

論文要旨

場を活用した社会関係資本の醸成 —日本クリケット協会を中心とした関係基盤構築を事例として—

法政大学大学院 経営学研究科 経営学専攻 修士課程
マーケティングコース
氏名 世良 真理

スポーツを通じた地域活性化が活況を浴びている。新しいアリーナやスタジアムの建設により、周辺の街づくりを含めた地域のにぎわい創出に向けた動きが加速しているが、高齢化と人口減少に直面する地方においては、廃校の再活用も課題となっている。本研究は、日本ではマイナースポーツであり、廃校グラウンドを整備した栃木県佐野市に協会の本部があるクリケットを題材として、関係者の協働によりどのような価値が創造されているのか、そしてそのプロセスを明らかにすることが目的である。

グラウンドという「場」を中心として、日本クリケット協会や自治体を中心とした関係者のダイナミズムを追うことから、定性的研究方法により実施する。関連する先行研究により導出したプロポジションに基づき、研究対象者への半構造化インタビューによる発話データからの抽出や、関連するウェブサイト、さらに各団体が発行する媒体を参考とすることで、場を活用した地域の共通価値を創造しているプロセスを明らかにする。

実施された5名のインフォーマントに対するインタビューや、7日間のフィールドワークにおける画像データ、さらに関連団体からの発信情報の解釈から、2つの発見物があった。第1に、廃校グラウンドは整備するだけではなく、場として成立するためのさまざまな仕掛けをすることで新たな交流が生み出せるようになる。具体的には、アジェンダ、解釈コード、情報のキャリアー、連帯欲求の基礎を提供し、気軽に入れるための工夫や、同時開催イベントの仕掛け、さらに人々の共通理解や連帯意識が生まれる、かじ取りのマネジメントをすることで、多様な価値観を持つ人々が集まるようになる。これは、地域社会に存在する関係基盤として、中間支援組織となる協会が中心となり、サポータークラブや自治体と連携して、場のかじ取りのマネジメントを行っていることがわかった。

第2に、中間支援組織である協会を中心とした関係者間で、橋渡し型社会関係資本が構築されてから、クリケットに関わる関係者が特定グループとなることで、結果的に結束型の社会関係資本に変化していることがわかった。この段階になると、中間支援組織である協会がいなくともグループ内関係者が協働することができて、個人だけではなく、社会の共通価値を生み出していることを確認した。

本研究のインプリケーションとしては、次の2点が重要である。第1に、廃校グラウンドを活用した場の定義の有効性を示したことである。会社や組織という環境で、場の定義

が使われることも多いが、本研究では国内でも課題となっている、廃校を題材としたことで、今後の再活用に向けた議論が進むのではないかと考える。第2に、企業がスポーツを通じて地域活性化にどのように貢献できるかを示した点である。企業とスポーツは密接なつながりを持ち、広告宣伝を主目的とした協賛活動が多くなっているが、これまでに対象地域と関係のなかった企業が、スポーツを通じてご縁のできた地域において、自治体や地域企業と一緒に価値を創造するという、新たな CSR の可能性を導き出すことができたのではないだろうか。

2028年に開催されるロサンゼルスオリンピックで追加種目に決定したクリケットは、今後国内で注目度があがることが期待される。国内のクリケット本拠地を中心とした本研究が、今後のスポーツマーケティング研究の発展に少し貢献できるのではないかと考える。