

氏名 すみのの みさき 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

令和元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。令和元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。私が調査を担当しているのはJ2に所属している鹿児島ユナイテッドとJ3に所属しているロアッソ熊本。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。

令和元年度は8月4日にえがお健康スタ

ジアム(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, 無記名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 3,914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439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およそ57.4%, 女性が42.6%, 平均年齢は43.7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97.7%がホームタウンの熊本県内という結果で, これはJ3の15クラブ中で2番目に高い値となりました(リーグ平均は92.7%)。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64.3%。

次いで友人と観戦する割合が23.0%、ひとりで観戦する割合が17.5%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86.3%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」が5点満点中4.78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

2019シーズンは、ロアッソ熊本にとってJ3に降格した1年目ということもあり、平均観客動員数が減少すると予想されていましたが、終わってみれば、J2所属だった2018シーズンの5,269人と比較し、264人増の5,533人となりました。プロスポーツビジネスでは競技上の成績がはっきりしているため、今回のようにリーグを降格したりすると、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、成績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が求められるのですが、ロアッソ熊本はその課題を見事に克服していることが窺えました。競技上の成績以上にロアッソ熊本が地元であるホームタウンに貢献していることや、ロアッソ熊本が地元のクラブ

であると受け入れられるような活動を行っていることがリーグ降格しても観客動員数を維持できた要因であるように見受けられました。残念ながら2019シーズンではJ3リーグ5位に終わり、1年でのJ2復帰とはなりませんでしたが、J3リーグ2年目でもこれまでの観客動員数を維持できるかが注目されます。

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2019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1, 写真2とも過年度のもの。



写真3 Jリーグスタジアム観戦者調査2019  
サマリーレポート