

Jリーグ観戦者におけるスタジアムでのフードサービス利用状況についての調査 ～松本山雅FCを対象として～

A Research regarding the way of Food Service by Spectators in the J-League Stadium -Focusing on MATSUMOTO YAMAGA F.C.-

1K09B018-2

指導教員 主査 原田宗彦 先生

伊藤 修治

副査 松岡宏高 先生

【目的】

プロスポーツ興行における最大の課題は、いかに収益を上げ、持続的な運営をするか、ということである。プロスポーツ興行を行う場所は、スタジアムなどの各スポーツ施設であるため、プロ野球球団やJリーグクラブにとって、スタジアムを観客で満員にし、入場料収入を確保することは必須である。しかしながら、入場料収入を主な収入源としているJリーグクラブは少ないのが現状である。

本研究では、スタジアムにおける滞留希望や再観戦動機に影響を及ぼす要因の中で、フードサービスに着目した。スタジアムにおけるフードサービスの充実、観戦満足や、滞留希望に影響を与え、再観戦意図に繋がる。プロスポーツ観戦者の再観戦意図が高まることは、入場料収入にも好影響を与えることは明らかである。よって、プロスポーツクラブは、観戦者のフードサービスに対する満足度を把握したうえで、満足度をより一層高めるための工夫が必要なのである。

よって、本研究では、Jリーグ観戦者におけるスタジアムでのフードサービス利用状況を明らかにしたうえで、今後求められるフードサービスを提言し、スタジアムにおけるフードサービスの質向上に寄与する研究とすることを目的とした。具体的には、人口統計的データや行動的特性によって、フードサービスに求める要素や満足度に差があるかどうかを検証し、ターゲットを絞ったフードサービスの提案することを目的とした。

【方法】

調査は2012年Jリーグディビジョン2のリーグ戦である、10月14日（日）第38節の松本山雅FC対徳島ヴォルティス戦にて実施した。調査対象は、アルウィン（松本平広域公園総合球技場）に会場したJリーグ観戦者である。対象試合の観客数は9,361人であった。調査方法としては、訪問留置法による来場者自記式調査を選択した。入場開始時刻からキックオフ時刻15分前の間に、座席位置において調査員（合計6名）がスタンドにいる観戦者に調査協力を依頼し、承諾が得られた場合にのみ質問紙を配布した。その結果、348名から有効回答を得ることができた。

【結果】

スタジアムのフードサービスを利用するかという質問に対し、必ず利用すると回答した観戦者が32.5%、よく利用す

ると回答した観戦者が33.1%、時々利用すると回答した観戦者が30.4%、利用しないと回答した観戦者が3.9%と、約95%の観戦者がフードサービスを利用していることがわかった。

フードサービスに求める要素として、1. 味（おいしさ） 2. 量 3. 値段の安さ 4. ご当地感 5. 選手がプロデュースしたメニュー 6. アルコール飲料の充実 7. デザートの充実 8. スタッフの対応の良さ 9. 待ち時間の短さの9項目を設定し、すべての観戦者に7段階のリッカート・スケール（「7. 大いに当てはまる」から「1. まったく当てはまらない」）を用いて質問した結果、味（おいしさ）を求める（平均6.10）、量を求める（平均5.04）、値段の安さを求める（平均5.78）、ご当地感を求める（平均5.47）、選手がプロデュースしたメニューを求める（平均4.75）、アルコール飲料の充実を求める（平均3.91）、デザート（スイーツ）の充実を求める（平均4.61）、スタッフの対応の良さを求める（平均5.61）、待ち時間の短さを求める（平均6.00）であった。

フードサービスに求める要素として質問した9項目は、性別によって差があるのかを検証した結果、1. 男性に比べ女性は、フードサービスに対し、味（おいしさ）を求めている 2. 男性に比べ女性は、フードサービスに対し、選手がプロデュースしたメニューを求めている 3. 男性より女性のほうが、フードサービスに対し、デザート（スイーツ）の充実を求めている 4. 女性より男性のほうが、フードサービスに対し、アルコールの充実を求めている の4項目については、有意な差がみられた。また、年代によって差があるのかを検証した結果、10代・20代は30代以上の観戦者に比べ、フードサービスに対し、量の多さ、値段の安さ、スタッフの対応の良さを求めていることが分かった。

【考察】

調査結果から、フードサービスに対し、待ち時間の軽減が求められていることがわかった。待ち時間の軽減策として、スタジアム外にフードコートを設置することが有効であると考えられる。スタジアム外のフードコート設置を成功に導くために、再入場可能システムの導入も必要だと考えた。

また、女性の観戦者に向けたフードサービスのマーケティング戦略が必要だと考えた。調査結果から、選手がプロデュースしたデザートメニューを提供することにより、女性観戦者の満足度を向上させることができると考えられる。