

# 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

○村田明広 緒方慎吾 柏原裕 加藤宏大 上條永雅 小橋堅太 西村智輝

## 1. 緒言

スポーツには、「する」「観る」「支える」など様々な関わり方が存在する。2012 年文部科学省によって策定されたスポーツ基本計画や、昨今の健康ブームによってスポーツ実施者の増加を目指す活動は数多く散見される。しかし、スポーツを「観る」側の着眼から、例えば来場者の増加を目指すといった試みはスポーツ実施者に焦点を当てた活動ほど多くはない。

そこで、日常生活の中でスポーツ観戦の習慣がない人々に向けて、実際に競技会場まで足を運ばせる実践的な取り組みを提案する。これは、夢や感動をより多くの人に味わってもらうことはもちろんのこと、新たなスポーツ振興の施策の一助となることを目的としている。そもそも試合会場での観戦の醍醐味は、会場全体を俯瞰して見られることや、スタジアム独特の雰囲気、サポーターの応援、テレビでは聞くことができない選手・監督たちの声が聞ける等はやはり生観戦ならではの体験。試合会場に足を運んだからこそ体感し得る経験を通じて、スポーツへの関心をいっそう高め、明るく豊かで活力のある社会の形成に寄与させたい。

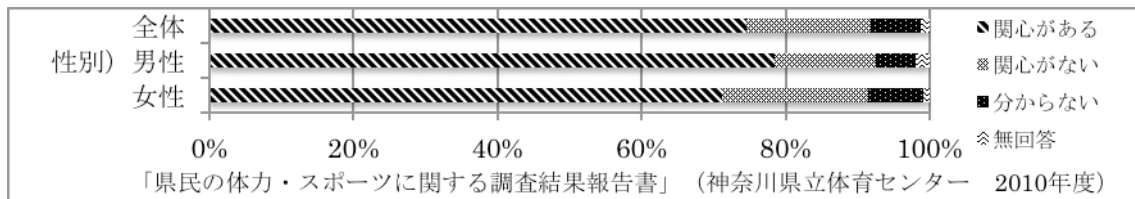


図1 「神奈川県民のスポーツ観戦への関心度」

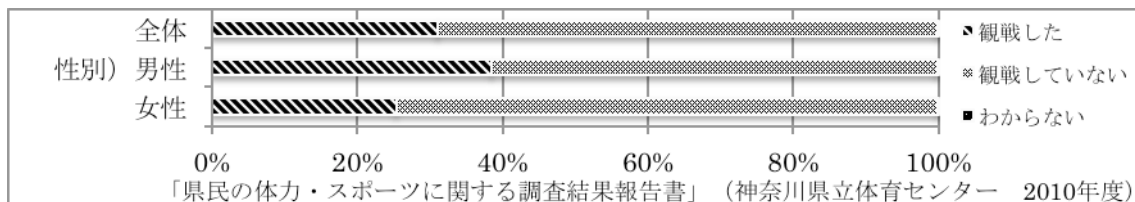


図2 「神奈川県民の1年間で直接スポーツ観戦に訪れた割合」

上記のグラフは、平成22年度に神奈川県立体育センターが満20歳以上の男女を対象に行われた調査結果であり、図1のスポーツ観戦に対する関心と、図2の実際に観戦に訪れた割合を表したものである。対象者全体の74.5%がスポーツ観戦には関心があると回答しているのに対して、実際に1年間でスポーツ観戦を行った人の割合は全体の30.6%にとどまっている。そこでこのようなデータから、スポーツ観戦率の低迷を問題提議とし、神奈川県から新たに発信する3つのスポーツ振興モデルの提言を行う。

## 2.対象

大きく分けて2つの対象に焦点を当てた。まず1つ目は、日常的にスポーツ観戦をしない人の年齢層全体への取り組みである。上記の「神奈川県民の1年間で直接スポーツ観戦を訪れた割合」を年齢別に比較した場合、どの年齢層にも大きな差がなく、年齢関係無くスポーツ観戦を訪れる人の割合が低迷している。まずは、幅広い年齢層を対象を置くことで対象者自体の数を増やし、より多くのスポーツ観戦者数の増加へとつなげる。そして2つ目は、11～18歳の若年層への取り組みである。全年齢層を対象にしたものとは別に若年層を対象にした理由は、若年層のスポーツ観戦者が増えることで、将来的な全年齢層の観戦者数増加につながるためである。若いうちにスポーツ観戦を体験し、魅力を感じてもらうことで継続的来場が見込まれる。その結果、将来的に全年齢層における観戦者数の増加につながる事が予見される。

## 3. 提言

「活動内容がスポーツ観戦者数増加につながるもの」、「長期的・定期的な実施が可能なもの」、「実施する側と対象者双方にメリットがあるもの」という要素を満たしていることを条件とした3つのプロジェクトの提言を行う。

### 3.1 全年齢層に対する取り組み

幅広い年齢層に対し、新たな観戦のモデルを提供し日常的にスポーツ観戦を行わない人の観戦者数を増やす取り組みを行う。

#### ・SNSを広報手段に用いた「スポーツ観戦」と「バーベキュー」とのコラボレーション企画

スポーツの試合が行われる競技場の周辺で、とくに30代から50代に高い関心の傾向（日本バーベキュー連盟 検定合格者内訳調査より）がみられるバーベキューを行う会場を設ける。そこでバーベキューを行うためのチケットと、スポーツ観戦のチケットの同一化を実施する。このプロジェクトではSNSを用いた広報を行う。SNSでの広報を行うことで、幅広い年齢層がスポーツ施設へ訪れるきっかけを作り、チケットの同一化によってスポーツ観戦者数増加につなげる。

##### (1)対象：10代から50代

10代から20代への影響力があるSNS、30代から50代に特に関心を持たれているバーベキューを利用して幅広い年齢層の集客を目指す。

##### (2)場所：競技場の駐車場

スタジアムに隣接する駐車場等のスペースで実施することによって、スポーツ施設で入っているという意識を定着させ、その施設の好感度を上げる。

##### (3)時間：試合開始数時間前からゲーム終了時まで

試合開始の数時間前から利用を可能にすることで、バーベキュー後のスポーツ観戦まで、その日1日をスポーツ施設で楽しんでもらう。

##### (4)器具：貸し出し・持ち込み可

バーベキューの連盟との提携をはかり助言を得る。実践例では器具の貸し出しも可能と言われており、利用者は持ち物が不要となるため、気軽に参加出来る。

### 3.2 若年層（小学生、中学生、高校生）に対する取り組み

若年層の観戦者に対し、定期的なスポーツ観戦をする環境を作り将来的な年齢層全体の増加につなげる取り組みを行う。

#### ①1 年間限定観戦料無料化の徹底「スポマジ」

若年層を対象に1年間、観戦者数が少ない野球、サッカー、バスケットボール（東洋経済2014、JリーグHP、浜松 WEB）の3種目において観戦料無料化を実施する。若年層の経済面をサポートする事で気軽にスポーツ観戦を行う環境づくりにつなげる。

また観戦から感じる興奮や感動等の魅力を感じてもらうことで、将来的な来場、つまり有効期限後の来場や、継続的な来場を狙いとする。

##### (1)対象：若年層

若年層の観戦者数を増加させ、定期的なスポーツ観戦をする環境を作ることで、将来的な年齢層全体の増加につなげる。

##### (2)種目：野球、サッカー、バスケットボール

野球、サッカーは全国の20歳以上の男女からの人気度1位、2位を占める人気種目でありながらも、若者の観戦者数が少ない。バスケットボールは人気度ランキング外に位置する種目で、若者の観戦者数も少ない。人気度が異なり、若者の観戦率が低いという共通点を持つこの3種目を対象にすることで、今後、他競技に実施を広げていく上での参考材料となる。

##### (3)経済面：a.フリーミアムと付帯利用、b.観戦率が低い若年層を対象にする

a. 登録は無料で、コンテンツを試してもらおうシステム。その後課金するかは利用者次第。例として、無料で入場したのだから、販売されている飲食物を沢山食べようといった行動が挙げられる。観戦料を無料にすることで、会場に付帯するものの利用を高めて、損失を減らしていくビジネスシステム。

b. 元々観戦率が低い若年層を対象にすることで、今まで来場しなかった人が来るわけあって、チケット代での損失は生まれない。

##### (4)成功例：「雪マジ19」（スキー）

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で、2012年、雪マジ19を利用して2~6回ゲレンデに足を運んだ人が半数以上に及んだ。

#### ②「学校行事としてのスポーツ観戦」

各地域の教育委員会との提携を計り、地域周辺を活動拠点とするスポーツチーム（プロ・アマ問わず）の試合を、学校行事として観戦する。親しみのある地元スポーツチームの試合を観戦することで、スポーツ観戦を身近に感じてもらう。また、その親近感からファンとしての応援体感してもらうことで、夢や感動を感じてもらい、継続的なスポーツ観戦の実現につなげる。

学校側、保護者側としても、スポーツを通して子ども達の健全な人間形成につながるというメリットがあり、子どもたちからすれば、普段観ることの出来ないハイレベルなパフォーマンス、会場の一体感、臨場感を体感することが出来る。

(1)対象：小学生、中学生、高校生

教育プログラムとして観戦することで、継続的なスポーツ観戦の環境をつくり、若年層の観戦者数の増加につなげる。

(2)期間：1年間に前期、後期に分けた場合、各期間に1回ずつの実施。

教育プログラムで定められている授業数(コマ数)への配慮の上、プログラム構成を行う。

(3)類似例：社会科見学、芸術鑑賞

(4)実施例：1988年長野オリンピック 「一校一国運動」

国際理解やオリンピックを通しての人間形成を目的とし、学校行事として試合観戦が行われた。試合観戦以外にも、相手国の歴史や文化を学び、オリンピック読本が配布する等のプログラムが含まれていた。

(5)具体例

東海大学バスケットボール部『SEAGULLS』の試合を観るとした際、附属高校が東海大学湘南キャンパスに来て試合観戦をするという仕組みである。

#### 4. 結論

スポーツ観戦者の増加を目指した活動は、スポーツの意義である人間形成につながる。さらに、これまでさほど注目されてこなかった観戦者への取り組みを推進することが、スタジアムでの特別な経験による日本国民の生活向上や新たなスポーツ振興にもつながる。

実施者のみならず観戦者に大きな影響を及ぼすことができるのがスポーツの魅力であり、スポーツのさらなる振興を目指すに現代社会においても、観戦者に対する取り組みは非常に重要である。

#### <資料・文献>

- ・浜松・東三河フェニックス オフィシャルWEB サイト
- ・じゃらん リクルートサーチ
- ・Jマジ! 20 オフィシャルWEB サイト [www.jalan.net/jmaji20/](http://www.jalan.net/jmaji20/)
- ・『雪マジ! 19〜〜SNOW MAGIC』2012 年度報告 (2012 年)
- ・[www.recruit-lifestyle.co.jp/news/2013/04/15/20130416\\_yukimaji.pdf](http://www.recruit-lifestyle.co.jp/news/2013/04/15/20130416_yukimaji.pdf)
- ・神奈川県立体育センター「県民の体力・スポーツに関する調査結果報告書」(2013 年)
- ・文部科学省「スポーツ基本計画」(2012 年)
- ・日本バーベキュー連盟 お問い合わせ <http://jbbqa.com/>
- ・真田久「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)
- ・東洋経済 <http://toyokeizai.net/articles/-/36402?page=4> (2014 年)