

# アスリートのための キャリア・トランジション勉強会

Newsletter No.28

2008年5月8日

第28回

アスリートのためのキャリア・トランジション勉強会

## 【目次】

1. 「スポーツマネジメントの立場からみるアスリートのキャリアトランジション」 ゲスト：山本 雅一氏 _____	1
2. 第28回 アスリートのためのキャリア・トランジション勉強会 アンケート集計結果 _____	22
2008年5月8日 勉強会参加者人数 _____	24
3. 次回勉強会スケジュール _____	25

## 第28回 アスリートのためのキャリア・トランジション勉強会

第 28 回アスリートのためのキャリア・トランジション勉強会

日時 平成 20 年 5 月 8 日(木) 18:30~20:00

場所 エスポーツミズノ 8F

### ■テーマ■

「スポーツマネジメントの立場からみるアスリートのキャリアトランジション」

### ■ゲスト■

山本 雅一氏

株式会社スポーツビズ 代表取締役

(田中) 本来ですと、山本社長とお呼びしたいのですが、山本さんと呼ばせていただきます。スポーツビズという会社の代表取締役でいらっしゃいます。

まず初めに、山本さんご自身のお話の方も聞きたいのですが、スポーツビズという会社の内容について、配付資料もすでにありますけれど、少しだけ山本さんご自身からご説明をいただけますでしょうか。

(山本) スポーツビズの山本と申します。よろしく申し上げます。キャリア・トランジションということで、アスリートのマネジメントというところの中でも、非常に狭い領域の中での話しになると思います。私どもスポーツビズという会社は、お配りした会社案内をご覧いただけると分かるように、基本的にはスポーツマーケティング全般を扱っている会社でございます。基本的には、アスリートのマネジメントを基盤にしながら、スポーツコンテンツを創造して、市場にスポーツの普及をしているという会社になります。

ですので、アスリートマネジメントというのは我々にとっては非常に重要な事業なんです、それ以外にも、スポーツのテレビ番組を作ったりとか、あるいはイベントを作ったりとか、選手とはかかわらないところでスポーツの大会を企画、運営したりとかということをやっている会社でございます。

(田中) ありがとうございます。よく、現役の選手、そろそろ引退するなんていう選手たちで、ちょっと知名度のある選手だったりすると、テレビなどでいろいろお仕事したいなんていう選手もたまにいるのです。将来的に少しだけとか、若いうちはとか、あるいは 30 歳になるまでは、とか。

そんな選手たちに対しては、それこそマネジメント会社、あるいはプロダクション、エージェント、いろいろな言葉で表現されるいろいろな企業があるのですが、スポーツビズが、ほかの企業と同

じところ、そして違うところ、何かその辺を少しご教授いただけますでしょうか。今日は学生の方も参加していらっしゃるものですから。スポーツビズはこんな会社で、芸能プロダクションといわれるのはこんなものでか。

（山本） はい。そうしたら、日本の中での、先ほど言いましたスポーツマーケティングの中で、アスリートマネジメントというのがどういうふうに生まれてきたかというところの、僕の見解をちょっとお話しさせてもらいます。

古くは、僕が意識している中では、1950年代後半にアメリカでマーク・マコーマックという方が、今、IMG というマネジメント会社がアメリカにあるんですけども、そこを創業されています。そのときにやった仕事というのが、皆さんこの世代だとお分かりになる方もいらっしゃるし、いらっしゃるかもしれないかもしれませんが、ゴルフのアーノルド・パーマーとか、あるいはジャック・ニコラスというような方々のマネージングです。そのときは、選手たちのサポートをする代わりに、賞金の中の何パーセントかを、サポートフィーとしていただいていたというのがマネジメントの原点になるかなと思います。

日本でいいますと、たぶんその時代から遅れて 20 年ぐらいですかね。芸能プロダクションが初めたものがあります。ここに関係者の方がいらっしゃるかどうか分かりませんが、いわゆるスポーツ選手というのは、メディアを通じて非常にキャラクター性が発揮されて、タレント的な要素としても活躍するということはある程度意識した芸能プロダクションさん、その当時はたしかホリプロさんだったりとか、吉本さんだったりとかすると思うんですが、そういうところが、スポーツの中でメディアを通じて名前が売れた方々をマネジメントし始めたというのが 1 つあります。それと同時期に、やはり海外の IMG という会社が日本に日本法人を作って、本当のアスリートのマネジメントというのを始めるに至ったと。

あと、もう 1 つ並行してあった事例としては、広告代理店が 1 つの媒体としてアスリートをとらえて、マネジメントをしたものがあります。マネジメントというのは、ある意味、選手の選手活動をサポートすることなんですが、その中の一部のマーケティング的な要素、つまり企業さんが選手にスポンサーするというところだけを切り取ってサポートするということを始めたというのが、たぶんスタートになるんじゃないかなというふうに思います。

ですので、今たぶん国内では、外資から来た会社のマネジメント会社というものと、芸能プロダクションから発展していったマネジメント会社と、あとは広告代理店的な、マーケティング要素の強いマネジメント会社と、この 3 つぐらいのパターンに分けられるんじゃないかなと思います。

（田中） そうすると、スポーツビズさんは、そのうちのどれにも該当しないですよ。

（山本） 僕らは今、あえてオリジナルの、メイド・イン・ジャパンのスポーツマネジメントというのを掲げて、新しいビジネス形態を作っているんです。ですが僕の生い立ちからすると、やはり基本・原点というのは、広告代理店のマーケティング的な要素が強いのかなというふうには思っています。

（田中） その 3 つあるうちの広告代理店でのマーケティングの立場から始まって、そこから枝分かれではなく、もうちょっと違う幹を作り直したみたいなのところにはなるんでしょうけれど。そんな感じでしょうか？

(山本) はい。

(田中) 今スポーツビズがマネジメントをされているJリーガーはいないのですか？

(重野) 見るからにいないです。

(山本) やりたいんですけどね。

(田中) そうですね。それは何か理由があるんですか。それとも偶然のことですか。

(山本) まだまだ、ここに書いてあるように、現在の30人の社員でというと、クライアントはやはりうちの社員の中のネットワークだとか生い立ちに帰属する部分が多いんです。私自身がもともとスキー選手だったので、非常にウィンタースポーツが多いんですが、あとプロ野球選手だった人間がうちの社員になっているので、そこから派生するネットワークとか、同じようにバレーボールをやっていたというところから発生するネットワークとか、そういうところから構築されているんです。

2002年の日韓ワールドカップが開催されるという直前ぐらいの頃、そのワールドカップに向けてサッカーが花盛りだったんです。そのときには、他の多くのエージェント、あるいはスポーツマネジメント会社もみんなサッカーに目を向けたんです。でももともと我々としては、プロスポーツでもあえてサッカーに行かないで、野球に行こうかということで野球を始めたということがあったので、サッカーは非常に遅れてしまったという感じです。

(田中) それはありますよね。確かにうちの会社もシンクロばかりやっているという観点からすると。

お話の中で、スキーをなさっていたとありましたので、ちょっと過去を振り返りたいんですが、そもそもご出身はどちらでいらっしゃるんですか。

(山本) 川崎です。

(田中) スキーとおっしゃるから、てっきりもうちょっと北の方かと。

(山本) はい、川崎なんです。

(田中) そうですか。でも、スキー選手でいらした？

(山本) そうです、はい。

(田中) それは川崎でですか。

(山本) 父が山登りをやっていたので、やっぱり小さいときから山に連れて行かれていた経緯

があって、それで川崎でもスキーをしたという感じですよ。

(田中) 選手としては、どんな山本選手だったんでしょうか。

(山本) そんなこと聞かれるんですか(笑)。恥ずかしながら、たぶん本当に世界に出ていけるような選手じゃなくて、本当に日本の底辺をさまよっているようなスキー選手でした。ただ、やっぱり大好きだったので、学生時代は、とにかく冬は 360 日中 120 日ぐらい雪の上にいるような生活を送っていました。

(田中) 何か大学時代に、いわゆる次の仕事を考えるときに、スポーツに関する仕事にいつか就きたいと思われたのか、それともスキーに関する事なのか、もしくはスキーやスポーツはまったく何も関係なかったのか、いかがでしょう。

(山本) 僕は大学は恥ずかしながら留年を 1 回しているんです。それは、あまりにもスキーが好き過ぎて、試験を受けないでずっと山にいたからなんです。試験が 2 月で、ちょうど雪がある時期だったので、東京へ戻らなかった。だから留年してしまったんですが、やっぱり大学を卒業するときに、僕自身は食えないスキー選手でしたけども、スキーで将来生計を立てたいなど、おぼろげながらに思っていました。

(田中) それで？

(山本) それで、スキーで生計を立てたいなと思ったものの、やっぱり周りの大人たちのいろいろな意見を聞くと、お前スキーではなんか飯が食えないんだと、世の中そんなに甘くないんだから、スポーツは大学まででやめにして、通常の社会に戻りなさい、というふうに言われた経緯がありました。でもそれがたぶん今の仕事を起こすモチベーションになっていたのかもしれないです。

(田中) っていう感じですよ。

それで、そのまま我慢なされた？ それとも長期的に、例えば 20 年後にはこうこうこんなふうな会社を立ち上げる、だからそのために、広告代理店に入る、というような感じだったのか、その辺のそのそのお話をしていただけませんか。

(山本) 非常にプライベートな領域に入ってくるんですが。

(田中) すみません。

(山本) 恥ずかしながら、私は川崎で食料品店をやっているスーパーの長男だったんです。ですので、将来的にはたぶん実家に戻るというのが 1 つの選択肢としてあったんです。ただ、やっぱり、スキーで食っていきたいと思っていた。けれども、それがだめになったときに、お祭り事やイベントを作ったりとか、そういうことに関して非常に興味があったので、だとしたら、世の中にはどういふところが会社としてあるんですかというふうに周りに聞いたら、お前、それは広告代理店だと言われて。それで広告代理店に運よく受かって、広告代理店に行ったという経緯です。

そこで、皆さんたぶん 30 代後半の方は覚えていらっしゃると思うんですけど、たまたま私自身がやらせてもらった仕事というのが、F1 の仕事だったんです。中島悟さんという、今、息子さんが非常に F1 を騒がせていますけど、その中島悟さんが乗った F1 のプロモーションを広告代理店で仕事としてやらせてもらいまして。当時は F1 が花盛りで、ものすごい市場になっていた時期だったんです。

それで、もしかしたらちょっとぴんとこないかもしれませんが、スポーツで飯は食えないって言われて世の中に入っていったんですが、実際にふた開けて広告代理店に入ってみると、F1 というスポーツの中で大きなお金が動いていて、それがビジネスになっているというのを、そこで目の当たりにしたんです。

当時はバブルでしたから、F1 のサイドポンツーンってありますよね、あそこにスポンサー企業のロゴを入れたりとかするんですけど、そこにを入れるだけで莫大な看板料というんですか、それが発生したりしていたんです。あとは中島悟さんを広告キャラクターに使ったりするときの、肖像権料とか。しかも、それを今度、テレビコマーシャルを作って、実際にテレビのコマーシャルとして投げていくというと、1つのプロジェクトでやはり3億円、4億円。サイドポンツーンのお金を入れたら10億円ぐらいのお金が動いていたというのを目の当たりにして、ああ、何だ、スポーツって飯が食えるんじゃないかと思ったんです。大人たちは、その当時の僕からみた大人たちは、スポーツでは飯は食えないというふうに言っていたんですが、この F1 の仕事が、あっ、これは1つ何か前が開けてきたぞというふうに思ったきっかけでしたかね。

(田中) そもそもは、スポーツはお金にならないし、食べていけないからと思って広告代理店に行ったのに、結局そこでそういうふうに思えて。

(山本) はい。

(田中) ただ、そのまま広告代理店でスポーツをお金に換えていき、こういうふうに言うに変な言い方ですけど、でも、もちろんビジネスにしていくということはそういうことなのでそういいますが、そこに自分の夢も乗っけていくということも可能だったと思うんですが、そうではなく、会社を立ち上げなきゃいけなくなった、立ち上げたくなかったのはどうしてでしょうか(笑)。

(山本) 私の話でいいのかどうかちょっと分らないんですけど、その後も、やっぱり僕自身、ああ、スポーツというのはこういうマーケティングの市場があるんだと思ったときに、あらためて広告代理店で吸収した営業ノウハウというんですか、それを自分の好きなフィールドに生かしたいなと思って。今日この会はミズノさんでやらせていただいているので大変恐縮なんですけれども、当時私は、スキー選手としてデサントという企業から支援を受けていたんです。

そこから、デサントさんのスキーウェアの広告宣伝というのも、自分のノウハウでうまくプロモーションできるんじゃないかというふうに思いまして。それで、デサントさんというところの門をたたいたんです。

その頃はアルベールビルオリンピックが花盛りでした。ちょうど荻原健司選手が日本の旗を振ってゴールして金メダル取ったというのを、みなさんももしかしたら記憶にあるかもしれませんが、たしかあれは夜中にゴールして、ウインタースポーツとして初めての金メダルだったんじゃないですかね。昔、猪谷千春さんという人がスラロームで銀メダルを取っているんですけど、金メ

ダルはたぶん初めてだったと思うんです。

それを寝ぼけ眼で朝のニュースで見たときに、国旗を振って入ってくる萩原健司選手の姿を見て、なぜか涙がぼろぼろこぼれてきたんです。それで、シャンパンファイトをやったりとかする姿を見て、ああ、結構根性とか、死ぬ気でやれとかって言われている日本のスポーツというのは、このタイミングから何か変わったんじゃないかなというふうに思って。やっぱりものすごいエンターテインメント性をその映像から帯びてきて、これはたぶん非常に付加価値があるぞというふうに思ったんです。

それで当時、彼と仕事がしたいなというふうに僕自身が思っていて。デサントさんの仕事も自分でやり始めていたころでしたから、彼をデサントさんの顔にして広告を打っていったら、デサントさんの付加価値も上がりますよということで、彼とだんだん仲良くなっていったと、つながっていったという感じでした。

それでその先の余談があるんです。僕が独立するに至った経緯というのは、さっき言っていたF1のスポンサーで、エプソンという会社があったんですけど、そこがF1から撤退すると言い出したんです。それが1995年ぐらいです。そうすると、スポーツのプロモーションとしてF1で使っていた予算というのがその当時10億円ぐらいあったものですから、じゃあその分を何に使えばいいのかということを探られたんです。

それで、時は1996年、長野オリンピックの招致が決まって、それに向かって日本の国は全体が動いていた。今の北京みたいな状況です。そうなってきたときに、さっきのお話したクライアントのエプソンさんというのは長野の企業なんです。ですので、世界にブランドを発信するのであれば、このオリンピックの機会をうまく活用すれば、企業として世界に名をはせられる、F1と同じように名をはせられますよということで、ウインタースポーツを応援してもらおうということにこぎ着けたんです。

それで、エプソンさんに萩原健司さんとか、あとはその当時のジャンプの船木さん、あるいは原田さん、あるいはスラロームの木村公宣さんという人がいたんですが、そういう人たちのおでこを、企業の広告用スペースとして開発してもらって、そこにスポンサーしてもらおうような経緯を取りました。それで選手たちとも仲良くなれるし、企業側のスポーツを活用したプロモーションというものも僕自身勉強していきました。これはどこかでつながって1つのインフラになるんじゃないかなというふうに思って、その当時の広告代理店に進言したんです。スポーツはビジネスになるから事業部を作りましょうよと。

ですが、残念ながら、なかなかそこら辺の理解が得られなかった。でも、あと2年後には長野オリンピックが来てしまう。だとしたら、それを1つの選手から発生するビジネスと、あるいは企業がスポーツを活用したビジネスとを結び合わせてまとまりを作っていけばビジネスになるんだろうなと思って、独立したという経緯です。

(重野) なかなかここはコメントしづらいんですけど、そうかそうかと思いながら聞いていました。

ご自身が競技をしないということに対しては、何か心の中で整理とかはついていましたか。

(山本) たぶんこれは、サッカーと野球の人たちで、トップの方というのはこの感覚は分からないかもしれませんが、普通の大学の、普通の体育会で2部、3部のところにいたら、たぶんそれで飯を食っていこうっていうのは、なかなか現実的には無理だなというのは、たぶん皆さん理

解ができるんじゃないかなと思いますけど。あきらめは早かったです。

(田中) リトライはしようと思ったんですか。

(重野) あきらめが早くて、結構ポイントなんですよ。

(田中) それは大事ですよ。特にJリーガーだったりすると、今まさに言っていたお話は、選手が理解するのが一番難しいところだったりします。例えば、山本さんが大学2部、3部なんだったらあきらめて・・・とおっしゃられた。でも、僕はあきらめちゃいけないランクなんだという、それは、あなたのそれは誰が決めたそれなんですか。あきらめていいランクというか基準というのがどこなのかというのは、すごく難しいですよ。それはJリーガーももちろんそうでしょうけれど、相談を受けるときにそれをすごく感じるのは、ゴルファーです。プロゴルファー。いつ辞めようかって。いつでも辞めたらいいんじゃないかということなんですけど、いつあきらめるべきか、いつあきらめちゃいけないべきかの境目。だからその意味で、あきらめ力って、きっとあるなと。

(山本) そうなんですかね。

(田中) 後々、それを後悔するのが人間なんでしょうけれど。でも看過するという意味では、山本さんはすごく簡単におっしゃったけれど、おそらく看過できないで、もんもんとする人とかも、もちろん多いでしょうし。

(重野) 多いですよ。

(山本) それだけ一般の大学生だったということだと思うんですけどね。本当に。

(田中) 一般の大学生だって内省できることと、一般の大学生だって自分が客観することはだいぶ違うと思うのです。それでお話を伺っていると、とてもスムーズにスポーツビズをお始めになったように見られます。社員は、最初は何人とか、どんな感じで、どーんといったんですか、ちびちびいったんですか。

(山本) もともと広告代理店で持っていたアカウントというのがあるので、そういう意味では、最初は1人で始めたんですけど、ある程度順調に、もう長野オリンピックも目の前に見えていましたし、いろいろな需要があったので順調にいきました。

(田中) 順調だったのには、ご自身のネットワークも、もちろんそのもともとの資金的なこともあるんでしょうけれど、そのほかには何かありますか？

(山本) やっぱ僕がその会社を作ったときに思ったのは、大学あるいは学生まで一生懸命スポーツをやってきて、仕方なく社会に入っている人もたくさんいるはずなんです。たぶんその人の方が九十九点何パーセントぐらいいるわけで、その人たちって、やっぱり自分を育ててくれたスポーツに対して恩返ししたいと思う人が多いんです。

たぶん今、非常に多くの学生が、スポーツマーケティング会社とか、スポーツマネジメント会社に応募してくる理由というのはそこにあると思うんです。しかもその自分の好きなことだからこそ100%のエネルギーを投入できるんです。これほど仕事に適したものはないんです。

それで、器を作ればきっとそういう需要はあるなと思ったので、実際会社をつくってみて、ある程度の軌道に乗せたところで、やはり広告代理店でスポーツに携わりたいという人、あるいはテレビ局にいてスポーツだけに携わりたい人、あるいは芸能プロダクションにいてスポーツだけに携わりたい人という人がある程度近くに寄って来てくれて、会社としては非常に活性化したということがあります。2~3年のことでしたかね。

(田中) 学生の皆さんも多いので、あえてちょっとこの質問を加えたいのですが。キャリア・トラクションと少し関係があるかもしれません。例えばスポーツビズさんが、就職の面接で来る学生さんで、採る子と採らない子を教えてください。

(山本) 難しいですね。いろいろと面談されている方もいらっしゃると思いますが、やっぱり自分の言葉で自分がやってきたことをしゃべれる人。それと、自分のビジョンをしっかりと語れる人。何々をしたいというふうに言える人というのが、やっぱり一番重要になってくるのかなと思いますけどね。

(田中) 自分の言葉でというのは、ばれますね。

(山本) 書き言葉をそのまま読むと、絶対ばれますよね。結婚式の祝辞もそうだと思うんですけど、やっぱり自分の腹の中にあるものをどうやって言葉にできるか。たぶんそれでしか人って感動させられないし、説得できないと思うので、そこはやっぱり一番真剣に見聞きますかね。

(田中) 重なるかも知れませんが、採らないのは、それができない学生さん？ それとも？

(山本) それができない人です。

(田中) それができない人ですね。ごめんなさい、もう1個質問を。それができたので採ってみて、ああ、失敗だったなというケースは。

(山本) しょっちゅうあります(笑)。

(田中) どんな新入社員だったら、ああ、失敗したな、どうしようかなって思われますか。

(山本) 根気がない人はやっぱりああ、失敗したなと思います。絶対に僕らの産業って、僕はこのスポーツマーケティングというのは産業にしていきたいなと思っているんですけど、やっぱり過渡期というか、創世記にあると思っているんです。そういうふうになると、誰かが道を敷いてくれているわけじゃないので、自分で一つ一つビジネスモデルを作って、それをアスリートマネジメントからスポーツマーケティングまで全部つなげていかなきゃいけない。それで、点のことについては今、我々も実績を持って教えてあげられるんだけど、これのどこどこをつなげていくかということ

については、やっぱり僕らもまだチャレンジの途中なんです。

そういう意味でいうと、やっぱり根気がないとなかなかやっていけないだろうし、途中で投げちゃうと形にもならないし、検証もできない。最後検証できるようなところまでしっかりやってくれる人がいいかなと思いますけど。

(田中) あえてここを伺いたかったのは、これから本題になるんですけど、多くのスポーツ選手のキャリア・トランジションと言うと、どうしてもやはりトップ、あるいは超トップ、あるいはとても有名な選手たちのキャリア・トランジションばかりが新聞などで取り上げられます。彼らを取り上げるとは面白いし、やりがちなのですが、ここで大事な部分と言うのが、本当のトップアスリートのキャリア・トランジションと、そうではないアスリートのキャリア・トランジションについてなんです。トップアスリートじゃないというと微妙で、どこがトップかの境がまた難しいのですが、それこそ山本さんがおっしゃったみたいに、いや、僕は2部なんですよ、3部ですよ、でもスポーツ選手なんだというアイデンティティーをもっている学生が大学4年で引退をする、あるいは辞めた後というのも、これは立派なキャリア・トランジションなわけですよ。そこでどうやって自分に落とし前をつけていくか、あるいはどうやって自分のあきらめ力をちゃんと使って仕事をしていくかというときに、やはりどうしても結構多くの方がスポーツマネジメントのところに行きたいっておっしゃるんです。特に大学の体育会などでお話をしに行ったりすると。

そんなときに、山本さんみたいな現場のトップの方は、こういうお話をどういうふうに見ていらっしゃるのかなと思ったので。

(山本) あくまでも組織で動かしていかなきゃいけないと思っているので、やっぱりみんなが同じじゃ困るんです。そういう意味でいうと、持っている素養としては、マーケティング志向というか、才能がある人を、あるいはアスリートとして頑張ってきて、いろいろなネットワークを持っている人、あるいは営業力が非常にある人というように、そのパターンをしっかり選びながら見ていくというところはあります。

(田中) それは山本さんがお話をするんですか？ それとも何かツールがありますか。

(山本) お話をします。特に新卒はやっぱりなかなか難しいですね、今。僕らの業界自体。自分たちの中で教育カリキュラムというのをまだ作っている最中だと僕らも思っているんで、新卒の人を育てるには、なかなかまだないかなというふうに思います。

(田中) 次は、どんな選手をマネジメントするのかしないのかということにつなげたいんですけど、スポーツビズさんは、選手が来るんですか、それともスポーツビズさんが、何々さん、うちに来ませんかなんです。というような形態で契約をされるんでしょう。

(山本) 一元化して話ができなくて、いろいろなケースがあります。当初は、やっぱり何もブランディングされていないので、つまりアスリートの中でもスポーツビズというブランドは何も行き渡っていないので、自分たちから取りにくいかなったような状況ですが、今、創業12年目なんですけども、やっぱりまじめにやっていると、不思議なもので、いろいろな声掛けをしてきてくれる人がいて、そこで僕らの選択肢で行く行かないというのを決めています。

それと同時に並行してスカウティングというも行っていて、また泥くさい話になるんですけど、社員の中の3分の1ぐらいのメンバーがスカウティングの権限を持って、それで月に2回ですか、今の現場に行ってきた見つけた、いい選手、魅力がある選手の名前を出し合って、それぞれが、自分がこの人をマネジメントしたら、こういうプランで会社にとってもいいし、選手にとってもいいという事業プランを掲げて、それがいいか悪いかということを議論しながら、じゃあこの子は行きましょうというところで実際に声を掛けていくというような作業をしています。

(田中) どこまで答えていただけるかどうか分からないのですが、次の質問としては、泥くさい話、もう1つ泥に突っ込みたいんですけど。

(山本) はい、しゃべれるところまで(笑)。

(田中) 率直に、自分がコーチだから伺うんですが、自分の選手たちで、誰がお金になるんですか。成績がよかった人間？ 顔？ 人間力？ そのときの人間力じゃなくて、5年後ぐらいにこうなりそうだという人間力？ それとも汎用性？

(山本) しゃべり方を一歩間違えると、非常にあくどい話になってしまうので、デリケートにしゃべりたいと思いますけど、1つは、一番分かりやすいものとしては、やっぱり僕らとしては、種目による違いがあります。プロの興行があるビジネスに関しては、僕らは選手とフィーで契約しているんです。だから年俸がいくらで、じゃあそれに対して何パーセントというのをマネジメント、サポート料として。

逆に、興行がないアマチュアスポーツだとか、あるいは文化人の人たちとは、ジョブ・バイ・ジョブで、専属で契約してもらって、我々が仕事を供給しながら、ある程度のマージンをサポート料としていただくというビジネスモデルなんです。前者の興行のことに関しては、やっぱり選手としての成績が非常に重要になってくるかなと思います。なぜかという、やはり成績を出せる選手というのは、例えば球団なんかからもしっかり評価されていますし、クラブからも評価されているところで、それは絶対的な条件として出てきます。

逆に、そのラインナップの中にあるそれ以外の、つまり野球以外の選手ですかね、そういった選手に関してのやり方としては、当然、成績というのも重要なんですけど、僕が一番気にするのは、スポーツ紙に出る人よりも、一般紙のスポーツ面で取り上げられる選手なんです。それはどういうことかという、やっぱりその人のメッセージが社会性を持っているかどうかなんです。成績がどんなによっても、その人のメッセージが、国民の勇気だとか、何か感動だとかというところにつながらないような選手と契約しても、なかなかマーケティングとしては花開かないんです。

だからそういう意味でいうと、今でいうと、当然、石川遼君というのは別格だと思いますけど、一時期の、さっきちょっと話が出ましたけど、荻原健司さんなんかは、成績は出なかったけども、彼の頑張りというのが1つ記事になっていたりとか、人々の励ましになったりとか、そういうことが非常に僕らのスカウティングにおける1つの基準になっています。

それはどういうことかという、やっぱり国民にいろいろな元気を与えられる、影響力を与えられる人というのは、マーケティング価値が非常に高いということです。そういう意味でいうと、企業さんが広告に使いたいとか、あるいはこういうイベントがあったり講演があったりしたときに、その人の話を聞かせたいとか、そこら辺が、僕らが仕事を一緒にしていくパートナーとしては非常に重

要な部分になるかなというふうに思います。

（重野） そういう、今お話しされた内容というのは、圧倒的な成績とか実力、成績や結果よりも上にあるような位置付けということですか。

（山本） 同軸ですね。だから成績も必要だし、成績でずば抜けて社会性を持っている人もいれば、成績が出ないけど社会性を持っている人もいると思うので、両面かなというふうに思いますけど。

（田中） 成績というのは何かですよ。だって、金も銀も銅も、これを自分が言うと金の人に怒られますけど、例えばそういうことですよ。メダリストの方が4位の人よりも売れるのかといたら、そうじゃないしということじゃないですか。そうすると、でもオリンピックに出られなかった人と出られた人とは、またそこで認知の度合いが全然違うのかとか。でも、いや、結局出られなくても、その出られなかったときの選考会でもれた理由の記者会見がとても社会性のある、とてもそのときの時流に乗ったと言うと語弊がありますが、それとはまた違いますが。

なので、同軸になりながらも、すごく難しいインタラクティブですよ。

（山本） いつも社内でそこら辺が議論になりますけどね。

（田中） 選手にこの質問をよくされるので伺いたいのですが、もちろんオリンピックの候補選手の方だったりすると、そのときの目標は、勝つことです。もちろん北京オリンピックに出ることです。あるいは冬季だと2010年のバンクーバーに出ることです。それで、出ることがもちろん完全燃焼することだったり勝つことだったりという目的であるとともに、特に冬季の競技の選手には多いのですが、やはり将来への不安があります。その選手たちが引退した後に、自分で文化人と言うのはおこがましいんですけども、やはり何かスポーツを使って、いろいろなメディアに出たり、いろいろなお仕事を、クイズ番組でタレントをするという意味ではなく、いろいろなスポーツイベントを通じて、自分のスポーツを広めていきたい、あるいは自分の価値を高めていきたいなんていう選手が多いのです。今伺ったお話だと、必要なのはやはり自分の発言にきちっと能動的になるということだったりしましたが、何かほかにありますか。現役時代にできること。もちろん競技への集中が大切なことなんですけれど。

（山本） 大変恐縮な話なんですけど、やっぱり僕らはどうしてもアスリートのマネジメントだったりとか、キャリアのトランジションというところのサポートをビジネスとして行っている会社なので、それを大前提にして聞いてほしいなと思うんですけど。ごめんなさい、もう一度、質問の最後のところを。

（田中） コメントに気を使うというのも変ですけど、自分のコメントを、きちんと自発的な社会性のあるコメントをするということ以外に、もちろん競技成績を上げることも大事なのですが、何か他に、例えばちゃんと新聞を読んでおいた方がいいよなのか、社会人としてのマナーは学んでおいた方がいいよなのか、何か将来的にスポーツビズさんのような会社で、ああ、こういう選手は使いやすいな、よかった、現役時代にこんなことをやっておいてくれないかなものがあるかなと

思ったので。特にないですか。もう競技のときは競技集中していれば。

(山本) 僕らのマネジメントのモットーとしては、選手が競技に集中できる環境づくりというふう  
にうたっているんで、そこは集中してもらうことが一番かなというふうに思います。それと今、田中  
さんがおっしゃいましたけど、やっぱり普段から新聞だとかからいろいろな報道ニュースをつかん  
でおくこと、あとはそれに対してどう思うのか、自分の意見を持つこと。僕らは現役の選手に対し  
ては、極力、知識だけじゃないよと、知識からどこまで見識を持てるかということが、たぶんあなた  
の人間力を伸ばすよと、常に選手に言っているんです。やっぱり何か問題意識を持ったりとか、  
課題を考えられるというのが、結果として自分の発言にいろいろと出てくると思うので、そこは選  
手に学ばせたいところだし、学ばせているところだったりします。

(田中) これもおっしゃりにくいことでしたらそうおっしゃっていただければと思うんですが、採り  
たくない選手、あるいは来たのにいらぬ選手。難しいですね。あるいは取ったのに、うわっ、参っ  
ちったなという失敗ケースはありますか。とてもオブラートにくるんだ形で言っていたいて構  
わないのですが。

(山本) 難しいですよ(笑)。一番難しいなと思うのは、もしかしたらマネジメント会社の方も  
いらっしゃるのかもしれないんですけど、人のうわさというのかな、これはごめんなさい、アスリ  
ートに対しては大変恐縮な話なんですけど、やっぱりオリンピックのムーブメントって、一時なん  
ですよ。それで、それがのど元過ぎると、どこの国民も結果一緒なんでしょうけど、やっぱりその  
感覚とか感情とかの多くが薄れていってしまう。それが薄れていかない人だけが生き残れるん  
です。

薄れてしまった人というのは、たぶんオリンピックなりワールドカップなりから帰ってき  
て、自分が今までと違った人間になれたという感覚を味わうんです。なぜかという、成田で出迎  
えがあって、カメラを向けられて、それでその後の半年ぐらいは、皆さんが、オリンピックお疲れさ  
までした、僕も見ましたよということを選手に言うんです。そうすると、やっぱり人って、そこでど  
こか勘違いが起こってしまって、私はどこに行っても有名なんだというノリのまんまマネジメント会社  
に來られて、私は売れるでしょうって言われる。そう言われるときが一番つらい。

だから、そこをどう僕らが見定めて、その選手に対して、そうじゃない、この先はこういう可能  
性があるよ、こうなるかもしれないよと言ってあげられて、それを理解してくれればまだいいんだ  
けど、そこで理解できない選手との取り組みというのが一番難しいかもしれない。

(田中) この辺から先を聞きたいんだけど、おいしいです(笑)。

(重野) でも単純な話、勝負ですからね。選手は。プロからすればそうですから、単純に、やっ  
ぱり食えない選手は契約しないですよ。おそらく。そう思いますよ。普通に。

(田中) 彼はすごいプロ選手っぽいことを言うんです。必ず。

(重野) だってそれは明確にしなきゃだめです。

(田中) でも戦力外通告があることがプラスに働くようなこともあるじゃないですか、やっぱり。それってあるでしょう。だってオリンピック選手って、騒がれたことに乗っかっちゃったまんまで、戦力外通告してもらえないから、エゴがそのまま続くことってすごく多いと思うんですけど、それが戦力外通告されると、嫌でもエゴを挫かれてしまうから。

(重野) そうですね、そこは。これは自論ですけど、そんなことではまったく動じないということが逆に必要な場合もあるので、そこを買っている方も結構いるのかなと思うんですよ。

(山本) 僕も、あくまでも否定するものではないんです。今話した中でも、すごいなと、逆にそうでも、でもやりたいんですという情熱が極端に強い人っているんです。絶対に。やっぱり自分がある意味、著名になったからやってくれるでしょうじゃなくて、自分からまだそれでも積極的に行ける人には、生き残れる人もいるかなと思ったりしますけど。

(重野) そうすると、その人が見えていないあらゆる可能性があることを周りから教えてあげるような感じになるんですか。

(山本) 教えるようにしています。それで逆に……。

(重野) 本当は違うんだよというような。

(山本) うん。逆に、嫌われてもしようがないなというふうに思います。その人のためかなというふうに思います。

(重野) その辺、難しいですよ。本人がそういうモードだったら非常に理解は早いんですけど、そこに気付く前とか、本当はこういうふうに考えたら、もっといろいろな可能性があるのになという人が、自分のことを見えている部分だけで話をしようというような場合は難しいですよ。

(山本) はい。

(田中) だからよく選手に言うのは、選手自身が悩んでいるって言うときには、いや、あなたが悩んでいるんじゃなくて、周りの人の方が言いにくくて悩んでいるよと。あなたが被害者なんじゃなくて、よっぽど自分よりも周りの方が言いにくくて、すごく嫌なことを言わなきゃいけないんじゃないですかと。というのはやっぱりマネジメントとかする側としては、とてもつらいけど、その人のためだしなと。困っちゃったなですよ。

(山本) そこは、あくまでもその人を否定するわけではなくて、僕らの取り組みでいうと、その先、メディアを含めて生きていける人なのかどうなのか、あるいは指導者として生きていける人なのかどうなのかということだけの基準で見えていますので、たぶんほかの道では成功できる可能性はたくさんあるのかなというふうに思います。逆にそっちの方に導いていきたいなと思いますよね。

（田中） 実は、しょせんビジネスにしていくには、トップ、あるいは成績が取れなくても人気のあった選手というものにやはり行ってしまおうので、そもそも選手って実はそれだけじゃないってところをちょっと最後に持ってきたかったんです。JOC だとやはりオリンピック選手なので、やはりそれがそこそこちゃんとしている、それなりの選手たちが多いわけです。でもそれでもその中で、マイナースポーツじゃないのに、メジャーなのに、結局、学歴のことだったり、あるいは競技性のことだったり、なかなか次のトランジションが難しいなんていうお話も聞きます。

それから、トップアスリートのためのキャリア・トランジションと、いわゆるアスリートのためのキャリア・トランジションとはまったく問題の観点が違うという話はよくするんですけど。この間、山本さんから伺って、ああと思ったのは、山本さんが、選手のキャリアというものを、第1段階、第2段階、第3段階、そして第4段階まで、スポーツマネジメントの立場から、アスリートマネジメントの立場からとらえていらっしゃるということです。

それで、その1段階というところが、おそらく1も2もそうなんでしょうけれど、トップだろうと、別にマイナーだろうと何だろうと、重要なところかなと思ったのです。この1、2、3、しかもまた4というのは、今回、勉強会では初めての部分なので、ちょっとその第1段階から第4段階の話までを少しお話ししていただけますでしょうか。

（山本） ちょっとお話としては長くなるかもしれないんですけど、非常に僕なんか、まだ挑まなきゃいけない領域があるなというふうにあらためて思っているんですが、アスリートについては、今僕らのようなスポーツマネジメント業界と言われるところでは、ある程度選手が育ってきたところで、ああ、この選手と組みたいなというところから始まって、僕らのビジネスでいえば、指導者になったりとか、あるいはテレビを中心にして文化人になっていったりというところまでが今の我々の業務領域なんですね。

これって実は、じゃあ、誰が著名な、あるいは優秀なアスリートを育てたかという、やっぱり地域だったりとか学校だったりとか、もっと手前でいくとご両親だったりとかするんです。ちょっと話は変わりますが、やっぱりトップアスリートのご両親は、皆さん素晴らしい人が多いというのはいつも思うんです。僕らは、ある意味、名前を持った選手たちとの取り組みの中からビジネスを行っているというところという、ちょっと比較するのはよくないのかもしれませんが、実は芸能の世界のところまでまだ行き着けていないんです。芸能の世界というのは、結局、金の卵を発掘して、それでその人たちに歌を覚えさせたりとか、実際にプロモーションをいろいろ行って有名にして、その人たちを立派なタレントさんに育てている。

僕らは、ある程度、名前が自分の力で出てきた人たちを捕まえて、そこでマネジメントしていると称しているところという、やっぱり我々ももっと育成のところを力注いでいかなきゃいけないのではないかなと。今は民間の会社としてやっていますが、そこにもしっかりとサポートできるような体制を作っていかなきゃいけないんじゃないかなというふうに思っています。

それで、そういう意味でいうと、マネジメントの第1段階というのはジュニア期にあって、ここの子供たちだ当たりの可能性をどれだけ見い出して、選手としてトップ選手にしていけるかというのが、まずマネジメントの中の1番に挙げられるのかなというふうに思っています。

第2段階というのは、今度は現役期ということになります。ここでは本当にトップ選手が競技ご

とに活躍できるフィールドというのが出てきています。それでこの中では、いろいろな企業さんから応援してもらったりとか、実業団に入ったりとか、クラブからしっかりと年俵をもらったりとかということで、ビジネスとしても成り立つし、選手の生活としてもしっかりと成り立っていくような時期です。

その次に、これは僕らの業務領域ですが、第3段階です。指導者になっていったりとか、文化人になっていくというステップがあって、ここもある程度、トップ選手から我々のメディアの世界や興行の世界に来た場合には、しっかりと収入が得られるような体制というか、業務や仕事を供給できるような形に、今なってきました。

今まで我々は、この第3段階までがビジネスだと思っていたんです。今、会社をつくって12年目で、25歳ぐらいからパートナーを組んだ人が今40歳手前ぐらいになっています。

そうなってくると、次なる課題というのが、今度、40歳、50歳を迎える人たちのサードキャリアというんですかね、それをどういうふうに作っていくかということで、実はこれはもう目の前に迫ってきているんです。40歳ぐらいからは、今度はいつまでもテレビの世界にいられるわけではないし、いつまでも指導者の現場で指導できるわけでもない。ここをどういうふうに、50代、60代につなげていくのかということが今、非常に大きな課題になっているところなんです。ですので、その次の第4段階の僕らのマネジメントの方向性としては、その培った名前と、現役後にある意味仕事をして蓄えた資金とを、これらをどうやって運用して、今度自分がやりたかった事業を展開するのかということが非常に重要になってくるかなというふうに思っています。今、我々マネジメント会社としては、50代以降の方向性というのを課題にして、いろいろと取り組んでいるところです。

(田中) 重野さん、どうですか。すごい振り方ですが(笑)。

(重野) すごい振りですね。第4の領域の今、課題にされているお話は、非常に斬新的な感じがしていますね。確かになかなかその領域ってまだ触れられていないんですよ。それで、全体的に見てもそれに近いような状況になっていますので、それはスポーツ界全体を含めてそうですけども、課題としてとらえなきゃいけないのかなと。

逆に、そこをきちっとすることによって、おのずとその下の、その年齢を迎える前の人たちが気付いたり、あるいは自分で何か積極的なアクションをおこすことにつながっていくのかなというふうに、今、イメージしました。

(山本) 今、若くて優秀な人だったりとか、我々が取り組みたい人たちが結構、どんどん上がってくるんですね。でもそこには、40代を迎えて、今度のは次の、さっき言った第4世代に入っていく人たちというの、いるんです。

そうすると、どんどん人だけが増えていって、サポートできる体制がそこに整っていないという状況になってしまって、お互いにルーズというんですかね、そういった関係になっていってしまう、そういうおそれがあるような状況があって、今の発想が生まれてきているんです。

(重野) 全体的に、これは中のちゃんとした情報を持っているわけじゃないので恐縮なんですけども、非常に低年齢化していると思うんです。商品化として考えたときに、若くて元気があって、活きのいい人をどんどん出していくという中で、今、第2の世代の方々に着目するというあたりの、

山本さんがお考えになるポイントというんですかね、それはどの辺にあるのか、いくつか聞かせていただけますか。具体的にいうと、その方々に対するマネジメント、サポートをすることって、どういうシーンから拾われていくのかなというところなんですけども。

（山本）人によっては、不動産会社をやってみたかったんだとか、あるいは飲食店で、さっきはちゃんこ屋さんでしたが、おすし屋さんのオーナーになってみたかったとか、あるいはいついつ、どこどこで食べた料理がおいしかったので、東京であまりその料理を見ないので、僕はそれをやってみたいんだというような話に対して、飲食にしても不動産にしても、事業として組み立てられるパートナーというのを我々が選択肢としていくつ持っているのかというところで、選手たちには安心の材料になるのかなというふうに思いますけどね。

（重野）そういうことになると、おそらくちゃんと本当にその形で持っていく人というのは、人生、2回か3回、まったく違う人生を歩むような、そんな体験ができるということですよ。極端に言うんですよ。

私のおやじが71歳なんですけど、高卒でずっと働いて定年を迎えたんです。それで、やっぱりないんですよ。自分が本当にやりたいということが出てこない。70歳ですから、ゆっくり過ごせば？という話をしたんですけど、でも体はまだ元気だし、メンタルはもっといいかもしれないですよ。そういう方々はじゃあどうするのかと考えましたね。

（山本）でも、それが30代後半を過ぎて40代に入るぐらいのところにこういう選択肢があるよというのをちゃんと形にして見せてあげられることが、選手たちにとっても考えるきっかけになると思いますし、そこがすごく重要なのかなというふうに思います。

それで、じゃあ例えばメディアの中にしても、指導者として活動してもいいんですけど、やっぱり30代、40代にいくら資金をある程度貯蓄しなきゃいけないとか、それでその貯蓄した資金というものを活用する方法論としては、こういう選択肢があるというようなことをできるだけ早いタイミングで見せてあげることで、意識がすごく高まって、自分のサードキャリア、フォースキャリアというところまで考えるようなきっかけができるんじゃないかなと思うんです。

ただ、あくまでも今、課題だと思って、そうしたいと思っている状況なので、まだチャレンジしている最中のお話ですが。

（田中）それこそ、そういったことをサジェストしていく人間が専任スタッフのような形でいらっしやるじゃないですか。何か専任のような人がいて、こんな情報もあるよ、こんなオプションを競技引退後にあるんだよなんて提示してくれる方がいるといいですよ。例えばアメリカのオリンピック委員会はプログラム化していて、選手に対してはキャリアコーチという、キャリア専門というよりはアスリートがどんなふうに考える傾向になりがちかみたいな心理も勉強しながらも、ちょっとスポーツ特有の感覚みたいなのも勉強し、そしてある程度のキャリアプランニングの知識があるキャリアコーチみたいな人が付いて、選手に指導していくというようなやり方をしているんですが。

自分のことを振り返ると、やはり情報収集の仕方が、選手としての自分は非常に下手だったなと思いますし、ずっとシンクロ選手として夢を叶えていくまでには、情報収集する必要がないんです。変な言い方をすれば。もう分かっているところに一本道があって、その一本道がとても曲がり

くねっというといまいと、その一本道をひたすら根性で走り抜くということだけしかやらなくてよかったので。変な言い方ですけど、いろいろな道を見るというその知識がなかったのです。それでやはり、今は共同経営者になっていますけど、その彼女がキャリアコーチだったなというのはつくづく思うんです。

だからその辺では、やはり誰か、まったくスポーツに興味がなくともいいから、自分に興味を持ってきて、それ以外にもできるでしょうとかというような提案をしてくれる人間という意味では、マネジメントというよりか、本当に選手の人生を預かっているみたいな感覚がありますよね。

(山本) たぶんそういうパターンがあるというようなプレッシャーは感じますよね。

(田中) ですよ。

ちょっと気になったんですけど、現役選手のマネジメントもしていらっしゃいますよね。

(山本) はい。

(田中) それで、その引退直後、つまり第2段階の選手も今やっていたら、それで第3段階の元選手もやっていたら、当たり前かもしれませんが、会社側から、早く第3へ行った方がいいよとかいうことはおっしゃらないんですか。それともまだ第2にいた方がいいよとか、何かそういう第2、第3の区切りは誰がするんですか。第2の人が第3に行くときにご相談に行くんですか、それとも？

(山本) そこはすごく難しいですね。でもやっぱり現役選手が引退する潮どきというのは、何を考えておかなきゃいけないかというのは当然レクチャーしますけれども、そのタイミングを決めるのは本人なのかなというふうに思いますけどね。

(田中) 本人ですか。

(山本) はい。

(田中) じゃあ、山本さんから見たら、今やめちゃったら、第2のときに必要なことがまだやれていないでしょうみたいなときもあるんですか。

(山本) それはありますね。

(田中) それは、何となくおっしゃるの？ それとも。

(山本) そうですね。やめることを早めるというジャッジメントはないですけど、今やめない方がいいというサゼスチョンはします。それは、やめる、やめないというか、あきらめるなというようなことでの話かもしれないんですけど。

(田中) もう1つは、先ほどの1、2、3、4段階のだと、一流というのがすごく好きじゃないんです

けど、要は名が知れているスポーツ選手だと、2 から 3 に行って、3 から 4 を考えることが可能だと思のですが、そういう選手でないと、2 から 4 に行かなきゃいけないこともありますよね。つまりモトリアム期間みたいな、自分の競技成績をしょって生きていられる数年間というのがない選手がいますね。

(山本) はい。

(田中) いわゆる、変な言い方をすれば、売り時の引退後数年間というのがない選手っていますよね。そういう選手はもちろん扱っていらっしやらないとは思いますが、もしそんな人に、ビジネスコンサルティングをお願いしますって言われたら、どうやってあげられますか。

(山本) ……。

(田中) 黙っちゃった(笑)。いや、そこは実はいつも自分が答えられないところなんです。ああ、困ったなと思って。それで 1 つ、自分が最近決めていることがあったので、すみません、先にちょっとお伺いしようかなと思って。

(山本) いえいえ。でもそこは現役の選手としては、割り切らなきゃいけないところだし、どうやって割り切らせるかということになってくるのかな。さっきの割り切り力じゃないですけど、やっぱり世の中に需要性がないところで苦勞するというか、需要性があるからこそ、僕らは声を掛けるのであって、そこに需要性がないところであれば、おのずと通常の家業を継ぐのか、勤め人になるのかということへの誘導というんですかね、それをすべきかなと思いますけどね。携わったスポーツに携わっていきたいというのであれば、現実的にそういう仕事を考えてあげることもできるでしょうし。答えになっていますかね(笑)。

(田中) いや、全然、答えがないようなことを質問したこっちが申し訳ないのですが。よく欧米のキャリア・トランジション・プログラムをやっている人たちと話すと、すごくギャップを感じるんです。このところで、京、日本のプログラムは、やたらトップ選手が対象で、別にキャリア・トランジションのサポートなんかする必要のない一流選手に、何でそんなにやっているのって言われて、何を言っているのかなと思って聞くと、例えばイアン・ソープさんだったり、はい、どうぞ、あなた方はどうでもやってくださいというようなそんな方々は、サポートしないんだと。

逆に言ったら、中卒だ、高卒だ、卒業したって字も書けないようなスポーツ選手はたくさんいると。それで、そういった選手は生計がまったく立たなくなる。お父さん、お母さんはどこに行ったか分からない。家族には離婚されたばかりだ。今、要は悲惨な状況で、でもボールだけは蹴れるとか、ボールだけは投げられるという選手のキャリアサポートが一番重要だろうという。

そんな人たちに、そこまでアメリカやオーストラリアのような悲惨なケースというのが、日本では、私はあまり見ないんですが、でもとても似たようなところで、一から始めるということが、選手はすごく怖がるんです。それで、まだ 23 歳、まだ 26 歳、まだ 30 歳なのに、何でそこで、一からレストラン経営することの何がそんなに怖いのかということと言える先輩づくりをしていかないと、私たち先輩側が、自分たちのメダルとかで利用して適当にやっていたりとかすると、絶対に誰も付いてきてくれないのでという思いはすごくあるので。だから何かそんなところは、スポーツビズさんみ

たいな大きいところだったら、何かトップといろいろな人たちの……

(山本) だからそういうのって、逆に、たぶん民間の企業が事業としてやるんだとすごく難しいなと思うんです。

(田中) そうなんです。はい。

(山本) だからそういう意味で言うと、今いろいろな、例えば新しいスポーツ振興法に基づくものとか、行政がそういうセカンドキャリアに対しての助成金というものを出して、インフラを作っていかなきゃいけないと思うし、逆にそのインフラを作るにあたって、たぶん最先端のいろいろな知識とか現象面を見てきているのが僕らだと思うので、そこに僕らのいろいろな知恵とかというのを活用していってもらえるような何か形が作れたらいいんじゃないかなと思います。

(重野) でも、今までお話されたようなことをやっていく中で、たぶん気づきがたくさん出てくると思うんです。選手側だったり、そういうマネージをする側もたぶんそうだと思うんですけど。それがだんだん引き継がれていくということで、1つのマネジメントされる人っていうのはこういう人たちなんです、当然そこに満たない人たちは、こういう人たちなんですということが、それがずいぶん進んでいると思うんです。最近。

これは、10年前とか15年前にはほとんど見えていなかった世界だったので、そういう意味では非常にスポーツ界の変化のスピードは速いかなと。それで、そのことによって気付かされている今の10代の選手だったり非常にたくさんいると思うので、私は悲観はしていないんです。むしろ事実をどんどん伝えてあげて、じゃあ、自分だったらどうするんだというふうを考えさせる機会をたくさん作っていくという使命を、たぶんスポーツ界にいる人間にはあるかなというのは、すごく感じます。最近。

(山本) そう意味では、やっぱりJリーグに関しては、それを今、ある意味で経済的に採算が合っている中でしっかりと予算を組んでやっているというのは、スポーツの中での素晴らしいカテゴリリーなのかなというふうに思いますけどね。

(重野) やっぱり、同じ時間をスポーツに注いできたという人たちが、普通に学校で勉強して会社に就職してという人たちと同じに語られるというのは、少しやっぱり違うなということ、そしてそれが実際に何で、彼らはどういう時間をそこに注いできて、それによって身に付けたことは何なのかということ整理する必要があるのかなと。

それによって、制度がおかしいんだったら、ちゃんと根拠を出して行って、それを変えていくということが、1つの大きなチャレンジなのかなという気が最近すごくしているんです。

(田中) まとめとして、山本さん、最後に何かお願いします。本当は、山本さん、やりがいて何ですかみたいなくさい質問を最初はしようかと思ったんですけど、お任せします。最後に言い残したことを。

(山本) 今日はちょっとつたないお話をお聞きいただきまして、ありがとうございました。2つ、

ちょっとお話をしたいなと思うんですけど。

1つは、最初にちょっと言ったかもしれませんが、スポーツマネジメントって、欧米で生まれた事業体だと思うんですけど、僕らとしては、やっぱり日本人には日本人なりのスポーツマネジメントが作り上げられると思うんです。それで、トヨタ、ホンダ、ソニーがかつて日本のブランドだったように、たぶん日本のきめ細やかなサービスだとか、そういう日本人らしいものというのは、あらためて世界へ発信できるものだと思うんです。そういった意味では、この新しい、日本から生まれたスポーツマネジメントというものをうまく世界に発信していきたいなというふうに思っています。もし皆さん、その中でかかわることがあったとしたら、そういう意識を持って、このスポーツマネジメントという事業に携わってほしいなと。

それともう1つは、たぶんここ10年だと思うんです。スポーツにかかわるソフト産業というんですか、スポーツマーケティング、あるいはマネジメントといわれるものは。それでたぶん日本のスポーツを強くしていくためには、支える人たちが多ければ多いほど頂点が高くなっていくと思うので、このスポーツのソフト産業と僕は呼んでいますけども、ここに携わる人たちがたくさん働ける環境づくりを僕らがしていけば、結果としては日本のスポーツの頂点というのは、どんどん高みが上がっていくと思います。だから我々、このスポーツに携わって仕事をしていく人間たちが、たくさん雇用できるって言ったらかかしいな、食べていける環境をつくるのが日本のスポーツを強くする力になるんじゃないかなと思います。たぶん今日お集まりの皆さんは何かしらスポーツにかかわって仕事をしていこうと思われている方が多いと思いますし、実際に携わっている方が多いと思います。それこそ皆さんの力が日本のスポーツを押し上げていくと思いますので、一緒に頑張っていきたいなというふうに思います。

（重野） 実はマネジメントの方々のお話を聞く機会が今まであまりなかったんですよね。だから今日はマネジメント産業の方はこういう考えでいらっしゃるんだというのを、本当に私も聞きながら勉強させていただきましたという形です。

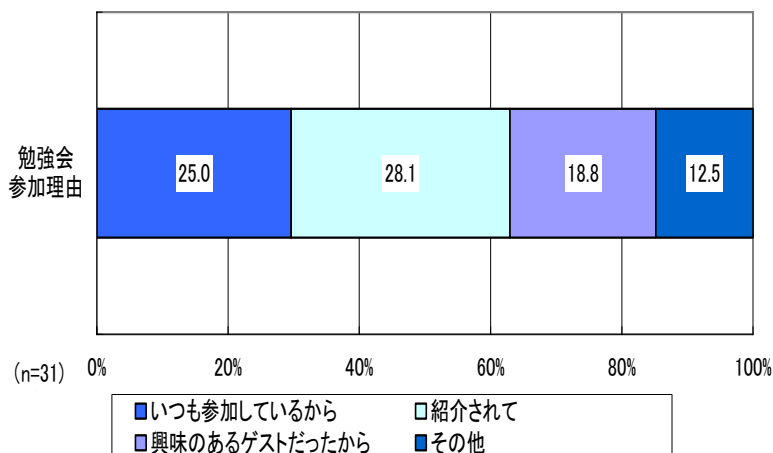
それで、まだまだ考え方はたくさんあるんだなというのをすごく感じまして、もっとそういうことを、それぞれの立場で発信していくということが非常に大事ななというのを感じました。ありがとうございました。

（田中） 本当に勉強になりました。ありがとうございました。第1段階、第4段階のお話もとても新鮮でしたし、そしてあらためていつも議論がごっちゃになってしまうトップアスリートのキャリア・トランジションとそうではないアスリートのキャリア・トランジションというのは根本的に問題が違うんだよというようなことを、やはり、何かごっちゃにしてしまうことがとても多いので、あらためてそれをすごく感じました。本当にありがとうございました。

## 2. 第28回 アスリートのためのキャリア・トランジション勉強会 アンケート集計結果

アンケート総数:31

### 1. 勉強会参加理由



### 2. 今回の勉強会で感じたことは何ですか？

- ・ 現役時代から競技以外の事象に触れる機会を持てるように(人生は長いのだと気づかせるため)周囲の人が配慮することがまずは大事だと思いました。
- ・ トップアスリートのための…と、ただのアスリートのための…との違い。私は、今、ジュニアから二人の子供を育てており、二人ともただの人なのですが、スポーツにここまで打ち込んできたことを何か人生に活かして生きていってもらいたいと考えて、ここに参加しています。今日の話も、まさに、体育大学二部でそこそこやってきて、スポーツクラブに内定し、意欲に燃えている娘に聞かせたい話でした。でも、今日も部活に忙しく、このような世界や仕事があることを知る事ができず、私も伝えるには力足らずで…でも親だけでも知っているのはいいことかなと思います。自分をどの時点で見切りをつけるか、あるいは新しい世界に踏み込めるのかの区切り。例題の言葉はどれも素晴らしい言葉だけれども、実際には、スポーツをやっている時には、そう感じたり、実践できたり、逆にしにくいことではないか。特に、お利口でない人にとっては、どうやったら上向きになる力を身につけることができるのか知りたい。まわりにも、どうしたらいいのか…。この勉強会に参加するといろいろ迷うことが多いのですが、何か、気づくことができるので、とても楽しみにしています。田中先生のゲストを引き出す話術にいつも感心します。私の知りたいことが聴くことができるので。
- ・ 途中からの参加となってしまいましたが、”トップアスリートとアスリートではトランジションの観点が違う”という言葉が印象に残りました。私自身はアスリートでした。
- ・ 現役の選手たちに聞かせたい内容でもありました。
- ・ 選手の商品価値を維持するために必要なのは、マネジメント会社の(マネージャーの)営業力でしょうか。それとも、選手(元選手)の人間性、タレント力なのでしょうか。その点どうマネジメントしていらっしゃるのでしょうか。お伺いしたかったことです。
- ・ 現在、トレーナーとして大学生と関わっていますが、まだまだ”管理”されることの多い日本のスポーツの環境で、自主的に考え、意見を発し行動できる学生が多いと感じています。その中で、トップアスリートになる選手はわずかで、卒業後、また将来を見据えて選手の教育をしていきたいと思えます。
- ・ 同業として非常に参考になりました。スポーツマネジメントの業界は、競合することなく、一緒に成長していけたらと願っています。
- ・ 「トップアスリート」ではないアスリートのキャリアトランジションについても、もっと日本は取り組まなければならないと感じました。
- ・ 40、50代になった方々とも仕事を続けているということ。そこにもビジネスチャンスがあるということ。
- ・ 人生(キャリア)をいくつも生きることの幸福と難しさを感じました。
- ・ トップアスリートとアスリートのキャリアプランが異なるという視点が興味深かった。
- ・ とび職さんが、若いころ稼げても、年を取って稼げなくなり、ホームレスになる。そのことに誰も同情しない。スポーツ選手はとび職とどこが違って特別扱いされるのだろうか。人に夢を与えるところ？スポーツのすばらしさ？そこを知りたいです。
- ・ アスリートのメッセージの社会性、その社会性とは何か、また基準はなにか、なにで測るのか、というお話が大変印象的でした。こうしたことをアスリート自身も気づき、考え、行動していくことが大切なのだと思いました。また、一部のトップアスリート以外の、他の多くのアスリートへのキャリアトランジション概念、教育についてのお話が聞けた点がうれしく、興味深かったです。
- ・ 経営者の立場、アスリートの立場のバランス、スポーツマネジメント業界の可能性を改めて感じた。

- ・自分を育てたスポーツに恩返ししたい、というモチベーションがアスリートにとって強いのだと感じました。トップアスリートのためのスポーツビズという会社ですが、それ以外のアスリートにも同じサポートが必要だと思います。それを誰が、どの段階で担当していくかを考えさせられました。大学で体育会のキャリアアトランジションをお手伝いさせてもらっているので、自分がどれだけの選択肢を広げられるのか、考えるきっかけになりました。
- ・「あきらめ力」この言葉がとても心に残りました。あきらめるということが、力・パワーであるということは、とても気に入りました。
- ・キャリア転換時に必要な「あきらめ力」の重要性。
- ・第4段階のキャリアアトランジションに関しては、今まで考えることがなかったが、年齢とともに形を変えたプランニングをすることの重要性を感じた。ただ、1番難しいサポートのように思える。そこに到達するまでの積み重ねを大事にすごすことの重要性を改めて痛感した。また、マネジメントするスタッフの幅も大切だと痛感した。
- ・マネジメントの視線のすどさを感じた。
- ・まだまだスポーツビジネスは創生期であるということ。
- ・マネジメントは、ライフサポートにまで及んでいること。
- ・第4段階のアスリートに対する、マネジメントの人生設計の重要性。
- ・ジュニア、現役、コーチ(文化人)の次のステージがあること。
- ・第4ステージの話はアスリートに限った話ではない。どんな人にとっても大切なトランジションになるので大切だ。
- ・知識から見識を得る(知識だけではなく、見識を持つ)。
- ・「悩んでる私」より「まわりの人がもっと悩んでいる」はその通り！人間の魅力は”育て方・育ち方”だなあ。キャリアアトランジションをビジネスとしている方と、そうでない方の意見交換だと感じ、何か接点を求めたが、よくつかめなかった。

### 3. 今回の勉強会でのまとめを、何かキーワードとしてあらわすとしたら？

- ・ 時間。
- ・ 自分のことを自分の言葉で語れること。
- ・ 商品をどう活かすか。
- ・ 方向性の提示。選手の教育。
- ・ 社会性の判断。
- ・ 社会性。
- ・ お金。スポーツ。
- ・ ステップを進むタイミング。
- ・ ”日本型 Sports Management”
- ・ 先を見ること。1つのことだけに限られた人生はリスクが多い(リスクヘッジの重要性)。スポーツ界のやさしさ。スポーツを愛する人たちのコミュニティ。
- ・ 着眼点。自分の言葉で語る。アスリートの社会性。
- ・ キャリアプランニング。
- ・ 「あきらめ力」あきらめさせるものでもなく、自分で自分のポジションを理解し、決断する力なんだなと思いました。それを経験して、はじめて、次のキャリアを選ぶことができる。アマチュアスポーツ、大学スポーツでは戦力外通告されないがゆえに、これが大事な力なのだと感じました。
- ・ あきらめ力＝自分の転機に強い人なのかな？
- ・ キャリアの客観視。
- ・ 説得力のある言葉はアスリートの強い気持ちから出る。
- ・ 人を扱う第3の目。
- ・ 自分らしさ。
- ・ 第1、4段階でのサポートの重要性。
- ・ 「サードキャリア」
- ・ 知識と見識。
- ・ トップアスリートとアスリートの存在の違い。
- ・ 「あきらめ力」「第4世代」「4th キャリア」。
- ・ 「サードキャリア」「キャリアコーチ」「日本らしいスポーツ・マネジメント」
- ・ 社会に発することができるメッセージ。国民に元気を与えることができる人。「感謝」できる人。

#### 4. 今後の勉強会にて取り上げたいこと

- ・ "トップではなく"、"アスリート"のキャリアトランジションについて。
- ・ 企業の広報が、引退したアスリートにアドバイザー契約などでお金を支払っているケース。「どういうアスリートにどんな価値を見出しているか」は逆に考えると、引退するまでに何の準備が必要なのかをあらわすのかなと思いました。企業観点からの話も聴いてみたいです。
- ・ 今日の 4step でいうところの、③→④で、とても苦しんだ方のケース。
- ・ 失敗→成功の体験談。
- ・ 学校の部活動の指導者の方が、キャリアトランジションに対してどのように考えていらっしゃるか。
- ・ トップでないアスリートのキャリアトランジションについて。どの時期に、どのレベルのことを伝え、考えさせるきっかけを持つべきかといった勉強が出来るといいなと思います。
- ・ マイナー競技のトップアスリート。
- ・ トップアスリートと、トップではないアスリートのキャリア支援。
- ・ 現役後、仕事(自分の道)を選べずにいる元アスリートへのキャリアトランジション方法や、世間の取り組み。
- ・ プロではない、企業内のスポーツ選手。日の丸をつけたとしても引退後は社会の仕事につく。現役時代の経験で、どんな要素が仕事に役立っているのか、転換されているのか。

#### 5. 2008年5月8日 勉強会参加者 計 34 名

---

# 次回勉強会スケジュール

## 第29回勉強会

2008年8月28日(木)18:30~20:00

ゲスト

**田辺 陽子氏**

バルセロナ・アトランタ五輪柔道銀メダリスト 日本大学女子柔道部監督

テーマ

**「アスリートのキャリア・トランジション**

**～現役中の様々なトランジションから学んだこと、そして今～**」

場所

**ミスノエスポーツ8F**

---

事務局:株式会社MJコンテス

東京都港区白金台 4-5-7-205

TEL 03-3447-2890 FAX 03-3447-2893

田中ウルヴェ京

ご意見・ご質問などございましたら事務局までお問い合わせください。