

スポーツビジネスの地域活性化への貢献度測定 ー位置ベース SNS 分析を用いてー

安倍 直道

地域活性化の手段としてスポーツビジネスを活かすという考えが近年定着しつつある。スポーツ観戦や参加型スポーツ大会などのスポーツビジネスを手段とした地域活性化活動が多く行われるとともに、それら活動を定量的に評価するために経済、経営、ヒアリング調査など多角的な分析が行われてきた。本研究では位置ベース SNS から取得したデータを用いた地理的な分析による定量化を試みた。ユーザーが発信源となるデータ群は、実時間で大量の人々の経験や考えを集め、分析することができる点で注目されているが、本研究では位置情報の情報源として利用した際の分析方法を開発することを目指した。

本研究の目的は、位置ベース SNS における位置情報の分析の可能性を示すため、Twitter に投稿されている時空間ライフログデータを用いてスポーツを観戦するサポーターの行動を追跡し、プロスポーツチームの地域活性化への貢献度合いを測定し、評価することである。

研究手法として日本のプロサッカーリーグである J リーグに所属する 18 チームを対象にサポーターの抽出とサポーターの本拠地の推定を行った。また、地域活性化に影響のある因子として各チームの「収入依存性」「チームアイデンティフィケーション」を既存の報告から入手し、位置情報を元に計算した「地域外誘引性」「行動誘発性」「地域密着性」の 3 つの指標を併せて分析することで、多角的な視点から貢献度を検討した。5 つの指標をチームごとにレーダーチャートで表現し、ホームタウンの人口規模別に 3 つに分類し、それぞれ「主要都市型」「地方都市型」「地方型」と定義した。

分析の結果として、位置情報を用いた 3 つの指標と既存のデータである 2 つの指標を併せることによって、クラブの地域活性化への活動の貢献をより明確に定量化できた。サポーターの位置情報を用いた指標によって、サポーター視点の評価を貢献度に取り込むことができたと考えられる。

また、サポーターへのヒアリング調査等の方法でしか把握できていなかった、サポーターからの視点でのスポーツビジネスの地域活性化への貢献度を、位置ベース SNS 情報を利用することによってリアルタイムに低コストで測定できることを示した。今後の課題として、位置情報を活用したより多様な評価指標を検討する必要がある。

(指導教員 歳森敦)