Jリーグクラブとプロ野球球団の交流に関する研究 -アビスパ福岡と福岡ソフトバンクホークスの総合交流を事例として-

A study about exchange between J-League Club and Professional Baseball League Team
-The case of General Exchange between Avispa Fukuoka and Fukuoka SoftBank Hawks-

1K04B137-7

田代 元輝

指導教員

主査 堀野博幸先生

副査 間野義之先生

I. 序論

Jリーグとプロ野球は共に日本で最も大きなスポーツリーグの1つであり、日本を代表するスポーツリーグであるといっても過言ではない。しかし、Jリーグの歴史は浅く、2006年度Jクラブ情報開示資料によると、2006年度は15クラブが赤字を経常するなど乗り越えるべき課題は多い。また、長らく絶大な人気を誇ってきたプロ野球も球界再編問題を発端として様々な問題が噴出し、大きな曲がり角に立たされることとなった。その中で、Jリーグの地域密着という理念やそのガバナンスに大きな注目が集まるようになり、その流れを受けて同じ地域に本拠地を置くJリーグクラブとプロ野球球団との交流といった動きも見受けられるようになった。

本研究の目的は、Jリーグクラブとプロ野球球団との交流に関する研究の第一段階として、現在福岡ソフトバンクホークスとの交流を行っているアビスパ福岡の試合の観戦者を対象に、そのデモグラフィクス特性や観戦行動の特徴、福岡ソフトバンクホークスの試合の観戦意図をアンケート調査を実施して把握することによって、Jリーグ観戦者のプロ野球観戦意図に影響を及ぼす要因を明らかにし、交流の在り方を特に集客戦略の面で考察することである。

II. 方法

- ・調査時期：平成19年8月19日。
- ・調査対象試合：Jリーグ ディヴィジョン2 第35節 アビスパ福岡 vs モンテディオ山形(東平尾公園博多の森球技場)。
- ・調査対象：12歳以上の一般の観客、男女個人、138名であった。
- ・回収状況：回収調査票数は138票、回収率は100%。
- ・調査方法：調査員による面接調査及び、留置法を用いた質問紙調査。
- ・分析の方法：SPSS 14.0J for Windows を用いて分析。単純集計と、福岡ソフトバンクホークス戦観戦意図を従属変数、デモグラフィクス特性の各項目、観戦行動の特徴の各項目、総合交流の認識度、社会心理特性を独立変数に設定して重回帰分析を行った。

IV. 結果

重回帰分析を行った結果、「情報入手経路」の「サッカー雑誌」、「情報入手経路」の「ファンサイト」、「チケット入手経路」、「スタジアム観戦に期待すること」の「ゴール」、「スタジアム観戦に期待すること」の「特定の選手の活躍」、「総合交流の認識度」、「Sport Preference」、「Community Benefit」の8項目において有意差が認められた。

V. 考察

福岡ソフトバンクホークス戦観戦意図の高いアビスパ福岡戦観戦者の特徴としてまず、「総合交流の認識度」が高い傾向が挙げられる。したがって、総合交流について、より効果的に情報を発信する方法を考えなければならない。福岡ソフトバンクホークス戦観戦意図が高い観戦者には、「情報入手経路」として「サッカー雑誌」を利用している傾向が見られる。したがって、サッカー雑誌を利用して情報提供を行うことが有効であると考えられる。

また、社会心理的特性の「Community Benefit」の得点が高い傾向が挙げられる。このことは、福岡ソフトバンクホークス戦観戦意図の高いアビスパ福岡戦観戦者がアビスパ福岡の試合を観戦し、アビスパ福岡を応援する理由が、アビスパ福岡が地域の象徴であり、地域に便益をもたらしていると思っているからであるということを示している。したがって、アビスパ福岡との総合交流を通して、福岡ソフトバンクホークスが地域に密着し、地域に対する貢献を行い、地域に便益をもたらしていることをアピールできるような取り組みを行うことが有効であると考えられる。

また、単純集計の結果から、選手同士が実際に行う交流を実施し、総合交流や福岡ソフトバンクホークスについてクラブオフィシャルホームページ上やファンクラブ会報で情報を提供することで、アビスパ福岡戦観戦者全体の福岡ソフトバンクホークスに対する関心を高めることができると考えられる。

今後は、Jリーグクラブとプロ野球球団という総合交流の当事者たちだけではなく、そのクラブや球団が根付く地域、その地域に住む人々など、地域に関わる全ての人やものが、総合交流の良い影響を受けることのできる活動を行っていく必要がある。