

総合型地域スポーツクラブの発展による筑豊地区の活性化

福岡県立鞍手高等学校

千原 綸太郎 末永 嶺舟 千手 優哉 宗本 拓海

指導教諭 山口 恵

1. テーマ設定の理由

今の日本では、スポーツ離れが進んでいる。そこで新たなスポーツへの関わり方として、「総合型地域スポーツクラブ」に目を向けた。我が国では、これまでの経済中心型の社会から成熟した市民社会への転換をはかるため、従来の行政主導型システムを見直す動きが活発になったことから、総合型地域スポーツクラブが出来た。1995年より文部科学省の傘下に置かれているスポーツ振興施策であり、どの世代でも参加でき、楽しく健康にスポーツができる。そこで私たちは総合型地域スポーツクラブにスポンサーをつけることでクラブを発展させ、充実した施設、用具でスポーツを行うことで、コマーシャルによる知名度アップができることから、近年のスポーツ離れも克服できるのではないかと思いこのテーマを設定した。

1-1. 背景・現状・課題

全国の総合型地域スポーツクラブの設置率は市区町村では 80.8%で、福岡県では 81.7%である。活動状況は、会員 101~300 人規模のクラブが 41.3%を占めている。世代別にみると、小学生が最も多く、高校生が最も少ない。活動種目は、6~10 種目行う総合型地域スポーツクラブが最も多く、38.6%を占めている。総合型地域スポーツクラブは、スポーツを通じた健康増進、子育て支援、学校との連携、障がい者スポーツなど様々な取り組みを実施しており、障がい者が参加可能なクラブが約六割である。このことから、部活などの学校単位ではなく、地域単位で様々な人々がスポーツを行うことが出来ることがわかる。総合型地域スポーツクラブが受けている行政からの支援・行政との連携状況については、約 61%の総合型地域スポーツクラブが活動場所の使用料金の減額、または免除を受けるなどの資金援助、さらに広報活動の支援も受けている総合型地域スポーツクラブもある。このことから、市区町村行政と取り組みを連携して取り組んでいることがわかる。しかし、まだ知名度が低いのが現状である。近年では総合型地域スポーツクラブとネットワークを構築し、連携・協働した事業を実施しているクラブの割合は平成 25 年度では 20.5%であったが、平成 30 年度では 26.1%に増加している。このことから、総合型地域スポーツクラブが近年他のクラブと協力して活動を行っていることが分かる。しかし財源の確保がスポーツクラブの大きな課題となる。会費・参加費など受益者負担による財源確保が課題のクラブは 56.7%に上る。財源の確保が十分に出来ないと、充実した施設・用具でスポーツを行

う事が不可能になる。クラブ運営を担う人材の世代交代・後継者確保が課題という総合型地域スポーツクラブが71.4%、指導者の確保・養成が課題のクラブが52.5%、指導者手当の平均は一回につき3,002円である。このことから、約70%の総合型地域スポーツクラブが、指導者の確保が上手くいかないことが課題となっている。

2. 仮説と提案

私たちは総合型地域スポーツクラブが「スポンサー」と契約を結んだときの効果について班員との意見交換、インターネットを使った情報収集で研究を進めた。前述したように総合型地域スポーツクラブでは資金の確保が大きな課題となる。スポンサーと契約を結ぶと多額の資金を援助してもらふことが出来る。総合型地域スポーツクラブのメリットとしては、多額の資金を援助してもらい、種目に応じて充実した施設・用具で活動を行うことが出来る。さらに、指導員の手当も増額することができ、指導員の確保に困ることもなくなり、より活動を充実したものにする事が出来る。スポンサーのメリットとしては、広告を付けることやイベントを開くことで、会員数が増加し、会費を徴収することで利益を得ることが出来る。またその活動の際にスポンサー企業の活動または商品を知って貰うことで、スポンサー企業の知名度向上にもつながる。さらに総合型地域スポーツクラブを支援することにより、「地域との繋がりを大切にしている企業」という印象を与えることが出来るだろう。よって、企業のイメージ向上にも繋がる。どちらにもメリットがあると、さらに地域コミュニティの形成、高齢者の生きがい、世代間交流、子供たちの体力向上、近年のスポーツ離れの解決策として様々な効果を得ることが可能になるのではないかと考えた。

3. 検証・考察

まず、総合型地域スポーツクラブにスポンサーを付けることが課題である。実際にスポンサーを探している総合型地域スポーツクラブがあった。そこでは申し込みまでの手順、資金の使い道などが掲載されており、実際に地域の8社の企業が総合型地域スポーツクラブのスポンサーとして契約していることがわかった。このことから総合型地域スポーツクラブがスポンサー契約を結ぶことが、可能であることが分かった。スポンサーはユニフォームの胸に企業名を入れてもらうことにより、企業の知名度向上またはイメージ向上にも繋がる。そして企業による広告で総合型地域スポーツクラブに参加する人が増加し、企業の収入にも繋がる。よって総合型地域スポーツクラブが発展すると老若男女、能力を問わず広く親しまれ、地域コミュニティの核、スポーツを通じた地域づくり、地域スポーツの担い手、近年のスポーツ離れの解決策として大きな役割を果たすと考えた。

4. 結論

ドイツでは総合型地域スポーツクラブの活動は大規模であり、活発に行われている。したがって、日本でも総合型地域スポーツクラブを大規模にすることが可能である。しかし、総合型地域スポーツクラブに国際的な巨大企業がスポンサーとして契約した実例がない。したがって、総合型地域スポーツクラブは以前より活発に活動を行い、企業への提案を行っていく必要がある。しかしながら、総合型地域スポーツクラブが企業とスポンサーと契

約を結ぶことは、双方に利益があり、さらに近年の社会問題であるスポーツ離れの解決策となるだろう。

5. 謝辞

今回の課題研究にあたり、私たちの研究をご指導してくださいました先生方、アクション福岡の方々に感謝いたします。

6. 出典

- ① 総合型地域スポーツクラブ：スポーツ庁
www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop05/list/...
- ② 総合型地域スポーツクラブ「リーベルスポーツクラブ」
<http://liber-sc.com/>
- ③ ドイツに学ぶ「総合型地域スポーツクラブ」の運営
<https://www.projectdesign.jp/201601/athlete-change-local/002632.php>
- ④ 協賛メリット スポンサー企業が期待する7つのこと
<https://sportsmeshi.com/chance/>
- ⑤ 総合型地域スポーツクラブ：文部科学省
https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/club/main3_a7.htm