

ポスター発表

- ・日本体育協会（JASA）が取り組む，総合型地域スポーツクラブの育成と，それらのクラブに携わるクラブマネジャーの養成事業について161
津々木晶子（財団法人日本体育協会）
 - ・地域スポーツ振興を支える人材の養成と将来展望 クラブ育成アドバイザーの視点から ...162
宮崎朋子（順天堂大学大学院）
 - ・スポーツ専門職としての指定管理者制度における公共スポーツ施設経営のコンサルティング
総合システム研究所㈱の事例紹介163
大野貴司（総合システム研究所株式会社）
 - ・東京女子体育大学における社会体育施設実習の現状と課題164
早瀬健介（東京女子体育大学）
 - ・公共施設の利用者満足度調査のシステム化における一考察
～『eモニ』開発背景と導入結果について～165
上野正樹（総合システム研究所）
 - ・フィットネスインストラクターに求められる将来像 - 定性的データを用いた研究 -166
備前嘉文（早稲田大学大学院），原田宗彦（早稲田大学スポーツ学術院），
藤原直幸（早稲田大学大学院）
 - ・株式会社明治スポーツプラザにおけるインターンシップ事例167
大多和亮介（早稲田大学大学院人間科学研究科），
原田宗彦（早稲田大学スポーツ科学学術院）
 - ・インターンシップ報告：Jリーグクラブ168
井戸未知子（大阪体育大学大学院）
 - ・インターンシップ報告：Jリーグクラブ169
石田慎也（大阪体育大学大学院）
 - ・株式会社エヌ・ティ・ティ・アドへのインターンシップ事例170
大宮アルディージャへの観客増員のための提案
大西孝之（早稲田大学大学院スポーツ科学研究科），
原田宗彦（早稲田大学スポーツ科学学術院）
 - ・インターンシップ報告：スポーツマネジメント企業171
永田順也（大阪体育大学院）
 - ・目指す職業の「ソフト」を身につける
～東京都生涯学習文化財団での仕事とキャリア設計～172
河原行雄（順天堂大学大学院）
 - ・浅井学園大学におけるインターンシッププログラム173
石澤伸弘（浅井学園大学 生涯学習システム学部 専任講師）
 - ・指定管理者制度におけるスポーツ施設のマネジメントに必要な能力に関する研究174
齋藤れい（早稲田大学大学院）
原田宗彦（早稲田大学スポーツ科学学術院）
中植弘満（早稲田大学スポーツビジネス研究所）
- 鹿屋体育大学生涯スポーツ指導実習体験報告2006
成田 好：グランドバシフィック・スポーツ倶楽部
守口紘平：コナミスポーツクラブ洋光台
横山茜理：整形外科北新病院リハビリテーション科
福田誠治：NPO法人出雲スポーツ振興21
楊 驍磊：大阪セントラルフットボールクラブ

日本体育協会（J A S A）が取り組む、総合型地域スポーツクラブの育成と、 それらのクラブに携わるクラブマネジャーの養成事業について

津 々 木 晶 子

財団法人日本体育協会

要 約

日本体育協会は、明治44年（1911年）に嘉納治五郎を初代会長として創立しました。現在は、国民体育大会、スポーツ指導者の育成、生涯スポーツの振興、国際スポーツ交流、スポーツ医・科学の研究など、国民スポーツ振興のために諸事業を幅広くすすめています。

総合型地域スポーツクラブの育成は、平成12年度に策定された国の「スポーツ振興基本計画」の中で、生涯スポーツ社会の実現に向けて、「10年間で、全国の各市町村において、少なくとも1つは総合型地域スポーツクラブを育成する」という目標が掲げられています。日本体育協会では、平成9年度からスポーツ少年団を核としたクラブ育成モデル地区事業、平成14年度からスポーツ振興くじ助成によるクラブ創設支援事業とクラブ活動支援事業を展開してきました。

日本体育協会では、これまでのモデル事業の中で培ったノウハウを活かし、これから総合型地域スポーツクラブ設立に向けた取り組みを行う全国のクラブ・団体を対象に、総合型地域スポーツクラブが設立される日までの活動に対し、活動経費を交付して、地域住民の主体的なクラブ創設に向けた育成事業を展開しています。老若男女を問わず、いつでも・どこでも・だれでも・いつまでも、身近な地域でスポーツに親しむことができるような環境を整えるために、総合型地域スポーツクラブの育成と定着を支援しています。

また、日本体育協会ではスポーツ指導者の養成事業を行い、安全で、正しく、楽しいスポーツ活動を提供できる環境を整える取り組みをしています。現在、スポーツリーダーを始め、コーチ、アスレティックトレーナー、スポーツドクターなど2万を超える登録者がおり、スポーツ活動を支えています。

平成18年度からは、総合型の地域スポーツクラブなどで活躍が期待されるマネジメントスタッフの養成として、「公認クラブマネジャー」とその補佐にあたる「公認アシスタントマネジャー」の養成事業に取り組み始めました。クラブが自主運営を基盤としてクラブの経営資源を有効に活用でき、円滑な運営を続けていくための人材を養成していきます。

今後も、生涯を通じたスポーツ活動の場として期待される総合型の地域スポーツクラブなどを支援し、子どもから高齢者まで、初心者からトップアスリートまで、身近で充実したスポーツ環境を整えることに努めていきたいと考えています。

地域スポーツ振興を支える人材の養成と将来展望 —クラブ育成アドバイザーの視点から—

宮 崎 朋 子

順天堂大学大学院

要 約

「スポーツ振興基本計画」(文部科学省, 2000) が2006年9月に見直されると共に, 生涯スポーツ社会の実現に向けた地域スポーツ環境整備の必要性が一層強調され, 最重要方策の一つである「総合型地域スポーツクラブ」の普及・育成が急速に進められている。2004年6月からは「総合型地域スポーツクラブ育成推進事業(以下, 「本事業」)」が文部科学省から財団法人日本体育協会に委託されたことをきっかけとし, 全国各都道府県体育協会に「クラブ育成アドバイザー」が設置された。各地域で総合型地域スポーツクラブの設立準備を進める諸団体に対し, クラブ組織体制の確立や, クラブ事務・経理処理手続きに加え, クラブ間の連携・交流を促進させる「仕掛人」としての役割がクラブ育成アドバイザーに課せられている。

一方で, クラブ育成アドバイザーは, 地方自治体と共に生涯スポーツ環境づくりの具体的な方策を考案することや, 総合型地域スポーツクラブ育成の意義・手法を伝えるなど, 地域スポーツ振興の立役者としての活躍が大いに期待されている。2006年度で既に3年目に突入した本事業の成果を踏まえ, クラブ育成アドバイザー活動に関する評価基準の設定や, 雇用制度の確立に関する議論が展開され始めたのも事実である。こうした動きは, 今後の地域スポーツ振興を担う人材の確保と養成, 定着に向けた大きな一歩と考えられる。

しかしながら, 国家予算を財源に進められている各種スポーツ振興施策を概観すると, 地域スポーツ振興を担う専門職の確立や実践的なトレーニングプログラムの構築に関する具体的な方策は見出されていない。これは, クラブ育成アドバイザーについても同様であり, 特に, 近年では大学卒業後, もしくは大学院生としての立場からクラブ育成アドバイザーとして活動する若者が増えている現状を踏まえると, 大学等の研究機関とスポーツ関連団体・組織等との連携による, 地域スポーツ振興専門職の養成支援プログラムやキャリアアッププログラムの開発, 将来的な社会的地位の獲得方策の構築が必要と考えられる。

本発表では, クラブ育成アドバイザーの具体的な業務の事例紹介と共に, 有用な大学カリキュラムの内容や専門領域における学習と, 現場業務との関連性について報告する。そして, 体育・スポーツ行政や各種スポーツ団体, 地域住民と最も近い立場から地域スポーツ振興に携わるクラブ育成アドバイザーの養成手法と将来的な可能性について考察する。

スポーツ専門職としての指定管理者制度における 公共スポーツ施設経営のコンサルティング —総合システム研究所(株)の事例紹介—

大野 貴 司
総合システム研究所株式会社

要 約

1. 背景

2003年9月2日の地方自治法（第244条）の一部改正により、「指定管理者制度」が制定され、この制度により、従来は直営もしくは、財団、第三セクター等の自治体の出資法人等による管理委託に限定されていた公共施設のマネジメントを民間企業が行えるようになった。この指定管理者制度は、供給物件の多さや複数企業での応募が認められていることもあいまって、その市場は活況を呈している。供給物件には、公共体育館、プール、健康増進施設等のスポーツ・体育施設も含まれており、民間フィットネスクラブ等に公共スポーツ施設経営という新たなスポーツビジネスの事業機会を提供している。

本報告では、こうした新たなスポーツビジネスとしての指定管理者制度にいち早く注目し、指定管理者制度（特に公共スポーツ・健康増進施設経営）の調査・コンサルティング業務を展開し、指定管理市場において、パイオニア的ポジションを構築し、多様な事業を展開している政策シンクタンク・総合システム研究所株式会社（東京都港区、大竹弘和代表取締役）に注目し、指定管理者制度のコンサルティング会社としての取り組み事例を紹介する。それにより、新たなスポーツビジネスの一形態としての指定管理者制度とその可能性、そして新たなスポーツ専門職としての指定管理者制度について言及していきたい。

2. 手法

同社の指定管理者コンサルティング業務の取り組み事例を1、2ケース取り上げ、ひとつのプロジェクトの業務の開始から、終了までというプロセスを概観する。そこにおいて、同社が、クライアントに対し、いかなるコミットメント・貢献をすることで、コンサルタント会社としての役割を果たしているのかを概観することにより、スポーツ専門職としての指定管理者コンサルティングという新たな職業の存在を公知したい。それによりスポーツビジネスにおける潜在的な起業家への啓発になればと考えている。

東京女子体育大学における社会体育施設実習の現状と課題

早瀬 健介

東京女子体育大学

要 約

社会体育施設実習は社会体育指導者を目指す学生が、社会体育の実際を経験し、指導者の職務を見習う活動と位置づけられており、大学において修得した体育・スポーツに関する理論及び実技をもとに実習することにより、理解を深め、社会体育指導者としての資質の向上を図り、指導力を身につけることを目的としている。なお、本学においては、所定の科目を履修することにより、卒業時に本学独自の「社会体育指導者認定証」を取得することが可能となっている。

実習先は、東京体育館から大学近隣の公共スポーツ施設、商業スポーツ施設に至るまで多岐にわたり、学生自らが専任指導員がいるスポーツ教室など独自の事業を行っている体育館、プール、トレーニングルーム等複数の体育施設を有している、等の条件を満たす施設を探しその承諾を得てくる必要がある。実習期間は原則3週間、大学生は3年夏季休業期間から4年夏季休業期間まで、保健体育学科(短大)学生は2年夏季休業期間までのともに授業に支障のない期間とし、単位数は3単位となっている。

実習生は、実習録の書き方から既実習者による体験報告会、実習先の社会体育指導者の講話(実習内容、心構え、留意事項等)など数回の事前オリエンテーションの出席が義務づけられ、終了後には社会体育施設実習録の提出も行われる。

実習を行った学生にとっては、施設の管理・運営、スポーツ教室などの企画・運営、教室参加者や施設利用者に対する正しい理解をはじめ社会体育を取りまく諸課題の把握など、自己の社会体育指導者としての可能性の再検証に役立ってきている。

公共施設の利用者満足度調査のシステム化における一考察 ～『eモニ』開発背景と導入結果について～

上野正樹

総合システム研究所株式会社

要 約

1. 開発背景, 目的

公共施設の管理運営は、2003年9月に導入された指定管理者制度により大きく変わろうとしている。一番の変化は民間企業やNPO法人など、あらゆる団体が公共施設を主体事業者として管理運営できることになったことであろう。

指定管理者制度導入の目的は数多く挙げられるが、その内の一つとして公共サービスの向上が挙げられる。それに伴い、指定管理者に対する行政・住民からのチェック機能・システムが求められてくるのではないだろうか。

利用者満足度評価におけるサービスの度合いを測る手段として、アンケートが一般的に多く用いられる。しかし、その設問内容が的を射ていなかったり、データ集計等の手間などを考慮したりすると、施設管理者自身が、定期的に相当数のアンケートを実施し、なおかつ相応の分析を行うことは困難である状況であると言わざるをえない。

弊社においては、そのようなニーズが必ず発生すると想定し、開発・販売を行っているのが利用者満足度評価システム「eモニ」である。

弊社における数多くの指定管理者コンサルティング実績により培われたノウハウを活かし、アンケート内容の作成とインターネットを使ったシステム化の双方を実現した商品である。

2. 本発表の対象施設

- (1) 関東圏に所在地を置く、市営スポーツ施設（民間企業が指定管理者） 1施設
- (2) 関西圏に所在地を置く、市営スポーツ施設（民間企業が指定管理者） 1施設

3. 調査方法

弊社公共施設利用者満足度システム「eモニ」を用いて、一般利用者に対して200部数を基準にアンケート調査を行い、その結果から分析を行った。

4. 結果及び考察

「eモニ」導入の開発経過・導入過程から、様々な課題と公共施設の利用者傾向が見えてきた。例えば、公共スポーツ施設の施設利用者層は民間フィットネスクラブに比べて、高齢者の利用割合が非常に高い。このことから、インターネットだけをアンケート入力窓口に限定した利用者満足度評価には、その回答者層が偏る傾向にあり、その回答データの信憑性に欠けていると言わざるをえない。弊社のシステムにおいては、そのような状況においても対応できるシステムを構築することにより、普遍性のあるアンケート回収を実現した。

本発表においては、「eモニ」開発過程と現在の課題に合わせて、実際に導入した結果を分析し掲示していく。

フィットネスインストラクターに求められる将来像 — 定性的データを用いた研究 —

備前 嘉文¹⁾, 原田 宗彦²⁾, 藤原 直幸³⁾

早稲田大学大学院¹⁾, 早稲田大学スポーツ学院²⁾, 早稲田大学大学院³⁾

要 約

【緒言】

フィットネス産業において、企業は多様化する消費者のニーズに応えるため、施設の充実など様々な経営努力をおこなってきた(古沢, 1999)。その結果、新しく開業されるフィットネスクラブではトレーニングジム・スタジオ・プールといった従来型の機能に加え、温浴施設やアミューズメント機能を備えた施設が多くみられる。この傾向は今後も続き、世戸(2003)が指摘するように、これからのフィットネスクラブの経営形態はより多目的化することが予想される。これまで指導者的役割であったフィットネスインストラクターに顧客が求める理想像も変化していくことが考えられる。

今日、多くの学生が卒業後の進路、また在学中のアルバイトやインターンとしてフィットネスインストラクターを希望している。民間クラブのフィットネスインストラクターに関しては現在のところ公的な資格は存在しない。各企業が独自で講習会や研修を開催することによって資格を付与している。今後、多様化するニーズに応えるため、各企業は施設面だけでなく、社員教育などを通して消費者が求めるインストラクターの育成も重要な課題となるだろう。

【研究の目的】

本研究では、フィットネスインストラクターのイメージに関する情報を収集し、考察することで、フィットネス産業において求められるフィットネスインストラクター像を見出すことを目的とする。また本研究では、データの分析において親和図法とテキストマイニングの2種類の異なる手法を取り入れ、双方の結果を比較検討することも目的とする。

【研究方法】

本研究では、大学生を対象に質問紙調査をおこない、自由回答記述方式によりフィットネスインストラクターに対するイメージを抽出した。本研究では親和図法とテキストマイニングの2種類の分析方法を用いたため、対象者を2グループに分け、親和図法のグループには自由記述したイメージに対して-3から+3までの得点を記してもらった。親和図法とは統一性のない情報やアイデアなどを言葉の意味合いの親和性によって直感的にグループ化・図式化することで問題の所在や本質を明らかにする研究方法であり、文書データを単語の出現頻度や相関関係から分析するテキストマイニングと同様に、定性的なデータから調査対象者の潜在ニーズを導き出すことに有効な分析手法であるとされている(那須川, 2006)。

株式会社明治スポーツプラザにおけるインターンシップ事例

大多和亮介¹⁾, 原田宗彦²⁾

早稲田大学大学院人間科学研究科¹⁾, 早稲田大学スポーツ科学学術院²⁾

要 約

1980年代のエアロビクスブームなどを背景に拡大成長を続けたフィットネス市場は、1990年代に「冬の時代」などと呼ばれた低迷期に入る。しかし、近年の健康・癒し志向の高まりの中で、市場は再度の拡大傾向にある。中高年をメインターゲットに順調に成長を続け、2005年の市場規模は平成以降の最高値を更新し（レジャー白書、2005）、2014年には約4,500億円規模となる見通しである（クラブビジネスジャパン、2005）。また、現在は市場シェアの50%以上を上位4社が占める寡占化が進んでおり、2006年5月には株式会社ルネサンスが住友商事のフィットネスクラブ事業買収を発表し、中長期経営計画において09年3月期連結売上高を9割増（05年3月期比）に拡大する目標を盛り込むなど、M&Aや新規出店に象徴される大手の勢いは加速していると推察され、勢いある中堅企業、中小企業がそれに続く。

明治製菓株式会社が100%出資する株式会社明治スポーツプラザ（以下、明治スポーツとする）は、2005年5月に東京ガススポーツ株式会社の全株式を取得、2006年12月には西日本最大級のスポーツクラブ「ザバススポーツクラブデルタ」をオープンするなど、好調な業績を堅持している。石原良太郎社長は社団法人日本フィットネス産業協会監事も同時に務めており、本インターンシップには、学生の就業体験の機会としてのみならず、業界理解の浸透及び向上を目指した一策としての意義をも含んでいる。

インターンシップ実施期間は2005年10月24日から28日までの5日間であり、実施内容は、社長への同行が基本であった。社長や各業務担当者からの講義を通じて、社長業務、そして明治スポーツが行う各業務内容や経営戦略への理解を深めるとともに、フィットネス業界全体に関する多くの見地を得た。また、営業への同行、社団法人日本フィットネス産業協会理事会への同席、明治製菓株式会社への同行、自社及び他社の見学などを行った。本インターンシップは、実際の労働を伴った体験的理解の促進や意識醸成には乏しいものの、企業トップである社長への同行という特殊性と希少性に富み、企業経営者の視点から捉えた市場を同時に俯瞰し得るという特徴がある。

当日は、実施内容の詳細と、本インターンシップから得られた考察、そして本インターンシップに関する課題を報告する。

インターンシップ報告：Jリーグクラブ

井戸未知子

大阪体育大学大学院

要 約

実習先は、東京都をホームタウンとするVクラブ（Jリーグ）である。

実習期間は、1回目が2005年8月11日から9月12日、2回目が2006年2月1日から2006年11月30日である。実習内容は、ホームタウン活動の企画・運営、ホームゲームイベントの企画・運営、新規スポンサーのプロポーザル作成、スポンサー報告書作成、スポンサー営業等であった。また、2回目の実習ではという京都内の一つの地域を担当し、ホームタウン活動のマーケティングプランの立案と実践をおこなった。さらに、観察法と質問紙調査法を併用し、この活動における地域組織や地域住民との関係性構築の効果測定を実施し、修士論文としてまとめた。

インターンシップを通して、目前の仕事に取り組むだけでなく、長期的視野に立ってプランを立案・実施し、その評価を通してクラブ経営にフィードバックしていくことの重要性と必要性を実感した。さらに、長期的な経験によって実務能力が向上するとともに、実践に必要な知識と能力を再認識することもできた。

インターンシップでの実績によって、2007年4月からVクラブへの就職が決った。大学と大学院で学んだ理論とインターンシップで向上した実務能力を活かし、Vクラブとファンのためにこれからも務めていきたい。

インターンシップ報告：Jリーグクラブ

石 田 慎 也

大阪体育大学大学院

要 約

2005年夏に、大阪にあるCクラブ (Jクラブ)、2006年夏に広島にあるSクラブ (Jクラブ) で実習を行った。実習期間はCクラブが2004年8月2日から8月20日である。Sクラブは2006年8月1日から9月2日である。実習内容は、ホームゲームイベントの企画・運営、チケットティング、試合当日の会場整理、新規スポンサーの営業活動などである。

実習を通して、サポーターとのより良い関係を構築すること、そのためには綿密な計画を立てることが重要であると感じた。また、スポンサーに対するメリットの明確化の重要性を実感した。様々な業務を担当し、プロチームの経営の一端を体験することができた。そして、2005年以降、Cクラブにおいて試合開催日を中心に継続的に実施してきたインターンシップによってCクラブへの就職が決まった。2007年2月からは、この実習で学んだこと、感じたことを活かし、魅力あるCクラブ作りに従事していきたいと考える。

株式会社エヌ・ティ・ティ・アドへのインターンシップ事例 —大宮アルディージャへの観客増員のための提案—

大西孝之¹⁾, 原田宗彦²⁾

早稲田大学大学院スポーツ科学研究科¹⁾

早稲田大学スポーツ科学学術院²⁾

要 約

株式会社エヌ・ティ・ティ・アドへのインターンシップは、2006年6月より始まった。広告代理店である株式会社エヌ・ティ・ティ・アドは、現在Jリーグに加盟する大宮アルディージャが1998年に創設された当初からクラブ運営に関わっている。この度のインターンシップでは、大宮アルディージャの観客動員数を増やすための企画、調査、立案、実施、検証の一連の業務を行うことが目的である。ほぼ週に1度、打ち合わせに参加し、2007年1月時点では、3つの調査を行い、大宮アルディージャへの提案段階まで行っている。本発表では現在までのインターンシップの業務内容の詳細を紹介し、特に調査から導き出された大宮アルディージャのサポーターの特徴を紹介し、提案内容を報告する。

数度にわたる打ち合わせの結果、大宮アルディージャの観戦者の現状を正確に把握することが必要であるとの結論に達し、3つの観戦者調査を実施した。3つの調査の概要は以下の通りである。まず、大宮アルディージャの観戦者全体の特徴を把握するため、スタジアム内においてアンケート調査を行った。2006年8月19日にさいたま市駒場浦和スタジアムで行われたJリーグ・ディビジョン1第18節大宮アルディージャ対ガンバ大阪戦において、観戦者を対象にして訪問留置法にてアンケート調査を実施した。また、チームに安定的な収益をもたらすコアファンを理解するために、ファンクラブ会員、シーズンシートホルダーを対象としてアンケート調査を実施した。調査は郵送法にて行い、アンケートは2006年11月1日に郵送され、2006年11月26日に埼玉スタジアム2002で行われたJリーグ・ディビジョン1第33節大宮アルディージャ対セレッソ大阪戦において、スタジアムにて回収した。有効標本数は、観戦者調査が366 (回収率88.0%)、ファンクラブ向け調査が285 (回収率23.8%)、シーズンシートホルダー向け調査が346 (回収率15.0%)であった。

これらの調査の結果により、マーケティングを行うに当たっての基本戦略と、特にコアファンに対して「ロイヤルティの維持向上」を、ライトファンに対して「来場頻度の向上」を目標としていくつかの提案を行った。なお、発表当日には調査結果ならびに提案内容について、より詳細な報告を行う。

インターンシップ報告：スポーツマネジメント企業

永 田 順 也
大阪体育大学大学院

要 約

2006年7月22日（土）から9月7日（木）までの期間に、株式会社エスイーエスでインターンシップを行った。

株式会社エスイーエスは、プロアスリートマネジメント、海外挑戦する選手への語学やトレーニングプログラム等の提供、更にはイベント開発運営、スポーツブランドマーケティング、翻訳など様々な事業を展開している。また、アリーナフットボールリーグ（AFL）の日本でのプロモーションを行っており、日本代表チーム「侍ウォーリアーズ」を編成し、アメリカ遠征のマネジメント業務を行っている。実習内容はイベントの企画・運営、スポーツチームのホームページ制作、スポーツ関連商品のPR・営業、スポーツ誌の特集記事の制作、選手のエージェント業務などである。

実習を通して、ただ単に選手やチームの情報を発信するのではなく、ファンなどの受け取る側の立場に立つことが重要であり、そのためには調査・分析を行い、マーケティング戦略を立案し、実践することが必要であると感じた。この実習で学んだ経験を今後の大学院生活、さらには社会に出てからの大きな糧となると考える。

目指す職業の「ソフト」を身につける ～東京都生涯学習文化財団での仕事とキャリア設計～

河原行雄
順天堂大学大学院

要 約

私は、大学院を修了した後、スポーツ施設の管理に携わる仕事をしたいと考えている。今回は、現在携わっている仕事や研究テーマを私の持つ「ソフト」として、いかにスポーツ施設の管理ということにつなげていくかを発表する。

現在、野川研究室への委託業務という形で、東京都生涯学習文化財団の東京体育館事務局で週2回仕事をしている。そこでの主な業務は、広域スポーツセンターでの総合型地域スポーツクラブの育成支援である。総合型地域スポーツクラブへの人材派遣を中心に、啓発の事業などのサポートと財団に対してのスポーツに関する情報提供の業務を担当している。また、東京体育館内に事務局があるので、当然、スポーツ施設に関する仕事もサポートしている。

これらの仕事のほとんどが将来施設運営に将来必要となるであろう「ソフト」になっていると考えている。指定管理者制度が進む中、総合型地域スポーツクラブが公共スポーツ施設を運営する、または、指定管理者が総合型地域スポーツクラブを立ち上げる、総合型地域スポーツクラブの育成拠点とするなどという事例が増えている中、総合型地域スポーツクラブに関する仕事の経験は必ず、施設管理の「ソフト」につながるからである。

だが、将来のことを考え、インターンシップに一定期間参加しても、仕事の全ての部分を経験できるわけではない。それは社会に出ても同じであり、希望する業種の職業に就いたからといって、最初の数年は一部分を担うという場合がほとんどではないだろうか。もし、インターンシップを通して就職活動をするのであれば、施設を運営するための「ソフト」を自分がどれだけ持っているかということアピールしなければならない。

その場所です実務経験をするすることで将来キャリアに必要な「経験」や「勘」で養える「ソフト」は身につく。それも十分武器となる「ソフト」になる。大学院生の自分は、もう一つの重要な「ソフト」を持たなければならない。それは、現在起こっている問題点を、働いている現場で発見し、自分の研究をつなげ、それを現場にフィードバックすることである。現在、自分の行っている研究は、総合型地域スポーツクラブに関する研究であり、現在いる場所へのフィードバックを考えた研究が中心である。実務現場における「経験」や「勘」だけでなく、研究レベルで「問題発見」から「問題解決」まで取り組めることが、就職希望の大学院生の最大の武器となるのではないだろうか。

浅井学園大学におけるインターンシッププログラム

石澤 伸 弘

浅井学園大学 生涯学習システム学部 専任講師

要 約

浅井学園大学(北海道江別市)では、専門の資格を持つキャリアカウンセラーや経験豊富な専門スタッフが常駐している「キャリア支援部・キャリア支援課」を設置することで、早くから独自のキャリア支援システムを構築し、豊富なノウハウで学生の将来設計をバックアップしてきた。入学時に実施する「職業興味検査(CPS-J)」から始まり、「キャリアカウンセリング」、「キャリアプランニング」、「キャリアガイダンス」、そして「インターンシップ」を四つの柱として、総合的に学生のキャリア形成をサポートし、学生が最良の進路選択ができるようにきめ細やかな対応を行っている。

その中で最も重要な役割を担っているのが「インターンシップ」である。インターンシップは「社会」を体験できる貴重な機会として注目度が高く、年々参加する学生も増加している。浅井学園大学においては2005年度50名を超える学生が参加しており、正規科目としての単位認定も行っている。

具体的な内容としては、長期にわたって企業や組織内でのひとつのプロジェクトを成し遂げるプロジェクト型や体験型の他、起業家としての将来を考えている学生に対しては、アントレプレナー型のプログラムも準備されており、多種多様なインターンシッププログラムが展開されている。

指定管理者制度におけるスポーツ施設のマネジメントに必要な能力に関する研究

齋藤 れい¹⁾, 原田 宗彦²⁾, 中植 弘満³⁾

早稲田大学大学院¹⁾, 早稲田大学スポーツ科学学術院²⁾, 早稲田大学スポーツビジネス研究所³⁾

要 約

【序論】

わが国では「民間でできるものは民間に委ねる」という基本的な考え方のもと、行政改革が推進されている。行政サービスのより効果的な提供を促すため、PFI法（1999年）、市場化テスト法（公共サービス効率化法、2006年）、指定管理者制度（2003年）が導入された。指定管理者制度とは、公の施設の管理を特定の法人等に限らず民間事業者も行うことができるとした制度である。

【研究の目的】

同制度の成否を握るのは、優れた事業計画でも豊富な実績でもなく、実際に施設管理を行うマネジャー（所長）の力量である。具体的には、人材のマネジメントや、施設の特性に応じた施設のマネジメント、そしてファイナンスのマネジメントに優れた能力を発揮することのできる人材が不可欠とされる。

そこで本調査においては、指定管理者制度に携わる専門家を対象とし、指定管理者による運営が始まった公的スポーツ施設における施設管理マネジャー（所長）に必要とされる「能力と資格の制度化の将来的可能性」を予測するための基礎的データを得ることを目的とした。

【研究の方法】

本研究では、指定管理者制度に関わる専門家・事業者を対象に、同じ回答者に調査を2回に分けて行うこととし、1次調査の結果を2次調査でさらに意見を集約させていくという、デルファイ法的手法を用いた。

まず、1次調査において「共通能力」として組織マネジメントの基本的な能力を質問し、同時に「選択・発展能力」として、屋内型・屋外型スポーツ施設のマネジメントを行うために必要な専門能力についてオープンエンドで回答を求めた。

そして、2次調査において「共通能力」に関しては1次調査の結果を示した上で、同じ回答者に同じ質問形式で回答を依頼し、さらなる意見集約を図った。その他質問項目は、1次調査におけるオープンエンドで回答あった内容を類型化したものを示した上で、質問項目を作成し、更なる意見の集約を図った。

【調査の概要】

全国の行政、財団、第三セクター、民間企業、NPO法人における組織本部の企画立案部門の専門家から現場担当者までの作想的に選んだ516人を対象に郵送法による質問紙調査を実施した。調査期間は、2006年2月中旬～3月中旬であり、回答数146人、回収率は28.29%であった。

1次調査の結果から意見の集約を図るため、2次調査を行った。送付対象者は、1次調査において回答あった146人とした。調査期間は2006年10月下旬～12月上旬であり、回答数70人、回収率は47.9%であった。

【結果と考察】

当日、結果と考察について、次の5点についてそれぞれ発表をおこなうものとする。

- (1) 施設メンテナンス能力
- (2) 施設メンテナンス資格
- (3) 組織マネジメント共通能力
- (4) 組織マネジメント専門能力
- (5) 組織マネジメント資格