

バスケットボール日本代表戦における観客者特性に関する調査研究

The Research of the Spectator Characteristics in Japanese International Basketball Match

1K03B114-0 園田夏子

指導教員 主査 木村和彦 先生 副査 倉石平 先生

1. 緒言

現在、我が国のバスケットボール競技者数は非常に多く、中高生のバスケットボール競技人口はサッカー、野球などの人気スポーツを上回り、トップに位置する。しかし、スペクテータースポーツとしての人気は低く、国内リーグの JBL、bj リーグとも観客者、スポンサー、視聴率の獲得に苦戦している。そのような中、今年の 8 月から 9 月にかけて、バスケットボール世界選手権が初めて日本で開催された。4 年に 1 度のこの大会は、ヨーロッパ諸国をはじめとする各国のレベルアップにより更なる盛り上がりを見せている。しかし、資金調達やプロモーションなどの失敗により、JABBA が負担する赤字は相当額が見込まれている。観客動員における平均パーセンテージは 75%であったが、50%を下回る試合も多く、全体的にみると必ずしも観戦者獲得に成功したとはいえない大会となった。また、来年度にはアジア選手権の日本開催が迫っており、頻繁に大会誘致がなされているが、赤字経営では経営が行き詰ることは明らかであり、どのように持続的な経営を行っていくかが問題となる。

2. 研究目的

第 1 に、どのような特性を持つ日本人観戦者がバスケットボール観戦に興味を持ち、どのようにして試合に関する情報を獲得し、チケットを入手していたのか、また、その観戦理由をアンケート調査により明らかにすることを目的とした。

第 2 に、前述の調査結果に基づいて、今後、JBL（スーパーリーグ）、bj リーグ、ナショナルチームの試合において、既存顧客の継続的な観戦をどのように促進するか、また既存顧客の特性から導き出される新規顧客のターゲット層を明確にし、将来の日本におけるスペクテータースポーツとしてのバスケットボール市場拡大のための若干の提言を行う。

3. 研究方法

キリンインターナショナルバスケットボール 2006 の観戦者を対象に、当日券販売開始 30 分前から試合開始 20 分前までの 130 分間、調査員が質問紙を直接配布し、調査対象者がその場で記入し、その後、直接回収した（留置法）。

4. 研究結果と考察

(1) デモグラフィック特性に関しては、来場者の年代と性別は 10 代から 40 代までの男女の割合がほぼ同じであり、どの年代の男女にもバスケットボール観戦がエンターテインメントとして受け入れられると考えられる。

(2) ジオグラフィック特性に関しては、試合会場があった千葉県の観戦者が 46%を占め、関東圏が 92%を占めるという結果になった。その他のホームを持つ実業団チーム、プロチームが遠方のファンを獲得することは非常に困難であると考えられる。

(3) 同伴来場者に関しては、家族と一緒に観戦に来場している人の割合が 50%で最も多く、バスケットボール観戦が家族で楽しめる観戦スポーツである可能性が高いことがわかる。

(4) バスケットボール競技経験の有無に関しては、競技経験者が大半をしめ、「競技経験の有無によって、バスケットボール観戦に対する愛好度に差が生じる」という分析結果が出た。したがって、最も観戦見込みがあるターゲットはバスケットボール経験者であると考えられる。

(5) 試合情報入手経路については、友人・知人から試合情報を入手している人が最も多く、次点が公式 HP 以外のインターネット情報、携帯サイトであった。いわゆる「口コミ」が、観戦者にとって最も身近で接触することの多い情報入手経路となっており、チケット入手経路に関する調査では、当日券販売の次にインターネットを利用した経路が多かった。

(6) 観戦理由に関しては、「バスケットボールを見ることが好きだから」という観戦理由と、「バスケットボールをすることが好きだから」、「好きな選手のプレーが見たいから」、「日本代表を応援しているから」、「対戦カードがおもしろいから」というそれぞれの観戦理由に相関関係が見られた。

5. 今後の課題

JBL、bj リーグ、その他のバスケットボール大会、リーグ、またはチームにおける観客者特性調査をそれぞれ行い、そのリーグ、チームに即した課題提案、インプリケーションが必要であると考えられる。