

プロバスケットボールチーム 京都ハンナリーズ観戦需要と動員手法に関する研究

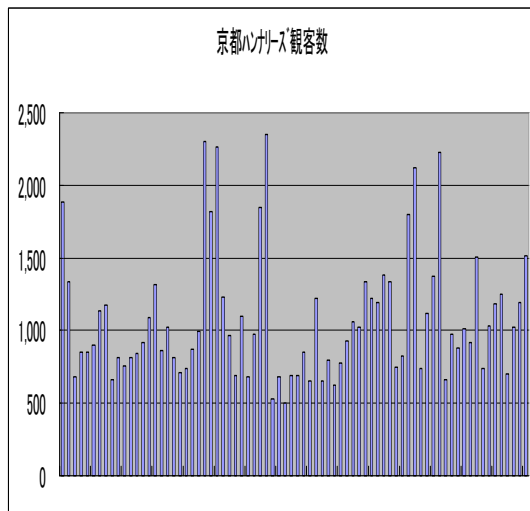
トップスポーツマネジメントコース

5012A317-7 土井 茂

研究指導教員: 平田 竹男 教授

【1. 序論】

日本初のプロバスケットボールリーグであるbjリーグに2009～10年シーズンから所属している京都ハンナリーズのホームゲーム試合毎の観客数は、図1の様に参入当初より極めて不安定な状況である。



実際の観客数は、事業計画における観客数を大幅に下回り、収入の柱であるチケット収入に大きな負の影響を及ぼしている。

この状況を運営会社の経営という見地からではなく、客観的な学術的見地から分析すること、対象チームばかりではなく集客に課題があるスポーツチームの集客力向上に貢献すること、また動員手法の効果を推測することで実務面における価値、およびバスケットボールにおける観戦需要の研究は日本では行われていない上、特定チームに焦

点を合わせた研究もバスケットボールでは存在せず、また動員手法が研究された例も存在しないことから、学術面にも新規性があり、実務面、学術面の両面において意義があると考えられる。

本研究は、日本プロバスケットボールリーグ所属の京都ハンナリーズにおける「観客数」がどのような要因の影響を受けているかを導き出す研究である。また並行して、観客数に影響を与えるとされる動員を、その手法によって分類し、それぞれの手法と成果の因果関係の研究を付与している。

【2. 研究の分析手法】

研究1として、「観客数」を目的変数とし、それに「影響すると想定される変数」を各種要因別に抽出し説明変数を設定して、重回帰分析による分析を行った。

「影響すると想定される変数」として、先行研究で採用された要因を参考にし「経済的要因」「試合要因」「人気要因」「会場要因」「販促要因」「特殊要因」に分類して19個の変数を使用した。

また研究2として、研究1の回帰分析で「観客数」に最も影響を与えることが明らかになった「動員」を、「スポンサー動員」「タイアップ動員」「有料企画動員」「無料企画動員」に分類し、作業要素である「時間」「コスト」「(動員数)予測」にランクを付け、それぞ

れの動員手法の特性と効果について、対象チームが実際に行った動員と照合して検証した。

【3. 研究の分析結果】

研究1における重回帰分析の結果、調整済み R^2 値が0.767となり、6個の説明変数（有料チケット平均価格、リーグ観客数、AWAY人気度、駅からの距離、動員、招待客数）で目的変数「観客数」を約77%説明できることが明らかとなった。

研究2の動員手法の要素分類の分析の結果、「スポンサー動員」が最も短時間かつ低コストで実行でき、かつ動員数の予測もしやすいこと、「有料企画動員」と「無料企画動員」は全ての要素において差が無いことが分かった。

また動員効果の分析の結果、「タイアップ動員」と「無料企画動員」が最も平均の動員力が大きいこと、「スポンサー動員」は特定の対象に依存していること、「有料企画動員」が最も安定的であることが分かった。

【4. 考察】

研究1において、試合要因が「観客数」に影響を与えていないことや、「リーグ観客数」や「AWAY人気度」が正の影響を与えていることから、対象チームの認知度や関心度が他の人気チーム等と比して低いことが推察される。メディア環境面も含めた告知手法の研究が今後の課題となる。「半径5Km人口」が影響していないことや、「駅からの距離」が負の影響を与えていることから、地方都市で駐車場が完備された会場での開催に期待が持てると考えられる。

研究2において、手法それぞれが持つ効

果を得るためには、チームがフランチャイズ地域に多くの従業員や顧客を抱えるスポンサーを多く獲得すること、バスケットボール協会に代表される地域のスポーツ団体や行政・経済団体と友好な関係を築いていることなど、各手法を活かすための環境が必要である。

本来であれば、このような動員をせずに安定したたくさんの観客数を誘引できるチーム・会社が求められると考える。しかしながら実業団チームが減少していく現状において、その各々のスポーツチームの活動を安定化するための経済活動が無視しては、その状況は益々悪化していくことが予想される。放映権収入が大きく期待できない競技やチームにおいて「チケット収入」つまり「有料観客数」の増加が重要であるということとは紛れも無い事実である。

今回は調整済み R^2 値が0.767という結果を得ることができたが、スタートして間もないチームの研究であるが故、全試合数が76試合しかなく、今後、試合数（サンプル数）が増えることにより、今回の結果がどのように変化していくのかが注目されるポイントとなる。

本研究は、集客に課題があるチームの内部データを数多く利用したものである。多くの地域、多くの競技において同じような課題を持つチームの研究が進み、そのデータを持ち寄りグループ化して傾向を見ることで、リーグ全体からみたアプローチと異なるイメージが見えてくることが期待される。