

スポーツ産業論Ⅱ

科目ナンバリング SPS-215
選択 2単位

大山 高

1. 授業の概要(ねらい)

産業という言葉は、第一次産業(農林業、鉱業、漁業など)と第二次産業(第一次産業で生産したものを加工する製造業、建築業など)がよく耳にします。それでは、スポーツ産業とは何産業なのでしょう? スポーツとはモノではなく、ソフトであるサービスとして認識するのであれば「スポーツ産業は第三次産業である」と理解するのが普通です。しかしスポーツの概念は幅が広く、スポーツ用品を製造している企業からすればスポーツ産業は第二次産業であると考えられますし、プロスポーツクラブは、スポーツ興行で生産される「試合」を販売しているサービス産業(第三次産業)です。

つまり、スポーツを扱うビジネスは非常に複雑なのです。スポーツ産業を理解するということは、スポーツという商品の価値がどのように創出され、価値がどのように現金化されるかを理解することを意味します。ただし、スポーツは商品であると同時に文化でもあり、スポーツ産業はスポーツ文化の振興を担っているという視点も必要以上を踏まえて、本講義では、スポーツ産業を構成する諸産業に分解し、それぞれの仕組みについて解説を行います。

2. 授業の到達目標

授業の到達目標は「一人でも多くの受講生が“将来、スポーツの仕事をしたい”と感じ、イメージできた」です。

『スポーツ用品メーカーで働く』

『スポーツ情報をテレビやネットで配信していく仕事をしたい』

『プロスポーツビジネスの仕事をしたい』

『地域のスポーツクラブやフィットネスクラブでインストラクターになりたい』

スポーツビジネス概論では、授業を通じて誰もが思い描く「スポーツの仕事とは?」の疑問を解決させていきます。

3. 成績評価の方法および基準

出席: 7割以上の出席を前提とする。平常点として28点

試験: 期中に中間・期末テスト36点×2回 計72点

※公欠、病欠は証明書があれば認める

以上を総合的に評価する。

4. 教科書・参考文献

教科書

大山 高 『Jリーグが追求する「地域密着型クラブ経営」が未来にもたらすもの』(青娥書房)

参考文献

『新版 概説スポーツ～スポーツ理論を学び、考える～』(創文企画)

『スポーツ産業論 第5版』(杏林書院)

『プロスポーツ経営の実務』(創文企画)

『スポーツビジネス 最強の教科書』(東洋経済新報社)

『マネジメント エッセンシャル版 基本と原則』(ダイヤモンド社)

5. 準備学修の内容

興味を持った課題について「自分は何がしたいのか?」を自問自答してください。配布資料や参考文献を通じて独習し、授業時間外でも勉学や実務経験(インターンシップなど)に励んでください。

6. その他履修上の注意事項

この講義では、講師自身が実際に仕事として携わってきた企業(実業団)チームの運営、選手のブランドマネジメント、Jリーグクラブのプロスポーツクラブ経営、広告代理店での権利ビジネス、Jリーグブランドマーケティングとは何かを詳しく紹介していきます。

スポーツ産業界で働くには、どのような考え方が必要か? 学生諸君の理解を深めるために積極的な発言と相談を期待しています。

7. 授業内容

- | | |
|--------|---------------------------------|
| 【第1回】 | ガイダンス |
| 【第2回】 | スポーツ産業の定義 |
| 【第3回】 | スポーツリーグ産業の構造・特質について |
| 【第4回】 | 日本のプロスポーツ～Jリーグから学ぶプロスポーツの現状と課題～ |
| 【第5回】 | 欧米のプロスポーツビジネス |
| 【第6回】 | 実務者による講義(予定) |
| 【第7回】 | プロ契約とエージェント～選手マネジメント～ |
| 【第8回】 | プロスポーツクラブの広報戦略 |
| 【第9回】 | 広告代理店/権利ビジネスとしてのスポーツ |
| 【第10回】 | スポーツツーリズム産業 |
| 【第11回】 | スポーツと地域活性化戦略 非営利組織のマネジメント |
| 【第12回】 | スポーツ政策 |
| 【第13回】 | スポーツと自治体の関係 |
| 【第14回】 | 大学スポーツとNPO |
| 【第15回】 | 総括 |