

AIとスポーツの関係性

COLUMN
県内
大学発



近年、スポーツの世界でも人工知能（AI）の活用が進んでいる。試合データの分析や戦術の支援だけでなく、チケット価格の調整、観戦履歴に基づく情報配信、チャットボットによる対応、ハイライト映像の自動生成など、その広がりは目覚ましい。AIは、スポーツをより便利で効率的なものへと変えつつある。

「こつした中で、一つの問いが浮かぶ。AIは、スポーツにおける「ロイヤルティ」まで生み出せるのだろうか。ロイヤルティとは、単なる満足とは異なる。勝ったときだけでなく、負けたときにも応援をやめない。「こ」のチームだから」「こ

の選手だから」と思える感情の結び付きのことである。スポーツは、このような気持ちが生まれるやすい。結果が分からず、感情が大きく揺れ動き、それを多くの人と同時に分かち合うからだ。スタジアムで得点が入った瞬間、隣に座る知らない人と自然にハイタッチをしてしまう。惜敗した帰り道、初対面の人のため息を交わしながら、同じ方向の駅へと向かう。「こつした出来事は、あらかじめ計算されたものではなく、その場の空気や偶然から生まれる。

AIは、人々の行動を分析し「いつ」「何を」「どう届ければよいか」を高い精度で導き出せるようになるだろう。しかし

埼玉学園大学 水野 はるな

経済経営学部 専任講師

「設計できること」と「実際に感じることは同じではない。歓声の大きさ、空気の緊張感、勝った瞬間の高揚、負けた後の脱力感。これらは、データで説明することはできても、体で感じる体験とは別物である。

スポーツの魅力は、ファン同士のつながりだけではない。チームとファン、スポーツ組織と人々の間にも、独特の関係性が生まれる。ファンは、単なる「サービスの受け手」や「買い手」ではない。勝敗に不満を抱くことがあっても、応援をやめない。その関係は、商品を買って終わる関係というより、長い時間をかけて続いていく人との付き合い

か。AIが進化すれば、スポーツはさらに便利で洗練されたものになるだろう。だが、私たちが本当に求めているのは、最適化された体験なのか。それとも、偶然や揺らぎの中で生まれるつながりなのか。

いに近い。

近年のマーケティングでは、こつした関係そのものを大切に考える方が注目されている。目先の満足よりも、信頼や愛着を少しずつ育てていくこと。スポーツ組織がファンと向き合うとは、単にサービスを提供することではなく、こつした関係をどう支え、どう守るかを考えることもある。スポーツは、もともとこの価値を自然に体現してきた分野だと言える。

AIの進化すれば、スポーツはさらに便利で洗練されたものになるだろう。だが、私たちが本当に求めているのは、最適化された体験なのか。それとも、偶然や揺らぎの中で生まれるつながりなのか。

みずの・はるな 1994年生まれ。順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科博士後期課程満期退学。修士（スポーツ健康科学）。東亜大学人間科学部を経て、2024年4月より現職。専門はスポーツマーケティング、スポーツマネジメント。