

BCリーグ観戦者の特性に関する研究

A Study of the Characteristic of BC League Spectators

1K08B186-5 本間 崇教

指導教員 主査 松岡 宏高先生 副査 原田 宗彦先生

【目的】

わが国において、野球独立リーグは新しいプロスポーツ観戦コンテンツである。これまで、プロ野球やJリーグの観戦動機(藤本ら, 2002)、あるいは消費者行動に関する研究はいくつも成されてきたが(宮本, 2002)、歴史の浅い野球独立リーグに関する先行研究はあまり見られない(小野里, 2009)。豊富なプロスポーツ観戦の選択肢とスポーツファンの多様な価値観が存在する今日において、野球独立リーグの観戦者を理解し、今後市場規模を拡大するためには、プロ野球やJリーグを事例に書かれた研究だけではもはや不十分であると言える。松岡(2011)が述べているように、より多くの人にスタジアムに足を運んでもらい、試合観戦を楽しんでもらうためには、スポーツファンの様々な行動や心理を理解することは非常に重要である。したがって本研究では、BCリーグの観戦者を対象に、観戦者特性を明らかにすることを目的とし、今後のBCリーグないしわが国の野球独立リーグに関する研究の足掛かりとなる基礎的データの作成を試みる。

【方法】

2011年8月21日に、ハードオフ・エコスタジアム(新潟県新潟市)で行われたBCリーグ公式戦、新潟アルビレックス・ベースボール・クラブ(以下アルビレックスBC)対福井ミラクルエレファントズの観戦に訪れた840名を対象とし、スタジアム内にて無記名調査票による質問紙調査を実施した。質問紙は、スタジアム内コンコースに回答スペースを設置し回答を得た。分析にはPASW Statistics18を用い、検討項目に応じて一元配置分散分析とクロス集計を行った。さらにクラスター分析を行い、観戦動機質問項目の平均得点を基準に観戦者のセグメンテーションを行った。

【結果】

質問紙は計155部を回収し、観戦動機の平均得点、各項目の分析結果を基にセグメンテーションおよび考察を行った。全体的な傾向として、調査対象者の多くが観戦に対してポジティブで、観戦動機、ロイヤリティ、再観戦意図それぞれの項目

の平均得点が比較的高かった。性別や年齢層には偏りがみられ、男性が全体の7割を占め、若年層の割合が低かった。また、無料入場者が40%を上回り、招待券に依存しがちなBCリーグの現状も確認された。

クラスター分析では、第1クラスターは家族連れや高齢の観戦者が多く、第2クラスターは独身のロイヤリティが高い集団、第3クラスターは観戦にネガティブな者の集まりという結果が読み取れた。測定した項目の中で統計的な有意差が表れたものは少なく、クラスターごとにそれほど特徴的な差は表れなかった。しかしながら、どのセグメントにおいても総じて観戦に意欲的なファンが多かった。

【考察】

クラスターごとのマーケティング戦略を考えると、コアプロダクトをより面白く見せる、そして来場満足度を高めるなどそれぞれに見合ったいくつかの戦略が考えられる。

今回調査を行ったBCリーグおよびその他独立リーグが掲げる「若者にNPBに挑戦する機会を設ける」というミッションをより確実に遂行するためには、コーチングやトレーニングメソッドの発展を含めた競技力向上が必要である。しかし、若年層での知名度を上げ、若者の来場を増やすためのマーケティング活動に取り組むなど、収益を上げてチーム力強化の予算を確保することも不可欠である。自主経営を行っているスポーツチームは、チケット収入や会費収入など自主財源が限られている。そのため、スポーツチームおよびリーグマネジメントにおいて集客の重要性は高く、本研究で試みたようなマーケティングリサーチは有効なデータとして活用が求められる。