

スポーツ用品市場論		講義	講師 菅谷 美沙都	
科目カテゴリ	スポーツマネジメントコースの選択必修科目 スポーツトレーナーコースの専門選択科目	科目ナンバリング	11312208	

1. 授業のねらい・概要

高度経済成長によって国民の暮らしが豊かになり、国民の余暇時間が増大し、スポーツやレジャーを楽しむ場所や機会は飛躍的に増大した。人々のスポーツとの関わり方の変化により、スポーツ産業は急速な発展を見せている。この授業では、スポーツ産業の一領域であるスポーツ用品産業について、我が国のスポーツ用品市場の動向やスポーツ用品産業の歩み、スポーツ用品業界のビジネスサイクル等を理解する。

なお、「スポーツ産業論」を受講していることが望ましい。

2. 授業の進め方

授業前半（第1回～第7回）は講義形式で行い、資料やレジュメを配布する。授業後半（第8回以降）は、テーマに沿ったグループワークを実施し、最終的にグループごとにプレゼンテーションを行う。

3. 授業計画

1. オリエンテーション（授業の進め方、成績と評価について等）	9. GW:新しいスポーツ用品の企画②（ポジショニングマップの作成・価格の設定）
2. スポーツ用品産業とは	10. GW:新しいスポーツ用品の企画③（流通チャネル・顧客満足）
3. 我が国のスポーツ用品産業の市場規模	11. プレゼンテーション①（7～8グループ）
4. スポーツ用品業界のビジネスサイクルと流通構造	12. プレゼンテーション②（7～8グループ）
5. スポーツ消費者を知る①（プロダクト・価格設定）	13. プレゼンテーション③（7～8グループ）
6. スポーツ消費者を知る②（スポーツ消費者の特性）	14. GW及びプレゼンテーションの全体評価と振り返り
7. 中間レポート（スポーツ用品小売業の戦略）	15. まとめ
8. GW:新しいスポーツ用品の企画①（ブランドビジネス・ターゲティング）	

4. 準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

グループワークとプレゼンテーションにおいては、メンバーで議論を重ねてより良い企画を考案するよう努めること。これらの自主学修には2時間以上が必要である。

5. 課題（試験やレポート等）に対するフィードバックの方法

レポート提出の直後、記述内容のポイントや評価の基準に関する説明を行う。また、プレゼンテーション実施時に口頭で評価を伝える。

6. 授業における学修の到達目標

スポーツ用品市場の動向、スポーツ用品に係るマーケティング戦略を理解する。

スポーツ用品メーカーの経営戦略を理解し、人々のニーズに合った新しいスポーツ用品を開発する企画力、提案力を養う。

7. 成績評価の方法・基準

中間レポート（40%）、グループワークへの取り組み姿勢（30%）、プレゼンテーション（30%）から総合的に評価する。

8. テキスト・参考文献

教科書は特に指定しない。適宜、資料・プリントを配布する。

参考文献：原田宗彦 編著「スポーツ産業論第7版」（杏林書院，2021）

仲澤眞・吉田政幸 編著「よくわかるスポーツマーケティング」（ミネルヴァ書房，2017）

9. 受講上の留意事項

プレゼンテーションではパワーポイントを使用するので，各自使えるようにしておくこと。

10. 「実務経験のある教員等による授業科目」の該当の有無

該当しない。

11. 卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連

上記の「科目カテゴリー」欄の記載のとおり。