

大学ラクロスの観戦者に関する研究

The research regarding the spectators of collegiate lacrosse

1K10C251-7 忠平 裕司

主査 木村 和彦 先生

副査 松岡 宏高 先生

【序論】

見るスポーツは年々注目されてきている。松岡ら(1995)⁶⁾の研究によると、「見るスポーツは、人との交流や自己実現の機会を与えてくれるレジャー活動の一つとしての地位を確立し、一大市場を形成する産業として成長を遂げた」と指摘している。他にも、スポーツ観戦者に関する研究は数多く行われてきた。

現在では、プロスポーツはもちろんのこと学生スポーツでも観るスポーツとして確立している。例えば、野球やサッカーの早慶戦では会場が満員となるほどである。プロスポーツに関する先行研究が多いのに対し学生スポーツに関する先行研究は少ない。

今回は、大学スポーツの中でも年々人気が高まりつつあるラクロスというスポーツに着目して研究を行う。着目した理由は、大学に入学してから始めるスポーツであるのに認知度や競技人口が増えているからである。また、ラクロス観戦者に関する研究が行われていないからである。

【目的】

本研究の目的は、大学ラクロスリーグの観戦者の諸属性および観戦行動、満足度を明らかにするとともに、今後の大学ラクロスリーグ集客のための示唆を得ることを目的とした。これらの結果は、今後のラクロスリーグ集客のための要点や有効なプロモーションを導くための指標となるものである。

【調査概要】

調査項目は、原田ら(2011)⁵⁾に記述されている内容とスポーツ科学部の教授、大学院生2名の意見を参考に観戦者の基本的属性および観戦行動、満足度を中心に設定した。原田ら(2011)⁵⁾には、「観戦者を知るために必要な情報は、人口統計的なデータ、観戦行動に関するデータ、情報入手に関するデータ、観戦者の心理と態度に関するデータ、スポンサーに関するデータ」と指摘されていた。スポンサーに関するデータは、今回の大会に関してのスポンサーは存在するがチームに対してのスポンサーがないことから調査項目から除外した。

調査は、11月2日に大井ふ頭中央海浜公園スポーツの森第二球技場で行われた第26回関東学生ラクロスリー

グ戦準決勝戦、早稲田大学 vs 東京大学、明治大学 vs 法政大学の2試合を対象とした。

方法は、各試合終了後に会場外で観戦者に対して質問紙によるアンケート調査を実施した。対象者は、試合終了後に会場外へ出てきた人であり、無作為に選定した。アンケートの有効回収数は189部であった。

【まとめ】

本研究の対象者の基本的属性は大学生が63.0%、有職が24.9%、専業主婦が8.5%であった。有職の主婦も考えられることから、大学生とラクロス経験者の親が観戦者の中心であること明らかになった。観戦者の63%を占めた大学生を細かく見ると、現役選手に招待された友人であるか、現役選手でラクロスが好きである人となる。ラクロスの認知度は年々と増加傾向にみられる一方で、実際にどのような競技特性をもち、何が魅力であるのかを知っている人は少ない傾向にみられる。そのことが原因で、ラクロスという競技を知っているが実際に会場に足を運んでみようという動機にはつながっていないと考える。

チーム関係者やチーム関係者以外から試合の情報を聞いた場合、観戦しようと思う人がほとんどであるということは、観戦行動に至るという面で強いことがわかる。その特徴を活かし、ラクロスの試合が行われる会場の市町村と連携を取り、会場近くの小学校や中学校の生徒を無料で招待することやスポンサーとなっている企業の社員を無料で招待することなどある程度まとまった単位での誘致活動を直接的に行うことが有効なプロモーションであると考えられる。

協会のHPや大学ラクロス部のHPが観戦行動を引き起こす要因としては弱いものの、閲覧者数を増やすことは観戦人数を増やすことに少しはつながると考えているため、試合の宣伝は引き続き改良を重ねていかなくてはならない。

ラクロスという分野での観戦者調査は始まったばかりである。本研究は、その第一歩であり、今後も大学ラクロスリーグ集客のためにラクロスの特性を活かした有効な手段を検証していきたいと考えている。