

千葉県プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」に関する研究  
A Study of Chiba Jets Basketball team in Chiba

1K07B514-3 氏名 岩本 洋佑

指導教員 主査 原田宗彦 先生 副査 倉石平 先生

【目的】

2005年、日本初のプロバスケットボールリーグである「bjリーグ」が開幕した。リーグ発足当初は6チームだった加盟団体数も、来年2011～2012シーズンには4チームが新たに加わり、20チームでのリーグ構成となる。

「千葉ジェッツ」は2011～2012シーズンから新たにbjリーグに加わることが決定したチームの一つである。千葉プロバスケットボールチーム準備委員会は2010年3月末にbjリーグに参入申込書を提出し、同8月に承認を得て、正式に参入が決定した。そこで、本研究では、千葉県のバスケットボール関係者の「千葉ジェッツ」に対する期待や関心を明らかにすること、また、千葉県プロバスケットボールチーム準備委員会代表、株式会社ASPE代表取締役の梶原氏へのインタビューから今後のチーム経営の課題を考察し、来年度からの「千葉ジェッツ」のチーム経営におけるひとつの指標となる基礎資料を得ることを目的とする。

【方法】

本研究では、2010年11月7日に千葉県八街市スポーツプラザ体育館と四街道市総合公園体育館にて行われた第41回千葉県中学校バスケットボール新人体育大会の参加者及び保護者、職員、観戦者を対象としてアンケート調査を行い、結果をまとめる。さらにその結果から、地域への愛着とチームへの関心の関連性についてt検定、カイ2乗検定を用いて検証。そしてその結果をもとに千葉県プロバスケットボール準備委員会代表梶原氏にインタビュー調査を行い、以下の項目について質問し、その結果を分析した。

【結果】

結果として、千葉県のバスケットボール関係者の「千葉ジェッツ」に対する認知度は10代が著しく低い以外の年代は5割以上の方が認知しているという結果になった。また、千葉県のバスケットボール関係者の7割以上が「千葉ジェッツ」に対して千葉県出身の選手を獲得して欲しいと考えており、その期待は千葉県に愛着を持っている人ほど高いことが明らかになった。さらに、「千葉ジェッツ」は将来的に千葉県出身の選手を高校生や大学生のうちからチームに引き入れてスター選手に育て上げるつもりであることもわかった。

地域への愛着とチームへの関心、期待の関連性を調査した結果、地域への愛着と応援意欲、グッズの購買意欲の二つの項目に関連性があることが明らかになった。しかし、観戦意欲に対して地域愛着の割合は関連しないことも明らかになった。

【考察】

以上の結果から、「千葉ジェッツ」は今後、地域貢献活動を通じて地域に根差したチーム経営を行っていくべきではないだろうか。また、一年後のbjリーグ参入までには千葉県のバスケットボール関係者で80%、一般県民で60%の認知度を獲得できるように、チームのPR活動を積極的に行い、また、チームに関心を持たせる段階からファンになる段階まで上げるため、地域の小学校、中学校、高校、商店街等で選手やチーム関係者が直接地域の人々にチームのPRをすることで、試合の観戦意欲も高めることができるのではないだろうか。分析の結果、チームへの関心は応援意欲やグッズの購買意欲との関連性があるため、「千葉ジェッツ」がまずすべきことはより多くの人々に「千葉ジェッツ」の存在を知って、関心を持たせることだろう。

また、bjリーグの試合は年間で52試合しかなく、試合のない日にいかに利益を生み出すかが重要な課題であり、バスケットボールクリニックや、駅前に飲食店などを出して、認知度を高めるとともに収益を上げる仕組みを作りださなければならない。また、今回の研究から地域に愛着をもっている人ほど「千葉ジェッツ」にも関心を持つ傾向が見られたため、より地域に根差し、「地域密着」を越えた「地域癒着」型のチーム経営を目指すべきではないだろうか。

