

現代スポーツ市場特性に関する一考察

川 向 史 矩
西 脇 隆 二

目 次

- I. 研究の背景
- II. スポーツ市場の範囲
- III. スポーツの効用
- IV. 国民スポーツの現況
- V. 学校教育におけるスポーツ
- VI. エリートスポーツ化
- VII. スポーツ市場の問題点と新たな市場の枠組

I. 研究の背景

近年、健康志向ライフスタイルが定着・拡大する中で、スポーツへの関心が高まり、国や地方自治体の施策においても、「誰もがいつでも手軽にスポーツを楽しめる環境整備」が目指されている。スポーツ大国という言葉の意味するものとしては、オリンピックなどで獲得するメダルの種類や個数の多さを指すだけでなく、多くの国民が日常生活の中でスポーツに親しみ、スポーツを楽しみつつ健康管理に役立てているという一般国民への普及度合いの高さが同時に達成されていることを指すという考え方が、今や国際的に支持を得ている。

わが国においても、ここ数年来のアウトドアブームとともにマリンスポーツ、スカイスポーツというような新しいタイプのスポーツが生まれ愛好者が増えてきていることに見られるように、スポーツに対する一般国民の関心は高まっている。特に、現代社会が求めている新しい生き方のキーワードである「ゆとり」「遊び」「健康」「自分らしさ」というようなことについては、スポーツとの関わりが非常に強い。日常生活の中に

スポーツをどのようにうまく取り入れていくかということが、生活の豊かさや充実感を高めるためには今や欠かすことはできないものであると言っても過言ではない。しかし、学校を卒業していったん社会人になってしまうと、多くの人がスポーツから遠ざかってしまっているのが現状である。

その一方では、オリンピック、Wカップ、プロ野球、Jリーグ、大相撲、高校野球などのテレビスポーツ中継は高い視聴率を得ている。こうした超一流のスポーツイベントは、大衆のスポーツ熱を高めるものとして期待されるが、実際には日頃スポーツとはほとんど無縁な「見るだけのスポーツ愛好家」をむしろ増やす方向に作用しているようにも見え、スポーツの持つ計り知れない大きな効用を、そうした人たちは日常生活において充分享受できていないのではないかと考えられる。本研究においては、こうしたことの現況を検証すると同時に、スポーツ市場の特性(スポーツをめぐる経済活動の構造と仕組み)について考察を進めていきたい。

II. スポーツ市場の範囲

「レジャー活動」の定義を「仕事以外の自由裁量時間の活動で休養、暇つぶし、気分転換、創作・創造などのための活動」とすると、「スポーツ」もレジャー活動の中に含まれる⁽¹⁾。しかし、経済の側面として「レジャー産業(レジャー市場)」および「スポーツ関連産業(スポーツ市場)」とした場合は、一般的にはお互いあまり重複しない別分野であると考えられる。

レジャー産業とは、主として観光・娯楽のための施設やソフトウェアを提供する事業を指し、観光ホテル・旅館、温泉施設、遊覧船・遊覧飛行、テーマパーク、遊園地、映画・演劇・寄席、ギャンブル、ゲームセンター、飲食業、風俗業などが含まれると考えられる。それに対して「スポーツ市場」はどのようなものにとらえるべきであろうか。まず、スポーツという用語の内容を確認してみたい。通常の用例では、広義の「スポーツ」と狭義の「スポーツ」とがある。スポーツ振興法(昭和36年 法141)の第一章総則の第二条にスポーツの定義として次のように規定されてい

る。

「この法律において「スポーツ」とは、運動競技および身体運動（キャンプ活動その他の野外活動を含む。）であって、心身の健全な発達を図るためにされるものをいう。」

ここでは、運動競技も身体運動もすべてスポーツであると、幅広くとらえられている。一方、総理府が3年おきに実施している『体力・スポーツに関する世論調査』の中では、「この中にあなたがこの1年間に行った運動やスポーツがあれば（以下省略、傍点筆者）」という質問文となっている。このように「運動やスポーツ」と並列的に記述された場合は、「運動」の意味合いが「スポーツ以外のもの」つまり「スポーツほど本格的なものではなく散歩、軽い体操、ジョギング程度の運動」を指すものと理解され「狭義のスポーツ」として用いられている。本研究においてもこの「狭義のスポーツ」、つまりある程度の練習の積み重ねが必要で、競技として広く普及し、入門のレベルから世界最高といったレベルまでのさまざまなレベルにおける競技があり、そうしたレベルアップを目標にしていけるような、ある程度本格的なそしてスポーツとしての本質的な面白さを兼ね備えたものを「スポーツ」の範囲としたい。学校の部活動においても、参加者が多く集まる人気種目は、やはり「面白い」種目であり、面白さなどを感じる度合いが強ければ強いほど財としての効用が大きいと言える。

以上のようなことから、一般的な「運動」とは異なる「スポーツ」の概念の領域を規定する基準として次のような要素が考えられる。

- A) 種目に一義的な名称があり、使用する施設や用具、競技のルールなどが明確に決められている（明確にと言っても、必ずしも一つのモデルだけではなく、範囲や種類として設定されているものもある）。
- B) 競技をする（対戦相手と直接勝敗を争う、あるいは同種目のプレーヤーの間で順位や記録を争う）ことを目的とする。
- C) 力、技、持久力などの身体的能力を使うことを基本とする種目である。

一方、「スポーツ」であることの条件をこのように設定したとしても、「スポーツ」であるかどうか判然としないものも数多くある。例えば、マ

リンスポーツ、スカイスポーツ、アウトドアスポーツなどと言われる近年非常に愛好者が増えているレジャー型・アドベンチャー型の「スポーツ」は、主たる目的が「自然との触れ合い、自然への挑戦」などであつて、必ずしも他のプレーヤーとの競争ということではないが、競技として行われるロッククライミングやサーフィンなどでは試合のルールも決められており、現在では「スポーツ」として受け入れられている。パークゴルフ、ミニサッカー、ミニバスケットなど新たに考案されたり、従来のルールなどを変更したいいわゆる新スポーツも数多く行われており、「スポーツ」としての体裁を整えている。また、地域の祭りなどのイベントの中で行われる競技の中にも「スポーツ」的な要素の強いものもある。

このように見ると、「スポーツ」であるかどうかの境界は必ずしも明確なものではなく、グレイゾーンの部分があり、そこでは多くの「新スポーツ」が生まれ、「スポーツ」として成熟していくという過程が繰り返されている。

一方、スポーツ市場（スポーツをめぐる経済諸活動）という見方をしようとする場合は、スポーツでないスポーツ活動、つまり「見るスポーツ、見て・応援して楽しむスポーツ」が当然含まれる。ここには、テレビなどのスポーツ中継、スポーツ関連番組の提供、球場や競技場での観戦、新聞や雑誌の売上、関連グッズの売上などが含まれ、消費者が直接費用負担するものと企業の宣伝広告費などのように商品の価格の中に入っていて間接的に負担しているものがあり、非常に大きな経済規模であり無視することはできない。それと同時に、こうしたマスコミによるスポーツ報道や大衆の人気・関心の高さなどが、スポーツのありかたに極めて大きな影響を与え、まさにスポーツとマスコミ・世論は表裏一体の関係であり、スポーツが単なる個人の身体運動だけにとどまるものではなく、極めて社会的なものであるという観点からも、本研究におけるスポーツ市場においては、「するスポーツ」と「見るスポーツ」の両方を対象とする。

Ⅲ. スポーツの効用

スポーツは、「気分転換」や「遊び」のためにされる生活に溶け込んだ

ごく手軽なものから、他方ではオリンピック・Wカップなどの世界最大級のイベントとして行われるように、日常生活の中においても社会的なさまざまな営みの中においても、非常に幅広く受け入れられ取り入れられていることは言うまでもない。

歴史的に見ると、ヨーロッパにおける貴族などの一部のエリート階級の「遊興」「社交」的なものであったスポーツが、現在のように一般化し大衆化したものとして行われるようになったのはそれほど昔ではない。近代的な生産様式と都市的生活によってもたらされたいわゆる文明病の増加とともに、スポーツの必要性に対する認識の深まりが、スポーツ大衆化のひとつの大きな要因であると言える。例えば、1960年にドイツ連邦共和国（西ドイツ）において、スポーツ大衆化のスタートとも言われている「ゴールドンプラン」が発表され、そのアピールの中で「文明病がドイツ連邦共和国において急速に増加し、あらゆる階層、あらゆる年齢層に広がり、まさに憂慮すべき状態になっている。このまま放置しておけばドイツ国民の将来の発展を妨げる由々しき問題をもたらすことになるであろう。」と警告を発し、これを予防するためには、「まずもって体育館、広場、水泳場などの施設を充分に作ることであり、これが何よりも前提条件となるものである。」と述べられている。

また、スポーツが、国威発揚やナショナリズムの高揚、東西対立におけるイデオロギーの優位性を誇示する広告塔としての役割など、極めて政治的な道具として奨励されてきたという側面もあるが、こうしたこともスポーツに対する大衆的な受け入れ基盤があったからに他ならない。生産工程のオートメーション化、車社会、家電品、情報機器など近代社会が求めてきた「安全性」「快適性」「利便性」などが高まることとスポーツの「大衆化」は軌を一にしていると言える。こうしたことは、現代社会が持つ次のようなことが背景となっている。

- ① 慢性的な運動不足からくる身体機能の不調が増加しつつあること
- ② 多くの国において物質的にある程度充足された社会が実現し、それにともない生活の「楽しみ」や「生きがい」といったメンタルな満足感を求める価値観の多様化が進みつつあること

したがってスポーツは、いわば「現代社会」が必要としているものであり、ここであらためて現代社会におけるスポーツの効用を整理してみ

たい。

a. 身体運動効果

スポーツで相当量の身体運動をすることによる直接的な効果で、新陳代謝を促進し、心肺機能など基礎的な体力の向上を促す。それとともにスポーツ競技に必要な反射能力、持久力、筋力、動体視力などが養成され、競技技術が向上する。

しかし他方、特定の種目に偏ることによる特定部位の障害、過度の疲労によって生じる障害、あるいは普段あまりスポーツをやらない人が急激な運動をすることによる事故や怪我などのスポーツ障害の発生も少なくない。したがって、スポーツが科学的、合理的な管理のもとで行われることが、身体運動効果を高める上で欠かせないことである。

b. 心理的効果

スポーツのもつ心理的な効果としては、相当量の身体運動をして体を使い汗を流すことによって得られる爽快感、快い疲労感あるいは何もかも忘れて練習や競技に没頭できるといった気分転換の効果がある。

まったくの入門レベルから進んである程度上のレベルのスポーツを楽しみたいと思えば、面白みのない単調な反復練習も相当必要である。また、スポーツをやっているスランプの時期も当然ある。こうした時には、誰しも苦しい状況から逃れたいという心理が働くものであるが、そうした苦しみに耐えて練習を続けていって成果を上げた場合には、意志を持続することができたという満足感や、目標を達成したと言う満足感・達成感を得ることができる。

対外的な試合や、試合を模した練習では、勝つことへの執着、ベストの力を発揮したいという願望、刻々と変化する競技の進行状況の的確な把握と瞬間的な判断と対応、少しのミスも許されないような高度に緊迫した場面など、非常に強い緊張と精神的重圧がかかるが、多くのプレーヤーにとっては「勝つためには自分のすべてを出し切らなければならない」という闘争心がかきたてられ、むしろ「スポーツの醍醐味」として受け止められていると言えるであろう。

対外的な試合などで勝利を得たときや、目標としていた記録・順位に

到達したときに得られる喜び・優越感・充実感・達成感と言うまでもないが、仮に不成績に終わった場合には悔しさ・後悔・自責の念というような感情にとらわれ、必ずしも愉快的気分にはなれないが、激しい感情に身を委ねることは精神的なバランスを保つ上でも有益であり、またこのような悔しさの感情はその後の練習の原動力になり、次の勝利の喜びをさらに大きくすることにもつながる。

団体競技の場合は特に、チームメイトと心をつなげて勝利を目指す連帯意識、連携プレーなど、一体感、信頼感、剥き出しの感情の触れ合いなどの濃厚な仲間意識・連帯意識を感じることができる。またこのような感情はチームメイトとの間だけではなく、プレーヤーと観衆の間でも、プレーヤーと対戦相手との間でも、観衆と観衆の間であっても同じような感動を共有できる。プレーヤーと観衆の一体感は共鳴し、そのことによってさらに感情が高まり、競技会場全体が異様な熱気と興奮に包まれるといったことはそれほど珍しいことではない。

体操、新体操、フィギュアスケート、ジャンプ、モーグル、スノーボード、飛び込み、シンクロナイズドスイミングなどの競技は、「美しさ」の要素がポイントとしてカウントされるが、それ以外の競技においてもスポーツのもつ美的・芸術的な要素は決して小さくはない。鍛えられた肉体の美しさ、完成した動作や技の美しさ、リズム感・躍動感など、スポーツのこうした美的要素もまたプレーヤーにとっても観衆にとっても大きな感動を与えるものとなるであろう。

スポーツのもつこのような「見せる」要素、「観衆との一体感」というような要素は、「見るだけのスポーツ」愛好者にとっても極めて魅力的なものであることは、人気のあるスポーツ大会では競技場が満員になり、テレビの視聴率が非常に高くなるなどの現象でも明らかであろう。ここでスポーツのもつもうひとつの面の効用、つまりスポーツ観戦の効用について取り上げてみたい。

映画ファン、音楽ファン、美術ファン、落語ファン、鉄道ファン、囲碁ファンなどなど世の中にファンと名の付くものは数え切れないほどあり、誰しも熱中できる何かを一つや二つは持っている。その中でも野球ファン、サッカーファン、相撲ファン、駅伝ファン、ゴルフファンなどすべてのスポーツのファンを合計した数は、色々なファンの中でも最も

多いのではないかと考えられる。ちなみに見知らぬ人との会話の糸口は天候かスポーツの話題かというのが相場である。

スポーツファンに対して「なぜそのスポーツに熱中するのか?」「なぜそのチームやプレーヤーを応援するのか?」という質問をしても、多分多くの人には明確な答えがないかもしれない。人間の好き嫌いにはあまりはっきりした理由などなく「好きだから好き」以外になかなか答えようがない。こうしたファン心理の深層にまで立ち至ることはもとより本研究の意図するところではないが、他の分野ではほとんど見られないスポーツファンだけが持つ極めて特殊なファン心理に着目してみたい。それは地域のチームやプレーヤーを鼻屑にする傾向が極めて強いことである。地元出身の映画監督とか地元出身の小説家というようなことはあまり言われぬ。彼らがどこの出身で現在どこに住んでいるかなどということにはあまり関心が払われているわけではない。しかしスポーツファンだけは違う。多くの場合「地元のチーム」のファンである。こうしたファンの意識に真正面から答えようとする代表格がJリーグで、「地元チーム」を前面に押し出し、ファンの組織化も「地元チームを支えてくれる人々」ということで「サポーター」としている。こうしたことから明らかなように、地元の本拠地のあるチームを自分の属している社会集団(=地域)の代表であるとして「我々のチーム」とする愛着心が、スポーツファンの共通的心理としてある。したがって「我々のチームの勝利」が直接「我々の勝利」の感情となり、プレーヤーとして戦って勝った時と同じような勝利の感情を体験できるのである。

実生活においては、厳しい競争社会の中でそれほど勝利の喜びや優越感を味わえるような機会があまりないのが普通であるが、スポーツ観戦が比較的手軽に精神の浄化作用の働きを担っているものであると言える。

c. 社会的効果

最初にスポーツの教育効果について考えてみたい。スポーツは学校教育において体育の授業の中で体育実技として取り入れられている。成長期の児童・生徒の身体機能のバランスある発達を促進するため、あるいはスポーツをする楽しさを体得するためであるとされ、それ以外にも特にモラルの向上などの精神面での教育効果があるとされる。スポーツを

する時には、ルールを守る精神、チームプレー・連携プレーなどの協調性、苦しい練習や試合の緊張などに耐え乗り越えようとする忍耐力、練習や試合運びを組み立てていく計画性や戦略性というようなことが必要となる。スポーツをすることによってこれらのことが繰り返し実践され、人間的な素養やモラルの向上が期待できるとされる。またこうした効果への期待が、学校教育において運動部系の部活が積極的に取り入れられる理由となっている。

教育効果というのは測定しにくいものである。また、例えば部活をやった人間とやったことのない人間の間にもモラルの高さに有意な差があるのかどうかということについてもはっきりした評価はまだ出されていない。スポーツでの経験や蓄積が通常の社会生活にも転用できるのかどうかは明らかではなく今後の検討課題であろう。

逆に、スポーツがあまりにも「教育的に」行われることによって、身体能力が「評価」されたり、肉体的な欠陥が衆目に曝されたりすることにより、むしろ本当にスポーツの必要な者の中に「スポーツ嫌い」「運動嫌い」を生み出している場合もあり、こうしたことの改善策が必要とされる。ひと昔前の「服従の精神を叩き込む」といった精神主義教育の体育授業は影をひそめたが、スポーツを「面白いもの」「楽しいもの」として生活の中に取り入れていくための教育にはまだまだ程遠いのが現状である。

青少年の年代にとってのスポーツの社会的効果としては、いわゆるエネルギーの昇華による不良化防止の効果が考えられる。知識、体力、情緒などの面で著しくアンバランスなこの時期、マスコミなどを通して洪水のように降り注ぐ刺激の強い有害、卑猥、俗悪な情報の中で、青少年の有り余るエネルギーが、不良化・犯罪化へと向かうことを抑止するような効果、つまりスポーツによるエネルギー発散効果・余暇善用の効果、社会的な秩序維持ということにおいても極めて大きな役割を果たしている。

スポーツの社会的な効果としては次に、個人個人の全人格的な接触の増加と多様化、そのことを通して得られる社会性と人的な関係資源の蓄積が挙げられる。スポーツをすることは単にその人の運動能力だけを發揮しているわけではなく、むしろ率直な感情や通常の生活の中では隠れ

てしまってなかなか表に現れることがなかった側面の性格というような人格が表現される。また、スポーツを通して指導者、チームメイト、対戦相手、応援する人たちなどとの間に、いわば「意図せざる」交流が図られるわけで、これらのことによって友人、家族、学校、職場、地域という社会の中で、親しい気心の知れた人間関係を拡大していくことが可能である。そのことにより、社会における自己実現、他からの認知を実感することができるものと考えられる。

スポーツのこのような人的関係における効果は、ビジネスなどの場面においても活用されている。例えば社内のスポーツ愛好クラブ、社内スポーツ大会、接待ゴルフ、会社対抗野球大会などを通して、社内や得意先との懇親・コミュニケーションの促進にも効果をあげている。見知らぬ相手との会話の糸口としてもスポーツの話題は欠かせない。

d. 経済的効果・政治的効果

スポーツの経済効果としてはまず個人の消費需要がある。用具・用品の販売・レンタル、施設等の利用料・使用料、インストラクター報酬、移動や宿泊・飲食等にかかる費用、観戦入場料、関連グッズ販売などがあり、波及的な効果として新聞・雑誌等の販売、テレビ受信機・ビデオカメラ・ビデオデッキ販売、観戦ツアー販売などがある。また、人気プロスポーツの優勝争いの白熱化や、オリンピック・Wカップなどの国際的なスポーツイベントの盛り上がりは、国民全体の消費マインドの刺激・底上げにも一定程度効果があるとされる。

スポーツは、マスコミ特にテレビという映像メディアにおいてますます欠くことのできない重要なソフトウェアとなっている。スポーツイベントの放映権の売買は今や巨大なビジネスと化し、企業の広告宣伝費においても、数多くの冠大会に見られるように、スポーツ関連のものは衰える気配はない。

自治体においても、スポーツイベントの誘致に関しては一般的に極めて積極的である。イベントの誘致にともなって、基盤整備事業、競技等の施設建設という土木・建設事業の増加、選手、関係者、観客が地元の商店街などに落とす金、首長の行政実績という選挙対策としての効果などが見込めるためである。しかし過重な財政負担、一時的な需要増に対

応した設備投資による経営圧迫、競技場建設などにもなう自然破壊問題など、イベント誘致にもなう課題やデメリットも顕在化しつつある。

e. スポーツの効用の特性

スポーツのもつ多様な効用について考察を進めてきたが、生活の中にスポーツすることを取り入れることの際立った特徴をまとめてみると次のように言える。

- ① スポーツは、自発的に体を動かさなければ何の効用もない。その意味ではスポーツは受動的・鑑賞型の行為ではなく能動的・創作型の行為であると言える。
- ② そのため、スポーツのために支出した消費額と受け取る効用や満足感とは必ずしも比例しない。スポーツと言う行為そのもの（運動量と試合の内容、勝敗、自分のプレーに対する評価など）に効用は比例する。
- ③ スポーツの中でも特に多くの人によって愛好されている野球、サッカー、バレーボール、テニスなどの球技・団体競技をする場合には、すぐには高いレベルでの楽しみを獲得できるわけではない。相当程度の基礎訓練と練習を繰り返し、技術習得を通して受容能力を高める必要がある。スポーツから得られる楽しみの大きさは、その人の受容能力に左右されるとも言える。
- ④ また、チームを組む場合は、気心の知れた、ある程度レベルが揃ったメンバーが必要である。まったく見ず知らずの、技術レベルが極端に違うようなチームで試合や練習をやっても多分あまり楽しみを感じることはないように思える。

文明の歴史は省力化の歴史であると言っても過言ではないであろう。工場の製造工程の自動化、家庭電化製品の普及、車、エレベーター、自動ドア、自動販売機など、社会は「いかに楽をするか」を追求し続けてきたと言える。デスクワークと「便利な」日常生活に象徴される現代の生活は、逆に運動不足による不健康状態をもたらし、それがスポーツに対する需要の源泉となっていることは明らかである。しかしスポーツは単に運動不足を解消するためにだけのものではない。スポーツの効用で見えてきたように、スポーツには人を夢中にさせる多くの魅力がある。そ

れは自動化、機械化、頭脳労働化というような現代文明社会の特性とは正反対の極に位置する人間の肉体と力の世界であり、端的に言えば人間が持つ根源的な側面つまり野生生物として持っている習性とパワーを解き放つ行為である。したがって、スポーツを生活の中にうまく取り入れることによって、楽しみや満足感を高め、生活の質をより高いものとする事が可能である。同時に、現代社会の機械的な生活習慣との balancer として、スポーツは不可欠のものであると言える。

IV. 国民スポーツの現況

a. スポーツの実施状況

a-1. スポーツの実施率および実施スポーツの種別・種目

表Ⅳ-1は『体力・スポーツに関する世論調査⁽³⁾』における「この1年間に行った運動・スポーツの有無とその種別」についての結果である。これを見ると、1997年10月時点で全体の71.7%がそれまでの1年間に「運動やスポーツを行った」と回答しており、特に1985年10月調査以降その割合は上昇傾向にあることが分かる。男女別に実施率を見ると、男性の77.1%に対し、女性が66.9%となっており、男性が約10ポイント高いという結果になっている。

次に「行った運動・スポーツの種別」では、「比較的軽い運動やスポーツのみ」とする回答が「運動・スポーツを行った」とする71.7%中の27.8%を占め最も高く、「比較的軽い運動やスポーツと野外スポーツ」が次に高く20.5%となっている。これに「比較的広域にわたる野外スポーツのみ」の6.7%を加え、この三者を合計すると55.0%となり、その結果、比較的軽い運動・スポーツおよび野外スポーツのいずれかもしくは両方を行った人は、運動・スポーツを行った人全体の約77%を占めることになる。野外スポーツには水泳やスキー、ゴルフ、釣りなどのレジャー的要素の強い運動・スポーツが多く含まれることから、これらの結果は競技性の比較的乏しい、軽い運動あるいはレジャー性の高い運動・スポーツの実施率がかなり高いことを示しているといえるであろう。

これに対し、競技的スポーツについては、「競技的スポーツのみ」が2.0%、「比較的軽い運動やスポーツと競技的スポーツ」が3.4%、「野外

表Ⅳ-1 この1年間に行った運動・スポーツの有無とその種別

	該当者数	運動・スポーツの有無とその種別								運動やスポーツはなかった	わからない
		運動やスポーツを行った(小計)	比較的軽い運動スポーツのみ	比較的広域にわたる野外スポーツのみ	競技的スポーツのみ	比較的軽い運動スポーツと野外スポーツ ^{*1}	比較的軽い運動スポーツと競技的スポーツ	野外スポーツと競技的スポーツ	比較的軽い運動・野外競技の全部 ^{*3}		
	人	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
昭和54年7月調査	2,470	67.9	18.0	4.9	2.2	13.5	7.0	1.6	20.7	32.1	※
昭和57年10月調査	2,448	64.2	17.6	5.3	5.9	9.6	8.2	3.3	14.3	35.8	※
昭和60年10月調査	2,463	63.2	20.5	6.2	3.2	12.9	3.2	4.0	13.2	36.8	※
昭和63年10月調査	2,339	64.1	22.9	5.8	4.0	12.4	5.0	2.4	11.7	35.7	0.2
平成3年10月調査	2,310	65.7	24.2	6.5	2.5	16.0	3.9	1.8	10.7	34.1	0.2
平成6年10月調査	2,211	66.7	23.4	6.5	3.0	19.4	2.4	2.1	10.0	33.0	0.3
今回調査(性)	2,212	71.7	27.8	6.7	2.0	20.5	3.4	1.6	9.7	28.1	0.2
男	1,041	77.1	21.0	9.2	2.9	23.0	3.7	2.6	14.7	22.7	0.2
女	1,171	66.9	33.8	4.4	1.2	18.3	3.2	0.8	5.2	33.0	0.2
(年齢)											
20～29歳	283	81.6	16.6	4.2	2.1	28.3	5.3	3.9	21.2	18.4	—
30～39歳	333	82.6	19.2	8.1	2.4	26.4	4.5	1.8	20.1	17.4	—
40～49歳	500	79.0	27.0	6.6	2.2	23.6	5.0	2.6	12.0	20.8	0.2
50～59歳	462	69.0	27.7	9.5	2.8	22.5	2.2	1.3	3.0	31.0	—
60～69歳	389	60.2	35.7	6.4	1.0	12.1	2.3	—	2.6	39.3	0.5
70歳以上	245	53.9	41.6	2.9	0.8	6.5	0.8	—	1.2	45.7	0.4

* 1 比較的軽い運動やスポーツと比較的広域にわたる野外スポーツ

* 2 比較的広域にわたる野外スポーツと競技的スポーツ

* 3 比較的軽い運動やスポーツ・比較的広域にわたる野外スポーツ・競技的スポーツの全部

(出所) 『体力・スポーツに関する世論調査』総理府

スポーツと競技的スポーツ」が1.6%、これらの三種の「全部」が9.7%であり、以上全てを合計しても、運動・スポーツを行った人全体の23%であり、競技的スポーツの実施率はかなり低いという結果になっている。

表Ⅳ-2は、同調査における「この1年間に行った運動・スポーツの種目」の上位5種目を示したものであるが、その種目はウォーキング、体操、ボウリング、軽い球技、釣りとなっていて、競技性の乏しい軽い運動・スポーツや、レジャー性の強い運動・スポーツが上位を占めている。また、年齢別では20～30歳代ではボウリングや軽い球技などレジャー的要素が強いものが上位を占め、これに対し40歳代以上ではウォーキングや体操等の健康維持等を目的とする軽い運動が上位を占めている。

表Ⅳ-2 この1年間に行った運動・スポーツの種目(上位5種目)
(複数回答)

	1位	2位	3位	4位	5位
今回調査	% ウォーキング (31.8)	% 体操 (19.4)	% ボウリング (18.5)	% 軽い球技 (17.1)	% 釣り (11.9)
〔性〕					
男性	ウォーキング (30.5)	ボウリング (23.2)	軽い球技 (20.6)	ゴルフ (20.0)	釣り (19.5)
女性	ウォーキング (33.0)	体操 (19.6)	ボウリング (14.4)	軽い球技 (14.1)	軽い水泳 (12.1)
〔年齢〕					
20~29歳	ボウリング (39.6)	軽い球技 (32.5)	海水浴 (26.1)	スキー (25.4)	軽い水泳 (24.0)
30~39歳	ボウリング (31.2)	軽い球技 (30.0)	体操 (25.8)	ウォーキング (24.0)	海水浴 (23.7)
40~49歳	ウォーキング (34.2)	ボウリング (25.4)	体操 (25.2)	軽い球技 (23.6)	ゴルフ (14.0)
50~59歳	ウォーキング (36.1)	体操 (18.0)	ゴルフ (15.4)	釣り (11.3)	ボウリング (10.4)
60~69歳	ウォーキング (32.1)	体操 (15.4)	釣り (8.0)	ゴルフ (7.5)	登山 (6.9)
70歳以上	ウォーキング (39.2)	体操 (11.4)	ゲートボール、グラウンドゴルフ (7.3)	ゴルフ (3.7)	登山 (2.9) 釣り //

(出所) 表Ⅳ-1に同じ。

a-2. スポーツの実施日数・実施回数

表Ⅳ-3は『体力・スポーツに関する世論調査』における「この1年間に運動・スポーツを行った日数」についての調査結果であるが、「月に1~3日(年12~50日)」が30.1%で最も多く、「週に3日以上(年151日以上)」が次いで25.5%となっている。年代別では「週に3日以上」という回答の比率は年代の高い順に多くなっている一方で、「月に1~3日」以下では高齢世代の方が比率が低くなっている。これは表Ⅳ-2で見たように高齢世代の方がウォーキングや体操などを行う人が多く、これらの運動・スポーツは一般に健康維持のために毎日の日課として行う場合が多いためであろうと思われる。

次に『スポーツライフ白書⁽⁴⁾』では種目ごとの年間平均実践回数を調査しているが、実践率の高い方から上位10種目について表Ⅳ-4に示され

表Ⅳ-3 この1年間に運動・スポーツを行った日数
(この1年間に運動やスポーツを行ったと答えた者に)

	該 当 者 数	(年 週に 151 日3 以上 以上)	(年 週に 51 日1 150 日2 以上)	(年 月 12 日1 50 日3 以上)	(年 3 月 4 日1 11 日2 以上)	年 に 1 日 3 日	わ か ら な い
	人	%	%	%	%	%	%
今回調査 〔年 齢〕	1,586	25.5	23.0	30.1	12.4	8.8	0.3
20～29 歳	231	13.4	23.8	39.0	14.3	9.1	0.4
30～39 歳	275	12.0	22.2	38.2	16.0	11.6	—
40～49 歳	395	16.5	24.3	32.4	16.5	10.4	—
50～59 歳	319	32.3	21.3	26.0	9.7	10.0	0.6
60～69 歳	234	42.7	20.1	24.4	6.8	5.6	0.4
70 歳以上	132	54.5	28.0	10.6	5.3	0.8	0.8

(出所) 表Ⅳ-1と同じ。

ている。その結果最も年間平均実践回数が多いのは体操(ラジオ体操等)となっており、それにウォーキングや自転車・サイクリングなどのどちらかといえば軽い運動・スポーツが続いている。

これに対し、実践率第1位のボウリングが5.5回と少なく、スキーやゴルフ、水泳、釣りなども実践回数が少ない。スキー、ゴルフ、釣りは

表Ⅳ-4 実践率上位10種目の年間平均実践回数

種 目	実 践 率(%)	実践回数(回)
ボウリング	28.1	5.5
体操(ラジオ体操等)	21.7	120.7
ウォーキング	20.9	115.9
自転車・サイクリング	15.6	87.6
ジョギング・ランニング	15.0	79.6
水泳(プール)	15.0	21.1
ゴルフ(コース)	13.2	13.5
ゴルフ(練習場)	13.1	27.0
スキー	12.6	7.2
釣り	7.8	19.4

(出所) 『スポーツライフ白書』(財余暇開発センター)

都会での生活の中で気軽に実践できるものではなく、まとまった時間を要するものであり、実践の希望が強くても実際の実践回数は少なくなってしまうものと考えられる。

a-3. スポーツを行う理由

表Ⅳ-5は『体力・スポーツに関する世論調査』における「運動・スポーツを行った理由」の調査結果であるが、「楽しみ、気晴らしとして」が最も多く57.4%となっている。また「健康・体力づくりのため」が次に多く52.5%となっており、さらに「運動不足を感じるから」が37.1%、「美容や肥満解消のため」9.3%など健康維持等に関する理由で高い結果となっている。次にスポーツを通じたコミュニケーションの理由を見ると「友人・仲間との交流として」が39.7%、「家族の触れ合いとして」が15.4%となっており、やはり高い数値となっているのが分かる。

表Ⅳ-5 運動・スポーツを行った理由
(この1年間に運動やスポーツを行ったと答えた者に、複数回答)

	該当者数	楽しみ 気晴らし として	健康・ 体力つ くりの ため	友人・ 仲間と の交流 として	運動不 足を感じ るから	家族の 触れ合 いとし て	美容や 肥満解 消のた め	精神の 修業や 訓練の ため	自己の 記録や 能力を 向上さ せるた め	その他	わか らな い	計 (MT)
	人	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
平成3年10月調査	1,517	59.9	45.7	44.1	35.7	17.1	7.5	4.2	3.0	3.1	1.3	221.6
平成6年10月調査	1,475	62.4	50.7	44.9	35.1	16.3	7.5	4.1	2.9	1.8	0.2	225.9
今回調査	1,586	57.4	52.5	39.7	37.1	15.4	9.3	4.4	3.3	1.7	0.2	220.9
(性)												
男 性	803	60.4	53.5	44.7	33.5	11.7	4.2	6.5	4.9	1.9	0.2	221.5
女 性	783	54.3	51.3	34.5	40.9	19.2	14.4	2.3	1.7	1.5	0.1	220.2
(年 齢)												
20～29歳	231	74.0	34.2	55.9	32.0	6.9	9.5	3.9	4.8	0.9	—	222.1
30～39歳	275	65.1	44.0	46.2	30.9	32.0	9.5	4.0	5.8	1.5	—	238.9
40～49歳	395	56.2	49.1	39.0	39.7	22.0	11.6	5.3	3.3	1.3	—	227.6
50～59歳	319	50.8	52.0	37.3	39.5	11.3	10.7	3.8	2.2	1.6	0.9	210.0
60～69歳	234	47.0	70.1	30.8	40.2	6.4	6.0	3.4	0.9	3.0	—	207.7
70歳以上	132	50.0	81.8	21.2	40.2	1.5	3.8	6.8	2.3	3.0	—	210.6

(出所) 表Ⅳ-1に同じ。

年代別に見ると、「楽しみ、気晴らしとして」「友人・仲間との交流として」とする理由では年齢が高くなるほど回答が減少する傾向があるのに対し、「健康・体力づくりのため」「運動不足を感じるから」といった

理由では増加している。このように高い年代層になるほど、スポーツを行う理由が、レクリエーションや仲間とのコミュニケーションから健康維持・増進などに変わってくる傾向がうかがえる。

さらに、この結果を時系列に見ると「健康・体力つくりのため」「運動不足を感じるから」「美容や肥満解消のため」といった健康維持・増進に関連する理由はおおよそ増加傾向にあるのに対し、「友人・仲間との交流として」「家族の触れ合いとして」といったスポーツを通じたコミュニケーションのための理由が若干減少の傾向にあることが示されている。

a-4. スポーツを行わない理由

一方、表Ⅳ-6は同調査でスポーツをしないと答えた人に対し「運動・スポーツを行わなかった理由」を聞いた結果を示したものであるが、全体としては「仕事（家事・育児）が忙しくて時間がないから」とする回答が45.5%で圧倒的に多くなっている。その他では「年をとったから」「体が弱いから」「運動・スポーツは好きでないから」などが10%を超えているが、スポーツを行う上での時間以外の障害を挙げるのは全体的に少数となっている。

表Ⅳ-6 運動・スポーツを行わなかった理由

(この1年間に「運動やスポーツをしなかった」、わからないと答えた者に、複数回答)

	該当者数	仕事年 (家事・ 育児) が忙し くて時 間がない から	年 とった から	体が弱 いから	運動・ スポー ツは好 きでは ないか ら	仲間が いない から	場所や 施設が ないか ら	金がか かるか ら	指導者 がいな いから	その他	機会が なかっ た	特に理 由はな い	わから ない	計 (MT)
	人	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
今回調査 (年 齢)	626	45.5	16.1	14.7	12.1	6.2	2.6	1.8	1.0	8.8	10.4	9.7	0.8	129.7
20～29歳	52	65.4	—	1.9	5.9	1.9	7.7	5.8	3.8	3.8	13.5	9.6	1.9	121.2
30～39歳	58	70.7	—	1.7	15.5	12.1	5.2	1.7	1.7	3.4	12.1	5.2	1.7	131.0
40～49歳	105	56.2	6.7	5.7	14.3	11.4	3.8	1.9	—	3.8	16.2	8.6	1.0	129.5
50～59歳	143	46.2	9.1	13.3	13.3	9.1	1.4	2.1	—	14.0	9.1	10.5	—	128.0
60～69歳	155	36.8	20.0	22.6	15.5	3.2	0.6	1.3	1.3	7.7	7.7	12.9	0.6	130.3
70歳以上	113	24.8	44.2	26.5	5.3	0.9	1.8	—	0.9	13.3	8.0	8.0	0.9	134.5

(出所) 表Ⅳ-1に同じ。

年代別に見ると、「時間がない」とするものの比率は年代が高くなるほど減少し、その代わりに「年をとったから」「体が弱いから」などの理由を挙げるものの割合が増加している。

次に「仲間がいないから」という回答に注目すると、全体では6.2%に過ぎないが、30歳代および40歳代では10%を超えており、スポーツを行う上で一つの大きな障害になっていることが示されている。これに関連して『スポーツライフ白書』で「スポーツの実践相手」についての調査結果(表Ⅳ-7)によると、30~40歳代では職場の同僚や地域の友人、サークル・クラブの友人とスポーツをするものが減少し、一方で家族とスポーツをするというのが増加しているのが分かる。これは多くの人が30歳代になると結婚し子供が出来るために、スポーツライフのスタイルを変えることを意味しており、この年代でいわゆる「スポーツ仲間」とのスポーツが少なくなることが分かる。

表Ⅳ-7 スポーツの実践相手 (N=該当実践者数)

	家族	一人	職場の同僚	地域の友人	サークル・クラブの友人
総計	27.2	24.4	22.0	18.2	12.3
10歳代	9.1	16.3	7.1	26.2	24.2
20歳代	16.2	18.2	28.3	23.3	14.6
30歳代	39.7	17.5	25.4	19.4	8.9
40歳代	35.9	23.0	23.6	13.9	12.8
50歳代	18.8	34.4	20.4	15.1	10.7
60歳代以上	17.7	44.7	7.6	18.1	11.7

(出所) 表Ⅳ-4 に同じ。

b. スポーツの視聴状況

表Ⅳ-8は『体力・スポーツに関する世論調査』における、「スポーツの視聴、観戦の有無と種目」についての結果である。これによればスポーツを「見たり、聴いたりすることがある」とする者の割合が92.1%と非常に高くなっている。またスポーツの種類としては「プロ野球」が最も多く幅広い年代に支持されている。次いで「大相撲」が3割を超えているが、こちらは年代が上になるほど、視聴者の割合が高まっている。その他では「マラソン」「サッカー」「ゴルフ」「バレーボール」「テニス」などが続いているが、その多くの種目において若い年代の方が視聴者が多い傾向が見られる。これは若い年代ほど、多様なスポーツに関心を持ち、テレビなどを視聴していることの流れであると考えられるであろう。

表Ⅳ-8 スポーツの視聴、観戦の有無と種目 (複数回答)

	該当者数	見た、聴いたりすることがある(小計)																計(M.T.)									
		人	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%										
総数(年齢)	2,212	92.1	49.3	36.2	13.7	13.5	9.9	9.4	5.7	5.3	4.6	4.2	3.6	2.9	2.7	2.2	2.0	1.9	1.8	1.7	1.4	1.2	0.5	0.5	7.2	0.7	182.0
20~29歳	283	93.6	49.8	11.3	5.7	25.8	3.9	12.0	9.9	4.2	5.3	4.2	7.8	6.7	7.4	8.5	3.2	4.6	1.1	1.1	0.7	1.8	0.7	-	4.9	1.4	182.0
30~39歳	333	91.9	41.1	19.5	10.8	24.0	9.0	13.2	9.6	5.4	3.9	6.6	3.3	4.5	7.5	2.4	1.6	2.4	1.5	1.8	3.9	1.2	-	0.3	8.1	-	182.0
40~49歳	500	93.0	48.3	24.8	17.4	15.2	10.4	11.2	6.6	6.4	6.8	5.0	3.2	3.0	2.6	1.8	2.0	1.4	1.6	2.0	2.2	2.0	1.4	0.8	6.4	0.6	183.6
50~59歳	462	93.5	57.6	42.2	16.0	8.9	16.7	6.3	3.9	5.8	3.3	3.7	3.2	1.5	-	0.6	3.0	1.3	1.7	0.9	0.6	1.1	0.2	-	5.4	1.1	183.3
60~69歳	389	89.5	50.9	55.5	13.6	4.4	7.5	7.7	2.6	5.7	4.4	2.6	3.3	1.0	-	1.3	1.0	1.0	1.3	2.8	-	0.8	0.3	0.8	9.8	0.8	178.9
70歳以上	245	90.2	42.9	68.6	15.1	4.5	7.8	6.5	2.4	2.9	2.4	2.9	0.8	1.6	0.4	-	0.4	2.0	4.1	1.2	0.4	-	-	0.8	9.4	0.4	177.6

* 1 スポーツを見たり、聴いたりすることがある。

* 2 スポーツを見たり、聴いたりすることはほとんどない。

(出所) 表Ⅳ-1に同じ。

また表Ⅳ-9に示すように『スポーツライフ白書』では、番組別視聴率を調査しているが、その結果スポーツニュースが1位であり、続いてオリンピック、高校野球、スポーツバラエティ、プロ野球などが続いている。同白書における調査時期が1996年8月下旬であり、ちょうどオリンピックや夏の高校野球の開催時期と重なったことが大きく調査結果に影響していると思われるが、こうしたイベントに対して多くの人々が熱中していることがうかがえる。

表Ⅳ-9 番組内容別視聴率(上位8番組, N=2,424)

	第1位	第2位	第3位	第4位
総計	スポーツニュース 71.2	オリンピック 66.6	高校野球 50.9	スポーツバラエティ 27.7
男性計	スポーツニュース 80.5	オリンピック 66.6	高校野球 58.3	スポーツバラエティ 30.7
女性計	オリンピック 66.6	スポーツニュース 62.3	高校野球 43.8	スポーツバラエティ 24.9
	第5位	第6位	第7位	第8位
総計	プロ野球 18.7	スポーツドキュメント 15.3	スポーツ教室 5.7	プロゴルフ 5.4
男性計	プロ野球 24.5	スポーツドキュメント 18.2	プロゴルフ 8.4	スポーツ教室 6.5
女性計	プロ野球 13.1	スポーツドキュメント 12.4	スポーツ教室 4.8	プロゴルフ 2.6

(出所) 表Ⅳ-4に同じ。

次にスポーツの視聴日数であるが、同白書によれば月間平均視聴日数は49.7日であり、1人1日約1.5回くらい視聴するという結果になっている。また平均視聴日数を番組別や競技別に見ると(表Ⅳ-10)、スポーツニュースが1位であり、続いてオリンピック、スポーツドキュメント、

高校野球，プロ野球，スポーツ教室などとなっているが，例えばプロ野球や大相撲のように放送日数の多いものは視聴率の結果より上位に上がっている。

表Ⅳ-10 番組内容別月間平均視聴日数

月間平均視聴日数上位8番組			視聴率上位8番組		
番組名	集計数	平均日数(日)	番組名	集計数	平均日数(日)
スポーツニュース	1,664	23.5	スポーツニュース	1,664	23.5
プロ野球	426	15.7	オリンピック	1,369	11.3
オリンピック	1,369	11.3	高校野球	1,042	9.4
スポーツドキュメント	273	10.5	スポーツバラエティ	412	4.8
大相撲	69	10.3	プロ野球	426	15.7
高校野球	1,042	9.4	スポーツドキュメント	273	10.5
スポーツ教室	122	8.3	スポーツ教室	122	8.3
バレーボール	13	8.2	プロゴルフ	126	5.0

(注) スポーツの開催特性を考慮し，オリンピック，高校野球，大相撲の3番組については1カ月の視聴可能日数を15日(1/2カ月)と設定して算出した。

(出所) 表Ⅳ-1に同じ。

V. 学校教育におけるスポーツ

a. 運動部活動の現況

1996年に文部省体育局が実施した『中学生・高校生のスポーツ活動に関する調査⁽⁵⁾』によれば，運動部活動とは「主に放課後などを使って，希望する生徒が参加して，顧問の指導の下に運動やスポーツを行うもの」とされている。以下，同調査の結果に基づき，運動部活動の現況について分析を行う。

a-1. 運動部の設置状況

同調査によれば，調査対象となった全ての中学校・高等学校で運動部が設けられており，一校あたりの運動部数は，中学校で約15部，高等学校で約24部となっている。

a-2. 生徒の所属状況

表Ⅴ-1によれば，運動部に所属している者は中学校で生徒全体の73.9%，高等学校で49.0%となっている。一方地域のスポーツクラブ等に所属しているものは，中学校で7.7%，高等学校で4.2%で両者とも運

運動部所属者の10分の1程度であり、生徒のスポーツ教育が学校教育に大きく依存していることが分かる。

表V-1 生徒の運動部等への所属状況 (複数回答可)

	中学校			高等学校		
	全体	男子	女子	全体	男子	女子
運動部に所属している者	73.9%	83.0%	64.1%	49.0%	56.3%	41.1%
地域のスポーツクラブ等に所属している者	7.7	10.2	5.0	4.2	5.7	2.6
文化部など運動部以外の部に所属している者	17.1	7.9	27.1	22.0	13.8	30.9
学校以外の文化的教室等に所属している者	7.0	3.9	10.4	3.1	1.4	5.0
どれにも所属していない者	7.8	7.6	8.2	27.3	28.1	26.6

(出所)『中学生・高校生のスポーツ活動に関する調査』文部省体育局

a-3. 運動部の活動状況

表V-2は運動部に所属している中学生の学期中の1週当たりの活動日数と1日当たりの活動時間数であるが、これによれば、最も活動日数の多いのは「週6日」であり、ほぼ半数の46%となっている。さらに「週7日」すなわち一週間全く休みなしも次に多く26.02%となっており、両者で72%と7割を超えている。

表V-2 運動部における学期中の活動日数(中学校)

週 当 た り の 活 動 日 数	1日	0.66%
	2日	1.28
	3日	3.04
	4日	5.09
	5日	17.57
	6日	46.33
	7日	26.02
全 体	100.0	

(出所)表V-1に同じ。

また表V-3によれば活動時間数については2～3時間が最も多く半数を超えている。さらに3～4時間および4時間以上が16.0%であり、

その結果2時間以上が全体の約70%となっている。また学期中の1週当たりの活動日数との組み合わせでは「週に6日、1日2～3時間未満」というのが最も多くなっている。

表V-3 運動部における学期中の活動日数及び活動時間(中学校)

		全 体	週 当 た り の 活 動 日 数						
			1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
1日当たりの時間数	1時間未満	1.2%	20.0%	7.6%	5.3%	4.3%	1.3%	0.7%	0.3%
	1～2時間未満	28.0	42.2	52.2	48.7	42.4	33.5	26.9	19.8
	2～3時間未満	54.8	35.6	35.9	35.4	42.7	54.7	57.5	56.1
	3～4時間未満	14.6	2.2	2.2	10.2	9.9	10.0	13.9	21.2
	4時間以上	1.4	0.0	2.2	0.4	0.8	0.6	1.0	2.6
全 体		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(出所) 表V-1に同じ。

この表では週当たりの活動日数と1日当たりの時間数の関係が示されているが、特徴的なのは、「2～3時間未満」「3～4時間未満」「4時間以上」の全体における割合が約70%なのに対し、週6日、週7日活動する部においては、それぞれ72.4%、79.9%と平均を上回っていることであり、活動日数の少なさを長時間の活動で補っているのではなく、活動日数の多い部の方が1日当たりの活動時間数も長いという結果になっていることである。これにより、部活動とは言っても、極めて「ハードな」

表V-4 運動部における学期中の活動日数(高等学校)

週当たりの活動日数	1日	1.35%
	2日	0.92
	3日	2.64
	4日	4.08
	5日	13.23
	6日	41.73
	7日	36.06
全 体		100.0

(出所) 表V-1に同じ。

表 V-5 運動部における学期中の活動日数及び活動時間（高等学校）

		全 体	週 当 た り の 活 動 日 数						
			1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
1日当たりの 時間数	1時間未満	1.1%	38.9%	10.0%	6.8%	2.2%	1.0%	0.3%	0.1%
	1～2時間未満	24.6	38.9	72.0	55.8	53.5	45.9	24.7	9.6
	2～3時間未満	51.8	18.5	12.0	33.3	39.8	45.1	57.8	51.8
	3～4時間未満	17.8	1.9	6.0	2.7	4.4	7.3	15.3	28.0
	4時間以上	4.8	1.9	0.0	1.4	0.0	0.8	1.9	10.5
全 体		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(出所) 表 V-1 に同じ。

ものかなりの割合を占めていることが示されている。

高等学校の場合、全体的には中学校よりも活動日数、活動時間とも長くなっている。さらに中学校と同様、活動日数が多いほど、活動時間数も長い傾向が見られる。(表 V-4 & V-5)

表 V-6 & V-7 は土曜日が休業となる場合における運動部の活動時間数を示しているが、中学校では 40.41% が「活動していない」が残りの約 6 割は活動していることが分かる。また高等学校では「活動していない」は僅か 21.12% に過ぎず、8 割弱が休業となる土曜日にも活動していることが分かる。その場合、中学・高校とも活動時間は「3～4時間未満」が最も割合が高く、学期中の平日の活動時間よりも長くなっていることが分かる。またこの場合にも学期中の週当たりの活動日数が多いほ

表 V-6 休業土曜日の活動時間数（中学校）

		全 体	学 期 中 の 週 当 た り の 活 動 日 数						
			1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
休 業 土 曜 日 の 活 動 時 間 数	活動していない	40.41%	0.39%	0.71%	1.81%	2.93%	9.08%	17.58%	7.88%
	1時間未満	0.48	0.03	0.03	0.01	0.03	0.09	0.24	0.05
	1～2時間未満	4.08	0.04	0.08	0.21	0.24	0.93	2.08	0.52
	2～3時間未満	20.86	0.09	0.24	0.56	1.01	3.26	10.77	4.82
	3～4時間未満	22.25	0.04	0.21	0.24	0.54	3.08	10.77	7.40
4時間以上	11.92	0.07	0.03	0.16	0.27	0.99	4.92	5.55	
全 体		100.0	0.66	1.28	3.04	5.09	17.57	46.33	26.02

(出所) 表 V-1 に同じ。

表 V-7 休業土曜日の活動時間数 (高等学校)

		全 体	学期中の週当たりの活動日数						
			1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
休業土曜日の活動時間数	活動していない	21.12%	1.02%	0.75%	1.76%	2.85%	7.11%	6.91%	0.68%
	1時間未満	0.31	0.16	0.0	0.02	0.0	0.05	0.04	0.04
	1～2時間未満	3.28	0.0	0.04	0.16	0.18	0.31	1.83	0.77
	2～3時間未満	23.79	0.05	0.07	0.38	0.55	2.74	13.30	6.66
	3～4時間未満	29.90	0.05	0.04	0.09	0.38	2.21	13.72	13.41
	4時間以上	21.60	0.05	0.02	0.24	0.16	0.68	5.89	14.61
全 体		100.0	1.35	0.92	2.64	4.08	13.23	41.73	36.06

(出所) 表 V-1 に同じ。

ど、土曜日の活動時間も長いという傾向がはっきり表れている。

b. 運動部活動の問題点

以上のように、週当たり6～7日も活動する部ほど、1日当たりの活動時間数も長く、さらに休業となる土曜日にも長く活動しているといった傾向が見られる。この傾向は休業となる日曜日の場合も同様である。

ところで、本調査ではスポーツドクターに対して、中学生、高校生についての適当と思う週当たりの活動日数および1日当たりの活動時間数

表 V-8 スポーツドクターが適当と思う活動日数及び活動時間数 (中学校)

		全 体	適 当 な 活 動 時 間 数				
			1時間未満	1～2時間未満	2～3時間未満	3～4時間未満	4時間以上
適 当 な 活 動 日 数	1日	0.25%	0.12%	0.12%	0.0%	0.0%	0.0%
	2日	5.20	0.50	3.84	0.87	0.0	0.0
	3日	37.42	0.87	27.76	8.80	0.0	0.0
	4日	32.47	0.0	21.69	10.29	0.50	0.0
	5日	21.56	0.12	12.76	8.18	0.50	0.0
	6日	2.97	0.12	1.49	1.12	0.25	0.0
	7日	0.12	0.0	0.0	0.12	0.0	0.0
全 体		100.0	1.73	67.57	29.46	1.24	0.0

(出所) 表 V-1 に同じ。

について調査している。

それによれば、中学生の場合、最も適当と思う活動日数は週3日であり、その次に週4日、週5日となっている。これ以上の日数になると急激に適当と思う人は減少し、週6日で2.97%、週7日となると僅か0.12%に過ぎないのである。さらに適当な活動時間数についても最も多いのは1～2時間未満であり、次に2～3時間未満が続くが、しかし3～4時間未満になると僅か1.24%に過ぎず、4時間以上では全く適当と思う者がいないという結果になっている。ちなみに最も適当と思う人が多い組み合わせは週3日で1～2時間未満というものである。(表V-8)

高校生の場合、適当と思う活動日数は週5日が最も多くなり36.06%で、また週6日も11.40%と中学生の場合に比較して増えるが、週7日はやはり僅か0.50%に過ぎない。活動時間数も2～3時間未満が最も多くなるが、しかし、3～4時間未満あるいは4時間以上が適当というのは10%弱に過ぎない。(表V-9)

表V-9 スポーツドクターが適当と思う活動日数及び活動時間数(高等学校)

		全 体	適 当 な 活 動 時 間 数				
			1時間未満	1～2時間未満	2～3時間未満	3～4時間未満	4時間以上
適 当 な 活 動 日 数	1日	0.25%	0.12%	0.0%	0.12%	0.0%	0.0%
	2日	1.86	0.25	1.12	0.50	0.0	0.0
	3日	19.70	0.12	8.43	10.41	0.74	0.0
	4日	30.24	0.0	10.29	18.22	1.73	0.0
	5日	36.06	0.12	6.44	24.78	4.71	0.0
	6日	11.40	0.0	1.49	7.43	2.35	0.12
	7日	0.50	0.0	0.0	0.37	0.12	0.0
全 体	100.0	0.62	27.76	61.83	9.67	0.12	

(出所) 表V-1に同じ。

このように、現行の部活動はかなりの程度スポーツドクターが望ましいと思うよりも日数・時間数ともオーバーして行われているが、このようなスポーツドクターの意見を待つまでもなく、週に1日も休みがなく、休業の土・日曜日にも長時間活動をするというのは、部活動と勉強、家庭生活などの生徒の生活面におけるバランスの観点から言っても、明ら

かに行き過ぎであろう。このように部活動の一部には行き過ぎが存在しており、本来の教育の意義を忘れた勝利至上主義あるいは記録至上主義に基づく部活動が見受けられる。

VI. エリートスポーツ化

a. エリートスポーツ化の流れ

我国のスポーツを取り巻く状況としてはエリートスポーツ化の傾向が強くにじみ出ている。エリートスポーツ化とは、スポーツ大衆化ということとまさしく正反対の方向の流れである。スポーツの大衆化とは、国民誰もが個人個人の好みや体力、技術レベルに応じて参加することができ、日常生活の中でいつでも気軽にスポーツを楽しめるような環境の整備を目指すものである。それに対してエリートスポーツ化は、プロやセミプロとしてやっていけるようなハイレベルの選手養成が主な目的となり、スポーツの場がそうしたことのためにほとんど独占されてしまうことを指す。この典型的な例が、現状では最大のスポーツの場である中学・高校の部活である。

b. エリートスポーツ化の問題点

エリートスポーツ化の傾向が強いといっても、スポーツの大衆化が着実に進んでいることも事実である。ゴルフ、スキー、スノーボード、サーフィン、水泳教室、フィットネス、ジョギングなどに代表されるスポーツ種目の愛好者は非常に増えている。しかしこのことは逆にエリートスポーツ化の大きな問題点であると言わざるを得ない。

まず、ゴルフ、スキーなどを考えてみると、時間があるから近くの体育館でちょっと、というように日常的に楽しめるというような種目ではなく、多くの人にとっては移動のために多大な時間を要し、プレー時間は少なくとも数時間というように必ずしも手軽なものではない。日常的にスポーツをしていない理由とされる「仕事などが忙しくスポーツをする時間がない」と言うことも、詳細に見てみると必ずしも絶対的な時間の不足ばかりではなく、このような「おおごと」な種目ではなかなか難しいということもあると考えられる。

次に、水泳、フィットネス、ジョギングなどについて見ると、これらの種目は確かに手軽さという点では申し分ないが、ひとりで黙々とするいかにも面白くない（仲間もいるし、やっていて楽しいと言う人が少なくないことも否定はしないが）種目であり、運動不足解消のために涙ぐましい努力を続けているというような面もある。こうしたことから言えるように、周辺的な種目では愛好者は増えているが、多くの人がやりたいと思う人気のある種目、例えば部活などで入部希望者が多いような種目、あるいはテレビの中継などで高い視聴率を上げるような種目に関しては、素人が気分転換にちょっとというような状況で入り込める余地はほとんどないのが実態である。

スポーツから遠ざかる理由として、こうした「時間がない」「あまり面白さを感じない」ということのほかに、個人個人が明確に意識してはいないが次のようなことがあると考えられる。まず、個人の技術レベルに応じて参加できる場がなかなかないことである。何か一つの種目については多少はやったことはあるが、それ以外はまったくの初心者という人が大部分であり、こうしたことに対応して一から教えてもらえる仕組みが必要である。次に、このような個人の技術レベルと同様に、特に団体競技の場合には同じような技術レベルの共同プレーヤーが必要であるが、このように新規参入が難しいのであればベテランクラスの人しかいないことになり、初級・中級クラスの仲間が少なく、溶け込めないというようなことがありうる。また、気心の知れたチームメイトがいないことも気後れを感じさせる大きな原因となる。スポーツをすれば初対面でもすぐに和やかな雰囲気になり打ち解けるものではあるが、遠慮や気遣いが重荷になることは否めない。

スポーツは、特に球技や団体競技では、時間や場所があるとしても簡単に参加できるものではない。子供の頃からの経験と練習の積み重ね、そして何よりも必要なものは気心の知れたスポーツ仲間である。エリートスポーツ化は、単一種目専門の少数の卓越したプレーヤーを育てることと、まったくのスポーツ未経験者を生み出し、本当にスポーツを楽しめるような多くの種目をバランスよく経験した者を生み出すことは皆無に等しいと言える。

またエリートスポーツ化は、観るスポーツにおいても影響を受けてい

る。スポーツ経験がない場合は一般的に鑑賞能力が低く、スポーツの技術や戦略、連携プレーといったことには関心が薄く、もっぱら勝負だけに固執し、反応も感情的・熱狂的である。鼎足のチームやプレーヤーが勝てば上機嫌で祝杯をあげ、負ければ不機嫌になって食事も喉を通らず周りに当り散らすといった光景もそれほど珍しくはない。実際に試合をしているプレーヤーに感情移入していると同時に、その感情の振幅の大きさはプレーヤー以上という異常な状況も少なくない。

プロスポーツやマスコミのスポーツ番組は、こうした熱狂的ファンをはじめ多くのファンによって支えられていることは事実である。しかし彼らの多くが期待しているのは、スポーツというよりむしろ「勝利の味」とでも言うべきものである。したがってこうしたファンに供給しなければならないものは勝利であり、勝たなければやがて見向きもされなくなる。東京オリンピックの時にあれほど盛り上がったバレーボール熱も、それ以降メダルから遠ざかるとともに冷えてしまった。体操も水泳も然りである。発足当時はプラチナチケットとまで言われ入手困難であったJリーグにおいても、現在では成績不振の続くいくつかのチームでは1試合の観客が数百人と言う寂しさである。プロスポーツやマスコミは、一時的なブームが終わればあつという間に引いてしまうこうした観客をなんとしても引きつけておかなければならない。観客の求めるものは常に勝利の快感であり、試合の内容は話題にすらならないような状況では、ますますエリートスポーツ化は促進されることとなる。

c. エリートスポーツ化の構造

エリートスポーツ化をもたらしたのは、スポーツを商業的に利用しようとする商業主義にその大きな理由があると言われている。プロスポーツは、例えば日本のプロ野球球団発足の目的が自社の新聞拡販のためあるいは自社の鉄道利用者増のためなどというように、最初から企業の営業目的として位置付けられている。世界には多くのプロチームがあり、プロ化にも色々な経緯があるが、日本の場合はオーナー(主に企業)があり、オーナー企業の宣伝媒体として利用する傾向が極めて強いことが特徴として挙げられる。プロばかりではなくアマチュアにおいても同じような傾向である。アマチュアのスポーツイベントもマスコミなどを

通して大衆の娯楽の一つとして広く受け入れられているために、スポーツ中継番組やスポーツニュースという形で強力な宣伝効果を持つようになってきている。また、スポーツの持つ爽やかさ、躍動感といったイメージが企業イメージの向上にプラスになるという点からも、スポーツを媒体として利用することは効果的である。したがって、アマチュアとは名ばかりで、スター選手を集め、特別な待遇をしてチームやプレーヤーを企業の広告塔として機能させようとするものでありプロとなんら変わるところのないセミプロ集団である。

こうした商業主義は企業だけに限らず教育機関においても広く見られる。高校、大学におけるいわゆるスポーツ校といわれる学校が典型で、生徒や学生集めの主要な営業政策としてスポーツを利用し、金銭的な優遇措置を含め色々な特別待遇で有力選手を集めている。

また、営利を目的としたものだけではなく、政治や政党といったレベルにおいても、国威発揚というような国内の盛り上がりを通して、政府や政党の支持率の維持・向上を図ろうとすることも一種の商業主義的なスポーツ利用であると言えよう。オリンピックの選手強化費として膨大な国家予算が政治的に投入され、極めて高いメダルを税金で買うことになる。

スポーツを商業的に利用し効果が生まれるためにはマスコミの存在が不可欠である。また、人気のスポーツ中継はテレビの目玉商品のひとつであり、有名プレーヤーが海外などで活躍するとその放送への受信加入申込がどっと増えることなどに見られるように、スポーツというソフトウェアはマスコミにとって生死を左右する重要な分野であると言える。マスコミにとってスポーツに関する最重要課題の一つは、中継などをしようとする試合やイベントに対する世の中のムードを盛り上げ、話題性を高めることにある。したがってマスコミが流す内容としては、「見えてきた！奇跡の逆転勝利！」、「〇〇選手力強くメダル宣言！」、「完全勝利への死角なし、日の丸〇〇隊！」などというように勝利への期待感を抱かせるものが圧倒的に多い。こうしたマスコミに煽られた世論の期待がスポーツに勝利至上主義を蔓延させ、エリートスポーツ化をもたらしたことは疑う余地がない。

しかし、スポーツを経営の道具にしようとする企業・マスコミの商業

主義が、エリートスポーツ化の原因のすべてであるとは言い切れない。マスコミがいくら情報を流そうとしてもメディアの受け手である消費者の側にニーズがなければ経済的にも成り立たない。例えば、メダルのまったく可能性のないと見られているような選手であればマスコミにもほとんど取り上げられない。マスコミ側の言い分としては「誰も見てくれない番組をつくるわけにはいかない。」と言うことであろう。マスコミが一方的に煽っているのか、消費者のニーズに応え消費者の求める情報を提供しようとしているのかは判然とはしないが、少なくともマスコミが商売として成り立つだけの消費者のニーズがあることは確かであり、日本人のメンタリティの中に勝利至上主義的なもの、ヒーロー願望的なものが根強くあるのではないかと見られる。例えば、甲子園で地元の高校の試合が始まると、商店街や市役所までが一時休業状態になり、市長や議員が球場に応援に駆けつけるなどということは、世界でも類を見ない日本独特のメンタリティであると言える。

こうした日本人の独特のメンタリティ形成については民族性などという要素も関係していると思われるが、本来的なものを見るよりはむしろ個人的な嗜好とマスコミの世論操作とがうまくかみ合い、それが徐々にエスカレートし、ついには現在のような選択の余地ない巨大なエンターテイメント提供のための社会的装置になったと考えられる。そうしたマスコミからスポーツ情報を求めようとする個人の態度は、個人個人のスポーツ経験の有無によってまったく違ったものになることは言を待たないであろう。日常的にスポーツを生活の中に取り入れるということが行われていれば、試合の緊張、勝利の喜び、目標への達成感などは自分自身がその中で感じ取ることができるわけで、見ず知らずのプロのプレーヤーに頼る割合も少なくなるであろう。また、スポーツ経験は当然鑑賞眼を高めることになり、プロの試合を見ても単に勝った負けただけではなく「内容のあるスポーツ」として観ることができるようになり、いたずらに勝利感・優越感だけを味わうためだけの応援とは質的にも変化していくであろう。結局、スポーツエンタテイメント提供側であるプロ・セミプロと、受け手であるスポーツをやらない人を作り出すスポーツエリート化という仕組みが、また新たなスーパースターの出現を待ち望み、スポーツエリート化を更に促進させる構造になっていると言える。

VII. スポーツ市場の問題点と新たな市場の枠組

エリートスポーツ化ということで端的に表現される現代のスポーツをめぐる市場の状況は、スポーツの大衆化を抑制する傾向が強い。その一方で、見せる側のプロ・セミプロ集団を生み出しつづけている。スポーツの世界にプロやセミプロのような超エリートが大勢いることはむしろ好ましいことではあるが、それと同時にスポーツの大衆化も着実に広がっていかねば跛行的なものとなる。

プロやセミプロがやっているスポーツも、確かにスポーツではあるがスポーツとは言いがたいものである。部活などで見るように、長時間にわたる過酷な練習、小さい頃からの一種専業、勝利至上主義、能力の頂点を迎えた後のバーンアウト、短い選手生命など、とても生活に取り入れて楽しむスポーツとは似ても似つかないものである。スポーツはやればやるほど良いと言うものではない。スポーツを効果的なものにするためには、自然の摂理に則った科学的管理のもとで行うことが必要である。科学的な管理としては少なくとも次のようなことがなされるべきである。

- ① 個人の体力や健康状態の把握と、それに基づく適正な運動量の判断
- ② 肉体的な発達段階、技術的な段階などに応じた適正な種目の組合せの選択
- ③ 正しい技術習得のための教育システム充実
- ④ 個人の技術や体力レベルに応じて楽しめるような多様なチーム編成、試合編成

しかし、我国ではこうしたサービスが市場で提供されることは皆無に等しい。スポーツをしたいという人が大勢いて、スポーツをやっている人も大勢いるのに、何故こうしたサービスが市場性を持ち得ないのであろうか？

色々な原因が考えられるが、何と言っても現在は中学、高校の部活がその需要に対するほぼ独占的なサービス供給者となって機能している仕組みが、市場の枠組みに決定的な役割を果たしている。そして部活もまたエリートスポーツ化の拡大再生産システムに完全に組み込まれ、プロやセミプロ予備軍の養成機関としての役割を進んで引き受けているのが

現状である。

学校の部活を本来の「学業の余暇活動」に戻し、プロやセミプロを養成するという需要および大衆的なスポーツ需要に対応できる民間ベースの機関（例えばスポーツクラブ）の経営的な基盤を確保するためにも、中学、高校における全国的な（少なくとも県レベル以上の）対外試合を一切禁止できればよい。しかし、高校野球、高校サッカー、高校バレー、高体連などを止めろといっても、選手当事者、教育関係者、マスコミ、連盟役員、旅館経営者、球場・競技場経営者その他もろもろの利害関係者が大勢居り、こうした人たちの利害を損ねるようなプランはまったく受け入れられないことは明らかである。したがって、従来からあるこうした全国的な大会は存続せざるを得ないが、このような状況を改革していくための突破口として、学校単位だけではなくクラブチーム（勿論中学生、高校生という資格制限を厳密に適用して）の参加を認めることであると考えられる。このような制度改革は、色々な困難を伴うことであろうが、スポーツの大衆化の流れを大きく確実なものにしていくためには、部活を本来の形に戻すことが決定的な鍵である。

その結果、経済ベースで成り立つような民間のスポーツクラブが機能するようになれば、従来部活から排除されていた人たちも比較的スムーズにスポーツというものに入ることができるであろうし、部活でやってきた人たちも、今度はスポーツクラブの中で専門的な指導や訓練を受けることができるようになるであろう。

このように、学校時代に適正なスポーツ経験をした大勢の人が輩出されることにより、ファミリースポーツ、サラリーマンスポーツ、主婦スポーツ、老人スポーツ、地域スポーツ、身障者スポーツなどさまざまなスポーツ需要が喚起され、それがスポーツクラブの経営基盤を強くし、その仕組みを中心にしてスポーツの大衆化が力強い流れになっていくものと考えられる。

[注]

- (1) 勿論、スポーツを職業としている人たちにとっては、スポーツは仕事・業務であり決してレジャーであるとは言えない。本来はこうしたプロやセミプロが行う「スポーツ」も同列のものとするべきかも知れない。

い。しかし本研究の主たる狙いが「スポーツを日常生活の中にもうまく取り込み、それによって生活の満足感をいかに高めるか」ということの効用や可能性などについて考察を進めていくことであり、プロやセミプロがする「スポーツ」が（自分の楽しみのためという目的でなされる場合のあることも否定しないが）、基本的には「観客にいかにも喜ばれるか」（＝消費者のニーズに答えること）が主たる目的であり、明らかに一般大衆が「自分の楽しみのために」するスポーツとはまったく別次元のものであり、スポーツ観戦におけるサービス生産・供給側の要素であるとして整理した。

- (2) 中村敏雄編『スポーツをとりまく環境』（1997年、創文企画）中の関春南氏の論文『スポーツ環境としての政治』14～15頁。
- (3) 総理府・内閣総理大臣官房広報室『平成9年10月調査 体力・スポーツに関する世論調査』。
- (4) 財余暇開発センター『スポーツライフ白書』ぎょうせい、1998年7月。
- (5) 文部省体育局『中学生・高校生のスポーツ活動に関する調査資料』。（平成8年4～7月調査）