

Fリーグ観戦者の再観戦意図に影響を与える要因の研究—Aクラブを事例にして— A study of factors influence spectators to revisit games of F league

1K07B191-4

指導教員 主査 間野義之先生

松永 麻衣子

副査 松岡宏高 先生

【目的】

みるスポーツを興業とするクラブにとって、チケット収入は、広告料収入、放映権収入、マーチャンダイジング収入などのあらゆる収益獲得の手段に影響を与える(佐野, 1999)。またスタジアムで時間を費やし楽しんだ観客は、次回以降も継続的にスタジアムで時間を費やしたいと期待する(Bitner, 1992)。

2007年にわが国においてフットサルを興業とするFリーグ(日本フットサルリーグ)が開幕した。Fリーグのオフィシャルサイトによると、開幕当初に比べ毎年平均観客動員数が減少している。加盟チーム数の増加による試合数増加等、その条件に変化はあったとはいえ、クラブは観戦者の満足度を高めて観戦者を増加させるために、サービスの向上を図ることが求められる。しかしクラブ側としては、ゲーム内容、施設のハード面などは操作できないため、イベントや付帯サービスなどに力を入れることで観戦者の満足度を高め、再観戦意図を高めることが求められる。

吉倉(2008)、Wakefield&Sloan(1995)、松岡(2004)らは、Jリーグやプロ野球などのプロスポーツにおける再観戦意図に与える影響について明らかにしているが、Fリーグにおける再観戦意図に影響を与える要因についてはまだ明らかにされていない。

そこで本研究では、Fリーグ観戦者の再観戦意図に与える要因を明らかにすることを目的とする。

【方法】

2010年8月15日日曜日の14時から、府中市立総合体育館にて行われた、Fリーグ第2節府中アスレティックフットボールクラブ対バサジィ大分において、来場者932人を対象に、訪問留置法による質問紙調査の方法をとった。結果604人に対して配布に成功し、うち回収は254人であった。質問項目は人口統計学的変数(性別・年代)、再観戦意図に与える要因(5段階尺度)、再観戦意図(7段階尺度)である。これらの項目に対する有効回答(125人)をもとに、相関分析と一元配置分散分析を行った。

【結果】

相関分析の結果、「座席の座り心地・広さ」、「トイレの数・清潔さ」、「駐車場」などといったクラブ側が操作しにくい施設に関するハード面よりも、「マッチデープログラム」「グッズ販売」「スタッフ対応」「MCによる場内アナウンス」「試合前イベント」「選手入場セレモニー」「エスコートキッズ」「ハ

ーフタイムショー」「選手によるお見送り」といった項目が観戦者の再観戦意図と強い相関関係が見られた。また有効回答における再観戦意図の7段階尺度の平均値を出し、再観戦意図の高い群を高群、低い群を低群に分けて一元配置分散分析を行った結果、「マッチデープログラム」「グッズ販売」「スタッフ対応」「MCによる場内アナウンス」「選手入場セレモニー」「ハーフタイムショー」「選手によるお見送り」に有意差が見られ、ハード面よりもソフト面での充実が観戦者に対して満足をもたらし、再観戦意図につながるということが明らかになった。

表1. 再観戦意図高低群における再観戦意図に影響を与える要因(一元配置分散分析)

	再観戦意図高低群	N	平均値	標準偏差	自由度	有意確率
マッチデープログラム	低群	53	3.28	.907	123	.013
	高群	72	3.72	.996	117.506	.012
公式グッズ販売	低群	53	2.87	.708	123	.007
	高群	72	3.28	.892	122.250	.005
会場スタッフの対応	低群	53	3.32	.779	123	.013
	高群	72	3.76	1.094	122.887	.009
MCによるアナウンス	低群	53	3.30	.845	123	.046
	高群	72	3.67	1.101	122.752	.038
選手入場セレモニー	低群	53	3.30	.992	123	.005
	高群	72	3.81	.959	110.012	.005
エスコート	低群	53	3.34	.831	123	.001
	高群	72	3.86	.877	115.424	.001
ハーフタイムショー	低群	53	3.32	.827	123	.034
	高群	72	3.67	.934	118.823	.031
選手によるお見送り	低群	53	3.38	.790	123	.000
	高群	72	3.94	.886	118.499	.000

【考察】

本研究において、「ハーフタイムショー」「試合前イベント」「選手によるサービス」「MCによる場内アナウンス」などの付帯サービスの満足度が再観戦意図に影響を与える、ということが明らかになった。この結果から考えられることとして、フットサルは、前半20分後半20分の計40分と、他の種目と比較してプレー時間が短いため、Fリーグの試合に対して他の種目の興業と大差ないチケット代を支払うからには、試合だけでなくその前後やハーフタイムの時間も無駄なく楽しめるような環境を観戦者が求めている可能性が考えられる。したがって今後Fリーグの各クラブは、そのような低予算で容易に改善が可能なソフト面の強化により力を入れ、内容を充実させるようつとめることで、一度会場に足を運んだ観戦者に対して再観戦の意思を持たせることができ、その結果、観客動員を増加させることができる可能性がある。