

高知FDロードによる高知創生

大阪体育大学 富山ゼミB

大津 信太朗 沖 亮輔 笠原 和希 小西 憲貴 永森 誠大 林 竜輝

本日の流れ

- 1, 緒言
- 2, 現状
- 3, 調査方法
- 4, 結果・考察
- 5, 政策提言
- 6, 運営体制
- 7, 期待される効果

1. 緒言

スポーツ庁によるスポーツを通じた地域の活性化を図る5つの取り組み

- ①スポーツツーリズムの推進
- ②地域スポーツコミッションの拡大
- ③**スポーツ×文化×観光**の取組奨励
- ④スポーツによる地域の一体感の醸成
- ⑤スポーツ関連組織の収益モデルの調査と普及

この政策により・・・

スポーツ目的の訪日外国人数 138万人→250万人

スポーツツーリズム関連消費額 2204億円→3800億円

ということを目標にしている。

緒言

- 道の駅満足度ランキング2018では名物グルメがある道の駅は人気がある。
- 消費者は「食」を求めているようだ。

1位 道の駅「あわじ」 兵庫県

2位 道の駅「むなかた」 福岡県

3位 道の駅「世羅」 広島県



食と満足度が関連していると示されている。

出典(じゃらんニュース)

2. 現状

- 地方ではこのような問題がある

人口の減少

高齢化

経済的な問題

その中で高知県を選んだ



高知県

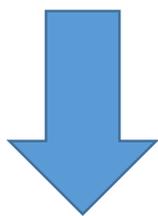
高知県とは



- 「高知家」という2013年に高知県が発表した高知をさらに全国に広めるためのプロジェクトがある。
- 具体的には、高知県民全員が大家族で高知に訪れた人をもてなそうとしている。
- 2010年から2012年まで**美味しい食べ物ランキングで1位**。
- 柏島や四万十川など自然豊かである。

高知県とは

- 飲酒費用が全国1位で38910円
- 2位の東京は29080円
- 1万円もの差がある
- 全国平均では17990円である



- 高知県民がどれだけお酒が好きなのかが分かる



高知県 課題

- 県内総生産が日本ワースト2位
- 県内総生産の落ち込み率日本1位
- 一度も訪れたことがない都道府県1位
- 行きたいところがない問題
- 人口減りすぎ問題

高知県貧困問題

日本国民の平均
年収より少ない
人の割合が全国
で2番目に高い

笹川スポーツ財団 都道府県のスポーツライフ・データ
(2000～2008)

<http://www.ssf.or.jp/research/sldata/tabid/369/Default.aspx>

2007年				
貧困率			ワーキングプア率	
順位		貧困率 (%)		貧困率 (%)
1	沖縄	29.3	沖縄	20.5
2	高知	21.7	大阪	11.3
3	鹿児島	21.5	高知	10.9
4	大阪	20.0	京都	10.7
5	宮崎	19.9	長崎	9.8
6	徳島	19.4	宮崎	9.2
7	長崎	19.1	青森	8.9
8	青森	18.9	和歌山	8.7
9	和歌山	18.8	鹿児島	8.6
10	京都	18.6	兵庫	8.5
	全国	14.3	全国	6.7

2016.2018年ともに幸福度ランキング ワースト1位

36	鹿児島県	34	34	43	22	34	31	38	21
37	徳島県	45	21	44	36	26	15	40	36
38	和歌山県	43	33	31	27	27	29	46	40
39	福島県	21	46	39	34	36	41	32	37
40	北海道	25	44	14	45	4	46	37	29
41	愛媛県	37	40	40	43	45	35	41	8
42	宮城県	39	41	19	32	44	43	33	41
43	長崎県	42	39	45	41	37	38	39	27
44	大阪府	40	38	33	35	8	42	44	45
45	青森県	41	43	46	44	41	45	43	12
46	沖縄県	46	47	21	2	25	47	47	46
47	高知県	47	45	47	47	24	44	45	42

高知県民多くは、
現在の生活を幸せ
だと感じていない。

SNSが与えるポジティブな効果

- SNSの投稿をすることにより、「いいね」をもらうことで酔いしれる。

(心理学者エマー・ケニー)

日本のSNS利用者数・利用率



SNS利用度



- Twitterの国内ユーザーは2016年に4000万人→2017年には4500万人に増加している。
- 20代が最も多く利用している。
- Instagramの国内ユーザーは2015年に810万人だったのが、2017年には2000万人に急増している。
- Instagramの女子の利用率が61%と高い。
- Facebookの国内ユーザーは2015年は2400万人→2017年には2800万人に増加している。
- 40代以降が多く利用している。

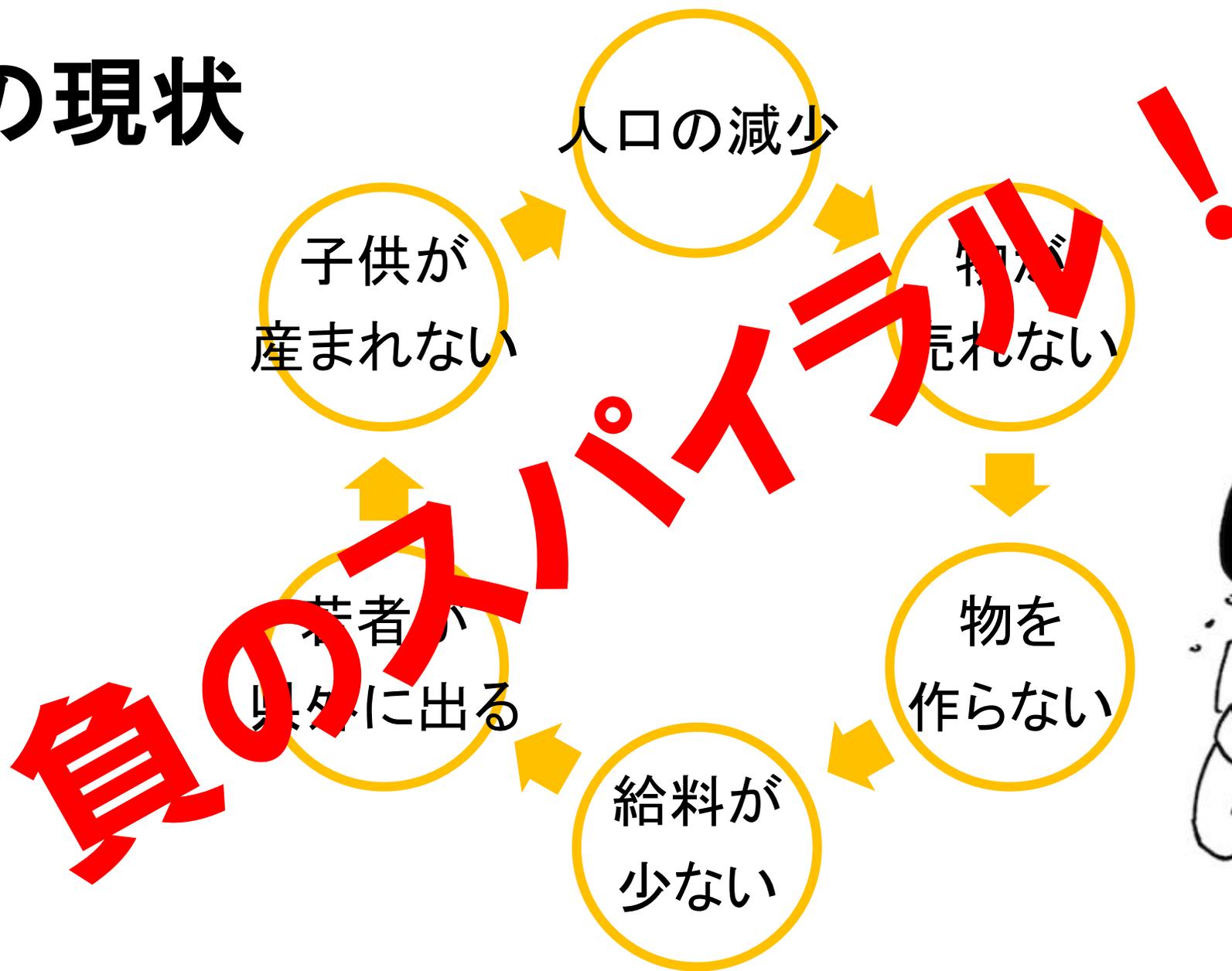


都道府県別潜在リーチ数 (対象：この地域に住んでいる18歳以上の男女)

1	東京都	4,600,000	25	滋賀県	250,000
2	大阪府	2,300,000	26	鹿児島県	250,000
3	神奈川県	2,000,000	27	奈良県	220,000
4	愛知県	1,500,000	28	長崎県	220,000
5	埼玉県	1,200,000	29	愛媛県	220,000
6	千葉県	1,100,000	30	石川県	200,000
7	福岡県	1,000,000	31	大分県	200,000
8	兵庫県	1,000,000	32	宮崎県	180,000
9	北海道	960,000	33	香川県	170,000
10	静岡県	650,000	34	岩手県	170,000
11	京都府	570,000	35	青森県	170,000
12	広島県	440,000	36	富山県	160,000
13	茨城県	430,000	37	山口県	160,000
14	長野県	360,000	38	和歌山県	150,000
15	宮城県	360,000	39	山形県	150,000
16	沖縄県	330,000	40	福井県	130,000
17	岐阜県	330,000	41	山梨県	130,000
18	新潟県	310,000	42	佐賀県	120,000
19	三重県	300,000	43	秋田県	120,000
20	岡山県	300,000	44	島根県	110,000
21	群馬県	300,000	45	徳島県	110,000
22	栃木県	300,000	46	高知県	90,000
23	熊本県	290,000	47	鳥取県	78,000
24	福島県	260,000			

高知はSNS認知
や利用が少ない
ことが考えられる。

高知の現状



高知 × スポーツ



基本理念

従来の計画で取り組んできたスポーツの振興に加え、スポーツを通じて経済や地域の活性化につなげる考え方を理念に追加

①将来にわたって誰もがスポーツに親しみ夢や志を育むことができる環境をつくる

②スポーツの価値や魅力を通じて活力ある地域づくりにつなげる

施策の柱

本県のスポーツを抜本的に強化し、誰もがスポーツに親しむことができる環境づくりや、スポーツの価値や魅力を通じて地域の一体感や活力の醸成につなげることを目指して、3つの柱とこれらに横断的に関わる施策の方向性を掲げ取り組みを進める

1 スポーツ参加の拡大

「する」「みる」「ささえる」といった多様なスタイルでスポーツに参加する人口の拡大

■主要な取り組み

「地域スポーツハブ」

持続可能な地域スポーツ活動を推進するため、総合型地域スポーツクラブなどが核となって地域のスポーツ活動の拠点を担い、地域住民の多様なニーズに応じたスポーツサービスを提供

2 競技力の向上

世界のトップレベルの大会に出場するなど、日本を代表する選手や指導者等を多数輩出

■主要な取り組み

「高知県パスウェイシステム」 「全高知チーム」

子どもたちが自分の適性に合ったスポーツと出会い、可能性をつなぐ取り組みを行うとともに、選抜された有望な選手に対して年間を通じた質の高い強化を展開

3 スポーツを通じた活力ある県づくり

スポーツツーリズムの推進や地域におけるスポーツサービスの提供による経済や地域の活性化

■主要な取り組み

「スポーツツーリズムの推進」

プロやアマチュアスポーツのキャンプや大会・合宿の誘致及び自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進等

「地域スポーツサービスの提供」

地域スポーツハブや総合型地域スポーツクラブ等における地域のスポーツ機会の拡充によるビジネス化の促進

高知FDとは

- 四国アイランドリーグplusに所属
- NPBをめざす選手のレベルアップを図る
- 高知ファイティングドックス球団株式会社が運営する高知県の野球チーム
- 年間200回以上の行事、イベントなどに選手が参加し、地域の“にぎわい”作りに積極的に取り組んでいる
- NPBの第一線で活躍した経験を持つ指導者が、日々の練習をサポート
- 公式アカウントのフォロワーはそれぞれInstagram721人、Twitter833人、Facebook8,966人
- ちなみに、公式マスコットのドッキーは3,656人(Twitter)



ボールパーク化に取り組むNPB球団

- マツダZOOMZOOMスタジアム

寝そべりながら試合を見れるシート・食べ歩きができるコンコース
球場内にスポーツジム

- 楽天生命パーク宮城

スマイルグリコパーク(遊園地)

- 広島東洋カープのSNS公式アカウントはファンがやっているようで、球団の公式ではないように見受けられた。
- 東北楽天ゴールデンイーグルス

Instagram7.5万人 Twitter64.1万人 Facebook17.9万人

この現状を踏まえ、**地域活性化**に
積極的に取り組んでいる
高知ファイティングドックスと一緒に
に何かできないか考えた！

3,調査方法

時期：平成30年8月19日(対 香川オリーブガイナース)
20日(対 香川オリーブガイナース)

対象：試合観戦者

方法：アンケート調査

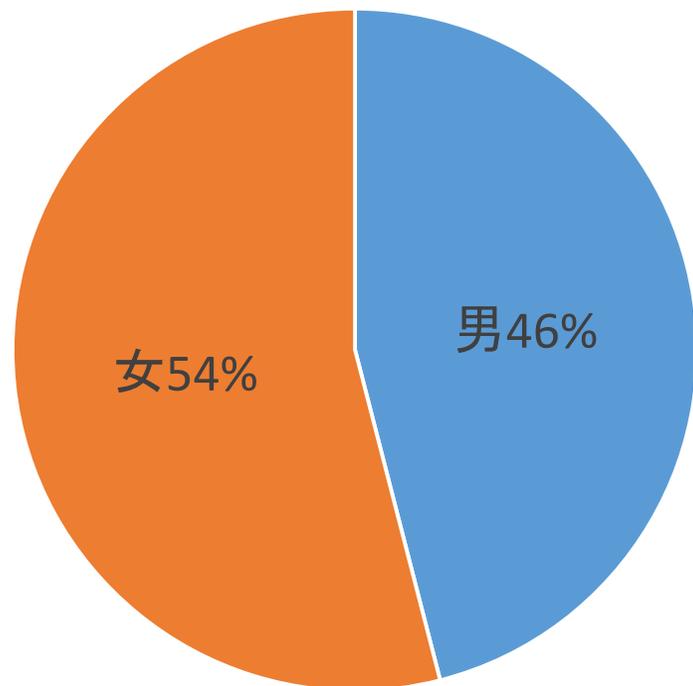
配布数・回収数：168部配布し、回収数は165部であった

有効回答数：128部

4,結果・考察

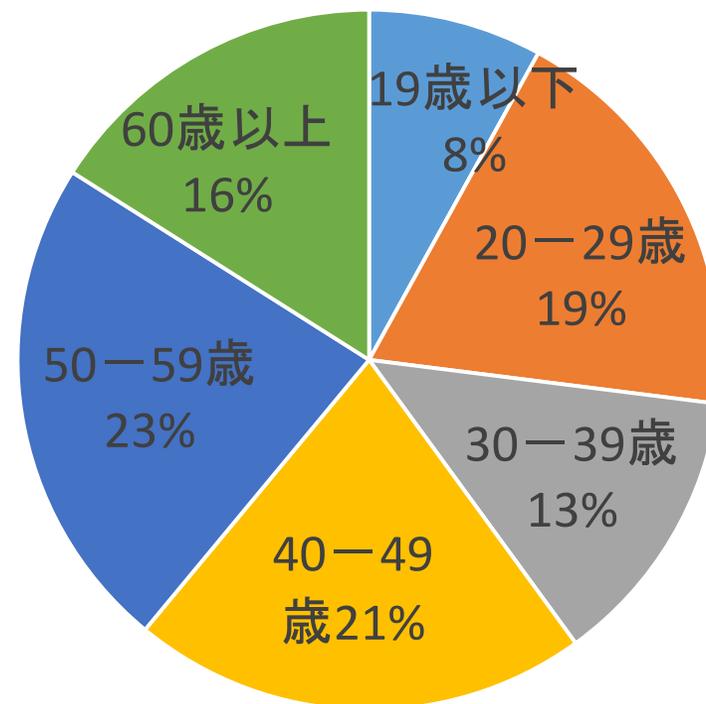
性別・年齡

性別



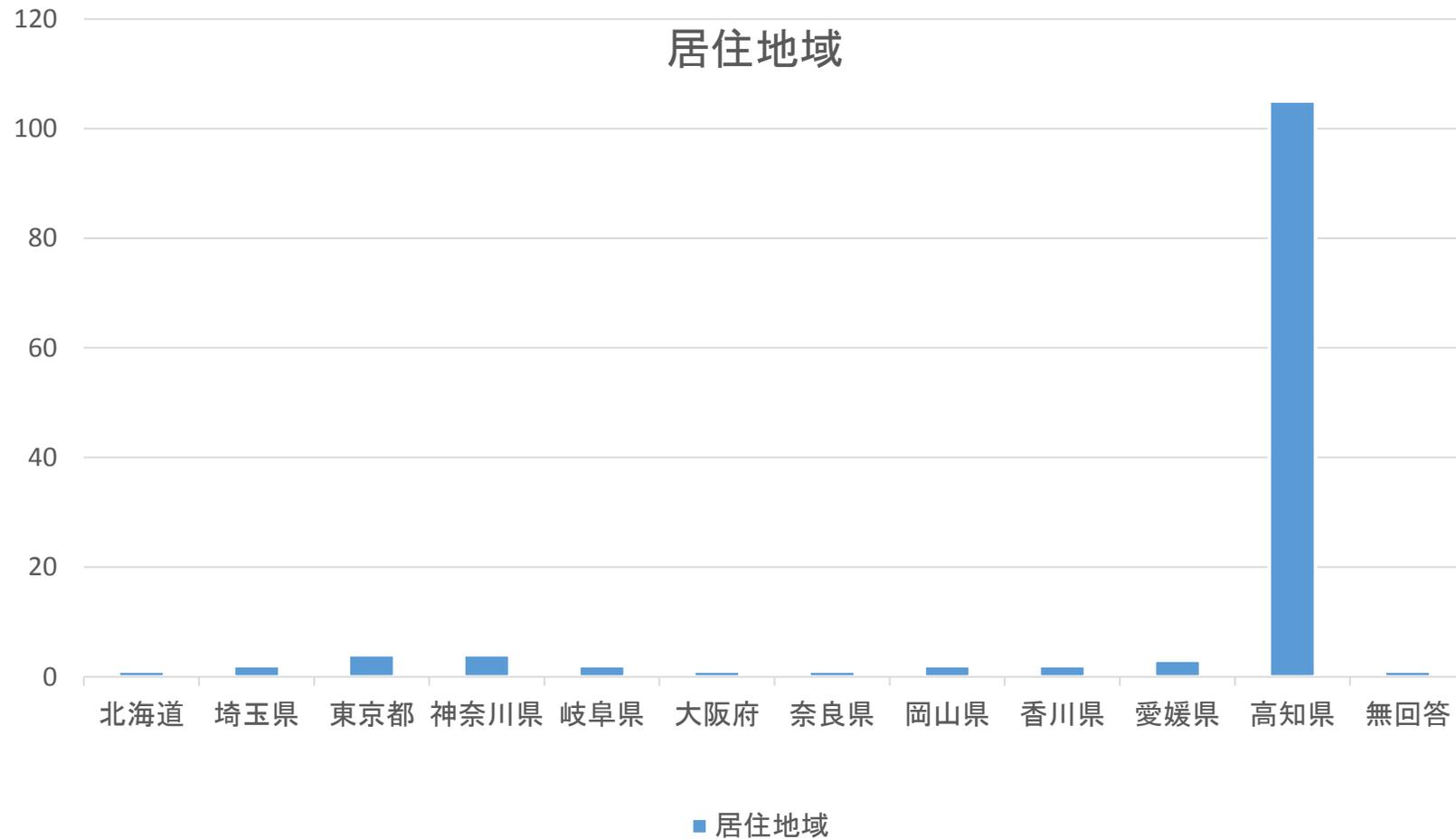
■ 男 ■ 女

年齡

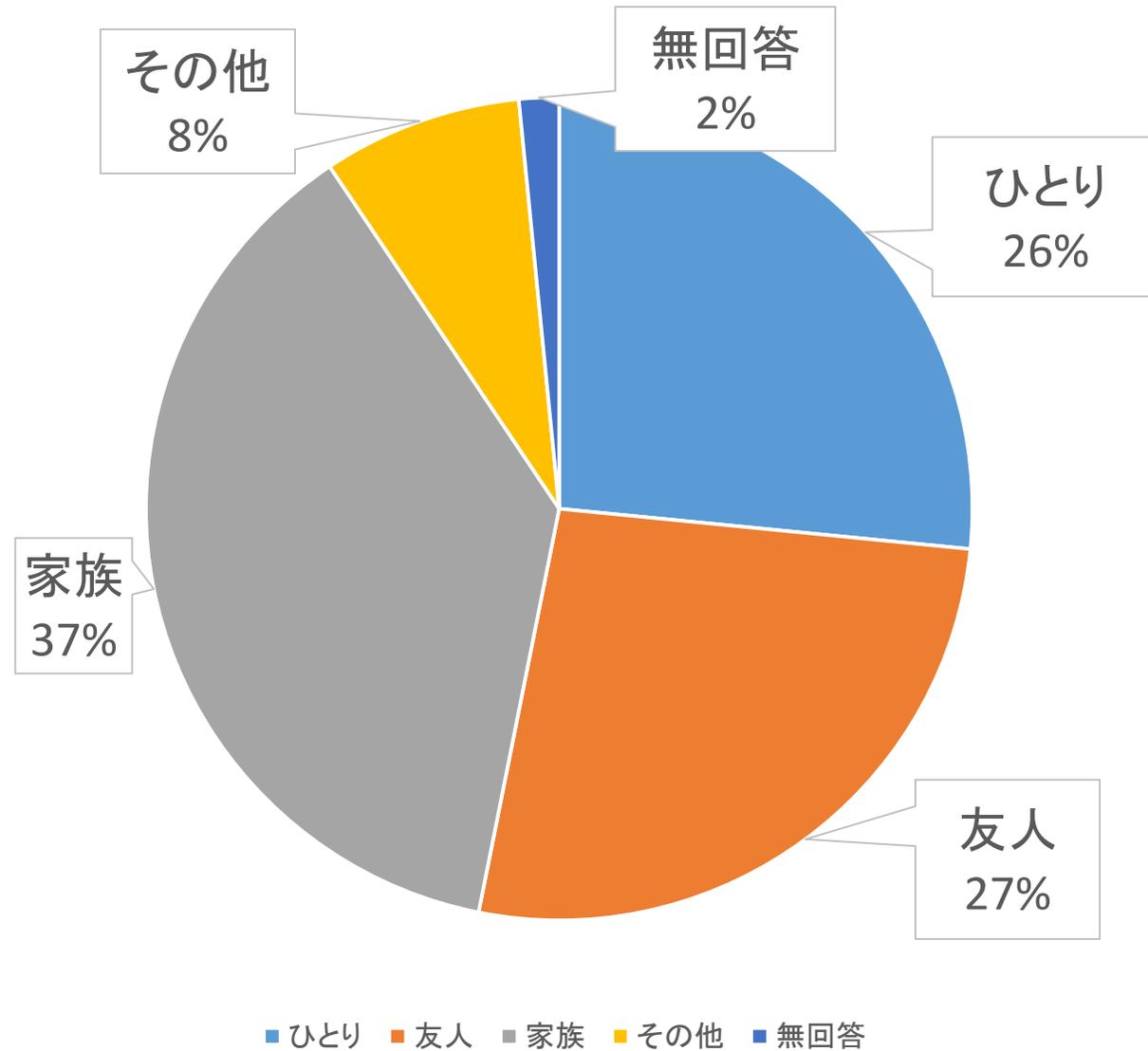


■ 19歲以下 ■ 20-29歲 ■ 30-39歲 ■ 40-49歲 ■ 50-59歲 ■ 60歲以上

居住地域



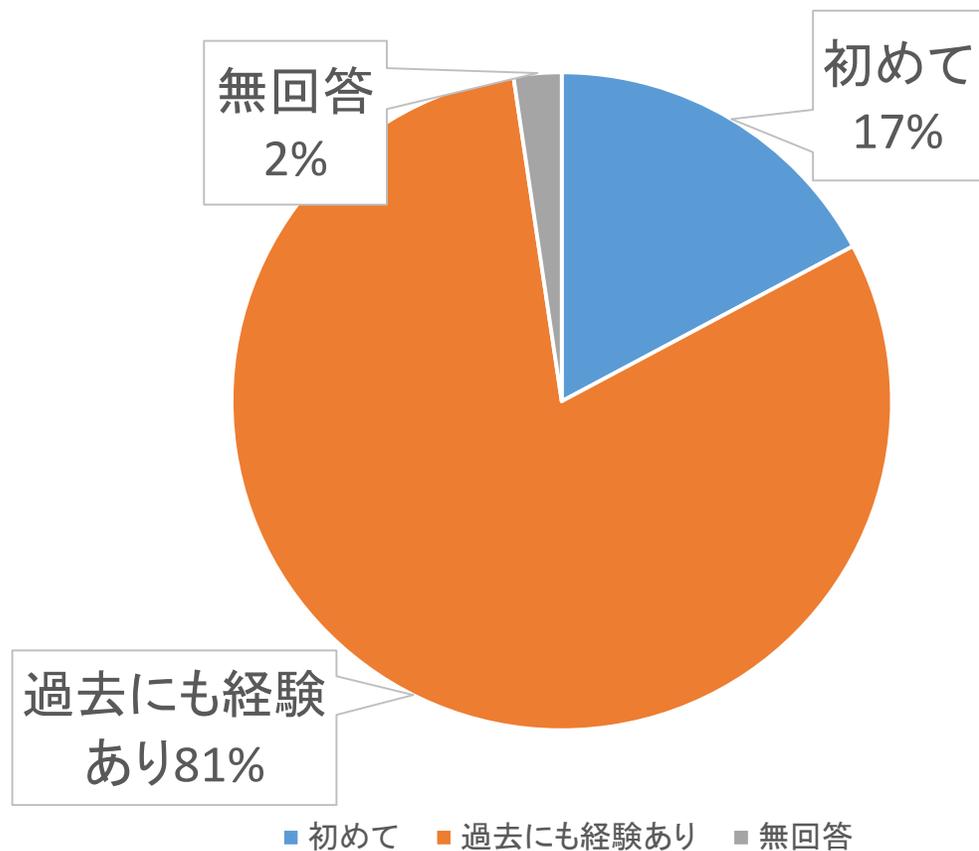
同伴者



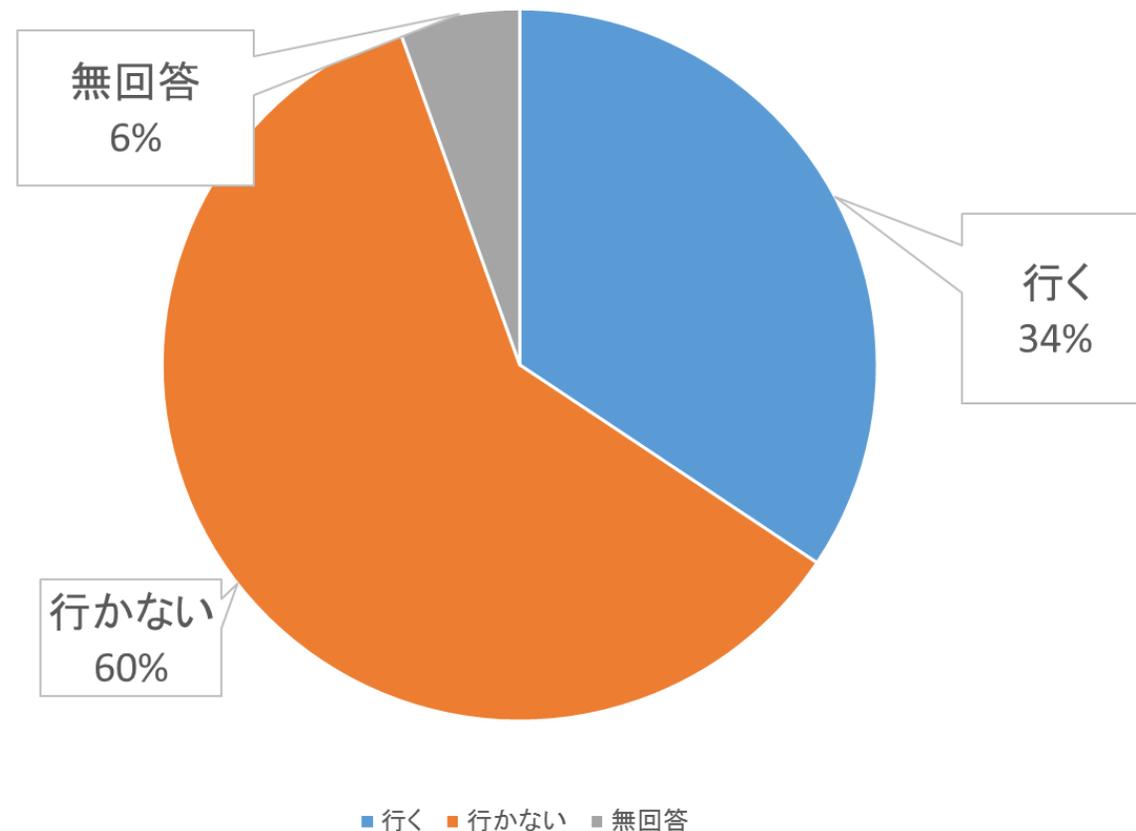
情報入手経路

	はい
高知ファイティングドッグスHP	46.1%
四国IL公式HP	18.8%
新聞	11.7%
ポスター	4.7%
家族	6.3%
友人・知人	18.0%
Facebook	10.2%
Twitter	11.7%
Instagram	3.9%
TV	0%
その他	7%

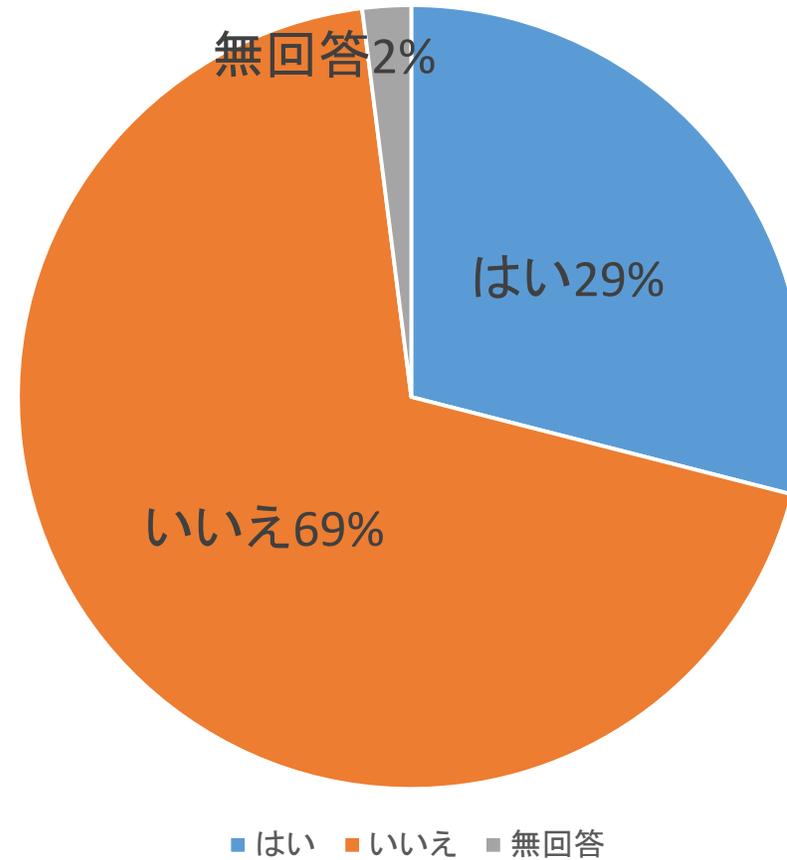
観戦経験



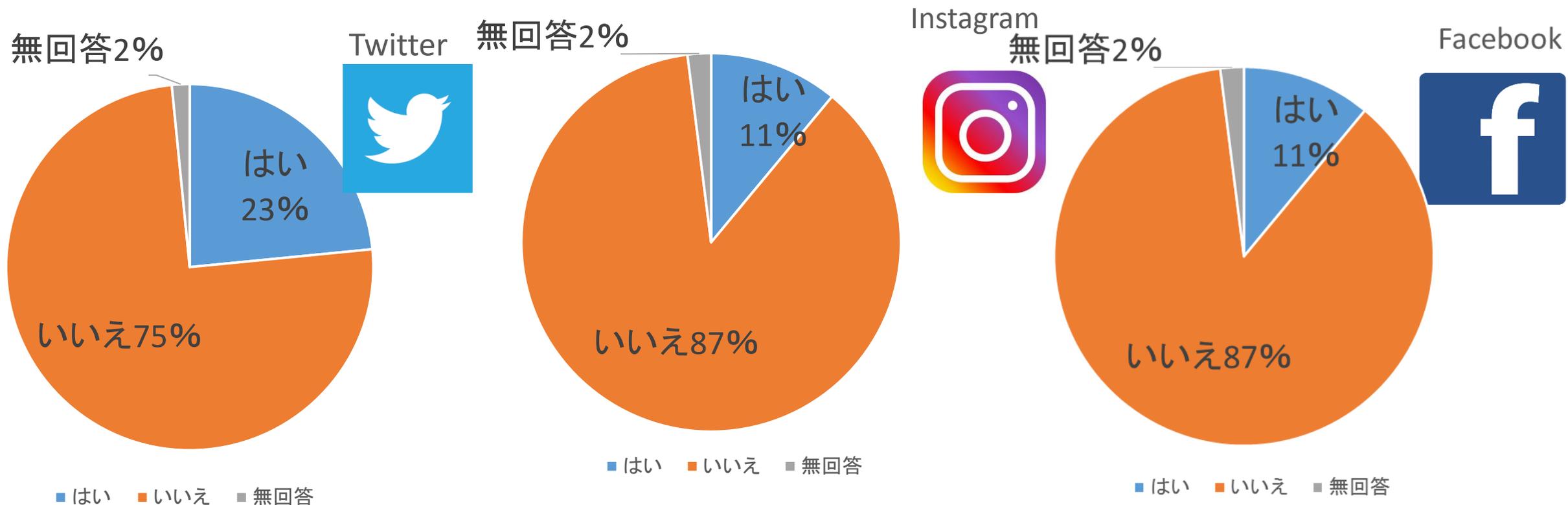
ホーム以外の応援



高知FDの公式アカウントの認知



高知FDの公式アカウントをフォローについて



球場までの道のりにあるとよいもの

	はい
屋台	48%
グッズ売り場	23%
高知FDフラッグ	14%
ドッキーの像	6%
スポーツバー	6%
クイズやスタンプ	4%
その他	6%

試合前後にすること

	はい
食事	49%
応援グッズを買う	9%
観光地に行く	7%
スポーツ(運動をする)	2%
特になし	35%
その他	7%

結果①

- 観戦者の主な情報源は高知FD公式ホームページだった
- 過去に観戦経験のある人は8割以上いたが、SNS公式アカウントを認知している人は約3割しかいない
- Instagram, Twitter, Facebookの3つのSNSアカウントをフォローしていない人が約7割以上もいる

結果②

- 球場に屋台が少ない
- コンビニで飲み物や食べ物を買って、もって来る人が多い
- インターン中に屋台を企画した結果、老若男女の人気を得た
- 試合後に試合の反省をファンの間でしたい

考察

- SNSが普及していないからこそチャンスがある
- 高知の人はみんなが集まり、楽しいことがしたい場所を求めている

5,政策提言

政策提言



「高知FDロードを作る」

理想とするモデル

日本3大商店街

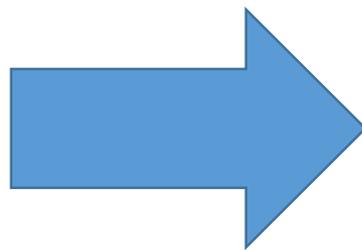
高松中央商店街・天神橋筋商店街・沖縄市一番街商店街

●大阪北区にある天神橋筋商店街

アーケード総延長2.6キロメートルという長さの商店街は日本一

完歩すると.....

「満歩状」というユニークな賞状をもらうことができる。



「高知を知る」



「観光客」
(国内外)

観光客に高知県の情報を発信し高知県の良さを知ってもらおう！



「通り」



「高知県に来た観戦者」

高知に来た人が楽しめる通りをつくる！

高知FDロードの目指すもの

試合終わりの一杯に

気分転換に



息抜きに

仕事おわりに立ち寄る

地域の人々が集う場所に

楽しみに

高知第二の商店街

高知を発展させる希望道

全て含んだ道

高知FDDロード!!!



高知FDロードの内容

- 土佐のおきゃくゾーン
- 鰹の解体ショー・薫焼き体験
- 高知の地酒が飲めるゾーン
- 高知FDとコラボしたゾーン
- イルミネーションゾーン
- 女性専用ゾーン
- 相席ゾーン



目的達成のために

- SNSを有効活用して
新たなファン獲得

SNSを活用して女性ファンの獲得

- 多く使われているハッシュタグ(#)をあらかじめリサーチし、投稿する際にそのハッシュタグをつけて投稿する
- 投稿内容もそのハッシュタグに関連のあるものにする
- SNSの投稿内容の改善

↳ 現在の投稿は野球関連が多い



6. 運営体制

インターシップに参加する大学生

```
graph TD; A[インターシップに参加する大学生] --> B[高知ファイティングブックス]; B --> C[スポンサー・県庁]; C --> D[試合・イベント];
```

高知ファイティングブックス

スポンサー・県庁

試合・イベント

7,期待される効果

<SNSによる効果>

- 野球に興味のない若い女性が投稿を見て少しでも野球、高知FDに興味を持ってもらうことで若い女性ファンの獲得が図れる。
- SNSをうまく活用することで高知FDの知名度をあげることが期待できる。

期待される効果

<高知FDロードによる効果>

- 野球以外の楽しみを提供することができる。
- 野球にあまり興味ない人にも来場してもらうことで、観客数増加が期待できる。
- 高知FDとともに高知創生を促す。

まとめ

野球に興味のない人も
来るようになる

SNS投稿内
容改善で、
認知度が高
まる

高知FDロードが、野球以
外の楽しみを生み、新たな
人が集まる場所になる

高知を訪
れた人が
高知の良
さを知る

高知に人が集
うことで活気
溢れる県にな
る

参考文献

- 一般財団法人日本総合研究所全47都道府県幸福度ランキング版寺島実郎監修 <https://kimu3.net/20160930/5325>
- 笹川スポーツ財団 都道府県のスポーツライフ・データ(2000～2008)
- <http://www.ssf.or.jp/research/sldata/tabid/369/Default.aspx>
- 四国アイランドリーグホームページ <http://www.iblj.co.jp/>
- じゃらん<https://www.msn.com/ja-jp/news/opinion/【行ってみたい】「道の駅満足度ランキング2018」が発表される-どこも名物グルメがうまそ—%ef%bc%81/ar-BBOLH2q>
- 高知FDホームページ <http://www.fighting-dogs.jp/>
- 高知県ホームページ <http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/141801/2018040300040.html>
- 高知画像 <http://img01.gahag.net/201602/20o/gahag-0058277735.png>
- 高知 道 https://blog-001.west.edge.storage-yahoo.jp/res/blog-5b-73/sansansanta3/folder/1485540/72/61863572/img_0
- ひろめ市場 http://blog-imgs-78.fc2.com/k/i/m/kimamanihiguhei/IMG_3251i.jpg
- 屋台画像 https://pds.exblog.jp/pds/1/201009/11/84/d0176484_3205283.jpg

ご清聴ありがとうございました