

SANNO SPORTS MANAGEMENT

SPORTS MANAGEMENT RESEARCH CENTER, SANNO UNIVERSITY, JAPAN

Vol.

04

Learning Life through Sports!

FEATURE

「スポーツは人を育てる」



SANNO UNIVERSITY

マネジメントの理論と実践を柱に 社会で活躍するビジネスパーソンを育成

産業能率大学は、世の中で実際に役に立つ能力を育成する実学教育を根幹としています。

本学の実学教育は、学問としての経営学の成果を踏まえつつ、

現実のビジネス社会、特にマネジメントに関する現実の問題を学生自身で発見し、

状況の変化に適応して問題解決できる能力の育成を重視しています。

また、コンサルティング機関である総合研究所と連携し、

ビジネスの最新情報や最先端の動向を教育に取り入れるべく企業や団体との提携に取り組むなど、

産業界に最も近い大学として学外とのコラボレーションを積極的に進めています。



CONTENTS

FEATURE「スポーツは人を育てる」

- 03-05** **01** **誰でも一流になれる**
産業能率大学 サッカー部 坂下 博之 監督
- 06** **02** **ビーチバレーと自己管理**
産業能率大学 女子ビーチバレー部 4 年 溝江 明香
- 07-09** **03** **人の成長に寄与するスポーツイベント運営**
- 10** **04** **SANNO オープンで芽生えた新しい夢**
産業能率大学 女子ビーチバレー部 4 年 中村彩羅
- 11-12** **05** **SANNOスポーツマネジメントのあゆみ**

RESEARCH REPORTS

- 13-14** **06** **伊勢原市の小学生におけるスポーツ環境調査**
- 15-16** **07** **エンタテインメントとしてのスポーツ観戦**
- 17-18** **08** **メディア影響調査で探るビーチバレーの可能性**
ーなでしこブームとスポーツ漫画の影響を中心にー
- 19-20** **09** **産業能率大学×横浜ビー・コルセアーズ**
- 21** **研究員紹介・編集後記**



自分の行動を振り返り、
マネジメントできる人間を育てる

01

誰でも一流になれる

産業能率大学 サッカー部 坂下 博之 監督

インタビュー・文：木村 剛

坂下博之監督が産業能率大学サッカー部監督に就任して5年が経過した。日本でも数少ないS級コーチライセンスを保持している坂下監督から、この5年を振り返って、サッカー部の教育での苦労や、学生を指導していく上で心がけていること、実際に学生を指導してきた中で感じたことや学生への思いなど、スポーツを通じた教育の現場から、率直な感想を聞いた。

5年を振り返って

—— 坂下監督が、産業能率大学サッカー部の監督に就任されて5年が経ちました。この5年を振り返って、感想はいかがですか。

坂下：一言でいうと、あっという間でした。最初就任した時は、紅白戦もできない状況からのスタートでした。2年目以降には新人が50人くらい入って、今では130人程度の規模になってきました。5年経ってようやく、サッカー部の強化、教育に力を注げる体制が整ったという思いです。

—— 学生を指導するうえで、意識されてきた点がありますか。

坂下：当初から、ずっと一貫しているのは、「きちんとした社会人として行動すること」です。きちんとした大人としての自覚を持ち、自立した人間でなければ、一流の選手にはなれま

せん。サッカーが上手くても、グラウンドを整備してくれる人への感謝、自分を応援してくれる家族や仲間に対する感謝、そういうものがないと一流にはなれないと思っています。例えば、当たり前のことですが、基本はまず挨拶です。きちんとした挨拶すら出来なければ、社会人とは言えません。これはかなり浸透してきていて、プロのチームや社会人のチームと試合をすることがよくあるのですが、この点については対戦相手から褒められるようになりました。ただ一つ欲を言えば、こちらから指導をしなくても、当たり前のこととして上級生から下級生に自然に伝わるようになる。上を見て下が育つようになってくると、それが産業能率大学サッカー部の伝統となり、強さにつながってくると思います。その意味ではまだ、道半ばという感じです。

—— この点はまだ不足しているなと感じている点がありますか。

坂下：不足を感じているところを挙げるときりがありませんが、自分で考えて行動することができない子が多いと感じています。これはサッカー部だけでなく今の学生全般について言えることですが、こちらから言われたことのみをやる。それで満足している。本当に一流になりたいのなら、自分で考えて、何が足りないのか、どうすれば壁を超えられるのか、それを考えて自主トレーニングしたり、自己管理を徹底することができない。こちらとしては、教えてくれと言われれば教える用意はあるのに、「どうすればいいですか?」と学生

坂下 博之 監督

さかした・ひろゆき

1959年5月生まれ。神奈川県出身。筑波大学時代に、日本学生代表、日本代表に選出される。大学卒業後、フジタ工業サッカー部（現湘南ベルマーレ）、読売サッカークラブ（現東京ヴェルディ）でプレー。現役引退後、亜細亜大学サッカー部監督を経て、2007年より産業能率大学サッカー部監督に就任。2006年4月日本サッカー協会認定のS級コーチ・ライセンスを取得。

から聞いてくることもほとんどありません。その意味で、「考える力」が不足しているなと感じています。

「考える力」の必要性

—— 坂下監督は、講演や執筆されたもののなかで、優れた選手になるためには「考える力」が不可欠であると、常々おっしゃっています。この「考える力」について、詳しく教えていただけますか。

坂下：簡単に言えば「常に生活の中で自分がレベルアップするためには何が必要なのかを考えながら工夫する」、ということでしょうか。学生はプロではないので、授業に出席するなど、学生としての責任を果たさなければなりません。でも空いている時間をいかに有効に使うか、工夫することによって一流選手に成長することは可能はずです。その意味では、食事から睡眠、休養の取り方、集中力など工夫する余地はたくさんあります。

でもこれがなかなかうまく出来ない。おそらくこれができない理由は、これまでの生活の中であまり競争というものを経験してこなかったということだと思います。昔は、選ばれなかったり、落とされたりすると、もっと悔しがる学生が多かったように思います。

[日常生活でも、常に考え、振り返る時間を持つ]



—— では、「考える力」をつけさせるために、具体的にどのようなことをされていますか。

坂下：具体的には、試合や練習でプレーした後に、考えさせ、ノートを付けるように指示しています。ミスしたプレーでも、成功したプレーでも、必ずその結果につながる要因があります。その要因をじっくりと考え、把握しなければなりません。技術的課題、体力的課題、戦術的課題、精神的課題など、その要因を分析し、より良いプレーを行うために解決すべき課題を見つけ、それを克服する練習方法を「考える力」が必要なんです。その分析能力が低い選手は成長しません。

—— 部員心得にもサッカーノートを付けることが挙げられていますね。そのノートをご覧になっていかがですか。

坂下：面白いのは、これを継続的にやらせると上級生と新入生の書いたものが明らかに違ってきます。最初のうちは、できなかったことばかりを書いている。まるで反省文です。こちらが要求しているものは反省ではありません。出来なかったことはもちろんですが、出来たことも書く。そしてなぜ出来たのか、出来なかったのかを分析して、自分がレベルアップするためには何が足りていて、何が足りないのかを見つけ出して克服することにあります。上級生になると、それが少しずつ分かってくるのか、ノートを見ていると明らかに成長しているなと感じることがあります。

伸びる選手の特徴

—— 日常生活の中で、常に考えるクセをつけることが重要なですね。

坂下：私は常々、部員に直接言っているのですが、「誰でも一流になれる」と。ただ一流になるためには、そうなるための努力と自分で「考える力」が必要です。良い選手というものは育てるものではなく、育つものです。その意味で言えば、フィジカル面はともかくメンタル面での鍛え方が足りないと感じます。思考回路を変える、プラス思考に持っていく、そうしたことを日々の習慣の中でできるようになって欲しい、そうした能力をサッカーを通じて培ってくれればと思います。

—— 実際に、部員を指導してこられた中で、こういう選手は伸びるという特徴のようなものはあるのでしょうか。

坂下：何よりも素直であることです。多くの部員を見ていると、高校までのサッカーが全てという選手が存外に多いものです。そうすると、新しいものを吸収しようとか、挑戦しようという姿勢ができていない。そうすると、大学に入ってゼロからスタートというより、むしろマイナスからのスタートになってしまいます。

今回、本学のサッカー部の部員で、湘南ベルマーレに登録された村上君^(注1)などは、高校時代はセンターバックでしたが、大学では色々なポジションを経験させました。彼はそれを貪

(注1) サッカー部に所属する情報マネジメント学部4年の村上聖弥 選手がJリーグ特別指定選手(湘南ベルマーレ)に承認されました。これにより、村上選手は本学サッカー部に所属したまま、Jリーグ湘南ベルマーレの試合に出場することが可能となります。

欲に吸収していきましたが、それが今回のようなレベルアップにつながったと思います。

その意味で、目標を高く置いて信念を持って行動している子は伸びます。どこまで上を目指しているかによって、自分に足りないものがよく見えているのでしょう。

—— 最後に、今後の課題と豊富についてお聞かせ下さい。

坂下：サッカー部としての具体的な目標としては、関東二部への昇格が目標です。これはあともう一步のところまで来

ているので、今年は是非決めたいと思います。教育面では、これまでの5年間という歴史の中で、サッカーを通じてグラウンドの内だけでなく、外での学びの必要性についても教育してきました。選手としてだけでなく、社会人として立派に通用する人間を育成すること、そしてこれが、産業能率大学サッカー部の伝統として根づいていってくればと思います。

—— ご活躍期待しています。どうもありがとうございました。

産業能率大学サッカー部 部員心得

1. サッカーを心から楽しむ。
2. 産業能率大学サッカー部の一員として、チームに誇りを持ち、責任ある行動をとる。
3. サッカーに真摯に取り組み、サッカーを生活の中心とする。
4. 授業への出席、単位取得、学業とサッカーを両立させる。
5. 喫煙は禁止する。
6. 礼儀・服装に気を配る。だらしない服装、長髪・茶髪・ピアス等は禁止とする。
7. 通学でのバイク使用を禁止する。
8. 時間厳守とする。
9. 規則正しい生活をする。(食事、睡眠時間等)
10. 自己管理を徹底する。
11. 栄養学を身につけ、食事に気を配る。
12. 個人練習をする。個人練習なくして技術の向上はあり得ない。練習はコーチに言われてするものではない。
13. サッカーノートをつける。
14. 連絡を怠らない。練習への参加は、サッカー部員の義務である。
15. 皆から応援してもらえる選手になる。
16. スタッフの指導にもかかわらず、以上の心得に違反するものは除名とする。

一流選手の条件

1. 考える力がある
2. 向上心を常に持ち続け、がんばれる、集中力がある
3. 頑固であり、素直である／信念をしっかり持っている
4. 成長のため、過去を捨て、新しく挑戦できる
5. 常に皆が納得する一定水準のプレーができる
6. プライドが高く、意志力が強い
7. 生活のすべてを競技に賭けることができる
8. 皆から応援される選手になる



2012年4月、サッカー部員は1年生から4年生まで全部で131名に。



練習の基本は朝。早いグループの練習は朝6時から。



関東2部昇格への思いを胸に、2012年シーズンスタート。

ビーチバレーと自己管理

産業能率大学 女子ビーチバレー部4年 溝江 明香

インタビュー・文：小野田 哲弥

02

鍛えられる自主性

—— 「スポーツは人を育てる」というテーマでお聞きしたいのですが、まず小さい頃で思い当たる経験はありますか？

溝江：それは挨拶です。小学校の時にバレーボールを始めて、最初に習ったのは挨拶でした。挨拶は、仲間や先生、大人たちとの関係を築く基本になるので、そこを小さなうちから学んだことで、自然と集団行動が習慣づけられたと思います。

—— では、大学に入ってから本格的に始めたビーチバレーについてはどうですか？

溝江：インドア（バレーボール）との一番大きな違いは、ゲームメイクの責任を自分で負わなければならないことです。インドアでは、監督がメンバーを決めて試合の組み立てをしますが、ビーチバレーはそもそも試合中に監督は口出しできないというルールがあるので、自分の意見をしっかり持って、すべてをペアと2人で決めなければなりません。それから、パートナーも誰かが決めてくれるわけではなく、自分で探るのが基本です。自分が練習しなかったら良い人とも組めないし、上達しなければ自らコーチを頼んだり、練習場所を選んだりしなきゃいけない。自分が強くなりたいから自発的にやる。そういう意味で、自主性がものすごく求められるスポーツだと思います。

好不調の原因を把握

—— 2011年はJBV ツアーでの安定した活躍が光り、MVPに選出されましたね。新人賞を獲得した2010シーズンと比較して、メンタル面での成長として挙げられるものはありますか？

溝江：以前はなんで調子の良い時と悪い時とがあるのか、自分ではわかりませんでした。ですが、だんだんとその理由を説明できるようになってきたのは大きいと思います。そのおかげで自分をよりコントロールしやすくなり、安定したパフォーマンスを出せることに繋がっていると思います。

—— その理由づけですが、どうしてできるようになってきたのですか？

溝江：常に冷静に自分を客観視するように努めているからだと思います。ですがまだ、嫌なことがあるとモヤっとしたり、楽しかったらテンションが上がったりする気分屋なので、もっと感情の起伏を少なくしたいですね。

—— 感情の浮き沈みがあるのは、人として普通のことではないですか？

溝江：オフの期間は問題ないと思います。ですが、今の目標はなんといってもロンドン五輪出場なので、感情の起伏によってプレーに影響が出てしまうことは避けたいんです。特に国際大会レベルになると、そういったわずかなスキに付け込まれてしまうので。

すべてはロンドン五輪のために

—— 最後に、今年のロンドン五輪出場に向けた抱負をお願いします。

溝江：すべてが五輪出場に向けた準備だと意識して、普段から生活したいと思います。練習することは試合に勝つための準備だし、練習のコンディションを作るためにジムに行くのも準備。ジムで満足いくトレーニングができるように、ちゃんと食事を摂るのも準備。負けてしまった理由を自分の中で消化して、気分を切り替えるのも準備。そして、自分をリセットするために仲の良い友達と会って喋ったり、睡眠を十分に取ったりする息抜きも、大切な準備の一環だと思っています。

—— ロンドン五輪への出場を信じています。また、これからもビーチバレーを通して、人間としてもさらに成長していくてください。

溝江：ありがとうございます。頑張ります！



溝江 明香 選手

みぞえ・さやか
1990年7月16日、東京都生まれ。
2009年に都立駒場高校を卒業し、産業能率大学に入学。
同年JBV ツアー（全日本ツアー）に参戦し、翌2010年には新人賞を獲得。2010シーズンからペアを組む田中姿子選手（エコ計画）と、JBV ツアー2010・2011で2年連続グラントチャンピオン。JBV ツアー2011では年間最優秀女子選手(MVP)にも輝いた、日本女子ビーチバレー界期待の星。



はじめに

スポーツの持つ機能として、筋力や全身持久力などの身体能力を向上させ、さらには社会性を磨くなどの人間性を向上させる手段として捉えられることがよくあります。それに並行して、教育の分野では、スポーツを側面から支える試合やイベントの運営に携わる活動を通じて、組織化や目標達成に必要なマネジメント力やコーチング力を養成するアクティブ・ラーニング（能動的な学習）の1つの手段（Project Based Learning：PBL）として捉えられるようになっていきます。

本学では、2007年から情報マネジメント学部にはスポーツマネジメントコースを設置し、スポーツ産業の中で展開されている過去の事例や現状理解からスポーツビジネスやスポーツマネジメントを理解することを基盤とし、スポーツ産業におけるインターンシップやイベント実践などの現場体験を通じて、マネジメント実践力を高めていくことを目的としています。

スポーツマネジメントコース科目として用意されている実践的科目の1つである「スポーツ企画プロジェクト」は、横浜ベイスターズ（当時）のファームチーム公式戦を舞台として、球団関係者等の協力により学生が観戦イベントを、企画立案し実践するものです。過去3年間では、「なつやすみのおもいで（2009年）」、「夏だ！ 楽しもう！ シーレックスパーク（2010年）」、「スカスタをひとつに（2011年）」をテーマに掲げ活動をしました。

また、2009年度からは、ビーチバレーの普及を目的として、学生が実行委員会を組織し、伊勢原・平塚地区の小学生を対象に本学専用コートにてビーチバレー大会を開催する「ビーチバレーフェスタ」が学生教育の場として設定されています。学生達は大会運営をはじめ、大会スポンサー探しやトレーニング講習会の開催など、教職員や連盟・地域関係者と連携し、多岐に亘る活動に取り組んでいます。

本特集では、「スポーツ企画プロジェクト」や「ビーチバレーフェスタ」の活動に携わった学生（卒業生を含む）が、その後にこれらの体験をどのように捉え、掘り下げ、自己の経験知として落し込んでいるのかを、座談会（2012年2月11日および3月10日に本学にて実施）における発言を通じて検証を行いました。

座談会での主な発言

活動を終えて考えたこと

「私は企画することが好きでこの活動を始めましたが、自分が楽しいだけではダメなのだということがわかりました。参加者の喜ぶ顔を見ることができて、自分の喜びに変わることが、企画の醍醐味だと思います。」（小城）

「企画を進めるにあたって、様々な点から検討を重ねなければならず、自分に足りない部分を補う仲間やネットワークづくりの大切さを学べたと思います。同様に、実施に際しても人をどのように動かしていけば良いかを学べたと思います。」（小城）

「私はこの授業をととても楽しみにしていて、他の学生も自分の意気込みと同じだと思ってしまい、途中から孤立してしまいました。今考えると、自分のアイデアを何とかが通そうとするばかりで、メンバーが何を考えているかを汲み取ることを怠っていたと思います。」（内田）

「私は、学生がイベント企画に携われることに興味を持ち参加しましたが、実行委員での活動はあまり楽しくありませんでした。それは、リーダーである先輩が何を考え、どこを目指して活動しているのかが全く分からなかったからです。ですから、やる気も失せて、現状打破しようとする気もなくなってしまいました。先輩との関係もそうですが、先生や職員の方との関係づくりも大切な成功するための要因だと思います。」（大城）

「私は、当初は企画がしたいのであって、組織を操ることに興味がある訳ではありませんでした。」（中田）

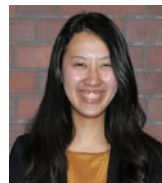
「私達と球団職員あるいは先生との意見の食い違いが時々ありました。しかし、その時私は特に反論することも違った意見を提案することもできずに、言われるままを受け入れることしかできませんでした。しかし、今となれば相手との接点を見出し、新たな提案ができれば良かったと思っています。」（中田）

「リーダーが仕事を抱え込みすぎてしまっていて、なかなか仕事が降りてきませんでした。そのせいで、自分たちのやる仕事が締め切りのギリギリになり、メンバー間の雰囲気もあり良くありませんでした。今であれば、全員が情報を共有できるような方法を提案するべきであったと思います。」（伊藤）

座談会

小城 明日香

初代「ビーチバレーフェスタ」実行委員長。2011年3月情報マネジメント学部卒業。株式会社 千修勤務。



内田 いつき

情報マネジメント学部4年。2011年度「スポーツ企画プロジェクト」学生リーダー。



大城 紫麻

情報マネジメント学部3年。2011年度「ビーチバレーフェスタ」学生実行委員。



03

人の成長に寄与する スポーツイベント運営

文：渡邊 隆嗣／中川 直樹

「この活動を通じて成長できたと思えるところは、自分の意見をしっかりと発言することの大切さに気付いた点です。スポーツ企画プロジェクト終了後に社会人の方が様々な場面でお互いの意見を出し合う場面に遭遇しました。結果的には、遠回りのように見えても相互の理解が深まっているように感じました。」(吉田)

今後に活かせること

「自分の考えをどのように伝えれば良いのかを考えてから話すようになったことです。相手の立場や考えを考慮するようになったと思います。」(内田)

「横のつながりだけでなく、縦（先輩後輩の関係）のつながりを作ることの大切さを意識できるようになったことです。次の人達にバトンタッチするために残すべきもの、見せるべきものが分かったような気がします。」(大城)

「この授業が、良い意味での出発点となった気がします。スポーツ企画プロジェクトでの活動を通じて、大人の考え方や価値観を知ることができ、その後の様々な活動において、どうすべきなのかの基準を自分の中に作れたような気がします。」(伊藤)

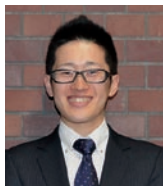
「物事を考える時には、情報を集め広い視野で見ることが大切だということに気付きました。大学卒業後の将来を考えるために役立ちそうです。」(吉田)

社会人となって 役立ったこと

「学生の時から社会人の考え方に触れることができ、社会人となって求められる仕事の水準に素早く適応することができたと思います。また、自分がビーチバレーフェスタをやり遂げることができたという自信は、何事に取り組む際にも自分の支えになっています。」(小城)

「この授業を履修したことがきっかけとなり、スポーツメーカーだけに向いていた目を、今の業界へと向けさせてくれました。今は商品企画だけではなく、売り場の企画も手掛けています。学生の時に自分たちの企画をやり切れたことが、人にはなかなかできない経験を積めたという自信につながっているように思います。」(中田)

参加者



中田 雅之

2009年度「スポーツ企画プロジェクト」学生リーダー。
2011年3月情報マネジメント学部卒業。株式会社StrapyaNext勤務。



伊藤 駿介

2010年度「スポーツ企画プロジェクト」を履修。2012年3月情報マネジメント学部卒業。2012年6月より英国ロンドンメトロポリタン大学院（スポーツマネジメントコース）に留学。



吉田 圭佑

2010年度「スポーツ企画プロジェクト」を履修。2012年3月情報マネジメント学部卒業。在学中からサッカーリーグ湘南ベルマーレのゲームボランティアとして活動。



2011年のSANNŌビーチバレーフェスタには伊勢原・平塚地区の小中学生が180名が参加



大会運営はもちろん、優勝チームへの商品などスポンサー探しも学生自ら活動
＜2011年SANNŌビーチバレーフェスタ＞



学生はイベントの企画に留まらず現場スタッフとしてお客様対応も
＜2011年産業能率大学スペシャルゲーム＞



教室を離れた大勢のお客様を相手にするイベント当日。学生の背を押すのは想像を遥かに超える緊張と責任感。

学生の育ち

ここでは、PBLを取り入れたアクティブ・ラーニングの活動である「スポーツ企画プロジェクト」や「ビーチバレーフェスタ」に参加した学生（卒業生を含む）の変化について考えてみたいと思います。

学生達がこれらの活動に参加する動機を座談会での発言から挙げてみると、「企画に興味がある」、「スポーツイベントが好きだ」、「楽しいことに参加したい」などといった自己中心的、内発的な動機から始まっていると捉えられます。しかし、実際の活動が始まると学生達が対峙する課題は、自分の興味や関心の範疇に留まらない大きさであるという現実を知ることになります。「自分は企画をやりたいだけなのに…」、「楽しめると思って来たのに…」。そこから学生達の紆余曲折が始まるのですが、一度は組織に背を向け、興味のあることにしか目を向けずに孤立するといった状態に陥ります。しかし、学生達は「プロジェクトやイベントを成功させるために自分たちがやらなければならない」という現実から、徐々にどうすれば良いかを考え始めていきます。この段階に到達して、学生達はさまざまな他者の視点を受け入れられるようになってくるようです。溝上（2007）は、「アクティブ・ラーニングの質を高める装置の一つとして、さまざまな他者（教員、専門家、地域住民あるいは学生同士）の視点を取り入れ、自己の理解を相対化させること」を挙げています。「企画をするということの意味」、「楽しいとはどんな状態か」、「組織を動かすことの必要性」、「他者と協力し合うことの意味」など座談会で聞かれた言葉は、この段階に学生と接した球団関係者や教職員などとのやり取りを通じて考え、学んだことなのでしょう。

学生達は活動を通じて、自分たちの意見や提案がいわゆる社会や社会人に受け入れられない場面に何回も遭遇してきました。実際の活動を終え、ある程度時間が経過した今、学生達はなぜ自分たちが受け入れられなかったのかを振り返っていたように思います。その中で、「自分の意見をきちんと持ち、主張する」ことが大切だと気付いたのでしょう。つまり、自分の意見を持って、主張するには、知識や情報そして経験が必要なの

だという考えに行きついていたということです。そして、お互いが主張しあえた結果、新たな考えを創造することができるというプロセスがあることを体験していたように思います。

アクティブ・ラーニングは、知識が使える人材の育成を目指して取り組む、応用あるいは実践学習であるといわれますが、今回の座談会を通じての検証では、参加者の言葉にもあったように、「この活動が主体的に学ぶ上での出発点」となっていたようです。プロジェクトやイベントを通じて学生達が体験した事柄を、その後の彼らの日常生活と関連付けて検証し、意味付けを行っていたようです。それはある者はアルバイトの場面であり、またある者はスポーツイベントのボランティアの場面であったようです。また、社会人となった卒業生は自分の仕事の場面なのでしょう。そして、意味付けが自分の中でできて初めて自信へとつながっているようです。今回の座談会参加者の間では、活動を終えてからの時間の経過に違いがありますが、やはり自分の中に落とし込む時間の長い卒業生が、あの体験は何だったのかについて多くを語れるのは、意味付けできた場面の数の違いかもしれません。

終わりに

大学生へのアクティブ・ラーニングが導入されてまだ間もないのですが、今回の検証を通じて、アクティブ・ラーニングがどのような学生の力を伸ばしていけるのかについてさらに検証していく必要性を感じました。そして、今回の座談会は本学における教育の効果を検証するために行ったものでしたが、結果的に一定の時間を経て担当教員との間で総括的評価を行うリフレクションの機会となり、参加者にとってはスパイラルアップできる時間となったように思います。

参考文献

溝上慎一（2007） アクティブ・ラーニング導入の実践的課題。名古屋高等教育研究 第7号 269-287





04

SANNO オープンで芽生えた 新しい夢 ANNO オープン

産業能率大学 女子ビーチバレー部4年 中村 彩羅

文：小野田 哲弥

2011年12月18日（日）、産業能率大学湘南キャンパスのビーチバレーコートにおいて、日本ビーチバレー連盟（JVB）の公認大会『SANNO オープン』が開催された。国内女子最強の田中姿子（エコ計画）＆溝江明香（産業能率大学）ペアをはじめ、プロ選手も数多く出場した大会であったが、実はこの大会の運営責任者は、まだ大学3年生の一人の女子選手であった。それが、中村彩羅である。

SANNO の空気が後押し

選手として何度か公認大会に出場した経験のある中村は、これまでの大会で、プレイヤーとして出場しながら運営サイドも担う、“二足のわらじ”を履いた選手を何人も目にしてきた。そして次第に、「自分もその立場に立ちたい」との思いが強まっていったという。

しかしこれまで、学生が公認大会を取り仕切った前例はない。なぜ失敗を恐れずにチャレンジできたのか。そのきっかけを尋ねると、2つの答えが返ってきた。一つは「大学の施設の良さ」、そしてもう一つは「大学のサポート体制」だという。

第一の理由は、大学に国際基準をクリアしたビーチバレーコートと観客席が常設されていることにあった。コートの設営から始めなければならないこれまでの大会に比べ「学内開催なら企画と運営に集中できる」との思いが、心理的なハードルを下げるに違いない。

第二の理由として中村は「SANNO には、学生が何かを発信すれば、必ず応援してくれる空気がある」ことを挙げた。実際にこの大会は、「キャンパス魅力向上運動^{*1}」の一環として教職員や学生たちの全面的なサポートを得た結果、無事に成功を修めることができたといえる。

「資金集め」の壁

しかし、すべてが順調に進んだわけではなかった。大会開催に漕ぎつけるまで、彼女は多くの苦難も経験した。中でも最大の壁として立ちちはだかったのは「資金集め」であった。大学の同じコートでは、これまでも「ビーチバレーフェスタ」や「スポーツ教室」などが開催されてきた。しかし今回の『SANNO オープン』は、それらとは決定的に違うものがあったという。

「ちびっこ対象のスポーツ教室では、地域のお父さんお母さんがボランティアで協力してくださるので、お金の問題を意識することは全くありませんでした」と、彼女は素直に語ってくれた。つまり、“レクリエーション”としてのビーチバレーではなく、“ビジネス”としてのビーチバレーを初めて目の当たり

にした瞬間であった。

現実問題として、賞金に魅力がなければ良い選手が集まらないのがプロの大会である。その賞金を用意するためには、スポンサーを引き受けてくれるよう、たくさんの企業を説得して回らなければならない。『SANNO オープン』の大会責任者として、中村は身をもってその苦労を実感したのであった。

普及活動の先頭に立ちたい

今回の経験を機に、中村の中に新たな夢が芽生えている。それは「ビーチバレーを普及させていく仕事に就きたい」というものである。

「ビーチバレーにあまり関心のなかった企業さんに、ビーチバレーの魅力を伝えてスポンサーさんになってもらえたら、賞金や運営体制がもっとしっかりします。そうしたら、プロになりたい選手も増えて競技のレベルも上がるし、その大会を子供たちが観に来れば、自分もやりたいということになって、どんどん好循環が生まれていくと思うんです」彼女はそう熱っぽく語ってくれた。

ただしその実現に向けたプロセスは、イバラの道となることだろう。しかし彼女はこう続けた。「ビーチバレーは新しいスポーツなので、誰かがやるのを待っているんじゃなくて、自分から積極的にトライしてみたい。アクションを起こせば必ず誰かが支えてくれることを SANNO で学んだので、最初から無理だと諦めることなく、全力でチャレンジしたい」。

そんなまっすぐな思いが多くの共感を生み、ビーチバレー環境にさらに明るい光が差し込む日も近いかもしれない。それを確信させるほどに、中村彩羅の瞳は輝いていた。



中村 彩羅 選手

なかむら・さいら

1990年9月5日、茨城県生まれ。

小学3年時に全国大会出場、中学では県選抜にも選出。

私立大成女子高校時代にはセッターとして春高バレーと

インターハイに出場。2009年、産業能率大学に入学し、

女子ビーチバレー部に入部。同年、新潟国体ビーチバレー

で5位に入賞するなど、選手としても活躍中。

^{*1} 魅力あるキャンパスづくりを目的に、産業能率大学後援会の支援により1996年度よりスタートした運動。“どうしたら”大学生活がおもしろくなり、“どんな”大学なら誇りがもてるのか。そのための企画を学生自身が考えて実施している。なお優れた運動は年度末に表彰され、賞状および副賞が授与される。

年月日	2004年1月	2004年4月	2004年6月23日	2005年7月13日	2006年4月	2006年6月21日	2006年10月	
できごと	湘南ベルマーレと提携	『スポーツビジネス実践講座』開講	SANNO サンクスデー開催	SANNO サンクスデー開催	スポーツマネジメン ト科目2科目を開講	SANNO スペシャルデー開催	サッカー強化・人材 育成プロジェクト 開始	湘南キャンパス 第1・第2グラウン ド改修
概要	2004年1月、湘南ベルマーレと提携。大学では初となるJリーグチームのユニフォームスポンサーとして、2004年度から湘南ベルマーレの胸ユニフォームスポンサーとなる。	経営情報学部（現情報マネジメント学部）／経営学部2年次以上対象科目として、スポーツビジネスの現場で活躍する実務家が講師を務める『スポーツビジネス実践講座』を開講。	湘南ベルマーレのホームグラウンドで本学学生、自由が丘産能短大生とそれぞれの卒業生、教職員、父母等関係者が集う、SANNO サンクスデー（現産業能率大学スペシャルデー）を開催。対アビスパ福岡戦 試合結果：湘南1-3福岡	対モンテディオ山形戦。試合結果：湘南2-1山形	湘南ベルマーレのフロント業務を体験する『スポーツビジネスインターンシップ』をはじめ、平塚競技場での観客調査を通じマーケティングやその手法を現場から学ぶ『スポーツマーケティング』を開講。	対柏レイソル戦。試合結果：湘南1-2柏	教育を通じた人材育成の一環として、湘南ベルマーレと本学とが共同で取り組む『サッカー強化・人材育成プロジェクト』を開始。湘南ベルマーレユースチーム（U-18）の選手の受け入れ、プロ仕様・公式戦に耐えうるグラウンドの整備、湘南ベルマーレスポーツクラブのコーチをサッカー部に派遣し、本学サッカー部の育成とチーム強化を行う。	1996年に竣工した第1・第2グラウンドの改修工事を施工、人工芝グラウンドが完成。本学サッカー部と湘南ベルマーレユースチーム、トップチームが共同で利用。



年月日	2007年12月16日	2008年1月	2008年4月7日	2008年5月	2008年6月25日	2008年8月30日	2008年11月	2008年11月20日
ごとき	ビーチバレーコート竣工	湘南ベルマーレ・ 沖縄キャンプにて キャリア支援	ビーチバレーコート 開設記念式典実施	SANNO スポーツ クラブ collaboration with 湘南ベルマーレ スタート	SANNO スペシャルデー開催	産業能率大学スベ シャルゲーム開催	サッカー部 関東2部昇格への 初挑戦	東京アパッチ 産業能率大学スベ シャルゲーム開催
概要	2面あるコートは、公式戦の開催も可能。300名収容の観客席やナイター設備を完備。本学女子ビーチバレー部が主に使用。トッププロ選手の練習場としての活用も期待され、2008年7月には北京五輪日本代表選手が直前練習に使用。	スポーツマネジメン ト研究所研究員が湘南ベルマーレトップチーム沖縄キャンプにて、選手・コーチ陣を対象とするセカンドキャリア支援に関するワークショップを開催。	日本ビーチバレー連盟の川合俊一会長、特別ゲストとして女子ビーチバレーワールドランキングで日本1・2位のベア（楠原千秋・佐伯美香ベア/田中姿子・小泉栄子ベア）が来校。	湘南ベルマーレスポーツクラブのスタッフと本学の施設を利用したスポーツ教室がスタート。フットサル、ビーチバレー、健康づくりといったプログラムを月1度湘南キャンパスにて開催。	対モンテディオ山形戦。試合結果：湘南1-1山形	湘南シーレックス（現横浜 DeNA ベイスターズ）VS 北海道日本ハムファイターズ戦において、「史上最大のスイカ祭り」をテーマに、試合イベントの企画・運営を担当。	神奈川県大学サッカー秋季リーグ戦を順当に勝ち進み優勝、関東大学サッカー大会で昇格決定戦に進出するも、上武大学に1-2と惜しくも敗退。	スポーツマネジメン ト研究所でマーケ ティング調査を実施する等、本学と協力関係にあるプロバスケットボールbjリーグ「東京アパッチ」の公式戦を、本学の学生と教職員が観戦するイベント「東京アパッチ 産業能率大学スペシャルゲーム」を開催。対大阪エヴェッサ戦。試合結果：東京アパッチ 91-90大阪エヴェッサ



年月日	2010年5月16日	2010年8月	2010年10月16日	2010年11月		2010年11月29日	2011年5月29日	2011年7月
ごとき	SANNO スペシャルデー開催	第22回全日本ビーチバレー大学男女選手権大会にて準優勝	ビーチバレーフェスタ2010開催	第16回 アジア競技大会出場	サッカー部 関東大学サッカー大会出場	満江選手がJBV ツアーアワード2010にてグラッドチャンピオン、新人賞を受賞	産業能率大学 スペシャルデー	関東大学ビーチバレー選手権大会で優勝
概要	対ガンバ大阪戦。試合結果：湘南1-3大阪	女子ビーチバレー部より2ペアが出場。大原選手・中村選手ペア、準優勝。小林選手・八木選手ペア、5位タイ。＜8月5日～8日、川崎マリエンビーチバレーコートにて開催＞	エキシビジョンマッチでは、山田寿子選手と松山純子選手を招き、本学女子ビーチバレー部と対戦。地域の小学生約100名と、ビーチバレー大会、スペシャルマッチなど、ビーチバレーを楽しむイベントを開催。	女子ビーチバレー部 満江選手が田中姿子選手（エコ計画）とのペアで出場、5位タイ。＜11月12日～27日、中国 広州開催＞	予選リーグを1位で通過し、11月20日昇格決定戦に出場。城西大学に0-3で負け、神奈川県リーグ第1部1位でシーズンを終了した。	女子ビーチバレー部 満江選手が田中姿子選手（エコ計画）と共に、年間総合優勝を称えるグラッドチャンピオンと共にその年の新人賞を受賞。	対ザスパ草津戦。試合結果：湘南2-0草津	女子ビーチバレー部 小林選手・石田選手ペアが優勝。＜7月9日～10日、県立湘南海岸サーフビレッジ開催＞



スポーツマネジメントのあゆみ

産業能率大学は、湘南ベルマーレ・横浜 DeNA ベイスターズと提携関係を結び、情報マネジメント学部の授業科目の共同開発や研究活動を行ない、大学の行事や活動への協力など、数々の取り組みを展開してきました。本学のスポーツマネジメントの今日までの取組みについて紹介します。

2007年1月	2007年2月1日	2007年4月		2007年6月27日	2007年8月14日	2007年10月	
横浜ベイスターズと提携	サッカー部監督に坂下博之氏が就任	情報マネジメント学部にスポーツマネジメントコースを開設	『スポーツ企画プロジェクト』開講	SANNOスペシャルデー開催	産業能率大学スペシャルゲーム開催	スポーツマネジメント研究所設置	女子ビーチバレー部発足 川合庶氏がヘッドコーチに就任
スポーツビジネスをマネジメントできる人材の育成を共に推し進めるため、共同授業の開発などを柱とした業務提携を行う。	湘南ベルマーレの前身であるフジタ工業サッカー部の選手として活躍し、日本サッカー協会公認S級ライセンスを所有する坂下博之氏が、本学サッカー部監督に就任。	実社会に即した人材育成を行ってきた本学が新しい時代的要請に応えるため、2007年度より、経営情報学部を情報マネジメント学部に名称変更。新たに、スポーツマネジメントを体系的に学ぶ「スポーツマネジメントコース」を開設。	横浜ベイスターズのファームチーム「湘南シーレックス（現横浜DeNAベイスターズ）」公式戦を教材に、教室で得た知識を現場で実践し、球団経営や公式戦運営を学生が体験する「スポーツ企画プロジェクト」を開講。	対京都サンガF.C.戦。試合結果：湘南2-4京都	授業科目「スポーツ企画プロジェクト」の履修学生が、湘南シーレックス（現横浜DeNAベイスターズ）VS北海道日本ハムファイターズ戦において、試合イベントの企画・運営を担当。「シーレックス応援祭り」をテーマに、両チームの物産品を販売、ヒーローインタビューや大始球式等を開催。	湘南ベルマーレや横浜ベイスターズと提携し、スポーツマネジメント分野における教育・研究活動に取り組んで来た本学の、これまでの活動の体系化と実践に向けた応用研究への発展を図ることを目的に「スポーツマネジメント研究所」を設置。	本学に新たに女子ビーチバレー部が発足。日本バレーボール協会ビーチバレー強化委員（当時）であり、スポーツマネジメント研究所客員研究員である川合庶氏がヘッドコーチに就任。



2009年6月21日	2009年8月	2009年8月18日	2009年9月		2009年10月18日	2009年11月14日	2010年5月
SANNO スペシャルデー開催 対コンサドーレ札幌戦。試合結果：湘南3-2札幌	第21回全日本ビーチバレー大学男女選手権大会で準優勝 女子ビーチバレー部 満江選手・大原選手ペアが準優勝<8月7日～9日、須磨海水浴場特設コート開催>	産業能率大学スペシャルゲーム開催 対西武ライオンズ戦において、「なつやすみのおもいで」をテーマに、学生がイベントを企画立案。選手への取材体験やレックダンス教室等、子どもたちを中心とする各種イベントを開催。	FIVB ビーチバレー ジュニア世界選手権 出場 女子ビーチバレー部 満江選手が藤井桜子選手（日本体育大学）と共に日本代表として選手され出場。予選1回戦で Paszek・Galek（ポーランド代表）と対戦し敗退。<9月16日～20日、イギリスブラックプール サウスプロムナード開催>	トキめき新潟国体 第64回国民体育大会 ビーチバレー競技 出場 女子ビーチバレー部 中村選手が本間江梨選手（日本大学）と共に茨城県代表として出場し、5位入賞。<9月28日～30日、直江津海岸ビーチバレーコート開催>	神奈川県大学 サッカー秋季リーグ 出場 関東学院大学戦に臨むも、0-3で破れ、1部第2位で終了。	ビーチバレーフェスタ 2009開催 「ビーチバレーをもっと身近なスポーツに！」をテーマに、学生実行委員会が主催となって開催するビーチバレーフェスタ。本学ビーチバレーコートを会場に近隣小学生を招待。プロビーチバレーの周藤玲美選手と山田寿子選手を招いたエキシビジョンマッチ、小学生チーム対抗のビーチバレー大会や、選手からの直接指導の時間など、ビーチバレー一色のイベントを開催。	満江選手・石田選手が平成 22年度日本バレーボール 協会 ビーチバレー強化委 員会 強化指定選手に選出 ビーチバレー日本代表として、満江選手が強化指定チームB、石田選手が強化指定チームCに選出される。満江選手は田中姿子選手（エコ計画）と共に、同年11月に開催のアジア競技大会への出場が決まる。



2011年8月	2011年9月11日	2011年10月15日	2011年11月	2011年12月12日	2011年12月18日	2012年6月9日	
第26回ユニバーシアード競技大会出場	FIVB ビーチバレージュニア世界選手権出場	産業能率大学スペシャルゲーム2011開催	SANNO ビーチバレーフェスタ2011開催	サッカー部 関東大学サッカー大会出場	満江選手がJBV ツアーアワード2011にてグランドチャンピオン、MVPを受賞	2011ビーチバレー SANNO オープン開催	産業能率大学スペシャルデー
女子ビーチバレー部 石田選手が永田唯選手（鹿屋体育大）と共に出場。＜8月14日～19日、中国 深圳開催＞	石田選手が鈴木千代選手（共栄学園高等学校）と共に出場し、9位タイ。＜8月31日～9月4日、カナダ ハリファックス開催＞	イースタンリーグ公式戦 横浜ベイスターズ対読売ジャイアンツ戦。「スカスタを1つに」をテーマに、観客からの応援メッセージを貼ることによって創られる東北の皆さんに向けたメッセージアート作成に挑戦。試合5回裏では、オリジナルタオル一色にして「スカスタを1つに」。	田中姿子選手（エコ計画）・満江明香選手ペア VS 中村彩羅選手・石田アンジェラ選手ペアによるエキシビジョンマッチに、小学生のビーチバレー大会を開催。昨年度の参加人数の約倍となる15団体187名の方々が参加。	平成国際大学に1-2で破れ、予選リーグを敗退。2011シーズンを終了した。	満江選手が田中姿子選手（エコ計画）と共に、年間総合優勝を称えるグランドチャンピオンと共に MVP を受賞。	日本ビーチバレー連盟公認大会を本学湘南キャンパスビーチバレーコートにて開催。女子ビーチバレー部 中村選手が大会運営責任者として携わる。	対カタール富山戦。Shonan BMW スタジアム平塚にて、16時キックオフ！

伊勢原市の小学生における スポーツ環境調査

情報マネジメント学部 教授 渡邊 隆嗣 / 情報マネジメント学部 准教授 中川 直樹

2011年にスポーツ基本法が制定され、その前文には「全ての国民がその自発性の下に、各々の関心、適性等に応じて、安全かつ公正な環境の下で日常的にスポーツに親しみ、スポーツを楽しみ、又はスポーツを支える活動に参画することのできる機会を確保」することが謳われています。本学においては、小中学生のスポーツ活動への参画を支援することを目的に、2007年より(株)湘南ベルマーレと協働して、「産業能率大学 collaboration with 湘南ベルマーレ・スポーツ教室」を開催していますが、参加者のニーズにあった、より一層充実したスポーツ教室を開催するために本調査を企画・実施しました。今回はその一部であるスポーツ活動の現状についての結果を紹介致します。

調査概要

目的

伊勢原市在住の子どもたちが健康な身体を養い、人間性を育み、豊かな生活を実現するために必要とされるスポーツの環境についてアンケート調査を実施し、本学がスポーツ振興支援のための行動計画を策定する際の基礎資料を得ることを目的に、本調査を行う。

実施内容

調査対象：伊勢原市立小学校（10校）に在籍する小学生。ただし、一家庭で複数の児童が在籍している場合には、そのうちの1名を対象とした。

回答者：調査対象となる児童の保護者

調査方法：学校を通じて調査用紙を配布し、郵送にて回収

調査期間：2011年11月10日～12月28日

調査項目：①スポーツ活動の現状とニーズ
②スポーツ施設利用の現状とニーズ
③スポーツクラブへの加入状況とニーズ
④総合型地域スポーツクラブへの加入意向
⑤スポーツイベントの参加状況やスポーツ情報の入手状況とニーズ

その他：本調査において「スポーツ」とは、サッカーや野球、バレーボールなどの競技性の高い運動だけではなく、ウォーキングや体操、ストレッチなど気軽にできる運動も含めるとした。

回収結果：配布数4339部 回収数1150部 有効回収数1122部 有効回収率25.9%

調査結果

対象者の属性

本調査対象の児童の性別は、男子53.5%（600名）、女子46.3%（520名）、無回答0.2%（2名）であった。児童の年齢構成比

（2011年4月1日現在）は、6歳9.4%、7歳13.5%、8歳14.4%、9歳18.2%、10歳16.8%、11歳20.8%、12歳6.1%およびその他が0.7%であった。

記入者の属性

調査用紙への記入は保護者に依頼した。記入者の性別は、男性8.0%、女性91.5%、無回答0.4%であった。また、記入者の年齢構成比は、20歳代1.3%、30歳代43.4%、40歳代52.0%、50歳代2.6%、60歳代0.1%および無回答0.5%であった。さらに、記入者の職業は、専業主婦・主夫が36.3%と最も多く、次いでパート・アルバイト34.4%、会社員・公務員等22.4%の順であった。

休日の過ごし方（3つまで複数回答可）

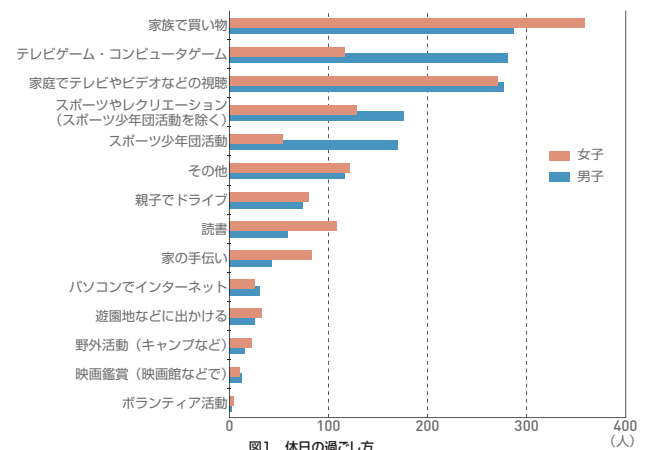


図1 休日の過ごし方

児童の休日の過ごし方は、静的な活動が上位を占めており、最も多かった回答が「家族で買い物 (n=648)」であり、次いで「家庭でテレビやビデオなどの視聴 (n=549)」、「テレビゲーム・コンピュータゲーム (n=401)」の順であった (図1)。

男子 (延べ回答数1567) は、上位3つの回答が他の回答に比べて多く、「テレビゲーム・コンピュータゲーム」の回答率が後述する女子と比較して高い傾向にあった (「家族で買い物」が18.4%、「家庭でテレビ・ビデオなどの視聴」が17.7%、「テレビゲーム・コンピュータゲーム」が18.0%)。女子 (延べ回答数1416) は、「家族で買い物」が25.4%、「家庭でテレビやビデオなどの視聴」が19.1%であったが、「テレビゲーム・コンピュータゲーム」は8.3%と低く、「スポーツやレクリエーション (スポーツ少年団活動を除く)」9.1%や「読書」7.6%と同程度であった。

スポーツの印象

児童が抱いているスポーツへの印象 (図2) は、「とても好き (34.8%)」と「まあまあ好き (47.4%)」を合わせた82.2%が好きと回答していた。

男女別に見てみると、男子は83.7%が好きと回答し、その内訳は「とても好き (40.2%)」と「まあまあ好き (43.5%)」がほ

ほぼ半数であるのに対し、女子では、好きと回答したのは男子とほぼ同程度の80.6%であるが、「とても好き（28.5%）」の回答が「まあまあ好き（52.1%）」の約半数にとどまった。

一方、嫌いと回答したのは「あまり好きではない（15.9%）」と「好きではない（2.0%）」を合わせた17.9%であった。男女別に見てみると、男子は16.0%（14.5%+1.5%）、女子は18.8%（17.3%+1.5%）が嫌いと回答していた。

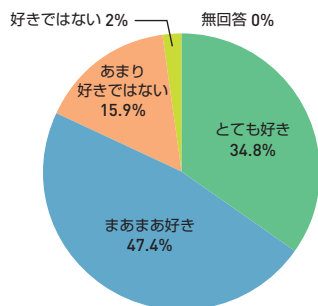


図2 スポーツの印象

スポーツの実施回数

全体で最も多い回答は、「週に1～2回程度やっている（40.8%）」であった。次いで、「週に3～5回程度やっている（23.4%）」、「ほとんどやらない（13.5%）」の順となった。男女別に見ると、男子では「1～2回程度（37.0%）」、「3～5回程度（29.5%）」そして「ほぼ毎日（15.3%）」の順に回答が多かったが、女子では「1～2回程度（45.4%）」の次は、「ほとんどやらない（17.1%）」そして「3～5回程度（16.3%）」の順であった。

スポーツの好きなところ

スポーツが「とても好き」、「まあまあ好き」の人（n=922）の回答（複数回答可）においては、全体（延べ回答数2169）では、「スポーツで身体を動かすのが好き」が最も多く（n=826）、次いで「スポーツの練習をするのが好き（n=371）」、「スポーツの大会・試合に出るのが好き（n=296）」という回答が上位を占めていた。また、男女別に見ても、回答数の上位3項目に変動はなかった。

「スポーツを観る」や「スポーツチームや選手を応援する」よりも「スポーツで身体を動かす」ことの方が好きという傾向にあった。

スポーツをほとんどやらない理由

スポーツを「ほとんどやらない」人（男子62名、女子89名）のみの回答（複数回答可、図3および4）においては、スポーツをほとんどやらない理由を男女別に見てみると、「スポーツが苦手だから」という回答が最も多かった（男子 n=23、女子 n=26）。

学年別に見ると、低学年では、「スポーツが苦手だから」を理由に挙げる件数は少ないが、中学年以降に増加する傾向が見られた。この傾向は、「スポーツが嫌いだから」においても同様である。

次に多い理由は、「始めるきっかけがないから」であった。しかも学年が上がるほど、人数が増加する傾向にあった。

さらに、「ほかにやりたいことがあるから」、「塾や習い事で忙しいから」という回答も多く見られ、結果的に「一緒にやる仲間がないから」の人数が増加することが推測される。

女子に関しては、「やりたいと思うスポーツ種目がないから」という回答が男子よりも多く見られた（男子 n=7、女子 n=23）。

本調査の結果では、女子が今後実施を希望するスポーツの上位は、「水泳（n=91）」、「スキー・スノーボード（n=85）」そして「テニス（n=73）」の順であった（複数回答可）。

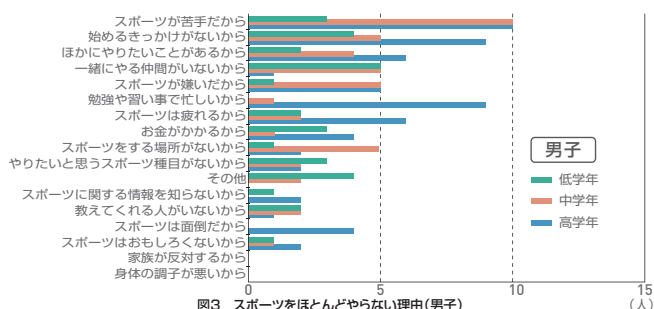


図3 スポーツをほとんどやらない理由(男子)

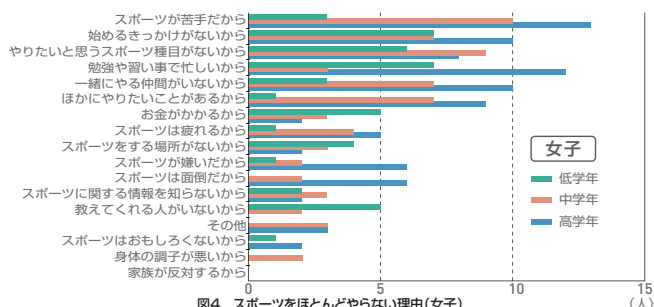


図4 スポーツをほとんどやらない理由(女子)

まとめ

本調査により、児童の持つスポーツに対する印象は、およそ82%が好意的な回答をしていた。しかし、活動面から見てみると、児童の休日の過ごし方では静的な活動が上位に多く挙げられており、さらに児童がスポーツを行う回数は、「週に1～2回」と「ほとんどやらない」という回答で全体の50%以上を占めていたということからも、児童の印象と比べて実際の活動量は少なくなることが推測される。そこで、スポーツを「ほとんどやらない」児童の回答結果から、児童期のスポーツ活動を活性化させる方策を提案し、まとめとしたい。

スポーツを「ほとんどやらない」と回答した児童についてその理由を聞くと、「苦手だから」という回答が最も多かった。さらに学年別に見ると、低学年では少なかったこのような回答が中学年以降に目立っていた。そこで、低学年から自我意識を持ち始める中学年までの児童に対しては、取り組むスポーツへの評価を「できる・できない」だけではなく、例えば練習の効果に対する評価や活動に取り組む姿勢の評価を重視するなど、指導者の対応が必要となる。

次に「ほとんどやらない」理由として多かったのが、「始めるきっかけがないから」であり、この回答は学年が上がる程多くなる傾向が見られた。これらの結果からは、児童のスポーツ種目の選択の機会は、低学年であるほど多様であることが推測される。そこで、中・高学年になっても新たなスポーツに挑戦できるようなプログラムの提供やスポーツ教室などの機会の創出が期待される。また可能であれば、同年齢の児童を対象に実施できるとさらに良いと思われる。

女子特有の回答として、「やりたいと思うスポーツ種目がないから」が挙げられる。笹川スポーツ財団が実施した「子どものスポーツライフ・データ2010」によれば、男子の行うスポーツは体育の領域となっているような種目が多いのに対し、女子はこのような種目に興味や関心を引いていないことを示唆している。確かに本調査の結果でも、今後やりたいと思うスポーツ種目の上位には、「水泳」以外は、「スキー・スノーボード」、「テニス」などの学習指導要領では扱わない種目も見られた。2011年度から体育で必修化された女子に人気のダンスのように、児童のニーズを捉えた体育の授業における種目選択もスポーツ活動の活性化には必要となるものと考えられる。[追記]

本研究の調査結果は、本学スポーツマネジメント研究所 HP にて近日公開される予定です。



スポーツ・マーケティングとは

スポーツ・マーケティングという研究領域が、マーケティングの分野において、確実に1つの領域を形成しつつある。しかしながら、その必要性が叫ばれていることは確かであるが、理論としてまだ確立されたものではなく、その定義や範囲は論者によって異なっていることが多い。その理由は、まだ歴史が浅くその体系化にはいまだ少し時間がかかること、もう1点はスポーツという言葉の意味が広いがゆえにその対象領域が不明瞭なことにある。スポーツ・マーケティングに関する文献をいくつか調べてみても、定義がそれぞれになされており、統一した見解はない。

そこで本稿では、スポーツ・マーケティングの対象を大きく以下の4点に分類して考えることとする。その4つとは、①するスポーツ、②観るスポーツ、③プロモーション・メディアとしてのスポーツ、④コンテンツとしてのスポーツの4つである。

〔スポーツ・マーケティングの領域〕

するスポーツ

- ・用具・ウェアなどの販売
- ・トレーニングの場の提供

観るスポーツ

- ・場所(アリーナ、スタジアム)の提供
- ・試合の運営、提供

スポーツ・マーケティング

プロモーション・メディアとしてのスポーツ

- ・スポンサーシップ
- ・広告・PR

コンテンツとしてのスポーツ

- ・放映権料の販売
- ・商品化権

出所：筆者作成

「するスポーツ」とは、スポーツを実際に行うことをサポートしようとするものである。単にスポーツ用品を売るだけではなく、当該スポーツを振興して競技人口を増やすことを目的とする。次に「観るスポーツ」の最大の課題は、観客をどうやって惹き付け、観戦してくれた観客の満足度をいかに高めていくのかという点にある。第3に「プロモーション・メディアとしてのスポーツ」とは、スポーツを媒体として捉え、広告やPR活動を行うことや、スポーツのイベントもしくは選手をサポートするスポンサーシップから構成される。そして最後の「コンテンツとしてのスポーツ」とは、スポーツに関連するあらゆる権利を売買するものを指している。その対象としては、テレビ放送権の他、商品化権などがある^(注1)。

今回本稿では、bjリーグの横浜ビー・コルセアーズとのコラボレーションにより、観客アンケートを実施していることから、その序論として特に「観るスポーツ」を取り上げ説明する。

エンタテインメントとしてのスポーツ

「観るスポーツ」は、スポーツをエンタテインメントとして捉え、場所を提供し、試合の運営を通じて観客を惹き付け、その状態を維持することを最大のテーマとする。「観るスポーツ」をビジネスの視点から捉えると、物財セクターとサービスセクターの2つの側面から捉える事が出来る。物財セクターでは、スポーツ観戦用のグッズの提供が主たるビジネスのテーマとなる。こうした応援グッズは観客の一体感を醸成し、自分がそのスポーツに参加している感覚を与える機能をもつものである。具体的には、応援するチームのカラーで作られたシャツやメガホン、フラッグやタオル、風船など試合を盛り上げるための道具の提供などがこれに当たる。例えば、先に行われた南アフリカのFIFAワールドカップで一躍有名になったブブゼラという楽器は、観客の多くが持参もしくは購入し、観客は試合中それを吹いて応援することで、観客の一体感を醸成しただけでなく、あの音が大会の代名詞になったといっても過言ではない。こうした参加意識の形成は、観客動員を増加させるためには不可欠なも

のである。

次にサービスセクターからみると、いかに観客に試合を観に来させるかが重要なテーマとなる。単に良い試合をすれば観客が増えるというものではない。特にスポーツをエンタテインメントとして捉えてみると、遊園地やテーマパークにも負けないリピーターを獲得することが必要であり、観客を何度も観に来させる工夫、そして観に来てくれた観客の満足度を高め、もう一度見に行こうという気持ちにさせるマーケティングが不可欠となる。

観客満足度の構成要素

では実際に試合を観戦しに来てもらうためには、いかなるマーケティング手段を講じるべきなのであろうか。この点について、ここでは観客の満足度という視点から考えてみよう。スポーツにおける観客の満足度を形成する要素としては主に以下の3つの要素が考えられる。

第1の対象領域は「試合の質の向上」である。これは端的に言えば、強いチームを作り、スタジアムやアリーナなど試合会場の整備することがテーマとなる。観客は自分が応援するチームの勝利を、気持ち良く観たいことは言うまでもない。第2の対象領域は、「試合を盛り上げる演出」である。これは試合の最中に行われる、試合以外のイベントやファンサービス全般を指す。また試合会場の照明や音楽などもここに含まれる。

第3の対象領域は「グッズやフードの販売による雰囲気づくり」である。観客であるといっても、一部のコアなファンを除けば応援の仕方は分からないし、道具も持っていない。そこで、楽しく応援するグッズや、選手に関連するグッズを販売し、チームとの連帯感やサポーターの一体感を演出することで楽しさは増幅されることになる。

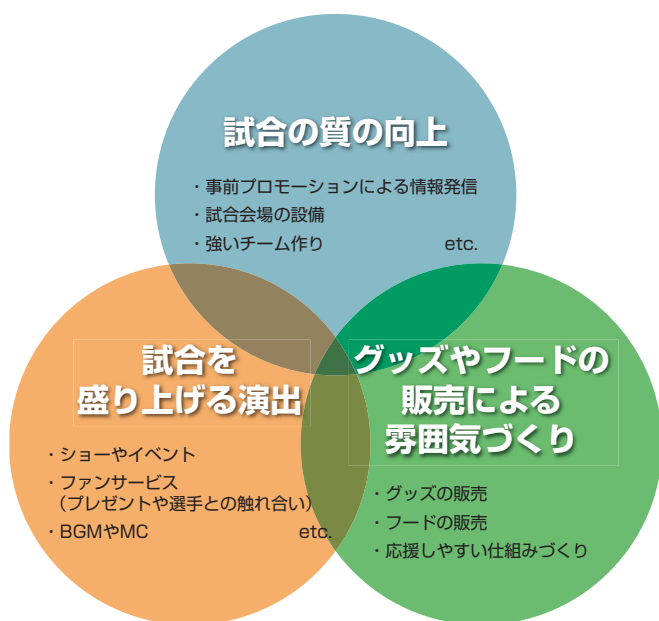
但し、ここで重要な点は、観客満足は試合会場だけで形成され、高まるものではないということである。実際に大きな観客動員に結

び付けているチームやクラブは、試合の事前、事後にも観客に対して、さまざまなアプローチを行っている。例えば、欧米の一部のプロ・チームは、選手や監督などによるサイン会や握手会などのイベントの開催、ウェブサイトなどを通じたさまざまな情報発信、関連グッズの販売、ファン・ミーティングなど徹底した取り組みを実行し、それを観客動員に結び付け、リピーターの囲い込みに成功している。日本のプロ・スポーツにおいても、既にこれらの取り組みは行われているが、散発的なものが多く、連続した展開は図られていない。何よりもテーマパーク等の他のエンターテインメント産業と比べると精緻さに欠ける。観客を惹き付け、リピーターにするためには単発で終わることなく、連続したストーリーの中で囲い込んでいくことが必要となる。

スポーツは人々に感動を与えることのできる強力な力を持っている。単なる満足ではなく、感動や熱狂とも言えるべき興奮を与えることが可能な数少ないコンテンツである。その意味でスポーツが持っているポテンシャルは極めて高い。エンタテインメントの一環として、よりスポーツを楽しめるような環境を創り、こうしたスポーツの持つポテンシャルを活かすことのできるサービス・マーケティング上の工夫と展開が求められているのである。



【試合観戦における観客満足の対象領域】



出所：筆者作成

メディア影響調査で探る ビーチバレーの可能性

ーなでしこブームとスポーツ漫画の影響を中心にー

情報マネジメント学部 准教授 **小野田 哲弥**

日本バレーボール協会 ビーチバレー強化委員会 副委員長 **川合 庶**
湘南ベルマーレ ビーチバレーチーム ゼネラルマネージャー / 産業能率大学 女子ビーチバレー部 ヘッドコーチ

2011年の日本スポーツ界は、サッカー女子日本代表「なでしこジャパン」のFIFA女子ワールドカップ（W杯）優勝の話題で持ちきりであった。本稿では、その快挙がもたらした意識変化を実証的に探るとともに、これまでも特定スポーツのブームに火をつけてきた「メディアコンテンツ」の影響について、進捗中の調査結果を報告する。なお本文は「ビーチバレー普及の観点から」を川合が、それ以外を小野田が執筆した。

女子サッカー人口が今後拡大!?

本研究では、2011年の2月と9月に、それぞれ全国の男女1万人を対象としたインターネット調査を実施した^{*1}。なでしこジャパンのW杯優勝は2011年7月17日（日本時間7月18日早朝）であるため、両調査結果を比較することで、なでしこフィーバーが与えた影響を実測することができる。

娘にさせたいスポーツ「サッカー」が急浮上

両調査で調査対象が共通する20代・30代サンプルのデータを抽出して集計したところ、【女の子にさせたいスポーツ】質問に対する「サッカー」の順位に顕著な違いが見られた^{*2}。表1はその上位25種目の変動を示したものである。女性（母親想定層）における「サッカー」は順位も低く有意な増加は見られなかったが、男性（父親想定層）では、2月の5.4%から9月の12.1%へと、2倍以上に跳ね上がったことが確かめられる。

表1. 20・30代男女の「女の子にさせたいスポーツ」の順位変動

男性 20代・30代						女性 20代・30代					
2011年2月(N=2,214)			2011年9月(N=820)			2011年2月(N=2,839)			2011年9月(N=1,146)		
Rank	項目名	%	Rank	項目名	%	Rank	項目名	%	Rank	項目名	%
1	水泳・スイミング	37.0	1	水泳・スイミング	51.0	1	水泳・スイミング	44.8	1	水泳・スイミング	54.5
2	テニス	29.6	2	テニス	21.7	2	バレー	27.8	2	バレー	41.2
3	バレーボール	14.3	3	バレー	16.7	3	テニス	26.8	3	テニス	17.1
4	バスケットボール	10.2	4	サッカー	12.1	4	バレーボール	13.0	4	新体操	11.0
5	バレー	9.5	5	バレーボール	10.0	5	新体操	10.7	5	ヒップホップダンス	10.5
6	バドミントン	9.0	6	新体操	9.8	6	バスケットボール	10.4	6	チアリーディング	8.6
7	新体操	7.6	7	バスケットボール	8.8	7	バドミントン	10.1	7	バレーボール	8.0
8	ゴルフ	7.1	8	ゴルフ	8.3	8	チアリーディング	8.2	8	合気道	7.8
9	ソフトボール	7.0	9	陸上	7.9	9	ヒップホップダンス	7.2	9	フィギュアスケート	7.2
10	陸上	6.5	10	弓道	6.3	10	弓道	7.1	10	ヨガ	6.8
11	ラクロス	5.6	11	バドミントン	6.1	11	合気道	6.6	11	バスケットボール	6.6
12	チアリーディング	5.6	12	体操競技	5.9	12	陸上	5.9	12	弓道	6.1
13	弓道	5.5	13	チアリーディング	5.1	13	空手道	5.8	13	スノーボード	6.0
14	サッカー	5.4	14	合気道	4.9	14	フィギュアスケート	5.5	14	空手道	5.6
15	合気道	4.0	15	ヒップホップダンス	4.1	15	ゴルフ	5.0	15	剣道	5.4
16	スノーボード	3.9	16	フィギュアスケート	4.0	16	スノーボード	4.8	16	バドミントン	4.9
17	フィギュアスケート	3.8	17	スノーボード	4.0	17	体操競技	4.5	16	ゴルフ	4.9
18	体操競技	3.2	18	空手道	3.5	18	馬術	4.4	18	陸上	4.5
19	空手道	3.0	18	なぎなた	3.5	19	ラクロス	4.0	19	馬術	4.3
20	卓球	3.0	20	馬術	3.3	20	ヨガ	4.0	20	体操競技	3.6
21	フットサル	2.7	21	フットサル	3.0	21	剣道	3.3	21	フラダンス	3.4
22	ヒップホップダンス	2.5	22	剣道	2.7	22	バントフリス	3.2	22	スキューバダイビング	2.9
23	アルペンスキー	2.4	22	登山	2.7	23	ソフトボール	2.9	23	サッカー	2.7
24	野球	2.4	24	野球	2.4	24	フラダンス	2.4	24	なぎなた	2.4
25	なぎなた	2.3	25	ソフトボール	2.3	25	サッカー	2.3	25	バントフリス	2.3

男性サッカー経験者においてより顕著

「女の子にサッカーをさせたい」と考える男性（父親想定層）のスポーツキャリアを探ったところ、学生時代にサッカー部に所属、あるいは現在サッカーやフットサルを行っている属性が強く働いていることが判明した^{*3}。つまり、なでしこフィーバーは、特に男性サッカー経験者に対して、娘にサッカーをさせたい大きな動機付けになったといえる。表2は、男性サッカー経験者に限定した場合の「女の子にさせたいスポーツ」トップ10の変化である^{*4}。2月時点でも一般男性よりは高く8.4%を記録しているが、9月では2.5倍以上の21.1%へと大幅に増加していることがわかる。

以上から、これまでとはえ自身がサッカー経験者であっても積極的に娘にサッカーをさせたいと考える男性は10人に1人にも満たなかったが、2011年の夏を機に5人に1人以上にまで激増したといえる。もちろん実際に娘にサッカーをさせたかどうかの検証はこれからだが、少なくとも意識変化の面において、いかになでしこジャパンのW杯優勝がエポックメイキングな出来事であったかが理解できる。

表2. 男性サッカー経験者の「女の子にさせたいスポーツ」の順位変動

男性 20代・30代 サッカー経験者限定					
2011年2月(N=596)			2011年9月(N=270)		
Rank	項目名	%	Rank	項目名	%
1	水泳・スイミング	36.4	1	水泳・スイミング	51.5
2	テニス	32.4	2	テニス	24.1
3	バレーボール	14.4	3	サッカー	21.1
4	バレー	11.7	4	バレー	20.7
5	バスケットボール	10.4	5	バレーボール	10.7
6	バドミントン	8.9	6	バスケットボール	10.0
7	サッカー	8.4	7	新体操	9.6
8	新体操	8.2	8	ゴルフ	8.9
9	ソフトボール	8.1	9	バドミントン	7.4
9	陸上	8.1	10	陸上	6.7

スラムダンク効果は本当か？

2011年9月に実施した調査では、昨年度の「ゲートウェイ・マインニング」（何がスポーツを始める際の「きっかけ」となったか）を拡張し、スポーツ関連のメディアコンテンツ（情報バラエティ番組・映画・ドラマ・漫画／アニメ・ゲーム等）とスポーツキャリアとの関連性について探った^{*5}。世代を20代・30代・40代に分けて以下に検証結果を報告する。

男女ともに漫画／アニメの影響は絶大

スポーツ活動経験は全世代において中学時代に最大値を示すため、スポーツキャリアは中学時の所属運動部に限定し、関連を検証するスポーツ関連メディアも回答率20%以上の主要コンテンツに限定して、その特化係数（両者の重複率は通常の重複率の何倍か）

のトップ5を世代別に掲載した。男性の結果が表3、女性の結果が表4である。男性はもともとスポーツ好きの割合が高いことも影響し、漫画 / アニメのみならず、情報バラエティ番組・海外映画・ゲームなどにも強い関連性を示すコンテンツが存在した。他方、女性における主要コンテンツは漫画 / アニメに限られ、種目が合致しないケースも散見される。しかし、40代の『アタックNo.1』と『エースをねらえ!』、30代の『SLAM DUNK』、20代の『テニスの王子様』など、最上位のコンテンツと部活動経験との間には、同一種目間の密接な連動性が確認できた。

今後の調査課題

今回の調査では、いわゆる「鶏が先か、卵が先か」の前後関係までは把握できていない。ゆえに例えば表3における『SLAM DUNK』に関して、男性20代では漫画 / アニメが「バスケットボール」の経験に影響を与えた可能性が高いが、男性40代については『週刊少年ジャンプ』での連載開始時（1990）、高校生以上（19～28歳）であったことから、中学時代に「バスケットボール」部に所属していた男性が、あとから当該コンテンツに接したと考えるのが自然である。次回行う調査では、特定のメディアコンテンツがスポーツを始めた直接的なきっかけとなったかについても実証できるよう設計したい。

表3. 男性の中学時所属運動部と主要スポーツ関連メディアとの関連性

男性 20代	Rank	スポーツ関連メディア			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	媒体ジャンル	%	所属運動部	%		
	1	やべっちFC	情報バラエティ番組	23.6	サッカー	8.8	22.2	2.515
	2	キャプテン翼	漫画 / アニメ	21.3	サッカー	8.8	21.5	2.429
	3	ウイニングイレブン	テレビゲーム	20.8	サッカー	8.8	19.6	2.221
	4	SLAM DUNK	漫画 / アニメ	30.5	バスケットボール	7.3	14.6	2.012
男性 30代	Rank	スポーツ関連メディア			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	媒体ジャンル	%	所属運動部	%		
	1	やべっちFC	情報バラエティ番組	24.0	サッカー	10.2	20.3	1.987
	2	熱闘甲子園	情報バラエティ番組	20.0	軟式野球	10.8	17.9	1.658
	3	プロ野球ニュース	情報バラエティ番組	26.2	軟式野球	10.8	17.4	1.612
	4	SLAM DUNK	漫画 / アニメ	36.9	バスケットボール	9.5	14.4	1.519
男性 40代	Rank	スポーツ関連メディア			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	媒体ジャンル	%	所属運動部	%		
	1	SLAM DUNK	漫画 / アニメ	20.5	バスケットボール	8.6	12.6	1.479
	2	プロ野球ニュース	情報バラエティ番組	31.5	軟式野球	9.2	13.6	1.477
	3	エースをねらえ!	漫画 / アニメ	22.6	軟式テニス	7.5	11.0	1.473
	4	キャプテン翼	漫画 / アニメ	36.2	サッカー	7.1	10.4	1.466
女性 20代	Rank	スポーツ関連の漫画 / アニメ			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	関連スポーツ	%	所属運動部	%		
	1	テニスの王子様	テニス	25.7	軟式テニス	9.2	11.9	1.297
	2	該当作品なし	—	28.3	所属なし	48.8	56.1	1.149
	3	タッチ	野球	24.6	軟式テニス	9.2	10.5	1.141
	4	SLAM DUNK	バスケットボール	33.3	軟式テニス	9.2	10.3	1.125
女性 30代	Rank	スポーツ関連の漫画 / アニメ			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	関連スポーツ	%	所属運動部	%		
	1	SLAM DUNK	バスケットボール	32.4	バスケットボール	7.8	11.8	1.504
	2	YAWARA!	柔道	26.0	軟式テニス	9.6	13.0	1.354
	3	該当作品なし	—	23.9	所属なし	41.2	51.4	1.248
	4	キン肉マン	プロレス	22.0	バレーボール	8.2	10.2	1.245
女性 40代	Rank	スポーツ関連の漫画 / アニメ			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	関連スポーツ	%	所属運動部	%		
	1	アタックNo.1	バレーボール	36.0	バレーボール	8.1	10.6	1.318
	2	エースをねらえ!	テニス	43.2	軟式テニス	11.6	14.6	1.251
	3	巨人の星	野球	32.5	バレーボール	8.1	10.0	1.238
	4	あしたのジョー	ボクシング	26.5	軟式テニス	11.6	13.3	1.140
女性 50代	Rank	スポーツ関連の漫画 / アニメ			中学時代		重複率 (%)	特化係数
		コンテンツ名	関連スポーツ	%	所属運動部	%		
	1	アタックNo.1	バレーボール	36.0	バレーボール	8.1	10.6	1.318
	2	エースをねらえ!	テニス	43.2	軟式テニス	11.6	14.6	1.251
	3	巨人の星	野球	32.5	バレーボール	8.1	10.0	1.238
	4	あしたのジョー	ボクシング	26.5	軟式テニス	11.6	13.3	1.140

表5は、回答率は低いものの、通常の3倍を超える極めて強固な関連性を示したメディアとスポーツキャリアの組み合わせの一例である。現代は、かつての『巨人の星』や『あしたのジョー』のようなメガヒットコンテンツが生まれにくいメディア環境にあるといわれるが、表3においても若い世代ほど特化係数の高いケースが目立っているように、「かゆい所に手が届く」コアターゲットを狙ったコンテンツの進化も著しい。上述の時系列把握に加え、今後はそ

のような多様性にもアプローチし、スポーツ振興の可能性を探っていきたい。

表5. 低回答率ながら高い特化係数を示したコンテンツとスポーツキャリアの例

世代	スポーツ関連メディア			スポーツキャリア			重複率 (%)	特化係数	
	コンテンツ名	媒体ジャンル	%	時期	活動スポーツ	%			
男性	20代	奈緒子	漫画 / アニメ	1.0	高校	陸上	3.6	60.0	16.703
	40代	甲子園シリーズ	テレビゲーム	1.1	高校	硬式野球	2.3	27.3	11.625
	30代	VIVA! CALCIO	漫画 / アニメ	1.0	高校	サッカー	6.1	45.0	7.400
	30代	少年よラケットを抱け	漫画 / アニメ	1.1	高校	硬式テニス	3.8	27.3	7.091
	30代	Harlem Beat	漫画 / アニメ	2.3	中学校	バスケットボール	9.5	37.8	3.994
世代	スポーツ関連メディア			スポーツキャリア			重複率 (%)	特化係数	
	コンテンツ名	媒体ジャンル	%	時期	活動スポーツ	%			
女性	20代	SWAN -白鳥-	漫画 / アニメ	1.8	高校	バレー	1.2	26.3	21.194
	20代	リベロ革命!!	漫画 / アニメ	1.2	高校	バレーボール	2.8	46.2	16.663
	20代	アラベスク	漫画 / アニメ	2.2	中学校	バレー	1.7	26.1	15.174
	20代	DIVE!!	漫画 / アニメ	1.1	中学校	水泳・スイミング	4.6	25.0	5.453
	30代	みんなのダンス	テレビゲーム	1.7	中学校	軟式テニス	9.6	31.4	3.281



09

産業能率大学× 横浜ビー・コルセアーズ

文責：木村 剛

横浜ビー・コルセアーズ発進！

2011年10月に、横浜を本拠地とする新たなプロ・スポーツ・チームが誕生しました。

プロ・バスケットボール、bjリーグに2011-12シーズンから参戦している横浜ビー・コルセアーズです。本研究所では、地元横浜でスポーツビジネスを展開する横浜ビー・コルセアーズと、教育（インターンシップ）やアリーナでのアンケート調査など、スポー



ツ・マネジメント研究の分野において、コラボレーションする運びとなりました。

ビー・コルセアーズというチーム名は、応募で寄せられた様々なチーム名を編集し、その頭文字をとったものです。詳しくはチームのHPをご覧ください。詳しいのですが、簡単に言うと、ビーは、blue、bay、basketなどの意味を持ち、コルセアーズとは海賊達という意味になります。

横浜ビー・コルセアーズは、今シーズン横浜文化体育館、横浜国際プールをメインアリーナとして戦っていますが、新規参入チームでありながらプレーオフ進出を決めるなど、参入1年目のチームとは思えないような活躍を見せています。

本学とのコラボレーション

今後、産業能率大学では横浜ビー・コルセアーズとのコラボレーションを通じて、様々な試みを実施していく予定です。

そしてその試みはすでに始まっています。まず、2011-12シーズン開幕当初からインターンシップを実施しています。このインターンシップには、自ら応募してきた9名の学生が参加しています。

インターンシップでは、シーズン前に事前学習を行い、ビー・コルセアーズの本社も訪問させて頂きました。実習に入ってから、



2011年10月インターンシップ実施に先立ち、参加メンバーと小川 GM・廣田社長へご挨拶



インターンシップに参加の学生。当初は臨機応変な対応に四苦八苦も、現在では試合運営のサポートも。

会場の設営や観客の誘導などを行い、慣れてきてからは試合運営のお手伝いもできるようになってきました。インターンシップは多くの大学で実施されていますが、スポーツビジネスの現場でのインターンシップ実習はほとんどありません。実習生も、様々な体験を通して、スポーツビジネスの現実と厳しさを肌で感じているものと思います。

さらに、2011年12月からは横浜のホームゲームにおいて、アリーナでの観客調査も始められ、2012年5月まで続けられる予定となっています。bjリーグにおいて、継続的な観客アンケート調査が行われる機会はほとんどありません。アンケートでは、観客属性はもとより、バスケの魅力や来場のきっかけ、さらには試合会場での不満や、グッズやフーズに関することまで幅広く聞いています。これを集計・分析し、来シーズン以降、よりよい試合運営や、観客サービスを提供できるよう、役立てていく予定です。

アンケート調査の結果については、本研究所 HP や本誌でも適宜ご紹介していく予定です。

最後に、今回のコラボレーション開始に当たり、横浜ビー・コルセアーズの廣田和生社長と小川直樹 GM にコメントを戴きました。この特集ページ内に掲載させていただきますので、こちらの方もご覧いただければと思います。

新規参入で健闘している横浜ビー・コルセアーズの応援を本学ともどもよろしくお願いいたします。



小川 直樹 GM

皆さん、こんにちは。横浜ビー・コルセアーズは神奈川県・横浜市をホームタウンとするプロバスケットボールチームです。今回、産業能率大学様のご協力をいただき、観戦に来られたお客様に対するニーズの調査を依頼しました。この調査結果を元に、来シーズン更なるサービス向上のために、努力していきたいと思っています。是非、一度会場にてご観戦下さい。バスケットボールコートと観客席は非常に近く、臨場感溢れるダイナミックなゲームを味わっていただければ幸いです。



廣田 和生 社長

2011年10月に横浜ビー・コルセアーズは産声を上げ、初参戦の今シーズン、ファイナル4まで勝ち進むことが出来たこと、非常に嬉しく思っております。これも産業能率大学様を始め、多くの行政機関、関連団体、スポンサー各社、そして熱きブーストを送り続けてくれたブースターの皆様のお力添えがあったからこそと感じています。今シーズンから開始された産業能率大学様とのコラボレーションでは、アンケート調査とインターンシップを実施しました。インターンシップでは、最近、受動的な活動しか出来ない学生が多い中、産業能率大学の学生諸氏が能動的に活動されている姿を拝見し、感服しています。社会で生きていける術を今回のタイアップを元に、習得していただければ互いに相乗効果に繋がると考えています。

■ 研究所長



宮内 ミナミ

産業能率大学
副学長
経営学部 学部長 / 教授

■ 研究員



渡邊 隆嗣

産業能率大学
情報マネジメント学部 教授

■ 研究員



中川 直樹

産業能率大学
情報マネジメント学部 准教授

■ 研究員



木村 剛

産業能率大学
情報マネジメント学部 准教授

■ 研究員



小野田 哲弥

産業能率大学
情報マネジメント学部 准教授

■ 客員研究員



川合 俊一

日本ビーチバレー連盟 会長
株式会社・プロス代表

■ 客員研究員



川合 庶

日本バレーボール協会
ビーチバレー強化委員会 副委員長
産業能率大学
女子ビーチバレー部 ヘッドコーチ
産業能率大学
情報マネジメント学部 兼任講師

■ 客員研究員



水谷 尚人

㈱ SEA Global 代表取締役
産業能率大学
情報マネジメント学部 兼任講師

■ 客員研究員



西野 努

㈱ SEA Global 取締役
産業能率大学 客員教授

■ 客員研究員



中島 靖弘

NPO 法人湘南ベルマーレスポーツクラブ トライアスロンチーム
ヘッドコーチ
産業能率大学
情報マネジメント学部 兼任講師

■ 客員研究員



安藤 美佐子

NPO 法人湘南ベルマーレスポーツクラブ 厚木女子ソフトボール
チーム 監督
産業能率大学
情報マネジメント学部 兼任講師



※研究員肩書きは2012年4月1日現在のものです

編集後記

今年の夏はロンドン五輪が開催されます。世界的な厳しい経済情勢や、急速な社会の変化が進むなかで、様々な国や地域から様々なバックグラウンドを持った選手たちが、世界の最高峰を目指して集う4年に一度の祭典を楽しみにしておられる方も多いことと思います。

2011年度の研究所活動を紹介する本誌第4号では、「スポーツは人を育てる」というテーマのもと、目標を持って自らを高める努力を続ける選手たちと、スポーツイベントの運営を通じて成長する学生たちにスポットを当て、特集を企画しました。研究報告とあわせてお読みいただければと思います。

これからも、スポーツマネジメント研究所の活動を通じて、「目標を持って努力を続けることの大切さ」「選手・チームの育成、成長」「社会や人々とのコラボレーション」「スポーツを通じた豊かさ、スポーツの持つ可能性」について発信していきたいと思っています。よろしくお願いいたします。

SANNO SPORTS MANAGEMENT

Vol.04

Editor in Chief

宮内 ミナミ Minami MIYAUCHI

Editorial Staff

渡邉 隆嗣	Takashi WATANABE
中川 直樹	Naoki NAKAGAWA
木村 剛	Tsuyoshi KIMURA
小野田 哲弥	Tetsuya ONODA
長瀬 綾乃	Ayano NAGASE

SANNO SPORTS MANAGEMENT Vol.04

2012 年（平成 24 年）6 月発行

< 編集 / 発行 >

産業能率大学 スポーツマネジメント研究所
〒259-1197 神奈川県伊勢原市上粕屋 1573
TEL:0463(92)2211

©The SANNO Institute of Management. All rights reserved.

SANNO SPORTS MANAGEMENT

SPORTS MANAGEMENT RESEARCH CENTER, SANNO UNIVERSITY, JAPAN



Learning Life through Sports!