

# 地域プロスポーツチームにおける ソーシャルメディア活用の現状と課題

吉見憲二<sup>†1</sup>

**概要**：一部の人気スポーツを除いて、地域のプロスポーツチームでは経営や集客に苦勞している現状がある。しかしながら、大口のスポンサーの維持・獲得は容易ではなく、少ない予算や人員での広報活動を余儀なくされているチームも少なくない。こうした状況ではソーシャルメディアの活用に対する期待も大きい。現状の広報においてどの程度ソーシャルメディアが活用されているかについてまとめた調査・研究があるわけではない。本研究では、主にプロサッカーの下部リーグを対象に、各チームのソーシャルメディア利用の現状を把握するとともに、その活用上の課題について明らかにすることを目的とする。

## 1. はじめに

ソーシャルメディアの波及を背景に、あらゆる局面でソーシャルメディアを利用した情報発信が行われるようになってきている。佐藤（2008, 2011, 2015）はこうした変化が不可避であるとともに、コミュニケーションのあり方が大きく変わってきていることを一連の著作にて鋭く指摘している。その影響は情報サービスに留まらず、広報・広告の分野にまで広がってきている。

消費者によるクチコミの広がりや場合によってはマスメディアの広告を凌駕するような影響力を有することもある今日では、コミュニケーションとしての広報の重要性は日増しに高まっている。その中でも特にその恩恵を大きく受けることが予想されるのが地域のプロスポーツの分野である。一部の人気スポーツを除いて、地域のプロスポーツチームでは経営や集客に苦勞している現状があるが、初期投資が少なく、波及効果の高いソーシャルメディアの活用はそうしたチームが置かれた状況に合致していると考えられる。

本研究では地域に密着したプロスポーツチームの代表格である J リーグを対象に、ソーシャルメディアの中でも特に Twitter の活用の現状と課題について考察する。

## 2. J リーグの現状

J リーグのここ 10 年の年度別入場者数の推移を示したものが図 1 である。2011 年は東日本大震災の影響で大きく J1 リーグの観客動員が落ち込んだものの、ここ 10 年は概ね 17,000～19,000 人の幅で推移していることが読み取れる。加えて、震災後の 2012 年からは 18,000 人の壁を突破できおらず、こうした現状がセカンドステージ制とチャンピオンシップの導入につながり、新たな取り組みによって観客数自体は増加に転じている。ただし、図 1 の通り劇的な効果があったとは言い難い側面もある。

他方で、J2 リーグについては概ね 6,000 人前後が、2014 年に発足したばかりの J3 リーグでは 2,000 人前後が入場者

数の目安になっている。もちろん、チームごとに観客動員の実態に大きな差があることが予想されるが、下部のリーグにいくほどに観客動員力が弱くなることは自明のことだろう。しかしながら、長期の景気低迷に苦しむ今日では大口のスポンサーの獲得も容易ではなく、日々の観客動員にかかる期待は大きい。

このようにリーグ自体の停滞と景気の低迷によるスポンサー確保の困難を踏まえれば、各チームの地道な努力によって観客を獲得し、リーグ全体の入場者数増につなげていくことが肝要になる。そうした状況では、ソーシャルメディアを通じた広報は大きなポテンシャルを秘めているものと考えられる。特に、知名度の低い下位カテゴリのチームにおいてはそのメリットが享受されやすいのではないだろうか。

そこで、本研究では以下の 2 つのリサーチ・クエスチョン（以下、RQ）を設定し、実際の各チームの Twitter の利用状況からテキストマイニングを用いた分析を行い、その妥当性について検証する。

### 【RQ1】

下位カテゴリのチームほど Twitter の利用に積極的である

### 【RQ2】

下位カテゴリのチームほど Twitter を経営のために活用している

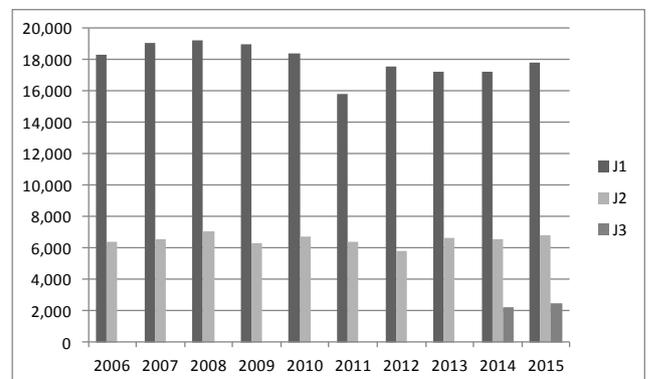


図 1 J リーグの年度別入場者数推移

（出典）J. League Data Site

<sup>†1</sup> 佛教大学  
Bukkyo University

### 3. 各チームのソーシャルメディア利用状況

現在 J リーグには 3 カテゴリーで、56 チームが存在している。本研究では、その全てのチームに対して Twitter アカウントの有無を確認し、2016 年 3 月 6 日時点でのツイート数、フォロワー数、フォロー数カテゴリーごとに表にまとめている (表 1~3) a。例えば、J1 リーグでは「ベガルタ仙台」と「大宮アルディージャ」はアカウントを保有しておらず、「柏レイソル」のみが認証を受けずにアカウントを運用している。J2 リーグでは「ファジアーノ岡山」と「ザスパクサツ群馬」はアカウントを保有しておらず、「レノファ山口 FC」のみが認証を受けずにアカウントを運用していた。これが J3 リーグになると、アカウントを保有していないチームが 16 チーム中 6 チームに増え、認証を受けているのが「カタレ富山」と「栃木 SC」のみとなっている。「カタレ富山」と「栃木 SC」はいずれも J2 リーグに在籍した経験があり、J2 と J3 の間に大きな壁が存在していることが読み取れる。

加えて、リーグごとの比較を行ったものが表 4 である。年度別入場者数と同様にカテゴリが下がるごとにフォロワー数とフォロー数は減少していったが、平均ツイート数に関しては J1 よりも J2 の方が多いという結果が得られている。この点は大きな差異とは言えないものの、RQ1 が部分的に支持される結果とも捉えられる。

表 4 各リーグの Twitter の利用状況

	平均ツイート	平均フォロー	平均フォロワー
J1	7157.2	4776.1	67393.6
J2	7824.7	1621.7	19931.6
J3	2404.8	136.7	4902.9

なお、表 1~3 を概観して分かるのが、フォロワー数が多いアカウントを運営しているチームが一部に留まることである。J1 では「川崎フロンターレ」と「横浜 F・マリノス」が、J2 では「東京ヴェルディ」と「FC 町田ゼルビア」がいずれも数千を超えるフォロワー数を誇っている。フォロワー数が 0 のチームも少ない中でこれら 4 チームの傾向は特徴的であり、いずれのチームもリーグ平均に比べて高い利用状況を示している。特に、「川崎フロンターレ」は地域に密着した積極的な広報が評価されているチームでもあり、ソーシャルメディアの活用においても、他チームより一歩進んだ取り組みがなされていることが示唆されている。一方で、「FC 町田ゼルビア」は J3 から昇格したばかりのチームであるが、Twitter の活用状況において J2 の他のチームと比較しても高いレベルを示していることは、興味深い点であった。

a 紙面の都合で末尾に掲載している。

### 4. テキストマイニングによる分析

#### 4.1 単語抽出

続いて、テキストマイニングを用いた分析より、各リーグの特徴について概観していく。分析にあたってはフリーテキストマイニングソフトウェアの KH Coder と付属の辞書である ChaSen (茶筌) を利用した。加えて、遡って取得できる範囲 (上限 3,200 件) の各チームのツイートをテキストデータとして分析対象としている。

まず、取得した全投稿のうち頻出上位 20 語に該当する単語を表 5 に示している。単語抽出の結果からは試合や練習に関するアナウンスが多いことが示されており、こうした告知に Twitter が利用されていたものと理解できる。また、頻出 1 位の「選手」は頻出 2 位の「お知らせ」を大きく上回っており、試合展開の説明や解説などで選手名への言及が多かったものと考えられる。

表 5 頻出上位 20 語

順位	抽出語	出現回数
1	選手	45866
2	お知らせ	14046
3	試合	14003
4	リーグ	12816
5	本日	12179
6	月	12101
7	更新	9104
8	応援	6914
9	サッカー	6867
10	今日	6748
11	キックオフ	6692
12	開催	6642
13	お願い	6568
14	明日	6527
15	トレーニング	6334
16	行う	6189
17	練習	6065
18	参加	6048
19	スタジアム	6030
20	情報	5976

#### 4.2 対応分析

対応分析は、質的データの主成分分析であり、相対的な単語間の距離を平面で表現する手法である。対応分析の結果は図 2 の通りであるが、単語間の配置に加えて J1,J2,J3 の配置を行うことで、各リーグに相対的に近い位置の単語を示すことができる。言い換えれば、各リーグにおいて特徴的に用いられる単語を対応分析によって明らかにすることができるということである。

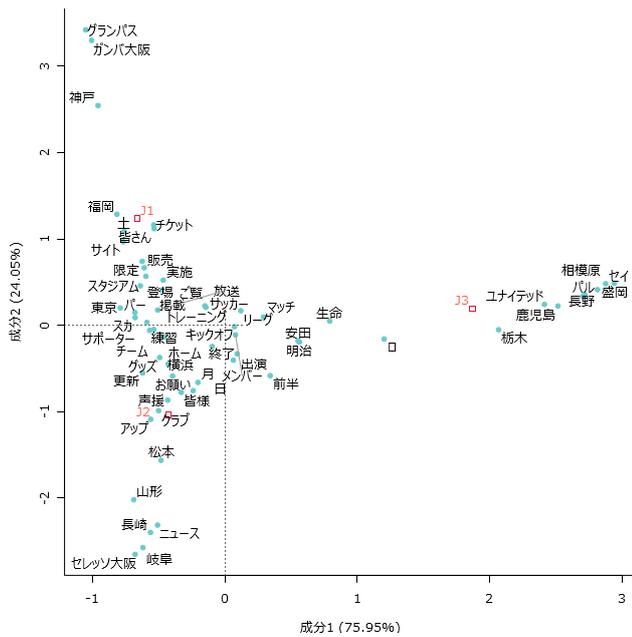


図 2 対応分析結果

対応分析の結果から、J1,J2,J3 それぞれのカテゴリにおいて特徴的な用語が明らかとなっている。一番顕著な単語はチーム名や地名であるが、例えば J1 に近い左上の領域では「限定」「販売」「チケット」といった単語が配置されており、試合の告知に留まらない広報がなされていた。J2 に近い左下の領域では「グッズ」という単語こそ見られるものの、「皆様」「声援」「お願い」といった応援につながる単語が目立っており、経営に関連したものは多くはなかった。J3 は右側の領域に配置されているものの、チーム名のみが近くに配置されており、J1,J2 に比べて際立った特徴を有していないことがここでも示されている。

## 5. おわりに

本研究における RQ については、これまでの分析結果より以下のように整理することができる。

### 【RQ1】

下位カテゴリのチームほど Twitter の利用に積極的である  
 ⇒J2 リーグの方が平均ツイート数は多かったものの、J1 リーグと J2 リーグに大きな差異は見られなかった。一方で、J3 リーグは J1, J2 と比べて著しく消極的な様子が見られた。

### 【RQ2】

下位カテゴリのチームほど Twitter を経営のために活用している  
 ⇒下位カテゴリのチームほどチーム名や単純な応援に関する投稿内容が特徴的であり、J1 のチームの方が経営に関連

したキーワードが登場しやすいという結果が得られた。

本研究では漠然としたソーシャルメディアのイメージから下位カテゴリのチームがソーシャルメディアの活用を積極的に行っているというリサーチ・クエスチョンを設定し Twitter の投稿に関する分析を行ったが、結果からはそうした傾向は支持されなかった。むしろ、広報スタッフの余裕がない下位カテゴリのチームではいくらソーシャルメディアに初期投資が少なく、波及効果が高いという特性があったとしても十分には活用ができない可能性が高い。このことは、J1, J2 に比べて J3 のリーグにおいて活用状況が著しく低下していることから明らかである。他方で、今回はチームの公式アカウントを対象とした分析になるため、ファンの勝手連的な応援アカウントが代替的な役割を果たす可能性があることも付言しておきたい。

なお、本稿ではリーグ間の比較が議論の中心となったが、一連の結果からはむしろ各チームの運営方針がより大きな要因となることが示唆されている。そのため、同様のデータを用いつつ、よりチーム間の差に着眼した分析を行っていくことが今後の計画である。

## 参考文献

- [1] 佐藤尚之 (2008) 『明日の広告』アスキー新書
- [2] 佐藤尚之 (2011) 『明日のコミュニケーション』アスキー新書
- [3] 佐藤尚之 (2015) 『明日のプランニング』アスキー新書

表 1 J1 リーグのチームにおける Twitter の利用状況

順位	アカウント名	ID	ツイート数	フォロー	フォロワー	認証
1	ガンバ大阪	GAMBA_OFFICIAL	3920	0	58,261	あり
2	浦和レッズ	REDSOFFICIAL	7941	0	108914	あり
3	鹿島アントラーズ	atlrsofficial	4067	30	102114	あり
4	サガン鳥栖	saganofficial17	3724	35	23883	あり
5	柏レイソル	REYSOL_Official	342	0	3886	なし
6	川崎フロンターレ	frontale_staff	38488	45655	168736	あり
7	横浜 F・マリノス	prompt_fmarios	7901	9090	164911	あり
8	サンフレッチェ広島	sanfrece_SFC	4076	0	78512	あり
9	FC 東京	fctokyo_express	4257	24	107744	あり
10	名古屋グランパス	nge_official	4618	7	70909	あり
11	ヴィッセル神戸	vissel_kobe	2241	17	12386	あり
12	アルビレックス新潟	albirex_pr	6765	55	50133	あり
13	ヴァンフォーレ甲府	vfk_official	1823	90	17915	あり
14	ベガルタ仙台	なし				
15	大宮アルディージャ	なし				
16	湘南ベルマーレ	bellmare_staff	11606	151	39361	あり
17	ジュビロ磐田	Jubiloiwata_YFC	5300	103	41209	あり
18	アビスパ福岡公式	AvispaF	7446	21160	29423	あり

表 2 J2 リーグのチームにおける Twitter の利用状況

順位	アカウント名	ID	ツイート	フォロー	フォロワー	認証
1	清水エスパルス	spulse_official	3749	90	43991	あり
2	セレッソ大阪	crz_official	6980	33	72700	あり
3	徳島ヴォルティス	vortakun	4548	38	9870	あり
4	松本山雅	yamagafc	7406	37	41222	あり
5	ジェフユナイテッド市原・千葉	jef_united	1399	67	14020	あり
6	ギラヴァンツ北九州	Giravanz_staff	7249	21	11003	あり
7	モンテディオ山形	monte_prstaff	14898	148	23143	あり
8	ファジアーノ岡山	なし				
9	京都サンガ	sangafc	4653	95	21559	あり
10	コンサドーレ札幌	consaofficial	2596	37	18452	あり
11	横浜 FC	yokohama_fc	5487	1496	13011	あり
12	ロアッソ熊本	roassoofficial	6995	74	12832	あり
13	V・ファーレン長崎	v_varenstaff	3542	94	14487	あり
14	水戸ホーリーホック	hollyhock_staff	10018	117	17115	あり
15	FC 岐阜	fcgifuDREAM	2938	93	9826	あり
16	ザスパクサツ群馬	なし				
17	愛媛 FC	ehime_fc	1091	2	9177	あり
18	東京ヴェルディ	TokyoVerdySTAFF	36773	20949	20866	あり
19	カマタマーレ讃岐	kamatama_kouhou	9508	74	10799	あり
20	レノファ山口 FC	renofayamaguchi	3343	286	10111	なし
21	ツエーゲン金沢	zweigen_staff	8377	119	10002	あり
22	FC 町田ゼルビア	FCMachidaZelvia	14944	8564	14445	あり

表 3 J3 リーグのチームにおける Twitter の利用状況

順位	アカウント名	ID	ツイート	フォロー	フォロワー	認証
1	大分トリニータ	なし				
2	カターレ富山	katallertoyama	2063	30	6036	あり
3	栃木 S C	tochigisc	1933	3	9600	あり
4	グルージャ盛岡	grulla_staff	4339	9	5072	なし
5	ブラウブリッツ秋田	blaublitz_akita	2547	0	4250	なし
6	福島ユナイテッド	fufc_staff	13	18	533	なし
7	Y.S.C.C.横浜	なし				
8	S C相模原	sc_sagamihara	6034	1066	8661	なし
9	AC長野パルセイロ	NAGANO_PARCEIRO	2811	115	8578	なし
10	藤枝 M Y F C	fujiedamyfc_pr	46	60	204	なし
11	ガイナレ鳥取	なし				
12	鹿児島ユナイテッド FC	kagoshimaufc	4122	66	5577	なし
13	F C琉球	fcr_info	140	0	518	なし
14	F C東京 U - 2 3	なし				
15	ガンバ大阪 U - 2 3	なし				
16	セレッソ大阪 U - 2 3	なし				

※昨年度順位を元に昇格組については最後に記載している。