

大学スポーツ観戦者増加策

尚美学園大学 江頭ゼミ

○本多康一 猪又邑太

大塚直穂 駒井勇介

1. はじめに

現在、大学スポーツの人气が低下し、観戦者も減少している。そこで、私たちは人気のある学生スポーツと大学スポーツとを比較し、人気の理由を探り、大学スポーツの観戦者増加策を考えた。

2. 大学スポーツの現状

かつて大学スポーツは多くの観客がおしかけていた。特に、東京六大学野球では1試合3、4万人の観客動員数を記録していた。しかし、現在では東京六大学野球においても外野席まで埋まることは早慶戦くらいになっている。運営側も対策としてチケットの値下げを行っている。

3. 比較

これらの現状から人気のある学生スポーツ（特に、高校サッカー、高校野球、高校バレー、箱根駅伝）、それぞれ人気の理由をあげ、5つのポイントに注目し、観戦者の少ない大学スポーツと比較した。

3.1 都道府県対抗

高校野球は夏の甲子園、高校サッカーでは冬の選手権大会、高校バレーでは春高バレーなど高校のどの種目でも各県で予選を行いその優勝校が全国大会に出場し、決勝トーナメントは県対抗という形式になる。

しかし、大学スポーツの大会では都道府県対抗の形式はとられていない。

3.2 HERO の存在

高校のスポーツでは、どの大会でも新しい記録を残したり、過去の記録を更新したりする選手があらわれ、大会をさらに盛り上げている。例えば、高校野球は2012年の甲子園大会で多くの三振を奪った選手が注目されていた。大学スポーツの箱根駅伝では区間新記録などの記録を更新する選手がHEROとなり観客を沸かせている。HEROになる選手の多くは大会中に記録を作り注目を浴びるがその選手の影響で大会が盛り上がることは間違いないだろう。

一方、人気のない大学スポーツは現役中にHEROが誕生しにくい。大学卒業後にプロに入

団する人がいるのだからそういった人たちはHEROの素質があると言えるだろう。しかし、そういった選手はプロに入団が決まってから注目されるため、大学で選手をしているときに世間から注目されることが少ない。現役中の活躍に注目されることが少なく、HEROと言える存在になっていない。

3.3 青春

大会までの過酷な道のり、試合後土を持ち帰るなど、感動話や友情話などがある。大学スポーツの箱根駅伝では、繰り上げスタートというルールでタスキリレーができるか、上位10位以内にはいることができればシードになれるシード権争いなど優勝以外にも青春と呼べる瞬間が存在する。

人気のない大学スポーツにも同じように青春はあるだろう。しかし、それは見ている人にはなかなか伝わらない。

3.4 メディア

例えばテレビは、試合を放送し実況解説付きで誰でも試合をわかりやすく見ることができる。また、テレビでは試合意外のことを多く取り上げている。それは3つ目にあげた青春ということである。試合までの地区予選や練習についてのことや、試合後監督の激励の言葉がテレビで放映され、その大会にかけた想いが伝わってくる。ラジオでも実況中継行っていたり、新聞でも1面を飾るほどメディアでは取り上げられる。

人気のない大学スポーツはスポーツ番組でも取り上げられることが少ない。そのために青春性も伝わってこないとも言えるだろう。メディアが伝えることが少ないため、認知度も低いとも言える。

3.5 観戦がしやすい

高校の大会は決まった場所で連日試合が行われている。大学スポーツの箱根駅伝は、走る場所が長く観光地であるため集まりやすく、沿道で観戦することができる。

大学のスポーツは会場が大学内で行っていたり、会場がどこだかわかりづらい。大学内だと一般の人は見に行きづらいとも考えられる。

以上5項目全てを満たしていることが、観戦者増加の増加ではない。3項目以上満たすことが（アメリカの事例より）目安であると考えた。

4. 対策

前項で述べた観戦者増加策を人気のない大学スポーツにどのように反映させていくかをまた一つずつ考察してみる。

4.1 都道府県対抗

大学はキャンパスがいくつも点在し、都道府県が定まっていない大学が多く存在する。そのため、都道府県対抗は難しい。

4.2 HERO の存在

メディアを利用して伝えていくことである。どのようにメディアを利用するかというと、HERO となりうる選手をテレビで取り扱ってもらおうことである。CM やスポーツ番組に出演してもらい知名度をあげることでその選手目当ての人もスポーツに興味を持ってもらうことができる考えた。テレビ出演にあたっては、JOC の仕組みを参考に、大学スポーツという協会を介して出演をしてもらうことで、スムーズにテレビに出演することが可能になると考えた。

4.3 青春

青春を表現する方法は箱根駅伝を参考に考えた。箱根駅伝のシード権争いのように、優勝争い以外の見所を作ることである。これによって、見ている側も飽きずに毎年見られると考えた。

4.4 メディア

媒体は、テレビ以外にも、新聞や web ニュースを使って人気を広めていく。校内 web ニュースだけではなくそれをさらにまとめる編集部をつくり全国版にする。こうすることによって、運営上のスケールメリットを発掘できると考えた。

4.5 観戦のしやすさ

チケットの二次活用や入場時の特典をつけることで行って観戦するだけではなく他の特典をつけることで直接見に行こうという人が増えると考えた。例えば地元の商店街と協力し、試合チケットの半券を見せると割引特典があったり、入場時に割引券を配布したりするということである。

5. 提案

5つのポイントを元に大学スポーツが人気になるための対策案を考えた。それらをまとめて反映させる方法がある。それは【カレッジリーグ構成案】である。では、カレッジリーグはどう構成するのか。

まずリーグをJリーグのように2部構成にする。2部構成にすることで上位リーグと下位リーグをつくり優勝争い以外にも入れ替え争いが行われそこにも注目が集まる。

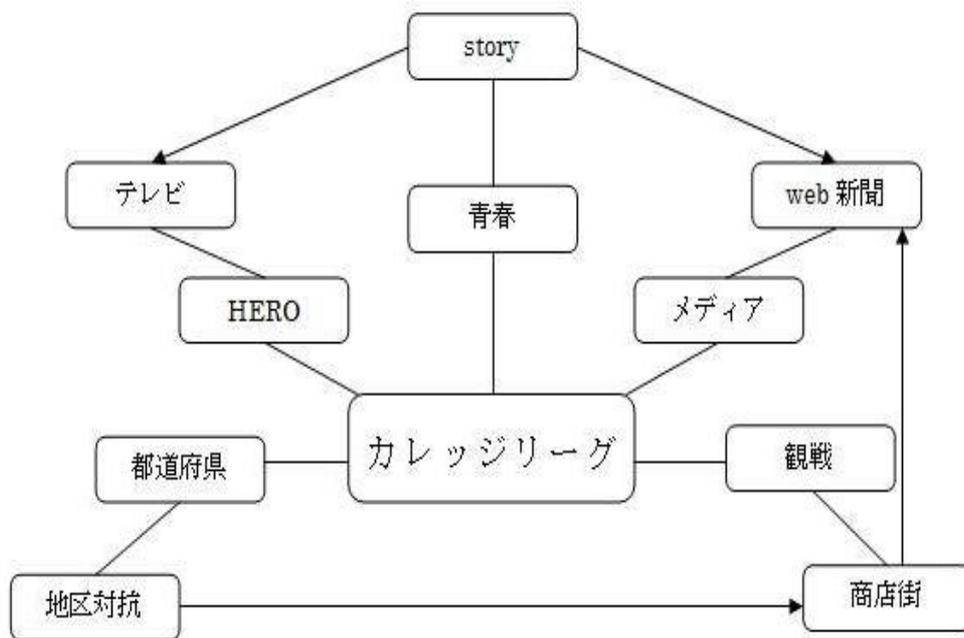


図 1

カレッジリーグにすることで図 1 のような関係がなりたち、対策を満たすことができると考える。

6. まとめ

大学スポーツと高校スポーツを比較することで人気の要因を知ることができた。それらの要因を利用して私たちはこのカレッジリーグ構成案を提言する。

<参考文献>朝日新聞 聞蔵 IT ビジュアル

以上