

鹿屋体育大学運動部 SNS の閲覧者の特性 I : 応援者全体の分析結果

隅野 美砂輝¹⁾, 新田 東弥²⁾

The Characteristics of SNS Viewers of the Collegiate Athletic Club of the National Institute of Fitness and Sports in Kanoya (I): Results of All Athletic Club Supporters

Misaki SUMINO¹⁾, Toya NITTA²⁾

The Japan Association for University Athletics and Sport (UNIVAS), a national university sports management organization in Japan, was established on March 1, 2019. The UNIVAS states “WE PROMOTE UNIVERSITY SPORTS” as its policy for activities. Their goal is to increase the number of people who watch and support collegiate sports. At present, there are few studies focused on fans and spectators of collegiate sports in Japanese domestic journals in the field of sport management. To expand the fanbase of collegiate sports in the future, there is an urgent practical and academic need to understand the kind of people who currently support university sports. The purpose of this study is to analyze the characteristics of supporters who are social networking sites (SNS) viewers of the collegiate athletic club of the National Institute of Fitness and Sports in Kanoya (NIFS). An online questionnaire survey was conducted with SNS viewers of the NIFS athletic club and the data of 602 supporters was collected. In this first report, we use simple tabulation to present the results of the entire sample of supporters of the collegiate athletic club. The findings of this study are that (1) supporters of the collegiate athletic clubs vary in gender, age, place of residence, relationship with the university, support history, watching experience, etc.; and (2) it was clear that they wished to strengthen their ties to their club and continue to support them. While some were satisfied with the information dissemination of the athletic club, many wanted a higher quantity and quality of information. It was concluded that in the future, to increase the number of people who watch and support university sports — thereby contributing to the further development of the region, economy, and society — it is crucial to formulate a concrete plan and implement measures based on the abovementioned characteristics of supporters. Further analysis of the data is expected to be conducted by comparing variables such as relationship with the university and supporting club.

Keywords: collegiate athletic club, collegiate sport, SNS viewers, supporters

I. 緒言

スポーツ庁では、スポーツ基本計画に基づき、大学におけるスポーツ分野を戦略的かつ一体的に管理、統括する部局の設置や人材の配置を支援し、大学スポーツの活性化や大学スポーツを通じた大学全体の振興を図るための体制整備に取り組んでいる。その一環として、スポーツ庁は2018年度の大学スポーツ振興事業の対象に、鹿屋体育大

学を含む15大学を選定した。各大学は財政支援を受け、トップアスリートの養成や地域でのスポーツ普及を加速させることを目的とした事業を展開している（スポーツ庁、2018）。また、アメリカの大学スポーツを統括する非営利組織の全米大学体育協会（NCAA）をモデルとした日本における大学スポーツ統括組織、「大学スポーツ協会（UNIVAS）」が2019年3月1日に設立された（大

¹⁾ 鹿屋体育大学 スポーツ人文・応用社会科学系

²⁾ 鹿屋体育大学 体育学部 スポーツ総合課程

学ジャーナル, 2019). そして「大学スポーツの振興により, 卓越性を有する人材を育成し, 大学ブランドの強化及び競技力の向上を図り, 我が国の地域・経済・社会の更なる発展に貢献する」ことを基本理念として, 197大学31団体が入会し, 大学スポーツの新たなステージがスタートした. UNIVASの活動方針は「WE PROMOTE UNIVERSITY SPORTS」であり, 具体的な活動の一つとして, 大学スポーツを観戦, 応援する人口を増やす活動が挙げられている (UNIVAS, 2019).

それでは現在, どのような人たちが大学スポーツに関心を持ち, どのように応援しているのだろうか. マネジメントやマーケティングの視点から主にプロスポーツの領域でファンや観戦者を対象にした研究論文が多く投稿される国内トップジャーナルである, スポーツ産業学研究とスポーツマネジメント研究を確認したところ, 大学スポーツのファンや観戦者を対象とした研究は全くみられなかった. スポーツ関連の国内の研究紀要等に範囲を広げてみると, 関西学生アメリカンフットボールの試合観戦者の特性に関する研究 (坂田ほか, 2010) や, 体育会活動に対する在学生の意識に関する調査 (杉本ほか, 2017, 2018) などがわずかにみられているのみである. 坂田ほか (2010) の研究によると, 観戦者のセグメントで最も多かったのは「卒業生」で41.8%, 次いで「選手の家族」が14.1%, 「現役学生」が10.7%であったことや, 現役学生の観戦者は卒業生の観戦者に比べ, チームに対するロイヤルティや大学に対するアイデンティティが低いことなどが明らかにされている. 一方, 杉本ほか (2018) は首都圏に所在する総合大学の在大学生を対象に調査を行い, 体育会活動に対して興味があると答えた者は31.5%, 体育会の試合観戦経験がある者は17.5%であり, 在学生の体育会活動に対する興味や関心はそれほど高くないと報告している.

今後大学スポーツのファン拡大を図っていくにあたり, 現在どのような人たちが大学スポーツを

応援しているのかを把握することは実務的にも学術的にも急務であると考えられる. そこで本研究では, ひとつの事例として, 鹿屋体育大学の運動部 SNS 閲覧者を調査・分析し, 応援者としての特性を把握することを目的とした. 鹿屋体育大学は鹿児島県鹿屋市に位置する体育学部のみ単科の国立大学法人である. 前述のようにスポーツ庁から2018年度の大学スポーツ振興事業の対象大学に選定されており, 学生の教育及び地域社会への活性化を図る活動として大学スポーツを重視している. また運動部についても, 1981年の開学以来, 陸上競技部, 体操競技部, カヌー部, ボート部, 自転車競技部, 水泳部, 剣道部, 柔道部, バレーボール部, バスケットボール部, なぎなた部, サッカー部, テニス部, ヨット部, ウィンドサーフィン部など, ほとんどの運動部が全国大会優勝や上位レベルの競技成績をあげるなどの高い水準を保っており, 九州の地方都市に位置しながらも我が国の大学スポーツをリードする存在であると言える. また近年では各運動部が Twitter や Facebook をはじめとした SNS のアカウントにて継続的な情報発信を自主的に行っており, 本研究の調査開始時点の2019年9月時点では, 例えばサッカー部 Twitter では3,876名のフォロワー, 自転車部の Facebook では2,324名のフォロワー, 水泳部の Twitter では1,861名のフォロワーを集めるなど (著者調べ), 一定程度は運動部の動向が注目されていることがわかる. また2017年の日本国内のスマートフォン利用率は8割を超え, SNS についても特に Twitter は10代で67.6%, 20代で70.4%の利用率, Instagram は10代で37.4%, 20代で52.8%の利用率と高くなっている (総務省情報通信政策研究所, 2018). またスポーツに関する情報収集においても, 例えばJ2の東京ヴェルディを応援しているスタジアム観戦者では, リーグの情報入手経路としてクラブ公式 Twitter が44.7%とクラブ公式ホームページの81.1%に次いで2番目, テレビの40.2%やJリーグ公式サイトの36.0%を上回るなど (Jリーグ, 2016), クラブの

SNS が重要な情報源となっていることが窺える。

しかしながら、各運動部の SNS フォロワーや閲覧者がどのような人たちなのか、またその運動部を応援しているのかどうかについては不明なままであった。今後、大学スポーツを地域・経済・社会の更なる発展に貢献させていくにあたり、大学運動部の SNS 閲覧者を対象とした調査を通して大学運動部応援者としての特性を把握することは貴重な基礎資料となると考えられる。本第一報では、全体の単純集計での結果を報告する。

II. 研究方法

本研究では、研究倫理の観点から調査対象を鹿屋体育大学運動部 SNS 閲覧者のうち、20歳以上の男女を対象とし、Google Form を用いた無記名式のアンケート調査を用いた。調査の実施は2019年9月下旬から10月中旬までの約3週間とした。

対象とした運動部は、調査実施開始前までに運動部独自の Twitter もしくは Ameba ブログや鹿屋体育大学部ログなどといったブログを定期的に運用していることが確認できた15団体（サッカー部、自転車競技部、硬式野球部、水泳部、女子バレーボール部、男子バレーボール部、陸上競技部、女子バスケットボール部、男子バスケットボール部、テニス部、ヨット部、カヌー部、ウィンドサーフィン部、漕艇部、ダンス部）とした。参考までに鹿屋体育大学の全ての運動部の SNS やブログ・ホームページの開設状況や SNS のフォロワー数および部員数を表1に示した。SNS やブログ・ホームページの開設状況および SNS のフォロワー数は著者調べ、部員数については大学案内を参照した（鹿屋体育大学, 2019）。

各運動部の顧問教員及び所属する学生の代表に研究趣旨の説明と調査実施協力の依頼を行い、全

表1 各運動部 SNS フォロワー数、ブログ・ホームページの有無（調査開始時）、部員数

	Twitter	Facebook	Instagram	ブログ	ホームページ	部員数
サッカー	3,876	1,948	1,384	なし	あり	97
自転車	774	2,314	なし	なし	あり	31
硬式野球	876	なし	なし	なし	あり	52
水泳	1,861	581	なし	あり	あり	29
女バレー	410	なし	なし	あり	なし	24
男バレー	306	なし	なし	なし	なし	5
陸上	862	580	なし	なし	あり	104
女バスケ	1,088	744	なし	なし	あり	27
男バスケ	846	396	なし	なし	あり	22
テニス	321	61	なし	なし	あり	25
ヨット	496	531	なし	なし	あり	14
カヌー	なし	なし	なし	あり	なし	21
ウィンド	216	137	なし	なし	なし	11
漕艇	573	なし	なし	なし	なし	6
ダンス	153	なし	44	なし	なし	9
体操	なし	不明	なし	なし	あり	28
なぎなた	なし	なし	なし	なし	なし	9
剣道	なし	なし	なし	なし	なし	123
柔道	なし	なし	なし	なし	なし	63
セパタクロー	なし	なし	不明	なし	なし	9
ラグビー	なし	なし	なし	なし	なし	1
ゴルフ	なし	なし	なし	なし	なし	3
アスレチックトレーナー部	なし	なし	なし	なし	なし	23

での団体から承諾を得た。SNS 閲覧者への調査実施の案内及び Google Form アンケートへの誘導は調査対象運動部の SNS を通じて行った。Twitter やブログ以外に Facebook や Instagram の SNS アカウントを所有している運動部には、そこでの案内と誘導も実施してもらった。調査の案内は9月下旬に1回、10月中旬に1回の計2回行った。

調査内容は、(1) 個人的属性として、性別、年齢、居住地、鹿屋体育大学との関係性、(2) 運動部に対する応援特性として、最も閲覧している運動部 SNS、最も応援している運動部、応援歴、応援し始めたきっかけ、試合を直接観戦した回数、試合を配信等で間接的に観戦した回数、(3) 運動部の情報発信に対する質問として、応援している運動部の情報入手経路、使用 SNS、運動部 SNS での発信を希望する内容、応援している運動部の広報活動に関する意見や要望、(4) 運動部に対する意識や意見として、応援している運動部とのつながり満足度、応援している運動部とのつながり強化意図、応援している運動部の今後の応援意図、応援している運動部に求めるもの、応援している運動部に行ってほしいこと、以上の項目について回答を求めた。以上の項目には、回答者に心理的な侵襲を与える質問および個人が特定される回答が得られる質問は含まれていない。

Ⅲ. 結果・考察 (A-1)

研究方法で述べた手順で調査を実施した結果、624件の回答を得た。しかしながら、同じ閲覧者が複数回、回答することについての防止する方策を取ることができていなかったため、明らかに重複して回答されているとみなされた6件を除外した。表2には、最も閲覧している運動部および、最も応援している運動部についての回答を示した。調査実施協力の依頼を行わなかった運動部(体操、なぎなた、剣道、セパタクロー、ラグビー)の SNS 閲覧者や応援者も存在していたため、表2に合わせて示した。本研究では大学運動部 SNS 閲覧者を対象とし、応援者としての特性

表2 最も閲覧している部、最も応援している部

	最も閲覧している運動部		最も応援している運動部	
	n	%	n	%
サッカー	137	22.2	132	21.4
自転車	94	15.2	90	14.6
硬式野球	67	10.8	61	9.9
水泳	66	10.7	64	10.4
女バレー	51	8.3	53	8.6
男バレー	5	0.8	7	1.1
陸上	49	7.9	49	7.9
女バスケ	39	6.3	34	5.5
男バスケ	36	5.8	38	6.1
テニス	18	2.9	15	2.4
ヨット	18	2.9	17	2.8
カヌー	7	1.1	7	1.1
ウインド	3	0.5	3	0.5
漕艇	1	0.2	1	0.2
ダンス	4	0.6	5	0.8
体操	7	1.1	10	1.6
なぎなた	2	0.3	1	0.2
剣道	1	0.2	1	0.2
セパタクロー	1	0.2	1	0.2
ラグビー	0	0.0	2	0.3
すべて	1	0.2	5	0.8
特になし	11	1.8	22	3.6
合計	618	100.0	618	100.0

表3 性別

	n	%
男性	383	64.3
女性	213	35.7
合計	596	100.0

を把握することが目的のため、最も応援している運動部についての質問で「特になし」と回答した22名を除き、596名を分析の対象とした。

1. 個人的属性

まず性別については、「男性」が383名(64.3%)、「女性」が213名(35.7%)となっていた(表3)。年齢については、「20代」が252名(42.3%)と最も多く、次いで「40代」が138名(23.2%)、「50代」が115名(19.3%)と続いており、幅広い世代に応援されていることがわかった(表4)。

表 4 年齢

	n	%
20代	252	42.3
30代	77	12.9
40代	138	23.2
50代	115	19.3
60代	11	1.8
70代以上	3	0.5
合計	596	100.0

表 5 居住地 (都道府県レベル)

	n	%
九州地方	311	52.2
鹿児島県	164	27.5
福岡県	57	9.6
佐賀県	8	1.3
大分県	14	2.3
長崎県	7	1.2
熊本県	25	4.2
宮崎県	23	3.9
沖縄県	13	2.2
北海道	8	1.3
東北地方	9	1.5
関東地方	117	19.6
中部地方	43	7.2
関西地方	62	10.4
中国地方	30	5.0
四国地方	13	2.2
海外	3	0.5
合計	596	100.0

次に、居住地 (都道府県レベル) について尋ねた。回答は地方にまとめて集計し、割合の多かった九州地方については、都道府県別でも表記した (表 5)。これによると、大学の所在地である「鹿児島県」が164名 (27.5%) と最も多くなっていたが、鹿児島県外に居住する応援者が72.5%を占めていることもわかった。地方別にみると、九州地方が311名 (52.2%) と最も多く、次いで「関東地方」が117名 (19.6%)、「関西地方」が62名 (10.4%)、「中部地方」が43名 (7.2%) と続いており、応援者は鹿児島県、九州地方にとどまらず全国にわたっていることがわかった。

居住地が鹿児島県内の応援者に対しては、市町

表 6 居住地 (鹿児島県内 市町村レベル)

	n	%
鹿屋市	96	58.5
志布志市	5	3.0
肝属郡	2	1.2
垂水市	1	0.6
鹿児島市	34	20.7
薩摩川内市	6	3.7
枕崎市	1	0.6
日置市	1	0.6
霧島市	1	0.6
始良市	1	0.6
いちき串木野市	1	0.6
奄美市	1	0.6
西之表市	1	0.6
大島郡	1	0.6
無回答	12	7.3
合計	164	100.0

村レベルまで回答を求めた。表 6 はその結果をまとめたものである。これによると、大学の所在地である「鹿屋市」が96名と最も多く、応援者で鹿児島県内居住者の58.5%、応援者全体の16.1%を占めていたことがわかった。鹿屋市と同じく大隅半島に位置する他の市町村については、志布志市が5名 (3.0%)、肝属郡が2名 (1.2%)、垂水市が1名 (0.6%) にとどまっていた。一方、大隅半島の反対側の薩摩半島に位置する鹿児島市は34名 (20.7%) と、鹿児島県内では鹿屋市に次いで2番目に多くなっていた。鹿児島市は大学から公共交通機関や車で1時間半から2時間近くの距離があるものの、鹿児島県の県庁所在地で人口も約60万人と県内で最も多く、県内人口の37.3%を占めていることもあり、このような結果となっただかもしれない。

鹿屋体育大学との関係性については、「特に関係はない」が162名 (27.2%) と最も多くなっていた一方、「OB・OG」が120名 (20.1%)、「在学生の家族」88名 (14.8%)、「在学生の友人/知人」83名 (13.9%)、「在学生」69名 (11.6%) など、大学自体や大学の構成員になんらかの関係性のある者が続いていた (表 7)。鹿屋体育大学の運動

表7 鹿屋体育大学との関係性

	n	%
特に関係は無い	162	27.2
OB・OG	120	20.1
在学生の家族	88	14.8
在学生の友人/知人	83	13.9
在学生	69	11.6
大学施設/サービス利用者	24	4.0
過去に在学していた者の家族	21	3.5
鹿屋体育大学教職員	6	1.0
過去に鹿屋体育大学の教職員	4	0.7
受験生の保護者	9	1.5
スポンサー/支援者	4	0.7
他大学関係者	3	0.5
その他	3	0.5
合計	596	100.0

部 SNS を閲覧している応援者は、鹿屋体育大学となんらかの関係性を持つ者が多い一方で、鹿屋体育大学と関係性のない応援者も存在していることは注目に値すると考える。今後の各部の SNS 活用においては、鹿屋体育大学に関係のある者に向けた内容のものはもちろん、大学と関係性のない者にも理解しやすく、興味や関心を持ってもらえるような内容のものも発信していくことが求められるかもしれない。また年齢の結果と合わせて考察すると、20代が多かった点については、在学生や在学生の友人といった関係性、40-50代が多かった点は、在学生の家族といった関係性が影響しているものと考えられる。

2. 鹿屋体育大学運動部に対する応援特性

最も応援している運動部については、「サッカー部」が最も多く132名(22.1%)、「自転車部」が90名(15.1%)、「水泳部」が64名(10.7%)、「硬式野球部」が61名(10.2%)と続いていた(表8)。一方で応援者が10名台もしくは1桁台と少ない運動部も多く見られた。上位の運動部については、「サッカー部」や「硬式野球部」のように比較的部員数が多い部で尚且つ SNS 等での発信が多く行われている部と、「自転車部」「水泳部」のように部員数はそこまで多くないものの、SNS

表8 最も応援している運動部

	n	%
サッカー	132	22.1
自転車	90	15.1
水泳	64	10.7
硬式野球	61	10.2
女バレー	53	8.9
男バレー	7	1.2
陸上	49	8.2
男バスケ	38	6.4
女バスケ	34	5.7
テニス	15	2.5
ヨット	17	2.9
カヌー	7	1.2
ウインド	3	0.5
漕艇	1	0.2
ダンス	5	0.8
体操	10	1.7
なぎなた	1	0.2
剣道	1	0.2
セパ	1	0.2
ラグビー	2	0.3
すべて	5	0.8
合計	596	100.0

表9 応援歴

	n	%	累積%
1-5年	450	75.9	75.9
6-10年	78	13.2	88.8
11-15年	17	2.9	91.8
16-20年	21	3.5	95.3
21年以上	27	4.6	100.0
合計	593	100.0	

等での発信が多く行われている部の2パターンあるように窺えた。一方で応援者が10名台もしくは1桁台の運動部は、部員数が比較的少なく、尚且つ SNS での発信も少ない状況であることも確認できた。

応援歴については、「1-5年」が最も多く450名(75.9%)、次いで「6-10年」が78名(13.2%)となっていた。一方で「16-20年」が21名(3.5%)、「21年以上」も27名(4.6%)と長年に亘って運動部を応援している方も見られた(表9)。鹿屋体育大学は1984年に学生の受け入れを開始している

表10 応援し始めたきっかけ

	n	%
OB・OG だから	108	21.2
在学生 /OB・OG/ 本学関係者の知人	95	18.6
在学生 /OB・OG の家族だから	79	15.5
そのスポーツが好きだから	38	7.5
試合を見て	31	6.1
部員 / 在学生 だから	30	5.9
好きな選手がいるから	23	4.5
有名 / 強い / 活躍 / 頑張っている / 礼儀正しいから	19	3.7
知人の紹介	18	3.5
SNS / メディア でみて	15	2.9
子供の進路希望先 / 進路希望検討	13	2.5
地元だから	12	2.4
指導してもらっている / 競技会に参加して	12	2.4
本学関係者 / 本学関係者 OB・OG	9	1.8
公式戦 / 練習試合等 で対戦してから	5	1.0
スポンサーだから	2	0.4
スポンサー企業を通じて	1	0.2
	510	100.0

ことから、その頃からの関係者や初期の卒業生などが、部の SNS が開設される前から応援をしており、長い応援歴を有していると思われる。

応援し始めたきっかけについては自由記述で回答を求め、カテゴリー分けを行い集計した。表10にその結果を示した。これによると、「OB・OG だから」が108名 (21.2%) と最も多く、次いで「在学生 /OB・OG/ 本学関係者の知人」が95名 (18.6%)、「在学生 /OB・OG の家族だから」が79名 (15.5%) と続いていた。分析対象者が SNS 閲覧者ではあったが、自身が OB・OG であることや、大学構成員の知人や家族といったリアルな関係性が応援するきっかけの多くを占めていることが窺える。この結果から、例えば OB・OG や大学構成員の知人や家族などが各部の練習や試合などの活動について知ったり、触れたりするような機会を設けるような仕掛けを行うことで、その部を応援することに繋げていくことが重要であると思われる。

最も応援している運動部の試合やパフォーマンスを会場等で直接観戦した回数については、「1-5回」が243名 (41.0%) と最も多く、次いで「観

表11 直接観戦回数

	n	%	累積 %
観戦したことがない	147	24.8	24.8
1-5回	243	41.0	65.8
6-10回	78	13.2	79.0
11-15回	24	4.1	83.1
16-20回	21	3.5	86.6
21回以上	79	13.3	100.0
合計	592	100.0	

表12 間接観戦回数

	n	%	累積 %
観戦したことがない	193	32.8	32.8
1-5回	235	39.9	72.7
6-10回	71	12.1	84.8
11-15回	16	2.7	87.5
16-20回	9	1.5	89.0
21回以上	65	11.0	100.0
合計	589	100.0	

戦したことがない」が147名 (24.8%)、「6-10回」が78名 (13.2%) となっていた。分析対象者の75.2%に直接観戦の経験があることがわかった (表11)。

最も応援している運動部の試合やパフォーマンスをテレビやネット等の配信で間接的に観戦した回数については、「1-5回」が235名 (39.9%) と最も多く、次いで「観戦したことがない」が193名 (32.8%) となっていた。応援者の67.2%に間接観戦の経験があることがわかった (表11)。表10と表11の結果より、応援者の多くが応援行動として部の SNS を閲覧しているだけでなく、直接・間接観戦にまで至っていることが明らかとなった。

3. 運動部の情報発信に対する質問

応援している運動部の情報入手経路については、「部 SNS」が429名 (79.3%) と最も多く、次いで「部ホームページ」が130名 (24.0%)、「鹿屋体育大学 SNS」が128名 (23.7%)、「鹿屋体育大学公式ホームページ」が69名 (12.8%) と続いていた (表13)。部 SNS が最も多いのは、本調査

表13 情報入手経路 (複数回答)

	n	%
部 SNS	429	79.3
部 HP	130	24.0
大学 SNS	128	23.7
大学 HP	69	12.8
新聞	21	3.9
テレビ	13	2.4
雑誌	6	1.1
ポスター	3	0.6
その他	29	5.4
	828	153.0

回答者数：541

※応援者でなおかつ閲覧部が同じ者のみ

を各運動部の SNS を通じて実施したこともあり当然の結果であると言える。また、部ホームページについては、運動部によって部の基本情報や沿革、試合予定や結果、部員情報などをアーカイブとして掲載しているところや、引き継ぎがなされておらず更新が止まっているところ、部の SNS から部ホームページへのリンクが掲載されているところなど、運用状況は異なるが、情報入手の経路として閲覧されていることが確認できた。鹿屋体育大学の SNS や公式ホームページについては、著者らが調査開始時期までに確認したところ、運動部の SNS やホームページほど、質的量的には発信されていない状況であるが、部ホームページや部 SNS のリンクを掲載したり、引用リツイートやシェアが行われることもあり、こちらも情報入手の経路として閲覧されていることが確認できた。ただ、部 SNS の値と比べると数値が低い傾向があることから、より一層、お互いの発信のシェアや引用リツイートを行うなど、部の SNS と大学 SNS や大学ホームページとで連携した運用を行なっていくことが必要であると考えられる。一方で「新聞」(3.9%) や「テレビ」(2.4%)、「雑誌」(1.1%) といったメディアや「ポスター」(0.6%) については低い値となっていた。大学スポーツがマスメディアに日常的に取り上げられることがないことや、ポスターなどの掲示を積極的に行なっている運動部が少ないことが影響してい

表14 使用 SNS (複数回答)

	n	%
Twitter	492	85.1
Facebook	405	70.1
Instagram	396	68.5
その他	18	3.1
合計	1311	226.8

回答者数：578

表15 SNS での発信希望内容

	n	%
試合結果	492	83.4
選手やスタッフの紹介	459	77.8
練習内容や練習風景	430	72.9
試合日程	404	68.5
その他	24	4.1
	1809	306.6

回答者数：590

るものと考えられる。

使用 SNS について複数回答にて尋ねた。その結果、「Twitter」が492名(85.1%)と最も多く、次いで「Facebook」が405名(70.1%)、「Instagram」が396名(68.5%)と続いていた(表14)。総務省情報通信政策研究所(2018)による一般的な SNS の利用率である Twitter 31.1%、Facebook 31.9%、Instagram 25.1%と比較すると、いずれの SNS においても高い水準であることがわかった。本調査は各運動部が運用している Twitter, Facebook, Instagram にて案内を行なったことから、このような高い数値が得られたと思われる。またほとんどの運動部が Twitter での広報活動に力を入れたり、Instagram のアカウントをもっていなかったこと、さらに表1にあるようにフォロワー数も Twitter, Facebook の順になっていることなどから、このような結果となったと思われる。

運動部 SNS での発信を希望する内容について複数回答にて尋ねた。その結果、「試合結果」が492名(83.4%)と最も多く、次いで「選手やスタッフの紹介」が459名(77.8%)、「練習内容や練習風景」が430名(72.9%)、「試合日程」が404名(68.5%)と続いていると、設定した全ての項目について多くの希望が示された(表15)。

表16 応援している運動部の広報活動に関する意見要望

	n	%
現状で満足 / 楽しみにしている	37	16.7
更新頻度や情報量を増やしてほしい	23	10.4
試合や練習以外での様々な面も知りたい	20	9.0
選手やスタッフの事を知りたい	19	8.6
試合日程や速報、結果報告を確実に	11	5.0
広報の範囲や手段を増やしてほしい	10	4.5
練習内容や様子を知りたい	9	4.1
写真や動画を増やしてほしい	8	3.6
試合の様子を詳しく知りたい	8	3.6
HP の更新や HP と SNS の連携	5	2.3
他の部活動との連携や統一感	5	2.3
早めの情報発信	4	1.8
試合や練習の動画ライブ配信	3	1.4
情報の質や正確性の向上	3	1.4
競技等に負担のない形での広報	3	1.4
学生主体の広報	1	0.5
特になし	40	18.0
その他	13	5.9
合計	222	100.0

応援している運動部の広報活動に関する意見や要望について、自由記述で回答を求めた。前述した運動部 SNS での発信を希望する内容についての質問では、希望する発信内容のみしか尋ねることができなかったことから、運動部の活動全般について多様な意見や要望を明らかにするため、この質問を設定した。表16はその回答をカテゴリー集計した結果である。222名から回答があり、「特になし」が40名（18.0%）と最も多かった。次いで「現状で満足 / 楽しみにしている」が37名（16.7%）、「更新頻度や情報量を増やしてほしい」が23名（10.4%）、「試合や練習以外での様々な面も知りたい」が20名（9.0%）、「選手やスタッフの事を知りたい」が19名（8.6%）など、その他にも様々な意見や要望が続いており、情報の量や質などを求める意見要望は合計で65.3%に上った。実際の各部の SNS での発信状況としては、ほとんどの運動部で、最低限試合結果の報告がなされているものの、事前の試合日程のアナウンスや、選手やスタッフの紹介、試合や練習以外での様子等を発信できている部は少なかったこともあ

表17 運動部とのつながり満足度

	n	%	累積%
5. 非常に満足している	124	21.0	21.0
4	179	30.3	51.3
3	242	41.0	92.3
2	34	5.8	98.1
1. まったく満足していない	11	1.9	100.0
合計	590	100.0	
平均	3.63±0.94		

※「最も応援している鹿屋体育大学の運動部とのつながり」にどの程度あてはまるか回答を求めた

り、このような意見や要望が寄せられたものと思われる。ただ、各運動部によって情報発信そのものに対する考え方や、情報発信に費やすリソースの配分についても様々であり、大学全体としても具体的な方針やサポートが行われているわけでもないため、どの程度こういったニーズに対応していくかについては今後の課題となると思われる。

4. 運動部に対する意識や意見

次に、最も応援している運動部とのつながりに対する満足度について「5. 非常に満足している」から「1. まったく満足していない」の5段階尺度で回答を求めた。表17はその結果を示している。平均値は5点満点中の3.63±0.94であった。また「5. 非常に満足している」が124名（21.0%）、「4」が179名（30.3%）と、満足している人は全体の51.3%となっていた。一方、どちらともいえないにあたる「3」は最も多く242名（41.0%）であった。「2」は34名（5.8%）、「1. まったく満足していない」は11名（1.9%）と、満足していない人は全体の7.7%という結果となった。

最も応援している運動部とのつながり強化意図については、「5. 非常にそう思う」から「1. まったくそう思わない」の5段階尺度で回答を求めた。表18はその結果を示している。平均値は5点満点中の3.74±1.03であった。また「5. 非常にそう思う」が176名（29.8%）、「4」が154名（26.1%）と、つながりを強くしたいと思っている人は全体の55.9%となっていた。一方、どちらともいえない

表18 運動部とのつながり強化意図

	n	%	累積%
5. 非常にそう思う	176	29.8	29.8
4	154	26.1	55.9
3	201	34.1	90.0
2	49	8.3	98.3
1. まったくそう思わない	10	1.7	100.0
合計	590	100.0	
平均	3.74±1.03		

※「最も応援している鹿屋体育大学の運動部とのつながりを強くしたい」にどの程度あてはまるか回答を求めた

表19 今後の応援意図

	n	%	累積%
5. 非常にそう思う	389	65.9	65.9
4	106	18.0	83.9
3	67	11.4	95.3
2	15	2.5	97.8
1. まったくそう思わない	13	2.2	100.0
合計	590	100.0	
平均	4.43±0.94		

※「最も応援している鹿屋体育大学の運動部を今後も応援したい」にどの程度あてはまるか回答を求めた

いにあたる「3」は最も多く201名(34.1%)であった。「2」は49名(8.3%)、「1. まったくそう思わない」は10名(1.7%)と、つながりを強くしたいと思っていない人は全体の10.0%という結果となった。

最も応援している運動部の今後の応援意図については、「5. 非常にそう思う」から「1. まったくそう思わない」の5段階尺度で回答を求めた。表19はその結果を示している。平均値は5点満点中の4.43±0.94であった。また「5. 非常にそう思う」が389名(65.9%)と最も多く、「4」が106名(18.0%)と続いていた。今後も応援したいと思っている人は全体の83.9%となっていた。一方、どちらともいえないにあたる「3」は67名(11.4%)であった。「2」は15名(2.5%)、「1. まったくそう思わない」は13名(2.2%)と、今後も応援したいと思っていない人は全体の4.7%という結果となった。

表20 応援している運動部に求めるもの

	n	%
競技力向上	91	23.8
人間性の成長	83	21.7
一生懸命さ	29	7.6
地域社会への貢献や連携	24	6.3
環境づくり	22	5.7
楽しさ・明るさ	16	4.2
学業との両立	16	4.2
広報活動	15	3.9
知名度向上	13	3.4
チームワークの大切さ	7	1.8
組織や大会の運営力	5	1.3
やりがいや達成感	5	1.3
グッズ販売や観戦機会拡大	5	1.3
人材教育	5	1.3
子供への指導/普及	4	1.0
人とのつながり	4	1.0
将来につながること	4	1.0
大学生としての行動	4	1.0
専門性の追求/向上	3	0.8
休養	3	0.8
アスリートとしての意識	2	0.5
失敗などの人生経験	2	0.5
エンターテインメント性	1	0.3
様々な場所での活動	1	0.3
特になし	19	5.0
合計	383	100.0

応援している運動部に求めるものについて、自由記述で回答を求めた。表20はその回答をカテゴリ集計した結果である。383名から回答があり、最も多かったのは競技成績、競技力向上、ハイレベルなパフォーマンス、結果、競技力などといった回答を纏めた「競技力向上」で91名(23.8%)、次いで人間性の構築、人間形成、人としての成長、人間力の向上などといった回答を纏めた「人間性の成長」が83名(21.7%)、一生懸命なこと、ひたむきさ、全力で競技に取り組むことなどの回答を纏めた「一生懸命さ」が29名(7.6%)、地域の活性化、地域との連携、地域貢献などの回答を纏めた「地域社会への貢献や連携」が24名(6.3%)と続いていた。他にも多様な意見が見られた。現状では、試合結果の報告を中心とした競技力に関する発信が多くを占めているが、一部の運動部で

表21 応援している運動部に行ってほしいこと

	n	%
地域との交流や社会貢献活動	60	22.6
情報発信 / 広報	42	15.8
イベントやスポーツ教室	33	12.5
競技力向上	26	9.8
現在の活動を頑張してほしい	13	4.9
観戦できる機会を増やしてほしい	8	3.0
試合等の配信	7	2.6
スポーツの盛り上げや普及	7	2.6
よりよい運営	7	2.6
将来を見据えた指導や活動	6	2.3
人間性の向上	5	1.9
大学スポーツの収益化	4	1.5
研究や特徴を活かした取り組み	3	1.1
文武両道	3	1.1
卒業生との連携	2	0.8
その他	3	1.1
特になし	36	13.6
合計	265	100.0

は、卒業や卒部前に部員が4年間の振り返りをひとりずつ発信したり、部員が輪番制でブログに日頃感じていることを綴ったり、部で行っている社会貢献活動を報告したりする発信も見られている。今後は、このような取り組みを参考にしながら、ニーズに応じた活動の実施やそれらの活動の発信を行なっていくことが求められると考えられる。

応援している運動部に行ってほしいことについて、自由記述で回答を求めた。表21はその回答をカテゴリー集計した結果である。265名から回答があり、最も多かったのは「地域との交流や社会貢献活動」で60名(22.6%)、次いで「情報発信/広報活動」が42名(15.8%)、「イベントやスポーツ教室」が33名(12.5%)、「競技力向上」が26名(9.8%)と続いていた。表21に示した応援している部活動に求めるものについての回答と合わせて考察すると、大学スポーツの主要な活動である競技力向上を行なってだけでなく、それらの活動に関連した地域との交流や、社会の貢献に繋がる活動、イベントやスポーツ教室を行なってほしいという期待が大きいことが窺えた。またそれと

同時に、情報発信や広報活動についても期待していることから、大学運動部の活動自体をもっと知りたいというニーズが存在していると思われる。

IV. まとめ

本研究は鹿屋体育大学の運動部 SNS 閲覧者を調査・分析し、応援者としての特性を把握することを目的とした。鹿屋体育大学運動部 SNS を通じたアンケート調査を実施し、596名の大学運動部応援者から回答が得られた。分析の結果、鹿屋体育大学運動部応援者は、性別、年齢、居住地、大学との関係性、応援歴、観戦経験などは様々であるが、運動部とのつながりには概ね満足しており、今後も運動部とのつながりを強化したい、応援を継続したいと感じていることが明らかとなった。また、大学所在地以外に居住する者からも応援されていることや、在学生やその家族や知人、大学OB・OG、大学関係者に加え、大学に特に関係のない者からも応援されていることは、現時点での大学スポーツのファンベースの状況を把握する上での基礎資料となりうると考えられる。

運動部の情報発信については、現状で満足している意見もある一方、情報の量や質などを求める意見も多くみられた。また大学運動部には、競技力の向上はもとより、人間性の向上や地域社会への貢献活動などを求める意見もみられていた。

今後、大学スポーツを観戦、応援する人口を増やす活動を図っていき、大学スポーツを地域・経済・社会の更なる発展に貢献させていくにあたっては、以上のような応援者の特性を参考にしながら、具体的な計画の立案や、施策を実行していくことが求められよう。ただ本第一報では紙幅の関係で応援者全体のみのものである報告となった。次報では、大学との関係性、また応援する運動部等での特性の比較を行うことで、運動部や応援者のセグメント毎に詳細な課題の把握や、より具体的な施策の検討が行えるものと思われる。

また今回の調査では、鹿屋体育大学という地方都市に位置する国立の体育専門の単科大学のみを

対象としている。今後は同様の調査を、大学スポーツを重視している複数の大学などで行うことで、我が国における大学スポーツ応援者の全体像の把握を推進していくことも求められよう。

文献

大学ジャーナル ONLINE (2019) 日本版 NCAA の UNIVAS 発足, 197大学, 31団体参加, <https://univ-journal.jp/25231> (2019年3月29日閲覧).

Jリーグ (2016) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2015 サマリーレポート, 公益社団法人日本プロサッカーリーグ.

鹿屋体育大学 (2019) 課外活動, 鹿屋体育大学 2020大学案内, pp.38-43.

坂田昌之・藤本淳也・住田健 (2010) 大学スポーツ観戦者の特性に関する研究 - 関西学生アメリカンフットボール試合観戦者に注目して, 大阪体育大学紀要 41: 125-134.

総務省情報通信政策研究所 (2018) 平成 29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書. https://www.soumu.go.jp/main_content/000564529.pdf (2021年7月26日閲覧)

杉本龍勇・伊藤マモル・泉重樹 (2017) 学生における体育会活動に対する意識調査, 法政大学スポーツ研究センター紀要 35: 95-102.

杉本龍勇・伊藤マモル・泉重樹 (2018) 学生の体育会活動に対する意識調査, 法政大学スポーツ研究センター紀要 36: 37-49.

スポーツ庁 (2018) 「大学スポーツ振興の推進事業」について 15大学を選定しました, https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop09/list/detail/1411339.htm (2019年3月28日閲覧).

UNIVAS (2019) UNIVAS について, <https://www.univas.jp/about> (2019年5月21日閲覧).