

総合型地域スポーツクラブの多様性と可能性

松 永 敬 子*

平成28年2月8日(月)

平成27年度 生涯スポーツ実践センター協力者会議 総合型地域スポーツクラブの多様性と可能性



松永敬子

(龍谷大学 経営学部 スポーツサイエンスコース)

総合型地域スポーツクラブに欠かせないマネジメント

- ① 地域と健康・スポーツとの関係性を促進するマーケティング
- ② 地域の活性化を促進する新しい関係性を創出する仕組みづくり

健康・スポーツの価値を高め、関係性を促進し、地域活性化に繋げる

マーケティング3.0「価値主導」のマーケティング

AIDMA → AISAS → AIDEES

Attention Interest Desire Experience Enthusias Share

注目 → 関心 → 欲求 → 体験 → 心酔 → 共有

実践コミュニティ（スポーツリエゾン）に繋げる、

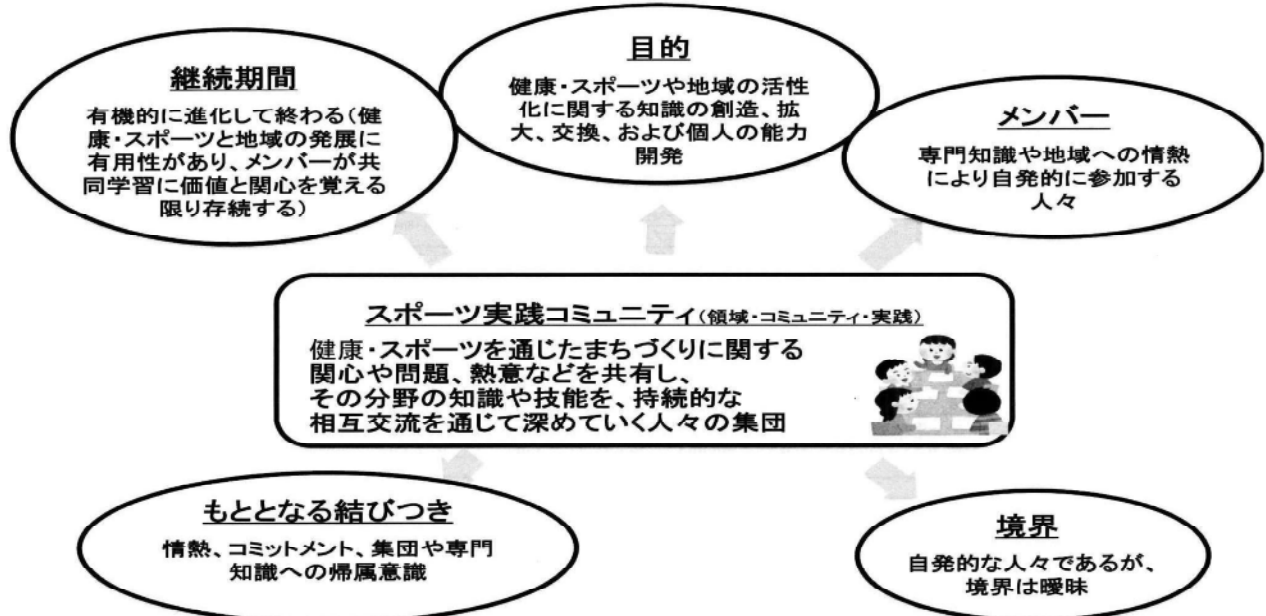
総合型地域スポーツクラブの役割

エビデンスに基づくマネジメントサイクルの実践と仕組みづくり

Matsunaga 2016

*龍谷大学経営学部経営学科教授

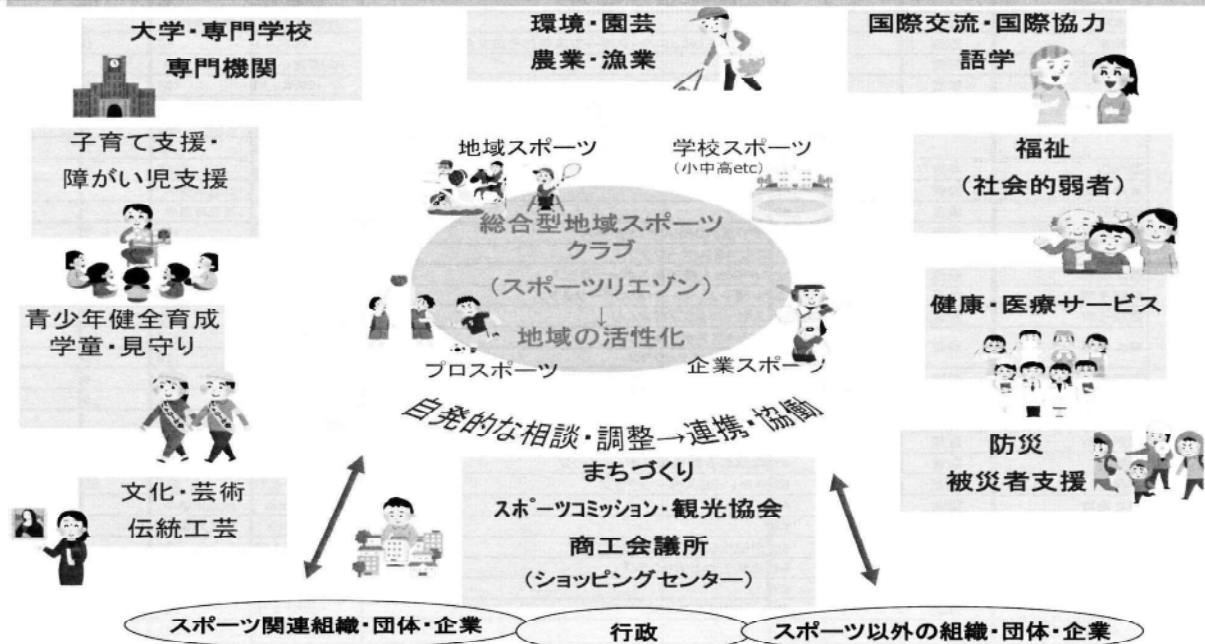
実践コミュニティと総合型地域スポーツクラブ



Matsunaga 2016

(ウェンガーほか、2002) に加筆修正

実践コミュニティとしての総合型地域スポーツクラブ



地域を支える組織とスポーツ活動を支える組織

Matsunaga 2016