

スポーツ・アントレプレナーシップ教育の実践 —地域を創るスポーツ・デザインプロデュース—

松田裕雄

A practice report of “Sports-Entrepreneur education” —Sports design produce to create the community—

Yasuo MATSUDA

1. 緒言

現在日本において、スポーツの価値が高い普遍性を有した無形資産価値として定着していないことは誰もが実感していることであろう。少なくとも産業性（カネ＝価値とした時）、大衆性や文化性（ヒトの理解・関心＝価値とした時）、立国性（国の取組体制＝価値とした時）、そして競技性（普及・強化・育成の成果＝価値とした時）という4側面だけから見ても、その価値は社会的に潜在的である。

その原因のひとつに、スポーツの価値から社会的価値を創造し（＝新たな市場の形成）、需要と供給、雇用と消費を発生させ、大衆への「価値の顕在化」を図る担い手、すなわちスポーツ起業家が絶対的に不足していることが考えられる。

近年、益々競争が激化する経済界では、「チャレンジ精神・自立性・創造性・判断力・社会性」などの資質を兼ね備えた「生きる力」や「生活していく力」、すなわちアントレプレナーシップ（起業家的な精神）が重視されている。これを受け、小・中・高・大の教育現場では、起業家的精神を持ち合わせた人材の教育、すなわちアントレプレナーシップ教育の実践が進んでい

る。日本でも平成13年前後より経済産業省東北経済局や関東経済局主導の下に、小中学校で導入され始めており、近年では「『生きる力』を育む総合的な学習時間」を利用した展開が散見される。

こうした教育展開の背景には、情報技術の進歩による市場のグローバル化、これに伴う差別化競争の一層の激化、その中で世界の企業が経営マネジメントにおける価値基準を大きくシフトし始めたことが考えられる。すなわちこれまでのように「モノ」や「カネ」を重視し、そこで差別化を図るスタイル（ダニエル・ピンク曰く「マネジメント1.0及び2.0の時代」）から、これらに無限の付加価値を与え、自社の無形資産価値やブランド価値を高める「ヒト」を重要な経営資源とし、「ヒト」で差別化を図る「マネジメント3.0の時代」にシフトし始めたということである。

スポーツに視点を戻すと、我が国のスポーツ界も同様の課題を抱え始めていると言える。国際競技力の面では、グローバル化を背景に国内トップリーグの国際競争力の低さが露呈されている。というのも国内トップスター選手はより魅力ある海外トップリーグへと流れる一方で、海外からスター選手が流れてくるケースは大相

撲以外に殆ど無いからである。またこれに併せてメディアの優先度もより高い視聴率や集客力を有する海外スポーツへシフトしており、企業スポーツの崩壊の背景には、正にこうしたメディアバリューの低下や先述した企業間競争激化が大きく影を落としている。このように国内スポーツにおける「カネ」回りは停滞しており、国内スポーツ市場の国際競争力が脆弱であることは誰もが知る事実である。

一方国内普及力の面でも不安定感は拭えない。学校スポーツでは指導者不足、就職難から来る勉強重視のスポーツ離れや体力低下等の問題が散見され、文科省主導で開始された総合型地域スポーツクラブの設立も経営の担い手不足により当初の目標を大きく下回る現状となっている。

こうした状況の打開に向けては、学校制度や企業文化への依存、補助金や協賛金獲得ありきの『「カネ・モノ」主導のマネジメント』の実践という視点だけでは限界がある。より経済力のあるトップリーグ、トップクラブ、地域クラブの経営、スポーツ系企業の起業、スポーツをコンテンツとした新しいビジネスの開発を手掛けていける人材、またスポーツの価値を国策にできる制度設計能力を有する人材も必要である。すなわちそれは失敗を恐れず新しい価値を創造していけるような起業家的精神を有した人材を育成していく『「ヒト」主導のマネジメント』を開発していく視点である。その為には「スポーツ・アントレプレナーシップ教育」のカリキュラムの充実が不可欠であると考えられる。

本稿ではこうした背景を受けて実施してきた教育プログラムの全体像を整理し、その入門的役割を担った授業「地域を創るスポーツ・デザインプロデュース」における結果及びその成果と課題、そして今後の展望について報告していく。

2. アントレプレナーシップ教育 (Entrepreneur education)

アントレプレナーシップは、日本語では「起業家活動」と訳されるが、PFドラッカー曰く起業家とは必ずしも新規開業によるベンチャーだけを指すものではなく、従来とは異なる視点からのアイデアや系統的な経営手法に基づいて新規事業展開する人を指す。

アントレプレナーシップ教育の定義について。アントレプレナーシップ開発センターでは、「精神的にも自立した個人として、問題意識を持ち、新しいことに挑戦することで既存の社会をよりよく変革していける人材の育成を目指すもの」としている。

一方東北経済局では、「起業家的人材を育てる教育」としており、起業家的人材を「起業家的精神（積極性、チャレンジ精神、創造性、自信、探究心）と起業家的資質・能力（自己責任・判断力、チームワーク力、地域理解・郷土愛、実行力、プレゼン力等々）を有する人材」としている。

本授業では、こうした人材をスポーツの様々な価値に触れていく中で育成していくことを目指しており、これを「スポーツ・アントレプレナーシップ教育」としたい。

3. スポーツ・アントレプレナーシップ教育プログラムの概要

(1) 教育内容

講義、実習、実践を通じてスポーツビジネスのチャンス、マインド及びマネジメントに関するナレッジを教授し、その魅力を伝えることである。

(2) 教育目標

- ①新たなスポーツビジネスをプロデュースできる人材の育成
- ②既存のスポーツビジネスを新たな視点で再活

性できる人材の育成

- ③常に高いベンチャースピリット・ビジネスマインドを持って自分の専門フィールドに取り組める姿勢を持った人材の育成

(3) 対象と狙い

スポーツを専門とする体育専門学群の学生に対してだけではなく、他の学問領域を専攻する学生をも対象としていくことで、これまでの学問領域とスポーツを掛け合わせた新たな価値創造の発信を促していくことを狙いとしている。

(4) 教育理念

良きスポーツから良き未来を

— GOOD SPORTS! GOOD FUTURE!

本プログラムでは「価値あるヒトに触れ」、「価値あるコトを自ら創り出す」プロセスを繰り返して実践することで人材育成を図っていくものとした。

具体的には、スポーツビジネスで実績を作ってきたヒトに触れ、また学生自らも実際にスポーツで価値を創造する活動を展開していくことで（＝良きスポーツの価値への接触）、スポーツビジネス固有の文化的価値や産業性、社会性について学び、日本のスポーツ、産業を明るく楽しいものにしていく人材を輩出していきたい（＝良き未来の創造）という考え方である。

(5) プログラム概要

大学・産業界・スポーツ界の権威による座学・実学、そして地域の連携による実習を通じ、主に1) スポーツの価値で社会的価値を創造し、起業活動を展開してきた起業家の人材に触れるプログラム、2) 起業活動を実際に体験実践していくプログラム、の2つを軸に3段階で展開してきた。（図1・2）

(6) 実施運営体制（図3）

授業全体の展開には、大学はもとより地元のスポーツ系NPO法人、体育協会、自治体、市

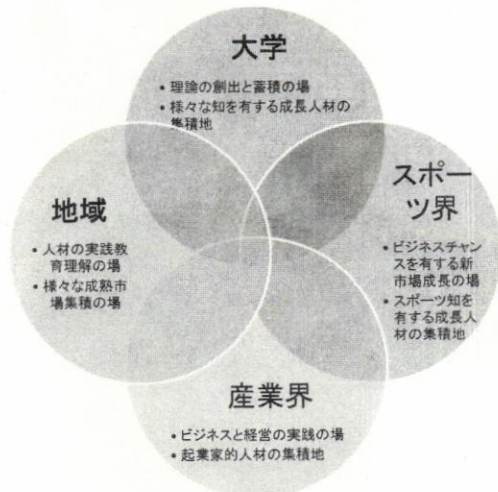


図1 プログラム構成の概念図

民の協力や各種スポーツ系事業組織や個人事業主の協力が欠かせない。学生への出張講義、学生との協働作業がその主な内容である。

本稿では、こうしたプログラム展開（図2）の導入部を担った科目「地域を創るスポーツ・デザインプロデュースⅠ・Ⅱ」（以下「SDP」とする）に着目して報告する。

4. SDP 授業実施結果

(1) 筑波大学総合科目

SDPは、全部で155講座が開講されている総合科目のうちの一つとして平成19年度より開講した。総合科目とは、筑波大学の教養教育の柱として、広い視野から人間の生き方を問う為のものの方や考え方を身につけ、学問することへの関心を高めることを目的に開学当初から開設されてきた科目である。種類は「学際的科目」と「異分野入門的科目」とに分かれ、SDPは前者に位置づけ、広い視野からモノの見方や考え方を身につけ、学際的な観点に立った学問の重要性等を学ぶ為に、学問的・社会的に興味深い重要なテーマに取り組んでいく科目として総合科目で開講されることになった。