

授業科目(ナンバリング)	テーマパーク論 (CB108)			担当教員	張 美慶		
展開方法	講義	単位数	2 単位	開講年次・時期	1 年・後期	必修・選択	コース選必
授業のねらい							アクティブ・ラーニングの類型
本授業では、テーマパークの理論を始め、実例を集中的に学ぶ。また、テーマパーク訪問者の動機分析、テーマパーク類型、特性を通じて、変化するレジャー文化と顧客のライフスタイルに合わせ持続可能なテーマパーク管理運営などの戦略的マーケティング思考を身につけることができる。							②③⑥⑩
ホスピタリティを構成する能力	学生の授業における到達目標				評価手段・方法	評価比率	
専門力	国内、国外のテーマパーク事例を通じてマーケティングの重要性について活用、説明できる。				課題レポート	60%	
情報収集、分析力						%	
コミュニケーション力	テーマパークについて知識を習得した後、テーマパークを企画して発表することができる。				プレゼンテーション	40%	
協働・課題解決力						%	
多様性理解力						%	
出 席					受験要件		
合 計					100%		
評価基準及び評価手段・方法の補足説明							
<p>テーマパーク論の専門力を確認定着するため課題レポートの提出を求める（評価比率60%）。</p> <p>コミュニケーション力を評価するためグループごとにプレゼンテーションを求めて、その結果を評価する（評価比率40%）。また、課題のフィードバックは授業中に適宜行う。</p>							
授 業 の 概 要							
<p>本授業は、テーマパークの基本知識と国内外の事例を通じて、成功要因と問題点など総体的テーマパーク現況を学ぶ。さらに、テーマパークの運営マーケティング、要素と戦略についても学ぶ。</p> <p>この授業の標準的な1コマあたりの授業外学修時間は、180分とする。</p>							
教 科 書 ・ 参 考 書							
<p>教科書：中島 恵『テーマパーク産業論』改訂版 日本編 三恵社</p> <p>参考書：必要に応じてプリントを配布する。</p> <p>指定図書：教科書と同じ</p>							
授業外における学修及び学生に期待すること							
<p>テーマパークは複合的なエンターテインメントであって、付加価値の高いビジネス産業でもある。</p> <p>テーマパークの様々なマーケティングについて視野を広げてほしい。</p>							

回	テ ー マ	授 業 の 内 容	予 習 ・ 復 習
1	ガイダンス	テーマパークの定義と分類、発展過程について学ぶ。 また、広報マーケティングの種類について学ぶ。	シラバスをよく読んで準備しておくこと 予習：テーマパークの概念について整理する
2	テーマパークの現状と未来	テーマパークの動向と今後の展望について学ぶ。	復習：テーマパークの未来について考える。
3	テーマパークの機能と役割	テーマパークの特性と評価基準、構成要素、位置の重要性について学ぶ。	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
4	テーマパークのイメージと性向分析	テーマパークのテーマとコンセプト、テーマパークに対する認知率と訪問経験率、訪問動機、イメージ構成要素などについて学ぶ。	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
5	テーマパークのネーミング戦略	ブランドやネーミング、また、テーマパークのネーミング戦略と5つの条件について学ぶ。 (企業ネーミングの成功事例)	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
6	キャラクターとテーマパーク	キャラクターの概念、分類など、テーマパークでキャラクターの重要性について学ぶ。	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
7	東京、ディズニーランドの成功戦略	東京ディズニーランドの顧客感動マーケティング戦略などについて学ぶ。	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
8	ハウステンボス事例	ハウステンボスの現状について学ぶ。	ハウステンボスについてインターネット等から情報を収集しておくこと
9	レゴランドについて	レゴランドの特性などについて学ぶ。 (韓国の事例)	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
10	ユニバーサルスタジオジャパン	USJの戦略、経済的効果等を学ぶ。 (日本の事例)	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
11	テーマパークと地域産業の活性化	テーマパークの分類、周辺地域の特性と自然環境をよく利用したテーマパーク事例を学ぶ。 (熊本県阿蘇ファームランド事例)	予：当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと 復：配布したテーマパーク分類について復習する
12	中小型テーマパークの圏域別連携戦略	地方観光の活性化のためにそれぞれの利点と特性を生かしたテーマパークを圏域別連携によるシナジー効果について学ぶ。 (大分県テーマパークの事例)	当該エリアについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
13	テーマパークとスペースマーケティング	スペースマーケティングの概念と特徴、構成要素、AIDA 法則の活用、テーマパークの外部、内部の空間活用について学ぶ。	スペースマーケティングについてインターネット等で事前に情報を収集しておくこと
14	テーマパークと広報マーケティングの企画	テーマパークと広報マーケティングについての企画を考える。	プレゼンテーションの準備をする
15	テーマパーク広報マーケティングプレゼンテーション	今まで学んだテーマパークの事例とマーケティングを活用してテーマパーク広報マーケティングについて企画してみる。	プレゼンテーションの準備をする