

サッカースタジアムのスタジアムグルメで

初観戦者をファンにするためには

スポーツコミュニケーションゼミナール 1315065 吉田未来子

1. 研究動機・研究目的

研究動機としては、普段サッカーの試合を見に行く際に、初観戦者はどんな要因でファンとなりサポーターとなるのか、疑問を持ったためである。そのため、本研究ではサッカーのスタジアムグルメについて着目した。スタジアムグルメとは、スポーツの試合会場となるスタジアムで販売される飲食物である。スタジアムへ初めて行った観戦者が、その後もスタジアムへ行きたいという観戦意欲を高めるものの一つにスタジアムグルメを利用できるのではないだろうか。実際に、スタジアムグルメを調査しファンが多くないクラブでもスタジアムグルメの工夫次第で、ファンを増加させることや話題性を生み出すことができるのではないかと考えた。そのため、本研究では、クラブが実際に行っているスタジアムグルメに関連するイベントなどを現地調査し、初観戦者の再観戦意欲を高めるための手段として使われるようにすることが目的である。

2. 研究方法

本研究では、二つの調査を行った。一つ目は、Jリーグ観戦者サマリーレポートのアンケートにある「観戦の動機やきっかけ」の「スタジアムでのイベント・グルメ企画が楽しそうだから」という項目をもとに、スタジアムグルメの評価が高いクラブや評価が低いクラブを合計3チーム選出し、各クラブが行っているスタジアムグルメに関するイベントの文献調査を行った。二つ目は、その調査をもとに実際にスタジアムへ足を運び、事前に決めておいた調査項目に基づいて、現地調査を行った。その際に、調査項目に関連する場所をスマートフォンで写真を撮り、調査資料とした。

3. 主な結果と考察

浦和レッドダイヤモンズは、Jリーグサマリーレポートのアンケート調査項目の数値の低さからは想定できないほどのスタジアムグルメに並ぶ人数が見受けられた。全体的に考察すると、浦和レッドダイヤモンズの会員のみ再入場可能であることや、ビジタークラブのファンが入れないコンコースに多くの店舗があることから、ホームクラブである浦和レッドダイヤモンズのファンが一番考えられている。そのため、ビジタークラブのファンや浦和レッドダイヤモンズのライトなファン層はスタジアムグルメを堪能できない可能性がある。

東京ヴェルディ 1969 は、Jリーグサマリーレポートのアンケート項目の数値の低さに比例するように、スタジアムへ向かう途中の道のりで、コンビニエンスストアへ寄って買い物をするファンや食事をしてからスタジアムへ向かうファンが多く見受けられた。また、常設の店舗のみであったため余計に目新しいものがないスタジアムグルメである印象を受けた。スタジアムをよく利用するホームクラブのファンが、積極的にスタジアムグルメを

利用しないということは、やはり全体的な質はとても低くスタジアムグルメを目的としている人は少ないのではないかという印象を受けた。

ファジアーノ岡山FCは、Jリーグサマリーレポートのアンケート項目の数値の高さからわかるように、クラブ側が積極的にスタジアムグルメに取り組んでいる印象を受けた。3クラブの中でも、支払い方法に電子マネーを利用できることや、地方のクラブだということもあり、地域特有のメニューを多く取り揃えていた。試合当日は、雨でスタジアムグルメ街が外にあることもあったが、並んでいる人数はある程度いた。しかし、スタジアム内のコンコース上にあったスタジアムグルメは、火が使えないこともあり、簡単な軽食やお菓子や飲み物の販売のみであったことが少し残念であった。

4. 結論

浦和レッドダイヤモンズの結果の数値と実際のスタジアムグルメについての結果に関しては、その数値とは異なりスタジアムグルメの印象は良かった。数値と異なる印象を持った理由は、Jリーグ観客調査サマリーレポートの「観戦の動機やきっかけ」のアンケート項目である「好きなクラブの応援」に回答が偏ったためだと考えられる。実際には、スタジアムグルメ街はとても大きく、多くの浦和レッドダイヤモンズのファンがスタジアムグルメに並んでいる光景が見受けられた。しかし、ビジタークラブのファンはあまりスタジアムグルメを楽しめていない印象であった。ビジターファンも取り込めるイベントが必要であるだろう。

東京ヴェルディ1969の結果の数値と実際のスタジアムグルメについての結果に関しては、その数値通りでスタジアムグルメの印象は良くなかった。同じスタジアムを使用しているFC東京と比べて店舗がとても少なかった。スタジアム内のコンコースにあるスタジアムグルメでは、数人並んでいる店舗はあったが、行列とまではいかなかった。また、スタジアムグルメの質も良いとはいえず、コンビニエンスストアに寄る人も多く見受けられた。もっと積極的にスタジアムグルメに力を入れる必要があるだろう。

ファジアーノ岡山FCの、結果の数値と実際のスタジアムグルメについての結果に関しては、その数値通りでスタジアムグルメの印象は良かった。3クラブの中でも一番力を入れているところが多く良い印象であった。岡山という地域の特色も出しつつ、ビジターのファンも取り入れるためのスタジアムグルメの提供があったことや、イベントを行っていたことが良い点であった。また、エコにも積極的に取り組んでいたことや、スタジアムグルメの店舗のテントが統一されていたことから、ファジアーノ岡山FCのクラブ側もスタジアムグルメを盛り上げようとしていることがわかった。今後は、少しずつ店舗数を増やすことが必要であるだろう。

5. 卒業論文の執筆を終えて

卒業論文の執筆を終えて、好きなスポーツであるサッカーのスタジアムグルメを普段とは異なる目線で見ることができた。また、論文に書きたいことを考えるために知りたい情報を積極的に調べ、それに基づいて現地調査したことは、大変な点も多くあったが今後の人生に役立つであろう。そして、ゼミナールの伊藤真紀先生をはじめ、多くの人のアドバイスをもらいながら、好きなことについて卒業論文の執筆ができたことに感謝したい。