

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30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30年度に行った研究のうち, 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・J3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, いかにも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ティング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J2に所属しているロアッソ熊本とJ3に所属している鹿児島ユナイテッド。ここではスペースの都合上, ロアッソ熊本のデータのみをご紹介します。

平成30年度は7月16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 3,571人のファンが会場し, 会場者全体を反映するように配慮しながら443人分のデータを得ることができました。アンケートの配布・回収は, 本学の学生・大学院生が担当しました(写真2)。

主な結果として, 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52.7%, 女性が47.3%, 平均年齢は44.7歳となりました。観戦者の居住地については, ホームクラブ応援者の98.8%がホームタウンの熊本県内という結果で, これはJ1・J2全体でも40クラブ中で2番目に高い値となりました(リーグ平均は85.6%)。次に「観戦行動の特徴」の項目のうち, 同伴者についての結果では, 家族と一緒に観戦する割合が最も多く56.5%。次いで友人と観戦する割合が

26.8%，ひとりで観戦する割合が21.3%となりました。「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」ことに対し肯定的な回答をした観戦者の割合は80.9%と、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（53.4%）がJ1・J2全体で3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リーグの観客数ですが、2018シーズンのJ2に関しては、1試合平均で前年より1.1%（79人）増の7,049人となりました。一方、熊本においては前年より19.6%（1,288人）減の5,269人となりました。この減少のひとつの理由としては、リーグ成績の低迷が挙げられます。実はロアッソ熊本、2018シーズンはJ2リーグ42試合中9勝7分26敗の22クラブ中21位となり、J3リーグへの降格となってしまったのです。プロスポーツビジネスでは競技上の勝敗がはっきりしているため、内容にもよりますが、今回のようにリーグ順位で最下位近くになると、観客動員に代表されるビジネス面での数字も連動して悪化してしまうことがあります。理想としては、勝敗に左右されないクラブビジ

ネス経営、リーグビジネス経営を行うことなのですが、ロアッソ熊本はその課題に現在正しく直面していると言って良いでしょう。今後は、勝敗に関わらずクラブを応援し続けてくれるようなファンをどのように育てていくのかを明らかにしていく調査研究が求められるでしょう。

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2018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](http://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1，写真2とも過年度のもの。



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



写真3 Jリーグスタジアム観戦者調査2018  
サマリーレポート