



Sport Academy

—— スポーツアカデミー ——



第8回

「スポーツ白書～スポーツが目指すべき未来～」を読み解く

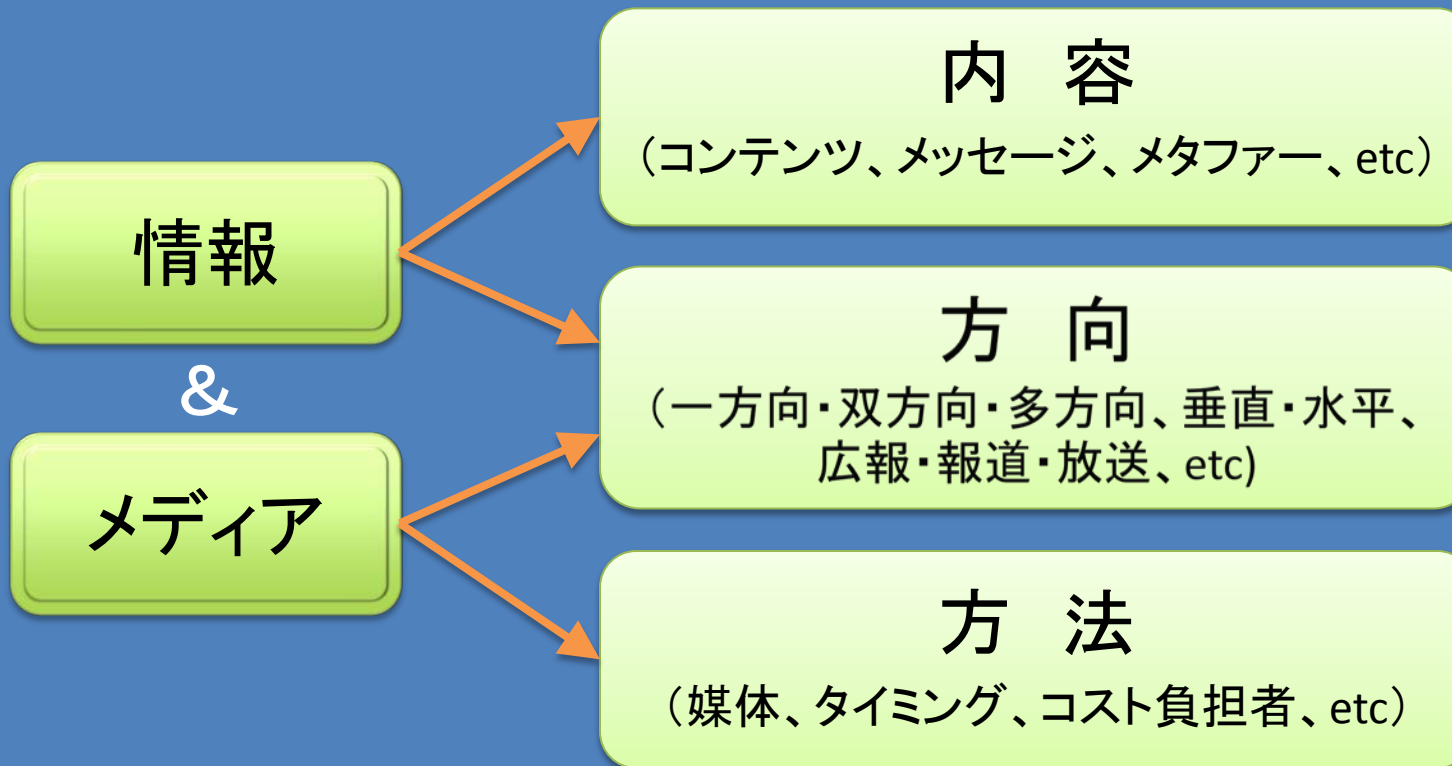
第8章 スポーツに関する情報とメディア



2013年1月29日(火) 18:30～20:00



情報とメディア



コミュニケーション

スポーツ白書の構成(第8章)

普及

タイトル	主な内容
① スポーツ情報・メディアの現状	普及・振興に関わる組織・団体、企業による情報提供の現状など
② 広報啓蒙型・参加支援型・学習支援型の情報・メディア	大会エントリーサイト、学習支援的な情報提供サイト 各種メディアによる自己学習、など
③ スポーツ愛好者のコミュニケーション	市民レベルのコミュニケーションサイト、バーチャルコミュニティとリアルコミュニティ、など

強化

タイトル	主な内容
① スポーツ情報・メディアへのニーズ	競技者の求めるスポーツ情報 競技団体の情報ニーズ
② スポーツ情報・メディアの現状	情報提供の現状レビュー(提供元、内容、メディア、タイミング、対象など)
③ 競技力向上と情報支援	主な情報支援戦略の概要、情報支援の実例、先進事例

多様な スポーツ享受

タイトル	主な内容
① メディア・スポーツへのニーズ	ニーズ、行動(ソースはライフデータ調査や各種プロリーグの公開情報)
② メディア・スポーツの現状	TV(地上波、BS、CS)、新聞、書籍、ネットなどの扱うスポーツコンテンツの定量、定性分析
③ スポーツ享受を支えるメディア・情報、コミュニケーション	スポーツファンなどのコミュニケーション(バーチャル・コミュニティ)、アーカイブなどの情報サービス、IT活用による先進事例

問題の所在

1. メディア・スポーツの現状把握

「普及」に関わる情報・メディア・コミュニケーション

「強化」に関わる情報・メディア・コミュニケーション

「享受」の多様化に関わる情報・メディア・コミュニケーション

2. スポーツの多極化、多様化への対応

スポーツの高度化と大衆化

楽しみ方の多様化

3. スポーツ享受の課題への対応

スポーツにおける「自由」と「平等」

スポーツの社会的役割

【表8-1】スポーツ関連団体が提供する普及に関する主な情報の内容

- 当該種目の解説(歴史、技術、ルールなど)
- 当該種目の練習方法
- 活動場所や施設の紹介
- 用器具・ウェア・装具など必要な物財に関する情報
- クリニック(教室事業)や参加(体験)型イベントの告知
- 検定制度の解説(求められる技術、検定への参加方法など)
- 大会の告知(対象や参加方法・条件など)
- クラブの紹介(地域のスポーツクラブ、スポーツ少年団など)
- 指導者の紹介、指導者登録バンクの紹介
- 指導者養成制度(指導者研修含む)や審判養成制度の紹介
- リスク管理(熱中症の予防、気象条件の速報、保険制度の案内など)
- クラブの設立および運営に関する情報
- 助成事業の案内

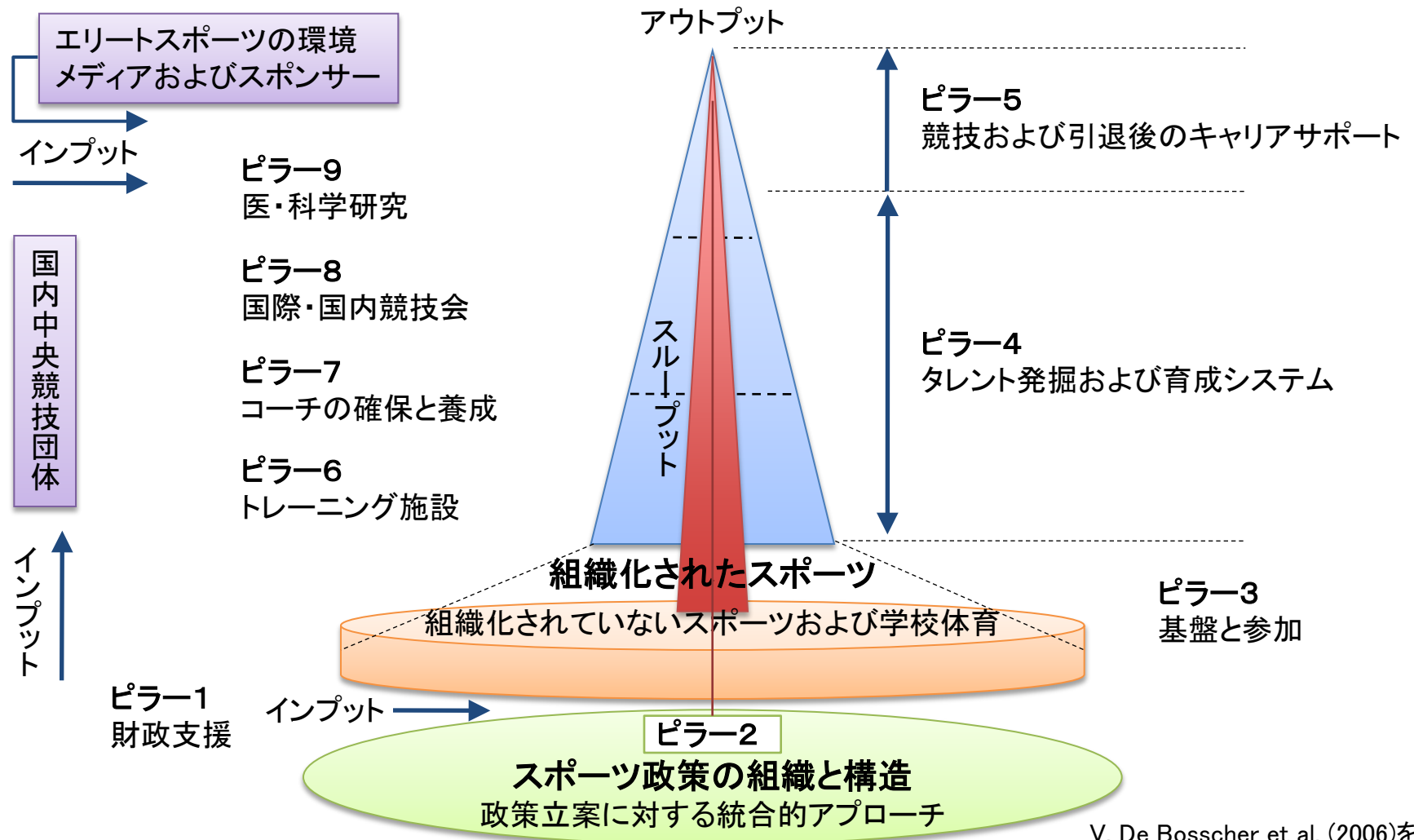
スポーツ競技団体資料(2010)などより作成

【表8-2】地方自治体が提供する普及に関する主な情報の内容

- 地域のスポーツ施設情報・検索(学校開放施設含む)
- 地域のスポーツ大会・イベントの広報
- 教室事業、講習会の広報
- 地域の指導者の紹介
- 地域のクラブ・サークルの紹介
- 地域のスポーツボランティアの紹介
- クラブの設立および運営に関する情報

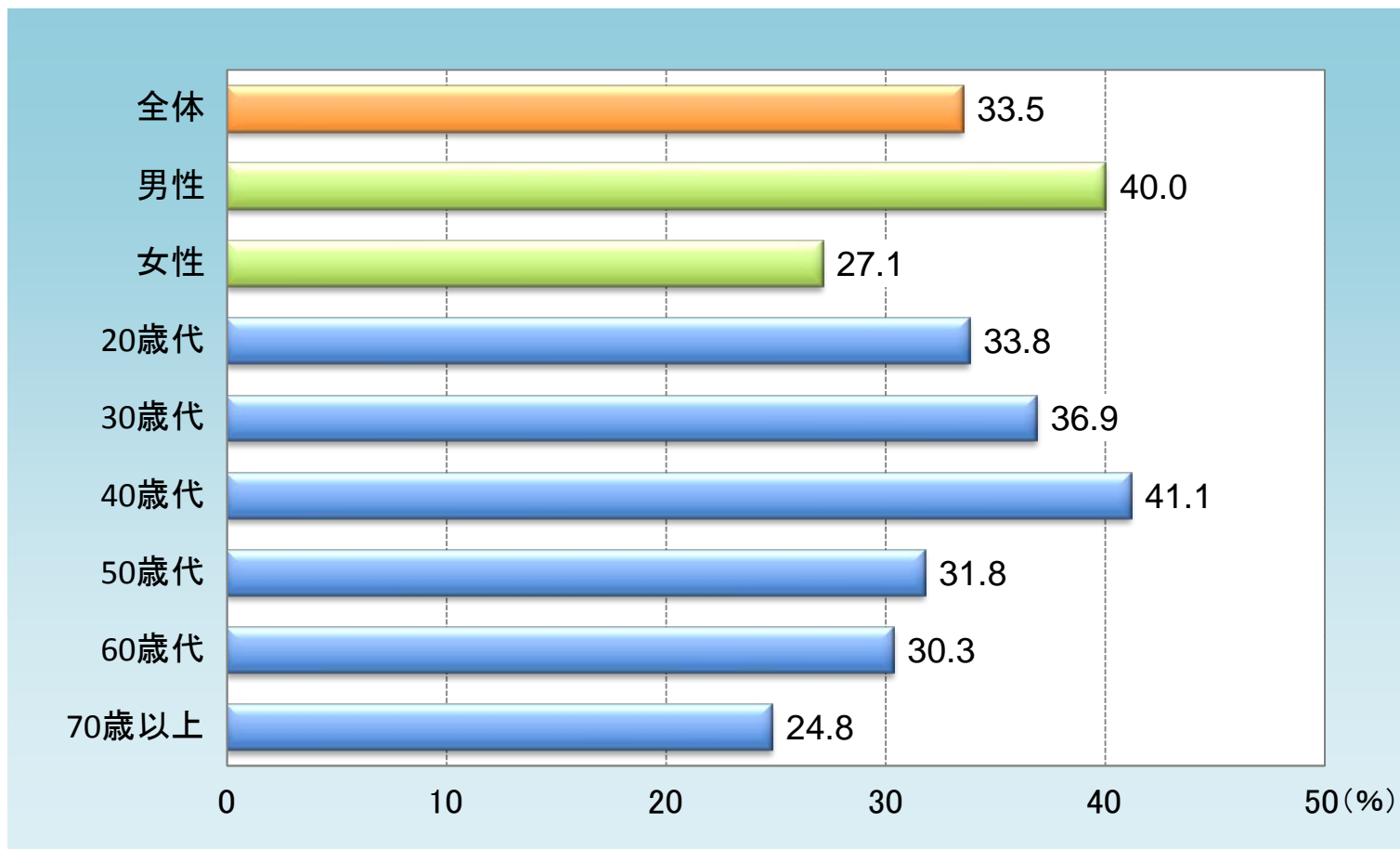
地方自治体資料(2010)などより作成

【図8-1】スポーツ政策比較の視点～9つの柱～



V. De Bosscher et al. (2006)を翻訳

【図8-2】成人の直接スポーツ観戦率（性別・年代別）



SSF「スポーツライフ・データ」(2010)

【表8-3】種目別直接スポーツ観戦率(複数回答)

順位	観戦種目	観戦率(%)
1	プロ野球	16.2
2	野球(プロ野球以外)	6.4
3	Jリーグ	4.4
4	マラソン・駅伝	4.2
5	サッカー(プロサッカー以外)	3.3
6	プロゴルフ	2.2
7	バレーボール	2.0
8	競馬	1.5
	陸上競技	
10	大相撲	1.3

SSF「スポーツライフ・データ」(2010)より作成

【表8-4】スポーツを主要なコンテンツとする主なチャンネル

チャンネル名	主なコンテンツ	運営事業者
JsportsESPN Jsports1 Jsports2 JsportsPlus	UEFAチャンピオンズリーグ/プレミアリーグ/MLB/NBA/Jリーグ/ジャパンラグビートップリーグ/ツール・ド・フランス/WWE/NHL/世界フィギュアスケート選手権/世界卓球選手権/世界バドミントン選手権大会	(株)ジェイ・スポーツ
日テレG+	プロ野球(巨人戦)/全国高校サッカー選手権大会(地方予選決勝も)/MotoGP/NFL	日本テレビ放送網(株)
ゴルフネットワーク	全米オープンゴルフツアー/全英オープンゴルフ選手権/全米プロゴルフ選手権/全米女子オープンゴルフ/全英リコー女子オープン/PGAツアー/ジャパンゴルフツアー/LPGAツアー/マスターズ	ジュピターゴルフネットワーク(株)
グリーンチャンネル グリーンチャンネル2	中央競馬	(財)競馬・農林水産情報衛星通信機構
レジャーチャンネル (ボートレース専門TV!)	ボートレース	(株)日本レジャーチャンネル
釣りビジョン	釣り	(株)釣りビジョン
FIGHTING TV サムライ	新日本プロレス/全日本プロレス/プロレスリング・ノア/ハッスル/キックボクシング	(株)スカパー・ブロードキャスティング
南関東地方競馬チャンネル	大井競馬/川崎競馬/浦和競馬/船橋競馬	
EX SPORTS	アジアリーグアイスホッケー/競輪/Fリーグ/ハンドボール欧州CL	(株)スカイビジョン
GAORA	プロ野球(阪神・日本ハム戦)/都市対抗野球大会/選抜高等学校野球大会/NFL/ブンデスリーガ/Vリーグ/bjリーグ	(株)GAORA
スカイ・Asports+	プロ野球(阪神・楽天戦)/全国高校野球選手権大会(地方予選決勝も)/東京六大学野球/X-League/JBL/Wリーグ	(株)スカイ・エー
フジテレビONE フジテレビTWO フジテレビNEXT	F1/日本プロボクシング/FIFAU-20女子ワールドカップ/FIFAフットサルワールドカップ/ブンデスリーガ	(株)フジテレビジョン
デジタルWOWOW	リーグ・エス・パニョーラ/UEFA欧州選手権/世界プロボクシング/全豪オープンテニス/全仏オープンテニス/ウィンブルドンテニス/全米オープンテニス/NBA	(株)WOWOW

2013年1月現在

各社資料(2013)より作成

【表8-5】テレビによるスポーツ観戦種目別受信チャンネル(2010)

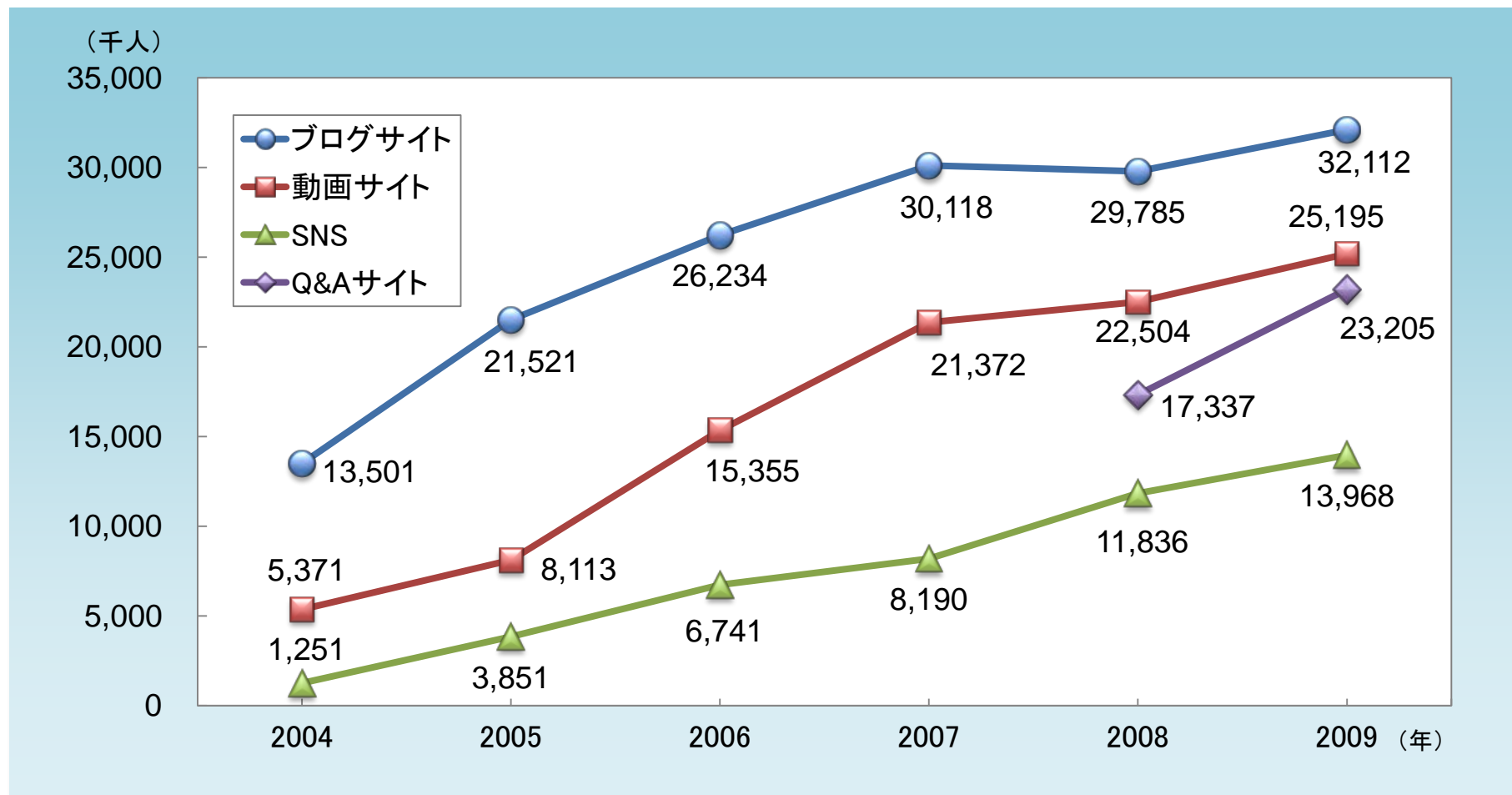
(%)

観戦種目	地上波	BS	CS	インターネット
プロ野球	89.9	23.9	5.8	1.6
フィギュアスケート	92.4	15.0	1.0	0.4
高校野球	92.7	13.0	1.4	0.5
マラソン・駅伝	92.9	9.6	0.6	0.2
大相撲	92.0	14.2	0.8	0.3
プロゴルフ	89.7	21.6	5.7	0.5
サッカー日本代表試合(五輪代表含む)	91.1	17.5	2.0	0.4
Jリーグ	87.8	21.0	4.7	0.7
K-1など格闘技	92.4	9.1	2.0	0.7
野球の国際試合(WBC、アジアリーグ等)	86.4	23.7	3.5	0.4
アメリカ大リーグ	51.5	59.1	6.2	1.0
競馬	89.0	13.6	4.0	3.0
高校サッカー	94.4	7.5	1.1	0.7
F1やNASCARなど自動車レース	87.6	14.0	7.9	0.8
海外プロサッカー(欧州、南米など)	55.1	45.3	14.7	1.3
ラグビー	93.1	12.4	6.9	0.7
プロバスケットボール(NBAなど)	52.2	53.0	7.8	0.9
バレーボール	89.7	20.7	0.0	0.0

テレビ観戦者を母数とした受信チャンネルの割合(複数回答)

SSF「スポーツライフ・データ」(2010)より作成

【図8-3】 ソーシャルメディアのカテゴリ別利用者数の推移



ニールセン・カンパニー「日本のオンラインメディアの現状」(2010)より作成

【表8-6】 主要プロスポーツチームの公式Facebook/Twitterアカウント状況：NPB

チーム名	Facebook			Twitter					
	アカウント	「いいね」数	備考	アカウント	フォロワー数	フォロワー数	マスコット	フォロワー数	フォロワー数
読売ジャイアンツ	○	14,662	マスコット名でのページ	×			×		
阪神タイガース	○	38,517		○	0	25,998	×		
中日ドラゴンズ	×	2,238	公式との明記なし	○	41	122,033	×		
横浜DeNAベイスターズ	○	11,947		×			×		
広島東洋カープ	×	23,536		×			×		
東京ヤクルトスワローズ	○	17,091		×			×		
オリックスバファローズ	×	348	公式との明記なし	×			×		
福岡ソフトバンクホークス	○	23,493		○	29	129,729	○	24	21862
北海道日本ハムファイターズ	○	14,750	球団広報による試験運用	×			○	10	13,913
千葉ロッテマリーンズ	○	19,296		○	23	87,613	○	8	13,004
埼玉西武ライオンズ	×	3,402	公式との明記なし	○	20	45,034	×		
東北楽天ゴールデンイーグルス	○	10,152		○	21,159	81,654	×		

2012年12月現在

各チームのアカウントを調査し作成

【表8-7-1】主要プロスポーツチームの公式Facebook/Twitterアカウント状況：Jリーグ（J1 & J2）

チーム名	Facebook			Twitter					
	アカウント	「いいね」数	備 考	アカウント	フォロワー数	フォロワー数	マスコット	フォロワー数	フォロワー数
コンサドーレ札幌	○	4,464		×			×		
ベガルタ仙台	×	3,621	公式との明記なし	×			○	33	5,927
モンテディオ山形	×	353	公式との明記なし	○	27	2,320	×		
鹿島アントラーズ	×	6,611	公式との明記なし	×			×		
水戸ホーリーホック	×	1,115	公式との明記なし	○	76	4,753	×		
栃木SC	×	706	公式との明記なし	×			×		
ザスパ草津	×	167	公式との明記なし	×			×		
浦和レッズ	○	10,732		○	0	17,068	○	16	2,525
大宮アルディージャ	○	1,714		○	0	5,095	○	9	2,393
ジェフユナイテッド千葉	○	3,549		×			×		
柏レイソル	×	235	公式との明記なし	×			○	40	14,876
FC東京	○	7,542		○	15	45,175	×		
東京ヴェルディ	○	2,988		○	7,849	7,527	×		
川崎フロンターレ	×	994	公式との明記なし	×			○	27,435	24,994
横浜F・マリノス	○	2,583		○	9,990	10,879	×		
横浜FC	○	4,158		○	2,009	3,747	○	43	3,435
湘南ベルマーレ	○	3,038		○	93	9,688	○	74	5,042
ヴァンフォーレ甲府	×	2,202	非公式と明記	×			×		
松本山雅FC	×	904	公式との明記なし	×			×		
アルビレックス新潟	○	3,862		×			×		

2012年12月現在

各チームのアカウントを調査し作成

【表8-7-2】主要プロスポーツチームの公式Facebook/Twitterアカウント状況：Jリーグ（J1 & J2）

チーム名	Facebook			Twitter					
	アカウント	「いいね」数	備 考	アカウント	フォロワー数	フォロワー数	マスコット	フォロワー数	フォロワー数
カターレ富山	○	1,497		×			×		
清水エスパルス	○	6,437		○	1	4,880	×		
ジュビロ磐田	○	4,339		○	44	9,863	×		
名古屋グランパス	○	5,275		○	1	13,652	×		
FC岐阜	×	619	非公式と明記	○	2,167	1,987	×		
京都サンガF.C.	×	151	公式との明記なし	×			×		
ガンバ大阪	×	691	非公式と明記	×			×		
セレッソ大阪	×	3,071	公式との明記なし	×			×		
ヴィッセル神戸	○	5,221		×			×		
ガイナレ鳥取	×	143	公式との明記なし	×			×		
ファジアーノ岡山	×		ファンサイトのみ	×			×		
サンフレッチェ広島	○	12,908		×			×		
徳島ヴォルティス	○	2,144		×			○	24	1,604
愛媛FC	×	322	非公式と明記	×			○	25	3,781
アビスパ福岡	○	1,232		○	10,901	10,257	×		
ギラヴァンツ北九州	×	1,830	公式との明記なし	○	1	2,487	×		
サガン鳥栖	×	1,356	公式との明記なし	×			×		
V.ファーレン長崎	×	5	公式との明記なし	○	0	2,408	×		
ロアッソ熊本	×	3,106	公式との明記なし	×			×		
大分トリニータ	○	3,788		×			×		

2012年12月現在

各チームのアカウントを調査し作成

【表8-8】 主要プロスポーツチームの公式Facebook/Twitterアカウント状況 : bjリーグ

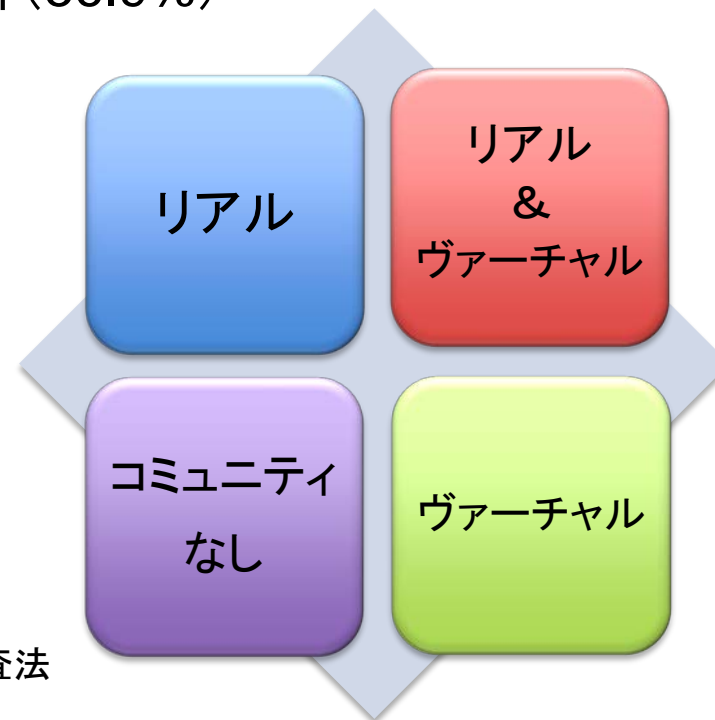
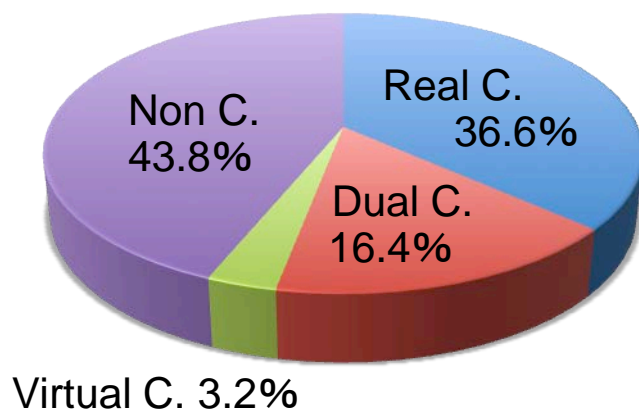
チーム名	Facebook			Twitter					
	アカウント	「いいね」数	備 考	アカウント	フォロワー数	フォロワー数	マスコット	フォロワー数	フォロワー数
岩手ビックブルズ	○	1,278		×			×		
秋田ノーザンハピネッツ	○	1,336	マスコット名でのページ	×			○	0	3,041
仙台89ERS	×	1,336	公式との明記なし	×			○	37	2,871
新潟アルビレックスBB	○	812		○	0	1,480	○	0	223
富山グラウジーズ	○	1,528		○	70	2,564	×		
信州ブレイブウォリアーズ	○	663	マスコット名でのページ	○	2,327	2,461	○	1	243
群馬クレインサンダーズ	×	1,494	公式との明記なし	×			×		
埼玉ブロンコス	×	66	公式との明記なし	○	30	646	×		
千葉ジェッツ	○	1,869		○	3,455	3,840	×		
東京サンレーヴス	○	1,014		○	1,153	1,938	×		
横浜ビー・コルセアーズ	○	973		○	7,557	7,327	×		
浜松・東三河フェニックス	○	748		×			×		
滋賀レイクスターズ	○	1,218		○	21	2,992	×		
京都ハンナリーズ	×	470	公式との明記なし	○	60	2,912	×		
大阪エヴェッサ	○	1,270		○	48	3,406	×		
島根スサノオマジック	○	1,044		○	2	2,824	×		
高松ファイブアローズ	○	1,545		×			×		
ライジング福岡	○	1,925		○	3,416	3,460	×		
大分ヒートデビルズ	○	1,057		○	23	738	×		
宮崎シャイニングサンズ	×	298	公式との明記なし	○	24	2,041	×		
琉球ゴールデンキングス	○	4,806		×			×		

2012年12月現在

各チームのアカウントを調査し作成

コミュニケーションの事例から Jリーグ観戦者のファン・コミュニティ

- SNSなどソーシャルメディアで交流する仲間 → ヴァーチャルなコミュニティ(20.3%)
- スタジアムで集う仲間 → リアルなコミュニティ(56.9%)



調査時期: 2012年4月30日～10月7日

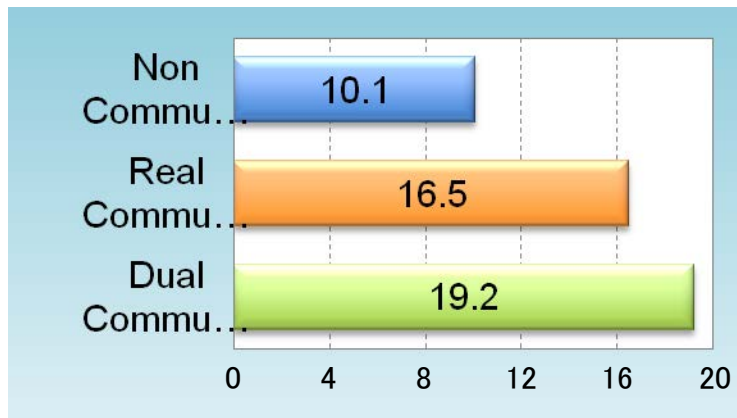
調査対象: スタジアム観戦者、11歳以上男女個人

調査方法: スタジアム内における集合配布法を用いた質問紙調査法

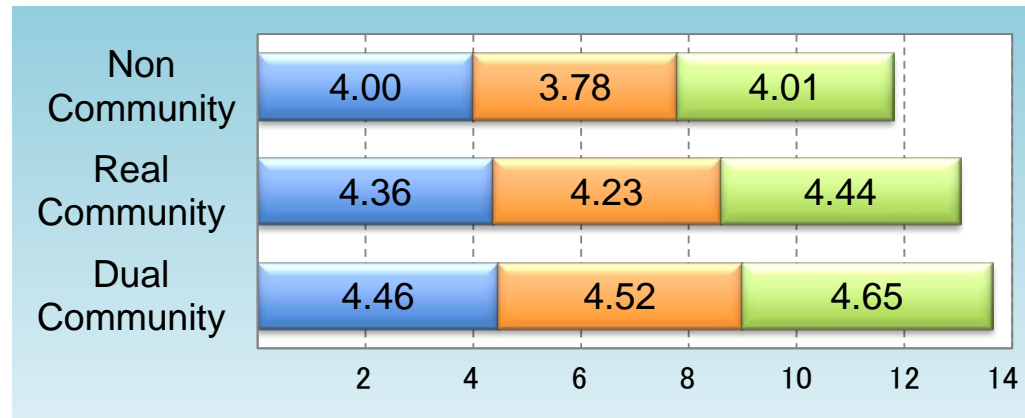
調査規模: 16,645 (J1:7,464、J2:9,181)

調査主体: 日本プロサッカーリーグ・筑波大学

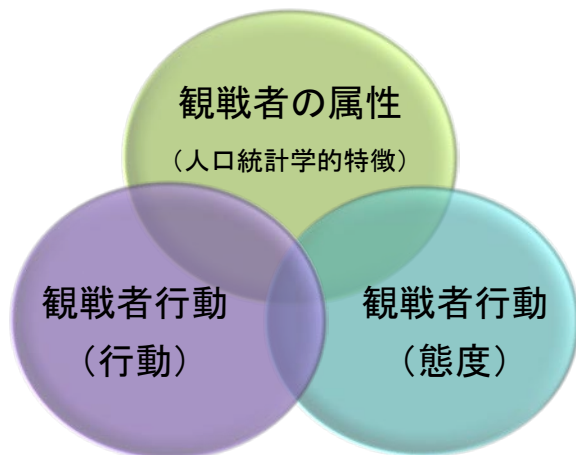
ファン・コミュニティと観戦頻度(年間)



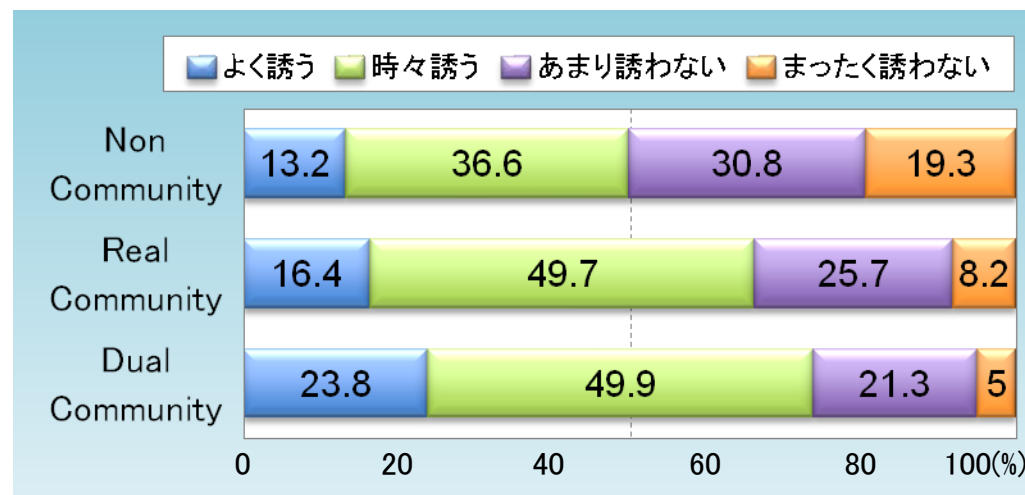
ファン・コミュニティとチーム・アイデンティフィケーション



所属するコミュニティと観戦行動



ファン・コミュニティと勧誘行動



メディアとスポーツ 「目指すべき未来」に

◆ 「スポーツの普及」と情報・メディア・コミュニケーション

愛好者支援(垂直的)、愛好者コミュニケーション(水平的)
スポーツの多様化における協働と独自性(シナジー効果と固有の文化)
スポーツへのリテラシー、メディアへのリテラシー

◆ 「競技力の向上」と情報・メディア・コミュニケーション

競技力: 科学と現場のコミュニケーション
ビッグデータへの対応と活用、即時的メディアの活用
社会的理解・支援: メディアへのイニシアティブ／スポーツによるメディアの活用

◆ 「多極化・多様化するスポーツ」への対応

多様化するスポーツを統合するメディア／「頂点手段論」とメディア対応
愛好者のコミュニティ(水平的コミュニケーション)への期待
スポーツの公共性・公益性への配慮→私益と公益をつなぐものに
→スポーツの「自立」と「社会的支援」の根拠に