

2010年度 修士論文

ストリートボールイベントのプロダクト構造に関する研究

—b j リーグ、JBLと比較して—

A Study on The Product Structure of The Street Ball

-In Comparison with bj League and JBL-

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

スポーツ科学専攻 スポーツビジネス研究領域

5 0 0 9 A 0 0 6 - 3

安藤 太郎

Taro, Ando

担当指導教員： 木村 和彦 教授

目次

第1章 緒言	1
第1節 スポーツの近代化に関する問題	
第2節 我が国におけるバスケットボール競技の現状	
第1項 参加型スポーツとしての人気	
第2項 興行型スポーツとしての現状	
第3節 本研究の目指す方向性	
第4節 LEGEND について	
第1項 設立目的と起源	
第2項 今日までの経緯	
第3項 競技ルール	
第4項 出場選手	
1. 選手構成	
2. 報酬	
3. 職業	
4. レベル	
第5節 研究の目的	
第2章 先行研究	7
第1節 国内バスケットボール観戦者に関する先行研究	
第2節 スポーツプロダクトに関する先行研究	
第1項 スポーツプロダクトの理論	
第2項 スポーツのプロダクト構造に関する実証的研究	
第3章 研究の方法	10
第1節 研究モデル	
第2節 調査の実施	
第1項 調査対象	
第2項 調査方法	
1. 調査日時、場所	
2. 回収方法	
第3項 質問項目の設定	
1. 自由記述欄	
2. 基本的属性	

3. プロダクトに対する評価項目

4. 全体満足度

5. 再観戦意図

第3節 分析方法

第4章 結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・13

第1節 各リーグの観戦者の自由記述回答分析

第2節 各リーグ観戦者の基本的属性

第1項 LEGEND 観戦者

第2項 JBL 観戦者

第3項 b j リーグ観戦者

第3節 各リーグプロダクト評価の平均値

第4節 プロダクト評価項目に関する因子の抽出

第5節 全体満足度を規定する要因

第6節 再観戦意図を規定する要因

第5章 考察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・24

第6章 結論と今後の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25

引用・参考文献・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・26

巻末資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・28

謝辞・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・34

第1章 緒言

第1節 スポーツの近代化に関する問題

近年、オリンピックやサッカーのワールドカップ、野球の WBC といった国際的なスポーツイベントが人々の注目を集めている。

表1. 2009年間視聴率(ビデオリサーチをもとに作成)		
順位	番組名	視聴率
1	プロボクシングWBC世界フライ級タイトルマッチ 内藤大輔×亀田興毅	43.1%
3	2009ワールドベースボールクラシック 日本×韓国	40.1%
4	開局50周年記念'09ワールドベースボールクラシック 東京ラウンド 日本×韓国	37.8%
6	2009ワールドベースボールクラシック 決勝 日本×韓国	36.4%
7	開局50周年記念'09ワールドベースボールクラシック 東京ラウンド 日本×韓国	33.6%
10	フジテレビ開局50周年記念 全日本フィギュアスケート選手権2009女子フリー	28.9%

表1に記載されたスポーツは全て大規模組織によって厳しく制度化された近代スポーツである。1位から7位までを占めるプロボクシングとワールドベースボールクラシックは、世界的な規模の組織によって開催された試合であり、10位のフィギュアスケートも全国規模の大会である。

スポーツ社会学の分野で、杉本(1995)は、「大規模組織がチャンピオンシップスポーツを志向することで地域の特色が画一化されルールは作り出すべきものから守るべきものになった」こと、テレビ会社の放送時間の問題によるルール変更など、マスメディアによってスポーツが秩序付けられていることを指摘している。また、中村(1991)は、「ルールは守ることも大切だが、それ以上に双方がスポーツを楽しむためにこれを守ることが理解されていなければ人間がルールに従属させられることになる」と述べ、ルールに人間が従属させられてきていることを問題視している。

このようなルールの問題以外にも、中村(1991)は、スポーツを楽しむ為の手段として存在していたはずの勝敗に関して、その手段が肥大化し目的化することで勝敗が人間を支配するようになったことを指摘し、また杉本(1995)は、制度化による子供たちの自発的なスポーツ文化の阻害といった現象を問題として挙げている。

第2節 我が国におけるバスケットボール競技の現状

第1項 参加型スポーツとしての人気

バスケットボール競技の、高校運動部活動の種目別登録者数は、男女ともに2位である。さらに、10代の年1回以上実施した運動・スポーツ種目で2001年、2005年ともに2位で、10代のよく行った種目としては2001年1位、2005年は2位(スポーツライフデータ,2006)と、するスポーツとしての人気は高い。

また、学校の施設に頼らずともリングとボール一つがあれば、公園で出来るスポーツであることから、協会や学校体育とは無関係の場所で自由に行われるストリートボールも存在する。さらにストリートボールには、参加型イベントが存在し2005年から、NIKE社に寄贈された代々木公園ストリートコートで、国籍、性別、年齢、出身、プロ・アマ問わずに東京 NO.1 チームを決めることが開催理念であるトーナメント型のイベント ALLDAY(5 on 5) や、チームの種別(クラブ、ストリート、学生)問わず、屋外のストリートコートもしくは屋内の装飾された体育館で行われるハーフコートイベント Hoop in the hood(4 on 4)といった定期的なイベントが行われている。その他にもストリートボールは、不定期に行われる単発イベントが各地で開催されている。

第2項 興行型スポーツとしての現状

我が国における興行型スポーツとしてのバスケットボールは、JBL、WJBL、bjリーグ、LEGEND、SOMECITYが存在する。

まず、我が国における財団法人日本バスケットボール協会(以下JBA)傘下のトップリーグに関して整理をする。

日本のバスケットボール競技を統括する最も大規模な組織として、JBAが存在し、JBAの傘下に日本の興行型バスケットボールが男子は2つ、女子はWJBLの1つが存在している。

2005年以前は、興行型のバスケットボールは、JBL、WJBLのみであった。

JBL、WJBLは協会傘下の日本バスケットボールのトップリーグとして日本リーグという名称で1967年に発足し、企業主体の部活動で実業団スポーツとして誕生した。

一方bjリーグは、JBLから分裂してできたJBA管轄外の独立リーグとして、2005年に地域密着を掲げ発足したプロリーグである。

JBA傘下のトップリーグ以外にも興行型のバスケットボールリーグ、イベントが存在す

る。ストリートボールリーグと銘打ち、LEGEND が 2005 年、SOMECITY が 2007 年に発足した。この 2 つのリーグはゲームをアリーナや体育館で行わず、イベントスタジオやオープンスペースを拠点として行う。また、ハーフコートの 3 on 3 で行うなど独自のルールを設定し、ストリートボールという新たな形で展開している。これらのリーグやイベントは、JBA や既存のリーグ、その他行政や地域との利害関係を持たない民間営利団体として新たに発足したものである。

第 3 節 本研究の目指す方向性

スポーツにおける大規模組織化や、その大規模組織による厳しい制度化を問題として捉え、メガスポーツイベントや大規模組織とは無関係のストリートボールイベント LEGEND に焦点を絞り、その観戦者を分析することで、大規模組織化、制度化されていない新たなイベントの楽しみについて知見を得ることを目指して研究を進めていく。

第 4 節 LEGEND について

本節では、本研究の対象である LEGEND について経営者へのインタビューを元に概要を説明する。

第 1 項 設立の起源と目的

LEGEND の設立は、2005 年である。本章第 2 節で述べた ALLDAY を運営する NPO 法人 KOMPOSITION と、当時ストリートボールクルーと銘打ち活動していた FAR EAST BALLERS というバスケットボールチームを後押しする形で、株式会社フロムザストリートが出資をし、日本初のストリートボールリーグとして発足した。

経営の規模は、拡大に向けて増資を繰り返していたが、出資元の株式会社フロムザストリートが撤退し、その当時の従業員が経営を引き継いでイベントを継続して行った。

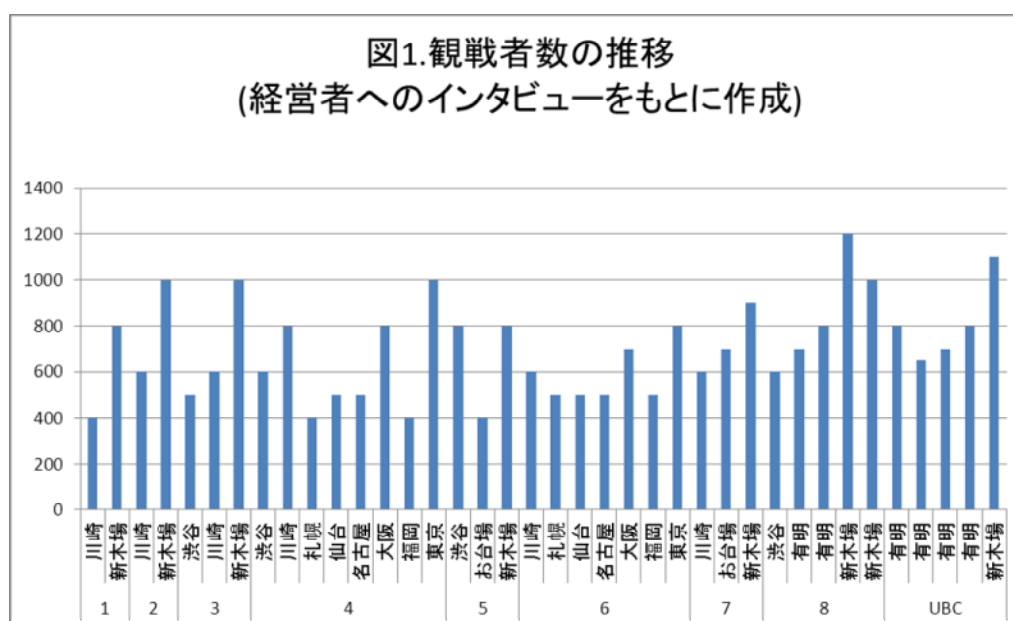
テーマは「日本のバスケは面白い」で、観戦者のターゲットは既存のバスケットボール競技者ではなく、バスケットボールとは無関係の人に「誰にとっても面白いスポーツ」を提供することを目的として活動していた。

第 2 項 今日までの経緯

LEGEND には、興業としてイベントスタジオで行うゲームと、観戦無料のオープンスペースで行うゲームが存在し、200 回を超えるイベントが行われている。

SEASON として行われたのは、2005 年に開幕した SEASON 1 から 2009 年に行われた SEASON 8 までである。2010 年は、アルティメットバスケットボールチャンピオンシップ(以下 UBC)として開催され、SEASON 制を廃止しオープンスペースでのゲームをなくすことで全てイベントスタジオでの興業へとシフトし、UBC は計 5 回行われた。

2005 年の発足から興業イベントとして開催された SEASON 全ての観客数を図 1 に示した。開催地の下に表記された数字は SEASON を表している。



図の通り、観戦者数約 400 人でスタートした LEGEND は、SEASON 7 以降観戦者数 600 人を下回ることなく継続されてきた。SEASON 4 と SEASON 6 において興業イベントの回数が多いのは、全国各地でイベントを開催していたためである。

なお、2010 年 11 月 2 日をもって LEGEND は解散した。

第 3 項 競技ルール

本研究での調査対象となる、LEGEND と、ストリートボール以外の JBL、b j リーグにおけるルールの違いに関して、表 2 に示した。

表2. LEGEND、JBL、bjリーグのルール比較			
	LEGEND	JBL(FIBAルール)	bjリーグ
優勝者	個人	チーム	チーム
場所	イベント会場 オープンスペース	アリーナ 体育館	アリーナ 体育館
コート	ハーフコート	オールコート(28m×15m)	オールコート(28m×15m)
人数	3on3	5on5	5on5
試合時間	5分×3ラウンド	10分×4クォーター	10分×4クォーター
MC	コート上で自由な発言	コート外から簡潔にコール	コート外から簡潔にコール
得点	3Pライン外=3点 3Pライン内=2点 FT=1点 DK=4点	3Pライン外=3点 3Pライン内=2点 FT=1点	3Pライン外=3点 3Pライン内=2点 FT=1点
タイムアウト	なし	5回	FIBAルール+ 20秒タイムアウト 2回 オフィシャルタイムアウト 1回
ファールアウト	なし	5つ目	5つ目
交代	なし	回数無制限	回数無制限

場所と人数に関して、バスケットボール競技は一般的に体育館にてオールコートで5対5の大会が行われる中で、本節第2項で説明した通り **LEGEND** は、イベント会場やオープンスペースにリングを建てハーフコートを作り3対3で行っている。

JBL や **b j** リーグは、チーム間でのリーグ戦によりシーズン順位を決定した上で、上位チームがプレーオフトーナメントを勝ち抜きチャンピオンチームを決定するのに対し、**LEGEND** は、その都度組み合わせが交換される中で、よりチームを勝利させた個人が優勝者となる。

また、試合時間も **JBL**、**b j** リーグは10分×4クォーターで行うのに対し、**LEGEND** は5分×3ラウンドで行われる。

一般的な興行型バスケットボールの **MC** は試合中にコート外から簡潔に試合の流れをアナウンスするのに対し、**LEGEND** は **MC** 自身がコートに立ち、自由に発言をする。

得点に関しては、**LEGEND** のみダンクシュートが4点と設定されている。また、**JBL**、**b j** リーグはタイムアウト、ファールアウト、交代に関する制限(回数やタイミング)がある中、**LEGEND** には、それら3つの制限が存在しない。

以上のように、**LEGEND** はルールによって明確に **JBL** や **b j** リーグとの差別化が意図されているイベントである。

第4項 出場選手

出場選手に関しては、経営者と選手へのインタビューを元に、概要を把握した。

1. 選手構成

参加選手は、LEGEND 関係者のスカウトと不定期に行われたトライアウトを通過した選手のみで構成されている。リーグとの契約がない為、人数は不確定でそのイベント毎に招待された選手のみでゲームが構成される。

2. 報酬

報酬は、シーズンチャンピオンに 100 万円と規定されている。

3. 職業

会社員や、公務員が約 7 割を占めており、副業や自身の所属するチーム以外の新たな活躍の場としてイベントに出場する選手で構成されている。

4. レベル

現在全ての選手がクラブもしくは関東実業団といったチームに在籍している選手で、多くが大学リーグで活躍していた選手で構成されている。

第5節 研究の目的

以上のように、スポーツ組織の大規模化や厳しい制度化と無縁に興行化されたストリートボールは、観戦者に対して一般的なバスケットボールとは異なる価値や満足度を提供している可能性がある。そのことが確認できれば、同じ興行型スポーツのバスケットボールも、スポーツプロダクトとして独自の商品価値を確認できる。また、新たなイベントの商品価値を確認できれば、豊かなスポーツ文化の発展に貢献できると考える。

そこで本研究では、バスケットボール観戦者からみたストリートボールイベント LEGEND の特性を明らかにする。具体的には、観戦者のプロダクト評価からみた全体満足度と再観戦意図を各リーグで比較分析することとした。

第2章 先行研究

第1節 国内バスケットボール観戦者に関する先行研究

国内のバスケットボールに対する研究は、コーチング領域やバイオメカニクス領域で進んでいる。しかしバスケットボール観戦者に関する研究の蓄積は少ない。ストリートボールに焦点を絞った研究は皆無であった。

バスケットボール競技は、アメリカにおいては NBA をはじめ、国民に多大な人気を誇るメジャースポーツとして認められているが、日本においてはスペクテイタースポーツとしての認識がまだ低い(小野里,2003)ことが指摘されている。

澤田ら(1998)の JBL の観戦者に関する研究によると、地方での JBL の試合は協会関係者すなわち学校のバスケットボール部顧問の教員によって生徒やその家族に販売されていたことが明らかになっている。また、親会社や関連会社の社員が無料や割引でチケットを入手し観戦に訪れていたことも明らかになった。当時の JBL は、特に企業色の強いリーグだったことが確認できた。

WJBL に関しては、観戦者の行動特性に着目した研究がある(小野里,2003)。この研究の中で3試合における調査を行っているがいずれも10代が最も多い年代層であったことや、会社員・公務員が最も多い職業であったことから JBL と同じく、協会関係者の学校におけるチケット販売や関連会社のチケットの優遇が考えられる。また、学生時代の運動部活動所属状況では、圧倒的にバスケットボール経験者が他のスポーツを上回っており、みるスポーツとするスポーツの深い関連が示唆されている。

前述のリーグと比較して歴史の浅い bj リーグにおける観戦者の特性について永富ら(2007)は、女性セグメントに特化したマーケティングを行っている大阪エヴェッサに着目し、2シーズンを時系列で分析している。開幕当初男性の方が多かった観戦者がマーケティングによって有意に女性が増加したことが報告されている。また、時系列に既婚者の割合が増え、20代の若い世代から30～40代のファミリー層へのシフトも指摘されている。試合観戦満足度と再観戦意図も分析され、試合観戦満足度は全ての調査で有意に女性が高い結果と、再観戦意図は一度だけ女性が有意に高い結果となったことが確認された。

第2節 スポーツプロダクトに関する先行研究

第1項 スポーツプロダクトの理論

マーケティングの大家 P.Kotler は、プロダクトを顧客のニーズや欲求を満たすために市場へ提供されるものと定義し「中核ベネフィット」「一般製品」「期待製品」「拡大製品」「潜在製品」の5つの製品レベルを提示した。マーケティングミックス変数の中でも、スペクテイターに提供されるサービス財、すなわち「プロダクトとしてのスポーツ」が、スポーツマーケティングの独自性・中心性を占める(齊藤,1996)とされる中、1990年代後半から P.Kotler のプロダクト概念をはじめ、製品としてのプロスポーツというサービスプロダクトに焦点を当てた研究が進められてきた(小野里,2005)。このような概念は、スポーツプロダクトの実態を明確にするとともに、多様化するニーズやウォンツに対応するスポーツサービスの新たな発展に大きく関わる(水上 2002)と言われている。

一方原田(2008)は、プロスポーツ観戦というプロダクトの場合、5つのヒエラルキーを明確に区分することは困難であることや、スポーツプロダクトは複合的な構造を持つということを指摘している。

第2項 スポーツのプロダクト構造に関する実証的研究

齊藤ら(1996)は、みるスポーツの中核的便益に注目し、規模の異なるイベントにおいて観戦者の期待を調査することで、草の根レベルで行われる大会とメガスポーツイベントの中核的便益の構造を明らかにした。この研究では、スポーツイベントの規模によって観戦者の楽しみが異なることが明らかになっている。

水上ら(2002)、小野里ら(2005)は、観戦の満足に対し抽出された因子を製品レベルに配置し重回帰分析を行い、各レベルに配置されたプロダクトの影響を比較し、従属変数を観戦の満足とし影響を与える要因を検証している。

フィットネスクラブのプロダクト構造と顧客満足についての研究で柳沢ら(1998)は、セグメントごとの満足度と継続意図を明らかにした。この手法は規模や設立背景の異なる3つのリーグを比較する本研究において有益なものであった。

分析においては、水上ら(2002)、小野里ら(2005)の研究で行われた、観戦の満足に対し抽出された因子を重回帰分析し、影響の度合いを把握するアプローチを採用することにした。

また、新たな楽しみを解明する際、原田(2008)の、「シーターの快適さなどの認知的なサービス要因は満たされて当然であり、この満足がリピーターの確保を保証するわけではない」

という観点から、従属変数は全体満足度と再観戦意図を用いることとした。

第3章 研究の方法

第1節 研究モデル

本研究では、大規模組織と無縁のストリートボールイベント LEGEND に着目し、既存のリーグとは異なるイベントにおけるバスケットボール観戦者の満足度と再観戦意図を規定する要因を明らかにする。そのために、P.Kotler のプロダクト概念の観点をういた水上ら(2002)、小野里ら(2005)の分析モデルを適用し、LEGEND、JBL、bjリーグのプロダクトを構造的に把握し、比較分析することで観戦者の全体満足度と再観戦意図に影響を与える要因を解明する。

第2節 調査の実施

第1項 調査対象

日本におけるバスケットボール観戦者を母集団とし、LEGEND 観戦者、JBL 観戦者、bjリーグ観戦者を対象とした。

本研究で実際に用いた調査用紙は本論文の末尾に付した。調査方法は以下の通りである。

第2項 調査方法

1. 調査日時、場所

2010 年 6 月 12 日(LEGEND STAGE 3) ディファ有明

2010 年 11 月 5 日(JBL) 墨田区総合体育館

2010 年 11 月 28 日(bjリーグ) 所沢市民体育館

2. 回収方法

回収は被調査者に対して、試合途中のハーフタイムと試合後に直接調査票を持ち訪問し、質問紙に記入してもらいその場で行った。回収数は、LEGEND 115 部、JBL 105 部、bjリーグ 159 部であった。

第3項 質問項目の設定

本研究では、P.Kotler のプロダクト概念をスポーツに当てはめ研究を行った宇土ら(1996)のプロスポーツのプロダクト構造や、水上ら(2002)のスポーツビジネスサービスにおけるプロダクト構造を参考に、実際に LEGEND を観戦したスポーツ経営学研究室に所属する大学院生 5 人と質問項目の設定を行った。

詳細は以下の通りである。

1. 自由記述欄

観戦者の感じるバスケットボールとそのリーグの魅力を直接把握する為の方法として、自由記述欄を設定した。

質問内容は、「あなたが考えるバスケットの魅力はなんですか」と「あなたが考える（リーグ名）の魅力はなんですか」の問いを設定した。

2. 基本的属性

観戦者の基本的属性を把握する為に適切な項目をあらかじめ検討した結果、「性別」「年齢」「職業」「同伴者」「同リーグ観戦回数」「他リーグ観戦回数」「競技経験」の7項目となった。

3. プロダクトに対する評価項目

その日に行われた試合のプロダクトに対する評価を問う質問項目は、実際に **LEGEND** を観戦した経験がありスポーツ経営学研究室に所属する大学院生5人とともに先行研究を元に37項目を想定し設定した。

各プロダクトに対し、「1. 大変悪かった」から「5. 大変良かった」までの5段階リッカート尺度にて評価を測定し、それぞれ順に1から5の得点を与えて数量化した。

4. 全体満足度

イベント全体に対する総合的な評価を問う項目を設定した「1. 非常に不満」から「5. 非常に満足」までの5段階リッカート尺度にて評価を測定し、それぞれ順に1から5の得点を与えて数量化した。

5. 再観戦意図

次の観戦意欲に対する質問項目を設定した。「1. 全く観戦したくない」から「5. 是非観戦したい」までの5段階リッカート尺度にて測定し、それぞれ順に1から5の得点を与えて数量化した。

第3節 分析方法

自由記述項目と観戦者の基本的属性は、単純集計を行い各リーグのプロダクトに対する評価への説明の要因として用いた。

次に、LEGEND、JBL、bjリーグの観戦者を国内バスケットボール観戦者の母集団と仮定し、回収した質問紙の各スポーツサービスに対する評価37項目に対し探索的因子分析を行い、プロダクトを構成する因子を抽出した。その際、データの分析にはSPSS 18.0 for Windowsを使用した。

さらに抽出された因子を構成する項目ごとに素点の算術平均を計算し、これを因子ごとの評価得点とした。LEGEND、JBL、bjリーグそれぞれに満足度と再観戦意図を従属変数に、抽出された因子の評価得点を独立変数にして重回帰分析を行った。

また、その際各因子が妥当なものであるかを確認するために、信頼性分析も行った。

第4章 結果

第1節 各リーグの観戦者の自由記述回答分析

表3に自由記述回答で、観戦者からみたバスケットの魅力と、各リーグの魅力の頻出語3項目をまとめた。

表3. 自由記述回答分析			
3-1. LEGEND			
バスケットの魅力		LEGENDの魅力	
スピード	18	一体感	11
スキル	6	音楽	11
コンビネーション	4	選手の個性	8
3-2. JBL			
バスケットの魅力		JBLの魅力	
スピード	49	日本でトップ	13
チームプレー	10	身近	8
迫力	9	日本人	8
3-3. bjリーグ			
バスケットの魅力		bjリーグの魅力	
スピード	60	地域性	33
迫力	23	身近	19
チームプレー	13	エンターテイメント	13

その結果、全てのリーグでバスケットボールの魅力は、「スピード」であるという回答が最も多かった。さらにJBLとbjリーグでは、順位は異なるが2位と3位が、「チームプレー」と「迫力」であり、観戦者がバスケットボールの魅力として感じているものが同じ傾向にあった。

一方で各リーグの魅力に関しても、JBLとbjリーグで「身近」という回答がともに2位であったのに対し、LEGENDは「一体感」「音楽」「選手の個性」といった回答が上位を占めた。

第2節 各リーグ観戦者の基本的属性

第1項 LEGEND 観戦者

LEGEND 観戦者の基本的属性は以下の表4のようになった。

表4. LEGEND観戦者の基本的属性

		n	%
性別 (n=115)	男性	40	34.8
	女性	75	65.2
年齢 (n=112)	19歳以下	10	8.9
	20代前半	25	22.3
	20代後半	38	33.9
	30代前半	17	15.2
	30代後半	13	11.6
	40歳以上	9	8.0
職業 (n=115)	学生	15	13.0
	主婦・主夫	9	7.8
	会社員・公務員	75	65.2
	自営業	4	3.5
	無職	7	6.1
	パート・アルバイト	5	4.3
	その他()	0	.0
同伴者 (n=115)	友人	58	50.4
	家族	14	12.2
	会社の同僚	5	4.3
	恋人	22	19.1
	一人	14	12.2
	その他	2	1.7
競技経験 (n=113)	現在進行形	38	33.6
	過去形	35	31.0
	未経験	40	35.4
アクセス (n=115)	30分以内	11	9.6
	31～60分	58	50.4
	61～90分	33	28.7
	91～120分	8	7.0
	121～150分	2	1.7
	151～180分	2	1.7
	181～240分	0	0.0
	241～300分	1	0.9
	301分以上	0	0.0

性別は女性が多く、年齢で最も多かったのは、20代後半であった。職業は、会社員・公務員が6割を占めた。また、女性や20代後半の観戦者が多い中、競技経験者の割合は、「現在もクラブや部活動に所属し、バスケットボールを行っている」「過去にクラブや部活動に所属し、バスケットボールを行っていた」「今までにクラブや部活動に所属し、バスケットボールを行ったことがない」の回答人数が約3割ずつと均等に分かれた。競技経験に関してさらに掘り下げて分析するため、性別、競技経験別にクロス集計したところ、図2のようになった。

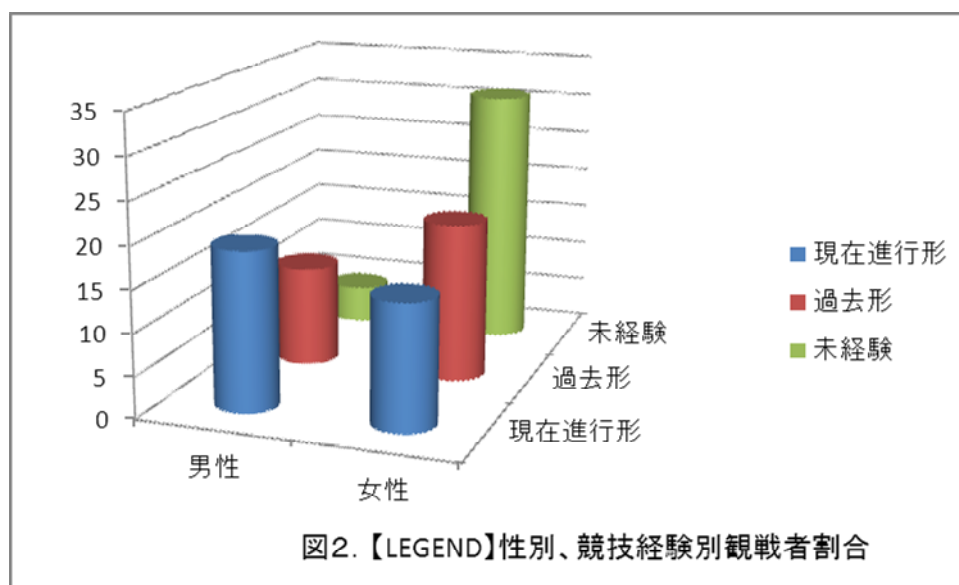


図2のように、女性のバスケットボール未経験の観戦者が最も多い結果となった。また、男性は現在クラブやサークルでバスケットボールをプレーしている観戦者が多かった。

第2項 JBL 観戦者

JBL 観戦者の基本的属性は表5のようになった。男性、女性の数にほとんど差はなかった。年齢に関しても各年代で特徴的な差はなく、「40代以上」の観戦者が最も多かった。同伴者は、約4割が「友人」で、次に「家族」が多かった。競技経験は、「過去にクラブや部活動に所属しバスケットボールを行っていた」観戦者が最も多い結果となった。

表5. JBL観戦者の基本的属性

		n	%
性別 (n=105)	男性	48	45.7
	女性	57	54.3
年齢 (n=104)	19歳以下	16	15.4
	20代前半	17	16.3
	20代後半	19	18.3
	30代前半	21	20.2
	30代後半	9	8.7
	40歳以上	22	21.2
職業 (n=105)	学生	25	23.8
	主婦・主夫	6	5.7
	会社員・公務員	58	55.2
	自営業	4	3.8
	無職	5	4.8
	パート・アルバイト	2	1.9
	その他()	5	4.8
同伴者 (n=104)	友人	41	39.4
	家族	21	20.2
	会社の同僚	11	10.6
	恋人	8	7.7
	一人	17	16.3
	その他	6	5.8
競技経験 (n=103)	現在進行形	25	23.8
	過去形	40	38.1
	未経験	38	36.2
アクセス (n=103)	30分以内	31	30.1
	31～60分	54	52.4
	61～90分	13	12.6
	91～120分	2	1.9
	121～150分	0	0.0
	151～180分	0	0.0
	181～240分	0	0.0
	241～300分	0	0.0
	301分以上	3	2.9

第3項 b j リーグ観戦者

b j リーグ観戦者の基本的属性は表6のようになった。

表6. bjリーグ観戦者の基本的属性

		n	%
性別 (n=159)	男性	97	61.0
	女性	62	39.0
年齢 (n=158)	19歳以下	48	30.4
	20代前半	8	5.1
	20代後半	11	7.0
	30代前半	15	9.5
	30代後半	16	10.1
	40歳以上	56	35.4
職業 (n=156)	学生	57	36.5
	主婦・主夫	20	12.8
	会社員・公務員	65	41.7
	自営業	4	2.6
	無職	6	3.8
	パート・アルバイト	2	1.3
	その他()	2	1.3
同伴者 (n=156)	友人	56	35.9
	家族	65	41.7
	会社の同僚	6	3.8
	恋人	7	4.5
	一人	22	14.1
	その他	0	0.0
競技経験 (n=150)	現在進行形	62	41.3
	過去形	38	25.3
	未経験	50	33.3
アクセス (n=159)	30分以内	83	52.2
	31～60分	46	28.9
	61～90分	14	8.8
	91～120分	14	8.8
	121～150分	1	0.6
	151～180分	0	0.0
	181～240分	1	0.6
	241～300分	0	0.0
	301分以上	0	0.0

bjリーグは、男性観戦者が多い結果となった。また、年齢層も LEGEND や JBL とは異なり、19歳以下と40歳以上が多い結果となった。職業は、会社員・公務員が最も多く、次いで学生が多い結果となった。同伴者は最も多かった回答が家族であり、僅差で友人となった。競技経験は、約4割が「現在クラブや部活に所属しバスケットボールを行っている」と回答した。アクセスは、30分以内が半数を占める結果となった。

第3節 各リーグプロダクト評価の平均値

表7が各リーグにおけるプロダクト評価の平均値である。

表7. 各リーグのプロダクト評価平均値				
		LEGEND	JBL	bjリーグ
1	商品の品揃え	3.47	3.21	3.93
2	試合のドラマティック性	3.88	3.85	4.11
3	プレーのパワフルさ	3.95	4.11	4.27
4	Webサイトの便利さ	3.52	3.26	3.55
5	選手の組み合わせ	3.70	3.90	3.90
6	受付スタッフの親切さ	3.82	3.82	4.21
7	プレーのスピード感	4.00	4.15	4.35
8	選手のファッション性（ウェアや服装）	3.86	3.70	4.13
9	高さ（空中戦）	3.69	4.01	4.16
10	ゲームの采配	3.74	3.80	3.80
11	入場のしやすさ(快適さ)	3.86	3.90	4.20
12	意外性のあるプレー	3.62	3.58	3.97
13	シートの快適さ	2.94	3.36	3.54
14	ビデオスクリーンの見やすさ	3.63	2.85	3.45
15	選手のプレイ以外のパフォーマンス	3.62	3.48	3.99
16	安全管理	3.62	3.67	3.92
17	選手のファンサービス	3.82	3.51	4.16
18	テンポの良さ	3.78	3.91	4.19
19	音楽	4.47	3.63	4.04
20	チームの戦術	3.58	3.80	3.88
21	パンフレットやスクリーンでの情報提供	3.77	3.21	3.69
22	選手の起用(メンバー構成)	3.75	3.77	3.85
23	チームとの一体感	3.66	3.85	4.12
24	試合結果(勝敗)	3.71	3.68	4.09
25	イベントスタッフの態度	3.79	3.68	4.22
26	複数の選手によるコンビネーションプレー	3.75	3.87	4.14
27	ゲームの形式	3.74	3.87	4.03
28	飲食サービス	3.37	3.02	3.57
29	座席からの試合の見やすさ	3.60	3.98	4.17
30	迫力あるプレー	4.02	4.07	4.28
31	チケットの値段	3.04	3.40	3.66
32	観客との一体感	3.72	3.65	4.05
33	魅せるプレー	4.13	3.77	4.15
34	選手の外見（容姿）	4.11	3.85	4.15
35	MCの盛り上げ方	4.18	3.53	4.14
36	会場へのアクセス	3.23	3.96	3.89
37	試合ルール	3.81	3.76	3.98
※5段階尺度 上位3項目:太字 下位3項目:斜字				

また、表8－1は、平均値の上位3項目である。LEGEND の平均値で最も高い値を示

したのは、「音楽」次いで、「MC の盛り上げ方」そして「魅せるプレー」となった。一方 JBL と b j リーグにおける上位 3 項目は同じ項目となった。

表8-1. プロダクト評価平均値 上位3項目			
順位	LEGEND STAGE3	JBL	bjリーグ
1	音楽 (4.47)	プレーのスピード感 (4.15)	プレーのスピード感 (4.35)
2	MCの盛り上げ方 (4.18)	プレーのパワフルさ (4.11)	迫力あるプレー (4.28)
3	魅せるプレー (4.13)	迫力あるプレー (4.07)	プレーのパワフルさ (4.27)

そして、以下の表 8 - 2 は、平均値の下位 3 項目である。LEGEND の平均値で最も低い値を示したのは、「シートの快適さ」次いで、「チケットの値段」そして「会場へのアクセス」となった。全てのリーグにおいてプロダクト評価平均値の下位項目は、ゲームやプレー以外のサービスに関する項目となった。

表8-2. プロダクト評価平均値 下位3項目			
順位	LEGEND STAGE3	JBL	bjリーグ
35	会場へのアクセス (3.23)	パンフレットやスクリーンでの情報提供 (3.21) 商品の品揃え (3.21)	Webサイトの便利さ (3.55)
36	チケットの値段 (3.04)	飲食サービス (3.02)	シートの快適さ (3.54)
37	シートの快適さ (2.94)	ビデオスクリーンの見やすさ (2.85)	ビデオスクリーンの見やすさ (3.45)

第4節 プロダクト評価項目に関する因子の抽出

プロダクト評価の潜在因子を把握するため、観戦者のプロダクト評価からみた項目のまとまりを検討した。

表 9 は因子分析の結果である。因子分析の結果、5 つの因子が抽出された。

表9. 抽出されたプロダクト因子			
	因子負荷量	α 係数	累積寄与率(%)
【F1】ゲームプレー因子			
プレーのパワフルさ	. 923	0.934	44.5
プレーのスピード感	. 881		
試合のドラマティック性	. 740		
魅せるプレー	. 739		
複数の選手のコンビネーションプレー	. 684		
高さ(空中戦)	. 684		
意外性のあるプレー	. 595		
チームとの一体感	. 592		
観客との一体感	. 546		
ゲームの形式	. 437		
【F2】環境因子			
シートの快適さ	. 664	0.823	50.8
ビデオスクリーンの見やすさ	. 644		
飲食サービス	. 627		
イベントスタッフの態度	. 554		
座席からの試合の見やすさ	. 493		
受付スタッフの親切さ	. 488		
入場のしやすさ(快適さ)	. 413		
【F3】ファッション因子			
音楽	. 699	0.739	53.3
MCの盛り上げ方	. 627		
パンフレットやスクリーンでの情報提供	. 461		
【F4】安心因子			
安全管理	. 648	0.773	55.7
選手のファンサービス	. 536		
会場へのアクセス	. 493		
テンポの良さ	. 477		
【F5】戦術因子			
選手の起用(メンバー構成)	. 508	0.853	58.1
選手の組み合わせ	. 498		
ゲームの采配	. 473		
チームの戦術	. 467		
因子抽出法： 最尤法、プロマックス回転			

まず、因子分析の際、プロダクト評価項目の得点分布に歪みがないかを確認する為、天井効果とフロアー効果を検証した。その中で、30の「迫力あるプレー」が天井効果であった為、因子を構成する項目として適切ではないと考え、除外した。

因子の解釈として因子と変数間の相関係数を表す因子負荷量については、一般的に0.40以上の項目を採用することが一つの目安であり、本研究でもその数値を採用することとし

た。そして、プロダクト評価項目における因子分析の結果、因子負荷量が 0.40 に満たない項目や内的整合性を表すクロンバックの α 係数が著しく低い因子、単一項目で存在する因子が見受けられた。再度検討を行い、解釈の余地のない項目を除外した。ここで除外した項目は、1,4,8,15,24,31,34,37 の 8 項目となった。

まず、「プレーのパワフルさ」「プレーのスピード感」「試合のドラマ性」といった主にゲームやプレーに関する項目がまとまりを見せたため、第一因子は「ゲーム・プレー」因子と考えることができる。

第二因子は、「シートの快適さ」「ビデオスクリーンのみやすさ」「飲食サービス」といった観戦環境に関する項目に対して高い因子負荷量を示したため、「環境」因子と解釈した。

第三因子は、「音楽」「MC の盛り上げ方」「パンフレットやスクリーンでの情報提供」という、ゲーム・プレー以外の見せ方に関わる項目がまとまったため、「ファッション」因子と解釈した。

第四因子は、多様な項目のまとまりとなったが、「安全管理」「選手のファンサービス」「会場へのアクセス」「テンポの良さ」といったゲームの進行を安心に見届けるために必要な項目のまとまりと解釈し、「安心」因子と命名した。

第五因子は「選手の起用」「選手の組み合わせ」「ゲームの采配」「チームの戦術」という「戦術」因子である。

それぞれクロンバックの α 係数も十分な値を示しており、寄与率も 58% となったことから、国内バスケットボール観戦者を母集団とした観戦者のプロダクト評価の構造が抽出された。

第 5 節 全体満足度を規定する要因

次に観戦者のプロダクト評価が全体満足度と再観戦意図にどの程度影響を及ぼすかを検討した。表 10 は、全体満足度を従属変数とし、先に行ったプロダクト評価 37 項目の因子分析によって得られたケース別平均点を独立変数として用いて重回帰分析を行った結果である。

表10. 観戦の全体満足度に及ぼす観戦者サービス評価の影響(全体)			
		β	t値
F1	ゲームプレー因子	.592	9.206 ***
F2	環境因子	.136	2.679 **
F3	ファッション因子	-.108	-2.137 *
F4	安心因子	.175	3.336 **
F5	戦術因子	.077	1.274
	重決定係数		.652
	F値		107.833 ***

分析の結果、ゲーム・プレー因子、環境因子、ファッション因子、安心因子が全体満足度へ有意に影響を及ぼしていることがわかった。また、モデル全体の適合度も統計的に有意なものであった。各因子の中で規定力をみると、ゲーム・プレー因子>安心因子>環境因子>ファッション因子という順になった。統計的に有意であった因子の中でも、ファッション因子は全体満足度へマイナスの影響を与えていた。すなわち、国内バスケットボール観戦者を母集団と仮定した時、音楽、MC の盛り上げ方、パンフレットでの情報提供が全体の満足に対してマイナスの影響を与えるという結果となった。

また、リーグ別に総合満足度に対するプロダクト評価の影響をみたものが表 11 である。

表11. リーグ別にみた全体満足度に及ぼす観戦者サービス評価の影響								
LEGEND				JBL		bj		
		β	t値	β	t値	β	t値	
F1	ゲームプレー因子	.589	5.310 ***	.232	1.347	.623	6.087 ***	
F2	環境因子	.111	1.623	.138	.675	.139	1.589	
F3	ファッション因子	.087	1.026	.005	.032	-.012	-.131	
F4	安心因子	.124	1.615	.105	.627	.148	1.751	
F5	戦術因子	.087	.836	.169	1.065	-.021	-.211	
	重決定係数	.771		.262		.647		
	F値	63.506	***	5.889	***	45.300	***	

LEGEND、JBL、b j リーグとも統計的に有意な重回帰モデルを得ることができた。LEGEND と b j リーグは有意に、ゲーム・プレー因子が全体満足度を規定していることが明らかとなった。すなわち、LEGEND と b j リーグは、ゲームの内容やプレーの質が全体満足度に影響を与えているということである。

第6節 再観戦意図を規定する要因

全体満足度への影響の検証と同様に、国内バスケットボール観戦者を母集団とし、プロダクト評価が再観戦意図に及ぼす影響をみたものが表 12 である。

表12. 再観戦意図に及ぼす観戦者サービス評価の影響(全体)			
		β	t値
F1	ゲームプレー因子	.440	4.876 ***
F2	環境因子	.057	.799
F3	ファッション因子	-.024	-.336
F4	安心因子	.101	1.354
F5	戦術因子	.055	.645
	重決定係数		.329
	F値		28.840 ***

再観戦意図に対するプロダクト評価因子の中で、ゲーム・プレー因子が有意であること、重回帰モデルが妥当であることが確認された。

一方、リーグ別に再観戦意図に対するプロダクト評価の影響をみたものが表13である。

表13. リーグ別にみた再観戦意図に及ぼす観戦者サービス評価の影響								
		LEGEND		JBL		bj		
		β	t値	β	t値	β	t値	
F1	ゲームプレー因子	.363	2.070 *	.291	1.707	.392	2.623 ***	
F2	環境因子	-.027	-.250	-.317	-1.559	.262	2.061 *	
F3	ファッション因子	.348	2.597 *	.156	.965	-.160	-1.233	
F4	安心因子	.172	1.419	.051	.309	.093	.745	
F5	戦術因子	-.123	-.745	.381	2.421 *	-.036	-.243	
	重決定係数	.426		.272		.262		
	F値	14.790	***	6.149	***	9.516	***	***

LEGEND、JBL、bjリーグとも重回帰モデルの妥当性があることがわかる。この結果から、再観戦意図に影響を与える因子は、リーグによって異なるということが明らかになった。全体満足度同様、LEGEND とbjリーグは有意にゲーム・プレー因子が再観戦意図に影響していることが明らかとなった。

さらにLEGENDはゲーム・プレー因子以外にも、ファッション因子がゲーム・プレーに限りなく近い強さで再観戦意図に影響を与えていた。ファッション因子は国内バスケットボール観戦者に対しては、有意にマイナスの影響を与える因子であったことから、国内バスケットボールの中でもLEGENDにおいてのみ再観戦意図にプラスの影響を与える独自の因子である。

また、JBLにおいては戦術因子が再観戦意図へ有意にプラスの影響を及ぼしていることが明らかになった。

bjリーグはゲーム・プレー因子のほかに、環境因子が再観戦意図に有意な影響を与えていることが明らかになった。

第5章 考察

本研究で行った異なるリーグでの比較分析により、LEGEND というストリートボールイベントのプロダクト構造を把握し、LEGEND 独自の楽しみを解明した。

特筆すべき点は、以下の通りである。

表3の、自由記述回答の LEGEND の魅力の部分では、「一体感」や「音楽」という回答が多かったことから、特に LEGEND 観戦者はバスケットボールの試合以外にも、音楽や MC の生の実況を聞きながら一体となって試合を応援することを魅力と感じている。その証拠にプロダクト評価の平均点から見ても音楽、MC といった項目が高い得点を示した。

さらに、全体満足度に対しては、ゲーム・プレーというコアなプロダクトが影響しているのに対し、再観戦意図に関しては、バスケットボール観戦者全体の全体満足度に対してマイナスの影響を与えていたファッション因子が、有意にプラスの影響を与えていた。また、観戦者について性別・競技経験別でクロス集計を行うと、最も多かったのは、「女性」の「バスケットボール未経験者」であったこと、同伴者が「友人」の次に「恋人」が多かったことが確認された。これにより、バスケットボールの試合を見に行くのではなく、非日常的空間に行く感覚でバスケットボールとこれまでに関わりの少ない人々が集まる新たな場となっている可能性が考えられる。

また、JBL と b j リーグは以下の特徴を持っていた。まず、JBL の再観戦意図を有意に規定する因子が戦術であったことは、自由記述の JBL の魅力の回答の中で、「日本でトップ」と答える観戦者が多かったことと共通し、バスケットボールに深い理解のある観戦者が多い傾向にあることが考えられる。b j リーグは、バスケットボールの最もコアなプロダクトであるゲーム・プレー因子と、それを見守る為の環境因子が再観戦意図を規定していることが特徴的であった。自由記述回答では b j リーグの魅力に関して、「地域性」「身近」「エンターテインメント」との回答が上位を占めたことと、同伴者の 40%以上が家族だったことと、アクセスにおいて半数以上が 30 分以内であったことから、週末で家族と楽しむ身近なプロスポーツとしての魅力があるといえる。

第6章 結論と今後の課題

「日本のバスケットは面白い」をテーマに掲げた **LEGEND** は、ゲームの質以外にも、ファッションという新たな要素で人々を惹きつけていた。

本研究では、プロダクト構造の概念を用いて研究を進めたが、大規模組織で行われるメガスポーツや、協会傘下のトップリーグを批判するものではない。**JBA** や、その傘下である **JBL**、**b j** リーグは強化、育成、普及を掲げ活動している。それらの活動は、世界各国と連携し、我が国のバスケットボール競技における発展に、今後も重要となっていくだろう。

杉本(1995)が、「なにも全てが **J** リーグや大相撲のようにする必要はない。それぞれの文化が独立した文化として存在してこそ、スポーツ文化はサブカルチャーとしての機能を果たしうる」と述べているように、このような商品価値を確立したイベントが継続して行われることがスポーツ文化の活性に重要だと考える。

発展段階にある、ストリートボールという競技において、**LEGEND** は解散してしまったが、研究結果に表れたように、世界規模や全国規模で統括される団体以外のところでも、制度を独自に変え新たな魅力をプロデュースしている団体が今後も継続的に活動することが、ルールや勝敗に対して従属や支配をされることなくスポーツが行われる豊かなスポーツ文化の発展に繋がっていくのではないだろうか。

また、国際バスケットボール連盟 **FIBA** が、**FIBA33** というハーフコートで行われる **3 on 3** の大会を **2020** 年オリンピック正式種目へ移行したいという意思表示をしているが、日本のストリートボールは日本で誕生し発展したスポーツとして、大規模組織とのルールの統一などが起こらないことを願っている。

最後に、研究の限界として本研究では手違いにより、**b j** リーグと **JBL** の観戦回数に関する項目の抜けがあり、観戦行動を把握できなかったことが挙げられる。ストリートボール観戦と既存のリーグ観戦の関係を明かすことや、**LEGEND** 観戦者が、ストリートボールを見てバスケットボールを始めたのか、バスケットボールをしている人が見に来るようになったのかという因果関係が証明されれば、さらなる **LEGEND** の商品価値の証明になったであろう。この観戦行動やするスポーツとの因果関係を今後の課題とする。

参考・引用文献

1. 宇土正彦 畑攻 小山さなえ (1996) 『プロスポーツのマネジメントに関する研究—特に観戦者の特性との関連から見るスポーツプロダクト・プロデュース論の試み』 日本女子体育大学紀要 (26), 73-78, 1996-0
2. 小野里真弓 畑攻 (2003) 『WJBL(バスケットボール女子日本リーグ機構)の観戦者特性に関する基礎的研究』 「日本女子体育大学紀要 33, 41-47, 2003-03」
3. 小野里真弓 畑攻 齊藤隆志 (2005) 『観戦者からみたスポーツプロダクトとしての W リーグの分析と考察』 「日本女子体育大学紀要 35, 17-25, 2005-03」
4. 小野里真弓 畑攻 前田佳奈 (2007) 『Mulin のスポーツプロダクトモデルによるテニスストレスの分析と考察』 「上武大学ビジネス情報学部紀要 6(2), 55-69, 2007-12」
5. 小野里真弓 (2009) 『BC リーグのマネジメントに関する基礎的研究—群馬ダイヤモンドペガサスの観戦者調査を事例として』 「上武大学ビジネス情報学部紀要 7(2), 73-82, 2009-03 」
6. 小山さなえ 宇土正彦 畑攻 (1996) 『プロスポーツの観戦者行動に関する研究—特にスポーツプロダクト論の試みを中心に—』 「日本体育学会大会号 (47), 386, 1996-08-25 」
7. 河内敏光 (2005) 『意地を通せば夢は叶う! b j リーグの奇跡』 東洋経済社
8. 齊藤隆志 新出昌明 川崎登志喜 (1996) 『みるスポーツプロダクト構造の実証的研究—特にスポーツマーケティング論としての中核的便益の因子構造について—』 日本体育学会大会号 (47), 385, 1996-08-25
9. 笹川スポーツ財団 (2006) 『スポーツライフデータ 2006』
10. 杉本厚夫 (1995) 『スポーツ文化の変容—多様化と画一化の文化秩序』 世界思想社
11. 高田 一慶 原田 宗彦 備前 嘉文 (2008) 『わが国の球技系トップリーグ観戦者に関する研究—クラスター分析を用いた観戦者の分類』 「スポーツ産業学研究 18(1), 25-42, 2008-03 日本スポーツ産業学会」
12. 中村敏雄 (1968) 『近代スポーツ批判』 三省堂
13. 中村敏雄 (1991) 『スポーツルールの社会学』 朝日選書
14. 永富慎也 藤本淳也 永田順也 住田健 (2008) 『b j リーグの観戦者の特性に関する研究—2005~2006 年シーズンと 2006~2007 年シーズンの縦断的分析—』 「大阪体育大学紀要 39, 225-235, 2008-03」

15. 原田宗彦 (2002) 『スポーツイベントの経済学』 平凡社
16. 原田宗彦 (2008) 『スポーツマーケティング』 大修館書店
17. 水上雅子 畑攻 小野里真弓 (2002) 『スポーツビジネスサービスにおけるプロダクトマネジメントに関する基礎的研究』 「日本女子体育大学紀要 32, 133-140, 2002-03」
18. 八代勉 中村平 (2002) 『体育・スポーツ経営学講義』 大修館書店
19. 柳沢和雄 八代勉 中尾健一郎 中澤眞 浪越一喜 木村和彦 (1998) 『フィットネスクラブのプロダクト構造と顧客満足の規定因』 「筑波大学体育科学系紀要第 21 巻:87-98」
20. P.Kotlar (2002) :(監修) 恩藏直人 『コトラーのマーケティングマネジメント 基本編』ピアソンエデュケーション
21. Yosuke Tsuji, Gregg Bennett, and James Zhang (2007) 『Consumer Satisfaction with an Action Sports Event』 「Sports Marketing quarterly, 2007,16 199-208」
22. 日本バスケットボール協会公式ホームページ <http://www.jabba-net.com/>
23. b j リーグ公式ホームページ <http://www.bj-league.com/bj/Top.do>
24. JBL 公式ホームページ <http://www.jbl.or.jp/>
25. LEGEND 公式ホームページ <http://legendbasketball.jp/>

LEGEND観戦者に関するアンケート

2010.06.12(土)

このアンケートは、修士論文における研究の参考資料とすることを目的に、本日ご観戦の皆様に対して実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理致しますので皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。
以上の主旨をご理解頂き、どうか率直なご回答とご意見をお寄せ下さいますようお願いいたします。

早稲田大学大学院 スポーツ科学研究科

安藤 太郎

木村 和彦

Q1. あなたが考えるバスケの魅力とはなんですか？

Q2. あなたが考えるLEGENDの魅力とはなんですか？

Q3. 前回(6月12日)アンケートに答えましたか？

はい・いいえ

Q.3 性別についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 男性 2. 女性

Q4. 年齢はおいくつですか。数字でお答え下さい。

()歳

Q5. ご職業についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1.学生 2. 主婦・主夫 3. 会社員・公務員 4. 自営業 5. パート・アルバイト 6. 無職 7. その他()

Q6. ご自宅から会場までの所要時間(片道)はどのくらいでしたか。

片道およそ()時間()分

Q7. JBLやbjリーグの観戦経験はありますか？どちらかに○をつけてください。

有 ・ 無

(有の方は回数をご記入下さい)

()回

Q8. あなたのバスケットボール競技経験についてお伺いします。あてはまるものに○をつけてください。

1. 現在、部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行っている。
2. 過去に部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行っていた。
3. 現在も過去も部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行ったことはない。

Q9. あなたは今までに何回LEGENDを観戦したことがありますか？

計()回

Q10. あなたは今日誰と観戦にいらっしゃいましたか。あてはまる番号全てに○をつけてください。

1. 友人 2. 家族 3. 会社の同僚 4. 恋人 5. 一人で来た 6. その他()

Q11. 本日の試合についてお伺いします。あてはまる数字に○をつけてください。

	大変良かった		良かった		どちらともいえない		悪かった		大変悪かった	
LEGEND関連商品の品揃え	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
試合のドラマチック性	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
プレーのパワフルさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
Webサイトの便利さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手の組み合わせ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	

—裏面に続きます—

	大変良かった		良かった		どちらともいえない		悪かった		大変悪かった	
受付スタッフの親切さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
プレーのスピード感	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手のファッション性（ウェアや服装）	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
高さ（空中戦）	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
ゲームの采配	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
入場のしやすさ(快適さ)	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
意外性のあるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
シートの快適さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
ビデオスクリーンの見やすさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手のプレイ以外のパフォーマンス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
安全管理	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手のファンサービス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
テンポの良さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
音楽	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
チームの戦術	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
パンフレットやスクリーンでの情報提供	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手の起用(メンバー構成)	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
チームとの一体感	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
試合結果(勝敗)	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
イベントスタッフの態度	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
複数の選手によるコンビネーションプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
ゲームの形式	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
飲食サービス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
座席からの試合の見やすさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
迫力あるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
チケットの値段	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
観客との一体感	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
魅せるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手の外見（容姿）	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
MCの盛り上げ方	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
会場へのアクセス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
試合ルール	5	---	4	---	3	---	2	---	1	

	非常に満足		満足		どちらともいえない		不満		非常に不満	
本日のLEGENDに対する全体的な満足度	5	---	4	---	3	---	2	---	1	

	是非観戦したい			どちらでもない			全く観戦したくない		
次回も、LEGENDを会場で観戦したいですか。	5	---	4	---	3	---	2	---	1

質問は以上です。ご協力頂きまして、誠にありがとうございました。

JBL観戦者に関するアンケート

2010.11.6(土)

このアンケートは、修士論文における研究の参考資料とすることを目的に、本日ご観戦の皆様に対して実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理致しますので皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。
以上の主旨をご理解頂き、どうか率直なご回答とご意見をお寄せ下さいませようお願いいたします。

早稲田大学大学院 スポーツ科学研究科

木村 和彦
安藤 太郎

Q1. あなたが考えるバスケの魅力とは何ですか？

Q2. あなたが考えるJBLの魅力とは何ですか？

Q3. 性別についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 男性 2. 女性

Q4. 年齢はおいくつですか。数字でお答えください。

()歳

Q5. ご職業についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 学生 2. 主婦・主夫 3. 会社員・公務員 4. 自営業 5. パート・アルバイト 6. 無職 7. その他()

Q6. 会社員の方にお伺いします。あなたの所属する会社は、本日試合を行ったチームの会社、もしくはその系列会社ですか？

はい ・ いいえ

Q7. ご自宅から会場までの所要時間(片道)はどのくらいでしたか。

片道およそ()時間()分

Q8. bjリーグの観戦経験はありますか？どちらかに○をつけてください。

有 ・ 無

(有の方は回数をご記入下さい)

()回

Q9. ストリートボール(LEGEND等)の観戦経験はありますか？どちらかに○をつけてください。

※3on3などのイベント

(有の方は回数をご記入下さい)

有 ・ 無

()回

Q10. あなたのバスケットボール競技経験についてお伺いします。あてまるもの1つに○をつけてください。

1. 現在、部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行っている。
2. 過去に部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行っていた。
3. 現在も過去も部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行ったことはない。

Q11. あなたは今日誰と観戦にいらっしゃいましたか。あてはまる番号全てに○をつけてください。

1. 友人 2. 家族 3. 会社の同僚 4. 恋人 5. 一人で来た 6. その他()

—裏面に続きます—

Q12. 本日の試合についてお伺いします。あてはまる数字に○をつけてください。

	大変良かった		良かった		どちらともいえない		悪かった		大変悪かった	
JBL関連商品の品揃え	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
試合のドラマティック性	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
プレーのパワフルさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
Webサイトの便利さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手の組み合わせ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
受付スタッフの親切さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
プレーのスピード感	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手のファッション性（ウェアや服装）	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
高さ（空中戦）	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
ゲームの采配	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
入場のしやすさ(快適さ)	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
意外性のあるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
シートの快適さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
ビデオスクリーンの見やすさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手のプレー以外のパフォーマンス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
安全管理	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手のファンサービス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
テンポの良さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
音楽	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
チームの戦術	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
パンフレットやスクリーンでの情報提供	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手の起用(メンバー構成)	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
チームとの一体感	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
試合結果(勝敗)	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
イベントスタッフの態度	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
複数の選手によるコンビネーションプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
ゲームの形式	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
飲食サービス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
座席からの試合の見やすさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
迫力あるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
チケットの値段	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
観客との一体感	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
魅せるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
選手の外見（容姿）	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
MCの盛り上げ方	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
会場へのアクセス	5	---	4	---	3	---	2	---	1	
試合ルール	5	---	4	---	3	---	2	---	1	

	非常に満足		満足		どちらともいえない		不満		非常に不満	
本日の試合に対する全体的な満足	5	---	4	---	3	---	2	---	1	

	是非観戦したい			どちらでもない			全く観戦したくない		
次回も、JBLの会場で観戦したいですか	5	---	4	---	3	---	2	---	1

質問は以上です。ご協力頂きまして、誠にありがとうございました。

bjリーグ観戦者に関するアンケート

2010.11.7(日)

このアンケートは、修士論文における研究の参考資料とすることを目的に、本日ご観戦の皆様に対して実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理致しますので皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。
以上の主旨をご理解頂き、どうか率直なご回答とご意見をお寄せ下さいますようお願いいたします。

早稲田大学大学院 スポーツ科学研究科

木村 和彦

安藤 太郎

Q1. あなたが考えるバスケの魅力とはなんですか？

Q2. あなたが考えるbjリーグの魅力とはなんですか？

Q3. 性別についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 男性 2. 女性

Q4. 年齢はおいくつですか?数字でお答え下さい。

()歳

Q5. ご職業についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 学生 2. 主婦・主夫 3. 会社員・公務員 4. 自営業 5. パート・アルバイト 6. 無職 7. その他()

Q6. ご自宅から会場までの所要時間(片道)はどのくらいでしたか。

片道およそ()時間()分

Q7. JBLの観戦経験はありますか？どちらか1つに○をつけてください。

有 ・ 無

(有の方は回数をご記入下さい)

()回

Q8. ストリートボール(LEGEND等)の観戦経験はありますか？どちらか1つに○をつけてください。

※3on3などのイベント

(有の方は回数をご記入下さい)

有 ・ 無

()回

Q8. あなたのバスケットボール競技経験についてお伺いします。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 現在、部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行っている。
2. 過去に部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行っていた。
3. 現在も過去も部活・クラブ・サークルに所属し、バスケットボールを行ったことはない。

Q10. あなたは今日誰と観戦にいらっしゃいましたか?あてはまる番号全てに○をつけてください。

1. 友人 2. 家族 3. 会社の同僚 4. 恋人 5. 一人で来た 6. その他()

—裏面に続きます—

Q11. 本日の試合についてお伺いします。あてはまる数字に○をつけてください。

	大変良かった		良かった		どちらともいえない		悪かった		大変悪かった
bjリーグ関連商品の品揃え	5	---	4	---	3	---	2	---	1
試合のドラマティック性	5	---	4	---	3	---	2	---	1
プレーのパワフルさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
Webサイトの便利さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
選手の組み合わせ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
受付スタッフの親切さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
プレーのスピード感	5	---	4	---	3	---	2	---	1
選手のファッション性（ウェアや服装）	5	---	4	---	3	---	2	---	1
高さ（空中戦）	5	---	4	---	3	---	2	---	1
ゲームの采配	5	---	4	---	3	---	2	---	1
入場のしやすさ(快適さ)	5	---	4	---	3	---	2	---	1
意外性のあるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1
シートの快適さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
ビデオスクリーンの見やすさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
選手のプレー以外のパフォーマンス	5	---	4	---	3	---	2	---	1
安全管理	5	---	4	---	3	---	2	---	1
選手のファンサービス	5	---	4	---	3	---	2	---	1
テンポの良さ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
音楽	5	---	4	---	3	---	2	---	1
チームの戦術	5	---	4	---	3	---	2	---	1
パンフレットやスクリーンでの情報提供	5	---	4	---	3	---	2	---	1
選手の起用(メンバー構成)	5	---	4	---	3	---	2	---	1
チームとの一体感	5	---	4	---	3	---	2	---	1
試合結果(勝敗)	5	---	4	---	3	---	2	---	1
イベントスタッフの態度	5	---	4	---	3	---	2	---	1
複数の選手によるコンビネーションプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1
ゲームの形式	5	---	4	---	3	---	2	---	1
飲食サービス	5	---	4	---	3	---	2	---	1
座席からの試合の見やすさ	5	---	4	---	3	---	2	---	1
迫力あるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1
チケットの値段	5	---	4	---	3	---	2	---	1
観客との一体感	5	---	4	---	3	---	2	---	1
魅せるプレー	5	---	4	---	3	---	2	---	1
選手の外見（容姿）	5	---	4	---	3	---	2	---	1
MCの盛り上げ方	5	---	4	---	3	---	2	---	1
会場へのアクセス	5	---	4	---	3	---	2	---	1
試合ルール	5	---	4	---	3	---	2	---	1

	非常に満足		満足		どちらともいえない		不満		非常に不満	
本日のbjリーグに対する全体的な満足度	5	---	4	---	3	---	2	---	1	

	是非観戦したい			どちらでもない			全く観戦したくない		
次回も、bjリーグを会場で観戦したいですか。	5	---	4	---	3	---	2	---	1

質問は以上です。ご協力頂きまして、誠にありがとうございました。

謝辞

この2年間で、木村先生には「熱と技」を持って研究に取り組むことを教えていただきました。入学当初、バスケットボールの組織や経営に関する研究をしたいと思っていたものの、本当に情熱のみしか持ち合わせず、先生やゼミ生には多大な迷惑をおかけしました、そのような時も、大らかに、時に厳しく、見放さずに指導してくださいまして、本当にありがとうございました。今後研究以外のことに取り組むときも、この「熱と技」の考え方を生かしていきたいです。

今までバスケットボールしかしてこなかった私にとって、自分の専門外の種目や、スポーツ以外の分野にも幅広く好奇心を持ち知識を高めよう研究室のみなさんと研究を進めていくことは、とても新鮮で刺激的でした。さまざまな指摘をしていただいたお陰で研究に対し情熱しか持ち合わせていなかった私もなんとか技術を身につけ、修士論文を提出することができました。

また、副査を快く引き受けてくれた倉石先生、研究について相談に行った時に親身になって、適切な助言をしてくださいましてありがとうございました。

さらに、副査を担当して頂いた武藤先生、連載の「日本のバスケットボールの発展はコンビニの駐車場から始まる」という主旨の言葉から、私の研究は始まりました。

そして、調査を快く引き受けていただいた **LEGEND** の秋葉様、埼玉ブロンコスの皆様、日本バスケットボール協会の皆様には、大変感謝しております。突然の調査願いにも親切に応じてくださいまして、本当にありがとうございました。この論文の内容が少しでも今後経営のお役にたてれば幸いです。

最後に、貴重なご意見や助言をしてくださった本学の諸先生方、調査にご協力してくださった多くの方々にもこの場を借りて、深く御礼申し上げます。

2011 年 1 月 12 日

安藤 太郎