日本独自のスポーツ感の醸成とスポーツ関係者の役割

木田　悟・一般財団法人日本スポーツコミッション 代表理事

はじめに

サッカーの世界大会であるＦＩＦＡワールドカップ２０２６™（以下、W杯）が７月19日に終了した。さまざまな話題や問題を残した大会であった。出場チームが32から48と拡大し、米国・カナダ・メキシコの３カ国の共催で、試合の途中にＣＭタイムともいえる給水タイムができたことなどである。これらは見方を変えると、いかにW杯から最大限の利益を捻出していくか、という視点で開催されたともいえる。今回は、米国などにおけるスポーツは、強力なビジネスツールであることを示した。

一方、今年の夏の甲子園では普段見られない光景があった。７月28日に発生した熊本地震の被災地から初出場した有明高校が２回戦を終えた時、ウイニングボールを記念に持って帰るように審判委員から渡され、球児は大いに喜んだとのことである。有明はベスト８で敗退したが、マスメディアも含め、多くの国民が有明を応援することが被災地熊本への応援になると感じ、地元ではそれがあすの活力につながっていた。スポーツを通した大きな効果が発現していた。

本稿は、４月14日付の本誌に掲載された「文化としてのスポーツとまちづくり」の第２弾である。日本は、ビジネスツールとしてのスポーツが進展しアメリカ化してきている。このような中で、いかにして日本独自ともいえる公益的なスポーツ、すなわち文化としてのスポーツを維持・継承させていくか、そのためのスポーツ関係者の果たすべき役割などについて述べてみたい。

1．スポーツビジネスの展開

日本では現在、スポーツが新たなビジネスツールになると言われ、各地でスタジアムやアリーナの整備が始まっている。しかし、このスポーツインフラともいえる施設整備に関して、地元自治体や住民、施設を利用してスポーツビジネスを展開する組織等との間でさまざまな問題が生じている。文化としてのスポーツとビジネスツールとしてのスポーツのせめぎ合いである。

ビジネスツールとしてのスポーツの推進は、地域に経済的効果をもたらすことは事実である。しかし、ビジネス組織の究極の目的は利益の最大化であり、まちづくりや地域の活性化という視点は二の次である。いかに地域との連携や協働を謳っても、企業である限り利益を追求するのは当然のことである。日本では、Ｊリーグやｂリーグなどでは、地域との連携をクラブの理念としているが、メインスポンサーが海外の企業などに変わった場合などでも、それを追求できるかの保証はない。

2．日本のスポーツの現状

日本におけるスポーツの歴史的経緯を見ると、社会が安定し貴族が出現した平安時代の遊びとして蹴鞠（けまり）などのスポーツが、その後の戦国時代を経て武士の遊びとして流鏑馬（やぶさめ）などのスポーツが、さらに社会経済が安定した江戸時代には武士から町民の遊びとしてさまざまなスポーツが行われてきた。その後のスポーツは、明治期以降の１５０年にわたって国策の中で体育教育の一環として行われてきた。このことから、多くの国民は義務教育の中で、スポーツを体育と誤認しつつも、生活の一部として捉えてきていた。

一方、昨年にはスポーツ基本法が改定され、来年４月からは第四期スポーツ基本計画がスタートする。このような社会環境の変化の中で、スポーツの果たす役割は拡大し、単にスポーツ振興を図るというだけではなく、社会を取り巻く環境の変化への対応手段としてスポーツを活用していくことが求められてきている。

要は、日本のスポーツには長年行われてきた公益的活動としてのスポーツ、すなわち文化として

のスポーツと、米国から導入されたビジネスツールとしてのスポーツという二つの側面がある。これを強く認識して活動しなければ、地域のまちづくりや活性化に貢献するスポーツにはつながらないことを理解しなくてはならない。

3．今後の日本のスポーツの役割

では、今後の日本のスポーツに何が求められるのかというと、体育教育を長い間担ってきた人たちのスポーツに対する認識の転換であると思う。文化としてのスポーツを推進してきた背景を持つ日本独自のスポーツの構築、あるいはスポーツ感を創出させていく必要があるのではないか。

日本は図らずしも文化としてのスポーツに関して長年の実績がある。この蓄積の活用こそが日本独自のスポーツの展開を可能にする。それが日本や地域の抱える課題を解決し、まちづくりや地域の活性化につながっていくのではないかと考える。

日本のスポーツは、変わりゆく社会環境を背景に、その役割が拡大してきている。これまでのように、公益的活動であり儲けなくてよい、という話ではない。組織存続のための利益を出す自助努力は必要である。しかし、文化としてのスポーツはビジネスではなく、儲けが出た場合は、まちづくりや地域の活性化に資するように再配分していく必要がある。このような、文化としてのスポーツを活用していくための仕組みや組織、あるいは行政の態勢なども含めて検討していくことが重要と考える。

また、地域それぞれの状況に応じて具体的な検討を進めていく必要があることは言うまでもない。スポーツを活用したまちづくりなどを推進するスポーツコミッションに、コーディネート機能やリエゾン機能を求めていくこと、あるいは体育関係者がその一翼を担っていくことなども今後検討すべき課題ではないかと考える。

スポーツと体育の違いを明確に理解した上で、少子高齢化対策、特に高齢者の健康の維持増進やコミュニティーの形成、増大する外国人対応としての多文化共生の手段としてスポーツを活用することなどが求められる。言葉を変えれば、地域のまちづくりや活性化にスポーツをいかに活用していくかであり、そのためには地域の人々にスポーツの役割を正しく認識してもらうことが重要である。学校教育の中で子供のうちからそれらを教えていく必要があるのではないだろうか。

4．体育教師等の果たす役割

150年にわたって体育として行われてきたスポーツの概念を変えていくためには、自治体の首長から議員、あるいは関連組織の代表など、地元の官民のトップがスポーツの捉え方を変えていくことが最初である。そして、世界的にビジネスツールとしてのスポーツが盛んになる中で、日本独自のスポーツやスポーツ感を形成させていくためには、学校教育においてスポーツを指導する教師の役割は大きい。

サッカーの国際試合後に日本のサポーターが周辺のごみの片付けを行うことは世界的に有名になっている。欧米では清掃はスタジアム側の業務とされ、観客自身が担う発想はない。しかし日本では、長年体育教育の一環としてスポーツが行われてきたことで、自らが使った場や空間を自ら清めるという公益的な行動様式が根付いてきたと考えられる。ごみ拾いは、文化としてのスポーツを行ってきた日本ならではの所産といえる。また、国内ではスポーツ合宿の見返りに練習場や練習地周辺のごみ拾いなどを行っている学校もあり、それらの学校は強豪校であることが多い。これらはスポーツを指導している教師や監督などの教育方針ともなり、それが今後の日本のスポーツを活性化させていくともいえる。

今後の体育教師は、これまでのように体育として心身を鍛えること以外に、スポーツの果たす役割、スポーツの効果は多様であることを子供たちに教えていく必要がある。スポーツが、日本の抱えている少子高齢化や多文化共生などの課題、あるいは地域が抱える高齢者や、多世代にわたるコミュニティーの形成などの課題解決に大いに貢献できることを知ってもらうのである。その結果、日本独自のスポーツやスポーツ感が醸成されていくのではないかと考える。今後、体育教師をはじめ、スポーツ教育を支える人たちの果たす役割は大きい。 e

■2026年（令和8年）10月6日　内外教育　第3種郵便物認可