

集客施策

※50万円を活用した施策以外

集客施策	抽選会
詳細	協賛社（P.2参照）より提供いただいたグッズを用いて、抽選会を実施した。抽選会には、ナンバリングしたチケットを使用し、このチケットについても、学生スタッフが制作を担った。



集客施策	試合前後のイベント
詳細	オープニングは、ダブルダッチ部によるパフォーマンスを実施。クォータータイムは中谷斗哉さん（体育4年）によるフリースタイルフットボール。ハーフタイムにはボッチャ世界選手権に出場する内田峻介さん（教育2年）とウインターカップに初出場する大阪体育大学浪商高等学校バスケットボール部女子の壮行会を開催した。



成果と課題

成果

「フレンドリーマッチ2022 大阪体育大学×武庫川女子大学」は、公式戦に出場する機会の少ないBチームを対象とした有料試合（チケット代500円）として開催した。当日は、OG戦の実施やダブルダッチ部によるパフォーマンス、ポッチャ日本代表選手と設置校バスケットボール部の壮行会を行うなど、様々なイベントを企画し、457名の入場者を記録した。会場にはバスケットボール部以外のクラブ指導者（教職員）も数多く観戦に訪れるほか、練習終了後に部員全員で応援に駆けつけるクラブもあり、競技や種目を越えた応援文化を醸成するきっかけとなった。月曜日の18:30TIP OFFとしたことで、比較的オフのクラブが多いことや授業日であることも集客に影響したと推察するが、土日祝日に開催されるリーグ戦をホームゲームとして企画する場合には、今回とは異なる集客施策を立案する必要があるだろう。

運営は学生の自主性を基本とし、スポーツマネジメント専攻学生を中心とした運営チームを立ち上げ、イベント全般の業務を担った。加えて、Aチームの学生やバスケットボール部男子も準備や撤収作業に協力するなど、「支える」側の一体感がイベントの成功に大きく影響した。

この試合における収益の一部は、バスケットボール部女子の強化費に充てられ、クラブが主催するホームゲームが収益事業となり得るモデルケースを示すことができた。

課題

チケット購入者の内訳を精査すると、本学の学生並びに教職員が最も多く、次いで保護者や武庫川女子大学の関係者であった。このことは、大学スポーツを観る（応援する）対象が、試合に出場する学生に近い存在であることを表している。一方で、地域の方々や一般の方の割合は少ない結果となり、今後、バスケットボール部を応援する、ひいては大阪体育大学を応援する「ファン」をつくり、拡大していくことが大学スポーツの発展に繋がると考える。

そのためには、大学スポーツにしかない魅力を発信する必要がある。「フレンドリーマッチ2022 大阪体育大学×武庫川女子大学」がBチームの選手が出場する有料試合として開催され、一定の成果を上げたことで、将来的には他競技への展開も視野に入れ、学内外で大阪体育大学のクラブや学生を応援する機運を高めていきたい。

会場の様子



観戦者調査の結果

■ 調査方法

質問紙調査

■ 調査対象

「フレンドリーマッチ2022 大阪体育大学×武庫川女子大学」観戦者

■ 調査日時

2022年11月21日

■ 調査場所

大阪体育大学第6体育館

■ 回収数

n=291（対面回収）

表1.性別（Q1-1）

n=244

男性	43.4%
女性	56.6%
合計	100.0%

表2.年齢（Q1-2）

n=240

17歳以下	12.1%
18～22歳	56.5%
23～29歳	6.3%
30～39歳	3.8%
40～49歳	8.8%
50～59歳	7.9%
60歳以上	4.6%
合計	100.0%

表3.職業（Q1-4）

n=238

公務員	5.0%
会社・団体役員	3.8%
正社員・職員	9.7%
契約・派遣・アルバイト	2.9%
自営・自由業	3.8%
中高生	16.8%
大学・大学院生	53.9%
専業主婦（夫）	2.5%
その他	0.80%
無職	0.80%
合計	100.0%

観戦者調査の結果

表4.婚姻関係 (Q1-5)	n=237
独身	76.4%
既婚	23.6%
合計	100.0%

表5.子供の有無 (Q1-6)	n=237
いる	22.4%
いない	77.6%
合計	100.0%

表6.自由裁量所得 (Q1-7)	n=183
平均	39,170円

表7.ホームチームとの関係性 (Q1-8) ※複数回答	n=217
卒業生	13.4%
在学生	50.7%
教職員	10.6%
家族・親戚が卒業または在学	8.3%
友人・知人が卒業または在学	12.0%
大学の周辺住民	5.5%
関わりはない	6.0%

表8.観戦経験 (現地観戦) (Q2)	ある	ない	合計
過去1年間のスポーツ全般の観戦経験 (n = 237)	74.3%	25.7%	100.0%
過去1年間の大学スポーツ全般の観戦経験 (n = 236)	65.7%	34.3%	100.0%
過去1年間の所属大学のスポーツ全般の観戦経験 (n = 236)	41.1%	58.9%	100.0%
過去1年間の所属大学当該部の観戦経験 (n = 237)	41.8%	58.2%	100.0%

表9.視聴経験 (テレビ・インターネット) (Q2)	ある	ない	合計
過去1年間のスポーツ全般の視聴経験 (n = 236)	79.7%	20.3%	100.0%
過去1年間の大学スポーツ全般の視聴経験 (n = 235)	60.0%	40.0%	100.0%
過去1年間の所属大学のスポーツ全般の視聴経験 (n = 236)	41.9%	58.1%	100.0%
過去1年間の所属大学当該部の視聴経験 (n = 235)	40.9%	59.1%	100.0%

観戦者調査の結果

表10.同伴者数 (Q3-1)	n=235
1人	10.2%
2人	18.7%
3人	13.6%
4人	10.2%
5人以上	47.3%
合計	100.0%

表13.試合情報入手場所 (Q3-4) ※複数回答	n=231
大学 HP / SNS	25.1%
競技団体(学連等) HP / SNS	3.5%
部活 HP / SNS	32.0%
学内掲示・ポスター	13.4%
口コミ (友人・知人・家族)	38.5%
OB・OG連絡網	3.9%
学外掲示 (駅、バス、電車内など)	0.9%
その他	6.9%

表11.同伴者 (Q3-2) ※複数回答	n=235
家族	15.3%
ひとり	9.4%
友人 (恋人等含む)	42.6%
その他	35.7%

表14.チケット入手方法 (Q3-5)	n=228
購入した	74.1%
招待券	21.5%
その他	4.4%
合計	100.0%

表12.会場までの所要時間 (Q3-3)	n=225
30分以内	42.2%
31~60分	25.8%
61~90分	14.7%
91分以上	17.3%
合計	100.0%

表15.チケット価格 (Q3-6)	n=231
高い	4.3%
少し高い	4.8%
妥当	46.3%
安い	14.7%
わからない	29.9%
合計	100.0%

観戦者調査の結果

表16.観戦の動機やきっかけ (Q4)	大いにあてはまる	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	まったくあてはまらない	合計
今日の試合で応援しているチームの成績が良いから (n=239)	29.7%	21.8%	33.5%	6.3%	8.8%	100.0%
友人や家族に誘われたから (n=241)	48.1%	17.4%	16.6%	5.8%	12.0%	100.0%
地元の大学チームだから (n=239)	41.8%	17.6%	16.3%	5.9%	18.4%	100.0%
スケジュールの都合がよかったから (n=240)	42.9%	25.8%	18.3%	6.3%	6.7%	100.0%
好きな大学を応援したいから (n=243)	56.0%	19.8%	17.3%	2.5%	4.5%	100.0%
好きなチームを応援したいから (n=239)	55.2%	20.5%	17.6%	2.1%	4.6%	100.0%
好きな選手を応援したいから (n=242)	52.9%	16.9%	19.4%	6.6%	4.1%	100.0%
バスケットボール観戦が好きだから (n=243)	52.7%	25.1%	18.1%	2.1%	2.1%	100.0%
周囲で盛んに話題になっているから (n=239)	32.6%	22.6%	32.6%	6.3%	5.9%	100.0%
チケットをもらったから (n=240)	34.6%	16.3%	24.2%	5.8%	19.2%	100.0%
今日の対戦相手との試合が魅力的だから (n=240)	39.6%	22.9%	27.1%	2.1%	8.3%	100.0%
応援している大学が地域に貢献しているから (n=239)	37.2%	18.8%	30.1%	5.4%	8.4%	100.0%
レジャーとして楽しいから (n=238)	39.1%	20.2%	28.6%	3.8%	8.4%	100.0%
試合以外でのイベント・グルメ企画が楽しそうだから (n=239)	24.3%	15.5%	37.2%	7.5%	15.5%	100.0%
大学スポーツが好きだから (n=239)	46.9%	23.8%	19.7%	5.4%	4.2%	100.0%
出身(所属)大学の試合だから (n=239)	49.0%	13.0%	14.6%	4.6%	18.8%	100.0%

観戦者調査の結果

表17.本日の試合で「最も応援しているチーム」 (Q5)	n=189
ホームチーム	77.2%
アウェーチーム	11.6%
本日の試合で応援しているチームはない	11.1%
合計	100.0%

表18.応援しているチームについて (Q6、Q7)	大いにあてはまる	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	まったくあてはまらない	合計
あなたは自分のことを真の「チーム」のファンだと思う (n=209)	40.2%	20.1%	27.8%	6.2%	5.7%	100.0%
もし「チーム」のファンを止めなければならぬとしたら、あなたは喪失感を味わうだろう (n=209)	30.6%	18.2%	38.3%	5.7%	7.2%	100.0%
「チーム」のファンであることは、あなたにとってとても重要である (n=210)	37.1%	24.3%	27.6%	5.2%	5.7%	100.0%
私は、応援しているチームの大学に強い結びつきを感じている (n=210)	48.6%	24.3%	22.9%	1.4%	2.9%	100.0%
私にとって、応援しているチームの大学との関係は重要である (n=210)	50.5%	21.9%	22.4%	1.9%	3.3%	100.0%
私は、応援しているチームの大学に思い入れがある (n=210)	51.0%	21.9%	21.9%	2.4%	2.9%	100.0%

感動する大学スポーツ総合支援事業
大学スポーツ・ムーブメント創出に関する調査研究

実施報告書

筑波大学

米原 博章

(筑波大学アスレチックデパートメント)

実施概要

■ 大会概要

大会名	筑波大学ホームゲーム「TSUKUBA LIVE! - サメテタテ -」
開催日時	2022年11月23日（水） 15:00
競技	バレーボール（男子）
対戦カード	筑波大学 - 東京学芸大学
開催会場	筑波大学球技体育館
収容人数	観客席：140席 + 競技エリア
観客動員数	140人
入場料	学生 500円 / 一般 1500円
特設サイト	https://tsukubalive-volley2022.studio.site/

主催	筑波大学アスレチックデパートメント
共催	
後援	

統括責任者	高木 英樹（アスレチックディレクター）
企画・運営 スタッフ数	企画：20名 当日運営（競技スタッフ含む）：74名

運 営 組 織 図



前日スケジュール

	全	体	設	営	競	技	演	出	会	場
14:00										
15:00										
16:00										
17:00										
18:00										
19:00										
20:00										
21:00										
22:00										
23:00										
24:00										
25:00										
26:00										

演出
リハーサル

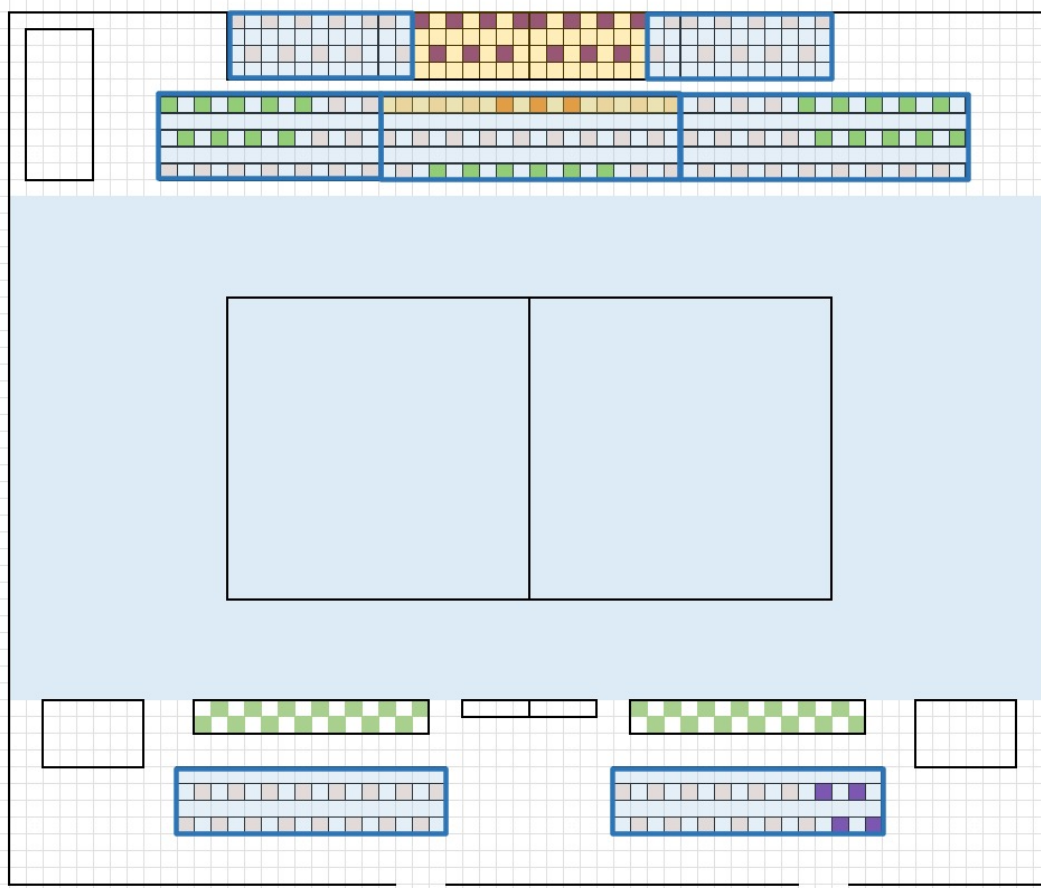
設営

搬入

当日スケジュール

	全	体	設	営	競	技	演	出	会	場
7:00	集合									
8:00	設営		搬入							
9:00			設営			設営				
10:00							機材確認			
11:00					コート設営					
12:00	リハーサル						演出 リハーサル			
13:00							機材確認		来場者対応	
14:00	14:00 入場 15:00 開演 15:20 試合開始 17:00 試合終了 17:10 選手インタビュー			アップ			本番			
15:00										
16:00				ゲーム						
17:00										
18:00				ダウン						
19:00			撤収 完全撤収 20:30							

会場図面



総席数	140席
観客動員数	140人(100%)

	座席数	料金
学内 (学生・教職員)	56	500円
一般	70	1500円
来賓	14	0円

集客施策

※50万円を活用した施策

集客施策	応援Tシャツの配布
詳細	来場者140名に対して、ホームゲームのメインビジュアルをデザインした応援用Tシャツ（色：フューチャーブルー）を配布した。

デザインは筑波大学芸術専門学群の学生が担当。サイズはワンサイズ（Lサイズ）を基本とし、交換用に3XLを20枚準備した。

カラーはチームカラーのフューチャーブルーとし、来場者が着用することにより、会場の一体感の更なる向上を狙った。



集客施策

※50万円を活用した施策以外

集客施策	Web・SNSによる広報
詳細	ホームゲーム開催の約2ヶ月前より広報活動を開始。出場するチームと協力しながら、来場する方、来場できない方にとっても、ホームゲームへの熱気を高められるような投稿を行なった。

ホームゲームに向け、Webサイトの開設（前日に当日に向けてサイト内を更新）とSNS（Twitter・Instagram）を運用した。ホームゲームの魅力や楽しみ方、またチームと連携した広報企画を実施した。特に、チームとの連携企画はバレーボールファンの間でも大きな話題となった。



投稿内容



チーム連携企画①



公式ホームページ



チーム連携企画②

集客施策

集客施策	芸術専門学生を中心としたクリエイティブ
詳細	メインビジュアルを始め、ほぼ全ての制作物を芸術専門学生が担当。制作物を通してホームゲームのビジョンとテーマをお客様やファンに届けた。



メインビジュアル



スタッフTシャツ



ステッカー

集客施策	筑波大学公式マスコット「コズミくん」
詳細	ホームゲームの学内外広報、また当日の演出においてコズミくんがアイコンとなり大活躍。



集客施策

集客施策	ガチャガチャ企画
詳細	筑波学周辺の飲食店より企画の参加希望を募り、希望店舗にガチャガチャを設置した。SNSフォロー画面を店舗スタッフに見せることで、ガチャガチャができる。



成果と課題

成果

・ホームゲームに関して
今回のホームゲームはキャパシティが比較的限られたファシリティ（観客席数：140席）にて実施した。筑波大学としては、初の有料開催となった。また、準備していた座席が販売開始より「23分」で売り切れた。
非常にミニマムなファシリティで観客の満足度を高められるホームゲーム運営のベースを見出すことができた。

・運営
職員2名を中心に20名の学生が学群や学年を問わずに集まり、3ヶ月かけて企画した。当日は70名が運営スタッフとして参加。特に当日スタッフの3分の1は留学生であった。日本の大学に短期留学している学生は、部活やサークルに所属することが珍しく、一方で単発でホームゲームといった大学イベントに関わる機会は、日本での留学生活において最も印象的な思い出となったと、ホームゲーム後に語っていた。ホームゲームは、観客だけでなく、運営する学生にとっても多様な価値ある事業であることが改めて感じられた。

・ムーブメント創出に関して
観客には筑波大学スポーツチームが共通してチームカラーとする「フューチャーブルー」のオリジナル応援Tシャツ（作成費用は「約700円 / 枚」）を配布した。Tシャツ配布の施策を通して、スタンドが一色になることで、ホームゲーム会場に一体感の醸成が生まれた。この一体感には「チームとの一体感」だけでなく、会場に集まった「観客同士の一体感」の醸成に貢献できたことが大きな成果である。ホームゲーム後のアンケートでは「90%」の観客が「水色・ヒューチャーブルー」を筑波大学の色と回答。バレーボールのホームゲームではありつつも、筑波大学スポーツとしてのブランディングに貢献したと考えられる。これは、今後も他競技のゲームにおいても「筑波大学」を応援するムーブメントのきっかけとなったと考えることができる。

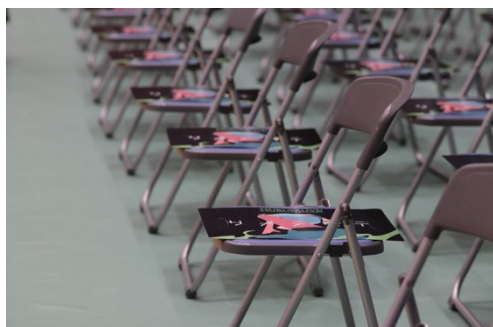
課題

・施設に関して
ホームゲームを行う際の大きな制限要因に「施設」があげられる。今回のホームゲームで会場として球技体育館は常設の座席はなく、仮設で座席を設置してようやく140席（コロナウイルス感染対策により、50%動員の場合）となる。また、筑波大学における体育施設は授業での利用を前提としているために、集客を考えると、出入口、玄関、トイレ、冷暖房というハード面には不足感が否めない。ホームゲーム後のアンケートでは、企画や運営、プレーへの満足が極めて高かったが、その一方で「寒かった」や「観客席に段差が欲しい」という、施設の改善を求める意見が多く寄せられた。
ホームゲームのムーブメントを生み出すことを目指すのであれば、ホームゲーム事業を持続するための収益性も考慮するべきである。1回のホームゲームである程度の最大140席、また観客にとって快適とはいえない施設は、大いに改善の余地があると考えている。
また、このことは筑波大学だけでなく他大学にとってホームゲームを行う際に課題となりうるポイントかと考える。

会場の様子



会場の様子



観戦者調査の結果

■ 調査方法

WEBアンケートツールを使用したオンライン調査

■ 調査対象

「TSUKUBA LIVE! VOLLEY BALL HOME GAME
-サメテタテ-」観戦者

■ 調査日時

2022年11月23日

■ 調査場所

筑波大学球技体育館

■ 回収数

n=55 (オンライン回収)

表1.性別 (Q1)	n = 55
男性	34.5%
女性	65.5%
合計	100.0%

表2.年齢 (Q2)	n = 55
17歳以下	1.8%
18～22歳	34.5%
23～29歳	30.9%
30～39歳	7.3%
40～49歳	9.1%
50～59歳	12.7%
60歳以上	3.6%
合計	100.0%

表3.職業 (Q4)	n = 55
公務員	3.6%
会社・団体役員	3.6%
正社員・職員	20.0%
契約・派遣・アルバイト	5.5%
自営・自由業	3.6%
中高生	3.6%
大学・大学院生	54.5%
その他	5.5%
合計	100.0%

観戦者調査の結果

表4.婚姻関係 (Q5)	n = 55
独身	70.9%
既婚	29.1%
合計	100.0%

表5.子供の有無 (Q6)	n = 55
いる	27.3%
いない	72.7%
合計	100.0%

表6.自由裁量所得 (Q7)	n = 55
平均	57,819円

表7.ホームチームとの関係性 (Q8)	n = 55
卒業生	1.8%
在学生	43.6%
教職員	9.1%
家族・親戚が卒業または在学	9.1%
友人・知人が卒業または在学	10.9%
大学の周辺住民	5.5%
関わりはない	20.0%
合計	100.0%

表8.観戦経験 (現地観戦) (Q12)	ある	ない	合計
過去1年間のスポーツ全般の観戦経験 (n = 55)	87.3%	12.7%	100.0%
過去1年間の大学スポーツ全般の観戦経験 (n = 55)	76.4%	23.6%	100.0%
過去1年間の所属大学のスポーツ全般の観戦経験 (n = 55)	74.5%	25.5%	100.0%
過去1年間の所属大学当該部の観戦経験 (n = 55)	43.6%	56.4%	100.0%

表9.視聴経験 (テレビ・インターネット) (Q13)	ある	ない	合計
過去1年間のスポーツ全般の視聴経験 (n = 55)	96.4%	3.6%	100.0%
過去1年間の大学スポーツ全般の視聴経験 (n = 55)	74.5%	25.5%	100.0%
過去1年間の所属大学のスポーツ全般の視聴経験 (n = 55)	70.9%	29.1%	100.0%
過去1年間の所属大学当該部の視聴経験 (n = 55)	45.5%	54.5%	100.0%

観戦者調査の結果

表10.同伴者数 (Q14)	n = 55
1人	34.5%
2人	41.8%
3人	9.1%
4人	5.5%
5人以上	9.1%
合計	100.0%

表13.試合情報入手場所 (Q17) ※複数回答	n = 55
大学 HP / SNS	41.8%
競技団体(学連等) HP / SNS	25.5%
部活 HP / SNS	5.5%
学内掲示・ポスター	16.4%
口コミ (友人・知人・家族)	1.8%
OB・OG連絡網	41.8%
学外掲示 (駅、バス、電車内など)	0.0%
その他	1.8%

表11.同伴者 (Q15) ※複数回答	n = 55
家族	21.8%
ひとり	30.9%
友人 (恋人等含む)	41.8%
その他	5.5%

表14.チケット入手方法 (Q18)	n = 55
購入した	74.5%
招待券	9.1%
その他	16.4%
合計	100.0%

表12.会場までの所要時間 (Q16)	n = 55
30分以内	56.4%
31~60分	20.0%
61~90分	7.3%
91分以上	16.4%
合計	100.0%

表15.チケット価格 (Q19)	n = 55
高い	1.8%
少し高い	7.3%
妥当	61.8%
安い	16.4%
わからない	12.7%
合計	100.0%

観戦者調査の結果

表16.観戦の動機やきっかけ (Q20)	大いにあてはまる	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	まったくあてはまらない	合計
今日の試合で応援しているチームの成績が良いから (n=55)	20.0%	32.7%	23.6%	7.3%	16.4%	100.0%
友人や家族に誘われたから (n=55)	34.5%	16.4%	16.4%	16.4%	16.4%	100.0%
地元の大学チームだから (n=55)	32.7%	25.5%	9.1%	9.1%	23.6%	100.0%
スケジュールの都合がよかったから (n=55)	27.3%	56.4%	10.9%	1.8%	3.6%	100.0%
好きな大学を応援したいから (n=55)	61.8%	20.0%	9.1%	3.6%	5.5%	100.0%
好きなチームを応援したいから (n=55)	54.5%	20.0%	10.9%	3.6%	10.9%	100.0%
好きな選手を応援したいから (n=55)	36.4%	18.2%	23.6%	7.3%	14.5%	100.0%
バスケットボール観戦が好きだから (n=55)	50.9%	20.0%	21.8%	1.8%	5.5%	100.0%
周囲で盛んに話題になっているから (n=55)	12.7%	20.0%	30.9%	20.0%	16.4%	100.0%
チケットをもらったから (n=55)	9.1%	10.9%	16.4%	12.7%	50.9%	100.0%
今日の対戦相手との試合が魅力的だから (n=55)	16.4%	21.8%	29.1%	12.7%	20.0%	100.0%
応援している大学が地域に貢献しているから (n=55)	20.0%	29.1%	32.7%	5.5%	12.7%	100.0%
レジャーとして楽しいから (n=55)	32.7%	52.7%	9.1%	1.8%	3.6%	100.0%
試合以外でのイベント・グルメ企画が楽しそうだから (n=55)	10.9%	27.3%	27.3%	21.8%	12.7%	100.0%
大学スポーツが好きだから (n=55)	40.0%	40.0%	9.1%	1.8%	9.1%	100.0%
出身(所属)大学の試合だから (n=55)	38.2%	21.8%	7.3%	5.5%	27.3%	100.0%