

スタジアム環境の満足度と観客動員数に関する研究

スポーツマーケティングゼミナール 1313012 上田 至海

1. 研究動機・研究目的

Jリーグには一つ上のデビジョンに昇格するためにシーズンの結果以外にも年間平均入場者数がJ3からJ2へ昇格するには3,000人以上という条件がある。さらにクラブライセンスの発行条件としてスタジアムやクラブハウス等の施設面、年間事業収入等の財政面などがある。これらを達成するためにもスタジアム等の施設を充実させること、収益を安定させることが必要不可欠である。

西崎(2009)によると大多数のクラブにとって安定的資金調達の間からもファンの重要性は大きくなっている。サポーターがスタジアムを埋めて入場料収入を上げる。さらにスタジアムでサポーターにグッズを販売することが収益の基本になる。入場者が多いとスポンサーにとっても広告宣伝効果が向上し、TVも視聴率が上がるのでTV局も多額の放映料を支払うことにつながる。いまやクラブにとってはファンをいかに維持するかが経営の基本になっているとしている。

松井ら(2011)によると飲食店の充実、座席の種類等のスタジアム内の施設環境(以下スタジアム環境)を工夫することでその周辺環境の影響を受け、再観戦意図を高められる可能性があるとして述べている。スポーツの試合において試合結果を操作することは不可能である一方、松井ら(2011)の指摘するスタジアム環境はチームや施設運営側においてコントロール可能な要素である。また、間野ら(2010)によると大規模改修を必要としない人的・物的なサービスを中心に「清潔さ・快適さ」、「飲食」、「ゴミ箱」、「トイレ」、「スタッフ」といった観戦者に対するサービス・クオリティが改善されることで満足度が上がると述べている。つまり、より成熟したクラブ経営をしていくために観客の満足度を上昇させる必要があり、そのためにもスタジアム環境を整えることが重要であると本研究では考えた。

そこで本研究では①ファンサービスや試合観戦そのものを除いたスタジアム環境構成する項目を選定すること、②選定した項目を使用し、スタジアム環境満足度を測定し、観戦回数による比較をし、関係を明らかにすることを目的とし調査を行った。

2. 研究方法

2016年11月13日に静岡県沼津市にある愛鷹広域公園多目的競技場にて開催された第18回日本フットボールリーグ(以下JFL)セカンドステージ第15節アスルクラロ沼津対ファジアーノ岡山ネクスト戦の観戦者4,289人を対象に質問紙調査を行い、直接配布・回収法を用いて調査を行った。配布数は481部、回収数は440部、91.4%であった。なお有効回答数は399部、有効回答率は90.6%であった。

3. 主な結果と考察

個人的属性として男女比がほぼ半々であり年齢層は40代が最も多く全体の32.1%であった。また、居住地は静岡県沼津市が最も多く全体の39.6%であった。応援しているチームは

アスクラロ沼津と回答したサンプルが 91.7%であったが、ファンクラブ加入の有無に関しては未加入の観戦者が 82.7%であった。

愛鷹広域公園多目的競技場での再観戦意向が有ると回答した観戦者の内 50.5%がトイレの配置について満足しており、数についても満足している観戦者が満足していない観戦者を上回る結果となった。また、再観戦意向の有無に関わらず、スタジアムの立地、スタジアムへの交通の便、駐車スペース、スタジアム内のスクリーン、ゴミ箱の配置、ゴミ箱の数の6項目について不満を抱えていることが明らかになった。

愛鷹広域公園多目的競技場での再観戦意向が有ると回答した観戦者は全体の 90.2%と多くの観戦者に再観戦意向が有ることが明らかになった。また再観戦意向の理由として「応援しているチームのホーム」が最も多く 87.4%であった。次いで「サッカー観戦が好きだから」40.9%、「家が近いから」33.8%が3番目に多かった。この結果はアクセス時間と集客率には相関関係はないという結果とは異なる結果となった。

ファンクラブ加入の有無とサービス・クオリティについて t 検定を行った。24項目中15項目でファンクラブ未加入の観戦者の方が平均値が高い結果となった。

過去一年間の観戦回数をカテゴリー化しサービス・クオリティの平均値の比較をした。スタッフの接客態度は適切、販売されている飲食物の品質は適切、売店の品揃えは適切な3項目は一年間の観戦回数が5回以上の観戦者の方が観戦回数が少ない観戦者に比べ満足度が高いことが分かった。この結果はスポーツイベント等の満足度調査における参加回数が多いサンプルほど各項目の満足度は低くなるという傾向とは違う結果になった。観戦を重ねるごとにプロ・スポーツ観戦はこういうものと割り切ってスタジアム観戦に来ているため観戦回数が少ないグループに比べ満足度が高くなったと推察される。

4. 結論

今回の調査で以下のことが明らかとなった。

- ①トイレの数、配置を工夫することでホームスタジアムでの再観戦意向に正の影響を与える。
- ②スタジアムまでの距離が近い方がホームスタジアムでの再観戦意向が高くなる。
- ③ファンクラブ加入の有無はスタジアム環境の満足度にあまり関係がない。
- ④初めての観戦者に比べ、リピーターの方がスタジアム環境の満足度が低い項目が多くなるが、スタジアムの総合満足度は高い。

5. 主な参考文献

西崎信男 (2013) プロ・スポーツにおけるスタジアム戦略

6. 卒業論文の執筆を終えて

卒業論文を終えてスケジュールを立てその通りに遂行していくことの大切さを改めて感じました。また執筆にあたり、ご多忙の中調査にご協力いただいたアスクラロ沼津の皆様、熱心にご指導頂いた工藤先生に心より感謝申し上げます。