

基調講演・要旨

基調講演②『人間とスポーツ』

◆講演者:原田宗彦(早稲田大学スポーツ科学学術院教授)

ペンシルバニア州立大学で博士号を取得し、フルブライトのシニアリサーチャーとしてテキサス A & M 大学で研究を行う。国立鹿屋体育大学でキャリアをスタートさせ、大阪体育大学を経て、現在は早稲田大学スポーツ科学学術院教授。アジア・スポーツマネジメント学会会長を務めた後、一般社団法人スポーツツーリズム推進機構代表理事、日本スポーツマネジメント学会会長、公益法人バレーボール協会理事などを務める。スポーツマネジメント、スポーツマーケティング、スポーツツーリズム、レジャー研究分野で著書多数。

◆講演要旨

「スポーツの本質は、遊びである」との根源的視点を、ホイジンガの遊び論、カイヨワの遊び論から説き起こされ、「レジャー」概念や「レクリエーション」概念との親和性と相関性も加えながら、スポーツビジネスとスポーツプロダクトとスポーツ消費を俯瞰するスポーツマーケティングの総合性を提唱された。その後、コロナ禍における人間とスポーツの現状分析と課題を、「仕事と余暇の境界の喪失」「テレワークに必須の仕事と遊びの均衡」に論究しながら、「スポーツワケーションの可能性」とコロナ禍でも伸びた米国の「アウトドア市場」の実態を紹介された。

最後に、「スポーツはどこに向かうのか？」の問いを寄せられ、『テクノロジーと融合したスポーツの進化』『スポーツの触媒的機能を生かしたスポーツまちづくり』『e スポーツ等のこれからのスポーツのフロンティアバウンダリー』について、積極的に発言された。

■「スポーツの本質は、・ルールがある・勝ち負けがある・大筋活動がある、遊びである」「ホイジンガの遊び論～自由時間に行われる自由な行為・仮構の世界で行われていることを自覚・時間と空間の限定性・絶対的秩序が存在する・遊びは美しくあろうとする→感動経験の創造(スポーツビジネスの源泉)」「カイヨワの遊び論～自由な活動・隔離された活動・未確定の活動・非生産的活動・規則のある活動・虚構の活動～閉鎖性=「遊」と「聖」」「カイヨワの遊び論は、パイディア(狂乱)からルドス(高いハードルを掲げる)に及ぶ。スポーツの進化は、パイディアからルドスへ。」「レジャー概念との関わり～レジャーとは・自由時間に・自発的に・純粹快樂を求めて行う、1)活動である 2)時間である 3)心の状態である」「レクリエーション概念との関わり～レクリエーションとは・自由時間に・自発的・社会的価値をとまなう楽しみを求めて行う・活動」

■「スポーツビジネスとは？～自由時間に、自発的に、楽しみや他のベネフィットを得るために、時間、金、個人的エネルギーを投資するスポーツ消費者が展開する経済活動。」「スポーツビジネスでは、ホモ・サピエンス(理性人)やホモ・エコノミクス(経済人)ではなくてホモ・ルーデンス(遊び人)が主役」「スポーツプロダクトの誕生と進化発展やスポーツ消費分野の拡大と成長で、スポーツマーケティングがしっかりと機能している」「スポーツは、新しいビジネスチャンスの宝庫(同調行動)・スポーツ消費は特殊なレジャー行動・両極端な感情の介在(高い覚醒次元)を持った、特殊な商材」

■「コロナ禍での人々の反応～外出への抵抗と価値観の変化／仕事と余暇の境界が喪失～仕事余暇消費が増え、ワーケーションの需要増／テレワークに必須の仕事と遊びの均衡／スポーツワーケーションの可能性が生まれている／在宅勤務による可処分時間のスポーツへの覚醒」

「コロナ禍で売り上げを大きく伸ばした米国のアウトドア市場～自転車／カヌーやカヤック等のパドルスポーツ／ゴルフ用品／キャンプ用品／バードウォッチング用双眼鏡等」

■「ウイズ&ポストコロナ時代に、スポーツはどこに向かうのか？ (1)テクノロジーと融合した新たな進化(「するスポーツ」は、より早く・より高く・より感動的に。「見るスポーツ」は、テクノロジーによる感動場面の視覚化へ)、(2)スポーツの触媒的機能を生かしたスポーツまちづくり(経済最優先のまちづくりからウエルビーイングへ(原田宗彦著書『スポーツイベントの経済学』と『スポーツ都市戦略』で提唱)で、基本コンセプトは『持続可能なまちづくり』『移動が簡単なコンパクトシティ』『アクティブライフスタイルを可能にする都市』『スポーツツーリズム』の4本柱、(3)eスポーツ等のスポーツのフロンティアバウンダリーで、デジタルネイティブ世代による「世代効果」によるスポーツ観戦とeスポーツ観戦の融合／リアルスポーツからの多様な視点からの期待表明、等が期待される」