

女子スポーツ選手におけるマネジメント手法に関する研究

～中田ビジネスとの比較検証～

トップスポーツマネジメントコース

5007A338-6 矢柄亮直

研究指導教員： 平田竹男教授

近年、「スポーツビジネス」が注目を浴びている。中でも、スポーツ選手個人に付加価値をつけてビジネスをおこなう、「スポーツマネジメント」が注目を集めており、次々とスポーツマネジメント会社が設立され、広告代理店や芸能事務所までもがスポーツマネジメントの分野に進出し始めている。現在、スポーツマネジメント会社と呼ばれる法人は、数十社に上ると言われている。また、スポーツ選手が競技に集中し、競技生活を充実させるためにも、競技以外での収入を得たり、引退後のプランを考えたりすることが可能となるマネジメント会社との契約は必要なことだと認識されている。そのため、一定の実力を備えた人気スポーツ選手は、マネジメント会社と契約することが多くなった。これは、PR会社として出発した「サニーサイドアップ」が、中田英寿のマネジメントを契機に、新しい選手マネジメントビジネスのスタンダードをつくったと評されるようになったことから端を発したと言っても過言ではない。

一方で、スポーツ選手の活躍の構図にも変化が現れてきている。一昔前までは、スポーツ選手といえば男性というイメージだったが、昨今、女子スポーツ選手の活躍が目覚しく、大きな注目を集めている。スポーツ報道だけではなく、一般の報道においても、彼女達を目にしない日はほとんどない。これは、スポーツの世界において活躍する女性が多くなったことに加え、世間的にも「がんばる女性」を応援する風潮が大きくなってきていることが理由のひとつとして挙げられるであろう。

このように、「スポーツ選手のマネジメントビジネス」と「女子スポーツ選手」の関係は、「スポーツビジネス」という産業において今後ますます注目が高まると予想される。この2つの事象について研究を進めることにより、学術的にも意義のあるものが得られるのではないかと考えたことから、本研究では、女子プロスポーツ選手のマネジメント手法についての現状を分析することとした。

第1章では、研究目的として、女子プロスポーツ選手のマネジメント手法及びビジネスモデルの構築化を挙げ、その意義を見つけるべく、スポーツ選手のマネジメント研究に関する領域の発展へと広げた。

第2章では、スポーツ選手マネジメントビジネスのスタンダードを作ったと言われているサニーサイドアップ代表取締役社長、次原悦子が2007年に発表した「スポーツ選手のマネジメントビジネスの変換に関する研究—中田英寿のケーススタディー—」(以下、「次原論文」と表記)を先行研究とし、女子プロスポーツ選

手のマネジメント手法及びビジネスモデルの構築化を行うために、中田英寿のマネジメントビジネス(以下、「中田ビジネス」と表記)を再度、構築し直し、さらに、女子プロスポーツ選手ビジネスと比較することを研究手法として明記した。

第3章においては、次原論文で述べられた中田ビジネスの構成要素である「肖像権ビジネス」「肖像権管理ビジネス」「CF価値変革」「PRシナジー」「自己メディア」「移籍先ビジネス支援」「社会貢献ビジネス」の7項目を細分化し、再定義を行った。その結果、プロスポーツ選手のマネジメント構成要素を「マネジメント事務所、マネージャー(窓口)を持つ」「競技環境を整える」「肖像権、著作権ビジネスを受動的に受ける(取材、企業スポンサー等)」「法務、財務管理(契約代行)」という4つの項目から構成される「基本型」。「選手が個人HPまたはブログを持つ」「ファンクラブ等コミュニティを持ち、ビジネスを行う」「取材を取捨選択する」「親族をビジネスから切り離す」「ビジネスをおこなうため、営業担当をマネジメントに置く(肖像、マーチャンダイジングビジネス等)」という5つの項目から構成される「発展型」。そして、「露出コントロールを行い、露出不足、露出過多を防ぐ」「イメージ戦略、ブランディングを戦略的にを行い営業する」「肖像を分割してビジネスを行う。写真、声、映像を分ける」「写真・映像を自ら管理する」「広報的危機管理を行う」「企業とのシナジーを考えたビジネスを行う」「社会貢献活動を行う」「引退後を見据えた展開を考える」という8つの項目から構成される「応用型」の以上17項目に細分化し、中田ビジネスを再定義した。

第4章においては、再定義した中田ビジネスを女子プロスポーツ選手のマネジメントの構成要素に当てはめ、評価することで女子プロスポーツ選手のマネジメントモデルを検証した。研究対象とする女子プロスポーツ選手は、1)プロであること、2)話題性が高いこと、の2つの基準から、「宮里藍」「横峯さくら」「上田桃子」(ゴルフ)、「福原愛」(卓球)、「高橋尚子」(マラソン)、「浅尾美和」(ビーチバレー)の6名とした。検証の結果、6名すべての選手が「基本型」の項目を満たしているものの、17項目中6以上は実施されていない項目であることが明らかとなった。

第5章においては、第4章で得た結果を「基本型」「発展型」「応用型」というそれぞれのテーマによって検証し、さらに、全体を通した形での考察をおこなった。その結果、女子プロスポーツ選手にとっても、肖像を管理、利用してビジネスを行うマネジメント会社と契約はしているものの、戦略的にビジネスを行っている

は言えないということがわかった。「基本型」及び「発展型」の一部である、必要最低限の部分は確立されており、ビジネスを拡大していくというベースは出来ているだけに、今後ビジネスとしての広がり期待できると考えられる。

本研究によって、スポーツマネジメントにおいてスタンダードとなりつつある、中田英寿のマネジメントビ

ジネスモデルを再定義することで、女子プロスポーツ選手に関するマネジメントビジネスにもこれが適用可能だということが検証された。また、スポーツマネジメントビジネスは、まだまだ未発達な部分が多く、新たなビジネス領域の創造の余地があると検証され、そのモデル形成のプロセスが明らかとなったといえる。