

ヲタスポ JAPAN
大阪体育大学 富山ゼミ B
生川 晴菜、岡田 一騎、紺田 俊、辻川 笙太、
播磨 和樹、○前田 あゆみ、松本 詩歩

1. 緒言

スポーツ基本計画では、できるかぎり早期に、成人の週1回以上のスポーツ実施率が3人に2人(66%程度)となることを目標にしている。我国のスポーツ実施率は年々増加傾向にあるものの2014年は57.2%であり、目標の66%にはまだ少し開きがある。

ディップ株式会社が行った10~40代の一般男女1,843名への調査によると、日本の人口の40%が“おたく”であると言われている。“おたく”とは「スポーツよりも自身のアニメやアイドル等の趣味に時間やお金を費やす人々」である。その時間やお金をスポーツに費やしてもらい、スポーツ実施率を大幅に向上させることが狙いである。また、普段スポーツに疎遠な人々にスポーツをする機会を提供し、運動不足の解消に繋げる。

2. 現状と課題

(1) “おたく”

“おたく”の定義は難しいが、「コミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、投影、フィギアそのほか、互いに深く結びついた一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称である(田川 2009)」と定義される。「社会通念上、あるいは評価者が個人的に許容しにくい趣味、外見的な容貌や行動様式の場合、偏見をこめ否定的に“おたく”と呼ばれ、好意的に表現する際にはマニアと呼ばれるという意見も見られる(Wikipedia)」と言われている。言葉を言い換えると第1印象から近づきにくく、受け入れがたい存在であると考えられる。また、このような傾向はいわゆるスポーツマンの対極にある存在であるといえるのではないだろうか。例として「目を合わせて会話をしない」「早口で話す」「警戒心が強い」等が感じられた。このような人々にスポーツを通してコミュニケーション能力や身体的な健康を身に付けることが求められている。

調査方法

時期 : 9月28日(水)

対象 : 日本橋及びなんばで歩行者のうちアイドルやアニメに「興味がある」と回答した者

方法 : インタビュー調査

サンプル特性 : 性別(男性54人 女性55人)

年齢 (10代 22人 20代 75人 30代 5人 40代 7人)

身長 (150~160cm 38人 160~170cm 46人

170~180cm 21人 その他 4人)

体重 (40~50kg 22人 50~60kg 44人 60~70kg 22人

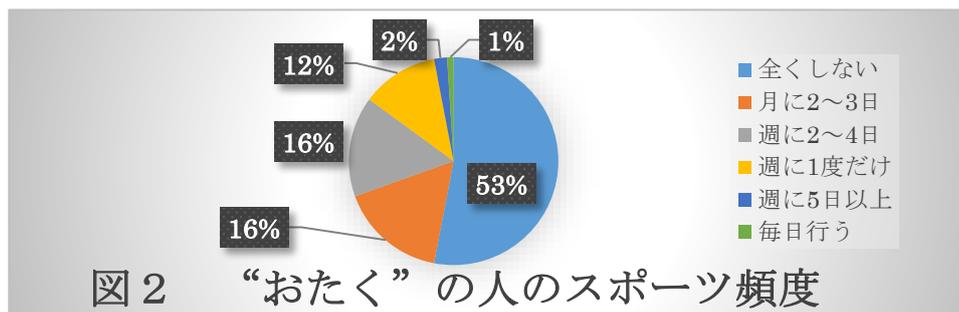
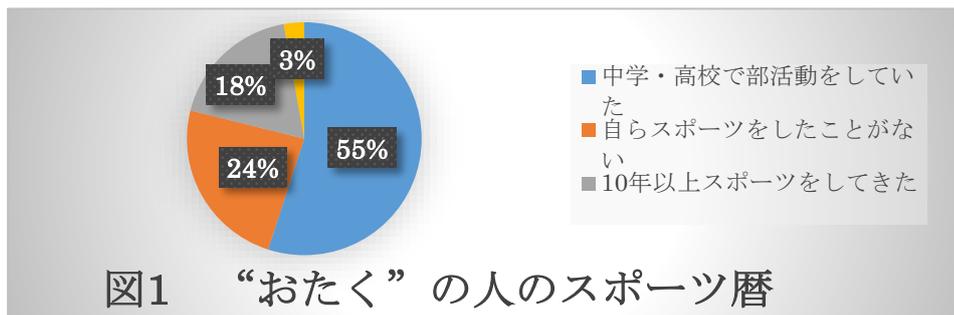
70~80kg 9人 80~90kg 8人 90~100kg 1人

100kg以上 3人)

得られた知見 :

(ア) 中学・高校では運動部に所属していたが、現在はスポーツを全く行っていない人が過半数を超え、もし、アイドルやアニメが企画したスポーツイベントがあれば参加すると答えた人が7割を超えた結果になった。また、スポーツの種類は球技が一番多く、次にダンスと答えた人が多かった。

(イ) アイドルやアニメに1ヶ月間でかけた最高金額は1万円以下から500万円以上と幅広い。



(2) スポーツ実施者数

日本のスポーツ実施者数は平成27年度より減少しており、二極化している現状にある。文部科学省が提示しているスポーツ基本計画の政策目標では、できるだけ早期に、成人の週1回以上のスポーツ実施率が66%程度、週3回以上のスポーツ実施率が34%程度になることを目標としている。下記のデータでは平成27年度の成人の週1回以上のスポーツ実施率が40%、週3回以上のスポーツ実施率が19%と前年より減少している。

一方、“おたく”の人のスポーツ実施者数は（聞き取り調査の結果より）スポーツ頻度を聞いた結果、「全くしない」が53.8%と半数以上を占めている。

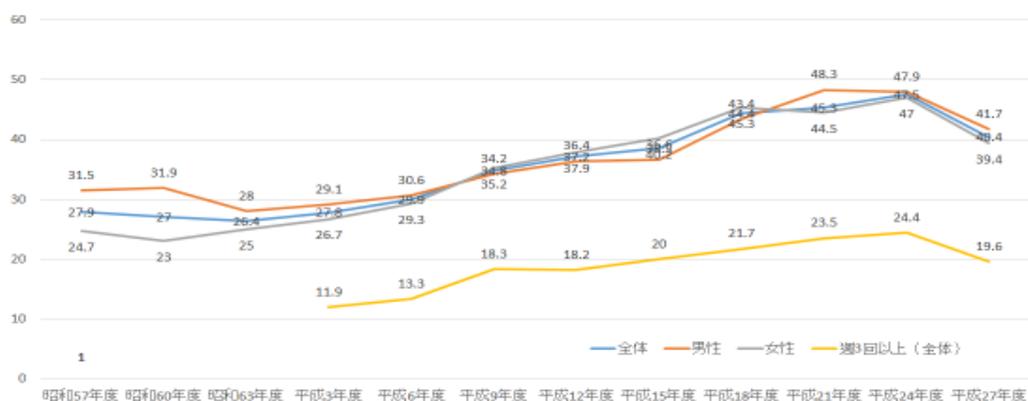


図2 成人の週1回以上運動・スポーツを行う者の割合の推移

3. 政策提言

(1) アイドルスポーツ教室

(ア) 球技（野球、サッカー）

アンケート結果から一番多い投票結果を得られたことから、アイドルを絡めた球技を行う。バッティングセンターの投球映像にアイドルを映し、アイドルが投球したボールを20球程度打つ。サッカーではゴールに的を設置し、その的を狙って1人12球程度シュートをする。これらを行うことで、アイドルの宣伝効果と施設の利益を得られ、普段全く運動しなかった人たちに気軽に運動する機会を提供することができる。

(イ) ダンス

アンケートの結果では二番目に多く、アイドルの活動は歌やダンスが主軸である。そこで、アイドルが指導者となり参加者に歌やダンスのレッスンを提供する。アイドルやアニメの宣伝効果や参加者がよく知っている音楽を使って、ダンスを行う機会を提供し、お互いに利益があるだろう。

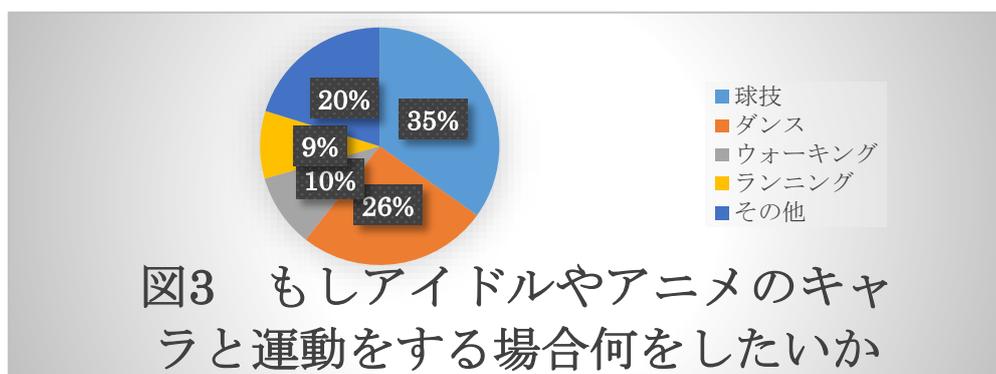


図3 もしアイドルやアニメのキャラと運動をする場合何をしたいか

(2) 運営体制

これらの企画は NPO 法人スポーツファンデーションが主体となり、広告代理店やスポーツメーカーと共にイベントの運営を行う。

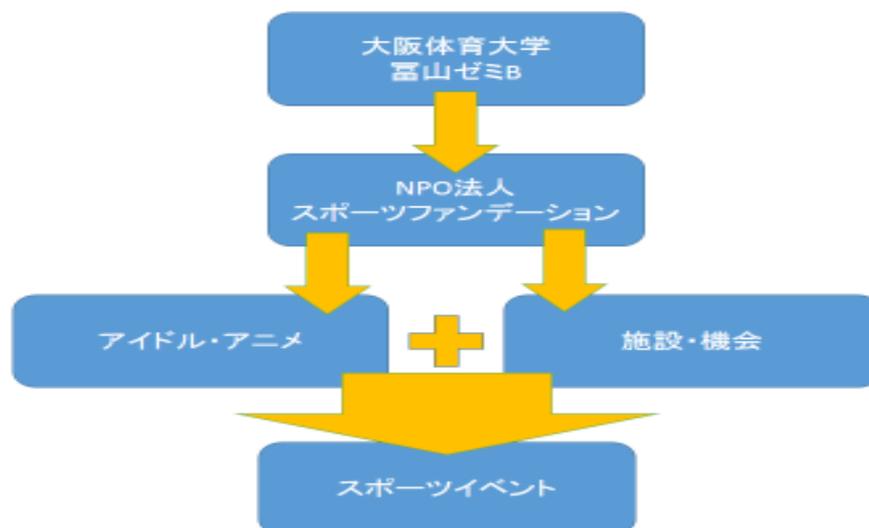


図 4 運営体制

4. 期待される効果

(1) スポーツの価値観の変化

“おたく”の人々は（聞き取り調査の結果より）中学・高校時代に部活等でスポーツに取り組んでいたが、現在は全く行っていないという人が多いことが分かった。そこでアイドルやキャラクターと一緒にスポーツに取り組むイベントを開催することできっかけを作り、運動・スポーツに取り組むことで楽しさや清しさを感じられ、スポーツの価値観が変わるだろう。

(2) スポーツ実施率の増加

“おたく”という新しいターゲットに焦点を当て、運動をする機会がほとんどなかった人々にその場を継続的に提供する。したがって、スポーツをする機会が増え、スポーツの継続に繋がることでスポーツ人口が増加する。

5. 参考文献

オンユアマークマガジン <http://mag.onyourmark.jp/>

国立社会保障・人口問題研究所 <http://www.ipss.go.jp/>

田川 隆博 2009 オタク分析の方向性 名古屋文理大学紀要 第 9 号

Dip 株式会社 <http://www.dip-net.co.jp/news/press-release/2014/04/4075.html>

文部科学省 <http://www.mext.go.jp/>