

2008年度 SMC サテライト講座 in 兵庫

[開講式]

日時：2008年12月20日(土)12:30～12:45

場所：兵庫県民会館 1202

次第：①はじめに HFA スポーツクラブプロジェクトリーダー 加藤 寛氏

②挨拶 (社)兵庫県サッカー協会専務理事 高見 豊氏

③連絡事項 JFA：根本氏 HFA：加藤氏

Session1 ビジョン

【個人ワーク】

ロードマップの作成

ビジョンとは…スポーツのビジョン

その他のビジョン

- ・個人や組織にとって望ましい未来図
- ・夢ではなく具体的な将来像

期限があり、成果を評価できること⇒定量、定性がはかれる目標

現状

ビジョン

ビジョンを実現するためのプロセス=マネジメント

マネジメントとは…計画する (PLAN)

実行する (DO)

管理する (SEE)

☆まず明確なビジョンを持つことが大切で、そのビジョンを実現させるためには自分自身をどうマネジメントしていけばいいのかを学びました。

Session2 マインドマップ ～Mental Literacy～

1. マインドマップとは？

脳に自然な思考技術

提唱者：トニー・ブザン

理解力、記憶力、発想力、問題解決力を高めることができる。

色や形、においては記憶に残りやすいので、脳の自然な働きを使って写像している。

ノート術

キーワードと関連付けて情報を1枚に整理できる。

「記憶」に効果を発揮

発想術

固定概念を外し、イメージの連想により新たなアイデアを発掘できる。

企画計画作り、問題解決・分析などにも使える。

⇒ツールとしてビジネス界や教育界も注目

中心から放射状に連想を広げていく理由

ダ・ヴィンチ ノート

整然としていない

イメージの表現

頭に浮かんだものを数秒で写生

ワーク

セントラルイメージを描いてみる。

☆将来のビジョンを、言葉ではなく映像としてイメージすることの大切さを学びました。

Session3,4 環境分析

【ウォーミングアップ】

好きな人、尊敬している人についてグループで話し合う

環境分析

課題発見、課題解決

「どのようにしたら実現できるか！」

⇒自分の内外の客観的な事実をとらえ、事実の中から課題を発見し解決（戦略立案）する。

☆スポーツをとりまく社会を様々な観点から考え、ビジョンを達成するためには何が必要で、何をすべきなのか（課題と戦略立案）について考えました。

Session5 SWOT

【ウォーミングアップ】

最近うれしかったこと、楽しかったこと

SWOT分析

SWOTは、環境フレームワーク(枠組み)の一つ。

強み Strength / 弱み Weakness ビジョン

機会 Opportunity / 脅威 Threat

客観的事実をとらえる(自分たちの強みと弱みを確認、将来の機会と脅威を予測)

⇒課題発見と戦略立案(そこから具現化するための戦略を考える)

【グループワーク】

日本代表チームの SWOT 分析

【個人ワーク】

N年後のビジョン

今の自分

マインドマップ ⇒ SWOT分析

① マインドマップ

ビジョン達成に必要な現在の自分の経営資源について分析

② SWOT分析

事実をとらえる

強み、弱み：自分の客観的事実

機会、脅威：今～N年後の自分内外の客観的事実と変化

③ 戦略立案

強み×機会：機会を利用して強みをもっと強くできないか

弱み×機会：機会を利用して弱みを克服できないか

強み×脅威：強みを利用して脅威に打ち勝つことはできないか

弱み×脅威：脅威を逆手にとって弱みを強みにできないか

優先順位付け→統合→戦略立案

☆自分自身を客観的に分析することで、今の環境が理解でき、将来のビジョンを実現しやすくなるということを学びました。

Session6 ウィル/キャン/マスト

【個人ワーク】

ビジョン達成に必要な行動計画を作成

→グループ内で発表することで、様々な観点からの意見を取り入れる。

現状でできること、できないことを客観的な意見も踏まえて考える。

やりたいこと **Will**

できること **Can**

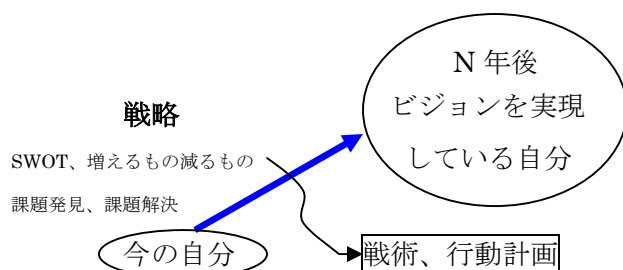
しなければいけないこと **Must**

☆プロセスを鮮明にした上で行動計画を立てることが、ビジョンを達成するための一番の近道であるということを学びました。

Session7,8 目標管理

タイムマシン

ビジョンの実現に向けて、“何を” “いつまでに” 行うか、の計画を作る



【個人ワーク】

タイムマシンの作成

↓

グループで発表/シェア

戦術、行動計画

ビジョン実現のために何をするか

- ・ やりたいことは何か
- ・ 何ができるか
- ・ やらなければならないことは何か

自分の外部から**思い、情熱、アイデア、ビジョン**を

- ・ 調達する
- ・ 交換する
- ・ 学ぶ

ことで、

成長、進歩、拡大、価値の向上につながる

☆今まで描いたビジョンを具現化するためのアクションプランを考えました。

まとめ

本講座では、明確な将来のビジョンを描き（ビジョン）、描いたビジョンを明確にし（マインドマップ）、スポーツをとりまく社会を捉え（環境分析）、ビジョンの具現に向けた戦略を立て（SWOT）、プロセスを鮮明にし（ウィル、キャン、マスト）、達成までのアクションプランを計画（目標管理）する力を身につけました。

HFA オリジナル講座

①「人と組織を動かす力」

アイデア開発・トレーニング - 1 : 「要素」「機能」「属性」の視点から発想を広げる

アイデア開発・トレーニング - 2 : 「らしさ」を演出する・アイテム探し

スポーツの歴史とお金の動き

90年代 スポーツ産業が盛んになる

2000～ 肖像権、ネーミングライツの問題

⇒スポーツマーケティング、スポーツマネジメントの重要性

スポーツ…**昔** 娯楽 **今** エンターテイメント 社会の様々な分野のものに関わっている

「人と組織を動かす力」＝アイデアを創発すること

「企画力」＝情報を**編集**する力、企画を実現する力

（言葉・アイデア・イメージ）

- ・ 思考パターンを広げることが大事



アイデア開発・トレーニング - 3 : 見えないものを見る (ないものを探せ・不足の発見)
アイデア開発・トレーニング - 4 : 言い換え、読み替え、意味の近さで言葉を広げてみる
アイデア開発・トレーニング - 5 : 対象の要素・機能・属性に注目する
イメージサークルを広げる
アイデア開発・トレーニング - 6 : 「コップ」を見立てる

提案書の書き方

与件の整理、目的の拡張、概念の設計、設営の構造 (具体的な形に当てはめていく)、枠組の展開、方法の強調、隣接の波及

② 「なぜいま日本に総合型地域スポーツクラブが生まれてきたのか」

現状

スポーツ実施率：昭和 39 年東京オリンピックをきっかけにスポーツ人口が増えた
・内閣府の調べによると日本人の 3 分の 1 が 1 年に 1 度もスポーツをしていない
・スポーツをする大きな理由は健康維持のためである。

文部科学省では「スポーツ振興基本計画」(平成 12 年 9 月)と題し、平成 13 年度からおおむね 10 年間で実現すべき政策目標をあげている。

【政策目標】

- (1) 国民の誰もが、それぞれの体力や年齢、技術、興味、目的に応じて、いつでも、どこでも、いつまでもスポーツに親しむことができる生涯スポーツ社会を実現する。
- (2) その目標として、できる限り早期に、成人の週 1 回以上のスポーツ実施率が 2 人に 1 人 (50%) となることを目指す。(H.16 現在 38.5%)

また、厚生労働省では「健康日本 21」(平成 12 年 3 月)と題し、21 世紀における国民健康づくり運動を推進している。運動習慣者率を 2010 年度までに「1 回 30 分以上の運動を週 2 回以上実施し 1 年以上継続している」人を男性 39%以上 (現状値 28.6%) 女性 35%以上 (現状値 24.6%) をめざしている。また、県や市ごとに個別に政策目標を立てている。

文部科学省が**スポーツ**、**レクリエーション**を掲げているのに対して
厚生労働省は**健康**、**福祉**を掲げている。

スポーツクラブの現状 ～日本のスポーツクラブ～

(1) 学校部活動の動向 (中高)

- ・ 土日の部活動→地域スポーツクラブへ
- ・ 学校教員の平均年齢の年次推移が上がってきている。(教師の採用人数減→生徒が減ったため)

(2) 企業スポーツ

日本のスポーツの発展に企業スポーツが果たした功績は大きいですが、現在、企業はスポーツからの撤退を余儀なくされている。

(3) プロスポーツクラブ

営利活動ととらえられがちだが、生涯スポーツ振興にも貢献している。

(4) 民間スポーツクラブ

営利のものと非営利のものがある。

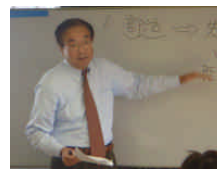
(5) 地域スポーツクラブ (早朝野球・ママさんバレー・スポーツ少年団)

単一種型、同一世代型、活動拠点なし、教室からクラブへ

望まれるスポーツクラブ

- ・ 多種目、多世代型
- ・ 拠点施設
- ・ 地域の核、サロン、公民館的、コミュニティセンター的

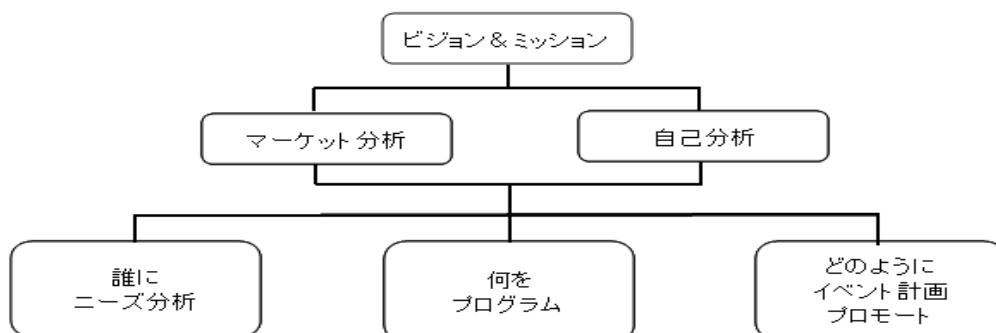
⇒総合型地域スポーツクラブの全国展開が最重点思索



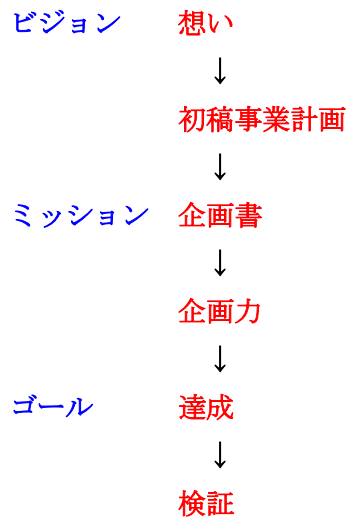
☆ 健康であれば医療費が減るということ、国民のスポーツができる環境をバックアップすることが大切だということを学びました。



③モチベーションマネジメント



ヒト コミュニケーション ボランティア ヒューマンリソース
カネ 収支計画とスポンサーシップ
情報 リスクマネジメント ホスピタリティ



モチベーションをマネジメントするためには

1. 自分の知っていることを体系化し直し、また新しい見方に出会い、さらに有効に活用できるようにする
2. 新しい知識に出会う
3. 研修仲間とのネットワーク作り

が大切である

☆成果の評価は聞く前の自分とどう変わったかを知ることであり、自分以外の人と比べて取り組むべきものとそうでないものを判断することが大切だということを学びました。

④「サッカークラブマネージメント」 & 「日本サッカーへの期待と予測」

サッカークラブマネージメントの環境、実態、課題について

現状

- ・Jができてサッカーは安定 40～50代↑
20代↓
19000人



・40 チームが J 参入したがってる→キャパシティの問題、地方クラブはビッグクラブにはなれない

・J は 10 チームからスタート

・J リーグスポンサーの変遷

大事なのはチームが何を目標にしているかを明確にすること

お金の管理、選手の確保、環境作りなど

「フットボールマネーリーグ」

Ex.マンチェスター

×クラブ

○エンターテイメントを提供する会社

・チームの評価

チームコンセプト⇒方向が決まる（選手の獲得、育成）計画性

・施設環境

チームのコンセプト、方向性（どこを強化したいか）

ファンではなくサポーターを作る努力をする

（グッズ、町のカラー）

・サポーター

コアサポーターが増えすぎている→ニューカマーが減っている

・ターゲットフィッティング→テーマ、売れ筋を考えながら在庫を減らすことを考える

・スポンサー

・対応×

・セルシート×

・情報共有、メディアとの関係（誰が発表するか）

・広報のあり方

参考資料：J1 平均配分金

☆たくさんさんのデータを下に今の環境を見直し、現状でできることは何かを考えさせられました。



SMC兵庫県サテライト講座第1期生