

1993年4月29日付(朝日新聞)の記事である。「好きなプロスポーツは何か?」との問いに、大相撲、プロ野球、プロゴルフに次いで、プロサッカー(Jリーグ)が4位(20.3%)の人気を集めている。しかも、20代では、男性で2位、女性で3位と若い世代の人気を集めている。

Jリーグのチェアマン川淵三郎氏によると、「サッカーの魅力をもっと国民に広げていくためには、市民スポーツに脱皮する必要がある、脱皮するということは、地域に根ざしたサッカークラブにし、スポーツ文化をつくることだ。」という。そして、「Jリーグのクラブの存在が地域の中で、指導者のセンター的な役割を担いたい。」と考えているようである。そのために、企業スポーツから地域スポーツ(市民スポーツ)への脱皮にいろいろ努力している。

クラブを法人化し、独立して運営し、テレビの放映権、ユニホームやキャラクターグッズをチームが統括し、収入を各クラブに分配するなど許認可の権限を持ち、経営面での主体制を確立するように努力したり、チームの名前に企業名をはずす努力や、地域の少年たちにサッカースクールを開いていくこと、選手とクラブとが、対等の関係であるよう努力する(ドラフト制なし、移籍の自由の保障)など、従来とは違った形のプロスポーツを目指そうとしている。

しかし、ボウリングや、近くがF1のように、急激なブームの衰退とならないとは限らず、年間1チーム15~20億という経費を賄えるかどうかはまだ未知数である。Jリーグの観客は20代前半までが半数を占めるという若い世代であるが、バレーボールでの「日本チャチャチャ」というレベルの応援では悲しい限りで、チームや選手を育てるためにも、ゲームの内容を問う観客が、Jリーグの成功の必須条件であると思われる。以前聞いた話だが、日本の観客は選手がシュートを決めたときに大きな拍手を送るが、外国では、シュートの時だけでなく、タイミングよくアシストパスした選手を高く評価するそうである。質の高いプレー、スポーツマンシップやフェアプレー精神を大切にすることが、これからのサッカーに望まれることである。人気チームが勝てばよいというだけでは発展は期待できない。

サッカーは、小・中学校で必ずというほど学習するものなので、ここでの学習の中身が、将来どんな観客になっていくかを定める大切なものとなるだろう。そして、何より国民スポーツや競技スポーツの条件整備を国の責任においてきちんとすることこそがスポーツの層を厚くし、スポーツ全般の変革をもたらす大きな要因となることだろう。ともあれ、Jリーグの企業スポーツからの脱皮を今後見守っていききたい。