

**授業概要**

この講義では、マーケティングの基礎知識を基にして、マーケティングの視点からスポーツをどのように捉え、考えるべきかについて学びます。  
 マーケティングは常に新しい考え方が提起されて今日まで発展してきましたが、そうした「新しさ」はしばしば曖昧さをも含んでいます。このクラスでは、ひとつひとつの概念や考え方を正確に理解し、マーケティングとスポーツマーケティングの様々な発想法を身につけられるように講義し、そのうえで、スポーツの様々な事象を、皆さんがそれぞれ自分の頭で考えることができるようにする手助けをしたいと思っています。

**授業計画**

第 1 回	総論 (1) : スポーツとは何か、マーケティングとは何か
第 2 回	総論 (2) : スポーツマーケティングの仕組み
第 3 回	総論 (3) : スポーツプロダクトとスポーツ消費者
第 4 回	総論 (4) : スポーツマーケティングにおける戦略の考え方
第 5 回	総論 (5) : スポーツマーケティングにおける管理の概念と理念
第 6 回	「観る」スポーツ (1) : オリンピック・マーケティング
第 7 回	「観る」スポーツ (2) : FIFA ワールドカップのマーケティング
第 8 回	「観る」スポーツ (3) : スポーツリーグのマーケティング① アメリカ
第 9 回	「観る」スポーツ (4) : スポーツリーグのマーケティング② ヨーロッパと日本
第 10 回	「観る」スポーツ (5) : 「観る」スポーツのマーケティングと社会
第 11 回	「する」スポーツ (1) : スポーツの流行史とフィットネスクラブ
第 12 回	「する」スポーツ (2) : フィットネスクラブ事例研究 - 24 時間フィットネス、女性専用フィットネス、医療系フィットネス-
第 13 回	「する」スポーツ (3) : 非営利組織が提供するスポーツ機会
第 14 回	「する」スポーツ (4) : スポーツ用品企業のマーケティング - ミズノ、アディダス、アシックス、ナイキのマーケティング-
第 15 回	まとめ : スポーツ消費者行動、ブランディング、経験価値マーケティング、リレーションシップマーケティング
第 16 回	期末試験

**到達目標**

- (1) マーケティングの基本概念を理解し、これをスポーツ分野に応用できるようにすること。
- (2) スポーツマーケティングに特徴的な論点や発想法を理解すること。
- (3) スポーツマーケティングのあり方について、自ら考えたり、調査したりできるようにすること。

**履修上の注意**

マーケティングについて予備知識がなくとも、考え方を基礎から講義します。  
 なお、30 分以内の遅刻は認めますが、遅刻 3 回で 1 回欠席したものとカウントされます。

**予習・復習**

講義で参考文献を紹介し、資料を配布しますので、それらを自ら学習することは必須です。

**評価方法**

受講態度と中間レポート、期末試験で評価します。具体的なウエイトは、(1) 受講態度 20%、(2) 豆テストおよび中間テスト 30%、(3) 期末試験 50%です。

**テキスト**

教科書は使用しません。資料を適宜配布します。  
 なお、参考図書として、下記の書籍を購読することをお勧めします。  
 ◎薄井和夫『現代のマーケティング戦略 ― はじめて学ぶマーケティング基礎篇 ― 』大月書店、2003 年  
 ◎中澤眞・吉田政幸編『よくわかるスポーツマーケティング』ミネルヴァ書房、2017 年