

日本の大学におけるスポーツマネジメントのカリキュラムの 今後のあり方

小笠原悦子¹⁾

Future Direction of Sport Management in Japanese Collegiate Curriculum

Etsuko OGASAWARA

Abstract

Sport has seen changing times towards a greater to business orientation since the 1980's. TV rights fees for the Olympic Games and FIFA World Cup have rapidly increased and the widening gaps between major sports and minor sports have occurred in terms of financial strengths. Business has become the important partner with sport management.

The North American Society of Sport Management (NASSM) has been discussing how to develop the curriculum to satisfy the changing needs in undergraduate and graduate programs in North American universities. In 1993 and further revised in 2000, the NASSM developed the standardized sport management curriculum for undergraduate and graduate programs in conjunction with the National Association for Sport and Physical Education (NASPE) and created the Sport Management Program Review Council (SMPRC).

The number of faculties or courses of sport management (sport business) has been increasing in Japanese colleges and universities every year without any grounded research. However it seems that a chaotic situation might occur in Japanese colleges because there is no standardized curriculum for sport management in Japanese colleges yet. The purpose of this study was to discuss how the sport management curriculum in Japanese colleges should be directed in the future.

Finally, the following four suggestions for future directions of sport management programs in Japanese colleges were shown. (1) The balance between theory and field experiences in sport management is important. (2) The academic associations such as the Japanese Association of Sport Management along with the other similar associations should play important leading roles to develop the curriculum in sport management. (3) The standardized curriculum of sport management should be developed, based on Japanese needs and current situation. (4) There is a need to foster professors who can teach and educate the qualified sport management programs at Japanese colleges by various means such as making an alliance with the NASSM.

Key words : Sport Management, Sport Business, Japanese Collegiate Curriculum

1) 競技スポーツ学科

1. はじめに

(1) スポーツマネジメントがビジネスに傾倒していく背景

1970年代から1980年代にかけて、「アマチュア」選手がスポーツ関連企業などに関わり、金銭的な援助等を受けていることが問題視された。また、同じ時期には「ステート・アマ」と呼ばれたオリンピック大会でメダルを独占する旧ソビエト連邦や旧東ドイツの選手たちと、純粋な「アマチュア」選手との競技大会が公平なのかとも論議された。しかしながら、1989年のベルリンの壁の崩壊、1991年のソビエト連邦加盟国の独立という歴史を経て、東西の冷戦が終了し、この間に、その後のスポーツ界に大きな影響を及ぼすこととなる「コーポレート・スポーツ・スポンサーシップ＝スポーツ組織のビジネスパートナー」が出現した。それは1984年のロサンゼルスオリンピック大会が最初だといわれている。1980年以後、「アマチュアリズム」という言葉をオリンピック憲章からは排除し、このようなスポーツ・ビジネスに加速をつけていった牽引役ともいえるのが当時の国際オリンピック委員会（IOC）会長であったアントニオ・サマランチ（現IOC名誉会長）である。彼の会長在任期間に、IOCはTOP（The Olympic Partner）プログラムと呼ばれる1業種1社という限定でIOCとビジネスを独占的に行う権利を行使し始めた。そしてこのTOPから得た莫大な契約金は、IOCのあらゆる管理運営を行うための財源を保障している。さらに、オリンピック大会のテレビ放映権料も1984年のロサンゼルスオリンピック大会からエスカレートし、このテレビ放映権料から得られるIOCの収益も膨大なものとなった。そこで、IOCはオリンピック・ソリダリティーと呼ばれるスポーツ振興（オリンピック・ムーブメントの振興）のために、その収益金を世界中に配分する新たなスポーツ開発支援システムを作り上げた。また、205の国や地域の国内

オリンピック委員会（NOC）が加盟するIOCと並び、スポーツ界に影響力を及ぼしているのが国際サッカー連盟（FIFA）である。FIFAもIOCと同様に、企業との巨額なパートナーシップ料およびテレビの放映権料などから組織の管理運営費用を賄い、さらにはFIFAの収入の分配システムを作り上げ、世界中のスポーツ（サッカー）振興のために貢献している。このビジネス界と強く結びついたスポーツ組織の運営という比較的新しい傾向は、世界水泳選手権や世界陸上選手権など、他の国際競技連盟（IF）でも見られるようになってきた。21世紀を迎えたスポーツ界は、興行を目的としたプロフェッショナルのスポーツばかりでなく、アマチュアの領域と思われてきたさまざまな他の競技スポーツでも確実にビジネスとの連携を強化し始めている。

(2) スポーツマネジメントの標準的カリキュラムの必要性

「スポーツマネジメント」はスポーツ界の変化とともに変容する。したがって、1980年代までに作成された大学の教育プログラムである「スポーツマネジメント」のカリキュラムは、1990年代のニーズに適応しないという現象も当然ながら起こってきた。また、北米スポーツマネジメント学会（NASSM）では、1980年代後半から大学教育における「スポーツマネジメント」のカリキュラムの標準化の必要性が論議され、1993年に全米スポーツ体育連盟（NASPE）とともにNASSMが特別プロジェクトチームを結成し、NASPE/NASSMが推奨する「スポーツマネジメント」カリキュラムを発表した（松岡・小笠原、1999）。さらに、2000年にはその改訂版が発表され、2008年には最新の改訂版の発表を予定している。

スポーツ界は日々刻々とその姿が変化しているが、変わってはいけないうものも存在するはずである。それをどのように捉え、教育に活かせるのかは大学教育に課せられた使命で

あると考えられる。教育の質のコントロールという観点での「スポーツマネジメント」の標準的なカリキュラムが存在する北米の状況と比較すると、わが国はまだ一度もこのスポーツマネジメントのカリキュラムの標準化の必要性について論議されたことがない。一方、2007年4月現在、日本の大学に存在する「スポーツマネジメント」および「スポーツビジネス」という名前を持つ学科およびコースは43も存在する（体育スポーツ系学部9，その他の学部34）（昌文社学校案内編集部，2007）。2008年からは新たに5つの大学に「スポーツマネジメント」コースが開設される予定である。これら43の学科やコースは21世紀を迎えた2000年以降の開設であるという事実から、この「スポーツマネジメント」という学問領域がいかにか新しい大学の学問領域であるかは明らかである。さらに、その新しい新設の傾向は体育スポーツ系大学ではなく、一般の大学、特に経済学部や経営学部の中に「スポーツマネジメントコース」や「スポーツビジネスコース」として開設されていることが特徴的である。

(3) 本研究の目的

本研究の目的は、標準的なカリキュラムの存在していない日本の大学でのスポーツマネジメントの教育内容はどのような方向を目指すべきであるかを北米のスポーツマネジメントに関するこれまでの研究を参考に論議することである。

2. スポーツマネジメントの定義

スポーツマネジメントのカリキュラムを考える上では、どのような学問的な根拠の元に「スポーツマネジメント」を定義しているのかが大変重要である。

日本でも様々な定義への試みが行われている。まずはスポーツマネジメントを「スポーツ経営学」という学問であるととらえ、「スポーツにおける経営に関して教育と研究を行

う分野である」（菊池，1999）と定義している。また、スポーツマネジメントを「スポーツ」と「マネジメント」の2つの言葉に分離して、それぞれの意味を考え、結果的には「スポーツマネジメント」を学問的に定義することよりも「何のために必要なのか？」の有用性が重要であると述べる文献（広瀬，2005）も見られる。

スポーツマネジメントの教育及び研究では先進国である北米においては、「スポーツマネジメント」の定義を理解する上で、まずはスポーツを「プロダクト」（すなわち「商品」や「サービス」または両方）としてとらえるという大前提がある。Chelladurai（1994）は、スポーツ組織が作り出すプロダクト（スポーツ・サービス）とマネジメントとの関係を示し、スポーツ組織は、様々な種類のスポーツプロダクト（スポーツ・サービス）を人々へ提供するために、これらを生産（プロダクション）し、交換（マーケティング）していると説明した。

1993年にヨーロッパで初めて開催された第1回ヨーロッパスポーツマネジメント学会のオープニングの基調講演で、オハイオ州立大学のChelladuraiがスポーツマネジメントを「スポーツマネジメントとはスポーツ・サービスの効率的な生産と交換のための資源、技術、プロセス、人材、そして状況に付随するもののコーディネーションである」と定義した（Chelladurai，1994）。この定義によれば、マネジメントはスポーツ・サービスの生産とマーケティング（交換）の両方を組み込んでいる。また、コーディネーションという概念は計画、組織化、指揮、そして評価という伝統的なマネジメントの役割や、技術的で人間的、そして理念のしっかりした必須のマネジメント能力をもつこと、そして対人関係、情報収集、決定権などにおいてマネジャーとしての役割を果たすことを示唆している。

さらに、Chelladuraiは「スポーツマネジメント」というものを象として表現しようと

した盲人たちの話を例とし、スポーツマネジメントという学問はいかにとらえどころがないのかを説明している。すなわち、象の脇腹を触った盲人は、象は壁のようだと考え、象の鼻を触った盲人は長いホースのようだと、触る部位によって全く異なった印象を与え、広範囲なスポーツマネジメントの様を比喻している。さらに、だからこそ、スポーツマネジメントの分野を分割してしまうようなやり方は、スポーツマネジメントに対するバラバラな見方をもたらす危険性があると述べている。またそれとは対照的に、全てのスポーツ組織を「スポーツ産業」と一つに括ってしまうという流れもあるが、現実には様々な形態のスポーツ組織を一つに括ることは無理がある。それよりも「スポーツマネジメント」を理解するためには、スポーツ組織が作り出しているプロダクト（商品やサービス）のカタログを作成し、分類することの方が重要だと述べている。

3. 学問としてのスポーツマネジメント

(1) スポーツマネジメント領域の変遷

スポーツマネジメントの学問的な始まりは、北米も日本も同様で、体育の組織および管理であった (Slack, 1996)。したがって、名前も体育管理学 (Administration of Physical Education) やスポーツ管理学 (Sport Administration) という時代を経、体育からスポーツへ移行していくにつれ、スポーツ施設の管理やスポーツ関連用具の購入や管理、スポーツイベントの組織、運営が課題となっていった (Chelladurai, 1997)。しかし、その後、特に北米やヨーロッパではその教育及び研究対象がスポーツクラブ、大学スポーツ、プロスポーツ等のスポーツ全般に変化していった。その変化に伴い、教育内容や研究領域も既存の組織の管理に加え、マーケティング、ファイナンス、法的問題、倫理問題などが加わるようになってきた (松岡, 小笠原, 1999)。

(2) 世界のスポーツマネジメント学会

現在、世界にはスポーツマネジメントを学術的に捉えるための学会が大陸別に存在する。1) 北米スポーツマネジメント学会 (NASSM), 2) ヨーロッパスポーツマネジメント学会 (EASM), 3) ニュージーランド/オーストラリアスポーツマネジメント学会 (SMAANZ), 4) アジアスポーツマネジメント学会 (AASM) である。そして、それぞれが開催する学会を通じて、学術的な意味でのスポーツマネジメントに関する様々な国際的な交流が盛んに行われている。その中でもNASSMは2007年に大学生や大学院生を含めた会員数が700名を超え、世界で最も会員数の多いスポーツマネジメントの学会となっている。特に2006年以降の会員の増加は著しく、その背景には北米の大学教育におけるスポーツビジネスを取り扱うスポーツマネジメントに対する学生の人気と、その学生を受け入れる大学教員仲間の情報交換に対する関心の高さが表れている。

(3) NASPE/NASSMのスポーツマネジメントのカリキュラム

教育レベルでは最も進んだスポーツマネジメント教育を行っている北米でも、1980年代後半にその需要が急激に伸びた時代、各大学のスポーツマネジメント教育の内容はバラバラであり、統一の必要性を求める声に応えるためにカリキュラムの検討が行われた。1989年、全米スポーツ体育連盟 (NASPE) と北米スポーツマネジメント (NASSM) の合同委員会が作られ、1992年に初めて「スポーツマネジメント」のカリキュラムが完成した (NASPE/NASSM Joint Task Force, 1993)。このカリキュラムは、学士課程、大学院修士課程、大学院博士課程と3つに分類されている。その後、スポーツ産業界のニーズとスポーツマネジメントにおける環境の変化に伴い、2000年に改訂版が出された。現在は2008年に次の改訂版が発表される予定である

表1. 北米スポーツマネジメント学会 (NASSM) と全米スポーツ体育連盟 (NASPE) のカリキュラム特別委員会が推奨している学士課程のスポーツマネジメントのカリキュラムの領域

領域	1993	2000
1	スポーツ行動 (Behavioral Dimensions in Sports)	スポーツの社会文化的局面 (Socio-Cultural Dimensions in Sport)
2	スポーツに関するマネジメントと組織 (Management and Organizational Skills in Sport)	スポーツにおけるマネジメントとリーダーシップ (Management and Leadership in Sport)
3	スポーツマネジメントにおける倫理 (Ethics in Sport Management)	スポーツマネジメントにおける倫理 (Ethics in Sport Management)
4	スポーツマーケティング (Sport Marketing)	スポーツマーケティング (Sport Marketing)
5	スポーツコミュニケーション (Communication in Sport)	スポーツコミュニケーション (Communication in Sport)
6	スポーツファイナンス (Finance in Sport)	スポーツのファイナンスと予算 (Budget and Finance in Sport)
7	スポーツ経済学 (Sport Economics)	スポーツ経済学 (Sport Economics)
8	スポーツ法学 (Legal Aspects of Sport)	スポーツ法学 (Legal Aspects of Sport)
9	スポーツ政策 (Governance in Sport)	スポーツ政策 (Governance in Sport)
10	スポーツマネジメントにおける実践 (Field Experience in Sport Management)	スポーツマネジメントにおける実践 (Field Experience in Sport Management)

(SMPRC, 2007)。表1は、その1回目の1993年と2回目の2000年のスポーツマネジメントの学士課程のカリキュラムの領域を示したものである。2000年での変更点は「スポーツ行動 (Behavioral Dimensions in Sport)」が「スポーツの社会文化的局面 (Socio-Cultural Dimensions in Sport)」に、「スポーツに関するマネジメントと組織 (Management and Organizational Skills in Sport)」が「スポーツにおけるマネジメントとリーダーシップ (Management and Leadership in Sport)」という名称にそれぞれ変更されたことである。また、「スポーツファイナンス (Sport Finance)」は「スポーツ予算とファイナンス (Budget and Finance in Sport)」となり、予算という概念が新たに加えられた。

(4) 実践という観点でのスポーツマネジメント

北米でも、そして日本でもスポーツマネジメントの中で学生に人気があるのは、Field StudiesあるいはField Experiences (実践)といわれる実践的な領域である。北米の場合は、インターンシップとして定着し、卒業後の就職先を選ぶ際にもかなり重要な手段にも

なっている。

日本では、びわこ成蹊スポーツ大学だけが全学生に対して必須科目としてインターンシップ実習を行っているが、他大学では選択科目として存在する。しかしながら、大学教育という学際的な砦の中では、スポーツをいかに学問として捕らえて理論的に学ばせるかが重要である。もし大学教育におけるこの実践と理論のバランスというものの重要性を考えないようなことになれば、高等教育機関である大学の存在意義は薄れ、実践力を目指す専門学校のような実践に傾倒することに成りかねない。言い換えれば、実践を行っているスポーツビジネスの現場での経験と体験のみの大学教育授業であれば、大学という研究教育機関で学ぶ必要性がやはり薄らぐはずである。

(5) 学問としてのスポーツマネジメント

日本の大学教育の中でのスポーツマネジメントの傾向でも述べたように、この数年の間に、日本では経済学部や経営学部の中にスポーツマネジメントやスポーツビジネスコースが開設する大学の数が、体育スポーツ系大学

の数を上回った。スポーツマネジメントは理想的にはスポーツ領域に所属すべきか、ビジネスやマネジメント領域に所属すべきなのだろうか。

Costa (2005) は17名のスポーツマネジメントの専門家を用いて、将来起こりうる事象を予測するために用いるデルファイ法によってスポーツマネジメントの将来の方向を探ろうとした。この研究では、スポーツマネジメントという分野は歴史が浅いにもかかわらず大きな進歩を遂げていることが確認された。また専門家たちは (1) 研究の強化, (2) 付加的な学問領域を超越した研究, (3) 理論と実践の連携強化, (4) インフラの拡大, (5) 博士課程の学生のトレーニングの向上を望んでいるという点で一致していることも明らかとした。デルファイ法という手法によって将来のスポーツマネジメントの方向性を探るというアプローチは比較的新しい。この研究では、スポーツマネジメントがビジネス領域に所属すべきか、スポーツ研究の領域に所属すべきかについては、MBAを排出するビジネススクールに代表されるように、教育や研究としてのレベルの高い方に魅かれるものであるが、スポーツマネジメントの場合はスポーツ学とマネジメントの学問との対話が重要であると述べている。

スポーツマネジメントの創始者といわれているZeiglerは、次のようなメッセージを投げかけている (Zeigler, 2007)。まずは、(1) スポーツ・マネジャーはスポーツの地位とは何であり、どうやって、またなぜその立場に立っているのかを理解するべきである。そして、(2) スポーツマネジメント分野で教育や研究に携わるものの現在の責任は、スポーツマネジメントのために挑戦に耐えうるような理論を提供するための努力を惜しまないこと。さらに、(3) この挑戦に耐えうる研究は、全ての年齢のあらゆる人々のためのスポーツや身体活動に関わることであるべきだと主張している。

スポーツ界はIOCやFIFAのように営利を目的とするビジネス界と結びつき、スポンサーシップ料、テレビ放映権料を背景に加速度的にそれぞれの収入を増加させ、その費用を基に世界中のスポーツ振興へとその収益金の分配を行うという構図を形成している。この費用が年々高まれば高まるほど、スポーツ組織間における貧富の差が増大し、テレビの視聴率の取れるスポーツには潤沢に金銭が回り、その費用を普及を含むスポーツの振興開発費用に回せる。しかしながら一方では、テレビの放映さえされないようなスポーツあるいはマイナースポーツは、全くスポンサーが付かず、スポーツの普及もままならないという状況である。Zeiglerが述べているように、このまま収益を可能にする競技スポーツ (オリンピックスポーツやプロフェッショナルスポーツ) にのみ、スポーツマネジメントの研究および教育が向かってしまった場合、一体それ以外のスポーツの振興や普及は誰が行うのであろうか。スポーツの持つ社会文化的な意義をしっかりと教育しながら、さらに倫理問題、特にダイバーシティとよばれるジェンダー、障害者、あるいは人種、宗教などあらゆる多様性にも配慮するスポーツをマネジメントするという役目は誰が果たするのであろうか。経済学や経営学部という範疇では語れないこれらの分野は、スポーツという範疇で包括し責任をもって教育、研究する必要が論じられている (Cunningham, 2007)。

4. 日本の大学のスポーツマネジメントの今後のあり方

(1) 理論も備えた実践家を養成できる大学教育

スポーツマネジメントあるいはスポーツビジネスを学科名やコース名にした大学のこの数年の増加は著しく、特に経済学部や経営学部にはスポーツビジネスコースやスポーツマネジメントコースを開設する傾向がみられる。しかしながら、それぞれが実際にどのような教育内容を提供しているのかというカリキュ

ラムは未だ明確ではない。例えば、経済学部経営学科にスポーツビジネスコースを開設しているある大学では、1-2人の専任教員がスポーツ原理、スポーツ社会学、スポーツ経営学、スポーツ心理学と複数のスポーツ関連科目（スポーツ体育系大学ではそれぞれの専門教員がそれぞれ教える科目）を担当しているという。これは、その大学が体育教師の免許を出すために最低必要な内容を網羅するためと思われる。しかしながら、果たしてそのような体制でどのような教育内容が期待できるのであろうか。

スポーツマネジメントは決して、スポーツ全般の総称ではない。スポーツマネジメントの定義を曖昧なままに、それぞれの大学が学生獲得のためにスポーツマネジメントやスポーツビジネスという名称だけを使用して大学に看板を掲げるには問題があると考えられる。

前述したZeigler (2007) が「スポーツマネジメント分野で教育や研究に携わるものの現在の責任は、スポーツマネジメントのために挑戦に耐えうるような理論を提供するための努力を惜しまないこと」をスポーツマネジメントに関わる研究者に向けて訓告している。

(2) 日本のスポーツマネジメント学術団体の果たす役割

日本では日本体育・スポーツ経営学会、日本スポーツ産業学会そして日本体育学会体育経営専門分科会が日本におけるスポーツマネジメントの学術的な振興を行ってきている。

日本のスポーツマネジメントのカリキュラムの方向性を探るにあたり、北米とのあらゆる点での差が浮き彫りとなった。それは、スポーツマネジメントやスポーツビジネスという名称での教育と、その内容の違いである。この問題は将来の日本に大きな影響をもたらす重要な課題だと思われる。いち早く、世界共通の定義で解釈のできる「スポーツマネジ

メント」に基づいた教育を日本でも実現する必要がある。

2007年12月1日に「日本スポーツマネジメント学会」が設立された。この学会の役割は日本体育・スポーツ経営学会、日本スポーツ産業学会そして日本体育学会体育経営専門分科会とともに重要であると考えられる。NASSM, EASM, SMAANZ, ASAMなどの大陸別のスポーツマネジメント学会との連携を密にし、世界共通の言語で、スポーツマネジメントの教育研究を進める必要があると考えられる。

(3) 日本の大学におけるスポーツマネジメントのカリキュラムの標準化

これまで既にNASSMでは長い年月をかけて、このスポーツマネジメントのカリキュラム開発を行ってきている。そこで、この2008年に出される予定の最新の改訂版を待ち、この改定に向けた変更点等も参考にしながら、日本の現状に合わせた大学教育におけるスポーツマネジメントのカリキュラムを検討することが重要だと考えられる。そこでの論議は、実際にスポーツマネジメントの教育を行っている大学やスポーツ産業界へのニーズ調査も交えて総合的に行う必要があると考えられる。

(4) 日本の大学でスポーツマネジメントを教育する学生の養成（大学院教育の充実）

日本の大学におけるカリキュラムが完成したとしても、その教育プログラムを実際に教育できる指導者（教育者）の育成も同時に行う必要がある。そのためには、①大学での教育資格を取得できる海外の認可された大学と連携を取り、その大学教育者の教育を積極的に行う必要を感じる。また、同時に、②日本の大学院においても大学でスポーツマネジメントを教育できる研究者を輩出するという努力も惜しまずに行うことが重要である。長期計画の下に、これらを実行することで次世代

の育成と、スポーツマネジメントの教育が同時に行えると考えられる。

以上の課題解決のためには、スポーツマネジメント関連学会が積極的に、次世代教育を考えた教育プログラム（標準カリキュラム）を協働して作り上げる必要があると考える。

引用・参考文献

- Chellaudurai, P. (1994) Sport Management: Defining the Field, *European Journal of Sport Management*, 1, pp.7-21.
- Chellduarai, P. (1997) Sport Management: Past, present, future. In Elvin I. & Emery, P. (Ed), *The fifth sport management committee European seminar proceedings: The sports manager of the future*. UNN Commercial Enterprises, pp.5-17.
- Costa, C.A. (2005) The status and future of sport management: A Delphi study. *Journal of Sport Management*, 19, pp.117-143.
- Cunningham, G.B. (2007) *Diversity in sport organizations*. Holcomb Hathaway, Publishers. Scottsdale, Arizona.
- 江戸川大学スポーツビジネス研究所 (2007) *スポーツBizガイドブック*, pp.82-99, 日経BP企画.
- 広瀬一郎 (2005) *スポーツ・マネジメント入門*, p.31, 東洋経済.
- 菊池秀夫 (1999) スポーツにおける経営とは「スポーツの経営学」, pp.9-10, 杏林書院.
- 松岡宏高・小笠原悦子 (1999) スポーツマネジメントの教育・研究領域—北米の動向—「スポーツの経営学」池田勝・守能信次編, pp.182-194, 杏林書院.
- NASPE-NASSM Joint Task Force on Sport Management Curriculum and Accreditation. (1993) Standards for curriculum and voluntary accreditation of sport management education programs. *Journal of Sport Management*, 7, pp.159-170.
- 昌文社学校案内編集部 (2007) 大学受験案内 2008年度用. 昌文社.
- Slack, T. (1996) From the locker room to the board room: Changing the domain of sport management. *Journal of Sport Management*, 10, pp.97-105.
- SMPRC (2007) Updated Information on the Program Approval Process. <http://www.aahperd.org/naspe/template.cfm?template=smpcApprovalUpdate.htm>
- Ziegler, E.F. (2007) Sport management must show social concern as it develops tenable theory. *Journal of Sport Management*, 21, pp.297-318.