

令和2年度スポーツ産業の成長促進
事業「スポーツ経営人材育成・活用
推進事業」実践的スポーツ経営人材
育成のためのケース教材開発のご案内

スポーツ庁参事官

令和2年度 スポーツ産業の成長促進事業「スポーツ経営人材育成・活用推進事業」 実践的スポーツ経営人材育成のためのケース教材開発のご案内

1. 事業の背景と教材開発の目的：

昨今のスポーツ界において、スポーツ界内外の人材育成の仕組みは十分に整っておらず、スポーツ経営人材が不足しており、既存の MBA コース等への導入も見据えたスポーツ経営人材育成のための実践的な教材の開発が課題となっている。

そこでスポーツ庁では、本事業において、スポーツ団体等と連携し、既存の経営学系大学院又はスポーツ科学系大学院等で活用可能な実践的なスポーツビジネス及びスポーツマネジメントを学ぶことが出来るケーススタディ教材の開発を行っている。

興味・関心がある学校法人におかれましては、【3. 問合せ先】へお問合せ願います。

2. 各ケースのトピック（それぞれ今年度末完成）

No.	担当者名	トピック（案）
1	和田由佳子・松岡宏高	ジャパンラグビートップリーグの観客維持とファン層拡大に向けたマーケティング戦略
2	足立名津美・松岡宏高	フィットネス産業：変化する経営環境下での顧客維持・拡大のためのマーケティング戦略
3	住田健・前田和範	高知ファイティングドッグス：スポーツチームが“地域課題を解決する起爆剤”に
4	吉田政幸	東京マラソンのマーケティング・コンセプトの理解と成長戦略の検討
5	辻洋右	株式会社マネーフォワードのスポーツスポンサーシップ戦略（仮）
6	備前嘉文・吉倉秀和	アスリートとのパートナーシップによるプロモーション戦略
7	押見大地	スポーツを活用した都市戦略
8	浅田瑛	千葉ロッテマリーンズ：熱狂的ファンがもたらす影響とファンベース拡大戦略
9	佐藤晋太郎・木下敬太	アルビレックス新潟シンガポールの国際市場拡大戦略
10	原田宗彦・山下玲	国内スキーリゾートにおける市場拡大戦略：HakubaValley Tourism のケース

トピック概要（一例）

Case1: ジャパンラグビートップリーグの観客維持とファン層拡大に向けたマーケティング戦略

日本ラグビー協会のマーケティング担当者は、2019年のワールドカップの成功を受け、全国的なラグビーへの関心の高まりとスタジアムでの観客動員数が増加しているというこの絶好の機会に、地域ごとの特性を考慮しながら観客動員数の維持とファン層の拡大のためのマーケティングに取り組まなくてはならない。このケースで学ぶ受講者は、見るスポーツを対象としたスポーツビジネス現場におけるマーケティング戦略について、具体的な提案を検討しながらその理論やフレームワークおよびそれらの活用方法を身に付けることができる。

Case2: フィットネス産業：変化する経営環境下での顧客維持・拡大のためのマーケティング戦略

フィットネス産業はバブル経済崩壊後に一時的に市場が縮小したものの、その後の健康志向の高まりなどによって再び拡大した。しかし近年は、ジム、スタジオ、プールを併せ持つ従来型の大規模店舗、つまり総合タイプのフィットネスクラブが苦境に立たされている。それは、2000年代以降の小規模・目的志向業態（24時間型、プティックスタジオ型など）の台頭に起因する。総合タイプ店舗を展開するクラブには、会員流出の阻止および会員取戻しのための戦略が求められている。このケースで学ぶ受講者は、スポーツをする人々を顧客とするフィットネスビジネスの事例を通して、自らが対策を考えながらスポーツマーケティングを理解することができる。

Case10: 国内スキーリゾートにおける市場拡大戦略：HakubaValley Tourism のケース

国際的にマウンテンリゾート開発が加速する中、国内のスキー場開発の問題点は、マーケティングの不在にあった。バブル経済最盛期にその人気を誇った国内スキー場の多くは、その後の低迷を今も引きずっている。そんな中、どのようにしてHakubaValleyはマーケティング戦略を打ち出し、先駆的な事例となり得たのか。このケースで学ぶ受講者は、リゾート開発の成功事例を通して、destination・マーケティングで用いられる理論を含めて、スポーツツーリズム事業において必要なマーケティング戦略について深く考える機会を得ることができる。

3. 問い合わせ先

スポーツ庁 参事官（民間スポーツ担当）付 経営改善係（sminkan@mext.go.jp）

早稲田大学スポーツ科学学術院（info.sportcases@gmail.com）