

【原著論文】

## スポーツサービス概念の変遷： スポーツ経営学関連書の分析から

佐野 昌行

日本体育大学スポーツ経営管理学研究室

### The evolution of the sport service concept: An analysis of publications related to sport management studies

Masayuki SANO

**Abstract:** This study, which is part of a wider research on the academic framework of sport management studies, will attempt to illustrate the evolution of the concept of sport service in this field. The research has been conducted using a corpus of definitions and explanatory material on the subject of sport service found in several Japanese publications related to sport management. The outcome of the study is summarized as follows.

The term “sport service” has been widely used to refer to sport business ever since Udo first used the term “physical education service” in his 1970 book (Udo, 1970). In the late 1980s, owing to the increasing development of sport industries, sport service came to be known as just one field within the wider sport industry, giving rise to the new concept of sport service.

The success of the Japanese private sector’s involvement in sport industries led to a renewed interest in sport management and its related concepts as an academic discipline. As a result, the meaning of sport service shifted from the sport business itself to a market product offered by those businesses. If we focus on the concept of “service,” we see that although some sources defined sport service as a process in terms of an activity-based approach, other sources based their use of the term on a characteristic-based approach, which explains it as a product and the outcome of production. This illustrates the lack of an agreed conceptual definition. Moreover, attempts to organize the sport industry required consideration of the products produced by this industry. Thus, the products generated by sport management came to be known as sport activities, and this recognition of sport activities as intangible assets led to them being considered as sport services.

(Received: October 25, 2016 Accepted: December 5, 2016)

**Key words:** sport business, sport industry, sport product

キーワード：スポーツ事業, スポーツ産業, スポーツプロダクト

#### 1. 目 的

国内のスポーツ経営学<sup>注1)</sup>において「サービス」という語が用いられるようになったのは、1960年頃からとみられる。当該領域の研究者である江尻容及び宇土正彦<sup>1)</sup>は、運動のために必要な条件を整える営みとして「施設用具の提供(エリアサービス)」、「運動計画の提供(プログラムサービス)」、「運動なかまの提供(クラブサービス)」の3種類の方法を提唱した。宇土はその後、1970年に著した『体育管理学』<sup>2)</sup>において、これら3種類の条件整備に「関連的体育事業」を加えて

「体育事業」という語でまとめ、そこに「physical education service」という英文表記を添えた。こうして、体育管理学の理論体系をまとめたとされる<sup>3)</sup>本書によって、スポーツサービスの概念はひとまず「体育事業」として認識されるとともに、その内容と方法の具体化が図られたのである。

その後も今日に至るまで、国内で発行されたスポーツ経営学の関連書<sup>注2)</sup>をながめると、多くの書籍のなかで「スポーツサービス」について言及されていることがわかる。また、国内のスポーツ経営に関する研究領域においては、1980年代後半以降、スポーツサービ

スに関する研究が盛んにおこなわれてきた<sup>註3)</sup>。特に近年ではサービス品質の視点から、公共スポーツ施設<sup>4)5)6)</sup>、地域スポーツクラブ<sup>7)</sup>、スポーツイベント<sup>8)9)</sup>等の利用者に対する質問紙調査が実施され、スポーツサービスの質の向上が図られている。以上の事実より、スポーツサービスはスポーツ経営における主要な構成要素の一つとなっており、今日に至るまで当該研究領域において重要な研究対象に位置づけられてきたといえる。

ところが、1970年に宇土が理論体系を整理した後、当該学問の対象は拡大し、学問の名称も体育管理学からスポーツ経営学へと移り変わっている。その過程において、宇土自身が「スポーツ経営学に関する論議はまだ低調で、その概念についても今日の段階ではまだ関係者のあいだで共通に理解されている一定の説はなく、また概念規定の試みそれ自体も公にされていない<sup>10)</sup>」と述べたり、柳沢<sup>11)</sup>が「『スポーツ経営』の概念は共通理解を得るまでに議論されているとは言えない」と指摘するなど、学問の概念整理の必要性がたびたび指摘されてきた。その後も清水<sup>12)13)14)15)16)17)</sup>、山下<sup>18)</sup>、松岡<sup>19)</sup>によってこの学問の目的や性格、対象などの基本的問題について整理する必要性が訴えられてきており、スポーツ経営の基本概念等が整理されてきた。

しかしながら、この学問の重要な構成要素に位置づけられてきたスポーツサービスについては、宇土が内容や方法を整理して以降、その概念を整理する試みは行われてこなかった。そのためスポーツ経営学の研究対象が拡大した今日、当該研究領域において「スポーツサービス」という用語が用いられる際には、それがどのような意味で用いられているのかが明確でないと悩むを得ない。たしかに、宇土<sup>20)21)</sup>によるスポーツプロデュースおよびスポーツプロダクトについて検討した論文や、それらを丁寧に分析して跡付けた八代<sup>22)</sup>や齊藤<sup>23)</sup>の研究、また中西ら<sup>24)25)26)</sup>によるスポーツ経営とマーケティング理論とを結んだ研究の展開のなかでは、スポーツ経営学におけるスポーツサービスの位置づけが示されてきたが、それらの研究はスポーツサービスに焦点を当てたものではなく、スポーツ経営学のなかに位置づけられたスポーツサービスの概念について詳細に記述したものではないので、ここでの概念整理はいまだ十分とは言えない。このような現状に対し、研究者からは「今日、宇土が用いていたのとは違う意味でサービスが用いられることが多くなり、その概念の整理・調整の必要が生じている<sup>27)</sup>」と指摘されている。しかしながら、この指摘以降も朝倉・清水<sup>28)</sup>が国内で行われたスポーツサービス研究におけるサービス概念の捉え方を分析したほかに、スポーツサービスの概念について十分に整理・検討された形跡

は見当たらない。

ところで、スポーツ経営学の概念や体系の整理を志向した清水<sup>29)</sup>は、スポーツ経営学のあり方を明らかにするために学史的研究の必要性を指摘しており、佐野<sup>30)</sup>もスポーツ経営現象の理論的基礎としてのスポーツ経営学について史的に検討することの意義を主張している。したがってスポーツ経営学の研究対象であるスポーツサービスの概念について整理する際にも、学術史研究の視点から当該概念の変遷について明確にしておく必要があるといえよう。

そこで本研究では、これまでの国内スポーツ経営学におけるスポーツサービス概念の変遷について明らかにすることを目的とする。なお、本研究はスポーツ経営学の重要な構成要素であるスポーツサービスの概念をここで規定したり、統一概念としてのスポーツサービスをここで提案しようとするものではなく、スポーツ経営学の学問体系の整理を図る研究の一環として、スポーツサービス概念を史的に検討するものである。

## 2. 方 法

国内ではこれまでにスポーツサービスを対象とした研究が数多く行われてきたが、それらの研究の中でスポーツサービスの概念について定義したものは見当たらない。そのため、本研究では国内で刊行されたスポーツ経営学関連書を分析の対象とすることとした。

なお、上述したとおり今日に至る当該学問領域の系譜は1970年の宇土正彦による『体育管理学』<sup>31)</sup>が嚆矢とされ、スポーツサービス論の原型もこの書に見出されている。したがって本研究では、これ以降に刊行された単行書を分析の対象とし、それらの関連書のなかでスポーツサービスの概念について定義または解説するなどして論及している箇所を確認し、その内容を検討することでスポーツサービス概念の捉え方の変遷を分析した。

具体的には、国立国会図書館による蔵書検索・申込システム「NDL-OPAC」で書名に「体育(の)管理」、「スポーツ(の)経営」、「スポーツ(の)産業」、「スポーツ(の)マネジメント」、「スポーツ(の)マーケティング」、「スポーツ(の)ビジネス」、「スポーツ(の)サービス」のいずれかを含む単行書を検索し、表示された文献の内容を確認してスポーツサービスについて論究している箇所を検討の対象とした。また、スポーツサービスについて論究した単行書の中では日本体育協会による指導者養成テキストを参考資料としてあげているものがあつた。これは書名にスポーツ経営の関連語を含んでいないが内容としてスポーツ経営に関する科目を含んでおり、国内の主要なスポーツ指導者資格としての社会的影響力も大きいと考えられるこ

佐野

表1 スポーツ経営学関連書におけるスポーツサービス概念

編著者	発行年	書名	発行所	スポーツ事業	スポーツサービス業	市場提供者	スポーツ活動
宇土正彦	1970	体育管理学	大修館書店	○			
宇土正彦ほか	1976	体育管理学入門	大修館書店	○			
宇土正彦編著	1982	学校体育経営ハンドブック	大修館書店	○			
宇土正彦	1983	体育管理学 改訂版	大修館書店	○			
宇土正彦	1986	体育経営の理論と方法	大修館書店	○			
日本体育協会編	1988	C級スポーツ指導員教本	日本体育協会	○			
宇土正彦・八代勉・中村平編著	1989	体育経営管理学講義	大修館書店	○			
日本体育協会編	1990	B級スポーツ指導員教本	日本体育協会	○			
通商産業省産業政策局編	1990	スポーツビジョン21	通商産業調査会		○		
滝田誠一郎・磯野康孝・名村優理	1993	一目で分かる人気スポーツのビジネス戦略図	日本実業出版社		○		
宇土正彦編著	1994	[最新] 学校体育経営ハンドブック	大修館書店	○			
通商産業省サービス産業課編	1994	Jリーグに続けプロスポーツビジネス	スポーツ産業団体連合会		○		
広瀬一郎	1994	スポーツマーケティング	電通		○		
原田宗彦編著	1995	スポーツ産業論入門	杏林書院		○		
間宮聰夫	1995	スポーツビジネスの戦略と知恵	ベースボール・マガジン社		○		
牧川優編著	1996	健康・スポーツの経営学	建帛社	○	○		
松田義幸	1996	スポーツ産業論	大修館書店		○		
原田宗彦編著	1997	レジャー・スポーツサービス論	建帛社		○		
日本体育協会編	1998	C級教師スポーツプログラマー2種教本 共通科目〔Ⅲ期用〕	日本体育協会	○			
日本体育協会編	1999	B級教師教本〔Ⅲ期用〕	日本体育協会			○	
片山孝重・木村和彦・浪越一喜 編著	1999	現代スポーツ経営論	アイオーエム			○	
原田宗彦編著	1999	改訂 スポーツ産業論入門	杏林書院		○		
山下秋二・畑攻・富田幸博編	2000	スポーツ経営学	大修館書店			○	○
八代勉・中村平編著	2002	体育・スポーツ経営学講義	大修館書店			○	
広瀬一郎	2002	新スポーツマーケティング	創文企画	○			
原田宗彦編著	2003	スポーツ産業論入門 第3版	杏林書院	○			○
平田竹男・中村好男・トップ スポーツビジネス研究会編著	2004	トップスポーツビジネスの最前線	友人社	○			
渡辺保	2004	現代スポーツ産業論	同友館	○			
山下秋二・原田宗彦編著	2005	図解スポーツマネジメント	大修館書店			○	
平田竹男・中村好男・トップ スポーツビジネス研究会編著	2005	トップスポーツビジネスの最前線2	現代図書	○			
日本体育協会編	2005	公認スポーツ指導者養成テキスト 共通科目Ⅱ	日本体育協会				○
山下秋二・中西純司・畑攻・ 富田幸博編著	2006	スポーツ経営学 改訂版	大修館書店			○	○
平田竹男・中村好男編著	2006	トップスポーツビジネスの最前線	講談社	○			
平田竹男・中村好男編著	2006	トップスポーツビジネスの最前線	講談社	○			
早川武彦編著	2006	グローバル化するスポーツとメディア, ビジネス スポーツ産業論講座	創文企画	○			
原田宗彦編著	2007	スポーツ産業論 第4版	杏林書院	○			○
広瀬一郎	2007	スポーツマーケティングを学ぶ	創文企画	○			
原田宗彦・小笠原悦子編著	2008	スポーツマネジメント	大修館書店				○
江戸川大学スポーツビジネス 研究所編著	2008	スポビズ・ガイドブック'08-'09 スポーツ産業への就職・進学ガイド	プレジデント社	○			
広瀬一郎編著	2009	スポーツ・マネジメント 理論と実務	東洋経済新報社	○			○
原田宗彦編著	2011	スポーツ産業論 第5版	杏林書院	○			○
大野貴司・神谷拓・竹内治彦編著	2011	体育・スポーツと経営 スポーツマネジメント教育の新展開	ふくろう出版		○		○
北徹朗	2011	体育・スポーツの経営学	協同出版	○			
加藤清孝編著	2011	実践から読み解くスポーツマネジメント	晃学出版				○
高橋由明・早川宏子・H.ドレス・ S.ヴェグマン編著、高橋由明・ 早川宏子編訳	2012	スポーツ・マネジメントとメガイイベント	文眞堂		○		
黒田次郎・遠藤利文編著	2012	スポーツビジネス概論	叢文社	○			
広瀬一郎	2012	「スポーツビジネス論」講義	創文企画	○			
石川幸夫、杉谷正次 編著	2012	現代スポーツビジネス	三恵社	○			
佐野昌行・黒田次郎・遠藤利文 編著	2014	図表で見るスポーツビジネス	叢文社		○		
原田宗彦編著	2015	スポーツ産業論 第6版	杏林書院	○			○
原田宗彦・小笠原悦子編著	2015	スポーツマネジメント 改訂版	大修館書店				○

とから、日本体育協会による指導者養成テキストも分析の対象とした。

以上の手続きにより、本研究において記述箇所を確認し、内容を検討したのは表1に示す51冊の単行書である。

### 3. 結果および考察

本研究の結果、当該領域の単行書におけるスポーツサービス概念は、スポーツ事業、スポーツサービス業、事業による提供物、スポーツ活動という四つの系統に分類できることが明らかとなった。分析対象とした文献におけるスポーツサービスの捉え方を表1に○印で示した。

以下では、それぞれの捉え方の内容を詳らかにし、スポーツサービス概念の変遷について詳細に示すこととしたい。

#### 3-1. スポーツ事業としてのスポーツサービス

1970年に刊行された『体育管理学』<sup>32)</sup>において、宇土は「体育管理の基礎的構造」の中に体育事業を位置づけ、「体育事業」の語の後に「physical education service」という英文表記を添えた。宇土はこの英文表記に対し注記を付しており、アメリカの体育書の中で「physical education service」の語が用いられている事実を示している。実際に、宇土によって挙げられた著書『The Organization and Administration of Physical Education』においては、“The Physical Education Service Program”<sup>33)</sup>の項において小学校から大学における教科体育のあり方について記述されている。これに対し宇土は、アメリカの体育書が主に教科体育の問題として「physical education service」の語を用いていることについて「筆者の場合よりかなり狭い意味のものようである」<sup>34)</sup>と述べ、当該概念の対象範囲を広く捉えることを示唆している。なお八代・中村<sup>35)</sup>によれば、サービスという語の使用について「ヒントを与えたのがHealth Service = 保健事業であった」という。

宇土<sup>36)</sup>は、体育事業の概念について「体育現象（あるいは体育的活動といってもよい）の成立・維持に必要な直接的条件の整備に関する営みの総称」としており、その具体的な内容は施設の整備運営（エリアサービス）、クラブの育成（クラブサービス）、プログラム設定（プログラムサービス）の3種類の基本的事業と広報や助成などの関連的体育事業から構成されるものとした。

こうしてスポーツサービスの概念はひとまず体育事業として認識されるとともに、その内容と方法の具体化が図られたのである。ここで体育事業として示された概念と内容が、その後「スポーツ事業」<sup>37)</sup>、「体育・

スポーツ事業（physical education service, sport service）」<sup>38)</sup>と表記されていることから、宇土が提示した体育事業が今日に至るスポーツサービス概念の原初であったといえよう。

表1において、スポーツサービスをスポーツ事業として捉えているとした単行書のなかには、スポーツ事業にsport serviceの表記を添えていないものや、スポーツサービス自体についての定義を示していない文献も含まれている。しかしエリアサービス、プログラムサービス、クラブサービスという具体的なスポーツ事業における用語の定義のなかで「…営み」としているものは、スポーツサービスをスポーツ事業を指す語として捉えているものとみてよいだろう。このようにしてながめると、スポーツサービスをスポーツ事業とする捉え方は主に1990年代後半まで続いていることがわかる。

#### 3-2. 業種としてのスポーツサービス業

スポーツサービス概念の捉え方に関する最初の転機は、1980年代末に訪れた。国民生活における経済的及び時間的ゆとりの増大に伴い余暇活動としてのスポーツの重要性が認識されるようになり、国内におけるスポーツ振興の視点から、スポーツ産業の振興が求められるようになったことが、そのきっかけである。

通商産業省では、スポーツ産業に関する研究会を1989年に発足させ、そこでの議論をまとめて翌年に『スポーツビジョン21—スポーツ産業研究会報告書—』<sup>39)</sup>（以下『スポーツビジョン21』）を発刊した。ここでは図1のようにスポーツ産業全体をソフト分野とハード分野に大別し、ハード分野に関する業種をスポーツ製造業とスポーツスペース業に分ける一方、ソフト分野に関する業種を広くスポーツサービス業と捉えている。ここにおいて、広範な複合産業としてのスポーツ産業のなかに業種としてのスポーツサービス業が認識されたのである。スポーツサービス業は具体的には、「スポーツ用品流通業」、「スポーツジャーナリズム業」、「スポーツ旅行業」、「スポーツ保険業」、「スポーツ施設運営業」、「スポーツスクール業」などを含むものとされており、上述した宇土によるスポーツサービス概念とは、捉え方の面でも内容の面でも異なるものであることがわかる。

また、ここで示されたスポーツサービス業の内容は、当時の日本標準産業分類<sup>40)</sup>による「サービス業」の分類とも一致しない。例えばスポーツサービス業に位置づけられた「スポーツ用品流通業」は、当時の日本標準産業分類では「卸売・小売業」に分類され、ハード分野のスポーツスペース業に位置づけられた「都市型スポーツスペース業」の中には、日本標準産業分類において



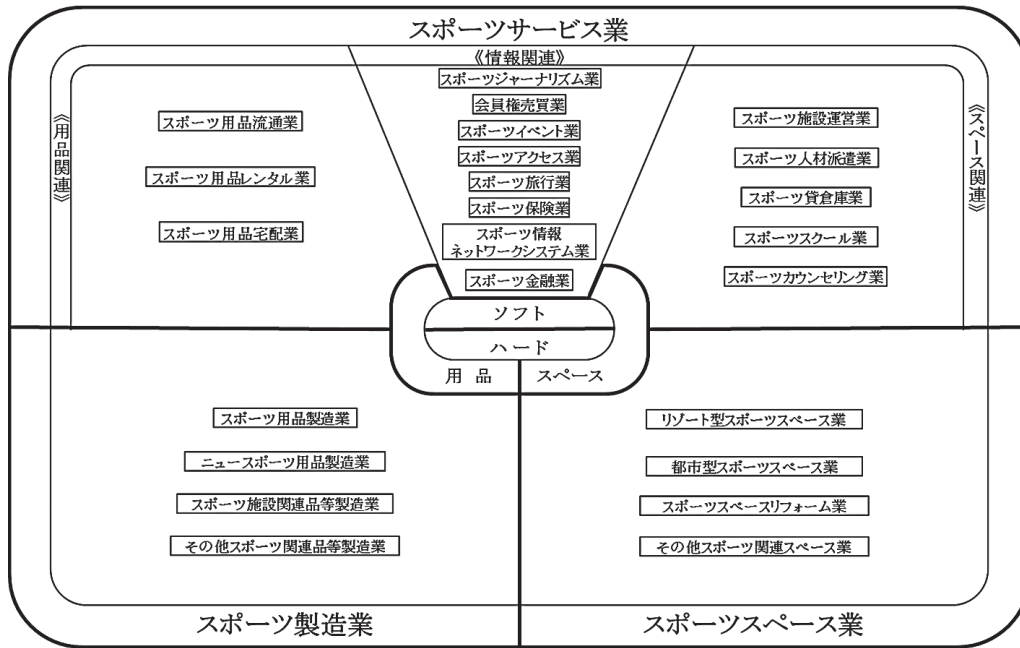


図1 スポーツ産業の全体像（通商産業省産業政策局編（1990，p.43）をもとに作成（細目は省略した））

「サービス業」に分類されているものがあるのである。したがって、ここに従来のスポーツサービス概念とも異なり、一般的なサービス業とも異なる独自のスポーツサービス業の捉え方が形成されたといえよう。

その後1995年には、原田宗彦らによる『スポーツ産業論入門』<sup>41)</sup>が刊行された。このなかで原田<sup>42)</sup>は、自身が雑誌「Sports Business」<sup>43)</sup>で示した図を用いてスポーツ産業の伝統的な領域として「スポーツ用品産業」, 「スポーツサービス・情報産業」, 「スポーツ施設・空間産業」の3領域をあげ、『スポーツビジョン21』と類似したかたちでスポーツ産業の一領域としてのスポーツサービス産業の存在を示している。ここではスポーツサービス業の領域について詳細に示されていないが、具体例として挙げられた業種をみると水泳インストラクター、フィットネスクラブ、民間スポーツクラブと、『スポーツビジョン21』のものより狭い領域に限定されている。また、これは当時の日本標準産業分類<sup>44)</sup>におけるサービス業の分類（表2）と比較しても、スポーツに関するサービス業のごく一部しか取り上げていないとみられる。

この書においてこのようにスポーツサービス産業の広がりがないのは、この書がスポーツ産業への就職を志す学生を主な対象としたことによると考えられる。大学や専門学校等におけるスポーツ産業関連科目のテキストとして編まれた本書では、「スポーツ産業に関する知識体系を包括的にまとめたものではない。…学生諸君が考える就職先としてのスポーツ産業を意識したものであり、経済現象としてのそれを体系

づけようと試みるものではない」<sup>45)</sup>と明記されている。したがって、スポーツサービス産業についてもその産業領域を網羅して列記するというよりは、学生た

表2 日本標準産業分類におけるサービス業の分類

大分類 L — サービス業	
中分類 72	洗濯・理容・浴場業
73	駐車場業
74	その他の生活関連サービス業
75	旅館、その他の宿泊所
76	娯楽業（映画・ビデオ制作業を除く）
77	自動車整備業
78	機会・家具等修理業（別掲を除く）
79	物品賃貸業
80	映画・ビデオ制作業
81	放送業
82	情報サービス・調査業
83	広告業
84	専門サービス業（他に分類されないもの）
85	協同組合（他に分類されないもの）
86	その他の事業サービス業
87	廃棄物処理業
88	医療業
89	保健衛生
90	社会保険、社会福祉
91	教育
92	学術研究機関
93	宗教
94	政治・経済・文化団体
95	その他のサービス業
96	外国公務

（総務庁統計局統計基準部（1993）をもとに作成）

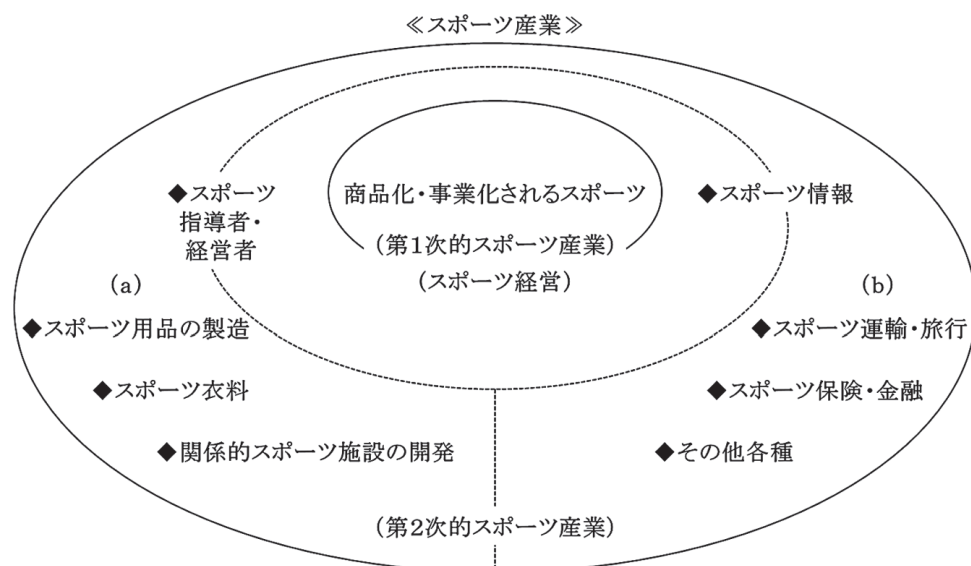


図2 スポーツ経営とスポーツ産業の関係 (宇土 (1991, p.6) をもとに作成)

ちの就職先として目標とされやすいフィットネスクラブを主な事例として取り上げたという面があるだろう。本書がこのような性質を持つものであったため、スポーツサービス産業の領域の例示はごく一部に限られ、スポーツサービス産業の全体像がここでは明確に示されなかった。

ここで、スポーツ産業に関する学術的な研究に目を向けると、1990年にスポーツ産業に関する調査・研究の促進を目的として日本スポーツ産業学会が設立されており、この学会の機関誌である「スポーツ産業学研究」第1巻第1号において、宇土<sup>46)</sup>がスポーツ産業とスポーツ経営との関連について検討している。その中で宇土は図2のような構造図を示し、「スポーツ・サービス業」を「第1次的スポーツ産業」としてスポーツ産業の中心に位置づけ、「スポーツ産業との関わりで筆者がとらえるスポーツ経営は、スポーツ・サービス業の運営として捉えるものである」<sup>47)</sup>として、スポーツサービス業をスポーツ旅行やスポーツ保険などが含まれる第2次的スポーツ産業と区別している。このように重層構造としてスポーツ産業の構造を理解することで、従前のスポーツ事業としてのスポーツサービスの捉え方と、広範なスポーツ産業の中のスポーツサービス業の関係が整理されたといえる。

1996年に刊行された『健康・スポーツの経営学』<sup>48)</sup>において木村が、健康スポーツサービス業を狭義のサービス業とスペース業に分け、「健康スポーツサービス業といった場合には、フィットネスクラブに代表される施設と指導、プログラムといった総合的なサービスを提供するところと考えてよいだろう」<sup>49)</sup>としている考えの中には、宇土による重層的なスポーツサービス業の捉え方が反映されているとみることができる。

しかしながら、この他にスポーツサービス業について述べた書のなかで、スポーツ産業を重層的な構造として捉えるなどしてスポーツ事業とスポーツサービス業との関連について示しているものは見当たらない。その後スポーツ産業について解説した書では、表3に示すように『スポーツビジョン21』と原田<sup>50)</sup>による構造図のいずれかまたは両方が広く引用され、両書におけるスポーツ産業の一領域としてのスポーツサービス業の捉え方が広がっていった。

このようにスポーツ産業への注目から、広範なスポーツ産業の中の一業種としてのスポーツサービス業が認識されるようになり、スポーツサービスは従来のスポーツ事業としての捉え方から離れ、さらに日本標準産業分類とも異なる新たなスポーツサービス概念が広まっていった。

### 3-3. 事業による提供物としてのスポーツサービス

上述した通り国内においてスポーツサービスの概念は、宇土によって整理されたことでまずはスポーツ事業を示す語として認識されるようになった。しかし、その後1990年代に入るところから、スポーツ経営学の研究者によってスポーツ事業とスポーツサービスの関係について再検討が促されるようになった。その背景にあったのは、この時期におけるスポーツ経営に関する学問のあり方をめぐる議論の活発化である。国内で学校や公共施設のみならず民間事業者によるスポーツ経営が盛んになったことは、一方でスポーツ産業への関心の高まりを呼ぶと同時に、一方で従前は学校体育を中心に発展してきた当該学問の対象や方法の再検討を必要とさせたのである。この時期の議論の概要が関連学会の会報に掲載されたほか、研究論文としても宇

表3 スポーツ経営学関連書におけるスポーツ産業の構造に関する元資料

編著者	発行年	書名	出版社	スポーツ産業の構造に関する元資料
通商産業省産業政策局編	1990	スポーツビジョン 21	通商産業調査会	—
滝田誠一郎・磯野康孝・ 名村優理	1993	一目で分かる人気スポーツのビジネス 戦略図	日本実業出版社	ビジョン
通商産業省サービス産業課編	1994	Jリーグに続けプロスポーツビジネス	スポーツ産業団体連合会	原田
広瀬一郎	1994	スポーツマーケティング	電通	ビジョン
原田宗彦編著	1995	スポーツ産業論入門	杏林書院	原田
間宮聰夫	1995	スポーツビジネスの戦略と知恵	ベースボール・マガジン社	レジャー
牧川優編著	1996	健康・スポーツの経営学	建帛社	—
松田義幸	1996	スポーツ産業論	大修館書店	ビジョン・レジャー
原田宗彦編著	1997	レジャー・スポーツサービス論	建帛社	—
原田宗彦編著	1999	改訂 スポーツ産業論入門	杏林書院	原田
広瀬一郎	2002	新スポーツマーケティング	創文企画	ビジョン
原田宗彦編著	2003	スポーツ産業論入門 第3版	杏林書院	原田
平田竹男・中村好男・トップス スポーツビジネス研究会編著	2004	トップスポーツビジネスの最前線	友人社	ビジョン
渡辺保	2004	現代スポーツ産業論	同友館	ビジョン・原田・レジャー
平田竹男・中村好男・トップス スポーツビジネス研究会編著	2005	トップスポーツビジネスの最前線 2	現代図書	ビジョン
平田竹男・中村好男編著	2006	トップスポーツビジネスの最前線	講談社	ビジョン
平田竹男・中村好男編著	2006	トップスポーツビジネスの最前線	講談社	ビジョン
早川武彦編著	2006	グローバル化するスポーツとメディア、 ビジネス スポーツ産業論講座	創文企画	ビジョン
原田宗彦編著	2007	スポーツ産業論 第4版	杏林書院	原田
広瀬一郎	2007	スポーツマーケティングを学ぶ	創文企画	なし
江戸川大学スポーツビジネス 研究所編著	2008	スポビズ・ガイドブック'08-'09 スポーツ産業への就職・進学ガイド	ブレジデント社	—
広瀬一郎編著	2009	スポーツ・マネジメント 理論と実務	東洋経済新報社	—
原田宗彦編著	2011	スポーツ産業論 第5版	杏林書院	原田
大野貴司・神谷拓・竹内治彦 編著	2011	体育・スポーツと経営	ふくろう出版	原田
高橋由明・早川宏子・H.ドレス・ S.ゾエダーマン編著、高橋由明・ 早川宏子編訳	2012	スポーツ・マネジメントとメガイイベント	文眞堂	原田
黒田次郎・遠藤利文編著	2012	スポーツビジネス概論	叢文社	—
広瀬一郎	2012	「スポーツビジネス論」講義	創文企画	江戸川
石川幸夫・杉谷正次 編著	2012	現代スポーツビジネス	三恵社	ビジョン・原田・レジャー
佐野昌行・黒田次郎・遠藤利文 編著	2014	図表で見るスポーツビジネス	叢文社	ビジョン・原田・レジャー・ 江戸川
原田宗彦編著	2015	スポーツ産業論 第6版	杏林書院	原田

「スポーツ産業の構造に関する元資料」は、次の基準に基づいて分類した。

「原田」…原田宗彦による「Sports Business」(1993)記事の構造図を引用するなど、スポーツ産業を「スポーツ用品産業」、「スポーツサービス・情報産業」、「スポーツ施設・空間産業」に分けて捉えているもの

「ビジョン」…通商産業省産業政策局による『スポーツビジョン 21』(1990)の構造図を引用するなど、スポーツ産業をハード分野とソフト分野に分け、ソフト分野に関する業種をスポーツサービス業と捉えているもの

「レジャー」…1977年以降、余暇開発センターほか『レジャー白書』において毎年公表されてきた「余暇市場スポーツ部門」の項目を引用しているもの

「江戸川」…江戸川大学スポーツビジネス研究所による『スポビズガイドブック』(2007, 2008)におけるスポーツ産業の分類表を引用しているもの

「—」…独自の分類法によりスポーツ産業の構造を示しているものや、引用元を明示していないもの

土<sup>51)</sup>、清水<sup>52),53),54),55)</sup>、中西<sup>56)</sup>らによってまとめられ、この学問のあり方が検討された。

このような議論の過程において、スポーツ経営学の

重要な構成要素の一つであるスポーツサービスのあり方についても、改めて問い直されることとなった。1992年の日本体育学会体育経営管理専門分科会会報では、

会員による研究会の中で「スポーツサービスの捉え方（概念規定）が問題となる」<sup>57)</sup>、「はたして事業とサービスは同一概念であろうか」<sup>58)</sup>との疑問が投げかけられたことが報告されている。またこの会報の研究発表報告では、柳沢が「一般的な『事業』概念は必ずしも『サービス』と同義ではない」<sup>59)</sup>としたうえで、スポーツサービスを「スポーツのプロダクトのうち、特に実際のスポーツ活動を生起・維持・発展し、スポーツの本質的な機能（便益）を実現するために諸条件を再構成して提供されるスポーツの機会（チャンス）、条件を提供する仕事や行為の総称」<sup>60)</sup>とする定義を試論として提供している。研究論文においては清水が、この柳沢らの考えを参照して「スポーツ事業とスポーツサービスは、明確に区別されなければならない」<sup>61)</sup>との考えを示している。

研究会でのスポーツサービス概念に関する検討の内容は、1990年代以降に刊行された単行書にも反映され、従来の関連書とは異なる新たなスポーツサービスの捉え方が示されるようになった。それが事業による提供物としてのスポーツサービス概念である。そこでは、内容としてエリアサービス、プログラムサービス、クラブサービスを含みながらも、「スポーツ事業において産出され、スポーツ市場において交換され、消費者に満足と経営体に対価をもたらす媒体」<sup>62)</sup>と、スポーツサービスが事業（営み）ではなく事業によって提供されるものと捉えられるようになったのである。2002年に刊行された『体育・スポーツ経営学講義』<sup>63)</sup>において「体育・スポーツ事業によって提供されるサービスをスポーツサービスという」<sup>64)</sup>とされ、施設、プログラム、仲間に関するスポーツサービスを提供する事業がそれぞれ「エリアサービス事業」、「クラブサービス事業」、「プログラムサービス事業」<sup>65)</sup>と表記されるようになったことから、サービスが事業そのものを指す言葉から離れて事業による提供物と捉えられるようになった様子が見えてくる。こうして、宇土によって示された事業としての捉え方は、事業によってつくられる提供物としての捉え方へと変遷したのである。

ところで、スポーツサービスを事業による提供物と捉えるようになると、「サービス」という語を用いる理由が明らかにされなければならない。そこで以下では、これらの文献における「サービス」という語の用い方に注目してみたい。

サービスの概念については経営学の領域において、上原<sup>66),67)</sup>、東<sup>68)</sup>、芳賀<sup>69)</sup>らによって整理されてきた。これらの先行論文によれば、従前用いられてきたサービスの概念は「モノとサービスとの形態的な差異に注目するアプローチ」<sup>70)</sup>である形態比較型と、「サービスを活動あるいは行為といったプロセス概念で捉え、生

産活動の結果たるモノとは異なる次元でサービスを把握しようとする」<sup>71)</sup>活動概念型とに大別できるといえる。スポーツ経営学の研究者のなかでは朝倉・清水<sup>72)</sup>も、この分類方法に依拠してスポーツサービス概念の分類を行っている。

スポーツ経営学の関連書において、経営学領域におけるサービスの概念に明確に論じたうえでスポーツサービスについて定義したのは、『現代スポーツ経営論』<sup>73)</sup>における木村<sup>74)</sup>である。木村は、民間事業者によるスポーツ事業の提供が広まったことでスポーツサービスを体育事業とする捉え方が難しくなっていると現状を捉え、サービスに関する様々な定義を示したうえで、野村<sup>75)</sup>によるサービス概念に依拠してスポーツサービスを「人々がスポーツを享受するために市場に供給される諸資源（人・物・システム）の有用な機能（働き）」<sup>76)</sup>と定義した。これは上述した二種類のサービス概念のうち、活動概念型に分類される捉え方である。

これ以降に刊行された『スポーツ経営学』<sup>77)</sup>、『図解スポーツマネジメント』<sup>78)</sup>においても、スポーツサービスを物的サービス、システムのサービス、人的サービスに分類するなど、野村によるサービス定義を援用した活動概念型のスポーツサービスの捉え方が反映されている。しかしながら、野村<sup>79)</sup>が機能としての「サービス」と市場で取引される「サービス財」とを分けているのに対し、『スポーツ経営学』での「スポーツ組織は、これらスポーツサービスをスポーツ消費者に販売し」<sup>80)</sup>との記述をみると、ここではサービスを生産活動の結果とする形態比較型の捉え方が混在しているように見える。また、『図解スポーツマネジメント』において中西は、スポーツサービスを機能とする捉え方のほかに市場で取引される財とする捉え方があるとして、「後者の立場でスポーツサービスを捉えた場合」<sup>81)</sup>の立場からその後の論を展開している。このことから、事業による提供物としてのスポーツサービス概念は、サービスという語の用い方に着目すると活動概念型の定義をしているにもかかわらず形態比較型に基づく記述が混在しており、概念の明確な捉え方を獲得されなかったことが指摘できる。なお経営学の領域においても、活動概念型のサービス概念のなかに活動の結果としてのサービス概念が混在する例は多く、活動概念型プロセスは「徹底化をなし得なかった」<sup>82)</sup>ことが指摘されており、スポーツ経営学においても同様の経過をたどったものとみられる。

### 3-4. スポーツ活動としてのスポーツサービス

事業とサービスの関係を整理しなおし、スポーツ事業において提供されるサービスをスポーツサービスと



する考え方において、スポーツサービスは当初「スポーツ活動のチャンス（機会）」<sup>83)</sup>として認識された。このようなスポーツサービスの捉え方は、スポーツプロデュースのあり方について検討した宇土<sup>84)</sup>が「スポーツそのもののプロデュース」を意味する「スポーツプロデュース」の周りに「スポーツサービスのプロデュース」を配した概念図（図3）によって明確に示されているといえる。『スポーツ経営学』<sup>85)</sup>においても、スポーツ活動の生産過程を図4のように示し、「スポーツサービスをスポーツ消費者に販売し、その後、スポーツ消費者と一緒に、実際のスポーツ活動を生産するのである」<sup>86)</sup>とスポーツサービスとスポーツ活動の関係を整理している。ところがその後、スポーツ活動そのものをスポーツサービスとする考え方が形成されていった。以下ではその過程について検討していきたい。

複数の著者による『スポーツ経営学』<sup>87)</sup>のなかでは、上述したスポーツサービスについての記述のほかに「無形の体験（スポーツ活動）や便益・満足パッケージ化したスポーツサービス」<sup>88)</sup>との記述がみられる。この箇所の著者である中西は、これに続いてスポーツサービスの特性として無形性、異質性、プロセス特性、非分離性、消滅性について解説しており、サービスクオリティの観点を導入してスポーツマーケティング戦略について述べている。すなわち、ここではスポーツ活動がスポーツサービスの中に含まれており、またサービス概念については形態比較型の捉え方が前提とされているのである。同書における小川の「いかにすばらしい商品パッケージとしてスポーツという（サービス）製品を売り出すことができるか」<sup>89)</sup>とする記述の中にも、中西と同様のスポーツサービス概念の認識

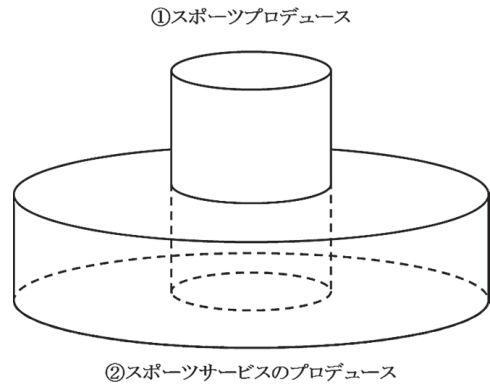


図3 スポーツサービスの位置づけ（宇土（1992, p. 66）をもとに作成）

が垣間見える。

また、早くからスポーツ産業について詳解してきた『スポーツ産業論入門』は、その後も版を重ねるごとに改訂を続け、2003年に刊行された第3版においてスポーツサービスに関する新たな捉え方を示した。「スポーツ産業において商品として取り引きされるのは、『スポーツサービス』という製品（プロダクト）である」<sup>90)</sup>としたのである。これは、スポーツ産業の一領域としてスポーツサービス産業を指定すると同時に、スポーツ産業におけるプロダクトとしてのスポーツサービスという捉え方を示したものと見える。上述したとおり、この書の初版はスポーツ産業の体系化を意図したものではなかったが、第2版において体系化を目指すようになり、第3版は「体系化された最新の専門的知識として読者に提供する必要」<sup>91)</sup>からまとめたとされている。すなわち、初版から改訂を重ねスポーツ産業の全体像や関連する概念を整理してきた本書において、スポーツプロダクトとしてのスポーツサービ

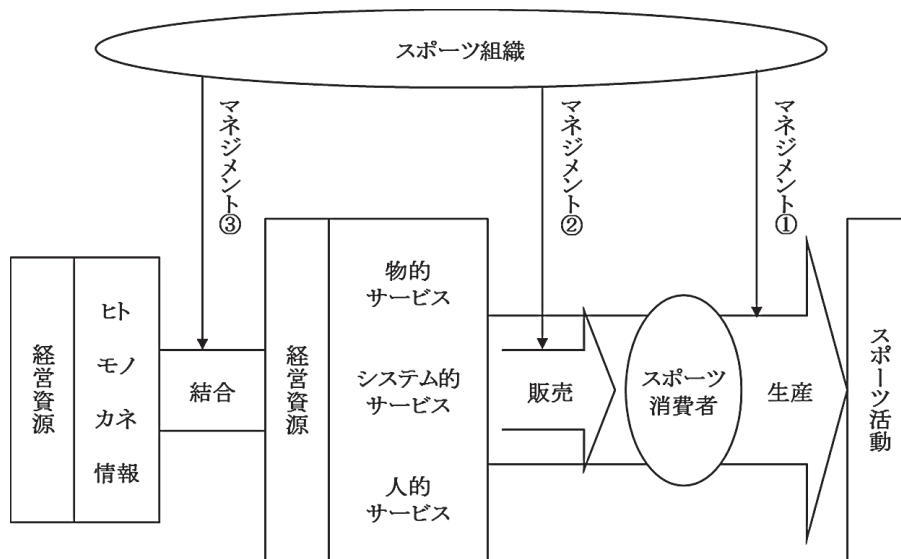


図4 スポーツサービスの生産過程（山下（2000, p. 26）をもとに作成）

スの概念が明確化されるに至ったといえよう。

なお、日本標準産業分類一般原則によれば、産業とは「財又はサービスの生産と供給において類似した経済活動を統合したもの」<sup>92)</sup>と定義され、分類基準は「生産される財又は提供されるサービスの種類」、「財の生産又はサービス提供の方法」、「原材料の種類及び性質、サービスの対象及び取り扱われるもの（商品等）の種類」<sup>93)</sup>によるという。このような産業分類の基準をみると、本書においてはスポーツ産業を一つの産業領域として体系化しようとする意図のもと、そこで共通して産出されるプロダクトとしてスポーツサービスが想定されたと考えられる。スポーツサービスがプロダクトとして捉えられており、「物財（モノ）とサービスの二元論的視点」<sup>94)</sup>からサービスの特性について解説されていることから、ここでのサービス概念も形態比較型で捉えられているといえる。

2005年には日本体育協会が発行する公認スポーツ指導者養成テキストにおいて「スポーツ組織のプロダクトはスポーツサービスであり、サービス事業を展開しているのである」<sup>95)</sup>と、明確にスポーツプロダクトとしてのスポーツサービス概念が示された。このようにスポーツプロダクトをスポーツサービスとみなす根拠については、テキストの著者である松岡<sup>96)</sup>による論文で提示されているので、これを引用して分析してみたい。スポーツマネジメントの概念について検討したこの論文では、体育管理学を起源とする学的系譜の上にスポーツマネジメントを位置づけたうえで、「スポー

ツ組織によって生産されるプロダクトは…形がなく手で触れることができない『サービス財』である」<sup>97)</sup>として、「用語の混乱を避けるためには、スポーツプロダクトをスポーツサービス（sport services）と呼ぶことも適切であると考えられる」<sup>98)</sup>としている。また、この前後において「スポーツ用品やスポーツ施設ではなく、スポーツそのもの、つまり、スポーツをする、スポーツを見るというスポーツ活動をスポーツマネジメントの対象としてとらえるべきである」<sup>99)</sup>、「スポーツも形がなく見えないプロダクトである」<sup>100)</sup>と述べている。これらの記述を整理すると、スポーツ経営によって産出されるプロダクトがスポーツ活動であり、スポーツ活動は形がないプロダクトであるからサービスである、したがってスポーツプロダクトがスポーツサービスとみなされる、ということになる。同様の捉え方は、表4に示すように広がってきており、このような論理によってスポーツ活動としてのスポーツサービス概念が形成されてきたとみることができる。

こうして、従前はスポーツ自体の周辺におかれていたスポーツサービスは、スポーツ産業の体系化にともなってスポーツ活動を含むスポーツプロダクト全体を示すものへと広がりを見せた後、サービスを無形のプロダクトとする形態比較型サービス概念の影響を受けてスポーツ活動そのものが目に見えないという特質をつかむことで、スポーツ活動自体を示す概念として形成されたのである。

なお、最近ではこのようなスポーツサービスの捉え

表4 スポーツを無形のプロダクト（サービス）とする捉え方

編著者	発行年	書名	出版社	該当箇所の記述
原田宗彦・小笠原悦子 編著	2008	スポーツマネジメント	大修館書店	「スポーツが、サービス財や経験財として、市場で自由に取引される時代を迎えた」(p.16)
広瀬一郎編著	2009	スポーツ・マネジメント 理論と実務	東洋経済新報社	「スポーツ産業で提供される商品とは、具体的にはスポーツにかかわる『サービス』であると考えられる。したがってスポーツ産業をより正確に言うなら、スポーツ・サービス産業と規定すべきでないだろうか」(p.14)
原田宗彦編著	2011	スポーツ産業論 第5版	杏林書院	「スポーツサービス産業とは、スポーツに参加したり、スポーツを観戦したりといった商品としてのスポーツサービスプロダクトを提供する産業領域である」(p.43)
大野貴司・神谷拓・ 竹内治彦編著	2011	体育・スポーツと経営	ふくろう出版	「今日的スポーツ製品は、スポーツ活動という無形のサービスを中心に構成される」(p.162)
加藤清孝編著	2011	実践から読み解くスポーツ マネジメント	晃学出版	「スポーツマネジメントにおけるスポーツとはシューズのような“モノ”ではなく、スポーツのゲームやレッスンのような“サービス”と捉え、スポーツ組織とは、こういったスポーツサービスを提供する組織を指すのである」(pp.9-10)
原田宗彦編著	2015	スポーツ産業論 第6版	杏林書院	「スポーツサービス産業とは、スポーツに参加したり、スポーツを観戦したりといった商品としてのスポーツサービスプロダクトを提供する産業領域である」(p.42)
原田宗彦・小笠原悦子 編著	2015	スポーツマネジメント 改訂版	大修館書店	「スポーツプロダクト（スポーツサービス、スポーツ活動）の生産に関わる組織、言い換えればスポーツそのものを生み出す事業を営む組織」(p.51) 「スポーツ組織とは…スポーツプロダクト（サービス）の生産を目的とする組織」(p.53)

方に対し概念の混同を指摘し、その原因を「スポーツのコアプロダクトが無形財のスポーツパフォーマンスであるため、しばしばスポーツサービスとスポーツプロダクトを同義的に使用してきたこと」<sup>101)</sup>に求め、スポーツサービスをカスタマーサービスの一つとして「メインとなるスポーツパフォーマンスの提供を補完・サポートする周辺のサービス」<sup>102)</sup>とする捉え方が新たに示されている。

#### 4. まとめ

本研究は、スポーツ経営学の学問体系の整理を図る研究の一環として、国内で刊行されたスポーツ経営学関連書における記述内容の分析により、スポーツ経営学領域におけるスポーツサービス概念の変遷について明らかにするものであった。本研究の結果は、次のようにまとめられる。

1970年に刊行された『体育管理学』<sup>103)</sup>において、宇土が体育事業の語に「physical education service」という英文表記を添えて以降、スポーツ経営学においてスポーツサービスは、スポーツ事業を示す概念として広まった。その後、1980年代末にスポーツ産業の振興が求められるようになると、広範なスポーツ産業を構成する一領域としてのスポーツサービス業が認識され、従来とは異なるスポーツサービス概念が形成された。

また、国内で民間事業者によるスポーツ経営が盛んになると、スポーツ経営学の対象や関連概念が改めて検討されるようになった。するとスポーツ経営学において従来スポーツ事業として認識されていたスポーツサービスは、事業自体ではなく事業によって提供されるものとして認識されるようになった。ここでのサービス概念に着目すると、活動概念型のアプローチによりサービスをプロセスとして捉えようとする定義がみられるものの、スポーツサービスという語の用い方においては生産活動の結果であるプロダクトとしてこれを捉える形態比較型のアプローチに基づく記述がみられており、明確な概念規定がなされなかったことが指摘される。

一方、スポーツ産業の体系化の試みは、当該産業において生産・提供されるプロダクトについての検討を必要とした。するとスポーツ経営学では、スポーツ産業において産出されるプロダクトがスポーツ活動でありスポーツ活動が無形の財であるとの認識により、これがスポーツサービスであるとみなされるようになった。

以上のような変遷を跡付けることで、今日におけるスポーツサービス概念を整理するにあたっての課題が浮かび上がってきた。本研究において分類された4種類のスポーツサービス概念のうち事業による提供物としてのスポーツサービス概念は、従前のスポーツ事業

としてのスポーツサービス概念を再検討することで形成されたものだったが、この系統と残る2種類の概念との関係が十分に検討されていないことが、一つ目の課題である。二つ目の課題として、スポーツサービス概念の検討にあたりサービスの概念について考察する必要性が示唆された。これら二点について、引き続き検討していくことを今後の課題としたい。

#### 5. 謝 辞

本研究はJSPS 科研費JP26750276の助成を受けたものです。

#### 注

- 1) 当該学問の歴史や概念について検討した清水<sup>104),105)</sup>、筑紫<sup>106)</sup>、佐野<sup>107)</sup>らは、国内のスポーツ経営学について体育管理学、体育経営学、体育・スポーツ経営学を経て今日ではスポーツ経営学として認識されているとしている。本稿においてもこれら先行論文と同様に、体育管理学を嚆矢とする学問の流れの中にスポーツ経営学を位置づけ、歴史的に名称を変化させてきたこれら一連の学問を指し示す語として「スポーツ経営学」を用いることとする。
- 2) スポーツマネジメントの概念について検討した松岡<sup>108)</sup>は、スポーツマネジメントの学問領域を体育管理学に連なる系譜に位置づけ、当該研究領域において「スポーツ経営、スポーツ産業、スポーツビジネス、そしてスポーツマネジメントといった言葉が入り混じって使われ、それらの関係が混沌とした状態にある」と指摘している。また、山下<sup>109)</sup>は体育経営管理分野の研究を「スポーツマネジメント研究」と表記し、当該領域に関連する学会誌として「体育・スポーツ経営学研究、スポーツ産業学研究、Journal of Sport Management, Sport Marketing Quarterly」を挙げている。日本体育学会の一般研究発表分類コード表においても、体育経営管理領域の中に「商業スポーツ施設」、「プロ・競技スポーツ」、「スペクテイタースポーツ」などの領域があり、細目に「マーケティング」が用意されていることから、これらの領域が今日におけるスポーツ経営学の関連領域として認識されているといえよう。したがって本研究では、体育管理、スポーツ経営、スポーツ産業、スポーツマネジメント、スポーツマーケティング、スポーツビジネスを書名に含む単行書を「スポーツ経営学関連書」として分析の対象とした。
- 3) 例えば日本体育学会体育経営管理専門分科会では、以下の研究者によって関連する研究発表が行われてきた。《公共スポーツ施設》赤松・島崎<sup>110)</sup>；原田ほか<sup>111)</sup>；中西<sup>112)</sup>；関口ほか<sup>113)</sup>；高橋・野川<sup>114)</sup>《民間スポーツクラブ》中路<sup>115)</sup>；小野里・畑<sup>116)</sup>《地域スポーツ》八代<sup>117),118),119)</sup>

#### 引用・文献

- 1) 江尻容・宇土正彦(1960) 学校体育の経営管理. 光生館, pp. 5-9
- 2) 宇土正彦(1970) 体育管理学. 大修館書店.



- 3) 永田靖章 (2002) 体育経営管理の歴史的発展過程と今後の課題. 東海保健体育科学, 24, p. 3
- 4) 金山千広・中西純司 (2014) 公共スポーツ施設と障がい者のサービス品質評価—インクルージョンの段階にみた施設の特徴—. 立命館産業社会論集, 50(1): 155-172
- 5) 神野賢治・田島良輝・井上明浩 (2009) 公共スポーツサービスの利用者に関する研究—利用者の特性と満足度に着目して—. 金沢星稜大学人間科学研究, 2(2): 53-61
- 6) 富山浩三・福田芳則・古澤光一・藤本淳也・松永敬子 (2008) 公共スポーツサービス利用者の満足度. 大阪体育大学紀要, 39: 215-224
- 7) 正保佳史・関耕二・松本隆太郎・柳川美麿 (2013) 総合型地域スポーツクラブにおけるサービス・クオリティに関する研究—大学を拠点とした総合型地域スポーツクラブとの比較—. 育英短期大学研究紀要, 30: 111-120
- 8) 原久子・藤本淳也・住田健 (2010) スポーツイベントのサービスクオリティ評価に関する研究—湘南オープンウォータースイミング2008に注目して—. 大阪体育大学紀要, 41: 135-143
- 9) 吉田政幸 (2010) サービス品質研究における主要3因子—スポーツ・イベントにおける情緒的, 技術的, 機能的品質—. びわこ成蹊スポーツ大学研究紀要, 7: 147-148
- 10) 宇土正彦 (1987) スポーツ経営学. 岸野雄三ほか編, 最新スポーツ大事典. 大修館書店, p. 564
- 11) 柳沢和雄 (1989) 日本における体育・スポーツ経営学研究的動向. 体育・スポーツ経営学研究, 6(1), p. 52
- 12) 清水紀宏 (1992) 体育・スポーツ経営学における基本問題の検討—体育・スポーツ経営研究の系譜的研究批判—. 金沢大学教育学部紀要 (教育科学編), 41: 255-263
- 13) 清水紀宏 (1992) “体育経営の科学”としての体育経営学のあり方について—教育経営学の見解を手がかりにして—. 体育・スポーツ経営学研究, 9(1): 13-27
- 14) 清水紀宏 (1993) 体育経営学の性格. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 7-28
- 15) 清水紀宏 (1994) 「スポーツ経営」概念の経営学的考察. 体育学研究, 39(3): 189-202
- 16) 清水紀宏 (1997) スポーツ経営学における基本価値の検討. 体育・スポーツ経営学研究, 13(1): 1-15
- 17) 清水紀宏 (2007) 体育・スポーツ経営学的方法論的課題: 自己批判から再構築へ. 体育・スポーツ経営学研究, 21(1): 3-14
- 18) 山下秋二 (2005) スポーツマネジメント研究の展望. 体育学研究, 50(1): 79-89
- 19) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1): 33-45
- 20) 宇土正彦 (1992) スポーツプロデュースの課題—スポーツ経営・学校体育への応用をめざして—. 体育・スポーツ経営学研究, 9(1): 63-73
- 21) 宇土正彦 (1993) スポーツ・プロデュースとスポーツ・プロダクト. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 1-6
- 22) 八代勉 (2001) 宇土先生の研究の足跡—テキストからみる宇土理論の発展の系譜—. 体育・スポーツ経営学研究, 16(1): 5-12
- 23) 齊藤隆志 (2004) みるスポーツプロデュース論をめぐる問題整理—宇土プロデュース論の検討を中心に—. 体育・スポーツ経営学研究, 19(1): 19-30
- 24) 中西純司 (1993) 体育経営学へのマーケティング論の貢献—特に, 体育事業論とスポーツ・マーケティングとの比較を通して—. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 73-87
- 25) 中西純司・八代勉・柳沢和雄 (2002) 「体育・スポーツ経営」学におけるマーケティング・マネジメント学の知を求めて. 福岡教育大学紀要, 51 (第五分冊): 57-70
- 26) 中西純司・行實鉄平 (2006) スポーツマーケティング・マネジメント学の展望—体育・スポーツ経営学における需要調整の科学—. 福岡教育大学紀要, 55 (第五分冊): 49-60
- 27) 八代勉・中村平編著 (2002) 体育・スポーツ経営学講義. 大修館書店, p. 75
- 28) 朝倉雅史・清水紀宏 (2011) スポーツサービスに関する—考察. 日本体育・スポーツ経営学会第34回大会研究抄録集: 34-35
- 29) 清水紀宏 (1992) 体育・スポーツ経営学における基本問題の検討—体育・スポーツ経営研究の系譜的研究批判—. 金沢大学教育学部紀要 (教育科学編), 41: 255-263
- 30) 佐野昌行 (2008) 明治期における体育管理学の理論と実際—「学校管理法」書にみる体育管理学の諸要素に着目して—. 運動とスポーツの科学, 14(1): 67-92
- 31) 宇土正彦 (1970) 体育管理学. 大修館書店.
- 32) 宇土正彦 (1970) 体育管理学. 大修館書店.
- 33) E. F. Voltmer and A. A. Esslinger (1967) The Organization and Administration of Physical Education (4th ed.). APPLETON-CENTURY-CROFTS, pp. 91-155
- 34) 宇土正彦 (1970) 体育管理学. 大修館書店, p. 50
- 35) 八代勉・中村平編著 (2002) 体育・スポーツ経営学講義. 大修館書店, p. 75
- 36) 宇土正彦 (1970) 体育管理学. 大修館書店, p. 50
- 37) 宇土正彦 (1988) スポーツ経営の意味. 日本体育協会編, C級スポーツ指導員教本. 日本体育協会, p. 79
- 38) 大内勝夫 (1989) 体育・スポーツ経営管理の構造. 宇土正彦ほか編著, 体育経営管理学講義. 大修館書店, p. 28
- 39) 通商産業省産業政策局 (1990) スポーツビジョン21—スポーツ産業研究会報告書—. 通商産業調査会.
- 40) 行政管理庁行政管理局統計主管 (1984) 日本標準産業分類 昭和59年1月改訂 分類項目名, 説明及び内容例示. 全国統計協会連合会, pp. 386-462
- 41) 原田宗彦編著 (1995) スポーツ産業論入門. 杏林書院.
- 42) 原田宗彦 (1995) スポーツ産業とは?. 原田宗彦編著, スポーツ産業論入門. 杏林書院, p. 6
- 43) 原田宗彦 (1993) スポーツビジネスとは何か?—こ



- れからのスポーツビジネスを検証する. Sports Business, 12(9), p. 39
- 44) 総務庁統計局統計基準部編 (1993) 日本標準産業分類 平成5年10月改訂 分類項目名, 説明及び内容例示. 全国統計協会連合会, pp. 524-609
- 45) 原田宗彦 (1995) はじめに. 原田宗彦編著, スポーツ産業論入門. 杏林書院, pp. 2-3
- 46) 宇土正彦 (1991) スポーツ産業とスポーツ経営との構造的連関に関する研究. スポーツ産業学研究, 1: 1-11
- 47) 宇土正彦 (1991) スポーツ産業とスポーツ経営との構造的連関に関する研究. スポーツ産業学研究, 1, p. 5
- 48) 牧川優編著 (1996) 健康・スポーツの経営学. 建帛社.
- 49) 木村和彦 (1996) 健康スポーツ経営の特性と課題. 牧川優編著, 健康・スポーツの経営学. 建帛社, p. 24
- 50) 原田宗彦 (1993) スポーツビジネスとは何か?—これからのスポーツビジネスを検証する. Sports Business, 12(9), p. 39
- 51) 宇土正彦 (1993) スポーツ・プロデュースとスポーツ・プロダクト. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 1-6
- 52) 清水紀宏 (1992) 体育・スポーツ経営学における基本問題の検討—体育・スポーツ経営研究の系譜的研究批判—. 金沢大学教育学部紀要 (教育科学編), 41: 255-263
- 53) 清水紀宏 (1992) “体育経営の科学”としての体育経営学のあり方について—教育経営学の見解を手がかりにして—. 体育・スポーツ経営学研究, 9(1): 13-27
- 54) 清水紀宏 (1993) 体育経営学の性格. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 7-28
- 55) 清水紀宏 (1994) 「スポーツ経営」概念の経営学的考察. 体育学研究, 39(3): 189-202
- 56) 中西純司 (1993) 体育経営学へのマーケティング論の貢献—特に, 体育事業論とスポーツ・マーケティングとの比較を通して—. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 73-87
- 57) 高島稔ほか 13名 (1992) スポーツ経営学研究の対象と方法. 日本体育学会体育管理専門分科会会報, 28, p. 11
- 58) 高島稔ほか 13名 (1992) スポーツ経営学研究の対象と方法. 日本体育学会体育管理専門分科会会報, 28, p. 14
- 59) 柳沢和雄 (1992) スポーツ事業と体育事業&スポーツサービス. 日本体育学会体育管理専門分科会会報, 28, p. 33
- 60) 柳沢和雄 (1992) スポーツ事業と体育事業&スポーツサービス. 日本体育学会体育管理専門分科会会報, 28, p. 36
- 61) 清水紀宏 (1994) 「スポーツ経営」概念の経営学的考察. 体育学研究, 39(3), p. 196
- 62) 木村和彦 (1999) スポーツ・マーケティング. 日本体育協会編, B級教師教本〔Ⅲ期用〕. 日本体育協会, p. 68
- 63) 八代勉・中村平編著 (2002) 体育・スポーツ経営学講義. 大修館書店.
- 64) 清水紀宏 (2002) 体育・スポーツ経営とは. 八代勉・中村平編著, 体育・スポーツ経営学講義. 大修館書店, p. 28
- 65) 柳沢和雄 (2002) 体育・スポーツ事業と経営資源. 八代勉・中村平編著, 体育・スポーツ経営学講義. 大修館書店, pp. 59-60
- 66) 上原征彦 (1990) サービス概念とマーケティング戦略. 明治学院論叢, 459: 65-92
- 67) 上原征彦 (1992) サービス研究の潮流. マーケティングジャーナル, 45: 65-68
- 68) 東徹 (1997) マーケティング論におけるサービスの概念と位置づけについて—サービス・マーケティングの予備的考察—. 北見大学論集, 38: 19-36
- 69) 芳賀康浩 (2004) サービス概念の再検討—サービス・エンカウンター研究のための予備的考察—. 経済系, 219: 31-42
- 70) 芳賀康浩 (2004) サービス概念の再検討—サービス・エンカウンター研究のための予備的考察—. 経済系, 219, p. 31
- 71) 芳賀康浩 (2004) サービス概念の再検討—サービス・エンカウンター研究のための予備的考察—. 経済系, 219, p. 37
- 72) 朝倉雅史・清水紀宏 (2011) スポーツサービスに関する一考察. 日本体育・スポーツ経営学会第34回大会研究抄録集: 34-35
- 73) 片山敬重・木村和彦・浪越一喜編著 (1999) 現代スポーツ経営論. アイオーエム.
- 74) 木村和彦 (1999) スポーツ経営の基礎. 片山敬重ほか編著, 現代スポーツ経営論. アイオーエム.
- 75) 野村清 (1983) サービス産業の発想と戦略—モノからサービス経済へ—. 電通.
- 76) 木村和彦 (1999) スポーツ経営の基礎. 片山敬重ほか編著, 現代スポーツ経営論. アイオーエム, p. 23
- 77) 山下秋二・畑攻・富田幸博編 (2000) スポーツ経営学. 大修館書店.
- 78) 山下秋二・原田宗彦編著 (2005) 図解スポーツマネジメント. 大修館書店.
- 79) 野村清 (1983) サービス産業の発想と戦略—モノからサービス経済へ—. 電通, pp. 42-55
- 80) 山下秋二 (2000) スポーツと経営学. 山下秋二・畑攻・富田幸博編, スポーツ経営学. 大修館書店, p. 25
- 81) 中西純司 (2005) スポーツサービスの品質管理. 山下秋二・原田宗彦編著, 図解スポーツマネジメント. 大修館書店, p. 146
- 82) 上原征彦 (1992) サービス研究の潮流. マーケティングジャーナル, 45, p. 66
- 83) 柳沢和雄 (1999) スポーツサービスの開発・商品化. 日本体育協会編, B級教師教本〔Ⅲ期用〕. 日本体育協会, p. 41
- 84) 宇土正彦 (1992) スポーツプロデュースの課題—スポーツ経営・学校体育への応用をめざして—. 体育・スポーツ経営学研究, 9(1), pp. 65-66
- 85) 山下秋二・畑攻・富田幸博編 (2000) スポーツ経営学. 大修館書店.
- 86) 山下秋二 (2000) スポーツと経営学. 山下秋二・畑攻・富田幸博編, スポーツ経営学. 大修館書店, pp.

- 25-26
- 87) 山下秋二・畑攻・富田幸博編 (2000) スポーツ経営学. 大修館書店.
- 88) 中西純司 (2000) スポーツマーケティングの考え方. 山下秋二ほか編, スポーツ経営学. 大修館書店, p. 173
- 89) 小川孔輔 (2000) サービス商品としてのスポーツ. 山下秋二ほか編, スポーツ経営学. 大修館書店, p. 132
- 90) 富山浩三 (2003) スポーツサービス産業. 原田宗彦編著, スポーツ産業論入門第3版. 杏林書院, p. 45
- 91) 原田宗彦 (2003) はじめに. 原田宗彦編著, スポーツ産業論入門第3版. 杏林書院, p. i
- 92) 総務省政策統括官 (統計基準担当) 編 (2014) 日本標準産業分類 (平成25年10月改訂). 統計情報研究開発センター, p. 25
- 93) 総務省政策統括官 (統計基準担当) 編 (2014) 日本標準産業分類 (平成25年10月改訂). 統計情報研究開発センター, p. 27
- 94) 富山浩三 (2003) スポーツサービス産業. 原田宗彦編著, スポーツ産業論入門第3版. 杏林書院, p. 43
- 95) 松岡宏高 (2005) スポーツ組織のマネジメントと事業のマーケティング. 日本体育協会編, 公認スポーツ指導者養成テキスト共通科目Ⅱ. 日本体育協会, p. 95
- 96) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1): 33-45
- 97) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1), p. 40
- 98) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1), p. 40
- 99) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1), p. 38
- 100) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1), p. 41
- 101) 吉田政幸 (2011) スポーツサービスと消費行動. 原田宗彦編著, スポーツ産業論第5版. 杏林書院, p. 114
- 102) 吉田政幸 (2011) スポーツサービスと消費行動. 原田宗彦編著, スポーツ産業論第5版. 杏林書院, p. 115
- 103) 宇土正彦 (1970) 体育管理学. 大修館書店.
- 104) 清水紀宏 (1993) 体育経営学の性格. 体育・スポーツ経営学研究, 10(1): 7-28
- 105) 清水紀宏 (1994) 「スポーツ経営」概念の経営学的考察. 体育学研究, 39(3): 189-202
- 106) 筑紫智行 (2003) 体育経営管理研究の展開—スポーツ経営学の歴史的研究の一環として—. 日本体育大学紀要, 32(2): 131-148
- 107) 佐野昌行・富田幸博 (2012) 体育学の一領域としての体育管理学の成立過程: スポーツ経営学史研究の一環として. 体育・スポーツ経営学研究, 26: 53-71
- 108) 松岡宏高 (2010) スポーツマネジメントの概念の再検討. スポーツマネジメント研究, 2(1): 33-45
- 109) 山下秋二 (2005) スポーツマネジメント研究の展望. 体育学研究, 50(1), p. 79
- 110) 赤松喜久・島崎仁 (1986) 運動者の意思決定過程に関する研究—公営体育館開放利用者の認知構造と運動者行動について—. 日本体育学会大会号, 37A: 246
- 111) 原田宗彦・原田尚幸・米田幸子 (1991) 体育・スポーツ施設におけるサービス・クオリティに関する研究. 日本体育学会大会号, 42A: 459
- 112) 中西純司 (1998) 公共スポーツサービスのデリバリー・システムにおける臨界接触点の分析—サービス・クオリティの改善をめざして—. 日本体育学会大会号, 49: 394
- 113) 関口敏樹・八代勉・柳沢和雄 (2001) 公共スポーツ施設のPFI事業における官民リスク分担の研究. 日本体育学会大会号, 52: 406
- 114) 高橋季絵・野川春夫 (2003) 公共スポーツ施設の受託運営に関する研究—プール運営における民間スポーツ事業者への運営委託を対象に—. 日本体育学会大会号, 54: 415
- 115) 中路恭平 (1986) 民間テニスクラブにおける価格と運動者行動に関する研究. 日本体育学会大会号, 37A: 245
- 116) 小野里真弓・畑攻 (1998) ゴルフスクールにおけるスポーツサービスのマネジメント. 日本体育学会大会号, 49: 402
- 117) 八代勉 (1987) 公共スポーツサービスの供給システムに関する研究 (その1). 日本体育学会大会号, 38A: 233
- 118) 八代勉 (1988) 公共スポーツサービスの供給システムに関する研究 (その2) 地域スポーツ組織の機能と維持・発展について. 日本体育学会大会号, 39B: 461
- 119) 八代勉 (1989) 公共スポーツサービスの供給システムに関する研究 (その3) 地域スポーツ組織の機能と効果について. 日本体育学会大会号, 40A: 421

〈連絡先〉

著者名: 佐野昌行  
 住 所: 東京都世田谷区深沢7-1-1  
 所 属: 日本体育大学スポーツ経営管理学研究室  
 E-mail アドレス: msano@nittai.ac.jp