

日本のプロスポーツチームが実践するデジタルサイネージの活用事例 ー千葉ジェッツのホームゲームを対象としてー

学籍番号 4122016

氏名 郭 威

【目的】

日本のプロスポーツが発展を遂げるためには、スポーツ観戦者の満足度を高めるためデジタルサイネージの活用が有効である。会場では、スコア表示、スポンサー広告など、様々なコンテンツがデジタルサイネージに提示されており、観客の満足度を高めながら安全なイベント運営をサポートしている。そのため、デジタルサイネージの効果的な活用法を明らかにし、良好事例の蓄積と共有をはかることは有意義な試みといえる。しかしながら、どのようなコンテンツを、どのくらい提示すれば観客の満足度が高まるかなど、デジタルサイネージの効果的な活用法については明らかにされていない。そこで本研究では、日本のプロスポーツチームがどのようにデジタルサイネージを活用しているのかを明らかにするための事例研究を実施した。

【方法】

2023年4月に船橋アリーナで千葉ジェッツ6試合を対象に、デジタルサイネージとコート内の映像を2台のカメラで撮影した。タイムスタディの手法に基づいてデジタルサイネージの映像を数値化し、12項目の記述統計を集計した:①試合中に提示されたコンテンツの種類、②コンテンツの提示時間、③コンテンツの切替頻度、④コート内のイベントがデジタルサイネージに提示される継続時期、⑤コート内のイベントがデジタルサイネージに提示されるまでにかかる時間。

【結果】

その結果、デジタルサイネージにコンテンツは27種類であった。コンテンツの提示時間は、試合前後ではチームロゴが提示される割合が最も高かった(32.8%~56.2%)。コンテンツの切替頻度は、試合前(0.24回/分)と試合後の切替頻度が(0.22回/分)最も低かった。イベントの継続時間は、ファウルが100%、ホームチームの3Pが97%、アウェイチームの3Pが0%であった。さらに、ファウルの解説文が提示されるまでの時間は6.3秒±4.4(継続時間=2.9秒±0.2)、3Pのサインが提示されるまでの時間は2.3秒±0.4(継続時間=4.1秒±0.4)であった。

【結論】

本研究は千葉ジェッツがホームゲームで実践しているデジタルサイネージの活用事例と記述統計を提示した。これらの知見は、プロスポーツ観戦の満足度を高めるための基礎資料として機能するだけでなく、デジタルサイネージの最大活用法を解明する分析研究の基礎資料として有用といえる。

Case study on the utilization of digital signage by professional sports teams in Japan: Focusing on home games of the Chiba Jets

Student ID Number: 4122016

Name: GUO, Wei

[Purpose]

To boost the development of professional sports in Japan, digital signage can be used to increase the satisfaction of spectators. At venues, a variety of content is presented on digital signage, such as score displays and sponsor advertisements, to support safe event management while increasing spectator satisfaction. It is therefore meaningful to clarify the effective use of digital signage and to accumulate and share good practices. However, the effective use of digital signage, such as the type and amount of content to be presented to increase audience satisfaction, has not been clarified. Therefore, this study conducted a case study to clarify how Japanese professional sports teams utilize digital signage.

[Methods]

Two cameras were used to capture digital signage and in-court footage of six Chiba Jets games at Funabashi Arena in April 2023. The digital signage footage was quantified based on the time study method and 12 descriptive statistics were compiled: 1) type of content presented during the game, 2) duration of content presentation, 3) frequency of content switching, 4) duration of time that events in the court were presented on the digital signage, 5) time taken for events to be presented on digital signage.

[Results]

The results showed that 27 types of content were presented on digital signage. In terms of content presentation time, the highest proportion of team logos were presented before and after the match (32.8%-56.2%). Content was switched least frequently before (0.24 times/minute) and after the match (0.22 times/minute). Event durations were 100% for fouls, 97% for home team three-pointer and 0% for away team three-pointer. Furthermore, the time until the commentary for fouls was presented was $6.3 \text{ s} \pm 4.4$ (duration = $2.9 \text{ s} \pm 0.2$) and the time until the sign for threes was presented was $2.3 \text{ s} \pm 0.4$ (duration = $4.1 \text{ s} \pm 0.4$).

[Conclusion]

This study presented examples and descriptive statistics of the use of digital signage as practiced by the Chiba Jets at home games. These findings not only serve as basic data for increasing satisfaction with watching professional sports games, but also as basic data for analytical research to elucidate the maximum use of digital signage.