

科目名	スポーツ用品論							年度	2025
英語科目名	Sport Products Studies							学期	後期
学科・学年	スポーツ健康学科 スポーツビジネスコース 1年次	必/選	選	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員	小松雅樹	教員の実務経験		有	実務経験の職種		プロスポーツチーム		
【科目の目的】									
スポーツ関連産業の中でも大きな位置をしめる「スポーツ用品産業」について、各用品の現在のトレンドや課題・問題点、スポーツ用品として扱われる商品多様性やそれらの特徴を学びながら、スポーツ用品産業全般についての基本的な知識や理解を深めます。									
【科目の概要】									
スポーツ産業に含まれる様々な産業の中で、特にスポーツ用品の小売りに焦点をあて、産業の発展経緯、産業構造、取り扱われる商品の特性、課題などについて理解を深めます。									
【到達目標】									
到達目標A：国内のスポーツ用品市場の現状と将来的課題について理解する。 到達目標B：スポーツ用品の性能や新技術を理解し、最新の技術トレンドについて説明することが出来る。 到達目標C：商品購入する顧客の特性をスポーツ用品別について説明することが出来る。 到達目標D：スポーツ用品産業に様々な影響をもたらす要因（政治的、経済的、社会的、技術的、環境的、法的）について説明できる。 到達目標E：市場動向に沿って製品を販売するための基本的なマーケティング戦略を理解する。									
【授業の注意点】									
各業界からの講師を招いて実施する講義となるため、実施日程に調整が入る可能性があります。また、外部施設を使用した授業を行うことがありますので、受講姿勢や施設使用のマナー・エチケットに注意します。授業時数の4分の3以上出席しない者は定期試験を受験することができません。									
評価基準＝ルーブリック									
ルーブリック 評価	レベル3 優れている			レベル2 ふつう				レベル1 要努力	
到達目標 A	国内のスポーツ用品市場の現状の把握だけでなく、業界の持続的発展に求められる将来的課題に対する解決策を検討することが出来た。			国内のスポーツ用品市場の現状と将来的課題について理解出来た。				到達目標の達成度として不十分	
到達目標 B	スポーツ用品の性能や新技術、最新の技術トレンドを理解した上で、現在の業界動向を説明することが出来た。			スポーツ用品の性能や新技術を理解し、最新の技術トレンドについて理解することが出来た。				到達目標の達成度として不十分	
到達目標 C	スポーツ用品別の顧客特性だけでなく販売チャネルの動向も含めて理解することが出来た。			スポーツ用品を購入する顧客特性をスポーツ用品別について理解することが出来た。				到達目標の達成度として不十分	
到達目標 D	スポーツ用品産業に様々な影響をもたらす要因（政治的、経済的、社会的、技術的、環境的、法的）について、実際の社会動向に併せた現状把握をすることが出来た。			スポーツ用品産業に様々な影響をもたらす要因（政治的、経済的、社会的、技術的、環境的、法的）について理解出来た。				到達目標の達成度として不十分	
到達目標 E	市場動向に適切な製品販売のためのマーケティング戦略を提案することが出来た。			製品を販売するための基本的なマーケティング戦略について理解出来た。				到達目標の達成度として不十分	
【教科書】									
授業に必要な教材資料等については教員にて準備・配布する。参考書等を使用する場合には授業内にて指示する。									
【参考資料】									
特になし									
【成績の評価方法・評価基準】									
成績評価については、筆記もしくはレポートによる試験結果（中間/期末/定期的な提出物など）30%、授業中の参加姿勢/学習意欲（リーダーシップ、積極性、学習に対する向上努力など）30%、出席状況40%とし、授業内における達成度・到達度を総合的に判断して行います。なお、成績評価を受けるためには、全授業の75%以上の出席が必要となります。									
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。									

科目名		スポーツ用品論			年度	2025	
英語表記		Sport Products Studies			学期	後期	
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容	到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価	
1	イントロダクション	黎明期のスポーツ用品産業の理解	1	スポーツ用品産業の発展①	我が国のスポーツ用品産業の発展経緯の理解	2	
			2	スポーツ用品産業の発展②	スポーツ産業の伝統的3領域の理解		
			3	スポーツ用品産業の発展③	スポーツ産業の伝統的3領域の拡大と複合領域の出現過程の理解		
2	スポーツ産業の基本知識	業界構造と業態変化の理解	1	スポーツ用品産業の発展①	事業多角化の基本的発想の理解	2	
			2	スポーツ用品産業の発展②	スポーツ産業との進化が期待される近接産業の理解		
			3	スポーツ用品産業の発展③	近代スポーツ市場の考え方の理解		
3	スポーツ産業の基本知識	スポーツ用品小売市場の現状と今後の理解	1	スポーツ用品産業の発展①	国内スポーツ市場規模とマネーフローの理解	2	
			2	スポーツ用品産業の発展②	スポーツ用品産業の3層構造体制の理解		
			3	スポーツ用品産業の発展③	国内スポーツ用品産業の将来的課題の理解		
4	トレーニングウェア	トレーニングウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	トレーニングウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	トレーニングウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	トレーニングウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
5	ライフスタイルウェア	ライフスタイルウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	ライフスタイルウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	ライフスタイルウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	ライフスタイルウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
6	アウトドアウェア	アウトドアウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	アウトドアウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	アウトドアウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	アウトドアウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
7	ゴルフウェア	ゴルフウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	ゴルフウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	ゴルフウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	ゴルフウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
8	テニスウェア	テニスウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	テニスウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	テニスウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	テニスウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
9	ランニングウェア	ランニングウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	ランニングウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	ランニングウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	ランニングウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
10	サッカーウェア	サッカーウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	サッカーウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	サッカーウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	サッカーウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
11	バスケットボールウェア	バスケットボールウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	バスケットボールウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	バスケットボールウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	バスケットボールウェアのチャネル動向と構成の理解		
12	野球・ソフトボールウェア	野球・ソフトボールウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	野球・ソフトボールウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	野球・ソフトボールウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	野球・ソフトボールウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
13	スキー・スノーボードウェア	スキー・スノーボードウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	スキー・スノーボードウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	スキー・スノーボードウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	スキー・スノーボードウェア販売のチャネル動向と構成の理解		
14	その他ウェア	その他のウェアの市場動向の理解	1	市場動向と商品トレンド	その他のウェアに関するポストコロナのトレンド理解	2	
			2	顧客特性	その他のウェアの顧客セグメントと購買行動の理解		
			3	チャネル動向	その他のウェアの販売チャネル動向と構成の理解		
15	授業総括	スポーツ用品業界が抱える課題と将来的展望の理解	1	スポーツ産業の将来的見通し①	コロナ禍における需要拡大とポストコロナの需要回復の理解	2	
			2	スポーツ産業の将来的見通し②	発注発売サイクル長期化、円安・金利上昇がもたらす影響の理解		
			3	スポーツ産業の将来的見通し③	EC販売の拡大、量販店と専門店のコラボ動向の理解		

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考 等