

スポーツビジネスの新たな可能性

——スポーツホスピタリティに着目して——

宿利 健太郎（大阪教育大学）

1. 研究の背景と目的

近代スポーツの普及とともに、スポーツにまつわるビジネスも多様化しながら発展している。日本では2011年にスポーツ基本法が施行、また2015年にはスポーツ庁が設置されるなど、スポーツビジネスの重要性が広く認知され始めている。

ところでスポーツビジネスの様々な取り組みが行われる中、近年の日本で取り扱う企業や団体が増加しているプログラムに「スポーツホスピタリティ」がある。単に興隆の兆しを見せるばかりでなく、スポーツビジネスを活性化させるうえでスポーツホスピタリティは欠かせないものになると考えた。そこで本研究ではこのスポーツホスピタリティが今後の日本のスポーツビジネスにおいてどのような可能性をもっているのかを明らかにすることを目的とした。

2. 第1章 スポーツビジネスにおけるスポーツホスピタリティ

本章ではスポーツビジネスの変遷を示し、スポーツホスピタリティの概要について明らかにした。

現代のスポーツビジネスモデルの原点と考えられているのが1984年のロサンゼルス五輪である。この大会以降マーケティング手法のビジネスが世界各地で広がり、スポーツを興行、ビジネスとするスタイルが始まる。その後コアなファンに訴求するビジネスを経て近年は「スポーツの価値」に注目するビジネスモデルが主流になった。これによって「スポーツの価値」を利用する、つまりは「スポーツを活用する」というビジネスモデルに変化したといえる。

次にスポーツホスピタリティの概要について、このプログラムはスポーツ観戦においてトップカテゴリーの観戦チケットと、専用の個室やこだわりの空間にて本格的な食事や飲み物、ギフトや記憶に残るような上質なエンターテインメントサービスを組み合わせたものである。基本的には観戦前・観戦中・観戦後の3つの時間の楽しみが飲食サービスやエンターテインメントによって構成されるものであり、利用者には個人利用と法人利用の2種類が主に挙げられる。その利用目的として前者では非日常的な特別な空間を過ごすため、後者では社内褒賞や取引先との接待の場などステークホルダーとの関係を改善するためということが一般的に多い理由である。

3. 第2章 スポーツホスピタリティの未来

本章ではスポーツホスピタリティの特長と課題を明らかにし、日本のスポーツビジネスにおける発展・安定化に期待できることを検討した。

まず特長として無形資産を醸成するような上質なサービスによって味わえる「非日常体験」である。また法人向けとして従業員満足度を上げることや取引先との時間を独占できることが挙げられる。

対して課題点は、施設の不十分さによる「構造上の問題」、専門的な知見や実務経験を持った人に関する「人材不足」、日本と欧米における“観る”ことに対する「文化の違い」が主な3つの課題である。

日本のスポーツビジネスとしてスポーツホスピタリティを発展・安定化させるには、上記課題の解決を図ることに加え、日本独自のスポーツホスピタリティの在り方を検討する必要がある。スポーツホスピタリティを売り出す企業や球団、クラブまたはその地域で培ってきたものを活かすことで日本国内のみならず、海外の顧客が注目するポイントとなり、日本のスポーツホスピタリティ、スポーツビジネスを大きく成長させる役割を担うのではないかと考えられる。

4. 結論と課題

スポーツホスピタリティはスポーツビジネスにおけるハード及びソフト面の新たな進化のきっかけをつくる。そして体験者の無形の資産を醸成するとともに日本のスポーツビジネスがこれまで以上に様々な業種のビジネスとの関係を築き上げ、国内外に絶えずプロダクトを発信していく。

スポーツホスピタリティが日本のスポーツビジネスとして発展・安定化することでスポーツホスピタリティがスポーツビジネス界、日本のビジネス全般において欠かせない事業にできる可能性があるを期待したい。

<主要参考文献>

- 1) EY 新日本有限責任監査法人『スポーツの未来を考える② 最新スポーツビジネスの基礎（第2版）—スポーツ産業の健全な発展を目指して—』（同文館出版、2021年）
- 2) 株式会社 JTB 総合研究所『メガイメントにおけるスポーツホスピタリティのすすめ』（2015年）