



# 大学スポーツ活性化プロジェクトが及ぼす好循環 ～東海大学をモデルに～

萩ゼミA

吉沼侑貴 上水流景 篠田清 清田恵

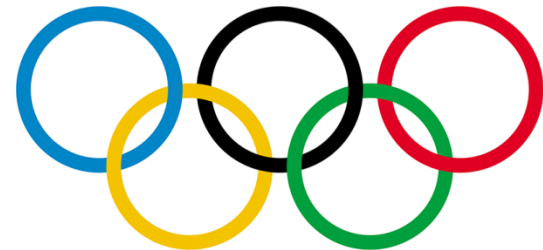
- 緒言
- 現状の分析と課題の抽出
- 提言
- 期待される効果
- 展望



TOKYO 1964



TOKYO ● 2020  
CANDIDATE CITY





共通点...

全員が “学生” である。



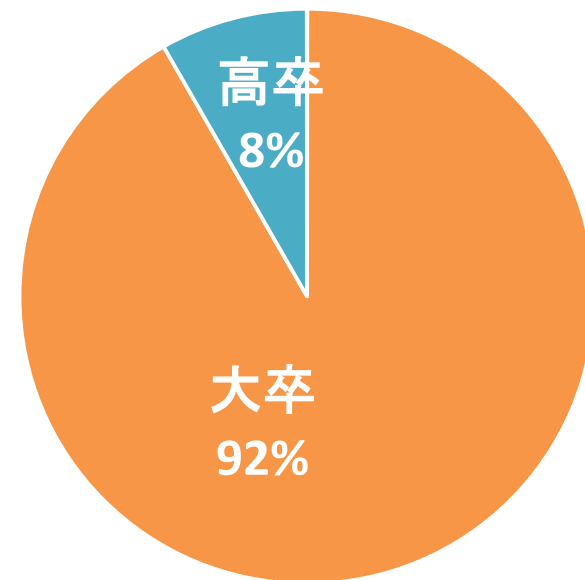
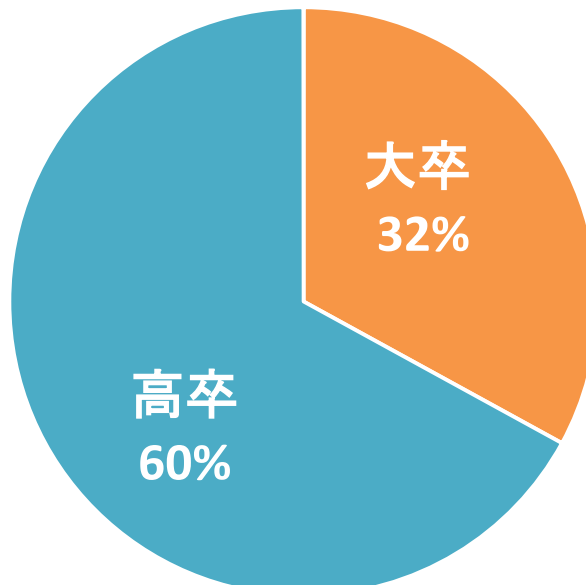
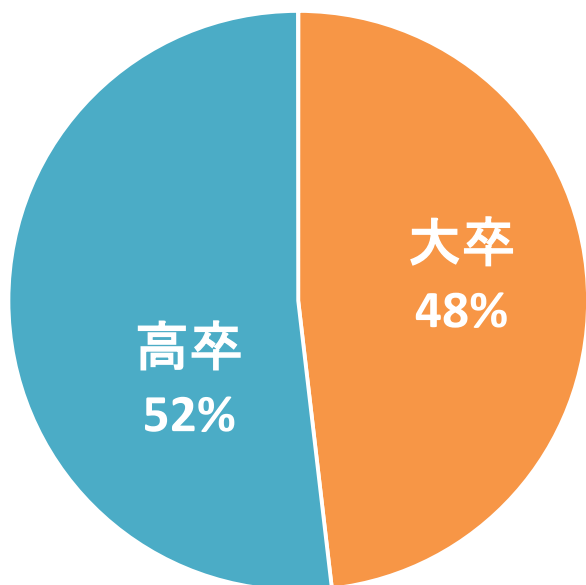
# 【プロ・トップスポーツにおける最終学歴】

～野球・サッカー・ラグビー～

プロ野球12球団  
(1軍所属の選手)

サッカー18チーム (J1所属の選手)

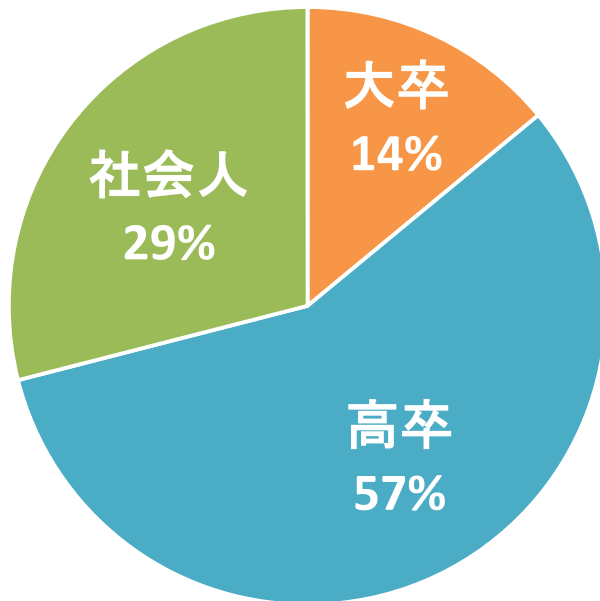
ラグビー16チーム  
(トップリーグ所属の選手)



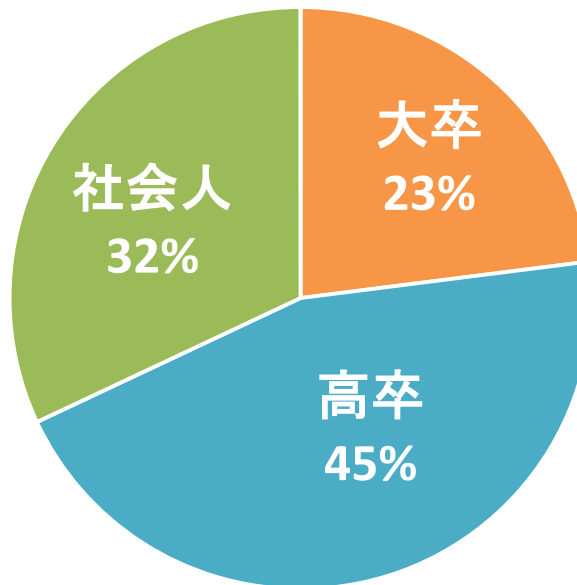
【日本プロ野球,Sport policy for japan 2014 桜美林大学,ラグビー】

# 【プロ・トップスポーツにおける最終学歴】 ～野球プロ野球12球団～

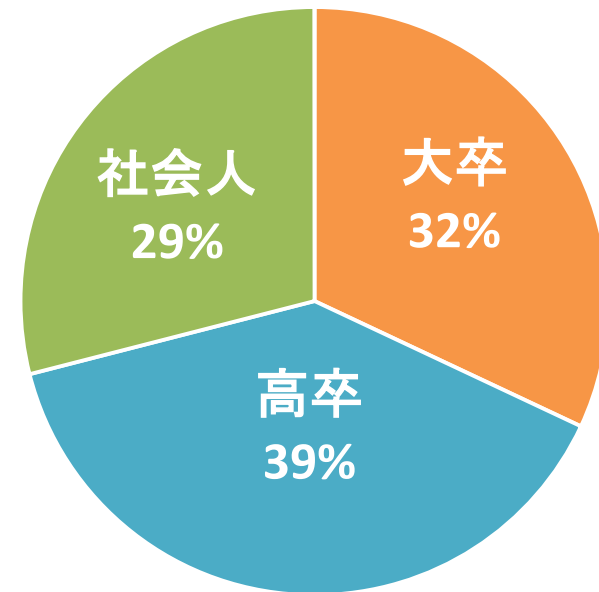
1980年代



1990年代



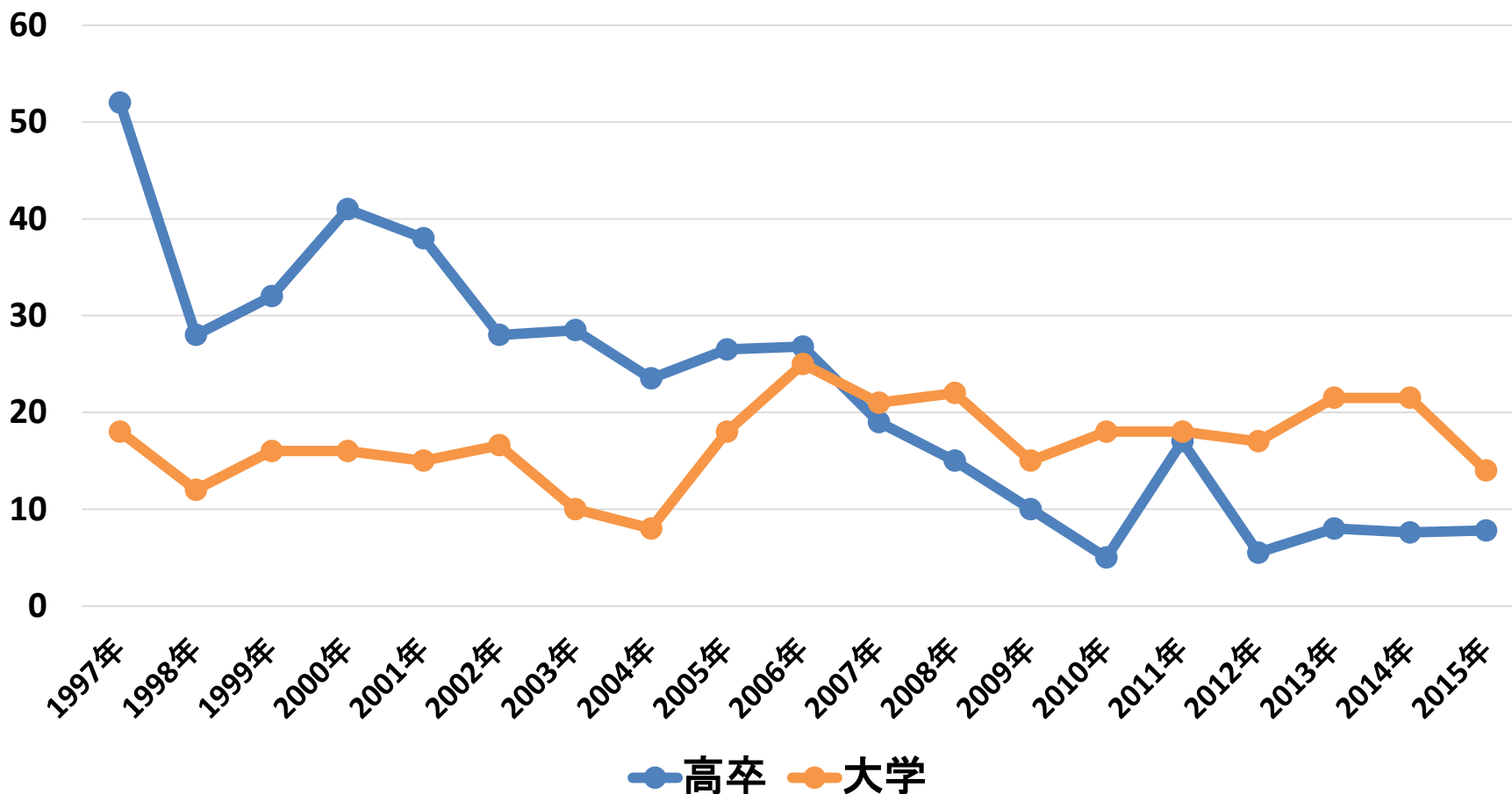
2000年代



■ 大卒 ■ 高卒 ■ 社会人

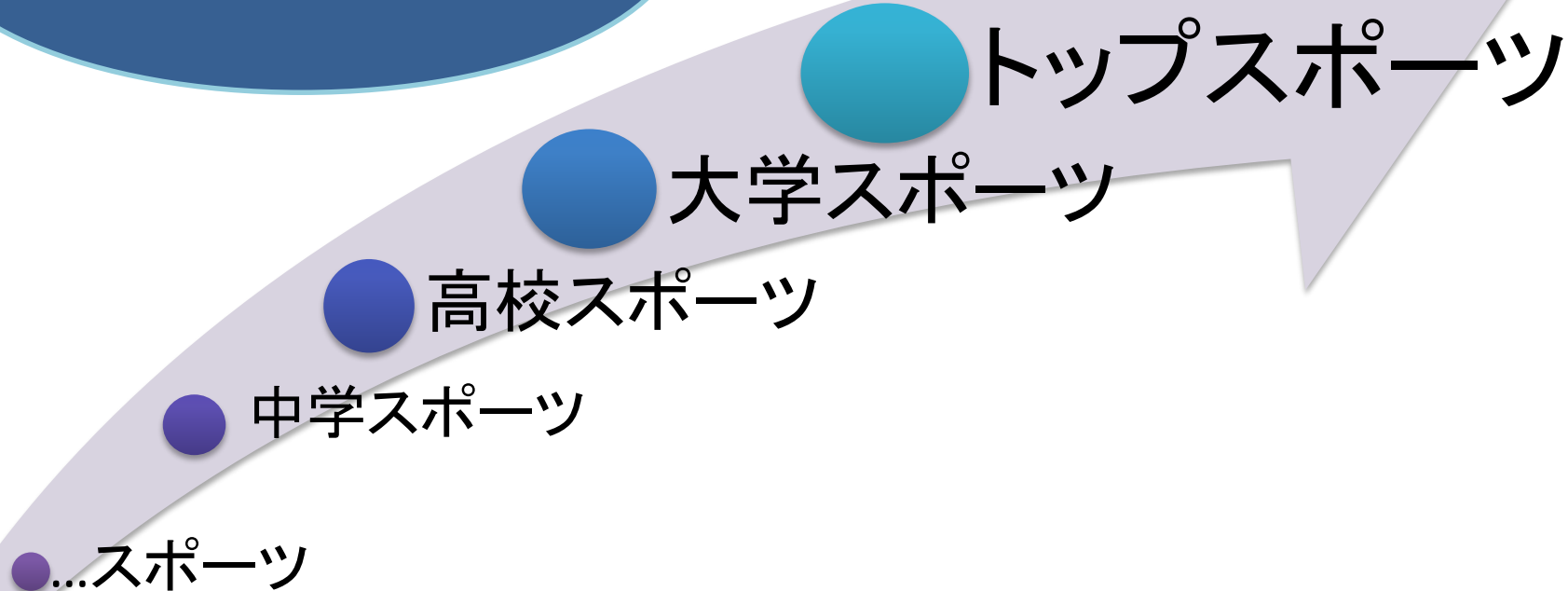
【大阪経済大学2010年「プロ野球選手の都道府県別出身人数」】

# 【プロ・トップスポーツにおける最終学歴】 ～サッカーJ1に所属している選手～



【日刊編集センター2015「Jリーグへの近道は？入団状況をデータで分析」】

Step Up





## 【大学スポーツ】

大学において体育会系のクラブ活動に所属する  
団体または個人。

- 緒言
- 現状の分析と課題の抽出
- 提言
- 期待される効果
- 展望

## 【大学スポーツに対する興味・関心の実態調査】

大学スポーツの現状を把握するための調査を実施。

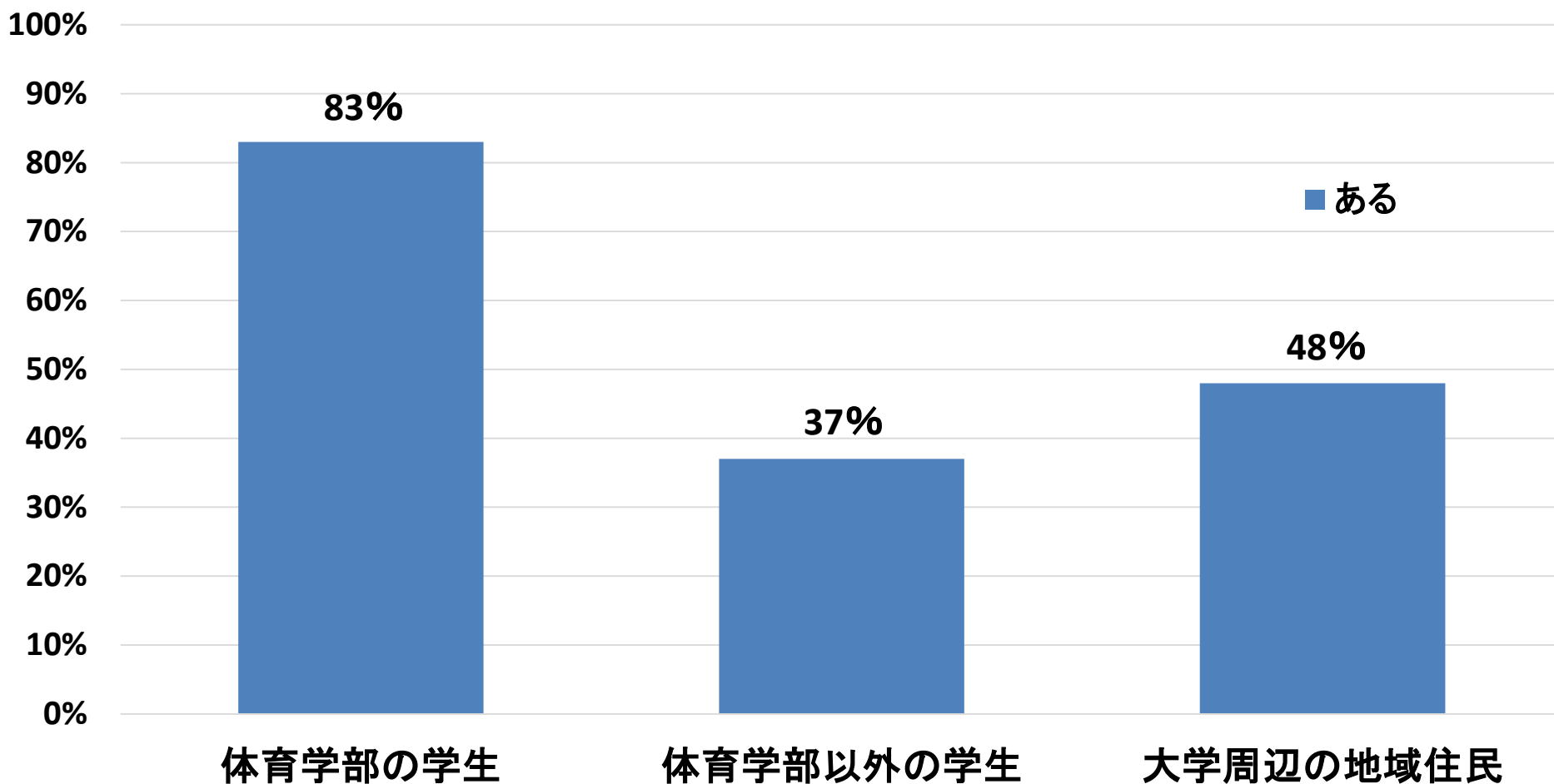
実施期間：2015年7月28日～8月13日

対象： 体育学部の学生 111人  
体育学部以外の学生 100人  
大学周辺の地域住民 100人

合計311人

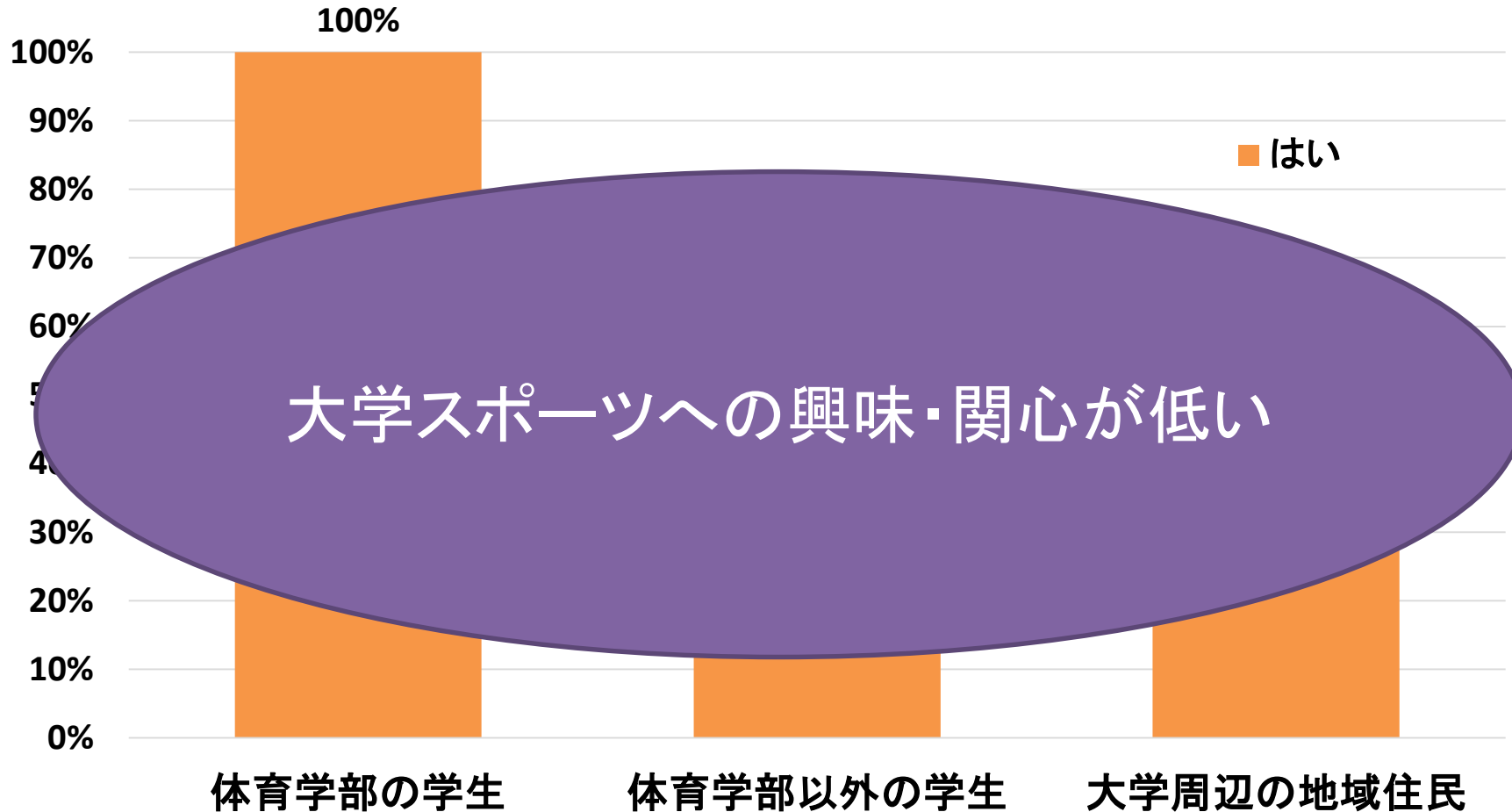
※東海大学湘南キャンパスが所在する地域秦野市・平塚市にて実施

# 【大学スポーツに対する興味・関心の実態調査】 「大学スポーツを観たことがありますか？」



あると答えた人へ→

「大学スポーツを自発的に観たいと思いますか？」



大学スポーツへの興味・関心が低い

【大学スポーツに対する興味・関心の実態調査】

「大学スポーツを観ない理由を教えてください。」

チームに愛着がわかない。

親近感を感じない。

あまり身近なものではなく気軽に観れるものではない。

会場まで行きづらい。

いつやっているのかわからない。

情報が入ってこない。

予定が合わず、観にいけない。

【大学スポーツに対する興味・関心の実態調査】



HP

情報における課題



観戦者意欲に対する課題

## ●情報における課題

### 【現状における課題】

- ・試合結果中心の掲載。
- ・試合開催情報の発信の遅れ。
- ・情報が受け手に行き届いていない。
- ・人の目をひくような広報がない。
- ・クラブ活動と広報活動の両立が難しい。



# ●スポーツ観戦意欲に対する課題

試合会場のアクセス



観戦動機



大学スポーツが持つ魅力



- 緒言
- 現状の分析と課題の抽出
- 提言
- 期待される効果
- 展望

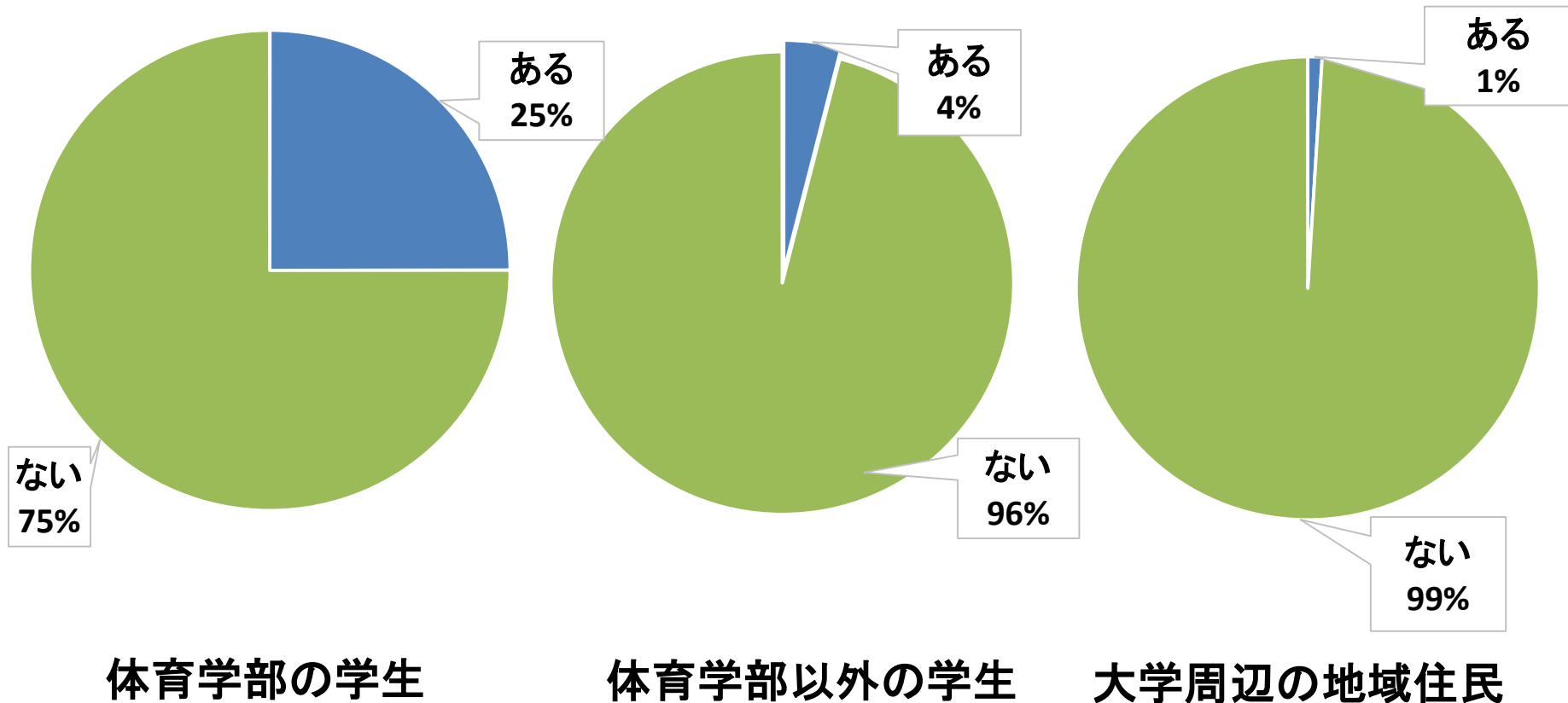


# 「大学スポーツ活性化プロジェクト」

～ Ambassador of College Sports ～

# AOCS

# 「大学スポーツにおいてラグビーを観たことがありますか？」



【大学スポーツに対する興味・関心の実態調査】



# 東海大学ラグビー部 SEAGALES



# 【大学スポーツ活性化に向けた活動】

＜学生目線の提案＞

大学スポーツを通じて  
大学へのアイデンティティを高める

学生主体の取り組みにより、  
長期的な活動が可能となる。



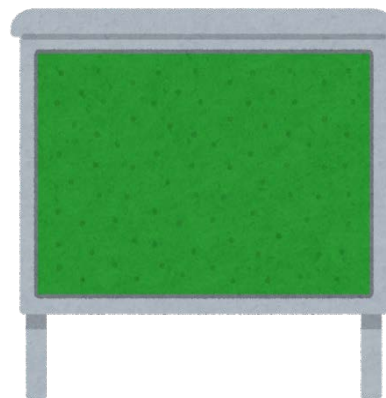
# 他大学でも 実践可能なプロジェクト

# 大学スポーツ活性化プロジェクト

【有志の学生】



【募集方法】





# 「大学スポーツ活性化プロジェクト組織図」

## 大学スポーツ活性化プロジェクト

### 広報

- ・HP
- ・SNS

### 企画・運営

- ・練習試合
- ・ホームゲーム

### マーケティング

- ・スタンプカード制度

### ブランディング

- ・注目選手
- ・グッズ
- ・ロゴマーク
- ・ユニフォーム

## 【組織形態】

4つのセクションから成り立つ

広報、企画・運営、マーケティング、ブランディング



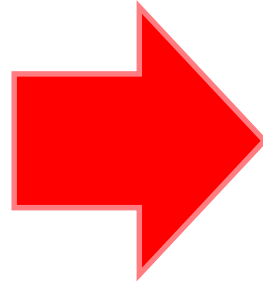
役割の細分化による活動の効率化

## 【4つのセクション】

- ① 広報
- ② 企画・運営
- ③ マーケティング
- ④ ブランディング



HP



認知度が低い



広報活動を  
知ってもらうための活動

# 【広報内容】

試合開催日時



開催場所



選手・チーム情報



## 【4つのセクション】

- ① 広報
- ② 企画・運営
- ③ マーケティング
- ④ ブランディング

試合観戦



動機となるきっかけ作り



観戦者数の増加・観戦意欲の増加

# ホームゲーム、イベントの企画・運営 練習試合の運営

3,000

2,500

■ 来場者数

観客意欲の促進、観客数増加を図る

500

0

2009年

2011年

2015年

【東海大学男子バスケットボール部ホームゲーム2009～2015年】

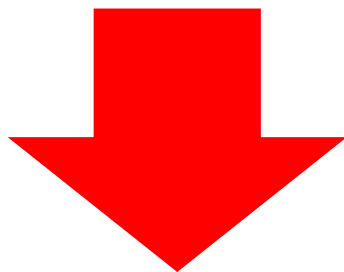


## 【4つのセクション】

- ① 広報
- ② 企画・運営
- ③ マーケティング
- ④ ブランディング

## 【マーケティング】

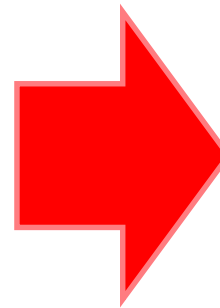
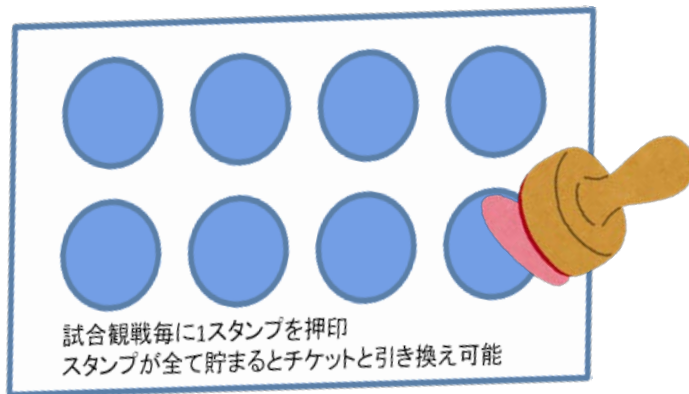
観戦者の興味・関心があるもの



観客のニーズを提供

# 【スタンプカード制度】

試合観戦毎にスタンプを押印  
スタンプがたまるとチケットプレゼント!!

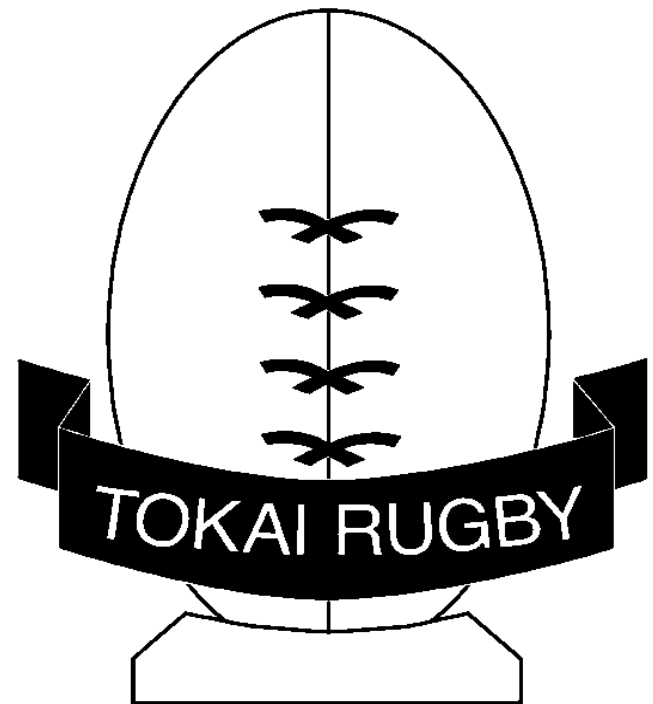
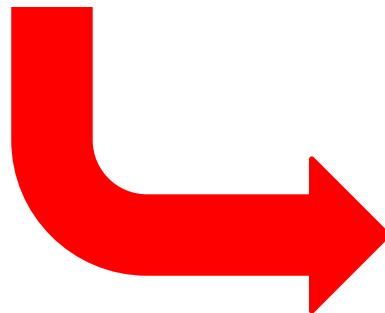


## 【4つのセクション】

- ① 広報
- ② 企画・運営
- ③ マーケティング
- ④ **ブランディング**

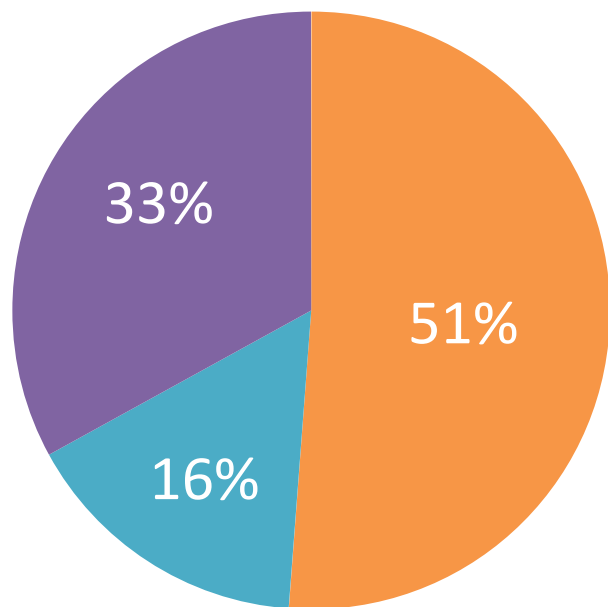
# グッズのプロデュース、ロゴのリニューアル 注目選手の設定

例) ロゴマークのリニューアル化



大学のオリジナルグッズも大学への「親近感」や「一体感」につながる

「大学へのオリジナルグッズを充実させることが、大学への「親近感」や学生の(卒業生)の「一体感」につながると思えますか？」



「思う」と答えた人が

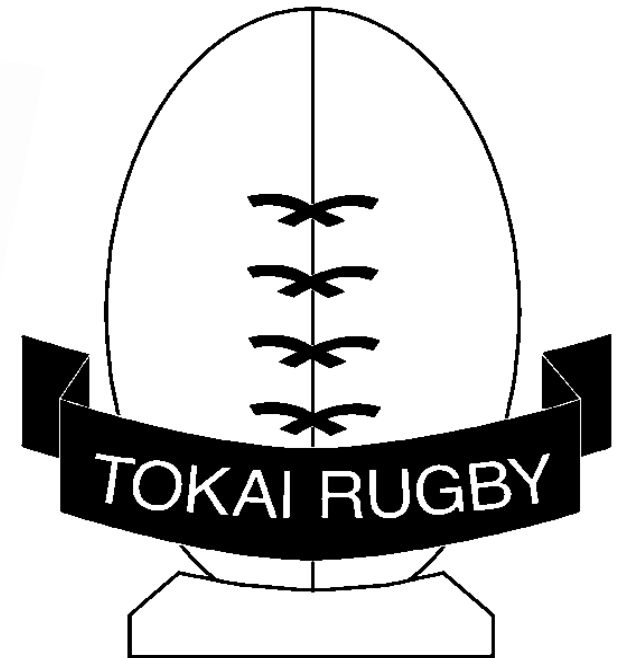
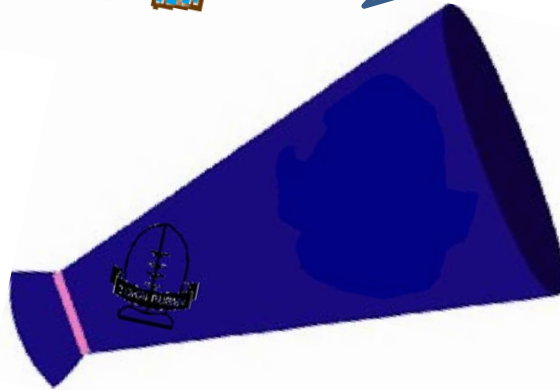
51.2%

■ 思う ■ 思わない ■ どちらとも言えない

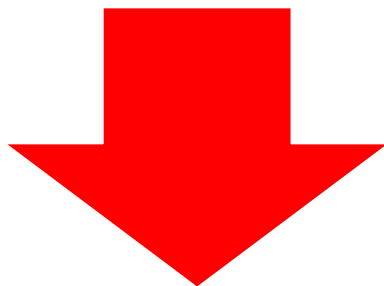
## 例) ラグビー部グッズ



ロゴマークを使用  
グッズのプロデュース

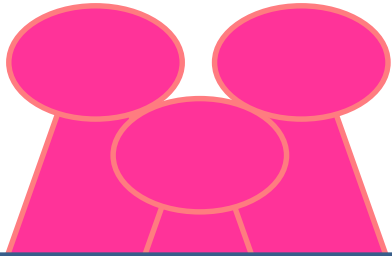


大学スポーツ活性化プロジェクトにより  
学生がプロデュースすることが可能

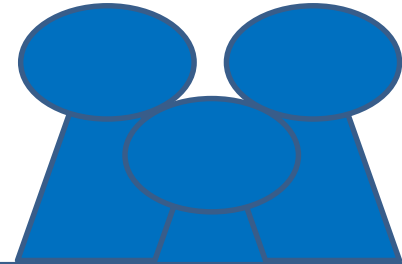


アイデンティティの構築



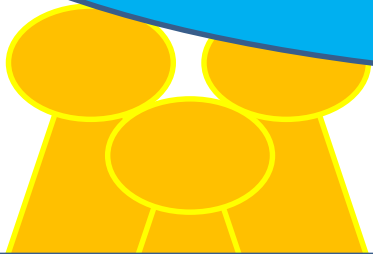


学生

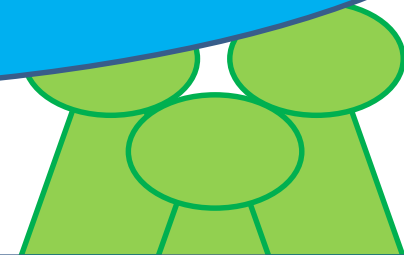


大学

# 4つの視点のメリット



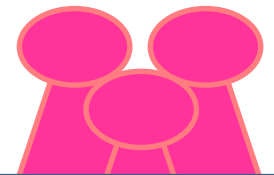
地域住民



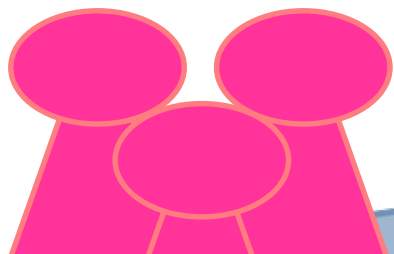
クラブ

## 【プロジェクトに参加する学生目線のメリット】

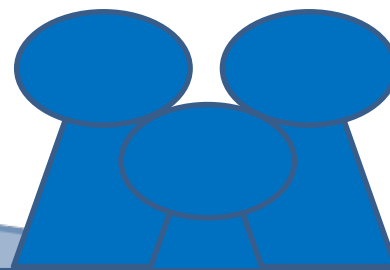
- ・社会に役立つスキル習得・スキルアップが可能。
- ・スポーツ現場の実践経験を積むことができる。
- ・学生自身の活動の可能性を広げることができる。
- ・大学スポーツ活性化のアンバサダー的存在の確立。



学生



学生

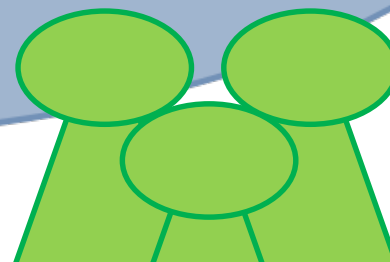


大学

# 4つの視点のメリット



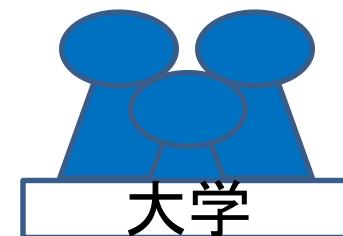
地域住民

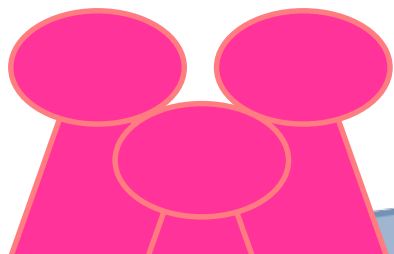


クラブ

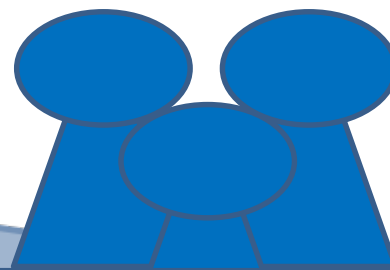
## 【大学目線のメリット】

- ・学生主体による組織の立ち上げ。  
→お金がかからない。
- ・学生が実践経験を積む機会の提供。  
→学生の満足度のUPにつながる。
- ・大学スポーツ振興の人材及び時間の確保。  
→迅速な情報発信が可能になる。
- ・スポーツ業界または社会で活躍する人材の育成。  
→社会に出た時に即戦力となる人材の輩出。





学生

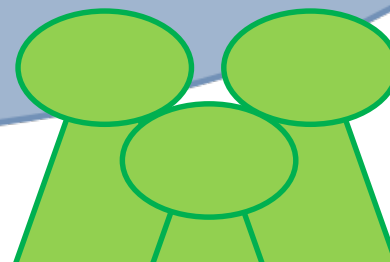


大学

# 4つの視点のメリット



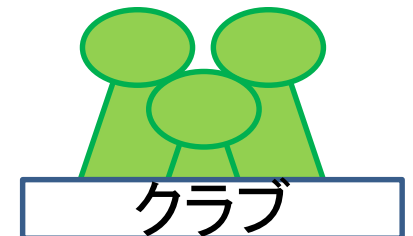
地域住民

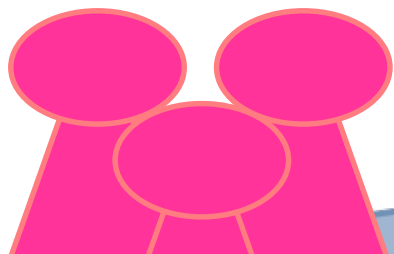


クラブ

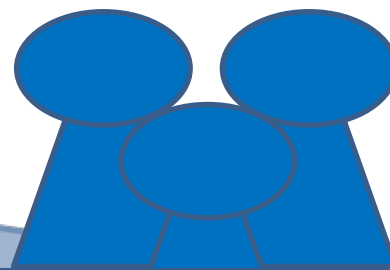
## 【クラブ目線のメリット】

- ・広報活動を支援してもらうことができる。
- ・観戦者数の増加になる。
- ・選手のモチベーション向上に繋がる。
- ・クラブのイメージを高めることができる。(ブランディング)
- ・クラブの認知度のUP



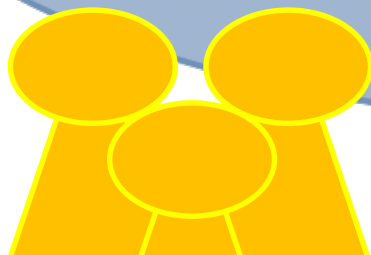


学生

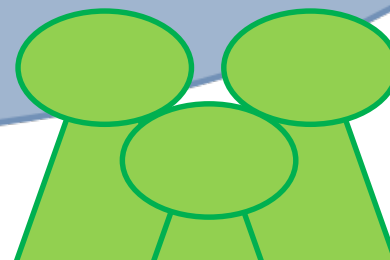


大学

# 4つの視点のメリット



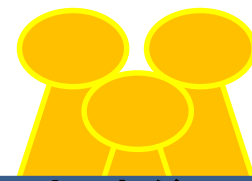
地域住民



クラブ

## 【地域住民目線のメリット】

- ・地域の大学をより理解することができる。
- ・大学スポーツに触れる機会が増加する。
- ・スポーツの情報に触れることが増える。
- ・本格的なスポーツを低コストで観戦できる。
- ・大学スポーツをより深く知ることができる。



地域住民



- 緒言
- 現状の分析と課題の抽出
- 提言
- 期待される効果
- 展望

## 大学スポーツ活性化プロジェクト 活動前



情報発信の課題

観戦者意欲の課題

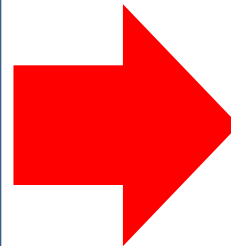


## 大学スポーツ活性化プロジェクト 活動後

情報発信数の増加

観戦者の動機作り

観戦意欲促進



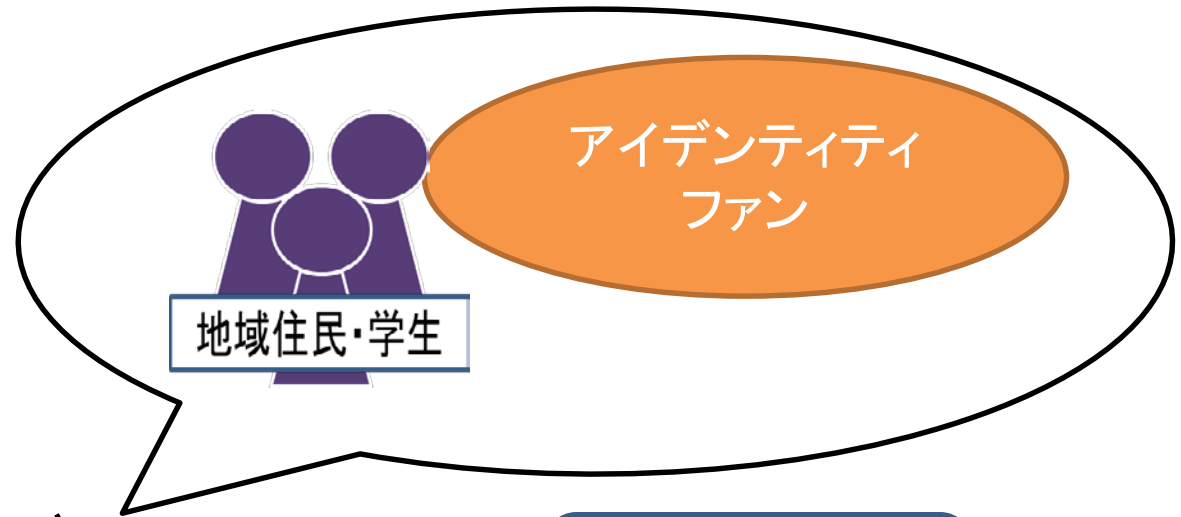
〈大学スポーツ〉



〈トップスポーツ〉



本大学卒 マイケル・リーチ選手

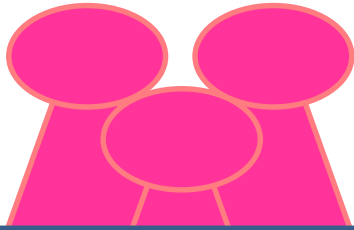


注目

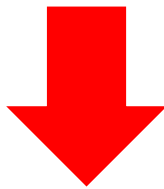


継続的な  
スポーツ振興

卒業後



学生



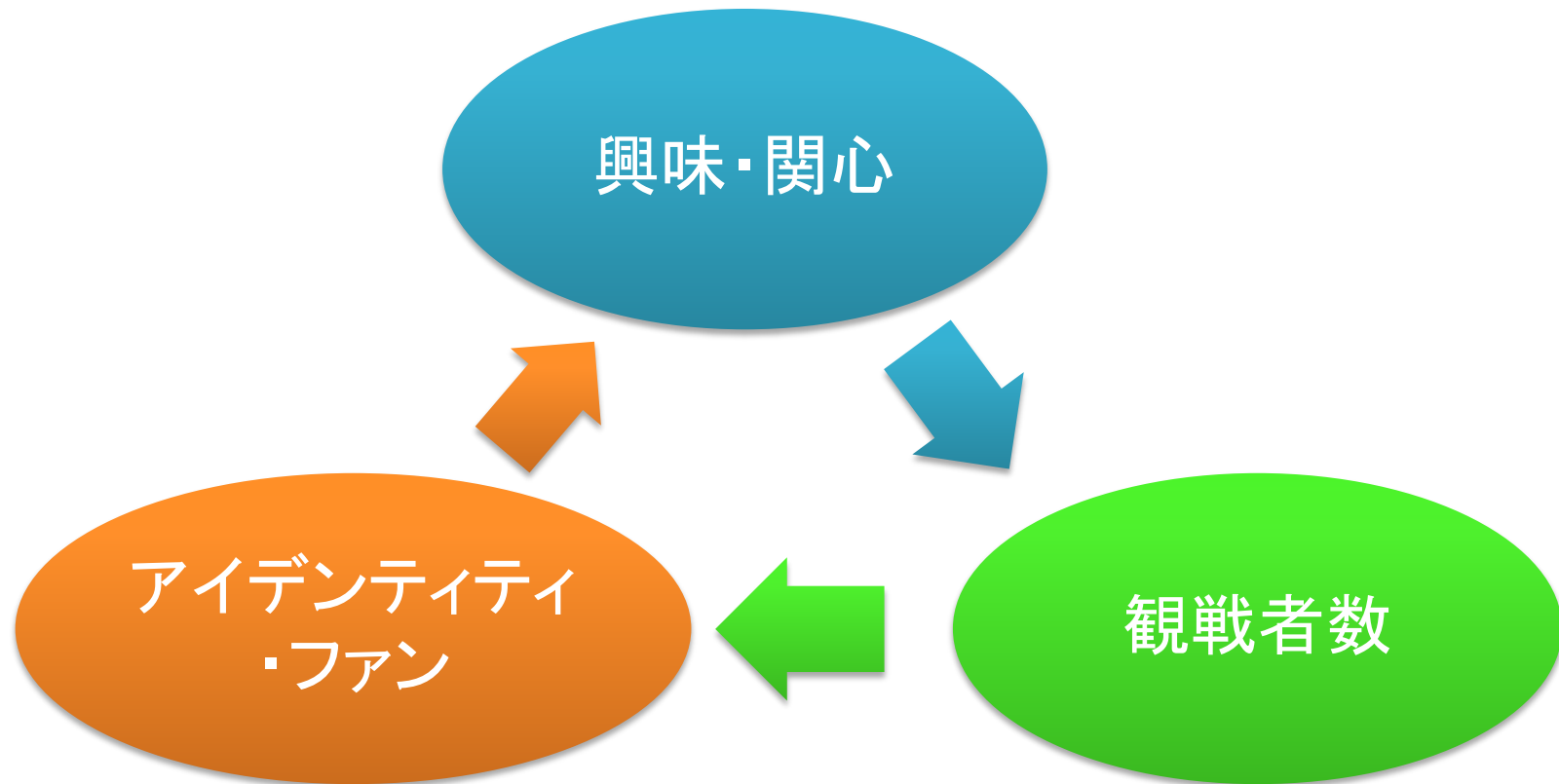
スポーツ振興サポーター

大学スポーツへの  
興味・関心の継続

大学スポーツの活性化は  
日本のスポーツ振興へ

- 緒言
- 現状の分析と課題の抽出
- 提言
- 期待される効果
- 展望

## 【大学スポーツを盛り上げるサイクル】





東海大学  
Tokai University

# 大学スポーツ活性化の好循環





- ・天野祐吉,2006年「広告批評」マドラー出版
- ・Sport policy for japan 2014 桜美林大学「Jリーガーのセカンドキャリアサポート p88
- ・サッカー選手登録数データボックス日本サッカー協会  
[www.jfa.jp/about\\_jfa/organization/databox/player.html](http://www.jfa.jp/about_jfa/organization/databox/player.html)
- ・東海大学ラグビー部SEAGALES  
<http://seagales.com/>
- ・日刊編集センター2015「Jリーグへの近道は？入団状況をデータで分析  
<http://www.nikkanhc.co.jp/>
- ・日本総合研究所,2008年「大学に関する意識調査」  
<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/column/study/pdf/1404.pdf>
- ・日本プロ野球選手会公式ホームページ  
<http://jpbpa.net/register/>
- ・プロ野球選手の都道府県別出身人数  
<http://www.osaka-ue.ac.jp/>
- ・明治学院大学 ログマーク・キャンパスフォト  
<http://www.meijigakuin.ac.jp/about/history/downloads/>
- ・保井江理佳,2013年卒業研究論文,「大学スポーツにおけるホームゲーム開催効果の検証」
- ・ラグビートップリーグ  
<http://www.top-league.jp/>
- ・渡邊智香,2012年卒業研究論文,「スポーツを活用した大学ブランディング戦略の提案」





ご清聴ありがとうございました。