

文部科学省委託事業

2019 年度「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

文部科学省委託事業

2019年度「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. 委託事業の概要	3
(1) 委託事業名	
(2) 委託事業実施期間	
(3) 委託事業の趣旨・目的	
(4) 事業内容	
(5) 事業実施の体制	
2. 地域の人材ニーズの状況、事業の必要性等	5
3. 事業別成果報告	6
(1) はじめに	
(2) 人材活用事例調査について	
(3) 人材育成ビジョンシート概要について	
(4) 業界スキルマップ概要について	
(5) 実証講座用カリキュラムについて	
(6) 実証講座実施状況及び課題について	
(7) 今後の課題について	
4. 成果の普及・2019年度以降の事業展開の予定	25
資料	27
事業計画	29
人材育成ビジョンシート概要	47
業界スキルマップ概要	51
実証講座用シラバス（プロトタイプ）	53
受講生振り返りシート（まとめ）	61
議事録	71
人材育成協議会・検証評価委員会（第1・2・3回）	72
教育プログラム開発委員会（第1・2・3・4・5・6・7回）	79
調査地一覧	95
人材活用事例調査結果概要	97
クラブチーム（及び関連団体）	98
大学・養成校	127

事業報告

1. 委託事業の概要

(1) 委託事業名

2019年度「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」

(2) 委託事業実施期間

2019年6月28日 ～ 2020年3月1日

(3) 委託事業の趣旨・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。

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リーグのいわてグルージャ盛岡、B3リーグの岩手ビッグブルズ、ラグビーの釜石シーウェイブス 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。

(4) 事業内容

■調査

- ・人材活用事例調査（国外3地域、国内9地域）

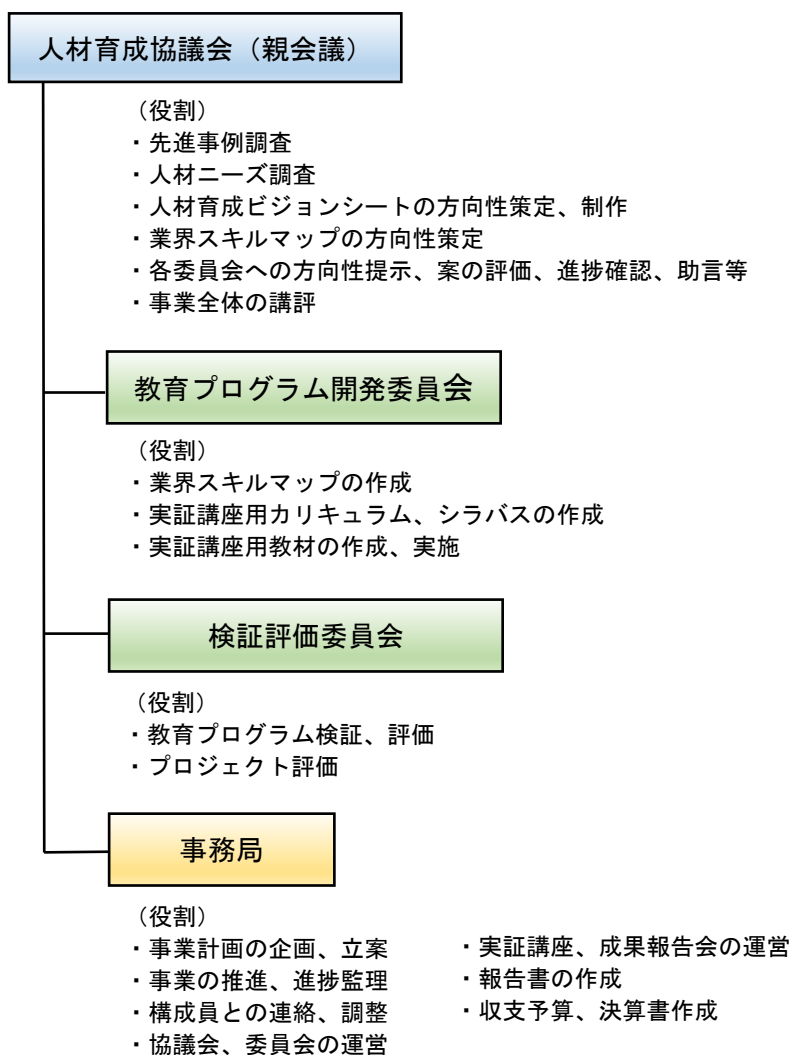
■作成開発

- ・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

(5) 事業実施の体制



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年の国体開催に続き、本年（2019年）はラグビーワールドカップ（釜石市）を（台風の影響を受けつつも）無事開催した。2020年はいよいよ、東京オリンピック開催を控え、スポーツへの機運が高まりつつある。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状況にある。

3. 事業別成果報告（1）はじめに

本事業は、昨年からスタートした国内外の地域クラブチーム（以下「クラブチーム」）及びスポーツビジネス関連の養成を行っている大学・専門学校（以下「養成校」）に対して行った人材活用事例調査（以下「事例調査」）の結果をもとに、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）それぞれの作成、及び、実証講座を実施することを主な目的としている。なお、国外の事例調査では、アメリカやヨーロッパではすでにその存在が当たり前となっているスポーツコミッションやそれに類する私企業も、プロモーション人材の活用と育成という点から調査の対象とした。現在の日本において、特に地域のクラブチームが、スポーツコミッションとの関係の中で興行を行うということはほとんどないようであるが、スポーツを通じた地域活性化という視点から、今後我が国のスポーツビジネス業界を展望する際に有用な知見が得られるであろうと考え、国外においてはそれらも調査の対象とした。（よって今後、事例調査の対象としてプロモーション人材が実際に在籍している団体に関しては、「クラブチーム（及び関連団体）」と表記する。）

昨年度事業において、人材育成ビジョンシート（以下「ビジョンシート」）、及び業界スキルマップ（以下「スキルマップ」）作成のために、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、が必要であると結論した。そこで、本事業では、事例調査を通じ、これらの課題に取り組みつつ、ビジョンシート及びスキルマップそれぞれの概要版を作成することとした。

以下、事例調査の結果報告、スキルマップ・ビジョンシート概要版、及び実証講座用カリキュラム・シラバスのプロトタイプに関わる成果の報告、そして実証講座実施状況の報告と考察を行い、最後に次年度へ向けての課題等を報告する。（実証講座用教材に関しては本章最後にみる通り、今年度は作成をしていない。）

（2）人材活用事例調査について

【事例調査の目的】 すでに「はじめに」で述べたように、今年度事業においては、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主要な目的となっている。

①に関しては、事例調査を行うことで、前年度実施した調査結果から導き出されたプロモーション職に求められるスキル・マインドをさらにブラッシュアップすることが、目的となる。

また、②に関しては、同じく事例調査によって得られた知見を基に、クラブチーム及び養成校が、どのような機関と、どのような形態で、どういった連携をしていくことが必要なのかを検証していくことが目的となる。

【調査対象について】 この事例調査は、巻末資料「調査地一覧」にある通り、クラブチーム（及び関連団体）に関しては国内7箇所、国外7箇所、養成校については国内4箇所、

国外1箇所を対象に行った。(なお、テキサス工科大学に関しては、養成校としてのカリキュラムについての調査と、同大「体育局」で行っているプロモーション事業についての調査いずれにもご協力いただいているため、クラブチーム(及び関連団体)と養成校いずれにもカウントしてある。)

なお、それぞれの実施時期、調査者、被調査者等の詳細な情報については、「調査地一覧」および「人材活用事例調査結果概要」を参照していただきたい。

以下、既述の調査目的を踏まえながら、クラブチーム(及び関連団体)、及び養成校それぞれについて、調査結果を報告する。

(2) - 1 人材活用事例調査結果 —クラブチーム編

全クラブチーム(及び関連団体)に対し、共通に次のような質問を行った。調査は、半構造化インタビューの形式をとり、具体的には下記のポイントについて聞き取りを行った。(調査結果の内容については巻末資料「人材活用事例調査結果概要」参照のこと。)

◇プロモーション人材について

- ①担当者数、及び業務遂行上適切と思われる人数
- ②担当者数の過不足によるトラブル等について
- ③当該職に特に望ましいスキル、及びそれが望まれる理由
- ④当該職のための社内研修実施の有無

◇学生を対象とした「プロモーション人材を育成する取り組み」について

- ⑤採用時のポイントとその理由について
- ⑥養成校において学ばせてほしいスキルやキャリアについて
- ⑦学生時代にプロスポーツやプロモーションを学んだ経験のある職員の有無

◇他機関との連携について

- ⑧人材育成・職員採用・社員教育等をめぐる他機関との連携事例について

(※なお、海外の関連団体に関しては、日本国内と事情が異なることもあり、上記③と⑧についてのみ報告の対象とした。ただし、上記①～⑧に関わらず、本事業について参考となる回答については、適宜団体名をことわったうえで報告する。また、「アルビレックスシンガポール」に関しては、日本人スタッフ中心に運営されているチームであること、及び、日本国内にあるチームの姉妹チームであることを鑑み、国内クラブチームと同等に扱うこととした。)

以下順に、結果をみていく。

①について。現在、プロモーション職として職務に従事している人数は、最小で1名(仙台89ERS)、最大で8名(高知FD)で、平均すると4名であった(中央値も4(名))。ちなみに、昨年度28チームを対象に行ったアンケート調査では、平均で12.4名(最頻値7(名))であった。昨年度調査に比し、今年度調査対象としたチームは、小規模の球団が多かったことが原因と考えられる。

業務遂行上適切と思われる人数については、現状で足りていると答えたのは2チームのみであり、他のチームでは、「この人数でやっていくしかない」というある種あきらめもとれる回答を含め) ほぼ現状では足りていない、という回答であった。ちなみに昨年度調査では、28 チーム中 20 チームが増員を希望していた。今回調査したクラブチームも、ほとんどがプロモート職に従事する職員は足りていないという認識を持っていた。

②について。今回調査の対象としたクラブチームのほとんどが、プロモート人材不足を感じているという結果であるが、では、人材不足の結果起こっているトラブルにはどのようなものがあると語られていたであろうか。

「トラブルがない」、「あるがやむを得ない」という回答もあった一方で、トラブルとまでは言えないが、「スタッフ間に仕事量の偏りがでている」(アルビレックスシンガポール)、「長期を見据えた計画的ブランディングやプロモーションができていない」(信州ブレイブウォリアーズ)といった回答が得られた。プロモーション上、必要と考えられる業務がこなされておらず、といった悩みを抱えつつも、なんとか現状のスタッフでトラブルまで至らないように対応している、という、おそらく多くのクラブチームがおかれているであろう厳しい現状がうかがわれる結果と言えよう。

ただ、現状でスタッフが不足しているわけではないが、「パートナー企業へのサポート、ファン、サポーターへのサービス」をさらに充実させていくための増員が必要(コンサドーレ札幌)といった、未来志向の増員を求めるチームもあった。

③について。インタビューの中で語られた「特に望ましいスキル」を、昨年度報告書でまとめた「求められるスキル」にそれぞれ分類した結果が次の表「求められるスキル対照表」である。(なお、作表に当たり、国内のクラブチームからの回答のみを対象としている。国外に関しては、日本の事情と異なる面もありそのまま当てはめても実効性に課題が残ると考えられるものが多かったため、適宜報告すべき事項についてのみ付記することとする。)

「コミュニケーション能力」「行動力」に関わる回答が多かったのは、予想した通りであった。プロモーション人材にとり、顧客やスポンサーをはじめとするステークホルダーと良好な関係性を効率的に構築していくことは大変重要であり、そのために、コミュニケーション能力や瞬時に対応する行動力が求められるのだろう。また、IT技術、PCスキルをプロモーションに結び付けられる能力についても、回答するクラブチームが複数あった。十分とは言えないスタッフでより効率よく業務をこなす、また、経営的にも必ずしも潤沢な資金を持ち合わせているとはいえないが、特に小規模のクラブチームにとっては、ITを用いたキャッシュレス化やマネタイズなど、より効率的な資金運用・情報収集等に関わるスキルは、特に現在においては求められる重要なスキルと考えられていると言えるだろう。

海外事例となるが、「社会の変化をつかむ感覚」、中でも「進化著しいデジタル分野の変化に合わせていく能力」を挙げているところがあった(WePlay)。基本的なスキルはもとより、常に進化を遂げているテクノロジーにきちんと追いつき、駆使する能力については、我が国においてもますます求められるスキルとなるであろう。

【表】求められるスキル対照表

昨年度アンケート調査結果			今年度インタビュー調査結果
求められるスキル名	抽出語	具体例	
交渉スキル	営業力	捉える、考える、築く	顧客ニーズを的確に捉える、自治体と良好な関係を築く人間性
	コミュニケーション能力	活動、営業力	積極的かつ適切なコミュニケーション能力 ・（顧客に対し）「気付ける」人間かどうか ・多様なお客様に対しての言葉遣いなど適切な対応 ・接客力 ・発信力
	交渉力	提案、解決、双方、引き出せる	顧客一球団相互の利益を鑑みつつ、ニーズを充足していく能力
	企画立案能力	浮かぶ、見極める	適切に新たな提案を生み出せる能力 ・ソリューションをスポーツに結び付けられる力 ・柔軟性
マネジメントスキル	行動力	チーム、関わる、目標	メンバーの範となるような率先して行動する力 ・自身で考え、動ける行動力 ・やり切る責任感 ・スピード
	現状を把握する能力	現場、的確、捉える	現状を的確に捉える能力 ・臨機応変さ
	経営力	費用対効果、人材、開発、新規	球団経営を考慮に入れて、人材配置や企画開発等提供できる能力 ・数字に強い ・コスト意識を持っている
	業務遂行能力	情報収集、組み立て、構築	情報収集しつつ球団運営に係る業務全般を担える能力 ・デザインの能力 ・PC、IT ・文章力 ・ビジネス用語の理解

IT、PCスキルに関わらず、プロモーション業務には様々なスキルが求められる。海外事例ではあるが、フリスコ・ラフライダースは、「スキルの多様性」を挙げていた。プロモーション人材を養成するという観点から、スポーツ関連の知識・スキル以外にも求められるものは多岐に渡る、という点は看過できないポイントであろう。

また、「特に望ましいキャリア」として、「サービス業」（信州ブレイブウォリアーズ）を挙げるクラブチームがあった。キャリアとは言えまいが、「普通免許がないと何もできない」（高知FD）という、特に地方の球団にとっては切実な指摘もあった。（ちなみに国外調査において、「ビジネス業界での経験」を挙げる団体があった（Professional Sports Group。以下「PSG」と略記）。スポーツ業界での経験はもとより、ビジネスに関わる知識やスキルが必要とされる、という見解は、国内のクラブチームにおいても共有されていると言ってよいし、またフリスコ・ラフライダースが必要なスキルとして挙げていた「スキルの多様性」というプロスポーツ業界のニーズにも関わるものと思われる。）

さらに、「スキル・キャリア」についての質問ではあったが、いわゆる「マインド」について言及するクラブチームが複数あった。「スポーツが好きかどうか」（福島ファイヤーボンズ）、「給料は安くともそこにやりがいを感じられる人材」（同）、「しがみついてもこの仕事をやろうという気概」（琉球ゴールデンキングス）、「バスケ愛」（同）、「情熱」（仙台89ERS）という回答である。続いてみていく「⑤採用時のポイントとその理由について」、「⑥養成校において学ばせてほしいスキルやキャリアについて」でも複数のクラブチームから言及されている点でもあるが、スキルもさることながら、マインドが備わっていないと、厳しい現場のなかで業務を遂行していくことは難しい、ということであろう。調査全体を通じ、マインドについて言及しない球団はほとんどなかったことから、そのように言って間違いのないと思われる。

ちなみに、仕事に対する情熱について必要なマインドとして挙げているのは、海外の関係団体においても同様であった。フリスコ・ラフライダース及びPSGは、必要なマインドとして「情熱」を挙げている。また、情熱にも関わるとされるマインドについて、テキサス工科大学・体育局は、「一気に仕事に集中し、寝る時間も働くことになったとしてもそれを楽しめるマインド」を挙げている。仕事はどんなにつらくとも楽しめる「情熱」が必要、と解釈してよいだろう。

④について。社内研修を行っているクラブチームは、1チームのみであった。昨年度実施のアンケート調査の結果でも、社内研修を行っているクラブチームは1チームもなかったが、時間的な理由（「次々と試合があって全社員がそろそろすることがまず無い」（コンサドーレ札幌））や、研修費の捻出の問題などが、社内研修を行えない理由のようだ。時間や費用以外にも、「研修で伝えるべきプロスポーツビジネスのモデルが確立されていない」ため、研修で伝えることが現時点では難しい、という指摘もあった（仙台89ERS）。プロモート人材を養成する仕組みを考えていくうえでも、興味深い指摘である。

社員研修はほぼOJTであるという結果である。昨年度指摘したように、この結果は養成校の存在意義を確認できるものと捉えてよいだろう。研修制度が確立していないクラブチームがほとんどである中で、プロモート人材に必要な素養を養成校において身に付けさせることができれば、新卒者の活躍の場は今以上に広がるものと期待できるだろう。

ちなみに、定期的に社内研修を実施している信州ブレイブウォリアーズでは、プロのしゃべり家、ラジオのパーソナリティーを講師に、選手も含めて、メディア対応、SNSのやり方などをレクチャーしてもらっている。また、メーカーでの勤務経験のある職員が、年に2回、ブランディングに関わるレクチャーを行っているとのことであった。社内外のタレントを有効に活用し研修を行っている事例と言えそうだ。

⑤について。採用のポイントとして、次のような回答が得られた。まず、スキルに関するポイントとして、「ビジネスマナーが身についている」（アルビレックスシンガポール）、「文章力」（琉球ゴールデンキングス）、「社会の仕組みを理解している」（同）といった、いわば社会人基礎力に関わるものや、「PCやSNSを効果的に使用できる」（アルビレックスシンガポール）、「最新のアプリや流行を知っている」（同）など、インターネットを用いた発信力を挙げるクラブチームもあった。また、ならではのポイントとして、「サッカーの知識」（コンサドーレ札幌）といった、当該スポーツに関する知識があることを挙げるクラブチームがあった。

さらに、「自身で動ける行動力」（青森ワッツ）、「接客の技術（笑顔、声の大きさなど）」（信州ブレイブウォリアーズ）といった、③でみた、求められるスキルに関する素養を挙げるクラブチームもあった。

さらに、「ハキハキしていてさわやかで、まっすぐで嘘をつかない気持ちの良い人」（アルビレックスシンガポール）、「バスケットを普及させるという情熱」（沖縄ゴールデンキングス）、「コンサドーレに対する愛情」「北海道に対する愛情」（コンサドーレ札幌）、「スポーツ業界に興味があり自分から学ぼうという強い思いを持った人間」（高知FD）といった、いわば人柄やマインドに関わる素養を採用時のポイントに挙げるクラブチームも複数あつ

た。また、海外事例であるが、「情熱や当該職に対する魅力を感じているか」(PSG)、「スポーツへの情熱」(WePlay)をポイントと挙げている団体もあった。プロモーションという仕事にどれだけ魅力を感じているのか、という点が採用基準として重視される、という事態は、採用後長期にわたってキャリアを積んでいける人材なのかどうかを見分けるポイントになると同時に、後に見るように、当該職にプライドをもって職務に当たっていけるかを見極める一つのポイントともなるであろう。

昨年度の調査においても回答があった事項であるが、「インターンシップの経験をした人材」(福島ファイヤーボンズ)をポイントとして挙げるクラブチームがあった。どこのチームであっても、実際にクラブチームの動きを体験している人材は、即戦力として活躍してもらえらるであろうという思いがあるようであった。海外でもインターンシップが採用の際に重要な要件となっているようだ(WePlay)。インタビューに応じてくれた方々に、インターンやクラブチームでのボランティアを経験している職員は多かつたし、また、実際にインターンシップからフルタイム採用となった現職員が複数名いる、と答えた団体もあった(ダラス・スポーツコミッション、テキサス工科大学・体育局)。

採用に影響するポイントについて、概して、スキルに関しては基本が身につけていることに加え、マインドや人格を重視している様子うかがえる。マインドについては、スポーツ全般や当該競技への興味や、仕事への情熱に加え、「地元愛」といったものが備わっていることが望ましいとする回答があったことは、昨年度調査でも聞かれた内容であり、これは、地方球団にとっては重要な要素と考えられていると言ってよいだろう。

また、とりわけSNSを通じた発信力が備わっていればなお良い、と多くのクラブチームが考えている様子うかがえる。どのような業界でも求められている基礎的なスキルに加え、SNSを利用した発信力が、特に新卒者には求められていると考えてよいだろう。

⑥について。学生に学ばせてほしいポイントについての回答は、次のとおりである。多かつたのは、エクセル、ワード、パワーポイント等を使って業務ができる基礎的なPCスキルおよび、SNSのスキルであった。また、(ビジネス・メールに関するリテラシーも含め)基礎的なビジネスマナー、著作権や商標についての知識(福島ファイヤーボンズ)、といった回答もあった。さらに、伝える表現力を磨くために「スピーチ」を学んではどうか、という回答もあった(信州ブレイブウォリアーズ)。

⑦について。学生時代にプロスポーツビジネスやプロモーションについて学んできた職員がいる、と回答したクラブチームは2チームあった。アルビレックスシンガポールでは、体育大学出身者が1名、同じく大学でスポーツマネジメントを学んできた者が1名いる、とのことであった。コンサドーレ札幌には、同じく大学でスポーツビジネスを学んできた職員がいる、とのことであった。今回調査では、専門学校でスポーツを学んだ者がいる、と回答したクラブチームはなかった。

⑧について。行政や教育機関等との連携については、次のような結果となった。行政機関、教育機関と何らかの連携をしているというクラブチームが複数あった。行政機関との連携内容としては、「緊急雇用制度で職員採用を行った」(青森ワッツ)、「球場使用料の減

免」、「試合の買取やキャンプの際の費用補助」を受けている（高知 FD）というように、市町村などから金銭的な補助を受けていると回答したクラブチームがあった。また、「市職員が出向できていた」（コンサドーレ札幌）、「県民会議という応援組織の事務局を県庁のスポーツ課に担ってもらっている」（高知 FD）など、人的な支援を受けている、というチームもあった。さらに、市の広報などの刊行物に、ゲームやイベントの告知を無料で入れてもらっている、というケースもあった。

参考までに、今回調査した海外のスポーツコミッションは、クラブチームの活動を通じての地域振興に熱心に取り組んでおり、行政との関係も日本には見られないものがあるようだ。例えば、ダラス・スポーツコミッションは、クラブチームのイベントに伴ってダラスを訪れたファンが宿泊時に支払う宿泊税の何割かを市から受け取り、また、施設のレンタル料を相殺してもらったりする、という関係を市と結んでいるようだ。市としては、地域スポーツを大切な文化としつつ、また重要な収入源として位置付けているがゆえに、こうしたスポーツコミッションの事業に協力を惜しまないのだと思われる。もちろん、そうした市とクラブチーム（スポーツコミッション）のウィンウィンの関係を市民も実感する機会があり歓迎している、という土壌が成立しているからこそできる連携であろう。スポーツを文化として重視し、それにより官民がタッグを組んでクラブチームを盛り立ていく素地が、少なくともダラスにはある、と言える。日本国内のクラブチームが行政や地域との連帯を構築していくうえで、目指すべき理想の形の一つと言えよう。

国内事例について、続けてみていこう。既述のように、行政からの支援を受けるという形とは逆に、行政や教育機関へ、クラブチームがもつ資源を活用して連携している、という事例も聞き取れた。「ホームタウンの小学校の体育の時間に選手を年数回派遣している」、「町おこしとして女子野球部の指導に協力している」（いずれも高知 FD）、「地域のコミュニティーセンターでサッカースクールを実施」（アルビレックスシンガポール）、「県内の小学生のクリニックを選手とヘッドコーチがやっている」（福島ファイヤーボンズ）のように、主に選手を派遣することで行政機関の活動に協力している、という事例である。

養成校との連携については、昨年度調査でも聞かれたように、特に地元の専門学校や高校・大学と、ボランティア、インターンシップを通じて連携しているという事例が多かった。中でも、信州ブレイブウォリアーズは、地元の大学のスポーツ栄養学の教員や学生とパートナーシップを結び、選手やその家族への食事指導を行ってもらっているようだ。学生が作った「試合飯」を弁当にして会場まで運んでもらう、というような連携もしているようだ。また、現在は行えていないが、地元の介護、保育系の専門学校と連携して、試合中の託児スペース等の運営を行ってみたいと語るクラブチームもあった（信州ブレイブウォリアーズ）。（ちなみに、本事業主幹校である盛岡医療福祉専門学校では、地元クラブチームのホームゲームにおいて、保育福祉学科の教員と学生が試合中に託児を行った事例がすでにある。）

行政や教育機関以外との連携については、ほとんど事例を聞き取ることはできなかった。少ない例では、「スポーツクラブでのサッカー指導」（アルビレックスシンガポール）や、企業や農協から選手用の食事の食材を提供してもらっている（信州ブレイブウォリアーズ）といったものがあつた。食材の提供を受ける、といった連携は、金銭や人的なものではないという点で、興味深いものと言えるだろう。

海外においては、慈善団体と連携している事例があった。frisco・ラフライダースは、貧困家庭に育つ子供たちのための食糧を持ち込んだ場合、入場券を半額で販売する、という企画を行っていた。ゲームと支援活動をマッチングすることで、地域を巻き込んだ活動に発展しているようだ。阪神淡路大震災以降、ボランティア活動に対する興味や関心が高まってきている我が国においても、こうした支援団体との連携によって地域との連携を深めていく、という手法は、クラブチームにとり大きな可能性を秘めていると言えるのではないだろうか。

(2) - 2 人材活用事例調査結果 一大学・専門学校（養成校）編

次に、スポーツビジネス関連の養成を行っている大学・専門学校（養成校）への事例調査の結果を見ていく。クラブチームに対してと同様に、半構造化インタビューによって、養成校に対し行った質問は以下のとおりである。

◇プロモート人材の養成を含む学科・コースについて

⑨当該学科・コースのカリキュラムの特記事項について

⑩就職先について

⑪外部機関との連携について

⑨について。今回視察させていただいた養成校の中には、特にプロモーション人材を養成するための学科・コースを備えていないものもあったが、そうした養成校でも、スポーツビジネスという大きなくくりの中で、営業や広報等のいわゆるプロモーションに関わる講座や演習を開講していた。カリキュラムの特性として挙げられたもので多かったのが、地元クラブチームとの連携授業や実習（インターン）である。スポーツ関連の学科・コースを持つ養成校の多くが、地元クラブチームのそばに立地しており、また、実際にプロの仕事を経験することが、何よりの学びとなっているという認識があるためと推測できる。

また、実際に学生にイベントを企画させて学外活動として実践するという取り組みを行っている養成校もあった（国際ビジネス公務員大学校（以下「国際ビジネス」））。（ちなみに本校でも、地元クラブチームのホームゲームの企画を立案し実践するという演習授業を行っている。）

さらに、海外へ目を向けたカリキュラムを取り入れている養成校も複数あった。鹿屋体育大学では、スポーツと語学を合わせた研修を実施している。また、北海道スポーツ専門学校では、今後アメリカでの研修を企画しているとのことであった。スポーツ先進国とでも表現すべき欧米における取り組みが、スポーツビジネスに関わろうとする学生たちにとり新たな知見を得る機会となるとともに、インバウンド対応がますます迫られる当該業界にあって必要とされる外国語力を高めていく必要がある、との思いがあるようだ。語学力という意味では、英語以外にも、中国語や韓国語などの習得も必要であるとする意見もあった。

⑩について。各養成校によって多少の差はあるが、結論から言えば、クラブチームのフロント職を希望、または実際に就職した者は、さほど多くない、というのが現状である。

クラブチームに就職をしている学生は現在のところ少ない（国際ビジネス）、希望者は数名いたが実際に就職した学生は少ない（仙台大学）というのが現状のようだ。フロント職への希望・就職ともに少ない要因としては、クラブチームの知名度の低さを指摘する養成校があったが、昨年の視察調査では、卒業生の口コミで当該職を忌避する傾向が最近の学生のうちにあるのではないかと推察された。知名度もさることながら、球団職員というと、大変な職務の上に給与が安い、というイメージが、学生間に共有されてしまっていることが大きいのではないかと推測できる。また、クラブチームの職員である、ということが、職員にとってのプライド・モチベーションとはなかなかかなりにくい、という我が国の現状もその一因であるということができるであろう。地元クラブチームのスタッフジャンパーを着ていることが、地域の方々の羨望の的となるようになれば（テキサス工科大学・体育局）、学生たちの意識も変わってくるのではないだろうか。

⑩について。ボランティアやインターンシップを通じてのクラブチームとの連携は、どの養成校においてもとられていた。また、イベントの企画運営やボランティアという形を通じての自治体との連携も多く、養成校でとられていた。それ以外の連携では、北海道スポーツ専門学校では、スポーツメーカーと連携した講義を開講しているし、また、鹿屋体育大学では他大学の講師を招いた集中講義を開講していた。

おしなべて、養成校の他職種との連携は、バリエーション豊富とは言えない現状である、と思われる。養成校の第一の目的は教育活動であるため、教育カリキュラムに関わる連携が主となっていくのは当然である。しかし、そうした前提が、より幅広い連携の枷となっているという側面もあるのではないだろうか。クラブチームを盛り上げていくための幅広い地域との連携もあってもよいのではないだろうか。そうした連携は、直接的な利益を養成校にもたらすことはないかもしれないが、スポーツビジネスに携わりたい、という機運を地域に醸成することに大きく寄与することで、将来の入学希望者を増やしていけるという可能性を、我々は視野に入れていくべきではないだろうか。

スポーツを通じた地域振興に貢献できる人材を輩出することが養成校の一つの大きな目的であるとするならば、これまでの連携先以外にも、広範で柔軟な連携が模索されるべき時にきていると言えるのではないだろうか。

（２）－３ 人材活用事例調査結果を踏まえて

以上、事例調査の結果をみてきた。本項冒頭で確認した、「プロモーション職に求められるスキル・マインドをさらにブラッシュアップする」という課題については、特に③及び⑤の結果を踏まえて、ビジョンシートの作成という形で成果とすることとした。また、同じく「クラブチーム及び養成校が、どのような機関と、どのような形態で、どういった連携をしていくことが必要なのか」については、主に⑧及び⑩の結果を踏まえて、スキルマップの作成という形で成果とすることとした。

なお、実証講座カリキュラム・シラバス（いずれもプロトタイプ）の作成については、作成されたビジョンシート、スキルマップ、及び事例調査結果⑨を土台としつつ、養成機関として適切であると思われるポイントを盛り込んでいくこととした。

(3) 人材育成ビジョンシート概要について

ビジョンシートは、昨年度の成果として挙げられたプロモーション人材に求められるスキル・マインドを分類して作成した表を基に、今年度実施した事例調査から導き出された結果、とりわけ③当該職に特に望ましいスキル、及びそれが望まれる理由、と、⑤採用時のポイントとその理由について、に対するクラブチームの回答を基に作成した。

巻末資料「人材育成ビジョンシート概要」を参照いただきたい。クラブチーム用（球団用）と養成校用、2種類の概要版を作成した。

まず、このビジョンシートの目的を確認しておこう。このシートの目的は、クラブチームについては、①プロモーション職に従事する者として身に着けておかなければならないスキル・マインドを職員に対して明示すること、かつ②評価の対象となっている当該職員の現状でのレベルを数値によって明確化することでの的確な自己評価を可能にするとともに課題をもって業務にあたるモチベーションを創出・維持させることにある。また、養成校については、①プロモーション職に必要なとされているスキル・マインドを学生に具体的に明示すること、かつ②そうしたスキル・マインドがどれだけ身についているかを客観的に把握させ学びのモチベーションを創出・維持させることである。

また、使用法であるが、クラブチーム用であれば、例えば年に1度、上長者による当該職員の評価として用いる、というケースを想定している。継続して評価を実施していくことで、職務に関わる課題を共有することができるのみならず、当該職員の成長具合を的確に捉えることで、今現在の課題が明確になり、業務遂行上のモチベーションを上げていくソースとすることができるだろう。養成校用は、プロモーション育成カリキュラムに該当する科目において、いわゆるファブリック評価として、半期、もしくは通年で使用することを想定している。プロモーション職を目指す学生が、当該職に必要なとされる素養を理解し、評価を基に自身の課題を理解し改善の努力をするためのソースとすることが望まれる。

いずれのシートも、より効果的に用いるためには、評価以前に、社員・学生に「到達目標」を明示しておくことが肝要となる。「どのように業務を遂行すべきなのか」「なぜこのようなことを学ばなければいけないのか」等という、その目的や根拠を事前に把握させることにより、より精度の高い業務、学びが可能になると言えよう。

さて、上記の目的に沿ってビジョンシートを作成したが、その作成の過程について記しておこう。まず、既述の通り、昨年度の成果として挙げられたプロモーション人材に求められるスキル・マインドを整理・分類し、さらに、今年度行った事例調査の中で語られたポイントを加えて「【表】求められるスキル対照表」を作成した。それを基に、まずクラブチーム用の達成目標（評価項目）を作成した。調査で語られた文脈を参考にしながら、キーとなるワード（表現）を、可能な限り「～できる」という形で表現するよう心掛けた。シラバスの達成目標の表現に倣う形にすることで、実践レベルでより明確な評価ができるようにするためである。

次に、クラブチーム用の達成目標にそれぞれが対応するように、養成校用の達成目標（評価項目）を作成した。クラブチームの達成目標は、ダイレクトに業務遂行上の指針となるものだが、養成校に関しては、そうした業務を遂行できるようになるために必要な素養を身に着けることに重点を置いた評価基準となるようにした。本事業の趣旨から、クラブチ

ームにおいてプロモーション職に求められるスキル・マインドと、大学・専門学校等で養成するポイントが合致している必要があるため、そうした配慮を施した。

評価対象については、クラブチーム用では一人、養成校用ではクラス全員とした。今回は「概要」版であり、トライアル版という位置づけであるため、実際に運用してみでのフィードバックをもとに、評価項目とともに随時見直していく予定である。

(4) 業界スキルマップ概要について

続いて、スキルマップ概要版作成について報告する。まず、このマップ作成の目的を確認しておく。

本事業では、「業界スキル」を、「(教育、スポーツに限定せず) 多種多様な機関と連携して地域プロスポーツを盛り立てていくための技術」と捉え、クラブチームと養成校を核とする、それら諸機関の付置関連をマップ化したものを「業界スキルマップ」と捉える。つまり、クラブチームが、養成校との連携はもとより、多種多様な機関とどのような形態・内容でつながりうるのかをマップ化したものを「業界スキルマップ」と呼ぶこととしたい。

地域クラブチームが、チーム単独の興行関連収入のみで経営が成り立つことはほとんどない。そこでは、スポンサー企業をはじめ、様々なステークホルダーが関係しており、そうした諸機関との連携があって初めて、クラブ運営は可能となる。特に、大都市圏に比してホームとする地域の人口が断然に少ない地方のクラブチームにとっては、様々な機関と、多様な内容で連携することは、その運営上大変重要な要件だと言える。そして、そうした連携が構築されていけば、クラブチームのみならず、ひるがえって地元地域の活性化にもつながっていく。スポーツを核にした地域おこしが全国津々浦々で試みられている状況を鑑みても、良好なクラブ運営によって地域が活性化していくことが期待されているのが現在の状況だと言えるだろう。

クラブチームにとっても、それを抱える地域にとっても、よりよい連携の関係が構築されることを、今まさに求められている。

(5) 実証講座用カリキュラムについて

これ以降、実証講座実施について報告していく。以下に見る二つの講座、及び演習は、視察調査等で明らかになってきたプロモート人材として必要となるスキル・マインドを身に付けることを最終的な目的としている。具体的には、プロモート人材として必要となるスキル(「業界概論」)、プロスポーツで地域を盛り上げていくために必要なスキル・マインド(「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」)を学び、それらを受講した上での実践として、クラブチームを盛り上げていくために必要となるものや考え方を、学生自ら生み出す演習(「プロモーション演習」)を実施することにした。

手順としては、これまでの事業実施によって得られた知見・課題をもとに、必要とされる講座及び演習の大枠を決定し、その後カリキュラムを作成し、それぞれにふさわしい講師を選定した。その後、「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」、「業界概論」、「プロモーション演習」の順でそれぞれ開講した。いずれも、本校スポーツ健康学科の学

生（2年生9名、1年生10名）を対象とした。

開講の順番は、次のような意図から決定した。まずは、「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」によって、地域のクラブチームで働くことの意義（マインド）について学んでもらい、次に「業界概論」において、クラブチームにおけるプロモーションで必要とされる具体的な業務について学んでもらい、最後に、それら講座で得たマインドや知識をもとに、「プロモーション演習」において、実際に観客を呼び寄せるための方法について発案し実際に岩手ビッグブルズに提案をし、座学で学んだことを実践させることが、より深い学びにつながるであろうと考えた。

以下、まずはそれぞれの講座・演習のカリキュラムの内容について報告し、続いて、実際に実施した結果と課題について報告していく。

（5）－1 「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」について

最初に、「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」の内容について報告する。

今回の講座は、視察調査をはじめ各調査からプロモーション職で求められている「マインド」の部分を理解すること、そしてプロモーション演習にむけ現在プロスポーツチームや地方の球団が抱えている問題などを把握することを最終目的とした。そこで J3 リーグに所属する「いわてグルージャ盛岡」代表取締役社長である宮野聡氏から講義いただくこととした。宮野氏は Jリーグで最年少の社長であり、どのような気持ちをもってこのチームの代表に就任したのか、そして現在、岩手の球団が抱えている問題や課題などの講話をいただくよう事前に依頼した。地方の球団だからこそ今後できるもの、やっていきたいという夢などの他、海外をはじめ日本のなかでの事例なども教えていただくこととした。

（5）－2 「業界概論」について

次に、「業界概論」の内容について報告する。

この講座は、プロモート人材を目指す学生にとって入口的なものとなるため、看板通りプロスポーツ業界の概要や魅力を生徒に伝え、これから学ぶ具体的内容をオリエンテーション的に伝えることを目標とした。特にその中でも柱としたのが、プロモーター人材に求められている「基礎的なビジネスマナーの修得」と「熱いマインドの形成」である。この柱をしっかり学生に理解させることを目的とした。

（5）－3 「プロモーション演習」（実地研修）について

最後に、「プロモーション演習」（実地研修）の内容について報告する。調査からわかった「スキル」と「マインド」を取り入れた「業界概論」「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」を理解してもらった上で実地研修を行った。「考えて」「形にする」ことができる演習にし、それによって受講生のスキル・マインドを構築すべきと考えたが、今回はプロトタイプということもあり、「考えて」「プレゼンテーション」をするまでのプログラムとした。参加する学生を4つのグループに分け、岩手を代表するプロバスケットボールチームであり、本校が試合運営のサポートをさせていただいている岩手ビッグブルズが課題としている「集客方法」を考え集客に繋げることを目的とした。そして、「来てくださったお客様が何度も応援に足を運んでくれるようになるために何をしていくべきなのか」

という点を中心にディスカッションさせ、最後に、岩手ビッグブルズの社長、取締役の方2名に来校していただき学生たちのプレゼンテーションを聞いていただくこととした。事前に、ビッグブルズの社長及び取締役に、可能な限り良いと思われた発案に関して、学生たち主体に実現させていただけるよう了解を取った。

(6) 実証講座実施状況及び課題について

続いて、既述の講座・演習を本校スポーツ学科の学生を対象に実施した結果について報告する。すべての講座・演習は、2019年12月に実施した。

(6) - 1 「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」について

まず、「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」の実施状況及びその課題について報告する。この講座は特に、地域プロスポーツクラブのプロモート人材として必要とされる基本的なマナーとスポーツで地域を盛り上げるためのマインドを涵養することを目的とした。

今回はJ3リーグに所属するいわてグルージャ盛岡代表取締役社長である宮野氏を講師として今現在、プロスポーツクラブに必要なマナー、今から身に付けておくべきこと、そしてマインドについて講話をいただいた。その他現在のチームの運営について、地方チームの苦悩などもお話しをいただいた。最後に海外サッカーの環境の紹介やスタジアム構想など、他では聞くことが出来ないお話を聞き終了した。

講座終了後に受講生対象に行った振り返りアンケート（巻末資料を参照）を見ると、集客に繋げるための発想力、来ていただいたファンを迎えるスタジアム構想などが印象に残っているという感想が多かった。

プロモート人材に求められるビジネスマナーに特別なものはないが、基本的なビジネススキルは勿論、地元を愛すること、そのチームの一員として様々な発想や先を見据えた考え方などが大切だということを受講生たちは理解できたようであった。そして「ただチームが好きだから」という気持ちだけでは業務を遂行することは出来ず、「チームで何をしたい」、「自分自身がこのチームでどのようになりたいか」などといった明確な目的をもって業務にあたるのが大切なのだ、という点もまた良く理解できたようである。

(6) - 2 「業界概論」について

続いて、「業界概論」の実施状況及びその課題について報告する。

この講座では、既述の通り、プロスポーツ業界特有の社会的責任や業務形態、プロモーター人材に求められる基礎的な知識やマインドの特徴を概論的に伝えるとともに、即戦力人材として活躍する上で何を学ぶべきかを具体的な項目で示すことを目的としている。

今回の講座では、プロ野球ヤクルト球団営業部課長の職歴を有する委員の細川直人氏に講師を依頼し、プロスポーツ業界が果たすべき社会的役割や特徴的な業務形態、プロモーター人材として必要な基礎知識や心構えなどを具体的にお話しいただいた。また、東日本大震災直後のプロ野球開幕延期の舞台裏を経験談としてお話しいただき、プロスポーツ業界が震災当時果たした役割の実例を紹介し講座は終了した。

講座後の振り返りアンケートを見ると、実体験を織り交ぜてのプロスポーツ業界のやりがいや苦労話に多くの学生が興味をもち、さらにプロモーター人材の具体的な業務内容について初めて理解した学生が多く、プロモーター人材というカテゴリーに「興味」を抱かせることが出来たようだ。

今後は今学生が抱えている「興味」を、プロモーター人材に求められている「熱い思い」のレベルまで引き上げるマインド形成が望まれるが、熱い思いを経てその先にある職業としてプロモーター人材を目指す「覚悟」までマインドを引き上げるのは容易ではなく、この点に関してはプログラム開発上の課題としたい。

(6) - 3 「プロモーション演習」(実地研修)について

最後に、「プロモーション演習」の実施状況及びその課題について報告する。この演習を受講するにあたっては、地域プロスポーツクラブのプロモーター人材として必要とされる基礎的なスキルの理解、プロスポーツクラブでの仕事のやりがいを理解することが必要となる。上記2講座を受講したことで、学生たちはこの二つを理解したという前提で、地元プロバスケットボールチームである岩手ビッグブルズの集客及びイベント企画・立案し、プレゼンテーションを行う演習とした。

今回は時間が限られていることもあり、事前に本校カリキュラムにある授業のなかでスポーツ健康学科2年生には、事前に現在のプロスポーツが抱える問題を考えさせていた。例えばJリーグやBリーグの年間の売上を教え、その中でどんなものが売り上げに関わっていくのか、岩手ビッグブルズやいわてグルージャ盛岡が抱えている問題は何かなどディスカッションを中心に行なった。その他、盛岡市内(町家)に出向き、盛岡の良さは何なのか、町家をつくるのにあたって、どんな思いでこの古い町家を残しているのかなど、「見て考える」授業を事前に行なった。

今回のプロモーション演習では「①集客するために必要なこと」「②リピーターを増やすために今後必要なこと・もの」は何かというテーマを与える他、仮想として、使える予算は50万円という設定にし、4つのグループに分け話し合いをさせた。

まずは、①ターゲットを決めること、②お客様目線で必要なことはなにか、なにがあればまた来てくれるのか、という二つのポイントに特に留意して話し合いを行なった。企画立案を約4時間で完成させ、その後プレゼンテーションするというタイトな時間配分の中で、制限時間いっぱいを使いチームで話し合いを行っていた。現在岩手ビッグブルズが行っている集客の方法、告知の仕方を皆で出し合い、その中から課題をひとつに絞り、より効率の良いやり方を、若者らしい捉え方、見方で考えていたグループも見受けられた。

ディスカッションをさせる場合注意しなければならないのは、現在の学生は教員が意見を述べると、その通りにしかやらない・できないという傾向がある点である。また、周りの雰囲気大切にしないと良い意見がでてこない傾向があるという点にも注意が必要だと思われる。

今回のプロモーション演習(ディスカッション)は飲み物や食べ物など自由に摂取しながら行った。縛り過ぎると良い意見、新たな発想がでてこないと考えていたからである。また、教育プログラム開発委員会の中でも、委員より、学生が自ら学び考える授業にすべきだとのご指摘を受けていたこともあり、可能な限り学生たちが自ら学習できる環境に留

意した。結果的に学生たちは、自由な意見、発想をそれぞれ出し合い、まとめ、パワーポイントにし、約4時間の演習（企画立案）を終了した。

学生の振り返りシートをみると、この演習で発想力・企画力が足りないということが実感できたようである。ひとつの成果を出すということは、出来るだろうという思いだけでは完成に至らないということも理解したようであったし、人に物事を上手く伝えるコミュニケーション力の大切さがわかったようだ。最終的に、宮野・細川両氏の講義で話されていたことすべてが、この演習まで全て繋がっている講座であったことを、受講生たちは理解した様子である。

岩手ビッグブルズ代表取締役社長水野氏より、ぜひグッズの開発と一緒に取り組んでほしいという大変うれしいお言葉をいただいたこともあり、学生達もまた取り組みたいという意欲が出てきたようである。

一からスタートすることを考えてみると、4時間では時間が少ないと考える。新たな発想を求めていくのであれば、実際の状況をみせること、調べる事、考えさせることで10時間程度の時間が必要だと感じた。学生は、時間をかけて見せる・考えさせることで、それまでにはない素晴らしい力を発揮するということが改めて確認できた。若い発想、新たな考え方を伸ばすために、教員がどの程度手を差し伸べるのか・差し伸べないのか、意見を出すのか・出さないのか、といった匙加減も重要だと考える。

（7）今後の課題について

ここまで、主に国内のクラブチーム、及び養成校を対象に行った視察調査を基にして作成した人材育成ビジョンシート、業界スキルマップ、教育プログラムについて報告し、最後にトライアル的に実施した講座・演習について報告してきた。本章を閉じるにあたり、改めて本事業の目的を確認し、次年度以降の課題について記述しておきたい。本事業の目的は、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、であった。

①については、視察調査で得られた所見を基に、ビジョンシートを作成し、教育プログラムの開発を行い、おおよそ昨年度から積み重ねられてきたポイントについては、盛り込めたのではないかと考えている。ただし、仕事に対する情熱や、スポーツビジネスに関わっていることのプライド、等といった、教育だけでは育たない要素について、どのように学生や社員に伝えていくかは、引き続いて考えていくべき課題として残されていると言える。

②については、上記と同じく視察調査で得られた所見を基に、スキルマップの作成を行った。しかしながら、既にみていただいている通り、マップはプロトタイプという形で（いわば製作途中の形で）の成果にとどまった。その要因として一番に挙げられるのは、特にクラブチームがもつ連携が必ずしも多くはなく、また、その連携内容もバリエーションに富んだものとは言いがたいという現状である。我が国のクラブチームが置かれている現状のみから、この問題を解決する提案を行うのは難しいと感じている。次年度事業では、クラブチーム（及び養成校）の取り組みにこだわらず、広く地域振興を行っている諸ムーブメントを調査の対象しその連携の現状を把握することで、今はまだ実現されていない連携の在り方について探っていくことを目的とすべきと考えている。

そこで、次年度の事業展開を視野に入れつつ、我が国の現状と比較すれば先進的な取り組みをしていると思われる海外の事例等をいくつか紹介しておきたい。

まず、今回の国外視察から得られた結果の中でも特筆しておきたいのは、スポーツコミッションの存在である。わが国でも、スポーツビジネスを通じた地域振興を目指す企業は存在しているし、国もスポーツコミッション事業を推進している。しかし、とりわけトップリーグに所属するクラブチーム以外は、そうした外部組織と連携した事業展開をしているとはいえない状況にある。地域のクラブチームは、基本的に自前でプロモーション活動を展開している。しかし、昨年度からの視察調査の結果を見ても、担当者（や予算）が十分確保できているわけではないという実情が見て取れる。ぎりぎりの人数で当該業務をこなしているため、十分なプロモーション活動が展開できているとは言えない現状が見えてきた。そうした現状では、たとえ新しい発想や構想があったとしても、それを実現できる状況にない、というのが、わが国の多くのクラブチームの現状のようである。

そう考えると、クラブチームが地域とともに発展していくためには、現在の日本の状況は必ずしも好ましい環境にあるとは言えないことがわかる。クラブチームに所属するスタッフは、様々な経歴を持つことがわかってきたが、それでも、より幅広い連携形成や、地域を活性化していくための知識やスキルが備わっている人材は少ないのではないだろうか。仮にいたとしても、上記のような現状では、従来の連携を保持することで手一杯なのではないだろうか。

そこで、特に地域を巻き込んだクラブ運営をより充実させ発展させていくために、専門機関であるスポーツコミッションと連携していくということが必要となるのではないだろうか。ひとまず経費の点を脇に置くとすれば、自治体をはじめとする地域との連携を強化していけるのであれば、どのクラブチームも喜んでそうした外部組織との連携を望むのではないか。

経緯費の点についても、アメリカの事例で見るとようなスポーツコミッションが自治体と金銭的な面でのバックアップを得るようなプランを持っていれば、クラブチームからの持ち出しも、結果的にそれほど多額にはならない。むしろ、連携先が増え、地域における知名度も上がり集客数が増加していけば、それに見合った収入も増えるだろうし、そのような流れができれば、さらに多くのファンを集客することにもつながり、結果的に正のスパイラルを形成していけよう。

地域に根差したチームとしての地位が確立されていけば、チームスタッフとして働く社員のモチベーション向上につながり、ひいては彼・彼女らのプライドの形成も促されていくだろう。

日本の現状を見ると、このような正のスパイラルを生み出すことに寄与するであろうスポーツコミッションの数も多くない。また、あったとしても、経営的に安定しているとはいえない多くのクラブチームがそうした機関と連携していく、というのも現状では難しいだろう。しかし、上記に見たような利点があることを鑑みれば、クラブチームと専門機関の連携が可能となるような土壌を作っていくことが、プロスポーツ業界にとり、重要な課題になっていると言えるのではないだろうか。

本事業においては、次年度の課題として、こうした日本の現状を踏まえつつ、スポーツコミッションのような存在について調査することが必要と考える。現在のわが国に存在す

る機関を調査することで、クラブチームと連携を取る際の課題を抽出していくことを目的としたい。同時に、スポーツに限らず、幅広い分野で行われている地域創生の諸活動を可能な限り調査し、地域と連携し地域を盛り上げていくために求められるものとは何かについて明らかにし、それをクラブチーム運営に係る連携のあるべき姿として示すことを目的としたい。

ここまで次年度の事業展開についての課題と展望を述べてきたが、本章の最後に、クラブチームが地域と連携し、地域に欠くべからざる存在となっていくためのヒントを、アメリカ視察から得られた知見を基に一つだけ提案しておきたい。

アメリカ視察において、独自カリキュラムの講義内容の一例として、テキサス工科大学浅田氏の研究成果についてお聞きすることができた。特に「ファンの社会化」についてのお話は、我が国のクラブチームの新たな連携先をどのような視点から発見していくかを考える上で非常に参考になる。多くの連携先を確保し、かつ、地域に密着したプラクティスが展開できれば、現在必ずしも盤石な運営ができていないとはいえない多くの地域クラブチームが、その本来の目的を達成していけるのではないかと考えた。

まず、「ファンの社会化」とは、「一緒に（ゲームを）観に行く」「他のファンを観察する」というようないろいろな過程を経てスポーツファンになっていく（比較的長い）プロセスのこととされる。つまり、既存のファンとの様々な関わりを通じ、それまで当該チームのファンではなかった者がファンとなっていく過程が「ファンの社会化」である。その過程を明らかにするために浅野氏が着目したのが、「コミュニティ」と「ファンの一体感」である。浅田氏は、クラブチームを、コミュニティにおけるファン数の占める割合の高低と、ファンの一体感の大小を掛け合わせた4つのマトリクスに分類した。その4つとは、①地域におけるファン数の割合が高くファンの一体感も高いタイプ、②地域におけるファン数の割合が高くファンの一体感が低いタイプ、③地域におけるファン数の割合が低くファンの一体感が高いタイプ、④地域におけるファン数の割合が低くファンの一体感も低いタイプである。この類型を適用するならば、日本のトップリーグ以外のクラブチームの多くが③④に当てはまると思われる。

ファンが少数派（③④）の場合は、一体感を煽る戦略よりも、「いろいろな人がいろいろな楽しみ方があるので、好きなように楽しんでください」「いろいろなファンがいるので、あなたも入りやすいですよ」という戦略を取った方が、潜在的なファンが入ってきやすい環境を作れるという。なぜなら、チームが一体感を煽るような状況では、ファンではない人は、ファンを「自分とは違う人」と認識してしまうためである。逆に、ファンが多数派の①のようなタイプの場合は、チームとファンの一体感を強調した方が、ファンではない人を「みんなで作っているし、俺もその中にはいなきゃ」という心理状態にすることでスタジアムに足を運ばせることができるという。まだ当該コミュニティにおけるファン数が少数にとどまるクラブチームが、多くのファンをスタジアムに集められるクラブの真似をしてもうまくいかない理由がこの点にある。つまり、ファンが少数にとどまっているチームが一体感を強調すれば、ファンではない人々にとっては「彼・彼女は自分とは違う人」という感覚を強めてしまい、結果としてスタジアムから足が遠のいてしまう、というわけだ。

では、③④のようにコミュニティにおいてファンが少数派であるチームは具体的にどの

ような戦略を取ればよいのだろうか。浅田氏は、「熱狂的なファンを“引き”で撮るのではなく、“寄り”で撮る、というイメージ。ファンの中にも多様性がある、というメッセージを送ることができれば、それを受けた潜在的なファンは『僕も楽しめるポイントがあるかもな』と捉え、スタジアムに足を運ぶようになる、と述べている。つまり、「熱狂的なファン」も、それぞれ詳しく探ると、性別、職業、趣味等様々であり、その様々な特性のなかから、潜在的なファンが自分との類似点を見つけるとき、「スタジアムに行ってみようかな」という気になる、ということだ。「熱心なファンなんだけど父親でもある」とか「熱心なファンだけど犬好きである」というように、「熱心なファン」であると同時に「自分と同じ父親でもある」とか「自分と同じ犬好きである」と潜在的ファンが気付くことで、それまでの「あなたはファン、私はファンではない人」という対立の構図から抜け出し、「われわれはお父さん友達」という同位の関係にあることを見出す。それまでは「自分とは住む世界の違う“熱狂的なファン”」と異質性を強く感じていたファンの中に、自らの類似性を発見することで、潜在的なファンがファンとなっていく確率が高くなる、ということである。

こうしたファンの社会化についての浅田氏の理論は、クラブチームの地域での連携の在り方についても示唆に富む。浅田氏の指摘は、ファンのもつ（熱狂的なファンでもあるが、同時に父親でもあり犬好きでもあり、といったような）多様性に着目すると、クラブチームが連携すべき対象も多様であるはずだ、という見解に我々を導いてくれる。多くのクラブチームが、熱狂的なファンの最小公倍数的ニーズや嗜好にフォーカスしてプロモーションを展開しがちであるとするなら、おのずとそのプロモーション戦略はサッカー好きや人気のある選手にフォーカスしたものになりがちだろう。しかし既にみたように、それではファンと潜在的ファンの関係性を対立的なものそのまま温存し、助長しさえする危険性がある。そう考えるなら、クラブチームは、熱狂的ファンの「ファンである」以外の側面にフォーカスしその多様性を提示した上で、様々な団体（例えば教育業界や動物関連団体、家族主体の団体等々）と連携し互いにウィンウィンの関係性を築いていくことが大切だと言えることになる。

先に紹介したラフライダースの慈善事業との連携は、その一つの好例と言えよう。慈善団体と連携することで、クラブチームは支援活動には興味があるが野球には全く興味のなかった潜在的ファンをスタジアムに呼ぶことができ、同時に慈善団体にとってはこれまで野球には興味があっても支援活動には興味がなかったファンからの支援を受けることができるようになるであろう。さらに、既存ファンが地域の慈善活動に加わるようになったり、慈善活動の団体に関わる人たちがクラブチームを応援するようになったりすることで、地域全体が盛り上がっていく、という好循環を生み出していくかもしれない。

このように、ファンの多様性に着目することで連携すべき機関・団体はほぼ無限に広げられうると考えられる。日本のクラブチームがそうした視点を持ち、これまで連携することすら考えもしなかった機関・団体と連携することで、より地域に根差し、多くの人々に応援されるされる存在へと昇華していけるのではないか。社会貢献度の高いチームは、クチコミによる情報の拡散がなされやすいと浅田氏は指摘している。SNS などを通じたクチコミが、ファン獲得に大きな影響力を持っていることは改めて指摘するまでもない。地域への貢献とファンの獲得は、豊かな連携によりこうして正のスパイラルを生み出していく。

以上のことから、クラブチーム（もちろん養成校も、であるが）が、様々な業界と連携することで地域を盛り上げる一翼を担う存在になっていくために、クラブチームそして、そこに人材を供給していく使命を担う養成校の二者を中心としたマップを作成していくことが、次年度以降の本事業の中心課題となる。

4. 成果の普及・2019年度以降の事業展開の予定

「事業報告」の最後に、次年度以降の事業展開の課題、予定についてまとめて記す。

(1) 人材育成ビジョンシートの作成について

昨年度からの事業を踏まえ、おおよそ完成形に近いプロトタイプが作成できた。次年度は、クラブチーム、養成校いずれにおいても実際にトライアル的に実施をし、その結果を踏まえてさらにブラッシュアップしたものとしていく。

(2) 業界スキルマップの作成について

今年度の成果として、業界スキルマップのプロトタイプを作成した。しかし、今回は、連携先との関連を図示したものの作成にとどまった。今年度までの事業の中で、クラブチームや養成校が、必ずしも多くの連携先を持っているとはいえない状況が明らかになった。したがって、今回の成果も、今後さらなる連携先を見出していくという点で課題を残している。また、実際の連携内容については今回の成果には盛り込めなかった。次年度、新たな視点で調査を進めていき、その中で連携先とともにその連携内容についても作成を進めていきたい。

(3) 実証講座用カリキュラム及び実証講座用シラバス作成について

昨年度からの事業を踏まえ、計画通り、講座・演習のカリキュラム及びシラバスの作成、実施までこぎつけることができた。受講生の感想を見ても、当初の目的を果たせるカリキュラムとなっていると言ってよいと思われる。次年度は、さらに必要と思われる講座等を引き続き検討し、教育カリキュラムのブラッシュアップを試みていく。

(4) 実証講座用教材の作成について

今年度の成果として、教材の作成までこぎつけることはできなかった。それは、講座・演習の内容が確定していない、という事情からである。作成したカリキュラムは、既にみたようにほぼ目的を達成したものとなったとはいえ、内容に関してまだまだ検討する余地を残しているため、現時点で教材まで作成するのは難しいと判断した。よって次年度は、可能な限り教材作成までこぎつけることを目標としたい。

(5) 成果の普及・2020（令和2）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

- 事業計画
- 人材育成ビジョンシート概要
- 業界スキルマップ概要
- 実証講座用シラバス（プロトタイプ）
- 受講生振り返りシート（まとめ）
- 議事録
 - 人材育成協議会・検証評価委員会（第1・2・3回）
 - 教育プログラム開発委員会（第1・2・3・4・5・6・7回）
- 調査地一覧
- 人材活用事例調査結果概要
 - クラブチーム（及び関連団体）
 - 大学・養成校

**「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

2019 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

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	盛岡医療福祉専門学校 スポーツ健康学科 教員
氏名	村井 文範
電話番号	019-624-8600
E-mail	h-murai@morii.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
5	学校法人龍馬学園	協議会運営	○	高知県
6	学校法人麻生塾	協議会運営	○	福岡県
7	帝京大学	協議会運営	○	東京都

※内諾済の場合には、内諾欄に「○」を記入(以下同じ)

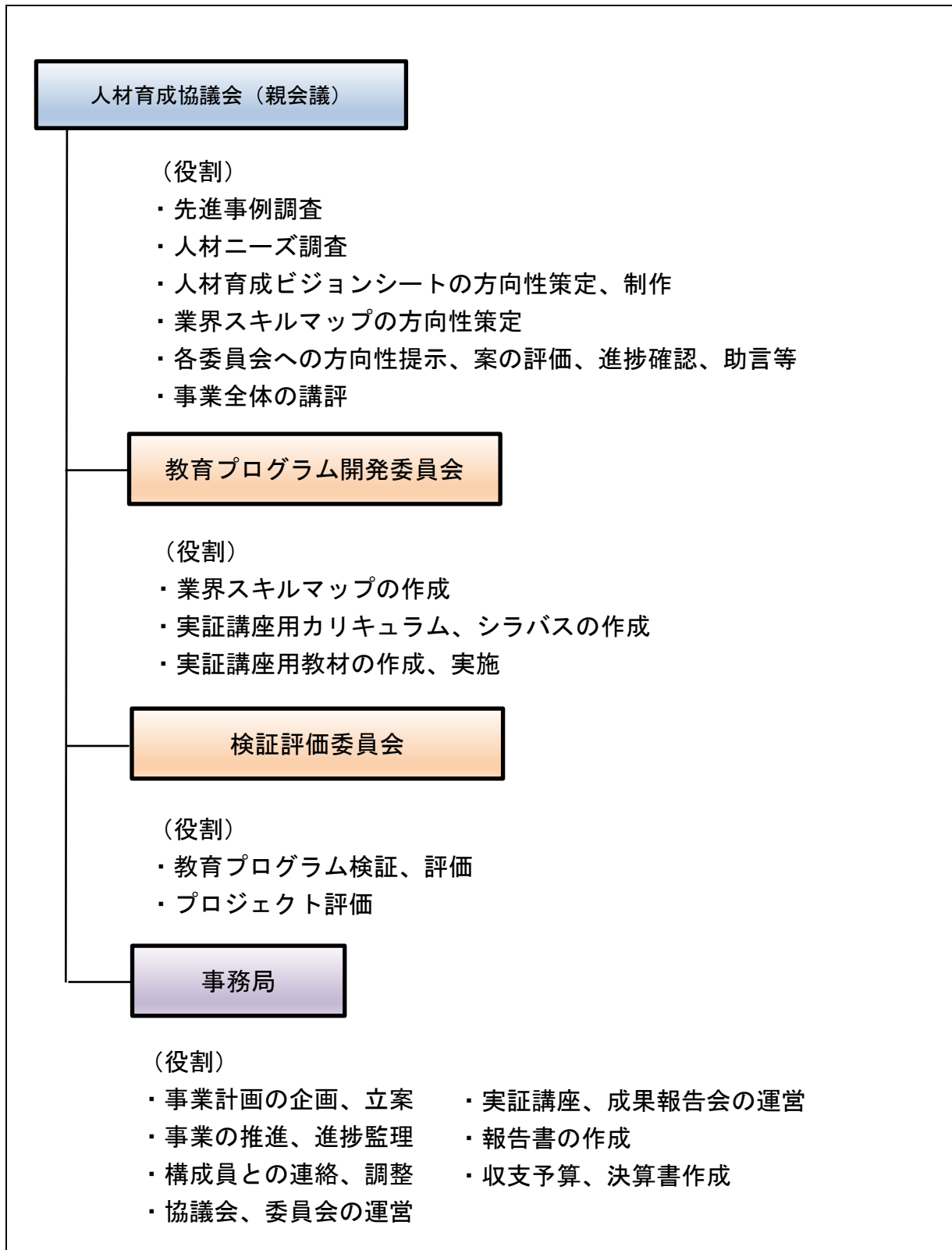
<企業・団体>

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	株式会社バスケットボールジャパン 一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	協議会運営・教育プログラム開発	○	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	釜石市市民生活部生涯学習文化スポーツ課	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

・学校法人龍馬学園

・学校法人麻生塾

・帝京大学

(3)事務局

・学校法人龍澤学館

○企業・団体

(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

・釜石シーウェイブス 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

・株式会社バスケットボールジャパン

・一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー

(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 市民生活部 生涯学習文化スポーツ課

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、2016 年 3 月 8 日に包括的連携協定を締結した。

また、2016 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 リーグのいわてグルージャ盛岡、B3 リーグの岩手ビッグブルズ、ラグビーの釜石シーウェイブス 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ための体制を整備することとしたい。

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

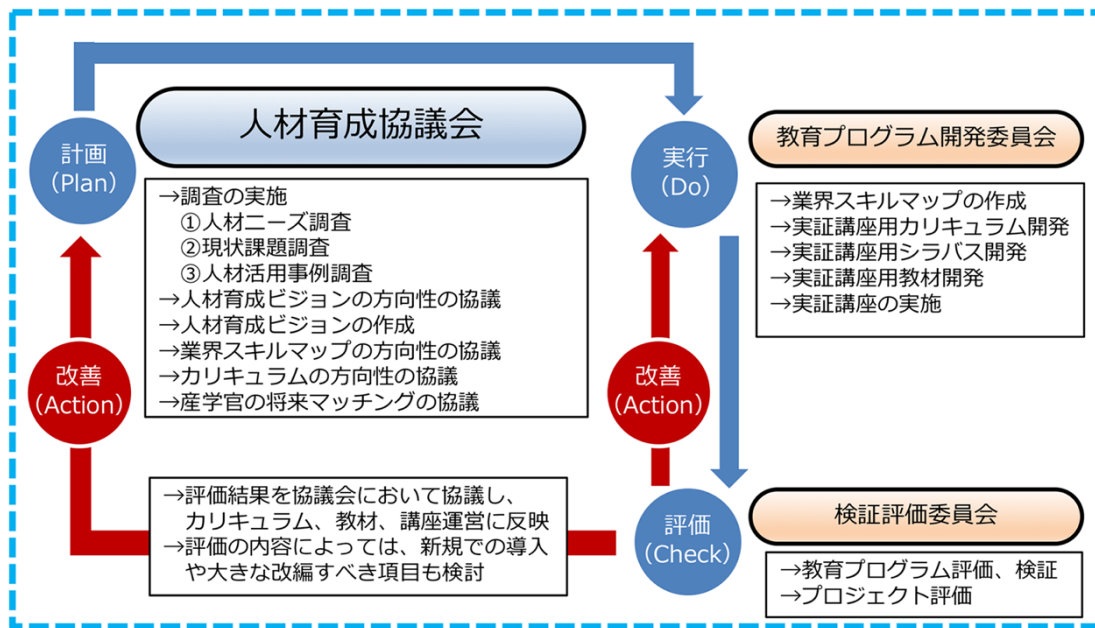
評価(Check)

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(2～3年間)を記載すること。

<2018年度>：事業の方針策定、調査開始

■協議会等

岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する人材育成を検討するために、産学官 20 の組織が連携した人材育成協議会を設置。

- ・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

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全国 121 の団体にアンケート調査を行い、プロモーター人材の育成と活用に関する先行事例のインタビュー調査を国内2地域4団体に実施した。(スポーツクラブ2団体、専門学校2校) 調査には、専門学校教育の特徴である学校と企業の連携で行われる職業実践的な教育の先行事例(インターンシップや実地研修等)や産業界の連携授業のニーズを捉える内容を含む。

調査の結果は、調査報告書としてまとめ、人材育成ビジョン、業界スキルマップ、教育プログラム開発の基礎調査とする。

- ・人材ニーズ調査(121団体)
- ・現状課題調査(121団体)
- ・人材活用事例調査(国内2地域4団体)

■作成開発

調査から見てきたニーズギャップ、人材像、スキルを協議で深め、プロスポーツクラブ発展に寄与するプロモーター人材の特定に向け人材育成ビジョンシート、業界スキルマップの策定方針を検討した。本事業の教育プログラムには、プロスポーツクラブにおける実地研修の開発も含める。専門学校教育の特徴である学校と企業の連携で行われる職業実践的なプログラムとする。協議内容は、次年度以降の作成開発の基礎として活用していく。

- ・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

<2019年度>：調査完了、試作開発、中間評価

■協議会等

前年度設置した人材育成協議会にて PDCA サイクルを回し各会議での取り組みを進める。事業の活動規模が前年度に比べ大きくなるため、各参加機関による情報交換や連携を深めていく。中間年度として前年度からの経過を振り返り、最終年度の計画を検討する。

- ・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

前年度実施した、プロモーター人材の育成と活用に関する先行事例のインタビュー調査を拡充する。国内の調査では専門学校に加えて、既にスポーツプロモーター育成や教育研究を行っている大学等にも実施する。また、国外でも同様にプロスポーツクラブと教育機関への先行事例調査を実施し、調査先は地方都市の人口規模等の比較も視野に入れた選定をする。

調査結果は、調査報告書としてまとめ、人材育成ビジョン、業界スキルマップ、教育プログラム開発の基礎調査とする。

- ・人材活用事例調査
(国外2地域、国内7地域)

■作成開発

2018年度、2019年度の調査、協議から人材育成像～教育プログラムの骨子となる概要やプロトタイプを開発し、実証講座の試験実施を行う。実証講座は、業界概論1回、実務講義2回、実地研修2回の合計5回を想定。最終年度の完成に向けて開発のPDCAサイクルが一周する。

- ・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

実証講座カリキュラムを本校学生に実施し、課題を析出し、次年度の完成を目指す。

- ・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

産学連携による職業実践的な教育を継続・拡大するために、事業終了後に継続する人材育成協議会に期待する役割や組織体制を協議。

また、全国の専門学校における教育プログラムの普及を目指し連絡調整会議の組織体制に関しても協議を行う。

- ・協議会継続運営に向けての方針の検討

<2020 年度>：開発完成、協議会継続計画の策定

■協議会等

事業完成年度として PDCA サイクルの確立を目指す。3年間の総括を行い取り組みの評価を行う。

- ・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

前年度事業実施で見えてきた改善点を修正し、人材育成ビジョンシート～教育プログラムの一連を完成。実証講座についても昨年の実施ギャップを改善した実施を行う。

- ・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

実証講座用カリキュラムをトライアル実施し、その有効性を確認し、かつ普及の際の課題等を析出する。

- ・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

2019 年度に協議された方向性に沿って、事業終了後に継続する人材育成協議会の設置と運営の計画、全国の専門学校における教育プログラムの普及を目指した連絡調整会議の設置計画をまとめる。

- ・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	<p>(2018 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(2019 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(2020 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	<ol style="list-style-type: none"> 1、スポーツ産業の人材需要拡大の将来性検証の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ・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 <ul style="list-style-type: none"> ・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) <ul style="list-style-type: none"> ・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

	<ul style="list-style-type: none"> ・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と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 <p>4、協議会の継続について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	20 人	開催頻度	2018 年度は1月と2月の2回 2019 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	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
3	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
4	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
5	佐竹 新市	学校法人龍馬学園 理事長
6	麻生 健	学校法人麻生塾 理事長
7	大山 高	帝京大学 経済学部 経営学科 准教授
8	水野 哲志	株式会社岩手ビッグブルズ 代表取締役社長
9	高橋 理	株式会社いわてアスリートクラブ 取締役
10	桜庭 吉彦	釜石シーウェイブス RFC ゼネラルマネージャー
11	作山 充	株式会社岩手日報社 取締役 広告事業局長
12	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
13	及川 弘晃	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
14	藤川 雄一郎	株式会社スポーツブレイン 代表取締役
15	飯塚 正成	有限会社ザ・ライスマウンド 代表取締役
16	満田 哲彦	株式会社ミッションスポーツ 代表取締役 CEO
17	東 英樹	株式会社バスケットボールジャパン 代表取締役社長 一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー 代表 理事
18	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
19	白根 徹	盛岡市 市民部 スポーツ推進課 副主幹兼スポーツ推 進係長
20	佐々木 豊	釜石市 市民生活部 生涯学習文化スポーツ課 課長

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	<p>(2018 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(2019 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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) <p>(2020 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	<p>(作業内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(開発関連作業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(実証講座関連作業)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・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	8 人	開催頻度	2018 年度は1月に1回 2019 年度以降は年8回

【構成員】

	氏名	所属・役職
1	細川 直人	学校法人龍澤学館 法人本部広報担当
2	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
3	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
4	伊藤 康輔	株式会社岩手ビッグブルズ 取締役
5	小原 彬広	釜石シーウェイブス RFC 主務
6	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
7	水沼 聡	株式会社スポーツブレイン 専務取締役
8	東 英樹	株式会社バスケットボールジャパン 代表取締役社長 一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー 代表理事

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	(2018 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 (2019 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

	<ul style="list-style-type: none"> ・委員会の総括 ・次年度の検証、評価内容の確認 (2020 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	<p>(作業内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	2018 年度は1月に1回 2019 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	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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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7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) <p>合計:国内7地域 16 団体 国外2地域7団体</p>
調 査 時 期	2019 年度:国内7地域 16 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	<ul style="list-style-type: none"> ・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 <ul style="list-style-type: none"> (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)	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。)

本事業は、産学官が連携しプロスポーツを通じて地域を活性化することを目指している。本事業ではその一つ目の策として、クラブ価値の向上やステークホルダーとのリレーションシップを担うプロモーターの育成に着手する。このことにより岩手県のプロスポーツ業界が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、民間協働による収益を生み出す対象(プロフィットセンター)への転換を目指す。

また、プロスポーツ業界は、今後の岩手県の発展において重要な産業となることが期待されるため、このことを自立的、発展的に検討していく人材育成協議会を設置することを目指す。

さらに、本事業の成果は岩手県のみならず他地域の活性化にも寄与できるモデルとなることが期待され、積極的な情報公開等の普及を促進する。

<2018 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(121 団体)
 - (2)現状課題調査(121 団体)
 - (3)人材活用事例調査(国内2地域4団体)

<2019 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
 - (3)実証講座用教材

<2020 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

人材育成ビジョンシート概要

<人材育成ビジョンシート>

20●●年度 スキルマップ	
氏名	
評価者	
評価日	2020年2月10日

レベル基準	レベル4	指導ができるレベル
	レベル3	単独で応用的なことができるレベル
	レベル2	基本的なことであれば単独のできるレベル
	レベル1	できていない

球団用

大項目	小項目	基準	1	2	3	4	小計		
交 渉 ス キ ル	営業力	新規の営業・連携先を開拓できる				○	40		
		相手のニーズを的確に捉えることができる				○			
		会社や自分の考え・提案を相手に的確に伝えることができる				○			
		関係機関と良好な関係を構築・維持できる				○			
	コミュニケーション能力	多様な顧客（観客）に対して場面に応じた適切な対応ができる（「多様なお客様に対して～適切な対応」）				○			
		相手に好印象を与える接客ができる（「接客力」）				○			
	交渉力	人の心をとらえる言葉（文章）でチーム、選手の良さを発信することができる（「発信力」）				○			
		顧客－球団相互の利益を含んだ提案ができる				○			
企画立案能力	必ずしもスポーツビジネスにとらわれない視点から発想することができる（「ソリューションをスポーツに結び付けられる力」）				○				
	豊かな発想力で新しい企画を提案できる（「柔軟性」）				○				
マ ネ ジ メ ン ト ス キ ル	行動力	自身で考え行動できる（「自身で考え、動ける行動力」）				○	42		
		責任感をもって職務を遂行できる（「やり切る責任感」）				○			
		物事に対応するスピードが早い（「スピード感」）				○			
	現状を把握する能力	様々な場面で、現状を的確に捉えることができる				○			
		必要に応じ、現状に合った臨機応変な対応ができる（「臨機応変さ」）				○			
	経営力	企画の開発や実施、人員の配置に関し、常にコスト意識をもって対応できる（「コスト意識を持っている」「数字に強い」）				○			
業務遂行能力	業務に必要な十分な情報を収集し、適切に仕事に反映させることができる				○				
	業務遂行上、必要とされるPCスキルが十分備わっている（「PCスキル」）				○				
	社会人としてのマナー（礼儀、言葉遣い、メール文章、等）が身につけている（「ビジネス用語の理解」「文章力」）				○				
	インターネットを活用する能力、デザインする能力の特別なスキルをもち、それを業務に生かしている（「ITスキル」「デザインの能力」）				○				
マインド	チームに対する熱い情熱を持っている（*「○」=1、「」=0）				○				
	チームで地元を盛り上げようという情熱を持っている（*「○」=1、「」=0）				○				
							総合点	総計	82
							82	達成率	100

<人材育成ビジョンシート>

前期 / 後期 / (通年) 評価	
科目名	
評価者	
評価日	2020年2月10日

レベル基準	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	指導もしくは周囲の助けを受けながらであればできる
	レベル1	できない

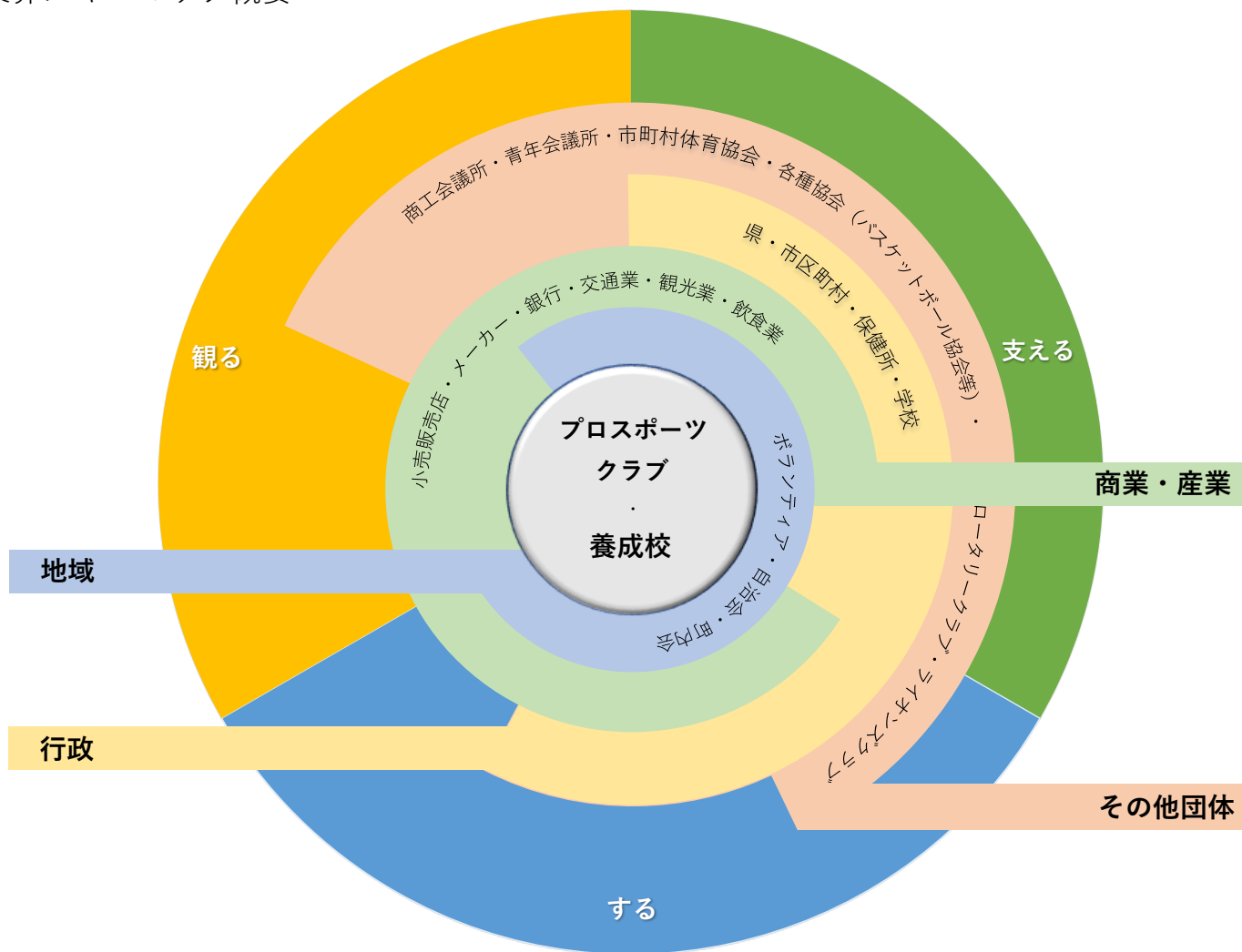
養成校用

大項目	小項目	達成目標（評価項目）	学生氏名													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
			細川	村井	伊藤	樺沢	・	・	・	・	・	・	・	・	・	・
			優汰	直人	裕子	文範	・	・	・	・	・	・	・	・	・	・
交渉スキル	営業力	初対面の人とでも積極的に話すことができる	4	3	2	1										
		相手の意見に耳を傾け、的確に理解できる	4	3	2	1										
		自分の考えを、きちんと相手に伝えることができる	4	3	2	1										
	コミュニケーション能力	どんな相手にも分け隔てなく接することができる	4	3	2	1										
		明るく笑顔でコミュニケーションをとることができる	4	3	2	1										
交渉力	相手の利益も考えながら課題を達成することができる	4	3	2	1											
企画立案能力	様々な視点を取り入れた意見を述べる事ができる	4	3	2	1											
マネジメントスキル	行動力	自分で考えて行動できる	4	3	2	1										
		責任感をもって課題を達成できる	4	3	2	1										
		スピード感をもって行動できる	4	3	2	1										
	現状を把握する能力	どんな場面でも、自分がすべきことを適切に遂行できる	4	3	2	1										
		予想外の展開にも臨機応変に対応することができる	4	3	2	1										
	経営力	常にコスト意識をもった企画立案ができる	4	3	2	1										
		業務遂行能力	課題達成のために必要な情報を収集し、それを活かすことができる	4	3	2	1									
	ワード、エクセル、パワーポイント等、基礎的なPC操作ができる		4	3	2	1										
	自分の考えを適切に文章にすることができる		4	3	2	1										
	社会人としてのマナー（礼儀、言葉遣い、ビジネス文書等）をもって人と関わることができる		4	3	2	1										
(SNS,HP等) インターネットを活用することができる	4		3	2	1											
著作権や商標など、権利保護にそった判断ができる	4	3	2	1												
マインド	地元への強い愛着を持っている*	4	3	2	1											
	スポーツに強い情熱を持っている*	4	3	2	1											
			評価合計	76	57	38	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			達成率 (%)	100	75	50	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0

*強く持っている="4"、持っている="3"、持っていない="2"、全く持っていない="1"

業界スキルマップ概要

業界スキルマップ概要



実証講座用シラバス（プロトタイプ）

授業計画表

スポーツ健康 学科

盛岡医療福祉専門学校

科目名 プロモート人材に求められる ビジネスマナー講座	教員名 宮野 聡	
科目時間数 : 1.5 (45分×2回) 時間	授業の種類 : <input checked="" type="checkbox"/> 講義 ・ <input checked="" type="checkbox"/> 演習 ・ 実習	
必修・選択の別 : <input checked="" type="checkbox"/> 必修 ・ 選択	配当学年 : _____ 開講時期 : 前期・後期 <input checked="" type="checkbox"/> 集中	
<p>【授業の目的・ねらい】 地域プロスポーツクラブのプロモート人材として必要とされる基礎的なマナーと、スポーツで地域を盛り上げるためのマインドを涵養する。</p> <p>【授業全体の内容の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の持つ特性とその良さについて。 ・スポーツで地域を盛り上げることの意義について。 ・スポーツで地域を盛り上げている事例の紹介。 ・プロモート人材として必要とされるビジネスマナーについて。 <p>【授業における達成課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の持つ特性とその良さについて理解する。 ・スポーツで地域を盛り上げることの意義について理解する。 ・スポーツで地域を盛り上げている事例を学び、実践するイメージを持つ。 ・プロモート人材として必要とされるビジネスマナーについて理解し、実践できる。 		
	使用教材	出版社
なし		
<p>【使用教室】</p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> 1. HR 2. 介護実習室 3. 家政実習室 4. 視聴覚室 5. PC実習室 6. 接遇実習室 7. その他 () </p>		
<p>【評価方法】</p> <p> 1. 筆記試験 2. レポート <input checked="" type="checkbox"/> 3. 出席 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 授業態度 5. 実技試験 6. その他 () </p>		
<p>【備考】</p>		
<p>【担当教員の実務経験の有無】 <input checked="" type="checkbox"/> 有 ・ 無</p>		
<p>【内容】 株式会社いわてアスリートクラブ 代表取締役社長 (J3 いわてグルージャ盛岡)</p>		

科目名	プロモート人材に求められるビジネスマナー講座	科目時間総数 1.5 (45分×2回) 時間	教員名 宮野 聡
時間数	教育に含むべき事項・テーマ	主な学習内容と到達目標	
1	イントロダクション スポーツで地域を盛り上げることの意義	<p>授業の目的を理解し、授業に臨むモチベーションを持つ。</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・自分の生活している地域の良さや課題を指摘できる。 ・地域に愛着を感じ、貢献したいという気持ちが湧く。 ・スポーツで地域を盛り上げることの意義を理解する。 ・実際に、スポーツで地域を盛り上げているケースについての取り組みについて理解する。 	
2	プロモート人材としての心得 プロモート人材に求められるビジネスマナー	<ul style="list-style-type: none"> ・地域を盛り上げるためにプロモート職が備えているべきマインドを理解する。 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・なぜプロモート人材にビジネスマナーが必要とされるのか、その意味を理解する。 ・対面でのマナーを実践できる。 ・メールでのマナーを実践できる。 	

授業計画表

スポーツ健康 学科

盛岡医療福祉専門学校

科目名 業界概論	教員名 細川 直人		
科目時間数 : 1. 5 (45分×2回) 時間	授業の種類 : <input checked="" type="checkbox"/> 講義 ・ 演習 ・ 実習		
必修・選択の別 : <input checked="" type="checkbox"/> 必修 ・ 選択	配当学年 : _____ 開講時期 : 前期・後期・ <input checked="" type="checkbox"/> 集中		
<p>【授業の目的・ねらい】 地域プロスポーツクラブ運営について概観し、プロモート人材の役割と仕事のやりがいを理解する。</p> <p>【授業全体の内容の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社の経営基盤を安定させる収入源となるメインスポンサー企業等（大口協賛企業・株主・地方自治体）へのアプローチ（資料作成・交渉方法）について ・会社の収入増に向けた営業獲得小ロスポンサー企業へのアプローチについて ・年間予約席の販売および拡大（個人、企業）の方法 ・ファンクラブ組織の運営および拡大の方法 ・肖像権、商標権、知的財産権、景品法、著作権など、実務上必要となる権利関連の法律について ・多様化した入場券販売、ファンサービスイベント・企業協賛イベントの企画実施、会場運営の基礎知識 ・グッズ販売の基礎知識について ・告知宣伝を目的とする広報業務基礎知識およびメディア活用法について ・ステークホルダーとの必要な距離感（例：熱心なファン、ヘビーユーザー、私設応援団、タニマチ、クレーマー、暴力団排除対策対象者など）について ・職員として会場内で求められる可能性のある英会話の習得（英会話想定問答）について ・アカデミー事業の実際とその効果について ・選手スカウティング、チーム編成の実情と問題点について ・選手と職員が一致協力する会社経営とは何か 			
<p>【授業における達成課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社の経営基盤を安定させる収入源となるメインスポンサー企業等（大口協賛企業・株主・地方自治体）へのアプローチ（資料作成・交渉方法）について理解する ・会社の収入増に向けた営業獲得小ロスポンサー企業へのアプローチについて理解する ・年間予約席の販売および拡大（個人、企業）の方法を理解する ・ファンクラブ組織の運営および拡大の方法を理解する ・肖像権、商標権、知的財産権、景品法、著作権など、実務上必要となる権利関連の法律について理解する ・多様化した入場券販売、ファンサービスイベント・企業協賛イベントの企画実施、会場運営の基礎知識について理解する ・グッズ販売の基礎知識について理解する ・告知宣伝を目的とする広報業務基礎知識およびメディア活用法について理解する ・ステークホルダーとの必要な距離感（例：熱心なファン、ヘビーユーザー、私設応援団、タニマチ、クレーマー、暴力団排除対策対象者など）について理解する ・職員として会場内で求められる可能性のある英会話の習得（英会話想定問答）について理解する ・アカデミー事業の実際とその効果について理解する ・選手スカウティング、チーム編成の実情と問題点について理解する ・選手と職員が一致協力する会社経営とは何かを理解する 			
	使用教材	出版社	
【使用教室】			
1. HR	2. 介護実習室	3. 家政実習室	4. 視聴覚室
5. PC実習室	6. 接遇実習室	7. その他 ()	
【評価方法】			
1. 筆記試験	2. レポート	<input checked="" type="checkbox"/> 3. 出席	<input checked="" type="checkbox"/> 4. 授業態度
5. 実技試験	6. その他 ()		
【備考】			
【担当教員の実務経験の有無】 <input checked="" type="checkbox"/> 有 ・ 無			
【内容】 元 株式会社ヤクルト球団 営業部 課長			

科目名		科目時間総数	教員名
業界概論		1. 5 (45分×2回) 時間	細川 直人
時間数	教育に含むべき事項・テーマ		
1	・イントロダクション	授業の目的、進め方、評価の方法を理解し、実質的な学びへの準備をする。 当該科目を学ぶことの意義を理解し、授業へ向かう意欲を高める。	
	メインスポンサーのアプローチ等について	・会社の経営基盤を安定させる収入源となるメインスポンサー企業等（大口協賛企業・株主・地方自治体）へのアプローチ（資料作成・交渉方法）について理解する	
	小ロスポンサーへのアプローチについて	・会社の収入増に向けた営業獲得小ロスポンサー企業へのアプローチについて理解する	
	チケット販売について	・年間予約席の販売および拡大（個人、企業）の方法を理解する	
	ファンクラブ運営に関して	・ファンクラブ組織の運営および拡大の方法を理解する	
	関連法の概括的理解	・肖像権、商標権、知的財産権、景品法、著作権など、実務上必要となる権利関連の法律について理解する	
	2	企画立案・実施に関わる基礎知識	・多様化した入場券販売、ファンサービスイベント・企業協賛イベントの企画実施、会場運営の基礎知識について理解する
MDについて		・グッズ販売の基礎知識について理解する	
宣伝に関わる基礎知識		・告知宣伝を目的とする広報業務基礎知識およびメディア活用法について理解する	
ステークホルダーとのリレーションについて		・ステークホルダーとの必要な距離感（例：熱心なファン、ヘビーユーザー、私設応援団、タニマチ、クレーマー、暴力団排除対策対象者など）について理解する	
英会話の必要性について		・職員として会場内で求められる可能性のある英会話の習得（英会話想定問答）について理解する	
アカデミー事業について		・アカデミー事業の実際とその効果について理解する	
選手スカウティング、チーム編成の実情について		・選手スカウティング、チーム編成の実情と問題点について理解する	
選手育成について		・選手と職員が一致協力する会社経営とは何かを理解する	

授業計画表

スポーツ健康 学科

盛岡医療福祉専門学校

科目名 プロモーション演習 (実地研修)	教員名 村井 文範	
科目時間数: 4.5 (45分×6回) 時間	授業の種類: 講義 ・ 演習 ・ 実習	
必修・選択の別: 必修 ・ 選択	開講時期: 前期・後期 ・ 集中	
【授業の目的・ねらい】 地域プロスポーツクラブのプロモート人材として必要とされる基礎的なスキル、やりがいを理解し、集客になるイベント企画・会場づくりの企画・立案ができる		
【授業全体の内容の概要】 ・ 県内や市内の住民の特性、現状の把握 ・ 試合会場の雰囲気を考え、お客様目線での企画・立案 ・ ターゲット（集客方法）を把握する ・ より効果的なプレゼンの仕方を習得する ・ イベント実施		
【授業における達成課題】 ・ 県内や市内の住民の特性、現状を調査し理解する ・ ターゲット（集客方法）を考え企画ができる ・ プレゼンを具体的に実施できる ・ イベントを実施できる		
	使用教材	出版社
【使用教室】 1. HR 2. 介護実習室 3. 家政実習室 4. 視聴覚室 5. PC実習室 6. 接遇実習室 7. その他 ()		
【評価方法】 1. 筆記試験 2. レポート 3. 出席 4. 授業態度 5. 実技試験 6. その他 ()		
【備考】		
【担当教員の実務経験の有無】 有 ・ 無		
【内容】 本校演習担当教員		

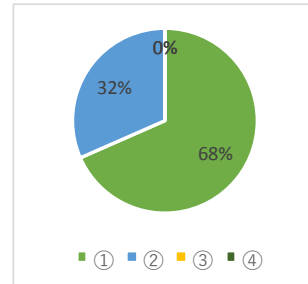
科目名		科目時間総数	教員名
プロモーション演習 (実地研修)		4.5 (45分×6回) 時間	村井 文範
時間数	教育に含むべき事項・テーマ	主な学習内容と到達目標	
1	イントロダクション	授業の目的、進め方、評価の方法を理解し、実質的な学びへの準備をする。 当該科目を学ぶことの意義を理解し、授業へ向かう意欲を高める。	
2	ディスカッション	現状の会場の雰囲気、一般のお客様が求めているものをお客様目線で考えグループごとに課題を見つけることができる 課題を見つけ、今後必要となることを挙げていきながらまとめることができる	
3 5	企画立案・実施に関わる知識	集客方法も含め集客の見込めるイベント、会場づくりを考えイベントの企画立案ができる 各グループごとにプレゼンテーションの内容をまとめることができる	
6	プレゼンテーション	グループで担当を決め、わかりやすくプレゼンテーションをすることができる	

受講生振り返りシート（まとめ）

振り返りシート 集計

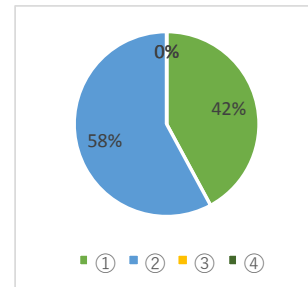
1 スポーツで地域を盛り上げることの大切さについて理解できましたか？

①よく理解できた	13
②おおよそ理解できた	6
③あまり理解できなかった	0
④全く理解できなかった	0



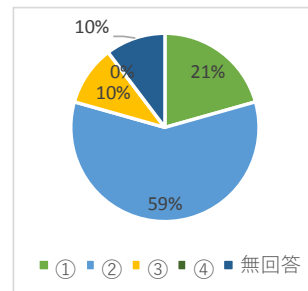
2 プロモート人材として心得るべきことを理解できましたか？

①よく理解できた	8
②おおよそ理解できた	11
③あまり理解できなかった	0
④全く理解できなかった	0



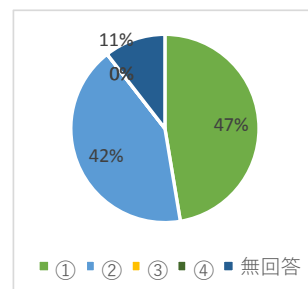
3 プロモート人材に求められるビジネスマナーについて理解できましたか？

①よく理解できた	4
②おおよそ理解できた	11
③あまり理解できなかった	2
④全く理解できなかった	0
無回答	2



4 今回の講座を受けて、プロモーションという仕事に興味を持ちましたか？

①初めて興味を持った	9
②もともと興味を持っていたがますます興味を持てた	8
③もともと興味を持っていたが興味なくなった	0
④興味を持てなかった	0
無回答	2



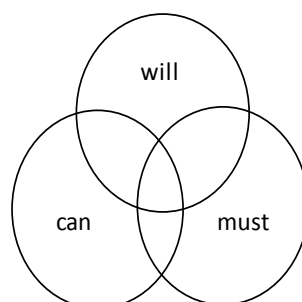
5 講義を受けて参考になったこと、印象に残ったことをお書きください。

- ・スタジアムについて初めて知った。
- ・スタジアムについて。
- ・人の集め方
- ・ステージの作り方など。
- ・仕事選びの時に大事な3つの事がとても印象に残った。
- ・起業をすること。
- ・スポーツの力で町の問題を解決できること、町全体の活性化など、スポーツの力は大きいと思いました。
- ・自然と人が集まる場所をつくる時に、町の課題を解決できるような場所にするということが大切だとわかった。
- ・過去、現在のやり方を学びなおし、良いところを参考にし、悪いところをいかに改善していくかということが印象に残りました。
- ・発想が大事。かみ合わない物とかみ合わない物をくっつけて成功させたという事例が数多くあった。
- ・岩手がスポーツで盛り上げようと頑張ろうとすればもっと人が集まるようになるはず。
- ・岩手は全国的にみたら下の方にいるのが現状なので、若い世代が中心となって盛り上げていけたら良いと思いました。
- ・グルージャ盛岡のこれからであったり、経営面で様々な問題がある中で、クラブとしてどうやって収益を得るのかや、スタジアムなど施設問題などたくさんの考え方があり、人脈や経験、発想がとても大事だと分かった。今後はさらにシステム化し、「なげ銭」化できれば盛り上がると思う。
- ・集客の仕方について驚きました。沢山工夫する事が大事だと感じました。
- ・スタジアムを作るときの大変さ。
- ・どこを意識すればいいかが大事かがわかった。
- ・Jのクラブがどのような事を知れた。

6 今回の講座を受けての感想をなんでも自由にお書きください。

- ・興味深い内容だった。
- ・シニア、子供だけではなく、家族できてもらうなど年齢問わずにスタジアムに人を集めることを考えていていいと思った。全体の人たちを集めること。私も年齢問わずにいろんな人にいいと思われる人になりたいです。
- ・会社の立ち上げ、プロスポーツの運営について知ることができた。
- ・今回の講座を受けて自分も将来的に地域にスポーツで貢献したいと思った。
- ・スタジアムの工夫や、人を呼ぶ工夫を学ぶことができました。岩手では何が必要か少しづつ見えてきたと思います。
- ・やりたいことが何でもできるように、できることを増やしていきたいと思ったし、誰も考えつかないような発想をできる人になりたいと思いました。

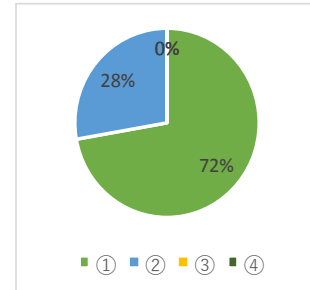
- ・ いろんな発想をしていくことが大切だと思った。
- ・ 様々な経験や人との出会い、関わりで学ぶことがたくさんあるということを学びました。身の周りには学べるものがたくさんあるということを改めて知ったので今後に活かせるようにしていきたいです。
- ・ スポーツに関しての知識がついた。
- ・ スイスのスタジアムに住宅や買い物や駅から普通に行けるのがすごいと思った。まだ見たことのない物が世界にはたくさんあるので知ることが大事だと思いました。
- ・ 自分も将来子どもに関わっていききたいけど今は子ども教室などが少ないから県が本気になって作成してほしい。
- ・ 岩手はまだまだ進歩していかなきゃいけないと思いました。来シーズンもグルージャ含め岩手のプロチームには頑張してほしいです。
- ・ 地方のチームは観客、ファンが少ない中で、どう集客を増やすのかサポート目線で考えているのがすごく伝わったし、経営者としての考え方が伝わった。
- ・ スタジアムって思っている以上に大切なんだなと思いました。
- ・ will must can を忘れないようにしたい。
- ・ 難しい話だったけど聞いていてよく分かったし、スポーツに関わる事の大変さや、難しい事が分かってよかったし、これからの将来の事を決めるときに役立たせればよかった。
- ・ 色々な考えかたがあってもおもしろかった。試合の結果だけでなく、どんなふう楽しんでもらえるかが大切だと思った。
- ・ 知らなかった事を知れて良かった。



実証講座 『業界概論』
振り返りシート 集計

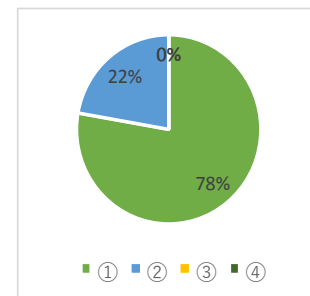
1 プロスポーツビジネスの業界について理解できましたか。

①よく理解できた	13
②おおよそ理解できた	5
③あまり理解できなかった	0
④全く理解できなかった	0



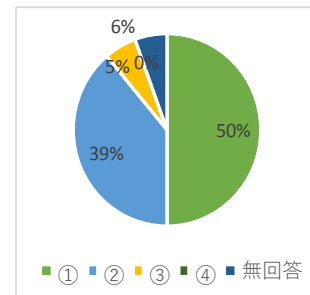
2 プロスポーツビジネス業界で求められる即戦力について理解できましたか。

①よく理解できた	14
②おおよそ理解できた	4
③あまり理解できなかった	0
④全く理解できなかった	0



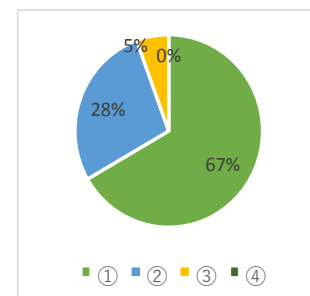
3 プロモート人材の役割について理解できましたか。

①よく理解できた	9
②おおよそ理解できた	7
③あまり理解できなかった	1
④全く理解できなかった	0
無回答	1



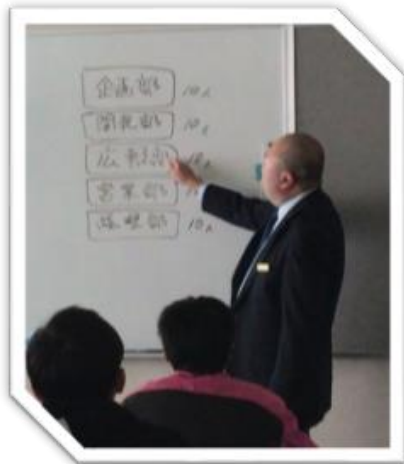
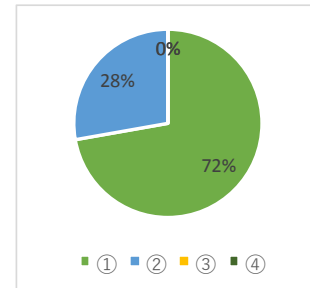
4 プロモート人材の仕事のやりがいについて理解できましたか。

①よく理解できた	12
②おおよそ理解できた	5
③あまり理解できなかった	1
④全く理解できなかった	0



5 今回の講座を受けて、プロモーションという仕事に興味をもちましたか？

①初めて興味を持った	13
②もともと興味を持っていたがますます興味が持てた	5
③もともと興味を持っていたが興味がなくなった	0
④興味を持てなかった	0



6 講義を受けて参考になったこと、印象に残ったことをお書きください。

- ・自分がどのような考えや想いで仕事をするかによって変わってくる。
- ・具体的な即戦力の内容を知れたのはとてもタメになりました。
- ・求められる人材像や営業部でのエピソード
- ・人の心理にどう訴えていくかが印象に残りました。
- ・広報の種類ややり方などを学びました。
- ・プロスポーツビジネスをするにあたって、外を見るということが大事だとわかった。
- ・ファンをどこまで大切にするかということ。
- ・震災の時のこと（たくさんの人のことを考えるということ）
- ・プライドを持つことが大事。
- ・どこの会社に勤めようが発想力が大事なんだなと思いました。スポーツチームの会社で働くことが楽しそうだった。
- ・人にどう思ってもらうかが大事だと思いました。
- ・どのスポーツ業界も裏ではスタッフが苦勞している。
- ・プロスポーツに興味を持った。
- ・見えない所でいろんな人を支えているんだなぁと感じました。
- ・プライドを持って頑張ろうと思いました。
- ・新人より経験をつんだ人の方がプロスポーツビジネスは必要としている。新人が即戦力にならなければならない。
- ・WBCの試合の内川選手のプレーを見て人が変わるところがすごいと思いました。
- ・ビジネスの大事な事が印象に残った。

7 今回の講座を受けての感想をなんでも自由にお書きください。

- ・スポーツビジネスの仕事のやりがいや、つらい事が知れた。
- ・現状維持や安定を求めないでどんどん挑戦できる人になりたいです。
- ・とても興味深く、来週につながる話でおもしろかった。
- ・一步のふみ出し、思いきりを大切にしたいです。
- ・裏話などが面白かったです。
- ・即戦力となる若者となれるようがんばりたいと思った。
- ・スポーツビジネスで大切なこと、大事なことを自分のこれからは役立てたい。
- ・今、自分の意見を言えるように、そして意見を考えられるようになりたいと思いました。
- ・今回の講座で自分になにができるか考える時間になった。これから活かしていきたい。
- ・スポーツが被災地を盛り上げる瞬間を見れてすごいなと思いました。人間みんな協力すれば
だいたいのはできるんだと思いました。
- ・広報やプロスポーツビジネスについてわかりました。いい仕事だと思いました。
- ・スポーツ業界も若者の発想力が大事だと思った。自分の軸を大事にしたい。
- ・将来のことをしっかり考えようと思った。
- ・今日はじめてこういう話をきいてすごく心にひびきました。見えない所で支えているという
事がわかりいい話でした。
- ・自分の将来は自分で決めるのでしっかり考えようと思いました。
- ・この話をつぎの授業に活かしていきたいと思います。
- ・スポーツで人を動かす事が出来るんだなと思いました。
- ・話をきいてたくさん学ぶことがあったからこれから活かしていきたいです。



実証講座 『プロモーション演習』

振り返りシート 集計

1 感想

- ・自分がやってみて案外やっていないことが沢山あるんだなと思った。もっともっと考えていきたい。
- ・50万(円)の中でイベントや会場に必要な物、やりたいと思っていても出来なかった。最後まで悩みました。いろんな意見の中でまとめる事も大変でした。お金以外にも大切なことがあると感じました。
- ・1, 2年生がこんなに全力で案を出したことがなく、自分は遠慮なく意見を言えたのが楽しかった。企画を考えていくのが心底楽しかった。
- ・考えが思いうかばず苦労した。
- ・今回やってみて人を増やすために考えるのが自分が想像していた事よりも何倍も難しかったし、初めて考えてたくさん新しい事を学べて今回やってみてよかったと思った。
- ・自分らで企画することの難しさを知った。また、新しいことを始めるのにも様々なリスクを追い進めないといけないことを知った。よい機会でした。ありがとうございました。
- ・何度か試合を見て、一つのグッズや企画を実行するために、これだけの時間がかかっていることを初めて知りました。常に選手や、ファン、サポーターのことを考えて行動している運営スタッフの人はすごいと思いました。
- ・少ない時間のなかで考えた上で完成までいけてよかった。聞いていろいろな意見があっけおもしろかった。今後にかかしていきたい。
- ・企画も考えるうえで、お金の制限とかいろいろあってやりたい企画ができなかったけどどれだけお金をあまり使わずお客さんを呼ぶために考えれた。
- ・一からやってみてどれだけ大変かを思い知った。ブースターが何を求めているのか、ブースターの立場になって考えるのはもちろん、収益とのかねあいもあるのでとても頭を悩ませた。その中で自分らしい答えを一つ出せたのはよかった。グッズをつくる段階で、今回のことを活かしていきたい。
- ・今回、一から発表までを作り、会場にどうやって人を呼んでいくか、そのお客さんを長続きさせるかなど、普段考えないような事をじっくり考える時間があり、とてもためになりました。
- ・自分では考えつかない事を班の他の人が意見を出してくれたりして仲間と協力することはとても大切だなと感じました。
- ・人をひきつけるという事がとても難しい事なのだなと思いました。興味をもたせるにはどうしたらよいのか考えれましたがあまり浮かばず悔しかったです。
- ・一から作るということがとても難しいということを改めて実感した。もっと時間がほしかったなと思った。
- ・今回、プロスポーツチームの宣伝やどんな会場作りにするかなどを考えてみて、今の現状を知ること、お客さんの目線に立って考えること、予算を考えることなど、難しいことがたくさんあると感じた。

- ・今回はプロスポーツの人をどうやったら増えるかというのをやりました。初めての経験でも苦戦しました。2年生の力と1年生の力を合わせ、よいものができたと思います。
- ・何を決めるにもとても大変でした。どうすれば人がたくさん集まるかなど企画力はこれからも必要になってくると思うので発想力や企画力を身に付けていきたいです。
- ・クラブ運営、イベント、人を集めるためには何が必要か考えさせられたし、何より「リピーター」が多くいてくれればくれるほど、チームも上がると思うし、グッズも含め発想力がとても大事だと思う。

2 自分に足りない能力、反省点

- ・自分に足りないと思った能力は、例えば選びに一番苦戦したので足りないと思った。
- ・イベントを細かく考えていなかった。場所、どこにするなどもう少し考えることができれば良かった。
- ・もし仮に自分が発表者だったら、人を引き込ませる話し方を出来ればいいなと思いました。
- ・発想力がほしいと思ったしトーク力もほしいと思った。
- ・もう少し自分の意見を持つことができたならよかったと思うからこれからはがんばりたい。
- ・発想力→ありきたりなことしか思いうかばなかった。もっとインパクトのあることを思いつくようにしたい。
デザイン力→パワーポのデザインや話し方。
- ・おもしろいと思ったアイデアも、現実的にできないものだとすぐ諦めてしまっていたので、できるように少しアイデアを変えてみたり、ありきたりなアイデアにならない発想力が欲しかったです。
- ・アイデア力が足りないと思ったし、もっと発言できたと思った。
- ・自分は発表してないけど喋るのが苦手だし、話の構成とかがぐちゃぐちゃになるので、喋りをうまくしたい。
- ・発想力。柔軟な考え方。スポーツとは関係ないところからの見方。
- ・もう少し調べて、もっと良いアイデアを作りだせたらなと思いました。
- ・自分は意見を少ししか出せなかったので発想力だったり、考える力がほしいなと感じました。
- ・もうちょっとたくさん意見を出せばよかったなと思いました。
- ・金額やマーケティングに関する知識。パワーポイントなどをまとめる。
- ・私はプロスポーツチームは、岩手のプロスポーツチームの試合しかみたことがないので、もっといろんな県のプロスポーツの試合を見ておけばよかったと思った。
- ・やっぱり伝えるのは難しいと思った。伝える能力。まとめる能力。
- ・発想力。企画力。
- ・プレゼンなのでもっと絵だったり、グラフだったり文字以外でもいっぱい活用して伝えれたと思う。社会人になってプレゼンなどはあると思うので今回の発表で色々参考になった。

3 次回への課題

- ・次回の課題はもっと視野を広く試してみたいと思った。

- ・もう少しみんな（グループ）での意見が出ればよかったと思う。いろんな視点からイベントを考えたいと思いました。
- ・柔軟な発想とありきたりな事を言わないこと。
- ・意見をたくさん言えるようにする。
- ・次は自分の意見を持ってがんばって活動したい。
- ・みんなが思いつかないような発想をする。みんなと協力して行いたい。
- ・実現可能かどうかでなく、実現できるくらいの知識を身に付けていきたいです。
- ・もっと発言したいと思った。
- ・次は1年生が2年生の立場になって、発表とか案とかを出すことになるので頑張らなきゃいけない。
- ・情報量、マーケティング能力を養いたい。
- ・グッズに力を入れていきたいと思いました。
- ・想像力が大切だと思うし、パワポなどをちゃんと扱えるようになりたいと思います。
- ・他人の意見も自分の意見も取り入れてこれは必要なかどうかどう活かせるかを考えて進めたいです。
- ・事前に調べることや調査が足りなかった。もう少し具体的なデザインやコストを出せるようにしたい。
- ・自分が知っている情報が少なすぎるので、ネットから調べるだけでなく、外に出て情報を集めることが大事だと思った。
- ・事前に詳しく調べること。
- ・今回の話し合いは2年生が主体となって話し合いを進めていたので次やる時は積極的に話を進めれるようにしたいです。
- ・発想力。もっと視野を広げていろんな角度からワードを広げて、つなげていきたい。

議事録

人材育成協議会・検証評価委員会
(第1・2・3回)

教育プログラム開発委員会
(第1・2・3・4・5・6・7回)

文部科学省委託

「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』

第1回人材育成協議会・検証評価委員会 議事録

日時：2019年7月31日（水） 15:00～17:00

場所：盛岡医療福祉専門学校1号館5階503教室

出席者：18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		佐竹 新市
学校法人麻生塾		林 宏治（麻生 健 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
釜石シーウェイブス RFC		桜庭 吉彦
株式会社岩手日報		作山 充
いわぎん事業創造キャピタル株式会社		及川 弘晃
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
株式会社バスケットボールジャパン／		
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー		東 英樹
盛岡市市民部スポーツ推進課		白根 徹
釜石市市民生活部生涯学習文化スポーツ課		佐々木 豊
学校法人龍澤学館		龍澤 尚孝
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		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		伊藤 優汰）

欠席者：5名（※敬称略）

帝京大学	大山 高
学校法人河原学園	芦澤 昌彦
株式会社 IBC 岩手放送	中村 聖一
有限会社ザ・ライスマウンド	飯塚 正成
岩手県文化スポーツ部スポーツ振興課	三ヶ田 礼一

■ 議事

- (1) 主管校挨拶 (菊池)
- (2) 委員自己紹介
- (3) 事業の趣旨と内容説明及び審議 (菊池)
 - ① 昨年度事業について (菊池)
 - ② 今年度の事業内容について
『全体』
『人材育成協議会』
 - ・「人材育成ビジョンシート概要」完成
 - ・人材育成事例調査の実施（国内7地域、海外2地域）『検証評価委員会』

- ・「検証評価項目」作成（原案の提示）
- ・事業および実証講座の検証・評価

③ 審議

菊池：人材育成事例調査ご協力先の紹介、仲介をお願いしたい。

11月上旬までには事例調査を終えたいが、調査依頼をしているものの、協力可能な返事をいただけていないのが現状。

(4) その他

次回開催予定 12月上旬

以上



文部科学省委託

「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』

第2回人材育成協議会・検証評価委員会 議事録

日 時：2019年12月11日（水） 16:00～17:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校MCL校舎

出席者：17名（※敬称略）

学校法人河原学園	西岡 緑（芦澤 昌彦 代理）
学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校	菅野 浩二（双石 茂 代理）
学校法人龍馬学園	芝 鉄夫（佐竹 新市 代理）
学校法人麻生塾	林 宏治（麻生 健 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	作山 充
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	及川 弘晃
株式会社スポーツブレイン	藤川 雄一郎
有限会社ザ・ライスマウンド	飯塚 正成
岩手県文化スポーツ部スポーツ振興課	三ヶ田 礼一
釜石市市民生活部生涯学習文化スポーツ課	佐々木 豊
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	伊藤 優汰

欠席者：6名（※敬称略）

帝京大学	大山 高
釜石シーウェイブス RFC	桜庭 吉彦
株式会社ミッションスポーツ	満田 哲彦
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
盛岡市市民部スポーツ推進課	白根 徹
学校法人龍澤学館	龍澤 尚孝

■ 議事

- (1) 主管校挨拶 (菊池)
- (2) 経過報告 (菊池)
- (3) 審議

① 今年度の事業内容について

『人材育成協議会』

・視察報告

「人材育成ビジョンシート概要」について

「協議会継続運営方針」策定について

『検証評価委員会』

・実証講座について
「検証評価項目」案について

② 審議

菊池：球団用 人材育成ビジョンシートについて、プロスポーツクラブの委員の方のご意見を伺いたい。

水野様：営業がメインになるという認識か？

菊池：プロモート職ということで、営業の比率が大きくなると思う。

水野様：営業の中では、チケット営業が大きな割合を占める部分なのでその点を何かしら組み込んでほしい。

高橋様：瞬発力のある対応が出来るか、というところも必要。

菊池：連携の協議会を継続をするにあたって、どのような方向性で進めていけばよいかご意見を伺いたい。

三ヶ田様：学生のプロモート職への希望者がいないというのは、そのような仕事があるのか、生活が出来るのか、見本になる人がいないという事だと思う。その点をPRできるような形になっていけばよいと思う。北海道では、日ハムが毎日のようにマスコミに取上げられ、盛り上がっている。その辺を見本として考えていけないか。

飯塚様：経験上、みんなでとりあえず集まって議論していきましょうという会合はほとんど潰れる。何のために作るかという目的と、到達目標が共有されていることが必要。

例えば、その協議会を開いた事によっていくら位の売上げがあつて利益があつて、それを地域に還元して、というようなビジョンが明確になっているとプロスポーツ団体だけでなく商店街の方などという人たちも参画しやすい協議会になる。

協議会を継続するには作る意味、ビジョンを、最終的な到達目標として売上げベースであったり、商品化してお金にするとすることを考えていくとよいと思う。

林様：プロスポーツクラブの方が、どういった事をして欲しいのかという視点で考えると、周りは自分たちはこれなら協力できる、と言える。そのあたりから連携の糸口が見えてくるのではないか。地域の方々に参画してもらうには特別感のあるようなことを考えて、大きなビジョンを掲げやっていくことが、長期的に継続可能な協議会になっていくと思う。

業界団体からプロスポーツクラブへやって欲しい事、要望なども調べマッチングさせていけば協力関係もでき、お互いのメリットになる。

(4) 第3回人材育成協議会・検証評価委員会実施について

2020年2月13日(木) 予定

13:30 ~ 成果報告会

13:50 ~ 第3回人材育成協議会・検証評価委員会

(5) その他(事務連絡)

以上



第2回人材育成協議会・検証評価委員会 (2019.12.11)

文部科学省委託

「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』

第3回人材育成協議会・検証評価委員会 議事録

日時：2020年2月13日（木） 15:00～17:00

場所：盛岡医療福祉専門学校1号館5階視聴覚室

出席者：19名（※敬称略）

学校法人河原学園	西岡 緑（芦澤 昌彦 代理）
学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校	菅野 浩二（双石 茂 代理）
学校法人龍馬学園	佐竹 新市
学校法人麻生塾	林 宏治（麻生 健 代理）
株式会社岩手ビッグブルズ	水野 哲志
株式会社岩手日報	作山 充
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	及川 弘晃
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
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
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	白根 徹
釜石市市民生活部生涯学習文化スポーツ課	佐々木 豊
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	伊藤 優汰

欠席者：4名（※敬称略）

帝京大学	大山 高
株式会社いわてアスリートクラブ	高橋 理
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

■ 議事

(1) 主管校挨拶 (本部長)

(2) 審議 (菊池)

① 本年度事業内容について

『人材育成協議会』

『検証評価委員会』

・検証の実施について

② 審議

菊池：人材育成ビジョンシートについてご意見をいただきたい。

林 様：細かい評価項目があった方が良いと思う。また、評価後の育成するためにどのようにするのかという流れが出来れば養成校等連携できることが見えてくると思う。

菅野様：中間層の人たちの評価基準が難しいのではないか。

林 様：ルーブリックがあった方が評価しやすいと思う。

三ヶ田様：テストによる評価なのか基準を決めておく必要があると思う。

西岡様：納得できる評価基準があった方がいいと思う。他にプロモーション育成人材に関して経営学、統計学も大事になってくると思う。

作山様：順調に進んでいく場合は良いと思うが、トラブル対応についても考えた方がいいと思う。

菅野様：シラバス等行った後、1日で評価を行うことは難しいと思う。

中村様：評価者によって項目、レベル基準が変わってくると思う。

菊 池：貴重なご意見ありがとうございました。

(3) 次年度について

次年度は決まり次第ご連絡いたします。

(4) その他（事務連絡）

以 上



文部科学省委託

「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』

第1回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2019年7月31日（水） 16:00～17:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校1号館5階502教室

出席者：7名（※敬称略）

株式会社岩手ビッグブルズ 伊藤 康輔

株式会社スポーツブレイン 水沼 聡

株式会社バスケットボールジャパン／

一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー 東 英樹

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 伊藤 優汰

（学校法人龍澤学館 盛岡医療福祉専門学校 菊池 裕生）

欠席者：2名（※敬称略）

釜石シーウェイブスRFC 小原 彬広

いわぎん事業創造キャピタル株式会社 阿部 一輝

■ 議事

(1) 主管校挨拶 (村井)

(2) 委員紹介（自己紹介）

(3) 事業の趣旨と内容説明及び審議

① 昨年度事業について (菊池)

② 今年度の事業内容について (村井)

「業界スキルマップ概要」完成

「実証講座カリキュラム（プロトタイプ）」完成

「実証講座用シラバス（プロトタイプ）」完成

「実証講座用教材プロトタイプ」完成

③ 審議

「カリキュラム」について

東 様：スポンサー獲得スキル、チケッティングセールス。

収入、収益を得るためのカリキュラムが最も求められる事ではないか？

考えられる収入は・アカデミー事業 ・スクール事業 ・ファンクラブ

・講演会 ・放映権料 等

求められる事は収入獲得に基づくノウハウ。

伊藤様：メディアの獲得。

選手、チームをどうプロデュースするか、どうすればメディアに取上げられるのか？ 例えばビッグブルズで、eスポーツのチームを作ろう。メディアに取上げられる → 結果スポンサーの獲得に繋がる。いかにチームを取上げてもらい、知ってもらえるかを考える。

東 様：芸能プロダクションのスキルとかが参考になるのではないかな？

水沼様：スクール収入。

サッカーでは育成の分野で収入が考えられる。女子に力を入れていこうとしている。

村 井：その部分（収入、経営等）を教えるには何を教えたらよいのか？

東 様：営業職を呼んでの講義とかはどうか？（カーディーラーとか）

PowerPoint は営業に必要なスキル。

伊藤様：基本的な事務的業務のスキルは必要。Excel、PowerPoint、電話応対等。

細 川：視察等のリサーチで、実際必要とされるのは収益に直結する部署の人材。余裕があるクラブ、ないクラブ、関東と岩手でも求められるものは違う。カリキュラムを作るのは難しい作業になると思う。余裕のあるクラブは営業にデザインの勉強をさせているというところもある。

東 様：スポーツによるスポンサーの違い。

放映権のあるスポーツ。テレビで視聴率の取れるコンテンツか？

伊藤様：営業の必要性。

プロスポーツクラブへ夢を持って入社はするが運営しか見ていないところがある。営業へ出始めると辞めてしまうこともある。収益構造を勉強、理解することが求められる。（収入がなければ選手にも支払えない。結果いい選手も獲得できない。）収入があつてのクラブ運営。

(4) その他

次回開催予定 9月上旬

以 上



文部科学省委託

「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』

第2回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2019年9月13日（金） 15:00～16:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校1号館3階301教室

出席者：8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
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
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	伊藤 優汰

欠席者：1名（※敬称略）

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

■ 議事

(1) 主管校挨拶 (村井)

(2) 経過報告 (菊池)

- ・事業全体について
- ・本委員会関連

(3) 審議

① 「教育プログラムの開発について（方針案）」について

- ・方針についての審議および決議

東 様：球団の違い、B1,B2,B3の違いはあるとしても、営業手法として PowerPoint を使い、手紙を書くには Word、お金の計算するにも Excel を使う。広報としてはホームページを作れる人材、ポスター等をデザインできる人材、今ある物を使ってそれらができる人は、すぐにでも欲しい人材である。プロスポーツとはいえ、その他の科目にビジネススキルとして Word,Excel, PowerPoint のスキルは必要。

英会話については、球団によっては8割の人が英語ができるというところもある。しかし、B2、B3にそれほど必要性があるとも限らない。スポーツの種類によっても、英語とも限らない。

伊藤様：BリーグとJリーグ、野球でも違うし、B1かB2、B3なのか？どこをターゲットとする科目かを絞らないと広すぎてまとまらない。

菊池：本事業は「岩手県のプロスポーツクラブ発展に寄与する…」ということなので、「ビッグブルズ」「グルージャ」が対象となるだろう。B2、B3を対象とした場合、他の県でそのプログラムを使ってもらえるものか？

東様：事業規模的には、B2、B3はさほどかわりはないだろう。岩手で上手くいけば、7割位の県では当てはまるのではないかと。

水沼様：科目案をみると、いろいろな携わり方がある。運動ができなくても携わりたいという人、スポーツを通して携わる人など、地域のために魅力ある人材が作ればと思う。色々な目線で見ることが必要。

阿部様：支える文化については、肖像権、商標権等、机上の学習も必要になってくる。スポンサー、株主、会社の関係性は理解しておくべき。スポンサーも株主もボランティアではないので最終的に還元する必要がある。売り方というのは属人的なスキルとなるので経営者とスタッフの思いを合わせ、夢を語れる必要がある。見る文化については、有料で観戦してもらうための付加価値をどうやってつけていくかになる。チケットが誰にどの位販売されているかなどの分析能力が必要。やる文化については、できるだけ長期のインターンを計画する必要がある。

東様：営業については会社では研修を受けたりするが、学校教育では習わない事。社会の仕組みとしてカリキュラムに組み込んでみたらよいのではないかと。

村井：視察先の話聞いてみると、社員研修をやっているところはなく、即戦力が必要だから新卒者は採らないという。学校でビジネスマナーを含め営業力をつけパソコンのスキルを持った人材が育成できれば、新卒の採用も考えてもらえるのではないかと。

伊藤様：営業というより、コミュニケーション能力。言う事が決まっている事は言えるがそれ以上の事、それ以外の雑談が言えない。人前でのスピーチ練習などをすれば、話せるようになるのかもしれない。

東様：ビッグブルズのファンクラブ募集に出る実習とかの体験もよいのでは？

菊池：今回のご意見は実証講座実施の参考になった。

② 「業界スキルマップ概要」作成作業について

菊池：前回の定義をわかり易く書き換え。

連携できる団体が思いついたら、メールにてご連絡下さい。次回委員会に再度作成したものを用意したい。

(4) その他（事務連絡等）

第3回委員会開催日 10月24日を予定

以上



第2回教育プログラム開発委員会 (2019.9.13)

文部科学省委託

「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』

第3回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2019年10月24日（金） 11:00～12:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校1号館3階302教室

出席者：8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
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
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	伊藤 優汰

欠席者：1名（※敬称略）

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

■ 議事

(1) 経過報告 (菊池)

・事業全体について

(2) 審議

村 井：前回の懸案事項である、クラブの規模、競技の絞込みが必要という件に関して
事業名である「岩手県のプロスポーツ発展に寄与する人材を育成するための体制整備事業」ということから、B2,B3、J2,J3、バスケット,サッカーを対象とする。

① カリキュラム開発について

・「教育プログラム 20191024 案」に基づく検討（別紙参照）

菊 池：カリキュラム及び担当講師は記載の通り考えている。

村 井：実地研修については、集客のためのイベントを企画し、数点の案をビッグブルズ様にお越しいただき、プレゼンさせてもらうという事を考えている。

阿部様：プレゼンすることは、学生にとってメリットになる事と思う。プレゼンするための資料作りの時間は他に設けるのか？

村 井：実施研修は2回とされているが、他に設けないといけないと思っている。

菊 池：実地研修については振り返りをする事が前提となっているので、90分で足り

なかったとなれば、その通り報告する。

東 様：講師が何かやるのではなく、ある程度決めて子ども達にやらせる方向で、講師は俯瞰するというコーチングの要素を取り入れてみては。

考えさせるカリキュラムを作るという事も考えてみても良いのではないかと感じている。

菊 池：今後のカリキュラム開発スケジュールについては、別紙の通り。第4回委員会までにシラバスの仮完成、担当講師を決定させる。

② 「業界スキルマップ概要」について

・内容に係る検討

菊 池：添付の業界スキルマップシート（試案）と、連携図をセットで成果物としたい。

東 様：行政に「市民交流拠点」を作り、そこにクラブチームを誘致したいという動きがある（大和市ポラリス、福生市など）。業界スキルマップ作成の参考になると思う。

（3） その他（事務連絡等）

第4回委員会開催日告知 11月14日（木）11：00

以 上



文部科学省委託

「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』

第4回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2019年11月14日（木） 11:00～12:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校1号館3階302教室

出席者：8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
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
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	伊藤 優汰

欠席者：1名（※敬称略）

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

■ 議事

(1) 経過報告 (菊池)

(2) 審議

① カリキュラム開発について

・シラバス、教材に関する検討（別紙 授業計画表）

水沼様：授業計画の業界概論の英会話の取得とは、資格の取得を見据えてという事か？

細川：概論の段階ではそこまで、詰めた話はできない。授業計画表には詳細に挙げたがこの段階では、スポーツクラブ運営に必要なものの一つとして話す。

伊藤様：この業界概論は、全て理解した方がいいものではあるが、役割とか、やりがいの理解が難しいのではないか？地域のプロスポーツ経営の現状と求められる人物像を説明の上で、このような人が必要だから、このカリキュラムになるというような易しい、大雑把な内容でいいのではないか？現状を言いつつ夢がある部分を伝えないと難しいと思う。理想と現実を上手く伝えられればと思う。

細川：「プロモート人材に求められるビジネス講座」で現場の熱い思いを伝えてから概論の講座。順番を変えた方が良くもしいない。

東 様：経験上、このような概論を 90 分×2 講座やったが飽きられた。熱い語りの方が学生の興味は惹く。

菊 池：講座の順番、内容について再度検討が必要。

② 「業界スキルマップ概要」について（別紙（案）業界スキルマップ）

・内容に係る検討

伊藤様：スキルマップに、県、バスケット協会、メーカー、学校、ライオンズクラブ、ロータリークラブなども含まれる。

東 様：J C（青年会議所）、商工会議所なども。

(3) その他（事務連絡等）

第 5 回委員会開催日告知 12 月 11 日（水）15 時

以 上



文部科学省委託

「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』

第5回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2019年12月11日（水） 15:00～16:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校MC L校舎3階

出席者：7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	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	伊藤 優汰

欠席者：2名（※敬称略）

釜石シーウェイブス RFC	小原 彬広
株式会社バスケットボールジャパン／ 一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹

■ 議事

(1) 経過報告 (菊池)

(2) 審議

① カリキュラム開発について . . . (村井)

・シラバス、教材に関する検討

(別紙 実証講座「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」

振り返りシート集計)

菊池：12/6 実証講座の実務講義、12/13 業界概論、12/19 実地演習として、ビッグブルズ様、グルージャ様へ集客のための企画をプレゼンテーションする。学生主体でというご意見から実地演習（企画立案）の時間を増やしている。

伊藤様：これまでもアイデアをもらったり、投げかけてもらっていたが、形にできなかった。出来る出来ないを考えず、幅広い学生の意見を聞きたい。何が正解なのかはわからないので、まずはやってみる事が正解なのかと思う。今のビッグブルズはそれが出来る状況なので、協力できるようやっていきたい。

村井：長期的な集客が見込めることを考えさせたいと思っている。

伊藤様：統計的に試合を3回見ると、はまると言われていて、どうやったら3回来て

もらえるか、というところを考えてみてもらえればいいと思う。

②「業界スキルマップ概要」について

- ・内容に係る検討
(別紙 (案) 業界スキルマップ)

(3) その他 (事務連絡等)

第6回委員会開催日 2020年1月23日(木) 11:00開始

第7回委員会、成果報告会 2020年2月13日(木) 予定

以 上



文部科学省委託

「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』

第6回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2020年1月23日（木） 11:00～12:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校 1号館3階302号室

出席者：7名（※敬称略）

株式会社岩手ビッグブルズ	伊藤 康輔
株式会社スポーツブレイン	水沼 聡
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
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	伊藤 優汰

欠席者：2名（※敬称略）

釜石シーウェイブス RFC	小原 彬広
いわぎん事業創造キャピタル株式会社	阿部 一輝

■ 議事

(1) 経過報告 (菊池)

(2) 審議

① カリキュラム開発について . . . (村井)

・実証講座実施の報告

(別紙 実証講座「プロモート人材に求められるビジネスマナー講座」
振り返りシート集計)

細 川：プロモート人材に求められるスキル（営業・広報等）について学生に説明した。興味を持つ学生は多いが、マインドを持たせるのは難しい。

村 井：全て学生に任せ、50万円でどのようにすれば集客出来るのかプロモーション演習をしてもらった。ビッグブルズに協力してもらい、好きな選手のタオルを販売したところ即完売した。アンケートを取り、さらに今月中にグッズを提案予定。

伊藤様：今回学生の方々にグッズを考えてもらい、形になり完売することが出来た。感謝しています。今後も意見を聞きながら継続していきたい。

菊池：学生は短時間で考える大切さ、発想力が養われたと思う。今回形になったことで授業では味わうことが出来ない達成感を得ることが出来たと思う。

(3) その他（事務連絡等）

開催日 2020年2月13日（木）

第7回委員会 11：00 開始

成果報告会 13：30 開始

第3回協議会 15：00 開始

以上



文部科学省委託

「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』

第7回教育プログラム開発委員会 議事録

日 時：2020年2月13日（木） 11:00～12:00

場 所：盛岡医療福祉専門学校1号館5階視聴覚室

出席者：8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
株式会社バスケットボールジャパン／	
一般社団法人バスケットボールジャパンアカデミー	東 英樹
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	伊藤 優汰

欠席者：1名（※敬称略）

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

■ 議事

(1) 主幹校あいさつ (村井)

(2) 審議 (村井)

① 成果報告会内容について審議

菊 池：成果物の作成はほぼできた。

今年度の事業の流れで課題などご意見をいただければ。

東 様：社会全体として汗をかく仕事よりもデスクに向かってパソコンで作業する仕事を選ぶ学生が多い。スポーツプロモートの人材は求められているが、地元に戻らない、スポーツの仕事を選ばない学生が多い。

村 井：今回の講座がきっかけでプロスポーツに興味を持つ学生がいた。

東 様：B1リーグでは1クラブ13名以上のスタッフで活動するルール改正がされる。今まではブラックと言われた仕事だが、良い方向に変わってきている。

菊 池：(アメリカでの視察結果から) 岩手ビッグブルズのジャンパーを着ていると、地域民から声をかけられるような地域づくりも必要ではないか。これが球団スタッフになりたいと思うことにつながると思う。

伊藤様：スタッフと違い、選手はよく見られている。

村 井：球団職員からもそう見られる人材を出していきたい。

- 東 様：プロスポーツクラブというとフィットネスクラブをイメージする人が多い。
「プロ」という言葉が認識を難しくさせている。
- 伊藤様：1 回目の会議でも話したが理想と現実を知ってもらいたい。この事業がきっかけとなって覚悟を持った学生がスタッフとして入ってきてくれるとうれしい。どの球団も厳しい中やっているのが現状だが、若者の力は欲しいし、若い人材がクラブの活性化や現状からの変化につながると思う。
- 村 井：今回グッズを企画させていただいているが、来シーズンを見据えてこれからも協力していきたい。
- 細 川：事業を継続することが大切。
業界で働く多くは、一般職にやりがいを感じなかったり人間関係に疲れて辞めた人が、やりたい仕事（スポーツ）をしたくてやっている。学生の中にもこの事業での経験でプロスポーツに関わりたいと思う者が出てくるはず。
- 水沼様：子どもたちにとってのプロスポーツの認知がまだ足りていない。職としての定着がないため、イメージしづらい。一般職からステップアップしてプロスポーツに就く人も多いため、まずはプロスポーツの環境の認知が必要。
- 細 川：高校生に聞いても、選手が現役をやめて、裏方に回っていると思っている学生がほとんど。知られていない。
- 東 様：高校など学校の教職員からはバスケットボールなどスポーツでお金を稼ぐことに批判の声が出ることがある（保護者は理解してくれているが）。塾にお金を払うこととバスケットボールにお金を払うことの差を理解してもらうところから。プロの選手から教えてもらえる対価やユニフォームを着れるステータス。これらに対してお金を払うのが当たり前の時代にならないといけない。
- 村 井：若い子は給料で仕事を選ぶ。いろいろな経験を通して夢を選ぶ選択肢もできるようにしていきたい。
- 阿部様：プロモーターときいてイメージできる人は少ないと思う。学生は特に。誰もが知らないものに対しては足を踏み入れ辛いため、プロモーション職という選択肢がでないと思う。この事業をきっかけに職を知るきっかけになると思うため、これからも継続・ブラッシュアップが大切。

②次年度の予定

業界スキルマップ・育成ビジョンシートのブラッシュアップ

(3) その他（事務連絡等）

開催日 2020年2月13日（木）

成果報告会 13：30 開始

調査地一覽

調査地一覧

No	団体名	〒	住所	備考
①	福島スポーツエンタテインメント株式会社	963-8877	福島県郡山市堂前町1-2 石井ビル1F	福島ファイヤーボンズ (B)
②	青森スポーツクリエイション株式会社	038-0012	青森県青森市柳川1丁目4番1号 青森港旅客船ターミナルビル	青森ワッツ (B)
③	株式会社信州スポーツスピリット	387-0007	長野県千曲市屋代1821	信州ブレイブウォリアーズ (B)
④	沖縄バスケットボール株式会社	901-2221	沖縄県宜野湾市伊佐4丁目10-9	琉球ゴールデンキングス (B)
⑤	株式会社仙台89ERS	982-0007	宮城県仙台市太白区あすと長町1-4-30 S101	仙台89ERS (B)
⑥	株式会社コンサドーレ	063-0052	北海道札幌市西区宮の沢2条3丁目4-1	北海道コンサドーレ札幌 (J)
⑦	株式会社高知犬	780-0087	高知県高知市南久保13-17	高知ファイティングドッグス (四国独立リーグ)
⑧	学校法人朴沢学園 仙台大学	989-1693	宮城県柴田郡柴田町船岡南二丁目2-18	宮城 (大学)
⑨	学校法人国際総合学園 国際ビジネス公務員大学校	963-8002	福島県郡山市駅前1-12-2	福島 (養成校)
⑩	学校法人吉田学園 北海道スポーツ専門学校	065-0011	北海道札幌市東区北11条東6丁目1-30	北海道 (養成校)
⑪	鹿屋体育大学	891-2393	鹿児島県鹿屋市白水町1	鹿児島 (養成校)
⑫	Albirex Singapore Pte Ltd	609517	21 Jurong East St 31, Jurong East Sports Complex, Singapore	アルビレックス新潟シンガ ポール (球団)
⑬	2 A テキサスリーグ西地区 フリスコ・ラフライダース	75034	Dr Pepper Ballpark 7300 RoughRiders Trail Frisco	フリスコ・ラフライダース (球団)
⑭	ダラス・スポーツコミッション	75201	325 N.St.Paul Street Suite 700 Dallas	アメリカ (関連団体)
⑮	MLSメジャーリーグサッカー FCダラス	75033	Toyota Stadium 9200 World Cup Way Suite 202,Frisco	アメリカ (関連団体)
⑯	テキサス工科大学	79409-3011	Lubbock,Texas 79409-3011	テキサス工科大体育局
⑰	WePlay		First Floor, 37 Houndsditch, London EC3A 7DB UK	イギリス (関連団体)
⑱	Professional Sports Group		Ivory Square, 8 Spice Ct, Battersea, London SW11 3UE UK	イギリス (関連団体)

インタビュー調査結果

対象クラブ：福島ファイヤーボンズ

所属リーグ：B.LEAGUE (B2)

本拠地：福島県郡山市堂前町1-2

運営法人：福島スポーツエンタテインメント株式会社

ご対応者様：代表取締役 宮田 英治 様

実施日時：2019年8月5日 14:00~15:00

実施場所：福島スポーツエンタテインメント株式会社
社

菊池（受託者）：

現在社員数は何名ですか？また、プロモーションを担当されている方は、そのうち何名ですか？

宮田様（調査対象）：

社員は全部で5名。うちプロモーションを担当している者は4名。取締役以外は全員がプロモーションに関わっている。また、一人が複数のプロモーション業務を担っているのが現状。

菊池：プロモーションを担う職員は足りていますか？足りていないとすると、あと何名くらい必要とお考えですか？

宮田様：Bリーグが求めている売り上げを上げるとするとあと3名は欲しい。現状にプラスして営業2名、チケットに1名欲しい。ただ、営業だけやればよい、という人材は不要と考えます。営業もやるが運営にも進んで関わる気持ちがある人材が欲しい。

菊池：職員が足りないことで困っていることはどんなことでしょうか？

宮田様：営業がたりない。チケット販売も手が足りない。Bリーグとなったことで厳しくなった。みんながMDと営業、チケットとユース、営業とファンクラブというように一人二役は絶対やっている状況。担当者は決まっている。

菊池：プロモーション職に必要とされるスキル、キャリア、マインドとは？

宮田様：一番はスポーツが好きか、というより「スポーツビジネスが好きかどうか」ということ。やりがいを感じられる人材でないと（続かない）。

マインドとしては「気付ける」人間なのかどうか。興行時集まる1,000人、2,000人というお客様をみて、何かに気付いてお声がけできるとか。

あとはコミュニケーション能力。いろいろなお客様に対しての対応（言葉遣い等）が求められる。

そういう能力があれば採用の対象となる。

スキルは働き始めてからつくので（入社時に備わっていないと）問題はない。

菊池：採用に際し、新卒がよい、既卒が良い、とか、こういうキャリアを持っている人が良いとか、基準はあるか？

宮田様：ない。やりながら覚える。ただ、メンタルの面では、「営業職は、断られて当然、とれてラッキー」という折れない心が必要。

中途採用の場合は経験者に越したことはないが、新卒者の場合は、「基本は教育するがすぐに実践になる。」という感じ。

今、教育の時間をとれないので新卒がとりづらいという状況。「早速明日から営業いってきて」といわれて動ける人でないと厳しい。

菊池：新卒の社員はいるか？

宮田様：いない。

菊池：現在いる社員の前職はどういったものか？

宮田様：いろいろな人がいる。採用は、ハローワークとか知り合いとか。

菊池：養成校を卒業しているかどうかは関係ないか？

宮田様：知識はあった方が良いが…。例えば、スポーツビジネス科を卒業したからと言っていきなりできるわけ

ではない。本人のやる気と、会社の考え方と同じ方向を向いているか（が大事）。

ただ、JO-BIのスポーツビジネス科の学生にはインターンシップということで来てもらっている。そういう経験をした人材が入社したいという場合は、（その経験が）有利に働くと思う。（ボンス以外のチームにおいてであっても）インターンやボランティアの経験があるというのは大きい。

菊池：実際に、そうした経緯で入社している社員はいるか？

宮田様：いない。まだ求人を出していないため。

菊池：養成校において学生時代に学んでおいて来てほしいことはあるか？

宮田様：新卒者は広報には配属されやすいと思う。そう考えると、SNSのスキルがほしい。閲覧した人が興味を持てる書き方、言葉選びであるとか、そういう写真を載せられるであるとかというスキル。興味を持たせる載せ方ができる能力。

あとは、著作権や商標についての知識がほしい。載せていいもの、音源などをきちんと判別して載せられること。

選手の商品価値を高めるためにどうすればよいかを考えられる力。

エクセル、ワード、パワーポイント、メール、圧縮・解凍は最低限出来てほしい。

菊池：学生のうちにしておいてほしい経験はないか？

宮田様：何かで失敗する体験。縦社会、集団の中でどのようにやっていけるか。

菊池：他機関との連携についてお聞きしたい。

宮田様：FSGグループとは様々な連携をしている。デザイン科の学生にデザインしてもらったり、パティシエ科の学生がお菓子を作って売ったり。こちらからトレーナーやコーチを派遣することもある。

菊池：学校以外との連携はあるか？

宮田様：郡山市とは連携協定を結んでいる。県内の小学生のクリニックを選手とヘッドコーチがやったり、1節か2節を郡山市の冠試合にして会場使用料を無料にしてもらおうとか、という連携をしている。

菊池：地域のプロスポーツを支える連携についてどう考えるか。

宮田様：チームを支えるためには、三つの文化が必要。やる文化、観る文化（お金を払って見ていただくという文化）、支える文化（株主、スポンサー、行政等の人やお金で支える文化）。どの文化が欠けてもダメ。現状では、支える文化はある程度整ってきているが、観る文化をどう作り上げていくのかというのが課題。告知の仕方、毎試合来ていただくための内容等考えていかなければならない。

菊池：支える文化はもちろんだが、やる文化、観る文化を育てるためにも連携が必要ないように感じるが。

宮田様：観る文化を育てるためには地元の選手がいた方がいい。そのために高等部を作った。

菊池：アカデミーやスクールは、球団運営にとってもプラスが多いと思われるが。

宮田様：差別化が必要。例えば医療系の学校と連携してテーピングを教えるとか、体のケアの仕方を教えるとか、食生活についての知識とか、現スタッフではできないプラスアルファのサービスを提供できるかとかというのは大事。選手としてのプロまでたどり着かない子供たちにどういうものを提供できるかがポイント。審判とかコーチとかいろいろあるんだよ、というのをいかに小さいころから教えていくかというのも大事。現状ではそこまでできているわけではないが、トレーナー業というのは今後も足りなくなってくる。

菊池：現在のスタッフに、養成校でプロモートについて学んだ方はいるか？

宮田様：いない。ボンスができる前に養成校もなかった。

宮田様：ファイヤーボンスは、球団より先にスクールが立ち上がったという全国でも珍しいケース。

(以上)

インタビュー調査結果

対象クラブ：青森ワッツ

所属リーグ：B.LEAGUE (B2)

本拠地：青森県青森市柳川1丁目4番1号

運営法人：青森スポーツクリエイション株式会社

ご対応者様：代表取締役専務 鹿内 龍治様

実施日時：2019年8月17日 17:00~18:00

実施場所：盛岡医療福祉専門学校

村井（受託者）：

御社のプロモーション職ご担当の方についてお聞きします。現在何名がご担当されていますか？

鹿内様（調査対象）：

現在、営業1名、広報1名、運営2名、ファンクラブ1名、その他1名程度。

村井：現状の業務遂行に対し適切な人数でしょうか？

鹿内様：業務遂行を考えると少ないと感じます。

村井：現状の業務にプラスするとすれば、何名必要と思われますか？

鹿内様：会社の規模、売り上げによって異なると考えているし、経営判断も大きいと思っている。適切な人数は15名位と考えている。プラスできるとしたら弊社としては2~3名。

村井：職員の過不足が原因でのトラブル事例等があれば、話せる範囲で実情をお聞かせください。

鹿内様：実際に大きなトラブルは起きていないが、各担当に1名で動く関係で休めない状況や、担当にしか対応できないことが出来てしまう。

村井：スポーツビジネスのプロモーション職に特に望ましいスキル・キャリアなどありますでしょうか？

鹿内様：臨機応変さや自身で動ける行動力を求める。

村井：その理由について、具体的な事例などあればお聞かせください。

鹿内様：形の決まっていない仕事が多いので自身で考え動ける力が必要なため。

村井：プロモーション職の社員研修等があれば、時期や頻度・内容・指導法について具体的にお聞かせください。

鹿内様：現状、社員研修など実施できておりません。

村井：学生を対象としたプロモーション人材を育成する取り組みについてお聞きします。プロモーション職にこういう人材を採用したいというポイントをお聞かせください。

鹿内様：自身で動ける行動力を求める。さらに自身で何かしたい、こうしたい等の夢や希望を持っている人材を求める。

村井：これは是非学生に学ばせてほしいというスキルやキャリアがあればお聞かせください。

鹿内様：基本的なビジネスマナーやメールのやりとりなど。

村井：その理由について、具体的な事例などあればお聞かせください。

鹿内様：社員研修などがまだ実施できていないので基本的なことを習得できていればスムーズに仕事に入れるため。

村井：この取り組みについての所感をお聞かせください。

鹿内様：クラブの活動を担う人材の発掘や育成することは課題の一つでもあるので非常にこういった取り組みは重要と感じる。

村 井：御社に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は在籍しますか？

鹿内様：現在、職員ではない。

村 井：仮に養成校等でプロスポーツビジネスやプロモーションを学んだ新卒者が入社を希望してきた場合、採用上その経歴は優位に働きますか？

鹿内様：プロスポーツチームで働くためには、どのようにしたら良いか多くの人は分からないと思っている。それを勉強してきているということは、働きたいとの意思表示と捉え、採用上優位に働くと考えている。

村 井：そのような人材の採用予定はありますか？

鹿内様：現在の採用予定はありません。

村 井：御社と行政機関や教育機関との連携についてお聞きます。人材育成・職員採用・社員教育について連携事例があればお聞かせください。

鹿内様：初年度に緊急雇用制度で職員採用を行った。

村 井：その他の面で連携事例があればお聞かせください。

鹿内様：特になし。

(以上)

インタビュー調査結果

対象クラブ：信州ブレイブウォリアーズ

所属リーグ：B.LEAGUE (B2)

本拠地：長野県千曲市屋代1821

運営法人：株式会社信州スポーツスピリット

ご対応者様：代表取締役社長 片貝 雅彦 様

実施日時：2019年8月28日 9:00~10:00

実施場所：仙台駅構内 ハチ 仙台駅店

菊池（受託者）：現在のスタッフは何名ですか？

片貝様（調査対象）：

10名。兼務が多く今期は15名体制にしたいと思っているが、人材募集を出してもなかなか応募者がいない。なぜかという、信州という地方であること、東京で職の紹介をしても手を挙げてくれない。また、イメージだと思うが、スポーツビジネスと言われる分野は、「厳しい」「給料が安い」「休みがない」ということから、応募してくる人は、限られてくる。若い人は欲しいが経験豊富な一般企業で20年、30年働いてきた、経理の方や管理職などという方も同時に募集していき、アウトソーシングをできる体制を採っていきたい。

菊池：兼務が多いという事だが、プロモーションに係わる方は何名か？

片貝様：兼務しながらだが3名。広報担当1名、集客1名、チケットセールス1名。デザイナー、Webサイトの製作などは協会社と連携を取ってやっている。

菊池：3名でプロモーション担当としては、充足していますか？

片貝様：本来ならもう少し、デジタルマーケティングをしてWebにも力を入れたいと思っている。B1のクラブはWeb、インスタ、SNSへの展開がしっかりとされている。今は画像ではなく、映像の時代で、ミニムービーや、選手からファンへのメッセージなども上手に

細かく作られている。近い将来やっていきたい。

今はその3名がシーズンシート販売や、試合がある時などに発信しているが、クオリティも高くなく手造り感は否めない。一方通行の情報発信になってしまっていて、そこからの情報分析は全くできていなくて、手探り状態。

菊池：増員の理由はそういったところからですか？

片貝様：集客の規模をもっと増やしていかなければいけない。昨シーズンのホームゲームの収容平均は1,626人で、B2では7番目。B1,B2の2,000人以上集客するチームとの差を埋めるために、草の根活動で地道に行ってきた。8年間、千曲市という小さな街でやってきたが、これから長野市にダブルホームタウンということで、受け入れていただく事になった。体育館も街のキャバも広がり、今まで以上に集客していかなければならない。15人体制にして、例えばチラシ配りや、試合のない時にでも、地域の活動に参加したりして広めていかなければならない。

菊池：3人でプロモーションをやっていく中で、大変なことなどありますか？

片貝様：プロスポーツクラブ運営の専門的ノウハウと経験が足りない。

一人は新潟にある専門学校で専門の学科を学んできた者が居て、設立の準備段階でインターンから携わった者が居るが、机上と実際の差はある。

中期長期を見据えた計画的ブランディングであるとか、プロモーションができていない。

菊池：プロスポーツビジネスのプロモーション職として望ましいスキル、キャリアなどはありますか？

片貝様：接客力。

対人のコミュニケーション能力のある人。

サービス業を経験してきた人。お客様と直に接触して、お叱りも受け、お褒めの言葉も受けというスキルを磨いてきた人。

文章力のある人。長文を書く事はそうないが、短い

文章でも言葉の並べ方、使い方、選び方の長けている人はプロモーション部分には応用が利くと思う。どういう立場のお客様、ターゲットをどこにするのかなど、文章力があれば表現できる。一番いけない例としては「バスケットが好きで、バスケしかしてきていないので解りません」という人は不要。また音楽や芸術という文化に触れてきた人の方が、表現力は豊かだと思う。

菊池：社員研修などはされていますか？

片貝様：年に1回半日くらいの時間で、プロのしゃべり家、ラジオパーソナリティの方とかに選手も含め、メディア対応、SNSのやり方などをレクチャーして頂いている。メーカーを既に退職され、ブランディングの担当部署に在籍されていた方に月に2回、経験をレクチャーして頂いている。

菊池：専門学校、大学の新卒者を採用するとなった場合、このような人だったら採用したいというポイントはありますか？

片貝様：第一印象が一番だと思っている。明るいか、笑顔が自然につくれるか、声が大きいか。企業理念が「信州をバスケットを通じてもっと元気にします」という事もあり、元気な人でなければダメ。それと自分で表現のできない人は難しい。飲食店の研修とか、接客での声かけとか挨拶の仕方とか、何か持ってきてくれる人の方が、その後のふり幅が違うし、伸び率も違うと思う。

菊池：他に学校で学ぶとして、何かありますか？

片貝様：スピーチですね。自分のアメリカ留学の経験からプラスとなった学びがスピーチ。題材を決めて自分をしっかりと表現するという事。大衆に話す、少人数に話す、1対1で話すによっても、声量も内容も長さも全然違うし、そういう事が鍛えられていると社会に出た時役に立つと思う。アメリカ人は会議に出席して発言しない人は意味がない、黙っているなら出席するんじゃない、意見を言ってこそという考え

である。自分の内に秘めているのではなく、外に出す表現力を磨く「フリースピーチ」という授業を積極的にやったら、スキルアップになると思う。

菊池：学生時代にプロスポーツビジネスを学んだ人は、プロモーション職の1人の方以外にいますか？

片貝様：いない。

菊池：行政、学校など外部機関との連携は何かありますか？

片貝様：ボランティアスタッフで大原専門学校より、派遣してもらっている。信州スポーツ医療福祉専門学校にはスポーツトレーナー学科があり、インターンシップの受け入れをしている。試合会場に来てもらい運営スタッフをやりながらプロのトレーナーの業を見られる態勢をとっている。松本大学とスポーツ栄養学の分野でパートナーシップを結ばせてもらっている。独身の選手には、外食したらこういう物を食べる、コンビニでもこういう物があるとか、奥さんがいる人は奥さんも巻き込んでレクチャーしてもらうこともある。食の細かい選手にも食事へのアドバイスも貰っている。もっと感謝したいのは、「試合飯（しあいめし）」を作って隣町まで1時間かけて運んで来てくれる事。エネルギー補給をしなければならぬ土曜日の試合後、献立をたて中身を書いてパッケージを作って「信州プレイブウォリアーズの試合飯（しあいめし）」とし、選手全員分のお弁当を松本大学の生徒も巻き込んで作ってくれる。食材は、企業や農協にお願いし、いただいた物は大学の先生に渡して調理して持ってきてもらっている。アカデミックパートナーとして位置づけしている。松本大学と信州スポーツ医療福祉専門学校は専門的にそのようなところをやらせてもらっている。

菊池：松本大学としては学生たちに実習の機会を与えているということでしょうか？

片貝様：その通りです。学校側としてもプロスポーツ団体とこのような経験をしているというのはプラスになっ

ているのではないかと。

菊 池：学校との連携で他に考えていることはありますか？

片貝様：地元で介護、保育の学科のある学校があり、試合中、お客様の小さな子どもを預かる託児所に1、2人来てもらって面倒をみてもらい親御さんには試合に集中してもらうなど、今後そのような環境を考えていきたい。

長野県には、あまりスポーツビジネスに特化した学校がないので、もしそのようなところがあれば、マーケティングとか裏方のインターンも受け入れていきたいと思う。

菊 池：今、インターンの受け入れはないですか？

片貝様：インターンは来ているが定期的な受け入れはない。インターンに来て仕事がないのでは申し訳ないので、その部分はしっかり考えて提携して行きたいと思う。

菊 池：ほかに連携を考えていること、していきたいことなどはありますか？

片貝様：理解いただかないといけないところだが、行政とは横串を刺したようなこともやりたい。

市の職員が球団の社長付となり、球団スタッフとして派遣され、給料は市から支払われていてという例がある。行政が球団を使って街づくりのためにやられている。そのようなところは、取り付けられないかと思う。たっぷり協力していただいているが、専門で特化した人、部署を作ってもらえたらと思う。

箱ビジネスについて模索していきたい。試合のない335日バスケット以外の価値を上げていく逆の発想というか、バスケットがサブビジネスで他の何かで成り立つ状態をつくっていきたい。バスケは目的ではなく手段。あくまで目的は町おこしである事は一貫して言っている。そうすれば、バスケを投資価値として行政も見えてくれるようになると思う。

菊 池：本事業のような取り組みについて何か思うことはありますか？

片貝様：人を巻き込むこと。一般の人が気軽に入れるようなシンポジウム、イベントなどメディアを巻き込んで発信していくこと。養成校からの働きかけによる提案をし、地域の特性を活かした活動を対1者だけでなく、2者3者で連携して活動していけば、大きな動きに繋がっていくと思う。

(以上)

インタビュー調査結果

対象クラブ：琉球ゴールデンキングス

所属リーグ：B.LEAGUE (B1)

本拠地：沖縄県沖縄市山内4丁目1番5号

運営法人：沖縄バスケットボール株式会社

ご対応者様：取締役兼社長室長 安永 淳一 様

実施日時：2019年8月29日 11:00~12:00

実施場所：沖縄バスケットボール株式会社

宜野湾オフィス

細川 (受託者) :

営業、広報、総務的な人材は何名ですか？

安永様 (調査対象) :

営業部は5名 (オフィシャルパートナー)、それとは別にチケット自体はアウトレット任せのかたちを採っている。(兼務)

年間シートを売りたい気持ちが強かった。10年以上、年間シートを売るぞ売るとやってきた結果、試合会場の約半分、1階席は年間シートで売り切れている状況。年間シートを売るのもネットでの申込で、対面ではやっていなかった。とは言え、一人4席買ったなら40万になったりする。営業に回った方がいいという気持ちもあったが、人がいない。働きたいという大学生は、アルバイトで波のように来てくれる。しかし、我々のニーズに合致しないのが現状で雇いきれない。

チケットも兼務で3人、広報1人でやっている。商品部は (グッズ、飲食、ファンクラブ) 4名。

細川：ニーズに合致しないという事だが、採用しようと思えばできる？

安永様：採用したい人材が現れない。高学歴を選んでいるわけではないがほとんど国立大出身。しかし、学歴では無い。まずは、商品に興味を持っていること。相手チームの名前も知らないようでは商品は売れない。

Windows10はできるが、Macはやったことが無い、な

らばMacをできるように頑張るという考えではない。「Windows10使っているいいですか？」と言う。合わせなければいけないという気持ちが弱い。

どのタイプが正しいということではない。何をチームのため、球団のためにやらなければならぬのかがはっきり見えていないと、自分中心の考えで、やったことが無いからわかりませんという事になる。

「働き」に対しての心得が弱いのではないか。しがみついてもやろうとする、スポーツに対する愛、バスケットに対する愛が必要。その部分が重要。そこまで勉強するという、その気持ちが見えるかどうか。今の子は物欲がなく夢を与える仕事に向いていないのでは？好奇心を持つ事は必要。コミュニケーション能力は必要で、受身でない発信力、書く力、言う力が必要。

給料を貰って働くという事は出来ないを無くす、知らないを無くすという考えを持たないといけないのではないか。

細川：人材が足りなくて困っている球団が多い中で、ゴールデンキングスは採用に対して余裕があるように思えるが。

安永様：ビジネスが成り立ってくると、現状維持では無理。常に上がり続けなければならない、高い階段を上がって行くには、創設時には良かった仲間でも、合っていない者がいるのではないかと考える。それに耐えるスタッフ、幹部が必要なのではないかと自分も含めてだがいつも思っている事。今が目指すところに届いているわけでは無いので、社員皆へ目標、先を見させるということを考えている。それが我々、13年目のステージである。

細川：運営していく上で必要とされる人材が変わっていくという事ですか？

安永様：クラブによっても求めている人材は違うし、運営形態によっても違う。人をたくさん雇えば、売れるのだろうが人を雇うという事は簡単ではない。アメリカ的考えでダメだったら切ればいいという訳にはいかない。入る時から、一緒に育てていこう、伸びて

いこうという志を持ってきてくれたらと思う。

細川：これを身につけていたら、採用するというスキルは何でしょうか？

安永様：文章力。パソコンはできるが、文章を書ける人がいない。ホームページ上に載せるにしても、文章が書けないと難しい。

お客様体験のある人。なぜ？どうやって？価値を見つけ、気付く感覚を持って、人に伝える事ができたら、それが営業になる。

本来、バスケも、プロ野球もなくてもいいものかもしれないが、必要とされる。我々は夢を売っているという事を感じてほしい。

細川：プロスポーツビジネスにおいて、若者に求めるものは何ですか？

安永様：長期のインターンシップ、教育実習。アメリカのいいところは、1学期まるまるインターンシップの期間を設けていたりする。日本では大学のゼミから1週間の実習をお願いされたりするが、1週間そこらでは、何も経験できないし、我々も見ることができない。それでは雇うことも難しい。

アメリカ留学中の学生が、帰ってきてゴールデンキングスでインターンシップをして行く事がある。その子たちはいい経験をして戻っていくように感じる。せめて、1か月、長期のインターンシップを単位取得となるなどの、カリキュラムを推奨してくれたらと思う。

スポーツが産業として伸びていないと感じてほしくない。ようやくプロチームも企業と言われるようになってきた。

スポーツによっては成熟期なのか、成長期なのか、創生期なのかでも、求められる人材は違うだろうし、多岐に渡っていると思う。次世代を担う人たちを育てていかなければと思う。

(以上)

インタビュー調査結果

対象クラブ：仙台89ERS

所属リーグ：B.LEAGUE (B2)

本拠地：仙台市太白区あすと長町1-4-30 S101

運営法人：株式会社仙台89ERS

ご対応者様：代表取締役社長 渡辺 太郎 様

実施日時：2019年9月19日 11:00~12:00

実施場所：株式会社仙台89ERS

伊藤（受託者）：プロモーション職の担当は何名ですか？

渡辺様（調査対象）：1名。

伊藤：現状の業務に対して適切な人数ですか？

渡辺様：多い方がいいですが、役員含め12名しか居ないのでその人数でやっていくしかない。

伊藤：職員の過不足でトラブル等はありませんか？

渡辺様：バスケットボールは発展途上にあり、上昇しているが売り上げはまだ少ない。選手の人件費が上がっているので職員に回せないというのが現状。職員の人数はギリギリでやっている所以でトラブルも起きるが、仕組みで乗り越えるほど、ノウハウを持っていないので気合で乗り越えるしかない。

伊藤：人数を増やしたいが給与の面で増やす事は厳しいという事ですか？

渡辺様：厳しいというより、現在の人数での生産性が低い。1名4,000万弱といったところ。マーケットとしてまだ確立しておらず、それを作っているという状況。プロスポーツエンターテインメントのビジネス自体が、人材が居ない。日本はこの人材を育成しようとしていない。キャリアのある人を、高いお金で獲得しようというマーケットがないので成長しない。キャリアを持っている自分自身がやるしかない。

伊藤：プロスポーツビジネスのプロモーション職として、望ましいスキルなどは何でしょうか？

渡辺様：広報とプロモーションの二つの軸がある。長い歴史の中で人気商売である野球、相撲などは広報しかいなかっただろう。ネガティブな報道をされないためのメディアの担当窓口が広報の仕事だった。しかしそれではダメ。クラブ、球団の人気が出るため、好きになってもらうために、ポジティブな情報を出していくのにメディアを使う。メディアとのリレーションを図り露出を増やす、取り扱いを増やしてもらうのが広報。それとは別にプロモーションは、マーケティングとリンクしている。クラブ、選手のイメージアップをしていくのはもちろんだが、その先にある、チケット、グッズ、スポンサーなど売り上げを伸ばしていくのがプロモーション。この二つが上手くできているところは日本にはあまりないと思う。僕たちが目指しているのは、広報よりもプロモーション。その人材に求めるものは、コミュニケーション能力。どうやってリレーションを図れるか。

伊藤：現在1名のプロモーション職の方は、どのような職に就いていましたか？

渡辺様：全く別の職。

伊藤：その人は特別なスキルを持っている方ですか？

渡辺様：コミュニケーション能力が高い。知識は別にいらない。広報には記者に記事を書いてもらう、取り扱ってもらう人と、番組に出させてもらう人の二つがある。記者に聞かれたことを正しく答えるスキルと、パブリシティを取るためのコミュニケーションスキル。待っているのは人気落ちていく。攻めていけるコミュニケーション能力を持った人材が必要。

村井（受託者）：

コミュニケーション能力のほかにあった方が良いスキルはありますか？

渡辺様：やりきる責任感。発展途上の業界なのでこうやらなければいけないという事は無い。企画とか理想はあってもそれをやりきらない人が多い。営業にも選手にも言えることだが、やりきるという事が重要。入ってくる時は、これをやりたいなど言うが、結果やれないから途中で投げ出してしまふ。そういう人は、続かない。

最も重要にしている事は、情熱があつて、やりきる事。それがあればスキルなど無くとも誰でもいいと思つている。

村 井：多くの球団では、余裕がなく営業、社会人経験者を求める中で、誰でも…と言えるところは、なかなか無いが。

渡辺様：今は新卒者しか採っていない。スポーツを通じて街を元気にするとか、人を幸せにするとか大層なことを言つているが、そこに対する覚悟が無い人は無理だし、それをやりたいという情熱は新卒のピュアな人たちがまっすぐである。中途の人たちは理想はあるが、やっていくうちに「そうではなかった」ということが出てくる。どんな仕事にもやりがいはあるし、やりがいは無い。それは自分が決めること。ここでやりがいを感じてくれればいいと思ふ。キャリアとかは関係なく、そういう採用をしている。

伊 藤：社員研修などはしていますか？

渡辺様：現場でやりながら覚えていくしかない。まだ日本はプロスポーツビジネスの業界自体が成熟していないので、モデルが無い。優秀な人材の雇用が活発になればその人のスキルとかバリューが確立されていくと思ふが、そこに至っていない。そうしていくのが、僕らの使命だと思つている。それができるようになれば、モデルができるので、研修とかで伝えられることもあるのではないかと。

村 井：大学卒、専門学校卒の違いはありますか？

渡辺様：無い。インターンとして来て、そのまま採用というのが自然で、大学卒でも専門学校卒でもその子の可能性というのは差が無い。

村 井：大学卒、専門学校卒の知識の差、パソコンスキルなどの差はありますか？

渡辺様：差は無いと思ふ。知識、経験は重要だが、目的を達成するための手段であり、ヒントでしかない。目的まで行かない人がいる。目的意識を持っていれば、手段を選びたくなる。経験が少なくても入ってからで間に合うこと。

村 井：デザインの専門の方はいますか？

渡辺様：今の状況の中で、デザイナーだけで1人かかえるのは難しい。たまたま、自分がデザインができるのでやったりする。今はパートナー企業があって、ディレクションは自分がやるが作ってもらっている。

伊 藤：プロモーション職に採用したいポイントとかはありますか？

渡辺様：野球のように既にできているバリューとは違い、今の、バスケットへのニーズはあまりない。バスケットを普及をするという情熱が一番。バスケットを見たいというニーズを作っていかななくてはならない。

伊 藤：学生に学ばせてほしいというものがあれば教えて下さい。

渡辺様：追い求めているバスケットボールは、“人の心を動かすバスケットボールをする”ということ。全身で表現をできない人は、感じない。情熱とか、一生懸命さ、頑張っている感というのを上手く出せる事は重要だと思つている。それを学ぶというのは難しい事と思ふが、意識することは重要。

伊 藤：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方は在籍しますか？

渡辺様：いない。

伊 藤：行政や教育機関の連携はありますか？

渡辺様：行政とかが僕らを上手く使って活性化だったりをするべき。それを僕らが提案するような関係性を作っていければいいと思っているが、課題の一つである。教育機関との連携は特に無い。

伊 藤：本事業の取り組みに対して思うことはありますか？

渡辺様：クリエイティブな部分に対して日本は、重要性を感じていない。特に地方は、デザイナーに対してのギャラが低かったり、もっともっと投資すべきだと思う。去年、89ERSをリブランディングして、今までと違う見せ方にした。

そういうところが重要と考える。

この取り組みには関心があるし、良いと思う。学生へどうやって伝えればいいのかを今回考えた。

スポーツクリエイティブの会社を作って、プロモーションを活性化させる仕事の構想を持っていた。アメリカのスポーツや、ヨーロッパのサッカーを好きな人が視察に行つて吸収して取り入れる。それをやりたいと思う学生が一人でも生まれれば楽しいと思う。スポーツ業界は辛い、長い（勤務時間）給料が低いとか思われがちだが、それ以上に魅力ある業界にして、将来的には時間もお金も他の業界よりもらえる状態にできると思っている。そうすれば、学生も来てくれると思う。とにかく重要なのは、人。魅力ある人材がこの業界、特にプロモーションのところに来てくれればいい。ぜひ、そういう取り組みをしてもらえれば嬉しい。

インタビュー調査結果

対象クラブ：北海道コンサドーレ札幌
所属リーグ：J.LEAGUE (J1)
本拠地：北海道札幌市西区宮の沢2条3丁目4-1
運営法人：株式会社コンサドーレ
ご対応者様：経営管理部長 岩崎 亮輔 様
実施日時：2019年9月20日 10:00~12:00
実施場所：株式会社コンサドーレ

伊藤 (受託者) :
社員は何名いますか？

岩崎様 (調査対象) :
運営・チーム広報部6名、(内、マーケティングプロモーション事業部との兼務2名)。
マーケティングプロモーション事業部7名、(内、パートナー事業部との兼務2名)。
パートナー事業部 営業8名、ホームタウン3名、営業との兼務1名。
経営管理部7名。

村井 (受託者) :
戦略を立てて人員の配置をしているように見えますが、

岩崎様：広告料収入、興行収入の2本柱を伸ばしていくために、今年、営業と興行収入の部分の人数を増やし攻めていくための配置とした。組織を統合したり、組み替えながら毎年のようなトライアンドエラーをやっている。

村井：去年より何名くらい増えていますか？

岩崎様：数名増やした。専門的な社員を今後も採用できればと思っている。

村井：あと何名くらい増やしたいですか？

岩崎様：現時点で、人員計画というのは難しい。

村井：大学、専門学校の新卒の入社者はいますか？

岩崎様：います。

村井：ほとんどの球団がコミュニケーション能力を必要と言われるがそれ以外には何が必要と思われますか？

岩崎様：基本スキルは持っていて欲しいが、ファンやパートナー企業などコンサドーレに興味を持ってくれる人が周りにたくさんいるので、ある程度はサッカーの知識とかコンサドーレに対する愛情を持ってほしいし、北海道に対する愛情も持っていて欲しい。

村井：パソコン等の基本的なスキル以外に学生に学んできてほしい事はありますか？

岩崎様：机上で学ぶスポーツ経営学だとか、スポーツビジネスなどの知識を持っていても、現場でその通りにいかない事だらけの業界だと思う。民間の会社でも同じだと思うが、自分の持っている知識と現場とのギャップを切り替えられるメンタリティーだとか、そこは甘くは無いというのが現実の社会なので、持っている知識を活かして現場で上手く活用できる、応用できる幅を持っている人間は魅力的。

村井：今年採用の中に新卒者はいますか？

岩崎様：今年はいない。

伊藤：社員の年齢層はどのようになっていますか？

岩崎様：平均年齢38.3歳。

伊藤：インターン、ボランティア経験者を採用するのはスキル以上に熱意を重視してという事ですか？

岩崎様：当然、スキルが高ければ高い方がいいが、大事なものは中身だと思っている。

村井：数名増える前は、人数不足のためのトラブルとかはありましたか？

岩崎様：パートナー企業へのサポートや、ファン、サポーターへのサービスが不足していることがあった。増えたことによって全てが解消したわけではないが、人手、時間を増やしたと同時にサービス内容を見直した。

伊 藤：社内の研修等がありますか？

岩崎様：集合研修などは行っていない。サッカーはシーズンが長く、ほぼ毎週、試合があつて全社員揃うことがまず無い。通常の業務中に弊クラブが締結してるクラブビジネスパートナー企業と普段の工作中でのディスカッション、打合せ等、現場での実践を重ねることが、社員の成長・研修になっている部分だと思う。

伊 藤：社員の方々は前にどんな仕事をされていましたか？

岩崎様：多種多様な業務内容の職種や弊クラブのアカデミー出身などから。

伊 藤：学生時代にスポーツビジネスを学んできた人はいますか？

岩崎様：数名いる。

伊 藤：行政など外部との連携はありますか？

岩崎様：昨年まで行政からの出向という形でクラブ業務を従事してもらっていた。ホームタウン事業などで行政との連携を行っています。

村 井：市や道との繋がりや教育機関との繋がりが持てることは素晴らしい。今後、考えていることなどは？

岩崎様：J1定着のために、チーム強化に繋がるようクラブとしても大きく成長していきたいと考えている。

(以上)

インタビュー調査結果

対象クラブ：高知ファイティングドッグス

所属リーグ：四国独立リーグ

本拠地：高知市南久保13-17

運営法人：株式会社高知犬

ご対応者様：総括本部長 永井 理大 様(Michihiro NAGAI)

実施日時：2019年10月31日 18:00~19:00

実施場所：株式会社高知犬 社内

永井様（調査対象）：

まず、独立リーグの中のひとチームであるファイティングドッグスについて規模感を把握いただけるよう簡単に説明いたしますと、Bリーグのチームよりももっと低いところでやっています。選手の人数は、リーグのルール上ではプロ契約選手が最大で25人となります。またサラリーキャップは1,600万円ほどになります。我々はプロとは呼ばれながらも、もっと上にNPBのトップリーグ（いわゆるプロ野球）が有り、そこを目指す選手が成長する場所ですので、コンパクトなサラリーも受け入れつつ上を目指すという、ほかのスポーツの球団とは異なった事情もございます。

景気が停滞し始め、社会人野球のチームが廃部や休部となり、野球を続けられないという人たちの受け皿になるというところがリーグのスタートでした。そのための育成機関ということと、地域に根ざして地域を盛り上げるといふことの二つがこのリーグの考え方になります。創設以来15年間その二つを現在も続けています。

年間収入は、おおよそ1億ちょっとです。スポンサー収入が半分。残りの半分は、グッズ収入、球場内での飲食およびチケット収入で2割。残りはいイベントに参加した際の謝礼やファンクラブ収入、行政からの委託事業となります。ファンクラブ収入はもっと増やせようと思うのですが、現状でできる最低限のところとなります。支出は収入とほぼトントン。支出額の多いものとしては監督・コーチ・選手の報酬が3割程度。スタッフ人件費が2割ぐらい。あとはグッズや様々

な製作原価および選手の遠征費や交通費などになります。

龍澤（受託者）：

飲食やグッズは御社で全てやられているのですか？

永井様：はい。飲食については球場でのビールなどが9割になります。グッズも仕入れて販売している形となります。

試合数は毎年前後しており、2019年シーズンは年間70で、うち36試合がホームとなります。興行収入はホーム開催分となります。1試合当たりの売り上げは、スポンサーが付くと少し増えますが多い時で150万円、スポンサーがつかずお客様も入らなければ20~30万円の時もあります。ホーム試合の9割ほどは高知市内の同じ球場となっています。観客は多い時で2,000人、平均すると450人程度でしょうか。客層はメインが男性、年配の方も結構いらっしゃいます。家族連れは15%ほどでしょうか。

龍澤：現在社員数は何名ですか？また、プロモーションを担当されている方は、そのうち何名ですか？

永井様：トータルで6名になります。現場でプロモーション的なそういった動きができるのは4人ぐらいですね。私より上には、役員が2人、オーナーが1人となります。それ以外の4名が“プロモーション人材”として業務を行なっています。

龍澤：プロモーションを担う職員は足りていますか？足りていないとすると、あと何名くらい必要とお考えですか？

永井様：現場のスタッフがそれぞれ得意な領域を持ちながらも業務を完結できる能力を発揮しているため、それほど足りないとは思ってはいません。

龍澤：組織としては永井様がいらっしゃって、その下にスタッフの皆さんが続くような体制でしょうか？

永井様：組織図的にはそうかもしれませんが、私も他のメンバーと同じように業務を行なっております。NPBさんのように、営業は営業部署が行なったりと業務ごとに別れた配置ではありません。

龍澤：そうするとどの方も営業もやり運営もファンクラブもおやりになられるのですね？

永井様：はい。

龍澤：規模が大きくなった場合、業務担当を分けるなどの必要があると思われていらっしゃいますか？

永井様：大きくなればなるほどそういった（兼務ではなく専務が占める割合が大きくなる）ことは避けられないとは思いますが、この球団がこの先2倍3倍とボリュームが増えていくかというところについてはなかなかないと考えております。また、視点が変わってしまいますが、「いろいろなことを業務で行いたい」という思いを持ったタイプの人材が集まりやすいので、単一的な業務の職場になった際には別な種類の人間に変わってしまうかもしれません。現在のスタッフはマルチで業務にあたる環境だからこそ続けてくれており、専務体制になればこの職場に魅力を感じなくなってしまうと思います。

龍澤：途中でやめてしまう方はいらっしゃいましたか？

永井様：辞めた人材も過去にはおりますが、ネガティブ理由とポジティブ理由それぞれのタイプがいました。仕事が辛くて辞めていった子もいましたが、ここで積んだ経験を次のステップで活かそうとステップアップのために辞めるケースもありました。

龍澤：中途で入られている方の前職は何をされていたのでしょうか？

永井様：東京で銀行に勤めていた人材が仕事にもある程度慣れた段階で、このままでいいのかと自分自身で考えている時期にこの球場で野球を見て思いが強くなり、銀行を辞めて中途で来ました。私もそうい

った形でここに来ました。私は前職はIT系に勤めておりました。私自身は高知の出身ではないのですが、妻がこの出身という縁があり高知の求人を見ていた際にハローワークで球団の求人を見ました。学生時代にずっと野球をやっていたので面白そうだなと。それが2012年ですので7年目ですね。

龍澤：「興味」というお話がございましたが、プロモーション職に必要とされるスキル、キャリア、マインドとは？

永井様：普通免許でしょうか。これがないここでは何もできないので。特定のスキルというよりは柔軟性やスピード感があればやっていけると思っています。

ただ、NPBさんとは違うと思いますが、うちのような規模の球団で働く場合は経営部分のノウハウや意識を持ってほしいですね。マーケティングや企画、イベントの業務をするにしても、コスト意識を持って実務にあたることができればこの現場に行っても通用すると思います。ファンクラブの運営にしても、これまでと同じようなことをやるのではなく新しいことをやったり、テクノロジーや消費行動の変化に合わせ、例えばスマホが普及して来たら新しい事業をマネタイズ含めて考えると、応用が利くようにソリューションをスポーツと繋げられる能力を持っていると面白いことを生み出せるかなと思います。

龍澤：野球やスポンサー営業についての知識などはいかがでしょう？

永井様：この業界だけ「スポーツビジネス」という言われ方をよくされますが、実際にやっていることとしては、前職のITや銀行といった普通の企業が営業活動や商品を作って販売するですとか会員を集めるような事と同じですので、教育として「スポーツビジネスを教える」という際にはどういう内容になるのか想像できないところがあります。業界を学ぶという意味では、スポーツの特性や現状や今後の方向などを学べるのが「スポーツビジ

ネス」という学問なのではないかとも思いますが、それらはアンテナさえ立てられればどの職場にいても学ぼうと思えば学べる事だと思います。

龍 澤：実際に採用等は新卒や中途ですか？中途の場合は前職はどんな仕事をされていましたか？また、採用に際し、新卒がよい、既卒が良い、とか、こういうキャリアを持っている人が良いとか、基準はあるか？

永井様：新卒（大卒）は今年一人採用しました。ただ、新卒だからとか中途だからという理由では採用していません。大企業さんみたいに人材育成のプログラムがあるわけではないのでゼロから育てる前提での採用ではなく、スポーツ業界に興味があり、自分から学ぼうという強い思いを持った人間でなければツライ仕事になってしまうためその辺りを採用する際に気にしているポイントです。

龍 澤：インターンシップに来てほしいという思いはありますか？

永井様：インターンシップの受け入れをしていますが、単目的の子ではなく、思いを持って来てくれる子はいつの時期でもウェルカムです。マンパワーとして我々も助かりますが、その子の成長に役立つ機会にできるよう努めたいと考えています。学びたいという意欲がある学生であれば受け入れたいと思います。

龍 澤：現在の受け入れ期間は？

永井様：長くて2週間でしょうか。短い時は3日とか。短いインターンで来る子は、「少しでも現場を経験したい」という思いで来る事が多いです。過去に受け入れたのはほぼ大学生です。専門学校で医療やトレーナーを学んでいる学生さんをインターンで受け入れ現場に連れていくために、専門学校と協定を結んでもおります。球団には専属のトレーナーがおりますが、ケアから全てやらなければいけないのですが、手が回らないところは選手が個人

で治療院に行っています。ここに来るトレーナーは「経験を積んでNPBに行きたいです」というような子が多いですね。私たちがそういう子を受け入れたいと思います。そういった思いのある子は真剣ですし、そういう人材に来てもらえることは嬉しいです。

龍 澤：チケットの販売はどうされていますか？

永井様：前売りをスーパーやコンビニで販売してもらっています。ただ、リーグのチケットは試合日は決まっておらず、どの試合を見てもいいようなチケットになっています。

ファンのコア層は年配ということが理由になっていますが、かなりアナログな仕組みになっていますがこれは変えていかねければならないと考えています。例えばスマホで「ピッ」で入場できるようにしたり。そうすることで効率化も図れますしデータを蓄積することで次の戦略のための分析が可能になります。そういうところでいうと、先ほどの経営的な意識とともにITの知識はあって絶対困らないと思います。今後どんどんそうやって最適化されていくと思いますので。私は前職IT業界にいましたが、球団で仕事を行なっていてその時の知識が随分役に立ちましたので業界経験を通じてですが知識を学んでいてよかったと思います。

その他のスキルとしては、自分たちで企画をしたら、自分で企画書やスライドを作ることは個人の自信にもなりますしスピードも速いのです。そういうスキルを身につけた人材は活用できますね。個人の企画力もあるとよりパワーポイントなどのスキルも活かせると思います。自分で企画したことの方が作るのも面白いです。

龍 澤：企画力は学ばせてつくものだと思いますか？

永井様：企画力は、情報に対して常にアンテナを巡らせている必要があると思います。企画は何かと何かの組み合わせである事が多いため、多くの情報を知識としてストックしておく必要があると考えています。好奇心ですね。

龍 澤：行政や教育機関との連携はございますか？

永井様：高知県の各市町村さん（特に試合開催地）とはお付き合いが続いています。球場使用料の減免や、直接ではありませんが行政から予算を出していただいたりということは継続してございます。あとは地方で行う試合の買取りや、キャンプを行った際の費用を補助していただいたりという支援を受けています。

教育については、どこかの学校の授業に継続的に関わることはあまりありませんが、ホームタウンの市の小学校の体育の時間に年数回派遣したりしています。これは継続してではありませんがキャリア教育の一環としての派遣もございます。また、室戸高校に女子野球部がありまして、町おこしとして女子野球部をリソースにしているのですが予算を頂戴してその町おこしに今年から協力させていただいています。

龍 澤：職員による人材交流などはございますか？

永井様：行政も各市町村に窓口の方がいますが、ファイティングドッグスの県民会議という応援する組織があるのですがその事務局が今高知県庁のスポーツ課にやっています。予算が付いているわけではないので大きなことはできませんが、総会を開催したり、機運を醸成していただいたりしています。

これは県の外出しの機関になりますがコンベンション協会経由ではNPBのキャンプの運営委託をある程度まとまった額で振っていただいたりもしています。プロ野球ですと阪神と西武がキャンプに来ていますし、オリックスも春だけですけどキャンプをしています。

(以上)

インタビュー調査結果

対象クラブ：アルビレックス新潟シンガポール
所属リーグ：シンガポールプレミアリーグ (SPL)
本拠地：21 Jurong East St 31, Jurong East Sports
Complex, Singapore
運営法人：Albirex Singapore Pte Ltd
ご対応者様：COO 難波 修二郎 様
実施日時：2019年8月22日 10:00~11:30
実施場所：ジュロンイーストスタジアム

村井 (受託者)：現在、社員は何名ですか？

難波様 (調査対象)：

オフィスには、16名。サッカースクールとチアダンススクールの講師も含まれていて、講師ではあるがスクールの運営として、SNSや、会員集めのプロモーション、イベント企画もやっている。午前中はデスクワーク、午後は現場。実際のプロモーション職と言えるのは2人。

村井：プロモーション職として考えた場合、人数的に足りていますか？

難波様：やりたい事は山ほどあるのでそういう意味では足りていない。やらないといけない最低限のことで言うと、やれている。

村井：やりたい事を現実にする、ゴールに近づけるには、あと何人必要ですか？

難波様：営業を入れるとすると、規模から考えて5人。

村井：日本のプロクラブではプロモーション職は兼業というところが多いが、担当が分かれてやっていますか？

難波様：いいえ。一人に負荷がかかっている。グッズ販売も、SNSやWebサイトのプログラミングもポスターやチラシのデザイン、たまに営業にも行ってもらっ

たりする。

村井：スタッフは日本の方ですか？

難波様：スタッフはほとんど日本人。全員シンガポール採用。日本人で日本から来るケース多いが、戻るところがあるというわけではない。

村井：日本の現実、若者がすぐ辞めてしまうということがあるが、そのようなことはないですか？

難波様：あるが、もともとここで一生働いてもらおうと思っ
てはいない。海外でチャレンジしたい、その先どう
なりたいとか一つの過程で3年なり経験を積んでも
らうポジションであると思っている。長く勤めてく
れればありがたいがずっとここでという強制はしな
いし、強く期待もしていない。

村井：スタッフは平均何歳くらいですか？

難波様：サッカースクールは23、4歳。チアスクールは2
8歳くらい。プロモーションは30歳くらい。経理
やシンガポール人は40歳くらい。

村井：日本の大学、専門学校を卒業してすぐにこちらで採
用になることはありますか？

難波様：あります。特にサッカースクールのコーチは現在4
人の内、新卒が2人。チアは新卒1人。プロモーション職は経験という面で採用しにくい。ただインターンは毎回誰かしら居る感じ。日本の大学の休みの期間は常時1~2人居る。年間5、6人は受け入れている。

村井：プロモーション職で新卒は採りづらいということだが、受けたい新卒が来た場合、何を求めますか？

難波様：まずはビジネスマナー。社会人としてのビジネスマナーは基本。そこはいちいち教えてもらえない。受け身ではない事。規模の小さいところは共通すると思うが、育てる、研修をすとか余裕がない。

社会の事は知っていてほしい。

村 井：望むスキルはありますか？

難波様：SNSとかパソコンとか、最新アプリ、流行などを知っていると貴重ではある。デザイン、営業経験、コミュニケーションスキルは大事。経験がないから自信がない、自信がないと自分から発することができないのはわかるので、できないなら聞く。はっきりと、「教えてください」と言えること。聞き出すことは、営業においても大事になる。あとは数字に強いこと。ビジネス用語を理解できているといい。言い出せば切りがないが、Word, Excel, PowerPoint くらいは、教えなくてもできるようになってほしい。ジャンルを問わず、試行錯誤をして努力の過程を踏んで、ある程度に達した経験を持つ人は別のことをしても、正しい努力をする素質があると思う。

「リーダーシッププログラム」というものを実施している。大学生や専門学生に、お題を出しシンガポールの街に出て、英語でアンケートを採ってくる。その結果をプレゼンするとか、名刺の交換、大きな声での挨拶とかスポーツも含めて、5日間の結構ハードなプログラムを行っている。5日間やり切った達成感を感じる。率先してみんなを引っ張るようになったという声も聞いている。

ニーズ、やり始めた背景としては、インターンの受け入れで、パソコンは使えても、すぐ諦めるとか、いい子ではあるが受け身で待っているだけで、社会人としてどうなのか…、採用するのは難しい、というようなことから、入ってから学べない事とは別に、その前にやっておくべき事を社会人教育として実施している。

村 井：職員の不足によるトラブルなどはありますか？

難波様：特にない。

村 井：社員研修はありますか？

難波様：やっていない。

村 井：「こういう人材を採用したい」というポイントは？

難波様：ハキハキしていて、さわやかで、真っ直ぐな人。素直な人。素直な人は伸びると思う。嘘をつかない気持ちのいい人。そういう人と仕事がしたいと思う。

村 井：学生時代にプロモーションを学んだ経験のある職員はいますか？

難波様：2名。

大阪体育大学 体育学部 スポーツマネジメントコース。大阪成蹊大学 マネジメント学部 スポーツマネジメント学科。

村 井：行政機関、教育機関との連携はありますか？

難波様：立教大学、鹿児島情報高校は学校間でオフィシャルにやっている。アンオフィシャルで、大学のゼミの教名が1週間くらい来るという事もある。

村 井：シンガポール国内の教育機関とはありますか？

難波様：ナンヤン工科大学のスポーツマネジメントの先生の取り組みでインターンシップを受け入れたり、大学に行って話をしたりしている。

行政は、スタジアム近隣のスポーツクラブ、コミュニティセンターと契約を交わし、サッカー教室をしたり、寄付をして使ってもらったりとかしている。

(以上)



インタビュー概要

【人材活用事例：北米4】「フリスコ・ラフライダース」

所在地：7300 Roughriders Trail, Frisco, TX 75034 U.S

ご対応者様：Mr. Andy Milovich (GM, President)、Mr. Ankit Agrawal (ビジネスインテリジェンス担当)

実施日時：2019年11月26日

実施場所：Dr Pepper Ballpark

内容：

1. アンディ GM のキャリア

- 父親は野球コーチをしており、大学まで野球をやって来た野球少年だった。
- 大学卒業後、多くの人は自分にプロ入りを進めたが、野球に関わる道を選択。いくつかのマイナーチームでインターンシップを通じて働くことで、この業界のことや仕事のプライドを理解した。
- 球場内での仕事は、飲食物の販売も、それ以外の裏方も全てがビジネスの一つだと認識しており、多くの人が多くの仕事をこなしていて自分もその一人だった。とにかく様々なことをやったからこそ、今のGMへの道がある。GMは目標の一つであった。
- ペンシルベニアのチームで、スタジアムを建設するプロジェクトを通じて「地元のコミュニティとどのような取り決めをしていくか」を学び、並行してチケットセールスやグループセールスの業務の底上げなど、簡単ではない課題と向き合いながらたくさんさんのゲームを少ないスタッフとともに運営して来た。そこでは18年働き、小さなチームだったものを2Aのフランチャイズまで拡大することに成功。さらに他のチームの買収、あらたな野球場の建設まで拡大した。
- 大学ではスポーツマネジメントと、それに関する経営マネジメントを勉強した。

2. Mr. アンキットのキャリア

- 元々は韓国でITエンジニアの職に就いていた。大学での専攻は科学。ヤフーでも5年ほどセキュリティエンジニアをしていた。2011年にアメリカでMBAを取得し、シカゴでコンサルタントをしていた。そこで働きながら、自分自身のやりたい事を考えた時にスポーツが頭に浮かび、オハイオ大学でスポーツ学を専攻し学位を取得。そしてビジネスとしてのナショナルスポーツに興味を持った。
- インターンシップはサウスキャロライナで2年間。本質を知るためにとても大事な経験となった。インターンシップはこの仕事に就く人間には非常に重要なもの。その後フリスコに来た。

3. この業界で働き、成功するために必要なスキルについて

- アンディ GMが取ったクラスの中で、学んで良かったというクラスは「スピーチ&ディベート」、「数学（代数学）」。いずれも必要な要素になっている。
- そして、「コミュニケーション」と「ビジョンを持って仕事ができるか」。
- スキルの多様性と共に「情熱」も大切。スポーツが好きであることも重要。
- 互いに気持ちよく仕事するために「社交性」も必要。
- 情熱によって築いた関係性は、「輪」。この輪は価値を作り出すプラットフォームになる。
- マイナーリーグのチーム運営で求められるのは、とにかくチームのために動く事。
- フリスコには多様な人種の多様な社会が存在する。その多様化した社会を、スポーツ自体がコミュニティの橋渡し役を担っている。

インタビュー概要

【人材活用事例：北米3】「ダラス・スポーツコミッション」

所在地：325 North St. Paul Street, Suite 700 Dallas, Texas 75201 U.S

ご対応者様：Ms. Monica Paul（専務取締役）

実施日時：2019年11月25日

実施場所：Dallas Sports Commission

内容：

1. Ms. モニカのキャリア

- バレーボールをプレーしていたが、怪我をしたため、大学ではバレーボールに関わりながら、チームのサポートをしていた。当時のコーチがナショナルチームのヘッドコーチに選出されたため、チャンスと思い、自分はコーディネーターとしてその手伝いを1週間50ドルの給料でやった。そこではとにかくいろいろなことをやった。シドニーオリンピックも経験した。
- その後、ジュニアバレーボールのスポンサーシップのディレクター、米国テコンドーの国内外のイベントディレクター、ナショナルシニアゲームのコンペティションディレクター、USバレーボールチームのアソシエイトディレクターを経験し、ダラスに戻って来た。
- 学位は、理学士、スポーツ管理の修士を取得した。

2. ダラス・スポーツコミッションについて

- 現在は6名体制。インターンは2人おり、1人はマーケティングを、もうひとりイベントを担当している。
- 同僚のイベントマネージャーは、もともとここでインターンをしていた25歳。彼は特に学位はない。
- ダラス・スポーツコミッションは、大会などを誘致し、外貨を稼ぐための仕事をしている。現在は2026年のサッカーアメリカW杯の会場誘致に力を入れている。過去にはW杯、スーパーボウル、NFLやNHLのドラフトをダラスに誘致した。
- 誘致してからもスポーツコミッションの仕事。イベントをオーガナイズすることもコミッションのメンバー。
- 予算の95%はダラス市から出ている。

3. この業界で働くために必要なスキルや性格について

- 人とのやりとり、「コミュニケーションスキル」
- 自分をコントロールでき、熟考し、誇りを持っている人。
- ネットワークを駆使して関係を築き、他からもアイデアを持ってこれる人。
- あとは「決断力」
- インターンシップ経験者であるということはプラスの要素しかない。

4. ダラス・スポーツコミッションでの人材育成について

- 毎週のスタッフ会議へ参加させ、関わる業務の全体像や、他の担当の状況などを共有している。そうすることで、コミッションの方針、顧客の想い、自分のやっていることとのギャップを感じ、何ができるか？どうしたらいいかを考えながら仕事を遂行できる。
- カンファレンス（ダラス市とスポーツ委託関係である同社は、市だけでは解決できないスポーツイベントについての意見交換会）へも連れて行っている。

インタビュー概要

【人材活用事例：北米2】「FC ダラス」

所在地：9200 World Cup Way, Frisco, TX 75033 U.S

ご対応者様： Ms. Melissa Jannetta (副社長、事業開発), Mr. Djorn (同社職員)

実施日時：2019年11月25日

実施場所：Toyota Stadium・National Soccer Hall of Fame

内容：

1. Mr. Djorn のキャリア

- プロサッカー業界で働いて19年。フリスコの高校を卒業する時は何をしたいのかわからなかった。
- たくさん履歴書を送ったうちのひとつ、インディアナポリスのマイナーリーグのプロチームから運営と、メディアディレクターとしてオファーを受けた。その後ミネアポリスに行き、マーケティング職のディレクターになり、昇格してGMになった。
- ここで働く機会を得るのは2016年のゴールドカップ（W杯北中米予選）後からです。ここで働くまでに20年近くキャリアを積みましたが、それもこれも全てはこのチャンスをつかむためだったと思う。

2. Ms. Melissa のキャリア

- 自分が大学にいた頃は、今のようにスポーツマネジメントのようなプログラムがなかった。でも今は、スポーツ組織を運営するために必要なことを、オペレーションサイドのことですら学ぶことができる。
- もし、当時にも今のようなカリキュラム（スポーツマネジメントに関するもの）があったら、絶対に私は履修していたし、今よりももっとずっとスポーツの世界にいたと思う。
- 大学卒業時にはミシガンにいて、シカゴでスポーツの世界にいた。一旦J.P.モルガンで金融の世界にいたけれども、また戻って来た。外での経験とスポーツでの経験を結びつけて、本当に楽しい仕事になっている。

3. インターンシップについて

- 多くのチームが活用している、若い人材にとって重要で必要なこと。でもまだ十分活用できているとは言えない。FC DALLASもインターンシップを利用している、組織としてまだ十分な人員がいるわけではないので。
- お金が無限にあるような（ダラス・カウボーイズ）のような大きいチームはそれほど活用していないかもしれないが、自分たちのようにいろいろ限られるチームではインターンを利用している。報酬を払わなくて済むし、彼らには生きた仕事を体験してもらえる。

4. 求めるスキルや人間性について

- ここでは、アカウントマネージャーの部署が面接を行なっている。私は直接的に採用に関わっているわけではないので、インターンとしてくることが決まった後で一緒に時間を過ごし仕事をしている立場。その立場からの希望としては、「販売や企業のスポンサー」に興味のある人、ですので「PRやコミュニケーション」に興味がある人を採用してほしい。インターンには興味がある分野で働いてほしい。
- 「正直であること」も重要。限られた面接時間では、その人の性格について知る質問をする。なぜならこの仕事は9時に来て5時に帰る仕事ではなく、週末も半分は犠牲になってしまう。そしてこの仕事はファンに特別な経験をしてもらう空間を作る仕事だから。

- インターン採用時に、担当者が最初に聞くのは「この面接の準備として何をしてきたか？」という質問。その質問だけで全てはカバーしきれませんが、多くのことがわかります。
- 人は好意的な人とビジネスをするのが好き。このサッカー殿堂に導入しているシステムはNECの顔認識システムなのですが、NECと一緒にすることになったきっかけは、本当に偶然起きたちょっとしたことからだった。そこで好意を持ってもらえて、仕事になった。そういうことが往々にしてこの業界ではある。だから、コミュニケーションは大事。

インタビュー概要

【人材活用事例：欧州1】「WePlay」

所在地：First Floor, 37 Houndsditch, London EC3A 7DB UK

ご対応者様：Mr. Yu Ueda (アナリスト)

実施日時：2019年12月14日

実施場所：WePlay社 office

内容：

0. WePlay社について

- ロンドンにオフィスを構える、データ・戦略・クリエイティブ・パフォーマンスマーケティングを融合させた専門のサービスにより、クライアント（チェルシー、アストンビラ、バルセロナ、パリサン＝ジェルマン、マルセイユ、ACミランなどのプロクラブや各スポーツのリーグ団体、レットブルやトルコ航空などの大手スポンサー、ESPN）に収益をもたらす、デジタルスポーツマーケティング会社。
- 同社の提供するサービスは、オーディエンスセグメンテーション、UX分析、デジタルヘルスチェック、ソーシャルオーディエンス分析とエンゲージメント、デジタルコンテンツの配信、OTT&PPV、チケットティング、マーチャンダイジング、ホスピタリティ販売、アプリ開発など。
- 最近では、2017年と2018年に「フットボールビジネスアワード」の最高賞「Agency of the Year」を2年連続で受賞。大手サッカークラブのCEOをはじめ、サッカー業界の優秀なエグゼクティブによる審査で、“Best Business Serving Football”のカテゴリーで、業界で最も優れた企業として評価された。

1. Ueda氏が同社で働くこととなった経歴について

- 大学卒業後ウェブメディア系企業に入社し、ウェブデザイン、ウェブディレクション、イベント運営業務に従事。その後、アメリカ・ニューヨークで同社の海外インターンシップ制度を利用し留学。アメリカでのウェブメディアの業務を経験、また、その間に英語運用能力を習得。このインターンシップの経験によりウェブ関連の知識と英語運用能力を生かした海外での仕事に興味を持つ。そこで、通常の就職活動ではなく、人との接点を求めLinkedInに登録しWePlay社のことを知り接点を持つ。履歴書のやり取り、ウェブ上での面接を経て、WePlay社で3か月のインターンシップのポストを得る。その3か月の期間中に社員としてのオファーを受ける。インターンシップ期間には、イングランドプレミアリーグの名門チェルシーのメインスポンサーであるヨコハマタイヤのアクティベーションに参画し、スポンサー効果を高めることに成功し評価を受ける。そのことと仕事に取り組む真摯な姿勢が評価され社員としてのポストを得た。

2. スポーツビジネスのプロフェッショナルとなるために必要なスキルや経験について

- WePlay社でのプロスポーツチームのプロモーションを通して感じる必要なスキルは、社会の変化をつかむ感覚、特に進化の著しいデジタルの分野の変化に合わせる能力とのこと。また、そこから学び続ける能力が不可欠。また、英語運用能力、マーケティングの基礎知識、スポーツ興行の運営経験やプロスポーツチームでのインターンシップ等の一般的な能力も当然必要となる。
- 現在同社で募集中の職種「マーケティング&コミュニケーションマネージャー」や「事業開発マネージャー」「クリエイティブ職」に共通するスキルは、1. スポーツへの情熱、2. コミュニケーションスキル、3. プロジェクトマネジメント力であり、そのベースの上に、各職種に応じたスキル（たとえばマーケティングマネージャーであれば、業界での実務経験や多面的なマーケティングとコミュニケーション戦略を実施した実績、業界知識、コンテンツマーケティングやメディアやテクノロジーに対する興味と関心など）が必要条件とされている。

インタビュー概要

【人材活用事例：北米 1】人材活用事例調査（テキサス工科大学体育局）

実施場所：Texas Tech University テキサス工科大学体育局

所在地：2500 Broadway, Lubbock, TX 79409 U.S

ご対応者様：Mr. Drew Ingraham（マーケティング・コミュニケーション担当）

実施日時：2019年11月22日

実施場所：Texas Tech Athletics Office

内 容：

1. Mr. Drew と体育局について
 - 若い頃は英語教師を目指しており学士を取ったが、カレッジスポーツの世界で働きたいと思うようになり、大学で修士を取った。
 - 修士は体育局で働くのであれば必ず求められるもの。それ以外はここで働く人のキャリアパスは人それぞれ。
 - この体育局で働いているのは、インターンも含め250名。マーケティング部は50人程度。フルタイムでは8人がマーケティング担当、8人がコミュニケーション担当、3人がソーシャルメディア担当、2人がグラフィックスや画像編集。それ以外に30人のインターンを抱えている。
2. この世界で働くための重要な資質
 - とにかくこの業界で経験を積むこと。
 - 「マインドセット」。忙しくともそれをストレスに感じず、「私たちの今やっていることは、すごく意味のあることで、この文化を支えている人間なのだ」と思えること。
3. モチベーションを維持するために
 - 規模が小さいディビジョンで働いていた時は、人材育成している「教育者的な目線」で、学生との距離が近く、成長する様子を間近で見られて楽しめ、それがモチベーションとなった。
 - 現在は、この体育局で働く人と地域の住民と家族のように強いつながりを作ることで誇りとなり、この文化を支えているんだという気持ちになれる。それは日常の糧ともなっている。
 - それを感じる出来事として、自分が家や実家に帰ると必ず友達がやって来て、「この体育局での出来事を話してくれ」と言ってくれる。そのように地域住民からこの仕事の社会的価値が認められていて、それが実生活でも認識させられることが起これば働くモチベーションとなる。
 - また、この仕事が特別で、限られた人しかできない仕事であることを日々感じられようようにすることが大切。スタッフ専用の服を作ったり、そういった仕掛けなどのちょっとしたことも大事。
4. 働くために必要なスキル
 - 「どのようにしてモチベーションを保てるか？」。
 - 多くの人が関わる業界であるため、「コミュニケーション」も重要。
 - どんなにスキルがあっても、この仕事にどれだけのプライドと情熱を持っているかという「仕事に対する態度」。態度は教えられないので、このポイントは採用時に必ずチェックしている。

インタビュー概要

【人材活用事例：欧州2】「Professional Sports Group」

所在地：Ivory Square, 8 Spice Ct, Battersea, London SW11 3UE UK

ご対応者様：Jamie Cunningham (CEO)

実施日時：2019年12月14日

実施場所：Professional Sports Group office

内容：

0. Professional Sports Group について

- オックスフォード大学対ケンブリッジ大学の世界最古の対抗戦と言われる「THE BOAT RACE（ボート競技）」「THE VARSITY MATCH（ラグビー）」のマーケティング・プロモーションのオールライツを持つ。

1. スポーツビジネスの世界で働こうと思った動機（プロフェッショナルスポーツグループ職員の場合）

- 同社へ入社する人のほとんどが、スポーツビジネスの業界で働きたいと思った学生か、元アスリート。
- 彼らにとってその動機が「情熱」の源。
- この職業についてとき、初めは他の産業と比べて給料が少なく、「見習い」的な役割です。ですが、スポーツで働くことを希望していて、その情熱と魅力を感じているからそのような状況でも働いている。
- スポーツ産業での経験であれ、会計士や弁護士としての経験であれ、ビジネスでの経験はそれらの道を互いに乗り換えられる。

2. 英国におけるスポーツビジネスおよびスポーツチームへのアテンド方法について

- 「見習い」からスタートしたり、誰かの人脈を通じたり、インターンシップへの応募できっかけをつかむ。
- 通常の業務でつながりのないリクルート企業とは、採用面で連携することはない。
- 英国にはスポーツビジネス人材を輩出する大学がいくつかあり、それらはいずれも素晴らしいスポーツセンターとなっていて、アスリートとエグゼクティブの両方が学位を取得している。
- その大学とは、ラフバラ大学、バース大学、スターリング大学などで、卒業生は競技者であれ、経営を目指すものであれ、スポーツやスポーツ科学とビジネスの学位を取得している。
- また、それ以外の大学としては、オックスフォード大学、ケンブリッジ大学、エジンバラ大学、ダーラム大学、セントアンドリュース大学などのトップ大学から採用していることが多い。
- 上記トップの大学の卒業生の場合は、取得した学位で人材を比較することはない。（その大学を卒業したこと自体が評価される）

3. スポーツビジネスのプロフェッショナルとなるために必要なスキルや経験について

- 「態度」と「責任感」を最初に挙げたい。
- その二つを見るために、インターンプログラムはとても重要で、私たちはインターンで人を受け入れ、そこから採用をしている。
- 私にとっては、大学の学位や専門は、特定の役割の業務に就く人でない限り重要ではない。
- 普段の業務でスキルを教え、インターンとして仕事をしながら優秀な卒業生にすることができる。
- スポーツで働きたいとか、スポーツの世界に戻りたいと考えてキャリアをやめたり、ビジネススキル向上のためにMBAで学んでからこの業界に来ようと考えている人材は良い人材であることが多いと考えている。

4. 東京でも2020年にオリンピックもありますし、今年はラグビーのW杯も開催され、大きく盛り上がると思います。ロンドンではオリンピックを経験しましたね。その後少し市場が縮小したと言われていますが、それがスポーツ業界（特に人材の面で）どのような影響を与えたのでしょうか？また、そこからのアドバイスは？
- ロンドンオリンピックの後、同じだけのイベントやそのような機会はどうしても減少してしまうため、多くの人々はこの業界をさらなければならなかった。非常に静かで寂しさのある2年間となった。
 - 大きなイベントが終了すると、市場が需要に再適応する。それは、どの産業でも同じで、国際大会だけでなく、スポーツチームの規模でも同じ。そして、その組織で働く人材についても言えること。
 - 具体的には、ロンドンオリンピック後、この業界の人が減っていく中で、パートナー、サプライヤー、インターンプログラムそれぞれで最高のもを選び、フルタイムで採用した。そうやって、縮小しながらも質を高めた。
 - この産業で働く若者の質やエグゼクティブの質の高まりは、業界全体の人材の水準を引き上げ、結果的にさらに強力な基盤を作る。そのバージョンアップによってパワーアップした基盤の上に、未来のグローバルなイベントが来る。

インタビュー調査結果

対 象 法 人：学校法人朴沢学園 仙台大学

ご 対 応 者 様：入試創職室長 高野 典之 様

教育企画室長 渡邊 一郎 様

I R室長 渡辺 誠司 様

総務室長 石橋 雅弘 様

実 施 日 時：2019年9月19日 14：00～15：00

実 施 場 所：学校法人朴沢学園 仙台大学

伊 藤 (受託者)：

プロモート人材を育成するためのカリキュラムとしてどのような科目を実施していますか？

渡辺様 (調査対象)：

プロモート人材を育成するカリキュラムという正式に専門のものは特にやっていない。キャリアプランニングというところで在仙の野球、サッカー、バスケットボールチームと連携をとっている。

村 井 (受託者)：

選手が来て体力測定をずっと行っていると聞いたが。

渡辺様：継続的に行っているわけではない。この2年間はやっていない。

伊 藤：プロスポーツへのインターンを行っているということですか？

渡辺様：インターンと言っているか判らないが、短期間ではあるがマネジメント関係といったところを、先方の職員に指導を仰ぎながら仕事を手伝い、授業としてやっている。

渡辺様：必修科目で2単位。

伊 藤：それは県外のチームへ行ったりもしますか？

渡辺様：県外は無い。教員が事務方を含めあらかじめ打合せをさせてもらい、短い期間で何をやるかテーマを決

めて、お互いやる範囲で希望した学生を面倒見てもらう。

伊 藤：他の機関との連携などはありますか？

渡辺様：プロスポーツとなると、そこだけになる。アマチュアスポーツとなると範囲が広い。指導者希望が多いので小中学校の部活等の支援とかまでやるのでどこまでも範囲が広がる。

伊 藤：スポーツビジネスに関するインターン先はどのようなところがありますか？

渡辺様：インターンシップ先は学生が見つけてくるので具体的にどこに行ってきたかの把握はしきれていない。大学として責任を持って出しているのは連携先になる。

渡辺様：ジュニア新体操教室、柔道塾を開催し、学生の実践教育の一環として、将来指導者になるための勉強の場、経験の場を用意している。

村 井：卒業生に球団職員への就職はありましたか？

渡辺様：複数名います。球団職員としてジュニアの野球のアカデミーコーチをやっている者、サッカー球団の広報をやっている者などがいる。また、本学の職員をバスケットボール球団等に管理栄養士として出向させ、球団との連携を深めていこうという取組みを行っている。

伊 藤：今後、新たに連携していきたいところはあるか？

渡辺様：今のところは無い。今の連携先ともこれで十分なわけではない。正式に連携協定を結んでからも日が浅く内容の充実化を図っていくことになる。

伊 藤：卒業後に地域プロスポーツクラブに就職を希望する学生は何割くらいいますか？

高野様：昨年の体育学科の卒業生が311名。プロスポーツ

クラブに希望していたのが全体の大体6%。そのうちフロント業務希望が1%。

実際に地域プロスポーツクラブへ就職した学生は2%。そのうちフロント業務に就職したのは0。体育学科以外で地域プロスポーツクラブへ就職したのは3名。そのうちフロント職は1名。

伊 藤：球団へ就職した内訳を教えてくださいませんか？

高野様：Jリーグフロント、プロバスケ、プロサッカー、Jリーグチームスタッフ。

伊 藤：県外チームへ行った学生はいますか？

高野様：います。

伊 藤：体育学科以外で就職した3名はどの学科の学生ですか？

高野様：運動栄養学科1名。スポーツ情報マスメディア学科2名。

(以上)

インタビュー調査結果

対 象 法 人：学校法人国際総合学園

国際ビジネス公務員大学校

ご対応者様：教務部長 菅野 浩二 様

教務部 菊地 雄之介 様

実 施 日 時：2019年10月9日 14:00~15:00

実 施 場 所：学校法人国際総合学園

国際ビジネス公務員大学校

そのような事を始めてから何年くらいになりますか？

菊地様：毎回同じ自治体ではないが、3、4年になる。

菅野様：昨年は雪合戦イベントをした。

菊 池：このような実践的な授業で学生の意識、変化などはどう感じますか？

菊 池（受託者）：

プロモート人材を育成するためのカリキュラムにはどのようなものがありますか？

菅野様：1年生はイメージが全然掴めていなくて、いろんなことを考えて言う事は言うが、実際できるということに達していない。2年生は一度やっているの
で、現実に近いアイデアが出る。2年1年上手く
コラボできているので授業は成り立っているのでは
ないかと思う。実際、いろいろな仕事に触れる機会
があるので学生からは、おもしろいという声が出て
いる。

菊地様（調査対象）：

スポーツビジネス科にイベント運営企画という科目がある。学生にイベントを企画させて、学外で実際に行く。

菊 池：2年生はより実践的な力が身につけている感じですか？

菅野様（調査対象）：

ゼロからのアイデア、考察力が必要。そのために、イベント企画などの授業を実施している。その中で、プロスポーツクラブの運営実習も行う。

菅野様：企画力、提案力といったところ。

菊 池：運営企画は座学という事でしょうか？

菅野様：ヒントを与え、時間をかけて導くようにしている。コーチング的な感じで。学生は経験値が圧倒的に低く、アイデアといってもなかなか出せない。

菅野様：講義やグループワーク。グループディスカッションで導き出して、形にするのが運営実習。

菊 池：プロスポーツチームに就職を希望している学生は、どれ位いますか？

菊地様：1年、2年合同で開講。2年生が1年生を引っ張りながら、2年生で同じ授業を受ける。2年生が企画立案、1年生はサポートする形。

菊地様：在籍している学生にはいない。

菅野様：現在、非常勤講師といっしょに棚倉町の地域住民向けのスポーツイベントを企画している。地域の小中高生とアイデア会議をして、老若男女が参加できる新しいスポーツを考え、行う自治体と連携したスポーツ大会イベント。

菊 池：これまではいましたか？

菅野様：独立リーグの野球チームに就職した学生は居たが、辞めている。

村 井（受託者）：

菊 池：他に外部との連携は何かありますか？

菅野様：スポーツビジネス科ではないが、田村市よりイルミネーションの企画プロデュースを依頼され行っている。それをする事で学生たちのプレゼンテーション力が身に付き、就職活動や、面接の場においても役立つし、就職後においても役立つ事である。

菊池：プロスポーツクラブとの連携ではどのようなことを行っていますか？

菊地様：ホーム戦の運営補助。前日の設営から2日間、チケットもぎり、クラブ会員の入会受付など最後の撤去まで行う。ホームゲーム毎回ではない。打ち合わせの上、行ける時に行く。位置付けとしては、実習。

菊池：試合の時に企画の提案をするという事はありますか？

菅野様：お客様を呼ぶための企画をしたことは以前にあった。障害のある方が来易い試合会場にし、来た方にはサポートするという企画提案をした。

菊池：インターンで行くことはありますか？

菅野様：学生が希望すれば、クラブとの打合せの上、行く事はある。

菊池：養成機関として今後やっていきたい事、他の団体などとやってみたい事などはありますか？

菊地様：学生には、同じ事ばかりではなく、いろいろな実習経験をさせてあげたいと思っている。

菊池：プロスポーツクラブへの就職希望がない背景にはどのような事が考えられますか？

菅野様：ひとつには知名度の面があるのではないかと。

村井：ボランティア参加に対する評価はどのようにされていますか？

菊地様：参加したことで認定としている。

(以上)

インタビュー調査結果

養成校：北海道スポーツ専門学校

所在地：札幌市東区北11条東6丁目1-30

ご対応者様：部長 濱田 光 様(Hikaru HAMADA)

実施日時：2019年11月12日 18:00~20:00

実施場所：北海道スポーツ専門学校内

龍澤（受託者）：

北海道スポーツ専門学校のこれまでについて教えてください。

濱田様（調査対象）：

本校は設立から27年目を迎えます。設立当時（平成3年）は札幌国際ビジネス専門学校という旅行業務の取り扱い人材を育成する学校の中に社会体育ビジネス学科を開設したのが本校の始まりです。その後、このようなスポーツクラブ施設等が整い、平成5年には札幌社会体育専門学校として独立開校致しました。校名は時代の流れや学科構成の変化に合わせて変わりました。最初の校名は「社会体育」専門学校であり、その後、四年過程を開設したことで「北海道体育大学校」という校名の時期もございました。四年過程はなかなか学生が集まりづらいため、現在は在校生がいるだけで新規の募集は停止している状態です。

その後「体育」という言葉を「スポーツ」と変える動きが世の中にございましてそのために現校名である「北海道スポーツ専門学校」に変更したという経緯がございます。北海道の体育協会も「体育」という名称をやめ「スポーツ」に変わりましたし、今の時代にマッチさせた校名という事です。

今お配りしたパンフレットは2020年4月から本校で募集を開始する学科・コース専攻のラインナップです。

これまでと異なるのは、学科や専攻までしか掲載していなかった内容を、今回から細かく打ち出し、例えばプロスポーツビジネスコースであ

ればプロ野球専攻であったり、サッカー・フットサル専攻であったりバスケットボール専攻であったりと、より学びが特化できる形にしています。背景には、ご承知の通り北海道にはプロスポーツの中でも各スポーツでトップのリーグに所属するチームがいくつかございますので、そのチームの協力をいただきながら実践的な教育を進めようという意向です。例えば野球であれば北海道日本ハムファイターズ、サッカーであれば北海道コンサドーレ札幌、フットサルはエスポラーダ北海道、バスケットボールはレバング北海道と連携協力しながらという形です。まだ細かいところまではなかなか詰め切れませんが、イメージとしては球団の裏方をサポートしたり、インターンシップで学びを深め、集客を増やすためにどうしたらいいのか、広報活動はどうやったらいいのか、そういったことも盛り込みたいなと思っております。

龍澤：本日はまさにそういった業界への人材育成についてのヒアリングとなりますが、来年の四月から一期生を迎えられるということですが、学科やコースについて教えてください。

いただいたパンフレットを拝見すると、2年制のプロスポーツビジネスコースには「プロ野球専攻」「プロサッカー・フットサル専攻」「プロバスケットボール専攻」と分かれているようですが、それぞれの専攻を選んで学生が入学するイメージでしょうか？

濱田様：捉え方としては、選択科目があるような意味合いです。ですから、プロスポーツビジネスコースとしてひとまとまりになって勉強はして行くのですが、その中でも「自分は野球」「自分はサッカー」といったように選択科目（または専攻科目）として分かれていくようなイメージです。

龍澤：それは興行や広報など、共通の学びを経た上で専攻するイメージでしょうか？

濱田様：そうですね。そういった形になります。

龍 澤：学生は北海道内からの子が多いのですか？

濱田様：昔は道外からもきていましたが、最近は学校全体でもごく少数になりました。

龍 澤：専攻内での特徴的な学びは何かすでに考えられていらっしゃるものがありますか？

濱田様：プロスポーツビジネスというコースですと、やはり教育課程にもすでに反映させていますが「スポーツビジネス論」や「スポーツ産業学」ちょっと変わったところだと「イベント企画と立案」といった科目を設定していたり、どうしてもビジネス系では必要とされる“自分のやりたいことを形にする力”を養うため「プレゼンテーション論」のような科目を設置はしています。まだ中身を細かく決められていないためこれから時間をかけて詰めて行く状況です。また、これは本校では一部の学科しか取り入れていないため珍しいのですが、プロスポーツビジネスコースでは「外国語」を必修科目として設定し、今インバウンド客が盛り上がりを見せているので英語だけではなく中国語や韓国語を含め、そういった客層へも最低限対応できるような能力を身につけさせたいと思っています。

龍 澤：科目を設定するにあたって、どこかの球団へは相談をなさったりされたのでしょうか？

濱田様：各球団へ共通してお願いしているのはインターンシップの部分です。球団側もやはり実際に現場で経験することが人材の育成において重要ではないかという言い方はされていらっしゃいました。そして、可能かどうかわかりませんが球団の方にご協力いただき本校に来ていただいて講義の一部を担っていただくことも考えています。

龍 澤：インターンはほぼ内諾いただいでいらっしゃるのですか？

濱田様：インターンという言い方は正しくないかもしれませんが、私はバスケットボールの顧問もしてお

りまして、学生たちはレバンガ北海道のホームゲームの際にはほぼ毎試合興行のお手伝いに行っています。モップラーですとかボールボーイですとか。そういったちょっと広い形で関わるという意味ではバスケットボール専攻でのレバンガ北海道へのインターン実施は見えて来ているかなと思います。Bリーグは1月にオールスターゲームを北海道で開催するのですが、そこでもお手伝いできるようにBリーグと話をしている状況です。

龍 澤：インターンシップの期間はどのぐらいを考えていらっしゃるのですか？

濱田様：まだそのあたりはこれからといった状況ですが、個人的には短いと習熟も進まないでしょうからある程度の期間は経験させたいとは思いますがあまり学校を開けるのも問題だとは思っていますので、バランスは非常に難しいですね。実際にもう取り組まれていらっしゃる大学等に確認してみたいと思っています。どのぐらいの期間インターンを行うのが効率的なのかはまだ見えていません。

龍 澤：インターンではどういったポイントでの成長を目的とされているのでしょうか？

濱田様：普通の流れですと卒業して就職してから会社や組織を知りますが、インターンをしながらか会社や組織を知って“社会人力”というようなことを身につけてもらえるといいかと思います。学科名にビジネスという言葉を使っているのも他のコースの学生たちよりも幅広い知識を習得した人材を育成したいのでインターンをうまく活用していきたいと考えています。

龍 澤：開催業務（興行）やフロント業務もインターンの中で経験させたいと考えられているのでしょうか？

濱田様：はい、経験させたいと考えています。

龍 澤：スポーツビジネス論ですとか産業論はまだこれからかもしれないと思いますがどういった学びを提供したいとお考えでしょうか？

濱田様：スポーツビジネス論のシラバスを今作成しているのですが、日本の現状や知識だけでは終われないと思っております、今世界ではどんなスポーツビジネスが行われているのか？例えばアメリカではスポーツビジネスってどう捉えられているのだろうか？というものと日本や北海道を比較しながら掘り下げていきたいなと考えています。そうすることで北海道がこれから追いつくためにはどうしなければならぬのか？というところに考えが及んでいくと思いますし、日本や北海道だけにとらわれず広く世界を見ながら学んでもらいたい科目ではありますね。

龍 澤：インターンシップでは国内だけでなく海外も視野に入ってくるかと思いますが、そのあたりはいかがでしょう？

濱田様：実は今、本校ではスポーツビジネスコースだけでなく学校としてアメリカ研修のプログラムを立ち上げようとしているところです。やはりアメリカはトレーナー業界も先進的ですのでそういったものを任意参加できる研修を計画しています。そういった研修もスポーツビジネスを学ぶ学生にとってはより良い成長のきっかけになると考えています。アメリカのスポーツ業界は大学スポーツだけを見ても日本と全く違うものですので、研修に参加する学生にとって貴重な体験になると思います。学生のうちにしかできないこともございますのでそういう経験をさせたいと思います。

龍 澤：まだ募集段階でいらっしゃるようですが、就職を目指すのはプロスポーツ業界と理解してよろしいのでしょうか？

濱田様：はい、簡単ではありませんが球団スタッフになるとかそういうことを思い描いてはいます。実は現行スポーツコーチング専攻の学生で、つい先

日レバンガ北海道から正社員で内定をいただいた学生がいます。メインはアカデミーコーチなのですが、蓋を開けるとやはりいろいろな業務も担う球団職員として、昼はアカデミーで子供達に教え、それが終わったら事務所に戻りいろいろな業務をする。試合があれば会場に行って業務を行う。プロスポーツビジネスコースの学生たちが卒業する際の就職先として理想的な内容でした。

他には、エスポラーダ北海道にも広報で採用してもらった女性が過去にいます。

プロモーション人材ではございませんが卒業生には読売巨人軍の一軍トレーナーですとか葛西紀明や高橋大輔のトレーナーをやっていた子もいます。J2には何人も今もトレーナーとして活躍しています。本校は開校27年目というお話をいたしましたけれどもそれぐらいの実績を積む中でそういう人材も出てきました。

龍 澤：カリキュラムの連携についてはミズノさんが貴校のホームページに掲載されていらっしゃるんですが？

濱田様：はい。球団だけでなくミズノのようなスポーツメーカーにもインターンシップ等への協力をお願いした時も感触は良かったですね。

龍 澤：北海道外への就職希望者はどのぐらいいますか？

濱田様：割合で申しますと道外へ出たいという学生はあまり多くなく、全体で2割ほどでしょうか？分野によっても違いがあるかとは思いますが、トレーナーという職種は道内でも数が限られるため、東京ですとか道外に思い切っ出て行って経験を積んで帰ってこようという学生もいますが基本は本当に出たがらないですね。札幌に残りたいというのが第一志望ですが、自分の志望する職種に求人がない学生は思い切っ出て行くという選択をする場合もあります。例えばバスケット専攻の学生が今後、就職する先を探す際には道内ですとレバンガ北海道しかありませんが、就職先を求めて道外のBリーグ

チームへ行くという事も十分ありうると思えますのでそこは場所にこだわらずに、インターンをレバンガ北海道で経験し、就職は他の地域のチームにするということも視野に入れていきます。レバンガ北海道で経験したことを他のチームで活かせるかもしれませんし、違いに気づく事もできると思えますのでいろいろな可能性が逆に広がってくるかもしれません。

なかなかチーム自体に余力がないと難しい世界ですので、野球、サッカー、フットサル、バスケットのチームと連携していると、チームごとに組織としての成熟具合には歴然とした差がある事に気がつきます。例えばレバンガ北海道は発想や動きのスピードが早いですね。スポンサー交流会があり私も参加するのですが、若い経営者さんたちが集まる交流会をやるのは、おそらく横田 CEO だからこそできるんだろうなと思ったり、サッカーでしたら野々村さんはそのあたりのビジネス的な感覚や手腕は相当高いのだろうなと思います。実際マーケットを東南アジアまで広げる事もされていらっしゃるし。先見性というか舵取りはすごいですよね。日ハムも今ボールパーク構想を掲げてやっていますが、ああいったことはなかなかできない事ですよね。さらに広がりが出る期待感でますます楽しみに感じます。

北海道にはそもそも施設がありませんでしたが、そういったハードを作ってチームを呼んでということも重要だと思います。人がいて、ノウハウはあるけど場所がないという事例もきっとあったと思いますし、人、施設、球団の三者がちゃんと備わっていないといけないなということは見ていると思いますよね。北海道も、日ハムが移転してきてからかなりその辺りが変わってきたと感じます。やる事が新しいですね。難しいことを簡単にやられているように見えますが勝つことだけにフォーカスする客ではなく、勝ち負けではなく球場に行ってみたくなるような仕掛けづくりですとか。

県民性もあるかもしれません。北海道の方は優しいので、負けていても応援しますし席を立って帰ったり、プーイングをしたりという事はあまり見かけません。

北海道にスポーツが浸透してきたせいもあるかもしれませんが、若い子を見ていると、スポーツビジネスに興味を持っている子は増えてきているように感じます。今、来年度の学生の募集活動をやっていますが反響を感じます。どちらかというと「スポーツって長く勤められないでしょ？」や「スポーツってなかなか激しいよ、仕事としては。」というイメージが高校の先生や親御さんには強くあったと思いますが、「スポーツビジネスは体動かさなくても頭を動かせばできる」という事でご理解いただいていると思えますので楽しみです。これからはカリキュラムをどう整えるか、そして一期生がどういうところに就職して行くかということが、このコースがどう続いて行くかというところに影響して行くと思います。オリンピックとの絡みもどうなのかなと気になります。ラグビーのW杯であのような盛り上がりとなったので、オリンピックだとさらにすごいことになるのではないかと。札幌にマラソンが来ることにもなりましたし。何かしら絡んで来ると思いますよね。二回目の札幌冬季オリンピックも狙っていますし。2020 オリンピックのサッカーの予選は札幌でも行われるのですが、そこにはうちの学生も運営ボランティアで20名くらい参加することになったようです。そういった形で「この学校のこのコースだから体験できた」ということを増やしたいですね。それを社会に出て行ってスポーツに関わる時に活かすか、さらに変えて行くかというきっかけをここで作ってあげたいなという感じはしています。

龍 澤：学校だけではできないことを連携していきながらという感じですか？

濱田様：今は、職業実践専門課程もそうですが外部と連携を取り、産業と人材育成の一体化と申しますか、

企業から最新の情報を取り入れ最新の学びを提供するなんていうことは国としてもかなり力を入れてやっている風潮がありますから、そういった風潮にも乗っかっていかなければダメだろうなど。学校だけでやっているとダメですので、スポーツメーカーや球団と連携しながら学生にとって有益な教育機会を増やしたいと考えています。

他にはウインタースポーツやスポーツツーリズムも視野に入れています。北海道は観光面でも受けがいいので、そういったアウトドア的な要素で勝負する事もできないかなと思っています。だからこそ「外国語」も授業として間違いなく重要になってきますよね。本校には昔から冬のスキー場のアルバイトの募集がくるのですが、今は片言でもインバウンド客へ対応できるスキルというのは求められていますね。ある程度喋れなければ今はダメなようです。スポーツビジネス以外のコースでは「外国語」を選択科目にしているのですが、今後どんどん選択する学生は増えて行くのではないかなと思います。先を見据えている子であればあるほど。この業界で活躍していくとなると、日本だけでなく世界へ出ていく必要があり、本校は先駆的に取り組んでいく必要があると思っています。

(以上)

インタビュー調査結果

養成校：国立鹿屋体育大学

所在地：鹿児島県鹿屋市白水町1番地

ご対応者様：講師（スポーツ科学博士）

隅野 美砂輝 様(Misaki SUMINO)

実施日時：2019年12月6日 13:00~15:30

実施場所：鹿屋体育大学 大学院研究棟

龍澤（受託者）：

大学への入学者と、卒業生の就職状況について教えてください。

隅野様（調査対象）：

入試区分としては、1学年（180~190名程度）の半分ほどが競技力の推薦で入学してきます。そして残りの半分が一般入試という形で、一次試験がセンター入試（三教科三科目）、二次試験が実技試験と面接となっています。

一般の学生については文武両道で学ぶ人材が募集している人材像となります。一方、競技力推薦は基準も厳しく、個人種目と集団競技で若干異なるのですが最低ラインの競技力は全国大会出場もしくは「九州」「東北」などのブロック大会にレギュラーで出場している競技者となっています。

続いて就職についてですが、年によってばらつきはありますが、卒業生の就職実績については大体このような配分（〔参照〕大学案内P29 就職実績）になっています。

「競技団10人」と記載されているのがいわゆるアスリートになります。先ほど申し上げたようにひとつの学年の学生数は180~190名となりますので、構成比にして5%ほどとなります。またはスポーツ競技の理論や実践的な知識を発揮しやすい

「教員」であるとか…今回のプロスポーツ人材にあたる就職先（プロスポーツクラブ）としては、実績のグラフの中の「スポーツ健康関連企業」になりますが、公務員や教員、一般企業ほど就職先としてのマーケットが大きくないため一部にはなりません。「スポーツ健康関連企業」は、記載のよ

うに広島東洋カープ、松本山雅（現在分析コーチ職に従事）などの球団の他、スポーツメーカーやフィットネスクラブなどです。就職後に今回の事業で定義されているプロモーション職に従事する学生は数年に1人といった実績となります。

私が預かる学生の志望状況では、プロモーション職を希望するのは各学年にひとりかふたりというのが現状です。

あくまでもこの就職実績は卒業時となります。卒業後に就職し、その後の移動（転職など）でプロモーション職に就いたという学生もいますが、同じようにひとりふたりといった数です。

本学の中心はあくまでも「アスリート」や「実技を指導できる人間」の育成であり、「プロモーション職」を想定したカリキュラムや入試状況が作られている大学ではありませんのでそこはご承知おきください。いわゆる伝統的な体育大学です。

龍澤：公務員から一般企業に就職される子に対してスポーツ経営学やマネジメントは非常に有益な学びになると思いますが、具体的なカリキュラムとしては他にどういった講義がございますか？

隅野様：本学のシラバスがございますのでそちらをご覧くださいながらご説明したいと思います。ビジネス系の講義となると以下の講義が中心となるかと思っています。

1. 「スポーツ経営・管理学概論」
2. 「スポーツ産業論」
3. 「スポーツ運営論」
4. 「スポーツマーケティング論」
5. 「イベント管理学概論」（順天堂大学外部講師による集中講義）
6. 「施設・用具・プログラム論」

この他、関連するものとしては「スポーツ社会学」などでしょうか。詳細についてはシラバスをご覧ください。

龍澤：カリキュラム内で外部と連携することはございますか？

隅野様：「イベント管理学概論」は外部講師による集中講義となっていて、現在はイベント会社の代表の方に講師をお願いしています。過去には順天堂大学からも来ていただいていたと思います。順天堂大学には元電通の方が教員として入っていて、このイベント管理学も元電通の方がいらっやりました。これ以外ではカリキュラム内で連携することは現在ありません。

龍 澤：インターンシップについての状況をお聞かせください。

隅野様：プロスポーツ業界へのインターンシップについては制度化されたものはなく、個別で実施しています。また、インターンという形ではなく、実習プログラムという形の授業はあります。ただ、これも本学の募集と似たように「人にスポーツを指導する機会がインターンシップ中にあること」が基本というような状態で、今回の人材育成と目的がマッチするようなインターンシップが行われることはまれです。「まれ」ですので、そういった機会はないことはなく、実習の際に、指導もするけれどもマネジメントや運営にも興味がある場合には、指導部署以外の部署も経験してることがあります。実習の期間はおよそ1～2週間ほどになります。実習先とは提携や協定を結んでいるわけではなく、実習に行く本人（学生）が個別に連絡を取り、スポットスポットで実施しています。ですので、継続的な連携ではなくニーズが合った時に連携している状況です。

龍 澤：インターンシップ（実習先）先としては具体的にどういったところでしょうか？

隅野様：前述した本学の实習プログラムでは、地方公共団体のスポーツ課のようなところから、民間フィットネスクラブ、プロスポーツまで、様々な実習先があります。その中でプロモーション人材としての実習を含むものとしては、私自身がサッカー部を担当していることもあり連携先としてはサッカー関係が多いです。鹿屋のOBがスクールコーチやマ

ネージャーとして在籍しているところが中心となるため指導がメインのコネクションとなっていますが、Jクラブのいくつかがあります。そこに実習でお世話になり、指導もしながら球団の業務も見させていただくような形です。ただ、まだ学生も「指導」の実習を中心に考えており、「運営」をメインに学ぼうというタイプは多くありません。

今後、スポーツビジネスの分野が広がっていった際には、そういった「運営」についても学べるインターンシップや実習機会も増えていくといいと思います。現在はカリキュラム上でスポーツビジネス分野での実習がないため、単位としてのインターンシップではなく、例えば夏休みなどに、オープンに募集を行なっているインターンシップを学生が自分で見つけたり、私から「こういう実習機会があるよ」と学生に教えたりしながら実践的に学ぶ場に出したりしている状況です。

今四年生のとある学生は、三年生の時にマイナビカリクナビでサンフレッチェ広島島の募集があったのでフラットに応募させたり、鹿児島ユナイテッドさんも募集をしていたので2人ほどインターンに行きました。鹿児島ユナイテッドに行っただけの1人はサッカー部のマネージャをしていた子なのですが、競技指導ではなくチームサポートに興味を持って実習に行きましたがその先でチームの写真撮って発信をしたり、広報的な経験もする中でそちら方面にも興味を持っていったようです。今、その学生は一般企業に就職する予定ですが、チャンスが合えばプロモーター職（当事業のプロモーター職）にもいってみたいと言っていました。

今年の3月に卒業した子は、もともと鹿屋体育大学か慶應大学の経営（マーケティング）を志望しており、私のゼミにも入りました。その学生は今回の人材育成事業が目指すように広報や広告で、早くからインターンの準備も行い鹿児島ユナイテッドさんにお世話になりました。その学生は、チャンスの少ないスポーツ業界の中のレベルの高いところでの活躍を目指していたため、レベルを問わなければ卒業と同時にスポーツチームへ直接就職することはできたのですが条件等の問題もあ

り、一旦一般企業でIT広告を担当しながらスキルを磨き、いずれスポーツの世界に戻ってこようというキャリアプランニングでいるようでした。そういう若者も時代の流れで出てくるようになりました。

龍澤：実習に行くきっかけがスクールコーチやチームマネジメントの業務であったとしても、組織の中でビジネスに触れることでそちらに興味をもったりするというわけですね？

隅野様：そうですね。実習先でマーケティングなどに触れる機会があり、そこで知ったり経験することで興味を持つこともありますよね。

SNSが発達してきているので、今鹿屋のサッカー部もやっております、お客さんと呼んでホームゲームを盛り上げようといった動きもあり、学生たちがそういった事をやっているのですがそういった形でも広報やスポーツマーケティングに触れる機会があると「面白いですね」と少しずつですが興味を持つ学生がいます。自分たちの呼びかけで人が集まってくれてスポーツを楽しんでくれるという状況が体験できると、自分がプレーヤーとしてピッチに出ていなくとも裏方として縁の下の力持ちとして関われ、反応を目の当たりにすると

「やって良かった」と言っていました。鹿屋は福岡大学さんがライバルなのですが、サッカーの試合では勝手に「九州学生クラシコ」と言った名前をつけてやっていたのですが、昨年の最終戦（アウェー）で、福大さんが「九州学生クラシコ」という名称でイベントを企画してやられていたのですが、スポンサーをつけてポスターやSNSで発信をして、ハーフタイムには太鼓を叩く人たちが呼んだりしていました。そして今年の対戦（アウェー）でまた福大さんが「第二回九州学生クラシコ」としてやられたので、学生たちに意向を聞いたら「鹿屋でもやります」と自主的に動いたので今年の福大とのホーム戦の際に学生同士で企画して行いました。福大さんの応援客が100名、鹿屋が70名ぐらいいましたが、外部のお客さんも来て合計400名の来場があり、企画・運営を行った学生たちも「先生、こんなにお客さんが来て

くれて感動しました」と言っていました。アナウンスなんかも自主的にやっていました。そういった形でここ数年ちょっと変わってきましたね。学生の質や学生の興味にも変化が見え出してきました。おもしろいと思ってもらえる情報に触れる機会が増えてきましたね。これまで潜在的であった学生スポーツの魅力が少しずつ表に出てきている感があります。

学生達も「もう少し準備しておけばきつともっとバズりましたよね」とか、そういった意見も出てきています。まだバラバラとですが図らずもプロモーション人材が出てきているのかもしれないですね。

ただ、鹿屋は入学生の半数が九州でもトップクラスの競技力を持つ学生ですので、どのクラブ（部活）もそのくらいの競技力を持っているという事がベースになっており、その競技力を持っているが故にSNSなどで情報を発信した際に興味を持ってリアクションをしてくれるのだと思います。

龍澤：地方にもスポーツ球団が増えてきており、産業としても今後成長が見込まれる分野だと思いますが、今後そのような分野への人材輩出や育成については何か取り組まれるご予定等はございますか？

隅野様：これは本学の意見ではなく、私個人の意見となりますがそういった人材の育成はやりたいと思っています。現状では大学全体でみるとカリキュラム改定の集まりでもそれほど具体的には話が出てきているわけではありません。

しかしながら、普段の場では本学の他の先生ともそういった分野の実習などもやらなければいけないねというお話は出てきてはいます。「体育大学とはいっても、実技指導一辺倒ではなく違う分野の学びがあってもいいよね」という中での選択肢として、「見るスポーツ」のマネジメントやビジネスの要素があってもいいのではないかという感じですが。ただそこで難しいのは、入試状況や募集が競技者・実技指導者寄りになっているため、入学したての学生のニーズとしてマネジメントやビジネスを学びたいという者は少なく、そこでのギャップ（学生ニーズとカリキュラムとのギャップ

ブ)があることだと思います。単にそういう講義を作るだけでは、学生が受講しませんので、入試を少し変える必要が出てきて簡単にはいかないのかなと思います。

そして、鹿児島と鹿屋の土地柄もあります。鹿児島という地は地域スポーツ球団が全くなかった土地柄で、やっと鹿児島ユナイテッドFCができたとはいえ、球団の本拠地である鹿児島市内と鹿屋市は離れているので気軽に連携をとったり共同で何かを行うにはやりづらい状況ではあります。こういった点では、大学の周りに球団がある大都市などとは状況が異なります。

龍澤：今回球団にも調査にしていますが、J123、B123いずれも、球団をなんとか回しているという状況です。まだ地域にスポーツが根ざしていないところが多いため、若者の進路希望としても「球団」というものが意識されにくい状況なのかなと認識しています。そこが一致してくると「そういうところで働きたい」と思う学生が出てくると思います。

隅野様：一般企業に進む学生って、本学の卒業生でも多いですよ。だから、自分が深く関わったり競技をしているスポーツを題材にして、学生時代に営業や広告やファンコミュニケーションなどを学ぶことって、むしろ、こちら（一般企業への就職後）に役立つのではないかと思います。

競技者を目指し入ってくる学生も、全員が競技者として社会に出られたらいいのですが、現状は多くがプロの競技者としては卒業できていない。どこかのタイミングで一般企業など競技者以外の進路へも目を向けなければいけない時期がきます。その時に“ビジネス”の入口として、今回の「プロモーション職」が行う業務のように、スポーツを題材とした顧客獲得ですとか広告ですとかそういったものは優れているんじゃないかと思いますね。本人たちもスポーツのバックグラウンドがある中で、こういう営業があるとか広告とか顧客との関係構築とか、それは一般企業就職時に応用できます。ですので、「スポーツ健康関連企業」の球団への就職だけにフォーカスしてプロモーション

職の人材育成を行うのではなく、一般企業の就職にも役立つカリキュラムとして実施しても良いのではないかと個人的に感じています。まだまだ球団への入り口（就職先としての入り口）が狭い中で、その入り口だけを目指した育成ではなく、一般企業への就職や、一度一般企業へ就職した後にスポーツ関連企業や団体へ移ることも想定した人材育成としてスポーツを題材として営業・広告・コミュニケーションの学びを行っても良いと思います。

また、これは私の専門のスポーツマーケティングなどの分野の先生たちと話していることなのですが、一度こういう学びをした学生は、一般企業で働き続けたとしても、一般企業から地域スポーツへのスポンサードとかコラボレーションもできると思います。先生たちとは「これもいいよね」といっています。また、一般企業だけではなく、本学でも毎年一定数が就職している「公務員」にもこの事は言えると思います。現在よりも、今後より地域とスポーツが密接に関わる機会が増えていくと思いますので、特に地域と密着したスポーツ団体を抱える行政や自治体などの組織では、スポーツを題材としたビジネスや連携を学んだ若者の活躍の場は増えていくと思います。特にスポーツに限った話ではありませんが、今後行政や自治体に求められる役割を考えるといろいろなビジネスについて知っていないと、例えば農業や工業の支援だとかツーリズムの支援だとか、行政や自治体は支援する側ではありますが公務員といえども一般企業のノウハウと申しますかそういったものを知っている必要も増えてくると思います。公務員にならないにしても社会に出る際には、ビジネスという側面は必要になってきますよね。その辺りのプログラムはまだ体育系の大学や学校には足りていない部分なのではないかと思います。

龍澤：隅野様は鹿屋へ入学した際には競技者として入学されたのですか？

隅野様：はい、一般入試で鹿屋に入りまして、学生時代はスポーツで全国大会に行って教員になれたらいいなと短絡的に考えている学生でした。そのころちょ

うどJリーグができて、サッカーのW杯に対しても盛り上がっている様子を間近で見て「何か変わってきたな」と。スポーツとお金についての関心が高まりました。お金があれば強化もできるし。でも、日本はまだ海外に比べるとそういった面ではまだ成熟していないなど感じながらスポーツビジネスの分野に興味を持ちました。そしてゼミもスポーツマーケティング分野のゼミを履修し、まだもう少し勉強したいと思ったので大阪体育大学の大学院に行き、テキサス工科大学の浅田先生と同じように原田宗彦先生の元で学びました。当時大阪はプロ野球、Jリーグ、2008年の大阪オリンピックの招致など、鹿屋には無くて大阪だからこそあった身近な現場で少しそういったものにも関わりながら学びました。Jリーグ発足は「百年構想」なども掲げて大きなインパクトがありましたね。ビジネスではあるけれど、スポーツで国を幸せにしようというビジョンが当時若かった私にはグッとくるものがありました。

私自身は今でこそレノファ山口などの球団ができましたが、プロスポーツ不毛の地である山口出身で、広島と福岡に挟まれていたために刺激が大きかったです。

大学時代、英語のプログラムでイギリスに3週間くらいホームステイする機会があったのですが、当時のイギリスは4部ぐらいまでがプロ契約されている状態（サッカーリーグ）でした。その時は3部の試合を観に行ったのですが、3部の試合であっても全席屋根で覆われたサッカー専用スタジアムで満員の観客の中行われており「3部の田舎チームであってもスポーツでこれぐらいの住民を巻き込んで盛り上がるができるんだ！」と。そして日本もそうなるかなと思っていました。今の日本はそこまでではないにしろJリーグができて、地方にもチームができて、それなりに観客も入るようになりましたよね。ただ、現在のいろいろな予測ではこれから30年、50年と時間が進むことで日本は人口がシュリンクして行きますので、そうなった際にスポーツ産業がどうなっていくかは見えない部分があります。だからこそスポーツでなんとか盛り上げて、若い人の流出を食い止め、人口減少という課題を少しずつ切り崩しながら

ら盛り上げていけたらと思います。鹿児島も他の地方と同様にそういった状況です。

今後地方の人口が減少していく中でスポーツ産業や関連産業生き残りのシナリオとしては、各都道府県の県庁所在地など一番大きな自治体に集約されて行くと思います。鹿児島県でしたら鹿児島市になりますが、その単位であればスポーツでの地域活性もなんとかやっていけるんじゃないかと思っています。ただ、都道府県第二第三の自治体でやっていけるかは少し難しいのかなと感じています。地域スポーツにはその地域の誇り（いわゆる“シビックプライド”）を築き上げる力やそうなる可能性はあると思います。

アメリカの大学スポーツは桁違いの市場ですからね。

テキサス工科大学の浅田先生と出会ったのは、私がカナダの大学に研修に行った時にトロントから1～2時間西に行ったところにあるウェスタンオンタリオの大学でお会いしまして、その時はカナダの大学スポーツもそれほど盛んではありませんでしたが、同じように大学のスポーツ部局があり試合を行っているのですがそれほどお客さんが多いわけではなくそこそこという状況でした。

サッカーのリーグ戦をホームでやるというので観に行ったら、入り口のところに小さいテントがありそこで7～800円を払って中に入りました。すると観客は十数人ほどでほとんどが選手の友達や親といった感じでした。しかしながら、お金をとって試合を見せたり、スポンサーを付けたりというところはやっていました。長いことそうやっているようですがアメリカほど盛り上がりはいいませんでしたね。

日本もユニバス（UNIVAS）が出来て、ちょっとそんな感じかなと思いつつもまた違った感じですよ

龍澤：地域スポーツは地域の“お祭り”に似ていますよね。

そのもの自体は地域の文化ですが、そこに参加することで地域の誇りというマインドを形成しているという仕掛けとして。祭りは年に1回ですが、地域のスポーツクラブはシーズンで試合を行

っていくため、点ではなく線となってそのマインドを形成する仕掛けになりうる。

隅野様：そうですね。継続性がありますよね。

龍 澤：岩手のスポーツクラブはどちらもJ3とB3に所属しているチームですので、観客動員や強化などかなり苦しんでいる状態です。
J3の岩手グルージャは先日英会話のNOVAが経営に参画いたしました、それで秋田豊さんが監督になると先日報道されておりましたが、NOVAのような資本が入ってどこまでこれまで以上のことができるか期待を集めています。

隅野様：そうですね。岩手の首脳陣は今期で変わってしまうので来シーズン以降どうなるのかはまだ未定ですが、今期岩手に鹿屋出身の卒業生がコーチとして入っています。

龍 澤：鹿屋出身の方は、岩手のチームでこれまでも活躍されてはいたね。岩手ビッグブルズではコーチが1人、選手が2人所属していました。選手ですと現在は仙台にいる月野選手は三年くらい岩手で活躍していました。あとは栞田選手も所属していました。コーチでは穂坂というコーチがいました。

隅野様：月野も栞田もわかります。

龍 澤：アメリカのテキサス工科大学ではスポーツマネジメントやスポーツマーケティングの学部で250名ぐらいの学生がいて、大学の体育局もそういった学生をインターンとして迎えていたり就職先となったりしているのですが、日本でもそうなるかと盛り上がりそうですよね。

隅野様：そうですね、面白いですね。アメリカの大学でスポーツマネジメントが進んでいるところは大学のスポーツ自体が発展しているのです、イントラシップとして学内で実習ができて日常的に関われますよね。そのベースがありながら外にもインターンシップで実習をしに行けるという仕組みですがその

形は理想ですね。日本もそういった形になればまた変わって行くと思います。マーケットの成長によって、より高度な人材（MBAを持っているような人材）を採用できる環境が整い、さらに産業が成長して求める人材も広がっていく循環ですね。人材育成ばかりにフォーカスしても、育成された人材を受け入れる市場が成熟していかないとその間でノッキングが起きてしまい、ノッキングが起きると人材育成の方もしぼんでしまいますよね。

以前、私と、大阪体育大学のOBでフロリダにいた人と学生たちをスポーツ産業が進んでいるアメリカに研修に連れて行くプログラムを行なっていました。2年度続けてその研修をおこないまして、研修先のフロリダはそれこそテキサスのようにスポーツ産業が盛んで、NFLやNBAを見て、ヤンキースのキャンプ地を訪問したりさせましたが、そういったプログラムに参加すると学生達は変わりましたね。自費参加でしたので3～4人の学生達ではありましたが、研修後に心理学の分野でアメリカに留学したり、ワーキングホリデーでカナダに行った学生もいます。それと「スポーツ施設ってすごい」と興味を持った学生は卒業後に senoh さん（スポーツ施設やスポーツ器具販売のセノー株式会社）に就職したりしています。

そうやって頭が柔らかい時に本物の刺激を受けることは結構大事だと思っておりまして、1～2年次にスポーツビジネスだけではなく、トレーナーや指導といった面でもアメリカなどの先進地に研修に出た学生は、戻ってきた後の学習モチベーションがグンと上がると思います。再来年ぐらいから、鹿屋の国際交流センターでもそういったプログラム（スポーツ関係のプログラムと語学研修を合わせたもの）を授業の単位として認めるようなものもできないか検討しているようです。いろいろところでいろいろなものを見ると可能性が広がりますよね。学内でできる事、外に研修に行っている事、授業で話を聞くだけでなくいろいろな刺激を学生に与えると良いのかなと思います。それぞれの教育機関でいろいろ外部とつながりながら互いに補えればいいですね。鹿屋も鹿児島ユナイテッドさんの選手にGPSをつけてもらって、

スポーツアナリティクスの研究で連携していたり
しています。

(以上)

インタビュー概要

オリエンテーション

実施場所：Texas Tech University テキサス工科大学

スポーツマネジメント学部

所在地：2500 Broadway, Lubbock, TX 79409 U.S

ご対応者様：浅田 瑛 様

実施日時：2019年11月21日

実施場所：KSM Conference Room

内容：

1. テキサス州ラボックの概要

- 人口 25 万人。典型的な「大学町」。居住者の多くは学生や大学関係者。
- 州内の大都市はすべて東に偏っており、ラボックは周辺地方の「ハブ・シティ」
- 保守的で敬虔なクリスチャンが多い。
- リベラル気質で、政治的には共和党サポート。銃規制に対しては反対が大勢を占める。

2. テキサステック大学概要

- 学生数は 37,000 人。
- 研究に力を入れている「リサーチ大学」の部類。その中でもランキングがトップの R1 に分類。
- R1 の大学は全米でも 100 校ほど。R1 には、ハーバードやスタンフォードも分類されている。
- このランキングによってその大学にいる教員のやるべきこと（研究と教育の MP 配分）が決まる。
- R1 だと論文が評価に重要な影響を与える。一方受け持つクラスは 2 クラスほどで許容される。
- スポーツマネジメント学部は、教員 9 名。学生数は 350 名。
- 大学の各運動部チームはテキサステック レッド レイダースという愛称で統一。マスコットも統一。
- NCAA の中でも“パワーファイブ”と呼ばれる 5 大カンファレンスの一つ「Big12」に所属。
- カンファレンス分けは、すべての競技共通で適用される。
- その年にどこの大学が優秀かをキャピタルワンが独自にランキングを作成。それによると 2019 年のテキサステックは全米で 3 番目。1 位はバージニア大学、2 位はスタンフォード大学。

3. ダラス、テキサス州について

- ダラスの人口 130 万人。（アメリカで 9 番目、テキサスで 3 番目に大きい都市）
- アメリカ人はダラスとフォートワースで「DFW」と呼んでいる。
- DFW には四大スポーツだけではなく MLS やプロのラクロスチームなどもあり、これだけひとつの地域にスポーツチームが集まっているところは全米でもここだけ。
- テキサスを形容する際、「Everything is Big in TEXAS」と呼ぶことがあり、これと色々なことがリンクされている。例：アーリントンにあるダラス・カウボーイズのスタジアムには、超巨大ビデオボードがある。

4. 北米のスポーツ産業について

- プロスポーツチームにおける収入源の変化
- モバイルチケットの普及
- プロスポーツ、大学スポーツにおける定額制チケットの出現
- 再販市場の隆盛、囲い込みの様々な仕組み

- 放映権料の高騰と、新たなネットワーク構築
- ネット中継の種類
- ネット中継企業「バムテック」
- スポンサーシップ動向
- グッズ関連動向「ファナティクス」
- ファナティクス社「ユニホーム保険」、「Uber とのコラボレーション」

インタビュー概要

【人材育成事例：北米1】 スポーツマネジメント学部のコース・研究紹介

実施場所：Texas Tech University テキサス工科大学

スポーツマネジメント学部

所在地：2500 Broadway, Lubbock, TX 79409 U.S

ご対応者様：Dr. Chris McLeod (助教授)

実施日時：2019年11月22日

実施場所：KSM Conference Room

内容：

1. Dr. Chris の紹介

- ニュージーランド出身、NZ の大学卒業後に渡米。フロリダ州立大学にて修士&博士号を取得。テキサステックで教鞭を取り3年目。
- 専門はジェンダーや人種などの社会問題から経済学まで幅広い。
- スポーツマネジメントのジャンルでは、選手の労働環境とその労働環境がファンに与える影響などを研究している。
- Dr. Chris 提唱の概念「ヒューマンキャピタル・エコシステム」。

2. スポーツ産業と労働環境

- 他の産業では、「人」を「ロボット」に置き換えることができるがスポーツ産業ではプレーヤーをロボットに置き換えることはできない。
- お金は枯渇することがあるが、労働は枯渇することがない。
- 労働をした人にどのように報酬を分配するか? → 「マージナル・レベニュー・プロダクト理論」

3. Dr. Chris の提唱する「マージナル・レベニュー・プロダクト (MRP)」について

- Marginal Revenue Product (MRP) は、労働をした人にどのように報酬を分配するかという枠組み。
- 労働をすることで労働者が生み出した価値 (マージナル・プロダクト=MP) を計り、会社はその労働に対する報酬 (マージナル・レベニュー=MR) をそれに近い額で支払うべき。
- MRP の基本的な算出公式 → $MRP = MP \times MR$
- アイスクリーム屋の例
- MRP には“完璧な労働市場”が必要。完璧な市場とは、労働者はより良い条件を求めて、同じ種類の労働を必要とする他社へ移ることができる状態をいう。労働力を提供する側が主体的に、その提供先を複数の中から選べる状態=完璧な労働市場。
- MP の計算は現実的にはなかなか難しい。しかし、プロスポーツでは個々人のパフォーマンスが多岐にわたって数値化されており、比較的容易に MRP を計ることができる。
- NBA であれば、チームが1勝すると、平均で200万ドルの収益を産むことがわかっている。この1勝に対して、どの選手がどれだけ貢献したかをスタッツなどの数値から計算することで個々人がプレーによって生み出した価値がわかる。 $MRP = MP (\text{勝利への貢献度}) \times MR (\text{1勝がもたらす収益})$
- MR を計測する指標は、勝利への貢献度数だけではない。一部のスター選手には「スーパースター効果」も考慮される。
- NBA のクリス・ポール選手は年棒360万ドルであったシーズン、彼によってチームは24の勝利を得たとされている。結果、MRP の公式に当てはめれば4,200万ドルの収益を生み出したことになる。ここに

実際に受け取っている年俵とギャップがあり、プロスポーツ選手はあまり良い労働環境でないことがわかる。

- このギャップはスポーツ産業における労働市場の構造によって起こっている。

4. 北米のスポーツ産業における労働市場の構造について

- 「選手の権利」と「オーナーの権利」「リーグの権利」
- 選手に不利な労働市場から、少しずつ選手も権利を持つようになってきた。
- オーナーの権利を守る「サラリーキャップ」制度
- 現在は「条件付きのフリーエージェンシー」。他の産業と異なり、選手は所属先間の移動が自由ではない。自由になれるまでに数年あり、その縛りからは選手生命のピークを過ぎる前後にやっと解放される。
- 一部の選手は、他球団から高い評価を得た事実を活用し、現在の所属球団と交渉することでより良い報酬の契約を勝ち取ることができる。そういう選手は自身の生み出した価値の86%を報酬としてもらっているとデータで示されている。
- しかし、上記の交渉が可能なのは、一部で、その権利すらない人は、NBAの選手の場合だと、自分が生み出した価値のおよそ66%、MLBだと19%しかもらえていない。

5. Dr. Chris 提唱「Human Capital ECO-System」ヒューマンキャピタル・エコシステムについて

- 労働市場には「縦軸」と「横軸」がある。横軸は同じようなステージやスキルを持った人、縦軸は労働者のスキルやステージの序列。
- ヒューマンキャピタル・エコシステムは、労働者となった人がいかにしてスキルなどを習得し、この縦軸で序列を上げていくか？というときに、組織や人が協力しあってその人に知識やスキルを習得させ、人として成長させていく仕組みをつくれるか？という仕組み。
- 人としての成長＝ヒューマンキャピタルを上げるために組織には投資をする必要がある。
- 北米のプロラグビーリーグの研究がこの理論を生んだ。
- 4つのラグビーリーグ、各CEOや会長へのインタビューからわかったこと。
- 「プレーヤーとしてのアスピレーションバリュー（将来に希望を持ってそのスポーツを始めるにふさわしい価値）」、「ファンとしてのアスピレーションバリュー（応援することで得られる価値）」というふたつの重要な視点の欠落。
- ソフトボールプロリーグの例。効率的に選手を育てる方法を採用している。

インタビュー概要

【人材育成事例：北米2】 スポーツマネジメント学部のコース・研究紹介

実施場所：Texas Tech University テキサス工科大学

スポーツマネジメント学部

所在地：2500 Broadway, Lubbock, TX 79409 U.S

ご対応者様：Dr. Akira ASADA（助教授）

実施日時：2019年11月22日

実施場所：KSM Conference Room

内容：

1. 「スポーツ消費者行動」について
 - 人はどのようにしてスポーツファンになっていくのか？
 - スポーツは他の産業と異なる。スポーツは文化である。
 - 「クチコミ」と、「スポーツファンの社会化」が研究テーマ。
2. クチコミ
 - クチコミは、新しい顧客を得るときに効果的で、クチコミを通じて顧客になった人はリピーターになりやすい。
 - スポーツでは「チームへの愛着」「観戦の満足度」「関係性の向上」「チームが社会貢献活動をしているか？」という要素で、それらが増えれば増えるほど人はクチコミをしやすい。
 - コンテンツとしては、「すこく面白い」などの強い感情を引き出すものや、極端なもの、意見が分かれるものといったコンテンツであると伝播しやすい。
 - SNS キャンペーンの成功例：シカゴ・ブラックホークス「#What's your goal」
 - 「意見が分かれるもの」の成功例：ナイキ キャパニックを起用した広告キャンペーン
 - 効果のあるクチコミとは、「専門性」「信頼性」「情報量」「情熱」。
 - スポーツのクチコミでは、「信頼性」「情報量」「情熱」が効果と相関している。
 - 5つ目のファクター「類似性」。
3. コミュニティによるクチコミの影響
 - 「コミュニティのサイズに対するファンの集合体のサイズ」と、「ファンの一体感の度合い」。
 - 少数派・多数派 × 高い一体感・低い一体感の4象限マトリクス
 - 各象限で異なるアプローチ方法
4. その他
 - 地方プロスポーツチームのスタッフに必要なもの。「情熱」、「多様な視点」、「他のチームの成功事例が、自分のチームで成功例になるとは限らない」。
 - 一体感の高さは変えられないが、外の人への見え方は変えられる。
 - コアなファン層も満足させることで、「にわか」層を受容させることができる。

インタビュー概要

【人材育成事例：北米3】 スポーツマネジメント学部のコース・研究紹介

実施場所：Texas Tech University テキサス工科大学

スポーツマネジメント学部

所在地：2500 Broadway, Lubbock, TX 79409 U.S

ご対応者様：Dr. David Pifer (助教授)

実施日時：2019年11月23日

実施場所：KSM Conference Room

内容：

1. スポーツアナリティクスについて

- スポーツアナリティクスの重要な3ステップ。データの収集-データの分析-分析結果をわかりやすくビジュアライズし噛み砕いて伝えること。
- 昔は「価格設定」や「観客動員」についてアナライズされてきたが、スポーツアナリティクスでは、フィールド上のパフォーマンスに関する研究を指す。
- スポーツアナリティクスの分析が用いられるのは、チームのコーチング、選手の評価、スポーツ賭博の3つに関連することが多い。

2. スポーツアナリティクスの歴史

- スポーツアナリティクスについて最初に書かれた本は、ビル・ジェームスの「マネーボール」。
- アナリティクスが重視されるようになってきていることは、最近雇われたGMの多くがスポーツアナリティクスのバックグラウンドを持っているという事実や、NBAで3point シュートが増えたことからわかる。
- スポーツアナリティクスは、MLBやNBAで導入が進んでいる。その理由はプレーに関与する選手数が少なく、数値化しやすいため。そして、試合数が多く、得点も多いため。
- 近い未来は、AIマシンでの分析が主流となり、召喚分析を人間がやるような時代は終わるかもしれない。映像やデータさえマシンに入れてしまえば、あとは勝手に分析する時代が来る。

3. バasketボールにおけるスポーツアナリティクス

- 3point シュートが増えたのはアナリティクスのおかげ。Basketコートにおけるシュート数とゴール確率。
- チームの勝利に影響を与える4つの因子。シュート成功率、ターンオーバー成功数、オフェンスリバウンド、フリースロー確率。

4. サッカーにおけるスポーツアナリティクス

- サッカーにはアナリティクスを応用しづらい。低い得点数、多いプレーヤー、得点の過程が複雑であること。
- それでも必要とされているため、なんとかしてデータを取ろうとしている。
- 現在は「期待値」というものが使われることがあり、試合前にスコア予想をした結果、予想通りのスコアになった。
- 試合の予想にも、選手個々にもアナリティクスは活用されている。

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 2019 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。

2019 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

2020年2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。