

レジャーマーケティング論

2 units 2nd-year(2nd semester)

teppey yukizane · ASSOCIATE PROFESSOR / DEPARTMENT OF HUMAN SCIENCES

Target) 我が国のレジャー産業は 80 兆円という市場規模にまで成長し、現在もなお発展し続けている。本授業では、レジャー産業のなかでも特にスポーツという視点から産業全体を概観していく。具体的には、スポーツとビジネスを結びつけるために必要なマーケティングに関する技術を、顧客志向の考え方や、消費者行動論、経営戦略論等も交えながら紹介することで、レジャーマーケティングに関する基本的な考え方の理解を深めることを目的とする。

Outline) レジャーマーケティングの基本的な考え方や技術に対する理解を深め、それらを事業戦略に反映させるための基礎知識を身に付ける。

Keyword) スポーツ産業, スポーツマーケティング, 顧客志向, 消費者行動, 経営戦略

Relational Lecture) “[スポーツマネジメント論](#)”(0.5), “[地域スポーツ社会学](#)”(0.5)

Notice) 受講者は、テキストとして指定している教科書を必ず購入すること。また、毎回、授業終了時に授業内容に関する意見・感想・質問などの感想文を提出してもらう

Goal) レジャーマーケティングに関する基礎知識を理解するとともに、事業戦略について思慮できる能力を身につける。

Schedule)

1. オリエンテーション (レジャー産業の概要)
2. スポーツ産業の発展と動向 1(進化するスポーツ産業)
3. スポーツ産業の発展と動向 2(スポーツ用品・施設(空間)産業)
4. スポーツ産業の発展と動向 3(スポーツとメディア産業)
5. スポーツマーケティングのマネジメント理論 1(基本的な考え方)
6. スポーツマーケティングのマネジメント理論 2(戦略的マーケティングミックス)
7. スポーツサービスの特徴とスポーツ消費者の行動特性
8. スポーツ組織を取り巻くステークホルダー
9. スポーツ施設のマーケティング戦略
10. スポーツイベントのマーケティング戦略
11. プロスポーツチーム・リーグのマーケティング戦略
12. スポーツスポンサーシップ
13. スポーツツーリズム
14. コミュニティビジネスとしての可能性を持つコミュニティスポーツ
15. まちづくりの担い手を育むスポーツボランティアとソーシャル消費

16. 総括

Evaluation Criteria) 評価は「出席」「学習態度」「レポート」の3つの視点で評価する。評価配分は「出席:30%」「学習態度:10%」「レポート:60%」とする。

Re-evaluation) 実施しない

Textbook) 参考書:原田宗彦編著「スポーツ産業論第4版」杏林書院(2008)その他、資料を適宜配布する。

Reference)

- ◇ 八代勉・中村平(編)「体育・スポーツ経営学講義」大修館書店。
- ◇ 山下秋二・原田宗彦(編)「図解スポーツマネジメント」大修館書店。
- ◇ 原田宗彦(編)「スポーツマーケティング」大修館書店。
- ◇ 伊佐淳・松尾匡・西川芳昭(編)「市民参加のまちづくり コミュニティビジネス編」創成社。

Contents) <http://cms.db.tokushima-u.ac.jp/cgi-bin/toURL?EID=219088>

Contact)

⇒ yukizane (sport management laboratory, +81-88-656-7286, yukizane@ias.tokushima-u.ac.jp) MAIL (Office Hour: 火曜午後)