

ロンドンパラリンピックにおける英国代表選手の Facebook 利用状況

トップスポーツマネジメントコース

5015A321-1 干場 一広

研究指導教員：平田 竹男 教授

1. 背景

1980 年代に普及が始まったインターネットの歴史の中でも、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)は、2000 年代以降、急速に広まった。2006 年に一般向けサービスを開始した Facebook の月間アクティブユーザ数は 2014 年に 13 億 9 千万人を突破し(2014AnnualReport)、世界で最もユーザ数の多いサービスとなっている。この Facebook は、「いいね」等の機能を使ったユーザによる情報の拡散が見込まれ、スポーツの普及に適したツールであると考えられる。また、佐野(2007)等でも、特定選手の応援がスポーツ観戦動機の 1 つとされており、SNS による情報の拡散は観客誘致の施策となりうる。

近年、SNS をニューメディアとしてスポーツとの関係を調査した研究が増加している(辻、2011)。しかし、メガイイベントに焦点を当てた研究は見当たらない。また、パラリンピックでは選手個人の Facebook での発信が普及に役立つか、選手は何を発信しているかなどは不明の点が多い。

2. 目的

本研究では、パラリンピック開催国である英国代表選手の Facebook 投稿を対象に、競技成績と内容・形式・効果の関係はあるか、また大会前後での変化はあるかを明らかにすることを目的とする。

3. 研究手法

(1) 対象選手

ロンドンパラリンピックの陸上、水泳、自転車、卓球、バスケットに出場した英国代表選手(148 名)

(2) 対象期間

ロンドンパラリンピック開催期間の前後 3 か月間

(3) 分析

対象選手をメダリスト・入賞者・成績下位者の 3 グループに分類し、選手の大会前(2012/5/29~8/28)と大会後(2012/9/10~12/9)の Facebook 投稿について、形式面(画像等)・内容面(大会告知等)と効果(いいね数等)を調査した。

4. 研究結果

対象選手 148 人中、Facebook アカウント保有者が 121 名、うち大会前後でいずれも投稿があるのは 50 名だった。

(1) 投稿数

対象選手 50 人の対象期間中投稿は 1644 件だった。

グループ	大会前	大会後	合計
メダリスト	563	499	1062
入賞者	221	181	402
成績下位者	113	67	180
合計	897	747	1644

大会前が大会後の 1.2 倍だった。1 人当たり投稿数は平均 38 で、大会前のメダリストが最も多かった。最も発信した選手は Hannah Cockcroft 選手(陸上)だった。

(2) 大会前後の比較(投稿全体)

大会前は[大会(告知)]と[練習(報告)]が多く、大会後は[イベント]や[プライベート]の投稿が多かった。さらに大会後は画像の利用が多かった。いいねは大会後が大会前の 11 倍となった。

(3) グループの比較(投稿全体)

メダリストと入賞者は[プライベート]の投稿が多く、成績下位者は[大会(告知)]の投稿が多かった。リアクション総数(いいね・シェア・コメントの総数)は、メダリストが入賞者と成績下位者の合計の 16 倍となった。

(4) グループの比較(大会前)

グループ	画像	動画	画動なし
メダリスト	20	13	145
入賞者	9	1	22
成績下位者	15	7	40

メダリストは 81.5%が[画動なし]だった。成績下位者は画像のリアクション総数が最も多いものの 1 投稿当たりのリアクション数ではメダリストよりも少なかった。

他のツールでは、Twitter の利用が全体の 53%と最も多かった。

グループ	告知					報告					その他	
	イベ	練	大	大他	メ	イベ	練	大	大他	メ	PV	他
メダリスト	3	1	60	4	6	2	2	1	6	12	2	79
入賞者	3	0	8	4	0	0	2	0	3	0	0	12
成績下位者	0	4	19	2	0	2	0	0	1	8	0	26

いずれも、[大会(告知)]と[その他]が最も多かった。[大会(告知)]の1投稿当たりリアクションは入賞者と成績下位者の方が多かった。また、両項目のいいねトップ10には、全グループの選手が入った。

他の引用の投稿割合が最も高かったのは、成績下位者の43.5%だった。が、リアクション総数は、メダリストが最も多かった。引用内訳は、メダリストがChannel4のサイトや動画を最も多く引用していた。

(5) グループの比較(大会後)

グループ	画像	動画	画動なし
メダリスト	40	5	45
入賞者	34	1	8
成績下位者	6	0	7

入賞者は画像の投稿割合が大会前の4倍となった。1投稿当たりリアクションは、メダリストが全て最も多かった。また、他ツールでは、Twitterはメダリスト以外ほぼ利用がなかった。

グループ	告知					報告					その他	
	イベ	練	大	大他	メ	イベ	練	大	大他	メ	PV	他
メダリスト	10	0	0	0	1	12	1	23	5	3	1	34
入賞者	0	0	0	0	0	3	3	3	4	1	1	28
成績下位者	0	0	0	0	0	2	0	2	0	1	0	8

メダリストは[大会(報告)]が最も多く、イベントも10%以上の投稿があった。[大会(報告)]は、リアクション総数・1投稿当たりリアクション共にメダリストが最も多かった。また、[大会(報告)][その他]両項目でいいねトップ10は、計20投稿中19がメダリストだった。

他の引用の投稿割合が最も高いのはメダリストだった。また、リアクション総数・1投稿当たりリアクションもメダリストが最も多かった。引用内訳では、Channel4の引用が大会前の1/10となったが、メダリストのみの引用だった。

5. 考察

(1) 大会前後と各グループの比較

全体として大会前の投稿数の方が大会後より多い。しかし、大会後の方が[いいね]が多かった。

大会前は各選手の条件は同じである。実際に、成績どおりの順番でない結果も出ており、成績以外の要素

(人気、手法、投稿時期など)などの影響もあると推察される。

メダリストは、大会後は競技以外のイベント等の投稿が入賞者・成績下位者に比べて多かった。これは、特に大会後にメディア露出やイベント招待などが増えたためと考えられる。

(2) 他の情報の利用

選手は大会前にChannel4サイトの引用記事を多く発信していた。Channel4は情報のプラットフォームとして、放送だけでなく、サイト上の情報も活用され、大会告知のツールとしても有効だったと考えられる。

(3) 露出の強化

TwitterやYouTubeとの連携や、他サイトの引用、ハッシュタグなどは、特にメダリストの利用が多く、より効果的な投稿は今後も増えると考えられる。

(4) 団体競技としての車椅子バスケット

人気パラスポーツの車椅子バスケットだが、団体競技としての特性は見られなかった。

(5) 研究の限界

一定条件の下に該当する選手という点で全ての選手ではないこと、リアルタイムでの調査でないことが限界である。また、観客増といった具体的な数字としての「普及」との因果関係までは証明できない。

6. 結論

本研究では、パラリンピック開催国である英国代表選手のFacebook投稿を対象に、競技成績と内容・形式・効果の関係はあるか、また大会前後での変化はあるかを明らかにすることを目的で調査・分析をおこなった。その結果、投稿全体については、大会前の投稿数の方が大会後より多いが、[いいね]などの効果は大会後の方が大きいことが分かった。競技成績および投稿時期との関係については、大会前は競技成績が上位であるからといって[いいね]などリアクションが多くつくとは限らないが、大会後は競技成績が上位であるほどリアクションが付きやすいことが明らかとなった。また、競技成績の良いメダリストは、効果的な手法を用いて投稿していることが分かった。

これらの結果により、大会の前後で競技成績によるFacebook投稿の違いが見られると考察された。