

科目名	スポーツ経営学							年度	2026
英語科目名	Sports Business Administration							学期	前期
学科・学年	スポーツトレーナー科三年制 2年次	必/選	選	時間数	15	単位数	1	種別※	講義
担当教員	小松雅樹		教員の実務経験	有	実務経験の職種	プロスポーツチーム			
【科目の目的】 本科目では、大規模な産業として成長を続けるスポーツ産業の経営に関わるマネジメントやマーケティングに関する基本的知識の習得を目的とする。スポーツ経営を学ぶことで、スポーツ産業の構造やビジネスモデル、マーケティング戦略、財務管理などのビジネススキルを獲得し、スポーツ団体やチームなどの持続可能な発展を促進するため能力向上を目指す。									
【科目の概要】 スポーツ組織の運営、スポーツ事業の計画・運営・評価、地域スポーツクラブの機能と役割、広域スポーツセンターの機能と役割、地域におけるスポーツ振興方策と行政の関わり、我が国のスポーツ振興施策について学ぶ。									
【到達目標】 日本スポーツ協会公認スポーツ指導者(アスレティックトレーナー、ジュニアスポーツ指導員、水泳指導員、テニス指導員、テニス教師など)に共通して必要となる基礎的な知識を身につけた上で、経営戦略、マーケティング、組織マネジメントなどスポーツ事業における経営学を理解することを目標とします。									
【授業の注意点】 授業時数の4分の3以上出席しない者は定期試験を受験することができない。									
評価基準＝ルーブリック									
ルーブリック 評価	レベル3 優れている		レベル2 ふつう				レベル1 もう少し		
到達目標 A	組織全体や個々の事業の構造を理解し、論理的かつ戦略的な考え方が出来る。		組織全体や個々の事業の基本構造について説明出来る。				到達目標の達成度として不十分		
到達目標 B	組織の構造や文化、人的資源の管理、チームビルディング、コミュニケーションなど、具体的な組織構造や機能を理解した上で組織内でのリーダーシップや管理能力の発展に活用できる。		組織内でのリーダーシップや管理の重要性について説明できる。				到達目標の達成度として不十分		
到達目標 C	授業内で学んだ知識を応用し、ビジネス上のコミュニケーションや交渉力、問題解決能力を向上させることが出来る。		ビジネス上のコミュニケーションや交渉力、問題解決能力の重要性を理解を説明出来る。				到達目標の達成度として不十分		
到達目標 D									
到達目標 E									
【教科書】 「公認スポーツ指導者養成テキスト」共通科目Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ(公益財団法人日本スポーツ協会)									
【参考資料】 ゼミナール経営学入門 第3版/日経BPM(日本経済新聞出版本部)									
【成績の評価方法・評価基準】 筆記試験・レポート・平常点									
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。									

科目名		スポーツ経営学			年度	2026
英語表記		Sports Business Administration			学期	前期
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容	到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価
1	イントロダクション	マネジメントの理解	1 授業概要の説明	スポーツ経営学を学ぶ目的と活用の理解	3	
			2 マネジメントの概要	マネジメントの概要が理解出来る。		
			3 マネジメント思考のスポーツへの応用	スポーツにおけるマネジメントの応用が理解出来る。		
2	経営の基礎理論	戦略的思考と企業の意思決定プロセスの理解	1 マネジメントのカテゴリー	組織と経営環境のマネジメントの違いが理解出来る。	3	
			2 矛盾のマネジメント	二項対立時の対応方針が説明出来る。		
			3 事例紹介	事例から学習ポイントとの共通点が見いだせる。		
3	経営の基礎理論	経営資源と情動的資源の理解	1 経営資源	経営資源が理解出来る。	3	
			2 戦略の概要	戦略の概要が理解出来る。		
			3 戦略的思考	戦略的思考法について説明が出来る。		
4	経営の基礎理論	ポジショニングと経営戦略の理解	1 事業分析と競争戦略	事業分析の意味と方法が理解出来る。	3	
			2 ポジショニング	ポジショニングに基づく経営戦略が理解出来る。		
			3 事例紹介	事例から学習ポイントとの共通点が見いだせる。		
5	経営の基礎理論	競争優位とビジネスシステム	1 コアコンピタンス	競争優位に必要なコアコンピタンスが理解出来る。	3	
			2 情動的資源	情動的資源の優位性について説明出来る。		
			3 事業構造戦略	事業構造戦略の概要が説明出来る。		
6	マーケティングの基本原則と戦略	競争のための差別化の理解	1 市場競争の焦点	市場競争の目的や対象が理解出来る。	3	
			2 差別化のパターン	4つの差別化パターンが説明出来る。		
			3 差別化の注意点	ニーズ要因の基づく差別化の注意点が理解出来る。		
7	マーケティングの基本原則と戦略	ニーズと市場の変化の理解	1 ニッチャー戦略	顧客特性やグラフィックとニッチャー戦略の関係性が理解出来る。	3	
			2 フルライン戦略	顧客特性やグラフィックとフルライン戦略の関係性が理解出来る。		
			3 事例紹介	事例から学習ポイントとの共通点が見いだせる。		
8	まとめ	スポーツ経営学に関する重要点の整理と理解	1 学習内容の総括	授業が取り上げる課題や学習進行が理解できる。	3	
			2 経営知識のスポーツへの応用	スポーツ経営学的課題のポイントを理解出来る。		
			3 コミュニケーション	スポーツ経営学の知識応用について自分の見解を述べる事が出来る。		
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考 等