

〈報告〉

東アジアスポーツリーグ構築に関する一考察

～アジアリーグアイスホッケーを事例として～

丸谷 紘之*;**・青山 芳之**

A Study of Build the Sport League in East Asia

～Case Study: Asia League Ice Hockey～

Hiroyuki MARUYA*;** and Yoshiyuki AOYAMA**

1. 緒 言

近年, 様々な業種, 分野で成熟化, 飽和している日本市場から, 海外市場への進出が活発になっている。海外市場の中でも, アジア地域の経済発展は目覚ましく, なかでも日本, 中国, 韓国の東アジア地域に位置する3カ国は, 実質的にアジア経済をリードしていると言え, さらなる発展が期待される。アジアのGDPは20年後に世界の4割を占めると予測されており, 第3のマーケットとして世界中の企業の進出や投資が増大している。

スポーツ市場においても, 競技間で市場の奪い合いが起きていることから, 対象となるマーケットを拡大し, 日本国内にとどまらず東アジアへの進出が重要な課題になっている。地理的に隣国に位置する日中韓3カ国の国の枠を超えたスポーツビジネスの展開は, 注目度を高め, グローバルな経営から収入を拡大することができると考えられる。また, 東アジアを世界のスポーツ産業における有数な地域に育て上げることで, アジア全体の競技レベルの向上につながることも期待される。

2. 目 的

本研究の目的は, 東アジアスポーツリーグ実施先行事例であるアジアリーグアイスホッケーを事例とし, その現状と課題を明らかにすることで, 東アジアスポーツリーグ構築, 発展のための指針を得ることにある。

3. 研究方法

調査対象は, 運営の調査については, アジアリーグアイスホッケー JAPAN OFFICE の職員(事務局長), 観戦者調査については, 試合会場の直接観戦者とした。ヒアリング調査は, 2008年10月26日(日)14時から2時間程度, アジアリーグアイスホッケー JAPAN OFFICE で, 筆者と JAPAN OFFICE 職員との一対一の状況で行った。観戦者調査は, Jリーグが行っている観戦者調査を参考に質問紙を作成し, 2008年11月15日(土)に新横浜スケートセンターで直接配布回収法と留置法によって行った。

4. 調査結果

観戦者調査結果から, アイスホッケー観戦者は, 藤本¹⁾が観戦回数によって「Consumer Group」を4つに分類している内の「Heavy Consumer」が大半を占め, 日本アイスホッケーリーグ時代からの観戦歴の長いファンも多いことが明らかとなった。ま

* キーウェア・ソリューションズ(株)

Keyware Solutions Inc.

** 順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科

Graduate School of Health and Sports Science,
Juntendo University

た、再観戦意図も非常に高く、アイスホッケーに高いロイヤルティを持っていることが明らかとなった。しかし、情報伝達やチケットに関することなど観戦者の満足度の低い項目を改善する必要があり、観戦者意識や観戦者のニーズが運営に活かされていない現状にあることが明らかとなった。

また、ヒアリング調査から JAPAN OFFICE がアジアリーグアイスホッケー本部となっているが、文化や言語の違いが障害となり、リーグ運営において各国 OFFICE が連携しているとは言えない状況にあり、それぞれが別の財政で自国の試合運営を行っていることから、各国 OFFICE 間での食い違いなど運営基盤に多くの課題があることが明らかとなった。日本国内においても各地域連盟とのしがらみがあり、つながりが不明瞭であることが課題となっている。

5. 考 察

調査から明らかとなったアジアリーグアイスホッケーの課題を解決するために、顧客である観戦者のニーズを運営に活かす組織的メカニズムを持ち、アジアリーグとして協力関係を構築し、各国で連携するための組織マネジメントが必要であると考えられた。現状のアジアリーグアイスホッケーの組織構造は、各国別の事業部制であると考えられる。野中³⁾は、組織的知識創造に関して、グローバルな規模でも有効に働くことを示唆しており、異文化の人々の間でも共同化と表出化に時間をかけることで、互いの暗黙知を共有し、知識創造のプロセスを統合することで相乗効果を生み出すと指摘し、永井²⁾や鈴木⁴⁾の指摘からもアジアリーグアイスホッケーの組織構造としてハイパーテキスト型組織構造が有用であると考えられる。

ハイパーテキスト型組織とは、「ビジネス・システム」、「プロジェクト・チーム」、「知識ベース」の3つのレイヤー(層)から成っている。3つのまったく異なったレイヤーが同じ組織の中に共存しており、知識が3つのレイヤーをダイナミックにめぐるサイクルで組織的知識創造が行われる組織構造である。

6. 結 論

ハイパーテキスト型組織構造に転換することで、異文化の国をまたぐリーグであるがゆえの暗黙知を共有し、形式知へと明示化することができ、文化や言語、経済面などの違う各地で、創造・蓄積された知識やノウハウがダイナミックに変換される組織的能力を持つことになる。多くの面で連携し、各地で創られた知識によって円滑な運営、集客、プロモーションなどを行うことができ、リーグを発展させていくことができる。また、顧客である観戦者やスポンサーなど組織の外部にある市場の知識を組織的に変換する能力を持つことができ、外部の意見を運営に反映することが出来ていない現状を改善することができると考えられる。また、フォーマルな組織の中でインフォーマルな情報交換が行われるため、複雑な背景を持つ3カ国間のコミュニケーションが促進されると考えられる。

7. 今後の課題

東アジア地域におけるスポーツリーグの構築には、本研究から得られた以外にも多くの潜在的な課題があると考えられ、日本・中国・韓国の3カ国以外にも調査が必要である。また、東アジアスポーツリーグ構築のために今後は他競技においても継続した調査を行う必要があり、一般化するためにもさらに精査されていくべきだと考えられる。

(当論文は、平成20年度順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科の修士論文を基に作成されたものである)

参 考 文 献

- 1) 原田宗彦編著『スポーツ産業論入門』杏林書店 2004年 P96~98
- 2) 加藤茂夫編著『ニューリーダーの組織論』泉文堂 2002年 P210~211
- 3) 野中郁次郎、竹内弘高『知識創造企業』東洋経済新報社 1996年 P293~332
- 4) 鈴木陽二「効果的なタスクフォースの編成と運営〜日本競泳ナショナルチームを事例として〜」順天堂大学修士論文 2007年

(平成21年3月31日 受付)
(平成21年3月31日 受理)