

# ガンバ大阪に見る、 企業とスポーツの 望ましい関係

～寄付税制の拡充を～

元来サッカー好きであること、そして非常勤取締役を務めていることもあって、ガンバ大阪のホームゲームはできるだけ見に行っています。

私がサッカーと出会ったのは中学・高校時代。学校のサッカー部に所属していました。そんなこともあって、ガンバ大阪の前身である松下電器産業サッカー部の顧問を引き受けていました。当時も試合を見に行っていました。今と違い観客は非常に少なかったです。

1993年にJリーグが発足しました。“できるだけ企業臭を排し、地域スポーツとしてチームを育てていく”という理念に賛同し、当社のサッカー部も参加しました。企業のサッカー部には、企業と別法人にする、チーム名に企業名を付けられないなどの決まりがありました。われわれとしては企業名やブランド名を出したいところでしたが、大局的にはそれでよかったと思います。

Jリーグの理念を実現するため、各チームはさまざまな地域活動を行っています。ガンバ大阪ではホームタウンである北摂と北河内14市3町の小学校へ選手が訪問し、サッカースクールなどを開いています。年間約60校、延べ2万人程の児童と触れ合っています。また、選手会でスタジアムの指定席を購入し、地元の子どもを招待する活動も行っています。ガンバ大阪を身近に感じて応援してほしい、サッカーに親しんでほしいとの熱い思いを持って取り組んでいます。

クラブチームの大きな収入源である入場料収入を増やすには観客動員数を増やすことが一番ですから、こういったホームタウンとチームを結び付ける日々の活動はクラブチームの経営面から見ても重要です。また、いい選手・監督・コーチを集め、強いチームをつくる努力を続けることも当然必要です。しかし大金を使って有名選手や監督を集めさえすればいいというものではありません。良き指導者を置き育成組織の充実をはかる、



松下 正幸氏

Masayuki Matsushita

松下電器産業副会長

クラブハウスや練習場などを整備し選手に良い環境を与えるといった、長期的方針や戦略を持ってチーム強化に取り組むことが大切です。ガンバ大阪のユースチームは設立当初から優秀な指導者がいて、いい素質を持った選手が集まっていたこともあって伝統的に充実しており、ユースから育て上げた選手がトップチームで多数活躍しています。「Jリーグがめざすクラブの一つの理想形」と評価していただいています。

一時非常に盛んだった企業スポーツですが、近年は企業とスポーツの関係も変わってきました。企業がスポーツのチームを持つ主な理由は、「企業の知名度の向上」「社員の一体感やモラルの向上」「社会貢献」の3つですが、既に知名度のある企業にはその必要はありませんし、企業一家意識が薄れている現代では昔ほど社員の一体感を醸成する必要もなくなりました。残る理由は社会貢献ですが、それだけでは企業が特定のスポーツの1チームを支援する論拠にはなり難く、万人を文句なく納得させられる理由にはなりません。文化・芸術に対する支援も同じで、株主を重視した企業経営が求められている昨今、企業がスポーツや文化・芸術活動を支援しにくい情勢であることは否めません。しかし、企業が支援をやめてしまっただけでは日本のスポーツも文化・芸術も育ちません。スポーツや文化・芸術の振興に企業が果たす役割の重要性を認識し、他の先進国のように企業が支援を行いやすい寄付税制を日本でも整える必要があるのではないのでしょうか。

談