

平成 30 年度文部科学省
専修学校における地域産業中核的人材養成事業

岩手県のプロスポーツクラブ発展に
寄与する人材を育成するための体制整備事業

報告書

岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業

平成 30 年度文部科学省

専修学校による地域産業中核的人材養成事業

岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する

人材を育成するための体制整備事業

報告書

目 次

事業報告	1
1. 事業の概要・目的	3
2. 地域の人材ニーズの状況、事業の必要性等	3
3. 調査結果	4
4. 成果の普及・平成 30 年度以降の事業展開の予定	23
 資料	 29
事業計画書	31
議事録（全体会、第 1 回協議会・委員会、第 2 回協議会）	49
全体会議事録	50
人材育成協議会・検証評価委員会 議事録（第 1 回）	54
教育プログラム開発委員会（第 1 回）	58
人材育成協議会 議事録（第 2 回）	61
アンケート調査結果概要	65
インタビュー調査結果（質的データ）	69

事業報告

1. 事業の概要・目的

スポーツ庁、文化庁、観光庁は、ラグビーワールドカップ 2019 や 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の世界的イベントの開催以降も各地域のスポーツイベントと文化芸術資源を結び付け、世界に誇れる新たな観光資源を生み出すことにより訪日観光客の増加や国内観光の活性化を図り、日本及び地域経済の活性化を目指すため、平成 28 年 3 月 8 日に包括的連携協定を締結した。

また、平成 28 年 6 月には、経済産業省とスポーツ庁により設置されたスポーツ未来開拓会議が「中間報告～スポーツ産業ビジョンの策定に向けて～」をとりまとめ我が国のスポーツ産業推進に向けた考え方を示すとともに、その課題として、スポーツコンテンツホルダーの経営力強化や新ビジネス創出の促進、また、スポーツ人材の育成・活用等が挙げられた。

中間報告の中でも、経営人材の育成・確保という項目の中では、スポーツというコンテンツは多様な産業的価値を有しているが、これまで競技団体等のスポーツ団体はこの価値を生かした組織経営が十分にできていない現状がある。スポーツビジネスを推進する上で、マーケティング活動はもとより、ガバナンスの向上、スタジアム等の施設運営、興行等で必要となる様々な専門性や国際的な視野のある人材、また、それらを総合的にマネジメントする経営人材が各団体等に圧倒的に不足している。この要因として、大学や民間において、スポーツマネジメントをテーマとしたカリキュラムやセミナー等が展開されているものの、スポーツ界の実態に触れるような内容で行われるものは十分でないことが課題として提起されている。

本事業では、クラブ価値向上のための企画立案やステークホルダーとのリレーション構築に寄与するプロモート活動を担う人材を育成するために、県内に設置されている 3 つのプロスポーツクラブ（J3 リーグのグルージャ盛岡、B3 リーグの岩手ビッグブルズ、ラグビーの釜石シーウェーブス RFC）及び県や自治体またスポーツ活性化協力企業が連携し、当該人材の育成をするための体制を整備することとしたい。

2. 地域の人材ニーズの状況、事業の必要性等

岩手県では、2016 年の国体以降、ラグビーワールドカップ、オリンピックを控えて、スポーツへの機運が高まりつつありプロスポーツの担当部署も設置され、これまでの公的資金中心の負担の対象（コストセンター）から、官民協働による収益を生み出す対象（プロフィットセンター）への転換を目指している。

3. 調査結果

今年度は、プロモーター人材のニーズと人材育成や獲得における現状課題を把握するため、後述の通り、プロスポーツ球団を対象としたアンケート調査、及び、プロスポーツ球団と養成校対象のインタビュー調査を実施した。したがって、今回実施した諸調査は、次年度からの事業実施に向けた予備調査的な意味合いが強いものとなっており、現状の一端を把握したうえで、次年度以降の事業実施の課題を析出することを主たる目的としている。

3. - 1 アンケート調査の結果と考察

アンケート調査の概要は次のとおりである。

3. - 1 - 1 調査の概要

①調査の目的

プロモーター人材のニーズと現状の課題について、定量的な実態把握を目的とする。

②調査方法と期間

- ・ 調査方法：郵送調査
- ・ 期間：2018 年 12 月 25 日～2019 年 1 月 21 日

③調査対象

日本国内のサッカー、バスケット、ラグビーそれぞれの地域プロスポーツクラブ 121 団体。

④回収率

23.1% (28 票)

3. - 1 - 2 調査結果と考察

既述の通り、今回の調査は、次年度以降の事業展開を見据えた現状把握と課題抽出が主な目的となっている。よって、標本数がそもそも少なく、また、回収率も低いため統計上の有意性は著しく低い。しかし、プレ調査がそうであるように、統計上の有意性よりも、そこからどういった課題が析出されるかが、今回は重要となる。プロモーション人材育成のための必要な課題を推察することを目的とする。

(※以下、「アンケート調査結果概要」(66 頁)を参照のこと。)

3. - 1 - 2 - 1 回答者について

回答いただいた球団の所在地、及び種目は、下記の通りであった。

① 回答球団

No.	チーム名	チーム 所在地	種類	所属リーグ	ファンクラブ 人数(人)
1	北海道コンサドーレ札幌	北海道	サッカー	J1	9,589
2	青森ワッツ	青森県	バスケットボール	B2	1,880
3	グルージャ盛岡	岩手県	サッカー	J3	800
4	岩手ビッグブルズ	岩手県	バスケットボール	B3	400
5	ベガルタ仙台	宮城県	サッカー	J1	非公開
6	モンテディオ山形	山形県	サッカー	J2	未回答
7	福島ファイヤーボンズ	福島県	バスケットボール	B2	815
8	福島ユナイテッドFC	福島県	サッカー	J3	3,000
9	ザスパクサツ群馬	群馬県	サッカー	J3	700
10	鹿島アントラーズFC	茨城県	サッカー	J1	非公開
11	水戸ホーリーホック	茨城県	サッカー	J2	非公開
12	東京八王子ビートレインズ	東京都	バスケットボール	B2	500
13	東芝ブレイブルーパス	東京都	ラグビー	TOP	非公開
14	日野レッドドルフィンズ	東京都	ラグビー	TOP	1,000
15	キャノンイーグルス	東京都	ラグビー	TOP	非公開
16	アルビレックス新潟	新潟県	サッカー	J2	3,800
17	AC長野パルセイロ	長野県	サッカー	J3	3,000
18	藤枝MYFC	静岡県	サッカー	J3	非公開
19	豊通ファイティングイーグルス名古屋	愛知県	バスケットボール	B2	750
20	滋賀レイクスターズ	滋賀県	バスケットボール	B1	3,000
21	ガンバ大阪	大阪府	サッカー	J1	36,000
22	バンビシャス奈良	奈良県	バスケットボール	B2	未回答
23	広島ドラゴンフライズ	広島県	バスケットボール	B2	1,200
24	レノファ山口FC	山口県	サッカー	J2	800
25	香川ファイブアローズ	香川県	バスケットボール	B2	530
26	愛媛オレンジバイキングス	愛媛県	バスケットボール	B2	非公開
27	アビスパ福岡	福岡県	サッカー	J2	5,520
28	熊本ヴォルターズ	熊本県	バスケットボール	B2	非公開

② 回答球団の都道府県

地方	北海道・ 東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・ 沖縄	計
回答数	8	7	4	3	2	2	2	28
%	28.6	25.0	14.3	10.7	7.1	7.1	7.1	100.0

③ スポーツ種類

	サッカー	バスケット ボール	ラグビー	計
回答数	14	11	3	28
%	50.0	39.3	10.7	100.0

東日本に所在地を持つ球団が比較的多く、また、サッカーチーム、次いでバスケットボールチームからの回答が多かった。票数は少ないが、全国各地から、また、3種目すべての球団より回答いただけた。

以下、回答をいただいた球団の現状について報告する。

3. - 1 - 2 - 2 球団の総社員数について

総社員数は、以下の通りであった。

	実数	構成比
全体	26	100.0
5人～9人	5	19.2
10人～14人	7	26.9
15人～19人	3	11.5
20人～29人	1	3.8
30人～39人	3	11.5
40人～49人	3	11.5
50人～59人	3	11.5
60～69人	1	3.8
集計除外	2	-

※運営を企業内の一部門で行っており、この質問に対し他部門の従業員数も合算したであろう回答を「集計除外」としている。

総社員数 15 名未満がおよそ半数（46.1%）を占め、中・大規模と思われる球団も半数を占めている。平均は 25 名であった。

3. - 1 - 2 - 3 プロモーション職の人数について

各球団におけるプロモーション職の実数は下記のとおりとなった。

	実数	構成比
全体	28	100.0
0人	1	3.6
1人～5人	5	17.9
6人～10人	11	39.3
11人～15人	4	14.3
16人以上	7	25.0

社内におけるプロモーション職の人数は、平均 12.4 名（他部門の職員全てを含んでいると思われる数値を外れ値とした）、最頻値は 7 名（4 チーム）であった。また、6 ～ 10 名との回答がおよそ 4 割と一番多く（39.3%）、ついで 16 名以上（25.0%）が多かった。

3. - 1 - 2 - 4 総社員数に占めるプロモート人材の占める割合について

次に、総社員数に比較したプロモート職の占める割合は次の通りとなっている。

	実数	プロモーション職割合
全体	26	54.8
5人～9人	5	46.0
10人～14人	7	65.9
15人～19人	3	62.5
20人～29人	1	81.0
30人～39人	3	58.2
40人～49人	3	66.2
50人～59人	3	16.8
60人～69人	1	41.7
集計除外	2	-

全体では、社員のうち半数以上（54.8%）がプロモート職であることがわかる。社員数の多寡によるプロモート職の割合になんらかの傾向はみられないが、従業員数が50人以上の比較的大規模な球団においては、その割合は低くなっており、これは当初の予想通りと言える。なぜなら、大規模な球団ほど、部署がきちんと分けられており、全部署に比してプロモートを担う人数は相対的に低くなると考えたからである。

また、9人以下の小規模な球団における割合が全体平均より低いのは少し意外な結果と言える。なぜなら、小規模な球団ほど、全職員を総動員してプロモーションに携わっているという予想があったからである。こうした結果が、全球団に共通するものなのか、また、そうした傾向が実際に多く見られるものであるのかは、その理由も含め、次の調査の結果を待ちたい。

3. - 1 - 2 - 5 プロモーション職の増員について

本調査では、可能であればプロモーション職に何名の増員を希望するかを聞いている。

	実数	構成比
全体	28	100.0
0人	8	28.6
1人	3	10.7
2人	11	39.3
3人	4	14.3
4人	1	3.6
未回答	1	3.6

増員を希望する球団のうち、2名の増員を希望するものが最も多く（39.3%）、次いで、3人（14.3%）、1人（10.7%）となった。

これを、プロモーション職従事者数と、希望する増員数のクロス集計を試みたのが、次の表である。

		210プロモーション職必要最低限増員希望数						
		実数(人)	0人	1人	2人	3人	4人	未回答
シ ヨ ン 4 職 ブ ロ モ ー ン 職 数 モ ー ド	全体	28	8	3	11	4	1	1
	0人	1		1				
	1人～5人	5	1	1	2	1		
	6人～10人	11	3	1	5	2		
	11人～15人	4			2	1		1
	16人以上	7	4		2		1	
	※回答数値を5名刻みのレンジに加工しています。							
		構成比(%)	0人	1人	2人	3人	4人	未回答
シ ヨ ン 4 職 ブ ロ モ ー ン 職 数 モ ー ド	全体	100.0	28.6	10.7	39.3	14.3	3.6	3.6
	0人	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1人～5人	100.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	6人～10人	100.0	27.3	9.1	45.5	18.2	0.0	0.0
	11人～15人	100.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0
	16人以上	100.0	57.1	0.0	28.6	0.0	14.3	0.0

現在プロモーション職従事者が1～15人在籍している球団で、希望する増員数がもっとも多いのは2名という結果である。すでに16名以上従事者がいる球団では、希望する増員数は0名が最も多くなっている。

次に、現在のプロモーション職従事者数と希望する増員数を合算し、最低限理想とする当該職従事者は何名と考えられているかを表したのが以下の表である。

		204プロモーション職人数+210プロモーション職必要最低限増員希望数								平均(人)
		実数	0人～4人	5人～9人	10人～14人	15人～19人	20人～29人	30人～39人	未回答	
100.総社 員数	全体	26	4	5	7	3	4	2	1	14.2
	5人～9人	5	3	1	1	0	0	0	0	5.2
	10人～14人	7	0	2	5	0	0	0	0	10.1
	15人～19人	3	0	1	1	1	0	0	0	13.0
	20人～29人	1	0	0	0	1	0	0	0	17.0
	30人～39人	3	0	0	0	0	2	0	1	22.3
	40人～49人	3	0	0	0	1	0	2	0	29.7
	50人～59人	3	1	1	0	0	1	0	0	9.7
	60人～69人	1	0	0	0	0	1	0	0	27.0
	集計除外	2	1	0	1	0	0	0	0	

現職と希望する増員数の合計の全体平均は14.2名という結果となった。

球団規模ごとの希望とする人数は、次のとおりである。

従業員総数が5～9名の球団では、理想とする人数を4名以下（平均5.2名）と答えているものが一番多かった。同じく10～19名の球団では、15～19名（平均13.0名）と答えているものが一番多かった。20～29名の規模では、17名を希望する球団が一つであった。30～39名の規模の球団では、20～29人（平均22.3名）が理想と答えているものが一番多く、40～49名規模の球団では、30～39名（平均29.7名）が理想と答えているものが一番多かった。50～59人規模の球団では、0～4名、5～9名、20～29名（平均9.7名）を理想としているものがそれぞれ1球団ずつであった。60～69人規模の球団では、27名を希望する球団が一つであった。

およその傾向としては、球団規模が大きくなるほど求められるプロモーション従事者数は多くなっていると言える。また、今回回答をいただいた球団の総社員数の平均（25名）に対する、理想とするプロモーション職の平均数（14.2名）の割合は、57%となっている。球団の規模によりばらつきはあるが、この57%という比率は、今回調査に限って言えば、総社員数に比したプロモーション職数の割合として目安としてよいようだ。つまり、あくまで様々な限定付きではあるが、球団規模に関わらず、総社員数の6割弱が、プロモーション職として必要とされる人員数と言えそうだ。

3. - 1 - 2 - 6 プロモーション職に必要とされるスキル

次に、プロモーション職に必要とされるスキルについての結果を見ていく。いずれも自由回答で聞いている。なお、以下、自由回答で得た質的データは、テキストマイニングによる分析を基としている。

3. - 1 - 2 - 6 - 1 交渉スキルに関して

本調査では、問「2. - 1」にてプロモーション職に必要最低限の増員が仮に認められるとした場合に「増員が必要」と答えた回答者に対し、新たに増員するスタッフに求めるスキルについてたずねている。新たな増員を必要としている球団に対してのみこの問いを設けたのは、第一に、増員を必要としている担当者の方がより具体的に当該職に求められる素養を想起できると思われたためであり、第二に、現状としてどういった能力を備えた人材が不足しているのかを知りたいと考えたからである。

自由回答で得られた回答と、その回答をした球団の総職員数とプロモーション職の人数を示したものが、以下の表である。

2-2.④回答内容	総社員数 (人)	プロモーション職 (人)
ステークホルダー（営業先）が何を求めているのかを判断し営業活動へつなげられる。	5	4
新規提案型のスキル（単純協賛だけでは成立しないことを念頭に置き、クライアントの課題を解決できるコンテンツ（自チームが）と捉えることができる人材）	8	7
営業能力、お金の話ができること	15	7
企画力を有していること。	6	2
先のことを考えて交渉ができること。	8	1
社交辞令を含めた人との交際上手	45	15
双方にとってメリットを引き出せる能力。	37	27
営業力の強化が急務。	13	9
コミュニケーション能力。アイデアが浮かび、提案するところまでの力。	13	8
自治体と良好な関係を築く人間性か、要望を実現させる粘り強さ。	58	0
お客様と自社のWIN-WINを見極められること。採算に見合わない場合はきちんと見切りをつけられること。	11	7
コミュニケーション能力とクロージング能力。	12	10
コミュニケーション能力。結果を出す力。	13	9
スポンサー営業、チケット営業における対人交渉。ネット社会での対応・企画立案能力。	32	23
こちらの要求を分かりやすく説明でき、相手が求めている要求にあった提案・企画を提供することができる。	60	25
特になし	6	1

頻出のキーワードと他の語との連関より、必要とされている交渉スキルは、おおよそ下記のようにまとめられる。

《求められる交渉スキルと回答例》

- ㊦営業力：顧客ニーズを的確にとらえる能力、自治体と良好な関係を築く人間性、等。
- ④コミュニケーション能力：交際上手である、等。
- ㊵交渉力：アイデアを提案できる能力、双方にとってのメリットを引き出せる能力、先のことを考えて交渉できる能力、等。
- ①企画立案能力：アイデアを出せる能力、等。

交渉スキルとして求められているものとして、「営業力」「コミュニケーション能力」という回答が多いであろうことは予測できたが、言葉の関連性を見ていくと、既述のように4つの能力としてくることができそうだ。

「営業力」として抽出された要素は、「捉える」「考える」「築く」といったワードを含んでおり、顧客

のニーズを的確にと捉えたり、新たな連携を構築していったりという能力として捉えられているようだ。

「コミュニケーション能力」として抽出された要素は、「活動」「営業力」といったワードを含んでおり、積極的かつ適切に相手とコミュニケーションをとる能力と捉えられているようだ。

「交渉力」として抽出された要素は、「提案」「解決」「双方」「引き出せる」といったワードを含んでおり、顧客一球団相互の利益を鑑みつつ、ニーズを充足（解決）していく能力と捉えられているようだ。

「企画立案能力」として抽出された要素は、「浮かぶ」「見極める」といったワードを含んでおり、交渉内容を前提としながら適切に新たな提案を生み出せる能力と捉えられているようだ。

3. - 1 - 2 - 6 - 2 マネジメントスキルに関して

「交渉スキル」と同様に、自由回答方式で「マネジメントスキルに関して」プロモーション職に必要とされるスキルに関してたずねている。その結果の一覧が次のとおりである。

2-2.②回答内容	総社員数 (人)	プロモーション職 (人)
費用対効果を最大限に上げられるアイデアを出し、実行できる人材。	5	4
自分が率先して行動できる現場型マネジメント。	8	7
業務処理能力（基本的に一人で業務を構築する）、新規事業開拓能力（プレゼンスキル・情報収集・組立）	19	12
現状把握が的確であること。	6	2
PDCAをしっかりと回せること。業務管理、目標管理、リスク管理ができる事。	6	1
関わる全ての人、業務の割り振りを考え、最善策を考えることができる。	8	1
内部・外部含め、様々なスキルを持つ協力者をまとめ上げて、一つのスポーツ（サッカー）を核とした空間を作り出せること。	45	15
物事を俯瞰して捉える能力。	37	27
マネジメントできる人材の確保。	13	9
チーム（会社）の要望を考えた上で、プロモーションしていくバランスの良さ。	58	0
若手の先頭に立って率先垂範して見せることができ、チームメンバー（部下）にそれを指導できる。また、契約締結から請求・入金確認まで一気通貫で把握できること。	11	7
経営スキル。	12	10
人をまとめる力。	13	9
パソコン	14	8
部下の成長を促すスキル。組織でのコミュニケーション力。スケジュール管理。予算管理。	60	25

「交渉スキル」の分析と同様、頻出のキーワードと他の語との連関より、必要とされているマネジメントスキルは、おおよそ下記のようにまとめられる。

《求められるマネジメントスキルと回答例》

- ㊦行動力：自分が率先して行動できる、若手の先頭になって率先垂範してみせることができる、等。
- ㊧現状を把握する能力：現状把握が的確であること、業務管理・目標管理・リスク管理ができること、業務の割り振りを考え最善策を考えることができる、等。
- ㊨経営力：費用対効果を最大限にあげられるアイデアを出し実行できる、等。
- ㊩業務処理能力：契約締結から請求・入金確認まで一気通貫で把握できること、（基本的に一人で業務を構築する）業務処理能力、パソコン、等。

プロモーション職に必要とされるマネジメントスキルとしておおよそ4つの要素が抽出された。

「行動力」として抽出された要素は、「チーム」「関わる」「目標」といったワードを含んでおり、メンバーの範となるような率先して行動する力と捉えられているようだ。

「現状を把握する能力」として抽出された要素は、「現場」「的確」「捉える」といったワードを含んでおり、現状を的確に捉える能力と考えられているようだ。

「経営力」として抽出された要素は、「費用対効果」「人材」「開発」「新規」といったワードを含んでおり、球団の経営を計算に入れつつ、人材の配置や企画の開発等を提供できる能力と捉えられているよう

だ。

「業務処理能力」として抽出された要素は、「情報収集」「組み立て」「構築」といったワードを含んでおり、情報収集しつつも球団運営に係る業務全般を担える能力と捉えられているようだ。

3. -1-2-6-3 その他のスキルに関して

「2.-2」の最後に、交渉スキル、マネジメントスキルの他に必要とされるスキルについて聞いている。その結果が下表である。

2-2.③回答内容	総社員数 (人)	プロモーション職 (人)
グラフィック、映像制作、ECサイトなどのWebスキル	18	14
現在のスタッフと共同で活動するスキル。	19	12
エクセル、ワード、パワーポイント等のスキル	6	1

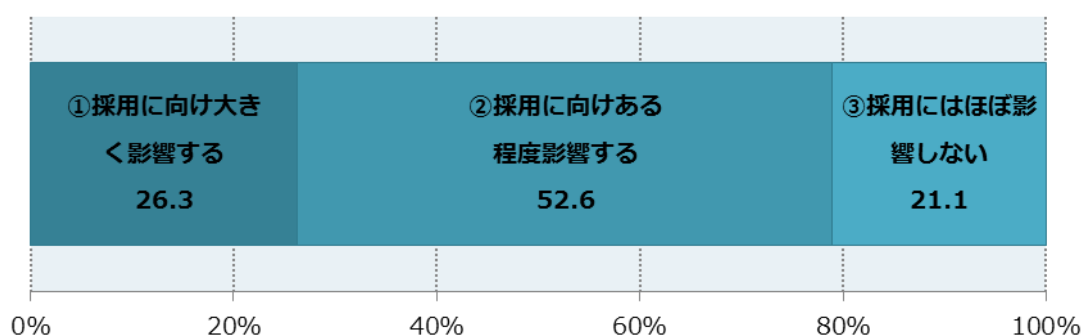
このように、その他として求められるスキルとは、エクセル、ワード、パワーポイントといった基礎的なPCスキル、グラフィックや映像作成などデザイン系のスキル、ECサイト構築といったWeb制作・運営スキル、それに加え、他のスタッフと共同で活動するスキルが挙げられていた。

PCスキル、Web制作・運営スキルは、現在ではもはや「業務処理能力」に入れてもおかしくないスキルと言えるかもしれないが、デザイン系のスキルは、広報活動全般で活用される場面の多いプラスアルファの能力と言えよう。共同する力は、社会人にとって必要とされる基礎能力と思われるが、特に、少人数で様々な業務をこなさなければならない球団にとっては、特に求めたい能力と言えるかもしれない。

3. -1-2-7 専門学校出身者の新規採用に際しての判断に関して

問「2.-3」では、プロモーション職を新規採用する場合に、「2.-2」で回答したようなスキルを専門学校で学んだ応募者がいた場合に、採用判断に影響があるかどうかをたずねている。

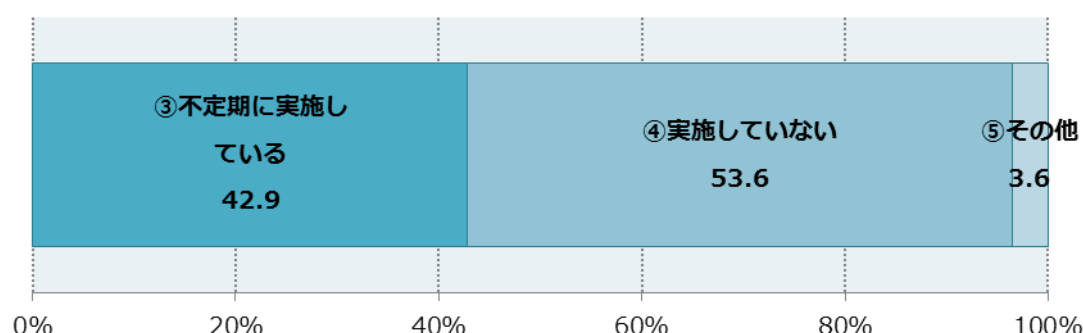
その結果が、以下の表である。



「採用に向け大きく影響する」及び「ある程度影響する」との回答が合算で78.9%となっている。採用の際に、専門学校で必要なスキルを学んだという経歴がマイナスに「影響する」と回答している球団はほとんどないと仮定すると、8割近い球団が、プロモーション職に必要なスキルを学ばせる学校に対して期待をいただいている、と解釈してよい結果と言えそうだ。

3. - 1 - 2 - 8 プロモーション職を対象とした社員研修に関して

問「3.」において、スキル向上に向けた研修の有無について聞いている。その結果が下表である。

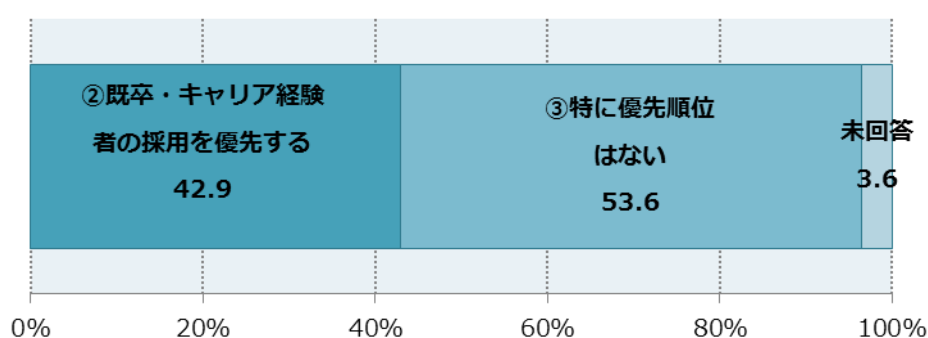


「定期的に実施」「入社直後にのみ実施」球団は0、「不定期に実施」が42.9%、「実施していない」が53.6%という結果である。専門学校をはじめ、プロモーション職養成機関が少ない現状において、入社後の必要スキル向上の機会の有無を確認したい、という意図が本質問にはあった。結果的に、入社後、当該職に必要なスキルアップの機会はほとんど設けられていない、ということがわかる。単に、業務上時間が取れない、費用がかけられないということが理由なのか、あるいは、プロモーション職の職務内容にマッチする研修というものが設定しづらいのか、またはそれ以外の理由があるのかは、インタビュー調査の結果も含め検討する必要があるだろう。

3. - 1 - 2 - 9 プロモーション職新規採用時の優先順位

「4.」において、プロモーション職採用時、新卒、既卒等、なにを優先するか、および、優先とした場合にその理由は何かをたずねている。

新卒を優先するか、既卒を優先するか、あるいは優先順位はないかの結果は下表のとおりである。



「新卒者の採用を優先する」と回答した球団は0、「既卒・キャリア経験者の採用を優先する」が42.9%、「特に優先順位はない」が53.6%となった。

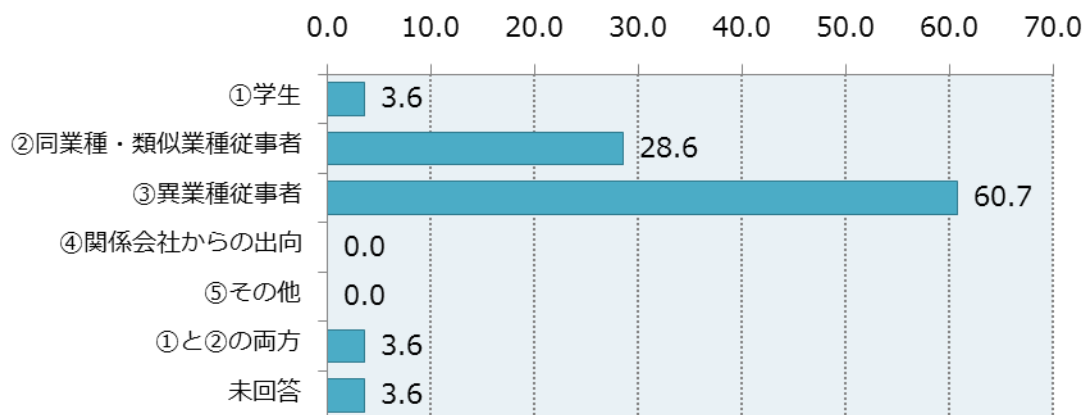
「既卒・キャリア経験者」を優先するとした球団が回答した理由は、下表のとおりである。

4-1.回答内容	総社員数 (人)	プロモーション職 (人)
現状、即戦力が必要であり、社内で育てていく時間がない。	5	4
少数で運営しているため即戦力として活動して欲しいため。	8	7
経験重視、即戦力を必要とするため。	18	14
社会経験を優先する為。	6	1
外部との交渉や特殊業務が多いため、現在の人員数では新卒者を教育することができない。	8	1
即戦力として期待しているから。	45	37
即戦力として考えているため。	37	27
現在、若手中心のため、彼らを指導・育成するとともに、契約管理・損益管理をきちんとできる幹部候補が必要なため。	13	9
現状は即戦力となる人材が好ましい。	11	7
未回答	13	9
未回答	52	7

「即戦力が必要なため」「社会経験が必要とされるため」という積極的な理由とともに、スタッフが若手中心なため新卒者を指導する体制が整っていない、という理由が挙げられている。「社会経験」については、新卒者にそれを求めるのは難しい。しかし、「即戦力」という点に関して言えば、養成機関がさらに質・数ともに充実していけば、(既述の「2. - 3」の結果もあわせみると) 今後新卒者の採用にも、球団からポジティブな視線が向けられるようになるかもしれない。

3. - 1 - 2 - 1 0 プロモーション職入社前の所属について

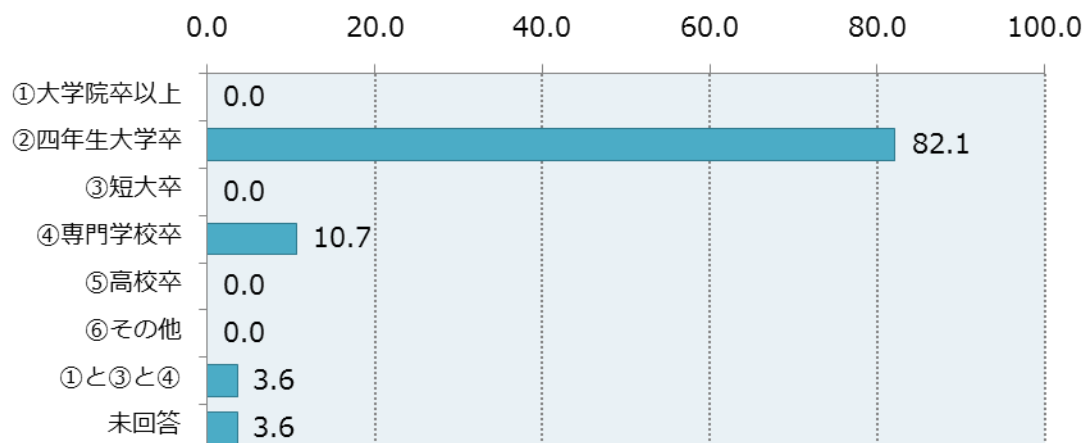
「5.」において、プロモーション職の入社（配属）前の所属で最も多いものをたずねている。



新卒者に該当する「学生」は3.6%に過ぎず、「同業種・類似業従事者」「異業種従事者」という「既卒・キャリア経験者」に当たるとされる前職に従事していた者が89.3%となっており、「4.」の結果（「即戦力」「社会経験」が求められている）を裏付ける結果となった。現実としても、採用されている人材は「既卒」もしくは「キャリア経験者」が9割近くにのぼっているという結果である。

3. - 1 - 2 - 1 1 プロモーション職の最終学歴について

問「6.」では、プロモーション職の最終学歴について聞いている。



「四年生大学卒」が82.1%、「専門学校卒」が10.7%となった。「5.」で入社前「学生」であった者は3.6%のみという結果であったが、最終学歴で見ると1割超が専門学校卒であることがわかった。どのような専門を学んだ者であるかまでは今回調査ではたずねていないが、現状において専門学校で学んだ者も1割程度プロモーション職として活躍しているということがわかった。

3. - 1 - 2 - 1 2 プロモーション人材の育成・獲得のための専門学校との連携について

問「7.」において、「プロモーション人材育成・獲得のために、専門学校と連携を希望する取り組み」についてたずねている。その回答を一覧にまとめたものが下表である。

7.回答内容	総社員数 (人)	プロモーション職 (人)
専門学校との連携は学生たちにも良い環境を与えないと意味がないと考えますので、地域貢献できることでまた学生が学んだ内容を協議し連動できればと考えます。	5	4
インターン制度の導入	8	7
ホームゲーム運営とトップチームの練習への帯同、地域貢献活動イベントへの参加。	18	14
インターン制度	6	1
定着率が悪く、人材育成が出来ない。	8	1
お客様に訴求する企画などを一緒に考え取組みたい。	45	37
インターンシップ研修の受け入れ。	37	27
特にありません。	13	9

「インターンシップ」という回答が目立つ。また、地域貢献活動、ホームゲーム等における連携（＝ボランティア）、という回答も見られた。インターンシップやボランティアを通じて学生と関わることで、プロモーション職に必要なスキル・知識を学んでほしい、という姿勢の表れとみることができるだろう。

3. - 1 - 2 - 1 3 プロモーション職の新規採用についての課題

問「8.」では、「プロモーション職の新規採用の現状についての課題」についてたずねている。回答の一覧が下表である。

8.回答内容	総社員数 (人)	プロモーション 職 (人)
問4 (既卒・キャリア経験者の採用を優先する理由についての質問) で答えたように現状では育てる時間がないです。新卒を採用できる経営に持っていくのが目の課題である。	5	4
プロモーション職は経験が一番重要とは思いますが、過去にとられるのもどうかと思います。その人物の性格次第だと思います。	6	2
会社運営がまだまだ苦しい現状があるため、計画的な新規採用枠を確保することが難しい。	21	17
現在、採用しても付きっきりで教える状況ではなく、教育体制が整っていないのが現状です。採用するにあたっては、そのへの整備も必要になってくると思われます。	6	1
少人数で業務を行なっているため、定期採用を難しい。採用は、原則として退職者補充である。	37	11
報酬の格差→募集条件と採用者の希望の差があるのでどのように調整するか。	41	34
その時々社内事情で採用を考えている。	13	9
ラグビーは企業スポーツのため、プロモーション職に人を配置できず、あくまで兼務。	58	0
プロスポーツクラブという華やかな外面に惹かれ、応募・仕事に就きたいと考える若者が多いが、人目につかない部分でしっかりと先まで考えてプロアクティブに手を打つような地に足のついた人材の応募が少ない。また、自身がファンであることが多く、実際の損益をきちんと見据えた論理的なサービスや商品企画でなく、フィーリングに頼った進め方になりがちで人材が多いように感じる。	11	7
新規採用はしておらず、社内ローテーション及びラグビー部引退者が配属されている。	18238 (集計除外)	10

まず、「採用」に関する課題としては、「計画的・定期的な採用ができない」という点が複数球団から挙げられている。今回回答いただいた球団には中小規模のものも多く、経営面で安定した採用にまでいたっていないケースが多いことがわかる。回答者の7割が現状にプラスした人員の増員を希望していることから、ある程度計画的な採用を望むが現実としてはそれが難しい、という現状であろうと推測できる。

また、「採用」に関しては、応募者のもつイメージと職務内容とギャップ、という課題も挙げられている。養成機関としては、専門的なスキル・知識を教えることはもとより、プロモーションという仕事ができるようなものなのか、そこで必要とされているマインドと言えるものがどのようなものなのか、同時に教えていくことが必要である点を示唆した回答だと言えるのではないだろうか。

「採用後の人材育成」に関する課題としては、「育てる時間がない」「教育体制が整っていない」という回答が挙げられている。「3.」において社員研修の実施状況についての現状を見たが、それを裏付ける結果と考えることができる。

そのほかに、「プロモーション職は経験が一番だが、過去（の経験）にとられるのも」問題ではないか、という興味深い指摘もあった。チーム、及びチームを取り巻く環境は、地域や時期に応じ多様であり、そうした多様さに柔軟に対応できる能力が必要とされていると推察できる回答と言えよう。

3. - 2 インタビュー調査の結果

次に、インタビュー調査の結果を見ていく。

3. - 2 - 1 調査の概要

まず、調査の概要を下記に記す。

①調査の目的

プロモーター人材のニーズと現状の課題について、定性的な実態把握を目的とする。

②調査方法

半構造化面接調査

③調査対象

(ア) 株式会社 エヒメスポーツエンターテイメント、学校法人河原学園 河原医療福祉専門学校

(イ) 株式会社 アルビレックス新潟、学校法人新潟総合学園 専門学校アップルススポーツカレッジ

④インタビュー

(ア) 愛媛オレンジバイキングス…同 取締役事業推進部長 開 大輔様

学校法人河原学園教務部長 芦沢 昌彦様

同 理事長兼愛媛オレンジバイキングス代表取締役社長

河原 成紀様

河原医療福祉専門学校…同 教務部部長 村田 景司様、同 教務主任 前田 稔行様

(イ) アルビレックス新潟…同 営業部総務経理課部長 津野 謙一様

学校法人新潟総合学園 スポーツ推進室室長 高橋 孝輔様

アップルススポーツカレッジ…同 副校長 本間 圭一様、同 教務部長 鹿間 宏海様

⑤実施日時

(ア) 2019 年 1 月 23 日 (水)

14 : 30～16 : 00 愛媛オレンジバイキングス

16 : 30～17 : 30 河原医療福祉専門学校

(イ) 2019 年 2 月 14 日 (木)

13:20～14:30 アルビレックス新潟

15:00～16:30 アップルススポーツカレッジ

3. - 2 - 2 調査結果の概要

まず、インタビュー調査により得られた回答について見ていく。

3. - 2 - 2 - 1 地域プロスポーツクラブ

(1) 愛媛オレンジバイキングス

①プロモーション担当職員数に関して

8 名(専任 6 名)のうち BJ アカデミーからの出向者 1 名が担当している。この人数は足りないと感じている。運営していく上で、営業面、興業の配置等の業務を行っているが、マンパワーが少ない状況であ

る。チームスタッフ以外のフロントだけで考えると、現在の体制に対しては、2～3名追加してほしい状況である。

②プロモーション職に望まれるスキルに関して

ビジネス英会話ができれば、海外に発信しやすくなり、ファン拡大につながると考えられる。その他、パソコンスキル（ワード、エクセル、パワーポイント）はあったほうが良いと思う。また、地域のことを知っておくことで、マーケティングにつながると考えられるので、できるだけ（地域の現状を）知っておいてほしいと思う。

スポーツ業界は、昔そのスポーツをしていた人が興味を持って入社する人が多いが、「スポーツが好き」が先に来ると、2、3年働くと理想と現実のミスマッチから離職につながってしまうのが現状である。また、ビジネス感覚を持っている人であれば、即戦力となると考えられる。特殊能力は必要ないが、営業がしっかりできる人であれば務まるのではないかなと思う。（プロモーション職は）コンテンツを利用して企業にセールスする方法を常に考えていなければならないだろう。

③プロモーション職の社員研修に関して

特別「研修」はないが、他のチームや自分のチームとの飲食のとき、情報交換をする。他の地域のチームとはこれから行っていく予定である。

④プロモーション職採用時のポイントに関して

ある程度経験を積んだ年齢層が1人、中堅（30～40才代）1人、新卒1人の3名程度を採用したいところである。新卒に求めるものは、最低限の敬語を話す事ができるなどの礼儀作法、元気、チャレンジ精神があれば良いと思う。それ以外のことは、会社で教えていくことになるだろう。新卒を採用することで、地域の活性化につながるのではないかな。若い年齢層が、地元で働くことで若者の育成となると思う。

⑤学生に学んでおいてほしいスキルやキャリアに関して

修業年限が2年であれば、2年のうち1年間は、インターンシップへの参加を希望している。インターンシップの中で、社会とはどういうものを学び、その後、日本と世界のスポーツビジネスの違いや大義的なもの、また、英語を学んでほしい。インターンシップは、スポーツ業界に限らず、様々な職種で社会経験を積んでほしい。実際の職場で経験することが可能だと思う。インターンシップを通して、一般的・専門的知識だけではなく、人とのつながりができると考えられる。

⑥人材育成・職員採用・社員教育における「行政機関」や「教育機関」との連携に関して

愛媛県が主導となり、市町村をまとめており、愛媛FC、マンダリンパイレーツ、愛媛オレンジバイキングスの3社で連携している。愛媛オレンジバイキングスは行政からのスポンサーは受けていないが、愛媛FCとマンダリンパイレーツは行政からのスポンサーは受けている。

（2）アルビレックス新潟

①プロモーション担当職員数に関して

現在25名が担当している。プロモーション職の中の営業職（法人営業、スポンサー企業）、マーケティング（集客、スポンサーを集める等）分野で1名ずつ不足している状態。求人を出しているが、求めている人材が応募してきていない。

②プロモーション職に望むスキルやキャリア

プロモーション職は多岐に渡るスキルが必要となる。自社ではプロモーション職はいくつかの部門に

分かれており、施設管理部、マーケティング部、運営事業部、営業部、広報部、後援会がある。

「スポーツが好き」という漠然とした考えで就職した人は、現実の仕事と理想の差が生じる。明確な目的（考えていることを表現できる、別の視点から仕事をみることができると等）をもつ人、同じ業界で働いたことがある人が望ましい。

働いていく上では、パソコンスキル、コミュニケーション能力が必要となる。

③プロモーション職の社員研修に関して

社内での社員研修は行っていない。新卒は、教育を担う部署がない、予算等の理由により、ビジネススキルは外部研修を受けさせている。

また、先輩の動きを見て学ぶようにさせている。

実際のところ、プロモーション職などの専門職のための研修は、何を研修内容として扱えばいいのかわからない。

④学生に学んでおいてほしいスキルやキャリアに関して

ビジネスマナー、ビジネススキルが必要となる。（社員の中には）夢（特定のプロスポーツ球団に入社）を叶えるために、商業高校で数字を学び、社会人として活躍できるようにしようと学び、その他、練習会場で足を運び情報収集、クラブと近いところで学び、幼い頃からの夢を叶えた人もいる。

SNS で情報収集することもできるので、できるだけしておいたほうがいいと思う。

⑤学生時代にプロスポーツビジネスやプロモーションを学んだ経験のある職員に関して

専門学校を卒業した人は、自社のグループ団体のインターンシップを経験したことがある人を新卒として採用している。

新卒でも、内部経験者（インターンシップ）だと即戦力になる。

3. - 2 - 2 - 2 プロモート人材養成校

次に、プロモート人材養成校の回答についてみていく。

（1）河原医療福祉専門学校

①当該学科・コースのカリキュラムにおける特記事項について

実習として全員が、野球・競輪・バスケット・サッカーと地元にあるチームや団体で活動を行っており、プロの現場を味わってもらっている。

「学校の実技の授業で習ったものは、単体のみの学習となるため、現場では適用しない。現場実習では、現場での一連の流れを知ることができるので学びにつながる」と言っている学生もいる。自ら積極的に仕事を取りに行くように学生に伝えている。

②（行政、企業等）外部機関との連携について

実習先として、オレンジバイキングス、マンダリンパイレーツ、今治 FC、競輪等の選手を診ることができるようになっている。愛媛県でジュニアアスリート育成事業のトレーナーを柔道整復師科・鍼灸師科講師から出している。愛媛マラソンの救護班として選手のケアを毎年実施している。

③就職先について

メディカルコースの学生のうち、プロのトレーナーを希望する学生が半数、スポーツへの探究心で学んでいる学生が半数となっている。実際、プロスポーツのトレーナーとして働いている卒業生がいる。

④育成上の課題等

徒手検査に関する知識を学ばせなければならない。地元密着型で学生を育成していったほうがいいと思う。企画運営、マネジメント力、発想力をつけるための教育が必要だと感じている。

⑤その他

トレーナーとして、鍼、ストレッチをしている。学生には、マネージャーと同じような、試合現場の裏方作業（ドリンク作りやタオルを渡す等）を手伝ってもらっている。学生には、試合前の緊張感を教えていきたい。

（２）アップルスポーツカレッジ

①当該学科・コースのカリキュラムにおける特記事項について

カリキュラムに現場実習を導入し、様々な職種を経験させるようにしている。

現場実習以外では、座学において、球団フロントスタッフに、スポーツビジネス科対象として、産業ビジネスについての授業を行ってもらっている（アルビレックス新潟のバスケットボール、サッカー、陸上競技、チアリーディング等）。試合の運営方法、チケット販売での集客等も学ぶようなカリキュラムを組んでいる。

カリキュラムとしては、現場での経験が就職に役立っているようだ。プロスポーツチームでは、知識・技術だけではなく現場経験が必要とされている。「育てる」ではなく、「即戦力」を求めている。

実習先には、あらかじめ学科担当が「企画書」を持っていき、打ち合わせ（希望する就職先の種類、どのような力を身につけさせるか）を行い、実習先の配属を決めてもらう。

実習先の企業から年２回評価表をもらうようにしている。（販売、フロントスタッフ、社会人としての能力等を３段階評価で行っている。）

②（行政、企業等）外部機関との連携について

地域コーディネーター（＝市からの派遣職で各小学校に在席）を介して、近隣小学校と連携（陸上競技専攻科が陸上の技術指導を行う、クラブ活動指導、体力測定をサポート等）している。

また、ゼビオ株式会社とパートナーシップ協定を結んでいるため、独自ガイダンスの実施、現場実習の受入れをしてもらっている。そのため、企業側はお金をかけずに効率的に新人教育を行う事ができ、学校としては即戦力として採用してもらうことができている。

③就職先について

10%程度がプロスポーツクラブへ就職（トレーナー、柔道整復師）している。トレーナー科は、整骨院等に就職後、派遣としてトレーナーとして活動している場合もある。

④育成上の課題等

現場実習先とのミスマッチにより、希望する就職先が変更していく場合がある。また、就職内定後のモチベーション維持が課題である。現場実習と内定先の職種が違う場合起きうる問題（トレーナー系と販売系）があるが、現場実習の細分化を行なうことで問題解決を図っている。

⑤その他

プロモーション職を希望する学生は、12、3年前と比べると断然少なくなっている。現実として「就職しても収入が少ない」という情報が学生間に広まり、就職先として選ぶ者が減った。反面で、パーソナルトレーナー（プロチームを含む）を選ぶ学生が多い。

また、「パソコンスキル（特にパワーポイント）が必要」と現場からの声があったので、授業の中に導

入するようになった。

3. - 3 考察と課題 ～インタビュー調査結果について

上記の結果を踏まえ、地域プロスポーツクラブ及びプロモート人材養成校の現状と課題を考察していく。

3. - 3 - 1 地域プロスポーツクラブに関して

① プロモーション担当職員の現状と求められる素養について

プロモーション担当職員数に関しては、社員数 10 名以下のスモールクラブも社員数 50 名以上のビッグクラブも共通して数名程度の増員を希望しており、業界全体が慢性的な人手不足に苦しんでいる状況が見受けられる。また、プロモーション職の増員希望の本質が、新規分野挑戦・新規顧客開拓といった「攻めの増員」ではなく、欠員補充やオーバーフローした業務量を増員という形で緩和させる「守りの増員」が目的となっていることが、地域クラブプロモーション職の人手不足の深刻さを象徴している。

この状況下の中、地域クラブがプロモーション職人材に求めるスキルは、専門的なスキル・キャリアではなく「社会人として基礎的なビジネススキルやマナー」であった。類推するに、スモールクラブは社員個々が専門性を持たない「全員野球」の業務組織のため、社員には浅く広くのオールラウンダーを求めており、一方業務組織が確立しているビッグクラブでは、入社後組織内においてスキルを習得させることが出来るので現時点では必要ない、ということであろう。

いずれにせよ現状の地域クラブでは、まずはプロモーション職員の人手不足解消のため「ビジネスマンとしての即戦力」を求めており、専門的なスキルやキャリアはあくまでも付加価値として評価されるなど、まさに「守りの増員」が顕著に表れている。

今後各クラブが成長しプロモーション職の「攻めの増員」を画策した時には、クラブがプロモーション職員に求めるスキルやキャリアは変化していくかもしれない。

②社内研修について

調査の結果、地域プロスポーツクラブにおいては、研修や社員教育に対する感覚が一般企業よりも稀薄であり、ほとんどのクラブが研修を実施していない。しかしそれは研修や社員教育を軽視しているのではなく、クラブに「時間的・人手的に余裕が無い」という現状からである。それ故、社員教育の仕組みが無い多くのクラブは「既にビジネスマンとして出来上がった人材」のキャリア採用を画策しているが、人材確保に難航していることも事実である。

③職員採用において求める人材像について

即戦力を求めるクラブ側からすれば「社会人として基礎的なビジネススキルやマナー」を有することは必須であるが、欲しい人材に対し「心構えに関するリクエスト」が多かったのも特徴的であった。

一見華やかに見えるプロスポーツビジネスに対し憧れを持ち、漠然とした想いで入社してくる人材は、理想と現実のミスマッチに悩み長続きしない。地域クラブが抱えている人手不足の原因の一つに、この「離職率の高さ」が指摘されている。

業務内容をしっかり把握し、社員個人が信念をもって業務にあたるといった「仕事に対するマインドの形成・成熟」が求められている中で、プロモーター人事育成においては、「プロスポーツビジネスに対するマインド形成」という部分も必要とされているのであろう。

④学校・学生に求めるスキルやキャリアについて

圧倒的に求められたのがインターンシップ制度を通した「現場経験や社会経験」であった。それは、ス

キルの習得よりも、プロモーション人材としての「マインド形成」に期待しており、社会の現実・仕事の現実を最初から知って入社して欲しいということであろう。

多くの地域プロスポーツクラブが、マンパワー不足解消や企業人材確保のため、インターンシップ制度を受け入れているが、インターンシップ経験者が入社した場合の離職率は極めて低いそうである。

このクラブ側からの「インターンシップ制度における現場経験や社会経験のリクエスト」については、本調査において特筆事項の一つとして挙げられる

⑤外部機関との連携について

調査の結果、「行政機関」との連携については、告知宣伝を含む営業面、補助金などの資金面サポート以外に連携の事例はなかった。また「教育機関」との連携は、インターンシップ制度やボランティア派遣など「マンパワー」的な事例しか見られなかった。

公的な外部機関に対し、ビッグクラブの一部には「連携」と呼べる関係が成立していたが、多くのクラブでは実質的に「依存」「委託」という関係に見える。

外部機関との連携すら模索していないクラブも多数ある中で、今後プロモート人材育成における外部機関との連携については、大きな課題と言えるかもしれない。

3. - 3 - 2 プロモート人材養成学校に関して

①学科・コースのカリキュラムの特徴について

河原医療福祉専門学校：スキルとマインドの成長を期待しての現場経験の重要性は、確かに伝わってきた。しかし「将来この仕事に就く」という想いで経験を積むのと、「非日常の人生経験の一つ」として体験するのは、次元が全く違うと言えるだろう。この取り組みの中から、本事業の参考になる部分を今後模索していきたい。

アップルスポートスカレッジ：2年次より職場実習に力をいれスキルとマインドの成長を考えた取り組みを続けている。中でも、アルビレックス各球団やスポーツ業界など最長10ヶ月という期間でスキルやマインドを身に付けさせている、という点は特記しておきたい。球団スタッフとしてフロント業務や試合運営、先輩に同行し営業活動などを学生時代に経験できることは他にはできないものと考えられるからだ。

「プロモート人材育成」にとり、各種プロスポーツに直結している専門学校は、一層のカリキュラムを充実させていくことで、より現場に即したものとなっていくと考えられる。

②外部機関との連携について

河原医療福祉専門学校：完全に「個人のスキルアップ」を目的とした連携なのだが、この部分は本事業の参考になるのではないかと。「トレーナーのスキルアップ」から「プロモーターのスキルアップ」に置き換えた連携を本事業において明確にしていく必要があるだろう。

アップルスポートスカレッジ：様々なスポーツ業界、チームとの連携を図っている。話を聞く中では、プロスポーツ業界ではフロントスタッフは少なく、スポーツトレーナーとしての連携や指導者としての連携が多いとのことであった。

③卒業生の就職先について

河原医療福祉専門学校：就職先としては、プロモーター職の採用はほとんどなかった。

アップルスポートスカレッジ：プロチームへの就職はスポーツトレーナーの就職が多い(10%程度)とのことであった。球団職員としては職場実習からそのまま就職する者が数名いるということであるが、プロモーター職希望者は年々少なくなっているようである(今年度に関してはプロチーム・球団への就職はないとのことであった)。理由としては賃金の問題で夢を諦め、そして挫折する傾向が増えてきているということであった。プロモーター人材を育成し、輩出しても、採用にまで至るのはなかなか難しい現状がある

と考える。

④育成上の課題について

河原医療福祉専門学校：「企画運営、マネジメント力、発想力をつけるための教育が必要」だ、という回答が得られた。

アップルスポーツカレッジ：「企画力・運営力」「(就職後の)モチベーション低下を防ぐ」ことが必要という回答であった。

⑤その他

河原医療福祉専門学校：「技術系」(トレーナー等)と「プロモーター系」という大きな次元の違いがあったが、「裏方に徹するプロ意識」という教育の必要性に関しては、共通して求められるマインドとして語られていた。この教育は必要不可欠だと思われるので、特記事項として記載しておく。

アップルスポーツカレッジ：即戦力となる人材を育成するために職場実習を多く入れている。そのこともあり、実習から就職へ繋がっている。実習先の理解や協力があって、スキル、そしてマインドをより身に付けることができ即戦力として認められるということであった。一方、給与の面で諦めたり、途中で挫折したりする学生が多いこともわかった。球団側の受け入れ態勢や育成環境、待遇の改善も必要とされていると言えそうだ。

4. 成果の普及・平成30年度以降の事業展開の予定

ここでは、アンケート調査及びインタビュー調査の結果と分析を踏まえた上で、次年度以降の事業展開を展望する。

4. - 1 見えてきた課題

4. - 1 - 1 プロモーション職の配置について

アンケート調査の結果では、プロモーション職の平均は12.4名、また、理想とされる人数の平均は14.2名という結果であった。現状に加えて増員できるとすれば2名が理想と回答しているクラブが最も多かったという結果も合わせ見ると、プロモーション職の現状はおおよそ12名で、あと2名の増員を希望しているものが最も多い、という現状が浮かび上がる。

総社員数に比して、5割から6割がプロモーション担当職として理想だとされていることも合わせ見ると、クラブの現状としては担当職の不足が大きな課題となっているとは必ずしも言い難い結果だと言えるだろう。

しかし、(養成校も含め) インタビュー調査で明らかになったこととして、①入社志望者が必ずしも多くないこと、②職員の定着率が高くないこと、が課題とされていることがわかってきた。とすれば、現状として人材不足に悩むクラブは少なくないと推察できる。また同時に、会社の実情が SNS 等を通じ瞬時に学生たちに伝わる現在の社会状況を鑑みるに、球団職員の待遇をどう改善していけばよいのか、という問題も看過できない課題として浮かび上がってくる。

実際に、アップルスポーツカレッジでは、ここ十数年、球団フロント職(≡プロモーション職)への就職希望者は、待遇面を主な理由として激減してきている、という指摘もなされた。これは、こと一クラブに限らず、地域プロスポーツクラブ全体の課題であると同時に、当該職の社会的なイメージの改善も同時に必要であることを示唆していると言えるだろう。

4. - 1 - 2 プロモーション職に望まれるスキルについて

アンケート調査からは、まず、「交渉スキル」として、「営業力」「コミュニケーション能力」「交渉力」「企画立案能力」が、「マネジメントスキル」としては、「行動力」「現状を把握する能力」「経営力」「業務処理能力」が、また、その他として「PCスキル」「Web制作・運営スキル」「共同で活動するスキル」などが必要とされていることがわかった。(インタビュー調査では、「英会話」力があれば、海外を視野に入れたファン獲得にもつながる、という意見も聞かれた。)

また、インタビュー調査では、基本的なビジネスマナー・スキルが必要だという点が繰り返し話題とされた。

今回行った両調査から析出された望まれるスキルは、いずれも、地域プロスポーツクラブの職員にのみ求められるもの、というよりは、どのような業界でも必要とされるものと言ってよい。インタビュー調査において、「スポーツが好き」「当該球団が好き」という理由だけでは仕事を続けていけないようだ、という所感をいただいた。スポーツが好き、当該球団が好き、ということはもとより(否、語弊を恐れずに言えば、それ以上に)、いかにすれば当該クラブが人々にとって魅力的なものとなるのかを考え、目標をもち、それを実行に移していくか、が重要な能力だと考えられているようであった。

4. - 1 - 3 社員教育について

アンケート調査及びインタビュー調査いずれからも、入社後の社員研修はほとんど行われていないという現状であった。その要因として、スタッフ不足、時間がないこと、が主な理由として推測できるが、アルビレックスへのインタビュー調査においては、「プロモーション職を育てる上でどういった研修が適

切なかわからない」という実情も聞いた。大規模な球団でも、25 名程度のプロモーション職しか在籍しないという現状を考えると、社員教育を担う部署がきちんと整備され、なおかつ、スキルアップのための時間や経費を捻出できるまではどのクラブも追いついていない、というのが実情だと考えられる。

以上を鑑みると、プロモーション人材育成においては、やはり、いかにして即戦力を備える人材を養成できるか、という点が、当面重要とされざるを得ないであろう。

4. - 1 - 4 プロモート人材採用について

アンケート調査からは、採用の際には、既卒・キャリア経験者が優先されていることと同時に、同業種・類似業種経験者以上に異業種従事者が実際はより多く採用されていることが分かった。採用する際にポイントとされることが、「即戦力」となることであり「社会経験」があることとされている点から、クラブの採用をめぐる現状が見えてくる。それは、当該スポーツについて知見が豊富であること以上に（もちろんそうであることに越したことはないであろうが）、プロモーションの際に必要とされる、営業力、コミュニケーション力、交渉力などがすでに備わっているということが、採用に際して最も重視されているという現状である。

例えば、比較的球団規模が大きいアルビレックス新潟において、マーケティング部には元広告代理店、スポーツショップ店員が配置されていたし、営業部にはやはり元広告代理店、イベント企画会社、他領域での営業経験者が配置されていた。

アルビレックス以上に中小規模の球団においても、業種は違えども必要とされるスキルに関する経歴を有している者が、採用の際には優先されていると推察される。

「キャリアの有無が採用の前提」となると、「学生（新卒者）のチャンスはない」ということになってしまう。ただ、それは、インターンシップや継続的なボランティアによって補われる、と、クラブチームは考えているようだ。アルビレックスでは、25 名中 5 名程度新卒者が採用されているが、その多くが学生時代にインターンシップを経験した者であった。他機関との連携にも関わるが、インターンシップや継続的なボランティアが、キャリア経験を補うものとして採用の際に有利に働いている側面も見えてきた。

養成校としては、即戦力として求められるスキルが身につくような、実習、インターンシップ、ボランティアを含めたカリキュラム作成が、その課題として求められていると言えるだろう。

4. - 1 - 5 他機関との連携について

両調査において、他機関との連携として想定されているのは、専門学校とのインターンシップ・ボランティア、及び講師の派遣、といったものであった。他企業との連携、自治体との連携に関しては、（アルビレックスのような系列に異種球団等をもつクラブは別として）ほぼ過去の例がなく、また、今後のビジョンもない、というのが現状であった。

産官学がどのように連携を組んでいけばよいのかについては、今後、他の事例も調査しながら課題を析出していくこととなるだろう。

4. - 2 まとめ

本事業は、最終的な成果として、「人材育成ビジョンシート」及び「業界スキルマップ」の作成をめざすものである。それぞれが、どのようなものとして完成させられていくのかは、未だ明確ではない点もあるが、ひとまずは、「プロモーション職人材の育成のためにどのようなカリキュラムや学生の成長曲線が理想とされるか」を示すものを「人材育成ビジョンシート」、そして、「人材育成ビジョンシートが基する、業界に必要な個人のスキル・マインド、及び必要とされる各業界連携（コンソーシアムの理想形）の一覧表」を「業界スキルマップ」と指定し、次年度以降の事業の課題を以下に示したい。

4. - 2 - 1 「人材育成ビジョンシート」及び「業界スキルマップ」作成に関する課題

まず、当該シート及びマップ作成のためには、①プロモーション職に必要とされるスキル・マインドの析出、②地域プロスポーツクラブ成長のために必要とされる産官学連携コンソーシアムマップの作成、が必要と考えられる。

①に関しては、言うまでもなく、プロモーション職に求められるスキル・マインドがどのようなものなのかを定めていかなければならない。今回の調査において、求められるスキルは、「交渉スキル」として、「営業力」「コミュニケーション能力」「交渉力」「企画立案能力」が、「マネジメントスキル」として、「行動力」「現状を把握する能力」「経営力」「業務処理能力」が、また、その他として「PCスキル」「Web制作・運営スキル」「共同で活動するスキル」などが必要とされていることがわかった。今後は、これら抽出された要素を、人材活用事例調査（国内7地域、海外2地域を予定）によってさらにブラッシュアップしていく。

②に関しても同様に、人材活用事例調査で得られたデータをもとに、どのような連携が必要となるかを、形態（どのような業界、企業、自治体等と連携するか）、内容（どの企業、学校、自治体とどのような連携をするのか）の両面から検証していくこととなる。

以上の検証を通じ、最終的には、即戦力として求められる経験を涵養する教育カリキュラムの開発、及びシート・マップの普及につなげていきたい。

4. - 2 - 2 関連機関の連携体制の構築についての課題

シートやマップが完成しても、それらが実際に、養成校及びプロスポーツクラブにおいて有効に活用されなければそもそもの意味が失われてしまう。また、養成校の教育カリキュラムと、プロスポーツクラブの現状が乖離しては、適切な人材の輩出や就職後の定着にはつながっていかない。成果物が有効に利用されるためには、最低限でも養成校とプロスポーツクラブがしっかりと連携し、よりよい人材の育成にタグを組んでいく必要がある。

また、養成校、プロスポーツクラブ以外の諸団体との連携も視野に入れていく必要がある。すでに見てきたように、養成のための仕組みがいくら整っていたとしても、そもそも、プロモーション職を含めた地域プロスポーツクラブへと進んでいく者が増えていかないと意味をなさない。それには、プロスポーツクラブで働くこと、そのなかでまさにクラブのフロントとしてプロモートすることの意義が、就職を希望する者たちに伝わらなければならないだろう。当該職として働くことの意義を伝えること、そして、生活を支える糧を得るに十分な待遇が約束されていること、がともに大切となってくるだろう。

しかし、今回の予備的な調査から推測されるのは、経営的に決して成功しているクラブばかりではない、という現状である。素養は備えているのに生活ができないために夢をあきらめざるを得ない人材を減らしていくことが、この業界には求められていると言える。

そのためには、より良い人材を育成するための連携、のみならず、地域プロスポーツクラブが経営的にも安定するような仕組み作りも、本事業の課題となると考える。自治体も含め、主として地域の諸団体・業界が、地域を活性化させる、という目的を共有しつつ連携していくその形を、模索していくことが次年度以降の課題の一つとなる。

既述の通り、次年度以降、「人材育成ビジョンシート」及び「業界スキルマップ」の作成と同時に、必要とされる教育カリキュラムの作成を行う。また、それらを有効に活用し、プロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための各団体の連携形態を構築していくことも重要な課題となる。いずれも新たな試みであるがゆえに、協議会を中心に、各委員会がよりよい連携をし、次年度の成果につなげたい。

なお、それら成果に関しては成果報告会において報告する予定である。

▷参考

「業界スキルマップ」のイメージ

20●●年度 スキルマップ	
球 団 名	
担 当 者	
最終更新日	2019年2月19日

レベル4	指導をすることができる
レベル3	単独でできる
レベル2	指導を受けながらできる
レベル1	補助をできる

球団用

スキル名称			氏名															
大項目	小項目	基準	1	2	3	4												
			△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
営業	コミュニケーション能力 (交渉力)	・初対面の人と積極的に話す	4	3	2	2	1											
		・自分の考えを的確に説明する	3	2	4	3	2											
		・論理的に話す	4	2	3	1	2	1										
		・	3	3	3		2	2										
		・	3	2	1			2										
	商品知識	・商品について説明する	3		3			3										
広報	デザイン能力	評価基準を検討・決定	2					1										
			2															
			3															
企画	計画力																	
	実行力																	

20●●年度 スキルマップ	
学 科 名	
担 当 者	
最終更新日	2019年2月19日

レベル4	単独で応用的なことができる
レベル3	単独で基本的なことができる
レベル2	指導を受けながらできる
レベル1	補助をできる

養成校用

スキル名称			氏名															
大項目	小項目	基準	1	2	3	4												
			△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
営業	コミュニケーション能力 (交渉力)	・初対面の人と積極的に話す	4	3	2	2	1											
		・自分の考えを的確に説明する	3	2	4	3	2											
		・論理的に話す	4	2	3	1	2	1										
		・	3	3	3		2	2										
		・	3	2	1			2										
	商品知識	・商品について説明する	3		3			3										
広報	デザイン能力	評価基準を検討・決定	2					1										
			2															
			3															
企画	計画力																	
	実行力																	

4. － 3 成果の普及・平成 30 年度以降の事業展開の予定

①成果報告会の実施

2 月末～3 月上旬に実施予定。

②インターネットによる成果の普及

本事業の成果報告は、本校ホームページに公開することとする。なお、事業計画、実績報告をその内容とする。

資 料

「岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業」事業計画書

推進協議会・委員会 議事録（全体会、第1回委員会・協議会、第2回協議会）

アンケート調査結果

インタビュー調査結果

**「岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与
する人材を育成するための体制整備事業」**

事業計画書

(様式2-1)

30年度	番号
------	----

平成 30 年 11 月 29 日

平成 30 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」事業計画書

文部科学省 総合教育政策局長 殿

所在地 岩手県盛岡市大沢川原三丁目4番1号
法人名 学校法人龍澤学館
(学校名) 盛岡医療福祉専門学校
代表者
職氏名 理事長 龍澤 正美 印

平成 30 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」に関する
事業計画書の提出について

平成 30 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」について、事業計画書を提出
します。

平成 30 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」事業計画書

1 委託事業の内容

産学連携体制の整備

2 事業名

岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業

3 実施する取組(カテゴリー)

(1)全国版人材育成協議会の設置		分野	
(2)地域版人材育成協議会の設置	○	分野	スポーツビジネス
		地域	岩手県
(3)分野横断的な連絡調整会議の設置			

※ 実施する取組いずれかに一つ「○」を、(1)場合には分野名、(2)の場合には分野名と実施地域も記入すること。

4 代表機関

■代表機関(申請法人)等

法人名	学校法人龍澤学館
理事長名	龍澤 正美
学校名	盛岡医療福祉専門学校
所在地	岩手県盛岡市大沢川原三丁目4番1号

■事業責任者(事業全体の統括責任者)

職名	盛岡医療福祉専門学校 副校長
氏名	菊池 裕生
電話番号	019-624-8600
E-mail	h-kikuchi@morii.ac.jp

■事務担当者(文部科学省との連絡担当者)

職名	法人本部経営企画室主任
氏名	竹村 育貴
電話番号	019-622-6357
E-mail	takemura@tatsuzawa.ac.jp

5 事業の構成機関等

(1) 構成機関

<教育機関>

構成機関の名称		役割等	内諾	都道府県名
1	学校法人龍澤学館	全体統括	○	岩手県
2	学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	全体統括	○	岩手県
3	学校法人国際総合学園	協議会運営	○	福島県
4	学校法人河原学園	協議会運営	○	愛媛県

※内諾済の場合には、内諾欄に「○」を記入(以下同じ)

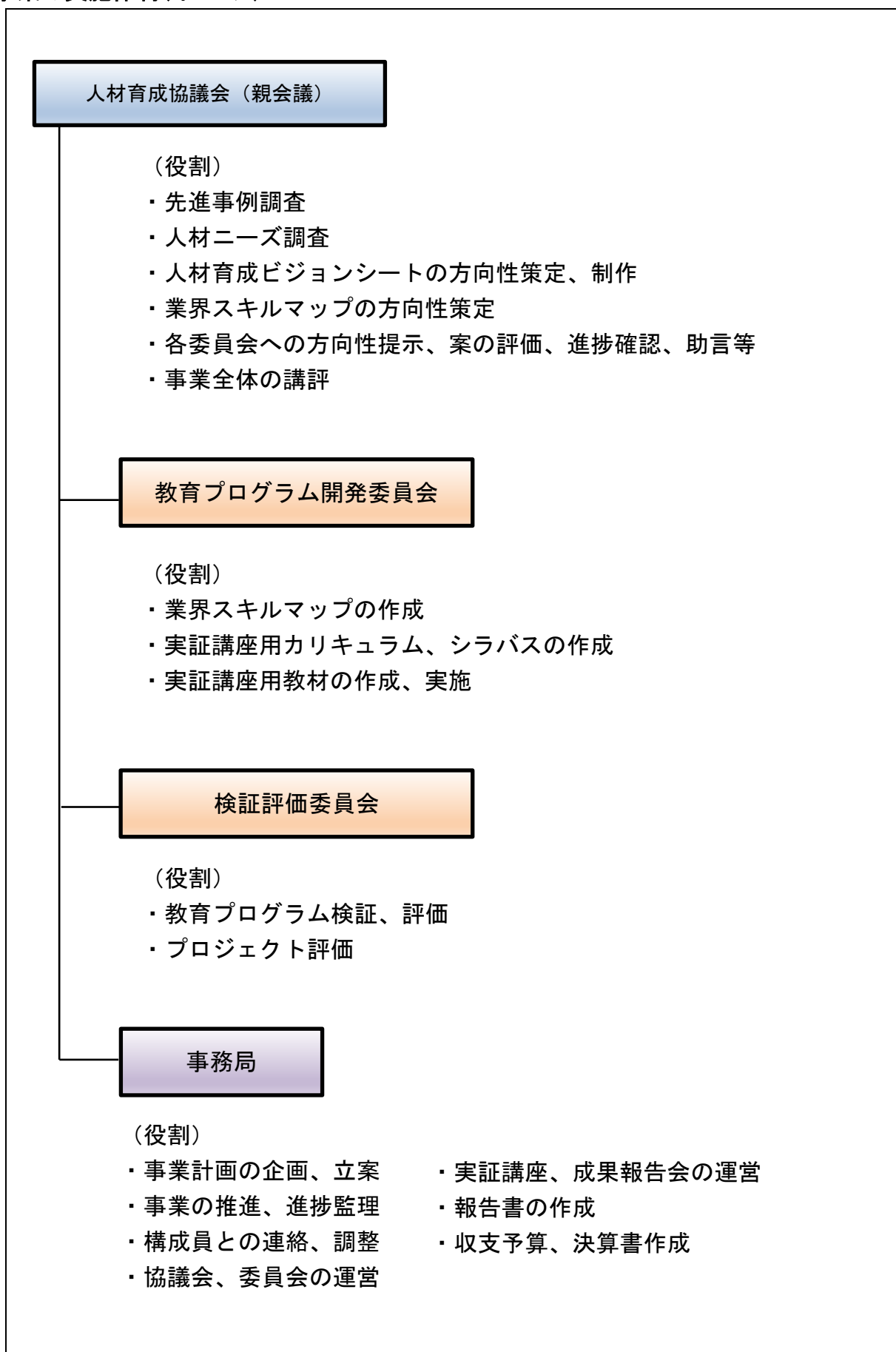
<企業・団体>

構成機関の名称		役割等	内諾	都道府県名
1	株式会社岩手ビッグブルズ	協議会運営、教育プログラム開発・評価	○	岩手県
2	株式会社いわてアスリートクラブ	協議会運営	○	岩手県
3	釜石シーウェイブス RFC	協議会運営、教育プログラム開発	○	岩手県
4	株式会社岩手日報社	協議会運営(普及)	○	岩手県
5	株式会社 IBC 岩手放送	協議会運営(普及)	○	岩手県
6	いわぎん事業創造キャピタル株式会社	協議会運営・教育プログラム開発	○	岩手県
7	株式会社スポーツブレイン	協議会運営・教育プログラム開発・評価	○	岩手県
8	有限会社ザ・ライスマウンド	協議会運営	○	東京都
9	株式会社ミッションスポーツ	協議会運営	○	東京都
10	公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ	協議会運営	○	東京都

<行政機関>

構成機関の名称		役割等	内諾	都道府県名
1	岩手県 文化スポーツ部 スポーツ振興課	協議会運営(助言)	○	岩手県
2	盛岡市 市民部 スポーツ推進課	協議会運営(助言)	○	岩手県
3	釜石市 総合政策課	協議会運営(助言)	○	岩手県

(2)事業の実施体制(イメージ)



(3)各機関の役割・協力事項について

○教育機関

(1) 先行事例調査、人材ニーズ・課題調査

人材育成ビジョンシート、業界スキルマップ、実証講座用カリキュラムの作成
実証講座会場の提供（座学）

- ・ 学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校

(2) 業界スキルマップ、実証講座用カリキュラムへの助言、評価

- ・ 学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校
- ・ 学校法人河原学園

(3) 事務局

- ・ 学校法人龍澤学館

○企業・団体等

(4) 業界が必要とする人材像の提示、既存データの提供、助言、評価
実証講座への講師派遣、実地講座会場の提供（実地）

- ・ 株式会社岩手ビッグブルズ
- ・ 株式会社いわてアスリートクラブ
- ・ 釜石シーウェーブス RFC
- ・ いわぎん事業創造キャピタル株式会社
- ・ 株式会社スポーツブレイン
- ・ 株式会社ミッションスポーツ
- ・ 公益社団法人ジャパン・プロフェッショナルバスケットボールリーグ

(5) 情報発信媒体への助言、成果の普及（取材協力）

- ・ 株式会社岩手日報社
- ・ 株式会社 IBC 岩手放送

(6) 事業実施運営の支援

- ・ 有限会社ザ・ライスマウンド

○行政機関

(7) 県、自治体の将来構想の提示、既存データの提供、助言、評価

- ・ 岩手県 文化スポーツ部 スポーツ振興課
- ・ 盛岡市 市民部 スポーツ推進課
- ・ 釜石市 総合政策課

6 事業の趣旨・目的

スポーツ庁、文化庁、観光庁は、ラグビーワールドカップ 2019 や 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の世界的イベントの開催以降も各地域のスポーツイベントと文化芸術資源を結び付け、世界に誇れる新たな観光資源を生み出すことにより訪日観光客の増加や国内観光の活性化を図り、日本及び地域経済の活性化を目指すため、平成 28 年 3 月 8 日に包括的連携協定を締結した。

また、平成 28 年 6 月には、経済産業省とスポーツ庁により設置されたスポーツ未来開拓会議が「中間報告～スポーツ産業ビジョンの策定に向けて～」をとりまとめ我が国のスポーツ産業推進に向けた考え方を示すとともに、その課題として、スポーツコンテンツホルダーの経営力強化や新ビジネス創出の促進、また、スポーツ人材の育成・活用等が挙げられた。

中間報告の中でも、経営人材の育成・確保という項目の中では、スポーツというコンテンツは多様な産業的価値を有しているが、これまで競技団体等のスポーツ団体はこの価値を生かした組織経営が十分にできていない現状がある。スポーツビジネスを推進する上で、マーケティング活動はもとより、ガバナンスの向上、スタジアム等の施設運営、興行等で必要となる様々な専門性や国際的な視野のある人材、また、それらを総合的にマネジメントする経営人材が各団体等に圧倒的に不足している。この要因として、大学や民間において、スポーツマネジメントをテーマとしたカリキュラムやセミナー等が展開されているものの、スポーツ界の実態に触れるような内容で行われるものは十分でないことが課題として提起されている。

岩手県では、2016 年の国体以降、ラグビーワールドカップ、オリンピックを控えて、スポーツへの機運が高まりつつありプロスポーツの担当部署も設置され、これまでの公的資金中心の負担の対象（コストセンター）から、官民協働による収益を生み出す対象（プロフィットセンター）への転換を目指している。

本事業では、こうした背景をもとに、クラブ価値向上のための企画立案やステークホルダーとのリレーション構築に寄与するプロモート活動を担う人材を育成するために、県内に設置されている 3 つのプロスポーツクラブ（J3 リーグのグルージャ盛岡、B リーグの岩手ビッグブルズ、ラグビーの釜石シーウェーブス RFC）及び県や自治体またスポーツ活性化協力企業が連携し、当該人材の育成をするための体制を整備することとした。

7 設置する人材育成協議会の役割

【人材育成協議会の目標】

人事育成協議会を中心に、スポーツプロモーター人材の育成に関する教育プログラムの協議、開発、実施、検証・評価のサイクルが継続的に検討できる場を形成することにより以下の効果をもたらすことを期待する。

【期待する効果】

本事業では、受託機関内で以下の各項目の達成を目指す。

- (1) 地域プロスポーツクラブの集客力、収益力の向上による雇用の創出
- (2) 地域プロスポーツクラブの組織基盤強化
- (3) 地域プロスポーツクラブ、教育機関、行政、スポーツ活性化支援企業、団体等との連携強化
- (4) 地域プロスポーツクラブの価値向上（ブランド向上）

【人材育成協議会の作業内容】

- ・ 産学官連携の協議の場作り
- ・ 人材育成ビジョンの作成
- ・ 業界スキルマップの作成
- ・ 実証講座用カリキュラムの開発
- ・ 実証講座用の教材の開発
- ・ 実証講座の実施、検証、評価
- ・ 継続した改善作業、協議会運営
- ・ 事業成果の公開、普及支援
- ・ 継続する協議会運営計画の作成

【人材育成協議会の PDCA サイクル】

計画（Plan）

人材育成協議会

→調査の実施

- ①人材ニーズ調査
- ②現状課題調査
- ③人材活用事例調査

→人材育成ビジョンの方向性の協議

→人材育成ビジョンの作成

→業界スキルマップの方向性の協議

→カリキュラムの方向性の協議

→産学官の将来マッチングの協議

実行（Do）

教育プログラム開発委員会

- 業界スキルマップの作成
- 実証講座用カリキュラム開発
- 実証講座用シラバス開発
- 実証講座用教材開発
- 実証講座の実施

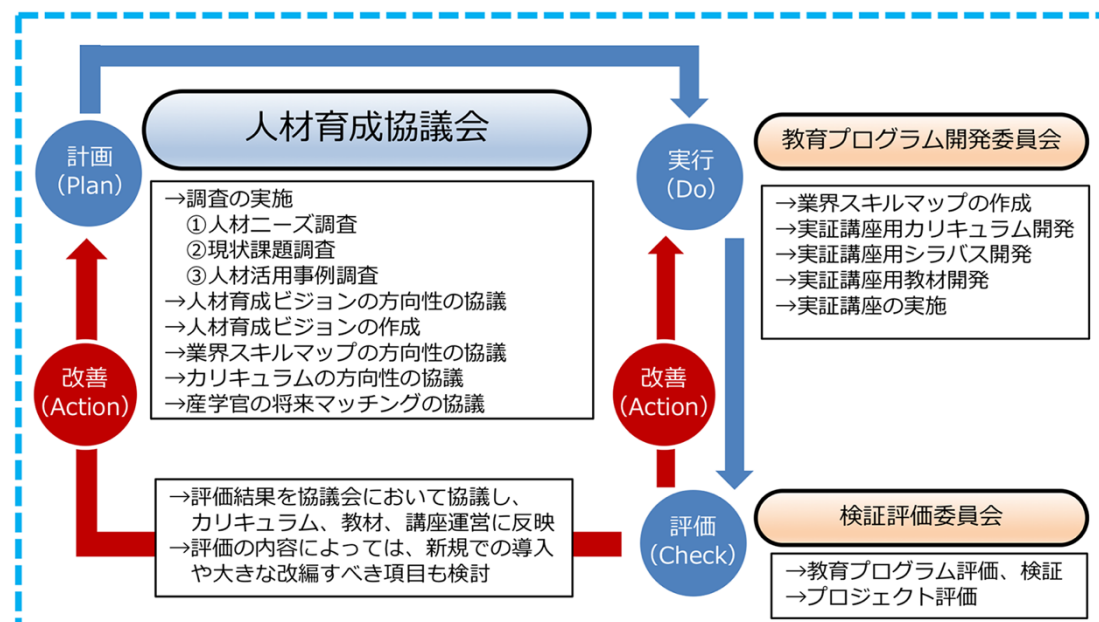
評価 (Check)

検証評価委員会

- 教育プログラム評価、検証
- プロジェクト評価

改善 (Action)

- 評価結果を協議会において協議し、カリキュラム、教材、講座運営に反映
- 評価の内容によっては、新規での導入や大きな改編すべき項目も検討



【委託事業終了後の目指す方向性】

- ・協議会の継続運営
- ・事業成果の情報公開
- ・他の専門学校でのカリキュラム導入支援
- ・他地域での協議会設置希望に協議内容の情報提供

8 取組の年次計画 ※各年度に実施する取組(3年間)を記載すること。

＜平成 30 年度＞:事業の方針策定、調査開始

■協議会

- ・人材育成協議会(2回)
- ・教育プログラム開発委員会(1回)
- ・検証評価委員会(1回)

■調査

- ・人材ニーズ調査(127団体)
- ・現状課題調査(127団体)
- ・人材活用事例調査(国内2地域)

■作成開発

- ・人材育成ビジョンシート策定方針の検討
- ・業界スキルマップ策定方針の検討

■成果発表

- ・報告書の作成、配布、公開

＜平成 31 年度＞:調査完了、試作開発、中間評価

■協議会等

- ・人材育成協議会(3回)
- ・教育プログラム開発委員会(8回)
- ・検証評価委員会(3回)

■調査

- ・人材活用事例調査
(国外2地域、国内7地域)

■作成開発

- ・人材育成ビジョンシート概要
- ・業界スキルマップ概要
- ・実証講座用カリキュラム(プロトタイプ)
- ・実証講座用シラバス(プロトタイプ)
- ・実証講座用教材(プロトタイプ)

■実証

- ・実証講座実施(5回)
業界概論1回、実務講義2回、実地研修2回を想定

■成果発表

- ・成果発表会開催
- ・報告書の作成、配布、公開

■協議会継続に向けて

- ・協議会継続運営に向けての方針の検討

＜平成 32 年度＞:開発完成、協議会継続計画の策定

■協議会等

- ・人材育成協議会(3回)
- ・教育プログラム開発委員会(8回)
- ・検証評価委員会(3回)

■作成開発

- ・人材育成ビジョンシート
- ・業界スキルマップ
- ・実証講座用カリキュラム
- ・実証講座用シラバス
- ・実証講座用教材

■実証

- ・実証講座実施(5回)
- 業界概論1回、実務講義2回、実地研修2回を想定

■成果発表

- ・成果発表会開催
- ・報告書の作成、配布、公開

■協議会継続に向けて

- ・協議会継続運営に向けての設置の検討
- ・同 運営計画の検討

9 事業を実施する上で設置する会議

※複数の会議を設置する場合には、欄を適宜追加して記載すること。

会議名①	人材育成協議会
役割・目的	計画(Plan):事業全体の計画・方針策定と推進を担う 人材育成ビジョンシートの作成
検討の 具体的内容	(平成 30 年度) ・事業全体の計画(各委員会への実施内容の方向性提示) ・調査(項目、内容、実施、検証、評価) ・人材育成ビジョンシートの策定方針 ・業界スキルマップの策定方針 ・Web サイト、SNS サイトの構築 ・事業全体の総括 ・次年度の計画 (平成 31 年度) ・前年度振り返りと各委員会への実施内容の指示 ・調査(項目、内容、実施、検証、評価) ・人材育成ビジョンシート概要 ・Web サイトおよび SNS サイトの更新

	・事業全体の総括 ・次年度の計画 ・協議会継続に向けた方針 (平成 32 年度) ・前年度振り返りと各委員会への実施内容の確認指示 ・人材育成ビジョン完成 ・Web サイトおよび SNS サイトの更新 ・事業全体の総括 ・協議会継続に向けた設置計画、運営計画作成		
会議での 議論結果の 活用方法	1、スポーツ産業の人材需要拡大の将来性検証の必要性 ・調査によりクラブ規模が必要人員数や必要スキルに与える影響を検証 ・調査結果をもとに産学官の協議による将来性予測を人材育成ビジョンに反映 2、初期成長期の定義 ・先進事例調査の中でクラブ規模(事業収入、社員数、サポーター数、スポンサー数及び額等)及び人口規模での仮説を設定し、岩手県のプロスポーツクラブ規模及び人口規模と比較から地域での到達点を検証 3、人材育成の到達点(スキルマップ) ・プロスポーツクラブが期待するプロモーター人材のスキルに関するアンケートを実施 ・国内外のスポーツクラブによるプロモーター人材の必要性和教育機関における教育事例についてのインタビュー調査を実施 ・アンケート調査およびインタビュー調査から集約されたスキルマップとクラブ規模の到達点を元にスキルマップの策定の方向性を示す ・検証評価委員会からの改善提案の検討 4、協議会の継続について ・3年間の協議会実施を元に、継続する協議会の設置計画(組織形態、会則・諸規定の作成)、運営計画を作成		
委員数	18 人	開催頻度	平成 30 年度は1月と3月の2回 平成 31 年度以降は年間3回

【構成員】

	氏名	所属・役職
1	龍澤 尚孝	学校法人龍澤学館 法人本部長
2	竹村 育貴	学校法人龍澤学館 法人本部経営企画室 主任
3	菊池 裕生	学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校 副校長
4	芦澤 昌彦	学校法人河原学園 教務部長・自己点検評価室室長
5	双石 茂	学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校 学校長

6	水野 哲志	株式会社岩手ビッグブルズ 代表取締役社長
7	高橋 理	株式会社いわてアスリートクラブ 取締役
8	桜庭 吉彦	釜石シーウェイブス RFC ゼネラルマネージャー兼監督
9	岩渕 真幸	株式会社岩手日報社 取締役 販売・広告事業担当兼広告事業局長
10	中村 聖一	株式会社 IBC 岩手放送 営業本部 営業局 テレビ営業部 副部長
11	猪俣 広志	いわぎん事業創造キャピタル株式会社 経営戦略室シニアマネージャー
12	藤川 雄一郎	株式会社スポーツブレイン 代表取締役
13	飯塚 正成	有限会社ザ・ライスマウンド 代表取締役
14	満田 哲彦	株式会社ミッションスポーツ 代表取締役 CEO
15	櫻井 うらら	公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ ライセンスグループ マネージャー
16	三ヶ田 礼一	岩手県 文化スポーツ部 スポーツ振興課 主任主査
17	渡辺 聡	盛岡市 市民部 スポーツ推進課 スポーツ推進係長
18	山崎 森敬	釜石市 総合政策課 主任

会議名②	教育プログラム開発委員会
役割・目的	開発・実施(Do): 人材育成協議会の方針を受けて業界スキルマップの作成と教育プログラムの開発と実証講座の実施を担う
検討の 具体的内容	(平成 30 年度) ・事業全体の計画の理解 ・人材育成ビジョンシートの策定方針の理解 ・業界スキルマップの策定方針の理解 ・次年度の開発内容の計画 (平成 31 年度) ・開発作業、内容の計画確認 ・業界スキルマップ概要 ・実証講座用カリキュラム ・実証講座用シラバス ・実証講座用教材 ・委員会の総括 ・次年度の開発内容の計画(改善部分の検討) (平成 32 年度) ・開発作業、内容の計画確認 ・業界スキルマップ完成 ・実証講座用カリキュラム完成

	・実証講座用シラバス完成 ・実証講座用教材完成 ・委員会の総括		
会議での 議論結果の 活用方法	(作業内容) ・人材育成協議会に開発と実証作業の案の作成と提示、評価・承認を得ること ・人材育成協議会に開発と実証作業に必要な協力を依頼する ・検証評価委員会からの改善提案の検討 (開発関連作業) ・人材育成ビジョンの策定方針、業界スキルマップの策定に沿った業界スキルマップの検討 ・実証講座受講者ターゲットと業界スキルマップの整合性検証 ・実証講座用カリキュラム・シラバスの作成 ・実証講座で目指すべき到達度と業界スキルマップとの整合性検証 ・目指すべき到達度に効果が期待できる教材の作成 ・開発した成果物の公開 (実証講座関連作業) ・効果的な情報発信の検討(メディア取材、web サイト、SNS サイト、関係各所への情報提供) ・講座実施運営協力の獲得 (講師の派遣協力、施設協力、参加者の募集告知協力)		
委員数	9名	開催頻度	平成 30 年度は3月に1回 平成 31 年度以降は年8回

【構成員】

	氏名	所属・役職
1	竹村 育貴	学校法人龍澤学館 法人本部経営企画室 主任
2	細川 直人	学校法人龍澤学館 法人本部広報担当
3	村井 文範	学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校 スポーツ健康学科
4	遠山 恵	学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校 スポーツ健康学科
5	伊藤 優汰	学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校 スポーツ健康学科
6	伊藤 康輔	株式会社岩手ビッグブルズ 取締役
7	小原 彬広	釜石シーウェイブス RFC 主務

8	阿部 一輝	いわぎん事業創造キャピタル株式会社 経営戦略室サブマネージャー
9	水沼 聡	株式会社スポーツブレイン 専務取締役

会議名③	検証評価委員会		
役割・目的	評価(Check): ・教育プログラム検証評価 ・プロジェクト評価 改善(Action): 人材育成協議会、教育プログラム開発委員会への改善要求		
検討の 具体的内容	(平成 30 年度) ・事業全体の計画の理解 ・人材育成ビジョンシートの策定方針の理解 ・業界スキルマップの策定方針の理解 ・次年度の検証、評価内容の確認 (平成 31 年度) ・検証評価項目の作成および確認 ・実証講座の検証、評価 (カリキュラム、シラバス、教材) ・人材育成協議会、教育開発委員会への改善要求 ・委員会の総括 ・次年度の検証、評価内容の確認 (平成 32 年度) ・検証評価項目の確認 ・実証講座の検証、評価 (カリキュラム、シラバス、教材) ・人材育成協議会、教育開発委員会への改善要求 ・委員会の総括 ・プロジェクトの全体評価		
会議での 議論結果の 活用方法	(作業内容) ・実証講座の実施講座内容の評価 ・実証講座の教育プログラム(カリキュラム、シラバス、教材)の評価 ・評価の情報公開を行う(web サイト、SNS サイト) ・教育プログラム、実証講座の改変や質向上 ・人材育成協議会へ人材育成ビジョンに対しての改善提案 ・教育プログラム開発委員会へ業界スキルマップに対しての改善提案 ・本事業全体を通じたプロジェクト評価		
委員数	4人	開催頻度	平成 30 年度は3月に1回 平成 31 年度以降は年3回

【構成員】

	氏名	所属・役職
1	菊池 裕生	学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校 副校長
2	水野 哲志	株式会社岩手ビッグブルズ 代表取締役社長
3	高橋 理	株式会社いわてアスリートクラブ 取締役
4	藤川 雄一郎	株式会社スポーツブレイン 代表取締役

10 実施する調査等(目的、対象、手法、調査項目の概要を記載)

調 査 名 ①	地域プロスポーツクラブにおけるプロモーター人材のニーズ調査、課題調査
調 査 目 的	・定量的、定性的なプロモーター人材のニーズと現状課題の把握 ・プロモーターに必要な能力やその能力を育成する教育内容、方法を明確にするための基礎資料とする。
調 査 対 象	・サッカー J1／18 団体、J2／22 団体、J3／17 団体 ・バスケット B1／18 団体、B2／18 団体、B3／10 団体 ・ラグビー トップL／16 団体、トップチャレンジL／8 団体 合計：地域プロスポーツクラブ 127 団体
調 査 時 期	平成 30 年
調 査 手 法	アンケート
調 査 項 目	①ニーズ調査 ・クラブ規模について(事業収益、社員数、職務別社員数、サポーター数) ・プロモーション担当について(スタッフ数、職員割合、求めるスキル(ビジネス全般、競技特性の別、人材数の将来希望) ・プロモーション担当の採用時学歴割合(大学、短大、専門学校、高校等)＋社会人、外国人の採用割合 ②課題調査 ・プロモーション担当の採用の現状と課題について(採用方法、研修等) ・プロモーション担当の育成の現状と課題について(指導者、育成プログラム、教材等) ・行政機関、教育機関との人材育成取り組み事例 ・専門学校生の採用実績とキャリアパス事例
分 析 内 容 (集計項目)	・プロモーター人材のニーズとクラブ規模との関係性を分析 ・現状と課題の整理 ・岩手県の地域性に共通する事項の抽出

成 果 に ど の よ う に 反 映 す る か	・人材育成ビジョンシート、業界スキルマップ、教育プログラム開発の基礎調査として活用 ・活用事例調査でのインタビュー内容に反映
---------------------------------	---

調 査 名 ②	プロモーター人材の育成と活用に関する先行事例の調査
調 査 目 的	・プロモーターに必要な能力やその能力を育成する教育内容、方法を明確にするための基礎資料とする。 ・ステークホルダーとのリレーション構築、プロモーションに効果を与える取り組みに対しての人材要件の把握 ・人材育成プログラムの先行事例調査（プロスポーツクラブにおける教育、産学連携事例、教育機関での教育プログラム等） ・地域間事例比較（国内地方都市、国内外の事例比較） ・リーグ、協議会による外部連携、人材育成の事例調査
調 査 対 象	・地域プロスポーツクラブのプロモーション部門責任者・担当者等（国内5団体、国外4団体） ・地域プロスポーツ活性化団体の外部連携部門担当者、人材育成部門担当者（国内4団体、国外2団体） ・プロモーター育成に関する教育プログラムをもつ大学、専門学校等の教授、教員等（国内5団体、国外1団体） 合計：国内9地域 14 団体 国外2地域7団体
調 査 時 期	平成 30 年度：国内2地域4団体 平成 31 年度：国内7地域 10 団体、国外2地域7団体程度実施予定
調 査 手 法	インタビュー
調 査 項 目	・プロモーション担当の人員数、業務内容、業務スキル ・ステークホルダー別リレーション構築、プロモーション展開の取り組みへのプロモーター人材の活動事例 ・人材育成プログラムについて （1）プロスポーツクラブにおける教育内容、産学連携事例 （2）教育機関における教育内容、産学連携事例
分 析 内 容 （集計項目）	・業務スキルの抽出と整理 ・人材育成の現状と課題の抽出（ギャップの把握） ・スキル修得に向けた教育事例と成果実績例
成 果 に ど の よ う に 反 映 す る か	・プロモーター人材の業界スキルマップへの反映 ・実証講座の受講生（学生、職員）の前提条件と到達目標の設定 ・人材育成ビジョンシート、業界スキルマップ、教育プログラム開発の参考事例

11 事業の実施に伴い得られる成果物(成果報告書を除く。)

＜平成 30 年度＞

- ・人材育成ビジョンシート策定方針
- ・業界スキルマップ策定方針
- ・調査報告書
 - (1)人材ニーズ調査(127 団体)
 - (2)現状課題調査(127 団体)
 - (3)人材活用事例調査(国内2地域)

＜平成 31 年度＞

- ・人材育成ビジョンシート概要版
- ・業界スキルマップ概要版
- ・調査報告書
 - (1)人材活用事例調査(国内7地域、海外2地域)
- ・教育プログラムプロトタイプ版
 - (1)実証講座用カリキュラム
 - (2)実証講座用シラバス

＜平成 32 年度＞

- ・人材育成ビジョンシート完成版
- ・業界スキルマップ完成版
- ・教育プログラム完成版
 - (1)実証講座用カリキュラム
 - (2)実証講座用シラバス
 - (3)実証講座用教材
- ・協議会の設置計画書
- ・協議会の運営計画書

■成果の活用方法

- ・事業成果報告書を地元行政、団体、企業、教育機関等 200 社へ郵送配布。
- ・事業成果のデータをホームページに公開
- ・成果発表会を開催し、地元行政、団体、企業、教育機関へ事業の取り組み紹介と成果を周知する
- ・実施校及び連携校のカリキュラムとして提供(導入支援とフィードバックでプログラムの質向上に活用)
- ・設置計画、運営計画を元に、委託事業終了後も人材育成協議会を継続的に開催
- ・他地域での協議会設置の参考となる協議内容の公開

推進協議会・委員会 議事録

(全体会、第 1 回委員会・協議会、第 2 回協議会)

文部科学省委託
「専修学校における地域産業中核的人材養成事業」
『岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業』
全体会 議事録

日 時：平成 31 年 1 月 15 日（火） 14:00～14:50
場 所：盛岡医療福祉専門学校 MCL 校舎 3 階 304 教室
出席者：23 名（※敬称略）

学校法人河原学園	芦澤 昌彦
学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校	双石 茂
学校法人龍馬学園	佐竹 新市
学校法人麻生塾	荒木 俊弘（麻生 健様代理）
株式会社岩手ビッグブルズ	水野 哲志
株式会社岩手ビッグブルズ	伊藤 康輔
株式会社いわてアスリートクラブ	高橋 理
株式会社岩手日報	岩渕 真幸
株式会社 IBC 岩手放送	中村 聖一
いわぎん事業創造キャピタル株式会社	猪俣 広志
いわぎん事業創造キャピタル株式会社	阿部 一輝
株式会社スポーツブレイン	藤川 雄一郎
株式会社スポーツブレイン	水沼 聡
株式会社ミッションスポーツ	満田 哲彦
岩手県文化スポーツ部スポーツ振興課	三ヶ田 礼一
盛岡市市民部スポーツ推進課	渡辺 聡
釜石市総合政策課	山崎 森敬
学校法人龍澤学館	龍澤 尚孝
学校法人龍澤学館	細川 直人
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	菊池 裕生
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	村井 文範
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	遠山 恵
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	伊藤 優汰

欠席者：4 名（※敬称略）

釜石シーウェイブス RFC	桜庭 吉彦
釜石シーウェイブス RFC	小原 彬広
有限会社ザ・ライスマウンド	飯塚 正成
公益財団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ	櫻井 うらら

議事

一 開会

二 あいさつ

龍 澤：文部科学省の委託事業ということで、むこう 3 年間継続して行っていく事業である。これから国として産業を発展させていきたい事業において、必要な人材をどのように育成していくかを、産学官金で連携していきながら、人材育成協議会を作って人材育成図を定めていくための委員会である。

これから、いかにスポーツで地域を盛り上げていくか、今回はその中でもプロモートできるような人材を専門学校で育成できるのではないかとということを文部科学省と

協議して採択を得た事業である。調査しながら、カリキュラム・開発をしていければと思う。

三 スタッフ紹介

(略)

四 事業の主旨と内容説明及び審議について

①事業内容について

龍 澤：本年度は、全国2箇所にあるスポーツクラブ・学校での人材育成・人材ニーズの調査をしていく予定となっている。目的は、産学連携体制をとること。それを元にカリキュラム作成、全国各地の学校が導入できるようモデル化していく。現在、国のスポーツへの事業規模は5兆円～5.5兆円だが、今後15兆円への拡大が見込まれている。その産業、そこに必要な人材育成を目指す。

本事業の構成員は、教育機関からは全国各地の専門学校。スポーツビジネスに関わる人材育成を行なっている学校もあれば、アスリート・トレーナーの育成、柔道整復師・鍼灸師等を行なっている学校もある。構成団体は、いわてビッグブルズ様、岩手アスリートクラブ様、釜石シーウェイブス様と、県内にあるスポーツクラブ様にも協力いただいている。広く周知するために、岩手日報社様、IBC岩手放送様にご協力いただく。市場調査・経済効果については、いわぎん事業創造キャピタル様に、スポーツブレイン様には、波及効果についての助言を頂く予定。他にも、ライスマウンド様には委託事業全般の助言をお願いし、ミッションスポーツ様は日本スポーツがどのように発展していくか等について広い視点から助言いただきたい。ジャパン・プロフェッショナルバスケットボール様は、リーグ運営会社から見たプロスポーツ事業の地域への発展、行政機関からは、岩手県、盛岡市、釜石市で、プロスポーツクラブに関連する自治体。産学官金の様々な立場から、プロスポーツを盛り上げていくために必要な人材育成について議論できればと思っている。

人材育成協議会が親委員会となっており、事例調査、方向性を決める。それを元に教育プログラム開発委員会・検証評価委員会がある。育てるべき人材を特定し、必要なスキル、どのようなプログラムが妥当かを協議していく。それぞれの協議会の役割、年次計画については、資料の年次計画書に記載してある。

②審議

菊 池：プロモーション人材を育成するための体制を作ることが、本事業の目的。

来年度、再来年度に実質的な事業が開始できるよう、ご助言いただきたい。

現在、プロスポーツ球団にアンケート調査を実施している。実際にプロモート人材の育成、プロモート人材がどのようなスキルを持って活躍しているかのリサーチをしている。

今後どのようなことをしていけばいいのか等御助言、御意見をいただきたい。

高橋様：選手含めスポーツでお金を頂く等できる場所が少ない。育てた人材が県外に出て行ってしまい戻ってこない。早い段階で、プロスポーツチームと触れ合う機会を設ける必要があると思うし、生まれた地域、場所で将来スポーツに関わっていくことができるようになるのが理想。

水野様：スポーツクラブで働くことは、内容についてなかなか外の人は分かりにくいのではないかな。希望を抱いている学生がいても、実際に働いてみると差がある。就職する前に、体験会のような形で経験しマッチングしていく必要があるだろう。会社だけではなく、自治体、学校等で連携していくべきだ。

山崎様：ラグビーワールドカップへ向けてスタジアムの建設をしたが、終了後どう施設を活用

していくかが問題になっている。

細 川：プロモーター人材をつくることから始まり、スポーツツーリズムなどグローバル的なことを考えられる人材育成ができればと思う。

三ヶ田様：スポーツの仕事は、何をするのか分からないというのが大半。その点を明確にできれば、子どもは仕事に魅力を感じるのでは。スーパーキッズと、将来どうなりたいかの面談をした際、トップアスリート、トレーナーになりたいという子どもが多い。スポーツに関わる仕事の種類がわからないからではないか。

五 連絡事項
特になし。

以上

【当日風景】



文部科学省委託
「専修学校における地域産業中核的人材養成事業」
『岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業』
第1回人材育成協議会・検証評価委員会 議事録

日 時：平成31年1月15日（火） 15:00～17:30
場 所：盛岡医療福祉専門学校 MCL 校舎3階304教室
出席者：17名（※敬称略）

学校法人河原学園	芦澤 昌彦
学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校	双石 茂
学校法人龍馬学園	佐竹 新市
学校法人麻生塾	荒木 俊弘（麻生 健様代理）
株式会社岩手ビッグブルズ	水野 哲志
株式会社いわてアスリートクラブ	高橋 理
株式会社岩手日報	岩渕 真幸
株式会社 IBC 岩手放送	中村 聖一
いわぎん事業創造キャピタル株式会社	猪俣 広志
株式会社スポーツブレイン	藤川 雄一郎
株式会社ミッションスポーツ	満田 哲彦
岩手県文化スポーツ部スポーツ振興課	三ヶ田 礼一
盛岡市市民部スポーツ推進課	渡辺 聡
釜石市総合政策課	山崎 森敬
学校法人龍澤学園	龍澤 尚孝
学校法人龍澤学園 盛岡医療福祉専門学校	菊池 裕生
学校法人龍澤学園 盛岡医療福祉専門学校	伊藤 優汰

欠席者：3名（※敬称略）

釜石シーウェイブス RFC	桜庭 吉彦
有限会社ザ・ライスマウンド	飯塚 正成
公益財団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ	櫻井 うらら

議事

一 開会

二 あいさつ

龍 澤：人材育成協議会が親会となっているので、いろんなことを協議して活動に移っていければと思う。自己紹介いただきながら、親睦を深め議論できればと思う。それぞれの運営委員の方から意見を出していただきたい。

三 委員紹介

（委員それぞれから自己紹介及び会社紹介。）

四 事業の主旨・内容説明・審議

菊 池：委員会については、検証評価委員会についてですが今年度内は本日のみ、人事育成協議会については、2月にもう一度委員会を開く。

両委員会の概要について、また、アンケート調査と聞きとり調査の2つの調査が本年度

中に実施する柱となっているので、こちらの概要と経過を説明する。(以下、事業内容の説明)

両委員会の概要と目的について、ご意見等あればお聞かせいただきたいが、いかがか。

(質問等無し)

菊 池：アンケート調査の内容についてご説明する。アンケート調査の目的は、プロモーター人材のニーズと現状の課題について、定量的な実態把握を目的としている。調査方法は、郵送調査とした。必要に応じて次年度以降も調査を考えている。12月25日発送、1月21日締切で実施。調査対象は、121団体。

インタビュー調査について。調査の内容については別紙裏面に記載。河原学園さんからは、プロリーグに関わっている職員の方にインタビューさせていただけるとのこと。行政機関との連携について、理想の連携体制をお話できれば、次年度以降のカリキュラムに活かしていきたい。

アンケート調査・インタビュー調査の概要と内容について話してきたが、不明な点、ご意見等あればと思いますが、いかがか。インタビュー調査については、まだ修正できるので、アドバイス等あればいただきたい。

芦澤様：インタビュー調査の内容4点、プロモーション職担当者に聞く内容としてあげているものについて、自分の同僚がプロモーションの仕事をしていて、苦労しているように見える。本人も試行錯誤しながら行なっているようだ。③の「特に望ましいスキル・キャリア」について、本人も確信していればいいのだが、確信に至れていない場合、答え切れるのかが不安。補うものとしては、仕事が上手くいっていることが大前提だが、本人が過去の経歴として、どんなスキルを学んでいるのかを聞かれるということなので、自覚していれば答えられるだろうし、自覚していないとしても、過去の経歴を聞くことで推論によってスキルがプロモーターとしての成功に結びつくという推測に結びつくのではないか。

藤川様：イベントがいいと思う人は会場に来てくれる、若しくは運営と関わっている正社員だが、違う方面からも、「こういうスキル・人が望ましい」という調査もあったほうがいいのでは。

菊 池：次年度以降の対象に含めていきたい。

水野様：プロモーション職っていうのは、くるとどこまでか。

菊 池：「営業・広報・運営・広告・ファンクラブ担当者」と全領域と定義している。

高橋様：その地域に根ざして、その地域を好きになれるかどうか、コミュニケーション能力とか、なかなか評価しにくい部分に対しての評価をしていかなければいけない。

満田様：クラブの方の人材をお手伝いしているのだが、定量的な調査に興味ある。クラブの方のスポンサー職、集客は難しいところ。前職で職をもってくることはほとんどない。かつ、新規で獲得は至難の業。現状で大事なものは、スポンサーを採っていくこと。途中で辞める等、人の入れ替わりがあるので、ヒアリングやディスカッションでスポンサーを集め、言語化して集め、体系化するといったノウハウになるのではないか。現場で働いている方のキーワードを集めておくことが必要だと思う。完璧な体系はない。俗人的なスキルがとても大切。

双石様：プロモーション職は各団体で同じイメージとして共有しているのだろうか。同じでなければ、返ってくる答えに統一性がないのではないか。厳格な規定を作成すると不都合がでる団体も出てくるような気がするが。

菊 池：小さい団体では「専門職」とは言えず、いろいろな仕事を合わせてしているのではとい

う意見もあった。プロモーション職の役割、仕事内容を知ること自体を、次年度以降の調査に盛り込んでいく必要があると感じている。

満田様：どういう組織体制・決定権で仕事を行なっているのかを知る必要がある。これからの人材育成を考えたとき、どういう組織体制で動いていくことがベストなのかを知ること、必要なプロモーション人材が見えてくるのではないかと。組織論で考えていったほうがいいのではないかと。

双石様：広報では、デザイン関係、MC は声優の学生、音響関係は音響系の学生がインターンシップをしている。

菊池：今回のご意見内容検討させていただき、早い段階で盛り込んで計画を作成していければと思っている。

五 連絡事項

第2回人材育成協議会実施について

調査結果の中間報告と、今後の流れについての確認について行う。

2月21日14時からの予定。

六 閉会

以上

【当日風景】



文部科学省委託
「専修学校における地域産業中核的人材養成事業」
『岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業』

第1回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：平成 31 年 1 月 15 日（火） 15:00～16:00
場 所：盛岡医療福祉専門学校 MCL 校舎 4 階 403 教室
出席者：6 名（※敬称略）

株式会社岩手ビッグブルズ	伊藤 康輔
いわぎん事業創造キャピタル株式会社	阿部 一輝
株式会社スポーツブレイン	水沼 聡
学校法人龍澤学館	細川 直人
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	村井 文範
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校	遠山 恵

欠席者：1 名（※敬称略）

釜石シーウェイブス RFC	小原 彬広
---------------	-------

議事

一 開会

二 あいさつ

人材育成が目標。

三 委員紹介

（略）

四 事業の主旨と内容説明及び審議について

①事業内容について

村 井：役割・目的は、人材育成協議会の方針を受けて業界スキルマップの作成と教育プログラムの開発と実証講座の実施を担う。具体的内容については、平成 30 年度は 4 つになる。来年度以降については記載の通りとなっている。作業内容及び開発関連作業、実証講座関連作業は記載の通り。

②審議

伊藤様：プロスポーツ球団の離職率が高い。理想と現実が違うためだろう。試合以外は地味な仕事が多い。子どもたちは、トレーナーのような仕事はイメージしやすい

が、運営側は見えてこない部分。実際に事前にインターンや勉強会を取り入れ、理想と現実の乖離が少なくなるのではないか。

細 川：実際にビッグクラブと言われるところは少ない。やりがいに頼る部分が多い。プロスポーツビジネスの適齢期は20代。だが、若者を育てる余裕がない。即戦力を求めてしまうので、キャリア採用に頼ってしまう。

伊藤様：人はほしいが、若者に教える時間もノウハウもない。自分たちも何となく仕事している状態。だから即戦力に頼ってしまう。しかし、若者は夢を持つてできる。経験を伝えることができるカリキュラムの中で、育てていきたい。

五 閉会

以上

【当日風景】



文部科学省委託
「専修学校における地域産業中核的人材養成事業」
『岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業』
第2回人材育成協議会 議事録

日 時：平成 31 年 2 月 21 日（木） 14:00～17:30
場 所：盛岡医療福祉専門学校 MCL 校舎 3 階 304 教室
出席者：15 名（※敬称略）

学校法人国際総合学園	国際ビジネス公務員大学校	双石 茂
学校法人龍馬学園		芝 鉄夫（佐竹 新市様代理）
株式会社岩手ビッグブルズ		水野 哲志
株式会社いわてアスリートクラブ		高橋 理
株式会社 IBC 岩手放送		中村 聖一
いわぎん事業創造キャピタル株式会社		猪俣 広志
株式会社スポーツブレイン		藤川 雄一郎
株式会社ミッションスポーツ		満田 哲彦
釜石市総合政策課		山崎 森敬
学校法人龍澤学園		龍澤 尚孝
学校法人龍澤学園		細川 直人
学校法人龍澤学園	盛岡医療福祉専門学校	菊池 裕生
学校法人龍澤学園	盛岡医療福祉専門学校	村井 文範
学校法人龍澤学園	盛岡医療福祉専門学校	遠山 恵
学校法人龍澤学園	盛岡医療福祉専門学校	伊藤 優汰

欠席者：8 名（※敬称略）

学校法人河原学園	芦澤 昌彦
学校法人麻生塾	麻生 健
釜石シーウェイブス RFC	桜庭 吉彦
株式会社岩手日報	岩渕 真幸
有限会社ザ・ライスマウンド	飯塚 正成
公益財団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ	櫻井 うらら
岩手県文化スポーツ部スポーツ振興課	三ヶ田 礼一
盛岡市市民部スポーツ推進課	渡辺 聡

議事

一 開会

二 あいさつ

（本部長よりあいさつ）

三 事業中間報告

（事務局担当者より資料をもとに、これまでの調査結果及び考察について報告を行った。）

菊 池：人材育成をより有効に行なうために、地域プロスポーツを地域を盛り上げるものとして成長させることが大切。地域おこし、スポーツツーリズムだけではなく、他のものを使った地域おこしは今回の調査のヒントになるのではないかな。

山崎様：国の制度で使えそうな制度があると思う。地域おこし協力隊の制度は、自治体が自由にテーマを決めて行うことができるもの。「その地域に応じた課題を解決することができる人材を募集する」という制度。学校、企業、自治体で連携を図るといいだろう。3年間のうちに人材育成を行い、育成を行なった上で、就職を考えるという流れもできるのではないかな。

満田様：本日は2球団いらしているが、インターンシップは受け入れているのか。

高橋様：昨年2名の実績がある（県外の球団からの協力）。人材が不足した場合、連絡を取り、適した人材を求める。2人とも、採用につながらなかった。スキルより、時期・タイミング、予算次第で採用が決まる。「スキル＝採用、即戦力」ではないので、インターンシップを行ったからといって、必ず採用に結びつくわけではないという現実を知った上でインターンシップに参加してもらうのが現実的である。インターンシップの期間は、1、2ヶ月だとお客さん扱いになるので、単純作業のみを与えてしまい、本当に身につくかどうか分からない。スキルを覚えてもらうより、現実を知ってもらうのが本質として大切。それでも仕事としてできるかを判断してほしい。だから、学校の下承も必要だろうが長ければ長いほどいいと思う。例え、そのインターンシップでスポーツ業界に入らないことを決めたとしても、他の業界でも通用するスキルを身につけることができると思う。

水野様：インターンシップ生にどこまでの仕事を任せるか、責任の所在はどこなのかという問題がある。短い期間でのインターンシップだと、当事者意識が低いと思う。経験による能力が、採用には大切になってくる。ビッグクラブになると、人気があるので給料が低くても求職者がいるだろうという考えがあるが、頑張ったらその分だけ対価があるのがいいと思う。

満田様：実際のところ、学校への期待値は低いのが現実。知識だけあっても困る。しかし、その状況下でも知識形成は学校でやるべきものである。スポーツを勉強し、スポーツ業界に携わりたい人はたくさんおり、球団側でも人材不足になっているが、球団と人材の間でのミスマッチがある。期待値は低いが、その中でも専門学校では、スキルや知識形成をしっかりと行ってほしい。「ビジネススキルがあるほうがいい」「特別なスキルは必要ない」という風潮があるのは事実。しかし、球団・選手が求めるサポートをすることができる知識や能力の模索を行ってほしい。

中村様：インターンシップは重要だと思う。岩手県の現状は、インターンシップの受入れを行う会社が少ない（看護、病院、第二次産業、漁業等）。岩手県は中小企業が多いので、インターンシップの受け入れ態勢が整っていない、連携先をつくれていないのが現実。プロスポーツの分野に関しては、そもそも範囲が大きくなっていない。岩手県の全ての事業に先駆けて、「岩手モデル」を作成していったほうがいい。

満田様：自治体の連携について、選手、職員の一部を自治体で雇うことも考えてほしい。

雇用の面で、賃金の安定の面で自治体がクラブを支える形をとるということがもう少しあってもいいのではないだろうか。

水野様：インターンシップを求めるプロスポーツチームは、人を育てる為に必要というより、1人でも仕事をする事ができる人材を確保する為の1手段と考えていると思う。
人を育てるためには、自治体から補助金などを貰って人材育成を行っていく責務を負うのも必要ではないか。

満田様：地域スポーツ球団で人材育成を行うためには、自治体のベースマネーが大きく感じる。
自治体との連携が、短期的にであってもいいと思う。

菊 池：自治体を動かすためのアクションはあるか。

山崎様：スポーツに関する計画が必要。
実際、釜石市でも現役の釜石シーウェイブスの選手を任期付職員・非常勤職員として採用している事例がある。

満田様：スポンサー企業に、サラリーマンと選手の両立をしている人はいるか。

水野様：今年からその取り組みを始めた。

満田様：看板の露出だけではなく、有期雇用でもいいので自治体の介入・連携が必要だろう。
クラブ職員は忙しいが、選手は割と時間があるという調査結果がある。スポンサー企業に雇用してもらい、選手にもスキルが身につく。セカンドキャリアを確認するいい機会となるだろう。その中で、専門学校がセカンドキャリアを支援する知識を身につけることも有効な手段ではないか。

山崎様：インターンシップのことだが、岩手の学生がインターンシップに積極的ではない。復興庁のインターンシップは最短でも1ヶ月以上としており、受入れ企業側も中長期でないと成果が出ないとしている。学生側の意識を変えることが必要となる。

藤川様：グルージャ盛岡の高橋さんは、前職で役職に就いていたのに転職したが、転職当初の給料はいくらだったのか教えてもらえるか。

高橋様：3万円です。というのが現実。

藤川様：一見華やかに見えるプロスポーツ球団だが、給料は現実そのくらい。それでも岩手のために、プロスポーツでチームを笑顔するために、と言えるかという、そうではない。マインドは、座学だけでは伝えきれないマインド形成が肝心になってくると思う。スポーツ業界への期待と現実のギャップがあるので、マインド形成が重要となるだろう。

高橋様：夢や希望はあるだろうが、現実をしっかりと見るために現場に出てほしい。

菊 池：業界スキルマップもシートも単なる基準にしかないが、スキル・マインドを含めたマップを作成していかなければならないだろう。

双石様：学生にスポーツ業界を含め、「仕事」を知らしめる必要がある。いくら能力があっても、仕事内容を知らなければならないだろう。

球団へのボランティアについては、県からのサポートをもらいながらスポーツ関係の学生だけでなく、他の分野の学生（ビューティーファッションの学生、パティシエの学生等）も、それぞれの分野でスポーツとの連携を図りながら、スポーツを知ってもらう活動をしている。インターンシップについては、ビジネス系を学んでいる学生はグッズ販売（スポーツ業界にとらわれない）、チケット販売、声優の学生がアナウンスを行う、運営をトレーナーの学生が行うなど、スポーツ体験のカリキュラムをどこまで入れていくかだと思う。スポーツビジネス科の学生は、「地域スポーツ体験」のカリキュラムを入れて体験させている。

芝 様：高知県は野球の球団のみ。専門学校ではどのような取組を行う事ができるのかを考えたとき、人間力やコミュニケーション能力などのスキルは、インターンシップを体験することで身につくと思う。「デザインできたら便利」「システムを使えたら便利」などの能力を専門学校で身につけさせていくのが良いと思う。

球団への若者の定着、球団のボランティア・インターンシップを含めて盛り上げていくための行政からの支援も必要になるのではないかな。

双石様：卒業生が、興業のときは他の業務を行っているが、主に Web や SNS の更新を行っている。また、球団と市、学校と市が包括連携協定を結んでいる。包括連携は、提案があれば、実行していくようにしている。

満田様：千葉商科大学の知人が、球団から企画・課題を与えられ、提案し、インターンシップに望むようにしている。回数を重ねていくうちに、学生に「リアル」な体験をすることができるようだ。

双石様：包括は、観光に関しては、学生の知恵やアイデアを求めている。鍾乳洞の中にイルミネーションを造ることになり、学生からのアイデアを反映させた事例がある。

菊 池：今回の報告書に加筆する部分もあるかと思うが、今後の課題として次年度以降のものになると思うので、引き続きご協力をお願いしたい。

四 今後の事業計画

菊 池：3月15日に成果物（報告書）の提出を含め事業終了となる。
年度内の委員会は今回で最後。

五 連絡事項

（予算執行状況について報告を行う。）

六 閉会

以上

アンケート調査結果概要

文部科学省「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」アンケート

▶調査の目的と記入上の諸注意

本調査は、クラブ価値向上のための企画立案や、ステークホルダーとのリレーション構築に寄与するプロモート活動を担う人材を育成するため、プロスポーツクラブ、自治体、及びスポーツ活性協力企業が連携し、当該人材の育成をするための体制を整備することを目的として、貴社の状況等についておうかがいするものです。
回答は、該当する番号に○をお付けください。また、数値を問う項目には数値を、自由回答の項目に関しては文章をご記入ください。
なお、「プロモーション人材(職)」とは、営業・広報・運営・広告・ファンクラブ担当者を指します。

◆下記の質問にお答えください。(2018年12月現在での現状についてお答えください。)

1. 貴社において、通常従事している総社員数は何名ですか？(常勤役員・契約社員・出向社員を含む)

名

5～9人

10～14人

15～19人

20～29人

30～39人

40～49人

50～59人

60～69人

(19.2)

(26.9)

(11.5)

(3.8)

(11.5)

(11.5)

(11.5)

(3.8)

100

1. -1 上記「1. 」のうち、外国籍の職員は合計何名いらっしゃいますか？(いらっしゃらない場合は「0」と記入ください。)

名

0人

1人

9人

(92.3)

(3.8)

(3.8)

101

2. 次の職務にはそれぞれ何名配置されていますか？また、そのうち外国籍の職員は何名いらっしゃいますか？(兼務の場合、主な業務を1つお選びください)

総務・経理職

...

名

1人

2人

3人

4人

5人

7人

8人

14人

未回答

(32.1)

(17.9)

(14.3)

(3.6)

(10.7)

(10.7)

(3.6)

(3.6)

(3.6)

200

(うち外国籍職員 名)

201

0人

未回答

(92.9)

(7.1)

チームスタッフ職

...

名

0人

1人

2人

3人

4人

9人

10人

12人

15人

27人

30人

未回答

(7.1)

(17.9)

(14.3)

(10.7)

(10.7)

(7.1)

(3.6)

(3.6)

(3.6)

(3.6)

(3.6)

(14.3)

202

(うち外国籍職員 名)

203

0人

1人

未回答

(82.1)

(3.6)

(14.3)

プロモーション職

...

名

0人

1～5人

6～10人

11～15人

16人以上

(3.6)

(17.9)

(39.3)

(14.3)

(25.0)

204

(うち外国籍職員 名)

205

0人

1人

未回答

(89.3)

(3.6)

(7.1)

2. -1 上記「2. 」のプロモーション職に「必要最低限の増員（新規採用）」が仮に認められるとしたら、現状に加え何名の増員を希望しますか？

名増員を希望する。（＊特に増員を希望しない場合は「0」と記入ください。また、「0」の場合は質問「3. 」にお進みください。）

0人 1人 2人 3人 4人 未回答
(28.6) (10.7) (39.3) (14.3) (3.6) (3.6)

2. -2 左記「2. -1」で、1人以上希望する、と答えた方のみにお聞きします。
新たに増員するスタッフに求めるプロモーション職に必要とされるスキルに関して、以下のそれぞれの観点についてできるだけ具体的にお答えください。

① 交渉スキルに関して（具体的な能力とその程度）

② マネジメントスキルに関して（具体的な能力とその程度）

③ ①、②以外に必要とされるスキルに関してご自由にお答えください。

2. -3 プロモーション職を新規採用する際、仮に、上記質問「2. -2」でお答えいただいたようなスキルを専門学校で学んだ応募者がいた場合、採用判断に影響があると思われますか？

- ① 採用に向け大きく影響する

(26.3)
- ② 採用に向けある程度影響する

(52.6)
- ③ 採用にはほぼ影響しない

(21.1)
- ④ その他（

）

(0.0)

3. スキル向上に向けて、プロモーション職を対象とした社員研修などは実施されていますか？

- ① 定期的に実施している

(0.0)
- ② 入社直後にのみ実施している

(0.0)
- ③ 不定期に実施している

(42.9)
- ④ 実施していない

(53.6)
- ⑤ その他（

）

(3.6)

（※質問は裏面に続きます。裏面の質問にもご回答ください。）

4. プロモーション職を新規採用する際、新卒採用と既卒採用（キャリア採用）に優先順はありますか？

400

- ① 新卒者の採用を優先する [→質問「4. -1」にお進みください] (0.0)
- ② 既卒・キャリア経験者の採用を優先する [→質問「4. -1」にお進みください] (42.9)
- ③ 特に優先順位はない [→質問「5. 」にお進みください] (53.6)

4. -1 上記質問「4. 」で、①、②を選択した方のみにお聞きします。優先順位をつけている理由があれば、その理由お教えてください。

410

5. プロモーション職の入社（配属）前の所属で、一番多いのはどれですか？

501

- ①学生 (3.6)
- ②同業種・類似業種従事者 (28.6)
- ③異業種従事者 (60.7)
- ④関係会社からの出向 (0.0)
- ⑤その他() (0.0)

502

6. プロモーション職の方の最終学歴で、もっとも多いのはどれですか？

600

- ①大学院卒以上 (0.0)
- ②四年制大学卒 (82.1)
- ③短大卒 (0.0)
- ④専門学校卒 (10.7)
- ⑤高校卒 (0.0)
- ⑥その他() (0.0)

7. プロモーション人材の育成・獲得のために、専門学校と連携を希望する取組があればお書きください。

700

8. 最後に、プロモーション職の新規採用の現状について、課題やご意見等ございましたらご自由にお書きください。

800

◆貴社の現状(2018年12月現在)についておたずねします。

F01

チーム名

チーム所在地

都 道 府 県

F02

ファンクラブ
会員数

名

・公表していない

F03

* 質問は以上です。最後までご回答いただき、誠にありがとうございました。

【文部科学省委託事業主管校 盛岡医療福祉専門学校】

インタビュー調査結果

インタビュー調査結果①

対象クラブ：愛媛オレンジバイキングス

所属リーグ：B.LEAGUE (B2)

本拠地：愛媛県

運営法人：株式会社エヒメスポーツエンターテインメント

ご対応者様：株式会社エヒメスポーツエンターテインメント取締役事業推進部長 開 大輔（ヒラキダイスケ）様、学校法人河原学園教務部長 芦沢 昌彦（アシザワマサヒコ）様、学校法人河原学園理事長 兼 株式会社愛媛オレンジバイキングス代表取締役社長 河原 成紀（カワハラセイキ）様

実施日時：2019年1月23日 14:30～16:00

実施場所：学校法人河原学園本部（愛媛県松山市一番町1-1-1）

細川（受託者）：

全国でサッカーやバスケットボール、ラグビーなど、地域に根ざしたチームが出始めていることはご承知の通りと思います。ただ、地域プロスポーツクラブと申しまして、先日事前にお願ひしておりましたアンケートの回答を集計してみますと、鹿島アントラーズさんやガンバ大阪さんといったトップリーグ常連のクラブのように運営体制の規模が大きいチームは別格であり、また、限られた数でございます。プロスポーツクラブの多くは、10名前後の小規模で運営されており、そこで雇用される人材も全くの未経験者や、そういった教育を受けてきた人材というのは少なく、日々運営を通じて能力を高められている現状を確認できるものでした。そういった地域プロスポーツの運営・プロスポーツ産業に寄与するような人材の育成を目的としたプログラムを作り上げるために、必要とされるスキルや産学の連携体制等について、実際に地域プロスポーツクラブを運営されているみなさまに現状や事例をお伺いするというのが本日お時間いただきました目的です。

お話をいただいた内容はオモテには出ないもので、是非ともクラブの実情や普段の運営の人材面で悩まれていることなど、外部からはわからないお話をお伺いできればと思います。

龍澤（受託者）：

オレンジバイキングさんは今シーズンで3シーズン目になりますか？

開様（調査対象）：

そうですね。Bjリーグ（旧リーグ）の際（2005-06シーズン）には大分をホームタウンとした大分ヒートデビルズとして誕生。その後2015-16シーズンに大分・愛媛のダブルフランチャイズ制となり大分・愛媛ヒートデビルズへ変更。2016-17シーズン（Bリーグ初年度）よりホームタウンが愛媛のみとなり現チーム名に変更しました。ですので愛媛単体でのチームとしては3シーズン目になりますね。

細川：ご協力いただいたアンケートの回答を拝見いたしますと、現在御社では8名で運営をされているそうですね。

開様：そうですね。社長を含めて8名です。

龍澤：「専任」となるとその人数は変わりますでしょうか？

開様：専任ですと、6.5名といったところでしょうか。

そのうちの一人は、社員というよりも旧リーグの下部組織というかbjアカデミーというところから名残もあって出向できておりまして、その人間がユースやクラブとかをみながらも、英語を話せるので外国人選手との契約なども担当しています。それもあって6.5かなと。

細川：現状の社員数である程度足りているとお感じになりますか？

開様：ちょっと不足しているかなと感じます。

細川：それは業務内容ですとどういったところで不足していると感じられますか？

開様：業務内容としてはどれかひとつということではなく、営業的な部分もあれば、興行のところの配置や、今後いろいろと考えていかなきゃいけない部分もございますので、その辺りで不足していると感じます。

細川：アンケートでお聞きしたところと重複してしましますが、今お話いただいた“不足”は、何名程度の人員で解消されるものでしょうか？

開様：お話した現状を充足するための追加人員としては、現実的に行くと2名ないし3名といったところでしょうか。その追加人員があれば現状は大丈夫かと思っています。
というのは、追加人員だけで不足を埋めるのではなく、私自身も含め、今いるスタッフもまだまだ営業先を回ったり、物事を考えたりすることもできるかなと感じるので。

細川：2〜3名というのは、チームスタッフを含めた数字でしょうか？

開様：いいえ。チームスタッフは含めておりません。別ですね。多ければ多いほど嬉しいのですが、現実的なところでいくとチームスタッフ別で、3名ぐらいです。

細川：増やすとしたらその3人も、言い方が悪いかもしれませんが素人や未経験者よりは、経験者といった即戦力を望まれるものでしょうか？

開様：「即戦力」といっても、どのベクトルの即戦力と考えるかは様々あると考えています。
私の勝手なイメージになってしまっていますが、この業界に入ってくる方は、多くがそのスポーツの経験者でそのスポーツ自体が好きであることが多く、そのことがきっかけとなっていると思います。もちろん好きなのはいいのですが、プロスポーツビジネスはまだビジネスとして確立されたものではなく、

運営をしながら築いて行く必要を私は日々感じています。そのような中で、そのスポーツが好きなことがきっかけとなって運営に加わる人材は、スポーツに対する思い入れの強さで（運営の）物事を判断してしまいがちです。

運営を行なっていくうえで、そのスポーツに対する思い入れがありすぎると、ビジネスとしての判断や視点が欠けてしまう。

だから、ビジネス感覚＝「ビジネスとして捉ええられる人」が私の思う“即戦力”ですね。

細川：なるほど。即戦力というと、「営業」であったり「企画」や「WEB知識」であったり、ある程度専門性のある分野での経験というイメージを持たれる方もいらっしゃると思いますが、そうではなく基本的なビジネス感覚を持った人材ということでしょうか？

開様：そうですね。特殊能力は必要なくて、基本営業ができる方であれば言葉悪くなりますが誰でもできるものだと思います。ただし、営業感覚を持って興行の企画ができるとか、営業感覚を持ってユースやスクールの運営ができるとか。我々はボランティアでやっているわけではないので、スポーツチームをコンテンツとしてどう営業していくか、企業等にそのコンテンツを活用してどうセールスしていくかという考え方ができないと、ここに来てもおそらく何もできない。ただ、そのあたりについてはこの業界にすでにいる人間でも多くがなんとなくしか考えられていないとも感じます。依然として単に「協賛お願いします」と言いにくいだけの営業もあり、そこに依存してしまっているという現状も業界に対する肌感覚として感じています。

細川：なるほど。私も今回のアンケートや過去の自身の経験から、スモールクラブであればあるほど社内で人材を育てている余裕はなく、即戦力として「有能なスポーツプロモーター」というのは現状では現実的でなく、それよりは「有能な営業経験者」を即戦力として雇用する方が現実的なのかなと感じています。

開様：はい。先ほど、「3名の不足」とお話しいたしましたけれども、その3名もどういった3名なのかと申しますと、ある程度経験を積んだ年齢層の方が1名と、30〜40歳ぐらいの私と同年代の方が1名。あとの1名は、新卒でもいいと思っています。新卒を採用することが地域の活性につながるという一面もあると思いますし、採用した若者の周りに対しても「あいつ、バスケットボールクラブに就職したらしいぞ。ちょっとどういう仕事か聞いてみよう。」と、その若者がハブとなって、試合を見に来てくれる人が増加したり、この仕事がどういうものなのかその若者のいた大学や専門学校の先生や後輩学生に伝わり、就職先の一つとして認識されるようになったりと、若者だから持つ波及効果だと考えるためです。

龍澤：新卒の方に対して、最低限こうあってほしいという能力はございますか？

開様：まずは最低限の敬語が喋れればいいですね。私は前職で電通にいましたが、大学では体育会にいましたのでその中の上下関係もあり、自分は最低限の敬語や礼儀作法はなんとなくできると思って入ったのですが、入ってみると全然違うということに気づかされました。大学とは全然違いましたね。ですので、最低限挨拶や敬語ができるとか、最低限のビジネスマナーがわかるとか、とりあえず元気であるとか、「わからないけどやってみます！」といった感じで前に転んでくれる。その辺りがあればなんとかなるのかなと思います。今の会社の人に対しても「とりあえずやってみな」と背中を押しています。とはいえ潤沢に予算があるわけではありませんので「お金はかけずにね」という一言は付け加えますが。でもその条件も一つのアイデアを考える力になるものだと思います。そして、やった結果だけを見て怒ったりはせず、行ったことに対して「どうすればより良くなるか」を考えてもらいます。そうやってトライ&エラーを繰り返し、仲間にも共有できる環境を作っていかないとダメだなと思っています。やった結果ダメでしたと終わってしまうと不毛ですよね。

また、やってもらったこと（何かしらのアイデアを実施してもらうこと）によって、その人の存在価値を認めているということが本人にも伝わるでしょうし、それをやりがいと感じて、継続して仕事をしてくれるものだと思います。

龍澤：途中で諦めてしまう方というのは、「実際に入社してみると思っていた仕事と違う」ですとか「同時に二つのことを考えられない」など、入社する前に抱いていたイメージとのギャップで諦めてしまうことが多いのでしょうか？

開様：そうだと思います。ファンから入ると思い入れが強すぎちゃって、7〜8割はすぐに续かなくなり辞めてしまうと思います。こういったビジネスは、自社のコンテンツをどう売り出すかが仕事です。ですのでチーム・選手も商品です。ファンから入ってしまうと好きすぎちゃって、「選手にそんなことをさせるの？」という反応をしてしまいます。ですので、現在の社員に対してもそうですが、選手も商品（コンテンツ）であることを日々意識するようにさせています。

龍澤：では、そのミスマッチを解消するためにスポーツプロモーターを養成する学校の中でどういったスキルを学ばせるとよいのでしょうか？

開様：これは、決めつけにもなってしまうかもわかりませんが、営業については会社に入ってから見ないと教えられると思いますので、「考える力」かなと思います。考える力があればいろいろな場面で判断して実行することができますので。あとはスキルとしてあると便利なのは、英語ですね。私は全く喋れないので。

細川：地方のプロスポーツも、海外からのお客さんも増えてくるなんて言われますよね。そういった際に案内を行ったり、SNS等で海外向けに発信したりということも増えて来そうです。

開様：そうですね。ですので、ある程度ビジネス会話がで
きるぐらいだと便利ですね。

龍澤：ビジネススキルに関してはいかがでしょう？先ほど
は、チャレンジ精神ですとか考える力というお話が
ございましたが、マインド的なところではなく。

開様：そういう部分でしたら、パワーポイント、エクセル
が使えるといいですね。求めるのであればMACをい
じれるのが一番いいですね。

あとは、デザイン好きな子がいるといいですね。現
在うちの広報は女の子なのですが、さらっと手書
きでイラストなんかを書くことができ、必要があ
ると描いてくれて、それを会社のリリースとしても
発信します。社内にそういうことができる人材がい
ないと社外に出す必要が出て来ます。

龍澤：社外に出すとどうしてもお金がかかったり、スピー
ド感ある対応ができなくなったりしますよね。

開様：そうですね。現状ではそういう対応ができる子がい
ることで業務の効率化にも繋がっています。外に頼
むとその分打ち合わせの時間も使ってしまいますし。
言葉が悪いですけども、デザイナーくずれのような
方がいると助かります。会場内でPOPを作って
もらったりもできますしね。

龍澤：スポーツ全般の知識や、日本や世界のスポーツ業界
の現状を知っていることについてはどうでしょう
か？

開様：いや、それについては、自分でアンテナを立てて情
報を収集すれば把握できることです。特に学校
で教わる必要は無いのではないかと思います。そう
いった情報に対して自分自身が興味を持って集める
人ですと嬉しいですね。

龍澤：では、地域の現状ですとか、地域の住民のクセや肌
感ですとか、いかがですか？

開様：そうですね、地域のことは知っておいてほしいです
ね。特にマーケティング的な面での地域のことであ
れば。

細川：答えづらい質問かと思いますが恐縮ですが、例え
ば2年後に御社に入社する若者がいたとすると、そ
の2年間でどういう学びを経験してほしいと思われ
ますか？イメージで結構ですので「こんなこと勉強
させておいてほしいな」等。

開様：難しいですね。2年間ですよ？そういう意味でい
くと、違うのかもわかりませんが、1年間はどこか
にインターンに出してほしいですね。期間としては
1クォーターアウトなのか2クォーターアウトなの
かはイメージできませんが。そこでまずは社会の厳
しさを学んで欲しいです。その後で、トークのスキ
ルとか、世界と日本のスポーツビジネスの違いや地
域スポーツの大義とかを学ぶと。そういう過ごし方
をして欲しいですね。僕らはお客さんやユーザーか
らお金をもらう商売ですので、接客業、例えば広告
代理店とかメディア系とか。いくつかそういった違
う職種を経験してほしいです。そうすることで「お
金をもらうってことはこんなに大変なんだ」という
ことや「こういうことになるクレームが出てくる
んだ」というシーンも経験できるのかなと。そうい
った経験を経ることでこの会社に戻ってきた時に
「こういうことになるクレームに繋がるからケア
した方がいいんじゃないですか？」といってくれる
とすでにいる社員にとってもいいですね。

細川：インターンで社会経験をする際に、オレンジバイキ
ングさんにインターンで例えば3ヶ月過ごしてから
外に出すということでもよろしいのでしょうか？そ
れとも分けた方がよろしいのでしょうか？

開様：それはアリですね。あらかじめうちの会社を知って
いただく上でも、研修で外に出しても、恥ずかしく
ないようにごく基本的なことやスキルだけでもその
期間内に教える感じだと思います。それはそれで人
のつながりもできるでしょうし知識も広がるでしょ
うし。

龍澤：スポーツに限らずエンターテインメント業界などで経験してほしいというご要望などはございますか？

開様：いいですね。そういう業界ですと尚更。究極を言う
と、パチンコ屋さんでもいいと思います。パチンコ
は「人にお金を使わせる」という意味で究極の接客
業だと思いますので。玉が出なければ怒られますし。
あとはゲームセンターですとか。ふとそう思うこと
があるんです。

龍澤：海外研修といったようなものはいかがでしょうか？

開様：そこは私個人的にはあまり必要ではないんじゃない
かなと思います。

龍澤：政府はこのプロスポーツビジネスを、現在の5兆円
産業から15兆円産業へ成長させるともいつていま
すし、その産業への人材育成も力が入ってくるとお
もっております。

龍澤：開さんはオレンジバイキングにきてどのぐらいにな
られますか？

開様：私はここにきたのが昨年の2月。ですので1年にな
ります。
前職で松山支社におりまして、その時の縁で知り合
い、こちらに参りました。

龍澤：前職、広告代理店にいらっしゃった際にご覧になら
れていたオレンジバイキングと、実際に中に入っ
てみた際の違いは何かお感じになりましたか？

開様：漠然と大変だろうなとは思っていましたが、そこ
まで違いは感じませんでした。

龍澤：出身は県内でいらっしゃいますか？

開様：いえ。愛媛県出身ではありません。

龍澤：社内の他の方は中途採用が多いのでしょうか？

開様：そうですね。中途採用が多いです。

龍澤：多くは地元の方ですか？

開様：いえ。地元出身者は二人だけになりますね。
あとは、前職が松山市あたりで、それでこちらに
来た感じです。

龍澤：もともとバスケットボール経験者や、バスケが好き
な人が多いのですか？

開様：経験者は女性ひとりぐらいですかね。

細川：求人は現在出されていますか？

開様：現在は止めています。

細川：求人を出すとすぐに反応はあるものですか？

開様：反応はありますね。ただ、履歴書の段階でちょっと
(採用を見送ることが多い)。

龍澤：もともと選手であったりアスリート出身の社員はい
らっしゃいますか？

開様：まだいないですね。ただ、必要だとは思っています。

龍澤：どういった面で必要を感じますか？

開様：ユースの運営であったり、選手間のネットワークで
あったり、選手出身でなければできない能力もあり
ますので。そういった人は将来的に必要なだと思って
います。

細川：選手からフロントに入る人材も必要かもしれません
ね。

選手からあがってきた際には、金儲けという視点は
植え付ける必要があるのかもしれないですね。

龍澤：現在はこういった組織図になりますか？

開様：まずは河原がいて私がいて、2人でチームのことをやり、選手交渉もして、その下は特に役職なく事業部があるという感じです。組織の形を成して行くのはもっと稼ぐようになってからですかね。
現状の組織体系は、あと4～5年で今のフェーズを脱していきたいと思います。

龍澤：現在の組織体系での人材ニーズと、次のフェーズでの組織における人材ニーズについては異なるとお考えですか？

開様：いえ、そこまで人材像が違ふとは考えていません。
ですので、次のフェーズになったとしても能力としては先ほどお話したような内容になると思います。
私は営業を11年ぐらいやっていたのですが、営業が全てだと思うので、全員営業ができないと何もできないと思います。
でも、営業って今はあまり希望されませんよね。

龍澤：学問としては大学も専門学校も「営業」というのはありませんが、営業について学校で教えるとしたら、こういったスキルを教えるのがよいのでしょうか？

開様：考えることがありませんのですぐにはイメージできませんね。
タクシーの乗り方ですかね？どこに偉い人が座るかとか。
そういったことを実践でやるのが一番いいのかな。
そういうことを教える必要なくやってもらえととても楽ですね。基礎的なビジネスマナーということになるのかな。
ビジネス文章の書き方、メールの書き方、企画書の作り方ですかね。あとは見積もりの作り方とか。ネットリテラシーもそうですね。
あとは、営業とは異なりますが「こういう状況なのでこうします」とか、「こうなのでこれをやりたいです」とか、そういった主体性は欲しいですね。単に「これどうしますか？」って持ってこられると困ります「データないからこっちだって判断できないよ」と。

龍澤：ちなみに御社では社員研修とかはなさっていらっしゃいますか？

開様：研修はありませんね。ですので、私が知っている人と飯を食べる時に一緒につれていって、外の人から「こうなんだよ」と教えてもらうことはありますけれども。
研修の場を特別に設けるようなことはありません。

細川：おかげさまで本日は貴重なご意見を頂戴することができました。
また来月の委員会でもご足労いただくこととなりますが引き続きよろしくお願いいたします。

インタビュー調査結果②

対 象 法 人：株式会社学校法人河原学園

河原医療福祉専門学校

ご 対 応 者 様：同校 教務部部長村田 景司（ムラタケイジ）

様、教務主任 前田 稔行（マエダトシユキ）様

実 施 日 時：2019年1月23日

16：30～17：30

実 施 場 所：学校法人河原学園河原医療福祉専門学校
（松山市柳井町3-3-13）

細 川（受託者）：

全国でサッカーやバスケットボール、ラグビーなど、地域に根ざしたプロスポーツチームが出てきていることはご承知の通りでございます。ただ、プロスポーツクラブと申しまして、大企業のクラブと地域に根ざした運営が行われているミドル規模以下の小規模クラブとは内実が大きく異なると思います。

今回のこの事業では、後者の小規模地方プロスポーツクラブの人材育成について研究を行う内容となっております。そういった人材の育成に必要な要素につきまして、愛媛オレンジバイキングス（以下、オレンジバイキングス）さんを知り、また、学校として普段から人材育成を行なっている立場から、忌憚なくご意見やアドバイス等を頂戴できればと思っております。

前田様（調査対象）：

私はオレンジバイキングスさんから「ちょっとトレーナーとして手伝ってもらえないか」というお話を頂戴しまして、チームに行かせていただいて、選手のストレッチや鍼をさせていただく等、プロスポーツの現場にすることがあるのですが、まず感じたのが、プロのスポーツ現場の緊張感なんですよね。小学校や中学校や高校などのスポーツ現場には学生とも一緒にこれまで行くことがあったのですが、その現場の感じとは全く異なる緊張感をプロの現場でまず感じました。と同時に、「これ（プロの現場の緊張感や雰囲気）を学生に教え

てあげたいな」と思いました。試合が始まる前はピリッとした空気感で、試合が終わると和やかになる。スイッチの切り替えとでも申しますかそういう違いですね。

普段治療院でも施術をすることがありますが、同じ選手に触るにしても、治療院と試合会場とは全く異なります。トレーナーとしての目線ではなく教員目線で考えて、この体験を学生に教えてあげたら将来その学生がプロの現場はこういうところだということがわかってもらえるんじゃないかなと思います。

本校にはスポーツトレーナーを養成する学科というものがございまして、私が選手の体をストレッチしたり専属トレーナーがテーピングを巻いたりするところを、後ろに立ってその学生が、見学することで技術だけでなく現場の空気感や雰囲気味わってもらえることがあります。

そういった場に参加した学生に聞くと、学校の授業で習ったストレッチやテーピング技術では通用しないことがわかったと言いますね。学校では、体の部位ごとにストレッチやマッサージの仕方を習います。しかし現場では、選手のケアを一連の流れでスピーディに行う必要があります。例えばハムストリング単体のストレッチについては「ここをこう伸ばす」ということは理解していても、一連の流れの中でコンディショニングを確認しながら如何にスムーズに行うか、そういうことは現場に出ないとわからないので、学生にもプラスになっています。

細 川：チームに参加される際にはトレーナーとしての立場で参加されているかと思いますが、トレーナー以外の仕事もされることはございますか？

前田様：私は行くからにはトレーナーだけでなく、全てやらせていただくというスタンスで行っています。選手よりも早めに会場に入らせていただいて、まずはドリンク作りをすべての選手分を行います。もう2年目になりますのでどの選手がどのドリンクメニューであるかは覚えておりますので。そうやって、来た選手に今日の体調を聞きながらドリンクを手渡ししています。

細 川：その際には学生にも手伝ってもらうことはありますか？

前田様：はい、手伝ってもらいますね。ただ、時間がないもので、ドリンクひとつをとっても、メニューによつての作り方や手早くつくる方法や、床にこぼれた水滴で選手のバスケットシューズが濡れ、滑ってしまわないように、床にこぼさないように細心の注意を払って行うなどの指導をしつつ、選手の体に触る以外のことは全部一緒にやっています。

細 川：試合現場の裏方的な部分も学生は体験するわけですね？

前田様：はい、そうですね。

細 川：それは学生にとって貴重な経験となりますね。

村田様：マネージャーがやるような仕事を全部学生は体験するわけです。

細 川：チケットのセールスやフロント業務は経験するのでしょうか？

前田様：そういったフロント的なところやお金に関わることは体験しません。
本当に裏方的な部分だけとなります。

細 川：チームスタッフとして若手を育成する際に、「こういうスキルは必要」ですとか「こういうことを教える必要がある」ですとか、そういったことで何かお感じになられるところはございますか？

前田様：そうですね。自分から積極的に仕事を取りに行くことですかね。

初めてですと全体の流れがわからないからしょうがないと思いますが一度全体の流れを経験するとわかるので、2回目からは全部自分から仕事を取りに行きなさいと学生に伝えています。プロの試合の会場に行くとみなさんピリピリしているので、ヘッドトレーナーがやっている仕事以外で、マネ

ージャーがやるような仕事をすべてやる勢いで、メディカルバッグを後ろに移動しましょうか？とか、ドリンク作りましょうか？タオルを選手から回収しましょうか？とか、全て自分から声をかけて積極的に動きなさいと指導しています。

私は鍼灸師なので、鍼をするときに見学者を入れる場合があるのですが、見学する場合はもっと近づきなさいと伝えています。見学の許可は得るので、食欲に、積極的にしないと！と。これは柔道整復師コースの治療所に選手が来た場合になります。

龍 澤：スポーツトレーナー学科の学生さんが試合で裏方の手伝いを経験されると思いますが、柔道整復コースの学生は会場やチームに対して手伝われるシーンはないのでしょうか？

前田様：バスケットボール（オレンジバイキングス）に対してはそうですね。治療所に来た時に希望があれば見学するだけになります。

村田様：バスケットではありませんが、野球の四国アイランドリーグもございますし、サッカーは愛媛FCもございます。さらにはプロの競輪選手。そういったところには行かせていただいております。幸い田舎なものですから、そうして色々なところに行かせてもらえます。ですので、野球は野球だけ、サッカーはサッカーだけという形ではなく、広くいろいろなプロスポーツの現場を経験させてもらっております。

柔道整復や鍼灸の学生だけでなく、スポーツトレーナー学科もそういった形で経験できる現場が多岐にわたりますし、それぞれのスポーツでもトレーニングの仕方一つをとっても異なりそれを実際に見られる。これは非常にありがたいことです。

細 川：学生さんがプロスポーツの現場に行くのは、オレンジバイキングスさんの試合だけになりますか？

村田様：野球もそうですね。実習という形で。

細 川：では1人の学生が色々なプロスポーツの競技の場に行けるわけですね？

村田様：はい。やはり全然違いますよ。現場は、プロの体は違いますからね。同じ競技でも、例えば自転車ではロードの選手と短距離の選手と筋肉のつき方や鍛え方が違いますからね。そういうのを触らせてもらえるというのはさもないのと全然違いますよね。

細 川：そういった経験を経て卒業された方でどこかプロスポーツの世界で活躍されていらっしゃる方はいらっしゃいますか？

村田様：いますよ。ムラカミというのが今、大リーグで春のキャンプでのメディカルトレーナーとして活躍していますね。東京や大阪の学校であればそういった世界にも入れるのかもわかりませんが、この田舎の学校を出てそういう世界に入れるというのはこういう活動をして見たり触ったりしているからなのかなと思いますね。

細 川：先ほどの繰り返しになってしまうのですが、そういった世界で活躍するような人材を育てるにあたって具体的に必要なものはございますか？

前田様：先ほどの、主体性や積極性以外ですよ？
「徒手検査」ですかね。私はメディカルなので、あれですけども、徒手検査というのは怪我をした時に、その怪我が緊急の医療を必要とするのか、それとも一旦ベンチに下がって安静にしていればいいものなのかといった状況判断を自身の目と手で行うことです。その知識が必要かなと思います。

村田様：柔道や剣道といった武術の強化合宿に学生をつれて（サポートで）参加する実習がありますが、3日間4日間の合宿の中でやはり脱臼や骨折などの怪我がおきてしまうんですよ。そういった状態というのは、教科書の中では見ることがあってもなかなかお目にかかることは治療院をやっているとは思いません。失礼かも知れませんがそういったことも貴重な経験になると思います。もちろ

ん怪我だけでなく、テーピングをする際には「やらせてください」と積極的に実習をしにも行きま

すし、やはり喜んでいただけるんですよ。

細 川：そういった実習（現場への参加）は、先方から声がかかるものですか？それともこちらから働きかける場合が多いのですか？

村田様：初めは向こうからでしたね。「合宿期間中に毎日整骨院等に通うのもたいへんなので、協力してもらえないか？」と。ただ、参加してみるとこちらにも貴重な「触れる機会」にもなりますし、あちらにも喜んでいただけるので。また、こういう実習を行う際に、入学から1年も経っていない学生がここまでになるんですよという話をすると、来ていただける（入学する）方や興味をもっていただける方が増えますよね。

前田様：普通に勉強するだけではダメですよ。いろんな経験をしながら、積極性を持って学ぶことが必要ですね。その中でもすごく勉強する学生が大きな舞台に行っている。

村田様：もともと、楽天ゴールデンイーグルス林トレーナーは、進路として野球の世界ではなくサッカーを希望していたんですよ。愛媛FCに入りたかったんですが一杯だったので、たまたま空いていた野球の方に行きました。そして、1年目だけ四国アイランドリーグにいましたが2年目から楽天に行きだしてやっていた。今西武ライオンズにいる、イトウというトレーナーも、最初は四国アイランドリーグにいました。ですので、アイランドリーグで何年かいてそっちのプロに進んで行くというのは非常に面白いですね。

愛媛ではヤクルトスワローズさんなんかも来て練習やトレーニングされますが、（アイランドリーグにいけば）そういう時にトレーナーと一緒に入って行くこともできますもんね。

細 川：現場の空気に触れさせるっていうことは大事ですね。

村田様：そうですね。教室で習ったことだけでは現場に出た時に判断できませんから、（その道の）先輩とかと一緒に現場で体験することでわかってくることは多いですからね。

龍 澤：現場に出ることで、雰囲気や空気感、相手の状態などに「慣れる」ということもあるでしょうし、「もっと真剣に取り組まなければ」と、学びのさなるモチベーションにもなるのでしょうか。

村田様：そうですね。そう思います。

前田様：ですので毎回現場に行く度に「初めてだと思って真摯に取り組め」という話はしますね。「相手はもちろんプロ、そしてその現場では我々もプロとして望め」と。

現場では、選手やチームの方も冗談を言ったりすることもあるんですが、そこに学生がノリすぎてしまうと問題になるのでその線引きはきちんとするように言っています。

練習の手伝いとして、選手のシュート練習の際にボール拾いをするのですが、ボールを拾った学生に対して選手が「シュート打ってみていいよ」と言ってくれたとしても、「ここはプロ選手の練習の場であり我々はあくまでトレーナーとして来ているので絶対に打つな」と伝えていきます。普通のことなんですけどね。そこは白黒つけて判断するように。

スポーツ選手は我々に対して気さくに声をかけてくれますし気も使ってくれるので、距離が近くなりやすいのですが、「垣根」はしっかりしないとイケませんよね。我々はあくまで裏方。出しゃばらない。

龍 澤：スポーツトレーナーを目指す学生というのは、入学者の中でどのぐらいいるのでしょうか？

前田様：全員が全員プロのスポーツトレーナーを目指して入ってくるわけではありませんね。

「とにかくスポーツに関わる場所に行きたい」という学生さんが半数、残りは「普通の勉強（柔道整復・鍼灸）にプラスしてスポーツの勉強もし

たい」という学生さんですね。あとはトレーナーには興味がないけれども知識として探求したいという方もいらっしゃると思います。鍼灸と整復の知識だけではなく、体の動かし方やコンディションの見方ですとかそういうことを知りたいという、志や目標が高い学生さんやいっぱい勉強したい学生さんなんか来ています。

龍 澤：そういう学生さんが勉強もしつつ現場で学ぶことで、プロの現場に興味を持ったり、さらに志や目標、モチベーションが高まったりするわけですね？

村田様：それはもうそうですね。

2部リーグ3部リーグや地域密着型とか小さいクラブで余裕がないのはわかっていると思うのですが、それでも「この道でやって行く」という覚悟がある人が就職先として選ぶわけですから、そりゃあ上まで登って行きますよね。

さらに繋がりのある外部の人を講師として呼んで来たりもするので、そこで人脈ができて面白いことにもなったりします。

村田様：ただ、アスレチックトレーナーの方に専任で先生として入っていただくというのがすごく難しいですね。うちはたまたまそういう方が出産で前職を辞めていらっしゃったので、わずかな可能性にかけて声をかけたらたまたま入っていただけたりしましたが。そういう方はなかなかおられないので兼任の先生が多いです。

龍 澤：オレンジバイキングスさんのフロントとはコミュニケーションはございますか？

前田様：フロントになってくると運営になりますので、私はトレーナーとして行くだけで運営はノータッチですね。そこまでタッチすると教員として回らなくなってしまうです。

龍 澤：トレーナーという立場ではいらっしゃいますが、地域のスポーツクラブに接してみて「地域におけるプロスポーツとはどういうことか？」というの

を若者に教えた方がいいとかお感じになられることはございますか？

前田様：そうですね。強いていうなら「地元密着型」として地域と交流しながら互いに認知していただくことが大事であることを教えたいですね。

細 川：オレンジバイキングスの開さんのような世界に排出する人材を育てるためのこの事業なのですが、もしもご自身の生徒を開さんのところに就職させるとして、「それだったらこれぐらいは勉強しておいた方がいいよ」というようなスキルは何かございますか？

前田様：開さんを見ていると、「企画運営」「マネジメント」ですよね。

いずれも私は知識がないので「企画の仕方とかマネジメントの仕方についての本を読んでおけよ」と言うぐらいしかできませんが、この二つのスキルは必要だなと感じます。私もバスケットボールに関わらせていただいているので少し勉強するのですが、「小中高ではバスケットボール部はいわゆる“花形”。でも、プロは全然盛り上がっていない。」と言われてますよね。でも、プロの試合見るとやっぱり面白い。ということはフロントの広報力が原因だと思うんです。

私はトレーナーとして、近場の遠征であれば広島や香川、島根などにも帯同することがありますが、その際にそれぞれの会場で他所のチームの運営や企画を目にします。そうするといろいろなやり方があることに気づくんですよ。フロントそれぞれの色がよく出ていることに。

開さんのところに学生を送るとしたら、そういった企画力や発想力、マネジメント力を養うことをすすめますね。

細 川：おかげさまで本日は貴重なご意見を頂戴することができました。ありがとうございました。

インタビュー調査結果③

対象クラブ：アルビレックス新潟

所属リーグ：J.LEAGUE（J2）

本拠地：新潟県

運営法人：株式会社アルビレックス新潟

ご対応者様：株式会社アルビレックス新潟

業務部総務経理課部長 津野 謙一（ツノケン
イチ）様、学校法人新潟総合学園スポーツ推進
室室長 高橋 孝輔（タカハシコウスケ）様

実施日時：2019年2月14日 13:15～15:30

実施場所：アルビレックス新潟本社（新潟県新潟市中央
区美咲町2-1-10）

※インタビュー中、個人に係る情報が多く語られており、仮に仮名としても人物が特定され、個人及び会社に対し不利益を及ぼす危惧があるため、調査協力者と協議の上、詳細な内容は不掲載とすることとした。

インタビュー調査結果④

調 査 対 象：学校法人国際総合学園 アップルススポーツカ
レッジ

ご対応者様：学校法人国際総合学園 アップルススポーツカ
レッジ 副校長本間圭一（ホンマケイイチ）
様、教務部長鹿間宏海（シカマヒロミ）様

実 施 日 時：2019年2月14日 15:00～16:30

実 施 場 所：学校法人 国際総合学園 アップルススポーツカ
レッジ（新潟県新潟市中央区長潟 2-2-
8）

本間様（調査対象）：

本校にて副校長をしております本間と申します。
よろしくお願いいたします。

本日ははじめに、先立ってお送りいただいております
本日のヒアリング項目について、簡単にではござ
いいますがまとめさせていただいておりますのでこ
ちらを活用しご説明させていただきたいとます。プ
ロモート人材育成に関して当該学科・コースのカリ
キュラムにおける特記事項というお題についてです
が、本校の設置学科にはスポーツに関わる8つのコ
ースがございます。

プロトレーナー科（3年制過程）、アスレティック
トレーナー科（2年制過程）、スポーツビジネス科
（2年制過程）、こどもインストラクター科（2年
制過程）、バスケットボール専攻科（3年制過
程）、バスケットボール選手育成科（2年制過
程）、陸上競技専攻科（2年制過程）、スポーツ研
究科（1年制過程）

これらの学科は、大学や専門学校を卒業した子を対
象としております。

我々の学校の中で最もクローズアップされていると
申しますか、注目されているところはやはり各種ア
ルビレックスとの提携が挙げられます。アルビレ
ックスとの提携によって、現場実習が実現しており
ます。

提携しているアルビレックス各社は、アルビレック
ス新潟（サッカー）、アルビレックス新潟レディース
（女子サッカー）、新潟アルビレックスBB（バス
ケットボール）、新潟アルビレックスBBラビッツ

（女子バスケットボール）、新潟アルビレックスベ
ースボールクラブ（野球）、新潟アルビレックスラ
ンニングクラブ（陸上競技）、オールアルビレック
ススポーツクラブ（幼児体操教室）、アルビレック
スチアリーダーズ（チアリーディング）となりま
す。この中でアルビレックスベースボールクラブは
プロ野球のBCリーグという独立リーグに所属して
いるチームとなります。

また、オールアルビレックススポーツクラブはプロ
チームではなく、幼児体操を主に活動しているスポ
ーツクラブとなります。

本校ではこれらアルビレックス各社の現場に実習に
行かせていただいております。

そして、現場実習の内容としては、チームトレーナ
ー、スクール指導員、フロントスタッフ等々を経験
させていただいている状況となっております。

アルビレックス各社で、トレーナー活動やスクール
活動を行なっておりまして、トレーナーや指導者の
養成、その他フロントスタッフの試合運営ですとか
動員をかけるための営業を経験させていただいてお
ります。

カリキュラムにおける特記事項としては、他の専門
学校でも行なっていると思われますが現場実習を先
ほどの提携を活用し導入している点でございます。

続いて、二つめのお題である「行政・企業等の外部
機関との連携」ですが、まずは我々の学校の近隣に
ございます小学校との連携を図っております。

その内容としては、陸上競技の指導ということで、
本校の陸上競技専攻科の学生が、毎年行われる小学
校の陸上体育祭（地域の複数小学校による陸上競技
大会）に向けた技術指導に行っています。

あとは、クラブ活動指導を行なっておりますが、そ
の小学校の時間割の中のクラブ活動時間にうちの学
生が小学校に行き指導をするという仕組みです。

また、体力測定のサポートということで、トレーナ
ー学科の学生がサポートに行っております。このほ
かにも小学校との関わりはございますが、これらの
活動は新潟市内にある「地域コーディネーター」と
いう人物を介して盛んに連携をとっております。で
すから、我々が直接小学校とやりとりをするのでは
なく、地域コーディネーターの方が小学校との間に

入って連携をしているためうまく連携が進む仕組みとなっております。

つづいて、企業というところですが、ゼビオホールディングス（スーパースポーツゼビオさん）と本校はパートナーシップ協定を締結しております。この協定を結ぶことによって、学生の就職採用を優先的に行なっていただいております。その一例としては本校のためだけに就職ガイダンスを実施していただいたりしております。また、現場実習の受け入れとして、新潟市内6店舗全てに協力いただいております。ゼビオ様にとっても本校にとってもメリットある仕組みとするために、現場実習（インターンシップ）である程度の経験が積むことができ、且つ賃金を必要としない形で育成をし、卒業と同時に採用をしても即戦力という形で人材を採用できるという状況にしております。

三つ目のお題でございます「卒業生の就職先」についてですが、本校パンフレットにもございますが、プロスポーツチームトレーナー（過去実績として、アルビレックス新潟、新潟アルビレックスBB、京都パープルサンガ、松本山雅FC、浦和レッズレディースなど）、トレーナー関連企業（ここ数年、毎年採用していただいているRIZAP など）、治療院、整骨院、スポーツクラブ（GOLF'S GYM、トータルワークアウト、コナミ、メガロスなど）、健康増進施設、幼児体育施設、保育園・幼稚園（本校で免許を取得した学生は専門就職率100%）、スイミングスクール、体育館スタッフ、スポーツショップ（ゼビオなど）、スポーツメーカー（ミズノなど）等があります。

新潟県でも、保育園幼稚園教諭は人手不足でもあり、免許を持っていることで競争なく就職できている現状でもございます。

最後に、「育成上の課題点」については、貴校とも共通の課題となってしまうかと思いますが、大きく二つほど挙げさせていただきます。

ひとつは「現場実習でのミスマッチ」となります。ミスマッチと申しましていろいろなミスマッチがあり一つの単語ではございますが奥深い意味合の内容になりますが、現場実習や入学前に目指していた職種に対し、経験を積む企業や団体などの場所によってその職種は自分に合わないと考え目指すことを

やめてしまう可能性があるということです。「自分はこうなりたい!」と思って入学し勉強を行い、いざ現場実習にとある企業に行ったが故にその職種を目指すことをやめてしまう。では別な企業に行っていたらどうだったのか?という疑問は生じてきてしまいます。こういったことが発生してしまいますと現場実習にいく学生のモチベーションが低下してしまいます。それによって受け入れ先企業とのトラブルに発展するケースも場合によってはございます。本校としての問題というのは、現場実習先との契約期間（実習期間）は、最長でおよそ10ヶ月に設定し長期の実習を企業団体のもとで行っております。これに対し、短期の実習（例えば1週間や3週間など）の場合ですと、ある程度の経験にはなりますが学生の力にはならないと考えております。ですので本校では長期の現場実習を経験することによって、終了後に即戦力となれる力がつくのではないかとという観点からカリキュラムは最長10ヶ月としております。特にトレーナー系の現場実習は長い期間で実施しています。

実施の途中で変更するということは企業との繋がりがなかなか難しいということが本校の課題としてあげられます。

こういった課題がございますので、本校として特に注力しているのは、企業様との信頼関係の構築の徹底です。やはり信用・信頼関係の構築ができていれば、前述いたしましたミスマッチが発生したとしてもご配慮やご理解をある程度いただけるのではないかと。

ふたつ目は、「就職内定後のモチベーションの維持」となります。現場実習をしている企業様とは違う職種の企業様より内定をいただいた際に、その時点で「これ以上ここ（就職先と違う企業）で実習をする意味があるのか」とってしまう学生が中にはいることです。こう感じてしまうと学生の現場実習のモチベーションが下がってしまい課題となっています。たとえばトレーナー系を目指していた学生が、就職活動をする上で販売職の内定をいただいた場合、「自分は販売に行くことが決まったのにトレーナーの実習をすることは意味ないのではないのか?」という疑問に直面するということです。現場実習の取り組み方については、学生ここでレベルの

差がございますので、実習先と就職先のミスマッチについては、「(就職先とは違うけれども)今実習先で与えられている役割をしっかりとやりきる必要がある」と考えられる学生が多いのですが、全員がそう考えられるわけではありません。ですので、本校ではこの課題に対し学生面談を多く実施するようにしております。「自分で選んだ実習先であるため、しっかりと責任持って最後までやりきろう」と、目標を再確認し必要があればその動機付けも行おうという狙いからです。これによって、問題を発生させないようにしております。また、今後はこれだけではなく、現場実習の細分化を行うことでの解決を検討しております。細分化というのは年間を通じて複数箇所の現場を経験させるという試みで、先ほど10ヶ月の長期というお話をいたしました、これは現在1箇所の現場で行なっておりまして、これを3〜4ヶ月毎に3箇所の現場という形にローテーションさせることで学生のモチベーションを維持させる目的です。これに関しましては企業様のご理解が必要で、企業様は年間を通じて同一人物の実習を好まれますので、われわれとしましてはこのあたりのギャップを今度は解消していかなければならないと考えております。

以上、先にいただきましたお題に対しまして簡単ではございますがご説明致しました。これに関連して、または他のことでも結構ですので皆様からご質問をお受けいたします。

菊 池 (受託者) :

事前にこのようなご準備をいただきありがとうございます。

今回の事業はプロモート人材を養成するために、学校、プロスポーツチーム、地域とどういった連携をしていけばということを検証する必要があります。そこで、私からはその辺りにつきまして質問をさせていただきます。

ひとつは、人材育成に関しての特記事項ということで充実した現場実習についてご説明いただきましたが、現場実習以外で、プロ球団のプロモーションやプロモーター人材を意識したカリキュラムや取り組みなどがございましたらお聞かせいただければと思います。

本間様：現場実習以外でのプロチームとの取り組みやカリキュラムということだと、スポーツビジネス科にて実際にプロチームの社長様やフロントの方にお越しいただき、座学ではございますがスポーツ産業論のような授業の時間にビジネスについての講義を行っていただいております。アルビレックスのバスケット、サッカー、野球、チアリーディング等々からお越しいただいて授業を行っていただいております。その中身につきましては、スクール運営をどのように行うか、試合の運営をどのように行うか、チケットをどのように売って動員をはかるのかといったあたりの内容になります。

菊 池：では、「プロモーション職に就きたい」という学生がいたとして、その学生に役立っていると思われるカリキュラムや科目等はございますか？

本間様：トレーナーに限った話ではなくスポーツビジネスの学生についても、やはり我々は現場での経験がなければプロチーム関係への就職は厳しいと考えております。知識と技術だけを持っていても、プロチームさんには受け容れていただけません。プロチームさんには「ゼロから育てる」という考えは現状ではあまりありません。最初からやはり即戦力としてほしいと思われていらっしゃるのです。ですので在学中に企業様のもとで現場実習を行い、学生は勉強をしつつ、企業様はその学生を「人材」として見て(評価して)いただき、「この子良いからそのまま採用させてくれ」と採用までつながるケースが非常に多くなっております。アルビレックスさんだけではなく、県外に現場実習をお願いすることがございますが、その際には試用期間として数週間学生をうかがわせ、企業側に評価していただいております。

菊 池：インターンでの現場経験については先ほどアルビレックスさんでも話題に出てまいりまして、経験がすごく大事であるという話が出ましたが、インターンに出す先の企業様と人材育成に関して「こういう人材を育成する」といった取り決めや目標設定ですとかはございますか？

本間様：現場実習をお願いに行く際には、各学科担当が企画書（提案書）を持っていき、それをもとにお話をさせていただきます。その提案書には「この子はこういうところに就職したいと言っているので、実習でこういう力をつけさせてあげてください」ということをはじめにお伝えしております。これによって企業様の中でも、その子のためになるような部署で経験を積ませていただいております。特に、アルビレックスさんの中でもそういったことを積極的にやっていただいているのがアルビレックススペースボールクラブさんです。学科担当の提案を聞いていただければ、一緒に学生の経験する内容を考えていただけますし最終的にはある程度責任のある仕事も担当させていただきます。

菊 池：評価のようなものはどうなさっていますか？

本間様：評価については学科ごとに多少差はございますが、スポーツビジネス科ですと年に2回、企業様から評価表というものをいただいております。評価内容は、社会人としての能力や販売に関すること、フロントスタッフに関することなど、各評価項目5段階評価で企業様に評価していただいております。

菊 池：プロモーション職の就職状況についてですが、どのくらいの方が就職されていらっしゃいますでしょうか？

本間様：例えばトレーナー科に関しての事例ですと、治療院や整骨院へ就職した後で、派遣としてプロチーム関係に行っていたり、パーソナルトレーナーとしてプロのところへ行っていたりもございますのでそういうところを除いた数でカウントいたしますと、本校からプロチームへ直接就職している学生は10%行かないかといったあたりになるかと思われます。

菊 池：それでも10%いらっしゃるんですね。それは毎年そのくらいですか？

本間様：はい、割合として多くはございませんが、毎年そういったチャンスをいただいております。ただし、こ

れまで毎年あったのですが今年に関してはプロチームへの就職は人材が飽和状態のようで就職はございませんでした。卒業生がリンク栃木からアルバルク東京へ移動したということはございました。

また、本年度は学生の中でプロチーム関係への就職を希望する生徒がおりませんでした。希望する生徒が少ない理由については私どもでもしっかりと把握はできておりません。

菊 池：プロ球団へ進まれる方は主に接骨院やトレーナー系ということでしょうか？

本間様：そうですね。

菊 池：プロモーション系ではプロ球団へ進まれる方はあまりいらっしゃらないのでしょうか？

本間様：はい、トレーナーからはあまりいません。

菊 池：プロ球団でもプロモーター職ですかそういった職種に対する現在の学生（大学生や専門学校生や高校生）のニーズはどのくらいあるものなのでしょう？

本間様：時代が変わってきたためなのかちょっとわからないのですが、「プロ関係のトレーナーになりたい」という思いで入ってきても、1年後には「プロチーム関係は（就職先として）もういや」という風になってきており、プロ関係よりもパーソナルトレーナーの方に魅力を感じているようです。ですので、パーソナルトレーナーの道に進みたいと思っている学生がかなり多く、RIZAPのトレーナーやGOLD'S GYMなどのプロ選手とマンツーマンでトレーニングしたいと思う子が多いようです。

菊 池：そもそもプロ球団の運営をしてみたいというニーズはあまりないのでしょうか？

本間様：そうですね。以前（12～13年前）よりもプロ球団志望のニーズは減ってきていると思います。当時はフロントスタッフ希望の子が新潟だけで無く県外からもかなりの数来て入学しておりました。今はそこを目指す学生の人数が減っています。また、これは外

的要因になりますが色々な大学さんが昔よりも健康スポーツ系の名を使い、スポーツ系の学科を展開し始めているので大学の方に学生が行っているというのもあると思います。

昔は「アルビレックスのフロントスタッフになりたいです」と言って入ってくる子はたくさんいました。が現在はそういう子はほとんどいなくなってしまいました。

細 川：当事業ではヒアリングの他にプロ球団さんにアンケートをお願いしております、プロモーター人材に必要なスキルを尋ねてみても「専門スキルはいらないから基礎的なビジネスマナーさえあればいい」という回答が多いのですが、現場実習での教育を除いてASCさんでは座学でそういったことを教えられる機会がございますか？

本間様：本校は、在学期間中は全期間・全学科でパソコンを週に一コマ以上やらせています。また、ビジネススキルとしては社会人常識マナーという検定に関しては全員に取得させています。あと、学校の教育の中では挨拶の徹底をさせております。また、本校は「スポーツの学校」という見られ方をします、それがメリットでもありデメリットでもあるのですがいろいろな企業様からは「スポーツの学校なら挨拶ができて当然だよな」ですとか「スポーツの学校なら元気が良くて当然だよな」とみられています。ですので、元気が良かったり挨拶がしっかりできたりする学生をみると「やっぱりスポーツの学校だよな！元気だよな！」という評価になりますが、逆にそれができていない際に「スポーツの学校なのにできないの？」という評価にもなってしまいます。ですのでそのあたりの見られ方についても学生には意識させ、指導しております。

細 川：これもアンケートの回答で寄せられたのですが、基礎的なビジネスマナーの他に社会人の心構えと申しますか、「裏方としての心構えを学校にいる間に学んでおいてほしい」という回答もございました。先ほどの質問とこちらも同じなのですが、この心構えは現場実習でも学べると思いますが、座学ではこういったものは教える機会がございますか？

本間様：そこにつきましては我々も課題だと思っております。特にプロチーム関係では、現場実習前に学生がもっていたイメージと実際に実習に入ってからイメージとのギャップを感じる子が多いと感じています。ただし、行ってみないとその子にとってどこがギャップとなるかが見えにくいものです、実際にいったあとに企業様を訪問しそのような学生の課題を確認させていただきながらその課題に対して対応させていただいているというのが現状です。

細 川：さきほど、十二～三年前はフロントを就職先として希望する学生が増えていたとおっしゃっていましたが、ここ10年の間でみてもバスケットボールチームが全国的に増え、サッカーもJ3まで裾野が広がり、ラグビーやバレーもプロリーグとしてこれまでもより形が確立されて来ました。プロスポーツのチームや会社自体は間違いなく増えていると思いますし、そのために人材不足になっていることも否めない。だからこそプロチームは即戦力として経験者を求めていますし。と、ここまでは流れとしてわかるのですが、若い子がフロントを目指さなくなった理由として、ここだけの話として現場の先生方は「プロが〇〇だから学生が希望しなくなったよね」といったことは共通認識としてございますか？共通認識で無くとも構いませんがもしお感じになられることがございましたらお教えいただけませんか？

本間様：おそらくは岩手でもこういう話が出ており、耳にされていらっしゃるのではないかと思います。私は生の学生の声を聞いたことがあるのですが高校生の中で、お金のところ（収入面）がネックになっていると聞きました。それがどういうことかという、卒業して就職した子からその就職先や業界のお金の話が後輩に広がっているようなんです。実際にうちの学校で「フロントスタッフになりたい」といって入ってきた子たちも、フロントスタッフは給料が安いという情報（先輩や知人からの）に触れ、就職できる可能性があるものの諦めた学生が何人もいます。このことからフロントスタッフと一般企業との賃金ギャップが理由の一つとなっていると思います。

菊 池：ありがとうございます。10年前といえば、SNSの普及とも符合しますので就職関係の情報がすぐに広まり安くなったとも推測できますね。

細 川：例えば、プロ球団さんとお話をされる中で、球団から「こういうことを勉強しているともっといいよねー」というお話ですとかそういうスキルやカリキュラムについて何か情報や気づきがおありでしたらお教えいただけますか？

本間様：トレーナー系では技術もそうですが「気遣い」についてもっとできるといいよねということは言われたことはございます。フロントスタッフ系では、パソコン技術の話がよく出てまいります。エクセルはできて当たり前なのですが、パワーポイントを使うスキルについては求められていると感じます。フロント系ですと何か企画をしてプレゼンする際には必要ですからね。過去にそう行った話を実際に聞いたことがございました。ですので、ビジネス系ではそれ以降パワーポイントを勉強するようにいたしました。

菊 池：ありがとうございました。

本報告書は、文部科学省の生涯学習振興事業委託費による委託事業として、
学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校が実施した平成30年度「専修学
校による地域産業中核的人材養成事業」の成果をとりまとめたものです。

平成30年度 文部科学省
専修学校による地域産業中核的人材養成事業

報告書

平成31年3月

岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業

学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校

*本書の内容を無断で転記、記載することは禁じます。