

体育・スポーツ経営学認識原理(1)

— 現象試論 —

高岡 敦史

体育・スポーツ経営学は、生活者の豊かな運動・スポーツ生活の実現に向けた体育・スポーツ経営体の経営を研究対象とし、生活者の運動・スポーツ生活や運動・スポーツ実践や、経営体における組織現象、経営当事者の行為や意識を認識対象としている。しかし、それらの諸現象は研究者のパラダイムや選択原理に依存した主観によって構成されるものと考えられる。では、当事者や研究者によって意味づけられ、主観の合意によって構成される間主観的な現象はどのようなものとして捉えうるだろうか。

本稿では、現象学やスポーツや他者との相互作用を媒介する身体、言語に関わる哲学的・現象学的知見に依拠して、生活者によるスポーツの構成、経営当事者によるスポーツの構成、経営当事者による生活者への〈意味づけ〉、生活者による経営当事者への〈意味づけ〉に関して議論し、それらを統合することによって、〈スポーツ価値の協同構成としての体育・スポーツ経営現象〉を提起した。この提起は、今後の、体育・スポーツ経営学認識論の布石となる。

Keywords：体育・スポーツ経営学，認識論，現象論，意味づけ

1. 緒言

体育・スポーツ経営学研究者（以下、研究者と略す。）は、運動・スポーツ生活者や経営当事者（以下、両者を総称して当事者と略す。）や体育・スポーツ経営現象（以下、経営現象と略す。）を認識し、理解した結果を研究的知見として世に問うてきた。そして、研究者の認識を対象とした研究も展開されてきている。その三大問題は、認識目的（学問の性格）、認識対象（研究対象）、認識方法（研究方法）であった¹⁾。認識目的については清水（1993）が議論しており、認識対象については、生活研究に依拠しながら対象としてのスポーツ生活と経営体を捉え直した清水（2001）、マーケティング・マネジメントの視角から経営組織を捉え直した中西ほか（2002）、「人間から組織を見る」という視角から構成員特性からスポーツ組織を認識することを提起した清水（2009）の研究が挙げられる。認識方法については、武隈（1994）によるスポーツ組織研究課題の提示、長積

ほか（1994）による研究手法の外部妥当性の検討、柳沢（1989）による研究方法論をめぐる課題の指摘と現象学的方法の提起、清水（2001）による当事者の主観世界を解釈し経営実践の構造・法則性を説明する方法の提起、清水（2007）による方法論的偏りに対する批判と個性記述の有効性の主張等が確認できる。

そして、これらの認識研究のベースとなる問題に取り組む研究原論ともいべき研究もわずかに存在している。清水（1997）は、体育・スポーツ経営学研究に通底させるべき価値（研究理念）を「豊かな運動・スポーツ生活」であるとしており、野崎・植村（1997）は体育・スポーツ経営学の認識原理として社会システム論を提案した。そして柳沢（2007）は、認識対象を抽出する研究者の選択原理そのものの重要性を指摘した。これらの研究原論を要約すれば、現象の理解は選択原理に依存するということになるが、最も基本的な問いが抜け落ちているのではない

だろうか。それは、「研究者の認識はいかに成立するのか？」という問いである。本稿はこの問いに挑戦しようとするものであり、体育・スポーツ経営学における真の認識論の端緒である。

柳沢 (2007) も指摘している通り、研究者の認識には研究者コミュニティのパラダイムが強い影響を与えている。したがって、「研究者の認識はいかに成立するのか？」という認識論を展開する前に、体育・スポーツ経営学におけるパラダイムを整理しておく必要があるだろう。

クーン (1971) のいうところのパラダイムとは、ハーバーマス (1975) の「認識関心」(ハーバーマス, p.159) であり、研究理念や選択原理といった研究対象の選択や研究手法に対する先行的了解である。野家 (2007) は、科学研究を導くパラダイムを一つの時代の科学者共同体の「默契」(野家, p.46) と呼び、「何が科学的問題であり、それはいかなる<方法>で探究されるべきか、そして何が<解決>と見なされるべきかなどを決定する」(野家, p.46) ものと定義した。

体育・スポーツ経営学における具体的な研究展開からは、論理的科学的科学観に立つパラダイムと解釈学的科学的科学観に立つパラダイムの2つのパラダイムの存在が類推される。前者は、社会現象には一定の普遍的構造と法則性が内在しており、現象や心理を構成する諸要因を仮説的に構造化し、それらの因果的関係性を説明しようとするパラダイムである。論理的パラダイムは、研究対象の技術的操作とそれを支える予測可能な知識を発見することを研究理念に定め、生み出した理論は、その理論的タームを再解釈することによって現象を説明し返すことができると考える。後者は、一回性の社会現象のストーリーに内在する諸要因とそれらの関係性を、当事者の論理を解釈することによって理解しようとするパラダイムである。解釈学的パラダイムは、研究対象の理解を分かち合う間主観性を維持・拡大することを研究理念に定めている。

論理的パラダイムと解釈学的パラダイムは、かつての科学哲学論議において対立するものとして二元論的に議論され、その後、論理実証主義に基づく自然科学への一元化の試み(統一科学運動)を経ている(野家, 2007, pp.19-28)。体育・スポーツ経営学における明示的なパラダイム論議は確認できないが、仮説演繹-実証型アプローチ(論理的パラダイム)と帰納-仮説発見型アプローチ(解釈学的パラダイム)という清水(2007)の分類に依拠して「体育・スポーツ経営学研究」に掲載された原著論文のパラダイムの偏りを算出すると、論理的パラダイ

ムが全体の65.1% (34件)を占める一方、解釈学的パラダイムは9.5% (5件)に留まっており、当領域において論理的パラダイムが支配的であったと言ってよいだろう。両パラダイムを二元論的に捉えると、それらはクーンが指摘するように通約不可能であり、「対立するパラダイムの主張者は、異なった世界で仕事をしている」(クーン, p.171)と言える。

しかし、体育・スポーツ経営学において通約不可能というテーゼを受容し、2つのパラダイムによる住み分けをするところに学問的発展が見出せるだろうか。パラダイムの不干渉的並存を止揚する第三の道を検討すべきではないだろうか。科学哲学ではその後、現象観察が「理論負荷的な活動」(ハンソン, 1969, p.196)であるとする指摘やクーンのパラダイム論に代表される新科学哲学によって、両パラダイムの間に理論負荷性という共通の方法論的特質が見出されている。新科学哲学という第三の立場は、一方が他方に取り込み統一を図るようなものではなく、両パラダイムをより広い<知>のパースペクティブの中に位置づけ直そうとしているものとして評価されている(野家, 2007)。

さて、体育・スポーツ経営学の定義について、八代ほか(2002)は、体育・スポーツ経営学独自のものの見方・考え方として、(1)長期的な視野：長期的な見通しをもって短期の構想を描く、(2)総合的・全体的な視野をもった営みである、(3)目的-手段の学であり、実践の学である、(4)運動者(生活者)主体の視野をもつことが基本、(5)資源の調達・蓄積と運用を中心的課題とする、(6)体育・スポーツの経営学である、という6点を掲げている。(1)から(5)はいずれも経営学としての性格を反映した学的性格を示したものである。(6)は認識対象を指したものであるが、経営学として対象とする体育・スポーツがどのような現象として認識されるべきかは示されていない。

山下(2000)は「スポーツ経営学は広くスポーツマネジメントを研究対象としてよい」(山下, p.23)とし、「いかにすればスポーツ組織のサービス供給が効率よく行えるかという問題に答えられる」(山下, p.326)のようなものでなければならず、「現場の『生の』スポーツ組織の姿を描き切ること」(山下, p.27)が必要であると述べている。山下によるこれらの言明における学的性格は、八代ほかによるそれと表現は異なるが近似である。一方、スポーツ経営学の認識対象はスポーツ組織現象とスポーツマネジメント現象とされており、対象を体育・スポーツ現象とする八代ほかと異なる。この相違は、八代ほかは学的性格に関する言明(4)に基づいて、経営成果を運動者の運動・スポーツ生活の豊かさに求めている一方、

山下は組織とその経営の有効性に求めていることに由来する。山下においても当該現象がどのようなものとして認識されるべきかは説明されていない。

八代ほかや山下の認識対象に関する言明を総合すれば、体育・スポーツ経営学は「スポーツ経営組織現象とその成果としての運動・スポーツ生活現象」ということができるだろう。しかし、この説明でも、(1)スポーツ経営現象とはどのような現象か？(2)スポーツ経営現象は、どのようにして認識されるのか？という問いに答えることはできず、いまだ「体育・スポーツ経営学は何を対象とし、何を明らかにする学問か？」という問いに答える準備は整っていないと言えるだろう。

前述したように、体育・スポーツ経営学における研究原論では、あるひとつの研究理念や認識関心の提起や、あるいは選択原理の重要性の指摘に留まっている。また高岡（2010）による認識論的なコンフリクトの存在の指摘と相互補完的な方法併用の提案は、研究手法レベルの並存を検討したものに過ぎず、体育・スポーツ経営学におけるパラダイムの二元論的対立を止揚する道は検討するに至っていない。体育・スポーツ経営学における認識論的な第三の道を模索していくための布石として、体育・スポーツ経営現象をどのように捉えればよいか、ということを議論することが本稿のねらいである。

「研究者の認識はいかに成立するのか」という問いは、「研究者が認識する『経営現象』とは何か」、「研究者は経営現象や当事者に何を見ているのか」、「研究者は経営現象や当事者から離れたところでテキストや数値を介して何を見ているのか」といった様々な検討課題を含んでいる。本稿では、はじめに経営現象とは何か、という現象論を展開した上で、その

現象論的立場から経営現象に対する認識が成立する機序と、既存の調査手法の認識論的基盤を再構築する。

2. 基本的前提としての現象認識論

前述したように、体育・スポーツ経営学は、論理的パラダイムを採用しようとも、解釈学的パラダイムを採用しようとも、スポーツ経営組織現象とその成果としての運動・スポーツ生活現象を認識対象としてきた。それらの現象は、当事者間の経営上の相互行為や、生活者と運動・スポーツとの象徴的相互作用、および運動・スポーツを契機とした生活者間の相互行為である。（図1参照）。そして、生活者の運動・スポーツ実践や経営当事者の行為や意識等を観察・聴取したり、定量化したりして分析してきた。

しかし、調査によって映像・音声データやテキスト・データ、数値データを収集し、分析・解釈することは、〈現象〉を把握したと言えるだろうか？研究者は〈現象〉を「見た」のだろうか？

例えば、経営者のリーダーシップを研究対象とする研究者は、収集したデータから一定のリーダーシップ的特性が当事者（分析対象者）に備わっている、あるいは調査フィールドにおいて発揮されたと説明する。しかし、リーダーシップなる行為や現象は、研究者による知覚や解釈の対象として実存しているのだろうか。

実在性に関わる哲学的知見に基づけば、回答は否とせざるを得ない。ハイデガー（1927）は、人間は常に世界の中にあり、存在者としての人間を理解するには彼／彼女らが「そこにいる」様態（事象そのもの）から始めなければならない、存在とは、人間の

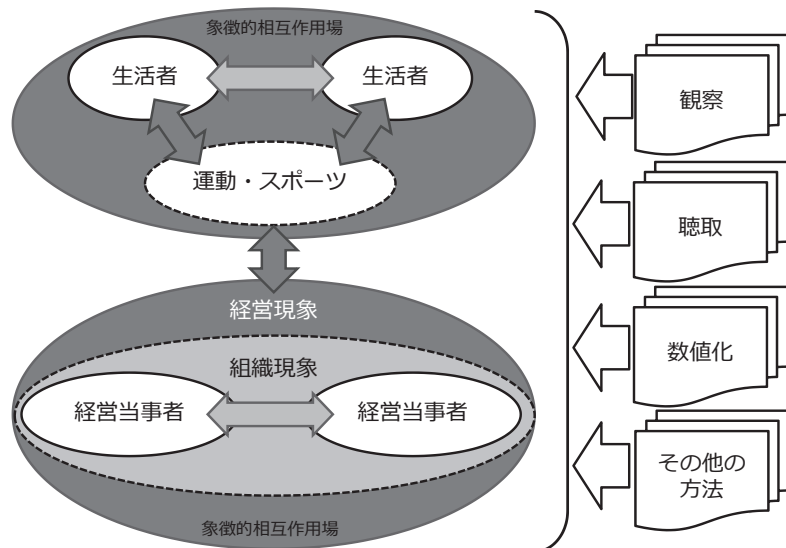


図1 これまでの現象の捉え方

主観としての意味世界が世界と関与している様態であると定義している。また、フッサール（1954）は、人間は相互主観的に規定された意味を産出し、同時に規定される場としての生活世界に生きており、当事者が存在するのは「現象の中」ではなく、彼／彼女らの主観的な意味世界なのである。また、ソシュールは、コトバはあらかじめ実在する対象を名指す記号なのではなく、現象とコトバの対応関係は恣意的であるとしており（丸山, 1981）、ハンソン（1969）は、研究者による現象観察には事前の理論的な負荷がかかっていると指摘している。現象の認識は研究者のコトバや理論に依存していると言えるだろう。田中・深谷（1998）による意味づけ論においても、「言語は共有経験を対象化することを可能にし、集団的な知識在庫に加えることを可能にする。かくして、言語が、集団的知識の『貯蔵庫』になるのである」（田中・深谷, p.202）と述べられており、研究者コミュニティにおける集団的知識の蓄積におけるコトバの重要性が指摘されている。

先述のリーダーシップにまつわる自問に答えるならば、研究者によってリーダーとして抽出された人物の対部下あるいは組織内における行為や意識は、リーダーシップ（的）概念を予件的に保持している研究者によって分析・解釈されることでリーダーシップと名付けられると言えるだろう。そういう意味で、リーダーシップという現象は実存するものではなく、研究者によって解釈的に再構成されたリーダー（と研究者が解釈した人）の意味世界であり、概念枠組みに依拠して抽出された行為や意識の「切片」と言える²⁾。

別の例を挙げれば、スポーツ観戦現象を研究対象とする研究者は、スタジアムにおける多数の観戦者の消費や応援活動、観戦者同士やパフォーマンスする選手たちとの間のシンボリックな相互作用等の多様な行為・意識のすべてを捉えきることはできない。そこで観戦行動や経験価値という与件の概念によって行為や意識を命名している。また、地域スポーツクラブの成立過程を研究対象にする研究者は、クラブ関係者や地域住民のクラブ経営や地域づくりに関わる多様な行為・意識をすべて看取することはできない。ある人物の行為・意識からクラブや地域の文脈を類推するか、あるいは生活文化や住民運動、ソーシャル・キャピタルといった概念によって切片化することによって、研究対象としての現象を再構成して示しているにすぎない。

しかし、現象が実存しないということは、リーダーシップや観戦、クラブづくりに関わる行為や意識が存在しないということの意味するわけではない。

リーダーシップと定義づけられるような行為は確かに営まれているし、観戦者は観戦に関わる意識を明示的に表明することができる。また、研究者は当事者と直接的に相互作用したとき、身体（五感）を通して「スポーツと関わっている他者」を認識することは避けられない。身体を理解を通じた研究者による当事者理解は、当事者の行為・意識を「横並びのまなざし」（佐伯, 2007, p.25）による「共通感覚」（カント, 1964, p.232, 中村, 2000, p.149）を持つように理解することと言えるだろう。そして、鯨岡（1986）の論説を借りれば、「意識的に分かつて分かつてというより、むしろ相手の意図や情態が『おのずからわかる』とでもいうような」（鯨岡, 1986, p.507）感覚に基づく、「相手と自分のあいだが通底して、相手の主観的なものがこちらへ滲み出てきた」（鯨岡, 1986, p.507）と表現される理解の仕方である。この間身体的な理解には、研究者の身体と当事者の身体との異質性が基盤となる。研究者は評価者でもなく、神の目を持つ観察者でもなく、当事者に対する横並びの他者と言える。

しかし、それらの行為・意識は当事者にとって自然的かつ生活の文脈に依存した行為・意識の一部に過ぎず、当事者の意味世界に閉じたものである。研究者は、概念や理論に依拠しながら様々な方法を用いて当事者の行為・意識を解釈し、コトバによって表しているのである。

このように考えると、研究者の数だけ現象が現出してしまいう独我論的状况に陥ることになる。リーダー的役割を担っている（と自認している）当事者は、自身の行為・意識（の少なくとも一部）をリーダーのそれとして意味づけているはずであるし、観戦者は観戦にまつわる一連の行為を、彼／彼女らに固有の観戦空間の意味世界の中で営んでいるはずであるにも関わらず、行為・意識への命名権は研究者だけが持ちうるようになってしまう。当事者は（研究的ではなく実践的に）、自身の行為・意識に対して当事者なりに意味づけし、命名しているはずである。（そうでなければ、経営者も観戦者も、クラブ・マネージャーも存在し得ない。）つまり、象徴的相互作用や社会的な相互行為の現象は当事者によって意味づけられることで当事者の意味世界の中にあるものであり、研究者によって概念や理論の負荷のもとで切片化され、新たに意味づけ直されて表されるのである。

フッサール現象学においては、意識体験の反省が「こうとしかいえない」（明証性、不可疑性）という感触を伴い、しかも誰もが参加して確かめ、合意を創りあげていくことができるという主観の同型性の

構成が要求される。当事者が協同的に構成している意味世界も、研究者コミュニティにおいて研究者が協同的に構成している概念や理論も、主観の合意に基づくものであり、そういう意味で、当事者にとっての現象も研究者にとっての現象も、間主観的な存在と言えらる。

では、当事者および研究者によって意味づけられ、主観の合意によって構成される間主観的な現象はどのようなものとして捉えうるのか？この問いに答えることが本稿の主題となる。

3. 体育・スポーツ経営現象論

体育・スポーツ経営学が対象とする生活者とスポーツとの象徴的相互作用現象、あるいは経営当事者の相互行為現象は、実存するものではない。それらは、生活者によるスポーツとスポーツ生活への意味づけ、経営当事者による生活者、スポーツ、組織と経営に対する意味づけによって構成された意味である。本項では、生活者による構成、経営当事者による構成について議論し、生活者と経営当事者との相互作用の構成を考察することで、体育・スポーツ経営学が対象とすべき現象論を展開する。

議論の展開に際しては、現象学だけでなく、スポーツや他者との相互作用を媒介する身体、言語に関わる哲学的・現象学的知見に依拠する。

1) 生活者によるスポーツの構成

人間がスポーツをしたり、観たりする際、知覚は重要な意味を持つ。我々は、スポーツ実践する自己の身体を、視覚や筋肉、靭帯・腱等の深部感覚、皮膚感覚、運動感覚（キネステーゼ）等を通して知覚する。そして、スポーツ実践する他者（の身体）を、視覚とミラーニューロンおよび脳の運動野を通じて知覚することが知られている（リゾラッティ・シニガリア（2009）を参照）。ポンティは、運動の各瞬間はその運動の空間的・時間的拡がりを包摂しており、その運動の空間的・時間的な拡がりに対して、わたしたちが運動する自己身体の知覚を通して初歩的な「意味付与」（ポンティ、p.238）をしていると述べている。つまり、身体には（純粹状態で捉えられた運動性すらも）＜意味づけ＞する能力が備わっているというのである。

スポーツ実践を通した（自己と他者の）身体の知覚は、「私はする」、「私はできる」という自我の基礎となり、世界における＜私＞をはっきりと認識させる。それは、例えば、子どもが新しい運動を獲得する過程で新しい世界を発見し、そこに存在している＜「運動している」私＞を再発見する様子に確認できるだろう。こうして生活者はスポーツ実践を通

して自己を発見し、自己を基点にスポーツを再認識する³⁾。ここにスポーツ実践を通したスポーツへの＜意味づけ＞が成立している。

生活者はスポーツに対して身体的、社会的、文化的な価値を見出し、スポーツを実践して諸価値を消費したり、スポーツを改変しながら諸価値を拡大したり創造したりする。スポーツの価値を見出すこと、消費すること、あるいは価値を拡大したり創造したりすることは、生活者によるスポーツへの＜意味づけ＞の様態であり、運動・スポーツ生活やスポーツ行動は＜意味づけ＞の表出と言えよう。

生活者は、スポーツ実践を通して自己とスポーツを意味づけるだけでなく、スポーツ実践をともにする他者も認識する。

生活者は、スポーツ実践をともにする仲間やスポーツ空間を共有する同好の他者との直接的あるいは間接的な相互作用を通して、スポーツ集団やスポーツ空間を構成する。また、スポーツ集団やスポーツ空間において醸成されるスポーツをめぐる一体感、生活者同士で強固な共通感覚が表出したものと捉えうるだろう。生活者の相互認識や共通感覚は、スポーツの社会的価値の基盤をなしていると思われる。

フッサールに依拠すれば、ともにスポーツ実践している他者身体を認識する際、自己身体の知覚を基点とした＜類比＞が生じる。＜類比＞によって、他者身体は単なる物体ではなく＜自己の変様としての他者＞として認識される。その直後、＜自己移入＞を経て、スポーツ実践する他者身体があたかも自己身体のように感じる＜共現前化＞に到達する。

このメカニズムに、先行する各自のスポーツへの＜意味づけ＞を組み合わせると、自己のスポーツへの＜意味づけ＞と他者のスポーツへの＜意味づけ＞との＜類比＞を経た＜自己移入＞、そして意味づけの＜共現前化＞への到達が生活者同士のスポーツへの＜意味づけ＞を介した相互認識と言えらる。こうして、スポーツ集団やスポーツ空間は生活者の間で間身体的に成立し、集団や空間におけるスポーツへの＜意味づけ＞は間主観的に成立する。このような捉え方を採用すれば、クラブや地域、国におけるスポーツをめぐる行為規範等の文化の成立は間身体的であり、間主観的であると言えらる。

スポーツへの＜意味づけ＞の相互認識は、身体的知覚によってのみ行われるのではなく、コトバによってもなされる。あらゆる事柄に対するコトバによる＜意味づけ＞は、知覚以後の秩序として存在しているが、知覚的経験をそのままのかたちで直接的に他者に伝える術を持たない人間は、それらをコト

によって命名して伝達する。

時にそれは、身体感覚や運動感覚の言語化や、スポーツ的自我としての自己身体の言語化、あるいはスポーツへの〈意味づけ〉の言語化による。生活者はスポーツをめぐって語り合うことで相互認識を深める。また、経営当事者やマーケティング調査において、生活者にとってのスポーツ価値の言語化を促して理解しようとするし、研究者はインタビューやアンケート調査によって生活者のコトバから彼／彼女のスポーツに対する意識を知ろうとする。

ソシユールに基づけば、各自の感覚や身体、意味世界の言語化は恣意的であり、主観的なものである。すなわち、コトバを通じた相互認識は、決して実存的に認識できない他者の感覚、身体、意味世界を、自己の主観的な言語化ルールに基づいて認識しようとするものであり、間主観的なものと言えるだろう。

こうして、生活者のスポーツへの〈意味づけ〉は、生活者間の〈共現前化〉によってスポーツ集団の〈意味づけ〉へと拡がる。これまでの生活者の〈意味づけ〉を構造化すると図2のように示すことができる。

2) 経営当事者によるスポーツの構成

経営当事者は、生活者にとってのスポーツの諸価値を見定め、それらをスポーツ・サービスへと最適にパッケージ化して、スポーツ実践の生起を企図する。

広義のヒューマン・サービスを創出・提供する体育・スポーツ経営において、経営当事者のスポーツへの〈意味づけ〉はサービスの質に多大な影響を与える。経営当事者は生活者と同様に、自らのスポーツ経験を通してスポーツを意味づけている。ところ

が、経営当事者のスポーツへの〈意味づけ〉は生活者のそれとは異質である。なぜなら、経営経験から構成している経営対象としてのスポーツへの〈意味づけ〉が複雑に絡み合っているからである。

体育・スポーツ経営は、スポーツの論理と経営の論理の狭間で営まれる。スポーツ経営の成否が、生活者にとってのスポーツ価値の見定め（スポーツ・マーケティングにおけるニーズやウォンツの分析等）に依存しているとすれば、経営当事者自身が、スポーツ実践者として形成した「文化としてのスポーツへの〈意味づけ〉」と、経営の論理から形成した「経営対象としてのスポーツへの〈意味づけ〉」とを、どのように統合（もしくは分離）しているかということは重要である。

なお、経営当事者の複雑なスポーツへの〈意味づけ〉は、経営をめぐるとの相互作用を通して組織化されていくことになる。リーダーによるスポーツへの〈意味づけ〉が組織において重要な要因であることは、このことと関連しているだろう。

先述したように、経営当事者はスポーツ実践と経営経験からスポーツへの〈意味づけ〉をしている。経営組織としては、スポーツ・サービスのクオリティ・コントロール（QC）とイノベーションを持続的に達成する必要があるため、経営当事者によるスポーツへの〈意味づけ〉の多様性を、組織マネジメントによって活かし、統合する必要がある。経営当事者のスポーツへの〈意味づけ〉は、組織的なスポーツの諸価値の見定めやスポーツ事業の立案・展開、スポーツ・サービスの産出・提供において重大な影響を与える。

経営組織における組織構成員によって多様なス

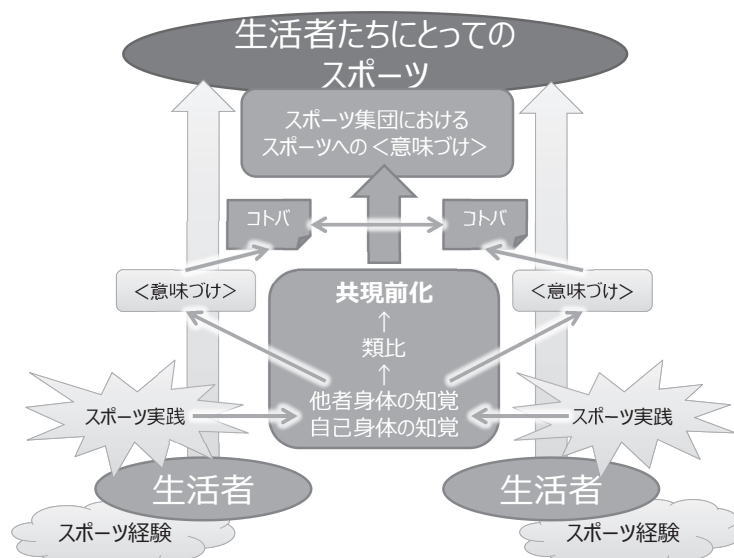


図2 生活者によるスポーツへの〈意味づけ〉

スポーツへの<意味づけ>の統合化は、スポーツ事業を立案・展開していく上で重要になる事業目的や産出しようとするスポーツ・サービスの価値に関する定式化とその意味内容のマネジメントと言えらう。ヒューマン・サービス組織であるスポーツ組織においては、生活者と直接相互作用するフロントヤードの組織構成員のスポーツへの<意味づけ>のマネジメントは重要になる。例えば、接客マニュアルやポリシーの明文化は、成員の経営経験のある一定方向に導くものとして機能し、スポーツへの<意味づけ>を経営の側からマネジメントしようとする作用として働く。また、性別や学歴、職歴、スポーツ歴等の個人属性に影響を受けるスポーツへの<意味づけ>の異質性を認め、多様性を活かすことは、職能成長や動機づけ等に影響を与えるであろうし、体育・スポーツ経営における組織的知識創造の要諦とも言えらう。

経営当事者のスポーツへの<意味づけ>は、経営当事者間の相互知覚と類比を経た<共現前化>を通して組織におけるスポーツへの<意味づけ>の統合をもたらすと考えられる。(図3参照)この組織的意味づけのプロセスこそ、体育・スポーツ経営における組織現象と言えらうのではないだろうか。

3) 経営当事者による生活者への<意味づけ>

経営当事者は、生活者にとってのスポーツの諸価値を見定め、有効なスポーツ事業を立案・展開するために、生活者のスポーツへの<意味づけ>を理解する必要がある。

経営当事者による生活者の認識は、生活者間の意味づけや当事者間の意味づけのプロセスと同様に捉えることができるだろう。経営当事者は、他者とし

ての生活者の身体を知覚し、自己身体と<類比>し、生活者に<自己移入>することで生活者との<共現前化>へと到達し、生活者のスポーツへの<意味づけ>を受容する。

経営当事者が生活者に<自己移入>して<共現前化>する、とは、あたかも経営当事者が生活者としてそこにいるかのように生活者を認識することである。体育・スポーツ経営における運動生活者調査やマーケティング調査は、生活者の運動・スポーツ生活やスポーツ・サービスの消費行動とその意識を把握し、生活者のスポーツへの<意味づけ>を理解するために行われるものと言えらう。調査データの分析と考察は、経営当事者があたかも生活者であるかのような立場で、生活者の意味世界を解釈するように行われることになる。その際の解釈とは、経営当事者によって収集された数値データや生活者の語りを生活者のコトバとして受容し、共現前化した経営当事者として理解することに他ならない。共現前化を経ない生活者のコトバの受容は、経営当事者にとって都合の良い情報だけを抽出してしまうリスクを抱えることになるだろう。

4) 生活者による経営当事者への<意味づけ>

生活者は、経営当事者によって提供されたスポーツ・サービスとそれらを提供する組織に対するロイヤリティ(信頼感)や帰属意識、ブランド・イメージなどをもつ。そこには経営当事者に対する認識が成立している。また、生活者がサービス消費に満足したり感動したりするとき、経営当事者がスポーツ・サービスに内包させた諸価値の、生活者として期待したスポーツの諸価値との一致や超越を認識していると言えらう。

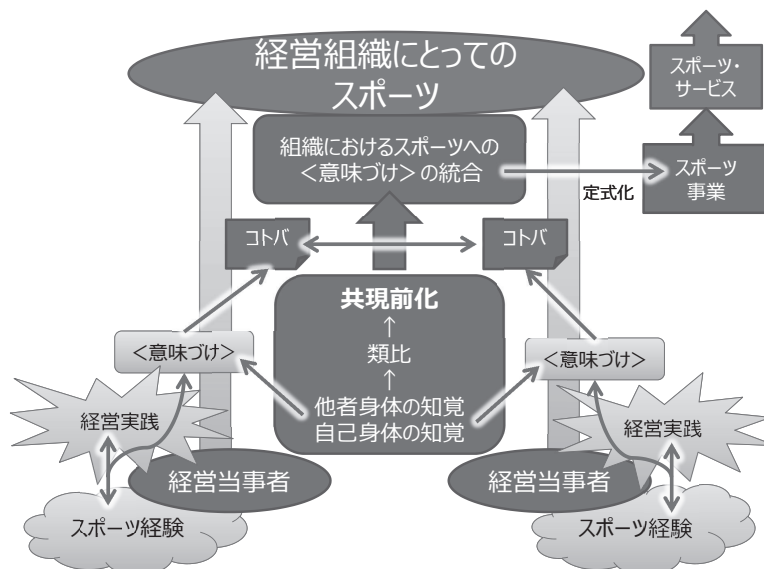


図3 経営当事者によるスポーツへの<意味づけ>

生活者が経営当事者を認識する契機は、スポーツ・サービスの消費、すなわちスポーツ実践にある。

サービス消費（スポーツ実践）から何らかの価値を享受することとは、スポーツ実践の前後の自己身体の変容を知覚することであろう。そして、自己身体の変容がどのような経験によって引き起こされたのか、ということ想起することを契機にして、その経験を事前に構想した経営当事者の存在を認識する。そのとき、自己身体と＜共現前化＞していた経営当事者の存在に気づく。生活者は、スポーツ実践を通して自己を発見し、自己を基点にスポーツを再認識すると先述した。生活者が発見した「スポーツ・サービスを消費している私」という自己は、「スポーツ・サービスを消費させてくれた他者」の発見につながる。ここから、生活者と経営当事者との間の＜類比＞と＜共現前化＞が生起する。

なお、生活者と経営当事者が同一人物でありうる地域住民の自主運営による地域スポーツクラブにおいては、生活者による経営当事者への＜意味づけ＞は生活者間の意味づけと同義と考えられる。

前項と本項における生活者や経営当事者による相互の＜意味づけ＞に関する議論は、図4のように示すことができる。全体のプロセスを体育・スポーツ経営に沿って説明し直せば、経営当事者は組織的なスポーツへの意味づけとマーケティング調査等によって、生活者のスポーツへの意味づけを理解した上で、スポーツ事業を立案・展開し、スポーツ・サービスを提供する。スポーツ・サービスに内包された諸価値を享受する生活者のスポーツ実践（スポーツ・

サービスの消費）が生起する際、経営当事者と生活者とによる相互の身体知覚と類比、共現前化が成立し、互いに意味づけ合う。ここに、生活者と経営当事者の両者にとってのスポーツが構成される。

4. 結言

本稿が試みた体育・スポーツ経営現象の捉え直しは、コトバの受容と理解、身体知覚、類比、共現前化を契機としたスポーツの社会的構成のプロセスに基づいている。図4で示した生活者と経営当事者との間の相互意味づけ体系を、＜スポーツ価値の協同構成としての体育・スポーツ経営現象＞とし、現象論的基盤として位置づけたい。

体育・スポーツ経営現象を意味づけの体系として捉えたとき、体育・スポーツ事業の立案・展開は、経営当事者相互の身体認識を基点にした組織的なスポーツへの＜意味づけ＞の定式化と、経営当事者によるコトバの理解を通じた生活者のスポーツへの＜意味づけ＞の理解による間主観的な営為であると捉え直すことができよう。そして、スポーツ・サービス概念は生活者と経営当事者との間で間身体的に構成される関係概念として再定立される。経営当事者はマーケティング調査を通じた生活者のコトバの理解と、生活者との間で相互の身体知覚と類比、共現前化に到達することでスポーツ・サービスに有効な価値を内包させることができると言える。

この捉え直しが新たに提起しうる最も重要なことは、スポーツ消費後の生活者によるスポーツへの＜再＞意味づけを経営当事者が理解し、生活者と経

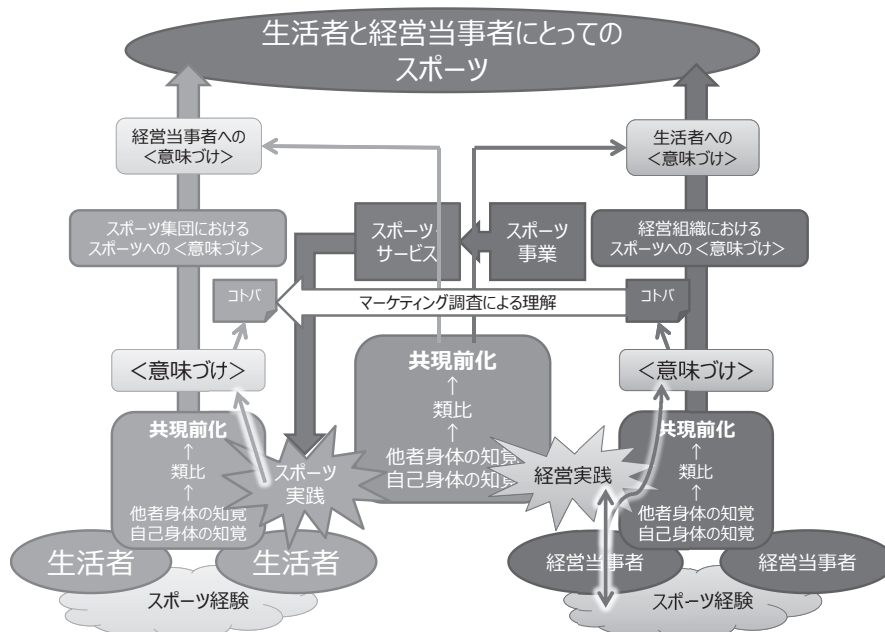


図4 生活者と経営当事者との間の＜相互意味づけ＞

営当事者との間の身体知覚と類比、共現前化を通じた相互意味づけによって、生活者と経営当事者による協同的なスポーツの構成が成立するというところであろう。これまで、体育・スポーツ経営の捉え方では、(生活者による経営組織への参画の重要性は指摘されてきたものの)経営当事者と生活者によるスポーツの諸価値の協同創出のプロセスは説明されてこなかった。

本稿での議論は試論であり、体育・スポーツ経営学における現象論および認識論の端緒である。今後の本稿に対する批判と認識論的議論の組織的展開を期待したい。

注

- 1) その他にも体育経営学の学的存立のあり方について教育経営学における科学論的考究を参照しながら議論した清水(1992)の研究や、マーケティング・マネジメント的視角を導入し、学的領野を拡大させた中西・行實(2006)の研究がある。
- 2) ここでいう切片とは、観察のために薄く加工された標本という意味で使用している。自然科学者が観察したいものを選択的に切片として切り取るのと同様に、社会科学者も観察したいものを選択的に行為・意識を切り取るということを含意している。
- 3) より精確に言えば、スポーツ実践において知覚される自己身体とそこで再認識される自我とは、スポーツ世界を構成する超越論的自我と、「スポーツ実践している私」という人格的自我が<統覚>されたものである。ここでは超越論の議論を避けるために簡易的に表現した。

文献

- 深谷昌弘・田中茂典(1998)コトバの<意味づけ論>の展開-情況編成・コトバ・会話-。紀伊國屋書店
- E.ゴッフマン, 串田秀也訳(2000)フィールドワークについて。好井裕明・桜井厚編, フィールドワークの経験, p.18
- N.R.ハンソン, 野家啓一・渡辺博訳(1969)知覚と発見(上)。紀伊國屋書店
- J.ハーバーマス, 長谷川宏訳(1975)イデオロギーとしての技術と科学。紀伊國屋書店, p.159
- M.ハイデガー, 木田元ほか訳(1927, 2010)現象学の根本問題。作品社
- E.フッサール, 細谷恒夫ほか訳(1954, 1995)ヨーロッパ諸学の危機と超越論的現象学。中公文庫
- T.クーン, 中山茂訳(1971)科学革命の構造。みす

ず書房

- 鯨岡峻(1986)母子関係と間主観性の問題。心理学評論29(4):506-529
- I.カント, 篠田英雄訳(1964)判断力批判(上)。岩波文庫, p.232
- 丸山圭三郎(1981)ソシュールの思想。岩波書店
- 長積仁・原田宗彦・William P. Stewart・藤本淳也(1994)わが国の体育・スポーツ経営学研究における方法論的課題。大阪体育大学紀要25:53-59
- 中村雄二郎(2000)共通感覚論。岩波書店, p.149
- 中西純司・八代勉・柳沢和雄(2002)「体育・スポーツ経営」学におけるマーケティング・マネジメント学の知を求めて。福岡教育大学紀要51:57-70
- 中西純司・行實鉄平(2006)スポーツマーケティング・マネジメント学の展望-体育・スポーツ経営学における需要調整の科学-。福岡教育大学紀要55:49-60
- 野家啓一(2007)増補科学の解釈学。ちくま学芸文庫, p.46
- 野崎武司・植村典昭(1997)体育・スポーツ経営学におけるシステム論的研究方法の可能性。香川大学教育学部研究報告102:1-23
- メルロ・ポンティ, 中山元編訳(1999)メルロ=ポンティ・コレクション。ちくま文庫, pp.188-189
- キャサリン・ポープ, ニコラス・メイズ, ジェニー・ポペイ(2009)質的研究と量的研究のエビデンスの統合-ヘルスケアにおける研究・実践・政策への活用-。医学書院
- G.リゾラッティ, C.シニガリア, 柴田裕之訳(2009)ミラーニューロン。紀伊國屋書店
- 佐伯胖(2007)共感-育ち合う保育のなかで-。ミネルヴァ書房, p.25
- 清水紀宏(1992)体育経営の科学としての体育経営学のあり方について。体育・スポーツ経営学研究9:13-27
- 清水紀宏(1993)体育経営学の性格。体育・スポーツ経営学研究10:7-28
- 清水紀宏(1997)スポーツ経営学における基本価値の検討。体育・スポーツ経営学研究13:1-15
- 清水紀宏(2001)スポーツ経営の実践理論科学的方法。日本体育学会第52回大会発表資料
- 清水紀宏(2001)スポーツ生活とスポーツ経営体に関する基礎的考察-スポーツ生活経営論序説-。体育・スポーツ経営学研究16:13-27
- 清水紀宏(2007)体育・スポーツ経営学の方法論的課題:自己批判から再構築へ。体育・スポーツ経営学研究21:3-14
- 清水紀宏(2009)スポーツ組織現象の新たな分析視

座. 体育経営管理論集1:1-7
武隈晃 (1994) スポーツ組織研究の動向と展望－組織論的研究を中心に－. 鹿児島大学教育学部研究紀要人文・社会科学編46:65-75
山下秋二・富田幸博・畑攻 (2000) スポーツ経営学. 大修館書店
柳沢和雄 (1989) 日本における体育・スポーツ経営

学研究の動向. 体育・スポーツ経営学研究6:52-54
柳沢和雄 (2007) 体育・スポーツ経営学研究の課題－研究方法論からみた課題－. 日本体育・スポーツ経営学会第30回大会特別企画配布資料
八代勉・中村平 (2002) 体育・スポーツ経営学講義. 大修館書店