

ファンサービスがファンに与える影響についての研究
～埼玉西武ライオンズの野球体験型イベントを事例として～
A study of influences fan services have on fan
～a case of event for fan to play baseball in the SEIBU Dome～

1K07B503-2

指導教員 主査 木村和彦 先生

甲賀 輝

副査 作野誠一先生

【序論】

数年前までは、全試合が放送されるのが当たり前だった日本シリーズだが、今年の一部の試合しか地上波で放送されなかった。日本一が決まる重要な試合でさえ、数試合しか放送されない現状を考えると、日本のプロ野球の置かれている状況は厳しいものだと考えられる。原田（2008）は、「チーム・クラブ運営事業のビジネス・プロセスのスタートはチーム・クラブ運営事業の本質（＝ファンビジネス）の理解の上に成り立つ「着実なクラブ運営」にある。クラブを取り巻くステークホルダー（利害関係者）を、どのようにしてファンとして取りこみ、ファン・ロイヤルティを高め、長期的な関係を築くかが、チーム・クラブの運営事業の至上的命題とされる。」と述べている。つまり、チームを運営していく上で、最も大事なことはファンの確保であり、確保したファンとの安定した長期的な関係を築くことが出来れば、チームの運営は上手くいくことになる。そのためには、新しいファンサービスを継続的に行うことで、来場したファンの人たちを飽きさせず、リピートして来場させるという構図を作り上げることが重要なのではないかと筆者は考える。

【研究の目的・方法】

埼玉西武ライオンズが実施している野球体験型イベントに注目し、ファンサービスに参加することによって、ファンの観戦意欲、購入意欲、チームロイヤルティ等が高まることを明らかにすることを目的とする。埼玉西武ライオンズが実施している野球体験型イベントに注目した理由として2点ある。1つは、埼玉西武ライオンズがファンサービスを積極的に行っている点で、埼玉西武ライオンズが2008年度から行っている改革（この中に野球体験型イベントの実施開始も含まれる）によって、観客動員数を年々増やしている点である。調査方法として、9月8日の埼玉西武ライオンズ対北海道日本ハムファイターズ戦、及び9月11日の埼玉西武ライオンズ対千葉ロッテマリーンズ戦に来場した観戦者を対象に質問紙調査を行った。

【結果・考察】

イベント参加者による野球体験型イベントの評価は、どの項目も高く、ファンがとても満足しているファンサービスであると言える結果になった。また、野球体験型イベント参加後の心境として、観戦意欲、チームへの愛着度が高まったと回答した人が多かった点、野球体験型イベント参加経験のある集団の方が昨年度と比べての試合観戦数が増えている点の両方から、野球体験型イベントを実施したことが近年の埼玉西武ライオンズの観客動員数の増加に影響を与えていると推測出来る結果だった。野球体験型イベントの参加経験のある集団と参加経験のない集団を比べてみたところ、消費額には有意な差がなかったものの、チームロイヤルティと観戦回数の増減に有意な差があることが明らかになった。分析の最後に、チームロイヤルティの3項目の平均値、または今後の観戦意欲を従属変数とし、野球体験型イベント評価5項目の平均点と西武ドームの施設満足度を測定するために設置した6次元の各平均点を独立変数とした重回帰分析を行った。結果として、今後の観戦意欲に影響のある要因として「飲食の評価」、「イベントの評価」があげられ、「飲食の評価」の方が強い要因だった。また、「飲食の評価」は唯一、今後の観戦意欲に影響を与える要因であった。

【まとめ】

質問紙調査の結果からは、イベントの満足度が今後の観戦意欲やチームロイヤルティに強い影響を与えとは言えなかった。しかし、実際にイベント参加経験のある集団の方が、昨年度と比べての試合観戦数が増えていることから、野球体験型イベントを実施したことでファンとの長期的な関係を作る1つの要因になりえていると推測出来る。ホームゲーム全試合で野球体験型イベントを実施し始めたのは今年度からなので、来年度以降、野球体験型イベントが長期的な関係を作り上げていくさらに強い要因になっていくことを期待したい。