

ザスパ草津ファンとスタジアムサービス要因に関する研究
A study about a fan of THE SPA KUSATSU and a stadium service factor

1K03B106-2 氏名 鈴木 祐

指導教員 主査 原田宗彦 先生 副査 堀野博幸 先生

【緒言】

2006年、浦和レッズがJ1の観客動員を牽引する一方、J2ではザスパ草津が伸び悩んでいる。2004年度のJFL時代には、1試合平均約4816人の集客を記録していたが、J2初加入の2005年度には1試合平均3959人、2006年度には1試合平均3736人と、Jリーグ昇格にも関わらず観客動員は減少傾向にある。今後、ザスパ草津の観客動員の向上、また、経営課題の克服のために必要なこと何か。

本研究では、ザスパ草津のファンを対象に調査・分析を行い、入場者数の増加に影響を与える要因について明らかにしたい。主にザスパ草津のホームスタジアムが提供するサービス・施設項目に注目し、スタジアムが提供するサービス・施設項目に対してファンが抱えている重要度と満足度を測ることで、特に、観戦者にとって重要度が高いにも関わらず満足度の低いスタジアムサービス・施設項目に注目し、ザスパ草津の経営課題を明らかにするための基礎的資料を得たいと考えている。J2で2005、2006年度と2年連続で12位に低迷したザスパ草津にとって、入場料収入をチーム強化へとつなげていくことは急務であり、チームの経営安定、成績向上に必要不可欠であると言える。

ザスパ草津にとってファンを固定化させるためにも継続的な調査・研究が必要であり、本研究が、今後ザスパ草津のマーケティング戦略の基礎データとなり、より多くの集客を実現させるための礎となることを本研究の目的とする。

【研究方法】

*調査対象

2006年10月14日

Jリーグ・ディビジョン2第44節

ザスパ草津 v s サガン鳥栖

(群馬県立敷島運動競技場：入場者数2362人)

*調査方法

調査員による訪問留置法の質問紙調査

*データの処理方法

SPSS 13.0J for Windows を用いて分析

*調査項目の決定

本研究においては、主にザスパ草津のホームスタジアムが提供するサービス・施設項目に注目する。スタジアムサービス・施設項目については、主に東京体育館と日産スタジアムの設備・サービスに関する質問項目21項目を参考にした。

*分析の方法

本研究では、戦略的満足度マトリクスを用い、特に、全体の平均と比較して重要度が高いのにも関わらず、全体の平均と比較して満足度の低いカテゴリーに位置する、「改善努力を集中させるべき項目」について明らかにしたい。

【結果・考察】

データ分析と観戦回数別戦略的満足度マトリクスの比較・検証により、以下のことが明らかになった。

(1) ザスパ草津サポーターにとって、重要度が高く、満足度が低い項目は、「チームの成績」、「会場までの交通の便」、「大型映像の情報サービス」、「レベルの高いプレー」、「自分の座席からピッチまでの距離」、「観客の参加」であった。

(2) 「会場までの交通の便」の項目に関しては、ザスパ草津のサポーターからも苦情の声が多かった「駐車場問題」が色濃く反映されているように思われる。駐車場問題の解決は、入場者数の増加に直接大きく寄与するものと考えられる。

(3) 観戦回数を重ねLight Consumers からMedium Consumers へと成長することで、スタジアムで直接提供されるサービス・施設項目に対する重要度は高まる傾向にあると言える。しかし、Heavy Consumers の戦略的満足度マトリクスのプロット結果を見ると、重要度の高まりは見られなかった。

【本研究の課題】

Light Consumers、Medium Consumers のサンプル数をより多く獲得することが出来れば、より信憑性が高く、また違った結果が得られたかもしれない。

また、質問項目には加えられなかったが、ザスパ草津のファンに対して再観戦意図を問い、分析をすることも、集客戦略において重要であると思う。