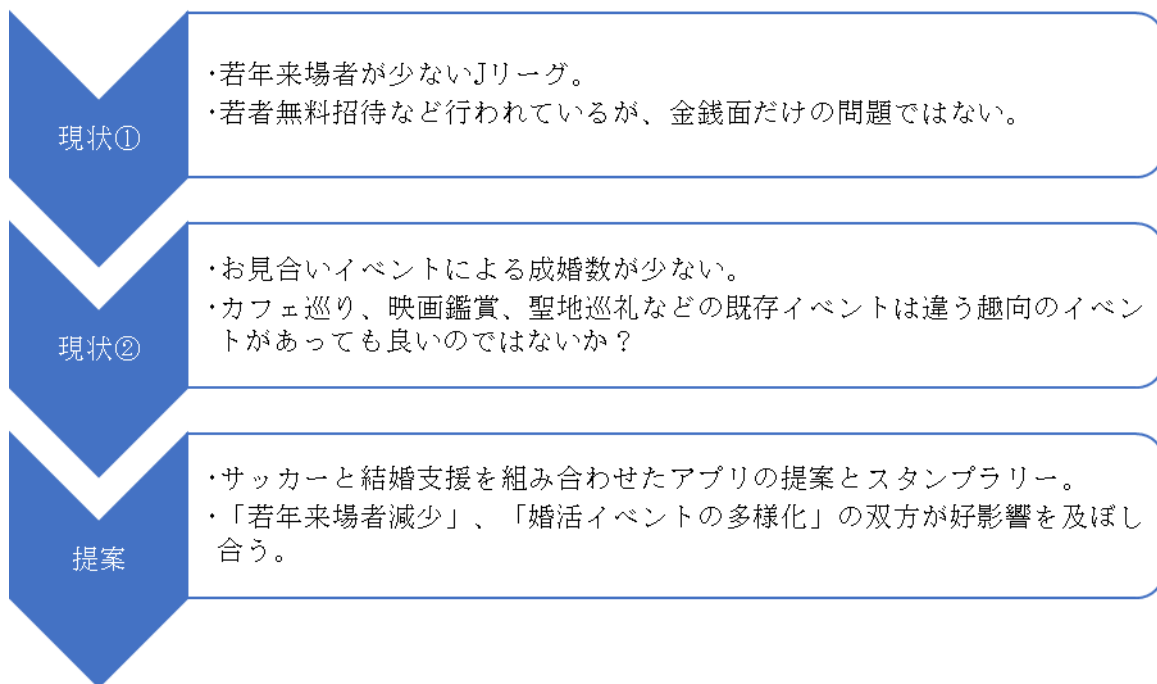


| | |
|------|-------------------------|
| No.● | 提案名：ドキドキスポ婚 UTSUNOMIYA |
| | 提案団体名：宇都宮大学行政学研究室 B チーム |
| | 所 属：宇都宮大学行政学研究室 |
| | 代 表 者：川口直樹 指 導 教 員：中村祐司 |
| メンバー | 川口直樹 銭汀芷 |

○ 提案の要旨

本提案にあたり、メンバー2人の研究テーマである「Jリーグ」と「結婚支援」を取り上げる。日本プロサッカーのJリーグは、若年来場者の減少が叫ばれ、結婚支援では新たな趣向のお見合いイベントがあっても良いのではと考える。従来にないサッカーアプリと、アプリを活用したスタンプラリーイベントを提案し、双方の問題解決を目指す。



1. 提案の背景・目的

本提案の2つの柱は「Jリーグ」と「結婚支援」である。日本プロサッカーリーグのJリーグでは、若年来場者の減少が続いている。コロナ前の2019年を例に見ると、スタジアム来場者の平均年齢は42.8歳であり、スタジアム来場者に占める11～29歳の割合は22.1%であった¹。記録が残っている2004年からほぼ一貫して減少が続いている。宇都宮市のとちぎ結婚支援センターは、婚活イベントとしてカフェ巡り、映画鑑賞、聖地巡礼といったイベントを実施しているが、イベント参加者の成婚数が少し寂しい。既存イベントとは違った趣向のイベントがあっても良いのではないかと思う。そこで、従来にはない新たなサッカー観戦用アプリとスタンプラリーの実施を提案する。「吊り橋効果」等により、サッカー観戦は婚活イベントとして効果的だと考える。アプリとスタンプラリーの提案で、それぞれが抱える課題の克服を目指す。

2. 提案の目標・課題「スマート×風土 うつのみやのデザイン」との関連

宇都宮の風土として、自慢のプロスポーツ、その中でもサッカーのJリーグを取り上げる。宇都宮にはサッカー、バスケットボール、サイクルロードレースのプロチームが存在し、とりわけバスケットボールの宇都宮ブレックスは日本トップレベルの実力を誇る人気チームである。そのなかでなぜサッカーかと言えば、Jリーグは若年層減少という大きな問題を抱えており、結婚支援を組み合わせた提案により、その解決に向けた可能性があるからである。スマート化に関しては、アプリの提案ということで関連付けられる。

3. 現状分析

3.1 日本サッカー界の問題

(1) Jリーグの若年層減少

近年、日本プロサッカーのJリーグの入場者数自体は堅調に増加している。2019年は総入場者数が1100万人を超え、J1リーグの1試合平均入場者数は2万人を突破した²。どちらも史上最高の成績である。一方、来場者に占める若年層来場者の割合は年を追うごとに減少している。Jリーグが毎年、スタジアム来場者を対象に行う調査の結果を参考に、来場者の平均年齢と若年層割合の推移を示した図が以下である。

表 2000年～2019年におけるJリーグ来場者の平均年齢と若年層割合の推移

| 年度 | 平均年齢 (歳) | 11～18歳(%) | 19歳～22歳 (%) | 23歳～29歳 (%) | 11～29歳合 計(%) |
|------|-------------|-----------|----------------|----------------|-----------------|
| 2000 | 記載なし | 12.6 | 11.2 | 26.0 | 49.8 |
| 2001 | 記載なし | 12.0 | 11.4 | 26.2 | 49.6 |
| 2002 | 記載なし | 10.8 | 13.0 | 26.7 | 50.5 |
| 2003 | 記載なし | 10.9 | 9.0 | 20.8 | 40.7 |
| 2004 | 34.7 | 8.0 | 7.3 | 19.2 | 34.5 |
| 2005 | 35.4 | 8.0 | 6.7 | 17.5 | 32.2 |
| 2006 | 35.9 | 7.4 | 7.1 | 16.3 | 30.8 |
| 2007 | 36.5 | 6.3 | 7.1 | 15.9 | 29.3 |
| 2008 | 37.4 | 5.9 | 6.8 | 14.3 | 27.0 |
| 2009 | 37.3 | 6.8 | 6.8 | 14.8 | 28.4 |
| 2010 | 38.2 | 5.9 | 6.1 | 14.1 | 26.1 |
| 2011 | 38.6 | 6.9 | 5.7 | 13.1 | 25.7 |
| 2012 | 39.0 | 6.5 | 6.2 | 12.5 | 25.2 |
| 2013 | 39.5 | 6.7 | 6.5 | 11.8 | 25.0 |
| 2014 | 40.4 | 6.3 | 5.8 | 12.0 | 24.1 |
| 2015 | 41.1 | 5.4 | 5.5 | 11.6 | 22.5 |
| 2016 | 41.6 | 5.8 | 5.5 | 10.8 | 22.1 |
| 2017 | 41.7 | 6.6 | 6.3 | 10.7 | 23.6 |
| 2018 | 41.9 | 6.5 | 6.0 | 11.1 | 23.6 |
| 2019 | 42.8 | 5.5 | 5.5 | 10.8 | 22.1 |

2004年～2019年のJリーグサマリーより抜粋・筆者加筆

<https://www.jleague.jp/about/j/spectator-survey/>

コロナ前の2019年を見ると、スタジアム来場者の平均年齢は42.8歳で、来場者に占める割合は22.1%に留まっている。そしてこの割合は、記録の残っている2004年からほぼ一貫して減少している。その割合が最高だった2002年から6割近く減少した。11歳～18歳、19歳～22歳、23歳～29歳の年齢別に見ると、各年代が満遍なく減少していることがわかる。

(2) 栃木 SC における現状

Jリーグ全体ではなく栃木 SC 単体で見ると、面白い傾向が読み取れる。11歳～18歳の割合は9.1%（2019年シーズンのJ2リーグ所属22チーム中3位）、19歳～22歳は2.9%（同ワースト7位）、23歳～29歳は7.0%（同ワースト7位）となっている。高校生以下年代の多さと、大学生以上の少なさが良く分かる。特に中学生以下は家族で来ることが多いと考えられるため、親子連れを集客には一定程度成功しているようである。高校生年代の18歳以下、親子連れを集客はそのままに19歳以上、大学生年代以上の集客を増やせば、全体的な集客の底上げにつながる。

(3) クラブによる若年来場者増加への取り組み

2019年、栃木 SC は6月15日の「栃木県民の日」を前に、6月9日（日）に開催された2019明治安田生命J2リーグ第17節ジェフユナイテッド千葉戦において、栃木県在住・在学の大学生1,000名を招待する企画を実施した³。チケットに加え、学生証提示で通常往復1,000円のシャトルバス運賃も無料になった。また、これはクラブ史上初の試みだったと思われるが、宇都宮大学からスタジアム直通のシャトルバスも臨時運行された（通常は宇都宮駅からのみ）。このシャトルバスは宇大生限定であった。栃木県内の大学生、とりわけ宇大生にとっては相当にありがたい企画であったが、大学生全体で50人程度の参加にとどまり、宇大生にいたってはゼロという惨憺たる結果に終わった。宇大で待機していた、閑古鳥が鳴くシャトルバスを思うと不憫でならない。もちろん、他のクラブで同様の企画を実施した場合も同様の結果が出るとは限らないが、大学生がJリーグ観戦に行かない理由は金銭面以外のものも大きいのではないかと推測される。

3.2 自治体の「婚活」支援事業の問題点と今後の方向性

栃木県や市町、関係団体で構成する「とちぎ未来クラブ」（会長 栃木県知事）では、結婚支援の総合窓口「とちぎ結婚支援センター」を設置し、結婚を希望する方々に幅広い出会いの機会を提供している。「とちぎ結婚支援センター」を設置する目的は、栃木県内の独身男女のための交友、恋愛サービスプラットフォームを作ることである。現在、3年連続で運営を成功させている。ここ3年の連続した実践から見ても、特に地方都市のお見合いなどの活動は大いに意義がある。

とちぎ結婚支援センターの「ベリーマッチング」では、カフェ巡り、映画鑑賞、聖地巡礼といったお見合いイベントを実施しているが、イベント参加者同士の成婚が7組14名だという⁴。これは2017年4月1日以降の記録で、コロナ禍などがあったにせよ、4年半でこの数字は少し寂しいと考える。既存イベントと違った趣向のイベントがあっても良いのではないかと考える。

4. なぜ「サッカー×結婚支援」なのか

サッカーに結婚支援を活用する、また結婚支援にサッカーを活用する理由は大きく2つある

1つ目は「吊り橋効果」への期待である。愛情はある心理学者に二つの魅力の根源があると言われている。一番目の根源は生理的な目覚めで、もう一つの根源は相手が自分の生理的な目覚めを引き起こす原因だと信じている。生理的な目覚ましの表現には、心臓の鼓動が速く、強い感情が伴っている。本提案では、有名な吊り橋効果を活用する。

吊り橋効果は1947年、ダットンとアロンが行った「生理・認知説の吊り橋実験」によって実証された。吊り橋実験では、高い吊り橋を渡ることは、アドレナリンが急増して、隣の緊張体験を共有している異性に引き付けられて、相手がとても魅力的だと思う効果があることがわかった。つまり、アドレナリンが急増し隣の魅力的な人をより魅力的にさせるのである⁵。一緒にドキドキすることが吊り橋の効果の発見に必要な条件である。しかし、普段の生活の中で本当に危険な目に遭う、またお化け屋敷や絶叫マシンのような恐怖体験と一緒にする必要はない。野球やサッカーなどのゲーム観戦や、コンサート、ライブ鑑賞などもアドレナリンの上昇できることが証明さ

れている。

サッカー界は若年層の来場が求められている。婚活イベントの参加者の年齢層はサッカー界のニーズに合う。また、結婚支援のお見合いイベントとして現在、カフェ巡りや映画鑑賞、聖地巡礼といったイベントがあるが、サッカー観戦はこれらとは少し趣向の違うイベントとなる。そしてサッカー観戦ならではの強みがある。「一緒にドキドキできる体験」であればよく、サッカー観戦は十分にその効果を発揮すると考える。同じ運動部活動内でカップルが成立しやすいといった身近な例は、スポーツによる吊り橋効果の発揮を表す好例であろう。宇都宮市内でも手軽に行えるサッカー観戦は、婚活イベントの成功率を高めるイベントになり得る。

2つ目は「関係の持続性」である。どういうことかといえば、SNSなども含めた会話の持続性である。既存イベントと比較しても、サッカー観戦は日々の話題に事欠かない。試合の日はもちろん、試合がない日でも、前の試合の振り返りや次の試合の展望、また他チームの試合、海外サッカーの話題など、サッカーだけで多くの会話のネタがある。常に話題に事欠かないのは、サッカー観戦の大きな特徴の1つであると思う。

5. 提案

5.1 アプリの提案

提案は、「一緒にサッカー観戦をする異性の友達をつくる」アプリである。ここで重要なのは、あくまで「異性の友達づくり」のアプリとすることである。「サッカー×結婚支援」をテーマに論を進めてきた流れを踏まえれば、いささか逆説的に思えるが、「婚活」という要素を前面に出しすぎると、何となく使いづらいと考える人もいると思う。まずは「友達づくり」のアプリとすることで、最初の利用のハードルを下げるのが大切だと考える。その後の展開は、使い方は2人の自由である。わざわざ結婚支援、お見合いアプリと銘打たなくても、上手くいけば自然とそういった役割を果たすだろう。



図1 アプリトップページのイメージ図

アプリの機能を紹介する。まずは大別すると、「プロフィール登録」と「スタジアム観戦に役

立つ機能」の2つになる。まずは「プロフィール登録」である。これは相手を探す上で必須のものである。「ニックネーム」や「性別」、「趣味」などの基本情報のほかに、ある程度のサッカー好き、そして観戦経験者の利用を想定した情報も搭載する。まずは「好きなチーム」や「好きな選手」である。サッカー好き同士ならば、こういった情報を互いに知っておけば、早く仲良くなれること請け合いである。マニアックなところで、「好きなスタジアム」などを加えても面白い。そして特に重要だと考えるのが、「普段の応援スタイル」である。スタジアム来場者の特性を大きく2つに分類すると、「ゴール裏で熱く応援したい人」と「じっくり試合を観たい人」になる。熱く応援したい人とじっくり試合を観たい人が一緒になると、一方がつまらない思いをする可能性がある。もちろん、これを機に普段と違う応援スタイルを経験してみたいというのも良いが、どちらのスタイルを選ぶとしても、相手を探す際の参考として知っておきたい情報であると思う。

まずはプロフィール情報を参考に、一緒に観戦する相手が決まった。加えて、その後のサッカー観戦に役立つ機能も多数搭載する。次にそれらの機能を、イメージ図を参考に紹介する。

座席検索

詳しく見る



ストロベリーSC vs FCサンダース
 11月16日 (火) 19:00
 サッカースタジアム
 メイン中央指定 大人
2階10列4番

トイレの込み具合通知

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
| | | | |

男子トイレ: 小便器○人待ち、個室△個使用可能

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
| | | | |

女子トイレ: 個室△個使用可能

シャトルバス

JY駅→サッカースタジアム
サッカースタジアム→JY駅

| JY駅→サッカースタジアム | サッカースタジアム→JY駅 |
|----------------|---------------|
| 11:00 発車済み | 16:00 これから発車 |
| 11:20 発車済み | 16:20 これから発車 |
| 11:40 あと○人乗車可能 | 16:40 これから発車 |
| 12:00 これから発車 | 17:00 これから発車 |
| 12:20 これから発車 | 17:20 これから発車 |
| 12:40 これから発車 | 18:00 これから発車 |
| 13:00 これから発車 | 18:20 これから発車 |

スタジアムグルメ注文

詳しく見る

ハンバーガー

配達手数料 50円・10-20分

クチコミ ★★★★★☆

ボリューム満点、美味しい

注文 +

700円

ケバブ

配達手数料 50円・20-30分

クチコミ ★★★★★☆

私が大好き! 毎試合食べます!

注文 +

600円

卵焼き

配達手数料: 50円・15-25分

クチコミ ★★★★★☆

安くて美味しい、甘くてふわふわ

注文 +

500円

餃子

配達手数料: 50円・15-25分

クチコミ ★★★★★☆

300円

図2 アプリの各機能のイメージ図

①「チケット」に関する各種機能（前ページの「アプリトップページのイメージ図」を参照）

チケットは観戦の大前提となる必須アイテムである。チケットの購入、QR チケットとしての発券、入場時のチケット提示がアプリ内で完結するとわかりやすい。

②スタジアムアクセス（前ページの「アプリトップページのイメージ図」を参照）

スタジアムへのアクセス方法はクラブの公式ホームページなどに掲載されているが、アプリ内でも掲載があったほうが利便性は高い。

③座席検索システム（左上の図を参照）

何度もスタジアムを訪れている人なら問題はないが、初めての人は座席を探すのに戸惑う場合もあるだろう。座席配置の地図が表示され、購入したチケットに記載されている、自分の座席番号を視覚的に教えてくれる機能は便利だと思う。

④トイレの使用状況通知（左下の図を参照）

スタジアム観戦時の大きな問題の1つがトイレである。生理現象ゆえ我慢は良くないが、トイレに行っている間にゴールが決まると悲劇である。空いている時間を狙い、トイレ待ちの列に並ぶことなく、効率よく済ませられればサッカー観戦をより楽しめる。密集を避ける目的でも、トイレの利用状況をリアルタイムで通知し、分散利用を促したい。

⑤シャトルバス案内（右上の図を参照）

シャトルバス乗り場の案内はもちろん、利用状況や時刻表、運行情報の情報があると大変参考になるし、分散利用が期待できる。

⑥スタジアムグルメ注文、配達（右下の図を参照）

スタジアムグルメはサッカー観戦の定番である。各スタジアムの名物スタジアムグルメを食べるために、遠方にスタジアムに行く人も多いだろう。そんなスタジアムグルメは、ケースバイケースではあるが、注文待ちの大行列が発生することがある。行列に並んでいる最中にゴールが決まるなどすれば悲劇であり、昨今は密集を避ける観点でも、わざわざ並ばなくても購入できるシステムがあったほうがよいだろう。その点で、アプリからの注文は可能性がある。店舗に行くのは商品の受け取り時だけになれば利便性は格段に上がるが、将来的にはドローン配達など可能になるだろうか。

5.2 アプリの利用促進に向けて

アプリを作っただけでは使われまいだろう。本アプリを使うインセンティブを持たせなければならぬ。そこで、本アプリを利用して出会った男女を対象にしたスタンプラリーを実施する。スタジアム来場回数、スタジアムグルメ購入回数、グッズ購入回数に応じてスタンプがたまる、3つの異なるスタンプラリーを実施する。スタンプ獲得の条件は「2人で一緒にスタジアムに来て、一緒にグルメやグッズを購入すること」である。

まずはスタジアム来場回数である。スタジアムの来場回数に応じて、新生活や結婚に向けて必要な物品を、くじ引きによってプレゼントする。回数としては、「最初の来場時」、「10試合来場時」、「結婚時」を想定する。結婚時は婚姻届けを提示してもらおう。

次にスタジアムグルメであるが、こちらはメニューを問わず、5食購入ごとに特典、くらいが妥当だろうか。特典としては、好きなスタジアムグルメと引き換えられるクーポン券（男女各1食分）を想定している。

グッズは値段の幅が大きいいため、購入個数より購入金額で考えた方が妥当だろう。たとえば2000円購入ごとに特典1つ、といった具合である。ここでの特典は、通常販売をしていない非売品のグッズが良いだろう。そして特典が1種類だけでは意欲が続かないため、全選手分を用意できるものが良いだろう。こちらもくじ引きになる。全選手となれば30種類以上の特典が考えられ、コンプリートしたい意欲が湧き、スタンプラリーに対する積極的な参加が見込める。

3つのスタンプラリーを通じ、アプリ利用者専用のブースを用意する。そこでたまったスタンプカード、または婚姻届けを提示してもらい、来場回数、グッズではなくくじ引きをしてもらい商品を、グルメの場合はクーポン券を進呈する。

6. 提案によるメリット

この提案によるメリットとして、まず大きく3つ挙げられる。1つ目は「若年来場者の増加」である。本アプリは主に未婚の若年層の利用を想定している。アプリとスタンプラリーで、若年層の呼び込みが期待できる。2つ目は、1つ目との関連で「将来のサポーター獲得」である。本アプリは、「一緒にサッカー観戦をする異性の友達づくり」とすることで最初の利用のハードルを下げているが、大きな目的はサッカー観戦が婚活イベントの一環としてその役割を果たすことである。本アプリを通じて出会った男女がサポーターとなり、結婚して子どもができれば、子どもも両親の影響でスタジアムに来場し、立派なサポーターに育っていくことが期待できる。中長期的な目線からも、若年来場者の増加に寄与しうる。3つ目は結婚支援の一環である婚活イベントの多様化である。すでに述べたように、現状のお見合いイベントにはカフェ巡り、映画鑑賞、聖地巡礼などがあるが、サッカー観戦は少し趣向の違ったイベントになる。サッカー観戦という新たな婚活イベントの可能性を提言する。

次にアプリとスタンプラリーについて、それぞれに期待されるメリットを紹介する。

まずアプリに関しては、サッカー観戦のハードルを下げることである。本アプリにおいては利用者のサッカー観戦の多寡は重要視していないが、1度もサッカー観戦をしたことがない人にとっては、未知の世界で尻込みしているということもあり得る。スタジアムアクセスやチケット購入、シャトルバスといった観戦に必要な情報、また選手紹介や試合情報といった情報は、クラブの公式ホームページやSNS、各種サッカーアプリやJリーグ公式アプリなど既存メディアでも収集は可能だが、サッカー観戦に必要な機能がすべてまとまっていた方が利便性は高いだろう。座席検索やトイレの使用状況通知、シャトルバス時刻表などはオリジナルの提案である。

スタンプラリーの実施により、2つのメリットが期待できる。1つ目は婚活イベントとしての効果である。この根拠となるのが「単純接触効果」である。これは1960年代後半にザヤンズ(Zajonc, R. B.)により取り上げられたもので、その名の通り、ある刺激に触れれば触れるほど、それを好きになっていく現象である⁶。主に社会心理学の分野で研究が進められ、近年では認知心理学や感性工学などの分野における研究も増えつつあるという。これは人間関係、恋愛にも有効だろう。繰り返し会うことで、好感度や印象が高まることが多いと考える。この効果を活かすためにも、数回でなく継続的な来場が望ましく、スタンプラリーはその動機付けになる。2つ目はクラブ収入への効果である。継続的なスタジアムへの来場とグルメ、グッズの積極的な購入が期待できる。チケット収入、物販収入の増加に寄与しうる。

7. まとめ

本提案では、Jリーグの若年来場者減少への対応、お見合いイベントの多様化を目的に、サッカー観戦用アプリとスタンプラリーの実施を提案した。これにより、サッカー面ではJリーグへの若年層の呼び込み、継続的なスタジアムへの来場とグッズ、グルメの購入、つまりサポーターの増加とチケット物販収入の増加が、結婚支援面では「吊り橋効果」や「単純接触効果」等により、サッカー観戦がお見合い成功確率の高いイベントとなることが期待できる。2つを掛け合わせた今回の提案が、双方にとって良い影響を及ぼすことを期待している。

【参考文献】

1) Jリーグ 観戦者調査サマリーレポート 2019

<https://www.jleague.jp/docs/aboutj/funsurvey-2019.pdf> 2021年11月19日閲覧

2) Jリーグ 年度別入場者数推移

<https://www.jleague.jp/release/wp-content/uploads/2021/02/0e0e45cc96d5a0e3baca66c291388dde.pdf> 2021年11月21日閲覧

-
- 3) 栃木サッカークラブ公式サイト「6/9(日)千葉戦 大学生1,000名様をご招待」
<http://tochigisc.jp/info/10676> 2021年10月14日閲覧
- 4) 栃木の結婚応援サイト VERY MATCHING!
<https://www.msc-tochigi.jp/> 2021年11月19日閲覧
- 5) Wedding Park “吊り橋効果”のウソ・ホント!実はこんなところ恋愛テクニックが!?
<https://www.weddingpark.net/magazine/846/> 2021年4月28日閲覧
- 6) 公益社団法人日本心理学会 心理学ってなんだろう 繰り返し接しているうちにどんどん好きになるのはなぜ?
<https://psych.or.jp/interest/ff-20/> 2021年11月23日閲覧