

フットサル参加者におけるFリーグ観戦阻害要因 ークラスター分析を用いた参加者の分類一

スポーツビジネス研究領域

5016A040-8 三上舟斗

指導教員：原田宗彦

第1章 背景

フットサルは、日本に1970年頃にブラジルから伝わり、広い敷地や大勢の仲間がいなくても行える、気軽さから全国的に広がりを見せている。SSF 笹川スポーツ財団のスポーツ白書によるとフットサルを1年に一回以上実施する推計実施人数は、2006年の239万人から2014年までの8年間で140万人以上の急増を見せている。

一方でFリーグの観戦者数は2007年に開幕して以降、2007年～2008年156,841人から2014年～2015年シーズンまでの259,687人観客数を増やしてきたが、それ以降の2シーズンは減少傾向が見られ2017年～2018年シーズンも減少が見込まれる。これまで多くの研究で入場者数が入場料収入と直結し、チームにとって重要な収入源である(武藤, 2008)ことやFリーグ運営には人件費、体育館使用料など年間2億円ほどかかる(茂木, 2007)。リーグの安定した運営のため一定以上の観客者の集客が望まれ、Fリーグにおいても観客動員数は早急に解決すべき課題だと言える。

このようにフットサルでは「するスポーツ」と「見るスポーツ」の間に対照的な現象が起こっている。参加人口は多いが観戦者が少ないスポーツにおいてはそのスポーツを行っているものを上手く観戦者へと誘導していくことも重要である(霜島, 2013)と指摘され、テニスと同様フットサルにおいても重要だと考えられる。

Tokuyama (2011) は、「見るスポーツ」「するスポーツ」ではそれぞれの活動で重要な動機が存在し、二つのグループの動機の類似性があると述べている。また松岡 (2014) はスポーツ活動の関与が観戦動機に影響を与えることを明らかにしている。このように「見るスポーツ」「するスポーツ」の関係性についての動機研究では多く行われているが動機と表裏一体とされる(Kim and Trail, 2010)阻害要因でも研究されるべきだと考えられる

第2章 研究の目的

阻害要因は個人が特定の活動への参加を妨げる様々

な要因の事を指す(Searle and Jackson, 1985)と述べている。これまで阻害要因の研究はレジャー活動を対象に多く行われており、その中でも代表的な研究である。Crawford et al. (1991) は、レジャー活動に参加するにあたり生じる阻害を個人内要因(Intrapersonal Constraints)、対人的要因(Interpersonal Constraints)、構造的要因(Structural Constraints)の3つの要因が階層的に影響し、これらを乗り越えることでレジャー活動の参加につながると述べられている。この研究は多くの阻害要因研究に引用されており、数少ないスポーツ観戦の阻害要因研究でも引用されている。

山下 (2016) の研究では観戦者が構造的要因(Structural Constraints)を乗り越える(ネゴシエート)する際、チームへの愛着と価値が制約を緩和させることが述べられている。テニス参加者の観戦阻害要因に関する研究(霜島ら, 2012)では、観戦意図の高い非観戦者を対象に対人的要因と構造的要因に着目し研究されている。このようにスポーツ観戦の阻害要因研究では、三つの要因のいずれかに着目される場合が多い。

灰田 (2013) の非観戦者に対するJリーグの観戦阻害要因を研究した。対象チームを認知している非観戦者を対象に行われ三つの要因が同時に研究され観戦歴、観戦意図、競技愛好度、チーム愛好度、他競技観戦頻度男女などの阻害要因の差が検証された。

上述した理由を踏まえ本研究の目的の一つ目は、灰田 (2013) が用いた、Jリーグのスタジアム観戦阻害要因の妥当性と信頼性の検証を行うこと。

二つ目は、フットサル参加者の観戦阻害要因に着目し、クラスター分析を用いてセグメンテーションごとの特徴を把握することである。

本研究は、Fリーグ観戦者のマーケットを広げるべくフットサル参加者を対象とし、Fリーグの新規顧客獲得において効率的なマーケティングを行うための基礎資料になる。またこれまでのスポーツ観戦研究では、行われていない観戦不参加グループの

分類を行うことは学術的にも有意義である。

第3章 研究の方法

灰田(2013)の観戦阻害要因を一部改変し、9因子30項目で分析した。

Fリーグ会場(町田市、墨田区、府中市)から50分以内のフットサル場、体育館でフットサル参加の主要ケースと考えられる個人フットサル(スクールを含む)、チーム、サークル活動でフットサルに参加している人を対象とした。

2017年10月27日～11月16日を調査期間とし、質問紙調査を行った。質問紙を渡す際、これまでに観戦を行っていないかとFリーグを認知しているかの、2点を事前に口頭で確認して配布した。

調査結果は326部を配布と回収し、有効回答は288部であった。サンプルの平均年齢26.07歳(SD=7.02)参加形態は46.5%が個人参加、フットサル参加頻度は週1～2回行う人が41.3%で最も多かった、他競技の平均観戦回数は4.94回であった。

第4章 結果

サンプルの基本特性として、性別、年齢、自由裁量所得(おこづかい)、フットサルの参加頻度、参加形態を用いた。サンプルの性別比は男性が86.1%(n=248)、女性が13.9%(n=40)であった。年齢は平均が26.07歳、22歳以下が33.3%(n=96)、22～29歳が4.0%(n=98)、30～39歳が21.5%(n=62)、40歳以上が5.2%(n=15)であった。

確認的因子分析を用いてモデルの妥当性を検証した。結果モデルの適合度はCMIF/DF=2.965、CFI=.85、RMSEA=.08であった。

第5章 まとめ

各阻害要因因子は、「テレビ観戦=WTV」、「金銭的リスク=MONEY」、「時間的リスク=TIME」、「移動に対する障壁=TRA」、「心身の不適合=PSYB」、「コアプロダクト=CPR」、「情報の欠如=LOI」、「他のスポーツ=OS」、「同伴者の不在=WPA」が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4～8を行い各クラスターが一定のサンプルを確保できたクラスター数が4個を採用し、それぞれのクラスターの特徴を踏まえ命名を行った。

各クラスターは「観戦阻害要因を感じていない参加者」、「個人内観戦阻害を強く感じている参加者」、

「対人的観戦阻害要因を強く感じている参加者」、「構造的観戦阻害要因を強く感じている参加者」命名した。

χ^2 乗検定と一元配置分散分析を用いて、各クラスターの特性の比較で有意な差が見られなかった。ためクラスターの特性までは明らかにならなかった。

表1 クラスターごとの阻害因子の平均得点

	1	2	3	4
WTV	3.03	3.60	5.00	4.61
MONEY	1.65	2.16	4.83	4.13
TIME	1.65	2.16	4.83	4.02
TRA	2.66	2.98	3.79	4.22
PSYB	1.77	1.91	2.69	3.63
CPR	1.59	2.17	4.61	3.50
LOI	3.29	4.89	2.87	5.15
OS	2.04	5.18	6.40	4.93
WPA	2.66	5.21	4.11	5.08

「他のスポーツ観戦」が強い阻害要因になっているのは、週末開催が中心のJリーグとFリーグでJリーグを選好しているからと考えられる。フットサルはサッカーとの結びつきは強く、今後はJリーグと連動した活動を行うべきだと考えられる。

本研究で抽出したクラスターの「観戦阻害要因を感じていない参加者」は観戦への欲求が存在しないため観戦阻害要因を感じていないと考察できる。

これまで「するスポーツ」から「見るスポーツ」の誘導を目指した研究で、注目が向けられていなかった無関心層のセグメンテーションを作った。

今後の研究で「するスポーツ」から「見るスポーツ」競技への一定の興味があり、重複した動機を持つ(Tokuyama & Greenwell 2011)。しかし、効率的なマーケティングを図るには、無関心層も存在することを考慮しなければならない。

また今後「見るスポーツ」と「するスポーツ」の関係性を研究する場合、この無関心層を考慮しなければならないと言える。

本研究の限界は、観戦阻害要因尺度にモデルの適合度が基準値に満たなかった。そのため今後は観戦阻害要因の尺度の再検討が必要であると言える。また本研究で用いた、尺度はサッカーのスタジアム観戦の阻害要因のために作られたものであり、Fリーグで検討する際に改良を加えるべき項目がいくつかあったと検討される。