

プロスポーツ振興「栃木モデル」構築に関する研究会

第8回 【会議レポート】

日時：2014年10月23日（木）16：00～18：00

場所：宇都宮東武ホテルグランデ4F 松柏

テーマ：スポーツとジャーナリズム

1. テーマ

本研究会では、プロスポーツクラブをめぐる多様なステークホルダーについて、それぞれの組織における現状と課題を明確化し、プロスポーツ振興をめぐる問題機軸の「見取り図」を描くことを目指した議論を蓄積してきた。こうした観点から、今回は、スポーツを報道するメディアに着目し、その活動実態と課題について情報共有を図ることを目的として、「スポーツとジャーナリズム」というテーマの会議を設定した。会議では、栃木県に根差した新聞社である下野新聞社、全国ネットのテレビ局であるNHK宇都宮放送局、独立系の地方民間放送局のとちぎテレビ、それぞれの立場からご報告をいただき、「プロスポーツクラブとメディアの関係性のあり方」を考える貴重な機会を得た。以下では、各メディアからの報告の概要をまとめた後、今後重視されるべき視点について考察を加える。

2. 報告

(1) 石崎 公宣 氏（株式会社下野新聞社 地域貢献推進室 専任部長）

「地域貢献」という観点から4プロスポーツに深く関与するメディアである下野新聞社の現状が説明された。同社では、2008年に策定した企業理念の第1項目として「地域貢献」を掲げ、それを達成するための部署として2011年に地域貢献推進室を設置した。そこでは、KIZUNAプロジェクトという事業を立ち上げ、4プロスポーツのクラブ別リストバンドを制作・販売し、その収益を各クラブに分配するなど、連携事業に着手してきた。また、こうした連携事業の他にも、同社はスポンサーとして各クラブを支援する役割も担い、栃木SCや日光アイスバックスに出資するとともに、冠試合の開催、イベントへの協賛等を実施してきた。



こうした地域貢献活動に加え、下野新聞社では新聞メディアとしての特性を活かし、報道の側面からもプロスポーツに強く関与してきた。具体的には、各クラブとメディアパートナー契約を締結する同社では、各チームの担当記者を複数配置ながら、スポーツ紙面だけでなくWEBやフリーマガジンなど複数の媒体を活用しながら、全試合の結果や新戦力の情報について詳報してきた。今後も継続してメディアの立場からできる活動を実施していきたいという。

(2) 田野辺 隆男 氏（NHK宇都宮放送局 局長）

NHK宇都宮放送局の田野辺局長は、実際にテレビ放送された映像を用いながら同局の取り組みを紹介するとともに、プロスポーツとメディアの今後の関わり方について議論した。まず、同局が担当するテレビ番組「とちぎ640」（NHK総合、午後6時40分）の中の「いちすぼ」というコーナーの映像を視聴した上で、同局で取り扱えるスポーツの「枠」には限りがあることを指摘した。視聴者の多様なニーズに応える必要があるメディアでは、スポーツの情報ばかりを提供することはできず、他のコンテンツとのバランスをとりながら番組を「編成」することが求められる。そうした状況の中



で、地元でスポーツを応援する機運が高まればそれを取り扱う枠も広がる可能性があり、プロスポーツ側のそうした取り組みに期待するという。

また、田野辺氏は、親子で成長する地元アスリートの映像を紹介し、こうした「リアリティのある物語」は、一般の人々からの共感を集めるメディア・バリューの高いコンテンツであるとともに、スポーツへの関心を駆り立てるものだと指摘した。そして、こうした「リアリティのある物語」を制作するためには、緊張感と秘匿性の高いスポーツ現場で取材することが不可欠となるが、それを実現するためには「クラブの現場とメディアを繋ぐ人材」の存在が要諦となると述べた。この「繋ぎ役」は選手とメディアの双方から信頼を有する存在であり、こうした人材の介在によってメディアとプロスポーツの関係性が深まることに期待が寄せられた。

(3) 吉澤 文夫 氏（株式会社とちぎテレビ 代表取締役社長）

平成9年に「地域密着の情報を発信する映像メディア」として創設されたとちぎテレビでは、独立系地方民放局の強みである「編成の自由度の高さ」を活かし、情報番組や災害報道など、地域で必要とされる情報を選択的に発信してきた。そうしたなかで、スポーツ番組を「視聴者からのニーズの高いコンテンツ」と位置け、プロ・アマチュア問わず多様なスポーツの場を放送してきた。そこで意図されてきたこととは、他の地方テレビ局との差別化を図るために「きめの細やかな」スポーツ中継を実現することであった。4プロスポーツに関しては、県内で開催するホームゲームの中継を数多く放送するだけでなく、応援番組を企画したり、ニュース番組で特集する等、様々なコンテンツを提供してきた。



こうした地域密着のメディアが抱える課題について、吉澤社長は「制作費とスポンサー」という観点から言及した。スポーツ番組を制作するにはそれに要する費用を賄うだけの収入が不可欠であり、そこで必要となるのが多くのスポンサーからの資金提供であるという。つまり、スポーツコンテンツの量を増やすためには、プロスポーツを支援する存在を増加させることが求められるという命題が指摘されたのである。このように鋭く分析する吉澤氏は、今後のメディアの重要な役割として「文化の創造」を掲げ、スポーツという文化に関しては、メディアとプロスポーツが手を取り合うことで、新たな価値を共創する方途を模索していきたいと述べた。

3. むすびにかえて：メディアとプロスポーツクラブの今後について

今回の研究会では、プロスポーツがメディアとの関係を発展させるために今後重視すべき視点を確認する貴重な機会を得ることができた。その視点とは、下記の二点にまとめることができる。第一に、「プロスポーツクラブとメディアがつながり、価値を共創する」という視点である。今回ご登壇いただいた各メディアの方は、「地域貢献」、「共感・感動を与える人間物語」、「スポーツ文化の創造」といった多様な側面からスポーツの社会的な価値を評価する点で共通したが、こうした価値をさらに普及させていくためには、クラブとメディアがより良い形でつながることが必要になる。つまり、共同で事業を企画する際や、報道用の取材を実施する際など、さまざまな場面で両者は関わることになるが、そうした関わりのなかでより大きな成果を「共創」することが期待されるのである。そこで重要となるのは、田野辺氏が主張した「メディアとクラブを繋ぐ人材」であり、立場の違う両者を深く結びつけ新たな価値を創造する方向に調整するようなコーディネーターを育むことが期待される。

第二は、クラブの社会的価値を高めるという視点である。スポーツコンテンツの放送量の増加に向けた課題として「スポンサーの増加」を挙げた吉澤氏と「市民の盛り上がりの重要性」を指摘した田野辺氏は、プロスポーツが市民や企業から必要とされるような「社会的価値の高さ」を持つことの重要性を示唆する点で共通した。両報告者は、編成の枠が限られている全国ネットの放送局と、編成の自由度が高い地方独立系メディアといった立場に相違はあるものの、ともにプロスポーツの「社会的価値の高まり」に期待した点は非常に印象深いものであった。これまでメディアの影響力は大きく、それが人々のスポーツへの興味を駆り立てるといった側面には大きな期

待が向けられてきたが、今回浮き彫りになった課題とは、そもそもスポーツに放送枠を割くことが正当化される社会的な状況を創出するといったクラブ側の日頃の営みを照射したものであった。「社会的な価値」は一朝一夕で高まるものではないため、こうした長期的な展望を強く意識しながら、地道ながらも草の根の普及活動などに注力していくことの重要性が確認できたのではないだろうか。



文責：関根正敏（作新学院大学 講師）