

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 27 年 6 月 19 日現在

機関番号：14601

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24500741

研究課題名(和文)スペクテーター・スポーツの魅力と権力作用に関する研究

研究課題名(英文)attractiveness of spectator sport and the power of it

## 研究代表者

高橋 豪仁 (TAKAHASHI, Hidesato)

奈良教育大学・教育学部・教授

研究者番号：40206834

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,400,000円

研究成果の概要(和文)：スペクテーター・スポーツの魅力と権力作用の観点から検討した。(1)女子プロ野球の観客を対象とした質問紙調査を実施したところ、選手との交流が満足度を規定していた。またゲームやそれに伴う儀礼的行為において、「球児の直向きさ」と「かわいさ」が演出されていた。(2)プロバスケットボールリーグの観戦者を対象とした質問紙調査を実施したところ、チームへ投影する地元意識が満足度を強く規定していた。(3)新聞を資料として、プロ野球のイーグルス優勝の物語について検討したところ、優勝というスポーツの出来事を被災という実生活に関連づけた物語が紡がれており、それは生活世界を受容可能にする概念装置であることが示唆された。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study is to examine attractiveness of spectator sport from the viewpoint of power. The results are as follows: (1) The spectators' satisfaction was strongly affected by 'communication with players' at the games of Japan Women's Baseball League. It was indicated that idol characteristics of the girl coexisted with the excellent activity like the high school boy who plays baseball by the observation survey. (2) The spectators' satisfaction was affected by 'local consciousness projected through the team' at the franchise game of Bambitious Nara belonging to bj League. (3) By investigating the narratives of Tohoku Rakuten Golden Eagles' victory written in the newspapers, it was clarified that the plots which connected the "event" of Eagles' victory of a sport world to the ordinary realities suffered from disaster were narrated. It may be suggested that the narrative of sport is a concept apparatus that makes a life-world acceptable.

研究分野：スポーツ社会学

キーワード：スペクテーター・スポーツ イベント 物語

### 1. 研究開始当初の背景

2011年4月28日、仙台のKスタジアム宮城で行われたプロ野球楽天球団の本拠地開幕戦において、嶋宏基選手が「東北の皆さん、絶対に乗り越えましょう。今、この時を。絶対に勝ち抜きましょう、この時を。...絶対に見せましょう、東北の底力を」と挨拶し、観衆の心を動かした。一体「スポーツの力」とは何であり、何故にしてスポーツは人に感動や勇気を与えるのだろうか。

先行研究によると、こうしたスポーツの魅力と、権力とは密接な関係にあることがわかる(ハーグリーブス, J., 1986)(佐伯, 1989)。現代社会における統治と支配は、暴力や強制力の行使によるものではない。それは人々の内面に働きかけ、説得し、その支配を確保し、自発的な同意を得ることによって達成される。この場合の自発的な同意は、理性的判断に基づくものではない。嗜好や好み等の情緒的な志向性、畏敬や尊敬等の心理的な志向性によって大きく導かれるのである。このため、現代社会における権力作用では、人々を内面からコントロールする文化の役割がきわめて大きくなっている。現代社会において、人々に対して情緒的に働きかけてくるものとして、スペクテーター・スポーツがある。

### 2. 研究の目的

スペクテーター・スポーツは、社会的諸勢力との関係において成立しており、政治的・経済的な機能を有している。それを可能にしているのは、メディア・イベントとしての魅力であり、スポーツは見る人に感動や勇気を与えているのではないだろうか。本研究では、人々を惹きつけるスペクテーター・スポーツの魅力、現代社会において作用する権力の観点から明らかにすることを目的とする。

### 3. 研究の方法

(1) 女子プロ野球の魅力について観客の意識を明らかにする。どのようなまなざしが女子プロ野球に向けられているのかを明らかにするために、女子プロ野球を見に来ている観客に対して、質問紙調査を実施する。そうした量的なデータを収集するだけでなく、ゲームやそれに伴う儀礼的行為を観察し、その特徴について検討し、質問紙調査の結果と併せて考察を加える。

(2) 2005年に6チームで発足したbjリーグは、2013-14年シーズンでは21チームとなり、リーグは拡大・発展している。bjリーグのゲームはいかなる魅力を有するのかという問題意識の下、bjリーグにおける観客の満足度とスポーツプロダクト因子との関係を明らかにするために、奈良を地元とする「バンビシャス奈良」のホームゲーム観戦者を対象に、質問紙調査を実施する。

(3) プロ野球において東北楽天ゴールデン

イーグルスは、2013年9月26日にパ・リーグの優勝を決め、11月3日に日本シリーズ第7戦に勝利し、この年の日本シリーズを制した。スポーツによって紡がれる「物語」の力について検討するために、パ・リーグ優勝と日本シリーズ優勝を決めた翌日から3日間の新聞や、日本シリーズ翌日のテレビにおいて、楽天イーグルスの優勝が如何に物語られているのかを明らかにする。

### 4. 研究成果

(1) コトラーの製品概念を用いて、女子プロ野球のゲームにおけるスポーツプロダクトの構造を検討した上で、スポーツプロダクトの因子とゲーム全体の満足度との関連性を明らかにする。満足とは、あるプロダクトにおいて知覚された結果と購買者の期待との比較によって生じるものであり、結果が期待通りであれば顧客は満足する。すなわち、観客の満足度を規定する要因を明らかにすることによって、女子プロ野球が提供するどのようなプロダクトを観客が求め、それが享受されているかどうかを推察することができる。

2012年10月18日(木)、わかさスタジアム京都において、大阪プレイビーハニーズ 対 京都アストドリームスのナイトゲームで218票を配布し213票の有効回答を得た。また、同一球場にて2012年10月19日(金)に行われた大阪プレイビーハニーズ 対 兵庫スイングスマイリーズのナイトゲームにおいて175票を配布し133票の有効回答を得た。合計で346票の有効回答数となり、回収率は88%だった。1人で来ている男性が全体の45%を占め、その割合が高いということが観客の特徴と言える。

プロダクトに対する評価28項目に対して、これらの項目の妥当性を確かめるとともに、共通する要素(因子)を縮約・統合するために、主因子法による因子分析を行ったところ、6つの因子が抽出された。6つのスポーツプロダクトの因子をコトラーの理念モデルに基づいて位置づけたところ、「中核的ベネフィット」として「魅力あるリーグでゲームを観る楽しさ」因子、「基本製品」として「観戦しやすい会場」因子、「期待製品」として「エンターテインメント性」因子および「チームへの地元意識」因子、「膨張製品」として「チケット入手・交通」因子および「選手との交流」因子が位置づけられた。

観戦の「満足度」を従属変数、スポーツプロダクトの各因子を独立変数として重回帰分析を行った結果、「選手との交流」因子の標準偏回帰係数が最も高い値を示した。男女別に重回帰分析を実施したところ、男性においてのみ、「選手との交流」因子が強く満足度を規定していた。

2012年の4試合、2013年の6試合、2014年の2試合について、ゲームの進行、プレイスタイル、演出(アナウンス、インタビュー、

選手のパフォーマンス)、観客の反応・応援行動等を記録した。

「お見送り」と称される選手とファンとの交流の場が、ゲーム終了後にスタジアムの外で設けられている。幾人かの選手がチーム別にスタジアムを背にして一列に並び、その前にコーンとコーンバーが置かれる。それを間にして、ファンは選手と会話や握手をしたり、サインをしてもらったりする。質問紙調査結果において、「試合後に選手との交流があることが楽しい」という質問項目では、83%が肯定的な回答をした。前述したように「選手との交流」因子が満足度を強く規定していることも明らかになったが、それは、こうした場の設定によるものであり、それが肯定的に評価されている。

また、選手とファンをつなぐアイテムとして、2013年からは「エイエイオー・カード」が用いられるようになった。これは、ファンが所定のウェブサイトを通して、自分の写真等を入れたカードを作成するものであり、選手も各自のカードを作成し、ゲーム後に「お見送り」とは別に「エイエイオー・カード交換会」が設定され、選手とファンがカードを交換する。こうした対面的な場の設定によって、選手とファンとの交流が促されている。

これらは健全なファンサービスではあるものの、「選手との交流」はスポーツの中核的なベネフィットではなく、もしもこの部分が異常に肥大化したならば、戦後間もない女子プロ野球に見られた試合後の交歓パーティと同様のものになってしまうことに留意する必要があるだろう。

女子プロ野球は、男性のプロ野球に比べると、パワーやスピードが劣り、ライトゴロで打者が1塁でアウトになるケースを目にすることもある。また、2011年から9イニング制が7イニングとなり、2012年からはホームランを出すために両翼を短くするために、わかさスタジアム京都での試合に限り90メートル地点にラッキーゾーンが設けられた。

一方で、試合前に両チームのシートノックが公開されており、選手たちはそこで終始元気に声を出し、観客にきびきびとしたプレイを見せる。また、選手は、試合開始時にベンチ前から一斉に飛び出し、ホームベースのところに向かい合って整列して礼をする。自チームが守備に入る時、控えの選手は自チームの選手が守備位置に着きゲームが進行し始めるまで、ベンチ前に立つ。そして、試合後はスタンド正面に向かって両チームが一列に整列し、全員で「ありがとうございました」と言って一礼する。こうした行為は高校球児の行為と同様のものである。女子プロ野球では、男性のプロ野球ほど技術は高くないが、高校球児のような澁刺としたプレイや儀礼的行為を見ることができると非難するだろう。

それとは対照的に、女子プロ野球の試合やイベントに「シンデレラ」という形容がよく

用いられた。2011年に当時の2チームが地元とする京都府と兵庫県以外で実施した地方開催の10試合は、「シンデレラシリーズ」と称された。シンデレラというメタファーによって、シンデレラが舞踏会に行くことができたように、選手たちがプロとしての舞台に立てたことが象徴されているが、一方でシンデレラは城で王子に見初められ、落としたガラスの靴を手がかりに見出されて后として迎え入れられるという、女性としての幸せが物語の背景にある。歴史的に男性文化の伝統がある野球の中で、女性選手に対して「シンデレラ」という言葉が使われることによって、選手の女性性が強調表現されているとも解釈できる。

2012年のGPBLのホームページのフロントページの最上段には、playerとprivateのアイコンがある。前者にはユニフォーム姿の選手の写真と競技成績等のゲームに関する情報が掲載され、後者をクリックすると私服を着た選手の上半身と全身の写真が現れる。そしてprivateのメンバープロフィールには、血液型・休日の過ごし方・好きな男性のタイプ・趣味・飼っていたペット・今までで最も嬉しかったこと・人に自慢できること・好きな言葉・好きな場所・よく行くお店等が記されている。このように野球以外のプライベートな情報が掲載されていた。

また、選手たちは試合の前後に、場内に流れる曲に合わせて、ユニフォームを着たままだンスパフォーマンスを行う。試合前、選手たちはそれぞれチームごとに、ファウルライン沿いにスタンドの方に向かって一列に並び、女子プロ野球公式テーマソング「プレイボール」に合わせて手拍子をする。試合後は、勝ったチームだけが、そのチームのテーマ曲に合わせて振り付けが決まっているダンスを踊る。

女子プロ野球には、高校球児のような快活性と女子のアイドル性が共存していることが窺われる。

2013年から「シンデレラ」という言葉が使われなくなり、「夢実現」というキーワードで機構設立当初の女子野球の発展・普及というミッションが強調されるようになった。また、開会セレモニーでは、プレイスタイルによる選手の特徴付けもなされ始めた。一方で、ゲーム後の勝利チームのダンスパフォーマンスは依然続いており、男女同権主義者ならば、スポーツの場で女性性が商品化されていることに眉をひそめるだろうし、急進的なフェミニストならば、女性が男性の窺見症的な眼差しによって対象化され犠牲者にされていると非難するだろう。

しかしながら、質問紙調査では、観客たちはこうした演出に対して肯定的な評価をしており、特に女性の観客の方が男性の観客よりも選手のダンスパフォーマンスに好意的だった。1970年代から80年代のラディカル・フェミニズムの足元が根本的に変化してお

り、女性たちは容姿についての評価によって傷つけられたと感じるのではなく、それは自己アピールの有効な手段であり、「強さと美しさ」は両立してもよいと考え、女性アスリートは競技で勝利する力強さと美しさを両立させたものの象徴として解釈されている(田中,2010)(田中,2012)。確かに現在の女子プロ野球は、戦後間もない頃の女子プロ野球のような単なる「男性観戦者のまなざしの対象」ではなく、「力強さと美しさ」を両立させたものに向かおうとしている。少なくとも女子プロ野球において「強さ」に一元化する演出はされていないし、観客もそれを求めているわけではない。しかし、男性に比べ決して高いとは言えない競技力が故に、「強さと美しさ」ではなく、「球児の直向きさ」と「かわいさ」に留まっているのかも知れない。

(2) 奈良県は、2013年に「奈良県スポーツ推進計画」を策定し、4つの基本戦略の1つに「あこがれ・感動を生むスポーツ」あげ、その施策として「スポーツの裾野を広げるために、人々にあこがれと感動を与えるプロスポーツなどの観戦の機会づくりに取り組みます」と記されている。また、奈良市も2013年にスポーツ推進計画を策定した。推進計画の基本理念は「スポーツでまちづくり」であり、2つの基本方針のうち、1つに「スポーツ産業の振興」があげられ、プロスポーツを観戦する環境を整えることや、トップスポーツの情報発信力を活かして地域の情報を発信するといったスポーツによる地域活性化が記されている。このように、奈良県や奈良市のスポーツ行政において、奈良という地域に根ざしたプロスポーツの社会的役割に寄せる期待は大きいと言える。

こうした状況にあって、奈良県内から初めて、奈良を地元とするプロバスケットチーム「バンビシャス奈良」が2013-14年シーズンから「bjリーグ」に参入した。奈良県内に初めて誕生したbjリーグのチームには、どのような魅力があるのかという問題意識の下、コトラーの製品概念を用いて、ゲームにおけるスポーツプロダクトの構造を検討した上で、スポーツプロダクトの因子とゲーム全体の満足度との関連性を明らかにする。

プロダクトに対する評価23項目に対して、これらの項目の妥当性を確かめるとともに、共通する要素(因子)を縮約・統合するために、主因子法による因子分析を行ったところ、「中核的ベネフィット」として「試合を観戦する楽しさ」因子、「基本製品」として「魅力あるリーグ」因子および「観戦しやすい会場」因子、「期待製品」として「エンターテインメント」因子および「チームへの地元意識」因子、「膨張因子」として「チケット入手の容易さ」因子および「魅力的なグッズ」因子が抽出された。

「ゲームの全体的な満足度」を従属変数、プロダクトの7因子を独立変数として重回帰

分析を行った結果、観戦者の総合的な満足度との規定関係において、「チームへの地元意識」因子の標準回帰係数が最も大きく、観戦者の満足度を強く規定する要因はチームへ投影する地元意識であることが明かとなった。こうした結果は、バンビシャス奈良の理念としてホームページに記してある「『奈良』を楽しめるエンターテインメントを創る」「地域の活性化に貢献する」というコンセプトの現実可能性を傍証していると言えるだろう。

この調査研究では「チームへの地元意識」因子を周辺的なプロダクトである「期待製品」として位置づけた。この因子は、スポーツのゲームという基本部分に新たな要素を付加し、プロダクトを魅力的に変容させるものであり、こうした点が、地域に根ざしたプロスポーツ特有の魅力であると言える。バンビシャス奈良が奈良の文化的公共財として県民に認知され、地域活性化のドライブの役割を果たすことを地域の行政も期待しているのである。

「チームへの地元意識」因子というスポーツプロダクトの拡張要素だけでなく、「試合を観戦する楽しさ」というスポーツの中核的ベネフィットも、観客の満足度を規定していることが調査結果から明らかになった。このことは、バンビシャス奈良がバスケットボールに内在するスポーツの本質的な魅力を観戦者にアピールできていることを示している。

(3) 楽天イーグルスの優勝が如何に物語られているのかについて検討するために、東北地方の6つの地方紙(東奥日報、岩手日報、秋田魁新報、山形新聞、河北新報、福島民報)および4つの全国紙(毎日、読売、日経、朝日、産経)を研究対象とした。新聞の中で、楽天のパ・リーグ優勝に関連した社説を掲載した新聞社は4社あり、地方紙では河北新報、山形新聞、全国紙では毎日新聞、産経新聞だった。日本シリーズの優勝に際しては6社が社説を掲載し、それらは、地方紙では河北新報、岩手日報、山形新聞であり、全国紙では朝日新聞、読売新聞、産経新聞だった。社説は、新聞社がその主張として掲載する論説である。その内容は、楽天の優勝という「出来事」についてストーリーとプロットを持つ形態で叙述したものであり、まさに「物語」と言える。

複数の社説は、球団再編騒動の末に誕生した楽天の初年度は屈辱的な最下位だったこと、苦難の末9年目にして優勝をしたこと、震災後初めてのホームゲームで嶋選手が「東北の底力」をキーワードにしたスピーチをしたことに言及している。直ぐに良い結果は出せないものの粘り強く戦う楽天の姿と、復興がなかなか進まない被災地の現実とをシンクロさせて表現している。こうした点で1995年と1996年のオリックス優勝の物語とは違

いがあるものの、優勝という「出来事」を被災地の生活と関わらせ、勇気、希望、癒やしを与えられたことを基調に社説が書かれており、この点においては共通している。

亀山(2012)は、多くの物語を介することによって、私たちがプロ野球を見る感受性は特定のパタンをもつものとして形成されており、「出来事」と「物語」は互いに循環する関係となっていると指摘する。「〇〇が優勝したので、被災地の人々は勇気づけられた」という言説は、ひとつの物語の形態をとっている。オリックスの優勝の物語など、地元球団が被災した人々を励ますという物語は、過去にも存在し、こうした過去の物語から得られた定式が人々の中に沈殿しており、これに基づいて「楽天優勝」という出来事が経験され、「被災者は楽天によって勇気づけられた」という物語が形成されるのであろう。

東日本大震災後にメディア・スポーツに表れた「物語」を検証した森田(2012)は、そうした「スポーツで被災地に元気を届ける」「スポーツから元気をもらおう」といった均一化された物語の過剰は、被災地の実情を見えなくし、甘美な一体感(絆)の物語によって、実際には存在している被災地と非・被災地の分断が覆い隠されるのではないかと言う。ここで扱った10の社説を見ると、復興の遅れを指摘する社説は山形新聞の9月と11月、毎日新聞の9月があるが、「優勝が被災地に勇気づけた」という物語に疑義を唱えるような内容は毎日新聞(9月28日付)の社説「野球どころではない人もいるだろう。スポーツにできることは限られている。」のみである。ただし、この文章の後には、「楽天は今後もこれまでの活動を継続することで、地域に寄り添うチームとして根を張って欲しい。」が続き、楽天球団への期待の文章でこの社説は終わっている。このように、社説のほとんどが「優勝の物語」から逸脱していない。

各紙において、一般の人々やファンの発言が掲載されている。例えば、朝日新聞朝刊(11月4日39面)では、<苦難の末、日本一も復興も>という見出しで、宮城県出身で埼玉県に住む〇〇さんは友達と抱き合っ「絶対やってくれると信じていた」、宮城県南三陸町の仮設店舗では住民約60人が跳び上がり、〇〇さんは「本当に野球の底力を見せてもらった」、仙台市宮城野区の仮設住宅の〇〇さんは「被災地から日本一が出たことが本当に嬉しい」という声が紹介されている。同日の全国紙では、<東北へ笑顔送る 仮設から選手へ「ありがとう」>(読売35面)、<被災地「元気もらった」「東北が1つに」球場・商店街歓喜広がる>(日経31面)、<ファン「この地に生まれて良かった」>(毎日27面)、<「癒やしたい」監督発言に「涙止まらない」被災地が湧く>(産経25面)という見出し等で一般の人々の発言が掲載されている。9月27日付の朝日、読売、毎日、産経の全国紙においても一般の人々の

コメントが掲載されていた。

地方紙においても、例えば11月4日の河北新報では<感謝しかない 楽天ファン感涙>(10面)、<天下取った 東北笑った 歓喜、復興の励み 底力9年目の満願>(26面)という見出し等で、ファンの声が掲載されており、その他の同日の地方紙全て、および9月27日の全ての地方紙においても、同様の構成の記事が掲載されていた。また、一般ファンだけでなく、河北新報11月4日2面では、<復興の象徴>という見出しで、宮城県知事、仙台市長、前宮城県知事、宮城県利府町長、宮城県山元町少年野球連盟会長といった関係者の喜びの声が掲載されている。

11月4日のNHKニュース7においても、JR仙台駅、石巻市の仮設商店街の様子を伝え、気仙沼市の仮設住宅では「元気づきますよね、ずっと狭いところにいるんですけど」「素晴らしと思います。みんないくら寂しい思いをしていたので(少し涙声で)」というコメントを伝えている。

こうしたファンや一般の人々のコメントを伝える構成は、読者・視聴者が楽天優勝という出来事を共に体験しているのだということを感じるような仕掛けになっている。また、コメントの内容は、「優勝の物語」から逸脱するものは1件もなかった。こうした人々のコメントは、震災に対する楽天優勝の意味づけを一義的に示すテキストとなっているのである。

前述したように、複数の社説が、楽天球団創設はオリックスと近鉄の合併を契機にしており、寄せ集めの選手で戦った初年度の成績は38勝97敗1分けという屈辱的な結果であったことに言及している。例えば、「河北新報」には、「夢や望みを持ち続け、諦めず前進することがいかに重要か。楽天の1年、さかのぼれば創設から9年の積み重ねが、そのことを教えてくれている。」とある。苦節9年をかけて為し得た楽天イーグルスの優勝という物語は、「社会の仮定法」(吉見, 1994)に相当するものであり、一方で、震災から2年半が過ぎ復興の途中にある被災地の現実「社会の直説法」に相当するものである。被災の現実という「社会の直説法」によって裏打ちされて初めて、「社会の仮定法」である楽天優勝の物語は現実感をもつのである。そして、楽天優勝の物語が日常生活の延長線上に描かれたものであるが故に、そこに立ち現れる社会的ドラマによって、現実世界が意味づけられるのである。

野家は、アーレント引用しながら、「現実との和解」が物語の優れた機能であるとしている(野家, 2005)。未曾有の震災被害を体験し、復興がなかなか進まないという現実に直面している人々は、それをどのように受けとめればよいのか分からない状態にある。そうした時に、弱小球団として誕生した地元の楽天は、地道に優勝を目指して努力し、震災の2年後に日本シリーズを制覇した。こうし

た出来事から生成された物語を物語ることによって、人々は現実を引き受けることができるのである。

作田(1967)は、基本的にスポーツを遊戯の領域として捉え、それに対するものとして実生活を想定している。例えばある企業が栄える(実生活)と、その結果、強いチーム(遊戯の領域)を持つことができるが、人々は逆も真であるかのような思考をしがちであり、実証的な反映論が呪術的な前兆論に転化する。遊戯の領域の出来事と実生活における出来事との因果連鎖を騙る言語行為を「まじない」と言うこともできるだろう。これは、「虚」と「実」との間にある両義的な空間を「物語」と見なす野家(2005)の考え方にも符合するものである。

見るスポーツが人々に与える勇気や元気は、作田の言う「まじないの倫理」によるものである。しかし、筆者はこうした「まじないの倫理」を否定的にとらえるものではない。人間は意味を求めずには生きてゆけないが故に、言葉によってスポーツという「出来事」から「物語」を紡いでいるのである。特に、人が物語を必要とするのは、いわれない理不尽な困難に見舞われたとき、それを受容し、何らかの合点がいく文脈に回収せずにはいられないからである(竹内, 2007)。そしてそこで人々が行う物語り行為は、合理的な理性に基づくというより、人間の生活実感に基づいて納得できるかどうか、腑に落ちるかどうかということから捉えられていると金本は言う(宮本ら, 2007)。

確かに合理的理性によって判断するならば、「楽天優勝の物語」は論証することができない臆説であると言える。前節では、一般の人々やファンの発言は、楽天優勝を一義的に意味づけるテキストであると批判めいた指摘をした。しかし、人々が生活現場から自分を物語る時、そこには嘘はなく、他者を説得する力強さがあるように思える。語源的には、「語る」というのは「人を誑かす」「騙す」という意味があり、「説き伏す」、そして一方的にこちらの物語を相手に被せるのではなく「問いかける」という部分もあり、そこには共創するというポジティブな側面が存在する(宮本ら, 2007)。物語は、自他を一定の法則知や体系知に吸収してしまうような真理表現モデルに基づくものではなく、各人が生活現場にあって自分を物語ることを通して自己同一性を築きつつ、他者との共生地平を披いていく行為である(宮本ら, 2007)。スポーツから紡がれる物語も、生活世界を理解可能・受容可能にする概念装置であり、さらに、人々がスポーツを物語ることで、1人の苦悩や癒しが他者のそれとかみ合うような場である公共世界を形成することもできる。そして、人々がスポーツを物語ることで形成される公共世界が、生活世界と制度社会を媒介し、前者から後者の変容を促すことも期待できるかも知れない。被災地において紡

がれるスポーツの物語には、このような「スポーツの力」が存在するのだ。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計3件)

高橋豪仁、草野宗一郎、地域に根ざすプロスポーツの魅力 バンビシヤス奈良のホームゲーム観戦者の調査から、奈良教育大学研究紀要、査読無、第63巻第1号、2014、125-133

高橋豪仁、楽天イーグルスの物語に関する考察 「物語」としての「スポーツの力」、日本体育学会第65回大会 体育社会学専門領域発表論文集、査読無、第22号、2014、36-41

高橋豪仁、「見るスポーツ」の権利に関する一考察、スポーツ社会学研究、査読有、第22巻第1号、2014、79-88

[学会発表](計3件)

高橋豪仁、日本における地方自治体のスポーツ政策(日本の地方自治団体的運動政策)、台湾師範大学体育学系における招待講演、2014年10月30日、台湾師範大学「台北市(中華民国)」

高橋豪仁、楽天イーグルスの物語に関する考察 「物語」としての「スポーツの力」、日本体育学会第65回大会、2014年8月27日「岩手大学(岩手県・盛岡市)」

高橋豪仁、女子プロ野球に関する一考察、日本スポーツ社会学会第22回大会、2013年3月18日「福山大学(広島県・福山市)」

[図書](計1件)

中村敏雄 ほか(編集主幹)、大修館書店、21世紀スポーツ大事典、2015年、1343ページ(402-405ページ「スポーツサービス組織の発展」の項目を執筆)

[その他]

高橋豪仁、共振する球場、月刊みんぱく(国立民族学博物館 編集・発行) 第39巻第4号、2015年、8頁

## 6. 研究組織

(1)研究代表者

高橋 豪仁 (TAKAHASHI, Hidesato)  
奈良教育大学・教育学部・教授  
研究者番号：40206834