

J リーグのアウェーゲーム観戦に対する意識
Perceptions for Attending an Away-game in J-League

1K08B081-1

小山 夏菜未

指導教員 主査 松岡 宏高 先生

副査 原田 宗彦 先生

【目的】

近年、発展を続ける日本サッカーは海外からも注目される存在である。連日、メディアでも取り上げられる一方、J リーグの観客動員数は伸び悩んでいる。地域に根ざしたクラブを作ることをJ リーグは推奨しており、J リーグクラブを中心とした街づくりも始まっている。一方で、観客動員数の上位チームが常に同じ顔ぶれとなっており、各クラブは新しい集客方法を迫られている。

また、2011 年 6 月に観光庁から「スポーツツーリズム推進基本方針」が発表された。その中でスポーツツーリズムは新たな国内観光旅行の需要を喚起するとされており、J リーグもその一端として期待されている。特に J リーグはホームアンドアウェー方式をとっていることもあり、より旅行との関係は深い。実際に J リーグにおけるアウェーゲーム観戦によってその地域に大きな経済活動をもたらしているケースもある。今後、より地域とクラブが協力体制を作ってアウェーサポーターを呼び込むことが地域の振興にとっても重要となってくる。その中で実際にアウェーゲームの観戦に訪れた人々が観戦を決めた条件を明らかにすることを本研究の目的とする。

【方法】

2011 年 8 月 28 日に富山県総合運動公園陸上競技場にて開催された J リーグ division2 第 26 節カターレ富山対 FC 東京においてビジター席に座るアウェーの FC 東京サポーター 60 名に対して質問紙を配布し、その場で回収を行った。59 部を回収、うち有効回答は 59 部であった。

【結果】

「アウェーゲームの観戦に行くことを決める時に重要な条件」の 13 項目（「1.まったくあてはまらない」から「7.おおいにあてはまる」）で探索的因子分析を行った結果、「対戦相手因子（M=2.39, 4 項目）」、「自己都合因子（M=4.97, 5 項目）」、そして「観光飲食因子（M=3.95, 4 項目）」と 3 つ因子が確認された。「対戦相手因子」は、つまり対戦相手の知名度や在籍している選手による条件については、独身の者（M=2.90）は既婚の者（M=1.94）に比べて重視していることが分かった。また、アウェーゲーム観戦数が「0～9 試合」の者の方が「10～20 試合」の者よりも「観光飲食条件」という、そ

の土地の名物や温泉地による条件を重視していることが分かった。「自己都合条件」は、自身のスケジュールや友人・家族の都合による条件であり、男女、年齢、サポーター歴では大きな違いが見られなかった。

また、「アウェーゲーム観戦の持つ特別な意味」に関する 4 項目（「1.まったくあてはまらない」から「7.おおいにあてはまる」）間で平均値の比較を行った。最も平均値が高かったのが「チームへの愛の証明」で 5.66 だった。次いで「旅行の一貫」の 5.46 で、「友人や家族との交流の場」（M=4.80）、「アウェーのホームタウンの活性化」（M=4.24）と続いた。独身の者は既婚の者に比べて「チームへの愛の証明」、「旅行の一貫」が共に高かった。既婚の中でも子どもがいない人はいる人に比べて「旅行の一貫」「アウェーのホームタウンの活性化」の項目において平均値が統計的に有意に高かった。

【考察】

J リーグのアウェーサポーターは、各クラブとそのホームタウンにとってはスポーツツーリストとして期待できる存在であるが、本研究で確認された観戦を決める条件としての「観光飲食因子」の平均値が高くはなかったことから、「アウェーゲーム観戦＝スポーツツーリズム」という理想と実際の観戦者の意識には大きなギャップがあることが示唆された。特に、今回の調査では、平均サポーター歴が 8 年以上、過去 1 年間の試合観戦数もアウェーゲームが 9.60 試合、ホームゲームが 13.38 試合とコアファンが多かったことから、条件はあまり関係なく、全ての試合に行きたいと考えている人が非常に多かった。

既婚の者よりも独身の者、子どもがいる者よりもいない者の方が旅行としての意識が高いことが示唆され、全体として、金銭的や時間的に余裕があるサポーターの方が「アウェーゲームの観戦をスポーツツーリズムとして楽しんでいる可能性がある。

今後は、いまスポーツツーリズムとしての意識が高い人に向けた取り組みが求められる。J クラブにとって「対戦相手因子」は予算面から向上させるのに限界があり、「自己都合因子」は変えようがない。よって今後は自治体や地域の企業と協力して「観光飲食因子」である名物や名所の充実を行うべきと言える。