

スポーツ観戦時における、女性の嗜好に合わせた飲食物の研究 At Sports Events, Study of Food Preferences of Women

1K08B060-9

指導教員 主査 平田竹男 教授

狩谷 桃子

副査 中村好男 教授

【研究背景】

日本プロ野球は、国内のプロスポーツでの認知度は非常に高い。直接スポーツ観戦率は全体で1位であり、常に8割を越す動員率を保つ球団も少なくは無い。しかし、リーグ全体として女性集客へはまだ未開発の部分が多い。実際、多くの球団がレディースデー等女性集客へ力を注いでいる。レディースデーではしばしば飲食物の提案が見られるが、その提案は改良の余地があると思われる。そこで、女性の食嗜好を調べニーズに合わせた新たな飲食物展開を提案することは女性集客戦略に貢献できると考え、本研究に至った。

【研究目的】

球場へ観戦に来た女性ファンの満足度を高めるため、女性の食嗜好を知り球場内の新たなフードサービスの提案をする。

【研究方法】

本研究は、①球場でのフードサービスの現状 ②女性の嗜好ならびに行動 を調査し、最適なフードサービスの展開を提案する。

①については実在するセントラル・リーグ運営部（以下、セ・リーグ）所属の横浜ベイスターズ（以下、横浜）とパシフィック・リーグ運営部（以下、パ・リーグ）所属の東北楽天ゴールデンイーグルス（以下、楽天）の現状調査をする。

②については、現在までに行われた既存の研究・調査のデータを用い考察をしていく。なお、女性とひとくくりに行っているが、本研究ではターゲットを20代女性と設定する。

【研究結果】

楽天は36店舗の飲食店が球場内外に存在し、地域特色のある店が非常に多い。一方横浜は27店舗を有するが、第三セクターが球場を所有していることもあり地域に根ざした出店はないといってよい。両者にいえることは、デザート類の販売が不十分であるということ。横浜に関しては、ほとんどないといってよい。

女性の興味・関心事のランキングの上位には「グルメ」や「お菓子」などがうかがえる。さらに、女性の余暇時間の利用の1位は「食べること」であり、全体

として女性の「食」への興味を垣間見ることができる。ストレス解消法としてお菓子を買う女性が非常に多いということも明らかになった。

お菓子を1週間に1度以上食べる女性は全体の9割にも及び、予算としては1回のおやつ代に500円まで利用できる人が多い。さらに、好きなお菓子の調査では「チーズケーキ」「チョコレート」「アイスクリーム」の人気の高い。

【考察】

考察を踏まえて、新たなメニューを2品提案する。

1. アイスクリーム

20代女性は他世代に比べクリーム系のフレーバーを好む傾向にあるので、バニラアイスを基本とし、トッピングにその球団の地域色を生かしたものを付け加えるとよい。具体例として、バニラアイスクリーム＋ずんだ＋パパ好み（宮城県の銘菓でせんべい）、バニラアイスクリーム＋ストロベリージャム（赤い靴をイメージ）＋ラスク（横浜発祥）などが考えられる。また、価格帯は500円以内におさえる。

2. チーズケーキバー

スポーツ観戦は一瞬目を離した際に大事なシーンが終わってしまう可能性がある。そのためここで筆者はケーキバーの提案をする。これはワンハンドで食べることができ多くのフレーバーがある。価格は157円～210円なので1日に使えるお菓子代にもマッチする。

アイスは、トッピングという形で地域色を出せるので、「そこでしか食べることのできないメニュー」としてビジター席に店舗を設置する。チーズケーキバーは、ホーム・ビジター両席での販売をすることで、多くの女性にその味を楽しんでもらうようにする。

【結論】

女性にとって「食」そして「デザート」は生活の中で大きなウエイトを占めていることが本研究から明らかになった。実際の販売で不十分と思われるデザート部門に新たな提案をすることで、より女性の満足度を上げることができるのではないかと考える。具体的にアイスクリーム、チーズケーキバーの提案をした上で本論文を閉じた。