

北米スポーツマネジメント学会の研究動向：
Journal of Sport Management (2010–2017 年) のレビュー

宇野 博武¹ 林田 敏裕² 柴田 紘希³ 柳沢 和雄⁴

Research trends in the North American Society for Sport Management:
Review of the *Journal of Sport Management* 2010–2017

Hiromu UNO Toshihiro HAYASHIDA Hiroki SHIBATA Kazuo YANAGISAWA

要約

近年、社会科学には研究の国際的な展開が強く要請されている。本研究の目的は、2010年以降における海外のスポーツマネジメント研究について理解を深め、わが国の体育・スポーツ経営研究を展開するための基礎的知見を得ることである。そのため本研究では、*Journal of Sport Management* に2010年から2017年に掲載された実証研究282編を、「理論分野」、「経営領域」、「研究手法」という基礎的観点から分析し、それらを数量的に整理するとともに、経営領域毎に主要テーマとなっている研究のレビューを行う。結果として本研究では、JSMの理論分野、経営領域、研究手法の数量的傾向が示され、各経営領域の具体的な研究成果が示されることで、部分的ではあるものの海外研究について質的な理解が図られた。本研究より改めて、北米では広範な研究が行われており、その研究蓄積は体育・スポーツ経営研究の参照点となる可能性が示唆されたと言えよう。その一方、北米ではスポーツの経済的価値に重点を置いたスポーツマネジメント研究が大勢を占めていることに対する批判も示されている。今後はこうした批判を踏まえつつ、体育・スポーツ経営研究の発展を検討していく必要があると考えられる。

キーワード：北米スポーツマネジメント学会、*Journal of Sport Management*、研究動向、実証研究

Abstract

International research has become necessary in the field of social science. The purpose of this study is to obtain basic information to understand the trends in international sport management research after 2010. In this study, we analyzed 282 empirical studies published in the *Journal of Sport Management* from 2010 to 2017. The

受理年月日 2020年7月31日 ¹ 高松大学経営学部講師 ² 東洋大学ライフデザイン学部助教
³ 山梨学院大学スポーツ科学部特任助教 ⁴ 筑波大学名誉教授

results showed a quantitative trend of theoretical themes, fields, and research methods in this journal. In addition, we described some findings of these studies according to the categories of the research fields. In conclusion, this study suggests that knowledge of international sport management studies can serve as a reference for future research in Japan. In North America, there was also criticism of a sport management studies paradigm centered on economic value. We need to consider the development of research of management for physical education and sport based on this criticism.

Keyword : North American Society for Sport Management, *Journal of Sport Management*, research trend, empirical study

1. 緒言

近年、スポーツに関わる用品や施設・空間、サービス・情報を利用したビジネスの発展、オリンピックやワールドカップのような国境を越えたメガスポーツイベントの開催など、スポーツのビジネス化やグローバル化が急速に進展した（原田，2008）。例えば、アメリカのスポーツ産業の市場規模は、1989年時点ではおよそ900億ドルであったが、2014年にはおよそ4,500億ドルまでに拡大したことが報告されている（Newman, 2014）。また、わが国におけるスポーツ産業の市場規模も2010年時点では5兆5千億円に上る（経済産業省，2014）。このようなスポーツ産業の市場規模の拡大傾向を踏まえ、「日本再興戦略2016」では「スポーツの成長産業化」を図り、2025年までにスポーツ産業の市場規模を15兆円とすることが目指されている（内閣府，2016）。

こうした社会の潮流はスポーツ施設のマネジメントのほか、集客や販売のためのマーケティング、イベント誘致といったスポーツマネジメントに携わる人材の需要を創出し、専門的人材の養成およびスポーツマネジメントに関わる学問的知識体系整備への社会的要請を生じさせた（原田，2008，pp.8-9）。その結果、1985年には北米スポーツマネジメント学会（North American Society for Sport Management：以下「NASSM」と略す）が設立され、その後、ヨーロッパではヨーロッパ・スポーツマネジメント学会（European Association of Sport Management）、オーストラリアとニュージーランドではオーストラリア・ニュージーランド・スポーツマネジメント学会（Sport Management Association of Australia and New Zealand）、アジアではアジア・スポーツマネジメント学会（Asian Association for Sport Management）などが創設されるに至った（松岡，2017）。これら諸学会の機関紙に掲載される論文数は急速に増加しており、スポーツマネジメントに関わる学問的関心の高さや研究の進展が窺える（平田ほか，2012）。

翻って、以前よりわが国の社会科学では、国際的な学術成果の受信・発信や学術交流が十分になされておらず、研究の国際化が遅れていることが指摘されている（福田，2013）。ゆえに、今日では「学術研究の水準の向上」や「新たな知的展開」に資するため、学術研究の国際的な展開が強く求められている（科学技術・学術審議会，2018）。このような学問

的要請は、社会科学の一領域であるわが国の体育・スポーツ経営研究においても同様に求められよう。この学問的要請に関連して作野（2012）は、スポーツマネジメント現象に関わる問題意識やテーマには国を超えて共有されるものが数多く存在することを指摘した上で、わが国で蓄積されてきた体育・スポーツ経営研究に関する知見がグローバルレベルで共有される知識体系にどのように位置づけられるかを把握する必要性を説いている。

上述の課題に応えるためにはその前提として、海外の研究動向を把握する必要がある。しかし、海外の動向把握を試みたわが国の先行研究には、次の課題が残っていると考える。まず、平田ほか（2012）は海外研究における主要研究テーマの変遷を計量的に示したが、各論文の内容を質的に把握するには至っていない。また、吉田（2011）、辻（2011）、長積（2011）では、「スポーツ消費者行動」や「スポーツスポンサーシップ」など、テーマ別に研究の動向と成果についてレビューが行われているものの、レビューの観点が特定のテーマに焦点化されているため、海外の研究動向について全体的な把握はできていない。さらに、これら諸研究は、2010年以前の研究を対象としているため、それ以降の動向把握がなされていない。以上を踏まえると、2010年以降の研究を数量的に整理し海外研究の全体的な傾向を把握することが、今求められる研究課題の一つだと考えられる。なぜなら、作野（2012）の指摘にみたように、体育・スポーツ経営研究を国際的な知見として今以上に展開するためには、現代的な研究動向を知る必要があると考えられるからだ。ただし、研究を数量的に整理するだけではその具体的な研究内容を十分に理解できないため、特定の研究テーマのみにレビューの対象を限定することなく、その研究ではどのような現象が対象とされ、研究の結果どのような知見が得られているのかなど、海外研究の質的な把握が同時に要請されよう。

以上のことから本研究では、2010年以降における海外のスポーツマネジメント研究の動向について理解を深め、わが国の体育・スポーツ経営研究を展開するための基礎的知見を得ることを目的とする¹。そのため本研究では、次章で述べる理由により NASSM が発刊する「*Journal of Sport Management*」（以下「JSM」と略す）に2010年から2017年に掲載された実証研究を、「理論分野」、「経営領域」、「研究手法」という基礎的観点から分析し、それら研究を数量的に整理するとともに、経営領域毎に主要テーマとなっている研究のレビューを行う。

2. 方法

2. 1 分析対象の選定

本研究では次の理由により、JSM に2010年から2017年に掲載された実証研究を分析の

¹ 本研究において、海外にて展開された研究は「スポーツマネジメント研究」、わが国にて蓄積された研究については「体育・スポーツ経営研究」という用語を用いる。なぜなら、柳沢（2016）が指摘するように、体育・スポーツ経営研究が生み出してきた専門用語と海外において用いられる専門用語の意味や内容には違いがあると考えられる。そのため、スポーツマネジメントと体育・スポーツ経営を同一の概念として用いることには一定の留保が必要であり、それ自体も今後議論すべき課題だと考えたためである。

表1 スポーツマネジメント研究領域における主要学術誌

ジャーナル名	略称	インパクト ファクター	創刊年
Journal of Sport Management	JSM	2.167	1987
Sport Management Review	SMR	2.138	1998
European Sport Management Quarterly	ESMQ	2.270	1994
Sport Marketing Quarterly	SMQ	1.143	1992
International Journal of Sports Marketing and Sponsorship	IJSMS	0.848	1999
International Journal of Sport Management and Marketing	IJSMM	0.550	2005
International Journal of Sport Management	IJSM	0.550	2000

† Shilbury (2011) をもとに筆者作表。

‡ インパクトファクターはデータベース Web of Science により検索。

対象とした。表1は、Shilbury (2011) においてスポーツマネジメント・マーケティングジャーナルとして取り上げられていた学術誌の一覧を整理したものである。この表のように、スポーツマネジメント研究領域の主要な学術誌は多数ある。この中でも JSM は、海外では最も初期に創刊されたスポーツマネジメント関連の学術誌であり、高いインパクトファクターを持つ Sport Management Review や European Sport Management Quarterly と同程度のインパクトファクターが認められている。そして、大西ほか (2011) や Ciomaga (2013) によって JSM がスポーツマネジメント研究領域における海外の主要な学術ジャーナルの一つであることが示されていることや、JSM に掲載された論文が体育・スポーツ経営研究に多く引用されており (例えば、吉田ほか, 2013 ; 出口ほか, 2018)、わが国の研究への影響力の高さが窺えることから、本研究では JSM に掲載された学術論文を分析の対象とした。また、分析にあたっては、平田ほか (2012) や Ciomaga (2013) によって 1987 年から 2010 年における研究動向が検討されていることに加え、調査データに基づいて示された知見の動向を把握することに主眼を置いているため、本研究では 2010 年から 2017 年の期間に発行された「実証研究」を対象とした²。なお、論文はオンラインデータベースである「SPORTDiscus with Full Text」から収集した。分析対象期間に発行された JSM は 24 巻 1 号から 31 巻 6 号であり、本研究では 282 編の論文が分析対象となった³。

² 本研究において 32 編の「理論研究」を分析対象外としたのは、主に以下二つの理由による。まず、本研究では経験的なデータを用いて検証された学術的知見を把握することに主眼があるためである。もう一つは、本文において今後の課題として提示するように、個々の理論研究には重要な問題提起が含まれているものの、多くの理論研究は特定のスポーツマネジメント事象をめぐる論理的説明と分析枠組みの仮説等を提示する意図が強く、事象の因果関係に関わるエビデンスを背景にしたものではないため、本研究では分析対象から除外した。しかし本研究では、理論研究の存在を提示すること自体に学術的価値があると考え、付録には理論研究の一覧を合わせて掲載することとした (表6)。また、本研究は、2015 年 9 月から 2018 年 3 月までの期間に組織化された研究プロジェクトの成果である。そのため、この研究プロジェクトの活動期間に発行されていた論文が分析の対象に選定された。

³ なお、理論研究を含めた論文数は 314 編となった。また、論文の収集にあたっては、書評等の学術論文としての性格を備えていない資料を除いている。

2. 2 分析の手順

本研究では、先行研究を参考に「理論分野」、「経営領域」、「研究手法」というレビューの観点を設定し、各論文の分析を行った。海外研究をレビューした先行研究では、「スポーツ消費者行動」(吉田, 2011)や「スポーツスポンサーシップ」(辻, 2011)、「統計的分析手法」(大西ほか, 2011)など、理論分野と研究手法がレビューの観点として採用され、これらのレビューの観点は、比較的新しい海外研究のレビューでも採用されている(松岡, 2017)。また、国内では「地域スポーツ経営」(作野, 2007)や「プロスポーツ経営」(松岡, 2007; 宇野, 2018)など、経営領域をレビューの観点として採用した研究が確認できるとともに、清水(2007)でも「理論分野」、「経営領域」、「研究技法」といった観点から研究の整理がなされている。以上の先行研究からは、理論分野、経営領域、研究手法の3つが研究レビューの観点として多く採用されていることが窺える。これらを踏まえ本研究では、海外研究の全体像について基礎的な知見を得るため、この3つの観点を設定した。

分析は以下の手順で進めた。まず、共同執筆者ごとに担当論文を割り当て、各執筆者は担当となった論文のレビューを行い、当該論文の内容を分析シートにまとめていった。分析シートには、各論文の理論分野、経営領域、研究手法を読み取り、その具体的な内容を記述した。理論分野には、その論文で用いられている概念や分析枠組みが依拠する理論を読み取ったものを記入した。経営領域については、各研究が調査や議論の対象としているスポーツマネジメントの実践領域を読み取った後、補助的にデータベースに記載されたキーワードを確認しながら分析シートへの記入を行った。研究手法には、各研究で用いられている具体的な調査技法を読み取り分析シートへ記入した。次に、各執筆者が作成した分析シートを参照しながら、各論文の内容が適切に把握されているかを執筆者間で議論し、必要に応じて分析シートに修正を加えた。最後に、改めて各項目の内容的妥当性に留意しながら、全ての論文の分析シートを一覧表にまとめ、項目ごとにカテゴリー化を行った。各カテゴリーの意味内容は、表2に示すとおりである。

例えば、Carlson and Donovan (2013)による“Human Brands in Sport: Athlete Brand Personality and Identification”という論文は次のように分析された。この研究は、アスリートのヒューマンブランドがスポーツ消費者の行動にどのような影響を及ぼすかを探求したものであった。調査では、あるNFLチームのファンである大学生226名を対象とした質問紙調査が実施されていた。統計的分析の結果、選手のブランド・パーソナリティがその選手の名声や独自性を説明し、それらが消費者のアスリートとの同一視にポジティブな影響を与えていることが示唆されていた。さらに、アスリートとの同一視は、グッズ購入や試合観戦といった行動にも関係することが示唆されていた。この研究はヒューマンブランドの認知とそれに伴うスポーツ消費者の行動を議論するものであることから、「運動者・消費者行動論」の理論分野に分類した。また、NFLというプロスポーツチームのファンを対象とした調査が実施されており、プロスポーツチームの経営活動に関する実践的示唆が述べられていた。キーワードにも「PROFESSIONAL athletes」があったため、「プロスポーツ」の経営領域に分類した。そして、調査手法は「質問紙調査」とした。

表2 各カテゴリーの詳細

カテゴリー	説明	
理論分野	経営組織論	組織内の個人、または集団・組織全体を対象とし、その行動やマネジメントの方法について明らかにすることを目的とした研究領域
	経営戦略論	組織がある成果を生み出すために行う事業や事業領域の選択、またその事業を行うための戦略を扱う研究領域
	事業・プロダクト論	事業やサービス・プロダクトを産出するための方法論や事業やサービス・プロダクトの効果、成果について扱う研究領域
	運動者・消費者行動論	運動者または、消費者の行動を分析したり、行動の規定要因を明らかにすることを目的とした研究領域
	制度・政策論	法制度や政策に関する研究領域
	組織関係論	特定の組織と組織の関係を扱う研究領域
経営領域	一般企業	スポーツサービスやプロダクトの提供に直接的・間接的に関わる営利企業を対象とした領域
	競技団体	National Sport Organization (NSO) という各国におけるスポーツ種目毎の計画、規制、提供、組織化を担う団体を対象とした領域
	スポーツイベント	国際的・全国的・地域的に行われるスポーツをする・みることを目的としたイベント、またはスポーツに関連したイベントを対象とした領域
	大学スポーツ	大学のスポーツチームやアスレティックデパートメント、全米の大学スポーツ統括組織(National Collegiate Athletic Association: NCAA)を対象とした領域
	地域スポーツ	スポーツチームやスポーツクラブといった地域で活動を行う集団・組織やそこで活動する個人を対象とした領域
	プロスポーツ	MLBやNFL、NASCAR、ツールドフランスといったプロスポーツのファン(消費者・観戦者)や運営組織、リーグを対象とした領域
	複数領域	大学スポーツとプロスポーツのように複数の領域が対象とされており特定の経営領域として分類できない研究
研究方法	インタビュー調査	個人やグループを対象にインタビュー調査を行う研究手法
	質問紙調査	調査対象者に直接アンケートを配布しデータを収集、またインターネットを用いて回答を得る研究手法
	資料分析	新聞や雑誌記事、経営体の財務データ、統計データといった資料を特定の視点をもって分析する研究手法
	マルチメソッド	複数の研究手法を用いた研究
	実験法	視線追跡法や実験経済学などの実験的な研究手法を用いた研究

ところで、本研究では暫定的に、清水（2007）が提示した体育・スポーツ経営研究の分類枠組みをベースに理論分野の整理を試みた。これは、本研究が体育・スポーツ経営研究が看過してきた研究対象や研究方法論等に対する示唆を得ることを志向していたと同時に、海外研究の体系が明確に提示されていない現況を考慮する必要があると考えたからである⁴。もちろん、別の枠組みから整理がなされれば、本研究とは異なる動向理解が示されよう。その意味において、本研究は特定の枠組みから JSM 研究を整理したに留まり、ここに研究上の限界が指摘されよう。

⁴ わが国では、海外スポーツマネジメント研究の体系は未だ十分には明らかにされていないと考えられる。もっとも、日本スポーツマネジメント学会の機関紙には、毎年定期的に「国際会議レポート」として海外学会の研究内容について報告がなされている（例えば、相澤，2017）。ただし、これらはあくまでも学会での発表内容を整理したものである。管見の限り、海外研究の体系を検討した科学的研究はこれまでに確認できない。

3. 結果・考察

本章では、第1節において JSM における研究動向を定量的に把握していく。具体的には、理論分野、経営領域、研究手法における各カテゴリーの論文数を整理し、その傾向を指摘する。次に、第2節では、経営領域別に研究内容をレビューする⁵。ここではまず、経営領域のカテゴリー別に理論分野カテゴリーの論文数を整理する。そして、そこで示された各経営領域における理論分野の数量的傾向を踏まえながら、第2節では各経営領域において中心的に取り上げられていたテーマを読み取り、そのテーマに関する研究内容を説明する。なお、分析対象となった JSM 論文はカテゴリー内容と合わせて付録に一括して掲載し、参考文献リストへの記載を省略する（表5）。

3. 1 研究動向の数量的傾向

表3は、カテゴリー別の論文数を整理したものである。理論分野は運動者・消費者行動論（34.8%）、経営組織論（28.4%）、事業・プロダクト論（21.6%）が多数を占め、組織間関係論（6.0%）、経営戦略論（4.3%）、制度・政策論（4.3%）に関する研究は少数に留まった。Ciomaga（2013）による研究レビューでは、2008年から2010年の主要な研究テーマとして、「スポーツマーケティング」と「組織論」、「ダイバーシティ」が挙げられていた。本研究において運動者・消費者行動論と経営組織論の理論分野が多く確認されたことは、こうした2010年以前の研究動向と符合するものと考えられる。一方、わが国では消費者行

表3 各カテゴリーの論文数

理論分野	経営領域		研究手法					
	n	%	n	%				
運動者・消費者行動論	98	34.8	プロスポーツ	100	35.5	質問紙調査	108	38.3
経営組織論	80	28.4	複数領域	46	16.3	資料分析	62	22.0
事業・プロダクト論	61	21.6	スポーツイベント	42	14.9	マルチメソッド	52	18.4
組織間関係論	17	6.0	大学スポーツ	39	13.8	インタビュー調査	47	16.7
経営戦略論	12	4.3	地域スポーツ	19	6.7	その他	13	4.6
制度・政策論	12	4.3	競技団体	9	3.2			
その他	2	0.7	一般企業	8	2.8			
			その他	19	6.7			
合計	282	100	合計	282	100	合計	282	100

⁵ 本研究では、「複数領域」と「その他」に分類された論文の経営領域は曖昧であるため、経営領域別の議論からは除外することとした。なお、複数領域に分類された論文では、問題意識や実践的含意を特定の経営領域に限定しない、広範な対象を扱う理論志向の研究がみられた。例えば Dwyer et al.（2015）では、スポーツファンのブランド伝道行動（brand evangelism）——他者にチームを推奨したり宣伝したりする行動——に関する経験的な研究が行われていた。この研究の問題関心は、プロスポーツや大学スポーツなど研究領域を限定することなく観戦者を対象とするスポーツ組織（spectator sport organizations）と広く、調査でも様々なスポーツチーム（大学スポーツやプロスポーツ）のファンが対象となっていた。また、「その他」には、高校生のスポーツ活動（Johnson et al., 2017）、スポーツ政策（De Bosscher et al., 2010）、フィットネスクラブの経営活動（MacIntosh and Walker, 2012）について論じる研究等が分類されている。

動研究に比べて、組織論研究の低調さが兼ねてより指摘されている（長積，2011）。それゆえ、経営組織論をはじめとして海外における運動者・消費者行動論以外の研究蓄積は、体育・スポーツ経営研究にとって示唆に富むものだと考える。

経営領域は、プロスポーツ（35.5%）、複数領域（16.3%）、スポーツイベント（14.9%）、大学スポーツ（13.8%）が多かった一方、地域スポーツ（6.7%）、競技団体（3.2%）、一般企業（2.8%）を扱う研究も一定数確認された。このようにプロスポーツを対象とする研究が大半を占めたが、地域スポーツなどプロスポーツ以外の経営領域に関する研究が少数ながらも蓄積されていたことは注目に値しよう。例えば、後でみるように競技団体を対象とした研究では、わが国でも近年着目されているスポーツガバナンスに関する研究が多数みられた。さらに、「その他」の経営領域の中には、NASSM そのものの歴史的な生成過程を分析した研究（Bowers et al., 2014）、高校生アスリートのドーピング使用意図をテーマにした研究（Woolf et al., 2014）などの研究がみられた。

研究手法は質問紙調査が全体の38.3%を占め、次いで資料分析（22.0%）、マルチメソッド（18.4%）が多く、インタビュー調査（16.7%）は相対的に少なかった。こうした数量的な傾向とともに、研究手法については以下の特徴が指摘できよう。第一に、質問紙調査では、大規模サンプルを対象とした分析や縦断的調査が多くみられた。例えば、Nalbantis et al. (2017) は、特定のサッカークラブのファン11,741名を対象とした質問紙調査を実施していた。また、Sato et al. (2015) では、ランニングイベント参加者（211人）を対象として4回にわたる時系列・段階的な質問紙調査が実施されていた。第二に、マルチメソッドによる研究が数多く確認された。例えば、Lock et al. (2015) は非営利スポーツ組織の組織正当性（organizations legitimacy）を測定する尺度を開発するため、インタビュー調査と質問紙調査（2回）を組み合わせた混合研究方法によってデータの収集を行っていた。また、Seifried (2011) は試合中におけるスポーツファンの拡張性（extensibility）⁶を理解するため、2名の被験者から得られた日誌・観察映像に加え、インタビュー調査データを分析に用いていた。第三に、「その他」に分類された研究手法の中には、「オートエスノグラフィー（autoethnography）」⁷（Delia, 2014）、「リアルタイム測定アプローチ（real-time measure approach）」⁸（Kim et al., 2017）、「実験経済学（experimental economics）的アプローチ」⁹（Lenten et al., 2017）などの研究手法がみられた¹⁰。

⁶ この拡張性とは「個人や組織が自身の考えや行動を離れた他者に伝達するための運輸通信技術の使用」と定義されるものである（Seifried, 2011）。この研究では、スポーツを自宅で視聴する被験者の物理的・仮想的な時空間移動（物理的には自宅に存在しながら、意識的にはスタジアムでスポーツを観戦している）の実態について説明が行われていた。

⁷ Delia (2014) によれば、オートエスノグラフィーとは自己と文化の研究である。オートエスノグラフィーは「反基礎づけ主義的アプローチ」（antifoundational approach）に属するものであり、研究者自身が当該研究の分析対象とされていた。

⁸ これは、スポーツ観戦における人々の複雑な感情体験を分析する実験的な研究手法である。より具体的には、Kim et al. (2017) では、被験者が試合映像を視聴しながらPCのマウスを操作することによって、感情の動的なデータが収集・分析されていた。

⁹ わが国の経営学領域では、実験経済学的手法が取り入れられている。小田（2005）によれば、

3. 2 各経営領域における研究内容

表4は、経営領域別に理論分野の論文数を整理したものである。以下では、各経営領域において中心的に取り上げられていたテーマに関する研究成果について項を分け内容を説明していく。

3. 2. 1 一般企業

この経営領域は運動者・消費者行動論に基づく研究が大半を占めており、企業ブランドに関する消費者の認知度の向上を目的としたプロモーションに関する研究 (Breuer and Rumpf, 2012 ; Hwang et al., 2017 ; Walsh and Williams, 2017)、及び運動者・消費者による商品・サービスの選択を促す要因に関する研究 (Kwak et al., 2013 ; Newland et al., 2013 ; Kang et al., 2015) が確認された。前者の研究では、例えば消費者のブランド認知の向上に効果的とされるスポーツテレビゲーム内における企業の広告の認知 (in-game marketing) と当該ゲームの難易度の関係が検証されており、難易度が低いほどブランド認知に正の影響を与えることが明らかにされていた (Hwang et al., 2017)。後者の研究では、長距離走時におけるアスリートのドリンクの選択に、トレーニング雑誌などによるメディアの影響、ドリンクの効果に関する科学的根拠、そして性別などが影響を与えることなど

表4 経営領域別にみた理論分野の論文数

	運動者・消費者行動論		経営組織論		事業・プロダクト論		組織間関係論		経営戦略論		制度・政策論		その他		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
一般企業	5	62.5	1	12.5	2	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	100
競技団体	0	0.0	5	55.6	1	11.1	2	22.2	1	11.1	0	0.0	0	0.0	9	100
地域スポーツ	3	15.8	10	52.6	1	5.3	5	26.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	19	100
大学スポーツ	2	5.1	26	66.7	3	7.7	0	0.0	6	15.4	2	5.1	0	0.0	39	100
スポーツイベント	11	26.2	3	7.1	26	61.9	2	4.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	42	100
プロスポーツ	49	49.0	14	14.0	22	22.0	4	4.0	5	5.0	6	6.0	0	0.0	100	100
複数領域	21	45.7	17	37.0	3	6.5	4	8.7	0	0.0	1	2.2	0	0.0	46	100
その他	7	36.8	4	21.1	3	15.8	0	0.0	0	0.0	3	15.8	2	10.5	19	100

「経済実験は、制御された環境のなかで人間がどう行動し経済が全体としてどうなるかを調べることであり、具体的には経済活動をゲームとして再現し人間にプレイさせることで経済を分析する」。Lenten et al. (2017) の実験において被験者は、PC を操作し、仮想のアスリートとして競争ゲームに参加していた。このゲームにおいて被験者は、アスリートとしての総キャリア収入を最大化するために、トレーニングに努めるか、ドーピングを行うかの選択に迫られる (ゲームでの収入は実際に支払われる)。この実験によって、プロアスリート向けの条件付き年金基金 (conditional superannuation fund for professional athletes) の導入が、被験者のドーピング利用を減少させたことが示され、このドーピング対策の有効性が示唆されていた。

¹⁰ さらに、資料分析では twitter (Watanabe et al., 2016) やブログ (Clavio and Eagleman, 2011) といった WEB データを活用する研究が多数みられた。特に、Hoerber et al. (2017) では twitter 上のビッグデータを分析するために自らが開発した「Exploratory Qualitative-Temporal Visual Analysis and Narrative (EQTVAN)」という研究方法が紹介されていた。

が明らかにされていた (Newland et al., 2013)。

一方、経営戦略論に関する研究では、スポーツアパレル事業を展開する企業のスポンサーシップが企業価値に与える効果に関する研究が行われていた (Adrien et al., 2017)。ここでは国際的なサッカークラブのスポンサーシップを獲得した企業と喪失した企業の収益の違いを分析することにより、スポンサーシップを獲得した企業は大きな収益を獲得する一方、スポンサーシップを失った企業は直接的な競合他社がスポンサーシップを獲得した場合に特に大きな企業価値の損失を被ることが実証されていた。

3. 2. 2 競技団体

この経営領域では各国の競技団体 (National Sport Organization : 以下「NSO」と略す) を対象とし、「スポーツガバナンス (sport governance)」について議論を行う研究が中心となっていた (Ferkins and Shilbury, 2012 ; Adriaanse and Schofield, 2014 ; Macris and Sam, 2014 ; Shilbury and Ferkins, 2015 ; O'Boyle and Shilbury, 2016)。例えば、Ferkins and Shilbury (2012) は、2つの NSO の理事会メンバーを対象とした定性調査によって、理事会が戦略的な機能を発揮するために必要な特性を検討した。その結果、スポーツの知識のみならず幅広い知識・経験を有した人材、明確なミッションやビジョンの存在、計画的な会議のプロセス、良好な地域関係という 4つの特性が提示された。

また、NSO の運営に関わる委員会のボランティア性はリーダーシップの複雑化を生起させるという指摘があり (O'Boyle and Shilbury, 2016)、この経営領域では「価値による経営」(management by values: 以下「MBV」と略す)に着目する研究が見られた (Bell-Laroche et al., 2014 ; Kerwin et al., 2014)。Bell-Laroche et al. (2014) によれば、MBV とは組織の価値を重視した経営管理手法であり、近年、非営利セクターにおいてその有効性が認められつつある。例えば Kerwin et al. (2014) は 24 団体を対象とした定量的な調査を行い、組織における倫理的・社会的価値の認識、及び組織パフォーマンスとの影響関係を MBV (具体的には「組織目標の設定に際して意図的に価値を使用する」、「組織的な価値をコミュニケーションツールとして意図的に使用する」といった経営行為) が媒介する点を示唆していた。

3. 2. 3 地域スポーツ

この経営領域では地域の草の根レベルで活動するコミュニティ・スポーツ組織 (Community Sport Organization : 以下「CSO」と略す)¹¹やそこで活動する個人を対象とした研究が行われていた。まず、特徴的な傾向として CSO における組織の変容過程や新たな事業等の CSO への導入過程及びその要因に着目した質的研究が多く行われていた点である (Skirstad and Chelldurai, 2011 ; Hoeber and Hoeber, 2012 ; Stenling, 2013 ;

¹¹ 本研究では CSO を地域レベルで活動を行うスポーツ組織として捉え、国レベルで活動する NSO とは区別している。

Legg et al., 2016)。例えば、Skirstad and Chelledurai (2011) はノルウェーのスポーツクラブを事例として、クラブ内のサッカー部門がボランティアを基調とした組織から、次第に商業主義的な組織へと変化していった過程を記述し、その過程における組織構造の変化を分析した。また、Hoerber and Hoerber (2012) は、CSO における新技術の導入を規定する要因についてケーススタディをもとに分析し、イノベーションに対するリーダーの積極的なコミットメントや新技術を実装するための財務資源の豊富さを主要な規定要因として導出した。

また、CSO の組織間関係に着目した研究も散見された。これらの研究では CSO の地域における組織間ネットワーク関係の実態や組織間関係を拡大する上での阻害要因などの検討が行われていた (MacLean et al., 2011 ; Jones et al., 2017)。例えば、Jones et al. (2017) は一つの自治体内にある CSO 同士がどのような関係にあるかを分析し、半数の CSO が他の団体と関わりをもたず各 CSO が断片化していること、CSO 同士をつなぐハブの役割をする CSO が存在することを明らかにした¹²。

3. 2. 4 大学スポーツ

この経営領域ではダイバーシティを主題とする研究が多く、性別や人種、LGBT を包摂する組織の前提条件や成果、及び、多様な人材から構成される組織における管理者の機能や役割を究明した研究が確認された。前者の研究群では、性的マイノリティを包摂する組織文化の前提条件について事例研究をもとに探求し、組織内の個人的要因 (LGBT の者との接触機会など)、組織的要因 (リーダーの LGBT を擁護する行動など)、マクロ的要因 (所属する大学における LGBT の支援に関わる施策の有無など) が明らかにされていた (George, 2014 ; Melton and Cunningham, 2014)。加えて、そのような多様性を包摂できている組織がもたらす成果として、組織に対するコミットメントの向上、離職率の低下、マイノリティに対する差別意識の緩和などが示されていた (Melanie and George, 2010 ; Nefertiti and Nicole, 2015)。一方、後者の研究群については、管理者が有する性的役割意識を把握することで、次期管理者候補として女性が挙げられない現状があることを示した研究 (Burton et al., 2011)、大学運動部の女性コーチに対する人事評価が適切に実施されていないことを明らかにした研究 (Walker and Sartore, 2014) などがあった¹³。

また、経営組織論については、大学運動部のコーチを対象としてリーダーシップや報酬、

¹² CSO や地域のスポーツ活動におけるダイバーシティに着目した研究が行われていた点も特徴的であった (Maxwell et al., 2013 ; Cunningham and Melton, 2014)。例えば、Cunningham and Melton (2014) は LGBT のスポーツ指導者に対する保護者の態度とその形成要因について調査を行い、LGBT のスポーツ指導者に対するポジティブな態度が宗教的要因、親の性的マイノリティに対する価値観、性的マイノリティとの接触経験、差別・偏見に対する個人的価値観に影響を受けていることを明らかにしていた。

¹³ これらの研究では管理者のダイバーシティに関する意識の問題点を明らかにすることを通じて、管理者の養成の必要性が説かれている。こうした知見を受け、管理者のダイバーシティに関する認識を変革させるためのプログラム (diversity training) の運用方法や効果についての研究も行われていた (Cunningham, 2012 ; Nicole and George, 2014)。

さらにはチームパフォーマンスとの関連を明らかにした研究も散見された。Yuhei et al. (2013) や Soebbing et al. (2016) は運動部のコーチの給与を規定する要因について量的調査を行い、コーチ本人の過去の戦績はもとより、その戦績に基づくトップマネジメント層の期待、そして所属する大学の規模やスタジアムのキャパシティによって報酬が決まることを明らかにした。Weight et al. (2015) は大学スポーツの加速度的な商業主義化が高等教育機関としての大学の使命から逸脱していることを問題視し、NCAA ディビジョン I の大学運動部で指導を行うコーチに対して自らの役割認識（教育者かスポーツコーチか）と組織構造の関連性を検討した。その結果、多くのコーチが教育者であることを望んでいる一方で、競技成績で人事評価を受けることや良い成績を残さない限り解雇の可能性が高まるという組織構造とのギャップを示した。

さらに、経営戦略論については、放送技術のイノベーションにより生じた NCAA の放映に関する規制の変遷 (Calvin and Marvin, 2017) や、NCAA が設立した College Hockey Inc という機関がいかにしてプレイヤーやその両親といった関連するアクターから正当性を獲得していったのかを明らかにした研究 (Jonathon and Marvin, 2012) など、NCAA を対象として行われる研究がみられた。その他にも、NCAA ディビジョン I に属する運動部を保有する大学が当該運動部に対して経営資源を配分する社会的要因及び構造的要因について複数事例を対象として明らかにした研究 (Michael et al., 2015) があった。

3. 2. 5 スポーツイベント

この経営領域では、事業・プロダクト論、運動者・消費者行動論に関する研究が多くを占めた。内容をみると、スポーツイベントの効果・成果、スポーツイベントの運営方法、スポーツイベント参加者に関する研究が中心であった。第一に、スポーツイベントの効果・成果に関する研究では、オリンピックが開催国の GDP や失業率に与える影響 (Tien et al., 2011) やワールドカップ・サッカーの開催が開催国住民の幸福度に与える影響 (Schlegel and Koenigstorfer, 2017) など、メガスポーツイベントを対象としてそれらの経済的・社会的効果を検証する研究が確認された (その他には Anderson-Butcher et al., 2014 ; Sato et al., 2015)。また、「Sport for Development and Peace」あるいは「International Development and Peace through Sports」と呼ばれるスポーツを通じた開発と平和構築を目的としたスポーツイベント (以下「SDP イベント」と略す) の効果を分析した研究も散見された。例えば、Peachey et al. (2015) は社会関係資本の醸成が社会的課題の解決や社会的便益に寄与するとして上で、SDP イベントがイベントに参加したボランティアの社会関係資本を向上させることを明らかにした。

第二に、スポーツイベントの運営に関する研究では、SDP イベントの運営組織や事業の実施方法に着目した研究が多くみられた (Schulenkorf, 2016 ; Spaaij and Schulenkorf, 2014)。例えば、Schulenkorf (2016) は草の根的なスポーツの発展や性的平等の実現を目的とした長期の SDP 活動の最中に、単発的なイベントを組み込むことが SDP 活動に対する人々の関心を高めるとともに、地元住民の SDP 活動の運営能力を向上させることを明ら

かにし、SDP 活動における短期的なイベントを組み込むことの重要性を考察していた。

第三に、スポーツイベント参加者に関する研究では、イベント参加者に対する意識や参加実態の調査を通じて、スポーツイベントに参加する動機やイベントに継続参加していく過程等を分析するものがみられた。具体的には、event travel careers という概念を用いて、スポーツイベントへ参加し続ける人々がイベントへの関与を強めていく過程やその要因を分析する研究が多くみられた (Getz and McConnell, 2011 ; Buning and Gibson, 2015 ; 2016)。例えば、Getz and McConnell (2011) はマウンテンバイク大会に継続的に参加する者を対象に、スポーツイベントへの参加動機や類似するイベントへの関与の度合い、参加するスポーツイベントの好みを調査し、スポーツイベント参加者の特性を分析していた。

3. 2. 6 プロスポーツ

この経営領域では、ファンの行動や心理に関する研究¹⁴、競技プログラムの内容や運用に関する研究、組織論・人的資源管理論に関する研究が多数行われていた。第一に、ファンの行動や心理に関する研究として特徴的であったのは、スポーツビデオゲームの消費経験に焦点を当てた研究が多数みられた点であった¹⁵。具体的には特定のゲームを遊ぶことによる個人への影響 (スポーツビデオゲームやリーグのブランドの変化) が調査されていたほか (Kwak et al., 2012)、とりわけ「ファンタジースポーツ (fantasy sport)」に関する研究を多数確認することができた¹⁶。ファンタジースポーツを主題とする研究ではマーケティングに有用な知見を提供するという実践的な目的を背景とし、例えば、ファンタジースポーツ参加者の動機 (Dwyer and Kim, 2011) や参加行動に影響を与える要因 (スポーツ知識やウェブサイトへの精通度、勝利への期待) について研究が行われていた (Kwak et al., 2010)。また、Larkin and Fink (2016) では、ファンの FoMO (Fear of Missing Out) という不安感情と SNS 利用が、ファンタジースポーツチームと現実のチーム両方へのアイデンティフィケーションを可能としている点が示唆されていた¹⁷。

第二に、競技プログラムの内容や運用に関する研究として、リーグの制度やルール (Rascher et al., 2011 ; Fink and Smith, 2012 ; Stewart et al., 2016) に関する研究が

¹⁴ ファンの行動や心理に関する研究として、チームアイデンティフィケーション、ファンロイヤルティ、スポーツブランドに着目する研究も散見された。しかしこの論点は、わが国でも一定の研究が蓄積されていることから紹介を省略することとした。

¹⁵ 本研究では、実際のプロスポーツチームや選手を題材としたゲームを扱った研究を、プロスポーツの経営領域に分類した。これらの研究は、プロスポーツ産業への貢献を志向しているものが多く、プロスポーツの経営領域に分類することが妥当であると考えた。

¹⁶ Fantasy Sports Trade Association の報告 (2009 年) によれば、米国のインターネットユーザー (18 歳から 49 歳の成人男性) の 22% がファンタジースポーツをしているという (Kwak et al., 2010)。このファンタジースポーツは、参加者が自分のチームのオーナーとして、現実のリーグで活躍する選手を自由に編成し、その他の参加者と競い合うゲームであり、ファンタジーチームのパフォーマンスは現実のプレイヤーのパフォーマンスによって統計的に析出される (Dwyer and Kim, 2011)。

¹⁷ その他にも、twitter などのソーシャルメディア上でのファンの行動に関する研究 (Delia and Armstrong, 2015 ; Watanabe et al., 2016) もみられた。

散見された¹⁸。具体的には、プロスポーツリーグ内の競争力バランスを適正に保つため、オーストラリアン・フットボール・リーグ (AFL) における選手ドラフト上の「father - son ルール」¹⁹ (Stewart et al., 2016)、ツール・ド・フランスなどのプロロードレースにおける「無線使用禁止ルール」といった具体的なルールと「結果の不確実性 (uncertainty of outcome)」²⁰の関係性を分析した研究がみられた。その他にも Fink and Smith (2012) では、ツール・ド・フランスを事例として、選手によって生成される「非公式な規範 (unofficial norms)」が如何にして維持されるのかという問題が検討されていた。この非公式な規範とは、トイレ休憩中にライバル選手を追い抜いたりしないなどといった競技行動である。この研究では、これら非公式の規範が、競技会の魅力を高めるとともに、選手による監視 (逸脱行為の発見) と制裁 (逸脱者の排除) が低コストで実施できるために、維持されている点が示されていた。

第三に、組織論・人的資源管理論に関する研究ではチームのパフォーマンスに関する研究が多数みられた (Gutiérrez and Ruiz, 2013; Martinez and Caudill, 2013; Soebbing et al., 2015; Roach, 2016)。ここでは、コーチの経験や変更がチームのパフォーマンスに及ぼす影響について検討が行われており、例えば、Roach (2016) はコーチのコーチング経験による学習効果に着目し、コーチの以前のチームでの経験が現在のチームのパフォーマンスに与える影響を分析していた。分析の結果、コーチング経験によって獲得されたコーチング技術がそのチームに特異的なものである場合、コーチング経験はパフォーマンスに負の影響を及ぼす可能性が示唆されていた²¹。

4. むすびにかえて

本研究の目的は、2010年以降における海外のスポーツマネジメント研究の動向について理解を深め、わが国の体育・スポーツ経営研究を展開するための基礎的知見を得ることであった。結果として本研究では、2010年から2017年にJSMに掲載された282編の実証研究が理論分野、経営領域、研究手法という基礎的観点から分析・整理され、その数量的傾向が示された。加えて、経営領域別に主要テーマに関連する研究がレビューされ、部分

¹⁸ 競技プログラムの内容や運用に関する研究では、そのほかにもチケットの価格設定 (Shapiro and Drayer, 2012; Diehl et al., 2016; Mills et al., 2016)、スポンサーシップ (Schredelseker and Fidahic, 2011; Bouchet et al., 2015; Martinez and Janney, 2015)、飲食・グッズ販売 (Kelley et al., 2014; Nalbantis et al., 2017) に関する研究がみられた。

¹⁹ この「father - son ルール」は1949年に開始されたものであり、これは選手ドラフトに際して、規定の出場回数を満たす選手の息子を当該チームが優先的に選択できるルールである (Stewart et al., 2016)。

²⁰ 結果の不確実性とは、リーグ内の各試合の結果や最終的な勝利チームの予測不可能性の程度を意味するものであり (Forrest and Simmons, 2002)、スポーツ経済学ではこの概念と競争力バランスが重要な研究課題であるとされている (Larson and Maxcy, 2014)。

²¹ その他にも制度理論 (Woolf et al., 2016; Heinze and Lu, 2017)、マネージャーのキャリア開発 (Morrow and Howieson, 2014)、従業員のアイデンティフィケーション (Swanson and Kent, 2015) といった多様な論点に関わる研究がみられた。

的ではあるものの、その具体的研究成果が示された。

本研究より改めて、海外（本研究では北米）では広範な研究がなされており、そこで蓄積された知見は今後わが国の体育・スポーツ経営研究を展開する上での参照点となる可能性が示唆されたと言えよう。例えば、競技団体の経営領域に分類された研究では、スポーツガバナンスについてまとまった研究成果を確認できた。この背景には、1990年頃よりNSOが従来のボランティアな組織形態からプロフェッショナルあるいはビジネスライクに変化したというカナダの動向を受けた多数の調査研究の存在を指摘できる（Kikulis, 2000）。さらに、近年のスポーツガバナンス研究は、エージェンシー理論、スチュワードシップ理論、制度理論、資源依存理論など、多様な社会科学理論に依拠しながら展開されている（O'Boyle and Shilbury, 2016）。一方わが国では、2014年に「体育・スポーツ経営学研究」で特集されたように、ガバナンス現象への着目がなされつつも実証的な研究蓄積は多くない。先にみたスポーツガバナンス研究における理論的基盤は、体育・スポーツ経営研究においてガバナンス研究を推進する上で示唆に富むものと言えよう。

また、大学スポーツの経営領域に分類された研究では、スポーツ組織における人種差別や性的マイノリティに対する偏見など、海外（本研究では北米）の社会が孕む深刻な問題を打開することに主眼を置くダイバーシティ・マネジメントに関連する研究が数多くなされていた。これに対してわが国では、2015年の体育学会において「スポーツにおける多様性と差別」に関するキーノートレクチャーが本部企画として実施されたが（シャンツ, 2015）、性別や人種・民族の違いを踏まえた経営組織のあり方を考究するような体育・スポーツ経営研究は未だ低調であるように思われる。このようにJSMには、わが国では十分にカバーされていない理論分野や経営領域の研究成果をみることができ、これら知見は体育・スポーツ経営研究を展開する上で参考になろう。

特に、体育・スポーツ経営研究の展開を考える上では、JSMにおける研究手法の動向に学ぶべき点が多いように思われる。JSMでは、1万人を超える大規模なデータセットや4度にわたる縦断調査に基づく定量的研究、インタビューと質問紙調査など複数の調査手法を組み合わせたマルチメソッドによる研究が多く確認され、調査に用いるデータの大規模化やデータ収集を多角的に行う傾向が窺えた。また、リアルタイム測定アプローチやオートエスノグラフィーなどの体育・スポーツ経営研究ではみられない研究手法も確認された。こうした豊富な経験的データに基づいた研究や、新たな研究手法の採用や開発という試みは、体育・スポーツ経営研究にも今後求められる課題であろう。とりわけ、科学的エビデンスにもとづく知見の獲得が強調される今日のスポーツ科学の状況では（日本学術会議, 2020）、経験的データの質と量は今後一層問われる課題だと考えられる。そして研究手法の開発も、研究方法論が学的アイデンティティの基礎を成すという清水（2007）の議論を踏まえると重要な課題であると言えよう。

ただし、こうした多様な研究が蓄積されている一方で、プロスポーツに関する研究が多くを占めていることに対して批判がなされていることも指摘しておきたい。Newman（2014）やFrisby（2005）は、欧米におけるスポーツマネジメント研究ではスポーツ市場への関心、

すなわちスポーツビジネスの収益性を高めることを目的とした「市場中心的なスポーツマネジメント研究パラダイム」が支配的となっていることを指摘している。そして、こうしたパラダイムに基づく研究が大半を占めることによって、スポーツによる環境破壊やスポーツにおける女性やマイノリティの排除、経済格差の拡大といった社会的問題にアプローチする研究が少なくなってしまうという。そのため、「市場中心的なスポーツマネジメント研究パラダイム」に基づく研究のみならず、文化としてのスポーツの発展や振興に資するスポーツマネジメント研究に取り組む必要性を説いている。このように、JSM においては内部批判がなされていることも特徴のひとつと言えるだろう。これまでも海外研究については研究対象の拡大がなされることに伴い、学問領域の「方向喪失」状態を招きかねないことが危惧されている（清水，1993；松岡，2010）。これらを踏まえると、海外研究によって蓄積された知見を参考にする一方で、それらを批判的に捉えながら、わが国ではどのような研究を蓄積していくべきかを理論的な体系を構築しつつ検討していく必要があるだろう。

最後に、今後の課題を提示する。第一に、海外研究の体系を検討する必要がある。本研究は暫定的にわが国における体育・スポーツ経営研究の理論体系をベースとしながら海外研究を分類・把握したに留まる。ゆえに、海外の研究動向をより高い精度で把握していくためには、海外の研究がどのような体系からなり、どのように研究が分類できるのかといったスポーツマネジメントの認識論をめぐる研究方法論が改めて検討される必要があるだろう。第二に、その他の海外ジャーナルを含めた研究のより詳細な把握である。海外における研究をより包括的に理解するためには、JSM のみならず他の海外ジャーナルに掲載された各研究の理論的系譜や社会的背景、各研究を支える学会制度や学派等について理解を深めることが必要であり、これを通じ体育・スポーツ経営研究を展開する上でより具体的な知見を得られる可能性がある。この課題に対しては、**Sport Management Review** や **European Sport Management Quarterly** を分析に含む入れることで、重層的な動向把握が必要であろう。第三に、わが国における体育・スポーツ経営研究との比較分析が挙げられる。比較分析により、研究動向の差異がより明確化され、わが国で得られた知見の固有性やグローバルレベルで共有される知識体系に対する貢献の可能性を示すことができるだろう。最後に、「理論研究」に分類された論文の検討である。本研究では理論研究に分類された 32 編の論文を分析の対象外としており、研究内容の詳細な把握はできていない。これらの研究には研究方法論の議論や今後の研究テーマについての問題提起などがなされていることから、わが国の体育・スポーツ経営研究の今後の展望や課題を検討する上で有益な知見となるだろう。

このように本研究には数多くの課題が残されている。国際的な研究展開が求められる今日においては、今後も海外のスポーツマネジメント研究について理解を深め、批判的な検討を行う必要がある。

付記 本研究は、日本体育・スポーツ経営学会第 39 回大会（2016 年）で公表した研究成果に加筆・修正を加えたものである。また、本研究で行った論文のレビューは、筑波大学体育・スポーツ経営学研究室に所属していた島海介氏、熊田吾一氏、遠藤未来彦氏、崎原知美氏とともに実施された。ここに謝意を表す。

参考文献

- 相澤くるみ（2017）北米スポーツマネジメント学会 2016 年度大会. スポーツマネジメント研究 9(2) : 35-39.
- Ciomaga, B. (2013) Sport management : a bibliometric study on central themes and trends. *European Sport Management Quarterly* 13(5) : 557-578.
- 出口順子・辻洋右・吉田政幸（2018）チーム・アイデンティフィケーション：理論的再検証. *スポーツマネジメント研究* 10(1) : 19-40.
- Frisby, W. (2005) The good, the bad, and the ugly : critical sport management research. *Journal of Sport Management* 19(1) : 1-12.
- Forrest, D. and Simmons, R. (2002) Outcome uncertainty and attendance demand in sport : the case of English soccer. *Journal of the Royal Statistical Society* 51(2) : 229-241.
- 原田宗彦（2008）スポーツマネジメントをめぐる社会的背景. 原田宗彦・小笠原悦子編著 *スポーツマネジメント*, 大修館書店, pp.3-26.
- 平田竹男・間仁田康祐・柴田尚樹（2012）スポーツの研究領域の変遷に関する研究. *スポーツ産業学研究* 22(1) : 71-89.
- 福田名津子（2013）人文・社会科学の国際化と言語の問題. 一橋大学附属図書館研究開発室年報 1 : 43-60.
- 科学技術・学術審議会（2018）人文学・社会科学が先導する未来社会の共創に向けて（審議のまとめ）. http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icsFiles/afie/ldfile/2019/02/26/1412891_02.pdf, (参照日 2019 年 11 月 15 日).
- Kikulis, L. M. (2000) Continuity and change in governance and decision making in national sport organizations : Institutional explanations . *Journal of sport management* 14(4) : 293-320.
- 経済産業省（2014）「スポーツ産業の在り方・活性化に関する調査研究事業」報告書：平成 25 年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備. https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2014fy/001001.pdf, (参照日 2019 年 12 月 26 日).
- 松岡宏高（2007）プロスポーツの経営に関する研究の動向. *体育・スポーツ経営学研究* 21(1) : 41-46.
- 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.

- 松岡宏高（2017）国外の研究動向．柳沢和雄・清水紀宏・中西純司編著 よくわかるスポーツマネジメント，ミネルヴァ書房，pp.204-205.
- 内閣府（2016）日本再興戦略 2016：第 4 次産業革命に向けて． p.10, https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016_zentaihombun.pdf, (参照日 2019 年 12 月 26 日).
- 長積仁（2011）スポーツ組織研究の課題と展望：知識コミュニティとしての学会が蓄積すべき経験的事実．スポーツマネジメント研究 3(1)：35-43.
- 日本学術会議（2020）提言「科学的エビデンスを主体としたスポーツの在り方：Evidence Based Sports for Diverse Humanity (EBS4DH)．<http://www.scj.go.jp/ja/info/kohyo/pdf/kohyo-24-t290-5.pdf>, (参照日 2020 年 8 月 24 日).
- 小田宗兵衛（2005）市場はどのような組織か．組織科学 39(1)：26-35.
- 大西孝之・原田宗彦・押見大地（2011）スポーツマネジメント研究における統計的分析手法：2004 年から 2010 年に ESMQ, JSM, SMR に掲載された学術論文の内容分析．スポーツマネジメント研究 3(1)：45-60.
- 作野誠一（2007）地域スポーツ経営研究の課題：環境認識から環境醸成へ．体育・スポーツ経営学研究 21(1)：27-32.
- 作野誠一（2012）オーストラリアにおけるスポーツマネジメント研究及び教育の動向．体育・スポーツ経営学研究 26(1)：73-78.
- 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.
- 清水紀宏（2007）体育・スポーツ経営学の方法論的課題：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.
- シャンツ, O. J. (2015) Diversity and Discrimination in Sports. 日本体育学会（第 66 回）大会号, p.6.
- 辻洋右（2011）スポーツスポンサーシップ研究概説．スポーツマネジメント研究 3(1)：23-34.
- 宇野博武（2018）プロスポーツ経営研究の動向と課題．高松大学研究紀要 70：1-34.
- 柳沢和雄（2016）体育・スポーツ経営学における人とスポーツとの関わり．体育・スポーツ経営学研究 29(1)：49-59.
- 吉田政幸（2011）スポーツ消費者行動：先行研究の検討．スポーツマネジメント研究 3(1)：5-21.
- 吉田政幸・仲澤眞・井上尊寛・片上千恵・岩村聡（2013）スポーツイベントにおける再観戦行動：再観戦意図の先へ．スポーツマネジメント研究 5(1)：3-18.

付録

表5 実証研究一覧

著者	年	タイトル	理論分野	研究手法
一般企業				
Breuer and Rumpf	2012	The Viewer's Reception and Processing of Sponsorship Information in Sport Telecasts.	運動者	その他
Newland et al.	2013	Coping With a Cluttered Marketplace: Athlete Choice of Products to Support Training.	運動者	質問紙
Kwak et al.	2013	Ad-Evoked Illusory Judgments in Fantasy Sports Participation: Effects of Customization Level and Expert Information.	運動者	質問紙
Kang et al.	2015	A Mixed-Method Approach to Exploring the Motives of Sport-Related Mobile Applications Among College Students.	運動者	質問紙
Walsh and Williams	2017	To Extend or Not Extend a Human Brand: An Analysis of Perceived Fit and Attitudes Toward Athlete Brand Extensions.	運動者	質問紙
Farrelly et al.	2012	Sponsorship Linked Internal Marketing (SLIM): A Strategic Platform for Employee Engagement and Business Performance.	組織論	インタビュー
Bouchet et al.	2017	Pre-Emptying the Competition: How Do Shareholders View Sponsorships in the Sport Apparel Industry?	事業論	資料
Hwang et al.	2017	Effects of Brand Congruity and Game Difficulty on Gamers' Response to Advertising in Sport Video Games.	事業論	その他
競技団体				
Bell-Laroche et al.	2014	Leader Perceptions of Management by Values Within Canadian National Sport Organizations.	組織論	インタビュー
Macris and Sam	2014	Belief, Doubt, and Legitimacy in a Performance System: National Sport Organization Perspectives.	組織論	マルチ
Adriaanse and Schofield	2014	The Impact of Gender Quotas on Gender Equality in Sport Governance.	組織論	インタビュー
Kerwin et al.	2014	The Mediating Influence of Management by Values in Nonprofit Sport Organizations.	組織論	質問紙
Shilbury and Perkins	2015	Exploring the Utility of Collaborative Governance in a National Sport Organization.	組織論	その他
Truyens et al.	2016	An Analysis of Countries' Organizational Resources, Capacities, and Resource Configurations in Athletics.	事業論	マルチ
O'Boyle and Shilbury	2016	Exploring Issues of Trust in Collaborative Sport Governance.	関係論	インタビュー
Naraine and Parent	2016	Illuminating Centralized Users in the Social Media Ego Network of Two National Sport Organizations.	関係論	資料
Perkins and Shilbury	2012	Good Boards Are Strategic: What Does That Mean for Sport Governance?	戦略論	マルチ
地域スポーツ				
Warner et al.	2013	Examining Sense of Community in Sport: Developing the Multidimensional SCS' Scale.	運動者	質問紙
Bowers and Green	2013	Reconstructing the Community-Based Youth Sport Experience: How Children Derive Meaning from Unstructured and Organized Settings.	運動者	マルチ
Cunningham and Melton	2014	Varying Degrees of Support: Understanding Parents' Positive Attitudes Toward LGBT Coaches.	運動者	インタビュー
Leberman and LaVoi	2011	Juggling Balls and Roles, Working Mother-Coaches in Youth Sport: Beyond the Dualistic Worker-Mother Identity.	組織論	インタビュー
Hoerber and Hoerber	2012	Determinants of an Innovation Process: A Case Study of Technological Innovation in a Community Sport Organization.	組織論	マルチ
Engelberg et al.	2012	Defining and Measuring Dimensionality and Targets of the Commitment of Sport Volunteers.	組織論	質問紙
Wicker et al.	2013	Organizational Resilience of Community Sport Clubs Impacted by Natural Disasters.	組織論	質問紙
Stenling	2013	The Introduction of Drive-in Sport in Community Sport Organizations As an Example of Organizational Non-Change.	組織論	インタビュー
Mills and Hoerber	2013	Exploring Organizational Culture Through Artifacts in a Community Figure Skating Club.	組織論	インタビュー
Maxwell et al.	2013	Social Inclusion in Community Sport: A Case Study of Muslim Women in Australia.	組織論	マルチ
Wicker et al.	2014	Does Club Size Matter: An Examination of Economies of Scale, Economies of Scope, and Organizational Problems.	組織論	質問紙
Harman and Doherty	2014	The Psychological Contract of Volunteer Youth Sport Coaches.	組織論	インタビュー
Legg et al.	2016	Modifying Tradition: Examining Organizational Change in Youth Sport.	組織論	インタビュー
Frost et al.	2013	Expanding Social Inclusion in Community Sports Organizations: Evidence from Rural Australian Football Clubs.	事業論	資料
Skirstad and Chelladurai	2011	For 'Love' and Money: A Sports Club's Innovative Response to Multiple Logics.	関係論	マルチ
MacLean et al.	2011	Look Who's Linked With Whom: A Case Study of One Community Basketball Network.	関係論	マルチ
Pieters et al.	2012	A Social Network Perspective on Sport Management: The Effect of Network Embeddedness on the Commercial Performance of Sport Organizations.	関係論	質問紙
Sotiriadou et al.	2017	The Role of Interorganizational Relationships on Elite Athlete Development Processes.	関係論	マルチ
Jones et al.	2017	Collaborative Advantages: The Role of Interorganizational Partnerships for Youth Sport Nonprofit Organizations.	関係論	マルチ
大学スポーツ				
Shapiro et al.	2013	An Analysis of Multiple Spectator Consumption Behaviors, Identification, and Future Behavioral Intentions Within the Context of a New College Football Program.	運動者	質問紙
Katz and Heere	2013	Leaders and Followers: An Exploration of the Notion of Scale-Free Networks Within a New Brand Community.	運動者	マルチ
Dixon and Warner	2010	Employee Satisfaction in Sport: Development of a Multi-Dimensional Model in Coaching.	組織論	インタビュー
Burton et al.	2011	Perceptions of Gender in Athletic Administration: Utilizing Role Congruity to Examine (Potential) Prejudice Against Women.	組織論	質問紙
Gill	2011	The Rutgers Women's Basketball & Don Imus Controversy (RUIBUS): White Privilege, New Racism, and the Implications for College Sport Management.	組織論	マルチ
Warner and Dixon	2011	Understanding Sense of Community From the Athlete's Perspective.	組織論	インタビュー
Soebbing and Washington	2011	Leadership Succession and Organizational Performance: Football Coaches and Organizational Issues.	組織論	資料
Warner et al.	2012	Team Dynamics: A Social Network Perspective.	組織論	質問紙
Kerwin and Doherty	2012	An Investigation of the Conflict Triggering Process in Intercollegiate Athletic Departments.	組織論	質問紙
Huybers and Mazanov	2012	What Would Kim Do: A Choice Study of Projected Athlete Doping Considerations.	組織論	質問紙
Kaburakis et al.	2012	Is it Still "In the game" or Has Amateurism Left the Building? NCAA Student athlete's perceptions	組織論	質問紙

		of Commercial Activity and Sports Video Games.		
Cunningham	2012	Diversity Training in Intercollegiate Athletics.	組織論	質問紙
Inoue et al.	2013	Roles of Performance and Human Capital in College Football Coaches' Compensation.	組織論	質問紙
Kihl et al.	2013	Fear, Anxiety, and Loss of Control: Analyzing an Athletic Department Merger as a Gendered Political Process.	組織論	インタビュー
Rocha and Chelladurai	2013	Patterns of Bureaucracy in Intercollegiate Athletic Departments.	組織論	質問紙
Barden et al.	2013	Hometown Proximity, Coaching Change, and the Success of College Basketball Recruits.	組織論	資料
Walker and Sartore-Baldwin	2013	Hegemonic Masculinity and the Institutionalized Bias Toward Women in Men's Collegiate Basketball: What do Men Think?	組織論	インタビュー
Melton and Cunningham	2014	Who Are the Champions? Using a Multilevel Model to Examine Perceptions of Employee Support for LGBT Inclusion in Sport Organizations.	組織論	マルチ
Bopp and Sagas	2014	Racial Tasking and the College Quarterback: Redefining the Stacking Phenomenon.	組織論	資料
Kelly et al.	2014	The Impact of Alcohol Sponsorship in Sport Upon University Sportspeople.	組織論	質問紙
Dohrn et al.	2015	Leadership Succession and Performance: An Application to College Football.	組織論	資料
Cunningham	2015	Creating and Sustaining Workplace Cultures Supportive of LGBT Employees in College Athletics.	組織論	マルチ
Weight et al.	2015	The Coach-Educator: NCAA Division I Coach Perspectives About an Integrated University Organizational Structure.	組織論	マルチ
Steward and Cunningham	2015	Racial Identity and Its Impact on Job Applicants.	組織論	その他
Soebbing et al.	2016	The Effects of Performance Expectations on Total Compensation of Division I-Football Bowl Subdivision Head Coaches.	組織論	資料
Katz and Heere	2016	New Team, New Fans: A Longitudinal Examination of Team Identification as a Driver of University Identification.	組織論	質問紙
Fizel and Fairbank	2016	Organizational Misconduct: The Antecedents of Oversigning in College Football.	組織論	資料
Burton et al.	2017	The Role of Servant Leadership in Developing an Ethical Climate in Sport Organizations.	組織論	質問紙
Eckard	2010	NCAA Athlete Graduation Rates: Less Than Meets the Eye.	事業論	資料
Huang and Dixon	2013	Examining the Financial Impact of Alcohol Sales on Football Game Days: A Case Study of a Major Football Program.	事業論	資料
Baker et al.	2014	Conceptualizing and Measuring the Use of Student-Athlete Likeness in EA's NCAA Football.	事業論	質問紙
Stinson and Howard	2010	Athletic Giving and Academic Giving: Exploring the Value of SPLIT Donors.	戦略論	資料
Hutchinson and Bouchet	2014	Organizational Redirection in Highly Bureaucratic Environments: De-Escalation of Commitment Among Division I Athletic Departments.	戦略論	インタビュー
Hutchinson et al.	2015	Escalation of Commitment in United States Collegiate Athletic Departments: An Investigation of Social and Structural Determinants of Commitment.	戦略論	マルチ
Edwards and Washington	2015	Establishing a "Safety Net": Exploring the Emergence and Maintenance of College Hockey Inc. and NCAA Division I Hockey.	戦略論	インタビュー
Goff et al.	2015	Attendance Effects of FBS Transition and Membership.	戦略論	資料
Nite and Washington	2017	Institutional Adaptation to Technological Innovation: Lessons From the NCAA's Regulation of Football Television Broadcasts (1938-1984).	戦略論	資料
Casper et al.	2012	Athletics Department Awareness and Action Regarding the Environment: A Study of NCAA Athletics Department Sustainability Practices.	政策論	質問紙
Juravich and Mills	2017	Exogenous Policy Shock and Logic Centrality Shift: NBA Policy and NCAA Outcomes.	政策論	資料
スポーツイベント				
Kaplanidou and Vogt	2010	The Meaning and Measurement of a Sport Event Experience Among Active Sport Tourists.	運動者	マルチ
Filo et al.	2010	The Antecedents and Outcomes of Attachment and Sponsor Image Within Charity Sport Events.	運動者	質問紙
Getz and McConnell	2011	Serious Sport Tourism and Event Travel Careers.	運動者	質問紙
Kaplanidou et al.	2012	Recurring Sport Events and Destination Image Perceptions: Impact on Active Sport Tourist Behavioral Intentions and Place Attachment.	運動者	質問紙
Sato et al.	2015	Distance Running Events and Life Satisfaction: A Longitudinal Study.	運動者	質問紙
Buning and Gibson	2015	The Evolution of Active-Sport-Event Travel Careers.	運動者	インタビュー
Du et al.	2015	Managing Mass Sport Participation: Adding a Personal Performance Perspective to Remodel Antecedents and Consequences of Participant Sport Event Satisfaction.	運動者	質問紙
Buning and Gibson	2016	Exploring the Trajectory of Active-Sport-Event Travel Careers: A Social Worlds Perspective.	運動者	質問紙
Visentin et al.	2016	From Assessment to Purchase: A Three-Stage Model of the Marketing Funnel in Sponsorship Activities.	運動者	質問紙
Armenakyan et al.	2016	It's All About My Team: Mega-Sport Events and Consumer Attitudes in a Time Series Approach.	運動者	質問紙
Jang et al.	2017	Does Spectatorship Increase Happiness? The Energy Perspective.	運動者	質問紙
Parent	2010	Decision Making in Major Sport Events Over Time: Parameters, Drivers, and Strategies.	組織論	マルチ
Rogalsky et al.	2016	Understanding the Sport Event Volunteer Experience: An Investigation of Role Ambiguity and Its Correlates.	組織論	質問紙
Thorpe and Chawansky	2017	The Gendered Experiences of Women Staff and Volunteers in Sport for Development Organizations: The Case of Transmigrant Workers of Skateistan.	組織論	インタビュー
Hritz and Ross	2010	The Perceived Impacts of Sport Tourism: An Urban Host Community Perspective.	事業論	質問紙
Tien et al.	2011	The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or a Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games.	事業論	資料
Heere et al.	2012	The Impact of World Cup 2002 on the Bilateral Relationship Between South Korea and Japan.	事業論	マルチ
Schulenkorf and Edwards	2012	Maximizing Positive Social Impacts: Strategies for Sustaining and Leveraging the Benefits of Intercommunity Sport Events in Divided Societies.	事業論	マルチ
O'Brien and Ponting	2013	Sustainable Surf Tourism: A Community Centered Approach in Papua New Guinea.	事業論	マルチ
Wolf et al.	2013	Do Charity Sport Events Function as "Brandfests" in the Development of Brand Community?	事業論	マルチ
Inoue et al.	2013	The Role of Running Involvement in Creating Self-Sufficiency for Homeless Individuals Through a Community-Based Running Program.	事業論	質問紙
Anderson-Butcher et al.	2014	Maximizing Youth Experiences in Community Sport Settings: The Design and Impact of the LiFE Sports Camp.	事業論	質問紙
Cohen et al.	2014	Investigating a Coed Sport's Ability to Encourage Inclusion and Equality.	事業論	インタビュー
Lee et al.	2014	Coverage of the Gay Games From 1980-2012 in U.S. Newspapers: An Analysis of Newspaper Article Framing.	事業論	資料
Eagleman et al.	2014	A Unified Version of London 2012: New-Media Coverage of Gender, Nationality, and Sport for Olympics Consumers in Six Countries.	事業論	資料
Spaaij and Schulenkorf	2014	Cultivating Safe Space: Lessons for Sport-for-Development Projects and Events.	事業論	その他
Marshall and Barry	2015	Community Sport for Development: Perceptions From Practice in Southern Africa.	事業論	インタビュー
Sant and Mason	2015	Framing Event Legacy in a Prospective Host City: Managing Vancouver's Olympic Bid.	事業論	資料

Peachey et al.	2015	Examining Social Capital Development Among Volunteers of a Multinational Sport-for-Development Event.	事業論	マルチ
Clark and Misener	2015	Understanding Urban Development Through a Sport Events Portfolio: A Case Study of London, Ontario.	事業論	マルチ
Peachey et al.	2015	The Influence of a Sport-for-Peace Event on Prejudice and Change Agent Self-Efficacy.	事業論	マルチ
Misener and Schulenkorf	2016	Rethinking the Social Value of Sport Events Through an Asset-Based Community Development (ABCD) Perspective.	事業論	その他
Wegner et al.	2016	Black Girls Run: Facilitating a Connection for Black Women to the "White" Sport of Running.	事業論	質問紙
Ellis et al.	2016	Olympic Ambush Marketing Networks and Knowledge Transfer: Examining Their Impact on the Institutionalization of Anti-Ambush Marketing Legislation.	事業論	マルチ
Nadeau et al.	2016	The Cameo Effect of Host Country and the Transitory Mega-Event: Patterns of Effect on Sponsorship Evaluation for Sport Tourists and Residents.	事業論	質問紙
Schulenkorf	2016	The Contributions of Special Events to Sport-for-Development Programs.	事業論	インタビュー
Watanabe et al.	2017	Weather Conditions, Travel Distance, Rest, and Running Performance: The 2014 FIFA World Cup and Implications for the Future.	事業論	資料
Macrae	2017	Delivering Sports Participation Legacies at the Grassroots Level: The Voluntary Sports Clubs of Glasgow 2014.	事業論	マルチ
Jensen and Cornwell	2017	Why Do Marketing Relationships End? Findings From an Integrated Model of Sport Sponsorship Decision-Making.	事業論	資料
Schlegel et al.	2017	The Impact of Atmosphere in the City on Subjective Well-Being of Rio de Janeiro Residents During (vs. Before) the 2014 FIFA World Cup.	事業論	質問紙
Naraine et al.	2016	Coordination in International and Domestic Sports Events: Examining Stakeholder Network Governance.	関係論	マルチ
Kennelly and Toohey	2016	National Sport Governing Bodies and Sport Tourism: Agency and Resources.	関係論	インタビュー
Kim and Trail	2010	Constraints and Motivators: A New Model to Explain Sport Consumer Behavior.	運動者	質問紙
Harrolle et al.	2010	Conative Loyalty of Latino and Non-Latino Professional Baseball Fans.	運動者	質問紙
Kwak et al.	2010	How Confident Are You to Win Your Fantasy League? Exploring the Antecedents and Consequences of Winning Expectancy.	運動者	質問紙
McDonald	2010	The Factors Influencing Churn Rates Among Season Ticket Holders: An Empirical Analysis.	運動者	質問紙
Koenigstorfer et al.	2010	"You'll Never Walk Alone"-How Loyal Are Soccer Fans to Their Clubs When They Are Struggling Against Relegation?	運動者	質問紙
Dwyer and Kim	2011	For Love or Money? Developing and Validating a Motivational Scale for Fantasy Football Participation.	運動者	質問紙
Kim and Cheong	2011	The Effects of Athlete-Endorsed Advertising: The Moderating Role of the Athlete-Audience Ethnicity Match.	運動者	質問紙
Nadeau et al.	2011	Racial-Ethnic Team-Market Congruency in Professional Sport.	運動者	資料
Kane and Maxwell	2011	Expanding the Boundaries of Sport Media Research: Using Critical Theory to Explore Consumer Responses to Representations of Women's Sports.	運動者	インタビュー
Farrell et al.	2011	Women's Sport Spectatorship: An Exploration of Men's Influence.	運動者	インタビュー
Dwyer	2011	Divided Loyalty? An Analysis of Fantasy Football Involvement and Fan Loyalty to Individual National Football League (NFL) Teams.	運動者	質問紙
Kwak et al.	2012	Revisiting the Satisfaction-Loyalty Relationship in the Sport Video Gaming Context: The Mediating Role of Consumer Expertise.	運動者	質問紙
Wu et al.	2012	Toward Team or Player? How Trust, Vicarious Achievement Motive, and Identification Affect Fan Loyalty.	運動者	質問紙
Fairley and Tyler	2012	Bringing Baseball to the Big Screen: Building Sense of Community Outside of the Ballpark.	運動者	マルチ
Lock et al.	2012	Exploring the Development of Team Identification	運動者	質問紙
Alexandris et al.	2012	Testing a Hierarchy of Effects Model of Sponsorship Effectiveness.	運動者	質問紙
Carlson and O'Cass	2012	Optimizing the Online Channel in Professional Sport to Create Trusting and Loyal Consumers: The Role of the Professional Sports Team Brand and Service Quality.	運動者	質問紙
Lee et al.	2012	A New Approach to Stadium Experience: The Dynamics of the Sensoryscape, Social Interaction, and Sense of Home.	運動者	質問紙
Tainsky et al.	2013	Determinants of Pay-Per-View Broadcast Viewership in Sports: The Case of the Ultimate Fighting Championship.	運動者	資料
Ahn et al.	2013	Sport Fans and Their Teams' Redesigned Logos: An Examination of the Moderating Effect of Team Identification on Attitude and Purchase Intention of Team-Logoed Merchandise.	運動者	質問紙
Kunkel et al.	2013	Brand Architecture, Drivers of Consumer Involvement, and Brand Loyalty With Professional Sport Leagues and Teams.	運動者	質問紙
Biscaia et al.	2013	Sport Sponsorship: The Relationship Between Team Loyalty, Sponsorship Awareness, Attitude Toward the Sponsor, and Purchase Intentions.	運動者	質問紙
Carlson and Donavan	2013	Human Brands in Sport: Athlete Brand Personality and Identification.	運動者	質問紙
Tainsky and Jasieliec	2014	Television Viewership of Out-of-Market Games in League Markets: Traditional Demand Shifters and Local Team Influence.	運動者	資料
Kunkel et al.	2014	Developing a Conceptual Understanding of Consumer-based League Brand Associations.	運動者	マルチ
Lock et al.	2014	Examining the Longitudinal Structure, Stability, and Dimensional Interrelationships of Team Identification.	運動者	質問紙
Watkins	2014	Revisiting the Social Identity-Brand Equity Model: An Application to Professional Sports.	運動者	質問紙
Yoshida et al.	2014	Conceptualization and Measurement of Fan Engagement: Empirical Evidence From a Professional Sport Context.	運動者	質問紙
Park et al.	2014	Development and Validation of a Measure of Sport Fans' Specific Curiosity.	運動者	質問紙
Delia and Armstrong	2015	#Sponsoring the #FrenchOpen: An Examination of Social Media Buzz and Sentiment.	運動者	資料
Wolfsteiner et al.	2015	What Drives Ambush Marketer Misidentification?	運動者	その他
Yoshida et al.	2015	Predicting Behavioral Loyalty Through Community: Why Other Fans Are More Important Than Our Own Intentions, Our Satisfaction, and the Team Itself.	運動者	質問紙
Lee and Koo	2015	Athlete Endorsement, Attitudes, and Purchase Intention: The Interaction Effect Between Athlete Endorser-Product Congruence and Endorser Credibility.	運動者	質問紙
Sveinson and Hoerber	2016	Female Sport Fans' Experiences of Marginalization and Empowerment.	運動者	インタビュー
Watanabe et al.	2016	Consumer Interest in Major League Baseball: An Analytical Modeling of Twitter.	運動者	資料
Asada and Ko	2016	Determinants of Word-of-Mouth Influence in Sport Viewership.	運動者	質問紙
Lee et al.	2016	Coping With Athlete Endorsers' Immoral Behavior: Roles of Athlete Identification and Moral Emotions on Moral Reasoning Strategies.	運動者	質問紙
Zaharia et al.	2016	No More "Good" Intentions: Purchase Behaviors in Sponsorship.	運動者	質問紙
Jensen et al.	2016	Forty Years of BIRGing: New Perspectives on Cialdini's Seminal Studies.	運動者	質問紙
Kunkel et al.	2016	The Development and Change of Brand Associations and Their Influence on Team Loyalty Over	運動者	質問紙

		Time.		
Wakefield	2016	Using Fan Passion to Predict Attendance, Media Consumption, and Social Media Behaviors.	運動者	質問紙
Burk et al.	2016	"Same, Same--but Different!" On Consumers' Use of Corporate PR Media in Sports.	運動者	質問紙
Sato et al.	2016	Consumers' Comparative Evaluative Judgment of Athlete Endorsers.	運動者	質問紙
Chien et al.	2016	Sport Scandal and Sponsorship Decisions: Team Identification Matters.	運動者	質問紙
Larkin and Fink	2016	Fantasy Sport, FoMO, and Traditional Fandom: How Second-Screen Use of Social Media Allows Fans to Accommodate Multiple Identities.	運動者	質問紙
Kunkel et al.	2017	Consumers' Perceived Value of Sport Team Games--A Multidimensional Approach.	運動者	マルチ
Tyler and Cobbs	2017	All Rivals Are Not Equal: Clarifying Misrepresentations and Discerning Three Core Properties of Rivalry.	運動者	質問紙
Inoue et al.	2017	Sport Spectatorship and Life Satisfaction: A Multicountry Investigation.	運動者	質問紙
Kunkel et al.	2017	The Effect of League Brand on the Relationship Between the Team Brand and Behavioral Intentions: A Formative Approach Examining Brand Associations and Brand Relationships.	運動者	質問紙
Babiak et al.	2012	An Investigation Into Professional Athlete Philanthropy: Why Charity Is Part of the Game.	組織論	インタビュー
Martinez and Caudill	2013	Does Midseason Change of Coach Improve Team Performance? Evidence From the NBA.	組織論	資料
Gutiérrez and Ruiz	2013	Data Envelopment Analysis and Cross-Efficiency Evaluation in the Management of Sports Teams: The Assessment of Game Performance of Players in the Spanish Handball League.	組織論	資料
Larson and Maxcy	2013	The Industrial Organization of Sport Coaches: Road Cycling as a Distinguished Case.	組織論	資料
Kihl et al.	2014	Evaluating the Implementation of a Professional Sport Team's Corporate Community Involvement Initiative.	組織論	マルチ
Morrow and Howieson	2014	The New Business of Football: A Study of Current and Aspirant Football Club Managers.	組織論	インタビュー
Swanson and Kent	2015	Fandom in the Workplace: Multi-Target Identification in Professional Team Sports.	組織論	質問紙
Soebbing et al.	2015	The Impact of Leadership Changes on Expectations of Organizational Performance.	組織論	資料
von Allmen et al.	2015	Victims or Beneficiaries? : Wage Premia and National Origin in the National Hockey League.	組織論	資料
Roach	2016	Does Prior NFL Head Coaching Experience Improve Team Performance?	組織論	資料
Woolf et al.	2016	So You Want to be a Fighter? Institutional Work and Sport Development Processes at an Elite Mixed Martial Arts Gym.	組織論	マルチ
Watanabe et al.	2017	Is There Economic Discrimination on Sport Social Media? An Analysis of Major League Baseball.	組織論	資料
Heinze and Lu	2017	Shifting Responses to Institutional Change: The National Football League and Player Concussions.	組織論	マルチ
Juravich et al.	2017	Upper Echelons in Professional Sport: The Impact of NBA General Managers on Team Performance.	組織論	資料
O'Reilly	2011	Experimental Design Methods in Sport Management Research: The Playoff Safety Bias.	事業論	質問紙
Schredelseker and Fidahic	2011	Stock Market Reactions and Formula One Performance.	事業論	資料
Sartore-Baldwin and Walker	2011	The Process of Organizational Identity: What are the Roles of Social Responsiveness, Organizational Image, and Identification?	事業論	質問紙
Rascher et al.	2011	Free Ride, Take it Easy: An Empirical Analysis of Adverse Incentives Caused by Revenue Sharing.	事業論	資料
Inoue et al.	2011	CSR and the Bottom Line: Analyzing the Link Between CSR and Financial Performance for Professional Teams.	事業論	資料
Fink and Smith	2012	Norms in Sports Contests: The Tour de France.	事業論	資料
Shapiro et al.	2012	Factors Affecting the Price of Luxury Suites in Major North American Sports Facilities.	事業論	資料
Shapiro and Drayer	2012	A New Age of Demand-Based Pricing: An Examination of Dynamic Ticket Pricing and Secondary Market Prices in Major League Baseball.	事業論	資料
Wenz	2012	A Proposal for Incentive-Compatible Revenue Sharing in Major League Baseball.	事業論	資料
Foster et al.	2014	Determinants of Regional Sport Network Television Ratings in MLB, NBA, and NHL.	事業論	資料
Larson and Maxcy	2014	Uncertainty of Outcome and Radio Policy in Professional Road Cycling.	事業論	資料
Inoue and Havard	2014	Determinants and Consequences of the Perceived Social Impact of a Sport Event.	事業論	質問紙
Kelley et al.	2014	Estimating Consumer Spending on Tickets, Merchandise, and Food and Beverage: A Case Study of a NHL Team.	事業論	資料
Soebbing and Watanabe	2014	The Effect of Price Dispersion on Major League Baseball Team Attendance.	事業論	資料
Martinez and Janney	2015	Market Reactions to Corporate Sponsorships of European Football Kits: The Moderating Effects of Firm Congruence.	事業論	資料
Bouchet et al.	2015	The Impact of International Football Matches on Primary Sponsors and Shareholder Wealth.	事業論	資料
Watanabe et al.	2015	Major League Baseball and Twitter Usage: The Economics of Social Media Use.	事業論	資料
Diehl et al.	2016	On the Demand for Live Sport Contests: Insights From the Secondary Market for National Football League Tickets.	事業論	資料
Mills et al.	2016	NBA Primary Market Ticket Consumers: Ex Ante Expectations and Consumer Market Origination.	事業論	資料
Stewart et al.	2016	Like Father, Like Son: Analyzing Australian Football's Unique Recruitment Process.	事業論	資料
Nalbantis et al.	2017	The Demand for Licensed Merchandise in Sports--On the Purchase Channel Choice.	事業論	質問紙
Mondello et al.	2017	Shared Market Competition and Broadcast Viewership in the National Football League.	事業論	資料
Farrelly	2010	Not Playing the Game: Why Sport Sponsorship Relationships Break Down.	関係論	インタビュー
Turner and Shilbury	2010	The Impact of Emerging Technology in Sport Broadcasting on the Preconditions for Interorganizational Relationship (IOR) Formation in Professional Football.	関係論	インタビュー
Kolyperas et al.	2016	Applying a Communicating Vessels Framework to CSR Value Co-creation: Empirical Evidence From Professional Team Sport Organizations.	関係論	インタビュー
Adams et al.	2017	Changing Boundaries and Evolving Organizational Forms in Football: Novelty and Variety Among Scottish Clubs.	関係論	マルチ
Lei et al.	2010	Should They Play? Market Value of Corporate Partnerships With Professional Sport Leagues.	戦略論	資料
Kellison and Kim	2014	Marketing Pro-Environmental Venues in Professional Sport: Planting Seeds of Change Among Existing and Prospective Consumers.	戦略論	インタビュー
Heinze et al.	2014	Toward Strategic and Authentic Corporate Social Responsibility in Professional Sport: A Case Study of the Detroit Lions.	戦略論	マルチ
Walraven et al.	2016	Benchmarking Sports Sponsorship Performance: Efficiency Assessment With Data Envelopment Analysis.	戦略論	資料
Cobbs et al.	2017	Prioritizing Sponsorship Resources in Formula One Racing: A Longitudinal Analysis.	戦略論	資料
Nicholson et al.	2011	The Provision of Social Support for Elite Indigenous Athletes in Australian Football.	政策論	インタビュー
Veliotis	2013	Salary Equalization for Baseball Free Agents Confronting Different State Tax Regimes.	政策論	資料
Mason et al.	2015	Signaling Status Through Stadiums: The Discourses of Comparison Within a Hierarchy.	政策論	マルチ
Ogden and Edwards	2016	Are Canadian Stakeholders Resting on Their Laurels? A Comparative Study of the Athlete Pathway Through the Swedish and Canadian Male Ice Hockey Systems.	政策論	マルチ
Dowling and	2017	Epistemic Communities and Knowledge-Based Professional Networks in Sport Policy and	政策論	マルチ

Washington		Governance: A Case Study of the Canadian Sport for Life Leadership Team.		
Lenten et al.	2017	Adding Conditional Superannuation to the Antidoping Policy Mix.	政策論	その他
複数領域				
Yoshida and James	2010	Customer Satisfaction With Game and Service Experiences: Antecedents and Consequences.	運動者	質問紙
Park et al.	2010	The Measurement of Sport Fan Exploratory Curiosity.	運動者	質問紙
Uhrich and Benkenstein	2010	Sport Stadium Atmosphere: Formative and Reflective Indicators for Operationalizing the Construct.	運動者	インタビュー
Kang et al.	2011	Emotions as Antecedents of Participant Sport Consumption Decisions: A Model Integrating Emotive, Self-Based, and Utilitarian Evaluations.	運動者	質問紙
Heere et al.	2011	The Effect of Associated Group Identities on Team Identity.	運動者	質問紙
Lee and Trail	2011	The Influence of Personal Values and Goals on Cognitive and Behavioral Involvement in Sport.	運動者	質問紙
Hur et al.	2011	A Structural Model of the Relationships Between Sport Website Quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty.	運動者	質問紙
Kim et al.	2011	The Influence of Relationship Quality on Sport Consumption Behaviors: An Empirical Examination of the Relationship Quality Framework.	運動者	質問紙
Seifried	2011	Sport Facilities as a Broadcast Studio for Human Extensibility? Geographic Information System-Based Diagrams of a High- and Low-Identified Sport Fan.	運動者	マルチ
Reysen et al.	2012	Corporate Renaming of Stadiums, Team Identification, and Threat to Distinctiveness.	運動者	質問紙
Inoue and Kent	2012	Sport Teams as Promoters of Pro-Environmental Behavior: An Empirical Study.	運動者	マルチ
Delia	2014	Subconscious (Un) Attachment to a Sponsor: An Irrational Effect of Facility Naming Rights.	運動者	その他
Kim et al.	2015	Factors Influencing Sponsorship Effectiveness: A Meta-Analytic Review and Research Synthesis.	運動者	その他
Lee et al.	2015	Athletes' Transgressions and Sponsor Evaluations: A Focus on Consumers' Moral Reasoning Strategies.	運動者	質問紙
Hyatt and Foster	2015	Using Identity Work Theory to Understand the De-Escalation of Fandom: A Study of Former Fans of National Hockey League Teams.	運動者	インタビュー
Dwyer et al.	2015	Exploring Fan Behavior: Developing a Scale to Measure Sport eFANgelism.	運動者	マルチ
Kim and Ross	2015	The Effect of Sport Video Gaming on Sport Brand Attitude, Attitude Strength, and the Attitude-Behavior Relationship.	運動者	その他
Kim et al.	2017	The Effects of Consumer Innovativeness on Sport Team Applications Acceptance and Usage.	運動者	質問紙
Ko et al.	2017	A Hierarchical Approach for Predicting Sport Consumption Behavior: A Personality and Needs Perspective.	運動者	質問紙
Geurin	2017	Elite Female Athletes' Perceptions of New Media Use Relating to Their Careers: A Qualitative Analysis.	運動者	インタビュー
Kim et al.	2017	Existence of Mixed Emotions During Consumption of a Sporting Event: A Real-Time Measure Approach.	運動者	その他
Rudd et al.	2010	Development of an Instrument to Measure the Moral Judgments of Sport Managers.	組織論	質問紙
Choi et al.	2010	Validation of the Organizational Culture Assessment Instrument: An Application of the Korean Version.	組織論	質問紙
Cunningham et al.	2010	The Influence of Applicant Sexual Orientation, Applicant Gender, and Rater Gender on Ascribed Attributions and Hiring Recommendations of Personal Trainers.	組織論	質問紙
Hamm-Kerwin and Doherty	2010	Intragroup Conflict in Nonprofit Sport Boards.	組織論	質問紙
Sartore and Cunningham	2010	The Lesbian Label as a Component of Women's Stigmatization in Sport Organizations: An Exploration of Two Health and Kinesiology Departments.	組織論	インタビュー
Sibson	2010	"I Was Banging My Head Against a Brick Wall": Exclusionary Power and the Gendering of Sport Organizations.	組織論	マルチ
Warner et al.	2011	More than Motivation: Reconsidering Volunteer Management Tools.	組織論	質問紙
Hardin and Whiteside	2012	Consequences of Being the "Team Mom": Women in Sports Information and the Friendliness Trap.	組織論	インタビュー
Claringbould and Knoppers	2012	Paradoxical Practices of Gender in Sport-Related Organizations.	組織論	インタビュー
Warner et al.	2013	Officiating Attrition: The Experiences of Former Referees Via a Sport Development Lens.	組織論	インタビュー
Swanson and Kent	2014	The Complexity of Leading in Sport: Examining the Role of Domain Expertise in Assessing Leader Credibility and Prototypicality.	組織論	質問紙
Melton and Cunningham	2014	Examining the Workplace Experiences of Sport Employees who are LGBT: A Social Categorization Theory Perspective.	組織論	インタビュー
Walker and Melton	2015	The Tipping Point: The Intersection of Race, Gender, and Sexual Orientation in Intercollegiate Sports.	組織論	インタビュー
Rich and Giles	2015	Managing Diversity to Provide Culturally Safe Sport Programming: A Case Study of the Canadian Red Cross's Swim Program.	組織論	インタビュー
Lock et al.	2015	The Development of a Framework to Capture Perceptions of Sport Organizations Legitimacy.	組織論	マルチ
Ridinger et al.	2017	Development of the Referee Retention Scale.	組織論	質問紙
Svensson and Seifried	2017	Navigating Plurality in Hybrid Organizing: The Case of Sport for Development and Peace Entrepreneurs.	組織論	マルチ
McDonald and Sherry	2010	Evaluating Sport Club Board Performance: A Customer Perspective.	事業論	マルチ
Lee et al.	2013	Developing an Instrument to Measure the Social Impact of Sport: Social Capital, Collective Identities, Health Literacy, Well-Being and Human Capital.	事業論	質問紙
O'Reilly and Huybers	2015	Servicing in Sponsorship: A Best-Worst Scaling Empirical Analysis.	事業論	マルチ
Wishart et al.	2012	Exploring the relationship between sponsorship characteristics and sponsorship asking price.	関係論	資料
Ferkins and Shilbury	2015	The Stakeholder Dilemma in Sport Governance: Toward the Notion of "Stakeowner".	関係論	質問紙
Peachey and Cohen	2016	Research Partnerships in Sport for Development and Peace: Challenges, Barriers, and Strategies.	関係論	インタビュー
Zaharia and Kaburakis	2016	Bridging the Gap: U.S. Sport Managers on Barriers to Industry-Academia Research Collaboration.	関係論	質問紙
Milano and Chelladurai	2011	Gross Domestic Sport Product: The Size of the Sport Industry in the United States.	政策論	資料
その他				
Ferrand et al.	2010	The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry.	運動者	マルチ
Martinez et al.	2010	An Application of Fuzzy Logic to Service Quality Research: A Case of Fitness Service.	運動者	インタビュー
Eagleman	2011	Stereotypes of Race and Nationality: A Qualitative Analysis of Sport Magazine Coverage of MLB Players.	運動者	資料
Clavio and Eagleman	2011	Gender and Sexually Suggestive Images in Sports Blogs.	運動者	資料
Bodet	2012	Loyalty in Sport Participation Services: An Examination of the Mediating Role of Psychological Commitment.	運動者	質問紙
Woolf et al.	2014	Understanding the Influence of Proximal Networks on High School Athletes' Intentions to Use Androgenic Anabolic Steroids.	運動者	質問紙

Breuer and Rumpf	2015	The Impact of Color and Animation on Sports Viewers' Attention to Televised Sponsorship Signage.	運動者	マルチ
Husin et al.	2012	HRM Practices, Organizational Citizenship Behaviors, and Perceived Service Quality in Golf Courses.	組織論	質問紙
MacIntosh and Walker	2012	Chronicing the Transient Nature of Fitness Employees: An Organizational Culture Perspective.	組織論	質問紙
Kellison and Mondello	2014	Civic Paternalism in Political Policymaking: The Justification for No-Vote Stadium Subsidies.	組織論	インタビュー
Graham and Dixon	2017	Work-Family Balance Among Coach-Fathers: A Qualitative Examination of Enrichment, Conflict, and Role Management Strategies.	組織論	インタビュー
Jun and Lee	2012	The Globalization of Sport and the Mass-Mediated Identity of Hines Ward in South Korea.	事業論	資料
Dowling and Smith	2016	The Institutional Work of Own the Podium in Developing High-Performance Sport in Canada.	事業論	資料
Greenwell et al.	2017	The Effects of Sexualized and Violent Presentations of Women in Combat Sport.	事業論	質問紙
De Bosscher et al.	2010	Developing a Method for Comparing the Elite Sport Systems and Policies of Nations: A Mixed Research Methods Approach.	政策論	マルチ
Tan and Bairner	2011	Managing Globalization: The Case of Elite Basketball Policy in the People's Republic of China.	政策論	マルチ
Johnson et al.	2017	Interscholastic Competitive Balance: An Examination of State Athletic Association Administrators.	政策論	マルチ
Fink et al.	2014	The Freedom to Choose: Elite Female Athletes' Preferred Representations Within Endorsement Opportunities.	その他	インタビュー
Bowers et al.	2014	"Let the Marketplace be the Judge": The Founders Reflect on the Origins and Trajectory of NASSM.	その他	その他

† 論文は経営領域でまとめ、経営領域内では理論分野別に発表順で整理している。

‡ 理論分野と研究方法には、次のように省略した語句を掲載している。組織論＝経営組織論、戦略論＝経営戦略論、事業論＝事業・プロダクト論、運動者＝運動者・消費者行動論、政策論＝制度・政策論、関係論＝組織間関係論、インタビュー＝インタビュー調査、質問紙＝質問紙調査、資料＝資料分析、マルチ＝マルチメソッド。

表6 理論研究一覧

著者	年	タイトル
Shonk and Bravo	2010	Interorganizational Support and Commitment: A Framework for Sporting Event Networks.
Hums	2010	The Conscience and Commerce of Sport Management: One Teacher's Perspective.
Scassa	2011	Ambush Marketing and the Right of Association: Clamping Down on References to That Big Event With All the Athletes in a Couple of Years.
Smith and Hattery	2011	Race Relations Theories: Implications for Sport Management.
Armstrong	2011	Lifting the Veils and Illuminating the Shadows: Furthering the Explorations of Race and Ethnicity in Sport Management.
Hoye and Doherty	2011	Nonprofit Sport Board Performance: A Review and Directions for Future Research.
Mallen et al.	2011	A Content Analysis of Environmental Sustainability Research In a Sport-Related Journal Sample.
Jordan et al.	2011	The Frequency of Nonresponse Analyses in the Journal of Sport Management.
Shilbury	2011	A Bibliometric Study of Citations to Sport Management and Marketing Journals.
Kim and Trail	2011	A Conceptual Framework for Understanding Relationships Between Sport Consumers and Sport Organizations: A Relationship Quality Approach.
Park et al.	2011	The Role of Sport Fan Curiosity: A New Conceptual Approach to the Understanding of Sport Fan Behavior.
Danylichuk	2011	Internationalizing Ourselves: Realities, Opportunities, and Challenges.
Shilbury	2012	Competition: The Heart and Soul of Sport Management.
Misener et al.	2013	Beyond Olympic Legacy: Understanding Paralympic Legacy Through a Thematic Analysis.
Doherty	2013	"It Takes a Village:" Interdisciplinary Research for Sport Management.
Crompton and Howard	2013	Costs: The Rest of the Economic Impact Story.
Graham and Dixon	2014	Coaching Fathers in Conflict: A Review of the Tensions Surrounding the Work-Family Interface.
Kelly and Dixon	2014	Successfully Navigating Life Transitions Among African American Male Student-Athletes: A Review and Examination of Constellation Mentoring as a Promising Strategy.
Cunningham	2014	Interdependence, Mutuality, and Collective Action in Sport.
Kim et al.	2014	A Critical Review of Theoretical and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research and Recommendations for Future Sport Marketing Scholarship.
Newman	2014	Sport Without Management.
Shapiro and Pitts	2014	What Little Do We Know: Content Analysis of Disability Sport in Sport Management Literature.
Zhang	2015	What to Study? That Is a Question: A Conscious Thought Analysis.
Peachey et al.	2015	Forty Years of Leadership Research in Sport Management: A Review, Synthesis, and Conceptual Framework.
Kerwin and Hoerber	2015	Collaborative Self-Ethnography: Navigating Self-Reflexivity in a Sport Management Context.
Inoue et al.	2015	Spectator Sport and Population Health: A Scoping Study.
Abeza et al.	2015	Social Media Scholarship in Sport Management Research: A Critical Review.
Graham et al.	2016	Coaching Dads: Understanding Managerial Implications of Fathering Through Sport.
Schulenkorf et al.	2016	Sport for Development: An Integrated Literature Review.
Fink	2016	Hiding in Plain Sight: The Embedded Nature of Sexism in Sport.
Björsholm	2017	Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress.
Hoerber et al.	2017	A Systematic Methodology for Preserving the Whole in Large-Scale Qualitative-Temporal Research.