

大学男子バレーボールリーグ戦観戦率向上の要因

Factors to improve the number of university men's volleyball league game

1K03A015-1

氏名石橋 さやか

指導教員 主査 木村 和彦

先生 副査 矢島 忠明先生

【序論】

ナショナルチームの選手達が所属している「企業スポーツ」が不況の影響を真正面に受け、企業側がスポーツから撤退するという事態が発生し、現在企業部活動の活動停止や廃部というニュースがメディアを騒がせている。このまま企業チームが相次いで休廃部になることにより、競技人口の減少とともに競技レベルの低下、それはナショナルチームの弱体化につながり更なる人気を失う悪循環となることを意味する。

今年行われた世界バレー代表選手の女子では卒業後にVリーガーになる選手はまだまだ少ないのが現状ではあるが、男子は12名中10名は大卒の選手である。このように大学という立場は、高校とVリーグとはいまいち活躍が目立たないように感じるが、決して選手層が落ちているわけではなく、よりナショナルチームに近い存在であり、今後の日本を代表する選手の宝庫でもある。よって男子ナショナルチームの選手の育成を考える際、もっとも注目しなければならないのが大学バレーなのである。

【研究目的】

以上の現状から、これからのナショナルチームを支えるのは現在大学バレーで活躍している選手だと言っても過言ではない。そしてもっと大学バレーボールの人気を高めることで、学生時代からのファンを増やしその選手がナショナルチームへ行ってさらに注目を集めバレーボール観戦者の増加につなげることが、日本バレー界の人気を高める戦略の一つといえる。そこで本研究では、現時点での大学男子バレーボールリーグ戦の観戦者調査をして、関東大学バレーボール連盟の協力のもと現在使用している招待状や学連ホームページに掲載されている2割引チケットなどの観客動員戦略の現状把握と、今後どのような観客層に狙いをつけ観客動員活動をすることで観客数増加につながるかを検証する。

【研究方法】

仲澤ら(1998)は、観戦者がチケット購買に及

ぶ過程を問題として「チケットの種類」と「情報入手経路」を質問項目として設定している。栃堀ら(1999)⁸⁾は、平成10年度全日本バレーボール大学選手権観戦者調査を行い、観客誘客戦略のセグメントとしては、競技経験の有無と大学チーム・選手との関わりについての質問項目を設定することが望まれる。

調査日：平成18年10月28日(土)、29日(日)
秋季関東大学男子バレーボールリーグ戦最終週

調査日の全入場者数 28日(土) 287人

29日(日) 302人

調査対象者：大会会場に入場した中学生以上の男女個人124人であり、これは調査日の全入場者数である。

調査場所：NECニューライフプラザ(東京)

調査方法：質問紙調査法

なお質問紙は会場入口に調査員による直接配布であり、当日回収した。

回収状況：28日 回収率 82/100(回収率 82.0%)

29日 回収率 42/100(回収率 42.0%)

【結果・考察】

観戦者層は女性20代会社員・公務員が大半を占めており、競技経験がなくそのほとんどがファンである。また居住地は東京都が半数を超えていた。招待券の現状としては、3割程度の観客動員であることから効果が期待以下であることが分かる。配布状況も運動部からOB・OGと限られたルートでしか使用されておらず、普及活動の貢献には乏しい。その一方、2割引チケット使用者の割合が高いことから関東大学バレーボール連盟のホームページアクセスの影響がチケット購買に大きく反映していたことが分かる。試合観戦後のチケット購入手段の変化から、招待券を配布する人が限られているため常に無料で試合観できている人に対してチケットを購入するという概念がないため、購入手段の変化が見られずにある。よって招待券配布範囲の拡大や新たな配布環境を模索すべきだ。