

スポーツ文化フォーラム Session 2

株式会社アソビシステム
代表取締役

中川 悠介 氏

スポーツとは、
“エンターテインメント”
by 中川 悠介



スポーツは文化である

スポーツドクターとして、
「スポーツは文化である」と
世の中に伝えたいと思っています。

文化にはスポーツもあり芸術もあり、音楽もある。
人間の心の豊かさを作る活動すべてが文化なのです。

スポーツの文化的価値は、
医療性、芸術性、コミュニケーション性、教育性、
この4つであることに行き着きます。
人はこの4つがないと、人間らしく生きていきません。

スポーツの医療性によって**元気**を、
芸術性によって**感動**を、
コミュニケーション性によって**仲間**を、
教育性によって**成長**を。

「スポーツは文化」と言える国にすることが、
私の志でありミッションの1つでもあります。

スポーツはエンターテインメント

辻 中川社長は「スポーツ」というどのようなイメージをお持ちですか？

中川 スポーツも「エンターテインメント」の一つのカテゴリであり、カルチャーだと思っています。基本的にスポーツ業界の人だけがプロスポーツのビジネスをするのは違和感がありますし、日本ではスポンサー概念が強過ぎると感じています。スポンサーだけでやっているみたいな感じですけど、本来はお客さまにお金を使ってもらって稼ぐというやり方をもっと取り入れる必要があると思っています。例えばそこに行つて楽しむ時間を増やす工夫など、もっと出来ることがあるはずなんです。野球で言えば、その球団を好きな人が全試合観に行くというコアファンビジネスではなく、もっとライトユーザーも取り入れる方法を考えた方がいいですよ。

辻 それこそ、スポーツのエンターテインメント性が問われる話ですね。

中川 具体的に何をどうするのかは色々な視点で考えられると思いますけど、プロスポーツの世界はそのスポーツをやってきた同じ人たちで回している感じがして、そうすると新しい発想が出てくいですよね。日本人の特徴として当たり前のことを当たり前だと思つている節があると思うんです。当たり前なことの否定というか、否定でなくても「それでいいのかな？」と考へてみるのがすごく重要な気がします。エンターテインメント性についても本当は何をしたら良いとかではなく「人」だと思つんです。選手の中にスターを創れば一気に流れは変わるはずですよ。例えばゴルフなら石川遼君がいて、原宿だときゃりーぱみゅぱみゅがいた。だからみんなが知るようになった。そういうきっかけは大事だと思つんです。

一方で、メディアで考えるとキーションの時代だと思つるので、きちんと自分たちの情報は持ちながら、そこに向け色々な情報を引っ張ってくるのがとても重要だと思つています。例えば「自転車」という分野であればキーションしたものを「自転車」というキーワードと一緒に上手く見せていくことが重要で、そこにはファッションもコスメもライフスタイルも色々なことが必要になりますよね。ただ「自転車ですよ」と言つて自転車に乗せてもそんなに見に来ないと思つんですよ。結局、自転車が好きな人には専門誌があつたり、既にそういう人たちは集まつているはずなんです。そうではない「ライトユーザー」をいかに集めていくかがポイントになるんです。僕らであれば原宿のおしゃれな子たちのファッションナップを載せた「原宿かわいいスタイル」というスナップサイトをやっているんですけど、例えばそれに自転車に乗つ

たオシャレなスナップを撮ろうという話を一緒にやっていくとか、他と連携しながら上手く混ざり合っていくことがすごく重要だと思いますね。

「アソビ」そして「play」への想い

辻 社名の中に「アソビ」という言葉がありますが、中川社長にとって「あそび」とはどのようなイメージでしょうか？

中川 「あそび」という言葉自体は色々な捉え方ができますよね。会社というのは楽しくないといけないし、仕事も楽しまないといけないし、もちろん大変なことはたくさんありますけど、自分たちが楽しまないと人が楽しむモノはつくれないよね、という想いはすごく持っています。そういう意味で「あそび」という言葉へのこだわりは強いですね。

辻 「あそび」は英語では「play」で、

スポーツや音楽の場合も「play」という言葉が用いられます。でも実態は例えば「play basketball」をしているのに気合と根性でしんどくて辛そうだったり、「play the violin」なのにバイオリンをしんどそうに弾いていたりして、本来の「play」という感覚がすごく少ないと感じることが多いです。この「play」ということについてどのようにお考えですか？

中川 日本だと頑張ること＝苦しいとか耐えるというイメージが強いですよね。本当は頑張ることは楽しいことで、だから頑張るはずなんです。少なくとも海外ではそういう捉え方が強いと思っていて、日本もそういう方向に変わっていないといけないですよ。例えばビジネスの世界で事業のスタートアップの話になると日本ではまず投資家を集めます。そうするとお金を出す投資家の方が偉いから気を遣うのが当然、というよう

な図があります。それも海外だと「ここまでやりたいんだよね、じゃあお金出すよ」というようなノリがあって日本でも少しずつそういう空気が出てきている気がするので、ようやく「play」も「楽しく遊ぶ」みたいなことが大事にされるようになってきたのかなと思いますね。

文化発信、中川流「こだわり」

辻 中川さんが文化をつくって日本や世界に発信していくために大事にされているのはどんなことですか？

中川 分かりやすくマスコミが伝えられるような言葉とか、みんなが言いたくなる言葉というのは大事だと思っています。あとは枡のちよつと上澄みを狙うんです。枡になってしまうとブームはすぐに終わってしまう。尖り過ぎではいけないけど大衆に混ざってしまってもいけない。そのラインを自分の中で感覚的につ

くっていつています。

辻 その感覚はどのように養えばいいですか？

中川 よく聞かれるんですけど本当に感覚的なものです。ただ一つ言えることは、僕はモノづくりが出来ないですけど周りにたくさんいる音楽を作る人やクリエイションをする人、表に出る人をリスペクトすることはとても大事にしています。人にはそれぞれの個性があつてそれをうまく表現してあげることが重要だと思つているので、その感覚的なところはすごく大切にしています。その意味でも人の話を聞くことはすごく重要視しています。そのときに頭の中で「自分はこう思う」というのがあるのとそっちの方が強くなってしまうので、この人の思つていることはこうで、この人はこう思つていてこうでというように切り分けて考えています。ある意味で

究極のミィハーだと思つんですけど、人にとっても興味があるので、色んな人の話を聞いてそれを分析して自分の武器にしている感じですね。それから、僕らはただ面白いこと、ただ楽しいことをやろうとしていくわけではなくて、「アソビシステムじゃないとできないこと」をやるうと思つているというのがあります。

「アソビシステムじゃないとできないこと」僕たちにしか分からないこと」をやつていくという自負はありますね。



『2020』そしてその先にあるもの

辻 東京オリンピック・パラリンピック2020に向けてはどのようなイメージを持たれていますか？

中川 まず『2020』に対して期待する人たちとそうじゃない人たちの溝みたいなものが結構大きいと思つています。僕らもエンターテインメント業界として何かやりたいという気持ちは持っていますが、一方で本当に大事なのは『2020』ではなくて『2021』なのではないかという思いもあります。オリンピック後にどうなっていくのか。これは新しい日本の見せ方や新しいことを作っていくチャンスで、そのときに残るコンテンツを作るための『2020』だと思つています。このチャンスに日本が良い場所だということをもっとアピール出来ているようにしたいですね。

例えば昔、日本車とか日本のテレビなどが世界中で流行ったのは日本の技術が凄いいからですよ。その時代が終わって今何をすべきかを考えたとき、日本のクリエイティブとかコンテンツの魅力、アニメなどを日本が国としてまとまって見せていくことが必要なんじゃないかと思っています。

「日本人はどうしても自分を評価したりアピールしたりすることが苦手だと思うんですけど、自分たちがやっていることを「すごい！」と言わせるように見せていくことがとても大事だと思うんです。」

辻 なるほど。中川社長には異文化や異分野の人たちがそうした見せ方の提案やコラボレーションを求められることは多いですか？

中川 多いです。僕らはプロダクションやイベント会社というより、ある意味

「PR会社」という認識を持っています。話題性やそのきっかけをつくること自分たちのやっていることなんだと思います。今は話題を作れば人はそこに集まってくる時代ですから。

辻 なるほど。スポーツの分野で中川社長ご自身が特定の競技や種目など、興味を持たれていることはありますか？

中川 僕はスポーツのプロフェッショナルではないので、そのプロフェッショナルな人と繋がって対話を持つことが大事だと考えています。その人と上手くはまれば絶対に上手く行くという意識がすごく強いです。だから特定のジャンルというよりも大事なのは「人」ですね。ちゃんと仕切れる面白い人というのがとても重要だと思います。理解してもらえて、お互いに分かり合える人じゃないと良いものは作れないじゃないですか。お金を

いただいて一方的にやることも出来るかもしれないですがそれだと続かないので。

文化創造のカギ

辻 それでは最後に改めて「文化を創造していくために重要なこと」への問いにはどのようなお考えをお持ちですか？

中川 「他のこと、他の人を否定しないこと」だと思っています。逆に自分たちが作って発信していることについては仮にそれが否定されてもいいと思っていますんですよ。理解してもらえなくても良い。それを評論家みたいに語る必要もないと思います。僕はそれをすごく重要だと思っていますね。

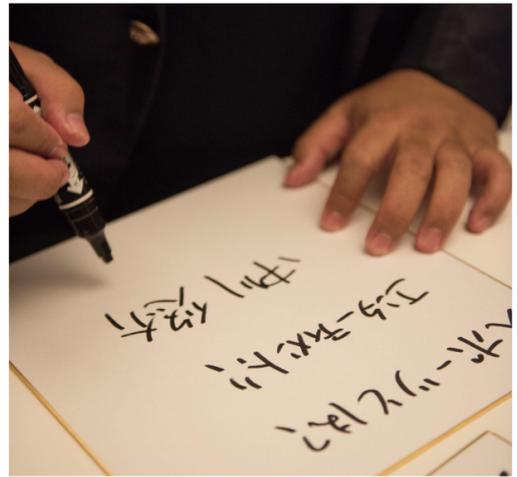
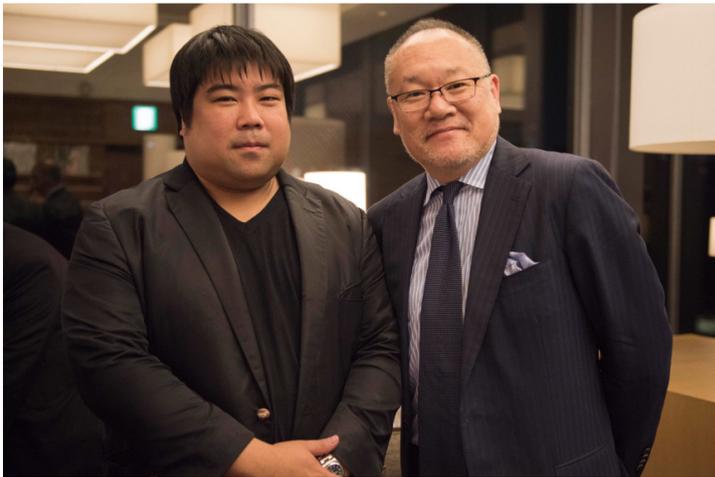
辻 それではスポーツが文化としてこの国に根ざしていくためのカギは？

中川 もっと一般の人がスポーツとの接

点を持つことが重要だなと思っていて、その作り方というか、じゃあ映画を観に行くように野球を観に行こう！サッカーを観に行こう！という流れが必要ですね。そういう風に「真のエンターテインメント」になっていくのがすごく重要なんじゃないかなと思います。

辻 原宿文化を作られたアソビシステム・中川さんに、特にスポーツのエンターテインメント性についてたくさん語っていただきました。第二回スポーツ文化フォーラムも、素晴らしいお話をお聞きすることができました。中川さん、本日は本当にありがとうございました。

二〇一六年五月十八日
スポーツ文化フォーラム



中川 悠介

アソビシステム株式会社 代表取締役社長

イベント運営を経て、2007年にアソビシステムを設立。「青文字系カルチャー」の生みの親であり、原宿を拠点に地域と密着しながら、ファッション・音楽・ライフスタイルといった、原宿の街が生み出す“HARAJUKU CULTURE”を、国内はもとより世界に向けて発信し続けている。

自主イベント『HARAJUKU KAWAii!!』を2011年～全国各地で開催し、KAWAiiのアイコン・きゃりーぱみゅぱみゅのワールドツアーを成功させた。

2015年5月には、新プロジェクト「もしもしにっぽん」を発表し、日本のポップカルチャーを世界へ向け発信すると同時に、国内におけるインバウンド施策も精力的に行っている。(2016年5月現在)

2016年5月18日
スポーツ文化フォーラム
Session2
代官山蔦屋書店T-SITE
編集 株式会社エミネクロス
撮影 田口聖也
製作・発行
株式会社エミネクロス

スポーツ文化フォーラムとは

スポーツや文化、人生などについて
より豊かな毎日を送るヒントや気づきを
多方面でご活躍される文化人をゲストにお迎えし
スポーツドクターと対談するイベントです。

<http://www.doctor-tsuji.com/>