技も参考にしなければいけない。競技者が増えれば理解も高まりファンや支援者、ま

たビジネスのチャンスも増えていく。すると育成環境が良くなるというサイクルである。
(図2の下の段の人口を増やす。)

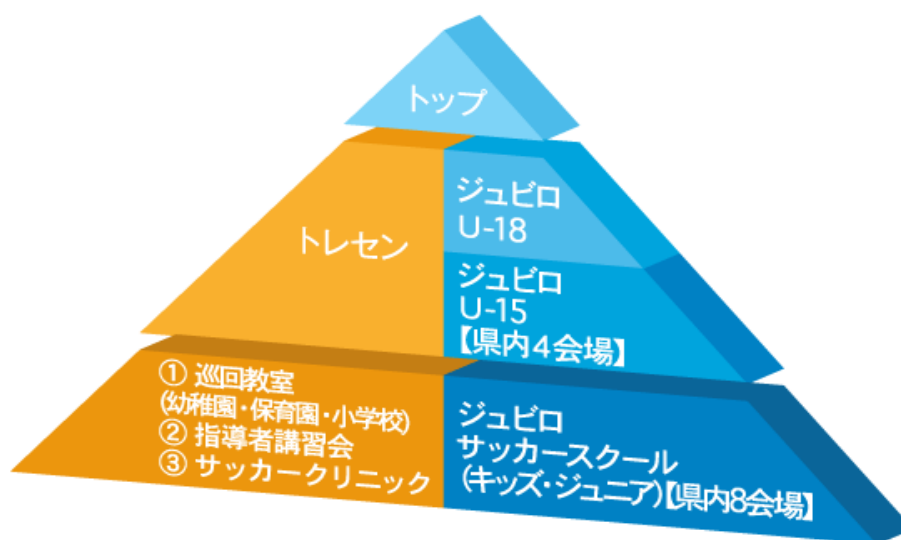


図2 ジュビロ磐田公式ホームページ <http://www.jubilo-iwata.co.jp/training/u-18/>

3-2 セレッソ大阪の取り組み「ハナサカクラブ」

巡回指導をすることにより子どもたちにきっかけを与えることができる。しかし巡回指導を継続するにも、競技を始めさせるにも経済的に苦しくなるのはクラブも家庭も同じである。そこで、セレッソ大阪の「ハナサカクラブ」について紹介する。「ハナサカクラブ」とは育成のためだけに使われるいわば寄付金である。設立当初は1口3000円という形式だったのが現在はチケットにも「ハナサカクラブ」がプラスされていたり、3万円でクラブ公認の自分のユニフォームがつくれたりと育成のためにファンを獲得する工夫がなされている。そこで集まった協賛金は子どもたちの海外遠征や選手の練習後や寮の食事などに使われており、2013年度は8月末で1600万円もの金額が集まったようだ。このようにしてセレッソ大阪は育成クラブ型と呼ばれ数々のスター選手を輩出し続けている。このようなシステムを使えば巡回指導の活動費も押さえることができ、家庭での負担も軽減される。それだけでなくファンは自分も育成に参加することができ、その選手が活躍すればチームへの愛着が沸き、期待も高まり、新たなファンも獲得することができる。そして選手もファンや支援者に対して感謝の気持ちを持つことができる。

4. 理想のクラブの提案

幼少期はたくさんの競技に触れ、その中から自分にとって最高の競技を選んでほしい。そのためには各クラブ、団体は図3①のように巡回指導や親子体験教室などを通して自らの競技の魅力に触れる機会をつくり競技の素晴らしさを伝えなければならない。また、図3②のように各競技同士で連携しお互いの競技に触れ合う機会をつくることできればスポーツ界が全体で成長することができる。そして、図3③選手たちのセカンドキャリアを考え、選手たちにプレーだけでなく専門的な知識、経験を積ませ専門スタッフとしても同時に育成する。図3④専門スタッフ（審判、コーチ、トレーナー、映像分析、マネジメント、選手の用具管理スタッフなど）を育成するシステムを作る。このシステムができれば「スポーツには興味はないが映像分析には興味がある。」そんな子どもたちもスポーツに少しでも関心を向けてくれる。子どもが成長できれば親もファンになってくれる。子どもたちの可能性を広げてくれるようなクラブをつくらなくてはいけない。

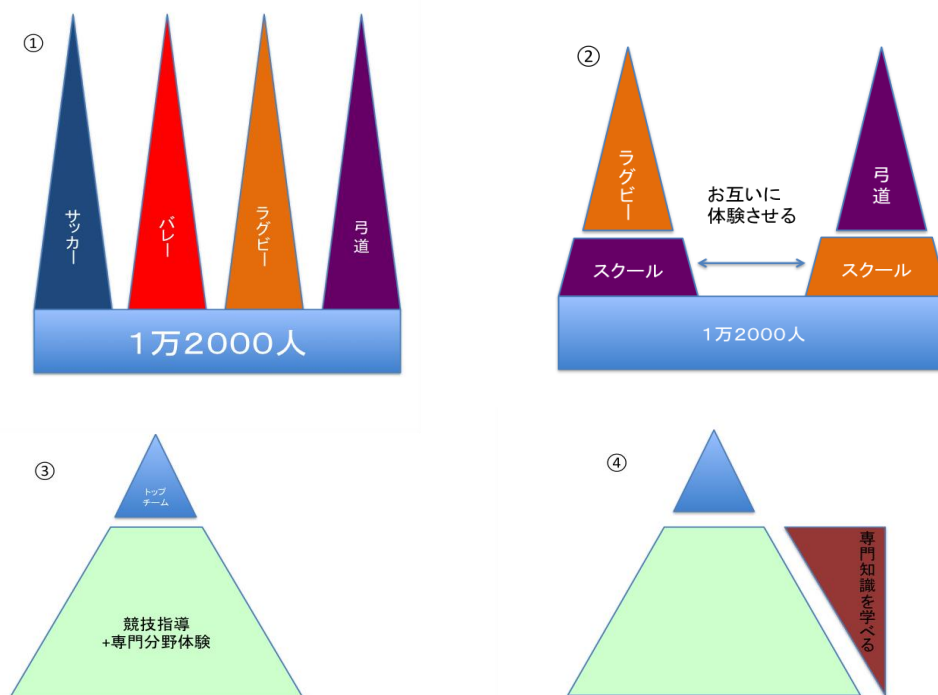


図3 理想の社会、クラブ組織図

参考文献

横井素子 (2013) 『セレッソ・アイデンティティ』 幻冬舎

公益財団法人日本高等学校体育連盟 <http://www.zen-koutairen.com>

公益財団法人日本中学校体育連盟 <http://njpa.sakura.ne.jp>

ベネッセ教育情報サイト <http://benesse.jp/kyouiku/201311/20131114-1.html>