

科目名	スポーツ経営学							年度	2026
英語科目名	Sports Management							学期	前期
学科・学年	スポーツトレーナー科 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】 スポーツ実務に求められる基礎的な経営学的な考え方（例：経営戦略、マーケティング、組織マネジメントなど）を紹介し、地域スポーツ振興や総合型地域スポーツクラブでの活用方法について解説をします。本来、経済学や経営学において用いられる理論や法則についての学習となりますが、スポーツ実務においても応用範囲は広く、ビジネス視点から自分自身の仕事の仕方を考える上で参考となる知識を身につけます。									
【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 Management			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	ニーズ要因に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