

# チームスイッチング行動におけるライバル観の変化 ～青島黄海のファンを対象として～

スポーツビジネス研究領域

5019A038-4 SU GUANQUN

研究指導教員:松岡 宏高 教授

## 【序論】

ここ数年、急速な経済発展とともに、中国のスポーツ産業、特にサッカービジネスも急速に進歩を遂げた。その中でも、特に急速に発展している地域として山東省が挙げられる。山東省内にある済南市と青島市をホームタウンとするプロサッカーチームである山東魯能と青島中能は十数年間にわたってライバル関係にあった。山東魯能は1部リーグに所属し、中国スーパーリーグ 3 回の優勝を記録している、山東省内で多くのファンを集める有名なチームである。一方、青島中能は青島初のプロサッカーチームとして 2013 年まで1部リーグに所属していたが、2014年に2部に降格し、さらに2017年に3部に降格し、2019 シーズンには平均観戦者数がわずかに 369 人 (transfermarkt 公式サイト) になった。このことから、この両チーム間における山東ダービーマッチが成立しなくなった。

時期を同じくして、青島にある青島黄海というチームが徐々に注目を集め、2019年に2部のチャンピオンとなり、2020年に1部へ昇格した。2019シーズンの青島黄海の平均観戦者数 (13,193人) を見ると、相当数の青島中能ファンが青島黄海へのスイッチング行動を起こしたことが推察される。そして、青島中能に代わって青島黄海が台頭したことにより、山東魯能との新たなライバル関係が形成されることとなったと考えられる。つまり、以前に青島中能のファンとして抱いていた山東魯能に対するライバル観が、新たに青島黄海のファンとなった今に

引き続がれているという興味深い現象が起こっている可能性がある。このような背景から、スポーツファンのチームスイッチング行動におけるライバル観の変化を検討することが重要であると考えられている。

## 【先行研究の検討】

これまで、スイッチングとチーム ID の関係 (Harada & Matsuoka, 1999)、チームスイッチングに影響を与える要因 (駱, 2014) についての研究があるが、チームスイッチングしたファンのライバルチームに対する態度に関する研究はほとんどなされていない。そして、この現象を形成する原因の一つとして考えられる地域愛着については、チームが互いに近いほど、ライバル関係が強くなるという距離とライバルの相関関係についての研究が多いが、地域愛着とライバルの関係の研究はほとんど行われていない

(Baimbridge et al., 1995)。そこで、地域愛着と他のチームに抱くライバル観との関係性を検討する意義もあると考えられる。

## 【研究の目的】

本研究の目的は、①特定のチームを応援するファンを対象として、ファンのチームスイッチング行動前後に他のチームに抱くライバル観の変化やその原因を明らかにすること、そして、②ライバルチームに抱くライバル観に対して、スイッチングファンと新しいファンの違いを検討することである。

## 【研究方法】

本研究では、まず、山東魯能に対するライバル関係を持つ原因を明らかにするため、青島中能を応援した経験があり、青島黄海にスイッチングした7名のファンを対象にインタビュー調査を行い、質的分析で山東魯能に対するライバル関係を持つ要因を抽出した。

次に、得られた要因を質問項目として利用し、質問紙調査を行った。各要因と山東魯能へのライバル観の関連性を明らかにし、山東魯能に抱くライバル観に対して、スイッチングファンと新しいファンの違いを検討した。オンライン調査であり、合計 284 人の回答結果を得た。そのうち、全ての項目へ正しく回答した 215 人の回答結果(有効回答率 74.7%)が分析に用いられた。

## 【結果】

### 1) 質的調査

Tyler and Cobbs(2015)が作成したライバル関係を認知する要因を参考にして、山東魯能に対するライバル関係を持つ原因について、インタビューから得られた質的データから普遍性がない「周囲の影響」を除外し、「地域愛着」「チーム ID」「済南市への評価」という3つの要因を抽出した。

### 2) 量的調査

まず、青島黄海のファンは非常に高い地域愛着を示したということである。平均値が 6.75 (7段階尺度)であった。次に、量的調査で得られたデータの相関係数から見ると、地域愛着と下位尺度の SoS、済南市への評価と OIC および OS、チーム ID と OIC および SoS は有意な相関があることが確認できた。これらの3要因はそれぞれライバル観に部分的に影響を及ぼすと推察される。

また、有効回答者 215 人のうち、48.4%に当たる回答者の 104 人が青島中能から青島黄海をスイ

ッチングしたファンであった。このスイッチングファンはスイッチング前後に山東魯能へのライバル観は有意差が認められなかった ( $p < .05$ ) という結果が確認された。

そして、スイッチングファンと青島中能を応援した経験がないファンの間でいずれの要因についても有意差が認められなかったことである ( $p < .05$ )。最後、性別差を配慮して分析した結果は女性の方が男性に比べて、済南市への評価が高いという傾向が見られた。

## 【結論】

本研究は、まず、青島黄海と青島中能のファンには山東省にある山東魯能に対するライバル観が存在することが確認された。青島黄海のファンの中で、青島中能からのスイッチングしたファンが持っている山東魯能に対するライバル観に影響する要因である「地域愛着」「チーム ID」「済南市への評価」を明らかにされた。

また、分析で得られた結果から、スイッチングファンは以前応援していたチーム(青島中能)から新たに成績を向上させてきたチーム(青島黄海)にスイッチングしても元ライバルチームに対するライバル観を保つことが明らかにされた。そして、青島中能を応援した経験がないファンはスイッチングファンと同じように、高い地域愛着と同程度のライバル観を持つことが確認された。最後、青島中能を応援した経験がないファンはスイッチングファンと同じように、高い地域愛着と同程度のライバル観を持つことが確認された。

以上の結果によって、スイッチング経歴を問わず、すべてのファンにライバル関係を周知することがチームのマーケティング担当者にとって工夫する必要があると考える。そして、どのようにライバル観を利用して、スポーツ消費者のスポーツ消費行動を促すかがマーケティング担当者にとって重要な課題だと認識されている。