

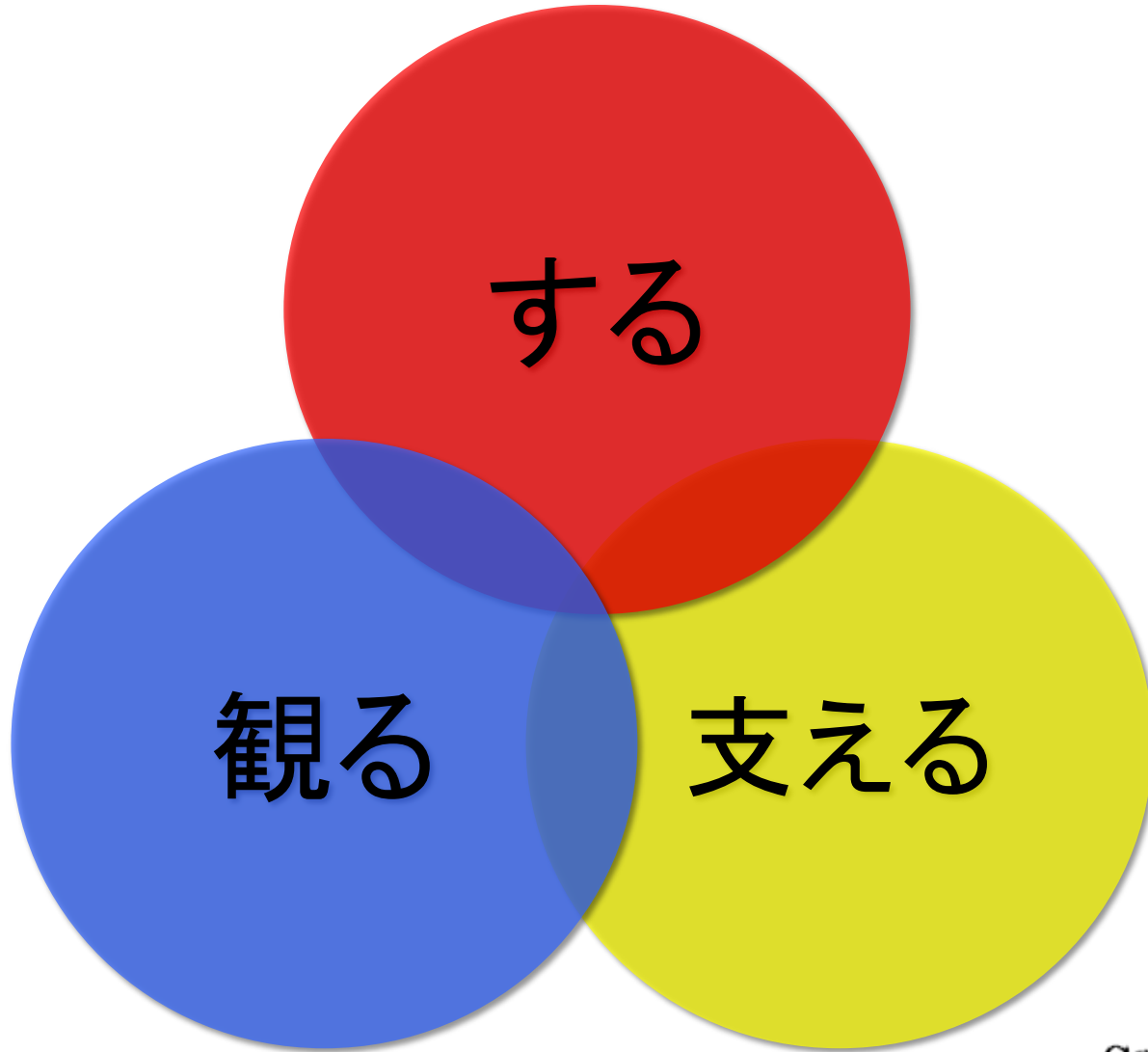
神奈川県から発信する
新たなスポーツ振興モデルの提案
— スポーツ観戦者数の増加を目指して —

東海大学 大津ゼミ

<目次>

1. スポーツの現状
2. 問題提起
3. 取り組みの対象
4. 提言
5. 結論

スポーツの現状(関わり方)



スポーツ観戦に対しての調査

「県民の体力・スポーツに関する調査」(2011年1月神奈川県立体育センター)

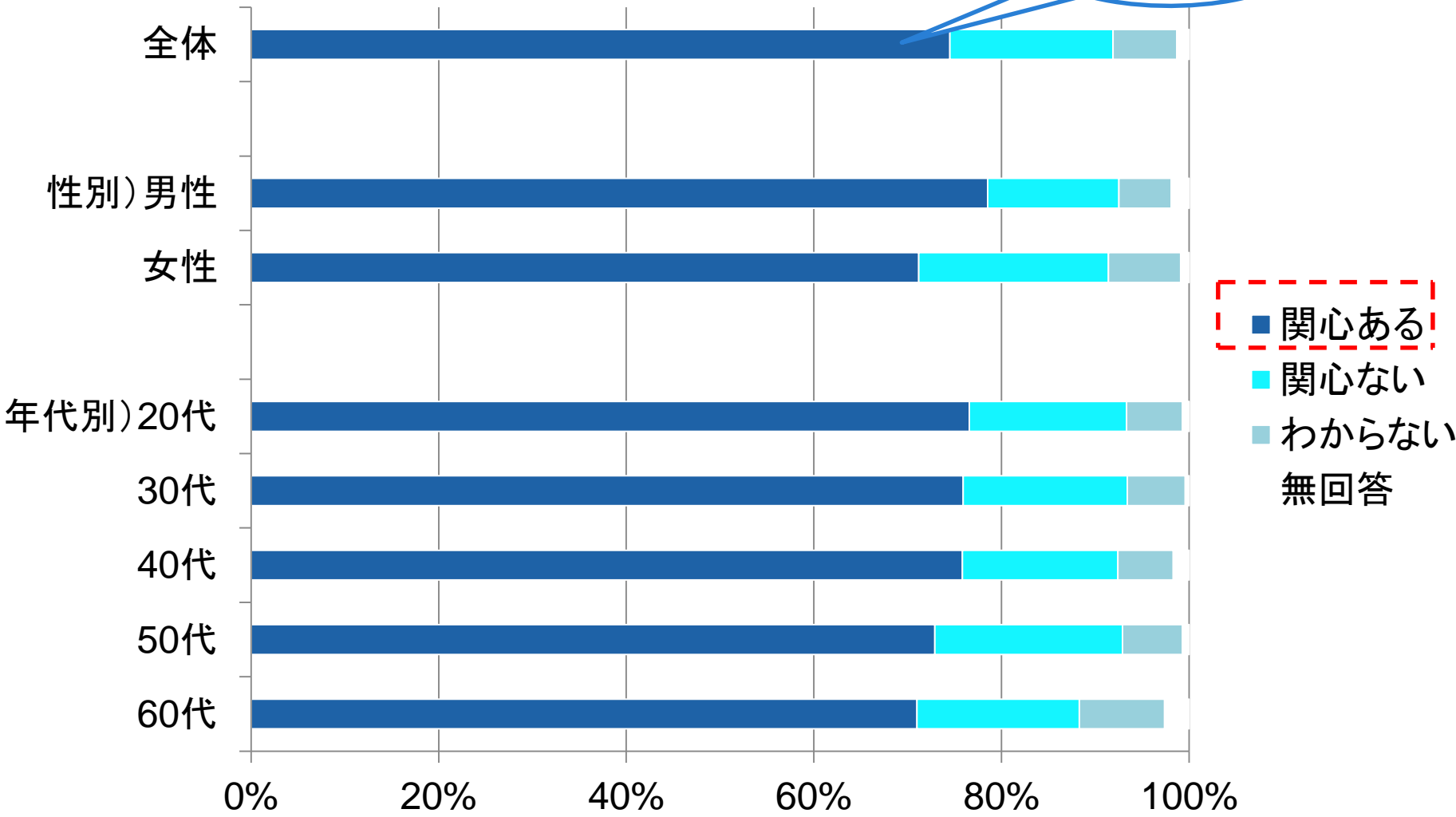
地域 : 神奈川県全域(8地区)

対象者 : 平成22年4月1日現在で満20歳以上の男女個人

調査方法: アンケート調査票を用いた往復郵送調査法

スポーツ観戦への関心度(性別・年齢別)

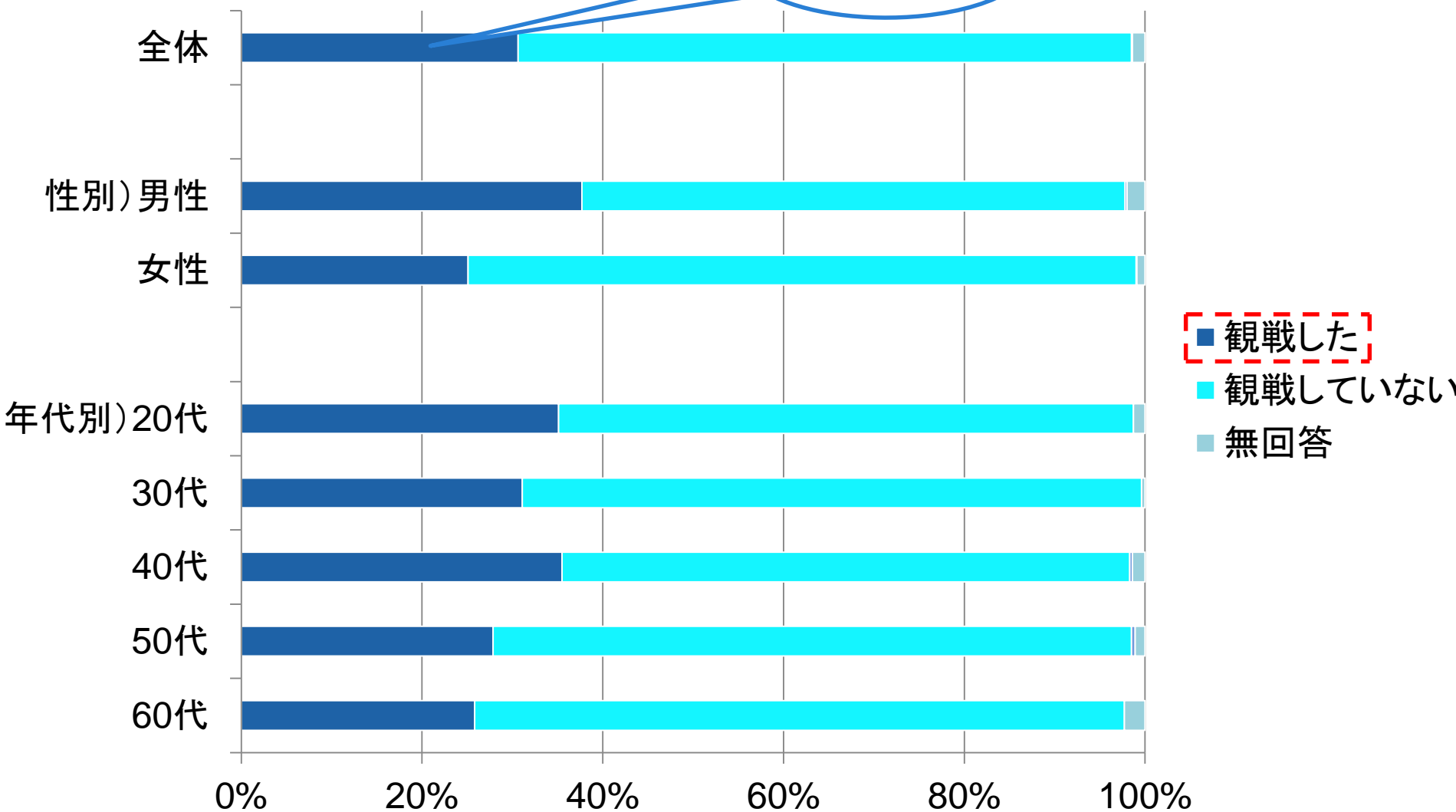
74.5%



- 関心ある
- 関心ない
- わからない
無回答

スポーツ観戦経験(性別・年齢別)

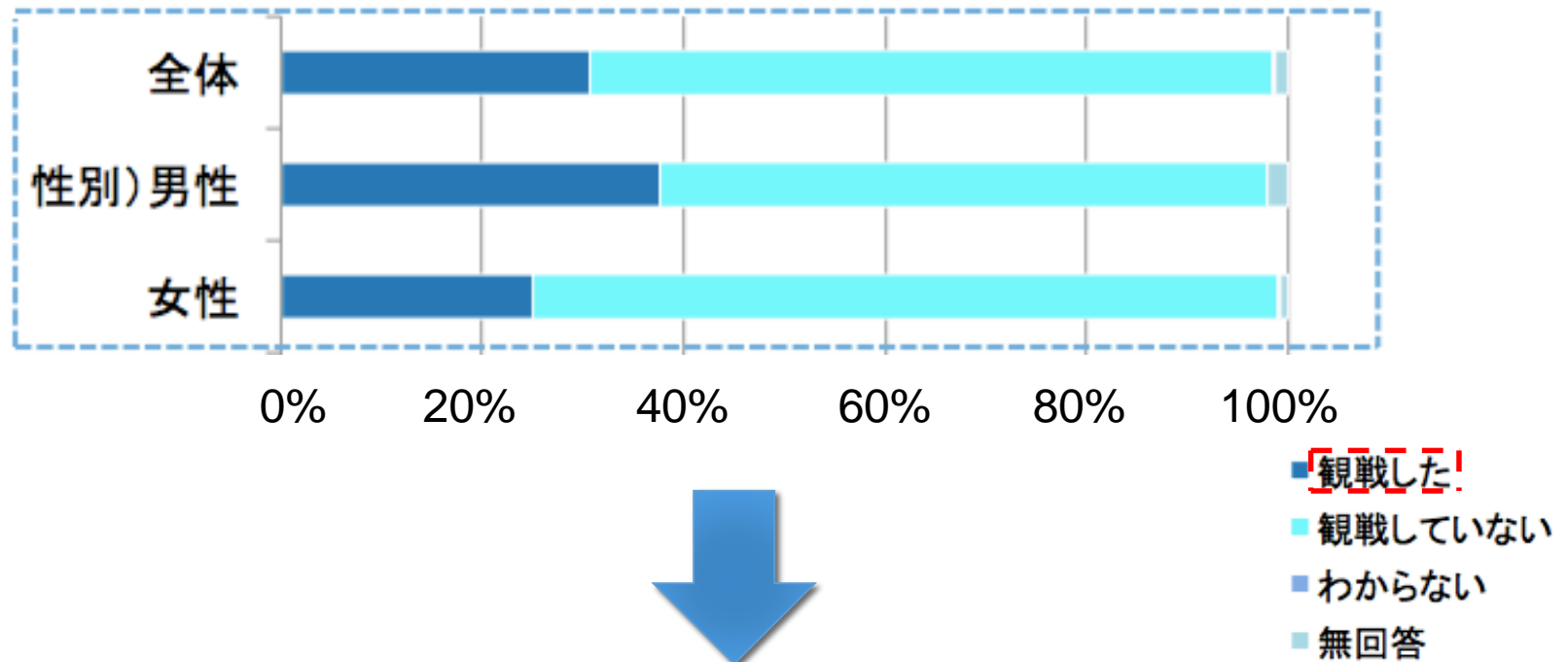
30.6%



- 観戦した
- 観戦していない
- 無回答

問題提起 : スポーツ観戦者率の低迷 (データ元:神奈川県立体育センター)

調査結果(1年間にスポーツ観戦をしたか)



スポーツ観戦者数増加につながる企画考案

取り組みの対象

どの年代を対象とすれば

より効果的な観戦者数の増加につながるのか

取り組みの対象

①全年齢層（日常的にスポーツ観戦をしない人）

- ・全年齢層のスポーツ観戦者数増加

②若年層

- ・若年層の観戦率の底上げ
→ 将来的な観戦者数につなげる

企画考案において

①

- 実施内容が目的につながるもの

②

- 長期的、定期的実施が可能なもの

③

- 実施する側、対象者双方にメリットがあるもの

提言

(全年齢層)

1 スポーツ観戦&バーベキュー

(若年層)

2 スポーツ観戦無料化「スポマジ」

3 学校行事としてのスポーツ観戦プログラム

全年齡層へのアプローチ

「スポーツ観戦 & バーベキュー」



実施例



コネチカット大学アメリカンフットボール本拠地 **スタジアム専用駐車場**



秩父宮ラグビー場



MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島

スポーツ観戦&バーベキュー

バーベキュー



年齢関係なく誰でも参加できるため
全年齢層に対象を当てることができる

スポーツ施設 = スポーツを観戦する空間



スポーツ施設 = スポーツ観戦 + レジャーを楽しむ空間

スポーツ観戦&バーベキュー

日頃スポーツ観戦しない人を対象に

● スポーツ施設を訪れてもらうきっかけを作る

＜バーベキュー実施内容＞



コネチカット大学アメリカンフットボール本拠地

場所：競技場専用駐車場

→ 競技場外

時間：試合開始5時間前

～試合開始30分前

器具・食材：貸し出し有、持ち込み可

スポーツ観戦 & バーベキュー「チケット同一化」

スポーツ観戦 & バーベキュー「チケット同一化」



- ・バーベキューの実施でスポーツ観戦も体験出来る
- ・スポーツ観戦までの時間をレジャーの時間として楽しめる

スポーツ観戦 & バーベキュー「チケット同一化」

スポーツ観戦 & バーベキューイベントの事例

マツダスタジアム
(びっくりテラス)

試合開始2時間前～試合終了時



秩父宮ラグビー場
(BBQシート)

試合開始1時間前～試合終了時



→ 共に競技場内で実施

スポーツ観戦 & バーベキュー「チケット同一化」

＜場外での実施を行う理由＞

● 他の観戦者や、選手に影響が少ない

● 長時間スポーツ施設に触れてもらえる

● より多くの人数での実施が可能

→競技場内での難点を克服できる強みがある

スポーツ観戦&バーベキュー「チケット同一化」

通常の観戦席とBBQ専用シートの差額(マツダスタジアム)

{通常観戦席(ライトスタンド)}

1人分 → 2,000円(税込)

{BBQ専用シート(ライトスタンド)}

1人分 → 4,000円(税込)



より広く自由な空間に作られた
テーブル席、バーベキューシートの
貸し切り利用による+2,000円



今後、競技場外を利用することで

スポーツ観戦 & バーベキュー「チケット同一化」

マツダスタジアム料金表

バーベキュー 専用シート 4,000円	+	バーベキュー代 3,000円	=	観戦シート + バーベキュー代 7,000円
---------------------------	---	-------------------	---	---------------------------------

バーベキュー競技場外利用

通常観戦シート 2,000円	+	バーベキュー 平均費用代 3,000円	=	スポーツ観戦 & バーベキュー チケット同一化 5,000円
-------------------	---	---------------------------	---	--------------------------------------

競技場外利用により、
通常の観戦シート料金に抑えられる → **-2,000円**

SNSを用いた広報活動



スポーツ観戦&バーベキュー

- SNS投稿用撮影ブースの設置

→ イベントの様子を配信



SNS利用者(特に10代、20代)の

イベントに対する関心度を高める



SNS投稿ブース
東海大学HOMEGAMEにて

スポーツ観戦&バーベキュー

利用者側のメリット

- ・2つのイベントをより安く、気軽に利用できる
- ・試合開始までの時間をスポーツ施設で楽しめる

スタジアム側のメリット

- ・新規客の獲得



観戦の継続が期待できる

提言

(全年齢層)

1 スポーツ観戦&バーベキュー

(若年層)

2 スポーツ観戦無料化「スポマジ」

3 学校行事としてのスポーツ観戦プログラム

若者へのアプローチ①

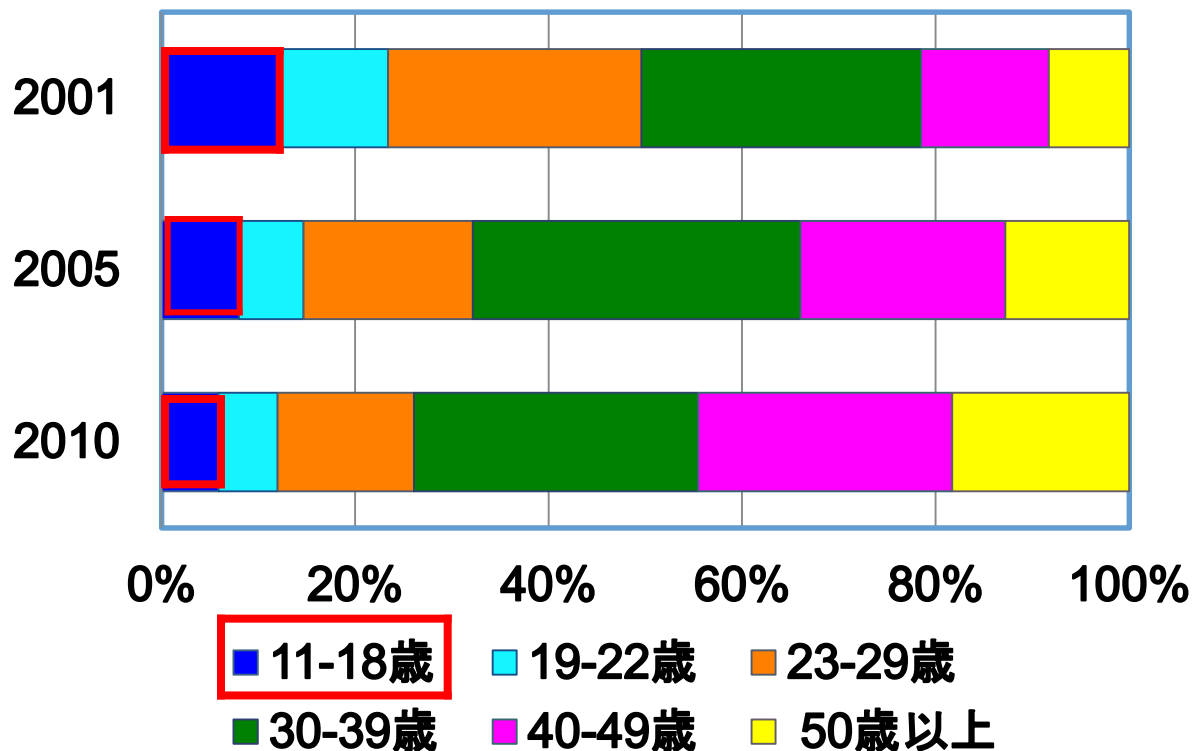
1年間観戦無料化

「スポマジ」



観戦無料化

<Jリーグ試合観戦者現状>



若年層の観戦者数が少ない

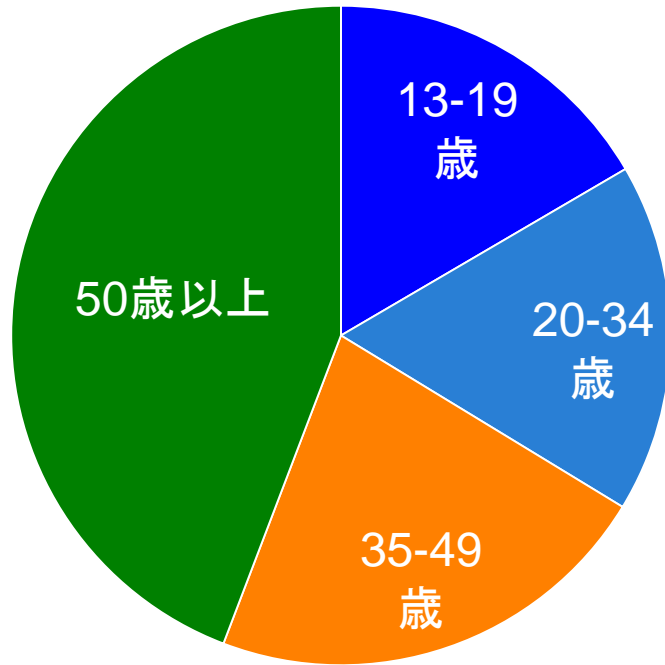
10年間で約19万人減少
(11-18歳)

年齢を重ねるたびに
観戦者数が増加

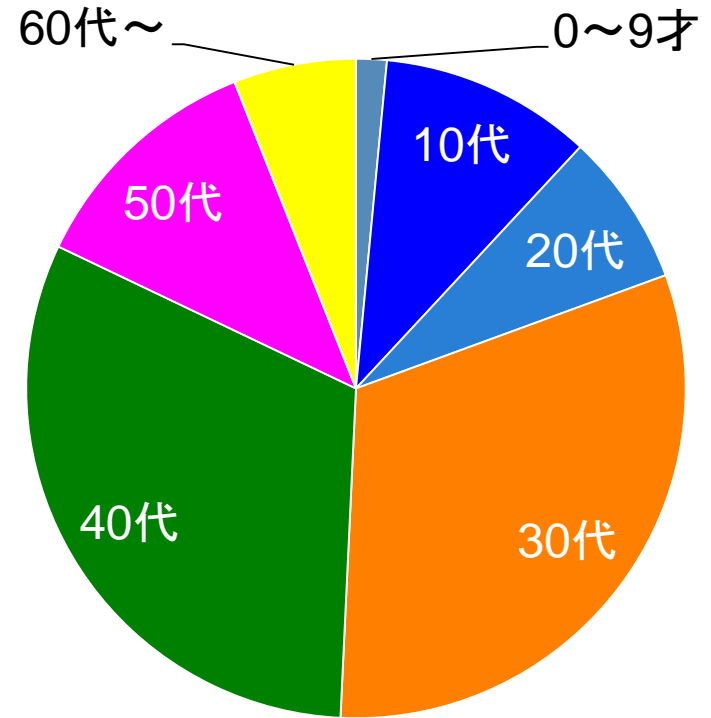
出典:観戦者調査2010/Jリーグ公式HP公表入場者数

観戦無料化

野球



バスケットボール



ビデオリサーチ社調査

Phoenixより

若者のファンが少ない状況

観戦無料化

- ・若年層のスポーツ観戦者数の減少
- ・年齢を重ねるごとにスポーツ観戦者数が増加



若年層のスポーツ観戦者が増加すれば
全年齢層の底上げ効果が見込める

<今後の取り組み>

「スポマジ企画」

1年間限定で若年層を対象に
スポーツの試合へ無料招待

対象:11歳～18歳

種目:サッカー、野球、バスケットボール



人気スポーツを対象に実施することで
将来の全種目への実施拡大につなげる

観戦無料化

観戦無料化によって...

● 気軽に同年齢の友人とスポーツ観戦

● 継続的なスポーツ観戦

<疑問点>

経済的には？

成功例は？

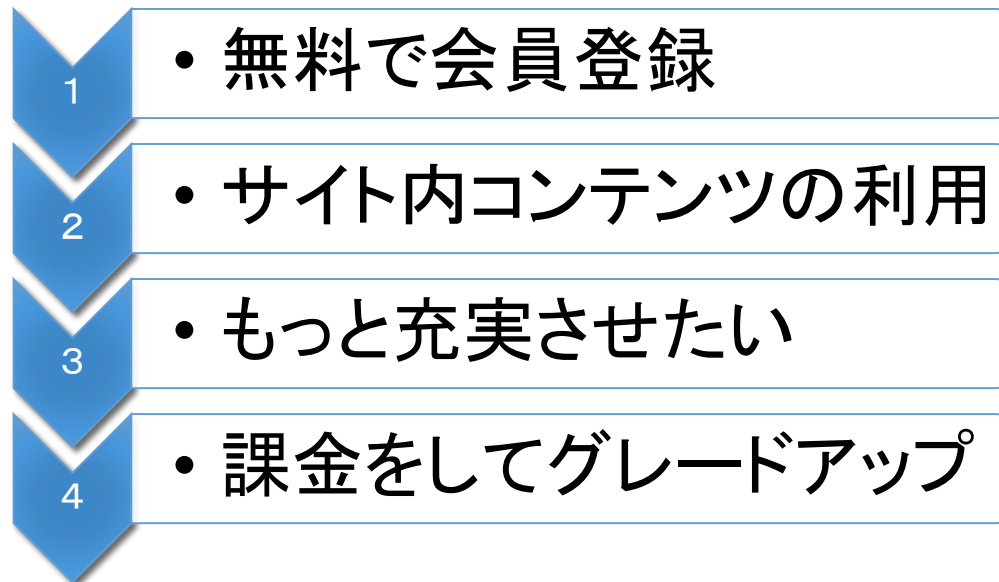
<経済面への配慮>

- ①来場者数の少ない若年層を対象にしているため
損失が少ない
- ②スタジアム(大型施設)は
動員数に関わらず固定コストがかかる
- ③フリーミアムを用いたビジネスシステム

<フリーミアムとは>

- ・インターネットコンテンツ等で利用されるビジネスモデルの一種
- ・会員登録は無料で、コンテンツを試してもらう
(楽しむための課金をするかは利用者次第)

例



<成功例>

雪マジ19

19歳を限定としてリフト代を無料化にし、
若年層の来場者増加を目指すプロジェクト
(2012年からスタート)

19歳は
リフト代が **無料!**



10代最後の魔法がかかる。

雪マジ19
SNOW MAGIC

19歳に
雪の魔法を
かけるマジック

× ClubGet's
コラボ企画バスツアー

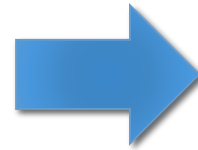
19歳
だけ! 何回乗っても
リフト無料!!

観戦無料化

<新規需要創出>

2012 – 2013

19歳層の新規需要創出



約12.6万人

これは元来の19歳市場に対して約10%の
新規需要創出にあたる

10代最後の魔法がかかる。

雪マジ!19
SNOW MAGIC

19歳に
雪の魔法を
かけるまじよ?

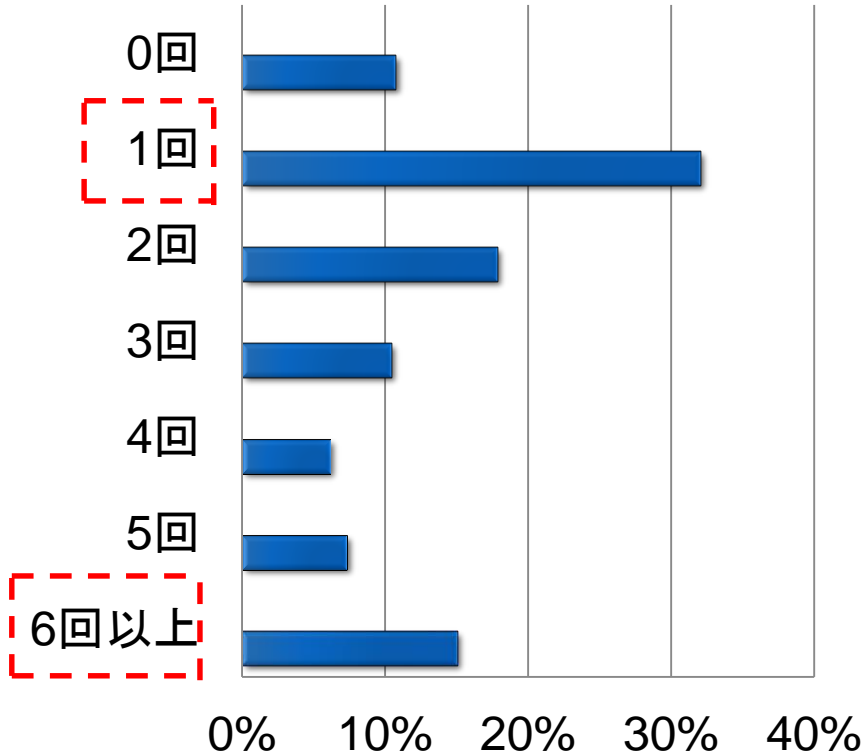
X ClubGet's
コラボ企画バスツアー

19歳
だけ! 何回乗っても
リフト無料!!

観戦無料化

・利用回数

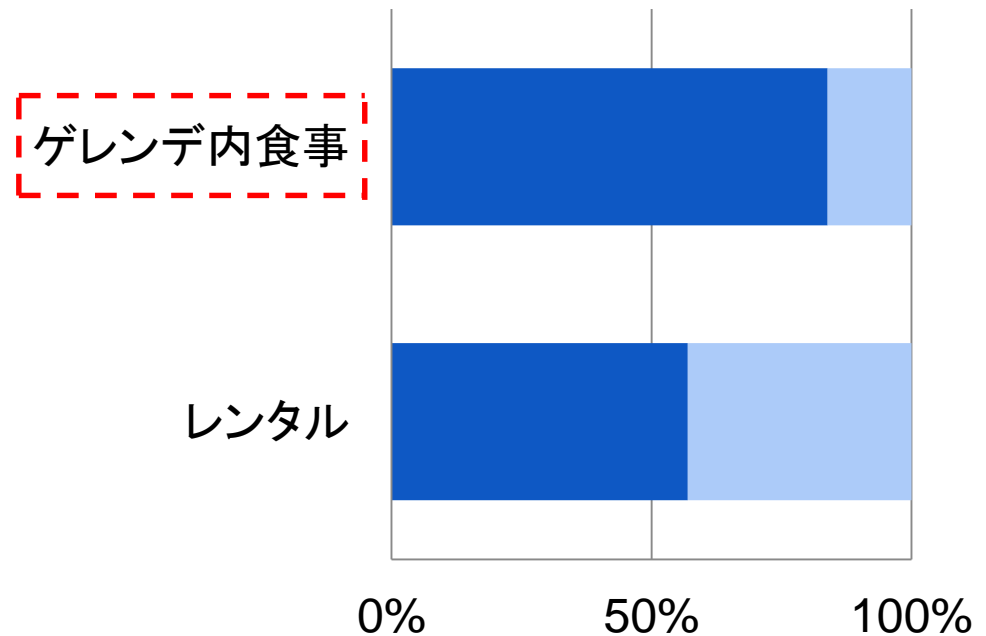
雪マジ!19会員対象調査



・付帯利用情報

雪マジ!19会員対象調査

■ した □ しなかった



<メリット>

様々なスポーツ種目を無料で観戦できることによって
気軽にお互いの 興味を共有できる

今まで触れることのなかったスポーツへの
理解が深まる

提言

(全年齢層)

1 スポーツ観戦&バーベキュー

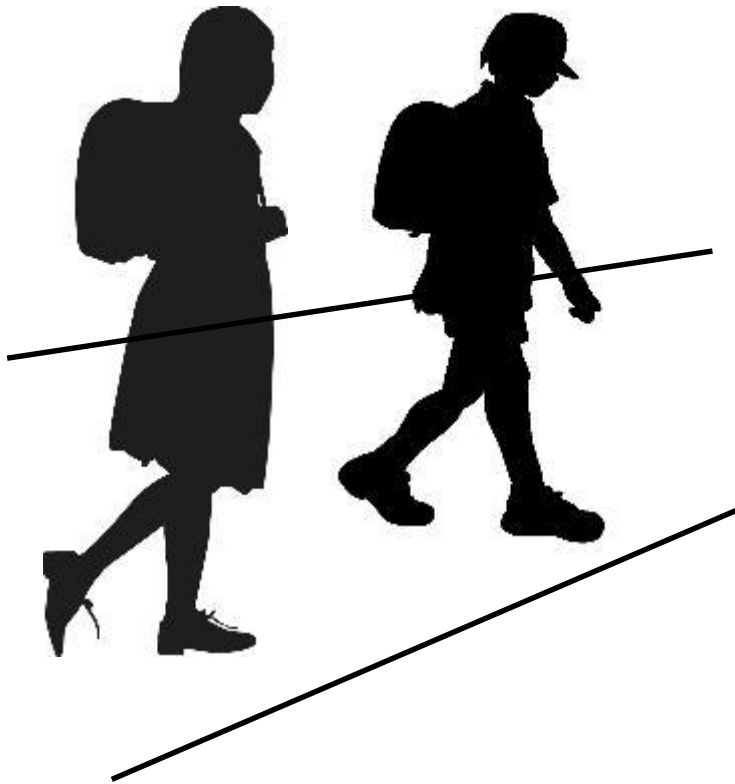
(若年層)

2 スポーツ観戦無料化「スポマジ」

3 学校行事としてのスポーツ観戦プログラム

若年層へのアプローチ②

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム



学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

体育・保健 = 運動・スポーツによる教育プログラム



体育・保健 + スポーツ観戦

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

過去の例：1998年 長野オリンピック

「一校一国運動」

- ・参加国の歴史や文化の交流
- ・選手村入村式への参加
- ・オリンピック読本の配布
- ・試合への応援



学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

<1998年 長野オリンピック「一校一国運動」>

- ・会場の臨場感、オリンピック独特の雰囲気
 - ・国際理解、国際交流
 - ・オリンピックの歴史



スポーツへの関心をより一層高めた

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

地域スポーツチーム(プロ・アマチュア問わず)の 試合を学校行事として観戦する



学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

スポーツ施設やスポーツ観戦を **体験してもらおう**

地域スポーツチームを身近に感じ、**応援する**
ということを体験してもらおう

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

対象 : 小学生、中学生、高校生



観戦種目 : 毎回異なる種目

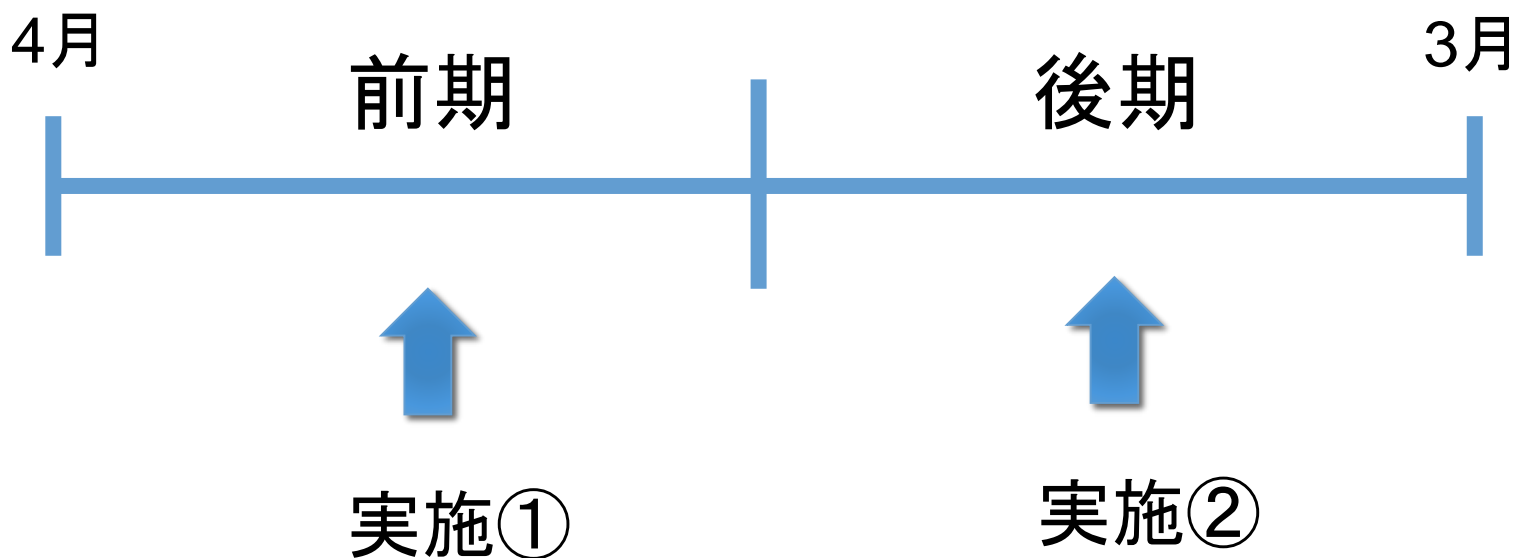
(野球 → サッカー → バスケット)

費用 : 教育費として各家庭から支払い

類似例 : 社会科見学(小学生)

芸術鑑賞(中学生、高校生)

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム



年間2回の実施

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

例：地域の大学・高校の部活動観戦プログラム（東海大学）

観戦者

- 東海大学付属相模高等学校

応援チーム

- 東海大学バスケットボール部
SEAGULLS

施設

- 東海大学湘南校舎

学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

例：地域の大学・高校の部活動観戦プログラム（東海大学）



学校行事におけるスポーツ観戦プログラム

<メリット>

学校、保護者側

- ・スポーツ観戦を通して、子ども達の間人形成につながる

子ども達側

- ・普段体感することのできないハイレベルなパフォーマンス、臨場感を味わえる

スタジアム側

- ・観客動員数の増加

若年層へのアプローチ (観戦無料化&学校行事としてのスポーツ観戦)

スポーツ観戦無料化「スポマジ」

&

学校行事としてのスポーツ観戦

若年層へのアプローチ(観戦無料化&学校行事としてのスポーツ観戦)

<結果>

● スポーツをより身近に感じてもらう

● スポーツを直接会場で観戦する魅力を感じてもらう



若年層の継続的なスポーツ観戦の推進

スポーツ観戦者数の増加

若年層へのアプローチ(観戦無料化&学校行事としてのスポーツ観戦)

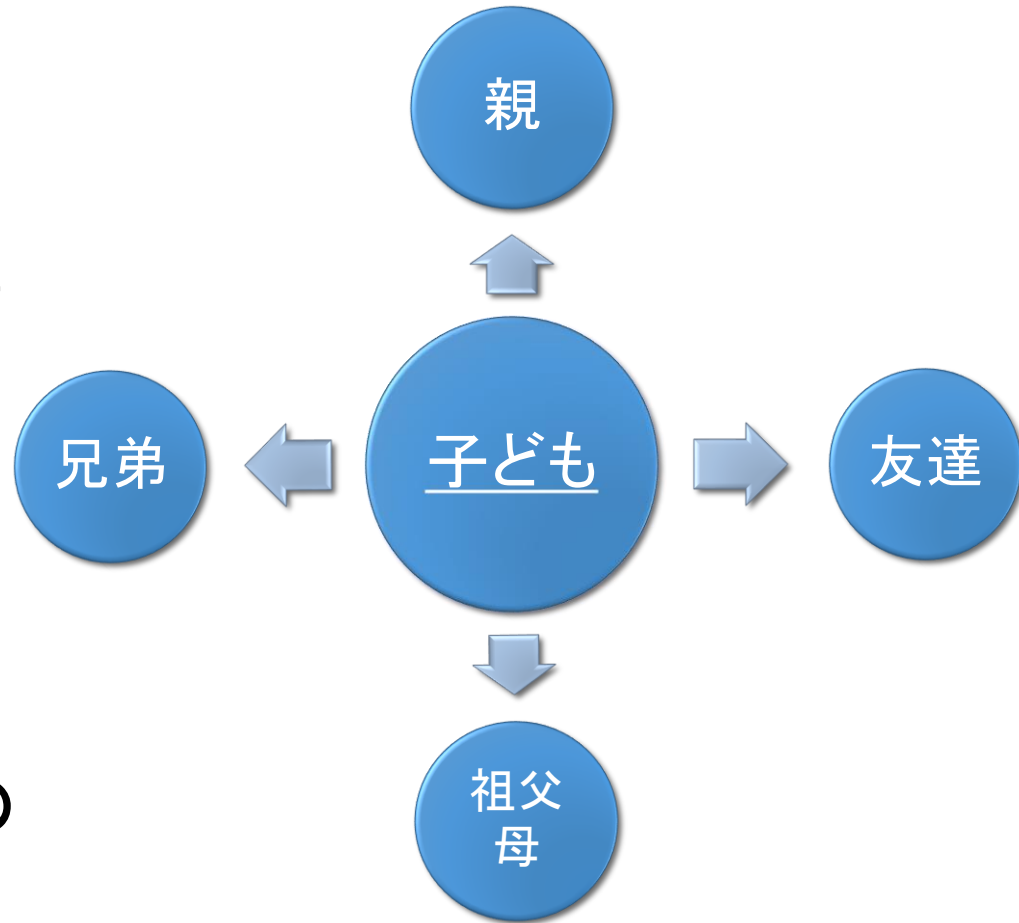
<結果>

子どもの来場によって

- ・同伴する親、祖父母の来場
- ・兄弟、友達の来場



全年齢層の観戦者数の
増加も見込める



最後に

スポーツ観戦を通して



結論

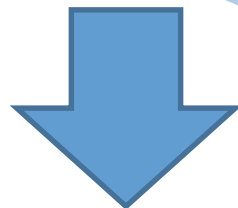
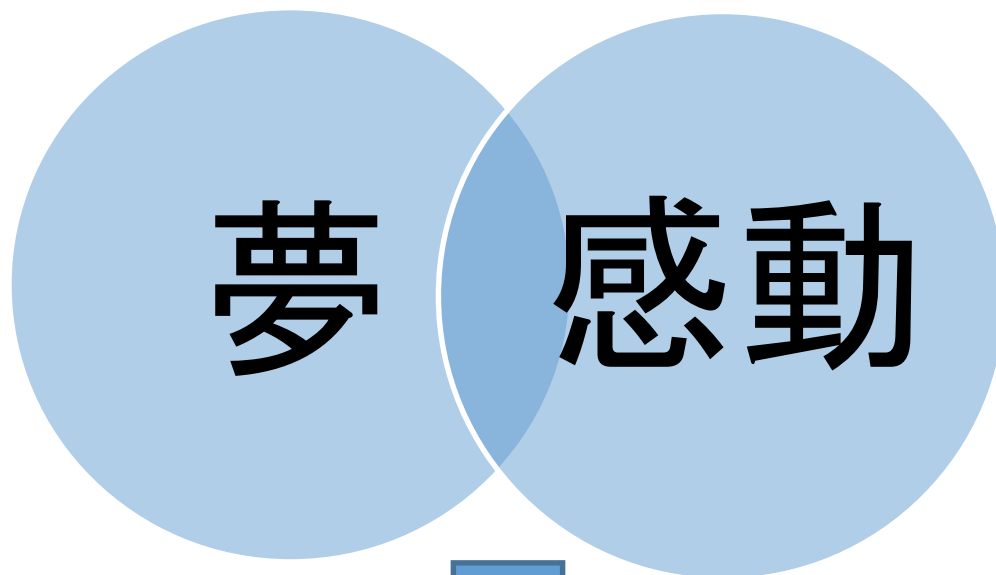
＜試合会場でのスポーツ観戦の醍醐味＞

会場全体を俯瞰して見られる

スタジアム独特の雰囲気

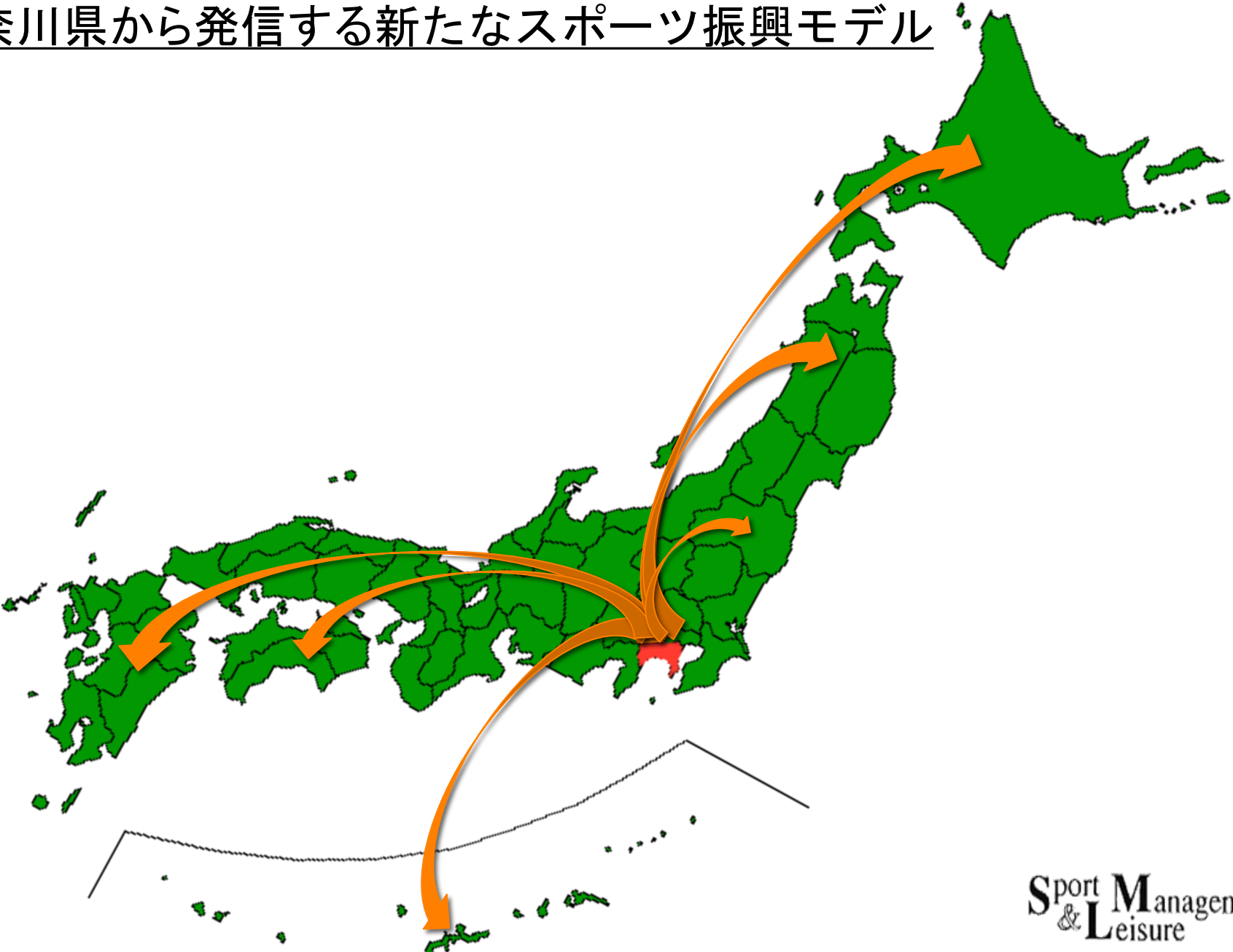
生の選手や監督の姿が見れる

結論



明るく豊かで活力のある社会の形成
に寄与させたい

神奈川県から発信する新たなスポーツ振興モデル



参考文献

- ・「2020年オリンピック東京大会に向けてのオリンピック教育の展望」
2014年 真田久
- ・Jリーグ公式HP 入場者数 2010年
<http://www.j-league.or.jp/aboutj/document/pdf/spectators-2010.pdf>
- ・Phoenix
<http://www.bj-phoenix.com/>
- ・コトバンク(フリーミアム)
<https://kotobank.jp/word/%E3%83%95%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%9F%E3%82%A2%E3%83%A0-188780>
- ・ジャパンラグビートップリーグ 2014年
<http://www.top-league.jp/news/news26601.html>
- ・日本バーベキュー連盟 オフィシャルWEBサイト お問い合わせページ
<http://jbbqa.com/>
- ・広島東洋カープ公式サイト 2012年
<http://www.carp.co.jp/ticket/zaseki/bbq.shtml>
<http://www.ebarafoods.com/campaign/bbq/report/2012/detail.php?CN=68942>
- ・ビデオリサーチ社
<http://www.videor.co.jp/data/ratedata/>
- ・雪マジ じゃらんリサーチセンター
http://www.recruit-lifestyle.co.jp/news/2013/04/15/20130416_yukimaji.pdf

ご清聴ありがとうございました。

神奈川県から発信する
新たなスポーツ振興モデルの提案
— スポーツ観戦者数の増加を目指して —

東海大学 大津ゼミ