

野球人口の減少とその解決策

龍谷大学松畑ゼミ A

○畠山 純也 草薨 倫太郎 田畑 匠悟

中村 広大 中村 涼 福永 武豊 山本 大地

1、概要

現在、プロ野球や高校野球は多くの観衆が球場につめかけ、甲子園のシーズンには毎日のようにメディアで報道され日本の野球人気は健在であるように認識されている。しかし、次世代を担う若い世代の野球人口が減少し続けている。高野連では2012年に複数の高校が1つのチームを作る「連合チーム」の大会参加を全面承認するなど競技人口の減少を食い止めようとしている。しかし、更に下の少年野球の人口の減少が深刻な問題となっている。野球人口が減少している原因としては経済的負担、親への負担、競技が高度であるなどが取り上げられる。(朝日新聞)そこで、我々は野球を始めるきっかけとして野球、ソフトボールに類似したボールゲーム「ティーボール」の普及を提言していきたい。

2、現状

「レジャー白書 少子化時代のキッズレジャー」によると野球、キャッチボールを一年間に1回以上行った参加人口が、2007年には約1140万人いたのにも関わらず2016年には580万人と著しく減少している。

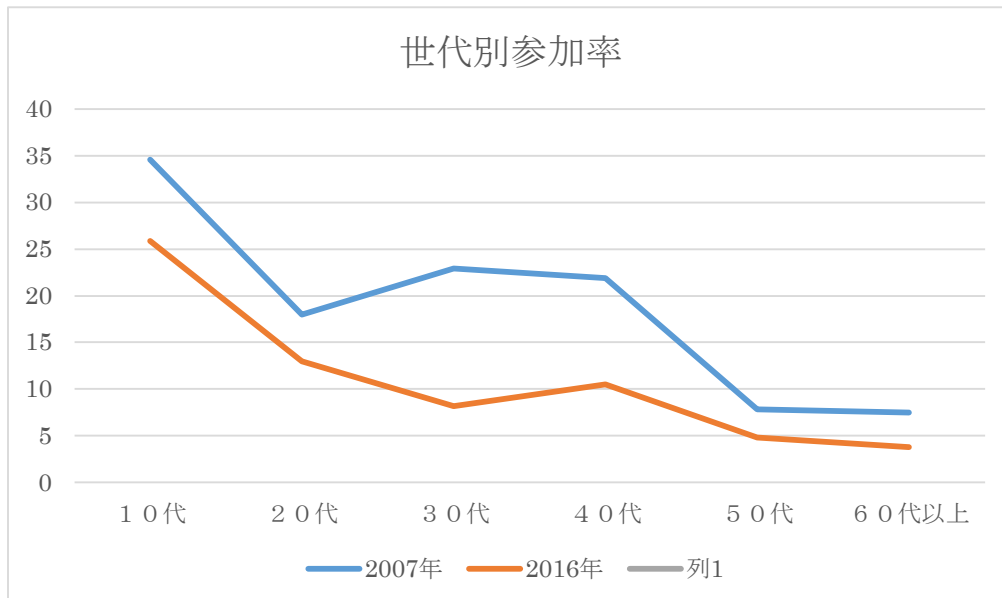


図1 レジャー白書 2017年 余暇市場

世代別で見ると30代と10代の減少幅が大きく30代の減少の原因としては結婚の晩婚化、晩産化により子どもとキャッチボールを行うのが30代よりも40代の方が参加率を見

る限り多くなってきているからであると考えられる。10代では、中学校の体育系の部活を統括する中体連の調査によると軟式野球部の加盟生徒数は、2007年には30.5万人に対し2016年には18.5万人と約4割も減少している。更に、野球人口の一番下の土台である少年野球の参加人口の減少が深刻な問題となっている。地域のスポーツ少年団を統括するスポーツ少年団の調査では、小学校の軟式野球部員は2007年の17.1万人から2016年は11.5万人に33%も減少している。しかし、サッカーは中学生では2007年加盟生徒数が22.5万人、2016年には22.8万人と横ばいになっているだけでなく、野球の競技人口を上回っている。小学生でも24%減少に留まるなど、単に少子化により野球人口が減少したということではないと考えられる。また、追い打ちをかけるように公園でのキャッチボール、バットの使用が禁止の場所が増えている。日本緑地公園協会調査したデータによれば、キャッチボールの全面禁止は52%、日時、場所により禁止が8%。バットの使用禁止、全面禁止が58%、日時、場所により禁止が7%と実に6割近い公園が使用禁止となっている。都市公園法の11条の禁止規定の中では「利用に著しい支障を及ぼす恐れのある行為」としておりボール遊びやバットの使用が規定に引っかかるとは考えにくい。しかし、ほとんどが都道府県、区市町村が管理しているため、硬いボールが人に当たって危ない、バットが周りの人に当たり危険ということから禁止されている場所が多い。

3、ティーボールの説明、なぜティーボールか？

野球やソフトボールに極めて類似したボールゲームで、1988年に国際野球連盟と国際ソフトボール連盟が協力して考案したものである。本塁プレートの後方に置いたバッティングティーにボールを載せ、その止まったボールを打つことでゲームが始まり1チーム10~15

ティーボールは文部科学省の「学習指導要領」の実施に伴い全国の小学校でも体育の授業で行われていることにより自然と触れる機会があるスポーツであると事だけでなく、低コストである。バット一本見ても少年野球用が1万前後に対し、ティーボールは高くても5000円前後である。更に野球、ソフトを簡略化したスポーツであるので初心者であっても楽しむことが可能である。また、ティーボールはボールとバットが柔らかいため公園等で遊ぶ場合にも軟式ボールや金属バットに比べ危険は少ない。そのため公園での使用が禁止されにくいのではと考える。このように野球が減少している原因を解決してくれている。

4、提言

提言内容としては二つ、ティーボールの認知度アップと少年野球の人口アップ

- (1) 大物プロ野球選手にティーボールをしてもらい、TVなどのメディアに取り上げてもらう。さらにSNSでティーボールを広めることで小さい子供たちにも触れる機会を作る。特にYouTubeで生計を立てているユーチューバーにもティーボールをしてもらい、認知度をあげる。

あなたのお子さまは、ユーチューバーの動画をみますか。

(n=600、単数回答)

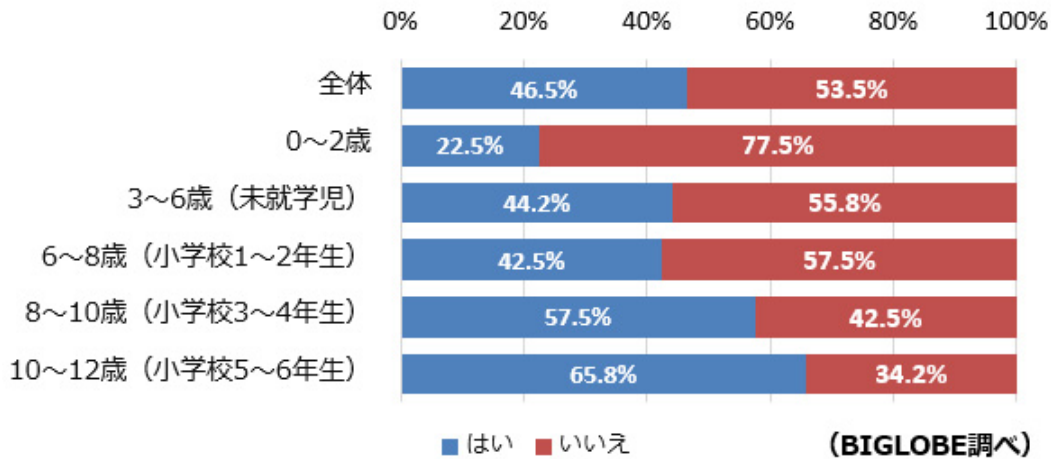


図2 ビッグロブ株式会社調査

若年層ではテレビの視聴率の低下が言われている。しかし、YouTube で生計がたてること
が出来るとほど YouTube を見る人が増えており、グラフから見ても半数近くの人が見ている。

(2) ティーボールをキッカケとして野球人口を増やすためにも運営主体を各スポーツ少年
団に所属している野球チームによる野球教室を開くこと。

- ・対象：幼稚園児、小学校低学年
- ・実施日：給料日前の日曜日
- ・参加料：無料（ケガした場合のことを考え1日保険代だけ徴収）
- ・宣伝：口コミとHP、親の世代に知ってもらうため Facebook など SNS での拡散

期待される効果

- ・文部科学省が出している幼児期運動指針にあるようにボール遊びなど用具を巧みに操作したりコントロールさせたりする遊びの中で、持つ、運ぶ、投げる、捕る、転がすなどの用具を操作する動きを経験させるだけでなく、友達と一緒に運動することの楽しさを見出すことが出来る。
- ・親とスポ少指導者の交流の機会を作ることが出来る。親からすれば自分の子どもを預ける

スポ少のを知る機会であり野球教室の横でチームが練習をしていれば雰囲気もつかめる。子どももそれを見てかっこいいややってみたいと練習の体験にと繋がっていく。(指導しているチームで実践してみて)

5、おわりに

2020年東京オリンピックに野球、ソフトボールが復活したが野球人口は減少し続けている。国際的にみても連盟の加盟国、人口は少ない。しかし、ティーボールには多くの可能性がある。オーストラリア、ニュージーランドでの普及である。元々クリケットの文化が根強い地域でティーボールが盛んになってきている事例があるようにヨーロッパ諸国に持ち込むことで野球をするキッカケになることにより世界中で盛んなスポーツになっていくのではないかと考えられる。ティーボールを普及させることにより野球を始めるキッカケ作りが出来、それに伴い野球人口が増加していくのではないかと考えた。

<参考文献>

朝日新聞 2017年3月8日 「格差広がる中学軟式と硬式野球 選抜出場校監督の思いは」
東洋経済オンライン <http://toyokeizai.net/articles/-/81350?page=2>

<http://toyokeizai.net/articles/-/174400> 2017年9月

ビッグロブ株式会社 <http://www.biglobe.co.jp/pressroom/info/2017/02/170228-1>
2017年9月

日本緑地公園協会

NPO法人 日本ティーボール協会

レジャー白書 2017年 余暇市場

レジャー白書 2016年 少子化時代のキッズレジャー

レジャー白書 2008年 「選択投資型余暇」の時代