

Sport Marketing Seminar

スポーツマーケティング ゼミ（隅野研究室）

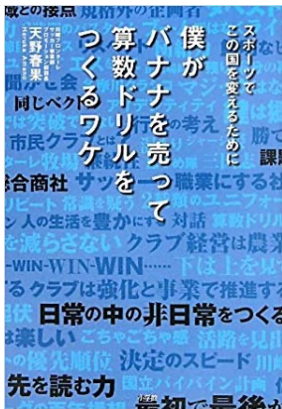
主な領域：スポーツ消費者、見るスポーツのマーケティング

スポーツマーケティングに関する卒業研究の実施

近年の卒業研究（一部）

- ・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
- ・大学サッカーにおける集客マーケティングの実行と評価
- ・非ファンを対象としたスポーツ観戦動機に関する縦断研究
- ・大学運動部の応援者に関する研究
- ・自転車クラブに対する保護者の期待や満足度に関する研究
- ・Jリーグにおけるアウェイ観戦の動機や要因
- ・鹿児島ユナイテッドFCの観戦者特性
- ・Jリーグの試合におけるスタッツと面白さの関連性
- ・スポーツ観戦がストレス状態に及ぼす影響
- ・陸上競技の直接観戦状況の課題と改善点

スポーツマーケティングに関する書籍の講読



大学サッカー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！



X: フォロワー 5,782人 (2024.10.28)

速報性を重視し、リアルタイム試合速報や、試合告知を行なっています。
昨年天皇杯でJ1名古屋に勝った際のTweet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。



YouTubeチャンネル: 登録者数 1,030人 (2024.10.28)

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、2019年の天皇杯 J1名古屋戦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、関東や東北での全国大会の様子はなかなか目に触れにくいので、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 1,467人 (2024.10.28)

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、X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。