観戦者と主催者側の意図のギャップの研究 —フットサルの場合—

A study of the gap about intention between audience and promoter in Futsal

1K10C481-1 渡辺 知樹

主査木村和彦先生

副査堀野博幸先生

【目的】

この研究の目的はフットサルの観戦者側と主催者側の意図のギャップを明らかにすることである。そもそも本研究はフットサルの競技人口が増加しているにもかかわらず、日本最高峰のリーグであるFリーグの観戦者はなぜ増加しないのかという疑問がおおもとにある。そのためにFリーグの現状を分析して課題を明確にする必要がある。そのために今回の論文を書くことになった。

【方法】 調査はアンケートとインタビューを行った。アンケートは最初記述式のものを受けてもらい、その中で意見が多かったものを尺度化して再び答えてもらった。そしてそれぞれの質問項目の値の平均をとり、アンケート回答者の平均的な答えを導き出し、考察をした。対象はフットサルを熱心にプレーする大学生に限定した。熱心とはここでは二週間に一度以上プレーする男女とした。その際留意したことはなるべく多くのサークルを回り、回答してもらうことだ。一つのサークルから多くのアンケートを回収してしまうとどうしても偏った意見となってしまうのが大きな理由である。またなぜ大学生にしたかという理由は二つある。一つが大学生は社会人と比べて自由な時間が圧倒的に多く、集客の対象として魅力的であるためだ。二つ目は今の大学生はサッカーの日本代表が初めてのW杯出場、自国開催、ベスト16進出、海外ビッククラブへの移籍と成長してきた過程とともに育っているので、フットサルにもそのようなイメージを持ちやすいと考えたためだ。インタビューは11月26日に17:00より六本木のメルセデスカフェで行った。形式としては資料に目を通していただいた後にあらかじめ作成した質問項目を一時間程度答えていただき、あとは話が広がっていく中で議論を重ねた。質問事項としてはフットサル界全体のプロモーション、サッカーと如何に差別化するか、Fリーグのプロモーションの課題という項目を用意し、話していく中でフットサル界のヒーローについて、女子フットサルに関して質問した。

【結果】

やはりそこにはいくつかのギャップが存在していたといえる。一つ目はFリーグ側が五つのFを実現していると考えているが、一般にはそのようなイメージはほとんどないということである。実際Fairなリーグというよりは唯一スポンサーがついている名古屋オーシャンズが6連覇するなど、その構造は全チームが平等というよりもいびつな様相を呈している。もちろんFリーグ側もそのプロモーションが上手くいっていないことは自覚しているが、そもそも方針に沿っているかもう一度様々な角度から検証すべきである。二つ目はFリーグに興味がない層の取り込む工夫の甘さである。そもそもFリーグの関係者はフットサルに世間一般の方よりはるかに精通している。それはもちろん素晴らしいことで、フットサルの発展に尽力を尽くす一方全く興味の無い層の意見というものを完全には把握できていない。例を挙げるとチケットの買い方がよく分からないという人はFリーグ側の想定よりはるかに多かった。リーグ側もtixeeというネットで手数料なしで購入できるアプリにチケットを載せるなど努力をしているが、だとすればそのアプリ自体の存在を知らしめる努力が不足している。このように興味の無い層はリーグの思惑以上に無関心であり、そこにギャップがあるといえる。

【考察】

先程のべたようにFリーグは現在一強といういびつな勢力図によって展開されているので、リーグの面白さを伝えるためにはそれ相応の努力が必要である。実際観戦に行った際も名古屋オーシャンズの強さに強烈な印象を受ける一方、ほぼアマチュアリーグチームである相手チームにはある種の諦めのようなものを感じた。またDJも名古屋の強さは別のような扱いをしており、それではサポーターの盛り上がりも興味も半減してしまう。これを打破するには先程にギャップをいかに埋めるかが大切だと思う。リーグの理念を明らかにして、理解してもらうことがその第一歩である。