



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ライフスタイル・スポーツから考えるポピュラーカルチャー空間の再構築に関する研究
Author(s)	戸野塚, 周平
Description	この博士論文の全文は利用可能日以降に公開されます。利用可能日以前の閲覧方法は https://www.lib.hokudai.ac.jp/dissertations/copy-guides/ をご参照ください。
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(教育学)
Dissertation Number	甲第16805号
Issue Date	2026-03-25
DOI	https://doi.org/10.14943/doctoral.k16805
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/99650
Type	doctoral thesis
File Information	TONOZUKA_Shuhe_i_review.pdf, 審査の要旨 https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/



学位論文審査の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（教育学） 氏名：戸野塚 周平

主 査 教 授 池田 恵子
審査委員 副 査 准 教 授 崎田 嘉寛
副 査 教 授 市井 吉興（立命館大学）

学位論文題名

ライフスタイル・スポーツから考えるポピュラーカルチャー空間の再構築に関する研究

本論文はライフスタイル・スポーツに着眼し、ポピュラーカルチャー空間の再構築の在り様を明らかにすることを目的とするものであった。こうした着眼は東京オリンピック 2020（2021）において、スケートボードを含むライフスタイル・スポーツが正式種目に採用され、カウンターカルチャー（対抗文化）、反権力の表象と捉えられてきたストリート由来のライフスタイル・スポーツが国際オリンピック委員会 IOC の管轄下に置かれた経緯ともかかわる。また、ライフスタイル・スポーツは、アラン・トムリンソンらによる定義、「オルタナティブ」、「ニュー」、「ポストモダン」、「ポストインダストリアル」、「アクション」、リスクを冒すこと、「エクストリーム」といった表現に関与し、自発的で外部の規制や制度とは無関係の私的行為、社会的アイデンティティに関心を向けた興奮の追求という個人の活動と特徴づけられるにとどまってきた。これに対し、本研究は Red Bull に関する事例研究からもライフスタイル・スポーツ空間の特徴を炙りだし、ライフスタイル・スポーツ概念の再定義にも貢献している。審査委員会は特に以下の観点に基づく新規性を評価した。まず、第1章では、ライフスタイル・スポーツがカウンターカルチャーの系譜に位置づき、「Do it Yourself」理念の体现を重視し、かつ新自由主義にも順応したと指摘されている。但し、ヒッピーの聖地巡礼が観光産業の手に落ち、商業主義に回収され、終焉を迎えたのとは異なり、ライフスタイル・スポーツが文化的真正性を維持しつつ、新自由主義の下で起業家精神を発揮するという柔軟性を持ち合わせていたと指摘している。こうしたライフスタイル・スポー

ツの弾力性は、第2章、第3章においてオリンピック大会との関係性からも補強された。つまり、東京オリンピック 2020 (2021) で構想された「アーバンクラスター構想」—エクストリーム・スポーツ国際フェスティバルに依拠した野外ライブの賑わいを生む空間構想—とライフスタイル・スポーツが構築する空間分析に基づき、IOC が理想とするオリンピック理念にライフスタイル・スポーツが回収されたのか、それともストリートの精神を堅持したのかを問い、セリングアウトの仕組みにも言及している。結果、IOC の公式メディアを通じて、表向きには IOC への賛同を装っても、大会終了後には IOC が正式競技と認めない競技を持続し、ストリートの精神を堅持し、オリンピック種目としての知名度の逆利用により、自己ブランド化がはかられたことを東京大会前後のソーシャルネットワーキングサービス SNS のフォロワー数の傾向分析、SNS を介した IOC 関連メディアへの露出分析の結果から明らかにしている。また、ライフスタイル・スポーツが IOC に若者文化のクールな側面を提供することで、IOC はオリンピックの若者離れを食い止め、ライフスタイル・スポーツの実践者たちの側は新たな領域でのキャリアを構築したが、信念までは売り渡さなかったと論じている。また、コロナ禍により無観客となっても、SNS を通じて不可視的な競技空間が拡張されたことに触れている。こうした現代社会特有のユースカルチャーに根づくライフスタイル・スポーツは第4章、第5章においてライフスタイル・スポーツ産業の代表格にあたる Red Bull 分析からも例証された。つまり、定期刊行物、*The Red Bulletin* の分析を通じてブランドの世界観を明らかにし、特有のマネジメントがライフスタイル・スポーツ概念に関与する構造を提示した。とりわけ、パインとギルモアが定義する「経験経済」と「The World of Red Bull」との親和性を検証し、「翼を授ける」のフレーズに象徴される通り、カウンターカルチャーへの社会参画を通して自己ブランド化をはかり、ライフスタイル・スポーツの実践者たちは消費社会への回収ではなく、SNS を駆使し、自らが発信源となってネーミングライツを獲得したと主張されている。結論では、ライフスタイル・スポーツ空間の構築性は、「グローバル」ともアナロジーがあり、オリンピックを通じてグローバルな世界にセリングアウトしつつも、拠り所としてきた縄張りとしてのストリートの解体は望まず、そのローカルかつグローバルなコミュニティ構造はリキッドに変化する柔軟性に依拠すると括っている。

加えて、海外における先行研究の整理を丹念に行い、Red Bull を通じたケーススタディにオリジナリティがあること、著者自身、ストリートでのフリースタイルに精通し、Red Bull 関連の内部資料を通じて、研究課題に迫った点も合わせて評価した。学位取得後の継続した研究にも期待が寄せられる。よって著者を北海道大学 博士（教育学）の学位を授与される資格があるものと認める。