

J リーグ観戦需要に関する研究

スポーツビジネス研究領域

5007A019-4 河合慎祐

研究指導教員： 平田竹男教授

本研究は、J リーグにおける観客数がどのような要因によって左右されているかを明らかにした研究である。

J リーグの観客数を概観すると、満員の試合もあれば、空席が目立つ試合も存在するなど、試合によって観客数にはばらつきが見られる。

これら観客数には、対戦クラブの順位や対戦クラブ間の距離、試合日の天候の良し悪しなどの要因が関係していると考えられる。

以上のように多くの要因が、観客数を規定しているはずである。

観客数の決定要因を探る研究は、一般的に「観戦需要研究」と呼ばれており、主に欧米において盛んに行われてきた。

1970年代に英国で Hart et al.(1975)、米国で Noll (1974)が観戦需要研究を始めたのを契機に多くの論文が出されており、その数は60本以上に上る。

海外では盛んに行われているものの、日本における研究は行われていない。

そこで、1993年～2005年までのJリーグの試合(サンプル数 2699 試合)を用いて観客数を規定している要因を明らかにする。

本研究の意義として、以下の点が挙げられる。本研究は「学術面」「実務面」の両方において意義があると考えられる。

学術面においては、その新規性が挙げられる。先述のようにこの分野を扱った日本における先行研究は存在しない。よって、海外の研究と比較し、J リーグにおける観戦需要にはどのような特徴があるのかを明らかにすることができる点に意義があると考えられる。

実務面においては、リーグ、クラブの集客力を高める点が挙げられる。Jリーグの日程調整等を管理する「リーグ」に対しては、観客数の規定要因を明らかにすることで、最適なスケジュールを組むことを促進させる。また、観客数の規定要因を明らかにすることで、

集客力を促進、抑制させる要因がわかり、集客に困っている「クラブ」のヒントになり、安定した集客力の実現を促進させると考えられる。

その他の実務における本研究の意義としては、観客数を事前に予測することが可能になり、派生してくる様々な需要の予測にもつながり、効率的な試合のマネジメントを可能にする点が挙げられる。

たとえば、5万人収容できるスタジアムで試合が行われたにもかかわらず、観客動員数が1万人にも満たない試合も存在したり、開催時間等が悪かったりするために思ったような集客ができていないクラブも存在する。これらの問題は、試合開催の計画する時点で、観客動員数のある程度の見込みがつかっていれば対処できる問題であったはずである。

以上のようなことから、J リーグにおける観客数の決定要因を明らかにすることは、学術面、実務面の両面において大いに有意義であるといえる。

本研究では、まず既存研究レビューを行い、従属変数に「観客数」、説明変数に「観客数を規定しうる変数」をおき、回帰式を用いて観客数の決定要因を明らかにした。

説明変数を抽出にあたっては、観客数を規定しそのような要因として「経済的要因」「試合要因」「観戦要因」「人気要因」「Jリーグ要因」の5つの要素に分類した。

「経済的要因」とは、経済に関する要因であり、「試合要因」とは、試合の対戦内容に関する要因、「観戦要因」とは、観戦の質に関する要因、「人気要因」とは、各チームの人気に関する要因、「Jリーグ要因」とは、Jリーグの特徴に関する要因を示す。以上の要素に分類した上で、21個の説明変数を抽出した。

重回帰分析を行った結果、モデルの適合度を表す R^2 の値が0.508であり、説明変数全体が、従属変数である観客数を約51%説明していることが明らかになった。また、各説明変数が観客数に与える影響に注目してみると、概ね海外における既存研究と同じ結果に

なった。

また、クラブ間の距離や、所得、人口、プロ野球チームの存在といった変数の結果から、今後どのような地域のクラブが、集客という面で成功しやすいのかと

いうことを科学的に明らかにすることができた。

特にプロ野球という他のプロスポーツとの代替も視野に入れ、プロ野球とJリーグは代替財の関係になっていることが示唆できたのは、大きな発見であろう。