

植田 真司さん 大阪成蹊大学教授



うえだ・しんじ 1958年大阪府八尾市生まれ。82年大阪市立大工卒、ミズノ入社。ゴルフクラブの設計、ブランド戦略などの業務に携わる。2000年に同社を退社。03年大阪府立大大学院経済学研究科博士前期課程修了。11年から大阪成蹊大教授。

■ミズノやアシックスなど多くのスポーツ用品メーカーが集まる関西。「スポーツ用品メーカーがこれだけ集積する地域は世界でも珍しい」と語るのは、大阪成蹊大学教授でスポーツ経済学などを研究する植田真司さん(63)だ。関西経済には「爆発する潜在能力がある」という植田さんは、スポーツがその中心になり得ると考えている。

スポーツ産業は、スタジアムの建設であれば建設業、スポーツ用品の製造であれば製造業といった具合に、他の様々な業種と関わる産業だ。スポーツを核に幅広い産業とつながる「ハブ産業」といえるだろう。

そもそも関西にスポーツ用品メーカーが集積しているのも、スポーツに関わる様々な産業が発展していた下地があったためだ。河内木綿などから栄えた大阪の繊維産業はスポーツウェアの製造につながった。神戸には外国人が多く住んでいたことから、西洋の靴の作り方が根付いた。奈良には革製品の技術があり、野球のグラブ作りに発展した。加えて、鉄道会社が競技場を造ってプロチームを持ったり、大手の新聞社がスポーツ大会を主催したりと、関西にはスポーツ産業が根付く環境が整っていたといえる。

様々な分野とつながるスポーツ産業には未開拓な部分も多く、発展の可能性を秘める。例えば食品会社がスポーツ専用の食を開発するなど、その企業の商品とスポーツを掛け合わせることで、新たなビジネスを生み出せる。競技用のスポーツ用品開発

スポーツ、関西成長の軸に



では、いち早く新素材が取り入れられるケースも多い。そこで培った技術を日用品に生かすこともできる。動きやすいスポーツやビジネスシューズなどを開発すれば、産業としての領域はさらに広がる。

■スポーツ産業の発展には裾野を広げ、市場を拡大することも重要だ。そのためには体育や部活の延長というイメージから脱却し、スポーツは「楽しむものである」という考え方へ転換することが必要だといえる。

スポーツの語源は「仕事から離れる」「どこかへ行く」など、気分転換することを意味したラテン語だ。スポーツとは本来、楽しめればいいものだといえる。体を動かすことは健康づくりにも役立つし、他者とのつながりも得ら

用具や食品…ビジネス創出

れる。スポーツはすることに意義がある。

「スポーツ＝競技」というイメージが強いため、誰かが作ったルールでプレーしなればならないという考えも根強い。だが、楽しむためのスポーツであれば、自分たちでルールを作ってもいい。子供のころに遊んだ「三角ベースの野球」などをイメージしてもらってわかりやすい。競技だけではなく「楽しむスポーツ」という概念が日本でも広がってほしい。

■裾野が広がり、スポーツマンシップの精神が根付けば、人々が生きやすい社会にもつながると考えている。スポーツの良いところは「ミスを広げない」という精神があるところだ。ミスがあったときにそれが大きくならないように、チームの他のプレイヤーがあらかじめ考えてカバーに動くなど、お互いが助け合う。こうした発想が日本の企業には不足している。

ミスをしたら、その人がすべて責任を取らされるとなると、動きづらくなる。スポーツマンシップの精神は相手を尊重し、思いやること。自立した個人が、違いを認め合ったうえで助け合う。信頼感のある組織になれば、挑戦心を持ちやすくなる。

大阪の八尾市で生まれ育った私は、関西には助け合いの精神があると感じている。常に競争している印象の東京との違いはそこにある。そうした土壌がある関西から、社会と経済の活性化にも結びつくスポーツの効用を説いていきたい。(聞き手は関根慶太郎)



助け合い精神の定着など、経済以外にもスポーツの効用は大きいと説く＝大阪成蹊大学提供

KANSAI Timeline

キャンパス 探訪

関西学院大学 感性価値創造インスティテュート

「テントの中で過ごす創造力が高まる」。関西学院大学感性価値創造インスティテュートの長田典子教授らがキャンプ用品大手のスノーピークと組んだ実証実験で、こんな可能性があることが分かった。テント特有の空間が「開放感」や「没頭」など人間の創造力に影響を与えているとみられる。2021年10～11月、関学の神戸三田キャンパス(兵庫県三田市)で長田教授の研究室が実

テントの効果 実験で検証

20年にスノーピークと包括協定を結び、キャンパス内にテントなどキャンプの要素を取り入れ、学生の創造力や知的好奇心を育てている。実験もそんな取り組みの一環だ。実験では屋外と室内、テントの中と外という4つの環境の組み合わせを設定。それぞれの環境で、漢字の熟語を作る課題を学生に解いてもらったところ、テントの中で正答率が高くなる傾向がみられたという。参加した東

で頭が回る感覚があった」と話す。屋内に設置したテントでも、「課題により没頭できる人もいる」と長田教授。22年4月にはキャンプの前後で空間への印象の変化を調べるなど、研究を深めている。新型コロナウイルス禍でアウトドアが注目され、キャンプ人口は増えた。レジャー以外の新たなテントの使い道としてビジネスアイデアの創出や休暇と仕事を兼ねたワーケーシ

