

2019年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」

e スポーツ分野における

先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業

事業成果報告書

2020年3月

学校法人 智晴学園

本事業成果報告書は、文部科学省の教育政策推進事業委託費による委託事業として、学校法人智晴学園が実施した 2019 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」の成果をとりまとめたものです。

目次

1. 事業の概要.....	1
1.1. 趣旨・目的.....	1
1.2. 学習ターゲット、目指すべき人材像.....	1
1.3. 本教育プログラムが必要な背景について.....	2
1.4. 実施体制.....	8
1.5. 計画の全体像.....	10
1.6. 今年度の具体的な活動.....	12
1.6.1. 調査.....	12
1.6.2. 開発.....	12
2. 調査報告.....	14
2.1. 概要.....	14
2.2. eスポーツチーム ヒアリング調査.....	15
2.2.1. 調査の目的.....	15
2.2.2. 実施の方法.....	15
2.2.3. 調査の対象.....	15
2.2.4. 調査項目.....	15
2.2.5. 調査結果.....	16
2.2.6. 調査のまとめ.....	63
2.3. 評価指標事例調査.....	65
2.3.1. 調査の目的.....	65
2.3.2. 調査の対象と実施方法.....	65
2.3.3. 調査項目.....	65
2.3.4. 調査結果.....	65
2.3.5. 調査のまとめ.....	121
3. 開発報告.....	124
3.1. 教育プログラムの概要.....	124
3.1.1. 教育プログラムの名称.....	124
3.1.2. 教育プログラムの全体像.....	124
3.1.3. 既存教育プログラムとの関係性と新規性.....	125
3.2. 開発概要.....	126
3.3. カリキュラム開発.....	127
3.3.1. カリキュラム概要.....	127
3.3.2. 開発したカリキュラム.....	128

3.4.	試用版教材開発	131
3.4.1.	PBL 教材	131
3.4.2.	テキスト教材	140
3.4.3.	e ラーニング教材	145
4.	次年度以降の計画	147
4.1.	2020 年度の事業計画	147
4.1.1.	活動概要	147
4.2.	本事業終了後の方針	147
4.2.1.	エンターテイメント分野等の専門学校への普及（2021 年度～）	148
4.2.2.	教育プログラムのアレンジ（2021 年度～）	148
4.2.3.	他分野での教育プログラム構築の支援（2023 年度～）	148
【巻末資料】	149

1. 事業の概要

1.1. 趣旨・目的

近年、AI や IoT 等の先端技術の発展・普及が進んでいる。この状況下で日本が先進国として世界を先駆けるには、日本社会に先端技術を普及・浸透させ、Society5.0 への適応を促進することが不可欠である。その際に必要なのは、先端技術に関わる知識を持ち、それらの技術の活用方法の提案を行うことで、ビジネスの現場での導入・活用を主導できる『先端技術活用型マネジメント人材』である。

Society5.0 の象徴的なエンターテイメントになると予想されている e スポーツは、情報技術の最先端に行く分野であり、近年、国内外で大きな注目を集めている。e スポーツチームで上記のようなマネジメント人材を養成し、先端技術の導入・活用を進めることができれば、日本社会全体の先端技術活用の機運を高めることに繋がると考える。また、e スポーツ分野におけるプロチームのマネジメントは、一般的なビジネス現場におけるチームマネジメントと類似点が多い。そのため、e スポーツ分野における先端技術活用型マネジメント人材養成は、他分野にも応用可能な教育モデルとして活用できる。

そこで本事業では、e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成プログラムの開発に取り組む。これにより、日本社会全体の Society5.0 社会への適応促進に寄与する。

1.2. 学習ターゲット、目指すべき人材像

本事業で開発・実施する「先端技術活用型 e スポーツチームマネジメント人材養成プログラム」は、e スポーツのチーム運営に携わることを志す専修学校専門課程在籍者を学習ターゲットとする。e スポーツ、チームマネジメント、先端技術（AI・IoT 等）の 3 領域に関わる知識を有し、e スポーツチームにおいて先端技術を活用したマネジメントができる人材の育成を目標とする。

1.3. 本教育プログラムが必要な背景について

(1) 日本社会が Society5.0 に適応するために必要な先端技術活用型マネジメント人材

第4次産業革命により、AIやIoT、ロボット技術などの様々な先端技術が発達しており、これらの技術は既に基礎研究のレベルを出て、様々な分野の産業において実用化の段階に入っている。20世紀後半の第三次産業革命では、インターネットやパソコン、携帯電話などの情報通信技術が爆発的に発達・普及し、当時想像もしなかったほど社会全体に大きな変革をもたらした。その結果、現代社会では情報通信技術が我々の生活や仕事の中に深く浸透しており、最も身近で必要不可欠な技術のひとつとなっている。第4次産業革命における先端技術は、かつての情報通信技術と同じく、今ある社会を大きく変革させると考えられており、その先にあるのが Society5.0 という新しい社会である。

AIやIoT、ロボット技術などの先端技術の研究開発・実用化は、今や世界各国が精力的に取り組む一大テーマのひとつとなっている。この状況下で日本が先進国として世界を先駆けるためには、日本社会全体への先端技術の普及・浸透を促進することが不可欠である。そのためには、国内における先端技術の発展は大前提であるが、技術があっても自然と社会に浸透するには長い時間を要することは想像に難くない。したがって、日本の将来的なさらなる発展のためには、先端技術の黎明期にある今から、日本社会の先端技術への適応を促進する人材の育成を進める必要がある。各産業の現場での先端技術の導入・活用を進めるためには、現場を取り仕切るマネジメント人材が、AIやIoT、ロボット技術などに関わる知識を持ち、各産業のビジネス現場でそれらの技術の適切な活用方法の提案・導入を主導できることがひとつの必須要件であると考えられる。本事業では、AIやIoT、ロボット技術などの活用方法に関わる知識を持ち、各分野・領域の実務においてそれらの技術の適用・活用を主導できるマネジメント人材を、『先端技術活用型マネジメント人材』と定義する。

(2) eスポーツ分野で先端技術活用型マネジメント人材を養成する意義

前項で述べた先端技術活用型マネジメント人材は、今後様々な分野のビジネス現場でニーズが高まっていくことが予想される。しかしながら多くの業界では、従来型のマネジメント手法が確立され、それを担う人材が確保されており、先端技術を活用した新たなマネジメント手法への転換を望めないことも想像に難くない。この状況を踏まえ、日本社会全体でのマネジメント改革を推進していくためには、まず特定の分野で、先端技術を活用した新たなマネジメントモデルの確立が必要である。そしてこのモデルが、今後の新たな社会において主導的な役割を果たし、従来型の手法を採用する他分野のマネジメント体系に影響を与えることで、改革に繋がっていくものと考えられる。

その際、新たなマネジメントモデルを構築する上で高い適正を持つのが、『eスポーツ』

という近年になって創出された新たな分野である。e スポーツは新時代の象徴的なコンテンツであり、コンピュータゲームやテレビゲームを活用した対戦型競技であることから、情報技術の最先端をいく分野である。この分野の特性は、オンラインによる世界規模での遠隔交流が活発であること、プレイヤーを中心とした業界関係者の多くが基本的な IT リテラシーの高い若年層であること、ゲームという領域が先端 IT 技術によって最も影響を受けやすい分野のひとつであることなどが挙げられる。この特性上、e スポーツ分野におけるマネジメントは、そもそも他分野とは異なり、先端的な情報技術を大胆に取り入れることを前提に、全く新しい形態を持たざるを得ない。例えば、マネジメントを構成する重要な要素としてのコミュニケーションについて言えば、e スポーツの場合、従来の対面を主としたものではなく、オンライン上での文字や音声、映像、データ等を主とした場面が多々発生する。このような環境下でマネジメントに携わる人材には、状況に合わせた最適な情報システムを活用してマネジメントを実施するスキルが要請される。これはまさしく、本事業で養成を目指す先端技術活用型マネジメント人材の持つべきスキルに他ならない。

加えて、e スポーツは新しい分野であるが故に、確立されたマネジメント体系がまだ存在せず、今後更に幾多の工夫を積み重ねられ発展的に変化していくものと考えられる。上述の通り、先端 IT 技術に高い適合性を持つ分野であることから、今後の当該分野におけるマネジメントの発展的変化には、必然的に先端技術が取り込まれ、活用されていくことが予想される。

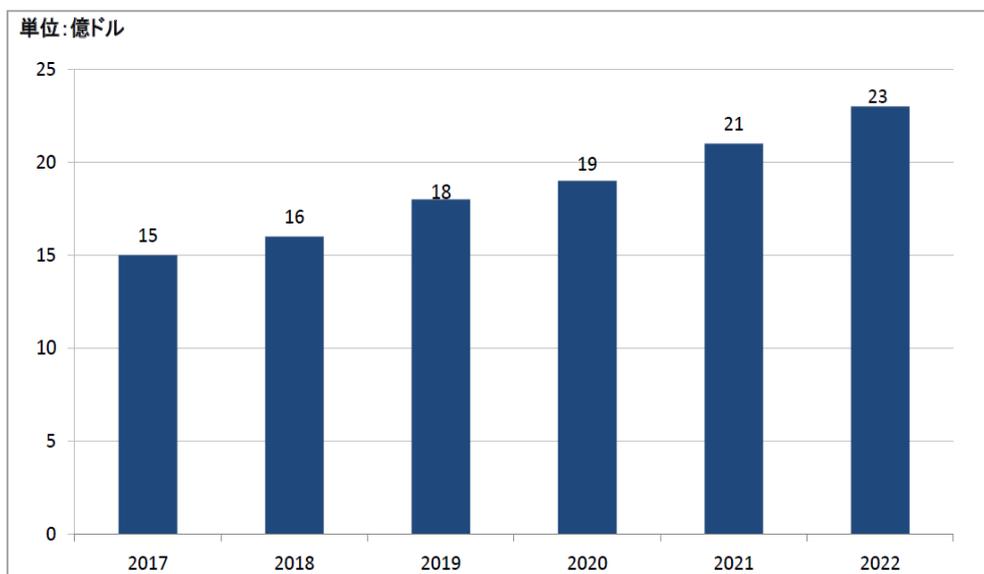
上記のことから、e スポーツ分野は、他分野に先立つ先端技術活用型マネジメントのモデルとしての適性が認められ、実現性が高いと考える。すなわち、当該分野において先端技術活用型マネジメント人材を育成することは、このモデルの構築に資する取組みであり、ひいては将来的な日本社会全体への先端技術活用型マネジメントの浸透に貢献できると考える。

(3) e スポーツ分野の国内外の情勢

Society5.0 社会における新たなエンターテインメントと見なされている『e スポーツ』は、現在世界的に注目が集まっており、市場規模が急速に拡大している。

以下に示すグラフは、米国の調査会社 SuperData Research の調査結果で、世界の e スポーツ市場規模の現状と、2022 年までの成長予測である。2017 年時点の 15 億ドルから順調に成長しており、今後も右肩上がりに推移するとの予測が示されている。

図表 1-1 世界の e スポーツ市場規模¹



国内においては、ここ数年で e スポーツ業界は急激に成長している。以下に示すグラフは、Gz ブレインが 2018 年 12 月に公開した国内の e スポーツ市場規模の調査結果である。2017 年時点では 3.7 億円に過ぎなかったが、2018 年で前年比 13 倍の 48.3 億円と大きく飛躍しており、今後もその成長傾向は継続する見込みである。また、2019 年に開催される第 74 回国民体育大会「いきいき茨城ゆめ国体」において、文化プログラムとして「全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2019 IBARAKI」が開催されることもあり、全国の都道府県において各地域の e スポーツ関連団体が多数発足される等、全国的に大きな動きが見て取れる。

図表 1-2 日本 e スポーツ市場規模²



¹ 出典：2017 SuperData Research e スポーツグローバルマーケットレポート

² 出典：Gz ブレイン 2018 年日本国内 e スポーツ市場動向

日本 e スポーツ業界は世界に比べて後進国と言われているが、ゲーム分野では世界を牽引してきており、ゲーム文化が世代を超えて浸透していることから、この分野への若手世代の関心は高く、国内の e スポーツ競技人口は約 400 万人と推定されている。先述の Gz ブレインによる調査では、国内の e スポーツファン数は今後もさらに拡大する見通しで、更なる発展が期待できる。

(4) e スポーツチームのマネジメント人材の需要

一方で、国内の e スポーツ業界は現状黎明期にあることから、業界全体での取組状況や情勢などが見えづらい状態にある。現状では多くの e スポーツチームでは、コアメンバーがプレイングマネージャーとしてマネジメントを兼任している場合が多く、大きな負担を強いられていることから、e スポーツのマネジメント人材の業界ニーズは存在しているが、現時点では具体的なデータは見受けられない。

ただしチーム競技という観点での有力な類似事例として一般的なプロスポーツチームを取り上げれば、1 チームの運営を行うために数十名のスタッフが必要であり、ここで必要とされるマネジメントの専門人材を養成する専修学校専門課程も存在する。

e スポーツチームでもチーム運営という観点では、スポーツチームと類似した業務項目が発生することが予想され、マネジメントに関わる人材は相当数必要になると考えられる。公益財団法人国際研修交流協会 2018 年度文部科学省委託事業「e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」の調査成果によれば、e スポーツ先進国である中国、韓国、ヨーロッパ各国などでは、多数のプロ e スポーツチームが活動しており、大学等の教育機関においてその運営に必要なマネジメント人材を育成する学科が既に設置されている。日本は e スポーツ後進国とされているが、e スポーツに対する関心が短期間で急速に高まり、全国で組織的な動向が多数見受けられる現状を踏まえれば、e スポーツチームマネジメント人材のニーズは近く、e スポーツ先進国と同様に、大いに顕在化すると予想される。したがって今後の国内 e スポーツ業界の発展を見据えれば、e スポーツチームのマネジメント人材養成の必要性は高いと考える。

(5) e スポーツ分野のチームマネジメントで活用可能な先端技術

e スポーツチームにおけるチームマネジメント業務は、基本的にチームの運営に関わるすべての業務を指し、その内容は多岐に渡る。具体的には、チームを構成するプレイヤー・スタッフの人事管理や、プレイヤーの健康・メンタル管理、運営に関わる戦略情報収集・分析、広報活動企画・推進、外部との折衝などが想定される。これらのチームマネジメント業務の質は、所属プレイヤーのパフォーマンスやチーム運営資金の確保に直結することは、同じエ

ンターテイメント分野で様々なスポーツチームの多くの事例が明示するところである。したがって e スポーツチームにとって、チームマネジメント業務の質的向上は極めて重要である。

これらのチームマネジメント業務のいくつかには、現時点でも導入・活用することによって効率化・効果向上等が望める先端技術が存在する。

例えば人事管理では、チーム構成員各人の能力適正を判断し、それを加味した適切な役割を与えることで、組織としてのパフォーマンスが向上することは周知の事実である。特にチーム競技では、チームとしてのパフォーマンスの向上が常に求められることから、人事管理の重要性は高い。この人事管理は現状、場面に合わせた評価基準が設けられ、それに基づき人間が主観で判断する形態が一般的である。その際、日本 IBM 株式会社では、同社の人工知能『Watson』の一つの活用事例として、人事に関するデータの集積・分析を実現しており、人事業務のソリューションとして既に実績を挙げている。e スポーツチームの人事を検討する際にこのような技術を活用して、人工知能から客観的分析結果に基づくセカンドオピニオンを得ることができれば、判断ミスの予防や適性の新規発見等に繋がり、人事の効率化・質的向上に大いに貢献すると考えられる。

また、プレイヤーのパフォーマンスを高い状態に保つには、コンディションの管理が欠かせない。特にメンタルのコンディションについてはこれまで把握が難しく管理が困難であった。しかし表情や声から精神状態を分析する人工知能技術が現れており、これを活用することで飛躍的にメンタルヘルスマネジメントがしやすくなると予想されている。また、センサーが組み込まれたスマートウェアなどの技術を活用すれば、身体の状況に関わるデータをリアルタイムで収集することができ、身体的なコンディションの管理に大いに役立つと考えられている。

このような技術は今後もより高度で便利な技術へと進歩し、現在のチームマネジメントの在り方を大きく変化させることは確実である。その際、積極的に新たな技術を取り入れ、より質の高いマネジメントを行うことができる先端技術活用型チームマネジメント人材は、業界がこの変化に対応していく上で必要不可欠である。

(6) e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材に必要なスキル

e スポーツ分野において上記のような技術を取り入れたチームマネジメントを主導する人材、すなわち先端技術活用型チームマネジメント人材は、e スポーツ業界のビジネスやチーム運営に関わる知識は当然のことながら、AI や IoT、ロボット技術などの先端技術に関する知識を持つ必要がある。加えて、先端技術は現在黎明期にあり、今後さらに変化してい

くことを踏まえれば、既存の知識・スキルの応用、あるいは新たな知識・スキルの情報収集と獲得等を行うことができなければならない。したがって、学習力、応用力、情報収集・分析力、問題発見・解決力などのコンピテンシーをも兼ね備える必要がある。

(7) 本事業の目標

本事業の活動を通して先端技術活用型チームマネジメント人材を養成する教育プログラムを構築できれば、e スポーツチームへの先端技術の導入が進み、e スポーツ業界全体の Society5.0 社会への対応が促進されると考える。また、本プログラムは上述のとおり専修学校専門課程を対象とするが、e スポーツにおけるチームマネジメント業務は、スポーツチームやビジネスにおけるプロジェクトチームにおけるマネジメント業務とも類似する点が多い。そのため、他分野の専門学校に本プログラムをアレンジする形でスキームを活用できる可能性が高いという点で有意義である。

e スポーツ分野において新たな時代に適応したチームマネジメント人材養成の先進的なモデルを構築し、日本社会全体の Society5.0 社会への適応の促進に寄与する。

1.4. 実施体制

以下、本事業の実施体制について説明する。事業推進にあたっては、事業推進の中核的な役割を担う実施委員会と、各事業活動に関わる個別的な検討・作業を担う分科会を設置した。

●実施委員会

本事業の推進主体となる実施委員会を学校法人智晴学園内に設置した。メンバーは、本事業の構成機関からの適任者で組織した。

実施委員会では、本事業に参画する教育機関、業界企業・団体等が知見を持ち寄り、本事業の目的を達成すべく、事業活動方針の検討、育成すべき人材像の具体化、教育プログラムの全体構成の検討、成果物に対する評価等を行った。

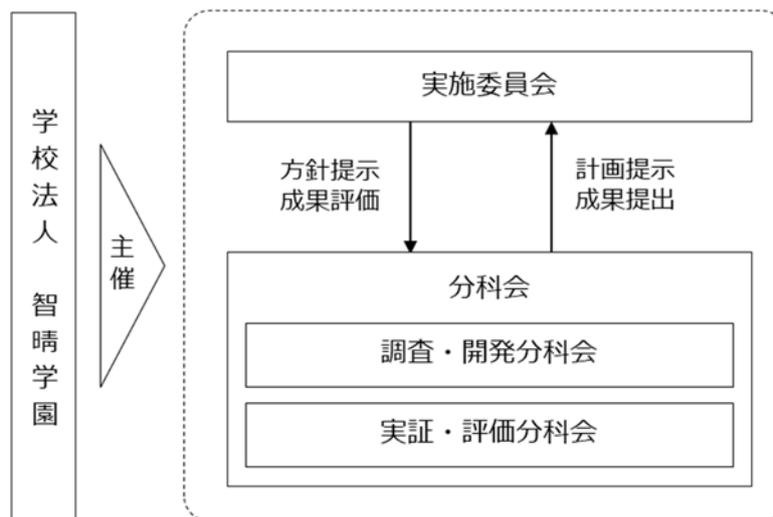
●分科会

分科会については、「調査・開発分科会」「実証・評価分科会」の2系統を設置した。各分科会の構成員は、調査・開発および実証・評価の各事業活動に適した機関を選抜して委員を構成した。各分科会は、実施委員会で策定する活動方針に基づき、各事業活動の実施計画の具体化、活動の推進、成果物作成・評価等を行った。

本校（学校法人智晴学園）は上記の実施委員会および分科会の主催者として各会の活動を主導した。加えて、参画機関への事務連絡や支出管理等の事務的業務を担当した。

以下に本事業の実施体制のイメージを示す。

図表 1-3 実施体制（イメージ）



また、本事業の構成機関は、以下の通りである。

図表 1-4 構成機関

構成機関	役割等	都道府県
学校法人智晴学園	事業統括	沖縄県
学校法人こおりやま東都学園	開発・実証	福島県
学校法人日本コンピュータ学園	開発・実証	宮城県
公立大学法人産業技術大学院大学	開発・実証	東京都
公益財団法人国際研修交流協会	調査・評価	東京都
一般社団法人日本 e スポーツ連合	調査・評価	東京都
一般社団法人沖縄県 e スポーツ協会	調査・評価	沖縄県
公益社団法人沖縄県情報産業協会	助言・評価	沖縄県
e スポーツコミュニケーションズ合同会社	開発・実証	東京都
ジョルダン株式会社	開発・実証	東京都
株式会社オーシーシー	助言・評価	沖縄県
株式会社マグナデザインネット	開発・実証	沖縄県

1.5. 計画の全体像

本事業は、2018 年度から 2020 年度までの 3 年間の取り組みとして活動を進めている。なお、2018 年度は、公益財団法人国際研修交流協会によって、「e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」として実施された。2019 年度から本校が引き継いで取り組んでいる。以下に、2018 年度と 2019 年度の活動実績、取り組みの最終年度となる 2020 年度の活動計画を示す。

図表 1-5 計画の全体像

<p>■2018（平成 30）年度</p> <p>2018 年度は教育プログラムの設計・開発に資する情報の収集を主な目的とした。まずは調査として、e スポーツ業界の現状や e スポーツ関連人材の概観を把握するために、企業等へのヒアリングを実施した。併せて、チームマネジメント人材教育・先端技術教育の事例を調査し、教育プログラム設計に資する情報の収集を行った。さらに、本事業のカリキュラム・教材等を検討するために、海外の先行的な教育・教材に関する情報収集を行った。</p> <p>◇活動項目</p> <ul style="list-style-type: none">①業界実態調査②教育事例調査③開発予備調査
<p>■2019（令和元）年度</p> <p>2019 年度はまず、e スポーツチームのマネジメントに関わる実態を把握するために、国内のプロチームに対しヒアリングを実施した。併せて、評価指標の検討を行うために、他分野の評価指標の先行事例等の調査を実施した。これらの結果のもと、本事業で育成すべき人材像を具体化し、カリキュラムの検討を実施した。さらに、カリキュラムを構成する 4 領域について、教材の開発方針の検討を実施し、そのもとで各構成科目の学習内容に対応する既存教材の調達、または新規教材の開発に取り組んだ。</p> <p>◇活動項目</p> <ul style="list-style-type: none">(1) 調査<ul style="list-style-type: none">① e スポーツチームヒアリング調査② 評価指標先行事例調査(2) 開発<ul style="list-style-type: none">① カリキュラム開発② 新規教材（試用版）開発<ul style="list-style-type: none">・ 講義用教材

- ・ e ラーニング教材
- ・ PBL 教材

■2020（令和2）年度

2020年度では、2019年度より引き続き、カリキュラムの検討を実施すると共に、シラバスや評価指標を開発する。さらに、各科目に対応する教材の開発・調達に取り組んだ後、新規開発教材および既存教材を活用した実証講座を実施する。これにより教育プログラムの全体設計やカリキュラム・シラバス、教材群の有効性・妥当性を検証する。検証結果に基づいて、カリキュラム・シラバスや教材の改訂・拡張を実施し、本事業成果としての完成版を作成する。これらの活動と並行して、事業終了後の課題や成果の普及方策等について検討を行う。

◇活動項目

(1) 開発

- ① カリキュラム改訂
- ② シラバス開発
- ③ 評価指標開発
- ④ 新規教材（完成版）開発
 - ・ 講義用教材（チームマネジメント領域／先端技術領域）
 - ・ e ラーニング教材（チームマネジメント領域／先端技術領域）
 - ・ ケーススタディ教材（先端技術領域）
 - ・ 各種教材改訂・拡張

(2) 実施

- ① 実証講座実施
- ② 課題抽出・普及方策検討

1.6. 今年度の具体的な活動

2019年度の事業では、2018年度事業で得られた成果・知見に基づき、以下の活動を実施した。

1.6.1. 調査

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材の人材像の具体化と評価指標の設計を行う際の基礎資料の調達を目的に、次の調査を実施した。

①e スポーツチームヒアリング調査

e スポーツチームの運営や e スポーツチームのマネジメントを実践している実務者の協力を得て、e スポーツプロチーム 10 件に対しヒアリングを実施した。e スポーツマネジメント人材の現状の具体的な活動内容やマネジメントの具体的な内容を把握することを目的とした。

②評価指標事例調査

エンターテイメント分野やビジネス分野等のチームマネジメント人材等の評価指標の先行事例を調査し、30 件の資料を収集・分析した。本教育プログラムにおける評価指標作成のための基礎資料を収集することを目的とした。

1.6.2. 開発

前項記載の調査、および 2018 年度事業の調査の結果を受けて、評価指標、カリキュラム、シラバスを開発する。その上で、今年度から次年度にかけて、カリキュラムを構成する 4 つの学習領域で使用する教材開発に取り組む。

①カリキュラム

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材の養成を目的に、専修学校専門課程での運用を想定した総計 1,700 時間のカリキュラムを開発する。本報告書「開発する教育カリキュラム・プログラムの概要」で示したカリキュラムについて、「チームマネジメント」「先端技術」「e スポーツ」「コンピテンシー」の 4 つの学習領域の学習内容や科目構成、時間比重について検討を行った。

②試用版教材開発

今年度は「PBL 教材」「テキスト教材」「e ラーニング教材」の 3 種の教材の試用版を開発

した。以下に概要を記載する。

・ PBL 教材

カリキュラムの学習領域「コンピテンシー領域」の科目である「e スポーツチームマネジメント PBL」で使用する想定 of PBL 教材。e スポーツチームの設立・運用をテーマとして、教材を設計した。実在の e スポーツチームをモデルとして、チームマネジメント業務に関わる 8 つの場面を抽出し、それぞれの場面ごとに課題が設定され、グループワークでアウトプットを作成する構成となっている。

・ テキスト教材

カリキュラムの学習領域「先端技術情報」の科目である「映像配信」「SNS」で使用する想定 of テキスト教材。要点を整理したパワーポイントスライド 75 頁と、各スライドの内容を補足するスライドノートで構成される。e スポーツチームのマネジメントで実際に使用されている重要度の高いツール 3 種について、概要、機能構成、活用方法、使用方法、使用の際の注意点・マナー等を概説する内容となっている。

・ e ラーニング教材

上記のテキスト教材をもとに、学習者が自立的に知識学習を実施するための講義映像教材。テキスト教材のパワーポイントスライド 75 頁それぞれについて、講師が解説を行う構成となっている。

2. 調査報告

2.1. 概要

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材の人材像の具体化と評価指標の設計を行う際の基礎資料の調達を目的に、次の調査を実施した。

①e スポーツチームヒアリング調査

e スポーツチームの運営や e スポーツチームのマネジメントを実践している実務者の協力を得て、e スポーツプロチーム 10 件に対しヒアリングを実施した。e スポーツマネジメント人材の現状の具体的な活動内容やマネジメントの具体的内容を把握することを目的とした。

②評価指標事例調査

エンターテイメント分野やビジネス分野等のチームマネジメント人材等の評価指標の先行事例を調査し、30 件の資料を収集・分析した。本教育プログラムにおける評価指標作成のための基礎資料を収集することを目的とした。

以下、各調査の結果を報告する。

2.2. e スポーツチーム ヒアリング調査

2.2.1. 調査の目的

e スポーツチームにおけるマネジメントの具体的な業務内容、チーム運営に携わる人材の課題等に関わる情報を収集することを目的として、プロ e スポーツチームの代表者またはマネジメント担当者にヒアリング調査を実施した。ここで得られた情報を、カリキュラムの構成の検討、PBL 教材をはじめとした教材の開発にあたっての基礎資料として活用した。

2.2.2. 実施の方法

国内で活動している e スポーツプロチーム 10 件の協力を得て、訪問ヒアリングを実施し、ヒアリングで得られた情報を本報告書に整理した。

2.2.3. 調査の対象

e スポーツチーム運営者・e スポーツチームマネジメント担当者を対象に実施した。具体的には、以下の 10 件である。

図表 2-1 e スポーツチーム ヒアリング調査 調査対象

No.	機関等名称	回答者役職・氏名
1	TSURUGI TOYAMA	代表者・境谷氏
2	匠 Festival	代表者・岡崎氏
3	忍 ism Gaming	代表者・百地氏
4	父の背中	代表者・菖蒲氏
5	CYCLOPS athlete gaming	マネジメント責任者・楠本氏
6	GODSGARDEN	代表者・稲葉氏
7	名古屋 OJA	代表者・片桐氏
8	花天月地	代表者・西村氏
9	SCARZ	代表者・友利氏
10	G-STAR Gaming	プロデューサー・倉持氏

2.2.4. 調査項目

以下の大項目 4 つからなる調査項目をもとに、ヒアリングシートを作成し、質問を行った。

図表 2-2 e スポーツチーム ヒアリング調査 調査項目

- (1) プロフィール
 - ① 回答者情報（チーム在籍年数、チームでの立場・役割、職業）
 - ② チーム情報（在籍人数、活動地域、活動拠点、活動内容、活動実績等）
- (2) チーム運営情報
 - ① チーム発足の経緯
 - ② チームの活動目的
 - ③ チームメンバーにとってのチームに所属する目的・意義
 - ④ チーム運営経費の内訳
 - ⑤ チーム運営原資の調達方法
 - ⑥ チーム運営上の苦労、課題等
- (3) チーム運営業務内容
 - ① チーム運営スタッフの役割構成、主な業務内容
 - ② チーム運営の業務細目（※別紙との差分確認）
 - ③ チーム運営に関わる人材の過不足感・不足している人材
 - ④ チーム運営スタッフの今後の獲得意向、獲得方法
 - ⑤ チーム運営に関わる上で必要な知識・スキル等
- (4) その他
 - ① チームの活動に関わる今後の意向（規模拡大、世界進出、収入確立等）
 - ② 本事業への興味関心・意見等

2.2.5. 調査結果

以下、本調査の結果を列記する。

【No.1】 TSURUGI TOYAMA

機関名	TSURUGI TOYAMA
回答者名	代表 堺谷陽平
プロフィール	
チーム 在籍年数	2年
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ チームのマネジメント ・ スポンサー企業との交渉 ・ 選手とは話し合いを含めた取りまとめ
職業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大会・イベント制作運営 ・ Eスポーツ施設運営
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：3名 ・ 支援スタッフ数：2名
活動地域	富山県内
活動拠点	無し
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 格闘ゲーム、カードゲームの選手が在籍し、競技大会での実績を残すために活動中。 ・ スポンサー企業と協力しての、イベント・大会の企画運営。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 北日本新聞社との共催で、eスポーツトーナメント大会、「頂」を開催。 ・ 車販売ディーラー会社の「GRGarage」から協賛を受け、企業施設内で大会を開催。 ・ 2019年 Evo Japan「ブレイブルー クロスタッグバトル」部門で優勝。

(1) チーム運営情報

- ① チームが発足した経緯について教えてください。
- ・ 「Toyama Gamers Day」という大会を開催してきましたが、その中で結果を残した選手たちに、次のステップになるような場所を提供したいという思いからチームを結成することになりました。チームのサポートにより、県外や海外の大会に出場してもらい、選手たちの夢をかなえられるような活動がしていければと考えています。
 - ・ 現在所属している Tomo/Rero 選手は、「Toyama Gamers Day」で結果を出し、その種目タイトルがワールドツアーを開始する時期でもあったため、本人からの希望も

あり、チームに参加してもらうことになりました。その後は「Evo Japan2019」優勝や、ワールドツアーファイナル出場という実績を残しています。

- ② チームの活動目的・目標を教えてください。
 - ・ 今後も世界などに活動の場所を広げていきたいという選手が出てきたときに、チームとして、それを受け入れられる体制を作っていくことが目標になります。それと合わせて、選手たちがしっかりと結果を出せるような練習環境作りも大事だと考えています。
- ③ 貴チームのチームメンバーにとってチームに所属する目的や意義を教えてください。
 - ・ 選手には毎月活動費という形で、多少の給与を支給しています。
 - ・ 必要なゲームタイトルやゲーム内アイテムなどがあれば、チームから支給しています。
 - ・ 国内外の大会への渡航費を支給しています。
 - ・ スポンサー企業の「I-O DATA」より機材を提供しています。
 - ・ これらのサポートを受け、競技大会での実績を残していくための活動に励みます。
- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
 - ・ 選手へ支給する活動費
 - ・ 大会への渡航費
 - ・ 必要なゲームタイトル、機材などの設備費
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
 - ・ スポンサーからの協賛費
 - ・ 大会賞金に関しては、選手がプレイするタイトルの賞金額が海外などに比べてそこまで大きくないため、まだ少ないです。
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
 - ・ 現在チームでは北陸在住の選手に絞って採用を進めていますが、地方ということでプレイヤー人口は限られてきますし、その中でプロであったり、競技シーンでの活躍を目指す選手はより限られてきます。そういった中で、チームメンバーを探すということには苦勞しています。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
 - ・ 代表：スポンサーとの窓口、営業、選手スカウト、選手管理、トレーニングサポー

ト

- ・ 代表サポート及びマネージャー：大会出場サポート、選手管理などのマネージャー業務及び、代表業務のサポート。
- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
- ・ 不足している業務：
 - ・ マーケティング
 - ・ トレーニングサポート
 - ・ スケジュール管理・調整
 - ・ 対外折衝サポート
 - ・ 代表としての業務を、複合してある程度一人でこなせる人材が必要です。
- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
- ・ 代表業務全般です。それは一人でなくても構わないですが、何人かで役割分担をするというような形で、業務を任せられる人材が欲しいと考えています。代表業務の中でも大きなものは自分が受け持ちますが、それ以外のものに関しては小回りが利く形で、ある程度一人でこなしてもらえるような人材が望ましいです。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
- ・ 今後チームが大きくなっていく過程の中で、いずれ採用は考えています。現状ではチーム結成から間もなく、自分の中でどういった業務が必要かなどを精査している段階なので、具体的な予定はまだありません。
 - ・ 今現在言えることは、ゲームを実際にプレイしたことがあり、その楽しさを知っている、ゲームが好きな人が、採用の前提条件になると思っています。
- ⑤ e スポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ 予算に限りがある中で、チーム内の製作物がある程度自分で作れる技術は必要だと思います。例えばホームページが作れたり、SNSなどのサムネイル画像が作れたり、メディアリリースを出す時の、キャッチアップされやすいようなライティング

能力などがこれまで役に立ってきました。プロレベルではなくても、こういったことをある程度自分がこなすことで、経費を削減して、選手たちが活動しやすい環境を作ることができるのだと思います。

- ・ もう一つは、実際に自分がイベントの運営などをやったことがあるという経験は、無駄にならないと思います。そういったイベントなどを行う際には、当然プレイヤーなどとのコミュニケーションが必要になりますし、その中から交流ができて、その後の選手探しなどにも繋がっていくのだと思います。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
 - ・ スタープレイヤーが出てくる土壌を作る。
 - ・ ユースのように、次世代のプレイヤーを育成する取り組みを、チームを使ってやっていきたい。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願い」に記載の通り、eスポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えてください。
 - ・ 自分たちも含め、全国にある既存チームで、運営上困っているところはたくさんあると思います。そういった方たちをバックアップできる人材がそれぞれの地域から出てくると助かると思いますし、eスポーツというものの自体も、人材がいないと次のフェーズに移行できないのだと思います。そういった意味で、非常に意義がある取り組みだと思っています。

【No.2】 匠 Festival

機関名	匠 Festival
回答者名	ファウンダー・代表 岡崎 裕史
プロフィール	
チーム 在籍年数	2年半程度
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕事の依頼で届いたメールの調整や移動引率。 ・ 広報や Twitter アカウントの運営も兼ねる。
職業	<ul style="list-style-type: none"> ・ e スポーツキャスター ・ e スポーツ専門学校講師など
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：11名 ・ 支援スタッフ数：20名
活動地域	特に制限なく日本全国（基本的にはオンラインでのやりとり。ただし、東日本にいる選手が多い）
活動拠点	オフィスやゲーミングハウスなどは無し
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 種目別で大会などの競技シーンで戦っている。それと同時に SNS や YouTube 動画などでの活動に力を入れていくように選手たちに強く進めている。現在は『レインボーシックス シーズ』と『ウイニングイレブン』の2種目に絞って活動。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ レイボーシックス シーズ部門：国内プロリーグに参加。 ・ ウイニングイレブン部門：世界大会出場。JeSU ライセンス所持。 ・ コールオブデューティ部門：日本代表決定戦4位（現在は部門解散） ・ Lenovo の販促イベント、東京ゲームショウのブース出演。そのほか、ゲーム関連企業の販促イベントに出演。

(1) チーム運営情報

- ① チームが発足した経緯について教えてください。
- ・ 最初は深い理由などはなく、「もっとゲームのことをよりよく知りたい」「ゲームはみんなでやるほうが楽しい」という思いから、まわりにゲーマーがたくさんいたらいいなと思い、専門学校卒業後すぐに元からの知り合いを集めてチームを結成しました。当初はプロになることや日本のトップレベルで戦うことを考えていなかったのですが、気がついたら強い選手が来てくれるようになり、様々な場所で力を発揮するようになりました。
 - ・ 当時、僕がeスポーツキャスターとして『レインボーシックス シーズ』の大会を実

況させてもらっていたタイミングだったので、レインボーシックスのプレイヤーと一緒にやりたいと言ってくれたのですが、その人たちが強いメンバーを集めてきてくれたという感じです。

- ・ それから、レインボーシックス以外の部門を作るとアナウンスした時も、結構反応をいただけたので、僕がeスポーツキャスターとして活動していて、知られていたのではメンバー集めには苦労しなかったのではないかなと思っています。

② チームの活動目的・目標を教えてください。

- ・ 昔からある「ゲーム友達を増やして楽しくやろう」というのは変わらずにありますが、今は強くなってきて選手たちも実力を発揮しているので、ゲーム1本で生活していけるような仕組みなどができればいいな、というのは目標の1つです。
- ・ 僕自身は会社を経営した経験もないですし、僕は僕で個人の仕事があるので、会社として活動するのはまだ難しいと思っていますが、法人にして運営をお任せできるくらい信頼できる企業さんがいるのであれば、手を組んでやっていきたいなと思っています。
- ・ また、選手たち個人がeスポーツを仕事にしていくことは法人ではなくてもできるので、そういった部分での教育などをして、選手たちがeスポーツ業界で生き残っていけるようにしてあげることも取り組んでいます。
- ・ なかにはYouTubeの動画で生活できるくらい稼いでいる人もいたりします。ほかにも、まだ少ないですが選手たちも月に1回か2回くらいはお仕事をいただけるようになっていて、学生のバイト代の足しや生活費の足しにするくらいはできている状況です。これがもう少し増えれば、贅沢はできなくとも生活できるくらいにはなります。チームの知名度を上げて、多方面から仕事を得られる状態になれば、法人化しなくても選手が生活できる状態になると思うので、そういった形も目指しています。

③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。

- ・ 一番はやはり、大会で勝って日本一になったり、世界で戦いたいという目標があります。そこまで行けば、ゲームで生活したいという目標も当然あります。

④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。

- ・ ユニフォーム制作などの費用がかかっています。逆にイベント出演のための移動などは、その費用もいただいているのでかかりません。

⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。

- ・ チームでお金をまわすシステムはまだできていないので、皆で持ち寄ったり、僕が自腹でプレゼントしたりしています。
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ まず、僕が個人の仕事で忙しく、手が回らなくなった時に選手が「このチームは何もしてくれないのではないかと不安に思ったりしてしまうので、そのケアが行き届いていないという課題があります。現状は、僕が事情を説明して理解してもらったりしているのですが、そこで分かり合えないとそこから徐々にこじれていくこともありました。
 - ・ また、最初はプロフィールシートを提出してもらおうというような、会社として人事管理をする仕組みを持っていませんでした。中にはスポンサーからいただいたものを持ち逃げされたり、過去に SNS など素行が良くない人が加入してしまうということもありました。それらに関しては、そうした管理をきちりしていなかったのが悪い、という落ち度があると思っています。今は、新しい選手が加入する際には、きちんとチェックをしたりなど、体制を整えています。
 - ・ 当然ながら、僕もボランティアですし、スタッフもボランティアでやってもらっているため、業務レベルで管理してもらうことは申し訳ないと感じます。今以上のキャパシティでやるのであれば、お金を発生させないと難しいのではないかと考えています。チームが大きくなっているからこそ発生する問題なので、うれしくもあるのですが、現状は難しい状況です。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
- ・ スタッフのほとんどがレインボーシックス部門のアナリスト業務を担当しています。これは僕が集めてきたのではなく、レインボーシックス部門のスタッフの1人が集めてきた人たちです。上記スタッフは普段、レインボーシックスの大会を見たりして情報を集め、それをもとに作戦を立てたりをしていて、総勢13人ほどです。
 - ・ 残りのスタッフはツイッターの運営、メール管理、各部門の連絡係、選手のマネージャーです。これは本来、僕がやる仕事ですが、僕ができない時にやってもらっています。こうした仕事はある程度共有して対応しています。また、デザイナーも1人います。昔から僕と付き合いがあったネット上の知り合いなのですが、チームのロゴなどを考えたりしてもらっています。
 - ・ どれもお金が発生していないので、有志の集まりという形です。僕は申し訳ないと思っているのですが、みんな手伝いたいから手伝っているんだよと言ってくれているので、ありがたい反面、心が痛い部分もあります。

- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
- ・ 僕1人ではできない部分があるのですが、挙がっている項目は全部やろうとしています。マーケティング、PR、広報、スポンサー交渉、プレイヤースカウト、イベント企画・運営など、ミニマムなものになりますが、僕がやってはいます。
 - ・ 商品開発・販売はもう1つ先でやりたい部分ではあります。商品開発・販売をできるレベルの知名度になってファンも得ているとなると、そこで1つビジネスとして資金繰りができます。そこから得た収益で選手やスタッフのお給料にしたり、法人運営にしたりできてくると思うのですが、現状ではまだそれは厳しいと思っています。もう少し広がってきてからなのかなという部分です。
 - ・ 順序的には、まずマーケティングをしっかりやって SNS や YouTube でファンをしっかり獲得して、スポンサー交渉をして土台を作り、きちんと運営できるようになったら法人化や商品開発という流れが一般的なのかなと思います。
 - ・ あまり無い例だと思いますが、選手個人が YouTube など爆発的な人気を持ったりしたら、法人化を飛ばして先に商品開発ということもありなのかなとも思います。
 - ・ イベントの企画・運営は、いろいろなチームでやっていますが、僕はそれを作るノウハウがあるので、育てたい部分ではあります。選手とは違うところですが、e スポーツ業界で働きたい人たちを育てて、もっと言えばe スポーツ業務もこなせる総合的なクリエイティブ集団になれば理想的だなと思っています。
 - ・ チームのトレーニングサポートなどもできた方がいいと思いますが、それはまだ二の次かなと思います。かなり潤った資金などの環境があってようやく、福利厚生などが整ってくると考えています。
- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
- ・ 信用できて、かつ組織を運営するビジネス経験がある人がいれば、その人と二人三脚でチームを会社にする仕組みができると思っているのですが、そういう人はなかなかいません。選手の YouTube 動画を編集してくださいとか、ツイッターを更新してくださいとか、そういう具体的な作業をお願いするわけではなく、一緒にチームを作り上げていきましょうという立場なので、難しいと感じています。
 - ・ ただ、e スポーツそのものの知識は僕が教えられるのであまり重要ではなく、「とりあえずお金が儲かりそうだから」などではなく「自分にはビジネスのノウハウがあるけどe スポーツはわからない、でも一緒にやりたい」という形でいいと思いま

す。もう少し言うと、「ゲームを飽きずに続けられる人」という言い方のほうが近いのかなと思います。

- ・ 実際に、今までも何度か企業から「共同で運営していきましょう」と言われたことがありましたが、ことごとく最後には、こちらと相手が大切に考えていることの違いがあったり、やることの意味の統一ができなかったりして、うまくいかなかったケースが多くあります。
- ・ 今はまだ先行投資の段階なので、それがなかなかできる企業さんが少ないという印象です。

④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。

- ・ 探して見つけられるものではないと思うので、出会いなのかなと思っています。今はeスポーツキャスターや専門学校の講師、番組のプロデューサーなどをやらせていただいているので、たくさんの人と出会っているので、その中で良いご縁があるという感じだと思います。僕から探しに行ってもあまりうまくいかないと思います。

⑤ eスポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。

- ・ 基本的な社会人としてのマナーや、アンテナを張ってeスポーツ業界で何が起きているかを知ることではないでしょうか。この2つがあれば、現場に出たり実際に仕事をする上で知識や技術を吸収していくことができると思います。
- ・ 業務的な部分で言う、マーケティングやPR、スポンサー交渉などは専門的に教えることが必要だと思いますが、チーム運営というのはセンスがいることだと思うので、練習よりは実践という感じがしています。したがって、教育で言えば、座学でずっと教えているよりも、学生にイベントを作らせたり、実際に自分たちだけで大会を開いてみたり、PRをやってみたりという教育が大事だと思います。
- ・ 僕は、専門学校時代は声優を勉強していてeスポーツとは全然違う分野にいたのですが、今eスポーツ業界でなんとかやっているといるのは、業界で生きていく中で学んだものがあるからです。持っておくべきなのはハングリー精神なのかなと思います。
- ・ 受動的に物事をやってしまう学生とか、受動的な立場を取りがちな人は多いと思うのですが、僕は能動的に動いた結果が今なのかなと思うので、率先して行動するのが大切だと思います。行動することで仕事につながると思います。

(3) 今後の展開等

① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。

- ・ 選手やスタッフがいくらか生活の足しにできる、もっと言えばそれだけで生活できるような収入をチームで回せていけたらいいなというのがあります。
 - ・ また、選手にとって、eスポーツチームとして名を上げる以外にも、eスポーツ業界で幅広く仕事ができるような組織にしていきたいと思っています。
 - ・ さらに、もう少しチームとして運営に誰かほかの人が入ることができるのであれば、もっと大きくしたいと思っています。前にもやっていた部門を復活させたいという意向もあります。コールオブデューティは自分が最初にやっていた対人ゲームでもあるので、そういった意味でもコールオブデューティ部門を復活させたいという思いがあります。最近人気のAPEXやモバイルゲームもこれから来ると思うので、できればいいなと思っています。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願い」に記載の通り、eスポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えください。
- ・ 僕が教育現場に講師として関わっているから言えることだと思うのですが、今、プロジェクトとして取り組んでいる教材ができれば、教育現場は大きく変わると思います。教材がないと、学生が当たった先生次第になってしまいます。そのため、ある程度の基礎的な部分の教材がいち早くできた方がいいと思います。それからの実学的な部分は、先生のスキルだったり、学生たちが実際に自分たちでイベントを作ったり現場に出たりして学ぶところだと思います。
 - ・ 日本でeスポーツと言われ始めて数年なので、当然まだ教材はこれからだと思います。しかし、時代は移ろって、今流行しているものはSNSなどの発展で伝達スピードが速く、昔の数十倍の勢いで広がっていきます。既存のスポーツが成り立って発展していくスピードと、eスポーツが発展していくスピードは違うと思います。まだ数年とはいえ、この数年は、50年前であれば数十年必要だったような進歩かもしれないので、教材もいち早く必要になるのかなと思います。

【No.3】 忍 ism Gaming

機関名	忍 ism Gaming
回答者名	株式会社忍 ism 取締役 百地裕子
プロフィール	
チーム 在籍年数	2年
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ チーム運営に関して、大きな判断については代表の百地祐輔。それ以外の部分の意思決定を担当し、進める。 ・ 主な業務としては、営業、マネージャー、配信などのディレクション、大会出場サポートなど。
職業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株式会社忍 ism として、イベント制作運営事業、レンタルスタジオ兼イベントスペースのスタジオスカイ運営。 ・ 個人としてスポンサードを受け、プロゲーマー活動をしている。
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：13名（プレイヤーにももち選手、チョコ選手は含まれず、スタッフとして入っている） ・ 支援スタッフ数：5名
活動地域	東京・アメリカを中心に活動
活動拠点	豊島区
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外の e スポーツ競技大会へ選手を出場させ、実績を重ねる。 ・ 国内外で催されるイベントへの選手出演。 ・ テレビ、新聞、web などのメディアへの選手出演。 ・ web 放送の定期配信。 ・ YouTube への動画コンテンツ配信。 ・ ファンに向けてのイベント開催・運営。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ チームの活動実績 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 「マツコ会議」「いいすぽ！」などのテレビ番組に選手が出演。 ➢ 日経新聞、地方新聞などでチームにまつわる記事が掲載。 ➢ 秋葉原ソフマップ。ツクモ電機などで、ファンイベントの開催運営及び選手の出演。 ・ 配信実績 <ul style="list-style-type: none"> ➢ YouTube 4万チャンネル登録 ➢ Twitch 7万チャンネル登録 ➢ 定期番組として「ゆうすけたつや（仮）」「説教 TV」を配信中。

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 選手の大会実績 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 藤村選手 <ul style="list-style-type: none"> - ストリートファイター5 2019Red Bull Kumite 優勝 - ストリートファイター5 2019SEA Major 優勝 ➤ ももち選手 <ul style="list-style-type: none"> - 2019TGS アジアプレミア優勝 ➤ あばだんご選手 <ul style="list-style-type: none"> - 2019 スマッシュボール杯 2 位入賞 ➤ 高橋選手 <ul style="list-style-type: none"> - 茨城国体グランツurisモ一般部門優勝 <p>その他実績多数</p>
--	--

(1) チーム運営情報

① チームが発足した経緯について教えてください。

- ・ 株式会社忍ism を設立したのが2015年だったのですが、2016年頃より、若手プレイヤーを公募し、その中から選考した3人を育成及びサポートするということを始めました。
- ・ 当時、格闘ゲームプレイヤーは年齢層が高くなってきていたため、もっと若いプレイヤーたちにも入ってきて欲しかったということで、10代のプレイヤー3人を完全に支援するという形で、海外大会に連れて行ったりなどの大会出場支援や、練習環境を提供するといった取り組みを行ってきました。2年程この活動を続けていく中で、こういった育成、支援の取り組みをもっと強化していきたいということになり、チームを設立するという流れになりました。
- ・ その後eスポーツの第一線で活躍するような選手にも加入していただくことになったので、若いプレイヤーには、チーム内での交流を通して、強くなるということ以外にも、立ち振る舞いや、大会に向き合う姿勢などを学んでもらいたいと思っています。現在所属している選手の主な種目としては、ストリートファイターVなどの格闘ゲーム、大乱闘スマッシュブラザーズ SP、グランツurisモ、スプラトゥーン2などがあります。

② チームの活動目的・目標を教えてください。

- ・ 次世代プレイヤーの育成。
- ・ プロゲーマーとして理想の形を提示できるようになること。
- ・ eスポーツの競技活動で結果を残し、観客やファンに感動を与えていく以外にも、表舞台に出た時の発言に問題がなく、スポンサー企業やパートナー企業と良好な関

係を築き、発信を続けていける e スポーツプレイヤーとして活動していくことで、理想のプロゲーマというものへの道筋を示していればと考えています。

- ・ 日本発のプロチームとして、世界的な認知のあるチームを目指しています。
- ③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。
- ・ 選手によって契約内容は変わりますが、基本的に固定報酬を支給していますので、チームに所属することによって安定的な活動を続けられるということがあります。
 - ・ チームがマネジメントや営業を行うため、活動の幅が広がるということがあります。
 - ・ 現役のプロゲーマーがチームを運営し、所属スタッフも全員がゲームプレイヤーなので、選手やゲームへの理解が深いという点は大きいと思います。
 - ・ 海外大会への出場支援を行っているので、世界的に活動することが出来ます。
 - ・ 所属選手の種目タイトルに幅があるので、違うゲームタイトルとのプレイヤー、ファン交流などが出来ます。
- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
- ・ 選手への報酬。
 - ・ 海外渡航費及び宿泊費、大会エントリー費。
 - ・ 国内での交通費
 - ・ スポンサー提供で賄えない部分の、選手への提供機材や、設備費。
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
- ・ スポンサー企業からの協賛費
 - ・ 番組制作、配信での収益
 - ・ イベント制作運営、出演報酬
 - ・ イベント運営に関するコンサルティング業務（ゲームのルールや設定、全体のディレクションなど）
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ 現状、広報能力が不足していると感じています。選手の人数に比べてスタッフの割合が少なく、イベント制作などの業務を受託しながらの運営なので、チームの活動を外に発信できていないという点が課題になっています。
 - ・ ストリートファイターVには海外プロツアーがあり、最終の世界大会に出場する為には、1年間、過密なスケジュールで世界大会や国内大会を回らなければなりません。そのため、渡航費や宿泊費がかなりかかってしまうということや、選手への負

担が大きく、他の発信活動などが制限されてしまうという問題があります。そのバランスをいかにして取っていくかは今後の課題です。

- ・ 他のチーム競技であれば、定期的な国内リーグが存在し、それによってチーム全体が応援してもらえるとありますが、格闘ゲームは個人競技なので、チームとしての側面が表に伝わらないということも課題です。SHINOBISM 単体という訳にはいきませんが、今後、チームとしての競技活動の場が増えてくれるのが理想です。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
 - ・ 営業：企業回り、営業活動。
 - ・ マネージャー：選手のスケジュール管理、仕事依頼への対応、選手のケア。
 - ・ ブランディングディレクター：チームイメージのディレクション及びデザイン制作。
 - ・ 配信スタッフ：放送にまつわる業務担当。
 - ・ 広報：SNS 管理など。
- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
 - ・ 必要な業務
 - ・ マーケティング・PR・広報：e スポーツ業界に限らず、これまでに経験があり、業務に関しての知見を持った方が必要です。
 - ・ 不要な業務
 - ・ 特になし。
- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
 - ・ マーケティングと広報の知識・技術等を持つスタッフが不足しています。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
 - ・ 獲得する意向はあります。
 - ・ e スポーツという業界が、選手やゲームに対する理解が必要なところが大きい

め、広く募集するというのは現状難しいと考えています。今後適切な人材と出会うことがあれば、声をかけさせていただくことになると思います。

- ⑤ eスポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ ゲームタイトルや選手に対しての知識や理解：ある程度の知識や理解、興味がないと、選手が何をされていて、こういった大会に出るといったことを追えないと思います。
 - ・ ゲームプレイ環境への理解：機材によってプレイ環境などが全く変わってしまうので、そういった点への理解があると、選手との意思疎通がスムーズになると思います。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ 国内外で活躍し、より多くの人に応援してもらえるチームを目指す。
 - ・ チームとしての配信など、発信していくということには力を入れていきたいです。また、ファンの方から、チームグッズ作成の要望をいただいていますので、今後検討していきたいです。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力をお願い」に記載の通り、eスポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えください。
- ・ 私が海外チームに所属していたこともあり、海外のチーム事情については多少理解していますが、国内の他チームがどのような運営をされているかという情報が全くないのが現状です。そういった情報を資料として共有できれば、勉強にもなりますし、それぞれのチームが今後の運営を向上していけるのではないかと思います。
 - ・ 同じeスポーツ大会でも、ゲームタイトルによってルールや注意しなければいけないことなどが全く変わってきます。そういった点からも、ゲームや選手に対しての理解を持った人材が増えて欲しいですし、それによって業界全体も広がっていくと思います。

【No.4】父の背中

機関名	父の背中
回答者名	代表 菫蒲光樹
プロフィール	
チーム 在籍年数	4年
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業とのメール対応や打ち合わせ。 ・ チーム内の平均年齢が若いので、精神的な面でのケアや、メンバー同士で意見の食い違いによる対立が起こった時の折衝など。
職業	回答なし
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：12名 ・ 支援スタッフ数：1名 ・ 動画編集者：約20名
活動地域	日本国内
活動拠点	都内近郊
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ eスポーツタイトルであるレインボーシックスシーズを中心に、競技シーンの中で、国内最強にとどまらず、アジア、世界最強を目指し活動中。 ・ それと並行して、メンバー全員がそれぞれYouTubeで配信を行い、インフルエンサーとして活動する。現時点で、メンバー全員のチャンネル登録者数合計が160万人に達している。配信の内容は、ゲームの攻略、最新情報などから、ファニークリップ、実写配信など多岐にわたっている。 ・ スポンサー企業開催のイベント参加及び、チームのファンミーティングの開催、運営など。その際には動画撮影を行い、オフショットなどとしてYouTubeにアップされている。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ レインボーシックス シーズの競技大会において4回日本1位を獲得、2回、アジア1位の座に輝く。 ・ 代表を含むメンバー5人がポーランドで開催された世界大会に招待される。 ・ 父の背中ファンミーティングとしてイベントを自主開催。毎回定員を遥かに超える応募を集め、好評を博す。

(1) チーム運営情報

- ① チームが発足した経緯について教えてください。
 - ・ 父の背中以前に所属していた「HOME」という100人規模のチームで、現在の副代表である野間賢樹と出会ったのがきっかけです。けんきは当時からプレイヤーとして、実力も人気も持っていたので、彼と二人であれば新しいチームを立ち上げ、プロを目指してやっていけると考えました。設立当初のメンバーは7名程度でした。

- ② チームの活動目的・目標を教えてください。
 - ・ 競技シーンで活躍し、実績を残していく。
 - ・ ゲームが知られるためにも、盛り上げていくためにも、YouTubeでの配信活動を行い、メンバー個人個人が人気者になり、インフルエンサーとして影響力を高めていくことを重視しています。

- ③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。
 - ・ メンバーそれぞれが収入を確保するため、YouTubeによる配信活動の支援を行っています。配信や動画編集など技術面での指導や、こういった動画を配信すればいいかといったマネジメントの面の両方を行っています。
 - ・ また、時期によって生活に必要な収入を得られなかったメンバーに対しては、チームからの支援という形で給与を支給しています。

- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
 - ・ マネージャーの人件費
 - ・ 動画編集スタッフの人件費
 - ・ 個人活動での収益が低かったプレイヤーへの支援としての給与
 - ・ イベント、大会参加時の渡航費

- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
 - ・ スポンサー企業から支給される年間のスポンサー費
 - ・ YouTube配信による広告費
 - ・ メンバー個人の広告案件

- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
 - ・ チーム活動を続けていく上で、スケジュール管理や選手管理を行うマネージャー人材の不足です。以前は私が他の仕事と兼業でマネージャー業務をしてきましたが、それでは回らなくなってしまったためにチーム専業となりました。その後マネー

ジャーを1人入れたのですが、それでも追いついておらず、業務としてはパンクしているような状態です。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
 - ・ 代表・副代表：企業案件などのメール対応、打ち合わせ、スケジュール調整を担当。
 - ・ マネージャー：上記業務のサポート及び、現場などでの選手管理など。
 - ・ チームメンバー：それぞれが個人のユーチューバーでもあるので、その活動に関しては各人が担当し、分からないことなどがあれば代表や副代表、マネージャーがサポートをしています。
- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
 - ・ 組織マネジメント領域に関しては、代表と副代表がまとめて担当しています。
 - ・ また、プロモーションに関しては、選手個人がインフルエンサーでもあるので、それぞれが担当しています。
 - ・ 必要な業務：
 - ・ トレーニングサポート
 - ・ スケジュール管理、大会出場サポート、対外折衝サポートなどをまとめて担当できるマネージャー人材
- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
 - ・ マネージャー業務全般、および経理業務の知識・技術を持つスタッフが不足しています。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
 - ・ マネージャー、経理に関しては今後探す予定があります。
 - ・ 知人からの紹介か、sns や配信などで募集をかけることで応募はあると思います。ただし、人を雇うことで賃金が発生するので、そこを工面するための仕事や収益を確保しておくことが大事だと思います。

- ⑤ e スポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ バズマーケティング、マーケティング、人材管理。IQ よりも EQ が必要だと感じています。
 - ・ チームを運営していく上で金銭の管理も重要なので、簿記の知識が必要。パソコンや動画編集などの知識。若いメンバーをまとめる力が必要です。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ 現在行っているアパレル制作販売や、現在副代表が担当しているエナジードリンク販売のように、ゲームでの活動や、配信での活動を固めていきつつ、そこから派生できる多方面に展開していきたいと考えています。マネジメントの幅を広げることで、自分たちのインフルエンサーとしての影響力を高めていけるのが理想だと思います。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願い」に記載の通り、e スポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、e スポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えてください。
- ・ プロゲーマー養成の E スポーツ専門学校が、現状ではあまり機能していないのではないかと思います。講師の多くは、E スポーツの知識は持っていますが、その業界でどうやって生きていくのかを教えられていないのではと感じます。YouTube を利用してインフルエンサーになるための授業もあるようですが、その講師は映画畑の人間であったりして、ユーチューバーではないことが多いようです。
 - ・ ゲームが上手い人間はいくらでもいるし、強さをいつまでも維持できるわけではありません。また、ごく一部の人間にしかねないトップ層を目指し、強くなるための技術だけを教えることには疑問があります。
 - ・ そういった中で、仕事としてお金を得るための知識や技術、生き方を教育することが必要だと思います。例えば、本当に基本的な、SNS では何を書けばいいか、何のために運用するのかといったことから、配信をどうしたらバズらせることができるのか、スポンサーとプロ契約を結ぶためにはどういった行動をすればいいのか、契約の際に何を気を付けなければならないのかといった、ゲームだけにとらわれない教育をしていかないと、生徒たちの選択肢が広がっていかないのではないのでしょうか。

【No.5】 CYCLOPS athlete gaming

機関名	CYCLOPS athlete gaming
回答者名	監督 楠本翔
プロフィール	
チーム 在籍年数	4年
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ マネジメント ・ スケジュール管理 ・ 選手のメンタル管理 ・ 年間のスケジュール調整
職業	回答なし
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：約 15 名 ・ 支援スタッフ数：5 名
活動地域	大阪を中心にして、全国全世界で活動中
活動拠点	大阪
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ e スポーツ競技大会への選手派遣。 ・ イベントへの選手出演及び講演など。 ・ 大会解説などでの選手出演。 ・ スポンサー企業イベントへの選手出演。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2016年11月、日本eスポーツリーグに出場し、優勝。(チーム活動スタート) ・ 12月、どぐら・GO1がカプコンカップ出場。 ・ 2017年7月、オーバーウォッチチームが大会で初優勝。以後、ほぼ負けなし。 ・ 2018年初頭からPUBG部門、COD部門、シージ部門を創設。 ・ 2018年のEVO『ドラゴンボールファイターズ』部門でGO1選手が準優勝。2018年と2019年のドラゴンボールファイターズのシーズンでは、フェンリッチ・GO1・どぐらが2位3位4位にランクイン。 ・ 2019年、GO1がEVO『ドラゴンボールファイターズ』部門で優勝。フェンリッチが3位入賞。ドラゴンボールファイターズ世界決勝では、GO1が優勝、フェンリッチが2位。 ・ たぬかなが女性のみで行われた鉄拳の大会「STARGAMERS COMMUNITY FESTIVAL GIRLS ONLY BATTLE」で優勝。

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2019年の『ストリートファイターV』カプコンプロツアーでは、どぐらがカプコンカップ出場。 ・ COD部門は、プロ対抗戦に出場。初年は6チーム中5位。翌年にはCOD日本最強決定戦に出場し、準優勝。 ・ PUBG部門は、当初αリーグに出場。その後グレードが落ちてしまったが、2020年に行われるPJSではグレード1まで復帰。 ・ シージ部門は、プロリーグに出場。2019年のシーズンでは優勝。そこからは国内ではほぼ負けなし。 ・ イベント出演・講演などの活動としては、大会の解説実況や学校の講演会にゲスト出演など。 ・ そのほか、スポンサーが実施する販促イベントなどにも出演することも。
--	---

(1) チーム運営情報

① チームが発足した経緯について教えてください。

- ・ 弊社代表がeスポーツ事業を始めようとしていた時期に、当時JeSPA代表だった筧さんから日本eスポーツリーグのお話をいただき、そこに参加することになったのがチーム設立のきっかけです。

② チームの活動目的・目標を教えてください。

- ・ 選手たちの目的としては、勝つことです。世界一を目指して戦っていこうということが目標となっています。
- ・ 会社の理念としては、大阪を元気にしていこうということがあります。東京に集中している現状を変え、大阪から東京を経由して世界に行くのではなく、大阪から直接世界に羽ばたいていこうという考えのもと活動しています。

③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。

- ・ 固定の給与を支給することにより、選手活動を安定して続けることが出来ます。
- ・ チームゲームなどでは、チームに所属していないと大会に出場することが出来ない場合があります。以前の「Call of Duty」大会は、招待された6チームだけが参加できるリーグ戦という形式でした。そのような大会に参加する資格を手にすることが出来るということがあります。
- ・ ゲーミングハウスでの生活により、充実した練習環境を提供しています。

- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
- ・ 選手、スタッフへの給与
 - ・ゲーミングハウスの維持費
 - ・ 設備費
 - ・ 国内外への移動費
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
- ・ 自社からの出資
 - ・ スポンサー企業からの協賛費
 - ・ 選手の大会賞金、出演料の分配も多少はあるが、殆どは選手へ還元していました。
- ⑥ チーム運営上のご苦労や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ チームゲームでは、選手間の揉め事であったり、勝てていない時期のメンタルケアに苦労しました。また、チームとしての目標が勝つことであったので、選手たちのモチベーションをいかに保つかが課題となってきました。そういったことに対処する為に常に話し合いや面談の機会を設け。選手の悩みなどについて相談にのってきました。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
- ・ ゲームタイトルごとにマネージャー、コーチ、アナリスト（タイトルによっていない場合もあり）。
 - ・ 営業
 - ・ チームブランディング
 - ・ ホームページ・sns 運用
 - ・ イベント運営：ゲーミングハウス地下スペースで、対戦会や、ゲームコミュニティへの練習スペース提供などを行う。
- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
- ・ 必要な業務：
 - ・ 営業
 - ・ マーケティング

- ・ PR・広報
 - ・ 商品開発
 - ・ イベント企画運営
- ・ 不要な業務：
 - ・ プレイヤースカウト
- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
- ・ 現在チームの体制が替わり、運営業務を行う人間が私1人の状態です。そのため上記業務は全て必要ですが、eスポーツという新しいものを売り込んでいける力を持った営業というのは必要になります。
 - ・ また人材としては、一般的な社会経験を持った方を求めています。業界として教育をしていくという体力を持った企業は少ないので、就労経験があり、メールの書き方や、外部の人間との接し方を知っているというのが前提になります。それに加えて、eスポーツというものに興味を持って取り組んでくれるということがあります。ゲームに対する深い知識が必要な部分は、チーム側の人間が担当するので、選手から上がってきた話しに対して、しっかりと向き合い、理解できるということが必要になっています。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
- ・ まずは新しくチームが移る企業内で、チーム運営業務に携われる人間を捜すことになると思います。後は求人を出すことになると思います。
- ⑤ eスポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ 私自身がeスポーツ競技の経験があったので、選手の気持ちや考えを汲み取ることが理解し、汲み取ることが出来たということがあります。その上で、企業としての立場も理解し、お互いの中に入りバランスを取ることが重要だと思います。
- (3) 今後の展開等**
- ③ チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ これまで強さを求めた活動してきた中で、どのタイトルも実力的には世界と戦えると自負しています。その反面、人気や露出といったところが弱かったように感じて

います。今後はファンとの交流や、グッズ販売などで露出を増やし、応援して下さる方との関わりを増やしていきたいと考えています。

- ④ 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力をお願い」に記載の通り、eスポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えください。
- ・ 業界全体として、人材を1から教育していくという体力がまだ無いと思うので、他業種で営業、企画、ブランディング、PRなどの経験された上で、eスポーツ業界に興味を持った方を、紹介などで繋いでもらえるようなものがあれば、企業としては有り難いと思います。

【No.6】 GODS GARDEN

機関名	GODS GARDEN
回答者名	代表 稲葉央明
プロフィール	
チーム在籍年数	<ul style="list-style-type: none"> ・ GODSGARDEN 設立から 10 年 ・ チームとしての活動開始から 5 年
チームでの立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 選手への出演依頼などの窓口業務 ・ 大会遠征時などの渡航費、宿泊費の調達
職業	放送作家
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：1 名 ・ 支援スタッフ数：1 名
活動地域	国内を中心に、定期的に海外でも活動中
活動拠点	中野
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ チームとしての業務 ・ レインボーシックスシーズのオフィシャルキャスターとして、国内外の e スポーツ大会でのキャスター業務 ・ イベント、大会などへの出演 ・ GODSGARDEN としての業務 ・ イベント、大会などの企画・運営 ・ 映像配信業務
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ かずのこ選手が 2015 年 CAPCOM CUP 優勝、2016 年 CAPCOM CUP3 位入賞。 ・ 所属のふりーだ選手が、レインボーシックスシーズン公式キャスターとして、数々の大会に出演。 ・ 2019Evo Japan 運営に携わる。

(1) チーム運営情報

- ① チームが発足した経緯について教えてください。
- ・ GODS GARDEN の立ち上げは、格闘ゲームの招待制大会を開催する為のものでした。当時は大会運営の他にも、格闘ゲームプレイヤーが集まり、ニコニコ生放送などで、ストリーミング放送も行っていました。
 - ・ 2015 年に、配信にも参加していたかずのこ選手が、海外スポンサーとプロ契約を結ぶ過程で問題が発生し、結果スポンサーを受けられなくなってしまうということがありました。かずのこ選手には配信にも協力していただいていたし、将来性のあ

る選手だということで、GODSGARDEN のスポンサーである G-Tune と、かずのこ選手の間を仲介する形で、チームを設立することになりました。チームとして活動するにあたり、人数がいたほうが良いということで、当時一緒に活動していたプレイヤー二人に声をかけ、三人でスタートしました。

- ② チームの活動目的・目標を教えてください。
- ・ 設立当初からのコンセプトとして、楽しくゲームをしている姿を見せるというのがあります。対戦ゲームは性質上、相手がいないと成立しません。シビアで辛そうな姿を見せるのではなく、一緒にプレイしてくれる、遊び相手を増やすような感覚で配信をするというのが活動目的です。
- ③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。
- ・ チームに所属することで、活動の幅が広がるということがあります。
 - ・ 現在所属しているフリーダ選手は元々格闘ゲームのプレイヤーだったのですが、本人が活動の幅を広げたいということで、FPS 大会を主催している株式会社 JCG に紹介し、経験がない状態から、レインボーシックスシーズの公式キャスターを勤めるまでになりました。
 - ・ スタッフとして所属しているもう 1 人は元々ゲームセンターで勤務していた経験があり、大会運営や配信技術などを持っていました。その技術を仕事に繋がればということでチームに所属してもらい、大きい大会では EvoJapan の運営などを担当していただいています。
- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
- ・ 事務所維持費
 - ・ 機材などの設備投資及びメンテナンス費
 - ・ 人件費
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
- ・ 配信業務
 - ・ 大会運営の受託業務
 - ・ ストリーミングチャンネルの会員費
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ 配信中、サービス精神から行き過ぎた発言をしてしまったり、ゲーム中に、規定に反した行為をしてしまうなどが過去にありました。その他にも、色々な人間が出入

りする中で、機材が無くなっていたり、壊れていたりするなどの問題が発生することもありました。そういった時の対処は、苦勞する点であり、課題でもあります。GODSGARDEN の運営は仲間内での信頼関係から成り立っているところが大きく、自分が常に立ち会えるという訳でもないので、どこまでを管理するのかという線引きが難しい部分でした。

- ・ また、大会賞金などは個人で管理していたので、こちらから選手活動に対して口を出すこともなかったのですが、それによって選手のモチベーションが保てなくなるということもあったのかもしれませんが。チームの側から、選手の活動に対してもっと働きかけをしてもよかったのかなと現在は考えています。

(2) チーム運営に関わる業務内容

① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。

- ・ アシスタントディレクター：大会、イベントの企画、運営業務を受託した際、打ち合わせまでは自分が参加しますが、現場作業に入ってからには、アシスタントディレクターになるべく任せるようにしています。
- ・ 現場ではアルバイトの方を使うことも多いので、設営、配信、運営などの業務を行う際、そういった方たちに指示を出すようなことも業務に含まれます。

② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。

- ・ 必要な業務：イベント、大会などの企画、運営業務が足りていません。運営の中にはいろいろな業務が含まれますが、実際の経験はなくても、そういった業務内容の知識を一通り持っていて、指示を出して現場を回せるような人材は、業界全体としても不足しているように感じています。
- ・ 不要な業務：商品開発：内部にスタッフを抱えて生産するコストとリスクを考えると、外注したほうが効率的だと思います。
- ・ マーケティング：チームの規模が大きければ必要になるのかもしれませんが、GODSGARDEN では他の業務との兼業で賄えると思います。
- ・ トレーニングコーチ：これまでが格闘ゲームメインだったということもありますが、トレーナーというのはまだ成立しづらいのではないかと考えています。特に格闘ゲームはいろいろな相手と対戦したほうが強くなれるということがありますし、ゲームタイトル自体が何年かごとに新しいものになっていくので、トレーナーとしてその全てに対応していくというのは難しいのではないかと考えています。チームに必要であるとすれば、スコアラーやアナリストといった業務になると思います。

- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
- ・ イベント、大会の運営を回せる人材を必要としています。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
- ・ アルバイトなどを通して何度かお仕事をさせていただいた中で、一緒にやっていけるのかを見極め、その時点で仕事をお願いできる状況であれば採用させていただくという形になると思います。
 - ・ 格闘ゲームが好きだといって入ってきて、eスポーツ全体の仕事としてはそれ以外のゲームタイトルのほうが多かったです。そういった時にモチベーションを保てなくなってしまう方もいるので、まずは一緒に働いてみるということが大事だと考えています。
- ⑤ eスポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ 大会やイベント運営に関しては、取り扱うゲームタイトルのルール、主要選手、国内での情勢など、ある程度広い知識が必要になってきますが、チーム立ち上げについてはコミュニケーションが大事で、特別な知識や技術は必要ないと思います。
 - ・ チームを運営していく上で必要になることといえば、一般常識や、法律、税務上の知識だと思います。選手の中にはゲームをすることでお金が入ってくるという経済的な仕組みの意識が希薄な場合もあります。ただ強ければいいというのではなく、視聴者やスポンサーがいてこそ経済活動になるのだということ、またそれに伴い、法律や税金などが存在すること、こういった面を指導、管理できることが重要だと思います。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ GODSGARDEN では他の競技的なeスポーツシーンとは違い、ゲームや、それをプレイしている楽しさを発信していくのがコンセプトとなっています。オフィシャルではできないようなトーナメントを組んだり、悪ふざけのような要素を取り入れ、選手も視聴者もメーカーの人間も息抜きになるような、楽しさが伝わるイベントや大会を安定して開催できるようになるのが理想です。
 - ・ ゲームタイトルごとにレベルの高いものはそれぞれ沢山ありますが、魅せられる大

会、そのゲームゲームタイトルを知らなくても、何だか面白そうだなと感じてもらえるような大会などを開催し、それによって業界全体の裾野を広げていくことが目標なんだと思います。

- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力をお願い」に記載の通り、eスポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えてください。
- ・ まず現状として、業界自体がマネジメントというものが必要となる少し前の段階にあるのだと思います。この業界全体が他に比べるとまだ規模が小さく、整備もされておらず、尚且つゲームプレイヤーたちがメインという特殊な特性を持っているので、他業界から来た方にお話を聞いても、勉強することが多いということでした。
 - ・ また多くのチームの収益は、配信か企業からのスポンサー費がほとんどです。そのどちらをメインにするかによって、やることは大きく変わりますし、そこにマネジメント業務というのはあまり必要ありません。まずはそういったことを理解したうえで、そこから先に、マネジメントによりビジネスを生み出していくということになるのだと思います。

【No.7】名古屋 OJA

機関名	名古屋 OJA
回答者名	代表取締役社長 片桐正大
プロフィール	
チーム在籍年数	3年半（チーム設立発表から）
チームでの立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ GM／チーム運営全般を担当 <ul style="list-style-type: none"> ➢ スケジュール管理、経理業務 ➢ 運営資金調達、マーケティング ➢ 種目によってはコーチの役割を担う場合もある
職業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 愛知 e スポーツ連合代表 ・ 東京ヴェルディ e スポーツチーム運営 ・ トラディショナルスポーツコンサルティング全般
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：9名 ・ 支援スタッフ数：約 20 名（フルタイムは無し）
活動地域	名古屋、東京、オンライン上
活動拠点	名古屋、東京
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ シャドウバースプロリーグ参戦
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本 e スポーツリーグ参戦（2016～2018） ・ シャドウバースプロリーグ参戦（2018～）

(1) チーム運営情報

① チームが発足した経緯について教えてください。

- ・ 以前、プロ野球球団およびリーグ共同出資の会社にて勤務していました。プロ野球のビジネスをする中で続々とスーパースターが海を渡り、米国で活躍して大金を手にかけています。ビジネスにおいても、日本のプロ野球が MLB と比較して衰退していくという状況を経験しました。独立後、打開策を模索する中でパシフィックリーグマーケティングという会社を作り活動してきました。しかしながら日本ではなかなかお金が回らず、どうしたらいいかと思い悩む中で e スポーツの存在を知りました。
- ・ これなら日本のコンテンツが世界市場において競争力を発揮できる領域になると、自分の抱えている問題が解決できるという想いを抱き、当時発足した日本 e スポーツリーグへの参戦を決めて自分の郷里の名古屋から参戦するためにチームを組成しました。

- ② チームの活動目的・目標を教えてください。
- ・ チーム理念として以下を掲げ、選手採用、スタッフ選抜等でも指針としています。
 - ・ 名古屋を元気に
 - ・ 日本を元気に
 - ・ 優しい社会に
- ③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。
- ・ 選手それぞれで百者百様なのでチームに所属する目的や意義は違うと思います。ただしそれでも同じ方向が向ける人、チーム理念が心地よいと感じる人とやっていきたいと考えています。
 - ・ 中部経済界からのサポート、地元中核メディアとの連携など、eスポーツに対する地域の期待を受けています。それらの応援を受けられることを目指しています。
- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
- ・ 選手、スタッフ、協力者への報酬です。
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
- ・ スポンサーフィー
 - ・ リーグからの放映権料や配信権料の分配金
 - ・ 賞金
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ チーム設立当初、未成年の選手を中心に自分のゲーム活動を親御さんに知られたくないという雰囲気がありました。しかし、スポンサー様や周りの方々の協力を得て、中部地区では誰でも知っているスポンサー名がついているユニフォームを着ているところを選手写真を撮って親御さんに見てもらい、活動がちゃんとしている事の理解を深めてもらったり、愛知県知事に表敬訪問をしてeスポーツの説明を選手がしているところをマスコミに載せてもらうよう活動しました。家族に認めてもらうようにしていったりすることで、選手が社会の中で胸を張ってeスポーツの選手であることを誇れるように、環境を整えています。
 - ・ チーム経営規模はそれぞれのeスポーツIPの背景にある大会・リーグの規模によります。その規模が大きくなると、チームの規模は大きくなりません。より大きな枠組み（官民一体、世界に通用する日本のコンテンツと一緒に世界に出て行く、

等)を大人が作り上げなければならないので、自分達も頑張っていかなければならないと考えています。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
 - ・ 経営・運営・運用などをボランティアに手伝って頂いている部分が多いです。

- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「eスポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
 - ・ 法務を重視しています。
 - ・ 組織マネジメント領域とプレイヤーマネジメント領域はミックスして考え、チームが掲げる理念の実現のために全員で動いています。

- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
 - ・ 現状の日本の学制や一般的なキャリアパスでは、新卒の方が入る会社が担う新人教育が重要であると思っています。但し現在中小企業の自分達では教育は出来ないもので、そういった教育を受けた方は重要です。
 - ・ 日本のIPが世界化する時に、eスポーツという文脈で自分達も一定程度の存在感が出てくると思います。そうした中で、チーム運営は自分達だけが独立して存在出来るものではありません。同じような考え方をする方々とリーグを作るか、もしくは志を同じくするIPの方々と一緒に進んでいくことが重要ですが、理想やモデルについては考えがあるものの、まだ行動できていません。
 - ・ 以下のようなスタッフが不足しています。
 - ・ 隣接する業界（エンタテインメント、スポーツビジネス、放送コンテンツ制作）のプロフェッショナルな知見を有する人材。
 - ・ 法務、ファイナンスなどの高度プロフェッショナル人材。

- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
 - ・ 企業で新人教育を受けた人材を獲得していきたいと考えています。
 - ・ また、隣接する業界や他のプロフェッショナルな業界でお金を生み出せるようになっている人で、その所属する企業様の理解を頂いてデュアルでお手伝いをして頂

けるような方、もしくはそういう教育を受け、現在はフリーランスとして活動する方で自分たちの活動に興味を持って頂ける方も獲得していきたいと考えています。

- ・ e スポーツイベントを手伝ってくれる方々の中で、優秀な人材を探しています。
- ⑤ e スポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ どれだけ個人が優秀であっても企業で受ける新人教育は重要だと考えます。
 - ・ イベントなどを手伝う中で勤の良い人は重要です。
 - ・ 会計士、弁護士、経営学修士など、他のビジネスと連携する際に円滑に業務を遂行できる能力は大いに役立ちます。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ 短期的には名古屋の地域で将来的なビジョンが見えなくなるスポーツチームが出て来る可能性があり、自分達に経営を任せたいという方々が出てくると思われれます。そういった要望に応えられるようになりたいと考えています。
 - ・ 長期的には、素晴らしい IP が日本にたくさんあるので、e スポーツとして権利を体系化し、より大きな産業として成長していくと推測されます。そうしたものを担える人材を輩出していきたいと考えます。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願い」に記載の通り、e スポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、e スポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えてください。
- ・ 文科省及びスポーツ庁が行っている「スポーツの成長産業化への取り組み」の目標とその道程は、日本のスポーツ業界では初めての素晴らしい取り組みであったので注目していました。そこに、日本のスポーツを発展させた先輩方が行ってきた成功体験と人材育成の検証をやって頂きたいです。そうした中でe スポーツの可能性を小さくとらえないで頂きたいと考えます。

【No.8】花天月地

機関名	花天月地
回答者名	代表 西村滉兼
プロフィール	
チーム 在籍年数	前身チームから4年
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業 ・ イベント企画運営
職業	あんしん防災株式会社勤務
チーム概要	
在籍人数	プレイヤー：約20名 支援スタッフ数：5名
活動地域	別府市、大分市を中心に活動
活動拠点	現在は構えていないが、今後は持つ予定
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大会での戦績は現在特に出せていない状態。 ・ 地元地域密着型チームとして、地元でのお祭りや、イベント、企業とのタイアップでの活動を行っている。 ・ 企業、自治体などから受託したイベントの企画、運営。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ゲーミングPCなども扱うアプライド大分で過去4回オフラインeスポーツイベントを開催。 ・イオンパークプレイス大分にてイベントを開催。 ・大分県開催イベントに参加。 ・別府温泉開催イベントの進行、司会などを担当。 ・テレビ、雑誌などのメディア出演。

(1) チーム運営情報

- ① チームが発足した経緯について教えてください。
 - ・ まず自分自身がゲーマーであったことです。
 - ・ もう一つは地元大分が好きだということです。大きな大会やイベントなどは基本的に首都圏が中心となっています。また、eスポーツの選手が活動する拠点となっているのも東京がメインです。そういったイベントや大会を大分でも開催して、盛り上げていきたいということと、これからの若い世代に、夢を与えるような、地場でも活躍できる受け皿を作りたいという思いでチームを設立しました。

- ② チームの活動目的・目標を教えてください。

- ・ 地場の選手を集めて活動するという事にこだわり、地元選手の育成・教育をするということを掲げ、その中から、大分の選手が、日本一や世界一を取ることを目指しています。
 - ・ 地元企業と協力し、大分を盛り上げていく活動を目指しています。
- ③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。
- ・ チームに入ることが最終就職というわけではなく、所属することによって学んだことや、経験したことを生かし、人生経験として役立ててもらえればと思っています。そして、チームだけではなく、大分を盛り上げるという共通認識を持っていた上でチームに参加してもらっています。
 - ・ 所属選手への待遇という面では、スポンサー企業提供によるゲーミングチェアなどの環境整備。チームブランドを活用した、選手個人の配信活動の推奨などがあります。選手個人の活動による収益に対し、チームは関与していません。
- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
- ・ 移動費
 - ・ 通信費
 - ・ チラシなど宣伝材料の製作費
 - ・ 設備投資費
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
- ・ 現状では予算が出ないイベントなどもあり、代表からの持ち出し資金と、ボランティアによって活動することもあります。現在イベント出演などを通して、協賛関係の構築にも注力していますが、今後のチーム運営としては、それ以外の、ストーリーマーなどの広告発信できる環境を構築し、収益化したいと考えています。
 - ・ 専門学校との連携により、生徒へのコーチングをチームが担当するという関係を構築中です。
 - ・ チーム自らがイベントを開催することで、今後の収益にしていきたいというプランもあります。
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ 現在所属している若い世代の中には、社会人としての一般常識が欠けていると感じる選手もいます。スポンサー企業との協力関係の中でチームイメージを保つことは重要ですが、選手の SNS での発言が問題となり、イベントが無くなってしまったと

ということもありました。何を発言したら良くて、何が悪いのかといった部分の周知は課題になりました。

- ・ また、若い世代の集まりということで、考え方の問題などで揉めてしまうこともあります。そういった時に調和をとり、共通認識を持たせるという点は難しいところでした。地元選手の教育を目標にしていることもあり、挨拶の仕方から、常識的なところまで、できる限り指導して、人間としての土台を作ってほしいという思いで活動しています。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
 - ・ 総合リーダー：チームリーダーと兼任で、そのほか各部門の悩み事や問題に対応。
 - ・ ディレクター：ストリーマーと兼任で、チームの売り出し方など、マネジメント、プロモーションを担当。
 - ・ イベント、営業補助
 - ・ イベント現場スタッフ：イベント時の運搬、設営など。
- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
 - ・ 必要な業務：
 - ・ 語学・通訳業務
- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
 - ・ チーム内での業務は兼業で行っているものが多く、時間や、人的リソースが足りていない状況です。現在おこなっているそれぞれの業務に、サポート的な人材がつけたいというのがあります。
 - ・ 現在のイベント運営は見様見真似でやっている部分があるので、進行や音響などの部分で専門的な知識を取り入れたいということがあります。特に大きなイベントになると、そこでしか使用しない機材などもあり、ノウハウが中々蓄積できません。機材の専門的な知識を持った方は必要だと感じています。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。

- ・ 今現在働いているスタッフは、これまでのイベントなどで実際に顔を合わせ、大分を盛り上げたいという思いを共有して参加しています。今後もイベントなどに参加してくれた方の中から、同じような熱量を持った方がいれば、スカウトしたいと思っています。
 - ・ 人材が足りない中で、上記のような出会いがなかった場合は、ホームページや、SNSを通して募集することになると思います。
- ⑤ eスポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ これまでに様々な職種を経験してきた中で、人付き合いや、営業の経験は生きています。特に私自身が十数年前に関西から大分へ来たこともあり、新しい場所で、新しいことを始めるというときに、コミュニケーションやメンタルの面で、営業経験は役立ちました。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ 収益や選手への待遇の面が満足ではないので、そういった部分を整えて、専属選手として競技に集中できる環境作りを目指したいです。
 - ・ Eスポーツというと競技の面が目立っているが、ゲームは本来だれでも楽しめる素晴らしいものだという思いから、大会という形ではなく、触れ合えるイベントという形で、ファミリー層などが中心となるものを開いていきたいです。そこから発展して、高齢者や障害を持った方にまで広がっていければということで、イベントを企画しています。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願い」に記載の通り、eスポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えてください。
- ・ Eスポーツチーム間での情報の共有ができるとういのかと思います。収益の割合であったり、選手への待遇、給与などや、どの種目タイトルが多いといったものをパーセンテージのデータとして共有できれば、運営の指針にもなりますし、オンラインでの交流戦などもやりやすくなるのだと思います。

【No.9】 SCARZ

機関名	SCARZ
回答者名	株式会社 XENOS 代表取締役 友利洋一
プロフィール	
チーム 在籍年数	<ul style="list-style-type: none"> アマチュアチーム設立が 2012 年 会社設立から約 5 年
チームでの 立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> 代表として運営、マネージメント業務を担当。
職業	回答なし
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> プレイヤー：35～40 名 支援スタッフ数：約 15 名
活動地域	国内を中心に、定期的に海外でも活動中
活動拠点	横浜市鶴見区
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> 競技チームとしての大会出場。 スポンサー企業と連携したイベント活動。 家電量販店などで、デバイスの紹介、ゲームのプレイング、ファンとの交流など。 オンラインでのマーケティング活動。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> Counter-Strike シリーズの大会で世界の強豪チームと競い合う。 FIFA シリーズ世界大会で活躍。ゲーム内で SCARS ユニフォームが実装される。 Apex Legendd 日本代表に選出。今年 3 月に世界大会出場など。

(1) チーム運営情報

- ① チームが発足した経緯について教えてください。
 - ・ チームを設立した当時は e スポーツが今ほど普及しておらず、日本国内にプロというものがありませんでした。私自身もプレイヤーとしても活動していて、この先の日本人選手が、プロとして活躍できるような受け皿を作っていきたいという思いで、2015 年にプロチームを運営する為の会社を設立しました。

- ② チームの活動目的・目標を教えてください。
 - ・ チームを大きくしていき、世界と対等に渡り合える存在になることが第一にあります。今では海外チームの活躍が目立っていますが、日本はかつてゲーム大国と呼ばれ、ゲーム業界の先端を走っていました。それに加えて日本人は手先が器用という

こともあり、ゲーム攻略の考え方や、マインドの部分を鍛えさえすれば、世界に通用するチームを作ることが出来るのではないかという思いがあります。

- ・ チーム運営においては、スポンサー関連による収益だけに頼るのではなく、チーム自体のブランド力を高め、インゲームアイテムやグッズ販売などの収益拡大を目標にしています。
- ③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。
- ・ プレイヤーへの給与、デバイス環境などの提供、コーチ、マネージャーなどによる練習、大会出場のサポート。その他にも、チームと選手の間でウィンウィンの関係が築けるよう、チームの要請に選手が納得できない場合などは、しっかりと話し合いをし、どのようにしていくべきかを相談しています。
- ④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。
- ・ スタッフの人件費
 - ・ プレイヤーへの給与
 - ・ ブートキャンプ、海外遠征時の渡航費
 - ・ デバイスなどの設備投資
- ⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。
- ・ スポンサー費。(現在のメイン収益)
 - ・ イベント出演などによる営業費
 - ・ インゲームアイテムやグッズ販売などによる売り上げ(今後割合を大きくしていきたい収益。チームのブランディング価値を高めていくなどして、この要素を伸ばしていきたいと考えている)
 - ・ 大会賞金もあるが、これは運の要素も絡むので、あくまでボーナス的な物としてみています。
- ⑥ チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。
- ・ チームで戦う競技である以上、選手それぞれの個性があり、衝突することもあります。そういった時に、コーチや私が間に入って話し合いの時間を設けることがあります。
 - ・ 海外チームと比べて資産価値が圧倒的に小さいということがあります。日本代表として世界に出て行っても勝てないという時に、我々としては工夫をしていかなければいけないのだと思います。

- ・ チームの環境や資金など以外でも、海外選手と比べると、日本の選手はまだ社会人としての意識が低い部分があると感じます。海外選手などは、例えば遠征の際に交通機関のチケットを自分で手配したり、宿泊先を予約したり、そういった部分をチームに任せっきりにしないということがあります。また、チームと一緒にあって業界全体を盛り上げていこうという意識を持った選手が多いとも感じます。そういった部分でのマインドの差がまだ現状ではあるのではないかと思います。
- ・ 新規で参入を考えているチームの方に起こりうる問題として、eスポーツは、これまでのゲームコミュニティが発展して形成されているものなので、閉鎖的な側面もあります。そのため、歴史を持ったチームが認められる反面、新規のチームには厳しい部分もあるかとおもいます。今後新規でチーム事業を考えている企業には、そういった面も含めて、長期スパンでの運営を考えて欲しいと思っています。

(2) チーム運営に関わる業務内容

- ① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。
 - ・ チームマネージャー：選手のスケジュール管理、プレイヤースカウト、大会出場サポートなど。現在約10タイトルのチームがありますが、1人が1タイトルを受け持つ形になっています。
 - ・ コーチ：こちらも1人が1タイトルを受け持ちます。
 - ・ アナリスト：タイトルによってですが、情報の分析などを担当します。
 - ・ チーム監督
 - ・ 税理士
 - ・ web管理
 - ・ 営業
 - ・ デザイナー
- ② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「eスポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。
 - ・ 今後必要だと感じる業務：
 - ・ デザイン
 - ・ 映像制作
 - ・ 商品開発
 - ・ 通訳
 - ・ 専属の健康・メンタル管理サポート

- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
- ・ デザイナー、映像制作、メンタル・健康管理
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
- ・ sns や公式サイトを通して募集をすることになると思います。
- ⑤ e スポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ 特定のゲームタイトルに限らず、e スポーツ競技シーン全体が好きということが第一だと思います。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ 地域活性化の一環として、チームのフランチャイズ展開を目指していければと考えています。地方都市にフランチャイズとしてチームを置き、そこで大会などを開催することによって、集客や経済的な効果も見込めるのだと思います。そういった環境、拠点が増えていくことが、地域の活性化に繋がるとも考えています。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願ひ」に記載の通り、e スポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、e スポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えください。
- ・ これからの若い世代に夢を与えていく為にも、流行で終わらせるのではなく、文化として定着させていくのが大事だと思います。そのための取り組みとして、こういったヒアリング活動は素晴らしいものだと思いますし、活用して行って欲しいと考えています。

【No.10】 G-STAR Gaming

機関名	G-STAR Gaming
回答者名	プロデューサー 倉持由香
プロフィール	
チーム在籍年数	2019年9月に発足
チームでの立場・役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ チーム立ち上げから携わり、100名以上の応募者から、面接などによりメンバー選定。 ・ メンバーとの面談を行い、それぞれに合った売り出し方などのプロデュース。 ・ メンバーのSNS運用に関する指導、管理。 ・ イベントなどでは私自身がMCを勤め、メンバーを引っ張っていくような役割を担っている。
職業	タレント
チーム概要	
在籍人数	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレイヤー：11名 ・ スペシャルサポーター：3名 ・ 支援スタッフ数：3名
活動地域	関東周辺を中心とし、全国で活動
活動拠点	渋谷
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポンサー企業であるG-Tune、Razerなどが行っているイベントにチームで参加。 ・ 企業が開催する大会、イベントなどへ参加し、MC、広報活動、プレイングなどを担当。 ・ テレビ出演などのタレント業務。
活動実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 秋葉原TSUKUMO電機でのRazer販促イベントに参加。 ・ G-Tune開催のハロウィンイベントに参加。 ・ 九州のアップライトが開催した家電量販店でのPUBGイベントに参加。 ・ インテルが開催した秋葉原でのストリートファイターVイベントに参加。 ・ 凸版印刷などが参加する、ストリートファイターVの企業対抗戦にMC及びゲストとして参加。

(1) チーム運営情報

① チームが発足した経緯について教えてください。

- ・ 私が所属している芸能事務所で、水沢柚乃などと共に、以前からゲーム関連のお仕事を多くやらせていただいていたのですが、そういったお仕事の依頼がさらに増えてきたということがチーム立ち上げのきっかけの一つです。
- ・ 他にもゲームが出来るタレントはいませんかというお話をいただいたり、私自身がプレイしていないゲームタイトルのお仕事依頼なども増え、お断りしてしまうのが申し訳なく、事務所内でゲームが好きなタレントを育てておけば、多様なニーズにお応えできるのではないかと考えました。その際、現在所属しているタレントにゲームをやらせるのではなく、本当にゲームが好きな人を集めて、チーム活動の中でタレントとして育てていければということで、メンバーを募集することになりました。
- ・ もう一つのきっかけとして、私と、プロゲーマーのふ〜どとの結婚が決まっていたということがあります。どうすれば夫と一緒にゲーム関連のお仕事を増やしていけるかと考えていた時に、事務所も協力してくださり、チーム設立が決まりました。

② チームの活動目的・目標を教えてください。

- ・ 他のeスポーツチームと違い、プロゲーマーの競技的な活動というよりは、ゲーマー女性タレントをみんなで育てていくという、育成型のゲーミングチームを目指しています。
- ・ 今現在ゲームが上手くなくても、チームでの活動やお仕事を通して、タレントとして、ゲーマーとして成長していければと考えています。それを応援していただくことによって、これまであまりゲームをプレイしたことがないライト層の方に、eスポーツを実際にプレイする楽しさや、観戦する楽しさを広げていけたらと思っています。

③ 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。

- ・ ゲームが好きで、ゲーム関連のタレント業務などをしてみたいけれど、どうすればいいのかわからないという女性は多かったと思います。事務所では、これまで芸能やゲーム関連の仕事をしてきた経験と実績があるので、そういった方たちに活動の機会を提供できていると思います。
- ・ チームとして活動することで、このタイトルをプレイできる人、といった依頼のニーズに合わせ、人材を適切に派遣できるということがあります。
- ・ 事務所内のスタジオにPCなどの設備を用意し、チームでの配信を行っています。これによって、メンバーそれぞれの認知度の向上につながっていると思います。

- ・ チームにコーチがついているため、プレイング技術向上のメリットがあります。

④ 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。

- ・ ユニフォームなどの衣装費
- ・ ホームページなどの制作・運営費
- ・ PV・宣材などの撮影・制作費
- ・ グッズの制作費
- ・ 交通費

⑤ ④のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。

- ・ 立ち上げに際しては、事務所他部門の売り上げから投資をしていただきました。
- ・ 今後は出演料、グッズ販売などによって賄っていく予定です。

⑥ チーム運営上のご苦労や課題等ございましたら、教えてください。

- ・ チームの中には、これまでに芸能活動を経験してこなかった人間もいます。そういった方は、イベントなどで何を話したらいいか、何を言っはいけないか、業界のルールのようなことも含めて分からないことが多いです。スポンサーの意向にそった業務をこなす為の指導、教育というのは課題であり、現在も続けています。
- ・ メンバーそれぞれの SNS での活動に関して、こういったことは書かないようにしよう、こういったことを発信していこうというチェックや指導、管理も重要だと考えています。

(2) チーム運営に関わる業務内容

① チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。

- ・ 事務所部長：チームの責任者として、出演、ギャランティ交渉、スケジュール管理などを担当。
- ・ 事務所主任・現場責任者・映像スタッフ：現場での管理業務及び事務所部長のサポートを担当。映像撮影、制作なども兼任。
- ・ 現場マネージャー・デザインスタッフ：現場マネージャー及びグッズ制作デザインを担当。

② チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。

- ・ 必要な業務：放送、配信などの映像制作スタッフ、選手の健康・メンタルケア（女

性プレイヤーということで、ゲームのプレイ内容を批判されることが多いためです)

- ③ チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。
- ・ 放送、配信などの映像制作スタッフです。専門のスタッフがないので、配信、動画レベル向上のために必要だと感じています。
- ④ ③のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。
- ・ スタッフを募集する予定はありますが、予算的にも、制作と合わせてマネジメント業務や現場マネージャー業務を行える人材が望ましいです。具体的には未定ですが、これまでのつながりの中で、条件に合うような方を採用することになると思います。
- ⑤ e スポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。
- ・ 芸能事務所が運営し、タレント活動を行っているチームなので、これまでに蓄積した芸能活動の知識、経験は役に立っています。

(3) 今後の展開等

- ① チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。
- ・ 今後は、単独で MC やイベントなどのお仕事ができる人材をチームの中から育てていきたいと考えています。また、チームメンバーによって、タレント活動志望の人間や、ゲーム大会などに積極的に参加したい人間など、目指す方向性が様々です。それぞれが望む活動をしていけるように、事務所として、チームとして、サポートや応援をしていきたいと考えています。
 - ・ 女性限定の e スポーツ大会の企画・運営を予定しています。現在も女性プレイヤーがプロツアーに参加することはありますが、その中では結果を残せていないのが現状だと思います。他競技の麻雀や将棋などのように、女流の大会や、プロリーグなどが出来れば、女性が活躍できる機会がもっと増えてくるのではないかと考えています。
- ② 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力のお願い」に記載の通り、e スポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の

活動や、eスポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えください。

- ・ eスポーツチームの中には、金銭トラブルによって選手がチームを脱退してしまうことが少なくありません。eスポーツが話題になり、新規事業としてチームを立ち上げる企業などが増える中で、そういったトラブルが起こってしまう側面もあると思います。こういったヒアリングを通して、それぞれのチームが、人材環境の整備について考えることは大事だと思います。

2.2.6. 調査のまとめ

本調査は、eスポーツチームにおけるマネジメントの具体的な業務内容、チーム運営に携わる人材の課題等に関わる情報を収集することを目的として実施された。

調査の対象は10チームで、日本を代表する人気チームから、発足してから比較的歴史の浅いチーム、タレント活動中心のチームまで多様な属性の事例を収集することができた。調査項目はヒアリング対象者やチームのプロフィール、チーム運営情報、チーム運営業務内容、今後の活動意向などで構成されている。

本ヒアリングの回答者は、各チームの代表者やマネジメント担当者10名であるが、そのうち8名はeスポーツ経験者である。チームのマネジメントにおいて、その実績や知見、プレイヤー目線での考え方などが大いに役立っていると感じられる。また、チームの目標として「世界で戦うことができる」というテーマを掲げるチームが多く、eスポーツチームにおいては活動の範囲が国内だけでなく世界を見据えている事が伺えた。

チーム運営情報に関しては、まずマネジメント人材の状況に注目したい。チームの擁するマネジメント側の支援スタッフ数はチームごとにばらつきがあるが、10名を超えるプレイヤーに対して5人程度の支援スタッフが在籍しているケースが比較的多い。最も大規模なチームの事例ではプレイヤー数約40名に対して15名の支援スタッフが在籍している。10名程度のプレイヤーに対し、約20名の支援スタッフが就く事例も見られた。チームに不足しているものとして、即戦力スタッフ人材の確保をあげているチームが多く、他業界でのビジネス経験を持った人材や基本的なビジネスに関するスキルを持った人材に対する人材ニーズが見て取れる。新しく人材を教育する余力のあるチームはほぼないのが現状であることが伺える。また、チームによっては運営を周囲のボランティアスタッフなどに頼ることもあり、運営経費の不足分を代表の個人による持ち出しをしている場合も見受けられ、苦しい台所事情も見取れる。

次に、チームの活動原資の調達方法に注目したい。チームの収入は、スポンサー企業からの協賛金、YouTubeなどの動画配信による収入、全国各地で行われるイベント出演費、メディアなどへの出演費の主に4つに集約される。また、人気チームではチームに関連したグッズ販売も主な収入源となっている。eスポーツチームでは、オフライン・オンライン上での公の場への露出による収入獲得を行っている場面が多々見受けられ、このような場面での所属プレイヤーの立ち振る舞いやリテラシーは重要度が高い。チームマネジメントにおいては、プレイヤーのそのような場面での意識向上のため、プレイヤーとのコミュニケーションが重要と考えている事が読み取れる。また、マネジメント人材に求められる知識として、特に、映像配信やSNS等を活用した広報やマーケティングに関する知識・スキル・経験等の必要性が強調されており、これらはチームの活動原資の獲得等に直結する重要な課題であることが判った。

チーム運營業務内容については選手のスケジュール管理から、チームの広報、スポンサー企業への営業、マーケティング、そして場合によっては経費管理、法務などが挙げられた。現状、これらの対応を代表者やマネジメント担当者が一人で行っている事も多く、ヒアリング対象者は皆、極めて多忙な状況にある。スタッフの確保については一様に苦労しており、周囲にいる能力のある人材をスカウトすることもあれば、求人広告などを使う場合もあるなど様々である。

以上の通り、eスポーツチームにおけるマネジメント人材の不足という状況が本調査の中で明らかとなった。業界の課題としては各チームから、運営情報が整理されていないことや、eスポーツ分野のマネジメント教材の不足などが指摘されており、本調査や本事業の取組みへの期待も寄せられた。調査結果をもとに、eスポーツチームにおけるマネジメント業務やそこで必要とされる知識・スキルなどの整理を進め、教育プログラムの体系化を進めていく。

2.3. 評価指標事例調査

2.3.1. 調査の目的

エンターテインメント分野やビジネス分野等のチームマネジメント人材等の評価指標の先行事例を調査し、本教育プログラムにおける評価指標作成のための基礎資料を収集することを目的とした。

2.3.2. 調査の対象と実施方法

エンターテインメント分野・ビジネス分野等のチームマネジメントに関わる評価指標事例を、主にインターネット調査により 31 件収集した。

2.3.3. 調査項目

スポーツ分野、ビジネス分野、その他の分野の各事例について、マネジメント人材の役割、業務内容、必要な知識スキル等について調査した。

2.3.4. 調査結果

以下、本調査の結果を列記する。

2.3.4.1. スポーツ分野におけるチームマネージャー、クラブマネージャー等

(1) 総合型地域スポーツクラブ育成マニュアル クラブマネージャーの役割

○ 発行元

文部科学省 スポーツ・青少年局スポーツ振興課

○ 参照 URL

https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/club/029.htm

○ マネージャーの役割

- 会員が充実したクラブライフを送ることができるよう、会員の多様なニーズに的確に応えていくために、会員とのコミュニケーションを図り、常に会員のニーズの把握に努めるとともに、会員のニーズにあったプログラムを運営委員やスポーツ指導者等とともに開発することは重要な役割です。
- スポーツ指導者が実際の指導（コーチング）に専念できるように、また、活動プログラムが円滑に運営できるようにすることも、クラブマネージャーの大切な役割と言えます。
- クラブマネージャーは、**クラブの運営管理に関わる総務や財務、広報等あらゆる分野の専門的知識を有することが理想**ですが、すぐにすべてを兼ね備えた人を得ることは難しい場合もあるでしょう。したがって、クラブマネージャーを支える人が必要な場合もあるでしょう。地域には、スポーツ指導者や審判員としての資格を有した人の外にも、コンピュータによる情報処理に長けた人や会計業務の詳しい人等、様々な知識や経験、ノウハウや人脈をもった人が存在することが考えられます。こうした**人材をいかに発掘し、有効に活用・機能させることができるか**ということも、クラブマネージャーとしての一つの手腕であると考えてもよいでしょう。

○ マネージャーの業務内容

- クラブマネージャーとは、事業体としての総合型地域スポーツクラブ**全体の経営管理（マネジメント）を行う立場**にある人のことを指します。クラブの財務状況や会員数、活動プログラム、運営委員会と指導者、各種目別の活動状況など、クラブ全体について把握している人のことです。

○ マネージャーに必要なスキル

- 「現状を把握する」能力
クラブの活動を安定的に行い、発展させていくためには常に現状を把握することが重要であり、クラブを経営している地域では**どのようなスポーツニーズがあるのか、会員は何を求めてクラブに入会し、どのようなスポーツ指導者を求めているのか等、具体的な**

現状把握を行うことができる必要があります。

- 「説明する」能力

地域の団体や住民から様々な協力を得るためには、クラブの目的や活動について、わかりやすく説明することが重要であり、クラブの運営について、**会員はもちろんのこと地域の住民に対して、魅力的で訴求的なプレゼンテーション**を行うことができる必要があります。

- 「コミュニケーション」能力

クラブに対して多様なスポーツニーズと参加意欲をもった人や、子どもから高齢者まで多世代の人が会員となるクラブですから、会員のニーズを把握するとともに、クラブの理念を共有していくためには、**気軽に誰とでもコミュニケーション**をとることができる必要があります。

- 「調整する」能力

会員の多様なニーズに対応したクラブ運営をするためには、活動種目間や各協力団体等との調整が重要であり、会員や子どもの会員の保護者、スポーツ指導者、各協力団体の役員等と意見交換を行い、**クラブの目的に沿った安定的な活動を行うための課題を解決**していく必要があります。

- 「事務処理をする」能力

クラブには、会計処理・会員管理・施設の利用調整等の日常的な業務があり、様々な**事務処理を公正かつ円滑に遂行**していく必要があります。

(2) スポーツ経営人材要件に関する調査 報告書

○ 発行元

公益財団法人スポーツヒューマンキャピタル

○ 参照 URL

https://www.mext.go.jp/prev_sports/comp/a_menu/sports/micro_detail/_icsFiles/afieldfile/2019/07/05/1415564_05.pdf

○ マネージャーの役割

- 「ヒト」を含むスポーツ組織を目標に向けて動かす強いリーダーシップが求められ、既存のビジネスモデルからの脱却、ソリューション提案型へのビジネスモデルの構築など、これまでにない「カネ」の循環を生む仕組みづくりの「**経営戦略・事業構想力**」が必要となる。
- スポーツ組織の将来を短期・中期・長期の時間軸で設計できる**企画力とそれを実行するための「リーダーシップ・統率力・計画推進力**」が必要となる。
- 他者をもつ専門性やスキルを見極める目利き力と組織内部・外部から人材を調達する「**人材・組織マネジメント力**」が必要である。

○ マネージャーの業務内容

- チケットやグッズ販売、スポンサー獲得を担う「**マーケティング・営業力**」が必要となる。
- 「人材・組織マネジメント力」や「**法務・労務知識・リスク管理力**」など組織内部でその専門性を生かすことになるスキルが必要となる。
- 興行データやファンの動向などを分析する IT を含む「**データサイエンスの知識**」を生かしてスポーツ組織の現状の課題やスポンサーやファンの傾向、ニーズを察知することもミドル・マネジメントの層に求められている。

○ マネージャーに必要なスキル

- トップマネジメント人材に要求されるマインドセット
 - スポーツ組織がもつ価値や**ポテンシャルの発見**
 - 組織が目指すべきビジョンと**アイデンティティの策定**
 - 経済的な価値以外の**付加価値の実現**
- ミドル・マネジメントに必要なマインドセット
 - 苦難に直面してもへこたれない**精神的な強さ**
 - 職務に対する**モチベーションの維持**
 - 組織内でチャンスをつかむ**向上心**

- トップ・ミドルに共通して必要なマインドセット
 - 組織のビジョンとアイデンティティの共有
 - 全ステークホルダーの便益の総和の最大化
- 一般的なビジネススキル
- スポーツ特有のビジネススキル

(3) スポーツマネジメントとは

○ 発行元

尚美学園大学

○ 参照 URL

<https://www.shobi-u.ac.jp/special/newfaculty2020/sports/about.php>

○ マネージャーの業務内容

- ビジネス

一部の熱狂的なファンだけでスタジアムを常に満員にすることは難しく、経営状況も上向きにはなっていきません。ビジネスとして成立させるための課題は、**新たなファンをいかに獲得できるか**です。子ども、女性、お年寄りなど、関心がなかった人でもスタジアムに足を運びたいというアイデアが鍵になります。無料招待券の配布、所属選手との撮影会、家族で参加できるアトラクションの開催、B級グルメを集めた屋台の設置…。様々なきっかけや機会を用意することで地域住民の心をつかみ、年間の来場者数が数倍になったケースもあるのです。

- イベント

身体を使って対戦する競技だけが、スポーツではありません。最近よく耳にするのが「**e-sports**」です。エレクトロニック・スポーツの略で、ネットワークを介して複数のプレイヤーがコンピューターゲームで対戦する競技の総称です。

サッカーゲームのほか、キャラクターを選択して行う格闘系ゲームなどもあり、数々の競技タイトルでイベントが開催されています。世界中の若者がゲームという共通言語でつながり、スポーツがもつ競技性が熱狂させるムーブメントを生み出しているといえるでしょう。なかにはゲームプレイヤーが全世界で月間1億人を突破し、賞金総額が数十億円となったイベントもあるといいます。つまり、ビジネスチャンスを見出してスポンサーとなる企業も多いわけです。

世界から見れば日本はまだまだ e-sports の発展途上国ですが、国民体育大会（国体）の種目として採用が予定されるなど注目度が高まっています。新しい概念の「競技スポーツ」の可能性を研究し、イベントの開催やプロモーションなどに携わる。スポーツで社会を動かしていく選択肢のひとつです。

- エンターテインメント

趣味がスポーツ観戦という人にとって、試合の模様をライブストリーミングなどで楽しめる「**動画配信サービス**」は日常生活に欠かせないものといえるでしょう。

スポーツ番組を決められた時間帯にテレビやラジオでしか楽しめなかった時代から、世界中で開催されている試合のなかから観たいスポーツ番組を通学・通勤途中でもスマートフォンで楽しめる時代へ。お気に入りの番組をダウンロードして、好きなタイミング

で視聴できる。試合開始や選手が活躍したことをタイムリーに知らせてくれる。そんな機能の充実ぶりも、サービスの契約者数が増えつづけている要因になっているといえます。さらに視聴者の満足度を上げていくためには、**優れたサービスを提供できる専門スタッフ**の力量が問われます。

○ マネージャーに必要なスキル

- マーケティング

ブランドイメージが社会で認知され、多くのファンを獲得するまでには、長い年月がかかるもの。しかし、アメリカのあるスポーツ用品メーカーは、創業後 20 年ほどの間に急成長を遂げ、近年で最も成功したスポーツブランドといわれるまでになりました。勝因は、商品にほかのメジャーブランドとは明らかに違う価値を与えたこと。競技者しか着ることのなかったスポーツウェアを、普段着のファッションとして着こなす。そんなスタイルの提案が若者たちに受け入れられて人気が沸騰し、日本でも新しいカルチャーとして広がったわけです。

スポーツ用品メーカーの「商品マーケティング」や「ブランド戦略」を研究する。そして、新しいトレンドを発信するために「文化」について深く理解し、**商品企画や開発、プロモーション**を行います。

- データ分析

感動を与えるプレイが生み出される背景には、トップアスリートだけに見られる筋肉の使われ方や特徴的なフォームといった数々の秘密が隠されています。それらを上手くなり、強くなるポイントとして伝えるとき、“こんな感じ”“あんなイメージ”といった感覚的な言葉で表現しても、相手を納得させる説明になりません。

秘密を「**データ分析**」によって解明し、誰にでもわかるように**可視化**する。自分の言葉で根拠のある解説ができるようになる。それがスポーツ科学のもつ力です。

近年では、勝利をつかむ上でも欠かせないものとなりました。選手個々の特長を科学的に分析するだけでなく、試合の展開そのものを数値化・可視化することで、ゲームプランを構築するような場面にも活かされています。

- 教育・指導

身体や心を元気にするという役割も担っているスポーツ。そのキーパーソンになるのが、確かな「**教育・指導**」を行える**エキスパート**です。その代表的な職業として思い浮かぶのは、保健体育の教員。子どもが好きな人なら、幼児を対象とした体育教室の指導員やジュニアスポーツのコーチに憧れる人も多いでしょう。

大人への教育・指導であれば、身体のコンディションを整えるスポーツトレーナーも興味の対象かもしれません。一方で、注目すべき社会のトレンドとしては、健康に強い関心をもつ人が増え続けていること。ダイエットやシェイプアップに投資し、短期間での効果をアピールするスポーツクラブなどの人気は高まるばかりです。スポーツインスト

ラクターには、筋力の強化だけではなく、食事の管理など病気を予防するための専門知識も求められる時代といえるでしょう。

(4) 益財団法人 日本体育協会公認マネジメント資格養成事業について

○ 発行元

日本体育協会

○ 参照 URL

https://www.japan-sports.or.jp/Portals/0/data/ikusei/doc/Management/H27%EF%BC%8F2015/2015.05.15%20setsumeikai/05_managementshikaku.pdf

https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/sports/017/shiryo/_icsFiles/afieldfile/2013/09/05/1337225_5.pdf

○ マネージャーの役割

- 総合型地域スポーツクラブなどにおいて、クラブの**経営資源を有効に活用**し、クラブ会員が**継続的に快適なクラブライフを送る**ことができるよう健全なマネジメントを行う。クラブの運営が円滑に行われるために必要な**スタッフがそれぞれの役割に専念できるような環境を整備**する。

○ マネージャーの業務内容

- 地域スポーツクラブにおいて、クラブ会員が継続的に快適なクラブライフを送ることができるよう健全なクラブ経営を行う。
- 地域スポーツクラブの活動が円滑に行われるために必要な競技別指導者、フィットネス指導者、メディカル・コンディショニング指導者などのスタッフが、それぞれの役割に専念できるような環境を整備する。

○ マネージャーに必要なスキル

- スポーツに関する基礎的知識
- 地域スポーツクラブ**創設のためのマネジメント能力**
- 地域スポーツクラブの健全な**経営のためのマネジメント能力**
- **事業の計画立案能力、各種資源の調達活用能力、情報収集・分析能力**
- 日本体育協会公認クラブマネージャーの専門科目カリキュラム

コミュニケーションスキル	ロジカルシンキング（論理的思考法） コミュニケーション
マーケティング	マーケティング スポーツ・プロダクト
経営戦略	スポーツクラブ経営の戦略
運営	人・組織のマネジメント 施設の管理と運営 スポーツクラブの安全管理 ホスピタリティ
財務	クラブ経営と財務・会計
評価	事業計画書の作成

(5) 総合型クラブで活躍する公認クラブマネージャー

○ 発行元

日本スポーツ協会

○ 参照 URL

https://www.japan-sports.or.jp/Portals/0/data/kurabuikusei/MailMagazine/H28/MM131_CMzadankai.PDF

○ マネージャーの役割

- クラブマネージャーの大事なことは**人をつなげていく**ところです。それはクラブの中だけじゃなくて、当然地域の中をつなげていかなくはなりません。総合型クラブのマネージャーはあえて地域に出て行かなければなりません。
- これからの**人材を育てて**いかなければなりません。中学生や高校生のときから地域と一緒にやっていくようにすれば、その子たちが大きくなってクラブで活躍してくれます。

○ マネージャーに必要なスキル

- 現実的な計画
大きな夢を追いかけるためには、同時に**現実的な計画**がなければいけません。
- 前へ進む力、推進力
マネージャー個人でも、組織としても、前へ進む推進力は必要です。ちょっとずつでも**前に行くという気持ち**が行政や地域の人たちにも伝わって、「行こうか!」という雰囲気ができます。
- たくさんの仲間
現場だけではなく、経理ができる人など様々な人がいてプロジェクトが進められます。
- 人と話す、会話術
- 人に頼る
人に任せたほうがいいときは、人に頼むことで次に広がり、役員さんたちにも理解してもらえます。
- 先を読む
情報を集めたり、将来の理想をイメージしたり、**一步先のことを読んで行動**します。
- 多くの情報の中から、自分の地域に合ったスタイルを見つける
客観的に見て「こういうケースだったらこのクラブとつなげば良い結果になるかな」と提案できるスキルが必要です。
- ファシリテーション能力

理事会で情報の共有をするときに、ホワイトボードで**可視化**してみんなで考えるような能力が必要です。

- 経理・会計

経理・会計の専任の方がいたとしても、よりクラブ運営を理解するためにマネージャー自身が身につけた方が良いです。

- 伝える力

思っていることをちゃんと伝えることは、みんなで考えていくために必要です。

- あきらめない実行力

最初の頃に抱いていた**夢を大事にして実行**することが大切です。

(6) フィットネスクラブ・マネジメント技能検定 試験概要

○ 発行元

一般社団法人 日本フィットネス産業協会

○ 参照 URL

<https://fcm-test.jp/overview/>

○ マネージャーの業務内容

- 店舗経営に関する与えられた課題について、次に掲げる事項に関する知識を個別状況に応用し、**優先順位等を的確に判断しながら創造的・論理的で実行可能性のある解決策を立案**できること。

①戦略・組織

②営業戦略・営業管理

③マーケティング

④計数・損益管理

⑤人的資源管理

⑥経営情報システム

⑦リスクマネジメント

⑧施設・設備管理

- 次に掲げる事項について、状況に即して適切な対応ができること。

①状況に即して顧客への**臨機応変の接客対応**ができること

②**顧客管理に関する戦略**を立案し、その実行管理ができること

③**クレームを受けた場合にその原因を突き止め、適切に対処するとともに、事後の改善**につなげることができること

○ マネージャーに必要なスキル

- 健康づくり

(1) 健康施策の概要と動向

(2) 生活習慣病とその予防

(3) 栄養・運動・休養

(4) 高齢者の健康づくり

- 運動、トレーニングの基礎

(1) 運動生理学の基礎

(2) トレーニングの基礎

(3) 救急処置

- フィットネス産業概論

- (1) スポーツ産業概論
- (2) フィットネスクラブ概論
- 店舗マネジメント
 - (1) 戦略・組織
 - (2) 営業戦略・営業管理
 - (3) 品質管理
 - (4) マーケティング
 - (5) 売上・損益管理
 - (6) 人的資源管理
 - (7) ICT／情報システム
 - (8) リスクマネジメント
 - (9) 施設・設備管理
- 顧客マネジメント
 - (1) 顧客対応と接客の心構え
 - (2) 顧客管理
 - (3) クレーム対応
- 関連法規
- 安全衛生

(7) 新しい公共を創るクラブマネージャーのあり方について

○ 発行元

体育・スポーツ経営学研究

○ 参照 URL

<https://jsmpes.jp/content/files/article/h26/problem-nishimura.pdf>

○ マネージャーの役割

- 既存のシステムの枠を越え、新しいドメインをひらく
- 非営利組織のリーダー、組織の規範となる存在
- みなが能動的に動く市民社会をつくる
- 多様な協働のネットワークを構築する

○ マネージャーに必要なスキル

- **経営の専門家**(プロフェッショナル)としての能力
- **地域スポーツの演出家**(プロデューサー)としての能力
- **地域活性化の推進者**(ファシリテーター)としての能力
- **企業家精神**がある

- 実践現場で認識されているクラブマネージャー像

クラブマネージャーが、新しい公共を創るという「役割」ではなく、次に示すような資格の有無や、toto 助成事業の要件を満たすかという「形式」として捉えられがちである。

- ・ 公認クラブマネージャーや公認アシスタントマネージャーの有資格者
- ・ 各種クラブマネージャー養成講習会の修了者
- ・ クラブマネージャー（正）として、toto 助成の対象者になっている者

本来であれば、クラブマネージャー資格の有無や toto 助成によるクラブマネージャーの設置要件に拘らず、**当該クラブマネージャーが行っている業務内容が新しい公共を創りだすことに貢献している**かどうか重要である。また、toto 助成の要件となる各種養成講習会は、クラブマネージャーとして、新しい公共を創るための資質を向上させることを趣旨に開催されている。しかしながら、クラブマネージャー資格制度や toto 助成事業の総合型クラブの運営への影響、とりわけ財源面に及ぼす影響の大きさが、上記のような認識の隔たりを見えにくくしている。

(8) レクリエーション・コーディネータ

○ 発行元

日本レクリエーション協会

○ 参照 URL

<https://www.recreation.jp/shikaku/top/list/rc>

○ マネージャーの役割

- さまざまな分野で、スポーツや集団遊び、野外活動といったレクリエーション活動を効果的に活用しながら、「こころの元気づくり」を進めていく。
- 子どもたちの協調性やコミュニケーションの向上のために集団遊びを展開することや、高齢者が自立した生活を送れるよう、生きがいつくりや健康増進のためのプログラムを提供すること。

○ マネージャーの業務内容

- 事業の「企画・展開力」

多様な遊びやスポーツ、趣味、生涯学習活動を多くの人を楽しみ、笑顔で過ごせるような事業に形づくる「**企画力**」、企画した事業をスタッフや周囲の人の協力を得ながら実現させていく。

- スタッフをまとめ、周囲の協力を得る「グループリーダー力」

スタッフひとり一人が役割意識を持ち、協力しながら事業成功に向かうように導く「**グループワーク力**」、地域の人々やグループが積極的に協力してくれるようになる「**ネットワーク力**」、「**プレゼンテーション力**」、スタッフに適切なプログラム運営のアドバイスができる「**インストラクション力**」が求められる。

○ マネージャーに必要なスキル

- 職域や地域の課題やニーズを把握する**マーケティング力**
- ニーズの高い事業を企画し、**継続して展開していく力**
- PDCA サイクルに沿って**事業を推進する力**
- **事業を成功に導く**グループリーダーとしての力
- 人材や団体の**協力を結び付けられる力**
- 事業、人材、資金を獲得するための**プレゼンテーション力**
- 安定した**組織を築くマネジメント力**

(9) クラブマネジメントスペシャリスト資格

○ 発行元

全米エクササイズ&スポーツトレーナー協会

○ 参照 URL

<https://www.nesta-gfj.com/specialist/clubmanagement.html>

○ マネージャーの役割

- マネージャーとは、文字どおり「マネジメント」をする人であり、そのための専門スキルが必要とされています。

○ マネージャーの業務内容

- マーケティングとプロモーション

コンセプトの策定、会員・料金の制度設計、プログラムの計画、**効果的な集客策の策定**を行います。

- オペレーション

フロントデスク業務、マシンのメンテナンス、予約・ロッカールーム、お客様対応、アンケートなど幅広い業務を行います。

- 財務管理

収支予算、**財政的な予測と資金繰り**、補償、会費支払、クレジットカードの利用、経費の支払い、監査などの業務を行います。

- ショップ経営

お客様に喜んでいただけるショップ作り、仕入れから販売までの流れの管理、**スタッフの指導**などを行います。

(10) JFA スーツマネジャーズカレッジ

○ 発行元

日本サッカー協会

○ 参照 URL

<https://www.jfa.jp/smc/satellite.html>

○ マネージャーに必要なスキル

- ビジョン

組織にとって、**明確な将来のビジョン**は重要です。ビジョンがあるから、現状の改善があります。そのプロセスこそマネジメントです。

- 環境分析

今日の**社会全体を様々な視点から分析**し、今、社会がスポーツに求めていることを考えます。

- コミュニティデザイン

ファシリテーションなどチームビルディングのスキルをと併せて、「クラブ」というコミュニティをデザインしていきます。

- SWOT

SWOT(強み・弱み・機会・脅威)という枠組みを通じて、自組織と外部環境を分析し、**戦略立案**を行います。

- 行動計画

ビジョン実現のための行動計画を、やりたいこと「Will」、できること「Can」、求められていること「Need」、という枠組みで考えます。

- 目標管理

ビジョン実現に向けた行動計画を時系列で整理し、より具体的な行動計画にします。

(11) 全国スポーツクラブマネージャー養成（資格認定）講習会開催要項

○ 発行元

日本スポーツクラブ協会

○ 参照 URL

http://jsca21.or.jp/pdf/24TH_SPORTSCLUBMANAGER_8TH_YOUKOU_V2.pdf

○ マネージャーの役割

- クラブの創設
- クラブの維持
- クラブの運営
- クラブの広報宣伝
- クラブの資金調達
- スポーツ行政・団体の連絡調整
- 接客サービス
- 飲料部門の経営管理
- スポーツ施設運営管理
- スポーツ事故防止活動

○ マネージャーの業務内容

- スポーツクラブの**マーケティング**
- スポーツ施設のメンテナンス
- スポーツクラブの**資金調達・管理**
- **スポーツリスクのマネジメント**

○ マネージャーに必要なスキル

- **ホスピタリティマネジメント**
- **マーケティング**
- **コミュニケーション**

2.3.4.2. ビジネス分野におけるチームマネージャーなど

(1) マネージャー

○ 発行元

BizHINT

○ 参照 URL

<https://bizhint.jp/keyword/80544>

○ マネージャーの役割

- 一般的に「マネージャー」は、「**組織やチームの成果に対して、責任を負うべき者**」と定義されています。また、企業におけるマネージャーは専門家の側面を有しており、経営管理やトップマネジメントを託された経営に関わる人材もマネージャーとして定義されます。
- 経営に関わるマネージャーには、**強いリーダーシップを発揮する指導者**としての役割が与えられます。
- 組織の統括・管理
組織には、マネージャーやリーダー以外にも多くの従業員が属しています。多様性に富んだ**従業員ひとり一人の強みに焦点を当て、成果を出させること**がマネージャーの力量です。
- 部下の育成・指導
部下の多様性と価値観を尊重し、その資質を最大限に発揮して成果をあげさせることもマネージャーの重要な役割のひとつです。それぞれの業務やタスクに必要な知識や経験を与え、**適切な指導・育成**の責任を負わなければいけません。
- 組織の成果への責任
マネージャーに課せられた最終的な目的は、**組織としての成果**をあげることです。
チームやプロジェクト単位での業務遂行は、多様性に富んだ従業員の弱みを補えるという強みがあります。部下やチームメンバーの適性や能力を把握し、**適材適所に人員配置**することで、組織としての生産性を飛躍的に向上させることが可能です。
- 責任感のある意思決定
マネージャーには他のメンバーの努力や想いをしっかりと認識し、その都度、**最適かつ迅速な意思決定**が求められます。

○ マネージャーの業務内容

- マネージャーには部下の統率や育成・指導、意思決定などの権限が委譲され、業務遂行能力、対人関係能力、概念化能力が求められます。

○ マネージャーに必要なスキル

- 業務遂行能力(テクニカル・スキル)

業務遂行能力とは、業務や仕事を適切に遂行するための能力を指し、《**知識・分析力・論理力**》の3つの能力によって構成されます。

マネージャーにはさまざまな場面で意思決定を下す機会に直面するため、その都度、課題や問題を明確にし、本質を捉える分析力が求められます。また、解決策や方向性を修正する上でも**分析結果を論理的に組み立てていく力**も必要です。論理力は理論や考え方だけでなく、業務を通して、培ってきた知識と経験を基に構成されます。

- 対人関係能力(ヒューマンスキル)

役職に関係なく、仕事に携わる際は、必ず他者との協働が求められます。

マネージャーに至っては、部下やチームメンバーはもちろん、直属の部門管理者や関係部門、経営者など関わる範囲が広がります。そのため、マネージャーを担う人材は、より**ハイレベルな対人関係能力**を求められます。

日頃から「**コミュニケーション能力**」、「**コーチング力**」、「**ヒアリング力**」を発揮しつつ、部下やチームメンバーとの信頼関係を構築しておくことが、事業に関わる人全てを巻き込み、期待以上の成果を達成するための要因となります。

- 概念化能力(コンセプチュアル・スキル)

コンセプチュアル・スキルとは、複数存在する物事や事象を概括的に捉え、共通項を見つけ出す能力を指します。

複雑な事象の概念化は、重要な局面での意思決定を行なうための本質を捉える重要な能力です。このコンセプチュアル・スキルは《**計画力・判断力・統率力・理解力**》で構成されており、ビジネス現場でも重視されています。

組織の成果を担うマネージャーは、仕事における羅針盤ともいえる**計画立案**を行い、**効率性の向上、課題や問題点の洗い出す計画力**が求められます。分析作業や論理構築作業を通じた計画は、効率性や確実性を追求するためにも欠かせないものといえます。

また、マネージャーは現場の結節点として組織を管理する立場にあるため、問題や課題、進行状況などを把握した上で、その都度、判断を迫られます。誤った判断を回避するためにも、**徹底された分析力・論理構築の基に正しい判断**を下さなければいけません。

(2) マネージャーに求められる資質とは？具体的な役割や心構えも解説！

○ 発行元

クラウドソーシング TIMES

○ 参照 URL

<https://crowdworks.jp/times/team/3800>

○ マネージャーの役割

- マネージャーとは、「**チームの生産性を最大限に高める**ことを目的として、**チームのメンバーを管理する者**」を意味します。一般的には「管理職」を指す場合が多く、基本的には、組織やチームのマネジメント、メンバーの指導や育成を行うポジションです。そのため、マネージャーには業務管理能力や人材育成能力、モチベーション管理能力などが求められます。
- マネージャーの役割は、**組織やチームメンバーの管理・育成**です。一方、リーダーの役割は、組織やチームの目標を設定し、目標を達成するまでの道筋を立てる人となります。

○ マネージャーの業務内容

- 目標の設定・共有
マネージャーの大きな役割のひとつは、チームの**具体的な目標設定とメンバーへの共有**です。ゴールが明確になることで、メンバー全員が同じ方向を向けるようになり、チームに団結力や一体感が生まれます。また、チーム全体の目標を設定した後は、メンバー一人ひとりの目標も与えるようにします。
- プロジェクトの管理
プロジェクトの管理も、マネージャーの大切な役割です。常にプロジェクトや各種業務の**進捗状況を把握**し、チームをまとめ、動かさなければなりません。また、メンバーのスキルや特徴を見極め、**適材適所に仕事を振り分ける**必要があります。そのため、マネージャーには、業務管理能力や対応能力・修正能力が求められます。
- メンバーの教育・育成
マネージャーは、業務の管理だけでなく、**メンバーや部下の教育・育成**も行わなければなりません。メンバー一人ひとりの成長は、チームや企業の発展に直接つながります。そのため、経験の浅い若手メンバーにも積極的に仕事を任せ、経験を積ませます。

○ マネージャーに必要なスキル

- 業務管理能力
マネージャーは、チームの目標を達成するために、チーム全体の業務管理を行います。業務管理に失敗するとチームの目標を達成できないうえ、メンバーからの信頼も失いか

ねません。そのため、マネージャーには**高度な業務管理能力**が求められます。

- 戦術思考・戦略思考

マネージャーには、「**戦術思考**」と「**戦略思考**」が求められます。ビジネスにおける戦術思考とは、端的に言えば「いかに効率よく目的を達成するか」を考えること。一方で、戦略思考とは「チームの資源をどこにどれだけ投入するか」を考えることです。メンバーにも戦術思考は必要ですが、マネージャーの場合は、戦術思考と戦略思考の両方が必要です。

- コミュニケーション能力

マネージャーがチームをまとめるうえで、コミュニケーションが重要なのは言うまでもありません。チーム内でのコミュニケーションが活発になると、信頼関係が構築され、団結力も高まります。メンバー一人ひとりと向き合い、**積極的にコミュニケーション**をとります。

(3) マネジメントとは？ 定義、目的、例、マネジメントに必要なスキル、種類、マネジメント能力の向上方法について

○ 発行元

カオナビ

○ 参照 URL

<https://www.kaonavi.jp/dictionary/management/>

○ マネージャーの役割

- 組織が果たすべきミッションを達成する

社会に貢献するため、それぞれの組織に特有の目的とミッションを把握し、使命を果たすことが求められています。適切なマネジメントによって**目標を達成**し、成果を上げ、組織の維持・発展を目指す役割を持っています。

- 組織で働く人を生かす

組織は、働く人たちに仕事を通じて**自己実現**できる機会や対価・地位を与え、マネジメントすることで一人ひとりの強みを業務に活かし成果を上げていきます。組織で働く人たちはその与えられた場で、自己実現を目指すのです。

- 社会に貢献する

組織は社会のためにあるので、社会が求めるニーズに応える必要があります。また、目標の達成は、最終的に**社会貢献**にならなければなりません。

○ マネージャーの業務内容

- 部下の**動機付け**

部下の仕事に対する意欲を引き出し、組織内で協調しながら能力を発揮して積極的に仕事に取り組めるような、環境づくりと動機付けを行う必要があります。

- **目標の設定**

部下の実力を存分に発揮させるには、一人ひとりに適した仕事を与え、どの方向に向けて努力すべきかを丁寧に説明してミッションを正しく理解してもらうことが重要です。管理職は、部下へ仕事を割り振る前に、部下の能力をどの方向に伸ばすべきなのかを見定め、育成目標を設定する必要があります。

- 適切な指導

部下の仕事内容を把握する、部下が発するさまざまなシグナルを敏感に察知して、相談に応じたりアドバイスをしたりするなどの**精神的なサポート**や将来やキャリアを見据えて、自主的に成長していけるような**指導・育成**が求められます。

- 評価・フィードバック

部下を育成する上で、定期的に部下の仕事内容や業績を評価し、フィードバックして改

善点を認識してもらうことはとても重要です。**適正な評価**は、部下の業務に対する動機付けや**モチベーションアップ**にもつながります。

また部下は、具体的なフィードバックを受けることで、組織が目指す方向性を改めて認識し、自身の役割や位置付けを理解できます。管理職が部下と**意思疎通**して**課題を共有**し合えば、必要なときに指導に活用できますし、部下の成長も促せます。

○ マネージャーに必要なスキル

- 意思決定のスキル

より良い決断には、異なる意見が出たり見解が対立したり、さまざまな案が挙げられたりする中で選び抜いた**意思決定**が求められます。多様な意見や見解、複数の選択肢が出てこないときは、意思決定自体を見送る決断も必要です。

またマネージャーには、組織の目標に沿った**明確なビジョン**が求められます。判断がぶれば部下に不信感を与え、組織を統率する力も弱まってしまいます。

- コミュニケーションのスキル

マネージャーは組織全体の目標を掲げ、そこに向かうための方法を示し、受け手である部下に自分の考えをきちんと理解してもらわなければなりません。

また、**コミュニケーション**は一方向的なものではなく双方向に成されるもの。**相手の意見を傾聴**し、相手の考えを理解しながら情報を伝えるといったようにお互いが納得して受け入れられるように進めることが重要なのです。

- 管理のスキル

仕事で成果を上げるのに必要とされる管理スキルには、以下の3つが挙げられます。

- **目標の達成**に向けて、組織を適切に機能させる
- **生産性を高める**ために、適切な事柄を適切に実施
- 仕事の基準を高め、組織が成す**仕事の精度を上げていく**

これらを実現するには評価測定が重要です。成果は、一人ひとりに適切な仕事を割り当て、それぞれが得意な分野で力を発揮することで上がるもの。定期的に評価・フィードバックして仕事に活用することが求められます。

- 分析のスキル

組織の未来を創造していくには、経験値や勘に頼って対処するのではなく、客観的な視点から検証し、アクションを起こしていかなければなりません。

そこで重要になるのが分析のスキルです。組織の目標を達成し、成果を上げるには4大経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報、これまで蓄積されてきた知恵や知識、技術などの資産や資源、リスクの**分析および管理**が必要です。

(4) マネジメントとは？事例でわかるマネージャーの4つの業務

○ 発行元

Senses Lab.(センシズラボ)

○ 参照 URL

https://product-senses.mazrica.com/senseslab/management/what-is-management?utm_source=senseslab&utm_medium=text&utm_campaign=management-skill-1

○ マネージャーの役割

- **組織の目標を設定**し、目標を達成するために業務だけでなく、お金や人といった**経営資源を管理**しなければなりません。
- マネージャーの役割は自分の業務だけではなく、**組織を管理**することです。
- お金だけではなく組織メンバーのモチベーション含めて、組織の進むべき方向に必要な力、全てを管理して「**成果**」に**繋げる**ことが求められます。
- 成果をあげる上で、特に重要なことは**部下の指導と育成**です。

○ マネージャーの業務内容

- 部下に仕事を任せられる環境を作る
部下の育成は当たり前ですが、そのための意欲を引き出す**モチベーション作り**が大切です。
マネージャーは部下に仕事を渡すだけではなく、部下がチーム内で働きやすいように動機づけすることが必要です。
- 目標を設定し組織としてビジョンを示す
自身のやっている仕事かどの方向に向かっているのか、マネージャーが示してあげる必要があります。
ビジョンを共有することで部下の組織へのコミットが高まります。
- 部下に適切な指導を行う
任せた仕事に対して「なんで出来ていないんだ？」と叱咤することが指導とは言えません。**部下が成長**するように業務の何が問題なのかを意識させる必要があります。
また、**精神的なサポート**も必要です。
- 目標に対するフィードバックを行う
部下と定期的に仕事内容や業務の進捗を確認し、改善ポイントをフィードバックします。
言いやすい組織風土を作ることで、部下との**コミュニケーション**が密な組織が形成されます。

○ マネージャーに必要なスキル

- 的確な意思決定を行う

マネージャーの判断がぶれると部下への不信感を与えてしまいます。

マネージャー自身が**自己ビジョン**を強く持ち、それに基づいて**意思決定**をすることで組織を引っ張る力が増加します。

- コミュニケーション能力を磨く

受け手は理解してくれているか、そもそも受け入れられるのか、何を期待しているのかを理解しなければなりません。

コミュニケーションの受け側が部下でも、取引先でも同様ですが、「受信する側」について理解して**コミュニケーション**を取ることが重要です。

- 管理能力を高める

組織が立てた目標に対して、**現状を把握**し軌道修正が必要なのかどうかを判断します。

「管理する」とは仕事を部下に与えて、あとは叱咤激励するのではなく、現状を把握し今後の軌道を修正することを指しています。

- 経営に関する知識を活用する

経営の知識を使えば全て物事が上手くいくことはありませんが、**経営課題を認識**しその本質を見る力が必要です。

これさえ学べば素晴らしいマネージャーに慣れるという万能薬はありません。複数の要素が関係してきます。

(5) ドラッカーのマネジメント論！必要な能力5つ

○ 発行元

識学式リーダーシップ塾

○ 参照 URL

<https://leadership.shikigaku.jp/152/>

○ マネージャーの役割

- マネージャーの資質である「**真摯さ**」について

マネージャーは、人という特殊な資源とともに仕事をする。人は、ともに働く者に特別の資質を要求する。

人を管理する能力、議長役や面接の能力を学ぶことはできる。管理体制、昇進制度、報奨制度を通じて人材開発に有効な方策を講ずることもできる。だがそれだけでは十分ではない。根本的な資質が必要である。真摯さである。最近、愛想よくすること、人を助けること、人づきあいをよくすることが、マネージャーの資質として重視されている。そのようなことで十分なはずがない。

事実、うまくいっている組織には、必ず一人は、手をとって助けもせず、人づきあいもよくないボスがいる。この種のボスは、とっつきにくく気難しく、わがままなくせに、しばしばしばしば誰よりも多くの人を育てる。好かれている者よりも尊敬を集める。**一流の仕事**を要求し、**自らにも要求**する。基準を高く定め、それを守ることを期待する。何が正しいかだけを考え、誰が正しいかを考えない。真摯さよりも知的な能力を評価したりはしない。

真摯さとは、部下のモチベーションを高めることや好感を得ることではなく、部下の仕事ぶりを**厳しく成果で評価**することである。

○ マネージャーに必要なスキル

- 目標を設定する能力

目標には、はじめから**チームとしての成果**を組み込んでおかなければならない。それらの目標は、常に組織全体の目標から引き出したものでなければならない。組み立てラインの職長さえ、企業全体の目標と製造部門の目標に基づいた目標を必要とする。

目標設定の観点について以下をあげている。

- 短期的目標
- 長期的目標
- 無形の目標
- 部下の仕事ぶりや態度における目標
- 社会に対する責任についての目標

- 組織化する能力

マネージャーは、自らの資源、特に人的資源の**あらゆる強みを発揮**させるとともに、あらゆる弱みを消さなければならない、これこそ真の全体を創造する唯一の方法である。資源が何かを常に考え、**資源を強い力に変え**、弱みを削ぎ落としながら、**全体の組織を昇華させる力**が、マネジメントには必要である。

- コミュニケーション能力

コミュニケーションとは、知覚であり、期待であり、欲求であり、情報法ではない。受け手の知覚能力を考慮しなければ、コミュニケーションは成立しません。コミュニケーションは期待しているものは受け入れられ、期待されていないものは避けられます。相手の期待を知ること、期待を利用することができる、と考えているのです。

コミュニケーションは、相手の欲求との合致に左右され、また、コミュニケーション力次第で、欲求を変えることもできます。そして、コミュニケーションは単に情報を与えることではなく、きちんと知覚させることが大事であるという考え方です。

相手の期待や欲求を理解し、利用しながら、知覚レベルに落とし込むコミュニケーションを行う力がマネジメントに求められる。

- 評価測定能力

人には、それぞれの理想、目的、欲求、ニーズがある。いかなる組織であっても、メンバーの欲求やニーズを満たさなければならない。この個人の欲求を満たすものこそ賞や罰であり、各種の奨励策、抑止策である。

組織に属する人の欲求やニーズをきちんと評価し、評価に対する具体策を管理することで、組織で働く人は自らの位置付けや役割を理解していく。

- 問題解決能力

あらゆる決定と行動において、ただちに必要されているものと遠い未来に必要とされているものを調和させていくことである。

問題とはネガティブな壁ではなく、**組織が成果を出すために考えられるあらゆる可能性**です。

(6) マネージャーとは？ 背景、リーダーとの違い、種類やタイプ、マネジメントやマネジメントスキルについて

- 発行元
カオナビ

- 参照 URL
<https://www.kaonavi.jp/dictionary/manager/>

○ マネージャーの役割

- マネージャーとは、管理や運営など、目標に向かって誰もが能力を発揮できるようサポートする人のことで「自分で仕事をするのではなく、人に仕事をさせる人」を指します。
- マネージャーが人材や組織を管理・運営し、陰ながら支えることで各メンバーの能力や資源の活用が進み、業績の向上が目指せます。

○ マネージャーの業務内容

- 企業におけるマネジメントとは、人材育成や組織が定めた**目標に向かう**べく、運営といった形でサポートすることです。
- マネージャーは組織における人材に関わる職務を管理し、部下の教育から仕事の評価までを行います。
- 組織を1つの目標(同じ方向)に導き、プロジェクトの達成を目指していきます。

○ マネージャーに必要なスキル

- スキル管理

スキル管理とは企業に属する人員の持っている**スキルを可視化**し、管理することです。スキル管理は、企業側が共有情報として適宜確認できる状態であることが望ましいと考えられています。それにより企業では、人員それぞれのスキルを把握しやすいだけでなく、管理もしやすくなります。

スキル管理は、人事異動を検討する際や、業務のアサインメント、人事評価などにおいて幅広く活用できます。

- パフォーマンスマネジメント

パフォーマンスマネジメントとは企業における人員の「行動」を「結果」に導くためのマネジメント手法のことです。ビジネス上の目標達成や発展を目指し、人員のスキルとモチベーションを見出し、企業と人員を継続的に成長させます。

目標達成に効率的に結び付く行動を社員と共に考察したり、定期的にフィードバックを行ったりするケースもあります。社員自身へ気づきを促すことで、さらにスキルを発揮

するようにアプローチします。

- **チェンジマネジメント**

チェンジマネジメントとは、企業における改革を実現するために使われるマネジメント手法のことです。1990年代のアメリカでブームとなったBPR(業務プロセス改革)を成功させるための手法として実施されたのが始まりだとされています。

企業が持続的に成長し続けるには、社会に合わせた改革が必要です。しかし同じ組織内に「改革は正しい道ではない」と考える保守派が存在することは珍しくありません。

チェンジマネジメントは社員全員が改革に対応できるよう導くことです。

- **人材マネジメント**

人材マネジメントとは、社員の勤労に対する意欲の増進を図ることで、企業競争力を強化していくアプローチです。

人材マネジメントによってポジティブな雇用管理を目指すことができ、より高いモチベーションで業務に取り組める社員を養成できます。また、企業の持続的競争力の強化を目的としたケースもあります。

目的達成に向けて「評価制度」「報酬制度」「等級制度」といった人事制度の構築、研修の実施、異動・昇進といった人材のフロー管理を積極的に行う企業も近年増加しています。

- **コンフリクトマネジメント**

コンフリクトマネジメントとは、社内のコミュニケーションの円滑化、組織の成長における取り組みを表すものです。

コンフリクトは英語で「conflict」と表記され、武力における、比較的長期にわたる戦いや争い・闘争を意味します。また心理学者の理論に基づき、確立された考え方として知られています。

コンフリクトマネジメントでは、人員間の関係がスムーズになるような方向を示し、利害の対立を解消すると同時に組織全体を発展に導くことが可能になります。

- **タイムマネジメント**

タイムマネジメントとは、時間の使い方を工夫、改善によって生産性の向上を図る取り組みのことです。

厳密に言えばタイムマネジメントは単なる「時間管理」ではなく、「行動のマネジメント」を指します。限られた時間の中で、どのような行動を取り、マネジメントしていくかを考えるのです。

- **クライシスマネジメント**

クライシスマネジメントは、「危機は必ず発生する」という前提のもとに、危機管理を行う手法のことです。対極で表されることが多いリスクマネジメントは「危機を未然に防ぐ」という考え方に基づいた危機管理を意味します。

どちらも危機に対して備えるという定義では同じ意味を持ちますが、クライシスマネジ

メントは被害を最小に抑えることを軸とした施策です。

具体的には偶発的に発生する地震や台風などの天災が想定されており、万が一発生したら、企業の持続的な活動のためにリスクを低減させていきます。

- リスクマネジメント

リスクマネジメントとは、「リスクを組織的に管理して危機を未然に防ぐ」という考え方に基づいた危機管理のことです。アメリカで保険の理論として展開されたのが始まりとされています。

将来的に想定できるリスクを事前にしっかりと洗い出し、企業が経営を行っていく上で障壁となるそのリスクが及ぼす影響を把握し、万が一の危機発生時の損害を最小限に食い止めるための経営管理手法です。

(7) 管理職に求められる「マネジメント」、管理職が執るべき行動の在り方について

○ 発行元

内閣官房

○ 参照 URL

https://www.cas.go.jp/jp/gaiyou/jimu/jinjikyoku/kanri_kondankai/dai1/siryou6.pdf

○ マネージャーの役割

- 情報関係

- 社内外の**情報収集**および**周辺状況の分析**
- 必要な情報の経営トップへの伝達
- 経営トップのメッセージを咀嚼し現場に浸透
- 自らのチームが**目指すべき方向性の明示**
- 海外も含めたグループ企業や**関係部署との折衝**および**情報共有**
- 社内外(他部署や取引先、顧客など)からの要請や問い合わせへの対応

- 業務遂行関係

- 日常業務の処理や課題解決
 - **課題解決に向けた PDCA** を回す
 - 自らもプレイヤーとなり**仕事の成果**をあげる
- 新規事業やプロジェクトの推進、**イノベーションの創出**
 - 経営環境の変化を的確に捉えた**状況判断**
 - 新しいビジネスモデルや商品・サービスの**企画立案**
- 経営のグローバル化への対応
 - 海外におけるマーケティング、現地の消費者にとって魅力のある製品・サービスの提供、海外のパートナー企業との綿密な連携 等

- 対人関係

- 部下一人ひとりの性格や長所・短所を踏まえた**指導・育成**
- 仕事に対する**動機づけ**
- 部下が協働し合うような職場づくり
- 人間関係上の**トラブルの早期発見と早期解決**
- 社外の関係者との**連携強化**や**人脈づくり**

- コンプライアンス関係

- 個人情報の適切な管理
- 内部統制や機密情報の漏えい対策
- 適切な労働時間管理
- 労働関連法規の遵守

- 業務に関わる法律や実務上の留意点の理解促進および法制度改正などを見据えた事前準備

	対内	対外
情報の次元での マネジメント	コミュニケーションの役割 ● モニタリング活動 ● 情報中枢	コミュニケーションの役割 ● スポークスパーソン活動 ● 情報中枢 ● 情報拡散活動
	コントロールの役割 ● 設計 ● 委任 ● 選定 ● 分配 ● 想定(目標の設定)	
人間の次元での マネジメント	内部の人々を導く役割 ● メンバーのエネルギーの活性化 ● メンバーの成長の後押し ● チームの構築・維持 ● 組織文化の構築・維持	外部の人々と関わる役割 ● 人的ネットワークづくり ● 組織の代表 ● 情報発信・説得 ● 内部への情報伝達 ● 緩衝装置
行動の次元での マネジメント	内部でものごとを実行する役割 ● プロジェクトのマネジメント ● トラブルへの対処	対外的な取引をおこなう役割 ● 同盟関係の構築 ● 交渉

○ マネージャーに必要なスキル

- **コンセプチュアル・スキル**

組織内外の相互関係を構造化し、重要な要素を理解することにより、最善の結果をもたらすような行動を導くこと。

ヒューマン・スキル

グループの一員として手ぎわよく仕事をし、自分の率いるチーム内で力を合わせて努力をする場を作り上げること。

- **テクニカル・スキル**

特定の活動、特に手法、プロセス、手順、あるいはテクニックとかかわりあう活動を理解し、それに熟達していること。

(8) あなたはトップのリーダーの資質がある？経営者に求められる8つの条件とは？

○ 発行元

創業融資ガイド

○ 参照 URL

<https://jfc-guide.com/basic-knowledge/2663/>

○ マネージャーに必要なスキル

- 論理的な考え方をもっているか

クロネコヤマト宅急便の創業者・小倉昌男さんは、自信の著書「経営学」のなかで次のような言葉を残している。

「経営者にとって一番必要な条件は、**論理的に考える力**を持っていることである。なぜなら、経営は論理の積み重ねだからである。

計画だけでなく実際に行動したあと、試行錯誤しながら条件を変化させてゆき、微調整しながら計測していけば、そんなに違いなく結果を予測できるものである。

むしろ、試行錯誤のやり方が大事なのである。」

- 戦略的な考え方をもっているか

経営には「**戦略**」と「**戦術**」がある。

戦術は、日常の営業活動において競争に勝つための方策であり、戦略とは経営目標を実現するための長期的な戦略である。

経営の舵をとるトップリーダーは、表面上だけで推測するような戦術レベルで判断してはいけない。経営者に求められる資質は、戦略的な思考である。

会社にとって「何が第一なのか」を見極め、指示できる経営者が戦略的な考えの持ち主である。

- 需要(ニーズ)をつくりだせるか

ポードレスの時代だから、どんな新しい競争相手が現れるかわからない。経営は攻めの姿勢が大事である。守りの経営では、ギリ貧になるのは間違いない。

攻めの経営の神髄は、**需要(ニーズ)をつくり出すこと**にある。需要はあるものではなく、つくるものである。

自分が売りたいサービスや商品があるとすれば、その需要をつくりだしてユーザーを引き付ける能力がトップリーダーに求められる資質である。

新しいサービスや商品を試行すると同時に、そのニーズをユーザーに植えつけるアイデアを論理的・戦略的に考えられる人間こそ、トップリーダーに相応しい。

- 経営者の立ち位置を理解している

経営者は、経営に関するプロフェッショナルです。会社の財政や社内のバランス、ビジネスの収益性を高めるために問題を解決することが経営者の仕事である。

優秀な経営者には、リスクを背負ってリターンを求める**企業家精神**も備わっているが、キャッシュフローや資金調達、人材の配置やビジネスプランの軌道修正など経営戦略を打ち立てられる**実務家としての資質**も求められる。

- 全体像を把握できる能力と先見性

経営者にとって一番の責務は、会社の将来を考えて動くことである。**全体を把握**しながら必要なものと不必要なものを区別し、**先見性をもって時代の流れを読む**能力が求められる。

先見性は天性の才能ではない。**常にアンテナを張り**、トレンドや市場の動向から目を離さないことが重要である。

- 共感力とコミュニケーション能力が高い

会社全体の経営とは、ビジネス戦略やキャッシュフローの問題だけではない。社員やユーザーの反応など、**会社に関わる全体を把握**することが仕事である。

そのうえで重要になるのが**コミュニケーション能力**。そして、従業員とのコミュニケーションにおいて大切なポイントが「**共感力**」である。

一方通行では経営の舵取りは上手くいかない。経営者から管理職へ、管理職から従業員へとコミュニケーションや意思の疎通が明確になることで会社のビジョンも全体に共有される。

- 財務や会計の知識が備わっているか

経営は、常に「お金」と背中合わせである。損益計算書や貸借対照表など**キャッシュフローに関わる必要最低限の知識**は備えておかなければならない。

もっと言えば、金融経済や企業会計にも目を向けて知識を養う必要があります。必要であればセミナーや通信講座など、トップリーダーは自らが知識を得るための投資を惜しまない。

ほかにも、税金のクラクリや公的機関に関する融資についてなども把握しておく必要がある。

- 資金調達が上手い

会社を設立して、5年継続している企業は、約15%程度である。

この15%の企業になるためには、**資金調達**を上手に行うことが必須となってくる。

(9) マネージャーの仕事とは？マネージャーが果たすべき3つの役割

○ 発行元

Ritori

○ 参照 URL

<https://achievement-hrs.co.jp/ritori/?p=882>

○ マネージャーの役割

- 方針を明確にする

マネージャーの仕事として一番初めに行うことは**チームの方針を明らかにすること**です。なぜならチームが一丸となってプロジェクトを成功させるにはチームメンバー全員に自分たちの立ち位置を自覚してもらい、同じ方向にむけて前に進めていくことが重要になってくるからです。

- 管理する

方針が決まったら次にすべきマネージャーの仕事は実際にプロジェクトを回しつつ、**部下の育成**をすることです。

- 評価する

マネージャーの仕事として忘れてはいけないのが**部下を評価**することです。マネージャーの評価が部下の報酬や今後のキャリアに直接かかわるので責任の重い仕事です。評価の仕方に関しては当然会社によって異なりますが基本的な評価基準としては、成果と能力と情意の3つが挙げられることが多いです。

○ マネージャーの業務内容

- 存在目的を明らかにする

チームの存在理由をチームメンバーがしっかりと理解すると、仕事や生き方への満足感が高まり、チーム内の絆が強くなります。

- 価値観を定める

チームの存在目的を実現していく上で、チームとして何を大切にしているかを示すものです。まずはチームメンバーがそれぞれ何を大切にしているかを共有します。共有された価値観の中から、全員が共感するものが**チームとしての価値観**となります。

- 目標を設定する

マネージャーの仕事は**チームとしての目標を達成**することももちろんですが、各**チームメンバーの育成**も大事な役割となってきます。そのため、チームの目標だけでなく個人個人がどのようなキャリアパスを描いており、その実現に向けてどのような能力を身に付け、どのような成果を出していきたいのかを、個人の目標として一緒に決めていく必要があります。

- 短期的なゴールを設定する
目標が決まるとそれを成し遂げるためのやり方を考えます。戦略は長期的なもので、そのプロセスを短期的なゴールに細分化して落とし込みます。
- プロジェクトを管理する
部下の興味や特徴を踏まえた上で、彼らの強みに合うように仕事を振り分けます。**限られた資源をいかに効率良く配分するか**がプロジェクトを勧めていく上で必要となってきます。またマネージャーは随時プロジェクトの方向性に関して意思決定を下していく必要があります。進捗状況が予定より遅れていることや、外的な要因により急遽予定を変更しなければいけなくなるというのはごく当たり前にあることで、そういった状況でも**柔軟にチームが目指す方向を決め**、チームを引っ張っていく必要があります。
- **部下を管理**する
プロジェクトを進める一方で部下を育成するのもマネージャーの仕事です。
部下が目指している目標と現状を比較し、上手くいっていること、上手くいっていないことを聞きます。
そのうえで上手くいっていない場合は原因が何か、どうすればうまくいくようになるのか等を聞き出すことが求められます。そのためには、まず相手の話を傾聴し、相手の考えを引き出すような質問をし、相手の答えに対して**適切なフィードバック**をする能力が必要になります。
- **成果を評価**する
目的を設定した際に明確にしたチームと個人の目標に対し、どれだけ成果を出したかによって評価されます。目標への到達度とも言い換えることができます。成果を評価する際には結果だけに注目をするため、外的な影響を考慮に入れません。
- **能力を評価**する
成果を評価する際には外的な環境を考慮に入れませんでした。ただ、実際には景気の良し悪しといった、本人ではどうすることもできないの影響により、当初の目標を達成できないことや、その逆に本人の努力なしに目標を達成してしまうことも起こりえます。そういった外的な要因を除くために、職能要件をどれだけ満たしているかという観点からも評価をします。
職能要件とは、成果を生み出すために社員に身に付けておくべき能力で、会社や会社内のポジションなどによっても異なります。専門知識や専門技術といったもの専門性の高いものから理解力や決断力、実行力や判断力などの普遍的な能力まで幅広く評価対象になります。
- **情意を評価**する
成果を生み出すためのもう一つの重要な要素が情意と言われるものです。情意とは仕事に対する意欲や姿勢を表します。具体的には協調性や積極性、責任性などが当たります。

(10) マネジメント能力を高める 4 つの方法 | 必要なスキルを徹底解説

○ 発行元

Senses Lab.(センシズラボ)

○ 参照 URL

<https://product-senses.mazrica.com/senseslab/management/management-skill>

○ マネージャーの役割

- マネジメント能力とは直訳すると「管理する能力」で、何か物事を管理したり、運営したりする能力のことです。その物事の対象となるのが、人であったり組織であったり、自分が責任を持つべき範囲となります。経営者であれば管理する対象は広がり、事業全体になり、その範囲において**責任と権限**を持ち、**経営資源を活用して目的を遂行**していく能力がマネジメント能力です。
- リーダーシップが主に部下やスタッフなどの「人物」に対象がフォーカスされるのに対して、マネジメント能力は、人物だけではなくヒト、モノ、カネの**経営資源全体を使って経営目標に向かう**総合的な経営管理スキルのことを指します。

○ マネージャーに必要なスキル

- 現状の分析力と問題解決力
目標を実現するために、現状どのような問題があり、何をすれば解決できるのか、課題に応じて的確に判断し、メンバーに伝えなければなりません。
問題を発見し解決策を出すためには「**ロジカルシンキング**」が必要です。
ロジカルシンキングとは、経験や勘、感情にまかせて発言するのではなく、なぜ今こういう状況になっているのかを理論的に考え、客観的な視点で問題解決に導く手法です。
- プロジェクトマネジメント力
プロジェクトマネジメント力はプロジェクトをマネジメントする力という意味になりますので、どのようにこのプロジェクトを進めていくのか計画を立てて、**ゴールまでの最適な道筋を立ててコントロール**することを指します。
期間が定められているからといって、納期を守るために膨大なコストをかけたり、低品質な状態で納品したりすることはプロジェクトが成功したとは言えません。
- リーダーシップと意思決定力
マネジメントを行う際は、常に**自身の判断軸**を持つと共に、**高い柔軟性**が求められます。
上司が「このように進めていく」という強い意思を持って明確に決定することが出来れば、部下も働きやすく心地よい雰囲気を作り出すことができるでしょう。
想定外の**危機に冷静に対処**しながら、**強い意思決定**を出来る人が、リーダーシップをとれる人です。

また、リーダーは何も発言しなかったとしても、その場にいるメンバーに影響を与えています。

リーダーは、日ごろから周りのメンバーにどう見られているのかを感じとりながら行動することが必要です。

- コーチング力（コミュニケーションスキル）

部下の能力を最大限引き出すスキルを**コーチング**といいます。

普段行なっている何気ないコミュニケーションでも、相手が本来持つ力を発揮させるという視点で見直すと、組織の中でメンバーをうまく活かすことに繋がります。

マネージャーの立場として部下がどのような将来への可能性、ビジョンを持っているのか引き出せる質問力も必要です。

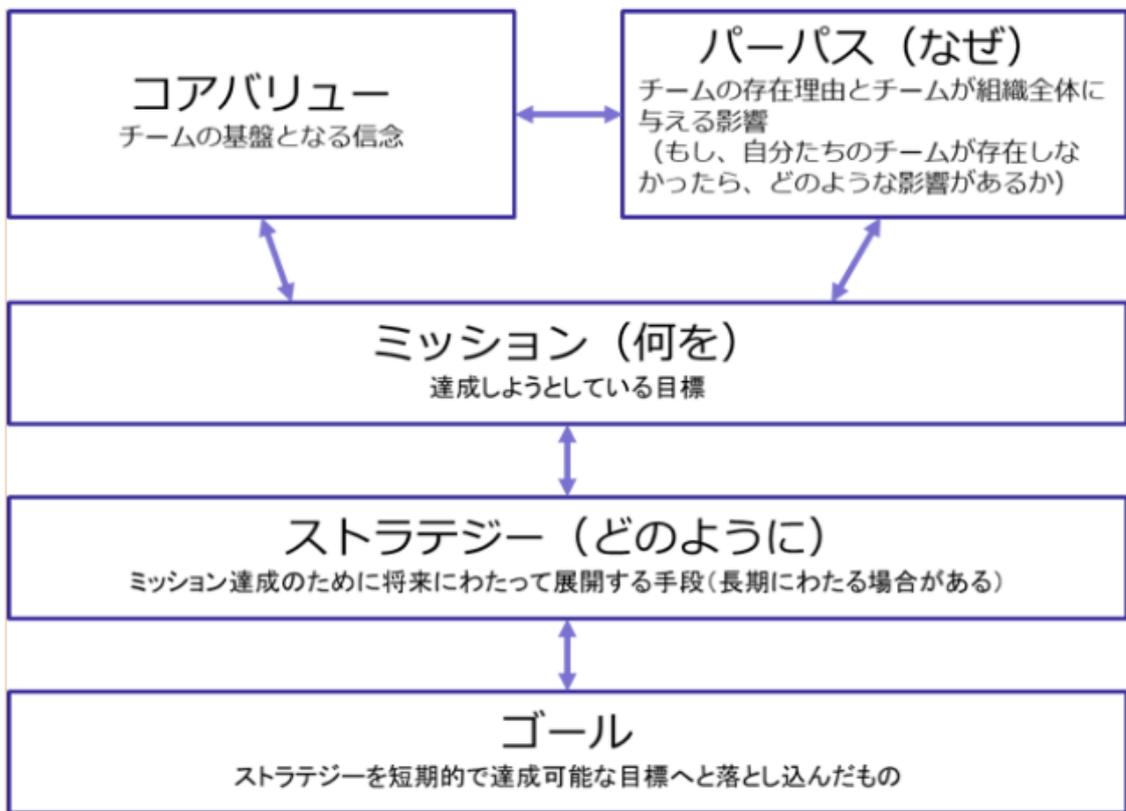
コーチングを行うことで、部下に「自分にはこれが得意なのかもしれない」「これをやってみたい」といった欲求や行動が生まれるようになります。

(11) Google に学ぶ、「優れたマネージャーとは」

- 発行元
BIZTEL

- 参照 URL
<https://biztel.jp/blog/2019/05/13/2213/>

- マネージャーの役割
 - **ビジョン**を持ち、それを効果的に部下に伝え、ビジョンを共有する。



- マネージャーの業務内容
 - **質の高いフィードバック**を提供する。
 - **基準に一貫性**を持たせる。
 - 思い込みを避ける。
 - 自分を正しく理解してもらう。
- マネージャーに必要なスキル
 - 良いコーチである。

- **チームに任せ**、細かく管理しない。
- チームの仕事面の成果だけでなく健康を含めた充足に配慮しインクルーシブ(包括的)なチームを作る。
- **生産性が高く結果を重視**する。
- 効果的な**コミュニケーション**をする。
- 人の話をよく聞き、**情報を共有**する。
- キャリア開発をサポートし、パフォーマンスについて話し合う。
- **明確なビジョンや戦略**を持ち、チームと共有する。
- チームにアドバイスできる**専門知識**がある。
- 部門の枠を超えて**コラボレーション**を行う。
- **決断力**がある。

(12) マネージャーが持つべき 4 つの基本スキル

○ 発行元

GLOBIS 知見録

○ 参照 URL

<https://globis.jp/article/4888>

○ マネージャーの役割

- 「自分らしいリーダーシップ」作り

スティーブ・ジョブズや孫正義など有名人の本を読んでこうありたいと思って真似をしても、その人にはなれませんし、なる必要もありません。書籍などは参考にしつつも、「自分らしいリーダーシップ」というものを作らないと、パワーが全開になりません。

- 「自分はこういうことを大事にしたいからこういうリーダーシップをとりたいという意図」がある

意図がないと、たまたまそうなっているという話になり、再現性がなくなります。

○ マネージャーに必要なスキル

- その人が所属する仕事のスキル

アナウンサーという仕事をしている方であれば、滑舌がよい、アドリブが上手いとか、そういうスキルが重要です。しかし、滑舌よく話すというスキルは、一般的なビジネスパーソンにはそこまで必要な能力ではないかもしれません。つまり、ご自身の**仕事に密着した独自性の高いスキル**をまず習得することが大前提となるわけです。専門性が高まらないとその仕事の中で活躍できません。

- テクニカル・スキル

「**数字を使って分析する力**」や「**企画する力**」のような基本的な力は、会社が変わっても必要であり、1つのカテゴリーとしてとても大事だと言えます。

- ヒューマン・スキル

「**コミュニケーション能力**」、「人を巻きこむ力」と言われることもあります。こういうスキルもやはりマネージャーとして働くためには必要不可欠な力です。

- **コンセプチュアル・スキル**

経営者の視点に立ってビジョンを掲げるとか、日々の実務というよりはもう少し全体感のある「大枠を語る」ような力のことを言います。チームをどういう状態に持っていきたいのかを語らずに、実務に関する細かい話ばかりしていても皆がついてきません。

(13) ビジネスマネジャー検定試験

○ 発行元

東京商工会議所

○ 参照 URL

<https://www.kentei.org/bijimane/testinfo.html>

○ マネージャーの役割

- 経営方針と**チームの目標を共有・浸透**させる。
- **戦略を策定・実行**し、問題を解決しながら**目標を達成**する。
- **チームのエネルギーを最大化**する。
- **部下を育成し評価**する。
- **リスクを迅速かつ適切に処理**する。

○ マネージャーの業務内容

- **人と組織のマネジメント**

- マネージャー自身のマネジメント
- 部下のマネジメント
- 上司・外部とのコミュニケーション
- 人材の育成と人事考課
- チームのマネジメント

- **業務のマネジメント**

- 経営計画・事業計画の策定
- 成果の検証と問題発見およびその解決

- **リスクのマネジメント**

- 職場におけるリスクマネジメント
- 業務にかかわるリスクマネジメント
- 組織にかかわるリスクマネジメント
- 事故・災害時にかかわるリスクマネジメント

(14) プレイングマネージャーのままの人、マネージャーになる人の違い

○ 発行元

StudyWalker

○ 参照 URL

<https://studywalker.jp/skillup/article/172134/>

○ マネージャーに必要なスキル

- **広い視野を持つ**

以下の3つの視点を広く持つことが、マネージャーには必要です。

- 一人のことではなく、チームのことを見る
- 短期のことではなく、長期のことを見る
- 単独のことではなく、相互的な影響のことを見る

日常的に広い視野を持っている人の話を聞く、あるいは著名な経営者の本を読むなどが有効です。

どのような視野で、どのようなスパンで、どのような思考法で物事に取り組んでいたのかに触れることで、似たような思考法を自らに取り込むことができます。

- 他人の成果に関心を持つ

マネージャーの仕事とは、「**他の人に成果をあげてもらえるようにする**」ことです。どれだけその人が優秀で、他人の3倍の成果をあげられるとしても、30人のチームをうまく機能させて得られる成果には敵わないでしょう。

逆に言えば、「自分の成果」に拘っている限り、「自分があげられる以上の成果」はあげられないこととなります。

スタートしたばかりのベンチャーで、人手がまったく足りない状況ならば、プレイング・マネージャーにも、成果への貪欲さが求められるかもしれませんが、そうでないならば、自分が褒められるようなことに関心を持つのではなく、共に働いている人が褒められるようなことに関心を持つことが必要です。

- システムに興味を持つ

システム化ができない限り、仕事は常に個人技に留まります。その人がいれば成立し、いなければ成立しないという状況です。

成果を長期的に、かつ大きくあげていくためには、システム作りは欠かせないポイントです。

(15) 管理者と実務者という2つの顔を持つプレイング・マネージャーとは？

○ 発行元

Nomad journal

○ 参照 URL

<https://nomad-journal.jp/archives/6280>

○ マネージャーの役割

- ビジネスの世界におけるプレイング・マネージャーは、“管理者と実務者を兼任できる人材”のことをいいます。
つまり、営業などお客様とのやり取りや交渉といった実務をこなしながら、管理職もしくは部下をまとめる立場としてチームを指揮しながら働いているのです。
- 目標達成(組織と個人)
プレイング・マネージャーは、自分が管理するチームや部下がこの**目標を達成**するために一緒に**力をあわせて進んでいく**ことが求められます。部下へのアドバイスはもちろん、顧客先への同行などその形はさまざまです。
もちろん、プレイング・マネージャー自身にも目標が課されています。そのため、自身の目標を達成しつつ、チーム全体も目標が達成できるように働きかけていかななくてはなりません。
- チーム形成と構築
実務者として仕事に忙しくすることはもちろん、管理者として自分がまとめるチームを作ることもプレイング・マネージャーの仕事のひとつです。
チームに足りない要素を分析して、部下に共有することはもちろん、場合によってはチーム全体での勉強会などを開催することもあります。
またチームのリソースが足りない時には、会社へメンバーの補充などを交渉するのもプレイング・マネージャーの仕事です。
- チームマネジメント
プレイング・マネージャーには管理者としてチームを形成・構築することとあわせて、チームマネジメントが仕事として課されます。
チームで起こる**トラブルや問題に対処し、解決へ導く**のもプレイング・マネージャーに求められる仕事なのです。
チームマネジメントが上手にいかないと、部下は業務が多すぎて疲れてしまったり、反対に仕事がなくて時間を持て余してしまったりと、どちらにしてもチームにとって大きな損失になります。

2.3.4.3. その他（プロジェクトマネージャー、e スポーツマネージャーなど）

(1) e-sports マネージャー 自らの采配でプロゲーマーを勝利へと導く

○ 発行元

OCA 大阪デザイン&IT 専門学校

○ 参照 URL

https://www.oca.ac.jp/work_books/5714/

○ マネージャーの役割

- e-sports マネージャーとはプロ選手がゲームの練習に集中できるよう組織作りからチーム人事、選手のメンタルケア、外部との交渉、マーケティング活動、PR、企画など、あらゆる面で選手を支えるチームに無くてはならない存在です。チーム組織において選手一人ひとりが持っている力を最大限に発揮させるようチームの統括を図る重要な役割を担っています。チームの統率・育成・指導・意思決定などの権限が委譲されるので強いリーダーシップが求められ責任も大きい仕事ですが、自分の采配でチームを大会優勝へと導けたとき、何事にも代えがたい感動と達成感を感じることができます。世界を獲れるかどうか、それはマネージャーの経営手腕に掛かっています。

○ マネージャーの業務内容

- 国内外のリーグや大会の調査・エントリー
海外視察や大会出場、遠征を繰り返すことで、海外でのチームの認知や業界関係者との人脈構築につながります。活動実績が伴いチームの知名度が上がれば海外の運営団体から出場オファーのチャンスも狙えます。
- 練習試合のセッティングとプランニング
チームメンバーの適性や能力を把握し、適材適所に人員配置することで、組織としての強さを飛躍的に向上させることができます。チームメンバー全員の弱点や改善点を見つけ出し、それぞれの役割を意識させ、目標達成できるように日々の練習メニューや練習試合のプランを立て、必要に応じて攻略テクニックなど技術指導も行います。
- スポンサーとの交渉
e-sports への注目は企業でも高まり、ゲームメーカーだけでなく様々な分野の企業が参入してきました。それぞれの企業様に対し、自分たちのチームの活動目的や内容を説明し、企業様に対してなにを提供できるかを考え、プレゼンや交渉を行います。
- 宣伝・PR/グッズ販売
ポスターなどの広告物の制作指示、Twitter を活用した活動報告やメンバー情報の配信、グッズの企画販売など、チームを知ってもらう為の PR 活動やイベント企画は欠かせま

せん。戦略的な取組みでファンを増やしていくことが**チームの収益**やチーム全体の**モチベーション維持**につながります。

- メンタルサポート・健康・食事管理

試合が長時間に及ぶような大きな大会では高い集中力と反復動作が求められるため、想像以上に選手の体力は消耗します。そのバランスを取るには、睡眠・食事・体力づくりなどの適切なコンディション調整が欠かせません。選手が心身共に健康を保ち、本番で強さを発揮できるよう**選手の健康管理**も重要な仕事のひとつです。

- スケジュールの調整・管理

世界規模で目まぐるしくトーナメントが開催されるゲームでは同時期に多くのオンライントーナメントが開催されます。選手が1日に何試合もプレイしなくて済むように、大会主催者と慎重に交渉を進めながら選手の負担にならないよう**スケジュールを調整**しなければなりません。しっかり休養させて士気を上げておくことは、選手のパフォーマンスを維持する上でとても重要です。

- 選手の発掘・スカウト

各タイトルゲーム上位ランカーのスカウトや選手の発掘は、強いチーム作りを目指す上で欠かせません。テクニックやゲームが強いだけでなく協調性があるかなど**人間性を見る観察力**も必要です。

- ファン・コミュニティとの交流

憧れのプロ選手と直接会える機会は少ないだけに、ファンにとって選手とのトークや対戦ができるファンイベントはとても貴重であり、選手にとってもファンの存在は大きな励みになります。ファンが増え、知名度が上がればスポンサーもつきやすくなり、グッズ販売等の収益が上がるなど、チームを運営する上でも**ファンとの交流**は欠かせないものになっています。

○ マネージャーに必要なスキル

- リーダーシップ

チームのパフォーマンスを最大限に発揮させ、チームを引っ張り、全体をまとめる**リーダーシップ**力が求められます。

- 問題解決力

複数人が集まると問題が発生することは多々あります。トラブルに見舞われた時に公正にチームの**争いを解決**することはマネージャーの大切な役割のひとつです。

- ゲームへの深い理解

チームメンバーへの指示や指導において、マネージャーが各タイトルゲームについてルールや技、キャラクターの効果や特性、展開の予測など、**選手以上にゲームに精通**していなければ的確な戦略を立てることはできません。

- 交渉力

スポンサーやゲームメーカーなど運営にまつわる様々な交渉がありますが、選手のために最善の取引になるよう相手を納得させる**交渉スキル**が必要です。

- コミュニケーション能力

円滑な組織運営を行うためには選手、運営関係者、ファン、スポンサーなどさまざまな人との交流が求められます。特に選手との信頼関係は日頃のコミュニケーションから生まれます。選手をまとめ、**チーム全体の結束を固める**ことが選手のモチベーション維持につながり、試合に大きな影響を与えます。

(2) PMP 試験のコンテンツ・アウトライン(PM コミュニティ)

○ 発行元

PM コミュニティ(IPA・IT スキル標準センター・PM 委員会有志)

○ 参照 URL

<https://www.ipa.go.jp/files/000010428.pdf>

○ マネージャーの役割

- 全体把握と洞察力

長い経験に基づく様々な**問題解決**ができる。

どんなに複雑な状況も問題の核心をつかむ事ができる。

- 強い達成志向と使命感

自己顕示や断言性からでなく、何かを達成して貢献したいという願望から、事を必ず**成就させたいという強い願望**を持つ。

- メンバーのパフォーマンスの悪さにはがまんしない一方で、**客観的な見方、他者に共感**した見方ができる。

- 事を成し遂げる為には、既成のルールを破り、**組織の壁に捉われない考え方や行動**ができる。

- 力強さ、個人のエネルギー、**情熱と熱意**をもって組織の壁や境界を突破できる。

- 優れた政治的な**外交的な技能と判断力**を持つ。

- 現実をあるがままに、そのまま人に示せる勇気を持ち、自分自身、他人の自己欺瞞と過度のナルシズムに左右されない。

- **楽観主義**である。問題も好機とみなす。一方プロジェクトメンバの後ろ向きな行動や、やる気の欠如には少しも容赦しない。

- 勇気ある言動、**カリスマ性**、ほとばしる**情熱の力**で他社からの忠誠を得る。

○ マネージャーの業務内容

- 適切な手段を使って効果的かつ適切に**意思疎通**を行う。

- チームの結集力、相乗効果、生産性を高めるとともにメンバーをモチベートする。

- プロジェクトの**目的達成**を志向し、計画・リソース配分を行うとともに、モニタリングを行う。

- プロジェクト活動の効果を適切なリソース、ツール、およびテクニックを使用して望ましい結果を導き出す。

- プロジェクトを俯瞰的に捉え、問題を発見するとともに適切に**課題を解決**する。

- 責任、尊敬、公平、実直の考えを持った**倫理的な行動**にもとづきプロジェクトマネジメントを遂行する。

○ マネージャーに必要なスキル

- PM コンピテンシーの定義 2009 年度版に人材育成への適用を目指す PM の人物像をまとめた。
- 領域を、パーソナルコンピテンシーを中心とした 6 つのカテゴリーに整理し、18 項目のコンピテンシー項目を定義した。

カテゴリー	項目	定義
コミュニケーション	コミュニケーション	コミュニケーション目的に応じて、最適なコミュニケーションチャネル、技法(ドキュメンテーション、プレゼンテーション)を駆使し、またタイミングを考慮した、情報・メッセージの受発信を行い、その理解・浸透の効果を高める
	ネゴシエーション	目的達成のために自社・プロジェクト遂行者の利害だけでなく、相手の利害を損うことなくWin-Winの関係を作りつつ、合意を形成する
リーディング	ビジョニング	プロジェクトの使命・存在意義を深く理解し、その実現のために進むべき方向(ビジョン)を発信する
	チーム活性化 (他者への影響、笑力)	組織の生産性を向上させるために相互の信頼関係の構築を行なうとともに、過酷な状況にあってもポジティブな感情を自身が作り出すとともに、メンバーにも働きかけを行い建設的な雰囲気醸成を行なう
	率先垂範	目標の達成のために、必要と判断したことに対しては自発的に行動を起こし、周囲の人々の結束を主導する
	動機づけ	賞罰、表彰、賞賛といった外的動機付けのみならず、部下の特性を把握し、価値観、好奇心、関心に働きかけることによりメンバーのモチベーションを引き出す
マネージング	計画性	経営資源の配分や仕事の進め方・期日、遂行メンバーを明確化する
	モニタリング (目的達成型進捗管理)	目標達成を確実にするために、定期的なモニタリング(調達、成果物、品質、コスト、納期、その他の進捗を管理)を行い、計画との差異を分析し、必要な軌道修正を行う

カテゴリー	項目案	定義案
エフェクティブネス (効果性)	コンフリクトマネジメント	生産性、チームワークを維持・向上させるために、様々なコンフリクトについて、状況に応じて、方針の明確化、情報共有、コミュニケーションプランの見直し等をステークホルダーを巻き込んだ調整を図る
	関係調整力	組織の文化、公式・非公式のパワー、コミュニケーションのチャネルに関して的確に把握し、業務を遂行する上で最適な対応をとる
	判断力	適切な判断軸と解決オプションを想定した上で、効果的なタイミングで意思決定を行なう
認知力	全体的(戦略的)視点	様々な事象を捉える際に、自分の所属している組織、短期的な視点やメリットなどではなく、関係者全体、俯瞰的、中長期的な視点をもった捉え方を行う
	情報収集	あらゆる情報源や情報ルートを確認し、プロジェクトの遂行、意思決定で必要となる情報を早く正確に、且つ幅広く集める
	問題発見力	収集した情報を分析し、プロジェクトが成功するために解決すべき問題、リスクを早期に予期、発見する(※問題 : あるべき状態と現状とのギャップ)
	課題解決力	プロジェクトにおける課題に対してタイミングや効果を評価し最適なソリューション見つけ出す(※課題 : ギャップを解消するために行うべき事)
プロフェッショナリズム (プロ意識・自己規律)	責任感(達成志向)	自分に与えられた仕事や役割、達成すべきゴールに向けて強い使命感・こだわりをもって最後まで成し遂げる
	倫理観・誠実性	善悪・正邪の判断において普遍的な規準をもっているとともに企業活動において法律を熟知し、自分自身が業務遂行する際にも、いかなるときでも厳格に遵守する姿勢を示す
	多様性の尊重	国籍、文化、性格的な違いからくる様々な考え方やスタイルの違いを認め、尊重し、それらを考慮した適切な対応、行動をとる

(3) PM コンピテンシーとは

○ 発行元

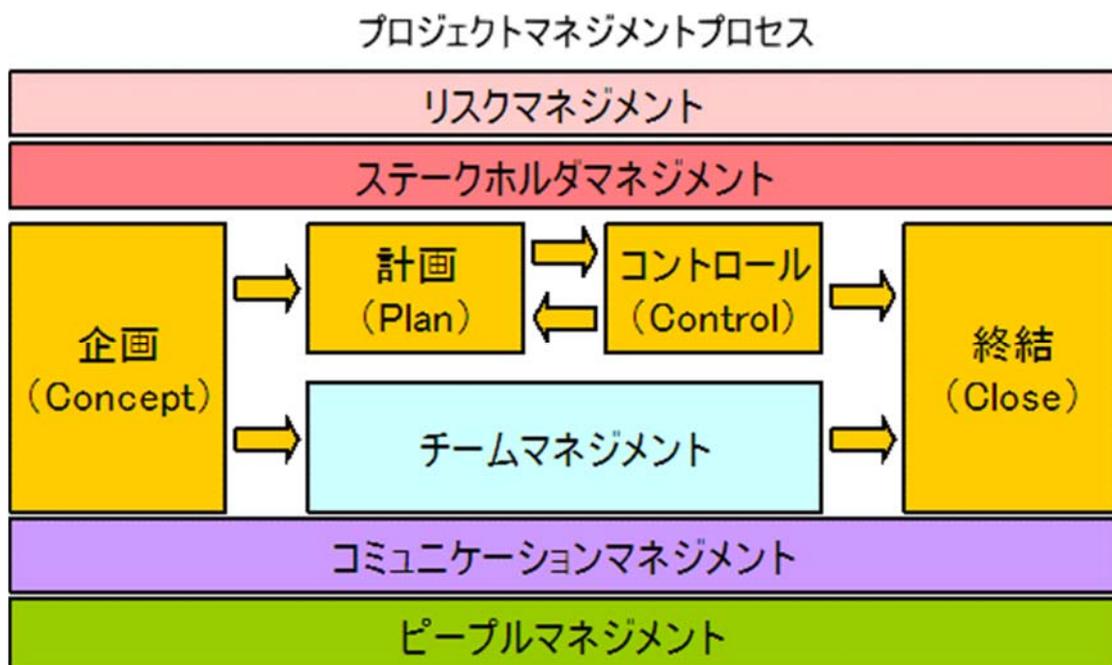
PMstyle

○ 参照 URL

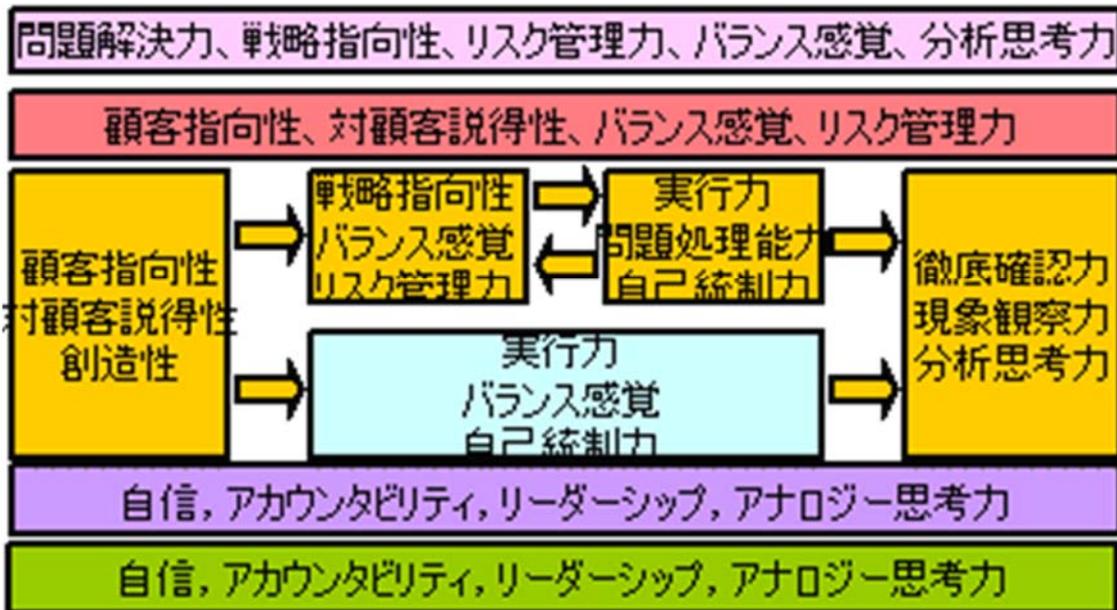
<https://pmstyle.biz/com/check.htm>

○ マネージャーに必要なスキル

- PM コンピテンシーを、7つのクラスター16のモジュールに分類した。
コンピテンシーとは、自分の置かれている立場を見渡し、**相手の期待を把握し、期待にこたえる行動**をとる能力のことであり、7つのクラスターに分類できる。
プロジェクトマネージャーとして必要なコンピテンシーとプロジェクトマネジメントプロセスとの関係は、次のようになる。



コンピテンシモデル



- 7つのクラスター

クラスター	説明
成果	業務成果の質や量に影響を与えるコンピテンシー
自己	本人のキャラクターに関するコンピテンシー
顧客	顧客対応に影響を与えるコンピテンシー
チーム	チーム運営に影響を与えるコンピテンシー
戦略	計画性, 計画策定に影響を与えるコンピテンシー
技術	技術力(スキル)に影響を与えるコンピテンシー
品質	業務の効率・品質に影響を与えるコンピテンシー

- PM コンピテンシー

クラスター	PM コンピテンシー (モジュール)	説明
成果	アカウンタビリティ	目標達成のための自己の責任を明確に自覚し, 結果に対して責任のある行動をとる

	実行力	目標の達成を阻害するさまざまな抵抗にひるまず、次々と新たな行動を起こす
	問題解決力	目標達成を阻害する問題を迅速かつ、適切に処理する
自己	自信	リスクの高い仕事に挑戦する、あるいは、権力のある人に立ち向かう
	自己統制力	ストレスやプレッシャーの中でも自己を安定した状態に保つことができる
顧客	顧客志向性	顧客を大切にし、顧客の関心に最大の注意を払う
	顧客説得性	顧客にとっての真の利益を察知し、顧客の要望とのギャップを埋める行動をとる
チーム	リーダーシップ	メンバーを効果的にともに働くように導き、動機付けを行う
戦略	戦略指向性	先々の展開を予想し、目標達成にむけて戦略性のある発想ができる
	リスク管理能力	リスクをきちんと認識し、そのリスクを踏まえた発想をする
	バランス感覚	複数のものごとのバランスを保ちながら、全体を進めていく
	分析思考力	原因と結果の間関係を突き止め、それに基づいて考えを展開していくことができる
技術	アナロジー思考力	ある分野の現象を、まったく異なる分野の現象に置き換えて考える
	創造性	新たな発想で事実や技術の活用を考える
	現象観察力	起こっていることをきちんと観察し、それを多面的に比較し、検討することができる
品質	徹底確認力	ものごとを体系的に捉え、曖昧さを排除し、詳細にまで注意を払いながら行動する

(4) e スポーツにおけるチームマネージャーの役割とは？

○ 発行元

RedBull

○ 参照 URL

<https://www.redbull.com/jp-ja/what-do-dota-smite-and-fps-team-managers-do-2017-15-04>

○ マネージャーの役割

- プレイヤーをまとめ、チームの**結束を固める**存在である。
- 舞台裏ではチームを編成し、**戦略を立てて**試合の準備を整え、飛行機の手配すること。
- チームのプレイヤーが完全にゲームに集中できて、なおかつ実力を上げていけるような**環境を整える**こと。

○ マネージャーの業務内容

- 現場ではプレイヤーの背後から指示を飛ばし、仲間が最後の敵を倒す姿を見届ける。
- **揉めごとの調停**や賞金に関するクレームへの対応、チームのソーシャルメディアを通じてスポンサーやチームオーナー、トーナメント主催者、ファンとも積極的に**コミュニケーション**をとること。
- プレイヤーと組織の間に立って**利害関係のバランスを取る**こと。
- 慎重に交渉を進めながら、プレイヤーたちが 1 日に何試合もプレイしなくて済むように、**スケジュールを組み立てる**こと。
- チームの運営から、個人的な問題を抱えている**プレイヤーたちのサポート**、**目標の検討**、そしてプレイヤーが弱点を改善して長所を伸ばせるような**スケジュール作り**まで、何でもやる。

(5) eSports チームの元マネージャーから「失敗のノウハウ」を学ぼう

○ 発行元

note

○ 参照 URL

<https://note.com/nasobem/n/n46d91e8791bd>

○ マネージャーの業務内容

- 対外的な仕事

広報やスクリムの調整。

-ゲーミングハウス内の仕事

共同生活におけるルール作りや1日のスケジュールなどを決めます。放っておくと四六時中ゲームをしてしまうので練習部屋の使用可能時間を制限する場合があります。ゲームに多くの時間を費やしてきたとはいえ、プロとなれば**体調管理**も重要な仕事です。

- 礼儀を重んじる指導

選手としてアピールする前に、**誰に対しても失礼のない**よう振る舞うことを徹底します。

○ マネージャーに必要なスキル

- 選手との適切な距離感

叱るべきときに叱り、立場上はマネージャーだということを明確にし、こちらの言うことをきちんと受け止めてもらえるように、**選手との距離感**を保つ必要があります。

- メンタルサポート

eSportsは微妙な手先の操作が必要ですから、メンタル面はプレイにかなり影響します。そのため、**メンタルサポート**を行なう必要があります。選手から相談があった時には弾ける寸前のこともあり、早め早めの対処が不可欠です。

- 目標設定

大会成績は継続のための手段であって、最終目的ではありません。大会で優勝した場合にも、すぐに次の**目標設定**をすることが必要です。

- 自分のモチベーション管理

「やるべきこと」だけをやっていてもモチベーションが続きません。そうになると成果も上がりません。「やるべきこと」と「やりたいこと」が**両立**して初めてモチベーションに繋がります。選手の成長を直に見て「やっぱりこいつら凄い」と思ったり、ハウスのルールを守ってくれて嬉しかったりと、**自分で楽しみや目標を見出す**必要があります。

2.3.5. 調査のまとめ

事例調査はチームマネジメント人材に必要なスキルやその評価に関わる文献・資料等 31 件で、スポーツ分野におけるチームマネージャー、ビジネス分野におけるチームマネージャー、プロジェクトマネージャー、e スポーツチームマネージャーなどに係る内容であった。分野ごとに必要な知識・スキル等をまとめ、以下に記す。

(1) スポーツ分野におけるチームマネージャーに必要な知識・スキル等

スポーツ分野におけるチームマネージャーとして事例調査で確認されたのは、クラブチームのマネージャー、統合型地域スポーツクラブなどのマネージャー、フィットネスクラブのマネージャー等である。事例では後述する(2)ビジネス分野におけるチームマネージャー等と比較すると組織全体のトップとしての立場に就く者を対象とした記述が多く、管理者としてだけでなく経営者としての素養も求められる傾向にある。

スポーツ分野におけるチームマネージャーに必要な知識・スキルとして挙げられていたものを、ビジネス系スキル、専門的スキル、IT系スキルの3種に分類して列記する。

ビジネス系スキル：

人材マネジメント、組織マネジメント、業務マネジメント企画、提案、事業推進、コミュニケーション、リスクマネジメント

専門的スキル：

経理、会計、資金調達、法務、労務、広報、宣伝、プロモーション

IT系スキル：

マーケティング、データサイエンス、情報収集と分析

人材マネジメント、組織マネジメント等のビジネス系の知識・スキルはマネジメント業に従事する者として必要だが、加えてコミュニケーション力が必要であるとする事例が多数見られた。コミュニケーション力とは、聞く力、伝える力、指導する力、調整する力、ファシリテーション能力等人と人とのかかわりの中で欠かせないものとして事例中で紹介されている。

専門的スキルやIT系スキルに関しては、チームマネージャーが有していない場合はスキルを有する人材と協同すればよいとする記述が見られた。集客や企画の観点からマーケティングやデータサイエンスが挙がる点は、スポーツ分野特有の結果であると考えられる。

(2) ビジネス分野におけるチームマネージャーに必要な知識・スキル等

ビジネス分野におけるチームマネージャーとして事例調査で確認されたのは、主に企業におけるチームマネージャーである。スポーツ分野におけるチームマネージャーの調査事例と比較すると経営者としての立場を考慮した事例はほとんどなく、部署やチームの管理者として書かれた事例が大多数である。

ビジネス分野におけるマネージャーに必要な知識・スキルとして挙げられていたものを、ビジネス系スキル、専門的スキル、IT系スキルの3種に分類して列記する。

ビジネス系スキル： 人材マネジメント、組織マネジメント、業務マネジメント、企画、意思決定、問題解決、論理的思考、コミュニケーション、リスクマネジメント
専門的スキル： コーチング
IT系スキル： 分析

ビジネスにおけるチームマネージャーはチームの生産性を最大限に高め、その成果に対して責任を負う者であるため、人材・組織・業務を管理する力が強く求められる。専門的スキルに挙げられたコーチングスキルは、チームメンバーの能力を引き出し、育成するために必要であるとの事例が複数確認された。また、ビジネスにおけるリスクマネジメントの一環として、コンプライアンスの知識が必要であるとする事例も見受けられた。

(3) プロジェクトマネージャーに必要な知識・スキル等

プロジェクトマネージャーとして事例調査で確認されたのは、IT開発等の現場でプロジェクト全体の管理を行うマネージャーである。(2)ビジネス分野におけるチームマネージャー同様、経営者としての立場は考慮されず、プロジェクトという単位をまとめあげることが期待されている。

プロジェクトマネージャーに必要な知識・スキルとして挙げられていたものを、ビジネス系スキル、専門的スキル、IT系スキルの3種に分類して列記する。

ビジネス系スキル： 人材マネジメント、組織マネジメント、業務マネジメント、コミュニケーション、リスクマネジメント
専門的スキル：

該当なし

IT系スキル：

プロジェクトで必要になる技術の知識・スキル

プロジェクトマネージャーは様々な問題が起こりがちな開発の現場で調整を行いながらプロジェクト完遂を目指す。そのため、人材・組織・業務を管理する力に加え、コミュニケーションを通して問題を解決する力、人的資源や予算を調整する力、強い使命感をもってチームを引っ張るリーダーシップ等が必要であるとの事例が複数確認された。専門的スキルに該当するものはないが、IT系のスキルとして挙げたように個々のプロジェクトで使用するプログラムやシステムに対する知識を有している必要があるとされる。

(4) e スポーツチームマネージャーに必要な知識・スキル等

e スポーツチームマネージャーとして事例調査で確認されたのは、e スポーツのプレイヤーをまとめ、チームの環境を整える役割をするマネージャーである。(1)～(3)のマネージャーとは異なり、管理能力とともに選手をサポートする裏方的な役割も大きい。

e スポーツチームマネージャーに必要な知識・スキルとして挙げられていたものを、ビジネス系スキル、専門的スキル、IT系スキルの3種に分類して列記する。

ビジネス系スキル：

人材マネジメント、組織マネジメント、業務マネジメント、企画、コミュニケーション

専門的スキル：

ゲームへの理解、技術指導、選手の体調管理、メンタルケア、スカウティング、広報

IT系スキル：

マーケティング、SNS活用

チームの力を最大限に発揮できるよう、チームの統括を担うマネジメント力が必要な一方、技術指導、選手の体調管理、メンタルケアなど個々のプレイヤーのサポートを行う知識やスキルが必要であるとの事例が複数確認された。また、新しいプレイヤーのスカウト、外部との交渉、広報、マーケティング活動、SNSでのコミュニケーション等もマネージャーの役割であるため、こうしたスキルを有していることがよりよいチーム運営につながるとする事例が見受けられた。

3. 開発報告

今年度の開発成果について報告する前に、本事業で開発している教育プログラムの概要について述べる。

3.1. 教育プログラムの概要

3.1.1. 教育プログラムの名称

本教育プログラムの名称は、「先端技術活用型 e スポーツチームマネジメント人材養成プログラム」とする。

3.1.2. 教育プログラムの全体像

本事業では、e スポーツチームの運営に AI や IoT、ロボット技術などの先端技術を活用できる先端技術活用型チームマネジメント人材を養成する教育プログラムを開発する。本プログラムはエンターテインメント分野等の専門学校における 2 年制専門課程での運用を主とし、総学習時間は専門士取得可能な 1,700 時間以上を想定している。受講対象者は e スポーツチームの運営に関心を持つ高卒以上の資格を持つ者とする。ただし、そこには高卒後の進学者だけでなく、e スポーツ業界のプレイヤーやスタッフ、ゲーム開発業務従事者等の社会人も対象に含む。

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材のスキル体系の想定を下図に示す。



本プログラムのカリキュラムは、上記のスキル体系に従い、「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」「コンピテンシー」の4領域によって構成する。本事業で養成する人材は e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材であることから、中心的な知識学習領域は「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」であるが、養成される人材はここで得た知識を実務の現場で活用、あるいは応用できる必要がある。そのために、実践力を醸成する「コンピテンシー」に関わる教育を上記3領域の知識学習と並行して実施し、より実践性の高い人材の養成を図る。

また「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」の3領域については、知識学習を目的とする講義形態を主とする。「コンピテンシー」については、実践力の向上を目的とする PBL 学習（Project Based Learning）による実習形態の学習を主とする。また、各領域のうち、特に講義形式で学習する部分については、カリキュラムのフレキシビリティを高める観点から、e ラーニング採用による自己学習も検討する。

3.1.3. 既存教育プログラムとの関係性と新規性

文化・教養分野の専修学校には、スポーツや音楽などにおけるマネージャー養成を目的とした専門課程が少数ながら存在しているが、本事業で対象とする e スポーツ分野のマネジメント人材養成を本格的に取り扱っている学科は、現時点では全国的に見ても存在していない。また、先端技術を取り入れたマネジメント人材養成課程についても、先行事例は見受けられない。

しかしながら、エンターテイメント分野のマネージャー養成専門課程や、商業実務分野のビジネスマネジメント人材養成専門課程では、本プログラムを構成する学習領域のうち、チームマネジメント領域に関連する学習科目を多く取り扱っている。このことから、本事業で教育プログラムの開発を行う際には、他分野のマネジメント人材養成を目的としたカリキュラムの先行事例を参考に、チームマネジメント領域の基本的な学習内容の構成を検討する。その上で、e スポーツ領域と先端技術領域の学習内容との相互関係を担保しながら、全体の学習体系を構築する。

このように、本プログラムは e スポーツ分野におけるマネジメント人材の養成と、先端技術を活用できるマネジメント人材の養成という2つの観点から新規性を有する。ただし新しい試みでありながらも、既存のマネジメント人材養成カリキュラムを基礎とすることで、本プログラムのエンターテイメント分野の専修学校等での導入可能性の向上を図る。また、e スポーツ以外の分野での先端技術活用型マネジメント人材養成カリキュラムの検討を行う際の先行モデルともなり得る点で、有意義であると考えられる。

3.2. 開発概要

今年度実施した調査、および 2018 年度事業の調査の結果を受けて、今年度から次年度にかけて教育プログラムを開発する。そのうち今年度は、カリキュラムおよび試用版教材の開発に取り組んだ。

①カリキュラム

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材の養成を目的に、専修学校専門課程での運用を想定した総計 1,700 時間のカリキュラムを開発した。

②試用版教材開発

今年度は「PBL 教材」「テキスト教材」「e ラーニング教材」の 3 種の教材の試用版を開発した。以下に概要を記載する。

・ PBL 教材

カリキュラムの学習領域「コンピテンシー領域」の科目である「e スポーツチームマネジメント PBL」で使用する想定 PBL 教材。e スポーツチームの設立・運用をテーマとして、教材を設計した。実在の e スポーツチームをモデルとして、チームマネジメント業務に関わる 8 つの場面を抽出し、それぞれの場面ごとに課題が設定され、グループワークでアウトプットを作成する構成となっている。

・ テキスト教材

カリキュラムの学習領域「先端技術情報」の科目である「映像配信」「SNS」で使用する想定テキスト教材。要点を整理したパワーポイントスライド 75 頁と、各スライドの内容を補足するスライドノートで構成される。e スポーツチームのマネジメントで実際に使用されている重要度の高いツール 3 種について、概要、機能構成、活用方法、使用方法、使用する際の注意点・マナー等を概説する内容となっている。

・ e ラーニング教材

上記のテキスト教材を基に、学習者が自立的に知識学習を実施するための講義映像教材を開発した。テキスト教材のパワーポイントスライド 75 頁それぞれについて、講師が解説を行う構成となっている。

以下、これらの開発成果について報告する。

3.3. カリキュラム開発

3.3.1. カリキュラム概要

本事業で開発したカリキュラムの概要について報告する。

3.3.1.1. 教育目標

Society5.0 の実現に向けて、ビジネス現場への先端技術の導入・活用を進めるためには、先端技術に関わる知見を持った現場を取り仕切るマネジメント人材が必要である。このような人材を「先端技術活用型マネジメント人材」と定義する。

先端 IT 技術の適合性が高く、またマネジメント体系がまだ発展途上という特性を持つ e スポーツ分野において、先端技術活用型マネジメントに関わる知見を持つ人材の養成が、本カリキュラムの教育目標である。

3.3.1.2. 学習対象者

e スポーツチームの運営に関心を持つ高卒以上の資格を持つ者が主な対象である。また、e スポーツプレイヤーやチームスタッフなどの業界関係者、e スポーツ業界を志向する社会人も対象に含む。

3.3.1.3. 学習時間数

専修学校の2年制専門課程での運用を想定している。総学習時間は専門士の称号が取得可能な1,700時間以上とする。

3.3.1.4. 学習概要

「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」「コンピテンシー」の4領域によって構成する。

「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」は、主に講義等で各領域の専門知識に関わる学習を実施する。「コンピテンシー」では知識を実務の現場で活用できる実践力を醸成するためのPBL学習や、ビジネスマナーやコミュニケーションなどのジェネラルスキルに関わる知識学習を実施する。

3.3.2. 開発したカリキュラム

本事業で開発したカリキュラムは、専修学校専門課程で専門士の称号が取得可能な1,700時間以上の学習時間で構成した。本カリキュラムを構成する4つの学習領域について、各領域の概要、科目構成、学習時間を下表に示す。

今年度は、調査結果等を踏まえ、本カリキュラムの科目構成・時間数の妥当性等について検討を行った。その上で、各分野の教材開発方針の検討と、教材のプロトタイプ的な開発を実施した。次年度以降、下表に記載した概要・科目群等をもとに引き続き検討を行い、科目構成を確定する。

図表 3-1 カリキュラム

チームマネジメント領域			
	領域概要	一般的なチームマネジメント人材に求められる役割やスキル等をオーバービューした後、運営戦略、人事管理、マーケティングなどの各種業務の詳細な考え方や手順、手法等をeスポーツや先端技術と関連付けながら学習する。	計 540h
構成科目	マネジメント基礎	マネジメント人材の役割や業務内容、必要なスキル等の全般的な内容を学習する。	45h
	チーム運営戦略	チーム運営に必要な事業戦略、広報戦略、資金調達等の戦略的知識を学習する。	135h
	人事管理	チームの人事管理の考え方、手順、評価手法、先端技術の活用方法等を学習する。	90h
	マーケティング	マーケティングの考え方、情報収集・分析方法、先端技術の活用方法等を学習する。	90h
	健康管理	心身の健康管理を行うための考え方、手法、先端技術の活用方法等を学習する。	90h
	関連法規	チーム運営に関わる関連法規について学習する。	90h
先端技術情報領域			
	領域概要	近年発達している先端技術に関する幅広い知識を、チームマネジメントやeスポーツに関連付けながら学習すると共に、特に活用可能性の高い技術については、詳細な機能や仕組み、要素技術等に関わる知識を学習する。	計 405h
構	先端技術	eスポーツチームマネジメントで活用されている	135h

成 科 目	オーバービュー	SNS や映像配信、あるいは今後活用可能性のある AI、IoT、ロボット等の先端技術の概要や活用方法等を、ケーススタディを交えて学習する。	
	SNS	チームマネジメントにおける SNS の活用方法（広報・マーケティング等）や、ビジネスでの使用上の注意点・マナー、トラブル事例等を学習する。	90h
	映像配信	e スポーツチームマネジメントにおける映像配信技術の活用方法、ビジネスでの使用上の注意点・マナー、トラブル事例等を学習する。	90h
	AI・ロボット・IoT	将来的にチームマネジメントに導入可能性のある AI 技術、ロボット技術、IoT 技術などの現状、機能、活用・導入事例等について学習する。	90h
e スポーツ領域			
	領域概要	国内外の e スポーツ業界の市場動向やビジネス形態、周辺業界の動向や今後の可能性等について学習する。また、e スポーツ業界におけるプロ e スポーツチームの運営ビジネスや人材類型、活動内容等を具体的に掘り下げて学習する。加えて、e スポーツ業界の協力を得て、実地体験を兼ねたインターンシップを実施する。	計 270h
構 成 科 目	業界ビジネス	e スポーツ業界の市場構造や市場規模、e スポーツ大会や e スポーツチームを中心とするビジネスモデル等について学習する。	45h
	業界動向	e スポーツ業界をはじめゲーム業界、IT 機器業界、イベント業界など周辺業界の e スポーツに関わる動向について学習する。	45h
	業界法務	e スポーツイベント等での国内外の各種 IP の使用許諾手続きや、e スポーツ業界で課題となっている風営法、景表法等について学習する。	45h
	e スポーツチーム	e スポーツチームの運営構造、人員規模、人材類型、活動内容、運営戦略などについて学習する。	135h
	インターンシップ	e スポーツ業界のチームやイベント企業に対するインターンシップを行う。	45h
コンピテンシー領域			
	領域概要	他領域で学習する知識・スキルを実務上で活用・応用するために必要なコンピテンシーを醸成するため	計 495h

		に、PBL 学習を実施する。加えて、e スポーツチームマネジメントを行う上で特に重要度の高いコミュニケーション力、ファシリテーション力、ビジネスマナー等については、習熟度を向上させるため知識学習を実施する。	
構成科目	e スポーツチームマネジメント PBL	e スポーツ分野におけるチームマネジメントの実務に準拠したプロジェクトテーマに基づいて、チームワークでプロジェクトを進行させ、アウトプットを製作する。	360h
	コミュニケーション	円滑な対人関係を構築するためのコミュニケーション技術について学習する。	45h
	ファシリテーション	チームワークの円滑化に重要なファシリテーション技術について学習する。	135h
	ビジネスマナー	身だしなみ、言葉遣い、態度、礼節などビジネス上のマナーについて学習する。	45h
	開発方針	PBL は本カリキュラムの趣旨と合わせたテーマ・課題等を設定する必要があるため、新規開発を想定する。今年度、「e スポーツチームマネジメント PBL」で使用する想定 of PBL 教材試用版を開発した。これを基に次年度、本格的に開発を実施する。他の科目群については専修学校専門課程で採用されている教材等を積極的に活用する。	
総学習時間			1700h 以上

3.4. 試用版教材開発

今年度は、「PBL 教材」「テキスト教材」「eラーニング教材」の3種の教材の試用版を開発した。

3.4.1. PBL 教材

3.4.1.1. PBL 教材の概要

PBL とは「Project Based Learning」の略称であり、一般的には例えば以下のように定義される。

図表 3-2 PBL の一般的な定義

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・ 情報システム開発等のプロジェクトを課題として設定し、学習者を中心に編成されたプロジェクトチームによる主体的な取り組みを促し、課題を解決させていく教育方法。・ 課題解決を通して、専門知識の活用能力の他、計画立案・遂行能力、プレゼンテーション能力、チーム運営能力等といった実務スキルや問題解決能力の向上を図ることが狙い。 |
|---|

本事業では、PBL の中でも「講師主導型 PBL」を採用した。これは即ち、実際のプロジェクトに準拠した案件を題材に、事前に用意されたシナリオに沿ってプロジェクトを進行していくものである。講師がファシリテーションを行いながら、要所で課題や解決策、解答例を提示することで、進行の流れや成果物の水準を一定に維持することができる。

以上のような PBL によって期待できる学習効果には、以下のようなものがある。

- ① 知識・スキルやコンピテンシー等の習得の促進
 - ・ 実務に近い環境で、過去の自分の経験や知識を新しい知識と関連づけていく学習方法であり、実践力の向上が期待できる。
- ② “学び方”の習得の促進
 - ・ 問題を解決するために、自身の力で課題を発見し、その解決方法を検討・立案し、実行することにより、自身が成長し続けるための学び方を習得することができる。
- ③ 学習者自身の主導的な学習によるモチベーションの喚起
 - ・ 学習者自身が最初に課題や問題を認識し、具体的な目的を持って解決して行く責任があり、学習に対する動機づけとなる。

3.4.1.2. PBL 教材の基本設計

本 PBL 教材におけるプロジェクトテーマ、学習目標、学習者要件、学習時間は、以下のように設定した。

(1) プロジェクトテーマ

今年度開発した PBL 教材は、「先端 IT 技術を活用した e スポーツチームの設立・運用」をテーマとして設定している。

e スポーツにおいては、インターネット上を中心に発足・運用される新しい形態のチームが発生している。また、一般社会でもテレワークやクラウドソーシングなどが浸透し、従来の対面型・組織依存型の形態とは異なるチームワークが求められ始めた背景から、上記のような e スポーツチームを今後様々な場面で見られるようになるであろう新しいチームの形と想定した。SNS やボイスチャットツール、動画配信サービスなど e スポーツで主流の先端 IT 技術を活用しながら、e スポーツチームの設立・運用を行うことで、新しいチームマネジメントの手法を学習する。

(2) 学習目標

- ・ e スポーツチームマネジメント業務の業務内容や要点、考え方等の理解
- ・ e スポーツチームにおける先端 IT 技術を活用したチームマネジメントに関するコンピテンシーの獲得

(3) 学習者要件

以下を主な学習者要件として設定した。

- ・ e スポーツ業界情勢や e スポーツチームの形態、活動内容等に係る概略的な知識を保有していること。
- ・ チームマネジメントの業務内容や考え方等に係る概略的な知識を保有していること。
- ・ 先端 IT 技術の用途、利用方法、運用リスクなどに係る概略的な知識を保有していること。

(4) 学習時間

45 時間（1.5 時間×30 コマ）を想定して、教材の設計を行った。ただし、今年度は試用版の教材として開発し、次年度以降、学習時間の調整や学習構成の見直し等を実施する。

3.4.1.3. 学習プロセス

先述のプロジェクトテーマに基づき、全 8step で PBL を構成した。以下に、本 PBL 教材による学習プロセスを掲載する。この学習プロセスに基づき、学習者 2～3 名程度のチームでグループワークにより、各 step でアウトプットを作成していく。その際、講師はファシリテータ、アドバイザー等を担当して学習者に自立的な学習を促し、コンピテンシーの醸成を図る。

図表 3-3 PBL 教材による学習プロセス

学習テーマ	学習概略	アウトプット
STEP1 e スポーツチームの 発足	e スポーツチームを設立することを目標に、名称、活動内容、活動目標などを検討して提案書に整理し、プレゼンテーションを行う。	提案書
STEP2 プレイヤーの獲得	プレイヤーの獲得に向けて、募集要項の検討・策定、および SNS 等を活用した募集方法の検討を行う。	募集要項 募集方法
STEP3 組織体制の検討	チームの組織体制を確立するため、チーム運営に関わる業務内容を整理し、部門や管理体制を検討する。	組織図 役割定義
STEP4 チームのブランディング	チームの知名度を上げて、自分たちの価値を向上させるためのブランディング方法を検討する。	ブランディング 活動方針
STEP5 クラウドソーシング の活用	チームのロゴ作成のため、クラウドソーシングを活用することを前提に、依頼内容を作成する。	依頼内容
STEP6 チームワーク強化	チームでの大会出場を想定し、大会概要・ルール・条件、出場チーム動向等について情報収集・分析を行い、チーム内で共有する。	チーム戦略
STEP7 トラブル対応	チームに所属するプレイヤーが発生させたトラブルへの対処を行うと共に、再発防止策を検討する。	再発防止策 謝罪文
STEP8 チーム目標の再設定	拡大したチームを背景に、それまでの実績を評価し、チームの活動目標や行動目標を再設定する。	行動計画書
最終アウトプット：行動計画書		

3.4.1.4. 教材の構成

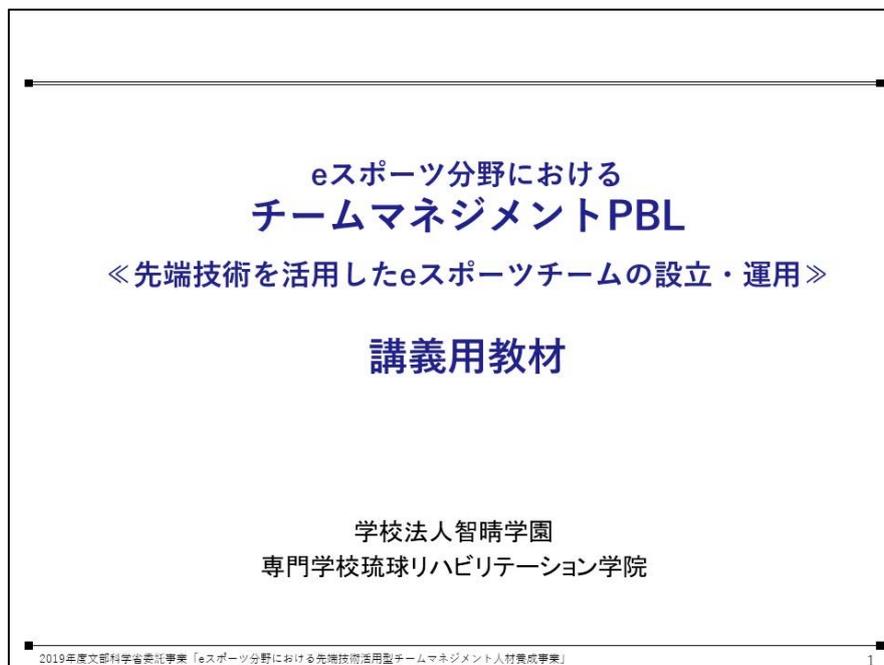
本 PBL 教材は、「講義用教材」と「指導ガイド」から成る。

①講義用教材

講義用教材は、講師および学習者の共用の資料である。プロジェクトに係る情報、状況設定、課題、ワークシート等を掲載した資料で、PBL による学習は同資料に沿って行われる。冒頭には、本 PBL 全体の学習設定や学習構成を説明する資料が掲載されており、その後、step ごとに、当該 step の学習設定や学習の流れ、課題の説明、ワークシート、参考資料題等が掲載されている。全 8step それぞれはすべて同様の構成となっている。

以下に本資料のイメージを掲載する。

図表 3-4 PBL 教材「講義用教材」 表紙



図表 3-5 PBL 教材「講義用教材」 p.4 step 説明

◀eスポーツチームマネジメントPBL▶

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 状況設定

- ・ eスポーツチームを実際に発足しようとしたとき、まず資金調達が課題となった。
- ・ 所属プレイヤーの確保、活動拠点の確保、チームの運用などにはいずれも資金が必要である。また自分たちが生活していくためにも、資金の獲得は不可欠である。
- ・ そのような中、パソコン機器メーカー『シーサー』の宮原社長が、「eスポーツ業界の振興に貢献したい。eスポーツプロチーム結成を志す若者たちに出資する。チームのコンセプトをまとめてプレゼンしにきてほしい。」という情報をTwitterで発信した。
- ・ 早速Twitterで連絡を取り、提案書を作成して後日面会のため訪問することとなった。

◆ ミッション

- ・ eスポーツチームのイメージを具体化した提案書を作成し、出資者獲得を目指す。

課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング)

課題(2) アイデアの収束 (アイデアシート)

課題(3) 提案書の作成

課題(4) プレゼンテーション

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」 4

図表 3-6 PBL 教材「講義用教材」 p.5 課題説明

◀eスポーツチームマネジメントPBL▶

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング)

- ・ ビジネスフレームワーク「ブレインライティング」という手法を使って、アイデアを発想する。
- ・ 次のページのワークシートに次の手順で記入する。

◀検討手順▶

- ① チーム内で記入する順番を決める。
- ② 1人目が、テーマについて、1行目に連想したアイデアを記入する。
- ③ 2人目以降、同様に1人1行ずつ思いついたことを記入していく。その際、前に記入した人のアイデアから連想しても良いし、新たに思い浮かんだアイデアを記入しても良い。
- ④ チームメンバー全員が記入を終えたら、2巡目に入り、シートが埋まるまで繰り返す。
- ⑤ 1人の持ち時間は3分以内。3分以上経過しても思いつかなければ次の人が記入する。

◀留意事項▶

- ・ この手法は、多種多様なアイデアを生み出すきっかけを得ることが目的である。
- ・ 取組む際には次のことに注意すること。
 - 他者のアイデアを否定したり、批判したりしてはならない。自由に意見を出すこと。
 - 質より量を重視する。考えすぎず直感でたくさんのアイデアを出すこと。
 - 奇抜でも突拍子のないアイデアでもまずは発言し、受け入れること。

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」 5

図表 3-7 PBL 教材「講義用教材」 p.6 ワークシート

「eスポーツチームマネジメントPBL」
STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング)

「テーマ：自分たちが作るeスポーツチーム」

1行目			
2行目			
3行目			
4行目			
5行目			
6行目			
7行目			
8行目			
9行目			

※上記のフォーマットをコピーして行を追加しても良い。

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」 6

②指導ガイド

指導ガイドは講師専用の資料で、大きく以下の2点が記載されている。

- ・ 授業計画：各 step の学習目標、学習手順、作業時間数等。
- ・ 指導方針：各 step の指導目標・要点、考え方、評価の観点等を掲載した資料。

図表 3-8 PBL 教材「指導ガイド」 表紙

**eスポーツ分野における
チームマネジメントPBL**

「先端技術を活用したeスポーツチームの設立・運用」

指導ガイド

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」 1

図表 3-9 PBL 教材「指導ガイド」 p.4 ステップごとの授業概要

《eスポーツチームマネジメントPBL》

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP1 eスポーツチームの発足
ミッション	eスポーツチームのイメージを具体化した提案書を作成し、出資者獲得を目指す。
課題	課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング) 課題(2) アイデアの収束 (アイデアシート) 課題(3) 提案書の作成 課題(4) プレゼンテーション
成果物	・ 提案書
講師の役割	・ ファシリテーター ・ プレゼンテーションの相手役 (企業経営者)
所要時間	6.0時間 (90分×4コマ)
学習に使用するツール	・ パソコン (チームに1台でも良い) ・ PowerPoint

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」

図表 3-10 PBL 教材「指導ガイド」 p.5 ステップごとの授業進行計画例

《eスポーツチームマネジメントPBL》

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 授業進行計画 (例)

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・ STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・ 資料の読み込み	10分
		・ 課題(1)の検討	10分
		・ 課題(1)の成果物の作成	60分
第2コマ	90分	・ 課題(2)の検討	10分
		・ 課題(2)の成果物の作成	80分
第3コマ	90分	・ 課題(3)の検討	10分
		・ 課題(3)の成果物の作成	80分
第4コマ	90分	・ 課題(4)の検討	10分
		・ 課題(4)の実施	60分
		・ 講評	20分

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」

図表 3-11 PBL 教材「指導ガイド」 p.6 学習目標・指導目標

<<eスポーツチームマネジメントPBL>> STEP1 eスポーツチームの発足	
<p>◆ 学習目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 与えられたテーマに対し、チームでアイデアの発想を行うことができる。 発想したアイデアを収束させ、アイデアシートに整理することができる。 アイデアを他者に対し論理的かつわかりやすく伝えるためのプレゼン資料を作成できる。 作成したプレゼン資料を用いて、与えられた時間の中でプレゼンを行うことができる。 	<p>◆ 指導目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ビジネスツールを用いたアイデアの発想方法を理解させるとともに、アイデアの発想にあたって他者の意見を批判せず、奇抜な意見や斬新な意見を受け入れる姿勢を身に付けさせる。 自身の意見や思考を文章化させる力を身に付けさせる。さらにその際、他者に的確に情報を伝えるための文章とすることを意識する力を身に付けさせる。 プレゼン資料を作成するための論理的思考力・構成力・ITスキル（PowerPoint）を身に付けさせる。 ビジネスの場面でのプレゼンテーションにおける態度、話し方、説明の仕方など身に付けさせる。
2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」	

図表 3-12 PBL 教材「指導ガイド」 p.7 各課題の指導ポイント

<<eスポーツチームマネジメントPBL>> STEP1 eスポーツチームの発足	
<p>◆ 課題(1)の指導ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ビジネスフレームワークを用いたアイデア出しの手法や、実施の際の手順・ルールをしっかりと理解させる。 また、今回ブレインライティングをアイデア出しの手法として課題に設定したが、他のアイデア出しの手法として典型的には「ブレインストーミング」「オズボーンリスト」「マインドマップ」なども存在する。それらの手法についても概略的に紹介する。 	<p>◆ 課題(2)の指導ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> 提案書の素材となることをしっかりと意識させる。 そのためには、この段階である程度他者が読んでも意図を理解できる水準の情報量が必要であるため、情報量が少ない場合は視野を広げるようアドバイスを行う。
<p>◆ 課題(3)の指導ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> 提案書の内容については、アイデアシートを原案として情報の加筆修正を行わせる。 この課題において、最も重要なのはプレゼン資料を論理的に構成できることを意識させることである。 	<p>◆ 課題(4)の指導ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> 単に資料を読むのではなく、どのように考えたか、資料を構成する上で重要性が高い要点等も発表させる。
2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」	

図表 3-13 PBL 教材「指導ガイド」 p.8 成果物評価のポイント

<p>《eスポーツチームマネジメントPBL》</p> <h2>STEP1 eスポーツチームの発足</h2>
<p>◆ STEP1の評価ポイント</p> <ul style="list-style-type: none">• 本STEPの最終アウトプットは提案書と、そのプレゼンテーションである。• 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。<ul style="list-style-type: none">➢ 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか➢ 課題（1）の検討結果が成果物に充分反映されているか➢ 課題（2）の検討結果が成果物に充分反映されているか➢ 課題（3）の提案書が、事前に提示した留意事項を踏まえた成果物となっているか➢ 課題（4）のプレゼンテーションが、事前に提示した留意事項を踏まえられていたか➢ 提案書の内容に独創的な内容が含まれているか➢ 提案書の内容に実現性に関する配慮がなされているか➢ 提案書の内容やプレゼンテーションの仕方にビジネスが意識されているか
<p>2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」</p> <p style="text-align: right;">8</p>

3.4.2. テキスト教材

3.4.2.1. 開発概要

本事業では、e スポーツチームのマネジメントや、そこで活用できる先端技術に関して知識学習を行うことを狙いとしたテキスト教材を開発する。今年度の事業では、特に現在e スポーツチームのマネジメントにおいて実際に活用されているツール3種を概説する内容のテキスト教材をプロトタイプ的に開発した。このプロトタイプ教材をもとに、本事業で開発するテキスト教材の内容構成や様式を具体的に検討することを目的とした。

なお、本プロトタイプ教材は、今年度事業内に別途開発を行ったe スポーツチームマネジメントPBLで使用する想定の方ツールの概説を行っており、PBLを実施する上での補助教材としても活用する想定である。

3.4.2.2. 教材の構成

e スポーツチームのマネジメントにおいて実際に活用されているツール「Discord」「Twitch」「Twitter」について概説する構成とした。以下に各ツールの概略を記載する。

図表 3-14 テキスト教材の題材についての概要

Discord (ディスコード)	ボイスチャットツール。アメリカで開発されたゲーマー向けの音声通話ソフトウェア。2人または複数人での音声通話、チャット、画面共有などの機能を搭載。ゲーム配信やゲーム購入なども可能。e スポーツチームでは事務連絡、会議、日常会話など様々な場面でのコミュニケーションツールとしても使用される。
Twitch (ツイッチ)	ライブストリーミング配信サービス。Amazon.com が提供するコンテンツライブストリーミング配信プラットフォーム。e スポーツ配信やプレイ動画配信などゲームに特化したコンテンツが中心。e スポーツチームでは、動画配信による広報活動やプレイヤーに関する情報収集等の場面で活用される。
Twitter (ツイッター)	ソーシャル・ネットワーキング・サービス。アメリカで開発されたSNSサービス。3億人を超えるユーザー数があり、e スポーツにおいては主要な情報メディアの一つでもある。e スポーツチームではコミュニケーション、広告宣伝、メンバースカウトなど様々な用途で活用される。

上記3種のツールについて、それぞれ以下の5つの大項目に関して情報を整理し、目次設計を行い、教材を執筆した。

- ① システム概要
- ② 機能構成
- ③ 活用方法
- ④ 使用方法
- ⑤ 使用する際の注意事項・マナー

3.4.2.3. 目次の構成

以下に、各教材の目次構成を述べる。

(1) Discord の目次構成

1. システム概要
 - ・チャット概要
 - ・Discord 概要
 - ・Discord (ゲーム)
 - ・Discord (ビジネス)
 - ・Discord (投資)
 - ・他サービスとの比較
2. 機能構成
 - ・コミュニケーションツール (チャット)
 - ・コミュニティ
 - ・ゲームの購入
 - ・その他補助機能 (ビデオ通話や画面の共有など)
3. 活用方法
 - ・ゲーム関連での活用
 - ・ビジネス関連での活用
 - ・FX や仮想通貨等の投資での活用
4. 使用方法
 - ・アカウント作成
 - ・サーバーの作成 (サーバー画面の見方など)

- ・個人設定
- ・フレンド追加
- ・チャンネル・カテゴリーの作成
- ・通話（ビデオ通話等の始め方、PC版、スマホ版）
- ・その他機能説明（プラグイン・bot・優良プランなど）

5. 使用する際の注意事項・マナー

- ・Discordにおける文化・マナー
- ・専門用語（Vtuberとは）
- ・トラブル事例

(2) Twitchの目次構成

1. システム概要

- ・ライブストリーミング配信概要
- ・Twitch概要
- ・他サービスとの比較
- ・Twitchのビジネスモデル

2. 機能構成

- ・視聴機能
- ・配信機能
- ・収益化

3. 活用方法

- ・ライブ動画配信
- ・コミュニティー
- ・ECによるゲームの購入

4. 使用方法

- ・アカウント作成
- ・ホーム画面の見方
- ・フォロー
- ・視聴画面の見方
- ・サブスクライブ

5. 使用する際の注意事項・マナー

- ・Twitch における文化・マナー
- ・専門用語
- ・トラブル事例

(3) Twitter の目次構成

1. システム概要

- ・SNS 概要
- ・Twitter 概要
- ・Twitter(プライベート)
- ・Twitter (ビジネス)
- ・他サービスとの比較
- ・Twitter の日本における展望

2. 機能構成 一段階抽象化させる

- ・情報発信 (ツイート機能)
- ・情報収集 (モーメント機能、タグ付けなど)
- ・情報共有 (リツイートなど)
- ・その他補助機能 (メッセージ機能、ログイン機能 など)

3. 活用方法

- ・検索とトレンド
- ・プライベートでの活用方法 (コミュニケーション、眩き)
- ・ビジネスにおける活用方法 (マーケティング戦略、宣伝、トレンド)

4. 使用方法

- ・アカウント作成
- ・プロフィール設定
- ・フォローとフォロワー
- ・ツイートとリツイート
- ・ハッシュタグ
- ・タイムライン

5. 使用する際の注意事項・マナー

- ・Twitter における文化・マナー

- ・ 専門用語
- ・ トラブル事例
- ・ 関連サービス

3.4.2.4. 教材イメージ

各教材は、PowerPointのスライド形式で作成し、スライド部分に要点が記載され、その補足を行う情報をノート部分に記載した。補足情報としては、文章だけでなく、インターネット上に存在する既存の参考情報なども含めて掲載している。

以下は、「Discord」に関するテキスト教材のイメージである。3種のテキスト教材はいずれも同様の様式で作成した。

図表 3-15 「Discord 概要」 p.2

1. システム概要

1. チャット概要

チャットとは、雑談（する）、おしゃべり（する）などの意味を持つ英単語で、コンピュータネットワークを通じてリアルタイムにメッセージのやり取りをするシステムのこと。通常は文字による会話を行うテキストチャットのことを単にチャットという。

出典：IT用語辞典 e-Words

- ・ インターネット上に設けられた仮想的な会議室であるチャットルームに参加者が集まり、メッセージの交換を行う。
- ・ チャットルームに入室すると、参加者の発言が、発言者名、発言内容、発言時刻などとともにリアルタイムで表示される。電子掲示板などと異なり、発言内容は即座に他の参加者の画面に反映される。

- ・ チャットは、電話や相対して会話をすると同様、短い文章をリアルタイムにやり取りしてコミュニケーションを行うシステムサービスのことを言う。
- ・ 「リアルタイムに」というのがポイント
「リアルタイムでない」もの（＝「非同期」）
電子メール、電子掲示板（BBS）などとは区別される。
- ・ チャットの種類には
テキストチャット（文字）、ボイスチャット（音声）、ビデオチャット（映像）がある。
- ・ チャットルームでは、参加者全員に全員の発言内容が表示される。特定の二者間のみでの連絡や対話のために用いられるものは、メッセージャーやインスタントメッセージングなどと呼ばれる。これは、チャットの一環とされる場合と、別とされる場合とがある。なお、メッセージャーにも、三人以上で会話するグループチャット機能が設けられるようになり、両者の区別は曖昧になってきている。

参考：IT用語辞典 e-Words

3

3.4.3. eラーニング教材

3.4.3.1. 開発概要

本事業で開発する教育プログラムは、前述の通り「eスポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」「コンピテンシー」の4領域で構成される。これらの各領域の学習内容のうち、特に講義形式で学習する部分については、カリキュラムのフレキシビリティを高める観点から、eラーニング採用による自己学習も想定したい。

そこで、今年度は前項で報告したテキスト教材をもとに、学習者が自立的に知識学習を実施するための講義映像教材を開発した。この映像教材は、特に学習領域「先端技術情報」の「SNS」「映像配信」等の科目での使用を想定されている。ただし、この講義映像で取り扱う学習内容は、本事業で開発したPBL学習で必要となる知識をフォローする内容ともなっている。集合学習による講義の代替としての活用方法も然ることながら、PBL学習の過程で不足した知識を、学習者が自発的かつ自立的に学習する環境を提供することも重要な目的の一つである。

3.4.3.2. 教材の構成

前項で報告した「Discord」「Twitch」「Twitter」の3種のツールを概説したテキスト教材のPowerPointスライド計75頁それぞれについて、講師が解説を行う構成となっている。次に示す構成で、計15本の講義映像教材コンテンツを開発した。各映像は5分～10分程度となっている。

(4) Discordの目次構成

- Dicord 概説編
 1. Discordの概要
 2. Discordの機能構成
 3. Discordの活用方法
 4. Discordの使用方法
 5. Discordを使用する際の注意事項・マナー

- Twitch 概説編
 1. Twitchの概要
 2. Twitchの機能構成
 3. Twitchの活用方法

4. Twitch の使用方法
5. Twitch を使用する際の注意事項・マナー

● Twitter 概説編

1. Twitter の概要
2. Twitter の機能構成
3. Twitter の活用方法
4. Twitter の使用方法
5. Twitter を使用する際の注意事項・マナー

3.4.3.3. 教材イメージ

以下は、今年度開発した「Twitch 概説編」の講義映像教材のイメージである。画面上に PowerPoint スライドを大きく表示し、右肩に講師の映像が挿入された構成となっている。今年度は、いずれの講義映像も同様の様式で試用版の開発を実施した。

図表 3-16 Twitch 概説編 Twitch の概要

1. システム概要

1. ライブストリーミング配信概要

ライブストリーミングとは、通信ネットワークを通じて映像・音声を配信する手法の一つで、撮影・録音しながら同時にデータを圧縮・変換して視聴者へ配信する方式。いわばネットワークを通じた「生放送」。

出典：IT用語辞典 e-Words

- ・PCやスマホなどの画面と音声を、インターネットを通じてリアルタイムで配信すること。2000年代頃までは専用の機器とそれなりの知識が必要で配信までのハードルが高かった。
- ・2010年代にスマートフォンが普及し、それに伴いライブ配信サービスも増加。現在では、スマートフォン1つで誰でもライブ配信ができる環境が整っている。



4. 次年度以降の計画

4.1. 2020 年度の事業計画

4.1.1. 活動概要

2020 年度では、2019 年度より引き続き、カリキュラムの検討を実施すると共に、シラバスや評価指標を開発する。さらに、各科目に対応する教材の開発・調達に取組んだ後、新規開発教材および既存教材を活用した実証講座を実施する。これにより教育プログラムの全体設計やカリキュラム・シラバス、教材群の有効性・妥当性を検証する。検証結果に基づいて、カリキュラム・シラバスや教材の改訂・拡張を実施し、本事業成果としての完成版を作成する。これらの活動と並行して、事業終了後の課題や成果の普及方策等について検討を行う。

◇活動項目

(1) 開発

- ① カリキュラム改訂
- ② シラバス開発
- ③ 評価指標開発
- ④ 新規教材（完成版）開発
 - ・ 講義用教材（チームマネジメント領域／先端技術領域）
 - ・ e ラーニング教材（チームマネジメント領域／先端技術領域）
 - ・ ケーススタディ教材（先端技術領域）
 - ・ 各種教材改訂・拡張

(2) 実施

- ① 実証講座実施
- ② 課題抽出・普及方策検討

4.2. 本事業終了後の方針

本事業が終了した後、まずは本事業の活動を引き継いで継続的に研究開発・普及活動を展開するための体制を整備する。本校（学校法人智晴学園）が主体となって、本事業の実施委員会を核とし、専門学校等の教育機関や e スポーツ業界企業・チーム、有識者等が参画する先端技術活用型マネジメント人材育成コンソーシアムを設立する。この体制のもと、本事業で開発する e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成プログラムを活用して、以下のような活動を展開する。

4.2.1. エンターテインメント分野等の専門学校への普及（2021年度～）

本事業の教育プログラムは、スポーツや音楽などエンターテインメント分野の専修学校専門課程で運用されているマネージャー教育カリキュラムを基礎として開発する。このことから、当該分野の専門学校では比較的導入・運用しやすいものとなることが予想される。また同分野の専門学校には、近年eスポーツのプレイヤー育成等を主要な教育テーマとする専門課程の新設に取り組む学校も存在しており、本プログラムへの高い関心を持つと考えられる。そこで、まずはエンターテインメント分野の専門学校を対象に、本事業の成果の周知を行い、本プログラムの導入・運用に関わる支援活動を展開する。

4.2.2. 教育プログラムのアレンジ（2021年度～）

本事業の教育プログラムは1700時間以上の2年制専門課程での運用を想定してカリキュラム設計を行うが、これをフルスペックで専門学校に導入するためには、学科を新設する必要があることから、相応の大きなコスト負担が求められる。この負担を軽減し普及を促進するために、教育プログラムのアレンジを検討する。例えば、既存のスポーツ分野や音楽分野のマネージャー養成カリキュラムに対し、アタッチする形での導入を想定して、本プログラムを構成する学習領域のうち、マネジメント教育領域を圧縮したアレンジが考えられる。また、スポーツ分野において引退した選手の再就職が課題となっていることを踏まえ、eスポーツ業界の実務者を対象に、本プログラムのチームマネジメント領域や先端技術領域を中心に抽出した学び直しカリキュラムの構築も考えられる。このようなアレンジカリキュラムの考案・構築により、本事業成果の幅広い活用を図る。

4.2.3. 他分野での教育プログラム構築の支援（2023年度～）

本事業で養成を目指す先端技術活用型マネジメント人材は、第4次産業革命により生まれる新たな技術が発達・普及するにつれて、eスポーツ分野だけでなく、様々な産業の現場で今後需要が高まる人材であると考えられる。本事業で構築する教育プログラムはeスポーツ分野に特化した内容構成であるが、他分野において先端技術活用型マネジメント人材を養成する場合や、ビジネス分野において汎用性の高い当該人材を養成する際には有力な先行事例となりうる。そこで、本事業成果および上記2つの活動実績と併せてカリキュラム構築・運用のノウハウを他分野の専門学校等へ周知し、他分野への普及も図る。

【卷末資料】

(1) eスポーツチーム対象ヒアリングシート

一般社団法人日本eスポーツ学会 2019年度 文部科学省委託事業

eスポーツチーム対象ヒアリングシート

調査対象 チーム名称	
調査対象者 氏名・役職	

I. プロフィール

(1) ご回答者様自身のプロフィールについて教えてください。

チーム在籍年数	
チームでの 立場・役割	
ご職業	※専属ではなく兼任の場合。

(2) チームについて教えてください。

在籍人数	プレイヤー : 名 支援スタッフ数 : 名
活動地域	
活動拠点	
活動内容	
活動実績	

II. チーム運営情報

(1) チームが発足した経緯について教えてください。

(2) チームの活動目的・目標を教えてください。

(3) 貴チームのチームメンバーにとって、チームに所属する目的や意義を教えてください。

(4) 貴チームの運営上発生する経費の大まかな内訳を教えてください。

(5) (4)のような経費を賄うために必要な原資をどのように調達していますか。

(6) チーム運営上のご苦勞や課題等ございましたら、教えてください。

III. チーム運営に関わる業務内容

- (1) チーム運営に関わるスタッフの役職構成や、各スタッフの役割を教えてください。

- (2) チーム運営上発生する業務内容について詳しくお伺いします。別紙「e スポーツチームマネジメント業務構造」に、チーム運営上発生すると思われる業務項目を整理しました。貴チームの運営上、不足している業務項目や、不要な業務項目などありましたら、教えてください。

- (3) チーム運営業務を担当するスタッフについて、過不足感を教えてください。また、不足している場合、具体的にどのような知識・技術等を持つスタッフが不足していますか。

- (4) (3)のようなチーム運営スタッフを今後、獲得していくご意向はありますか。また、獲得を行う場合、どのようにして人材を探す予定か教えてください。

- (5) e スポーツチームの運営に関わる上で、必要な知識・技術等があれば、教えてください。

IV. 今後の展開等

- (1) チームの活動や運営に関わる今後のご意向や抱負等ございましたら教えてください。

例：、世界進出、収入確立、知名度向上等

- (2) 本校では、別紙「ヒアリング調査ご協力をお願い」に記載の通り、e スポーツチームのマネジメント人材の育成環境整備を目的とした事業に取り組んでいます。本事業の活動や、e スポーツチームマネジメント人材への感想・意見等があればお教えてください。

《確認事項》

本調査は文部科学省委託事業の報告書として取りまとめ、機関名、ご回答者名を回答内容と合わせて公開する予定です。不都合等ございましたら、機関名・ご回答者名を伏せるなど対応を検討いたします。

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

eスポーツチームマネジメント業務構造

組織マネジメント領域

- eスポーツ専門組織マネジメント
- マーケティング
- 商品開発・販売
- PR・広報
- スポンサー交渉
- プレイヤースカウト
- イベント企画・運営
- etc...

プレイヤーマネジメント領域

- プレイヤーサポート
- トレーニングサポート
- スケジュール調整・管理
- 大会出場サポート
- 健康・メンタル管理サポート
- 対外折衝サポート
- etc...

○ 分野共通組織マネジメント

- ストラテジー（経営戦略）
- ヒューマンリソース
- アウトソーシング
- ファイナンス（収支管理）
- プランニング
- 対外折衝
- etc...

eスポーツ分野における チームマネジメントPBL

《先端技術を活用したeスポーツチームの設立・運用》

講義用教材

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

eスポーツチームマネジメントPBL 学習要項

◆ 学習目標

- eスポーツチームマネジメント業務の業務内容や要点、考え方等の理解
- eスポーツチームにおける先端IT技術を活用したチームマネジメントに関するコンピテンシーの獲得

◆ 学習テーマ

- 先端IT技術を活用したeスポーツチームの設立・運用

◆ 学習設定

- 受講者は、仲間たちとともにeスポーツのプロチームの発足させることとなった。
- チームの発足・行動計画・管理などのチームマネジメントに関わる業務を担当。

◆ 前提知識

- eスポーツ業界情勢やeスポーツチームの形態、活動内容等に係る概略的な知識
- チームマネジメントの業務内容や考え方等に係る概略的な知識
- 先端IT技術の用途、利用方法、運用リスクなどに係る概略的な知識

◆ 実施時間

- 45時間（1.5時間×30コマ）

eスポーツチームマネジメントPBL 学習プロセス

学習テーマ	学習概略	アウトプット
STEP1 eスポーツチームの発足	eスポーツチームを設立することを目標に、名称、活動内容、活動目標などを検討して提案書に整理し、プレゼンテーションを行う。	提案書
STEP2 プレイヤーの獲得	プレイヤーの獲得に向けて、募集要項の検討・策定、およびSNS等を活用した募集方法の検討を行う。	募集要項 募集方法
STEP3 組織体制の検討	チームの組織体制を確立するため、チーム運営に関わる業務内容を整理し、部門や管理体制を検討する。	組織図 役割定義
STEP4 チームのブランディング	チームの知名度を上げて、自分たちの価値を向上させるためのブランディング方法を検討する。	ブランディング 活動方針
STEP5 クラウドソーシングの活用	チームのロゴ作成のため、クラウドソーシングを活用することを前提に、依頼内容を作成する。	依頼内容
STEP6 チームワーク強化	チームでの大会出場を想定し、大会概要・ルール・条件、出場チーム動向等について情報収集・分析を行い、チーム内で共有する。	チーム戦略
STEP7 トラブル対応	チームに所属するプレイヤーが発生させたトラブルへの対処を行うと共に、再発防止策を検討する。	再発防止策 謝罪文
STEP8 チーム目標の再設定	拡大したチームを背景に、それまでの実績を評価し、チームの活動目標や行動目標を再設定する。	行動計画書
最終アウトプット：行動計画表		

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」

3

《eスポーツチームマネジメントPBL》

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 状況設定

- eスポーツチームを実際に発足しようとしたとき、まず資金調達が課題となった。
- 所属プレイヤーの確保、活動拠点の確保、チームの運用などにはいずれも資金が必要である。また自分たちが生活していくためにも、資金の獲得は不可欠である。
- そのような中、パソコン機器メーカー『シーサー』の宮原社長が、「eスポーツ業界の振興に貢献したい。eスポーツプロチーム結成を志す若者たちに出資する。チームのコンセプトをまとめてプレゼンしにきてほしい。」という情報をTwitterで発信した。
- 早速Twitterで連絡を取り、提案書を作成して後日面会のため訪問することとなった。

◆ ミッション

- eスポーツチームのイメージを具体化した提案書を作成し、出資者獲得を目指す。

課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング)

課題(2) アイデアの収束 (アイデアシート)

課題(3) 提案書の作成

課題(4) プレゼンテーション

2019年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」

4

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング)

- ビジネスフレームワーク「ブレインライティング」という手法を使って、アイデアを発想する。
- 次のページのワークシートに次の手順で記入する。

《検討手順》

- ① チーム内で記入する順番を決める。
- ② 1人目が、テーマについて、1行目に連想したアイデアを記入する。
- ③ 2人目以降、同様に1人1行ずつ思いついたことを記入していく。その際、前に記入した人のアイデアから連想しても良いし、新たに思い浮かんだアイデアを記入しても良い。
- ④ チームメンバー全員が記入を終えたら、2巡目に入り、シートが埋まるまで繰り返す。
- ⑤ 1人の持ち時間は3分以内。3分以上経過しても思いつかなければ次の人が記入する。

《留意事項》

- この手法は、多種多様なアイデアを生み出すきっかけを得ることが目的である。
- 取組む際には次のことに注意すること。
 - 他者のアイデアを否定したり、批判したりしてはならない。自由に意見を出すこと。
 - 質より量を重視する。考えすぎず直感でたくさんのアイデアを出すこと。
 - 奇抜でも突拍子のないアイデアでもまずは発言し、受け入れること。

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング)

《テーマ：自分たちが作るeスポーツチーム》

1行目			
2行目			
3行目			
4行目			
5行目			
6行目			
7行目			
8行目			
9行目			

※上記のフォーマットをコピーして行を追加しても良い。

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(2) アイデアの収束 (アイデアシート)

- ビジネスフレームワーク「アイデアシート」という手法を使って、アイデアを収束させる。
- アイデアシートは提案書に情報を整理する際の素材となることを意識すること。
- 次のページのワークシートの各項目について、以下の方針で検討して記入する。

《検討項目》

- ① コンセプト：発足するチームをどのようなチームとするのか、簡潔に表現する。
 - ② 名称：チームの名称を記入する。コンセプトを踏まえた名称とすること。
 - ③ 活動目的：どのような目的をもって活動を行うのかを記入する。
 - ④ 活動領域：参画を目指すeスポーツ競技の種類を記載する。3競技設定すること。
 - ⑤ 構成員：チームに参加する人数の目標や、参加させたいメンバーの属性を記入する。属性とは、その人が持つ実績、タレント性、活動地域などの要素を指す。
 - ⑥ 活動範囲：主に拠点とする地域、世界規模の大会への参加の有無などを記入する。
 - ⑦ 活動内容：①～⑥を踏まえ、具体的にどのような活動を展開するのかを記入する。
 - ⑧ 設立理由：①～⑦を踏まえ、なぜそのようなチームを作りたいと考えたのかを記入する。
- この手法は、課題(1)で発想した多種多様なアイデアをもとに、自分たちがどのようなチームを作り上げていきたいのかを具体化し整理することを目的としている。
 - 自分たちだけでアイデアを収束できない場合は、まず実際のプロチームを調べて各項目にどのような情報を入れこめるかを考え、参考とすること。

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(2) アイデアの収束 (アイデアシート)

コンセプト	
名称	
活動目的	
活動領域	
構成員	
活動範囲	
活動内容	
設立理由	

※スライド1枚分に収まらない場合は、複数ページに分割してもよい。

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(3) 提案書の作成

- 課題(2)の検討をもとに、発足するチームのコンセプトをプレゼンテーション資料にまとめる。
- 資料の分量はパワーポイントスライド3ページとする。
- それぞれのページには次の事項を記載すること。

《記載方針》

1 ページ目：チームのコンセプトと活動内容等を記載する。（課題(2)の①～⑦が該当）

2 ページ目：1 ページ目のようなチームを発足したい理由を記載する。（課題(2)の⑧が該当）

3 ページ目：パソコン機器メーカーにとっての出資するメリットを記載する。

- プレゼンテーション資料に記載する項目やデザインは、上記方針の範囲で自由に決めて良い。
- プレゼンテーション資料作成に際して以下の事項に留意すること。

①	伝えたい内容を具体的に記載できているか
②	説得力のある内容となっているか（論理的に構成されているか）
③	ポイントを明確にできているか
④	適切な情報量となっているか（多すぎず少なすぎず）
⑤	資料全体のデザインや図や表、グラフなどに、伝えるための工夫が見られるか

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(4) プレゼンテーション

- 作成した提案書を使ってプレゼンテーションを行う。
- 与えられる時間は、提案書の説明に10分、質問に10分である。
- プレゼンテーションを行う相手は、教師でも学友でもない。企業の経営者が相手であることに留意すること。
- プレゼンテーションに際して以下の事項に気を付けること。

態度	①	良い姿勢や好感を持てる表情を維持できているか
	②	効果的なジェスチャー（身振り・手振り）ができているか
	③	視線を聞き手に向けられているか
話し方	①	適切なスピードで話せているか（早すぎず遅すぎず）
	②	適切な声量で話せているか（大きすぎず小さすぎず）
	③	相手の反応を踏まえ、適切な間が取られているか
説明内容	①	ポイントを明確にして説明できているか
	②	適切な説明の流れ（順序）となっているか
	③	わかりやすく内容を伝えるための努力をしているか

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 状況設定

- ・ パソコン機器メーカー『シーサー』の宮原社長に対して、プレゼンテーションを行ったところ、幸い熱意が伝わり出資を得ることになり、また、活動について随時アドバイスをしてもらえたことになった。
- ・ eスポーツチームとして活動を開始するための第一歩、まず所属プレイヤーの募集・勧誘を行う。
- ・ 他のeスポーツプロチームの募集方法を参考にして、募集要項や募集方法等を具体的に検討することとした。

◆ ミッション

- ・ 募集要項やスカウト計画を検討・策定し、所属プレイヤーの獲得を目指す。

課題(1) 先行事例の調査

課題(2) 募集要項の検討

課題(3) 募集方法の検討

課題(4) 募集文面の検討

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(1) 先行事例の調査

- ・ 募集要項や募集方法を検討するにあたって、検討素材を収集するために先行事例を調査する。
- ・ 以下のような事項について調査を行う。
 - eスポーツプロチームがホームページ等で公開している募集要項
 - eスポーツプロチームのプレイヤー募集に関するツイート
 - eスポーツプロチームの募集方法等をまとめたブログ等の記事 など

《参考情報》

eスポーツのプロチーム一覧 アオハル

<https://ao-haru.jp/esports/esport-team/>

Detonation Gaming LEAGUE OF LEGENDS部門 募集要項

<http://team-detonation.net/news/27810>

https://twitter.com/team_detonation/status/1216997461211770880

匠Festival COD部門 メンバー募集

https://twitter.com/TFes_CoD/status/1016913735678455809

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(2) 募集要項の検討

- ・ 課題(1)の調査結果を踏まえ、募集要項を検討する。
- ・ 次のページのワークシートの各項目について、以下の方針で検討して記入する。

《検討項目》

- ① チーム概要：コンセプトや活動方針等を簡潔に記載すること。
 - ② 条件：年齢、実績、活動姿勢等の条件設定を検討すること。
 - ③ 待遇：待遇として提供するものを検討すること。
 - ④ 報酬：報酬の有無や、報酬有の場合の設定を検討すること。
 - ⑤ 選考方法：選考の流れを検討すること。
 - ⑥ 応募方法：自身が応募を受ける立場となる想定で検討すること。
- ・ 自身が応募する立場になってどう思うかを意識しながら検討すること。
 - ・ 「条件」については対象層のeスポーツプレイヤーがどの程度いるかを意識すること。
 - ・ 「待遇」「報酬」については設定するために原資が必要であり、現実感を意識すること。出資を受けるとはいえ、発足当初は収入がなく、多人数に好待遇・高額報酬の支給は困難である。
 - ・ 先行事例から、各項目についておおよそどのような設定がされているかを読み取ること。
 - ・ 各項目の記載内容について、「なぜその内容とするのか」を説明できるように意識すること。

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(2) 募集要項の検討

チーム概要	
条件	
待遇	
報酬	
選考方法	
応募方法	

※スライド1枚分に収まらない場合は、複数ページに分割してもよい。

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(3) 募集方法の検討

- 課題(1)の調査結果と課題(2)の募集要項を踏まえ、募集方法を検討する。
- 検討結果を整理し、次のページのワークシートに記入する。
- 様々な募集方法を検討することが望ましい。
- 例えば以下の手法を使って具体的にどのように募集活動を行うかを検討してみることに。
 - Twitterを使った募集
 - ホームページを使った募集
 - Twitchを活用したスカウト
 - 人材募集サイトの活用
 - eスポーツ関連施設やeスポーツ大会でのスカウト
 - 人脈を使ったスカウト など
- なお、上記以外で検討しても良い。

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(3) 募集方法の検討

募集手法	具体的な活動方針

※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(4) 募集文面の検討

- Twitterでの募集を行うことを想定して、募集文面を検討すること。
- Twitterで情報発信を行うためには、140字以内で簡潔にわかりやすく募集内容をまとめる必要がある。
- 募集文面案を検討し、以下のブランクに記入すること。
- またハッシュタグなどを付け、目に留まりやすいよう工夫をすること。
- なお、募集要項の詳細は別のWebページに用意する想定でよい。

Twitter募集文面
(140字以内)

STEP3 組織体制の検討

◆ 状況設定

- 精力的に募集活動を実施した結果、チームを発足時に参画したいと考えていたeスポーツ競技3種類それぞれについて各3名、計9名のプレイヤーを獲得できる見込みが立った。
- これから本格的にチームを運用していくことになるが、そのためには組織としての体制を整える必要がある。
- そこで、チーム運営に想定される業務内容を整理し、それに対応するマネジメント体制を構築することとした。

◆ ミッション

- チーム運営に想定される業務内容を整理し、マネジメント体制を検討する。

課題(1) チーム運営業務の整理

課題(2) 組織図の作成

課題(3) 各部署の役割の定義

STEP3 組織体制の検討

◆ 課題(1) チーム運営業務の整理

- ・ チーム運営を行っていく上で必要となる業務を以下のフォーマットに記入する。
- ・ チーム運営に関わる業務は、プレイヤーサポート業務とチームを組織として運営していくためのマネジメント業務の2種に大別できる。
- ・ それぞれどのような業務がありうるか、調査して列記すること。

業務分類	業務項目
プレイヤーサポート業務	
組織マネジメント業務	

STEP3 組織体制の検討

◆ 課題(2) 組織図の作成

- ・ 課題(1)で整理した業務に対応するための組織体制を検討する。
- ・ 次のページの組織図フォーマットに各業務を担当する部署を設定すること。
- ・ なお、組織図は「競技部門」と「運営部門」に大別する。
- ・ 今回の検討では「部門」の追加は不可とし、「部署」を検討対象とすることに留意すること。
- ・ 「競技部門」にはプレイヤーたちが所属し、個別の競技に対応するチームを配置する。
- ・ 「運営部門」にはチーム運営に関わる業務を担当する部署を配置する。

《参考情報》

「社内体制（組織図）」の作成

<https://keiei-manabu.com/business-plan/internal-organization.html>

プロジェクト・チーム編成および運営の実施方法（How）

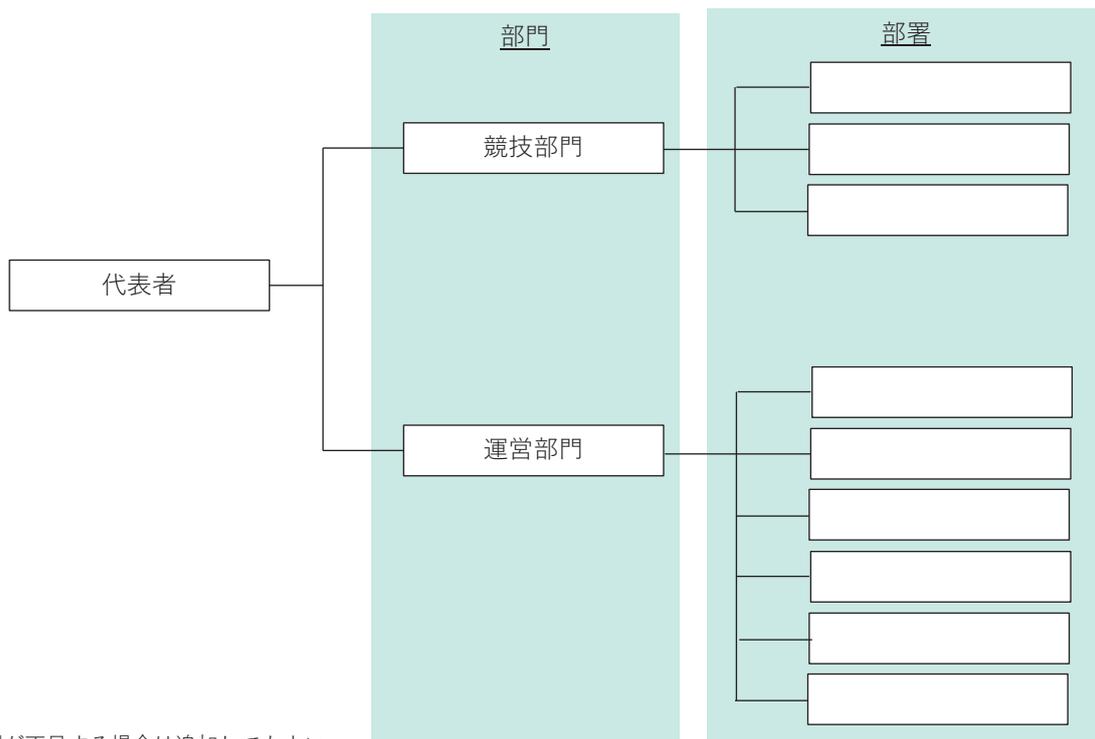
http://www.newspt.co.jp/contents/manual/yes/2_mg/2c12.html

一目置かれるチームになりたい！——世界最大のソーラーカーレースに挑む学生だけのチーム

<https://teamwork.cybozu.co.jp/blog/solarcar.html>

STEP3 組織体制の検討

◆ 課題(2) 組織図の作成



※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP3 組織体制の検討

◆ 課題(3) 各部署の役割の定義

- 課題(3)で設定した各部署について、それぞれ具体的な役割・業務項目を記入する。
- 次のページのフォーマットに記入すること。
- なお、役割が不明確な部署があった場合や、担当部署がない業務が見つかった場合は、課題(2)に戻って修正しても良い。

《参考情報》

企業の組織と各部署の役割

<https://www.chem-station.com/blog/2019/05/busho.html>

プロジェクトの失敗を予感させる体制図・役割分担表のパターン

<https://www.cycle-g.info/entry/2017/08/21/こんな体制図・役割分担表はイヤだ>

スポーツ職種辞典 スポーツ×職種

<https://doda.jp/sportlight/syokusyu/>

STEP3 組織体制の検討

◆ 課題(3) 各部署の役割の定義

部署	役割・業務内容

※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP4 チームのブランディング

◆ 状況設定

- 自分たちのチームの組織体制を構築し、活動を開始する目途が立った。
- チームとしての活動を開始するが、発足したばかりでチームの知名度が低く、今後チームを成長させていくためには、知名度を上げる必要がある。
- 知名度が上がれば出資してくれた宮原社長にも自分たちを広報ツールとして活用してもらうことができ、今後の出資に繋げていける可能性がある。
- このような目的から、チームの知名度を上げるブランディング活動を計画することにした。

◆ ミッション

- チームの知名度を上げるために、ブランディング活動を計画する。

課題(1) 先行事例の調査

課題(2) ブランディング活動方針の検討

課題(3) Twitchによる動画配信

STEP4 チームのブランディング

◆ 課題(1) 先行事例の調査

- 各プロチームのブランディングに関わる活動内容を調査する。
- 調査結果をもとに、自分たちのチームでのブランディングに関わる活動方針を検討する。
- eスポーツチームでは知名度を向上させるため、以下のような活動を実施している。具体的にどのような活動が行われているか調べて、次のページのフォーマットに記入すること。
 - イベント企画・実施
 - 映像配信
 - 大会やイベントへの参加
 - 物販（PC・周辺機器・Tシャツ・グッズ等）
 - SNS等の活用 など

《参考情報》

esportsチームが人気の土台を作るためのポジショニング戦略

<https://note.com/nasobem/n/n811d8979b954>

プロゲーマーになる方法。ゲーマー履歴書を作成し、
ブログ・Twitter・YouTubeで発信力を高めよう！

<https://www.captainjack.jp/entry-how-to-become-pro-gamer-2>

STEP4 チームのブランディング

◆ 課題(1) 先行事例の調査

チーム名			
活動内容			

※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP4 チームのブランディング

◆ 課題(2) ブランディング活動方針の検討

- 課題(1)の結果を踏まえ、具体的にどのようなブランディング活動を実施するか検討する。
- eスポーツチームのブランディングは、知名度の向上が主な目的となる。
- そのためには、露出機会・頻度の増加、周知活動などが必要となる。
- 具体的にどのように活動を行い、上記の目的を達成するかを検討する。活動項目と活動内容を、次のページのワークシートに記入すること。
- 例えば以下のような手法が考えられる。
 - Twitterの活用
 - ホームページの活用
 - 動画配信サイトの活用
 - 大会への参加
 - イベントの開催または参加
 - 対応可能な競技の増加（所属プレイヤーの増員）
 - タレント性の高いプレイヤーの獲得 など

STEP4 チームのブランディング

◆ 課題(2) ブランディング活動方針の検討

活動項目	活動内容

※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP4 チームのブランディング

◆ 課題(3) Twitchによる動画配信

- Twitchによる動画配信環境を整備する。
- ファンの獲得等を目的として、多数のeスポーツチームがプレイ動画を配信しているが、その際活用されているツールがTwitchである。
- Twitchは一定時間以上のプレイ動画を配信することを条件に、eスポーツチームに対して報酬を支払う仕組みを採用しており、eスポーツチームにとっては重要な広報ツールであると同時に、貴重な収入源としても活用できる可能性がある。
- 以下の参考URL等を参照し、Twitchのアカウント作成や設定等を行い、動画配信できる環境を整えること。

※講師による指導・評価のもと作業を行うこと。

《参考資料》

eスポーツ大会放送における配信サポートマニュアル

https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/terms/support_manual.pdf

『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】

<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/#369873>

Twitchでフォロワーを増やすために必要な8つのこと

<https://mokolog.style/howtoglowtwitchchannel/>

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 状況設定

- 精力的なブランディング活動が徐々に成果を上げ、チームの知名度が向上してきた。
- 大規模な大会出場に向けてチームのロゴを作成したいが、チーム関係者にはデザインできる人材がいない。
- 自分たちのチームのイメージを反映したロゴデザインを、外部の人間に依頼する必要がある。
- そこで、ロゴデザインの要件を整理した上で、クラウドソーシングを活用して、デザイナーにチームのロゴのデザインを依頼することにした。

◆ ミッション

- ロゴデザインの要件を整理し、クラウドソーシングを活用したデザインの依頼を検討する。

課題(1) 先行事例の調査

課題(2) ロゴデザイン要件の検討

課題(3) クラウドソーシングの実践

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 課題(1) 先行事例の調査

- eスポーツチームのロゴがどのようなものを調査する。
- 各プロeスポーツチームのロゴとチームイメージの相互関係を分析する。
- 調査の際には、以下のような項目に注目すること。
 - チーム名
 - イメージカラー
 - チームに所属するプレイヤー（性別・年齢・出身地・経歴等）
 - チームのコンセプト
 - チームが対応している競技

《参考資料》

eスポーツのプロチーム一覧 アオハル

<https://ao-haru.jp/esports/esport-team/>

有名eスポーツチームが続々とチームロゴをリニューアル、狙いはブランディング強化

Negitaku.org

<https://www.negitaku.org/news/n-23841>

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 課題(2) ロゴデザイン要件の検討

- まず、ロゴデザインのイメージを具体化する。
- ここで検討する内容を使って、クラウドソーシングでデザイナーに対して依頼を行う。
- 自分たちのイメージを、事前知識の無い外部の他者に対して、言葉で表現して伝えなければならない。そのため、極力具体的な表現を心がけること。
- 次のページのワークシートの各項目について、以下の方針で検討して記入する。

《検討項目》

- ① チーム名 : チームの名称を記入する。
- ② コンセプト: チームのコンセプトを記入する。
- ③ キーワード: チームを直感的にイメージできるキーワードを記入する。
- ④ カラー : チームのイメージカラーを記入する。検討の際には、①～③から連想。
- ⑤ ターゲット: チームを知ってもらいたい人たちの属性を記入する。
- ⑥ 参考事例 : イメージに近いロゴ3種程度のURLを記入する。なお、eスポーツ以外でも可。

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 課題(2) ロゴデザイン要件の検討

チーム名	
コンセプト	
キーワード	
カラー	
ターゲット	
参考事例	

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 課題(3) クラウドソーシングの実践

- ・ クラウドソーシングを使ってロゴデザインの発注を行う。
- ・ ここでいうクラウドソーシングとは、webサービスを活用して、当該サービスに登録している人材に対して業務内容と報酬を提示し、仕事を依頼する手法である。
- ・ クラウドソーシングを目的とした具体的なwebサービスとしては、以下が挙げられる。
 - ランサーズ <https://www.lancers.jp/>
 - クラウドワークス <https://crowdworks.jp/>
 - クラウドディア <https://www.craudia.com/>
- ・ 今回は「ランサーズ」を利用して、ロゴデザインの依頼を行う。
- ・ 依頼方法は「コンペ形式」とする想定でアカウントの登録などを実施し、依頼までの流れを確認すること。
 - ※講師による指導・評価のもと作業を行うこと。

《参考資料》

クラウドソーシングの使い方

<http://www.japan-telework.or.jp/2015jirei/use.html>

ランサーズで仕事を依頼しよう ランサーズ利用ガイドー「依頼編」

<https://www.lancers.jp/help/guide/client/compe/1>

STEP6 チームワーク強化

◆ 状況設定

- チームで参画しているeスポーツ競技の1つである「(※ゲーム名称)」の大会が国内で開催されるという情報が流れた。
- その大会にチームとして出場することに決定した。
- 出場にあたってまず、大会の詳細なルールや規定、出場チーム、前回大会の情報等を調査し、チームとしての戦略を決定する必要がある。また、チームとして連携して戦うためにチームワークの強化も不可欠である。
- そこで、チームでの戦略の検討及びチームワーク強化を目的として、チーム内でのディスカッションを行うこととした。

※今回の学習で対象とするゲーム競技は任意で決定して良い。

◆ ミッション

- 大会出場に向けて、戦略についてディスカッションし、チーム内で共有する。

課題(1) 情報収集

課題(2) ディスカッションの実施

課題(3) チーム戦略の共有

STEP6 チームワーク強化

◆ 課題(1) 情報収集

- まず、チーム内でのディスカッションに向けて大会の関連情報を調査する。
- 調査では、例えば次のような項目について情報収集を行う。
 - 大会規模
 - 入賞賞金
 - 開催場所・日時
 - 出場資格
 - 参加費用（交通費等も含む）
 - 前回大会の情報
 - 競技特性
 - ルール・規定
 - 上位入賞候補チームの詳細
 - 他チームの出場動向 など
- 調査対象が重複しないよう分担して実施する。
- なお調査結果は、課題(2)のディスカッションにて発表する。その際、他のメンバーとの情報共有をどのような形でを行うかを併せて各々検討し、準備する。

STEP6 チームワーク強化

◆ 課題(2) ディスカッションの実施

- 課題(1)で調査した情報をもとに、ディスカッションを実施する。
- テーマは「調査結果の共有」と「出場によりチームが得られる効果」とする。
- なお、このディスカッションは音声通話チャットツール「Discord」を使ったビデオ会議により実施するものとする。eスポーツチームではチームメンバーが会社勤めの場合も多く、また遠方に在住している場合も少なくない。そのため、時間や場所を選ばずに開催できるweb会議でディスカッションを行う場面が多々想定される。
- そのために、まず「Discord」のダウンロード・インストールや、アカウントの作成、サーバーの設定を行う。ディスカッションの時間は1時間とし、時間内に情報の共有と結論の整理を終えること。

《参考資料》

ゲーマー向けチャット『Discord』の使い方 DL方法から拡張機能まで徹底解説

<https://mag.app-liv.jp/archive/118116/>

グループディスカッションで押さえておくべき流れ・コツ

<https://and-plus.net/group-discussion-4/>

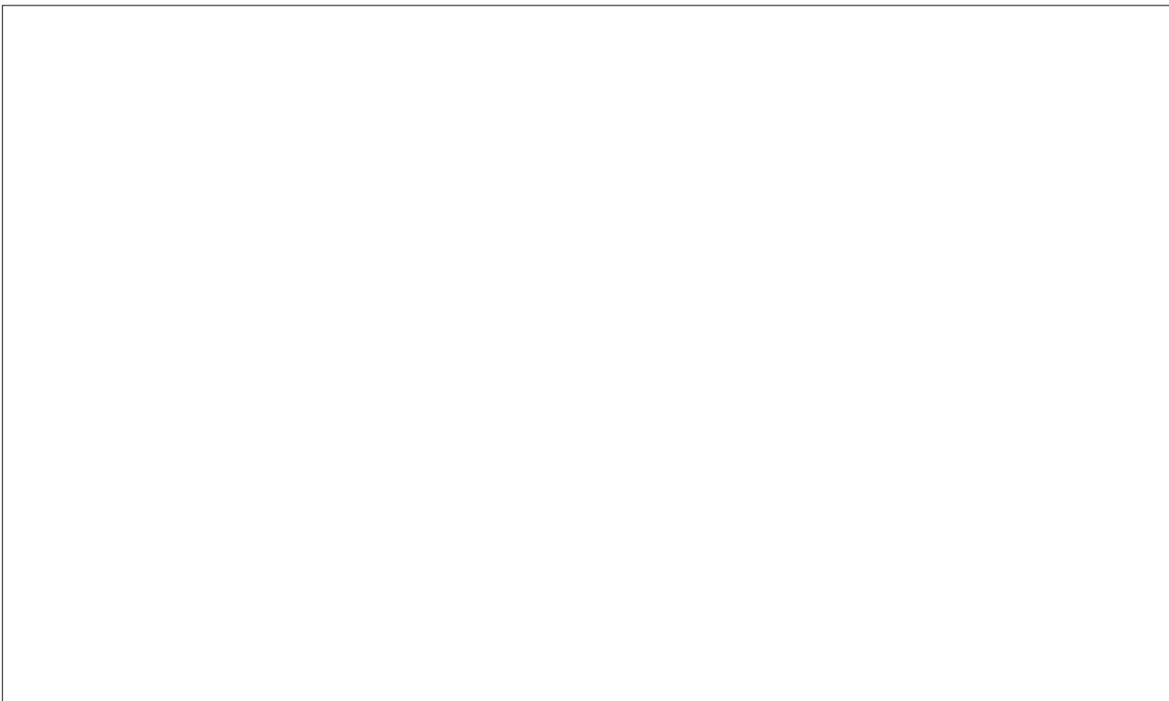
STEP6 チームワーク強化

◆ 課題(3) チーム戦略の共有

- 課題(2)で検討したチームの戦略（大会情報・出場目的・出場によって得られる効果等）をプレイヤーを含むチーム全体で共有する。
- 共有方法は「Discord」のチーム専用サーバー上のチャットにより実施する。
- ディスカッションに参加していないメンバーにもわかりやすくかつ正確に情報共有をするための投稿文章を作成する。
- 次のページのフォーマットに上記想定のもと投稿文章を記入し「Discord」で実際に投稿する。
 - 大会情報（規模・賞金・場所・日時・ルール規定・出場条件等）
 - 出場チーム情報（前回大会情報・他大会情報・出場チーム詳細等）
 - 出場目的・出場によってチームが得られる効果
 - チームとしての出場意向・熱意 など

STEP6 チームワーク強化

◆ 課題(3) チーム戦略の共有



STEP7 トラブル対応

◆ 状況設定

- チームに所属するプレイヤーの1人が、ライブ映像配信ツールを使ってプレイ動画を生配信している際、熱くなりすぎた結果、対戦相手のプレイヤーに対して、差別的表現を使って侮辱するという不祥事が発生した。
- この不祥事について、生配信の視聴者たちがTwitterで次々と投稿したことにより、瞬く間に情報が拡散し、大炎上してしまう結果となった。
- この事態はチーム全体のイメージを著しく損ない、ファンや出資者の信頼を裏切ることにも繋がる。したがってチームとしては、ただちに事態の收拾を図る必要がある。
- チーム内で対応方針を検討の上、行動を開始することにした。

◆ ミッション

- 発生したトラブルに対する対応方針を検討し、事態の收拾を図る。

課題(1) 対応方針の検討

課題(2) 再発防止策の検討・共有

課題(3) 世間への公表と謝罪

STEP7 トラブル対応

◆ 課題(1) 対応方針の検討

- 発生したトラブルへの対応事項と対応手順を検討する。
- 以下の手順で検討を行う。
 - ① トラブルに対応するためにどのような行動が必要かを項目で検討する。
 - ② 各項目の優先度を「大」「中」「小」の3段階で評価する。
 - ③ 各項目の対応順を検討し、並び替えを行う。
- 以上の手順で検討した対応項目のうち、最も優先度が高い上位3項目と、具体的な対応内容を、以下のフォーマットに記入する。

対応項目	対応内容

STEP7 トラブル対応

◆ 課題(2) 再発防止策の検討・共有

- 謝罪文の公表の前に、不可欠な要素である再発防止策を検討する。
- 今回発生した不祥事の原因を分析し、不祥事を起こしたプレイヤーへの処分を検討するとともに、今後類似したトラブルを未然に防ぐ方法を検討・整理する。
- 以下のフォーマットの各項目について検討し、記入する。
- さらに「Discord」に実際に検討結果を投稿し、チームメンバー全員と情報共有を図る。

不祥事の原因	
不祥事の影響	
プレイヤーへの処分	
再発防止策	

STEP7 トラブル対応

◆ 課題(3) 世間への公表と謝罪

- 課題(2)を踏まえ、世間への不祥事に関する情報の公表と謝罪を行う。
- 不祥事に関する情報については、「不祥事が発生した状況」「発生させたプレイヤー」「被害者の有無」「具体的に下した処分」に関わる記述を必ず行うこと。
- 謝罪については、「不祥事への見解」「被害者や関係者等への謝罪」「再発防止に関わる取り組み」に関わる記述を必ず行うこと。
- なお、公表はTwitterおよびホームページで行うことを想定し、次のページのフォーマットに謝罪の文面案を記入すること。

《参考資料》

「AXIS」某所属プレイヤーの差別的発言に対する謝罪文

<https://axiz.gg/contents/294927>

「AVALON Gaming」某所属プレイヤーの差別的発言に対する謝罪文

https://twitter.com/JPN_AVALON/status/1202944207133921280

https://twitter.com/JPN_AVALON/status/1201921517933608961

「DetonatioN Gaming」某所属プレイヤーによる告発に対する謝罪文

<http://team-detonation.net/news/22739>

https://twitter.com/team_detonation/status/1002564307991662593

STEP7 トラブル対応

◆ 課題(3) 世間への公表と謝罪

Twitterの文面案 (140字以内)	ホームページの文面案

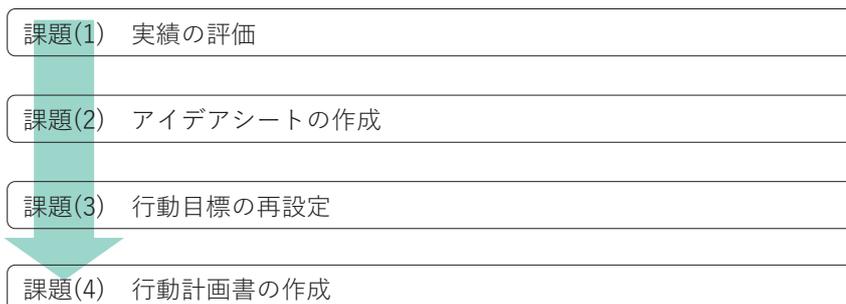
STEP8 チーム目標の再設定

◆ 状況設定

- チームで精力的に活動を行ってきたおかげで、所属メンバーも増え、大会での実績も挙げ、知名度が向上し、発足当初から考えると飛躍的な発展を遂げた。
- 一方で注目される機会が増えた中での不祥事もあり、イメージが低下することなどもあった。
- このような状況を踏まえて、これまでの活動実績を評価するとともに、改めてチームのあり方を検討し、新しいチームの目標を設定することにした。

◆ ミッション

- これまでの活動実績を評価し、チームの目標を再設定する。



STEP8 チーム目標の再設定

◆ 課題(1) 実績の評価

- チームの目標を再設定するためには、まずそれまでの実績を評価する必要がある。
- 評価にあたっては評価項目と評価基準の検討が必要となる。
- 以下のフォーマットに評価項目と評価基準を検討して記入すること。
- なお、評価項目は自分たちで検討しても良いし、調べて参考資料を引用しても良い。

評価項目	評価基準

※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 課題(2) アイデアシートの作成

- ・ ビジネスフレームワーク「アイデアシート」という手法を使って、アイデアを整理する。
- ・ 発展したチームの体制を踏まえ、今後どのようなチームとしていきたいかを発案・整理すること。
- ・ 次のページのワークシートの各項目について、以下の方針で検討して記入する。

《検討項目》

- ① コンセプト：発足するチームをどのようなチームとするのか、簡潔に表現する。
 - ② 活動目的：どのような目的をもって活動を行うのかを記入する。
 - ③ 活動領域：参画する、または参画を目指すeスポーツ競技の種類を記載する。
 - ④ 構成員：チームに参加する人数の目標や、参加させたいメンバーの属性を記入する。
属性とは、その人が持つ実績、タレント性、活動地域などの要素を指す。
 - ⑤ 活動範囲：主に拠点とする地域、世界規模の大会への参加の有無などを記入する。
 - ⑥ 活動内容：①～⑤を踏まえ、具体的にどのような活動を展開するのかを記入する。
 - ⑦ 理由：①～⑥を踏まえ、なぜ上記のようなチームとしていきたいのかを記入する。
- ・ アイデアを整理する前段階としてブレインライティングを実施して、アイデアの発案を促進したのち、アイデアシートへの記入を行っても良い。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 課題(2) アイデアシートの作成

コンセプト	
活動目的	
活動領域	
構成員	
活動範囲	
活動内容	
理由	

※スライド1枚分に収まらない場合は、複数ページに分割してもよい。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 課題(3) 行動目標の検討

- 課題(2)で設定した目指すチームを実現していくために、どのように行動していくかを具体的に検討する。
- 行動目標はチームの所属メンバーと確実に共有することが求められる。簡潔かつ正確に伝えるための表現を検討する。
- 検討結果を以下のワークシートに記入すること。

行動目標①	
行動目標②	
行動目標③	
行動目標④	
行動目標⑤	

※欄が不足する場合は追加してもよい。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 課題(4) 行動計画書の作成

- 課題(2)(3)の検討をもとに、今後目指すチームのコンセプトを行動計画書としてまとめる。
- 資料の分量はパワーポイントスライド4ページとする。
- それぞれのページには次の事項を記載すること。

《記載方針》

- 1 ページ目：チームのコンセプトと活動内容等を記載する。（課題(2)の①～⑦が該当）
- 2 ページ目：1 ページ目のようなチームを目指したい理由を記載する。（課題(2)の⑧が該当）
- 3 ページ目：目指すチームを実現するための行動目標を記載する。（課題(3)が該当）
- 4 ページ目：チームの行動目標を達成するための各部署レベルでの行動目標を記載する。

- プレゼンテーション資料に記載する項目やデザインは、上記方針の範囲で自由に決めて構わない。
- プレゼンテーション資料作成に際して以下の事項に留意すること。

①	伝えたい内容を具体的に記載できているか
②	説得力のある内容となっているか（論理的に構成されているか）
③	ポイントを明確にできているか
④	適切な情報量となっているか（多すぎず少なすぎず）
⑤	資料全体のデザインや図や表、グラフなどに、伝えるための工夫が見られるか

eスポーツ分野における チームマネジメントPBL

《先端技術を活用したeスポーツチームの設立・運用》

指導ガイド

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

eスポーツチームマネジメントPBL 学習要項

◆ 学習目標

- eスポーツチームマネジメント業務の業務内容や要点、考え方等の理解
- eスポーツチームにおける先端IT技術を活用したチームマネジメントに関するコンピテンシーの獲得

◆ 学習テーマ

- 先端IT技術を活用したeスポーツチームの設立・運用

◆ 学習設定

- 受講者は、仲間たちとともにeスポーツのプロチームの発足させることとなった。
- チームの発足・行動計画・管理などのチームマネジメントに関わる業務を担当。

◆ 前提知識

- eスポーツ業界情勢やeスポーツチームの形態、活動内容等に係る概略的な知識
- チームマネジメントの業務内容や考え方等に係る概略的な知識
- 先端IT技術の用途、利用方法、運用リスクなどに係る概略的な知識

◆ 実施時間

- 45時間（1.5時間×30コマ）

eスポーツチームマネジメントPBL 学習プロセス

学習テーマ	学習概略	アウトプット
STEP1 eスポーツチームの発足	eスポーツチームを設立することを目標に、名称、活動内容、活動目標などを検討して提案書に整理し、プレゼンテーションを行う。	提案書
STEP2 プレイヤーの獲得	プレイヤーの獲得に向けて、募集要項の検討・策定、およびSNS等を活用した募集方法の検討を行う。	募集要項 募集方法
STEP3 組織体制の検討	チームの組織体制を確立するため、チーム運営に関わる業務内容を整理し、部門や管理体制を検討する。	組織図 役割定義
STEP4 チームのブランディング	チームの知名度を上げて、自分たちの価値を向上させるためのブランディング方法を検討する。	ブランディング 活動方針
STEP5 クラウドソーシングの活用	チームのロゴ作成のため、クラウドソーシングを活用することを前提に、依頼内容を作成する。	依頼内容
STEP6 チームワーク強化	チームでの大会出場を想定し、大会概要・ルール・条件、出場チーム動向等について情報収集・分析を行い、チーム内で共有する。	チーム戦略
STEP7 トラブル対応	チームに所属するプレイヤーが発生させたトラブルへの対処を行うと共に、再発防止策を検討する。	再発防止策 謝罪文
STEP8 チーム目標の再設定	拡大したチームを背景に、それまでの実績を評価し、チームの活動目標や行動目標を再設定する。	行動計画書
最終アウトプット：行動計画表		

《eスポーツチームマネジメントPBL》

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP1 eスポーツチームの発足
ミッション	eスポーツチームのイメージを具体化した提案書を作成し、出資者獲得を目指す。
課題	課題(1) アイデアの発想 (ブレインライティング) 課題(2) アイデアの収束 (アイデアシート) 課題(3) 提案書の作成 課題(4) プレゼンテーション
成果物	・ 提案書
講師の役割	・ ファシリテーター ・ プレゼンテーションの相手役 (企業経営者)
所要時間	6.0時間 (90分×4コマ)
学習に使用するツール	・ パソコン (チームに1台でも良い) ・ PowerPoint

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 授業進行計画（例）

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・ STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・ 資料の読み込み	10分
		・ 課題(1)の検討	10分
		・ 課題(1)の成果物の作成	60分
第2コマ	90分	・ 課題(2)の検討	10分
		・ 課題(2)の成果物の作成	80分
第3コマ	90分	・ 課題(3)の検討	10分
		・ 課題(3)の成果物の作成	80分
第4コマ	90分	・ 課題(4)の検討	10分
		・ 課題(4)の実施	60分
		・ 講評	20分

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 学習目標

- ・ 与えられたテーマに対し、チームでアイデアの発想を行うことができる。
- ・ 発想したアイデアを収束させ、アイデアシートに整理することができる。
- ・ アイデアを他者に対し論理的かつわかりやすく伝えるためのプレゼン資料を作成できる。
- ・ 作成したプレゼン資料を用いて、与えられた時間の中でプレゼンを行うことができる。

◆ 指導目標

- ・ ビジネスツールを用いたアイデアの発想方法を理解させるとともに、アイデアの発想にあたって他者の意見を批判せず、奇抜な意見や斬新な意見を受け入れる姿勢を身に付けさせる。
- ・ 自身の意見や思考を文章化させる力を身に付けさせる。さらにその際、他者に的確に情報を伝えるための文章とすることを意識する力を身に付けさせる。
- ・ プレゼン資料を作成するための論理的思考力・構成員力・ITスキル（PowerPoint）を身に付けさせる。
- ・ ビジネスの場面でのプレゼンテーションにおける態度、話し方、説明の仕方など身に付けさせる。

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ 課題(1)の指導ポイント

- ビジネスフレームワークを用いたアイデア出しの手法や、実施の際の手順・ルールをしっかりと理解させる。
- また、今回ブレインライティングをアイデア出しの手法として課題に設定したが、他のアイデア出しの手法として典型的には「ブレインストーミング」「オズボーンリスト」「マインドマップ」なども存在する。それらの手法についても概略的に紹介する。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- 提案書の素材となることをしっかりと意識させる。
- そのためには、この段階である程度他者が読んでも意図を理解できる水準の情報量が必要であるため、情報量が少ない場合は視野を広げるようアドバイスをを行う。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- 提案書の内容については、アイデアシートを原案として情報の加筆修正を行わせる。
- この課題において、最も重要なのはプレゼン資料を論理的に構成できることを意識させることである。

◆ 課題(4)の指導ポイント

- 単純に資料を読むのではなく、どのように考えたか、資料を構成する上で重要性が高い要点等も発表させる。

STEP1 eスポーツチームの発足

◆ STEP1の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットは提案書と、そのプレゼンテーションである。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - 課題(1)の検討結果が成果物に充分反映されているか
 - 課題(2)の検討結果が成果物に充分反映されているか
 - 課題(3)の提案書が、事前に提示した留意事項を踏まえた成果物となっているか
 - 課題(4)のプレゼンテーションが、事前に提示した留意事項を踏まえられていたか
 - 提案書の内容に独創的な内容が含まれているか
 - 提案書の内容に実現性に関する配慮がなされているか
 - 提案書の内容やプレゼンテーションの仕方にビジネスが意識されているか

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP2 プレイヤーの獲得
ミッション	募集要項やスカウト計画を検討・策定し、所属プレイヤーの獲得を目指す。
課題	課題(1) 先行事例の調査 課題(2) 募集要項の検討 課題(3) 募集方法の検討 課題(4) 募集文面の検討
成果物	募集要項・募集方法・募集文面
講師の役割	・ファシリテーター ・プレイヤーの観点を持った評価者
所要時間	6.0時間 (90分×4コマ)
学習に使用するツール	・パソコン (・スマートフォン) ・PowerPoint ・Twitter

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 授業進行計画 (例)

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・資料の読み込み	10分
		・課題(1)の検討	10分
		・課題(1)の調査の実施	60分
第2コマ	90分	・課題(2)の検討	10分
		・課題(2)の成果物の作成	80分
第3コマ	90分	・課題(3)の検討	10分
		・課題(3)の成果物の作成①	80分
第4コマ	90分	・課題(3)の成果物の作成②	30分
		・課題(4)の検討	10分
		・課題(4)の実施	30分
		・講評	20分

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 学習目標

- 与えられた調査テーマに関連する的確な情報を発見・収集することができる。
- 調査結果を的確に分析し、募集要項における必須事項を検討することができる。
- eスポーツプロチームのプレイヤーを募集するにあたり、適切なツールを判断し、活用方法を検討することができる。
- 広報ツールとしてのTwitterの使用方法を理解し、適切な募集文面案を作成できる。

◆ 指導目標

- 調査テーマを充分理解した上で、調査手法や調査計画をチームで決定し、実行する力を身に付けさせる。
- インターネット上から自分たちが求める情報に関連するリソースを発見し、調査結果に結びつける情報収集分析力を身に付けさせる。
- 各募集方法でアプローチできるターゲット層や、実行に必要なコストなどを踏まえた実現性を考慮した上で、自分たちの行動計画を立案するための考え方を身に付けさせる。
- Twitterの特性や機能を踏まえ、自分たちの目的を達成するための活用方法（魅力的な文章・ハッシュタグ・他の広報媒体への紐付けなど）を立案するための考え方を身に付けさせる。

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ 課題(1)の指導ポイント

- 闇雲に調査するのではなく、まずは必要な情報や調査する内容、調査するためのキーワード、チーム内での役割分担、調査にかけられる時間などを相談するよう指導する。
- 調査にあたっては、思ったような情報が見つからないことも多く、関連しそうな情報を含めて調査するようアドバイスする。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- チーム運営側の視点と、プレイヤー側の視点の両方から募集要項を検討するよう指導する。
- チーム運営の視点では、コストの実現性やアプローチするターゲット層のボリューム感などを検討させる。
- プレイヤーの視点では、チームに所属するメリット・デメリットを具体的に把握できるかという観点で検討させる。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- それぞれのツールの属性をきちんと理解した上で検討できているかを確認する。
- また、自分たちで発案するだけでなく、効果的な取組みを実施している先事例についてメリットやデメリットを分析し、参考とするようアドバイスする。

◆ 課題(4)の指導ポイント

- Twitterでは膨大な情報が流れ、その中から自分たちの発信する情報を見つけてもらわなければならない。そのための工夫として、魅力的な文面案やキャッチーなキーワード、ハッシュタグなどをどのように活用するかを中心に検討するよう指導する。

STEP2 プレイヤーの獲得

◆ STEP2の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットは募集要項・募集方法・募集文面案の3点である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - それぞれの成果物から、本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - それぞれの成果物に、課題（1）の調査結果を充分活用できているか
 - 課題（2）の成果物に、各項目に十分な情報量が記載されているか
 - 課題（2）の成果物に、チーム運営側とプレイヤー側の両方の視点が反映されているか
 - 課題（3）の成果物が、課題（2）の成果物を踏まえた内容となっているか
 - 課題（4）の成果物に、情報をwebツールを用いて発信するための工夫が見て取れるか

STEP3 組織体制の検討

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP3 組織体制の検討
ミッション	チーム運営に想定される業務内容を整理し、マネジメント体制を検討する。
課題	課題(1) チーム運営業務の整理 課題(2) 組織図の作成 課題(3) 各部署の役割の定義
成果物	組織図・役割定義
講師の役割	・ファシリテーター
所要時間	4.5時間（90分×3コマ）
学習に使用するツール	・パソコン ・PowerPoint

STEP3 組織体制の検討

◆ 授業進行計画（例）

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・ STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・ 資料の読み込み	10分
		・ 課題(1)の検討	10分
		・ 課題(1)の成果物の作成①	60分
第2コマ	90分	・ 課題(1)の成果物の作成②	30分
		・ 課題(2)の検討	10分
		・ 課題(2)の成果物の作成	50分
第3コマ	90分	・ 課題(3)の検討	10分
		・ 課題(3)の成果物の作成	70分
		・ 講評	10分

STEP3 組織体制の検討

◆ 学習目標

- ・ eスポーツチームの運営上必要となる業務を洗い出し、分類することができる。
- ・ 組織図を作成する意義を理解し、eスポーツチーム運営に関わる業務に組織的に対応するための体制を検討し、組織図を作成できる。
- ・ 組織図に配置された各部署について、具体的な役割を定義することができる。

◆ 指導目標

- ・ eスポーツチーム運営に関わる業務項目や業務内容等の知識を身に付けさせる。
- ・ 組織図の必要性や作成する意義、企業等での使われ方、作成の際の基本的な考え方等の知識を身に付けさせる。
- ・ eスポーツチーム運営を組織的に行う体制を検討し、組織図に表現する力を身に付けさせる。
- ・ 組織図における役割定義の考え方や、その文章化を行うための考え方を身に付けさせる。

STEP3 組織体制の検討

◆ 課題(1)の指導ポイント

- チーム運営上で必要となる業務を極力漏れなく洗い出すことを目標とさせる。
- そのために、個別的な業務ではなく、業務の系統に注目して検討を行うように指導する。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- まず、組織図の基本的な役割と考え方を学生達自身で調査した上で作成するよう指導する。
- 競技部門にはプレイヤーが所属するeスポーツ競技の部署を設置する。そのためSTEP1で検討したそれぞれのチームが設定しているeスポーツ競技の名称を記入すれば良い。
- 今回の課題で中心的に検討するのは、運営部門に配置する部署とし、課題(1)で洗い出した業務をすべてカバーするように部署を設置するよう指導する。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- まず、課題(2)の組織図に設置された部署の役割を具体的に記述させるが、その際部署の役割を明確にチーム所属メンバー全員に伝える必要があり、役割定義の文面は、具体的かつわかりやすくする必要のあることを認識させる。
- また、課題(2)の組織図には、同種の役割を持つ部署が設置されている可能性もあり、その場合は明確に部署の存在意義があるかどうかを検討させ、必要に応じて課題(2)の組織図を含めて再検討するよう指導する。

STEP3 組織体制の検討

◆ STEP3の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットは組織図と役割定義である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - それぞれの成果物から、本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - 課題(2)の成果物から組織図の基本的な考え方を正確に理解していることが見て取れるか
 - 課題(2)の成果物が、課題(1)で検討したチーム運営業務が網羅されているか
 - 課題(3)の成果物が、課題(1)で検討したチーム運営業務が網羅されているか
 - 課題(3)の成果物が、チーム全体で共有される前提の文章となっているか
 - それぞれの成果物に対して、論理的な説明ができるか

STEP4 チームのブランディング

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP4 チームのブランディング
ミッション	チームの知名度を上げるために、ブランディング活動を計画する。
課題	課題(1) 先行事例の調査 課題(2) 広報活動方針の検討 課題(3) Twitchによる動画配信
成果物	ブランディング活動方針
講師の役割	・ファシリテーター
所要時間	6.0時間 (90分×4コマ)
学習に使用するツール	・パソコン ・PowerPoint ・Twitch

STEP4 チームのブランディング

◆ 授業進行計画 (例)

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・資料の読み込み	10分
		・課題(1)の検討	10分
		・課題(1)の調査の実施①	60分
第2コマ	90分	・課題(1)の調査の実施②	30分
		・課題(2)の検討	10分
		・課題(2)の成果物の作成①	50分
第3コマ	90分	・課題(2)の成果物の作成②	40分
		・課題(3)の検討	10分
		・課題(3)の実施①	40分
第4コマ	90分	・課題(3)の実施②	70分
		・講評	20分

STEP4 チームのブランディング

◆ 学習目標

- ・ 漠然とした調査テーマから自分たちが必要な情報を分析し、調査方針を立案することができる。
- ・ 調査テーマと、その関連事項についての確かな情報を発見・収集することができる。
- ・ ブランディング活動の実施手法や実施効果について、先行事例等から分析し、その情報を状況に合わせて活用することができる。
- ・ 広報ツールとしてのTwitchの使用方法を理解し、実際に運用環境を整備することができる。

◆ 指導目標

- ・ 漠然とした調査テーマを十分に分析した上で、調査手法や調査計画をチームで決定し、実行する力を身に付けさせる。
- ・ インターネット上から自分たちが求める情報に関連するリソースを発見し、調査結果に結びつける情報収集分析力を身に付けさせる。
- ・ ブランディング活動の実施手法・効果、および実施事例の知識を身に付けさせる。
- ・ 自分たちの置かれた状況を分析し、適切なブランディング活動の実施方法を取捨選択し、実行する方針を立案する力を身に付けさせる。
- ・ ライブ映像配信ツールの特性や使用方法を理解した上で、特にTwitchの実際の運用に関わるスキルを身に付けさせる。

STEP4 チームのブランディング

◆ 課題(1)の指導ポイント

- ・ 今回の先行事例調査では、ブランディング活動という漠然とした調査テーマを設定している。このテーマでの調査を実施するには、eスポーツチームにおけるブランディング活動とはどのようなものを、まず自分たちで検討し、キーワードを抽出した上で調査を実施するよう指導する。
- ・ 調査に行き詰っている場合には、ブランディング活動という括りではなく、ブランディングに関わる個別具体的な活動の内容をターゲットとすると調査しやすいとアドバイスする。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- ・ 今回の目的は知名度の向上ではあるが、具体的に「どのような人々から」「どのような形で」知ってもらいたいのかという、ブランディング活動の具体的な目的を明確にするよう指導する。
- ・ その目的に合わせて、ブランディングの実施方法を取捨選択することになるが、eスポーツ業界においては、特に動画配信やSNS活用が不可欠で、今回はそれらをどのように活用するかを中心に検討させる。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- ・ まずはTwitchの機能の概要や、利用方法、利用の際の注意事項等を十分に理解させることが重要である。
- ・ それらの知識を踏まえた上で実践的にTwitchでの動画配信のため、Twitchアカウントの作成、動画の配信設定等を実施させる。
- ・ なお、今回の学習の中ではアカウント作成や設定のみで、動画配信は行わないこととする。学生が勝手に操作を進めてしまわないよう細心の注意を払う。

STEP4 チームのブランディング

◆ STEP4の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットはブランディング活動方針である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - 成果物の内容に課題（1）の調査結果が十分に活用されていることが見て取れるか
 - ブランディングの目的が具体化されており、その目的を達成するために適切なブランディングツールが選択されているか
 - ブランディングツールの活用方針の記述の中で、選択の根拠を論理的に説明できているか
 - 各種ブランディングツールの具体的な活用方針が記述されているか
- なお、Twitchの動作環境については、アカウントの作成や動画の配信設定を講師の指導のもと、ある程度自立的に実施できれば良いこととする。

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP5 クラウドソーシングの活用
ミッション	ロゴデザインの要件を整理し、クラウドソーシングを活用したデザインの依頼を検討する。
課題	課題(1) 先行事例の調査 課題(2) ロゴデザイン要件の検討 課題(3) クラウドソーシングの実践
成果物	依頼内容
講師の役割	・ファシリテーター ・依頼を受けるデザイナーの視点を持った評価者
所要時間	4.5時間（90分×3コマ）
学習に使用するツール	・パソコン（・スマートフォン） ・PowerPoint ・クラウドソーシングサービス（ランサーズ）

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 授業進行計画（例）

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・ STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・ 資料の読み込み	10分
		・ 課題(1)の検討	10分
		・ 課題(1)の調査の実施	60分
第2コマ	90分	・ 課題(2)の検討	10分
		・ 課題(2)の成果物の作成	50分
		・ 課題(3)の検討	10分
		・ 課題(3)の実施①	20分
第3コマ	90分	・ 課題(3)の実施②	70分
		・ 講評	20分

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 学習目標

- ・ 与えられた調査テーマに関連する的確な情報を発見・収集することができる。
- ・ チームのイメージを表現したロゴマークの意義や役割を理解した上で、各eスポーツチームにおけるロゴとチームイメージの相互関係を分析することができる。
- ・ 背景情報の無い他者に対して自分たちの依頼を文章で的確に伝えることができる。
- ・ クラウドソーシングの概要や利用方法を理解し、ある程度自立的に活用することができる。

◆ 指導目標

- ・ 調査テーマを充分理解した上で、調査手法や調査計画をチームで決定し、実行する力を身に付けさせる。
- ・ 得られた調査結果を総合的に分析し、調査対象の裏にある意図を解釈した上で、論理的に説明する力を身に付けさせる。
- ・ 依頼を受ける側の立場に立って、自分たちが依頼したい内容を必要十分な情報量の文章で相手に伝える力を身に付けさせる。
- ・ クラウドソーシングの概要と利用方法、利用上の注意点等に関わる知識を身に付けさせる。

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ 課題(1)の指導ポイント

- この課題では、eスポーツチームのロゴマークを調査するが、各eスポーツチームのホームページを見れば、ロゴマーク自体はすぐ発見することができる。
- 重要なのは、そのチームにおいて、なぜ、そのロゴマークを採用したのかについて、チームの情報を収集した上でディスカッションを行い検討するよう指導する。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- ロゴを発注するにあたって、まずチームのことを知らないデザイナーに情報を伝えて作成してもらわなければならないということを理解させる。
- ロゴデザインに必要な不可欠なチーム名やイメージカラーも然ることながら、チームイメージを反映した特徴的なロゴデザインを作成する上では、背景情報となるチームのコンセプトやチームを表現するキーワードなどが重要となることを意識させる。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- まず、クラウドソーシングの概要や種類、利用方法、利用上の注意点等に関わる知識を解説する。
- それらの知識を踏まえた上で実践的にクラウドソーシングサービスの1つである「ランサーズ」を使って、アカウントの作成や依頼の仕方を体験させる。
- なお、今回の学習の中ではアカウント作成や依頼方法の検討のみで、実際に依頼は行わないこととする。学生が勝手に依頼してしまわないよう細心の注意を払う。
- 加えて、クラウドソーシングの依頼方法では、「コンペ形式」だけでなく「プロジェクト形式」「マイクロタスク形式」などの形式があり、それぞれの特徴についても解説する。

STEP5 クラウドソーシングの活用

◆ STEP5の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットはクラウドソーシングでの依頼内容である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - ロゴデザインの要件の各項目について必要十分な情報量が記載されているか
 - ロゴデザインの要件の各項目の文章について、読み手に伝えようとする姿勢が見て取れるか
 - 依頼を受ける立場から、具体的なイメージが理解しやすい内容となっているか
- なお、「ランサーズ」の利用については、アカウントの設定や依頼を講師の指導のもと、ある程度自立的に実施できれば良いこととする。

STEP6 チームワーク強化

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP6 チームワーク強化
ミッション	大会出場に向けて、戦略についてディスカッションし、チーム内で共有する。
課題	課題(1) 情報収集 課題(2) ディスカッションの実施 課題(3) チーム戦略の共有
成果物	チーム戦略
講師の役割	・ファシリテーター ・チームの構成員としての視点を持った評価者
所要時間	6.0時間 (90分×4コマ)
学習に使用するツール	・パソコン (・スマートフォン) ・PowerPoint ・音声通話チャットツール (Discord)

STEP6 チームワーク強化

◆ 授業進行計画 (例)

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・資料の読み込み	10分
		・課題(1)の検討	10分
		・課題(1)の調査の実施	60分
第2コマ	90分	・課題(2)の検討	10分
		・課題(2)の実施準備	80分
第3コマ	90分	・課題(2)の実施	60分
		・課題(3)の検討	10分
		・課題(3)の実施①	20分
第4コマ	90分	・課題(3)の実施②	70分
		・講評	20分

STEP6 チームワーク強化

◆ 学習目標

- 自分たちで調査テーマを設定した上で、必要な情報の洗い出しを行い、調査方針や調査計画を立案することができる。さらに、役割分担を行い、効率的に調査を実施することができる。
- チーム内で情報共有をする前提で、調査の実施結果の適切な共有方法を検討し、資料等を用意することができる。
- Discordの使用方法を理解し、実際に運用環境を整備することができる。
- ディスカッションにおいて、情報の共有と結論の整理を、チームのメンバーと協力して円滑に行うことができる。

◆ 指導目標

- 与えられた課題に対し、自立的に調査方針や調査計画を立案、効率的に実施する能力を身に付けさせる。
- ディスカッションに向けて、情報共有のための資料等の作成や、自身の意見の発案・整理等を自立的に行う姿勢を身に付けさせる。
- 音声通話チャットツールの特性や方法を理解した上で、特にDiscordの実際の運用に関わるスキルを身に付けさせる。
- ディスカッションにおいて、参加者に求められる姿勢、考え方、態度などを身に付けさせる。

STEP6 チームワーク強化

◆ 課題(1)の指導ポイント

- 今回の情報収集では、調査テーマが限定されていない。学習者たちには、まず調査テーマを自立的に検討するよう指導する。その上で、調査内容や調査計画を立案させる。
- また、属性の異なる調査項目が複数想定されるため、適切に役割分担を行わなければ、調査時間内に作業を終えることは難しい。効率的に実施するようアドバイスする。
- 課題(2)にてディスカッションを実施するが、そのための素材を各学習者がこの段階で用意する必要がある。ただし、用意する素材の形式や質・量などは、各学習者に判断させる。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- 今回の課題では、Discord上でのディスカッションを実施する。まず、そのための環境を整備させる。Discordの概要や利用方法を説明した上で、アカウントの取得や、サーバーの設定等を学習者各々に実施させる。
- その上で、Discord上でディスカッションを実施させる。実施環境については学習者間の物理的距離をおいた環境を用意することが望ましい。
- ディスカッションの事前に、相手の話を聞く姿勢や、円滑な議論を進めるための工夫の仕方などを指導しておく。ディスカッション中には極力介入しないようにしつつも、議論が時間内に結論に到達しない可能性が見受けられた場合には適宜ファシリテーションを実施する。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- ディスカッションに参加していないチームメンバーに情報共有を行う前提で、議論の内容を文章に整理させる。その際重要なのは、膨大な情報量の中から適切に要点を掴み、結論を伝えることである。また、チームとしての活動を実現するため、士気向上に繋げる文章とすることを意識させる。

STEP6 チームワーク強化

◆ STEP6の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットはチーム戦略である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - 課題（1）の調査結果が必要十分な情報量で記載されているか
 - 課題（2）のディスカッションの結論が必要十分な情報量で記載されているか
 - ディスカッションに参加していないメンバーから見て要点が理解できる文章となっているか
 - チームとしての活動を実現するために士気向上に繋がるような文章となっているか
- なお、「Discord」によるディスカッションの実施環境の整備については、講師の指導のもと、アカウントの設定やサーバーの設定、通話・チャット等を自立的に実施できれば良いこととする。

STEP7 トラブル対応

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP7 トラブル対応
ミッション	発生したトラブルに対する対応方針を検討し、事態の収拾を図る。
課題	課題(1) 対応方針の検討 課題(2) 再発防止策の検討・共有 課題(3) 世間への公表と謝罪
成果物	再発防止策・謝罪文
講師の役割	・ファシリテーター ・世間の視点を持った評価者
所要時間	6.0時間（90分×4コマ）
学習に使用するツール	・パソコン（・スマートフォン） ・PowerPoint ・Twitter ・Discord

STEP7 トラブル対応

◆ 授業進行計画（例）

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・資料の読み込み	10分
		・課題(1)の検討	10分
		・課題(1)の成果物の作成①	60分
第2コマ	90分	・課題(1)の成果物の作成②	30分
		・課題(2)の検討	10分
		・課題(2)の成果物の作成①	50分
第3コマ	90分	・課題(2)の成果物の作成②	40分
		・課題(3)の検討	10分
		・課題(3)の成果物の作成①	40分
第4コマ	90分	・課題(3)の成果物の作成②	50分
		・講評	40分

STEP7 トラブル対応

◆ 学習目標

- ・ 不測の事態に対応するための、対応項目の洗い出しや優先度の重み付けなど、自立的に対応方針を検討することができる。
- ・ 場当たりの対応ではなく、問題が生じた原因を的確かつ迅速に分析し、適切な再発を防止するための策を検討することができる。
- ・ 生じた問題の再発を防止するために、採用する再発防止策をチーム内で情報共有することを目的とした具体的かつわかりやすいドキュメントを作成することができる。
- ・ 謝罪文の生み出す影響等を理解した上で、要点を押さえた適切な謝罪文を作成することができる。

◆ 指導目標

- ・ 想定外の突発的なトラブルに対し、実務上で求められる対応の考え方、対応方法、対応にあたっての姿勢、精神面の管理方法等を身に着けさせる。
- ・ 問題発生の原因を分析する際の観点、分析方法等を理解させると共に、発案した再発防止策について論理的に説明する力を身に着けさせる。
- ・ 再発防止策のチーム内での情報共有の重要性を理解させ、より確実性の高い情報共有を実現する力を身に着けさせる。
- ・ 謝罪文の役割や必要な構成要素、与える影響を理解させ、状況や対象、目的に応じた適切な文章作成能力を身に着けさせる。

STEP7 トラブル対応

◆ 課題(1)の指導ポイント

- 対応項目の必須事項を漏れなく挙げられることが重要である。
- 検討がボトムアップの場合には、漏れが生じる危険性が高いことを指摘した上で、考え方を指導する。検討方法の1つには、そのトラブルが与える影響を受ける人々（被害者・チーム構成員・スポンサー・ファン・世間一般など）をリストアップし、それぞれにどのような影響を与えるかを検討した上で、その影響を最小限に抑えるために必要な対応項目を考えさせる。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- 場当たり的な対応は、事態の悪化に繋がりがねないことを理解させる。再発防止策を検討する上では、根本的な問題点が何かを的確に分析する必要がある。例えば、今回の場合、不祥事を起こしたプレイヤーに対し、類似した状況下でのSNSやライブ配信の使用禁止や大会出場停止などの処分をルールに盛り込むだけでは再発防止には繋がらない。原因がプレイヤーのモラルの水準にあると推定するのであればモラル教育を行うなど、再発防止策が根本的な原因の解消に繋がるということを論理的に説明できるように検討させる。
- 事態を把握していないチームメンバーに情報共有を行う前提で、必要な情報の要件（トラブルの情報・原因・影響・処分・再発防止策）を検討し、簡潔かつわかりやすく文章を作成するよう指導する。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- 謝罪文の事例を紹介し、構成要素と文章の書き方を指導した上で検討させる。
- 謝罪文は被害者だけでなく、ファンやスポンサー、チーム構成員などのステークホルダー、および世間一般の目にも触れることになる。謝罪文を検討する上では、それぞれの立場からどのように見えるかを意識し、いずれにも悪感情を抱かせないバランス感覚が重要となる。

STEP7 トラブル対応

◆ STEP7の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットは再発防止策と謝罪文である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - 課題（2）の成果物に必要十分な情報量が記載されているか
 - 課題（2）の成果物が事態を把握していないメンバーから見て要点が理解できる文章となっているか
 - 課題（3）の成果物が先行事例を踏まえた内容構成とされているか
 - 課題（3）の成果物が公開されるツールを意識した文章となっているか
- なお、「Discord」によるチャットの投稿は、講師の指導のもと実施することとする。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 授業内容の概要

項目	内容
学習ステップ	STEP8 チーム目標の再設定
ミッション	これまでの活動実績を評価し、チームの目標を再設定する。
課題	課題(1) 実績の評価 課題(2) アイデアシートの作成 課題(3) 行動目標の再設定 課題(4) 行動計画書の作成
成果物	行動計画書
講師の役割	・ファシリテーター ・チーム構成員の視点を持った評価者
所要時間	6.0時間 (90分×4コマ)
学習に使用するツール	・パソコン ・PowerPoint

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 授業進行計画 (例)

コマ	時間	内容	所要時間目安
第1コマ	90分	・STEPの状況・ミッションの説明	10分
		・資料の読み込み	10分
		・課題(1)の検討	10分
		・課題(1)の成果物の作成	60分
第2コマ	90分	・課題(2)の検討	10分
		・課題(2)の成果物の作成	60分
		・課題(3)の検討	10分
		・課題(3)の成果物の作成①	10分
第3コマ	90分	・課題(3)の成果物の作成②	50分
		・課題(4)の検討	10分
		・課題(4)の成果物の作成①	30分
第4コマ	90分	・課題(4)の成果物の作成②	60分
		・講評	30分

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 学習目標

- チームの活動目標として設定した情報から、実績評価の観点を検討・整理することができる。
- 自立的にビジネスフレームワーク等を選定・活用してアイデアを発想し、アイデアシートに整することができる。
- アイデアをもとに、それを実現するために必要な行動を分析し、適切かつ現実的な行動目標を設定できる。
- 自身の考えを他者に対し論理的かつわかりやすく伝えるためのドキュメントを作成できる。

◆ 指導目標

- 実績の評価の意義を理解させると共に、実績評価の観点・方法などの考え方を身に付けさせる。
- アイデアの発想・収束・整理する能力を習得させると共に、自身の意見や思考を具体化し、文章等で発信する力を身に付けさせる。
- 行動目標を設定する意義や考え方を理解させ、与えられた状況設定を踏まえた行動目標を実践的に検討する力を身に付けさせる。
- 情報共有を目的としたドキュメントを作成するための論理的思考力・構成力・文章作成力・ITスキル（PowerPoint）身に付けさせる。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ 課題(1)の指導ポイント

- 検討の前提となるのは、STEP1で作成したアイデアシートや企画書で設定した情報である。これらの中に記載されている活動目標をどの程度達成できたかを実績評価の観点とできる。
- 評価の基準は主観的であるよりも客観的な論拠があることが望ましい。例えば、他チームの標準的な実績に関わるデータなどを調査し、比較できると良い。

◆ 課題(2)の指導ポイント

- 本PBLの初期段階とは、検討の前提となる状況が大きく変化していることを意識させる。
- 課題(1)の実績評価を経て、さらにチームを成長させるためのアイデアを具体的に検討させる。
- なお、アイデアの発想にあたっては、自分たちに合った検討手法を自由に選定させる。

◆ 課題(3)の指導ポイント

- 行動目標はチームの活動目標を達成するために具体的にどのような行動を行う必要があるのかを定義するものであることを理解させる。また、この行動目標はチーム全員で共有し、全員で達成に向けて行動する必要があるものであり、確実に共有するための工夫を検討させる。

◆ 課題(4)の指導ポイント

- ドキュメント（行動計画書）の作成目的、読み手（チーム構成員）の存在を意識させた上で、内容構成を検討させる。
- 本ドキュメントはチーム構成員全員に対し、今後の活動の方針を提示し、それに向けて具体的にどのように行動するかを共有することを目的としている。チームとしての目標達成に向けて、士気向上に繋げる文章とすることを意識させる。

STEP8 チーム目標の再設定

◆ STEP1の評価ポイント

- 本STEPの最終アウトプットは行動計画書である。
- 成果物評価にあたっては、以下のポイントを含む観点で評価を実施する。
 - 本STEPの状況設定を充分理解したことを見て取れるか
 - 課題（2）の検討結果が成果物に充分反映されているか
 - 課題（3）の検討結果が成果物に充分反映されているか
 - 課題（4）の成果物が、事前に提示した留意事項を踏まえた構成等になっているか
 - 課題（4）の成果物に、論理的に整合性の取れた活動目標と行動目標が記載されているか
 - 成果物の内容に実現性に関する配慮がなされているか
 - 成果物から、すべてのチーム構成員に要点を理解させるための工夫が見て取れるか
 - 成果物の内容が、チームの士気向上に繋がるような文章や構成となっているか

Discord概要

目次

1. システム概要
 1. チャット概要
 2. Discord概要
 3. Discord (ゲーム)
 4. Discord (ビジネス)
 5. Discord (投資)
 6. 他サービスとの比較
2. 機能構成
 1. コミュニケーションツール (チャット)
 2. コミュニティ
 3. ゲームの購入
 4. その他補助機能 (ビデオ通話や画面の共有など)
3. 活用方法
 1. ゲーム関連での活用
 2. ビジネス関連での活用
 3. FXや仮想通貨等の投資での活用
4. 使用方法
 1. アカウント作成
 2. サーバーの作成 (サーバー画面の見方など)
 3. 個人設定
 4. フレンド追加
 5. チャンネル・カテゴリーの作成
 6. 通話 (ビデオ通話等の始め方、PC版、スマホ版)
 7. その他機能説明 (プラグイン・bot・優良プランなど)
5. 使用する際の注意事項・マナー
 1. Discordにおける文化・マナー
 2. 専門用語 (Vtuberとは)
 3. トラブル事例



1. システム概要

1. チャット概要

チャットとは、雑談（する）、おしゃべり（する）などの意味を持つ英単語で、コンピュータネットワークを通じてリアルタイムにメッセージのやり取りをするシステムのこと。通常は文字による会話を行うテキストチャットのことを単にチャットという。

出典：IT用語辞典 e-Words

- ・インターネット上に設けられた仮想的な会議室であるチャットルームに参加者が集まり、メッセージの交換を行う。
- ・チャットルームに入室すると、参加者の発言が、発言者名、発言内容、発言時刻などとともにリアルタイムで表示される。電子掲示板などと異なり、発言内容は即座に他の参加者の画面に反映される。

- ・チャットは、電話や相対して会話をするのと同様、短い文章をリアルタイムにやり取りしてコミュニケーションを行うシステムサービスのことを言う。
- ・「リアルタイムに」というのがポイント
「リアルタイムでない」もの（＝「非同期」）
電子メール、電子掲示板（BBS）などとは区別される。
- ・チャットの種類には
テキストチャット（文字）、ボイスチャット（音声）、ビデオチャット（映像）がある。
- ・チャットルームでは、参加者全員に全員の発言内容が表示される。特定の二者間のみでの連絡や対話のために用いられるものは、メッセージングやインスタントメッセージングなどと呼ばれる。これは、チャットの種類とされる場合と、別とされる場合とがある。なお、メッセージングにも、三人以上で会話するグループチャット機能が設けられるようになり、両者の区別は曖昧になってきている。

参考：IT用語辞典 e-Words

<http://e-words.jp/w/%E3%83%81%E3%83%A3%E3%83%83%E3%83%88.html>

1. システム概要

2. Discord (ディスコード) 概要

ゲーマー向けのボイスチャットサービス

- ・元々は、オンラインゲームをプレイする人が、チームプレーでの協力を活用、攻略情報の共有などに利用する。
- ・現在はゲームに限らず、様々な情報共有の場として利用されている。
- ・オープンソース
誰でも無料で利用できる（有料プランもある）。
- ・PC、スマートフォンの両方から利用できる
- ・完全招待制

- ・元々は、ゲーマー向けのボイスチャットサービスとして、2015年にサービス開始。
- ・多機能であることから、ユーザーが急増中。ゲームだけでなく、日常会話やビジネス、投資等、様々な情報共有の場としても利用されている。
- ・従来のチャットツールは、サーバーを立ち上げたり、サーバーをレンタルしたりする必要があったが、Discordは簡単な設定だけでサーバーをつくることができる。
- ・PC版のみ、アカウントを登録しなくても利用できる。スマートフォン版は、アプリをダウンロードして、アカウントを登録する必要がある。
- ・チャットルームに、特定の人だけが入室できるようにつくられている。これにより、スパム目的や荒らしなどの悪質や利用者をシャットダウンすることができる。

参考：【保存版】Discordの使い方完全ガイド
<https://kasobu.com/discord/>

1. システム概要

3. Discord (ゲーム)

ゲーム中の会話
ゲーム攻略情報の共有
対戦相手・協力プレイヤーの募集

- ・ゲームをプレイしながら、テキストチャットやボイスチャットでワイワイ盛り上がる
- ・ゲームの攻略情報を共有し、攻略に活用する
- ・対戦型ゲームの対戦相手を募集する
- ・チームを組んでプレイするゲームで、協力者を募る
- ・ゲームストア機能に関しては、2019年10月にサービス終了済み
参考： DiscordがPCゲーム販売を終了へ。開始から1年で方針転換
<https://automaton-media.com/articles/newsip/20190914-101839/>

- ・ゲームを全画面でプレイしていても、オーバーレイ機能によって、ゲーム画面にDiscordの画面を重ねて表示できる。そのため、誰の発言かがすぐに分かるようになっている。
- ・プレイしているゲームタイトルのチャットルームに入室すれば、そこに攻略情報が蓄積されていて、それを参考にしてゲームの攻略に活用できる。また、自分の知っている攻略情報を提供することもできる。
- ・普段、一緒にゲームをプレイしているフレンドが不在の時などに、対戦相手や協力者を募集することができる。勿論、チャットルームに制限をかければ、いつも一緒に遊んでいるメンバーだけで待ち合わせをすることもできる。

参考： Discordがおすすめの人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/> (オーバーレイ機能)

【MANA】 エウレカバルデシオンアーセナル(BA)用Discord鯖 メンバー募集
<https://jp.finalfantasyxiv.com/lodestone/character/1344652/blog/4290141/>

1. システム概要

4. Discord (ビジネス)

リモートワークやテレワークで働いている人も
使いやすい

- ・動作が軽い
- ・ボイスチャットの相手呼び出す必要がない
- ・オンラインステータスが確認できる

- ・ SlackSkypeなど、他のチャットサービスよりも動作が軽く、手軽に使える。
- ・ 日本語にも対応している
他のツールの場合、日本語化パッチを当てる必要がある場合がある。
- ・ ボイスチャットのチャンネルを立ち上げておけば、その状態で声を発すれば、入室者全員に聞こえる。ちょっとした質問や打合せなどにも活用可能。
- ・ オンラインステータスを確認できるため、企業にとっては、社員のモチベーションや緊張感を保つのに役立つ。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説

<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

Discord (ディスコード) のチャット機能・導入方法解説まとめ

<https://kasobu.com/discord-chat/> (ボイスチャット)

1. システム概要

5. Discord (投資)

仮想通貨取引に関する情報収集にも活用されている

- ・最新の情報が手に入る
- ・発言者に質問が可能
- ・海外サーバーが豊富にある
- ・有名なものばかりでなく、ニッチな用途に使われる「草コイン」に関する情報も収集できる

- ・Twitterのように文字数制限がなく、リアルタイムでやり取りができるので、最新の情報が入手しやすい。仮想通貨取引など、投資関連の情報は鮮度が重要なので、この点が大きなメリットになる。
- ・疑問や不明点がある場合には、発言者に質問が可能。リアルタイムでのやり取りによるメリットである。
- ・海外の仮想通貨に関する情報や、仮想通貨取引を行っている海外の人とのコミュニケーションが可能なので、幅広く情報収集が可能になる。翻訳のbot (利用者が作成した機能拡張ツール)も多数用意されているため、英語で話せない人でも安心して利用できる。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

1. システム概要

5. 他サービスとの比較

Skypeとの比較

- ・使い方が分かりやすく、動作が軽い
- ・サーバー配下にチャンネルがつけれる
- ・通話の呼び出しがいらぬ
- ・コミュニティ機能が充実
- ・MicrosoftもDiscordを認めている
- ・複数アカウントが作りづらぬ

Slackとの比較

- ・Slackの機能は、Discordは無料で利用できる
- ・SlackのWebhook（外部サービスからのSlackへのメッセージ送受信機能）が使える
- ・コミュニケーションツールとして使いやすい
- ・Slackの簡易bot機能（メッセージの送受信を自動で行う機能）がない
- ・送受信できるファイルサイズが小さい

○Skypeとの比較

- ・Skypeは、インスタントメッセージ、音声通話、ビデオ通話など、幅広い機能が利用できる。しかし、動作が重く、使い方も分かりづらぬという声も多い。Discordはアプリ自体のサイズが小さく、動作が軽く使い方も分かりやすい。アカウントを登録する必要がなければ、ブラウザだけでも利用可能。Skypeと比較してバグも少なく、頻繁にアップデートが行われている。
- ・Discordはコミュニケーションを取るためのサーバーが簡単に立ち上げられ、その配下にチャンネルを複数つけれる。そのため、集まった人の目的に合わせてチャンネルをつければ、ターゲットとする人たちとスムーズに情報を共有できる。一方、Skypeは利用する度にグループをつくる必要があつて、少し面倒。
- ・通話を行う際に、Skypeはメッセージ等で相手呼び出す必要がある。Discordはメンバーのオンラインステータスがすぐに分かるので、必要なときにすぐにボイスチャットが開始できる。
- ・Discordは、オンラインステータスの確認の他、何のゲームをプレイしているかを確認することができる。そのため、知らない人であっても、簡単に声をかけることができる。
- ・Xbox LiveのアカウントがDiscordの連携機能に加わっている。そのため、Xbox LiveのアカウントでDiscordを利用することができる。「Skypeの上位互換」という意見も多い。
- ・Discordのアカウント作成には、アカウント1つにつきメールアドレスが1つ必要。そのため、仕事とプライベートでアカウントを分けたいときには面倒。

○Slackとの比較

- ・Slackは無料版もあるが、「グループ通話」「画面共有」「ユーザーグループの作成」は有料プランが必要。Discordはこれらも無料で利用できる。
- ・SlackのWebhookはDiscordでも利用可能。そのため、Slackからの移行も比較的容易。
- ・Slackはワークスペースごとにアカウントが必要になるが、Discordは1つのアカウントで様々なサーバーのコミュニティに参加できる。そのため、Slackと比べて1対1のコミュニケーションが取りやすい。
- ・Slackは、無料版でも5GBまでオンラインストレージが利用可能。Discordでアップロードできるファイルのサイズは、無料版で最大8MB、有料プランで最大100MBまで。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

2. 機能構成

1. コミュニケーションツール（チャット）

ボイスチャット
テキストチャット

- ・複数メンバーとボイスチャットができる
ゲーム中などに便利
- ・テキストによるチャットも可能
履歴が確認できる
画像やPDFも投稿できる

○ボイスチャット

- ・チャンネルを作成して、複数のメンバーとボイスチャットができる。
- ・メンバーごとに音量を調整することも可能なので、ゲーム中には便利。

○テキストチャット

- ・チャンネルの設定によって、ボイスチャットとテキストチャットを分けることができる。
- ・チャンネルに履歴が残るため、自分がオフラインだったときのチャット内容も確認できる。そのため、仕事で使うときも安心。

参考：Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

2. 機能構成

2. コミュニティ

チャンネル
フレンド

- ・チャンネルは、チャットを行うチャットルームに相当
ゲームタイトルや、ゲームのフレンドと一般、などで分けることができる
- ・通話やテキストチャットを使うときには、Discordでフレンド登録が必要

○チャンネル

- ・チャンネルでチャットを行う。
- ・インターネット上で公開されているチャンネルも多く、それらをまとめているWebサイトもある。

(例)

- ・ Discordちゃんねる (β)
<https://discha.net/>
- ・ DISBOARD
<https://disboard.org/ja>
- ・ Discord Servers
<https://discordservers.com/>

○フレンド

- ・通話やテキストチャットを行うために、その相手をフレンド登録する必要がある。
- ・フレンド登録していれば、Discordでチャットへの招待が可能。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

2. 機能構成

3. その他補助機能

ビデオ通話
画面共有

- ・ビデオ通話は、ボイスチャンネル（ボイスチャットのチャンネル）またはメッセージャー（DM）から可能
ボイスチャンネルからのビデオ通話は、Windowsデスクトップ版のみ可能
DMからのビデオ通話は、PC版、スマートフォン版、どちらも可能（ブラウザ版は不可）
- ・画面共有は、ユーザーの画面をチャンネルで共有する機能
ボイスチャンネルとDMとの2通りで可能
ボイスチャンネルでの画面共有は、Windowsデスクトップ版とブラウザ版のみ可能。
DMからの画面共有は、Windowsデスクトップ版のみ可能

○ビデオ通話

- ・チャンネルで顔を出してチャットを行う。
- ・通話を受信したユーザーは、ビデオ通話で参加するか、ボイスチャットで参加するかを選択できる。
- ・ボイスチャンネルからのビデオ通話は、Windowsデスクトップ版のみ可能。
人数制限はない。
- ・Mac OSX版、ブラウザ版、スマートフォン版では利用できない。
- ・DMからのビデオ通話は、PC版、スマートフォン版で可能。
人数制限は、最大10人。

○画面共有

- ・ゲーム画面を共有したり、資料を共有したりできる。
- ・ボイスチャンネルからの画面共有は、Windowsデスクトップ版とブラウザ版のみ可能。
- ・Mac OSX版、スマートフォン版では利用できない。
- ・DMからの画面共有は、Windowsデスクトップ版のみ可能。
人数制限は、最大10人。

参考：ゲーマー向けチャット『Discord』の使い方 DL方法から拡張機能まで
徹底解説

<https://mag.app-liv.jp/archive/118116/>

3. 活用方法

1. ゲーム関連での活用

攻略情報の共有
対戦相手、協力者の募集
ゲームをプレイしながらの会話 等

- ・ 攻略情報の共有
チャンネルに攻略情報が蓄積される。
- ・ 対戦相手、協力者の募集
共通のゲームをプレイしているユーザーの中から、対戦相手・協力者を募集する。
- ・ ゲームをプレイしながらの会話
チームプレイでの作戦会議や、他のユーザーへの指示・依頼、単なる雑談、など。

○攻略情報の共有

- ・ チャンネルに、ゲームの攻略情報が蓄積されていくので、それを参考にしながらゲームの攻略ができる。
- ・ 疑問点があれば質問もできるので、攻略情報を活用しやすい。
- ・ ゲーム画面も共有できるので、より分かりやすい説明もできる。

○対戦相手、協力者の募集

- ・ チャンネルで対戦相手や協力者を募集することができる。
- ・ アクティブユーザーがどんなゲームをプレイしているかも分かるので、そこから対戦相手や協力者の依頼もできる。

○ゲームをプレイしながらの会話

- ・ ボイスチャットを使えば、ゲームのプレイに支障なく会話を楽しむことができる。
- ・ 画面共有も使えるので、作戦会議や他のユーザーへの指示・依頼でも活用できる。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

3. 活用方法

2. ビジネス関連での活用

ボイスチャットでの質問や打合せ
オンラインステータスの確認

- ・ボイスチャットでの質問や打合せ
ボイスチャット機能により、ちょっとした質問や打合せが可能。
- ・オンラインステータスの確認
オンラインステータスを確認できるので、ボイスチャットで話しかけるタイミングが掴みやすい。
また、社員の緊張感やモチベーションの維持にもなる

Discordは、リモートワークやテレワークで働いている人にも活用しやすい。

○ボイスチャットでの質問や打合せ

- ・ボイスチャット機能を利用して、ちょっとした質問や打合せなどができる。
- ・以下の、オンラインステータスの確認により、相手呼び出す必要がない。

○オンラインステータスの確認

- ・オンラインステータスを確認することで、ボイスチャット機能で話しかけるタイミングが掴みやすい。
- ・企業にとっては、直接目の届かないリモートワークやテレワークで働いている社員のステータスを確認できるため、社員の緊張感やモチベーションを保つことにも活用できる。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

3. 活用方法

3.FXや仮想通貨等の投資での活用

新しい情報をいち早く入手する

- ・新しい情報をいち早く入手する
投資に関しては、情報の鮮度が重要。
新しい情報をいち早く、幅広く、入手することができる。

○新しい情報をいち早く入手する

- ・投資に関しては、情報の鮮度が重要である。
- ・Discordでは、最新の情報をいち早く入手できる。
- ・海外のサーバーも豊富にあるため、幅広い情報が収集可能。
- ・翻訳botも多数あるため、英語での会話ができなくても安心して利用できる。
- ・疑問や不明点がある場合は、発言者に質問も可能。
- ・有名な仮想通貨だけでなく、ニッチな用途に使われる「草コイン」に関する情報も入手可能。

参考： Discordがおすすめな人とは。機能やSkype・Slackとの違いについても解説
<https://tech-camp.in/note/technology/48355/>

4. 使用方法

1. アカウント作成

アカウントを作成しない使用方法（仮アカウント）
PC版のアカウント登録
スマートフォン版のアカウント登録



- ・ アカウントを作成しない使用方法（仮アカウント）
「Discordをブラウザで開く」からニックネームを登録する
- ・ PC版のアカウント登録
「Windows版をダウンロード」からアプリをダウンロードして、アカウントを作成する。
- ・ スマートフォン版のアカウント登録
App Store か Google Play ストア からアプリをダウンロードして、アカウントを作成する。

○アカウントを作成しない使用方法

- ・好きなニックネームを登録するだけで、使用できる。
- ・ブラウザのキャッシュを削除したり、ブラウザを変えたりすると、再度登録する必要がある。

○PC版のアカウント登録

- ・アプリをダウンロードして「DiscordSetup」を起動する。
- ・メールアドレス、ユーザー名、パスワードを入力する。
- ・入力したメールアドレスにメールが届くので、そのリンクをクリックするとアカウント作成が完了する。

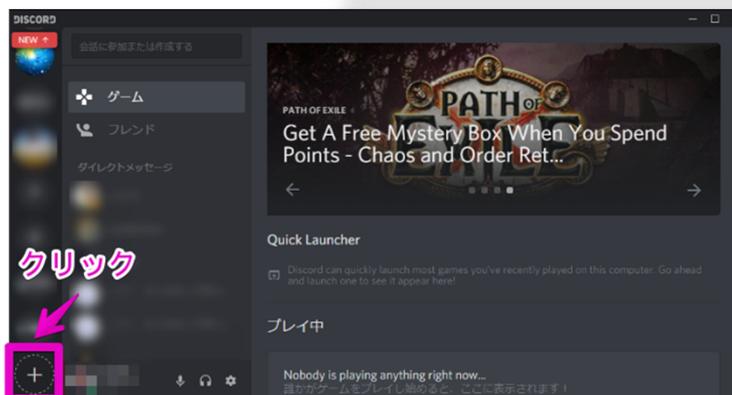
○スマートフォン版のアカウント登録

- ・アプリをダウンロードして起動する。
- ・メールアドレス、ユーザー名、パスワードを入力する。
- ・入力したメールアドレスにメールが届くので、そのリンクをクリックするとアカウント作成が完了する。

参考：【保存版】Discord (ディスコード) の使い方完全ガイド
<https://kasobu.com/discord/>

4. 使用方法

2. サーバーの作成



- ・画面左下の「+」をクリックすると、サーバーの作成ができる
- ・サーバー名とアイコンを設定するだけで、作成終了

○サーバーの作成手順

- ・画面左下にある「+」ボタンをクリックする。



- ・「サーバーを作成」をクリックする。



- ・サーバー名とアイコンを設定する。

参考：【保存版】Discord (ディスコード) の使い方完全ガイド
<https://kasobu.com/discord/>

4. 使用方法

3. 個人設定



- ・フレンドリストの最下部に自分のアカウントがあるので、その右側の歯車をクリックして設定画面を表示
- ・プロフィール設定、他アプリとの連携、音声の設定、通知の設定、が可能

○プロフィール設定

- ・マイアカウントの画面で「編集」をクリックし、ユーザー名とプロフィール写真を設定できる。

○他アプリとの連携

- ・TwitterやFacebook、Skypeなど様々なコミュニケーションツールとの連携が可能。
- ・ホーム画面左側のメニュータブから「接続」をクリックし、連携先のアイコンを指定する。そこで必要な操作を済ませる。

○音声の設定

- ・マイクやスピーカーの設定が可能。
- ・入力デバイス（マイク）、出力デバイス（スピーカー）のそれぞれの音量を設定できる。
- ・入力モードは常にマイクをオンにしている「音声検出」と特定のキーを押しているときだけ音声を検出する「プッシュトゥーク」の二択。

○通知の設定

- ・メニュー欄の「通知」をクリックし、「Enable Desktop Notifications」より通話のオン/オフを切り替えられる。しかしここではサーバー全体の通話がオンかオフになるかしか設定できない。
- ・サーバーごとにオン/オフを設定するには、サーバー名に伴っている矢印またはバツ印からサブメニューを引き出し、「通知設定」をクリックする。

参考：【保存版】Discord (ディスコード) の使い方完全ガイド

<https://kasobu.com/discord/>

4. 使用方法

4. フレンド追加



- ・メニューから①「フレンド」をクリックし、②「フレンドに追加」を開く。
- ・③フレンドにしたいユーザー名+タグを入力し、④「フレンドリクエストを送信」する。
- ・相手から承認が得られると、フレンドの追加が完了する。

○フレンド追加

- ・同一サーバーの場合はメンバーの名前を右クリックするだけで「フレンドに追加」を押して申請可能。
- ・削除する場合はフレンド一覧などに示される名前を右クリックし、「フレンドを削除」を押すことで成立する。削除したことは、相手には通知されない。

参考：【保存版】Discord (ディスコード) の使い方完全ガイド
<https://kasobu.com/discord/>

4. 使用方法

5. チャンネル・カテゴリーの作成



- ・テキストチャンネル右横にある「+」アイコンをクリックして、チャンネルを作成できる。
- ・チャンネル名を入力し、「#テキストチャンネル」にチェックマークが入っていることを確認して「チャンネルを作成」をクリック。
- ・チャンネルが追加されているのを確認して完了。

○チャンネルの作成

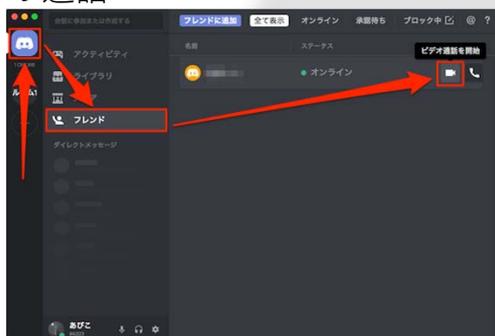
- ・テキストチャンネルで説明しているが、ボイスチャンネルも同じ。

参考：ゲーマー向けチャット『Discord』の使い方 DL方法から拡張機能まで
徹底解説

<https://mag.app-liv.jp/archive/118116/>

4. 使用方法

6. ビデオ通話



- ・「フレンド一覧」から、「サーバーのメンバー一覧」から、「DM欄から」の3通りの方法がある。
- ・いずれも、ビデオ通話をしたい相手にカーソルを合わせて、「ビデオ通話の開始」をクリックする。

○ビデオ通話

- ・カメラのOn/Offも設定できる。
- ・詳細は下のWebサイトを参照。

参考：Discordでビデオ通話のやり方

https://abikosan.com/discord_video_telephone_call

4. 使用方法

7. その他

プラグイン
bot
有料プラン

- ・ プラグイン
Discordをはじめソフトウェアやサービスに付加機能をつけるプログラム
- ・ bot
ユーザーが独自で作った機能拡張ツール
- ・ 有料プラン (Nitro)
無料版にない様々な機能が有効になる

○プラグイン

- ・ プラグインを利用することで、アプリをユーザー好みにカスタマイズしたりできる。
- ・ 代表的なものに、「BandagedBD」があり、アプリ内の文字やアイコンを小さくしたり、Twitchの絵文字が使えたりするようになる。

○bot

- ・ botの殆どはオープンソースで、無料で利用できる。
- ・ 翻訳botや、テキストを読み上げるものなどがある。

○有料プラン

- ・ 有料プランの「Nitro」は、年額\$99.99、月額\$9.99で、様々な機能が有効になる。
- ・ より大きなサイズの画像共有や、アップロードファイルサイズが8MBから100MBになるなど。

参考：Discordでビデオ通話のやり方

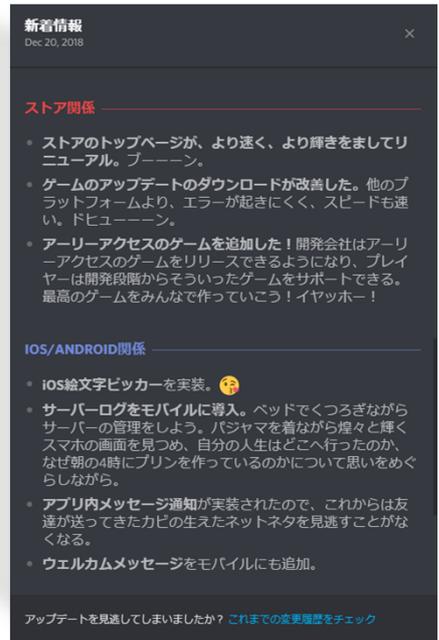
https://abikosan.com/discord_video_telephone_call

5. 使用する際の注意事項・マナー

1. 「Discord」における文化・マナー

Discord独特のノリ
マルチアカウントの禁止
過度な暴言、迷惑行為の禁止

- ・ Discord独特のノリ
ゲーマーであるユーザーを楽しませるために、色々なところで独特のノリがある。
- ・ マルチアカウントの禁止
Discordは複数アカウントの作成を認めていない。
- ・ 過度な暴言、迷惑行為の禁止
他人とコミュニケーションを取る上で当然。



○Discord独特のノリ

- ・ 公式ブログだけでなく、ニュースメール、チェンジログ、アプリUIでも、ゲームにまつわるナードジョークがフランクな口調で飛び出す。ゲーマーのためにカジュアルな雰囲気を出している。

○マルチアカウントの禁止

- ・ Discordはユーザーにソーシャルな振る舞いを求めている。
- ・ アカウント1つで複数のサーバーにアクセスできる。
- ・ Discordアカウントはゲーマー個人と結びつきソーシャルなものになる。Discordアカウントはゲーミング身分証明とも言える。

○過度な暴言、迷惑行為の禁止

- ・ 過度な暴言や迷惑行為を続けていると、アカウントが取り消しになる。
- ・ その他、以下のようなことに注意。
 - ①みんなが楽しめるようにする（重要）
 - ②自分の話ばかりしない。相手の話も聞く。
 - ③ネガティブな発言は控える。
 - ④トラブルは避ける（もし起きた場合は個人間で解決する）
 - ⑤話題が混雑する場合はチャンネルを移動する。（別ゲームプレイ時など）
 - ⑥マイク使用時には設定をしっかりと（反響・爆音など嫌われる）
- ・ 他にも、ネタバレも、サーバーやチャンネルによっては控えた方が良い。

参考：Discordを始めよう！ゲーマーとゲーマーをつなぐツールとコミュニティの魅力

<https://jp.ign.com/games/31875/feature/discord>

KotaServer 公式Wiki [Minecraft: Java Edition マルチプレイ]
- Discordの使い方

<https://seesaawiki.jp/kotaserver/d/Discord%A4%CE%BB%C8%A4%A4%CA%FD>

5. 使用する際の注意事項・マナー

2. 専門用語

キックとBAN
役職と権限
Vtuber

- ・キックとBAN
荒らしへの対策として取られる。
- ・役職と権限
サーバー管理者がユーザーに役職と権限を自由に割り振れる。
- ・Vtuber
3D CGなど、仮想キャラクターのYouTuberのこと。

○キックとBAN

- ・キックは、ユーザーを強制的にサーバーから退出させること。キックされたユーザーは、再度招待を受ければ再入室できる。
- ・BANは、サーバーから退出させて再入室できない状態にすること。BANを解除されない限り、招待を受けても再入室できない。
- ・どちらもサーバーの管理者が操作する。

○役職と権限

- ・サーバーの管理者は、ユーザーに役職と権限を付与することができる。
- ・権限は、特定のユーザーだけがサーバーにアクセスできるようにしたり、招待コードを自由に発行できたり、といったことを制御する。
- ・いくつかの権限をまとめてテンプレート化したものが役職。

○Vtuber

- ・3DCGのキャラクターが人間のように出演し、YouTubeの配信を行う。キャラクターは二次元だが、声は人間が担当していることが多く、よりリアルなキャラクターへと仕上がっている。
- ・有名なVtuberには、
 - ①キズナアイ
 - ②ミライアカリ
 - ③輝夜月（かぐやるな）
 - ④シロ
 - ⑤バーチャルのじゃろり狐娘Youtuberおじさんがいる。キズナアイは別格で、それ以外の4人をVtuber四天王と呼ぶことがある。

参考：いまさら聞けない!?ゲーム特化型チャットアプリ『Discord』の特徴・使いかたまとめ

https://app.famitsu.com/20181102_1369407/

Discordにおけるロール（役職）設定の基本

<https://qiita.com/GrapeColor/items/1690f58b0e4bd521a6ac>

今、アツい！バーチャルYouTuberって何者?! 人気VTuber四天王も紹介

<https://influencerlab.jp/who-is-vtuber/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3.トラブル事例

①Discordにバックドアが仕掛けるマルウェア

- ・「Spidey Bot」と呼ばれる。
- ・Windows版アプリが攻撃対象。
- ・次のような情報を収集し、DiscordのWebhookを介して攻撃者に送信する。
Discordのユーザートークン、タイムゾーン、画面解像度、ローカルIPアドレス、WebRTC経由のパブリックIPアドレス、ユーザー名/メールアドレス/電話番号など、ズーム比、支払い情報、Webブラウザのユーザーエージェント、Discordのバージョン、クリップボードの先頭から50文字
- ・Discordのメッセージ機能を利用して拡散していると見られている。

- ・クリップボードにパスワードをコピーしていたりすると、非常に危険。
- ・このマルウェアに感染していても、一般のユーザーにはその兆候が確認しにくいですが、Discordアプリをアンインストールして、再びインストールすることで書き換えられたファイルが取り除かれると言われている。

参考：Discordにバックドアを仕掛けるマルウェアが発見
<https://pc.watch.impress.co.jp/docs/news/1214669.html>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3.トラブル事例

②Discordが失礼なコメントを自動で出してくる

- ・サーバーに接続すると、以下のようなコメントが表示される。
「鳥だ！飛行機だ！あっ、なんだ、ただの ●●（名前）か」
「なんてこった！●●（名前）がいる！」
- ・ユーザーの誰かが発したコメントに見えてしまい、トラブルの元になるおそれがある。



- ・先述した「Discordの独特のノリ」によるもの。
- ・ユーザーのコメントには、発言者のユーザー名が必ず書かれるので、間違えないように。

参考：Discord トラブルになる前に

http://blog.livedoor.jp/flyer_fsx/archives/1070726628.html

5. 使用する際の注意事項・マナー

3.トラブル事例

③Discord騒動

- ・2018年の1月末に、一部のバーチャルYoutuberたちが『交流』を目的として作成したコミュニティにおいて起こった騒動。のらきゃつとを餌に他の有名バーチャルYoutuberをコミュニティに引き入れようとしたり、コラボ生放送ではVtuberファンの多くが忌避する「中の人トーク」に終始し、それでもキャラクターを守ろうとし続けたVtuberたちを嘲笑するなどしたため、5ch民の怒りを買って大炎上に至った。

経緯

- ・Vtuberのコミュニティにおける発言内容から、『底辺Vtuberたちが売名のために四天王やのらきゃつとを利用しようとしている』『有名Vtuberに絡みたいだけの出会い厨の巣窟』などと酷評され、5chのユーザーがコミュニティに潜入して監視するようになる。
- ・Vtuberたちによるコラボ生放送が企画され、YouTube Live で実行された。突発的な企画だったため、雑談以外は何も決まっていなかった。本来はVtuberとしてのロールプレイが求められていたが、Vtuberのキャラを無視した中の人についてのトークが展開された。また、ロールプレイに徹するVtuberを馬鹿にするような態度が取られたことから、ロールプレイを支持していた5chのユーザーの怒りを買って、コメント欄が荒れ始める。
- ・生放送終了後、コミュニティ内は放送が荒れてしまったことへの愚痴で盛り上がっていたが、それを監視していた一部の5chユーザーがコミュニティに乱入したためチャットが荒れ始め、それを5chユーザーが専用スレッドで実況するという状態に。
- ・その後、5chユーザーが専用スレッドを立ててこのコミュニティを監視している事がチャット内で逆リークされると、コミュニティのメンバーが5chを見てDiscord内のチャットで発言し、5chユーザーはチャットを見てレスをする事で会話が成り立つという奇妙な状態に。
- ・最後までチャットに残っていた参加者も、5chユーザーによって今までチャット内容が全て監視されていた事に気付いた上に、一方的で強烈かつ大量のヘイトを浴びせられて離脱する。
- ・その一方で、コラボ生放送に参加していなかったVtuber (R氏) が、何故か突然5chユーザーを煽るようなツイートを開始。全く反省していないような態度に加え、『有名Vtuberの中の人と飲み会を開くのが夢』という過去ツイートで更にヘイトを集め、5chユーザーによって集中攻撃が行われる。
- ・その後、暴走した5chユーザーの手によってR氏のTwitterからさまざまな情報が発掘され、本名と思われる名前の一部や、卒業した学校名と大まかな住所、自作短編小説のようなものなどが次々とスレに貼られる事態となり、最終的にはR氏等がそれぞれ謝罪文を掲載し、Discord上のコミュニティは閉鎖されることになった。

参考：Discord騒動とは

<http://blog.livedoor.jp/nekonooboegaki/archives/6964315.html>

Twitch概要

目次

1. システム概要
 1. ライブストリーミング配信概要
 2. Twitch概要
 3. 他サービスとの比較
 4. Twitchのビジネスモデル
2. 機能構成
 1. 視聴機能
 2. 配信機能
 3. 収益化
3. 活用方法
 1. ライブ動画配信
 2. コミュニティー
 3. ECによるゲームの購入
4. 使用方法
 1. アカウント作成
 2. ホーム画面の見方
 3. フォロー
 4. 視聴画面の見方
 5. サブスクライブ
5. 使用する際の注意事項・マナー
 1. Twitchにおける文化・マナー
 2. 専門用語
 3. トラブル事例



1. システム概要

1. ライブストリーミング配信概要

ライブストリーミングとは、通信ネットワークを通じて映像・音声を配信する手法の一つで、撮影・録音しながら同時にデータを圧縮・変換して視聴者へ配信する方式。いわばネットワークを通じた「生放送」。

出典：IT用語辞典 e-Words

- ・PCやスマホなどの画面と音声を、インターネットを通じてリアルタイムで配信すること。2000年代頃までは専用の機器とそれなりの知識が必要で配信までのハードルが高かった。
- ・2010年代にスマートフォンが普及し、それに伴いライブ配信サービスも増加。現在では、スマートフォン1つで誰でもライブ配信ができる環境が整っている。

- ・視聴者側が末尾まで受信の完了を待たずに受信しながら同時に再生することをストリーミング（再生）というが、ライブストリーミングではこれに加え、配信側も撮影・録音とデータ送信を並行して行い、収録したものをわずかなタイムラグでリアルタイムに配信する。テレビやラジオの生放送・生中継に相当する配信方式である。
- ・インターネット上で大規模にライブストリーミングできる動画サービスも普及しており、開催中のイベントやスポーツの試合の様子をリアルタイムに伝えたり、視聴者とリアルタイムにやり取りしながら進行する生放送番組などが人気を博している。

参考：IT用語辞典 e-Words

<http://e-words.jp/w/%E3%82%B9%E3%83%88%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%9F%E3%83%B3%E3%82%B0.html>

1. システム概要

2. Twitch概要

TwitchはAmazonが提供するライブストリーミング
(ライブ配信) サービス。

- ・PCやスマートフォンアプリ、Fire TV Stickなど様々なデバイスでに対応している。
- ・最大の特徴は、ゲーム配信に特化している事。

- ・一般ユーザーのほか、プロゲーマー、ゲームセンター、ゲームメーカーまで、多数のゲーム好き、ゲーム関係者がTwitchに参加している。
- ・実況プレイからe-Sportsなど大型イベントまでも配信内容は様々。また視聴者が気に入った配信者にチア（投げ銭）やサブスクライブ（スポンサー契約）できるシステムもあり、それで収益を上げているユーザーもいる。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、
配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

1. システム概要

3. 他サービスとの比較

YouTubeとの比較

- ・ Twitchは、YouTubeなどに比べて収益を上げられるまでのハードルが低い。
- ・ ゲームに特化していることから、配信者にとってはゲーム好きが集まりやすく、視聴者にとっては面白いゲーム配信を見つけやすい。

- ・ YouTube (YouTubeパートナープログラム) の収益化条件は、以下の通り。
 - ①過去12か月の総再生時間が「4000時間」以上
 - ②チャンネル登録者数が「1000人」以上上記すべての条件を満たすこと
- ・ Twitch (Twitchアフィリエイト) の収益化条件は、以下の通り。
 - ①過去30日間で合計500分以上の配信
 - ②過去30日間で7日以上配信
 - ③過去30日間で平均3人以上の同時視聴者
 - ④50人以上のフォロワー上記すべての条件を満たすこと
- ・ 特に差がつくのはチャンネル登録者数とフォロワー数。YouTubeは1,000人以上とかなり意識して登録者数を稼がなければいけないのに対し、Twitchはフォロワー数50人と気楽に配信をしても手が届きそうな範囲に収まっている。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

1. システム概要

4. Twitchのビジネスモデル

ビット
サブスクライブ
アフィリエイト

- ・「ビット」(Bits)はTwitch内通貨。ユーザーはビットを購入して、配信者への「チア」(Cheer:投げ銭)として使ったり、ゲームやゲーム内アイテムを購入したりするときに使う。
- ・サブスクライブは、月額料金を払って配信者を本格的に応援するときに使う。
- ・アフィリエイトは、配信者が自分の配信チャンネルに広告を表示したりするもの。広告からの売上げの一部が得られる。また、視聴者からのチアやサブスクライブを受けるためには、アフィリエイトになる必要がある。

- ・Twitch内でアイテムを購入したり、配信者にチアしたりするためには、ビットを購入する必要がある。ビットは、スマートフォンで購入すると価格が高めに、PCのブラウザから購入すると価格が安めに設定されている。
- ・視聴者は、頑張って欲しい配信者がいたり、良いプレイがあったりしたときなどに配信者への応援の気持ちを込めてチアを行うことができる。視聴者は、チアによって配信者にビットを送り、その一部が配信者の収益となる。
- ・サブスクライブは、月額(5\$または750円~)のスポンサーになって、特定の配信者を応援するもの。スポンサー料の一部が配信者の収益となる。
- ・アフィリエイトは、配信者が自分のチャンネルに広告を表示するもの。広告を通して視聴者が購入したときの代金の一部が、配信者の収益となる。
- ・また、視聴者からのチアやサブスクライブから収益を受けるには、アフィリエイトになる必要がある。

参考:『Twitch』ガイド 「ツイッチとは?」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

2. 機能構成

1. 視聴機能

配信者のライブストリーミングを視聴することができる

- ・ Twitchで配信されているライブストリーミングを視聴する。
- ・ ゲームの実況配信が中心だが、他にも様々なチャンネルがある。
- ・ 期間限定で、過去の動画も視聴できる。

- ・ ライブストリーミングは、ゲームの他に、雑談、アート、料理、音楽、観光、など、様々な種類のチャンネルがある。
- ・ リアルタイムでの視聴の他、過去の動画の視聴もできる。通常は、配信から14日間という保存期間があるが、
 - ①配信者がTwitchパートナーである場合は60日間
 - ②配信者が有料プラン「Twitch Turbo」を利用している場合は60日間に保存期間が延びる。さらに、配信者が別途アップロードした動画は、保存期間の制限がなく、Twitchのサービスが続く限り視聴することができる。

参考：Twitch.tv | 視聴

<https://www.twitch.tv/p/ja-jp/watch/>

【Twitch】過去の配信は見れない？アーカイブで過去の配信を見よう！

<https://aprico-media.com/posts/2280>

2. 機能構成

2. 配信機能

ライブストリーミングの配信ができる

- ・ PCやスマートフォン、PlayStation4（PS4）などの家庭用ゲーム機を使って、ライブストリーミングの配信ができる。
- ・ PS4は、はじめからTwitch配信機能がついていて、手軽にゲームのプレイ動画を配信できる。

- ・ どの配信方法でも、電話番号を登録する二段階認証が必要になる。
- ・ PCはブラウザから、スマートフォンはアプリから、配信したいゲームと連携させて配信を始める。
- ・ PS4は、コントローラーにある「SHARE」ボタンを押して配信を始める。
- ・ 他のゲーム機は、キャプチャボードなどを使ってPCにゲーム画面を取り込む必要がある場合がある。
- ・ また、ゲームによっては、配信が許可されていない場面もあり、そこでは配信ができない。
- ・ ゲーム画面をそのまま配信する以外にも、Webカメラ等を使って様々な配信が可能。プレイしている人を写しながらのゲーム配信や、音楽の演奏・歌唱、など。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

2. 機能構成

3. 収益化

Twitchアフィリエイト
Twitchパートナー

- ・ Twitchアフィリエイトでは、視聴者からのチアやサブスクライブを受け、収益化することができる。また、Twitchで販売されているゲームをプレイすることで、その広告がチャンネルに表示され、そこからの売上げの一部が配信者の収益となる。
- ・ Twitchパートナーは、Twitchアフィリエイトの上位版のようなもの。

- ・ Twitchアフィリエイトになる条件は、以下の通り。。
 - ①過去30日間で合計500分以上の配信
 - ②過去30日間で7日以上配信
 - ③過去30日間で平均3人以上の同時視聴者
 - ④50人以上のフォロワー上記すべての条件を満たすこと
- ・ Twitchパートナーは、Twitchアフィリエイトになっていて、さらに視聴者数が多い配信者になれる。配信者側から申請し、審査に通るとTwitchパートナーになれる。
- ・ Twitchパートナーになるための条件として、以下が公開されている。
 - ①過去30日間で25時間以上の配信
 - ②過去30日間で12日以上配信
 - ③過去30日間で75人の平均視聴者上記全ての条件を満たすこと。但し、条件はこれだけに限らない。
- ・ Twitchパートナーは、収益源としてはTwitchアフィリエイトと同じだが、チャンネルを成長させていくための豊富な機能が利用でき、さらに大きな収益を目指せる。

参考：ツイッチの収益化！Twitchパートナーとアフィリエイトプログラムとは

<https://melanic-game.com/archives/2862>

Twitchパートナーになるための条件が公開！？

<https://mokolog.style/twitchpartner/>

3. 活用方法

1. ライブ動画配信

ライブ動画の配信を行い、他のユーザーに視聴してもらう

- ・ゲームだけでなく、音楽、料理、雑談、観光、アートなど、様々なライブ動画を配信できる。
- ・PC、スマートフォン、PS4のゲームは、簡単に配信できる。

- ・Twitchの最も中心的な機能。
元々はゲームの実況プレイなどの配信をするためのサービスだが、実際には、様々なライブ動画が配信されている。
- ・ゲーム好きが集まりやすく、ゲーマーどうしのつながりが構築しやすい。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

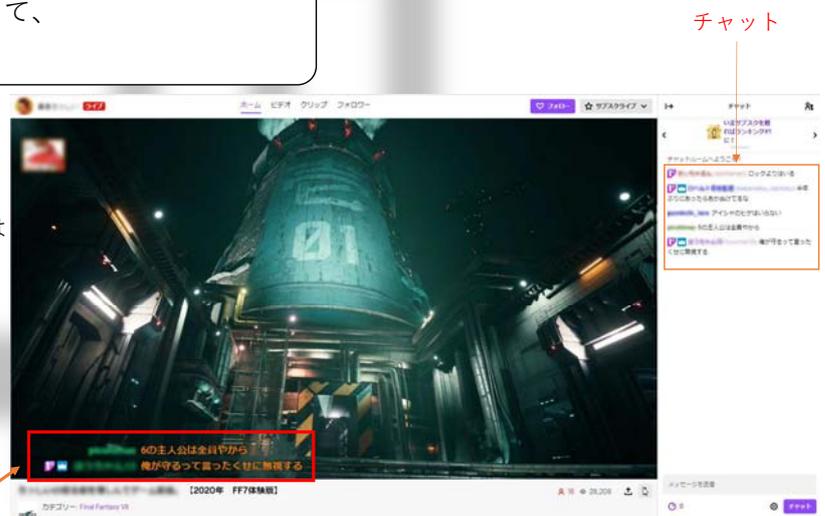
3. 活用方法

2. コミュニティー

ライブ動画の配信者が中心となって、
視聴者もチャットに参加する

- ・ライブ配信動画を見ながら、視聴者はチャットでコメントを入れる。
- ・配信者は主に音声で参加する。

チャットがゲーム画面に重
なって表示される設定もある



- ・ライブ動画のチャットを通して、配信者と視聴者や、視聴者どうしで会話を楽しむ。

参考： Twitch 公式サイト

<https://www.twitch.tv/p/ja-ip/watch/>

3. 活用方法

3. ECによるゲームの購入

Twitchではゲームやゲームアイテムの販売もある

- ・ Twitchでゲームやゲームアイテムを購入する場合は、Amazonのアカウントが必要。
- ・ ライブ配信されているゲームやそのゲームのアイテムを購入すると、購入代金の一部が配信者の収益となる。

- ・ Twitchで扱っているゲームのライブ配信では、そのゲームに関する広告が表示される。その広告からゲームを購入したり、ゲームアイテムを購入したりすると、購入代金の5%が配信者の収益となる。但しこれは、配信者がTwitchアフィリエイトに登録しているか、Twitchパートナーである場合に限られる。

参考：ツイッチはゲーム特化型動画配信サービス！収益化の方法は？
<https://monetizehack.com/businessmodel/twitch/>

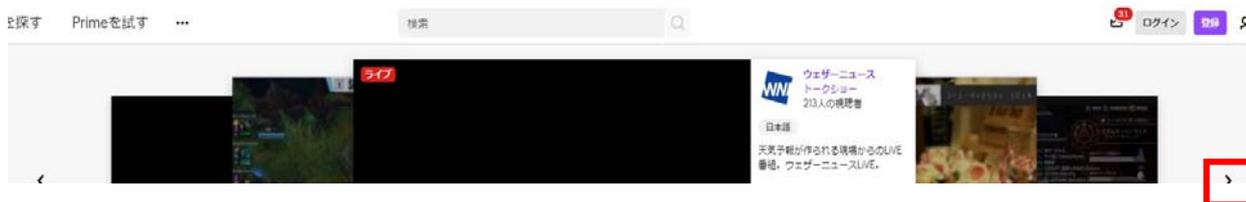
4. 使用方法

1. アカウント作成

メールアドレス、ユーザー名、パスワード、生年月日を登録してアカウントを作成する。

- ・PCのブラウザ版、スマートフォンのアプリ版どちらも、アカウントの作成方法は同じ。

- ・PCの場合は、トップページ (<https://www.twitch.tv/>) 右上にある「登録」ボタンから、アカウントの作成を行う。



参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

4. 使用方法

2. ホーム画面の見方

フォロー中
フォロー中のチャンネルが表示される

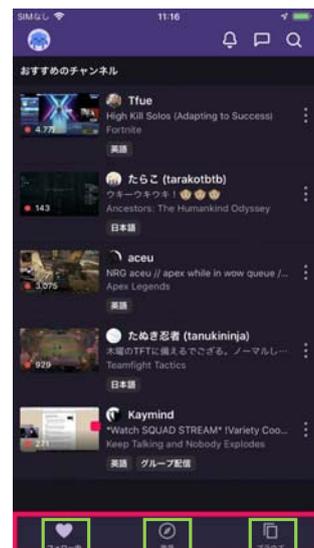


発見
おすすめのチャンネルが表示される

PCのブラウザ版

フォロー中
フォロー中のチャンネルが表示される

発見
おすすめのチャンネルが表示される



スマートフォン版

ブラウズ
現在人気のカテゴリーや、視聴者数の多いチャンネルが表示される

・ 詳細は以下のWebサイトを参照。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】

<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

4. 使用方法

3. フォロー



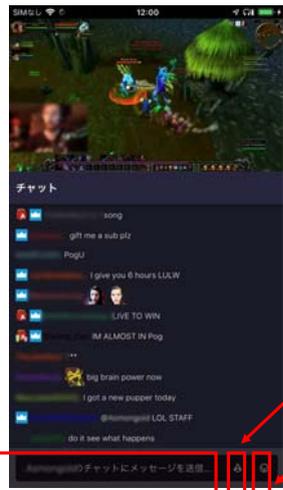
- ・フォローは、お気に入りに登録するようなもの。
- ・配信中やカテゴリーなどの画面に表示されるハートマークをクリックすると、フォローができる。

- ・スマートフォン版も同じ方法でフォローできる。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、
配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

4. 使用方法

4. 視聴画面の見方



チャットで発言する場合はここにメッセージを入力する

画面をタップしてこのアイコンを選択すると、配信中の動画から30～60秒程度が切り出されてクリップが作成される。スーパープレイなどを共有したいときなどに使う。



チアーを送るボタン

チャットにスタンプを使うときはここから

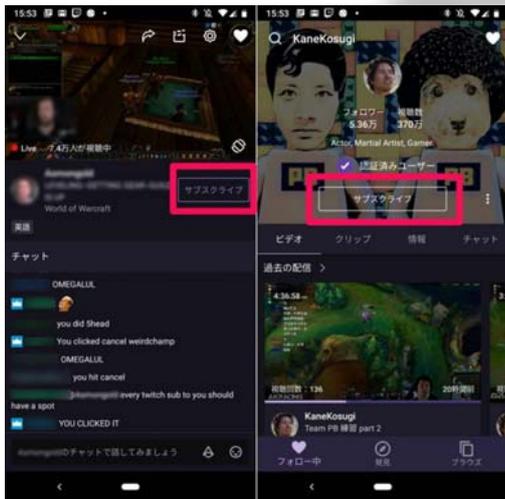
- ・ 詳細は以下のサイトを参照。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】

<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

4. 使用方法

5. サブスクライブ



- ・サブスクライブは、月額料金を払って、特定の配信者のスポンサーとして支援するシステム。

- ・サブスクライブすると

- ①サブスクライバー限定のスタンプが使える
 - ②チャットの名前の横にサブスクライバーを示す限定バッジが付く
 - ③サブスクライブしたチャンネルで広告が流れなくなる
- という特典がつく。

- ・iOS用のアプリでは、サブスクライブができないため、ブラウザから行う必要がある。

- ・Android用アプリではサブスクライブが可能だが、ブラウザで行うより料金が高額になる。

- ・Androidアプリからサブスクライブを行った場合、月額最低750円になる。
一方、ブラウザで行った場合は月額最低5\$からとなる。

- ・有料プランのTwitch Prime に申し込んでいると、毎月1チャンネルが追加料金なしでサブスクライブ可能となる。

参考：『Twitch』ガイド 「ツイッチとは？」から特長・使い方、配信方法も網羅【2019】
<https://mag.app-liv.jp/archive/117206/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

1. Twitchにおける文化・マナー

Twitchは、ゲームをプレイするだけのものから、配信したり、それを見たりするものへと変革した

- ・かつては、ゲームは一人で、あるいは複数ユーザーが参加してプレイするだけのものであった。勿論、ゲームをプレイしているのを見ている人もいたが、イベントを除くと、そういう人は少人数だった。
- ・Twitchによって、ゲームをプレイして配信する人と、配信を見るだけの人との二極化が進んでいる。

- ・Twitchの登場によって、ゲーム文化が大きく変わりつつある。
- ・ゲームをプレイする人は、「インスタ映え」ならぬ「Twitch映え」するようなゲームを選んでプレイし、その様子を配信する。その結果、収益が得られれば、ますますこの傾向は強まっていく。
- ・一方、自分ではゲームをプレイせず、配信を見るだけで満足するような人も増えていくことが予想される。
- ・eスポーツも同様に、ゲームをプレイして勝利することで賞金を稼ぐ人と、その様子を視聴して楽しむ人の二極化が進むと予想される。

参考：Twitchがゲーマー文化をすっかり塗りかえてしまう前に

<http://cardtrade1.hatenablog.com/entry/2017/12/28/Twitch%E3%81%8C%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%83%9E%E3%83%BC%E6%96%87%E5%8C%96%E3%82%92%E3%81%99%E3%81%A3%E3%81%8B%E3%82%8A%E5%A1%97%E3%82%8A%E3%81%8B%E3%81%88%E3%81%A6%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%86%E5%89%8D>

5. 使用する際の注意事項・マナー

1. Twitchにおける文化・マナー（続き）

Twitchのユーザーは、他の配信サイトや動画サイトに比べてマナーが良いと言われている。
プレイしているゲームが配信を認めているかの確認は必要。

- ・荒らしが少なく、ユーザーはジェントルであると言われる。
- ・ゲームによっては、静止画や動画をインターネット上に公開することを禁止していることもある。

- ・マナーの良いTwitchを利用する上でも、他のSNS等と同様、その振る舞いには注意する必要がある。
- ・ゲームが配信を認めているかは、ゲームの利用規約で確認する必要がある。
ゲームによっては、部分的に（例えば、このゲームモードは配信不可など）配信に制限を設けている場合もあるので、よく注意する。

参考：ツイッチtwitchとは？今話題の配信サイト！！（マナーについて）

<https://matome.naver.jp/odai/2151066451155301301>

5. 使用する際の注意事項・マナー

2. 専門用語

Turbo
Prime
Extensions

- ・ Turbo
月額8.99\$で、広告なし視聴や、配信保存期間の延長などが有効になる。
- ・ Prime
月額500円で、ゲームやアイテムを無料で入手できる。
- ・ Extensions
Twitchの拡張機能。

- ・ Twitch Turbo会員になると、以下の機能が有効になる。
 - ① 広告なし視聴（一部例外あり）
Turboなら視聴時に広告はすべて非表示になる。配信に直接埋め込まれているプロモーションや広告、そしてまれに、一部の同時放送コンテンツ中の広告は表示される場合がある。
 - ② チャットバッジ
限定チャットバッジで、Turboであることをアピールできる。
 - ③ 拡張スタンプセット
2つの追加のスタンプセット（バグスタンプ、サルスタンプ）から選んで使える。後からいつでも変更することも可能。
 - ④ チャットユーザー名のカスタムカラー
ユーザー名の色をカスタムできる。
 - ⑤ 配信保存期間の延長
通常の14日ではなく、60日間に渡って過去の配信をTwitch上に保存できる。
- ・ Twitch Prime
限定のゲーム内特典、無料ゲーム、Twitch.tvの無料サブスクリプション、さらにAmazonプライムに含まれるすべての特典を毎月利用できる。
- ・ Extensions
Twitchの機能を拡張する。チャンネルをカスタマイズしたりする。

参考：Twitch Turbo

<https://www.twitch.tv/turbo>

Twitch Prime

<https://twitch.amazon.com/tp>

Extensions

<https://www.twitch.tv/p/extensions/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3. トラブル事例

①殺人事件の生配信

ユダヤ教の祭日であった2019年10月9日に、ドイツのザクセン＝アンハルト州にある都市ハレで、ユダヤ教の礼拝堂であるシナゴグを狙った銃撃事件が起こり、少なくとも2人が死亡した。犯人はTwitchで、犯行の様子を生配信していたことが明らかになっており、約2,200人が殺人の瞬間を見た可能性があることが明らかになっている。

- ・ドイツで起きた銃撃事件について報じたCNBCによると、ドイツ人男性が単独で犯行に及び、2人を負傷させ、2人が死亡したとのこと。なお、犯人がTwitch上で行った生配信の長さは35分だったらしい。
- ・銃撃事件については複数のメディアが報じており、出動した警察や現場の写真が複数公開されてる。
- ・報道によると、犯人は27歳のドイツ人の男。逃亡中に自動車で衝突事故を起こし、警察に拘束された。
- ・CNBCは「今回の事例はストリーミングプラットフォームが直面している問題が大きくなっていることを示している。人々が悪を犯したいと考えるとき、ソーシャルネットワークを使って視聴者に犯罪を広めることができる」と述べ、今回起きたことはTwitch以外でも起こりうる、ストリーミングプラットフォームすべてが抱える問題であると指摘している。

参考： Twitch上で殺人の瞬間が生配信され約2200人がその瞬間を視聴した可能性
<https://gigazine.net/news/20191010-twitch-shooting-live-streamed/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3. トラブル事例

②人気ストリーマー（配信者）のチャンネルがポルノの宣伝に使われる

TwitchからMixerへの完全移行を果たした人気ストリーマーNinja（Tyler Blevins）の、Twitchに残ったままのチャンネルがポルノの宣伝に利用される事件が発生した。

1,471万7,179人という膨大なフォロワー（サブスクライブとは別）を持つNinjaのTwitchチャンネルで、複数の（Ninjaとは関係のない）チャンネルが表示されていたとのこと。件のポルノは、この中に表示されており、海外Twitterユーザーの報告からは、一時1万人以上が視聴していたことが確認できる。

- ・ NinjaはTwitterにて、ポルノを観てしまった人たちへ謝罪ビデオを投稿したうえで「そもそもTwitchが私のチャンネルを使って他人を宣伝しなければ、問題にならなかった」とTwitch側に苦言を呈した。
- ・ TwitchのCEO、Emmett Shear氏は一連のツイートで「優れたライブチャンネルを確実に見つけられるよう、オフライン状態のストリーマーページなどでは、Twitch全体で推奨コンテンツを表示する実験を行っている」と弁明。問題のチャンネルが既に完全に停止していることに加え、今回の事態が意図しなかったことだとしてNinja本人に直接謝罪したい、としている。
- ・ 既にNinjaのTwitchチャンネルでは他のストリーマーを表示することはなく、過去に配信されたストリームのビデオおよびクリップが視聴できる。なお、NinjaのMixerチャンネルは、現時点で150万人以上がフォローしている。

参考： NinjaのTwitchチャンネルがポルノの宣伝に使われるーTwitchのCEOは謝罪、本人は苦言を呈す

<https://www.gamespark.jp/article/2019/08/12/92075.html>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3. トラブル事例

③スワッティング (SWATing)

ゲーム配信しているストリーマーの家に、特殊部隊SWATを突入させる悪ふざけ。

2018年1月、ロサンゼルスに住むタイラー・ラジ・バリス (Tyler Raj Barriss) 容疑者は、アンドリュー・フィンチ (Andrew Finch) 氏にスワッティングを行ったとして、過失致死容疑で逮捕、起訴された。

被害に遭ったフィンチ氏は、カンザス州ウィチタ在住、2人の子どもを持つビデオゲームのストリーマー。同氏はゲーム「コール・オブ・ドューティ」の掛け金1ドル50セントを巡ってバリス容疑者と口論となった後、スワッティングの通報を受けて駆けつけた警察官に射殺された。

バリス容疑者は、逮捕されるまでに、100人以上に対してスワッティングを行っていたと述べた。

- ・仮にあなたが、自宅でビデオゲームをプレイし、配信サイトTwitchで、フォロワーに向けてライブ配信しているとす。突然、何の警告もなく部屋のドアが破壊され、SWAT隊員があなたに向かって「両手を上にあげて、床に伏せろ」と叫ぶ。その一部始終は、パソコンのウェブカメラを通じて配信され、大勢の人が目撃する。
- ・これが「スワッティング」で起こることだ。つまり、サイバー犯罪者は、人質事件が起きた、あるいは逃亡中の銃撃犯がいるなど、深刻な犯罪が発生しているという通報を行い、何も知らない人のところにSWATを突入させようとする。
- ・サイバー犯罪者は、さまざまなテクニックを使って、自分の身元を隠したり、電話の発信元が何も知らない被害者宅であるかのように偽装する。
- ・警察は、重大な犯罪が起きていると言われたら駆けつけるしかない。そして多くの場合、SWAT、爆弾処理班、消防車や救急車などを出動させる。
- ・例えいたずらだとわかったとしても、結果的に害が生じる場合も多い。いたずらでも警察が出動すれば、税金が無駄に使われる。また、学校を含む近隣の建物が危険という理由で封鎖されるケースもある。
- ・例えば、ストリーミング中に誰かがストリーミングしているゲーマーに腹を立てたとする（あるいは退屈しただけというケースもある）。その誰かは、ストリーミングしているゲーマーを特定できる情報を探し出す。主にはゲーマーが使っているパソコンのIPアドレスが使われる。

・ FBIは2008年からスワッピングを把握していた。だが、深刻な内容の電話を受けたら、警察は適切に対処するほかない。今のところ、ゲーマーは自分の位置情報や個人情報がTwitchの視聴者に漏れないよう、VPNでIPアドレスを隠すなど可能な限りの対策を講じている。

参考：特殊部隊SWATを他人の家に突入させる危険な悪ふざけ「スワッピング」
<https://www.businessinsider.jp/post-168854>

Twitter概要

目次

1. システム概要
 1. SNS概要
 2. Twitter概要
 3. Twitter(プライベート)
 4. Twitter (ビジネス)
 5. 他サービスとの比較
 6. Twitterの日本における展望
2. 機能構成 一段階抽象化させる
 1. 情報発信 (ツイート機能)
 2. 情報収集 (モーメント機能、タグ付けなど)
 3. 情報共有 (リツイートなど)
 4. その他補助機能 (メッセージ機能、ログイン機能 など)
3. 活用方法
 1. 検索とトレンド
 2. プライベートでの活用方法 (コミュニケーション、呟き)
 3. ビジネスにおける活用方法 (マーケティング戦略、宣伝、トレンド)
4. 使用方法
 1. アカウント作成
 2. プロフィール設定
 3. フォローとフォローワー
 4. ツイートとリツイート
 5. ハッシュタグ
 6. タイムライン
5. 使用する際の注意事項・マナー
 1. Twitterにおける文化・マナー
 2. 専門用語
 3. トラブル事例
 4. 関連サービス

1. システム概要

1. SNS概要

SNSとは、人と人との社会的な繋がり維持・促進する様々な機能を提供する、会員制のオンラインサービス。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地、出身校、あるいは「友人の友人」といった共通点や繋がりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供するサービスで、Webサイトや専用のスマートフォンアプリなどで閲覧・利用することができる。

出典：IT用語辞典 e-Words

- ・ SNS (Social Networking Service : ソーシャルネットワーキングサービス)
サービスにより機能や特徴が大きく異なるが、多くのサービスに見られる典型的な機能としては、
 - ①別の会員を「友人」や「購読者」「被購読者」などに登録する機能
 - ②自分のプロフィールや写真を公開する機能
 - ③同じサービス上の別の会員にメッセージを送る機能
 - ④自らのスペースに文章や写真、動画などを投稿して友人などに見せる機能
 - ⑤複数の会員でメッセージ交換や情報共有ができるコミュニティ機能
 - ⑥イベントの予定や友人の誕生日などを共有したり当日に知らせたりしてくれるカレンダー・スケジュール機能などがある。

○SNSの種類

- ・多くのサービスはメールアドレスなどがあれば誰でも登録できるが、普及し始めた当初は人の繋がりを重視して「既存の参加者からの招待がないと参加できない」というシステムになっているサービスが多かった。現在でも、何らかの形で参加資格を限定し、登録時に紹介や審査などが必要なサービスがある。また、参加自体が自由でも、テーマや分野などがあらかじめ設定され、関係や関心のある人の参加を募っているサービスなどもある。
- ・企業などが従業員を対象に運用する「社内SNS」や、大学が教職員や在学生、卒業生を対象に運用する「学内SNS」もあり、業務上の連絡や情報共有に使われたり、業務とは切り離して参加者間の交流の促進のために利用されたりする。
- ・「OpenPNE」や「Mastodon」など自らSNSを開設・運用することができるサーバ向けソフトウェアもあり、これを利用したプライベートな集団内のサービスも存在する。

○歴史と著名なサービス

- ・2003年頃アメリカを中心に相次いで誕生し、国内事業者によるサービスも2004年頃から普及し始めた。世界的には、初期に登録資格を有名大の学生に絞って人気を博し、後に世界最大のソーシャルネットワークに成長した「Facebook」(フェイスブック)や、短いつぶやきを投稿・共有するマイクロブログ型の「Twitter」(ツイッター)、写真の投稿・共有を中心とする「Instagram」(インスタグラム)、ビジネス・職業上の繋がりに絞った「LinkedIn」(リンクトイン)などが有名である。
- ・日本独自のサービスとしては一時会員数1000万人を超え社会現象ともなった「mixi」(ミクシィ)などが有名だが、近年ではFacebookなど海外事業者に押され利用が低迷しており、オンラインゲーム運営・提供に業態転換するなどしている。

1. システム概要

2. Twitter概要

1回につき140文字までのテキスト（＝ツイート）を投稿するSNS

- ・ Twitterは、2017年現在、国内で約4,500万人が利用している。
※2018年以降は、利用人数に関する公式発表なし。
- ・ 世界全体では、3億人以上が利用している。
- ・ 主な機能は、1回140文字以内のテキストを投稿するというシンプルなもの。
- ・ Facebookの「友だち」のような、お互いに承認し合うものとは異なり、一方的に「フォロー」することができる。

3

- ・ Twitterの国内利用者数は4,500万人で、これはLINEの8,200万人に次いで多く、Instagramの3,300万人やFacebookの2,600万人よりも多い。
- ・ 主な機能はとてもシンプルだが、「リツイート」という機能によって最初に発信したツイートが他のユーザーへ次々に拡散されていくという特性を持っている。そのため、FacebookやInstagramに比べるとより拡散性が高いといえる。
- ・ Facebookは、ユーザーどうしが繋がるためには、片方のユーザーが相手に対して「友だち」の申請を行い、それが承認されてはじめて繋がりが生まれる。一方、Twitterは、気に入ったツイートをしているユーザーを一方的に「フォロー」することができる。相手がフォローし返さなくても（「フォローバック」しなくても）、フォロー中のユーザーのツイートがタイムラインに優先的に表示されるようになる。そのため、趣味等で繋がる際に、知らない相手とも繋がりがやすい。

参考：2020年3月更新！ 12のソーシャルメディア最新動向データまとめ

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>

【ビギナー向け】Twitterの使い方がわかる！ゼロから始める基礎用語集

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57057/>

1. システム概要

3. Twitter（プライベート）

ツイートを通して自己発信したり、情報収集したり、共通の趣味を持つ人を見つけたりする。

- ・自分の考えや身の回りのことなどをツイートすることで、自己発信できる。
- ・興味のある分野についての情報を収集することができる。
- ・共通の趣味を持つ人を見つけることもできる。

4

- ・プライベートにおける主な活用方法としては、
 - ①自己発信
 - ②情報収集
 - ③フォロワー検索である。
- ・自己発信に関しては、Twitterで直接ツイートするほかに、ブログや他のSNSの記事を紹介する方法もある。Twitterには140文字以下という制限があり、あまり長い文章は記述できない（「リプライ」という機能によって、長い文章を分割して記述することは可能）。そこで、ブログや他のSNSに全体を記述しておき、Twitterではその概要等に留めてブログや他SNSに誘導する。
- ・「ハッシュタグ」でツイートを検索することができるので、興味のある分野について情報収集が可能。
- ・情報収集によって共通の趣味を持つ人を見つけられる。その人をフォローすることで、繋がりができる。

参考：同じ趣味の人のアカウントを探す | ツイッターの基本的な使い方
<https://twinavi.jp/guide/section/twitter/step2/page5>

1. システム概要

4. Twitter (ビジネス)

商品のプロモーション
アカウントのフォローによるキャンペーン
広告の表示
消費者とのコミュニケーション
など

- ・商品のプロモーション
商品についての情報を発信する。
- ・アカウントのフォローによるキャンペーン
公式アカウントを新たにフォローした人の中から抽選でプレゼントを贈る、など。
- ・広告の表示
Twitter内で広告を表示する。
- ・消費者とのコミュニケーション
消費者から生の意見を収集し、マーケティングに活用する。

5

- ・ビジネスにおける主な活用方法としては、
 - ①商品のプロモーション
 - ②アカウントのフォローによるキャンペーン
 - ③広告の表示
 - ④消費者とのコミュニケーションなどである。
- ・商品のプロモーション
商品に関する情報を発信して多くの人に知ってもらうこと。ファッション商品であれば、コーディネート例を写真付きでツイートするなど、どのように使うかまで発信しているものもある。
- ・アカウントのフォローによるキャンペーン
新規顧客の発掘等に使われる。指定した期間内に新たにフォローした人の中から抽選でプレゼントを贈る、というものが代表例。
- ・広告の表示
Twitter内で広告を表示する。Twitterに広告料を支払い、どういう人に対して表示するかを設定して表示する。
- ・消費者とのコミュニケーション
消費者の生の意見を収集する。マーケティングに活用するほか、より消費者に身近な存在と感じてもらえるような工夫もなされている。

参考：【保存版】Twitterをビジネスで活用するために運用担当者が読むべき記事44選
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-46022/>

1. システム概要

5. 他サービスとの比較

Facebook、Instagramとの比較

	Twitter	Facebook	Instagram
ユーザー数	約4,500万人	約2,600万人	約3,300万人
ユーザー層	20代が最も多く、年代が上がるほど男性の比率が上昇	10代が極端に少なく、40代中心で男性がやや多い 3大SNSの中では60代の利用が最も多い	20~40代が中心であり、30代以下は女性比率が60%を超えている 40~50代の利用者も増加率が高い
シェア機能	リツイート	シェアボタン	リポスト (公式の単独機能としては用意されていない)
投稿が届く範囲	リツイートにより全く知らない人まで届く	友達・友達の友達まで届く	フォロワー（友達）にのみ届く
よく投稿される内容	テキスト（リンク） テキスト+画像 テキスト+動画	テキスト（リンク） テキスト+画像 テキスト+動画	写真・動画 テキストは1~3行
繋がり	実際の友達・共通の趣味を持ったオンラインの友達を中心（面識がない人も多い）	実際の友達・仕事関係の人が中心（ある程度面識がある人が多い）	仲の良い実際の友達を中心

6

- ・ Twitter、Facebook、Instagramの3つを、三大SNSと言う場合がある。
- ・ ユーザー数は、Twitterは2018年以降は公式発表がない。近年では、Facebookは減少傾向、Instagramは増加傾向にある。
- ・ ユーザー層も三大SNSでは大きく異なっている。Twitterは若い世代が多く、Facebookは比較的年齢層が高く、Instagramは女性が多い。
- ・ 他の人の投稿をシェアする機能は、Twitterはリツイート、Facebookはシェアボタンを使用する。Instagramだけは、公式の単独機能としては用意されておらず、複数の機能を組み合わせるか、サードパーティのアプリを利用することになる。
- ・ 投稿が届く範囲は、Twitterはリツイートによって誰でも見ることができる。Facebookは、タイムラインに表示されるのは「友だち」か「友だちの友だち」まで（公開範囲を「公開」に設定していても）で、全く知らない人がその投稿にたどり着くためには、ユーザー名やハッシュタグで検索する必要がある。Instagramは、フォロワー（自分をフォローしている人）に限られる。
- ・ よく投稿される内容は、Twitterには140文字以下という制限があるが、基本的にはFacebookと同じである。一方、Instagramは写真や動画が中心（これらなしでは投稿できない）で、テキストの文字数はかなり少ない傾向にある。
- ・ 繋がりでは、Twitterは面識のない人も多く、Facebookは実際の友人や仕事関係の人が中心で、Instagramは繋がる人の範囲が最も狭い。

参考：Facebook・Twitter・Instagramの違いと使いわけ方まとめ！特徴からユーザー動向・運用方法まで徹底解説

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-29375/>

1. システム概要

6. Twitterの日本における展望

セルフサービス型広告の利用の伸び
データライセンスビジネスの好調
ミドル世代の女性に向けたマーケティング展開
利便性の向上

- ・セルフサービス型広告の利用の伸び
広告代理店を経由せず、Twitterのサービス上から手軽に出稿できるようになった。
- ・データライセンスビジネスの好調
つぶやきをベースとした独自の分析から、ターゲットユーザーを絞り込む。
- ・ミドル世代の女性に向けたマーケティング展開
利用者数の半数を占める30代以上の内、女性の利用者の減少が顕著。
- ・利便性の向上
QRコード機能の追加など。

7

- ・セルフサービス型広告の利用の伸び
従来は広告代理店を経由して広告を出稿する形だったが、現在はTwitterのサービス上から出稿できるようになり、誰でも気軽に利用できるようになった。SMB（中堅中小企業）を対象に全国でセミナーを開催するなど、力を入れている。
- ・データライセンスビジネスの好調
ツイートを基にしてデータ分析やビジュアライズなど、付加価値を与えた情報を広告主やリサーチャーに提供している。これを活用して消費者のニーズを探ったり、特定のユーザーをターゲットとしたマーケティングを展開したり、といったことに活用されている。
- ・ミドル世代の女性に向けたマーケティング展開
Twitterは10代～20代の若い世代の利用者が多いが、30代～50代になるにつれて減少傾向にあり、さらに女性はそれが顕著になる。30代以上の利用者数が全体の半数を占めていることを考えると、今後のTwitterの展望は、こういったミドル世代の女性に向けたマーケティング展開が繰り返られることが予想される。
- ・利便性の向上
QRコード機能の追加など利便性の向上も行い続けられている。幅広い層へと働きかけるために今後も改善が繰り返されていく。

参考：Twitterのいま、そして今後の展望

<https://www.mom-defrazzler.com/twitter%E3%81%AE%E3%81%84%E3%81%BE%E3%80%81%E3%81%9D%E3%81%97%E3%81%A6%E4%BB%8A%E5%BE%8C%E3%81%AE%E5%B1%95%E6%9C%9B/>

Twitterに聞く2017年の展望、ブランディング動画とネットワーク広告を収益の柱として強化
<https://webtan.impress.co.jp/e/2016/12/20/24646>

2. 機能構成

1. 情報発信

140文字以内のテキストを投稿する
画像・動画も投稿可能

- ・ Twitterは、140文字以内のテキストの他、画像や動画も投稿できる。
画像ファイルは1つのツイートにつき最大4つまで、1画像5MBまで。
動画ファイルは1つのツイートにつき1つまで、再生時間は最大140秒まで。
- ・ 画像には、写っているユーザーを「タグ付け」することができる。

8

- ・ Twitterは、140文字以内のテキストを投稿できる。
リンクを投稿した場合は、自動的に短縮リンクとなって、文字数制限を超えないように調整される。
- ・ 画像ファイルは、最大4つまで、1ファイルにつき5MBまで。
対応しているファイルの種類は、GIF、JPG、PNGのみ。
GIFのみ、PCを使って「twitter.com」から投稿する場合は、15MBまで可能。
JPGとPNGは、画像に写っている人（のTwitterアカウント）をタグ付けできる。
タグ付けして投稿された画像では、画像上部の人物名をクリックするとそのユーザーのプロフィール画面が表示される。
Twitterアプリを使用している場合は、その場で撮影してツイートすることもできる。
画像ファイルは文字数にはカウントされない。
- ・ 動画ファイルは、1ツイートに付き1つだけ、140秒までのものを投稿できる。
Twitterアプリで録画して投稿するほか、「twitter.com」にアップロードすることで投稿する。
もっと長い動画を投稿したい場合は、他の動画共有サイト（YouTubeなど）にアップロードし、そのリンクを投稿するという方法がある。
- ・ なお、一度投稿したツイートは編集できない（削除はできる）。

参考：画像やGIF画像付きでツイートする方法

<https://help.twitter.com/ja/using-twitter/tweeting-gifs-and-pictures>

Twitterで動画を共有および視聴する方法

<https://help.twitter.com/ja/using-twitter/twitter-videos>

2. 機能構成

2. 情報収集

モーメント機能
ハッシュタグによる検索

- ・モーメント機能
モーメント機能を任意のツイートに設定すると、タイムライン上部でまとめて閲覧できるようになる。
- ・ハッシュタグによる検索
キーワードの前にハッシュ「#」の付いたものを「ハッシュタグ」と呼ぶ。
このハッシュタグを用いて、特定の話題のツイートを検索することができる。

9

- ・モーメント機能
モーメント機能を任意のツイートに設定すると、タイムライン上部でまとめて閲覧できるようになる。モーメントは自分のツイートでも、他のユーザーのツイートでも設定できる。また画面右側にある「モーメント作成」で自分のオリジナルモーメントを作り、それをツイートすることも可能。企業や商品のプロモートによく活用されている。
- ・ハッシュタグによる検索
ハッシュタグは、ツイートの内容を端的に表すキーワードとして利用されている。

参考：【ビギナー向け】Twitterの使い方がわかる！ゼロから始める基礎用語集
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57057/>

2. 機能構成

3. 情報共有

リツイート
フォロー

- ・リツイート
他人のツイートを自分のタイムラインに流すことができる。
- ・フォロー
他のユーザーを自分のお気に入りに入れる。

10

- ・リツイート
他のツイートをリツイートすることで、自分のフォロワーがそれを確認することができる。
- ・フォロー
他のユーザーをフォローすると、その人のツイートが自分のタイムラインに表示される。
また、自分のフォロワーにも、自分がフォローした人のツイートが表示されるようになる。

参考：【ビギナー向け】Twitterの使い方がわかる！ゼロから始める基礎用語集
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57057/>

2. 機能構成

4. その他補助機能

リプライ
ダイレクトメッセージ (DM)
いいね
アンケート

- ・リプライ
ツイートした人にコメントで返信できる。
リプライの内容は、誰でも見ることができる。
- ・ダイレクトメッセージ
1対1のメッセージ機能。
リプライと異なり、DMを送信した人、受信した人の他は見ることができない。
- ・いいね
投稿した内容に対し気軽に共感を伝えることができる機能。
- ・アンケート
ユーザーに質問を投げかけ、その答えをすぐに集計できる機能。

11

- ・リプライ
リプライは、元のツイートからのスレッドを作成することができる。そのため、長い文章を投稿したいときには自分でリプライして、分割して投稿することもできる。
- ・ダイレクトメッセージ
他のユーザーにメッセージを送る機能。メッセージを送れる相手は、自分のフォロワーに限られる。なお、相手がプライバシー設定で「全てのユーザーから受信する」に設定していれば、フォロワーでなくてもメッセージを送ることができる。
- ・いいね
相手に対して共感を伝えることで、そのツイートを評価することに繋がる。
また、「いいね」をしたツイートだけを表示することもできるので、「お気に入り」のような使い方も可能。
- ・アンケート
例えば、「今シーズンの注目しているドラマは？」などという質問と選択肢を用意して、それを見た人が自由に投票できる。それまでの投票結果はすぐに集計され、グラフとともに表示される。

参考：【ビギナー向け】Twitterの使い方がわかる！ゼロから始める基礎用語集
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57057/>

3. 活用方法

1. 検索とトレンド

Twitterには、たくさんの検索コマンドがある
トレンドは、特に盛り上がっているキーワードをピックアップしてくれる

・検索

Twitterの検索コマンドを上手く使いこなすと、検索の効率が格段に上がる。例えば、

- ①特定のユーザー名やアカウントのツイートを検索
- ②期間・日付・日時を指定して、過去ツイートを検索
- ③画像・動画・リンクを含むツイートを検索
- ④特定のワードを除外して検索
- ⑤その他、高度な検索方法

が可能。

・トレンド

トレンドには、特に盛り上がっているキーワードがピックアップされる。

このトレンドをチェックすることで、いち早く、「旬」の情報を入手できる。

12

○検索コマンドはたくさんある。検索フォームに入力して使用する。以下は一例。

①特定のユーザー名やアカウントのツイートを検索

- ・「@ユーザーID名」とすると、ユーザーが投稿したツイートやユーザーへのリプライとメンションなど、指定したユーザーに関するツイートをまとめて検索できる。
- ・「from:ユーザーID名」とすると入力したユーザーがしたツイートのみ絞って検索できる。
- ・「to:ユーザーID名」とすると入力したユーザーがされたリプライ&メンションに絞り込んで検索することができる。

②期間・日付・日時を指定して、過去ツイートを検索

- ・検索窓に「検索したいワード since:年-月-日」と入力すると、検索したいワードを、指定した年月日から現在までに絞り込んで表示する。
- ・「(検索したいワード) until:年-月-日」と入力すると、今度は検索したいワードを、過去から指定した年月日までに絞り込んで表示する。
- ・「since」と「until」は併用することができ、「apliv since:2019-10-1 until:2019-10-31」のようにすれば、指定した期間での検索ができる。

○トレンド

- ・「トレンド」とは、Twitterのアルゴリズムで選出される、Twitter上で今話題になっているキーワードのこと。「旬」のキーワードが自動で表示される。
- ・「ユーザーの興味関心に近く」「ユーザーの住んでいる地域で話題」のキーワードの中から、頻繁にツイート（リツイートも？）され、今まさに盛り上がっているトピックが表示される。
- ・トレンドを表示する地域は、手動で変更することが可能。

○検索コマンドやトレンドを使いこなすことで、自分にとって有益な情報をいち早く入手することができる。

参考：「Twitter（ツイッター）」トレンドの見方・検索方法 便利なチェックツールも
<https://mag.app-liv.jp/archive/118695>

3. 活用方法

2. プライベートでの活用方法

自己発信や情報収集、コミュニケーションなどといった活用方法がある

- ・ 自己発信
自分の知っていることや取り組んでいることなどを発信する。
- ・ 情報収集
旬のニュースをいち早く入手する。
- ・ 知人とのコミュニケーションツールとして使う
DMなどにより、メッセージをやり取りする。
- ・ クラウド型のメモ代わり
自分のツイートを他人に見られないように保護してツイートすれば、メモとして使える。

など

13

○自己発信

- ・ 自分の考えや取り組んでいること、身の回りの出来事などをツイートする。誰かがそれを見て、感想やヒントを教えてくれるかもしれない。

○情報収集

- ・ 旬のニュースをいち早く入手するには、Twitterは非常に適している。検索機能やトレンド機能などを使いこなすことで、Webサイトにまとめられていない情報も集めることが可能。

○知人とのコミュニケーションツールとして使う

- ・ DMを使えば、1対1のコミュニケーションが可能。

○クラウド型のメモ代わり

- ・ ツイートを保護しておけば、自分専用のメモとして使える。
- ・ 公開、非公開に関わらず、自分の記録ツールとして使うこともできる。

参考：日常のつぶやきツールから一歩進んだ、ツイッター活用法10選
https://www.lifehacker.jp/2011/04/110406top10_twitter.html

3. 活用方法

3. ビジネスにおける活用方法

マーケティング・リサーチ
販売促進
カスタマーサービス

- ・マーケティング・リサーチ
自社サービスに関係するワードをツイッター上で検索すれば、ユーザーの生の声や競合のサービス・ツイッターの活用法も調査できる。
- ・販売促進
新製品の情報をいち早くユーザーに届けたり、時間限定の割引サービスなどを実施したりできる。
- ・カスタマーサービス
相談窓口やお問い合わせ対応を行う。

など

14

○マーケティング・リサーチ

- ・自社サービスに対するユーザーの声や、競合サービスに関する情報、競合他社がどのようにTwitterを活用しているかの調査が可能。
- ・こうしたデータを、商品開発やプロモーション戦略等に活用する。

○販売促進

- ・一方的な広告の発信だけでなく、ユーザーとのコミュニケーションも可能になるので、企業好感度の向上や販売促進に繋がる。

○カスタマーサービス

- ・Twitterの手軽さ、コミュニケーションの取りやすさを活かし、相談窓口やお問い合わせ対応として活用する。
- ・メールや電話では見えてこない不満や疑問も引き出される可能性がある。
- ・ツイッターでのアクティブサポートはちょっとした悩みや疑問も返答できるので、企業の信頼性や好感度にもプラスになる。

参考：Twitterを効果的にビジネス活用するには？ 特徴や活用例をご紹介

<https://media.next->

[stage.biz/twitter/twitter%E3%82%92%E5%8A%B9%E6%9E%9C%E7%9A%84%E3%81%AB%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%AB%E3%81%AF%E3%80%80%E7%89%B9%E5%BE%B4%E3%82%84%E6%B4%BB%E7%94%A8.php](https://media.next-stage.biz/twitter/twitter%E3%82%92%E5%8A%B9%E6%9E%9C%E7%9A%84%E3%81%AB%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%AB%E3%81%AF%E3%80%80%E7%89%B9%E5%BE%B4%E3%82%84%E6%B4%BB%E7%94%A8.php)

4. 使用方法

1. アカウント作成

アカウント作成には、電話番号かメールアドレスが必要

- ・アカウント作成は、以下の手順で行う。
 - ①スマートフォンのTwitterアプリを起動するか、PCからTwitterの公式サイト「<https://twitter.com/>」にアクセス。
 - ②「アカウント作成」ボタンをクリック。
 - ③名前と、電話番号またはメールアドレスを入力。
 - ④電話番号またはメールアドレスに届いた認証コードを入力。
 - ⑤パスワードの設定。
 - ⑥プロフィール写真の登録。
 - ⑦自己紹介の入力。
 - ⑧連絡先を同期するかの設定（アプリ版）。
 - ⑨興味のあるトピックの選択。
 - ⑩おすすめアカウントのフォロー（フォローしなくても良い）。

15

- ・アカウントの作成で注意する点は、二段階認証が必要になること。
電話番号を登録した場合は、④ではSMSで認証コードが届く。
- ・⑧の連絡先の同期では、スマートフォンに登録されている連絡先一覧から、電話番号かメールアドレスでTwitterのアカウントを持っている人を自動で検索する。友人のアカウントを見つけるにはとても便利だが、逆に、自分のアカウントも、電話番号かメールアドレスから知られてしまう。自分のアカウントを知られたくない場合は、「設定とプライバシー」→「プライバシーとセキュリティ設定」→「見つけやすさと連絡先」→「メールアドレス／電話番号の照合と通知を許可する」をオフにする。これでツイッターに登録しているメールアドレスと電話番号を知っている人が「連絡先を同期」機能を使用しても、相手に自分のアカウントが表示されなくなる。
- ・その他、詳細は以下のWebサイトを参照。

参考：ツイッターの使い方がわからない？今から楽しむための基本を紹介
https://prebell.so-net.ne.jp/tips/pre_19041501.html

4. 使用方法

2. プロフィール設定

プロフィール画面に表示する

- ・ユーザー名
- ・プロフィール画像
- ・カバー画像
- ・自己紹介文

を設定する。

・自分がどんな人かを伝えるために、プロフィール画面を設定する。

16

- ・ユーザー名は、ツイート等をしたときに表示される名前。ユーザーIDとは別に設定する。
- ・プロフィール画像は、自分を表す画像。Twitterは拡散能力が高いので、自分の写真よりは、イメージに合ったフリー素材や風景写真等にした方が良くもしいない。
- ・カバー画像は、プロフィール画面のヘッダーに表示される画像。プロフィール画像とともに目を引くものを使うと、フォローされやすくなる。
- ・自己紹介文には、自分の興味のある分野等を記入する。同じ趣味を持つ人が見つけやすくなり、フォロー・フォロワーの関係が作りやすくなる。

参考：【初心者向け】Twitterの便利な使い方と始め方！
<https://www.contents.digitallab.jp/twitter-for-beginner.html>

4. 使用方法

3. フォローとフォロワー

フォローは、他のユーザーをお気に入りに入れるようなもの
フォロワーは、自分をフォローしているユーザーのこと

- ・フォロー
自分の興味関心・好みに合うツイートをするユーザーを見つけたら、フォローする。
すると、自分のタイムラインにそのユーザーのツイートが表示されるようになる。
フォローすると、相手にはフォロワーが増えたことが分かるようになっている。
- ・フォロワー
自分のツイートは、フォロワーのタイムラインに表示される。

17

○フォロー

- ・フォローを行うには、フォローしたいユーザーのところに表示される「フォローする」ボタンをクリックするだけで良い。



- ・フォローは基本的に一方的に行われ、許可や承諾を行う必要はない。鍵付き（非公開）アカウントをフォローする場合のみ、承認が必要。
- ・自分をフォローしてくれたユーザーをフォローすることを、「フォローバック」という。

参考：【ビギナー向け】Twitterの使い方がわかる！ゼロから始める基礎用語集
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57057/>

4. 使用方法

3. ツイートとリツイート



ツイートはこのボタンから行う

リツイートはこのボタンから行う



18

○ツイート

- ・テキスト、画像、動画、いずれもこのボタンからツイートを行う。

○リツイート

- ・リツイートには2通りある。
 - ①そのままリツイート
ツイートをそのままリツイートして、自分のフォロワーに見てもらう。
 - ②コメントを付けてリツイート
ツイートにコメントを追加してリツイートする。

参考：ツイッターの使い方がわからない？今から楽しむための基本を紹介
https://prebell.so-net.ne.jp/tips/pre_19041501.html

4. 使用方法

4. ハッシュタグ



- ・ハッシュ記号「#」の後にキーワードを入力してツイートすることで、そのキーワードをタグとして機能させる方法

19

○ハッシュタグ

- ・ハッシュタグをタップすると、同じハッシュタグがついた他の投稿などを一覧できるようになる。テレビやラジオ番組の生放送などで共通のハッシュタグを使って、ツイッターのコメントを番組に反映するといった使い方がされることがある。ハッシュタグを有効に使える、ツイッターの世界がもっと広がる。
- ・なお、「#」は「ハッシュ」であって、「#（シャープ）」とは異なる。

参考：ツイッターの使い方がわからない？今から楽しむための基本を紹介
https://prebell.so-net.ne.jp/tips/pre_19041501.html

4. 使用方法

5. タイムライン



タイムライン

・ Twitterを開くと最初に表れる画面のことを「タイムライン」と呼ぶ。

20

○タイムライン

- ・ 自分のツイートも他人のツイートも、タイムラインに時系列で表示される。
- ・ 自分がフォローしているユーザーのツイートは、優先的に表示される。

参考：【ビギナー向け】Twitterの使い方がわかる！ゼロから始める基礎用語集
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57057/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

1. Twitterにおける文化・マナー

Twitterは匿名でも利用可能
情報拡散が非常に早い

- ・ Twitterは、本名での登録が建前となっているFacebookなどとは異なり、匿名での登録も可能。そのため、あまり言えない本音などもツイートしやすい環境にある。
- ・ リツイートによる情報拡散が非常に早い。
- ・ ツイートがすぐに広まってしまうため、ツイート内容は慎重に。

21

- ・ Twitterは匿名でも利用可能なため、本音が出やすい傾向にある。
- ・ そして、リツイートによる情報拡散が非常に早く、フォロワーのフォロワーすら超えて全く知らない人にまで届くことが多々ある。
- ・ 少し問題のあるツイートがあると、炎上に繋がりやすい。場合によっては、過去のツイートなどから個人情報が特定され、それも拡散されてしまうこともある。
- ・ Twitter特有のオープンさを意識しておく必要がある。

参考： Facebook・Twitter・Instagramの違いと使いわけ方まとめ！特徴からユーザー動向
・ 運用方法まで徹底解説
<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-29375/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

2. 専門用語

@ツイート
おすすめユーザー
スレッド
リスト

- ・@ツイート
ツイートでユーザー名の前に@マークを付けて他のアカウントの名前を挙げることを、「@ツイート」と呼ぶ。これには、自分のユーザー名が含まれていたツイートも含まれる。指定のユーザーに向けたツイート（リプライなどでも）のような形で使われる。
- ・おすすめユーザー
おすすめユーザーは利用者が興味を持つ可能性のあるアカウントを自動的におすすめする機能。既にフォローしているアカウントや、それらのアカウントがフォローしているアカウントのタイプに基づいて選ばれる。
- ・スレッド
複数のツイートをつなげて投稿する機能。複数のツイートをスレッドにまとめることで、文脈をはっきりさせたり、新しい情報を追加したり、話題を展開させたりできる。
- ・リスト
自分のアカウントを使って、話題や興味関心の対象別に他のTwitterアカウントのグループリストを作ることができる（友だち、同僚、セレブ、アスリートのリストなど）。リストにはそこに追加したアカウントからのツイートのタイムラインも表示されるため、それぞれのアカウントを1つのグループとしてフォローできる。

22

- ・他の用語については、以下のWebサイトを参照。

参考：用語集

<https://help.twitter.com/ja/glossary>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3. トラブル事例

①電車で熟睡している人を勝手に撮影して投稿

女子高生のAさんは、学校近くの塾に通っている。塾の講義が終わって、自宅まで電車で帰る途中、車内で熟睡しているサラリーマンを見つけた。

最近、Twitterで面白い投稿をすることが友達の間で流行っていたAさん。その寝ている人の写真をこっそり撮影し、「この寝顔ウケルw」というコメントとともにTwitterへ投稿した。

Aさんが投稿してまもなく、たくさんのTwitterユーザーがそれに反応した。

「なんて不謹慎な！」「こんなことをするやつは誰だ！」など、Aさんの投稿に対する非難が殺到。「こんな失礼な投稿をするやつを正体を暴いてやる！」と、Aさんのことをいろいろなユーザーが調べ始めた。

Twitterのプロフィールには、本名や学校名などの情報は一切のせていなかったAさんだが、過去の投稿履歴から、他のSNSやブログサービスにも登録していることを突き止められ、本名と学校名をインターネット上に公開されてしまった。

23

- ・これは、軽い気持ちでTwitterに投稿したことで非難が集中し、個人を特定されてしまった事例。
- ・上記のように個人が特定された結果、学校にクレームが殺到し、退学処分になったケースもある。
- ・Twitterは、投稿が瞬時に拡散する特性があるため、不適切な投稿1つで、取り返しのつかない事態になる可能性があることを、まず覚えておく必要がある。

参考：ケーススタディで学ぶ インターネット安全・安心ガイド

<https://safety.t-com.ne.jp/feature/%E8%84%85%E5%A8%81%E3%81%AE%E6%8B%A1%E6%95%A3%E6%80%A7%EF%BC%81twitter%E3%81%A7%E3%83%88%E3%83%A9%E3%83%96%E3%83%AB%E3%81%A%B%E3%81%82%E3%82%8F%E3%81%AA%E3%81%84%E3%81%9F%E3%82%81%E3%81%AB%E3%81%AF/>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3. トラブル事例

②Twitterでストーカー行為をされた

ニコニコ生放送で歌配信をしている女性のTwitterアカウントに、ある男性Twitterユーザーが粘着し、毎日、朝から晩まで大量のメッセージ（「リップ」という）を送られた。



- Twitterではリップといって簡単に特定のアカウント宛にメッセージを送ることができる。
朝から晩までリップを送られるのはLINEでメッセージを送られるのと同じような感覚。また、Twitterでは誰がフォローしている、フォロワーなのかもすぐに分かるため、Twitter上の交友関係もすぐに分かる。
Twitterは、多くの情報が監視される状況にあるとも言える。
- Twitter上でストーカー被害に遭わないための対策は、
 - ①迷惑なアカウントがあればブロックする
 - ②個人情報できるだけツイートしない(住所や今、どこにいるなど)
 - ③可能であれば非公開アカウントに設定する

参考：要注意!!Twitterのトラブルまとめ&トラブルへの対処方法

<https://www.app-monster.net/entry/twittertrouble>

twitterでのネットストーカー…こわい

<https://togetter.com/li/207971>

5. 使用する際の注意事項・マナー

3. トラブル事例

③ ブロンコビリー・冷蔵庫事件

2013年8月、学生アルバイトがステーキ・ハンバーグチェーンブロンコビリーの厨房で、食品を保管している大型冷蔵庫に満面の笑みで入っている写真を投稿した。

ネット上では、この男性の素性やブロンコビリーの店舗が特定され、たちまち大拡散。「不衛生だし、こんな悪ふざけをする店員が作った食べ物は口にできない」と、ブロンコビリーの本社に苦情が殺到した。

件の学生アルバイトは解雇されたものの、騒動は新聞テレビにまで取り上げられて世間からの批判の声は大きくなるばかり。店舗は営業を続けるには困難な状態に追い込まれて、けっきょく閉店に追い込まれた。

25

- ・ いわゆる「バイトテロ」と言われるものの中で、被害が特に大きかった事件。1枚の写真の投稿がもたらした被害はあまりにも大きく、ブロンコビリーの被害総額は数千万円に及び、「本件に関する損害賠償の請求についても検討しております」と発表した。
- ・ 写真を投稿した学生アルバイトは、ネットに顔と実名、学校名など個人情報がさらされ、嫌がらせにおびえる日々を過ごしていたらしい。

参考：最近のバイトテロ問題で振り返る、バカッター炎上案件5選
<https://joshi-spa.jp/907767>

5. 使用する際の注意事項・マナー

4. 関連サービス

Twitterの関連サービスには、

- ①Twitter情報総合
 - ②ツイートを投稿する
 - ③ログをまとめる
- など、多数ある。

- ・ Twitter情報総合
Twitter関連のコンテンツや、注目アカウントを紹介する。
- ・ ツイートを投稿する
短縮URLの生成や、予約投稿など。
- ・ ログをまとめる
ツイートのやり取りをまとめて保存したり、自分のツイートをダウンロードしたりなど。
話題を展開させたりできる。

26

○Twitterをより便利に使うためのサービスは多数ある。

- ・ Twitter情報総合
- ・ ツイートを投稿する
- ・ ログをまとめる
- ・ 人気話題を知る
- ・ Q&A・アンケート
- ・ サイトへの言及を調べる
- ・ イベントの募集や情報共有
- ・ ユーザーやツイートを見つける
- ・ ユーザーやツイートの傾向を分析
- ・ ユーザーの情報を調べる
- ・ 迷惑ユーザーのブロック
- ・ リストの作成
- ・ プロフィールの作成
- ・ ブログとTwitterの連携
- ・ テレビ・ラジオを楽しむ
- ・ 写真のアップロードや閲覧
- ・ 動画のアップロードや閲覧
- ・ イラストのアップロードや閲覧
- ・ 情報集約サイト
- ・ その他
- ・ TwitterのWeb版クライアント
- ・ パソコン版クライアントソフト

参考：Twitter関連サービス一覧

<https://dekiru.net/article/1222/>

2019年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」
Society5.0等対応カリキュラムの開発・実証
eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業
事業成果報告書

2020年3月
学校法人智晴学園 専門学校琉球リハビリテーション学院
