

# 北海道におけるプロスポーツへの道民の意識調査とそれに基づいたチーム戦略

## The research of attitude toward professional sports among the citizens in Hokkaido and team strategy

1K06B235

指導教員 主査 太田 章先生

山本 和幹

副査 松岡 宏高先生

### 【緒言】

2008 年秋、エスポラーダ北海道の Fリーグ参戦が決定し、北海道でコンサドーレ札幌、北海道日本ハムファイターズ、レラカムイ北海道に続く 4 番目のプロスポーツチームが誕生した。北海道はこれで道内に 4 つものプロスポーツチームを有するようになり、今後の北海道内のプロスポーツはいっそう盛り上がっていくように感じられる。しかし、試合開催日が重なって観客を取り合ったり、ファンを奪い合う形になってしまうなど、当然ながら各チームのホームゲーム観戦者はほとんどが道民のため、顧客の奪い合いが起こる可能性もある。しかし逆を言えば、東京や神奈川などの関東圏や、大阪などの都市のように同競技で 2 つ以上のチームを持っているわけではなく、それぞれ別々の競技のチームを有する北海道は道民を 4 チームすべてのファンにすることも可能なのだ。そのためには、今までよりもよりいっそう各チームが戦略的に連携し、北海道に根差したチームづくりを行い、道内プロスポーツを盛り上げていく必要がある。

そんな状況の中、著者は来春から道内の広告代理店で働くこととなり、自分はスポーツイベントの PR などの担当を志望している。現在の道民の道内プロスポーツチームに対する意識調査を行ってニーズを測り、より多くの人に地元北海道のプロスポーツに足を運んでもらい、北海道のプロスポーツを盛り上げていくために道民のニーズに沿ったプロスポーツの適切なプロモーション、イベント活動を考案したいと考えたのが本研究の動

機である。

本調査・研究では各チームの運営状況などの現況、現在の活動内容に触れ、市民アンケートの調査結果を報告する。アンケート結果を考察した上で、各チームの現況と照らし合わせ、今後の集客における課題、問題点を把握し、各チームについて今後の戦略を提言していく。

### 第 1 章 北海道のプロスポーツの現状

本論で取り上げる 4 つのプロスポーツチームの沿革や現在の取り組みなどの現状から、どのチームも「地域密着」をキーワードとしてチーム運営を行っていることがわかる。地域密着は 運営参加、帰属意識、相互利益創造の 3 点から定義ができる。

### 第 2 章 道民のプロスポーツに関するアンケート調査結果

今回行ったアンケート調査の結果、チームの認知度についてはコンサドーレ札幌と北海道日本ハムファイターズについてはほとんどの道民が認知しており、一方でレラカムイ北海道は約 7 割、エスポラーダ北海道については約 2 割とまだまだ道民に認知されていないことがわかった。直接観戦率は北海道日本ハムファイターズについては 28.6%と高い数字を示したが、他 3 チームは 5%以下と低い数字を示した。動機についてはどのチームにおいても「北海道のチームだから」、「純粋にそのスポーツを観戦するのが好きだから」が大部分を占めているという結果が得られた。

### 第3章 アンケート結果とチームの現状に対する

#### 【考察と提言】

アンケートやチームの現在の状況からそれぞれのチーム毎に課題が挙げられるが、4チームとも共通して「地域密着」を目指したチーム作りをしていく中で、道民が4チームすべてのチームのファンになっていくようなチームづくり、道民、企業、チームのすべてが Win - Win の関係となるような協同体制の構築が必要となってくる。

#### 【まとめ】

チーム次第によっては、これからもっと北海道のスポーツが盛り上がっていく可能性は十分にあり、潜在的なマーケットも存在する。そんな中で自分は来春から広告代理店の一員として様々な仕掛けを考え、北海道のスポーツを盛り上げていきたいと考えている。