

Sport Marketing Seminar

スポーツマーケティング ゼミ（隅野研究室）

主な領域：スポーツ消費者、見るスポーツのマーケティング

4年生：スポーツマーケティングに関する卒業研究の実施

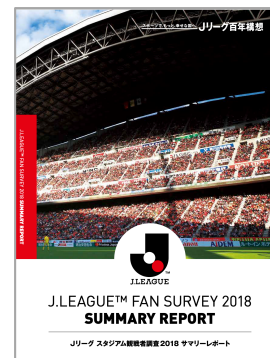
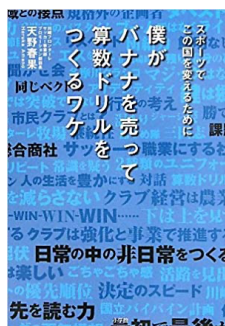
2020年度 卒業研究テーマ

- ・大学アイデンティフィケーションと部活動アイデンティフィケーションの関連性
- ・大学運動部の卒業生の特性
- ・Jリーグの観客動員数に影響を与える要因
- ・Bリーグ集客数に影響を及ぼす要因
- ・空手指導者の指導内容と生徒の保護者の求める指導内容との意識の相違

2019年度 卒業研究テーマ

- ・大学運動部の応援者に関する研究
- ・自転車競技トラック種目観戦者の目的と楽しみ方
- ・体育会運動部への意識および心掛けと社会人基礎力の関連
- ・脳波解析を用いた柔道観戦者の興味関心の研究
- ・Jリーグの試合におけるスタッツと面白さの関連性
- ・心理的安全性と個人のパフォーマンスの関係について

3年生：スポーツマーケティングに関する書籍の講読 Jリーグスタジアム観戦者調査の実施補助



Jリーグが毎年全クラブで行っている調査。
隅野研究室では、ロアッソ熊本と鹿児島ユナイテッドのデータ収集、入力、結果の報告を担当しています。
※ 2020シーズンは新型コロナウイルスのため調査実施せず

2年生：大学スポーツのマーケティング実践

鹿屋体育大学サッカー部 を実践フィールドに、映像や写真の撮影から編集とSNSへの掲載、集客イベントの企画運営などをシーズン通して行っています。是非フォローお願いします！



Twitter: フォロワー 4,368人 (2020.10.30)

速報性を重視し、リアルタイム試合速報や、試合告知を行っています。
昨年天皇杯で11万5千名に達したTweetsは60万人に閲覧され、Twitterトレンドにも選ばれました。

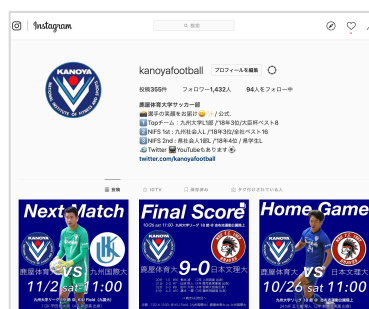
※Twitterトレンド入りとは、その瞬間にその国でtweetされている話題ベスト20に入ることを、



YouTubeチャンネル: 登録者数 431人 (2020.10.30)

試合のハイライト、ゴールシーン、試合告知動画等を撮影、編集し、アップしています。ハイライト動画で平均500-1000回再生、昨年の天皇杯 11万5千名のハイライトは最多で7.5万回再生されました！

アウェイでの試合や、関東や関西での全国大会の様子はなかなか目に触れないので、2015年ごろから撮影を始めました。



Instagram アカウント: フォロワー 1,845人 (2020.10.30)

試合の告知、結果報告、試合写真や動画の掲載、ストーリーを目的にあわせて使用しています。インスタは、Twitterよりも利用者の年齢層が低いので、そういったターゲットに届くように運用しています。



他メディアへ情報や素材の提供
試合の結果や写真、新聞社や雑誌、ウェブメディアへ提供し、他のメディアを通じて、露出が増えるように活動しています。サッカーウェブメディアNo.1の「ゲキスカ」には、ゼミ生や部員が撮影・セレクト・編集した写真が多く掲載されました！