

Jリーグクラブのソーシャルメディア活用に関する研究

A study on social-media practical use of the J-League clubs

1K08B071-7

指導教員 主査 平田竹男先生

熊本 拓真

副査 中村好男先生

【背景】

現在のJリーグクラブの営業収入は、その3割から4割ほどを広告料収入が占めている。しかし近年、4大マスメディアに代表される広告市場は落ち込みを続けており、これらは今後のJリーグクラブの広告料収入の減少を予感させるものである。一方で、インターネット広告費は上昇を続けている。2010年度の情報通信白書によれば、2009年末のインターネットユーザー数は9408万人、人口普及率は78.0パーセントとなった。そのインターネットの中で急激な拡大を見せているのが、ソーシャルメディアである。Twitter、Facebookなど相互のコミュニケーションを可能にするソーシャル・ネットワーキング・サービスの普及はとりわけ顕著だが、現在のJリーグクラブはこの爆発的に成長するソーシャルメディアを効果的に利用できているとは言い難い。メディアを通して多くの人々に存在が知られるかどうかは、Jリーグクラブの営業収入に密接に関わってくるものである。

【目的】

ソーシャルメディア自体がこの数年で急速に発展した分野であるため、スポーツビジネスの観点からソーシャルメディア利用状況について研究した例は少ない。そこで本研究では、現在のJリーグクラブがソーシャルメディアをどのように用いているのか、その示唆を得ることを目的とする。

【手法】

本論文では、まずはソーシャルメディアとは何かを定義し、その急速な発展を紹介する。その後、現在ソーシャルメディア(Twitter)を利用しているJリーグクラブをリスト化し、どのような情報を発信、またはやりとりしているのかを分析する。分析には、Jリーグクラブ公式ウェブサイトに掲載されているクラブ公式Twitterアカウントの、10月6日時点での最新の10件の投稿を用いた。

【結果】

本研究の結果、Twitterを現在利用しているJリーグクラブは13クラブに上ることが明らかになった。

最も多い投稿は、クラブのイベント情報やウェブサイトの更新情報をリンクを貼って投稿するもので、公式ウェブサイトなどへの誘導を狙いとしている。公式ウェブサイトのトップページに掲載するクラブ最新情報へのリンクを貼るのが最も目立つ傾向にあった。

リンクを貼っていない投稿も見られるが、その中では、選手の誕生日を知らせるものや、クラ

ブスタッフの普段の活動を知らせるものなど、公式ウェブサイトに載せるほどもない、小さな日々の出来事を伝える投稿が多い。また少数のアカウントは試合の実況も行っていることが明らかになった。

柏レイソル、川崎フロンターレ、横浜FC、名古屋グランパスの4クラブは複数のTwitterアカウントを持ち、それぞれ別の狙いを持って活用していることが読み取れた。また、柏レイソル、川崎フロンターレ、横浜FC、愛媛FC、サガン鳥栖の5クラブはクラブ公式マスコットキャラクターを擬人化させて、柔軟な投稿を行っていた。

【考察】

本研究では、Jリーグクラブがソーシャルメディアをどのように活用しているかについて、クラブの公式Twitterアカウントの投稿内容を分析して議論を展開した。その結果、Jリーグクラブのソーシャルメディアの活用は、「ニュースリリース」と「コミュニケーション」の2側面の性格を持つことが明らかとなった。「ニュースリリース」とは、選手やスタッフも含めたクラブの活動情報の更新などを逐次伝えるツールとしてTwitterアカウントを活用することである。一方で「コミュニケーション」とは、一個人と気軽なやりとりをしたり、また意見を募集したりと、人々のクラブへの親近感を増加させる目的でTwitterアカウントを活用することである。これら2点は背反ではなく、共存させることが可能なものであるが、両立はとても難しいようだ。そのために、川崎フロンターレや名古屋グランパスの例のように、Twitterアカウントを初めから複数持ち、それぞれがはっきりとした性格を打ち出すというクラブが存在しているのだと推測できる。

多くのJクラブがリンクを貼った投稿をきっかけとして公式ウェブサイトへの誘導する狙いを持ってTwitterアカウントを運用していることが読み取れる。またリンクを貼っていない投稿も、クラブの最新情報を知らせたいという狙いがあることは明らかだろう。ニュースと呼ぶほどでもないクラブの日々の出来事を知らせるのに、Twitterは非常に適したメディアのようである。「ニュースリリース」も「コミュニケーション」も、どちらもソーシャルメディアの活用によって得られるメリットがある。未だ爆発的な広がりを見せるソーシャルメディアを鑑み、それらのメリットを認識し、より有効にしていくための試みを続けていくことが重要であろう。