

# スポーツ経営論 II

科目ナンバリング SPS-302  
選択 2単位

塚本 拓也

## 1. 授業の概要(ねらい)

前期「スポーツ経営論I」では、「スポーツマネジメントの概念」、「経営論の基礎」、「日本と世界のスポーツ産業動向」について学んだ。「スポーツ経営論II」では、「スポーツ経営論I」で学んだ基礎知識の理解を前提に、「プロスポーツ組織・リーグ」のマネジメントを中心に学ぶことを目的とする。また、「ヒト・モノ・カネ・情報」という経営資源の側面からスポーツを理解するために、経営組織論、経営戦略論、コミュニケーション論などの基礎を活用し、具体的なスポーツに関する事例を分析できるように目指す。

## 2. 授業の到達目標

1. スポーツ経営とは何かを明確に表現できる。
2. スポーツ経営の定義を学術的な概念を踏まえた上で、説明できる。
3. スポーツに関する事例について「現状と課題」、そして「将来の展望」について分析できる。

## 3. 成績評価の方法および基準

課題レポート: 期中に3回の課題レポート提出 60点(20点×3回)

期末試験: 40点

以上を総合的に評価する。

## 4. 教科書・参考文献

教科書

指定しない

参考文献

西崎信男 スポーツマネジメント入門(第2版): プロ野球とプロサッカーの経営学 税務経理協会

TIASアソシエーション(編) 国際スポーツ組織で働こう! 世界の最先端スポーツ大学院でマネジメントを学ぶ 日経BP社

P.F.ドラッカー 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

琴坂将広 経営戦略原論 東洋経済社

## 5. 準備学修の内容

スポーツ庁の政策動向及び海外スポーツビジネスサイトなどを通じて予習し、日本だけではなく世界の動向にも目を向けるようにしてください。

## 6. その他履修上の注意事項

本授業を通して、スポーツ業界で働くには、どのような「思考の軸」を持つべきか、どのような準備が必要なのか、一緒に考えたいと思います。そのため、学生諸君からも積極的な発言&相談を期待しています。

## 7. 授業内容

【第1回】 ガイダンス、授業の進め方、評価方法、留意点

【第2回】 前期の振り返り

【第3回】 スポーツと組織について

・世界及び日本のスポーツ組織における組織形態、スポーツ組織におけるガバナンスについて学習する。

【第4回】 プロスポーツリーグのマネジメント

・世界及び日本のプロスポーツリーグ運営における目的、戦略、経営計画や評価方法について学習する。

【第5回】 プロスポーツチームのマネジメント

・世界及び日本のプロスポーツチーム運営における目的、戦略、経営計画や評価方法について学習する。

【第6回】 スポーツイベントのマネジメント

・世界及び日本のプロスポーツイベント運営における目的、戦略、経営計画や評価方法について学習する。

【第7回】 スポーツ組織のファイナンス

・プロスポーツ組織の財務諸表を基に、経営・会計の基本的な仕組みを学習する。

【第8回】 スポーツスポンサーシップ

・アスリート、チーム、リーグなどの知名度を活かしたプロモーション活動の展開について学習する。また、具体的な提案書の作成方法について学習する。

【第9回】 スポンサーシップのアクティベーション

・スポンサーシップを通じた権利活用の活性化を学習する。アクティベーションの概念、種類、特徴、なぜ必要なのかについて議論する。

【第10回】 ブランドマネジメント

・企業はどのようにアスリート、チーム、リーグなどの知名度を活かし、自社のブランド価値を高めるのか、ブランドマネジメントの方法について学習する。

【第11回】 スポンサーシップの評価

・企業が支払ったスポンサー権利料に対して、どの程度費用対効果があるのか。スポンサーシップの評価方法について学習する。

【第12回】 アンブッシュマーケティングへの対応

・アンブッシュマーケティング(スポンサーシップ契約を結んでいない企業が特定のイベントに関連づけて商業活動を行う行為)の事例を紹介し、スポンサーシップの倫理的問題について議論する。

【第13回】 放映権ビジネス

・最新の放映権ビジネスの現状と課題について学習する。

【第14回】 実務者による講演(オンライン)

【第15回】 総括