



2024年1月30日

報道関係者各位

慶應義塾大学

## 学生団体による ICT を活用した効果的な広報戦略を検証 —慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部員らの研究論文が国際学術誌に掲載—

慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部の発田志音コーチ（研究当時、慶應義塾大学法学部4年。現在、東京大学大学院法学政治学研究科在学中、東京大学大学院教育学研究科附属学校教育高度化・効果検証センター協力研究員）をはじめとする、慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部の研究グループは、学生団体による ICT を活用した効果的な広報戦略を検証しました。本研究は、同部が新型コロナウイルス感染症拡大下の2020年度および2021年度に実施した ICT による広報戦略効果を、新入生が入部する決め手となった要素に着目して分析したものです。

入部の決め手となった要素として、「充実した練習環境」と「学業との両立」が上位に登場しました。その要素を知ったきっかけの割合は、「知人から聞いて」の58.7%に次ぎ、旧「Twitter」で39.1%、「公式ホームページ」で15.2%、「Instagram」で13.0%などと続きました。

これまで、学生団体による ICT を活用した効果的な広報戦略に関する学術的研究は国際的にもほとんど行われてきませんでした。今回の研究成果は、そのような状況に一石を投じ、学生の課外活動のさらなる充実に向けた、効果的な広報戦略手法の確立につながるものといえます。本研究では学生団体の広報戦略事例を対象としていますが、その研究成果は企業や官公庁における採用活動などの場面でも広く応用することが可能なものです。

本研究成果は、2023年12月26日に、国際学術誌『ITF Coaching & Sport Science Review』に掲載されました。

### 1. 本研究のポイント

- ・学生団体による、ICT を活用した効果的な広報戦略手法の確立につながる先駆的研究
- ・入部判断で決め手となった要素としては「充実した練習環境」と「学業との両立」が上位に
- ・ICT を活用した広報戦略のうち、旧「Twitter」の活用が最も効果的であった
- ・慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部(※)の部員らによる研究成果が国際学術誌に掲載

### 2. 研究内容

2020年に始まった新型コロナウイルス感染症の拡大は、主に新入生を対象とした、学生団体による対面での入会勧誘活動の一時中止を余儀なくしました。慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部においても、例年対面形式で行われていた入会勧誘活動は全て中止となり、新入部員を確保するための新たな対策を講じる必要に迫られました。このような未曾有の状況下において、とりわけ重要となったのが ICT を用いた広報戦略です。同部では、公式ホームページのリニューアルのほか、イメージPR動画「RESPECT」の制作、旧 Twitter での部外への発信活動など、数多くの広報戦略が部員により主体的に行われ、優れた成果を挙げることに成功しました。

こうした ICT を用いた広報戦略は、科学技術の発展に伴い、感染症拡大の終息後においてもますます重要となっていくことが予測されます。実際に、各大学の運動系学生団体では、有力な新入部員を確保するため、学内外の競合する他団体との差別化を意識し、ICT を活用した高度な広報戦略を行う

必要性に迫られています。しかし、多くの大学でこの重要な役割は上記のように学生による創意工夫によって担われており、体系的な知見は確立されていません。国際的にも、学生団体による ICT を活用した広報戦略に関する学術的研究は、ほとんど行われてきませんでした。

以上の状況を踏まえ、同部の発田志音コーチ（研究当時、慶應義塾大学法学部 4 年。現在、東京大学大学院法学政治学研究科在学中、東京大学大学院教育学研究科附属学校教育高度化・効果検証センター協力研究員）をはじめとする同部員を中心とした研究グループは、このような広報戦略の取り組みを実践にとどめず、学術研究として効果検証を行うことに挑戦しました。

具体的には、同部がコロナ禍の 2020 年度および 2021 年度に実施した ICT による広報戦略効果を検証するため、アクセス解析のほか、在学生・新入生に対する質問紙調査を行い、その結果を入部の決め手となった要素に着目して分析しました。



写真 1 同部の活動風景（2023 年関東理科大学テニスリーグ 1 部、女子）



写真 2 同部の活動風景（2023 年関東理科大学テニスリーグ 1 部、男子）

### 3. 研究成果

入部の決め手となった要素としては、「充実した練習環境」と「学業との両立」が上位に登場しました。その要素を知ったきっかけの割合は、「知人から聞いて」の 58.7%に次ぎ、旧「Twitter」で 39.1%、「公式ホームページ」で 15.2%、「Instagram」で 13.0%などと続きました。

アクセス解析および統計分析の結果、同部における新入生の入部への流れを整理すると、(1) SNS や知人など、各種広報媒体を介して同部を知る、(2) SNS などに掲載されているキャッチコピーや投稿、イメージ PR 動画などを見て、同部について興味を持つ、(3) 同部に興味を持った者は、公式ホームページやオンライン部活動説明会を訪れ、情報を入手する、(4) 実際にオンライン交流会や練習体験に参加して、同部を直に知る、(5) オンライン交流会や練習体験で他の入部検討者や新入生と情報

を交換する、の5段階であることがわかりました。本来であれば、上記(4)および(5)は全て対面で行われますが、コロナ禍においてはICTを活用し、遠隔で行われました。そのような制約があったにせよ、同部においては、このような入部への流れを、旧「Twitter」などICTを用いた広報戦略や交流機会によって補っていたと評価できます。

#### 4. 今後の展開

これまで、学生団体によるICTを活用した効果的な広報戦略に関する学術的研究は国際的にもほとんど行われてきませんでした。今回の研究成果は、そのような状況に一石を投じ、学生の課外活動のさらなる充実に向けた、効果的な広報戦略手法の確立につながるものといえます。本研究では学生団体の広報戦略事例を対象としていますが、その研究成果は企業や官公庁における採用活動などの場面でも広く応用することが可能なものです。今後は、サイバネティック・アバターなど新しい科学技術の普及に伴う遠隔活動増加局面に対応した、広報戦略手法の検討も進めていきます。

#### <原論文情報>

タイトル：Public relations strategy in a Japanese college tennis team during COVID-19:

Factors for joining the team

著者名：Shion Hotta, Kazuki Hioki

雑誌名：ITF Coaching & Sport Science Review

DOI：10.52383/itfcoaching.v32i91.332

URL：<https://doi.org/10.52383/itfcoaching.v32i91.332>

本研究は、(一社)ICTマネジメント研究会研究助成金および慶應矢上庭球会現役支援金の助成により行われました。慶應矢上庭球会は、慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部のOB・OG組織の名称です。

#### <用語説明>

※慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部：通称リコタイテニス部。1939年に設立された藤原工業大学の鍛錬部を前身とし、慶應義塾体育会会則第49条に基づいて慶應義塾体育会に設置されている団体。関東理工科大学テニスリーグでは男女とも1部に所属するなど顕著な実績を挙げている。競技運営活動や社会貢献活動、学術研究活動も重視しており、近年は東京2020大会テニス競技・車椅子テニス競技で全国の大学テニス部の中で最も多くのボランティアを派遣したほか、同じく最も多くの公認審判員有資格者を擁するなど、テニスを「する・みる・ささえる」さまざまな分野でリードしている。(写真1、2参照)

※ご取材の際には、事前に下記までご一報くださいますようお願い申し上げます。

※本リリースは文部科学記者会、科学記者会、各社科学部等に送信させていただいております。

---

#### ・研究内容についてのお問い合わせ先

慶應義塾体育会矢上部硬式庭球部 部長・慶應義塾大学 理工学部 応用化学科 教授

今井 宏明 (いまい ひろあき)

E-mail：[hiroaki@applc.keio.ac.jp](mailto:hiroaki@applc.keio.ac.jp)

#### ・本リリースの配信元

慶應義塾広報室 (望月)

TEL：03-5427-1541 FAX：03-5441-7640

E-mail：[m-pr@adst.keio.ac.jp](mailto:m-pr@adst.keio.ac.jp) <https://www.keio.ac.jp/>