

論 文

スポーツ・マネジメント研究の仮定の再検討： 日本のプロサッカー市場の分析

涌 田 龍 治 西 政 治
山 下 哲 吉 中 康 子

要旨 本稿の目的は、日本のプロサッカーの市場を分析することで、スポーツ・マネジメント研究が暗黙裡に置いている仮定を再検討することにある。ここで言うスポーツ・マネジメント研究とは、スポーツ・ビジネスの現象を経営学の知見を使って説明しようとする学問的営みのことである。具体的には、Szymanski and Kuypers (1999) の分析を手掛かりに、方法上の問題点を修正した再分析を行う。これにより、まず、日本のプロサッカー市場がイングランドの市場と同程度に資源配分の効率性を保っているという仮定が確認される。しかし、このような効率性が確認できるにもかかわらず、個別組織がもつ生産技術や販売技術には差が見られるという仮定も確認される。この2つの確認から、スポーツ・ビジネスの市場や組織も他産業と同様の仮定を置くことができる、とすることができる。すなわち、スポーツ・マネジメント研究であっても経営学の知見が適用可能である。

キーワード スポーツ・マネジメント研究、市場の資源配分の効率性、単回帰分析

目 次

- I. 解 題
- II. Szymanski and Kuypers (1999) の問題提起
- III. 分析の方法
- IV. 分析の結果
- V. 本稿の結論と今後の課題

I. 解 題

本稿の目的は、日本のプロサッカーの市場を分析することで、スポーツ・マネジメント研究が暗黙裡に置いている仮定を再検討することにある。その仮定とは、第1に、プロチームが直面する投入市場や販売市場に一定の資源配分の効率性があるという仮定であり、第2に、そうした市場に資源配分の効率性が顕在化しているにもかかわらず個別組織の技術産出の効率性には差が見られるという仮定である。このような仮定が妥当であるかを本稿では再検討する。

近年、日本のスポーツ・ビジネスを題材とした研究が徐々に増えつつある。このような研究はおおむねスポーツ・マネジメント研究と呼ばれ、その多くは日本体育・スポーツ経営学会や日本スポーツ産業学会や日本スポーツマネジメント学会で報告されている。このような研究の中には、スポーツに関わる個別の組織間で生産の効率性がなぜ異なるのかを問う、狭義の「スポーツ・マネジメント論」や、スポーツに関わる組織間で販売の効率性がなぜ異なるのかを問う、狭義の「スポーツ・マーケティング論」を含んでいる。大学もこれに呼応する形で、スポーツと名称づけられる学科やコースを設置し、定員数は1987年から2007年にかけて1.99倍になったという報告もある¹⁾。

しかし、このような研究の増加とは対照的に、日本のスポーツ・ビジネスの市場に資源配分の効率性が担保されているという仮定に関する議論は、それほど盛んには進められていない。実際、最も市場の果たす役割が大きいと考えられるプロスポーツ興行であっても、日本においてはそうした議論が少ないと指摘されている²⁾。そのため、たとえばプロ野球球団の大阪近鉄バファローズの合併や横浜フリューゲルス²⁾の解散などの現象の説明には、市場が適正に機能した

1) たとえば、及川・平田(2008)を参照。

2) たとえば、松岡(1996)を参照。

スポーツ・マネジメント研究の仮定の再検討：日本のプロサッカー市場の分析（涌田，西，山下，吉中）241
からだという主張がある一方で、むしろ市場が適正に機能しなかったからだとい
3)
いう主張もあった。もし前者の主張が正しいならば、市場はすでに成立している
ため、長期的に見ればそこには資源配分の効率性、つまり、投入される人件
費が高いほど高品質のサービスが生産されると同時に高品質のサービスを提供
するほど売上が上昇するという関係が見られるはずである。一方、もし後者
の主張が正しいならば、市場を成立させるための諸条件がまだ整っておらず、
そのため長期的に見たとしても資源配分の効率性は見られないはずである。こ
うした関係は、Szymanski and Kuypers（1999）の研究を代表として国外では
検討されているものの、国内では検討されていない。

そこで本稿では、公表データがある程度整った日本プロサッカーリーグ（以
下、Jリーグと表記）の市場に資源配分の効率性が見られるかどうかという仮定
を再検討する。具体的には、Szymanski and Kuypers（1999）の分析を手掛か
りに、方法上の問題点を修正した再分析を行い、日本とイングランドのプロサ
ッカー市場を比較する。もし日本のプロサッカー市場における資源配分の効率
性がイングランドのそれと大いに異なるならば、つまり、市場を成立させる諸
条件の過不足があるならば、今後の日本のスポーツ・マネジメント研究はそう
した特殊性を勘案しながら議論を進めていかななくてはならないだろう。逆に、
日本とイングランドの市場に同程度の効率性が顕在化しているならば、今後の
研究は国外の研究知見を大いに活用していくことができよう。

さらに本稿では、たとえ2つの市場に同程度の資源配分の効率性が見られた

3) 市場が適正に機能したという主張は、これらの現象を淘汰の結果と解釈する。たとえば、当該
チームは他チームよりも経営に優れていなかったと説明する。こうした主張は、たとえば大坪
（2004）に見られる。一方、市場が適正に機能しなかったという主張は、これらの現象を市場成
立条件の不備の結果と解釈する。たとえば、当該チームは他チームよりも経営努力をしていたけ
れども、日本の場合、そうした努力から得られる利潤の一部が対戦相手チームに行き渡るためだ
と説明する。こうした主張は、たとえば広瀬（2004）に見られる。このあたりの主張の整理につ
いては福田（2011）が詳しい。

としても、個別組織のもつ生産技術や販売技術の効率性には差が見られるかという仮定をも確認する。この試みの狙いは、青木・伊丹（1985）の言う「技術」⁴⁾がプロサッカーのチームであっても見られるのかどうかを確認することにある。もし組織的に取り組んでいる技術産出の効率性にチーム間で差が見られるならば、なぜそうした差が生まれるのかを問う経営学の知見が適用可能となるはずである。この2つの仮定を確認する作業によって、スポーツ・ビジネスの市場や組織も他産業と同様の仮定を置くことができるかどうかを検討していく。

II. Szymanski and Kuypers（1999）の問題提起

上述した国内の研究動向とは異なり、国外では、少なくともプロスポーツ興行に関しては、市場に資源配分の効率性が見られることが確認されている。その代表的な分析が本稿で取り上げる Szymanski and Kuypers（1999）の分析である。彼らは、プロスポーツのチームも企業と同様に利潤最大化を目指すけれども、そのために、第1に優秀な選手を集めて試合での勝利を目指し、第2に試合で勝利すれば観客が集まるために売上高が上昇する、という2つのステップを踏んで利潤最大化を図ると予測する。直感的に理解しやすいこの予測の正しさを、イングランドのプロサッカーチームのデータを分析して確認した。つまり、チームが直面する投入市場での資源配分（第1のステップ）と販売市場での資源配分（第2のステップ）に効率性が見られることを示したのである。このように、Szymanski and Kuypers（1999）の分析はイングランドのプロサッカーの市場を理解する上できわめて大きな役割を果たしている。

しかし、彼らの分析をあえて批判的に検討すれば、次の3点の問題が残されている。第1は、上述したように、分析で明らかにされた知見が日本にも適用

4) ここで言う「技術」には生産技術のみならず流通技術も含まれている。詳しくは青木・伊丹（1985）や Coase（1988）を参照。

図1. 各変数の算出式

$$\text{人件費変数} = \log\left(\frac{W_i}{W_{average}}\right), \text{順位変数} = -\log\left(\frac{P_i}{C_n + 1 - P_i}\right), \text{売上高変数} = \log\left(\frac{R_i}{R_{average}}\right)$$

ここで $W_i = i$ チームの人件費, $W_{average} =$ 全チームの平均人件費
 $P_i = i$ チームの順位, $C_n =$ 参加クラブ数,
 $R_i = i$ チームの売上高, $R_{average} =$ 全チームの平均売上高

可能であるかが明らかにされていない点である。第2は、分析手続きの中で用いられた変数に時間的先後関係が十分に組み込まれていない点である。第3に、分析結果は確かに市場全体を理解する上で有益であるけれども、市場を構成する個別組織の技術産出の効率性を明らかにするために選ばれた2つのチームの妥当性が不明瞭な点である。

第1の問題を検討するために、Szymanski and Kuypers (1999) の具体的な分析手続きを見ていこう。彼らは次のような手続きで分析を行った。第1に、イングランドのプロサッカーリーグ1部から4部に所属する全92チームの中から、1978年度から1997年度までの人件費、順位、売上高のデータがそろっている40チームを分析対象とした。第2に、人件費、順位、売上高は、各年度のインフレ率や参加チーム数の変更などの外的状況の効果を除くため、図1の式のように相対化し、さらに線形関係を見やすくするために対数変換して、その平均値を変数として用いた。第3に、この平均値を、人件費と順位、順位と売上高の軸に従ってプロットし単回帰分析を行うことによって、それぞれの関係を明らかにした。その結果、人件費は順位を92%説明し（自由度調整済み決定係数 $R^2 = .92$ 、以下、自由度調整済み決定係数 R^2 は R^2 と表記）、順位は売上高を89%説明する ($R^2 = .89$) ことが明らかとなった。このように、プロスポーツのチームが直面する投入市場と販売市場に一定の資源配分の効率性が見られることを明らかにした。

しかし、このような知見がどれほど一般化できるのかについてはその後、議

論の最中にある。たとえば、Forrest and Simmons (2000) は北米のプロスポーツ興行（具体的には野球とアメリカンフットボール）ではこのような知見が当てはまらないことを示している。逆に、内田・平田（2008）はJリーグの興行ではこのような知見が当てはまることを示している。ただし、彼らの分析は人件費と順位の間接関係を明らかにするにとどまっており、順位と売上高の間接関係は明らかにされていない。

第2の問題は、時間的先後関係の問題である。Szymanski and Kuypers (1999) の分析で用いられた3つの変数は1978年度から1997年度の同期間のデータをもとに構成されている。そのため、彼らの解釈では人件費は順位を92%説明するとしているが、その逆に順位が人件費を92%説明すると解釈することもできる。なぜならば、当年度の選手の契約は来年度の成績を予想する中で結ばれるからである。そのため、当年度人件費を多くして優秀な選手を集めた結果順位が上がったのではなく、当年度順位が上がったので来年度も同様の成績が期待できるために人件費を上げたのかもしれない。同様のことは順位と売上高についても言える。

第3の問題は、プロスポーツの投入市場と販売市場に資源配分の効率性が見られた後に関わっている。Szymanski and Kuypers (1999) は市場の単回帰分析の結果、投入される人件費が高いほど高品質のサービスが生産されると同時に高品質のサービスを提供するほど売上高が上昇するという関係が見られ、両市場の資源配分の効率性を確認した。さらに、両市場の回帰直線よりも上側に位置するチームが、人件費をサービスに変換したりサービスを売上高に変換したりする技術の効率性が高いチームであると解説する。その該当チームがLiverpool（人件費と順位の間接関係で回帰直線の上側）とManchester United（順位と売上高の間接関係で回帰直線の上側）という2つのチームである。その上で、これらが相対的に高い技術を持っているのはなぜかと問い、その答えを事例分析

スポーツ・マネジメント研究の仮定の再検討：日本のプロサッカー市場の分析（涌田，西，山下，吉中）245
によって戦略的資産（Strategic Assets），名声（Reputation），アーキテクチャー（Architecture）と導く。

しかし，このような知見を一般化するためには，Liverpool と Manchester United を分析するだけでは不十分である。なぜならば，両チームの技術産出の効率性は，単に市場シェアが大きいことだけに由来するかもしれないからである。実際，Liverpool は投入された人件費が他チームよりも高い。そのため，たとえば選手をトレーニングする（稼働）時間が相対的に長く，規模の経済が働いた結果，技術産出の効率性が高くなったのかもしれない。一方，Manchester United は提供されたサービスの品質（順位）が他チームよりも高い。そのため，たとえば広報される機会が増え，チームの認知率が高まった結果，技術産出の効率性が高くなったのかもしれない。もしこれが正しければ，分析によって明らかになった知見の適用範囲は相対的にシェアの大きなチームに限定されなければならない。つまり，ここで得られた知見がどの組織にも当てはまるかどうか不明瞭なままに残されている。

Ⅲ．分析の方法

本稿では，上述した3つの問題点がありながらも Szymanski and Kuypers (1999) の分析知見の一般化はきわめて重要であるという立場をとって，この3つの問題点を克服しながら，彼らの分析知見の一般化を図る。ここでは，3つの問題それぞれに対応するため3つの分析を行った。以下では，その具体的な方法を述べる。

まず，彼らの分析知見が日本にも適用可能かが明らかにされていない第1の問題に対応するために，Jリーグを題材に彼らの分析手続きと全く同じ手続きを踏んで単回帰分析を行う（分析1）。ここでJリーグを対象にしたのは，2つの理由による。第1は，他のスポーツと異なり，2006年度から2009年度までの

数年度にわたって人件費、順位、売上高が公表されているからである。第2は、市場の不備が見えやすいからである。というのも、提供される興行サービス（サッカー）が同一であり、新規参入が比較的容易でリーグが上下複数に分かれているという興行方式も似ているため、2つの市場を比較しやすい。分析1では、Szymanski and Kuypers (1999) の手続きと同じく、2006年度から2009年度までJリーグの1部と2部に参加する36チームのうち、人件費、順位、売上高のデータがそろっている33チームを対象にする⁵⁾。人件費、順位、売上高は図1の式のように相対化し、さらに線形関係を見やすくするために対数変換して、その平均値を変数として用いる。これらの変数を、人件費と順位、順位と売上高とに分けて、合計2回の単回帰分析を行い、Szymanski and Kuypers (1999) の分析結果と比較する。これにより、日本がイングランドと同様に投入市場と販売市場に資源配分の効率性が見られるかを確認できるはずである。

次に、時間的先後関係という第2の問題を考慮したデータを使って、イングランドと日本のプロサッカーの人件費と順位、順位と売上高の単回帰分析を行う（分析2）。具体的には、Szymanski and Kuypers (1999) の分析で用いられたデータを3つの変数に構成しなおす際、従属変数を1979年度から1997年度までのデータを使い、独立変数を1978年度から1996年度までのデータを使う。同様に、Jリーグの3変数も従属変数には2007年度から2009年度までのデータを使い、独立変数には2006年度から2008年度までのデータを使う。これにより、高い人件費が投入された結果、高順位となり高品質のサービスが生産できること、また、高品質のサービスである高順位が観客を誘引し、その結果として売上高が上昇することを確認できるはずである。

最後に、分析1と分析2の結果がイングランドと同程度の R^2 であり、市場

5) 用いられたデータはJリーグ公式ホームページ (<http://www.j-league.or.jp/>) に公表されているデータである。

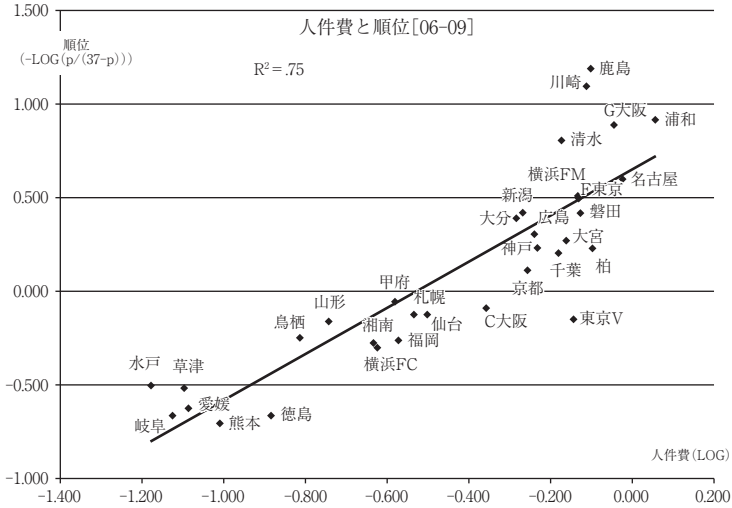
に資源配分の効率性が見られたならば、個別チームが持つ技術産出の効率性の差を見るために、すなわち第3の問題に対応するために、各チームの営業利益率（以下、利益率と表記）と順位の間を単回帰分析する（分析3）。ここでの利益率は、各年度の利益率（税引前営業利益を売上高で除した値）を平均した値のことである。これを従属変数にする場合は、イングランドであれば1979年度から1997年度まで、日本であれば2007年度から2009年度までを用いる。独立変数にする場合は、イングランドであれば1978年度から1996年度まで、日本であれば2006年度から2008年度までを用いる。もし、これまでの利益率が高いために人件費をより多く支払うことができ、その結果、高順位となるという関係や、高順位が観客誘引のコストを減らし、その結果として利益率が向上するという関係が見られるならば、技術産出の効率性は単に市場シェアの大きさによる可能性が高い。その場合には、Szymanski and Kuypers (1999) が明らかにした事例分析の知見は、それほど一般化できないであろう。しかしその逆に、上述した関係が見られないのであれば、彼らの明らかにした事例分析の知見は少なくともイングランドと日本のサッカーチーム全般には一般化可能であると考えられる。

IV. 分析の結果

(1) 分析1の結果

Jリーグの公式ホームページ上に公開されている2006年度から2009年度までのデータをもとに、その期間に新しく参入したなどの理由でデータのそろわない3チームを除き33チームを対象に、単回帰分析を行った。順位を従属変数とし、人件費を独立変数とする単回帰分析の結果、人件費は順位を75%説明することが明らかとなった ($R^2 = .75, p < .001$)。各チームの散布図は図2にまとめている。また、売上高を従属変数とし、順位を独立変数とする単回帰分析の結

図2. Jリーグの件数費と順位 [06-09]



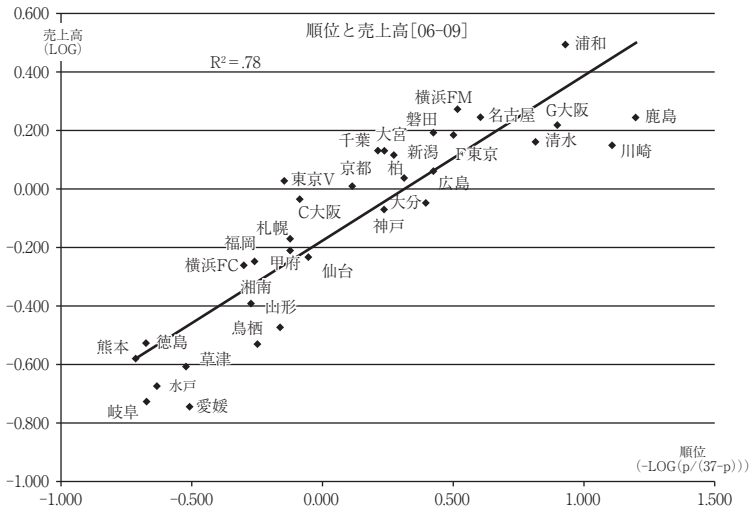
果、順位は売上高を78%説明することが明らかとなった ($R^2 = .78, p < .001$)。各チームの散布図は図3にまとめている。この結果、日本のプロサッカーの市場においてもイングランドのそれと同程度に資源配分の効率性が見られることが明らかとなった。⁶⁾

(2) 分析2の結果

Szymanski and Kuypers (1999) で用いられたデータおよび分析1で用いたデータを、時間的先後関係を考慮しながら再構成し、イングランドと日本のプロサッカーの件数費と順位、順位と売上高の単回帰分析を行った。まず、イングランドの分析では、従属変数を1979年度から1997年度までのデータを使い、

6) イングランドと比較して R^2 値が低いけれども、それは分析期間が短かったためと解釈した。これを同程度と解釈したのは p 値が低いことによる。

図3. Jリーグの順位と売上高 [06-09]



独立変数を1978年度から1996年度までのデータを使って変数を再計算して単回帰分析を行った。その結果，当年度までの順位を従属変数とし，前年度までの人件費（以下，前年度人件費と表記）を独立変数とする単回帰分析の結果，前年度人件費は順位を88%説明することが明らかとなった ($R^2 = .88, p < .001$)。各チームの散布図は図4にまとめている。また，当年度までの売上高を従属変数とし，前年度までの順位（以下，前年度順位と表記）を独立変数とする単回帰分析の結果，前年度順位は売上高を84%説明することが明らかとなった ($R^2 = .84, p < .001$)。各チームの散布図は図5にまとめている。

次に，日本の分析では，従属変数には2007年度から2009年度までのデータを，独立変数には2006年度から2008年度までのデータを使って変数を再計算し，単回帰分析を行った。その結果，当年度までの順位を従属変数とし，前年度人件費を独立変数とする単回帰分析の結果，前年度人件費は順位を73%説明するこ

図 4. イングランドの前年度人件費と順位 [79-97]

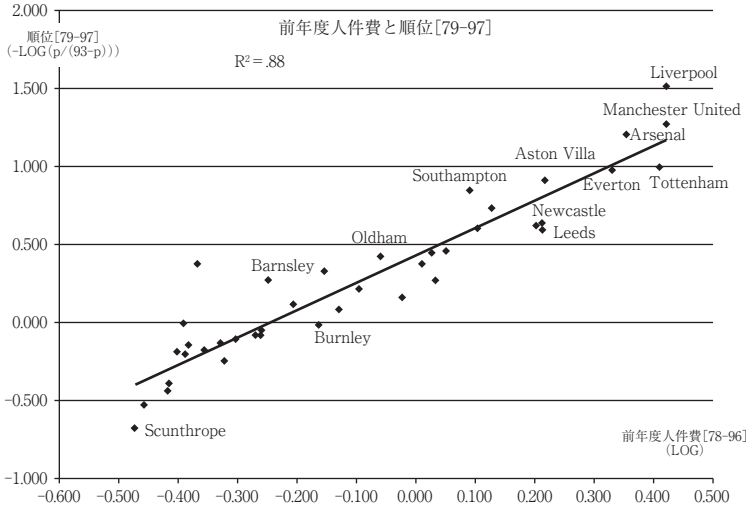


図 5. イングランドの前年度順位と売上高 [79-97]

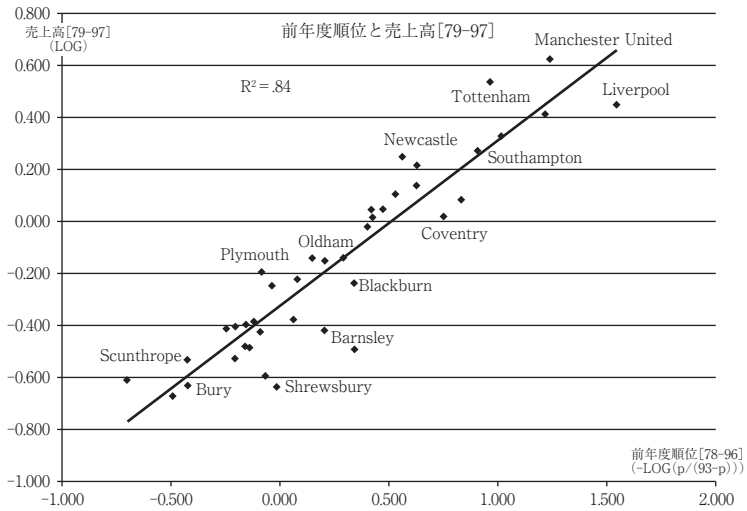
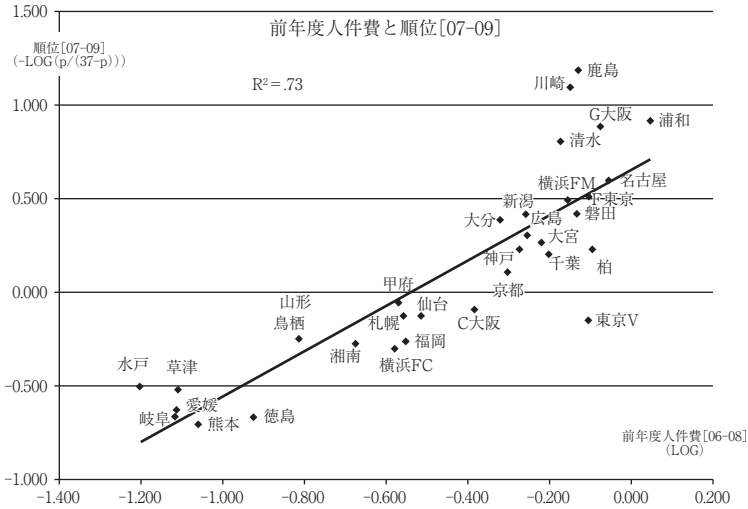


図6. Jリーグの前年度人件費と順位 [07-09]

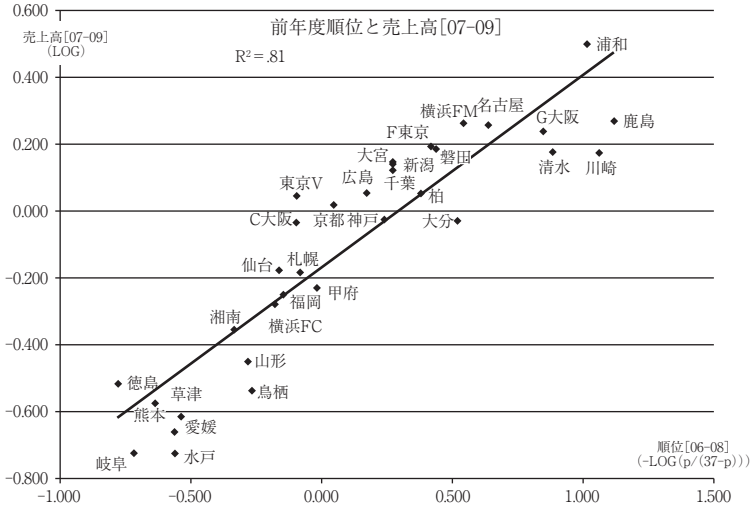


とが明らかとなった ($R^2 = .73, p < .001$)。各チームの散布図は図6にまとめている。また、当年度までの売上高を従属変数とし、前年度順位を独立変数とする単回帰分析の結果、前年度順位は売上高を81%説明することが明らかとなった ($R^2 = .81, p < .001$)。各チームの散布図は図7にまとめている。

これにより、日本のプロサッカーの市場においてもイングランドの市場においても、高い人件費が投入された結果、高順位となり高品質のサービスが生産できるという関係、また、高品質のサービスである高順位が観客を誘引し、その結果として売上高が上昇するという関係が確認できた。言い換えれば、Szymanski and Kuypers (1999) の解釈は正しかったのである。しかも彼らの主張は日本のプロサッカーにも当てはまる。すなわち、プロサッカーの市場に資源

7) 分析1の解釈(注6)と同様の解釈を行なっている。

図7. Jリーグの前年度順位と売上高 [07-09]

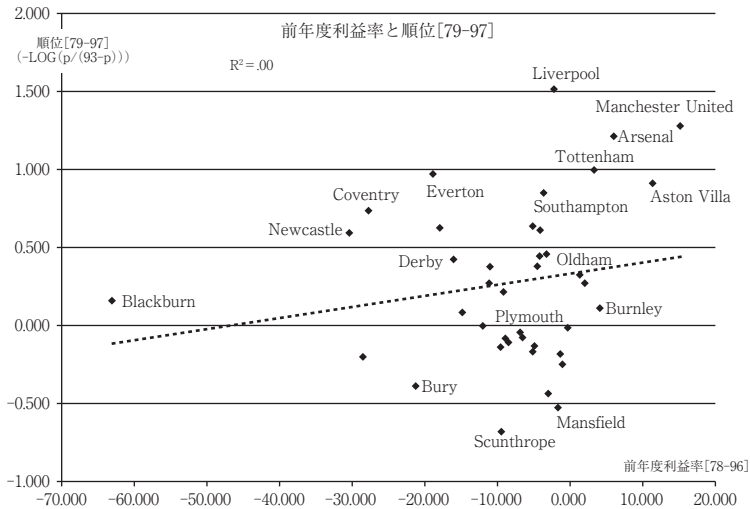


配分の効率性は確かに顕在化していることが示され、第1の仮定の確認ができた。

(3) 分析3の結果

分析1と分析2の結果、日本とイングランドのプロサッカーの市場には同程度の資源配分の効率性が見られた。そこで、各チームの利益率と順位の間関係を明らかにするため単回帰分析を行った。ここでの利益率と順位の変数は分析2と同様の手順により、従属変数と独立変数の時間的先後関係を考慮して再計算された。まず、イングランドにおける単回帰分析の結果を示す。当年度までの順位を従属変数とし、前年度までの利益率（以下、前年度利益率と表記）を独立変数とする単回帰分析の結果、前年度利益率は順位を全く説明しないことが明らかとなった ($R^2 = .00, p > .05$)。各チームの散布図は図8にまとめている。

図 8. イングランドの前年度利益率と順位 [79-97]



また、当年度までの利益率を従属変数とし、前年度順位を独立変数とする単回帰分析の結果、前年度順位は利益率を全く説明しないことが明らかとなった ($R^2 = .01, p > .05$)。各チームの散布図は図9にまとめている。

次に、日本における単回帰分析の結果を示す。当年度までの順位を従属変数とし、前年度利益率を独立変数とする単回帰分析の結果、前年度利益率は順位を全く説明しないことが明らかとなった ($R^2 = -.01, p > .05$)。各チームの散布図は図10にまとめている。また、当年度までの利益率を従属変数とし、前年度順位を独立変数とする単回帰分析の結果、前年度順位は利益率を全く説明しないことが明らかとなった ($R^2 = .00, p > .05$)。各チームの散布図は図11にまとめている。

以上から、各チームの技術産出の効率性は、順位とは全く無関係であることが明らかとなった。これまでの分析で示された R^2 は表1にまとめられている。

図9. イングランドの前年度順位と利益率 [79-97]

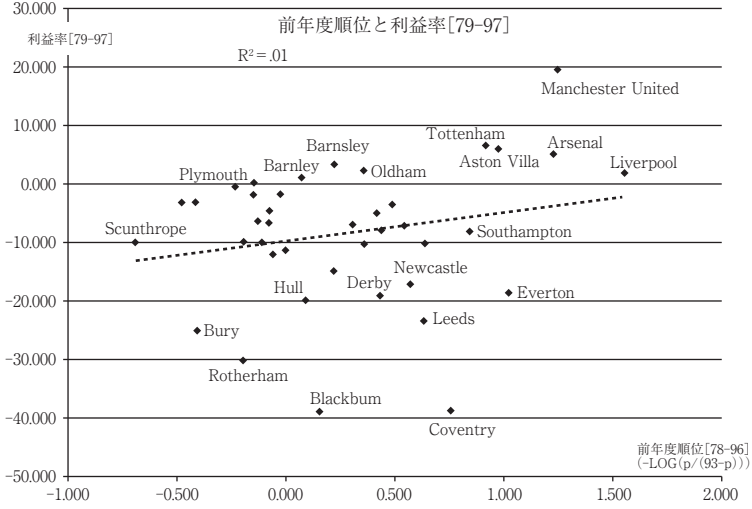
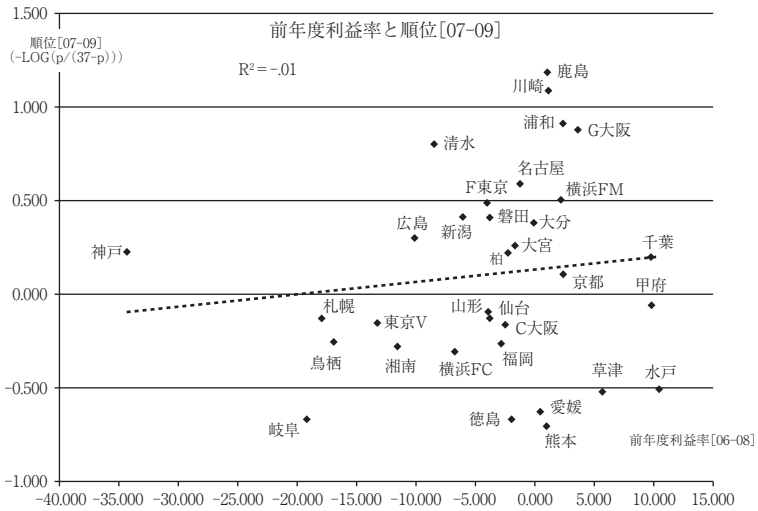


図10. Jリーグの前年度利益率と順位 [07-09]



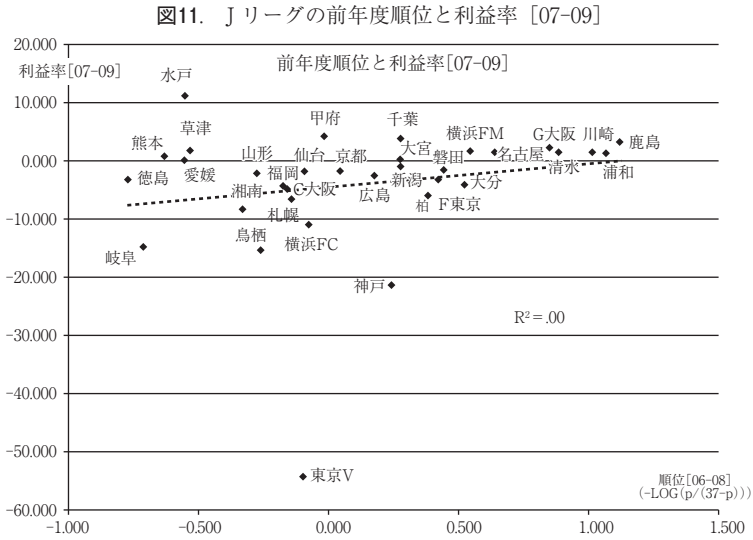


表1. 分析で明らかにされた自由度調整済み決定係数

	国	独立変数	従属変数	自由度調整済み決定係数
Szymanski and Kuypers(1999)	イングランド	人件費	順位	.92
		順位	売上高	.89
分析 1	日本	人件費	順位	.75***
		順位	売上高	.78***
分析 2	イングランド	前年度人件費	当年度順位	.88***
		前年度順位	当年度売上高	.84***
	日本	前年度人件費	当年度順位	.73***
		前年度順位	当年度売上高	.81***
分析 3	イングランド	前年度利益率	当年度順位	.00
		前年度順位	当年度利益率	.01
	日本	前年度利益率	当年度順位	-.01
		前年度順位	当年度利益率	.00

注) ***p<.001

すなわち、プロサッカーの市場には一定程度の資源配分の効率性が見られるにもかかわらず、個別組織に目を向ければ、その技術産出の効率性向上に市場シェアの大きさが関わっている可能性は低いと考えられる。言い換えれば、各チームの技術の効率性に生じている差は、単純に投入資源に還元できるようなものではない。したがって、この差がなぜ生じたのかを明らかにするためには経営学の知見が役に立つであろうと考えられる。

V. 本稿の結論と今後の課題

本稿は、日本のプロサッカーの市場を分析することで、スポーツ・マネジメント研究が暗黙裡に置いている仮定を再検討することを目的とした。その仮定とは、第1に、プロチームが直面する投入市場や販売市場に一定の資源配分の効率性があるという仮定であり、第2に、そうした市場に資源配分の効率性が顕在化しているにもかかわらず個別組織の技術産出の効率性には差が見られるという仮定である。ここでは Szymanski and Kuypers (1999) の分析を手掛かりに、3つの問題点を指摘し、それに対応する3つの分析を行ってきた。分析1と分析2は、前者の仮定を検討する作業であり、その結果、日本のプロサッカー市場がイングランドの市場と同程度に資源配分の効率性を保っていることが示された。分析3は、後者の仮定を検討する作業であり、利益率が順位と相關しないことを示すことで、個別組織がもつ生産技術や販売技術には差が見られることが示された。以上の議論から、スポーツ・ビジネスの市場や組織も他産業と同様の仮定を置くことができ、スポーツ・マネジメント研究であっても経営学の知見が適用可能であると考えられる。

もちろん、本稿で行われた分析にも限界がある。第1に、Szymanski and Kuypers (1999) の分析に使われたデータは1978年度から1997年度までの約20年にわたる長期のデータである一方、本稿で用いられたJリーグのデータは

2006年度から2009年度までの4年程度の短期のデータであるという限界がある。そのため、 R^2 はイングランドのほうが若干高いという傾向が見られた。今後公表されるであろうデータをさらに収集し、比較検討していかなくてはならない。第2に、分析の結果明らかにされた知見を他のプロスポーツ興行に当てはめることが現段階ではできないという限界がある。日本のプロ野球もプロバスケットボールも個別チームの人件費や売上高は公表していない。そのため、明らかにされた知見を一般化する作業は困難が伴う⁸⁾。今後は、人件費や売上高を推測する代理の変数を探ることでこの知見の一般化可能性を検討していく必要がある。

最後に確認しておかなくてはならない点が、ここで言うスポーツ・マネジメント研究とは、スポーツ・ビジネスの現象を経営学の知見を使って説明しようとする学問的営みのことであった点である。スポーツ・マネジメント研究の定義をめぐってはさまざまな主張がある。しかし、本稿ではあえてこのように定義することで、スポーツに関わる個別の組織間で生産の効率性がなぜ異なるのかを問う、狭義の「スポーツ・マネジメント論」や、スポーツに関わる組織間で販売の効率性がなぜ異なるのかを問う、狭義の「スポーツ・マーケティング論」を含む研究が取り組むべき課題を整理した。このような視点に立てば、スポーツ・マネジメント研究に体系的な視点が足りないという批判に対応できるだろう。今後は、このような視点からスポーツ・ビジネスの現象を経営学の知見を使って説明しようとする試みが求められるのではないだろうか。

8) 近年、このようなデータが出そろっていなくても資源配分の効率性を分析する手法が用いられ始めている。その一つは、DEA (Data Envelopment Analysis) である。たとえば、喜田ら(2009)の研究では、医療サービスにこの分析手法が用いられている。このように、分析手法を検討しなおすことも今後の課題の一つである。

参考文献

- 青木昌彦・伊丹敬之『企業の経済学』岩波書店, 1985
- Coase, R., "The Firm, The Market, and The Law," The University of Chicago Press, 1988
- Forrest, D. and Simmons, R. "The Relationship between Pay and Performance: Team Salaries and Playing Success from a Comparative Perspective," Paper for Conference on Economics Professional Soccer, 2000
- 福田拓哉「わが国のプロ野球におけるマネジメントの特徴とその成立要因の研究：NPBの発足からビジネスモデルの確立までを分析対象に」『立命館経営学』49(6), 135-159, 2011
- 広瀬一郎『「Jリーグ」のマネジメント』東洋経済新報社, 2004
- 喜田泰史・清水昌美・荒谷眞由美・坂本圭・平田智子・植田麻祐子「医療サービス生産に関する効率性分析の展望」『川崎医療福祉学会誌』19(1), 25-34, 2009
- 松岡憲司「プロスポーツと市場競争」『スポーツエコノミクスの発見：Jリーグは地域を活性化するか』法律文化社, 105-142, 1996
- 及川征美・平田竹男「日本の大学におけるスポーツ産業学の取り扱いの変遷と今後：体育・武道・スポーツを名称に含む大学・学部・コースの変遷」『スポーツ産業学研究』18(1), 87-94, 2008
- 大坪正則『プロ野球は崩壊する：スポーツビジネス再生のシナリオ』朝日新聞社, 2004
- Szymanski, S. and Kuypers, T., "Winners and Losers," Penguin Books, 1999
- 内田亮・平田竹男「プロスポーツクラブにおける成績と選手賃金（推定年俸）の関係：Jリーグクラブにおける分析」『スポーツ産業学研究』18(1), 79-86, 2008