

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—

スポーツビジネスマネジメント研究領域

5009A006-3 安藤 太郎

研究指導教員：木村 和彦 教授

【研究方法】

1. 調査方法

調査は、各リーグの調査日に観戦に訪れた観戦者を対象に質問紙調査を実施した。調査日は、6月12日(LEGEND)と11月5日(JBL)、11月28日(b j リーグ)である。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回収した。回収数は、LEGEND 115 部、JBL 105 部、b j リーグ 159 部であった。

2. 分析手法

まず国内バスケットボール観戦者を母集団としたサンプルのプロダクト評価37項目に対して、探索的因子分析を行い因子を抽出した。次に、抽出された因子ごとに素点の算術平均を計算し因子の評価得点とした。そしてこの因子の評価得点に対し全体満足度と再観戦意図それぞれを従属変数とし重回帰分析を行った。

最後にサンプルを各リーグにセグメンテーションし、再び全体満足度と再観戦意図に重回帰分析し、その結果を比較した。

【結果】

プロダクト評価37項目に対し因子分析を行った。その結果、「ゲーム・プレー因子」「環境因子」「ファッション因子」「安心因子」「戦術因子」の5因子が抽出された。

1. 全体満足度を規定する要因

表1は全てのサンプルに対し、独立変数を抽出された5因子とし、従属変数を全体満足度として重回帰分析を行った結果である。

【緒言】

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。

その一方で、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」ことやテレビ会社の放送時間の問題によるルール変更など、大規模組織によってスポーツが秩序付けられていることを指摘し、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。

バスケットボール競技に焦点を当てると、ストリートボールイベントが新たに各地で行われ始めている。

その中で、興行としてイベントを行うLEGENDに焦点を当て、新たなイベントが観戦者に与える満足や楽しみを検証するため、既存のリーグであるb j リーグ、JBL とプロダクト構造の比較分析を行った。

【研究の目的】

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した。

表1. 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 ***

戦術因子以外の4因子が有意に全体満足度に対し影響を与えていることが確認された。

さらに、サンプルを各リーグにセグメントし全体満足度に与える影響を分析した。

表2. リーグ別にみた総合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、bjリーグの2つのリーグで「ゲーム・プレー」因子が有意に全体満足度に影響を与えていることが確認された。

2. 再観戦意図を規定する要因

次に表3は、全てのサンプルに対し、従属変数を再観戦意図とし独立変数を各因子として重回帰分析を行った結果である。

表3. 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 ***

「ゲーム・プレー」因子のみが有意に再観戦意図に影響を与えていることが確認された。

そして、サンプルを各リーグにセグメントし全体満足度に与える影響を分析した。

表4. 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 では、「ゲーム・プレー」因子と「フ

アクション」因子が有意に再観戦意図に影響を与えていた。また、JBL は、「戦術」因子、bjリーグは、「ゲーム・プレー」因子と「安心」因子が再観戦意図に有意に影響を与えていることが明らかになった。

母集団を国内バスケットボール観戦者とした時、影響力の強さはゲーム・プレー因子>安心因子>環境因子>ファッション因子となった。その中でもファッション因子は有意にマイナスの影響を与える因子であった。しかしLEGEND 観戦者の中では、ファッション因子が有意にプラスの影響を与えていた。ファッション因子は、「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」の項目からなる因子であり、LEGENDの観戦者は、バスケットボールの観戦に付随する音楽やMC、パンフレットを楽しみとしていることが明らかになった。

【結論】

本研究により、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、スポーツプロダクトとして独自の商品価値を持つことが確認された。

杉本(1995)が、「なにも全てがJリーグや大相撲のようになる必要はない。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。

