

IT 導入が日本のスポーツ観戦に与える影響 Change of Japan's Watching Sport Games by Internet Technology

1K09A049

指導教員 主査 武藤泰明 先生

太田 英信

副査 原田尚幸 先生

【目的】

今回卒業論文を書くにあたり、これまで4年間の大学生活を通して学んできた「スポーツ」というものと、今後私が学び続けていく「IT」というものの結びつきや、可能性を調べたいと考えた。

そして、私は「スポーツ」と「IT」というキーワードを結びつけて考えた際に、いくつか現在進行形で進化を遂げているものが思い浮かんだ。電子チケットや電子パンフレット、電子看板、ソーシャルメディアである。これらはスポーツにおいては、スポーツを「観る」という分野に関わっており、他業界でも活用されてきているITサービスである。そして、スポーツの分野においてはまだまだ未発達なものでもある。

これらにスポットを当て、「スポーツ」と「IT」の結び付きを調査するとともに、他業界と「IT」のつながりを調査、比較、検討する。これにより、具体的にITとスポーツがなぜ結びついているのか、どのように結びついているのか、どのような影響を与えているのか、どのように結びつけることでより一層のスポーツの発展が可能なのかということを調べていきたいと考えた。

【方法】

先行研究や文献、インターネットを利用した調査を行う。ITの中で、電子チケット、ソーシャルメディアという2つのサービスに焦点を当て、スポーツチームにおけるそれらのサービスの活用が、スポーツ観戦にどのような影響や変化を与えるのかを調査し、考察する。

具体的には、まず電子チケットとソーシャルメディアの特徴について調査する。そして、それらが日本のスポーツチームや海外のスポーツチーム、他業界の企業においてどのように利用されているのか調査、比較する。最後に、日本のスポーツチームにとっての理想的な利用法、そして日本のスポーツ観戦にどのような変化が起こるかを考察する。

【結果】

電子チケットの導入には、スポーツチームにおいては、チケット販売時における人的負担と経費

を削減でき、その後のマーケティングに利用することができる顧客データを獲得することが可能となる。また、消費者にとっては、スポーツ観戦をより安価なものとし、チケット購入時や試合当日の入場時の利便性を向上させる。

しかし、電子チケットの導入にはインフラの整備という非常に大きな課題がある。インフラを整備しなくては、電子チケットの利用者は増加しない。しかし、それには高額な設備投資が必要となる。よって、電子チケットシステムのレンタルによって、コストを抑えながら電子チケットサービスを利用するのがスポーツチームには適している。

また、ソーシャルメディアはメディアとして広報媒体として捉えられていることが多いが、他にも様々な用途で利用が可能である。そしてその情報拡散力や双方向のコミュニケーションをいかし、顧客との関係性を構築するためには、リアクションの速さや、魅力的なコンテンツ、適度な更新頻度、継続性が必要となる。

【考察】

電子チケットやソーシャルメディアを利用することは、スポーツ観戦の利便性の向上、コストの低下、機会の多彩化、顧客のスポーツチームへのロイヤリティの向上をはかることができる。つまり、消費者のスポーツ観戦に対する参入障壁を下げる働きがあるということだ。

しかし、必ずしもスポーツチームにとって良い方向のみに機能するわけではない。不明瞭な目的のまま利用すれば、逆に既存顧客を失い、スポーツ観戦への参入障壁を高めてしまうこともある。だからこそスポーツチームにおいて何が目的で電子チケットやソーシャルメディアといったITを利用するのか、ゴールを定め、そのプロセスを綿密に組み立てる必要がある。

そして、理想的な電子チケットやソーシャルメディアの利用を行うことができれば、スポーツ観戦を取り巻く環境を「拘束時間」や「コスト」と「機会創出」という点で消費者にとってより身近なものへと変化させることができる。そして長期的な視点でスポーツ観戦者の大きな情報源や手助けとなると考える。