

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ コマザワダイガク	フリガナ グローバルメディアスタディーズガクブ	フリガナ カガミヨウコゼミナール
駒澤大学	グローバルメディアスタディーズ学部	各務洋子ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ A	フリガナ カラヤ ケイタ	5	無
A	柄谷 啓太		

研究テーマ（発表タイトル）
Jリーグの若年層問題と日本の未来

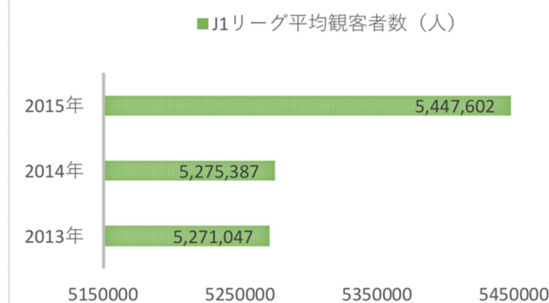
※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

2020 年に東京オリンピックが開催されることが決定し、日本国内においてスポーツに対する気運は高まりを見せている。しかし、世界的に普及しているスポーツであるサッカーに対する関心は伸び悩んでおり、とりわけ国内のプロリーグである Jリーグの平均観客者数は例年横ばいの傾向にある。また、そのなかでも若年層の平均観客者数は減少傾向にあるのが現状である。昨今、日本において様々な面でのグローバル化の促進が課題として挙げられている。日本人がグローバル化を推進していくうえで国際言語である英語の習得などは必須であるが、文化的な側面でも国際人として順応していく必要がある。そこで、世界で一種の共通言語となりうるスポーツ、とりわけ世界的に普及しているサッカーを文化として日本に根付かせていくことで国内のスポーツ産業の成長促進、国際人として世界を渡り歩くうえでのツールの一つとしてサッカーを文化的に捉え、これらを通してこれからの日本を担う人材である若年層の日本人のグローバル化を促進する手助けをすることを研究の狙いとしている。そこで、私たちは今回 Jリーグの若年層の観客数の問題を学生の視点から解決策を考案することでこれからの日本のスポーツ産業の成長を促し、グローバル人材の育成に貢献することを目的として考察する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

Jリーグの公式データによると J1 リーグの観戦者数は 13 年、14 年は横ばいであるが、15 年は約 20 万人の増加をしている。これは J1 に所属している川崎フロンターレがスタジアムを改築し、増収の結果となったことが大きく影響している。しかし、若年層の観客者数の全体の割合を見ると 13 年は 6.5%、14 年は 5.8%、15 年は 5.5%と全体を占める割合は年々減少していることが現状として挙げられる。



3. 研究テーマの課題

リクルートライフスタイルの Jリーグ観戦者調査によると 18～25 歳の若年層の観戦者の主な特徴は 3 つあり、観戦デビューをする割合が一番高い、観戦にもっともハマりやすい、新規観戦者の

定着率が高いなどが挙げられる。

これらの好意的な要因があるにも関わらず、観戦者数全体を占める割合が低く減少傾向にある原因として、一度観戦に訪れればリピート要因は大いにあるが、そもそも観戦に行くきっかけや機会に恵まれていないということが挙げられる。

また、若年層の観戦者がリピートする大きな要因として好きな選手やチームを見つけることが重要であることからいかに観戦に行くきっかけをつくることができるかがカギとなっている。

観戦デビューをする割合が一番高い

Jリーグ観戦にもっともハマりやすい

新規観戦者の定着率が高い

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

＜スマートフォンアプリを通して観戦に行くきっかけをつくる＞

：動画配信サービス → ルール、サッカーの魅力解説、クラブ別の特徴、選手の特徴紹介、スタジアムまでの行き方、スタジアムグルメ紹介など

現在試合映像そのものは出回っているが、観戦ガイドや選手の特徴紹介に特化したサービスはない。→観戦のきっかけづくりの要因になりうる

：ファンマッチング、SNS → クラブ別のファンコミュニティ、個人間のやりとり可

好きなチーム同士の人をマッチング、スタジアムが一種のコミュニティに

動画配信サービスを中心としたメディア

ファンマッチング&SNS

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

：J1 リーグ第 11 節 川崎フロンターレ vs 横浜 F マリノス（アンケート調査）、東京フットボールクラブ株式会社（インタビュー訪問）、学生 Jリーグ応援団体 TFU（インタビュー実施）

6. 結果や今後の取り組み

今回の研究を通して私たちの考えるサービスは実際にクラブで働く人やスタジアムに足を運ぶサポーターの方々から好意的な意見を伺うことができた。大手の企業が展開するサービスにはないより観戦者向けのサービスであるという点において独自性があること、若年層の人々にとって利用しやすい点において評価された。しかし一方で具体的な資金面の調達など実現可能性を高めるための議論の余地はまだまだあるという課題が浮き彫りになったことから今後そのような点をより研究していく必要があると考えている。

また、今後さらなるサービスの充実を図るために既存でスポーツの試合映像を配信している企業から意見をいただき、実際に協業して運営することは可能であるかを検討していく予定である。

7. 参考文献

Jリーグデータサイト>年度別入場者推移>2012 年～2015 年

(<https://data.j-league.or.jp/SFTD12/>)

Jリーグ公式サイト>about Jリーグ>経営情報>観戦者調査 2015

(<http://www.jleague.jp/docs/aboutj/spectators-2015.pdf>)

じゃらんリサーチセンターHP>調査データ>Jリーグ観戦実態調査 (2013 年)

(http://jrc.jalan.net/flie/surveys/j-league_survey_20140115.pdf)

総務省ホームページ>総務省トップ>政策>白書>27年版>インターネットの普及率

(<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc372110.html>)

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。