

# SPORTERS

～SNSとスポーツの可能性～

大阪体育大学 富山ゼミA

深瀬改 林涼平 住友峻太郎  
大工原愛美 宮地杏奈

# 目次

1.緒言

2.現狀把握

3.問題分析

4.政策提言



# 緒言

- ・少子高齢化や情報化の進展
- ・地域社会の空洞化や人間関係
- ・コミュニケーション能力の低下
- ・労働時間の短縮化
- ・WEBのユーザー数の飛躍的増加

# 目次

1.緒言

2.現状把握

3.問題分析

4.政策提言

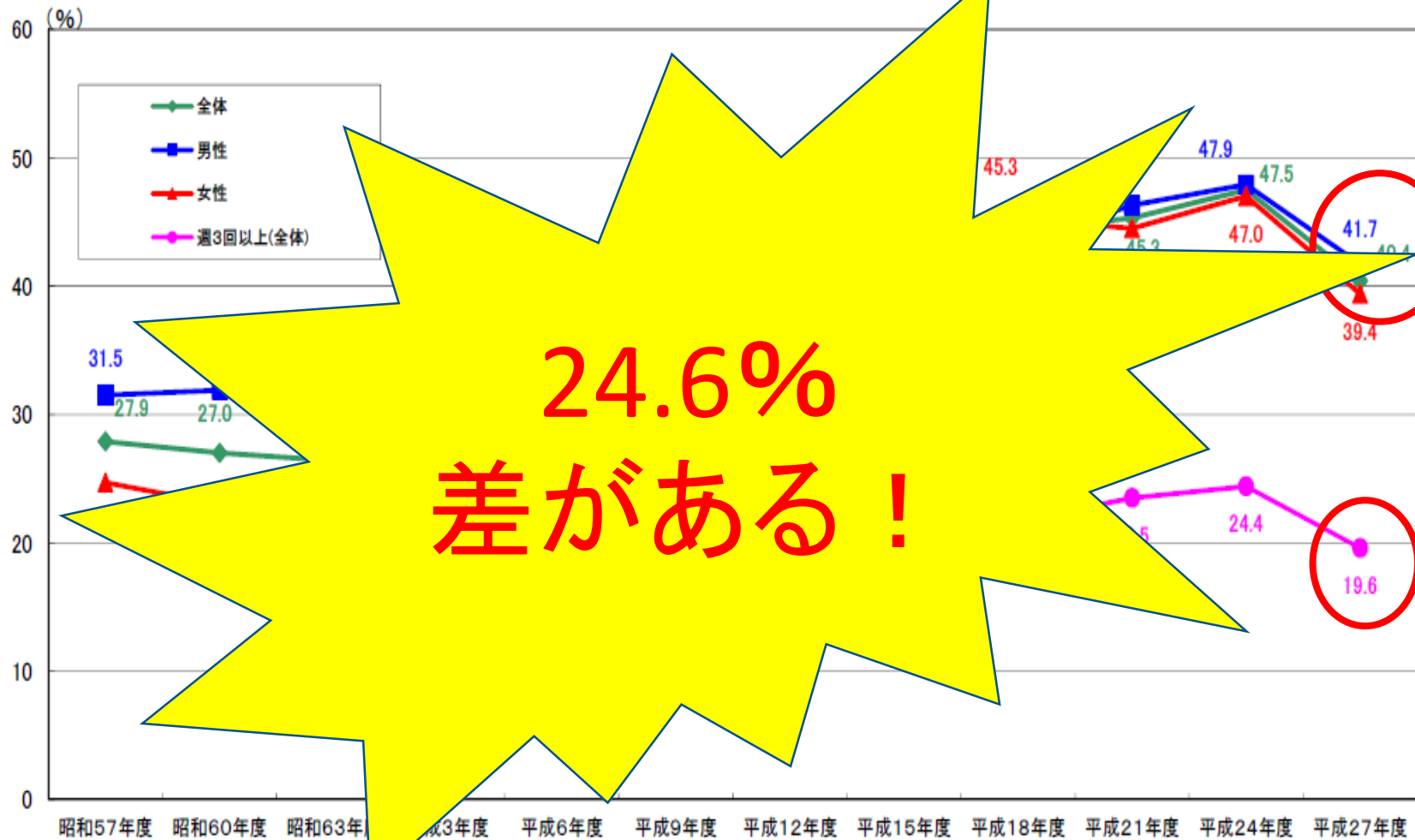


# スポーツ基本計画

(第2期スポーツ基本計画：平成29年度～平成33年度)

できる限り早期に、  
成人の週1回以上のスポーツ実施率が3人に2人(65%程度)、  
週3回以上のスポーツ実施率が3人に1人(30%程度)  
となることを目標とする

# 我が国のスポーツ実施率



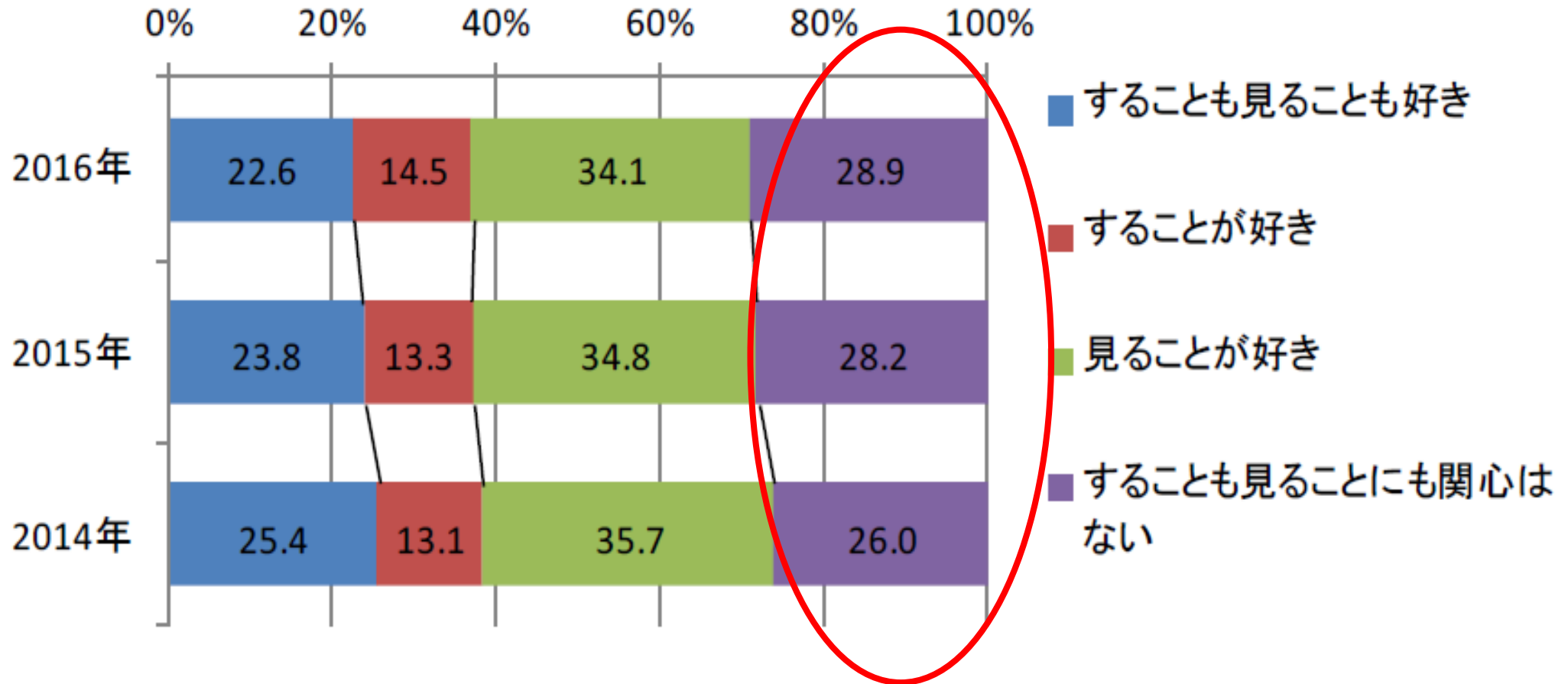
24.6%  
差がある！

週1回以上  
目標：65%  
現状：40.4%

週3回以上  
目標：30%  
現状：19.6%

(出典)「体カ・スポーツに関する世論調査(平成24年度まで)」  
及び「東京オリンピック・パラリンピックに関する世論調査(平成27年度)」に基づく文部科学省推計

## 「スポーツに関心を持っている人の割合」



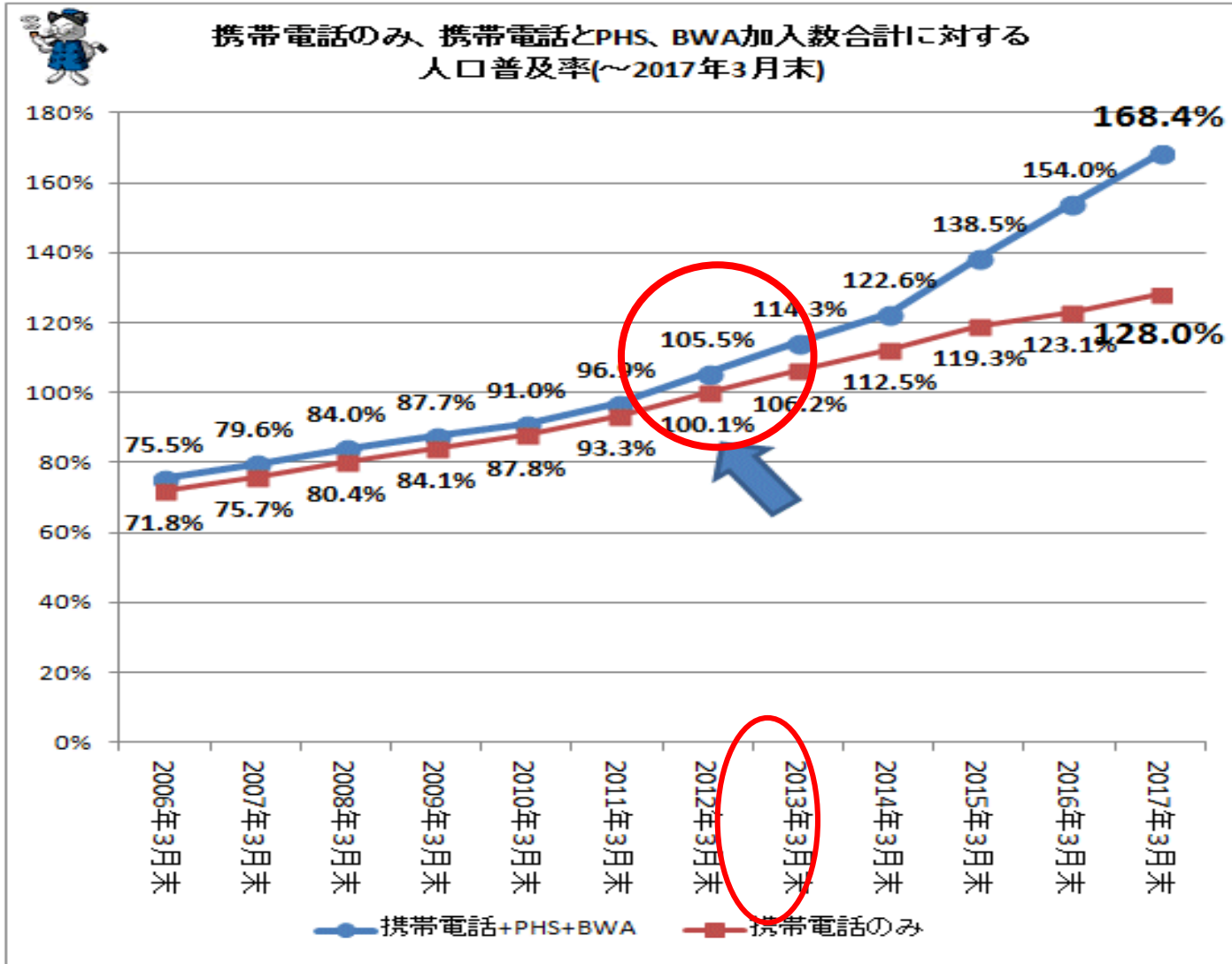
(出典) 【速報】2016年スポーツマーケティング基礎調査(株式会社マクロミル,2016)

1人でも多くの人に  
スポーツと関わってほしい





# 携帯電話普及率

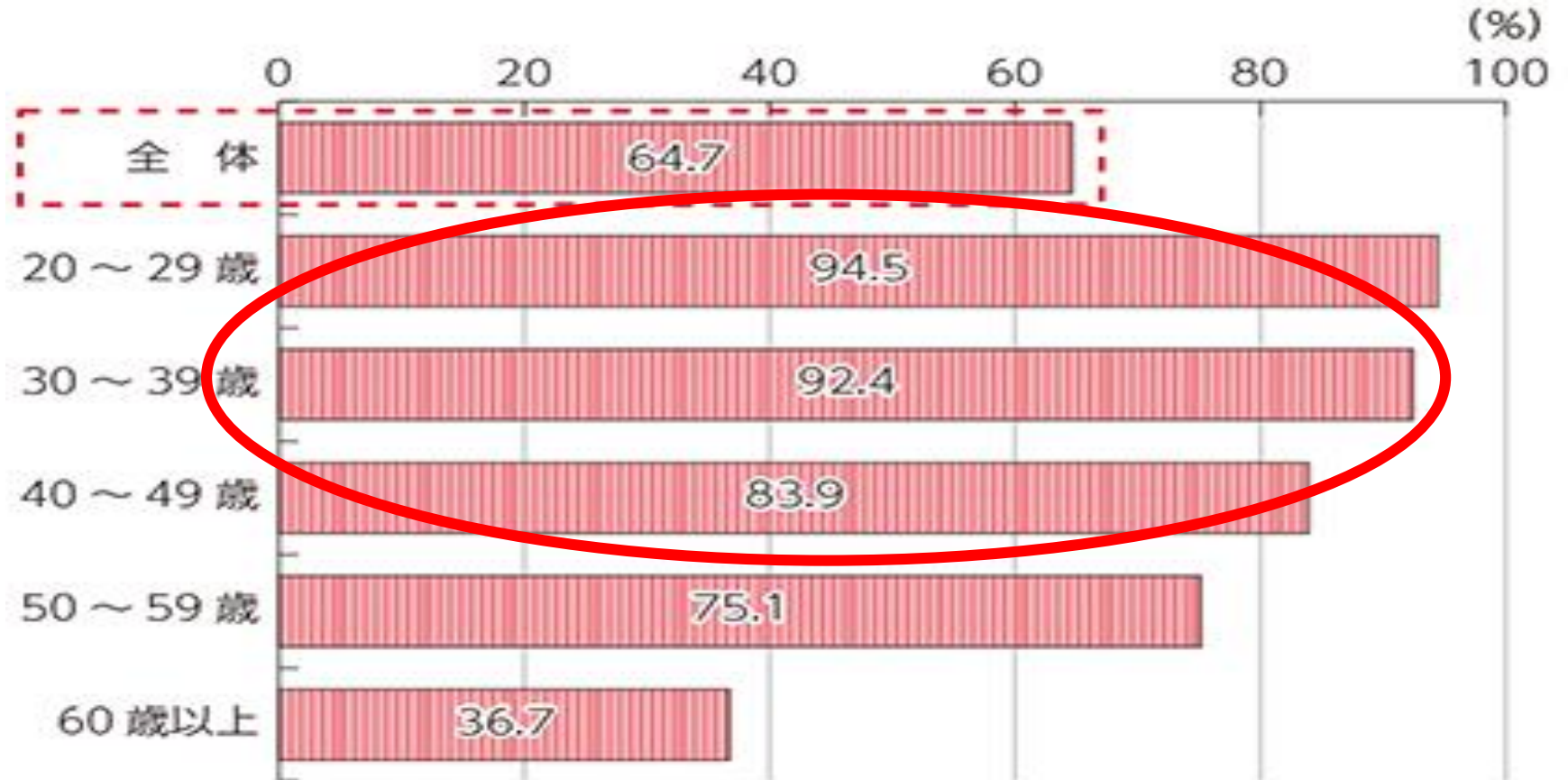


2013年に  
携帯電話普及率が  
100%を超えている

生活⇔携帯電話

密接な  
関係

## 「スマートフォンの保有状況」



※当該比率は、世帯全体におけるスマートフォンの保有割合を世帯主の年齢階層別に示したものである（無回答を除く）。

(出典)総務省 平成26年通信利用動向調査(世帯編)



スマートフォンユーザー

アプリダウンロード



# 目次

1.緒言

2.現状把握

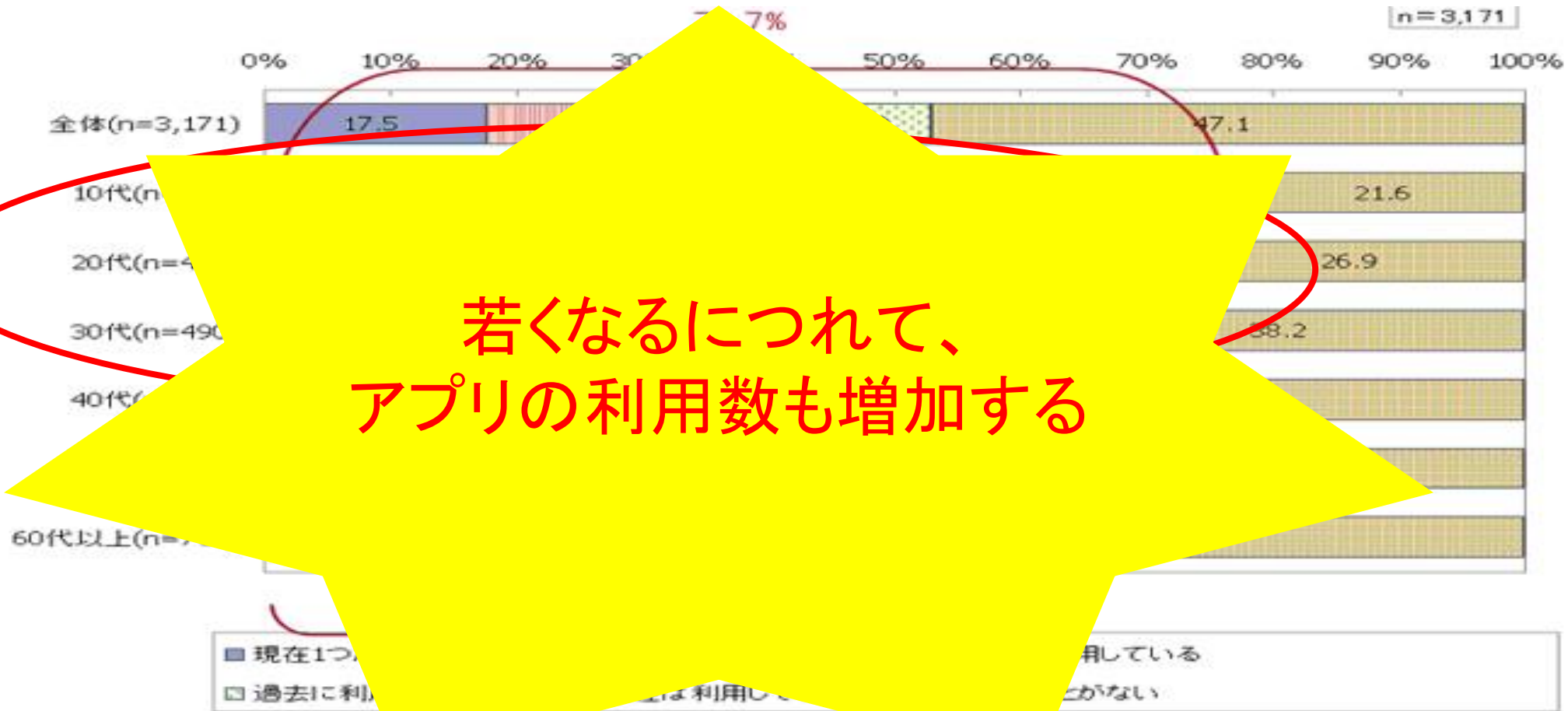
3.問題分析

4.政策提言

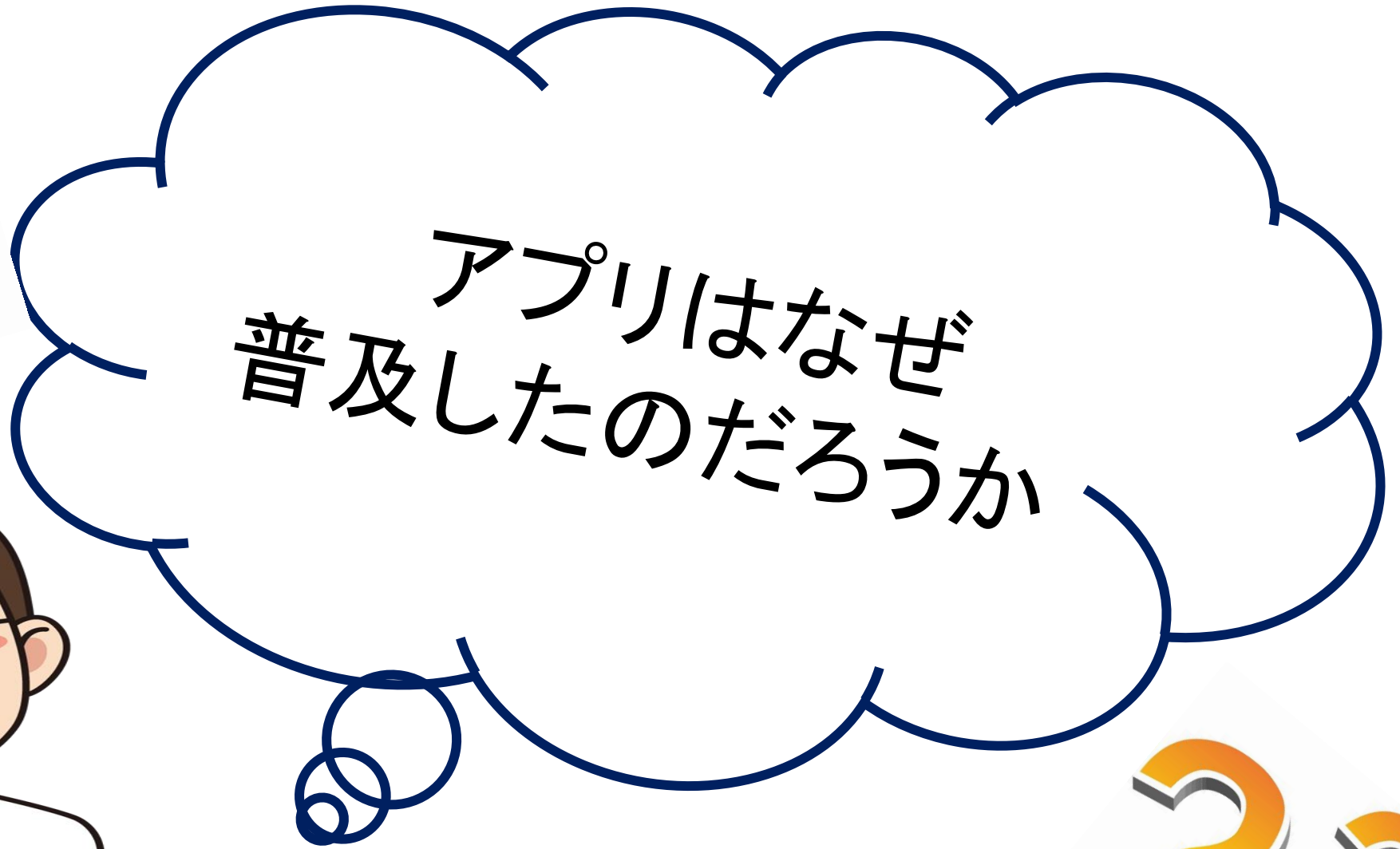


# (1) SNSアプリの利用数

「ソーシャルメディアの現在の利用数、利用経験(年代別)」



(出典)総務省「次世代ICT社会の実現がもたらす可能性に関する調査」(2011)



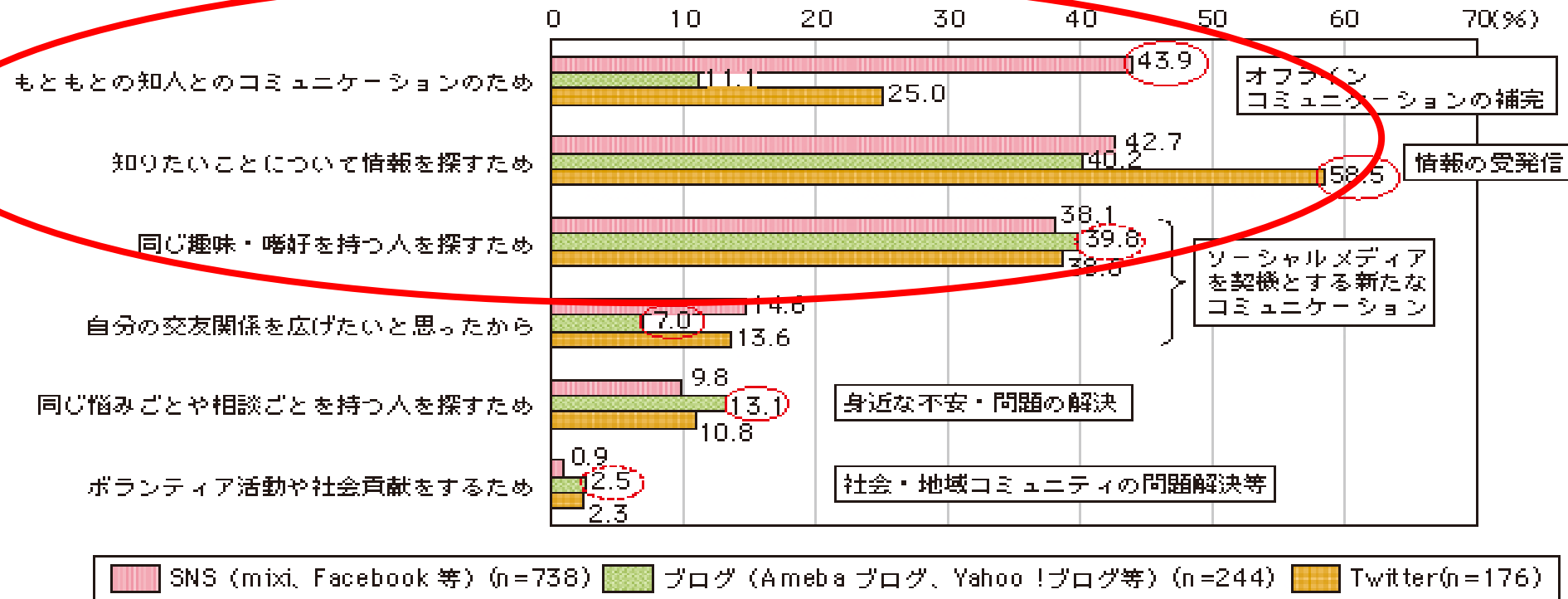
アプリはなぜ  
普及したのだろうか



## (2) SNSの利用目的

「ソーシャルメディアの利用目的(ソーシャルメディアの種類別)

様々なソーシャルメディアが目的に応じて使い分けられている



(出典)総務省「次世代ICT社会の実現がもたらす可能性に関する調査」(2011)

疎遠だった友達と  
関係が再構築で  
きた

情報の  
共有

情報の  
拡散

繋がりが  
増えた



誰かと手軽に繋がれる



# 目次

1.緒言

2.現状把握

3.問題分析

4.政策提言



SPORTERS



**F**an

**C**ommunity

ファンコミュニティとは？



ファン同士のよりよい関係を築き、  
ファンからスポーツチームを盛り上げていこう



# CtoC効果

## ファンからファンへ繋げていく



友達がスポーツが好きだから...  
会社の先輩と付き合いで...  
子供の観戦に連れられて...

# STADIUM NOW



試合中の写真を投稿することができる



# 割引サービス



アプリをダウンロードしているグループ(3~4人組)で対象店に行くと、フード・ドリンク・グッズの割引やサービスがもらえる

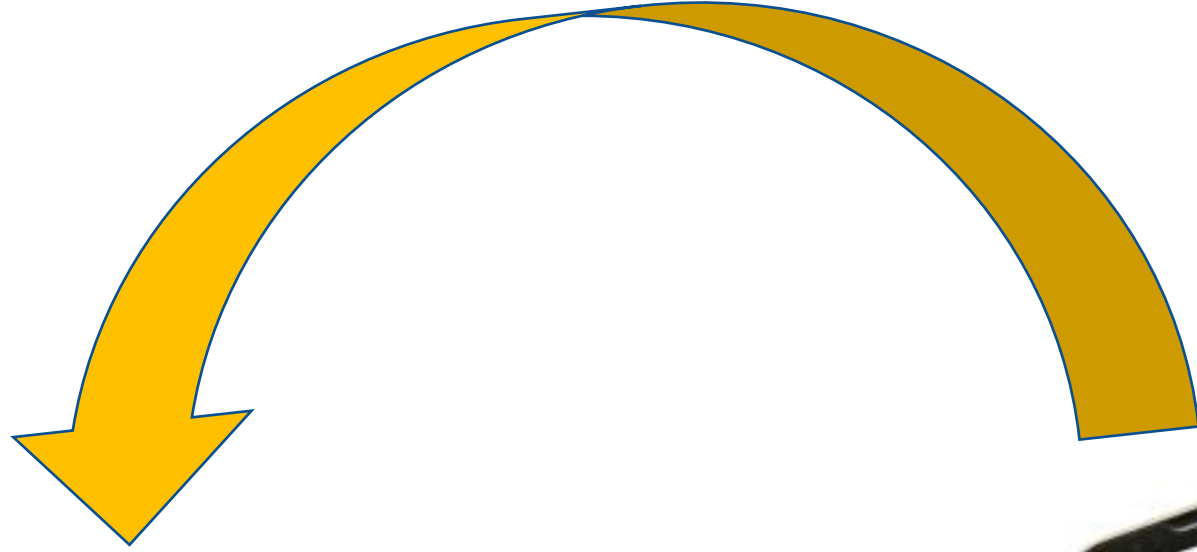


①ファン同士のコミュニケーション機会を提供することができる

②横のつながいを深めることができる

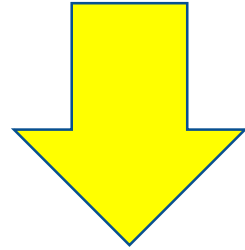


Quickly **T**



# 【成果】

- ・チケットをスムーズに発券し、会場に入ることができる。
- ・会場内の運営がスムーズになる。人件費削減等。



来場者

運営側



**N**avigate



# 〈事例〉

「スポナビ」既存のアプリである。好きな種目やチームを選択しカスタマイズすることができる。また、当日行われる試合やイベントをチェックすることができるため、スポーツアプリには必要不可欠な機能である。



# 【成果】

・ファン意識が根強いものとなる。

・他球団などの情報も知ることができるため、  
競技に対する興味・関心の向上

**L**ink



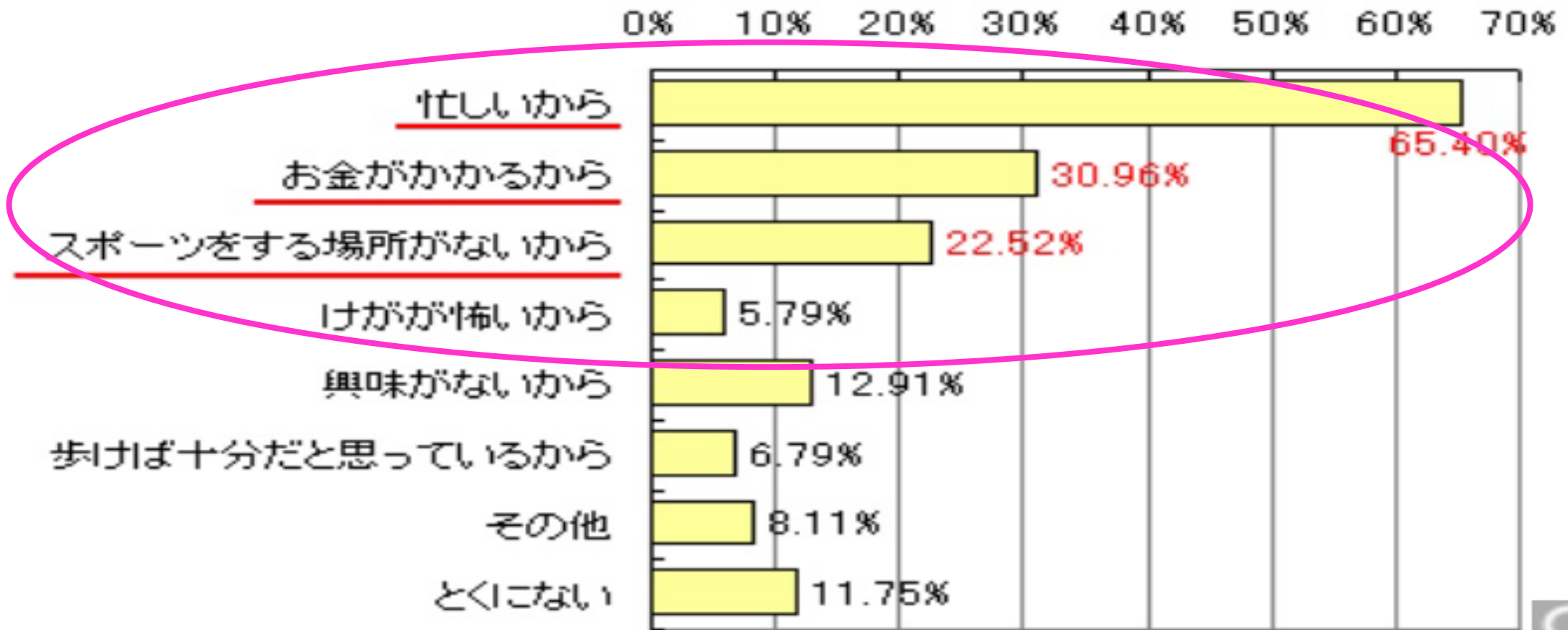


## 【成果】

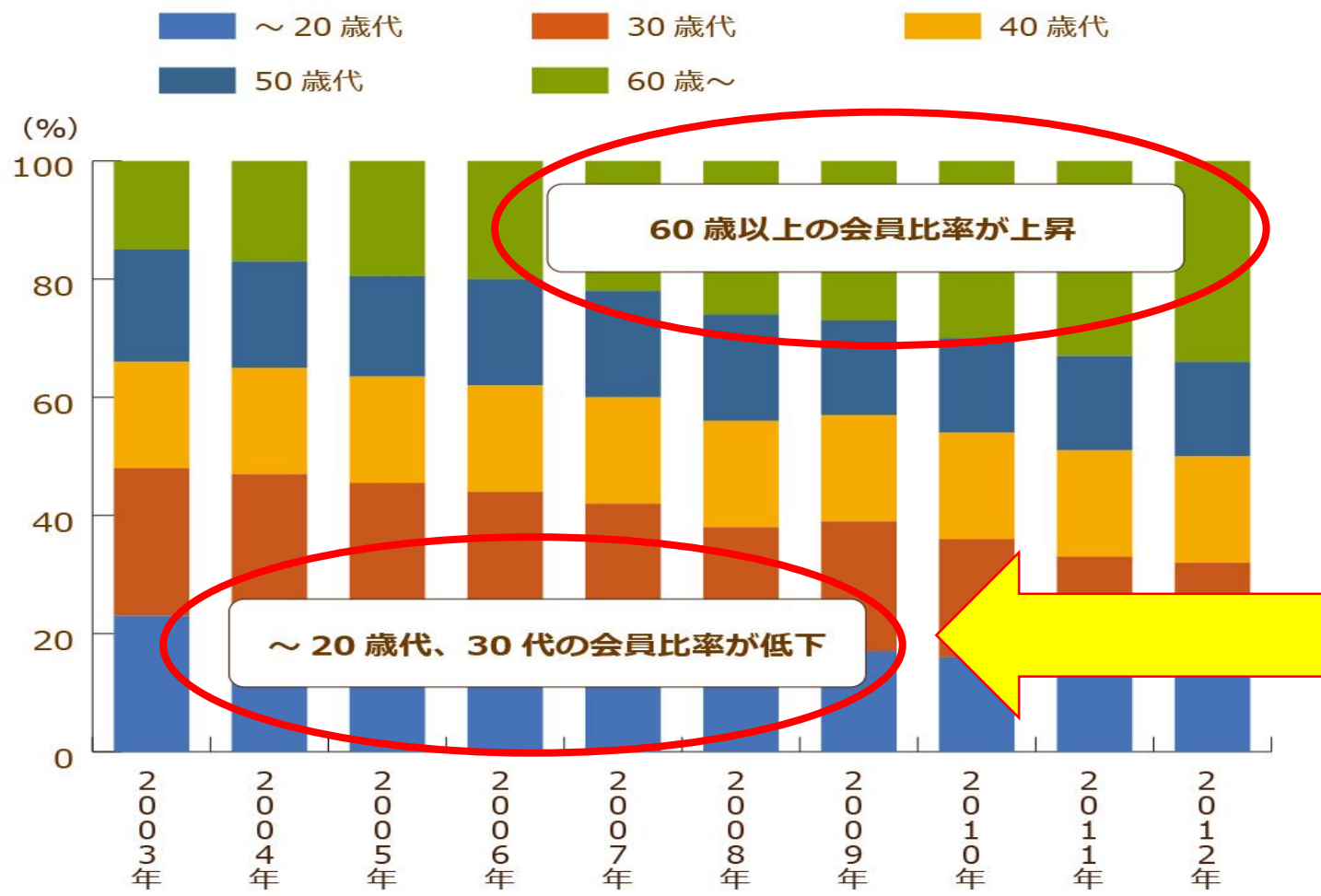
- ・拡散をすることで、より多くの人々がアプリを知ることができる。

**E**xercise

スポーツをしていない理由を、  
次の中から、いくつかでも挙げて下さい



# フィットネスクラブ会員数の 年齢別構成比の推移



時間がある  
60歳以上

働き盛りの  
20~30歳代

出所: 経済産業省

健康増進や健康管理  
モデルやプロ選手の食生活やトレーニングを  
知ることができる

私生活における健康意識の向上

手軽に情報を獲得することができる

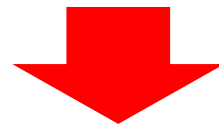
**P**oint

写真の投稿

SNSとの  
リンク

トレーニング  
実施

ポイントを獲得することができる



グッズ・チケットの値引き  
特典商品プレゼント  
自分なりに有効活用できる

# 協力側のメリット

- アプリポイントによる来場者数の増加
- 運営のスムーズ化
- 試合の宣伝効果
- 売り上げUP ↑








SPORTERSで意識改革を

# 参考文献



- 文部科学省 (<http://www.mext.go.jp/>)
- 笹川スポーツ財団 (<https://www.ssf.or.jp/default.aspx>)
- 株式会社マクロミル  
([http://www.macromill.com/r\\_data/20161020sports/index.html](http://www.macromill.com/r_data/20161020sports/index.html))
- 総務省 (<http://www.soumu.go.jp/>)
- NTTコムリサーチ (<http://research.nttcoms.com/>)
- 経済産業省 (<http://www.meti.go.jp/>)



ご清聴  
ありがとうございました