

氏名 すみのみさき 隅野美砂輝 講師



主な研究テーマ

□スポーツマネジメント, スポーツマーケティング

平成25年度の研究内容とその成果

私の研究分野はスポーツマーケティング、スポーツマネジメントです。平成25年度に行った研究のうち、ここではスポーツ観戦者に関する研究をご紹介します。

JリーグではJ1・J2のリーグ戦に会場した観戦者の動向を把握するために、スタジアム観戦者調査を2001年から毎年実施しています。この調査は全国のスポーツマネジメント分野の研究者の協力のもと、J1・J2全クラブのホームゲームで行われています。Jリーグのようなプロスポーツでは、いかに多くのお客さんにスタジアムへ足を運んでもらえるかが大きな課題となっています。そのためのプロモーションやチケット팅などの戦略を考える上で、お客さんである観戦者のデータをリーグ全体で継続的に収集・分析することが必要不可欠となっているのです。私が担当しているのはロアッソ熊本。2008（平成20）年にJ2へ昇格してから継続して関わらせていただいています。平成25年度は7月27日に熊本県民総合運動公園陸上競技場で開催されたホームゲームで調査を実施しまし

た。主な調査項目には、年齢や性別などの「観戦者のプロフィール」、「観戦行動の特徴」、「Jリーグとコミュニティ」、「スタジアム観戦の動機」が設定され、アンケートによりデータを収集しました。調査対象となった試合には5,013人のファンが来場し、来場者全体を反映するように配慮しながら456人分のデータを得ることができました。



写真1 熊本県民総合運動公園陸上競技場



写真2 スタジアム調査の様子

アンケートの配布・回収は、本学の学生が担当しました（写真2）。ここでは、ロアッソ熊本の調査結果を中心に紹介したいと思います。まず「観戦者のプロフィール」についてですが、男女の割合は男性がおよそ62.3%、女性が37.7%、平均年齢は39.7歳で、リーグ全体平均とほぼ同じ結果となりました。観戦者の居住地については、ホームクラブ応援者の97.1%がホームタウンの熊本県内という結果で、これはリーグ全体でも40クラブ中で4番目に高い値となりました（リーグ平均は86.1%）。次に「観戦行動の特徴」の項目では、ひとりで観戦する割合が21.4%と昨年の10.2%に比べて多くなり、友人と一緒に観戦する割合が昨年の43.5%から31.2%に減少しました。「Jリーグとコミュニティ」の項目では、「Jクラブはホームタウンで大きな貢献をしている」ことに対し、観戦者の81.9%が肯定的な回答をしており、ロアッソ熊本が地元でしっかりと受け入れられていることが窺えました。また「スタジアム観戦の動機」の項目でも、「地元のクラブだから」と回答された値（53.3%）がリーグ中で4番目に高いという結果が得られており、「ロアッソ熊本が地元のクラブである」という意識がスタジアム観戦という行動の重要な要因となっている可能性が示されました。

これからの研究の展望

毎年のように話題となるJリーグの観客数の伸び悩みですが、2013シーズンのJ2に関しては、1試合平均で前年より860

人増の6,665人と若干持ち直しています。熊本においても、前年より372人プラスの6,227人となりました。この要因として、各クラブの集客戦略が功を奏してきた...と云えばよいのですが、このシーズンJ1から降格してきた強豪のガンバ大阪やヴィッセル神戸の影響が大きかったと言えそうです。熊本のクラブスタッフの方とも話をするのですが、観客動員数を一気に高める魔法のような方策はなかなかないのが現実です。チケットングやプロモーションなどの様々な面で、着実に確実に少しずつファン層を広げ、スタジアムに足を運ぶことを習慣化してもらうほかないと言えそうです。そのような方策の評価に繋がるような視点の調査や研究の開発が今後、クラブ経営の現場では求められているように思います。

最後にご紹介ですが、全クラブのデータをまとめた「Jリーグスタジアム観戦者調査2013サマリーレポート」（写真3）がJリーグ公式ウェブサイト（www.j-league.or.jp）に公開されています。興味のある方は是非ご覧いただければと思います。



写真3 Jリーグスタジアム観戦者調査2013サマリーレポート