

# メディアとスポーツの関係刷新 アスリートはメディアを使った 新たなカタチに逆転すべき

もな著書に、『西武ライオンズ創世記』（ベースボールマガジン社）『嘉納治五郎』『金栗四三』『中村裕』『田畑政治』（以上、小峰書店）、共著に『2020+1 東京大会を考える』（メディアパル）など多数。



## 佐野慎輔

**さの しんすけ**——早稲田大学卒業。報知新聞社を経て産経新聞社入社。産経新聞シドニー支局長、外信部次長、編集局次長兼運動部長、取締役、サンケイスポーツ代表などを歴任。スポーツ記者を30年間以上経験し、野球とオリンピックを各15年間担当。5回のオリンピック取材の経験を持つ。尚美学園大学スポーツマネジメント学部教授、産経新聞客員論説委員、笹川スポーツ財団理事、日本スポーツフェアネス推進機構体制審議委員、B&G財団理事、日本モーターボート競走会評議員等を務める。お



## 玉木正之

スポーツ対談

玉木 佐野さんは報知新聞の記者としてプロ野球取材などで活躍されて、そのときは私も、雑誌記者としてキャンプ取材などで助けていただきました。その後、産経新聞に移られてIOCやオリンピックの取材などに関わられ、シドニー支局長などを務められたあと、今は尚美学園大学教授として学生たちにスポーツジャーナリズム論を教えておられる。ここで今日は、日本のメディアとスポーツのあまりに密接な、癒着とも言える関係について存分に話し合いたいと思います。

佐野 はい。早速ですが、いま、癒着と言われたのはちょっと違うと思います。そもそも日本のスポーツは、メディアが創ったわけですからね。

玉木 なるほど。明治時代以来のスポーツ振興は確かにメディアが主導したものといえます。

佐野 高校野球の夏の甲子園大会は朝日新聞、春のセンバツは毎日新聞が創った。それに都市対抗野球、社会人野球も毎日。プロ野球と箱根駅伝は読売。そこには確

に発行部数の拡張やコンテンツとしてのスポーツ利用があったでしょうが、けっして儲かったというわけではない。昔から、ある種、崇高な意識というものがあつたはずです。

玉木 金銭的には利益にはならなけれど、日本にスポーツを広めたという意図はあつたでしょうね。ただ、これからは日本のメディアが日本のスポーツを牽引し続けていいのかという問題はありますね。

佐野 そこはスポーツ界全体で考え直さなければならぬ問題です。特に東京オリンピック・パラリンピックでメディアの在り方について、いろいろ批判も出ましたから。

玉木 朝毎読、日経産経、北海道新聞と、中日東京を除くマスメディアがすべてスポンサーとなつて、東京オリンピックの組織委員会に取り込まれた。森喜朗組織会長のマスコミ戦略？

佐野 それは違います。逆なんです。実は中日、東京新聞も含めて新聞界が一律にしてくれと森さん

に頼んだんです。

玉木 それを他の人から聞いたときは、にわかには信じられなかった。だってメディアがスポンサーになるとするのは、ジャーナリズムの放棄でしょう。一橋大学の坂上教授は「これで日本は終わつた」とコメントされましたし、オリンピック批判の著書を出した元博報堂の本間龍さんや元毎日新聞の後藤逸郎さんなども、日本のメディアにとって最悪の出来事と痛烈に批判しました。それが政治家に仕掛けられたのではなく、メディアの側から言い出したとなると、さらに問題です。

佐野 これは切実な問題でした。東京オリンピックの始まる前は読売が、一社独占でIOC（日本オリンピック委員会）のスポンサーだった。だからオリンピックを仕切っていた電通も当然オフィシャルスポンサーとして、読売に声をかける。読売もIOCのスポンサーの延長線だから問題ない。ところが読売の一社独占となると、他のメディアにとってはこれまで続けてきたオリンピックに関する

活動がアンブッシュ・マーケティング（公式スポンサーでなく協賛金を払わずイベントを利用して一種の便乗商法）になってしまふ。儲ける儲けないではなく、これまでやってきたことができなくなるという恐れがあつたんです。

玉木 メディアが巨大スポーツ・イベントのスポンサーになったのは、02年に日韓共催W杯の朝日が最初ですよ。当時、朝日はオフィシャル・ニュースペーパーだと自慢げに名乗りましたが、私はジャーナリズムを捨てた広報紙になったと批判しました。

佐野 それも電通の仕掛けで、そのとき朝日は、W杯の記事の下に小さく「この記事はFIFA・JAWOC（大会組織委員会）とは関係ありません」と一行を入れて断った。編集と広告局や事業局との間で当時は軋轢があつたと聞かれています。それほど世間的には問題視はされなかった。電通は次いで日経をFIFAのスポンサーにしてサッカーW杯、読売をオリンピックにと企図しました。東京大会前のラグビーW杯も読売と

日本テレビがオフィシャル・スポンサーでしたが、世論のスポンサー批判は起きてない。ところがオリンピックとなると特別で、ある種、神聖視もされ国家事業レベルになる。するとオリンピックを批判する人たちが騒ぎ、世間も騒ぐということが起きたわけでしょう。

玉木 明治時代以来日本のメディアが創り育てた日本のスポーツとの関係が、ある意味頂点に達したわけですね。

佐野 戦前のロサンゼルス大会（1932年）の場合、当時の大日本体育協会（現在の日本スポーツ協会）旧日本体育協会には全然カネがなく、選手派遣費にも事欠きました。そこで新聞社が募金を集めて選手団を送り出した。それはもう社会事業で、国を挙げて行おうという意識で、その国家事業を応援するという意識は今も新聞社には残っていますね。

玉木 その4年前のアムステルダムオリンピックでは朝日の特派記者として送り出された織田幹雄が三段跳金メダルを獲得しました。