

プロ野球 12 球団のウェブサイト機能別比較とページビュー（PV）数に關与する要因の研究

Functions of Japanese professional baseball teams' websites and factors which relate page views of the websites

1K04B2191

指導教員 主査 間野 義之先生

村澤 隼人

副査 武藤 泰明先生

【緒言】

<研究の背景>

インターネットの利用が急速に普及し、ビジネスや政治の分野ではそれを有効活用したケースがみられる。しかし、日本のスポーツビジネスの領域ではインターネットを使ったマーケティングは遅れている。MLB（Major League Baseball）の成功例を参考に、日本のプロ野球球団のウェブサイト活用についてとりあげることにする。

<研究目的>

日本のプロ野球 12 球団の公式ウェブサイトの機能を分類、比較し、公式ウェブサイトのページビュー（PV）数に關与する要因を明らかにする。

【方法】

調査対象は日本野球機構（NPB）に所属する 12 球団の公式ウェブサイトである。調査の手順として、第一に、12 球団の公式ウェブサイトにどのようなコンテンツが掲載されているかを実際に訪問・閲覧して把握した。次いで、確認できたコンテンツをグループ化するために本研究で 18 項目を策定し、12 球団の各公式ウェブサイトに対して機能の有無をチェックした。そして、18 項目の機能の有無に加え、合計観客動員数、勝率、外部からのリンク数、サイトの総容量、サイトの総ファイル数、歴代優勝回数の 6 項目を加え、各ウェブサイトの PV 数との相関関

係を SPSS ver.17 for windows を用いて調べた。

なお、各ウェブサイトの PV 数を把握するために、今回は Alexa Traffic Ranking in Japan を指標として用いた。

【結果】

Alexa Traffic Ranking in Japan と有意な相関関係があったのは、メールマガジン機能の有無、合計観客動員数、ウェブサイトの総容量、及び、ウェブサイトへの外部からのリンク数であった。それぞれ、「メールマガジンの案内をウェブサイト上に載せていた方が、Alexa Traffic Ranking in Japan が低くなる」、「合計観客動員数が多いほど、Alexa Traffic Ranking in Japan が高い」、「ウェブサイトの容量が大きいほど、Alexa Traffic Ranking in Japan が高い」、「外部からのリンク数が多いほど、Alexa Traffic Ranking in Japan が高い」という結果となった。また、本研究で策定した 18 項目ごとの詳しい内容を 12 球団の一覧表にして結果の記述をした。

【考察】

ウェブサイトの容量を大きくしている要因として公式ウェブサイト動画コンテンツが存在していることがあげられる。動画コンテンツがあることによって閲覧者の興味を引くことができ、一度当該ウェブサイトを訪れた閲覧者が動画コンテンツの更新を期待して再度訪問する

可能性が考えられる。外部からのリンク数が多いということは当該ウェブサイトリンクとして移動できる機会が増えるということである。初めから当該ウェブサイト訪問する予定ではなかった閲覧者はインターネット上の別のページに球団のリンクがあることで偶然にも球団の公式ウェブサイト訪問する可能性を得ることになる。18項目中、唯一ランキングとの有意な相関関係が出たのがメールマガジンの機能の有無であったことから、メールマガジンの機能の有無はほかの項目よりもランキングに関与する可能性が高いといえる。メールマガジンによって情報が定期的に発信されることによって球団に関する情報は十分受け取ることができる。そのため、PC上の公式ウェブサイトアクセスして情報を得るという動機が薄れるという可能性が示唆された。また、18項目ごとに特記できる事項を考察として記述した。