

【緒言】

アイスホッケー競技は日本においてはまだまだマイナースポーツである。日本のトップリーグであるアジアリーグに関しても、近年観客数は減少傾向にある。チーム所在地である苫小牧、釧路、日光、八戸は、チーム所在地であるにも関わらず観客数は少なく、近年低迷状態である。逆にチーム所在地ではない首都圏の札幌、東伏見、新横浜の方が観客数は多く、首都圏で試合が開催された方が人は集まり盛り上がるのがわかる。しかし、首都圏と言っても札幌などは安定しているが、関東首都圏で開催される試合の観客数は減少傾向にある。よって、関東首都圏で開催されている試合の観客数を増加させていくことが、観客動員数増加に繋がっていくと考えられる。関東首都圏で最も多く試合を行っているのは、大学の試合であるので、大学の中心試合となる「関東大学アイスホッケーリーグ戦」を盛り上げていくことは、日本アイスホッケー界を盛り上げる起点になると言える。

【目的】

本研究の目的は、質的調査を通して関東大学アイスホッケーリーグ戦における観客数増加の方策を探っていくことである。特に、まだアイスホッケーの試合を観戦したことのない大学生の潜在観戦者にターゲットを絞って、調査をしていく。そして、この調査を通して最終的に潜在観戦者に対する観戦行動の誘因を明らかにし、新たな方策を提言することで、観客動員数増加に繋げていく。

【調査方法】

本研究では、予備調査のアンケートで分類した各カテゴリーの中から、任意で選んだ2名×4カテゴリーの計8名を対象に、1対1形式の半構造化インタビュー方式の質的調査を実施した。

調査対象者は、以下4カテゴリーである。

① コアファン

アイスホッケーの試合を今年も継続して見に行っており過去に10回以上の観戦経験がある。

② 観戦中止者

アイスホッケーの試合を昨年までに一度だけ観戦しに行きそれ以降行っていない。

③ 意識的非観戦者

アイスホッケーの試合観戦経験はないが観戦に興味を持っている。

④ 無意識的非観戦者

アイスホッケーの試合観戦経験がないかつ観戦に興味も持っていない。

【結果】

意識的非観戦者に対する初観戦行動誘因としては、物理

的条件の合致、友達が試合に出ている、一緒に試合を見に行く友達がいる、友達に誘われる、自分と何かしらの関わりを感じられる、試合やチーム情報の入手などが主な誘因であった。更に、観戦目的に関してはインタビュー①②は、競技自体に興味がある、知らない競技を見たい気持ちがある、友達の活躍を見たいという目的が主となっていた。インタビュー③④は、競技よりも会場の雰囲気や臨場感や一体感に興味がある、みんなでワイワイ盛り上がるのが好きという目的が主となっていた。

次に、観戦中止の理由としては、アイスホッケー競技そのものに原因があったという訳ではなく、時間や場所などの物理的条件が合致しなかったからというのが主であった。更に、物理的条件を超える要因としては、もう一度行きたいと思わせるような経験をさせる、知り合いに強く誘われる、友達が試合に出ているという3点が挙げられる。

最後に、リポートして試合観戦に行く理由、つまり再観戦行動の誘因としては、場所が近い、友達が試合に出ている、スター選手を応援する、お気に入りの選手を応援する、純粋に競技観戦が楽しい、選手の成長や特徴、戦い方を追えるなどが主であった。特に、リポートする人は選手個人に特化している場合が多いということがわかった。

【考察】

(1) 意識的非観戦者に対する初観戦行動誘因の探究

①自分が所属している母校の試合を応援する

②学生であるうちに自分と同じ学生を応援する

③プロと違って必ず4年目という終わりのある思い入れの強い学生スポーツを応援する

といった内容を強調して宣伝するのが意識的非観戦者には効果的。また、あまりアイスホッケー競技の魅力を宣伝するよりも、試合観戦に来て皆で盛り上げられる雰囲気があることや、アイスホッケー独自で考えると、リンクならではの独特な雰囲気や臨場感について宣伝していく方が効果的。

(2) 観戦中止阻害への方策の提案

アイスホッケー体験を行う、白熱した試合展開の提供、イベントや演出の充実化など、もう一度行きたいと思わせるような経験価値の提供を行っていくべきだと提言できる。

(3) 再観戦行動誘因の探究

選手に関する情報をなるべく多く提供していくのが効果的。また、アイスホッケー競技に興味を持ってもらうことも重要な誘因となってくるので、ルール説明を行ったり、アイスホッケー競技の面白みを伝えることも効果的である。更に、思い出に残るような体験、経験を提供することも重要である。