

プロボクシング観戦者の観戦動機に関する研究

スポーツビジネス研究領域

5008A067-7 吉田 小百合

研究指導教員：間野 義之 教授

1. 緒言

「見るスポーツ」を提供するスポーツ組織にとってスポーツプロダクトを効率よく提供するために、観戦者の特性や心理的な特性を理解することは必要不可欠である。

スポーツ観戦者の特性を十分に理解し、適切なマーケティング戦略を展開することが重要であると藤本(2008)が述べているように、マーケット・セグメンテーションの重要性を論じている研究は多数ある。しかし、そのほとんどがJリーグや、プロ野球、トップリーグ観戦者を対象としたものであり、プロボクシング観戦者を対象とした研究は行われておらず、観戦者についての理解を深める試みが不十分である。

2. 研究の目的

本研究では、適切なセグメンテーション基準が不確定なプロボクシング観戦者を対象とするため、観戦者が観戦に求める根源的な欲求である観戦動機に注目し、セグメンテーションの基準として用いて研究を進めていくことが有効であると考えた。そこで本研究ではプロボクシングの観戦動機を用いてクラスタリング・セグメンテーションを行い、セグメント間の特徴を明らかにすることを目的とする。

3. 研究の方法

(1)調査対象

平成21年10月12日、28日に後楽園ホールで行われたプロボクシングの試合で、中学生以上の男女を対象に、質問紙を配布した。10月12日はOPBF東洋太平洋タイトルマッチ、OPBF女子東洋太平洋王座決定戦、日本タイトルマッチ、6回戦2試合、4回戦2試合の合計7試合が行われた。10月28日は、8回戦4試合、6回戦1試合、4回戦3試合の合計8試合が行われた。

配票留置法による来場者自記式調査で行い、回収数が等しくなるように調査票の配布数を考慮した。10月12日は、配布数660、回収数137、回収率は20.8%となり、10月28日は、配布数1000、回収数138、回収率は13.8%であった。無効なサンプルを除いた結果、有効回答数は149、有効回答率は9.0%であった。

(2)調査項目

観戦動機については、「競技」、「選手」、「ジム」、「KO」、「会場」、「技術」、「交流」、「達成」、「接戦」、「励み」、「逃避」、「娯楽」、「カタルシス」の10因子39項目を使用した。その他人口統計学的特性3項目、行動変数6項目、社会心理学的特性3項目を使用した。

(3)分析方法

観戦動機測定尺度の洗練のため、観戦動機の39項目、探索的因子分析(最尤法、バリマックス回転)、信頼性(Cronbachの α 係数)、妥当性の検討を行った。

因子分析の結果を用いてクラスター分析を行い、観戦動機に基づくセグメントの分類を行った。

クラスターの解釈は、観戦動機の質問項目に対する回答傾向と、人口統計学的特性、行動変数、社会心理学的特性に対し、カイ二乗検定と一元配置分散分析を用いて、各クラスター間の比較を行った。

4. 結果

(1)因子分析による観戦動機尺度の精選

本調査で使用した観戦動機39項目を使用し、探索的因子分析(最尤法、バリマックス回転)を行った。因子負荷量を0.40を基準にしたところ、「娯楽」、「ジム」、「励み」、「選手」、「KO」、「交流」、「逃避」、「接戦」の8因子24項目が抽出された。

(2)検証的因子分析

探索的因子分析で抽出したサービスクオリティ項目の妥当性を検証した。モデルの適合度は $\chi^2/df=1.648$, GFI=0.827, AGFI=0.778, CFI=0.912, RMSEA=0.060であった。GFIやAGFIが基準にわずかに足りないが、許容範囲であると考えられ、妥当な尺度であると判断した。

(3)クラスタリング・セグメンテーション

プロボクシング観戦者を類似性という観点からグループ化するために、各動機因子の平均得点を用いて、非階層的手法による大規模ファイルのクラスター分析を実施した。クラスター数を5に指定したときに市場規模が均質で、クラスター間の距離が大きくなり、クラスターご

との特徴が明確であったために、この 5 組のセグメントを採用した。

(4) クラスターの解釈

プロボクシング観戦者を類似性という観点からグループ化するために、各動機因子の平均得点を用いて、非階層的的手法による大規模ファイルのクラスター分析を実施し、特徴の異なる 5 つのセグメントを抽出した。動機傾向やデモグラフィクス特性などから各セグメントのプロファイリングを行った結果、選手の応援に対する興味よりも、競技の持つ「接戦」や「KO」によって「興奮」を得ることを目的とした“Normal Spectator”、観戦の意欲が高く、選手や競技に対して強い関心を持っている“Active Fan”、特定の選手の応援のために訪れる人が多い“Player’s Fan”、ある程度観戦のスタイルが固定化された“Fixed Fan”、観戦に対して消極的であるが観戦頻度が高く、今後重要なターゲットとなりうる“Potential Spectator”と命名した。

5. 考察

本研究では、因子分析を用いて観戦動機尺度項目の精選と因子構造の再構成を行い、プロボクシング観戦者の観戦動機を形成する 8 つの因子を抽出した。

明らかになった観戦動機の平均得点を用いて抽出した個別のセグメントについての特徴としてはまず、最も大きなセグメント規模を示した“Normal Spectator”は、特徴的に高い動機傾向は見られず、“Spectator”に強い動機とされる「接戦」の得点が高く、「選手」の得点が低かったことから、プロボクシングにおける主要な観戦者“Fan”としての特徴を持ちえていないと言える。

2 番目に大きなセグメント規模を占めた“Active Fan”は、相対的にすべての動機得点が高い傾向を示した。このセグメントの特徴は他のクラスターでの得点が全て中央値(4.00)に満たない「ジム」の得点が、中央値を上回っているということである。また、特定の選手を応援している人が多く、再観戦意図が最も高いことから選手や競技に対して強い関心を持っており、観戦に対して積極的であるセグメントであると言える。

「選手」への強い愛着を示した“Player’s Fan”は、観戦頻度が最も低く、「口コミ」で情報を入手している人が多いことから、選手の友人や知人などの関係者で、選手からチケットを買った人が多く含まれていることが推測される。プロボクシングは、出場する選手が直接チケッ

トを販売する機会が多いため、新規の観戦者を取り込みやすい競技であると言える。そのため新規の観戦者をつまくりピーターにつなげるように、戦略を立てていく必要があると考えられる。“Player’s Fan”は、個人スポーツであるプロボクシング特有の観戦タイプであると考えられる。観戦頻度は最も低い観戦満足度が最も高い特徴が見られた。

次に自身の観戦スタイルの確定された観戦者が多いと考えられる“Fixed Fan”は、「ひとり」で観戦に来て、情報を自力で入手している人が多いなど観戦に積極的である。このことから、特定の選手の応援以外のボクシングの魅力を知っている根強いボクシングファンであることが予想される。

また、全ての動機得点の低かった“Potential Spectator”は、再観戦意図も最も低かった。このクラスターは女性が唯一多い。動機の得点や再観戦意図が低いことから、最も消極的な観戦者であることが伺えるが、観戦頻度が高いことから、本研究で調査した動機項目以外にも重要な動機があることが考えられる。

本研究では、10 月に後楽園ホールで行われた 2 つの試合で調査を実施した。後楽園ホール以外の会場でも試合が行われること、メディアに取り上げられている選手が出場する興行、世界タイトルマッチなど、多様な種類の興行が行われているため、この研究結果をもってプロボクシングの観戦動機とセグメントの一般化をすることはできない。しかし、高田(2006)の研究で抽出されたセグメントと類似した傾向が見られたため、プロボクシングも他の競技スポーツと同様の動機構造を持っていることが示唆された。

6. 結論

本研究ではプロボクシングの観戦動機を用いて、観戦者のクラスターリング・セグメンテーションを行った。その結果、選手の応援に対する興味よりも、競技の持つ「接戦」や「KO」によって興奮を得ることを目的とした“Normal Spectator”、観戦の意欲が高く、選手や競技に対して強い関心を持っている“Active Fan”、特定の選手の応援のために訪れる人が多い“Player’s Fan”、ある程度観戦のスタイルが固定化された“Fixed Fan”、観戦に対して消極的であるが観戦頻度が高く、今後重要なターゲットとなりうる“Potential Spectator”の 5 つの観戦者タイプに分けられた。