

# スポーツにおけるサポーター獲得 と 排除される「にわか」ファン

近年、日本スポーツ界の躍進が連日のようにニュースや SNS で紹介されるようになってきている。思い返してみると 2022 年のサッカー・ワールドカップから日本代表の快進撃が始まり、2023 年の WBC では侍ジャパンが優勝を果たした。このような事象に伴い、スポーツの「にわか」ファンの数も増加している。SNS 上のファン同士の意見を閲覧すると、古参ファンと「にわか」ファンの間で確執が見られるようになった。スポーツビジネス拡大において、古参ファンのみで成り立たせることは難しく、やはり新規ファンの獲得や「にわか」ファンを引き付ける必要性がある。しかし、新規の参入に対して古参ファンの一部では良く思っていない場合がある。現代のスポーツ市場と規模の大きさは異なるが、古参ファンと呼ばれる人々も始めから古参の状態であったわけではない。

本論文ではスポーツファンにおける、「にわか」ファンと古参ファンの間にある隔たりの原因を求めるとともに共存へ向けた取り組みを提案する。その手法として、「にわか」ファンの状態が世間一般ではどのようなファンのことを指しているのかをスポーツ経験や世間のイメージから調査する。ワールドカップ中とワールドカップ後の「にわか」ファンの行方を視聴率や集客状況などのデータを基にスポーツビジネスの可能性を見出す。上記の手法を用いて、スポーツファンの確執が起こる原因の解明と共存へ向けたファンコミュニティのあり方を研究する。

キーワード：

にわかファン、古参ファン、ワールドカップ、スポーツビジネス