

Xリーグ（日本社会人アメリカンフットボール）の観戦者に関する基礎的研究

—特に再観戦意図に注目して—

A fundamental study on the spectators of the X league

-Focusing on the re-watching games intention-

IK07B153-3

指導教員 主査 間野義之先生

西田一紀（早稲田大学スポーツ科学部）

副査 原田宗彦先生

【目的】

本場アメリカでは約 130 年の歴史がある競技であるが、日本に上陸したのも意外に古く、1910 年代だといわれている。アメリカで大学スポーツとして誕生し普及したのと同じように、日本でも大学を中心に発展してきた。

社会人のフットボールチームが産声を上げたのは、1970 年代初頭。その後、実業団チームが増えて、徐々に日本の社会人アメリカンフットボール人口も増え、1984 年には社会人協会が発足。実業団チームとクラブチームのトップチームが新たに編成された「Xリーグ」は、1996 年に誕生した。

Xリーグの正式名称は、Japan American Football League Xcellence。「X」には、エキスパート、エクセレンス、エキサイティングの意味が込められた、社会人アメリカンフットボールのトップリーグである。関東地区のイースト、セントラル、関西地区のウエストの3ディビジョンに各6チーム計18チームが所属。選手はすべてアマチュアで、“一流の社会人、一流のフットボーラー”を目指している。チームの運営形態は、実業団チームとクラブチームの二種類が混在している。アメリカにおいては、NFLをはじめ、国民に多大な人気を誇るメジャースポーツとして認められているアメリカンフットボールであるが、日本においては、スペクテータースポーツとしての認識がまだ低いことが指摘される。

観戦者の特性は、スポーツの人気度や、普及率を図る上で重要な指標となっている。とくにスペクテータースポーツにおいては、マーケティング活動をするうえでの基本的基準となるものである。

これまで、プロ野球やJリーグ観戦者の特性や観戦行動については多くの研究がなされてきているものの、アメリカンフットボールの観戦者に関する研究はあまりなされていない。

本研究では、Xリーグ（日本社会人アメリカンフットボール）によるリーグ戦の観戦者に着目し、観戦者における特性と再観戦意図との差を明らかにすることを目的とした。

【方法】

Xリーグの観戦者の諸特性を明らかにするにあたり、川崎球場で開催された2010年度のリーグ第5節6試合において、観戦者を対象にアンケート調査を実施した（質問紙調査法）。当日の調査方法は配票留置法（自記式）とした。全入場者に対して、質

問紙の配布を行い、随時係員が会場を巡回して回収する他、退場口付近に回収本部を設置し、回収を行った。

調査項目は、これまでのスペクテータースポーツに関する先行研究を参考に、観戦者のデモグラフィック特性（性別・年齢・職業）、観戦者行動（観戦回数・同行人数・ファンクラブ・再観戦意図）、の主に2つの側面から設定した。

調査日、調査対象となった試合は以下に示したものである。

2010（平成22）年 10月23日（土）

1試合目 11:00 IBM×富士ゼロックス

2試合目 14:30 アサヒビール×鹿島

3試合目 17:30 オール三菱×ブルザイズ

2010（平成22）年 10月24日（日）

1試合目 11:00 日本ユニシス×ハリケーンズ

2試合目 14:30 富士通×オービック

3試合目 17:30 パイレーツ×オール東京ガス

配付数は3847、回収数は2045、分析数は1929である。有効回答率は50.1%である。

【結果と考察】

男女比については、男性が6割、女性が4割を占める結果を示し、年代においては、30歳代が一番多い。職業においては、有職（フルタイム）が最も高く、7割以上を占めた。

観戦回数においては「1～2回」が42.9%と最も多く、同行人数では、「2人」が49.2%と最も多い。ファンクラブの項目では、「ファンクラブに加入していなく、今後も加入しない」が最も多く、53.2%と高い割合を占めている。再観戦者意図の項目では、「7 おおいに思う」と回答した人が、63.0%と最も多い結果を示した。

再観戦意図と「年代」、「観戦回数」、「ファンクラブ」、「同行人数」との差の検定において、一部の項目に有意差が認められた。