

# 女性スポーツ観戦者における経験価値に関する研究

## ～B. LEAGUE の女性観戦者に着目して～

スポーツマーケティングゼミナール 1316031 高瀬 友貴

### 1. 研究動機・研究目的

1993年の日本プロサッカーリーグ(以下、Jリーグ)開幕以降、2013年には2020年オリンピック開催地が東京に決定、2016年には国内男子プロバスケットボールリーグ(通称、B. LEAGUE)開幕によって、多くのスポーツの話題がメディアで数多く取り上げられるようになった。また、近年では女性のスポーツ観戦の人气が高まっている(久我, 2017)。スポーツ観戦をする女性らは、Jリーグのセレッソ大阪を応援する女性を「セレ女」と呼ぶように愛称で呼ばれ、スポーツ団体のマーケティング戦略やメディアで取り上げられている。

プロスポーツ観客動員数における近年の推移についてみると、Jリーグでは2016年はJ1・J2・J3 合わせておよそ940万人であったが、2018年にはおよそ980万人(J. LEAGUE Data Site, 2019)、B. LEAGUEでは2016-2017シーズンではおよそ12万人であったが、2018-2019シーズンではおよそ16万人(B. LEAGUE, 2018)と、年々増加している。各プロスポーツ団体では観戦者調査を行っているが、女性スポーツ観戦者が増えているにもかかわらず、女性観戦者の実態や女性ならではの特徴に焦点を当てた資料はほとんど見当たらない。

宇佐美・境(2006)は、消費者のリーダーを担っている女性をターゲットにすることは、新たなシェアの拡大や売上増加と関係性を持つと指摘しており、トレンドーズ株式会社(2015)は、今後のスポーツ界の成長において、継続的な女性ファンの獲得は重要であると述べている。そこで、本研究では、スポーツ界の今後のさらなる顧客の拡大と新規ビジネスを発展させるために、B. LEAGUEを観戦する女性スポーツ観戦者の観戦行動の特徴や共通点、および観戦に求める経験価値を明らかにすることを目的とした。

### 2. 研究方法

B. LEAGUEに所属する千葉ジェッツふなばしの2017-2018シーズン及び2018-2019シーズンのホームゲームを観戦する観戦者を対象に、質問紙調査を実施した。調査内容は、観戦者の基本的属性や齋藤(2009)が開発した経験価値尺度(30項目中18項目を採用)、応援するチームに対する満足度、観戦行動を網羅した。分析方法は、経験価値尺度に関する18項目に対して、共通する要素(因子)を集約・結合するために因子分析を行った。次に、経験価値尺度の因子分析によって抽出された因子得点を用いて、クラスター分析によって女性観戦者の分類を行い、その特徴を明らかにするため、個人的属性、観戦行動、応援するチームに対する満足度をクロス集計及び独立したサンプルのt検定を行った。

### 3. 主な結果と考察

因子分析の結果より、4つの因子が抽出された。また、クラスター分析では2つのタイプのタイプを採択した。類型別の観戦行動では、応援する選手の有無について、タイプ2の方

が高い割合で応援する選手がおり、1%水準で統計的な有意差が認められた。また、ファンクラブ会員か否かについて、タイプ2の方がファンクラブ会員である割合が高く、1%水準で統計的な有意差が認められた。さらに、応援するチームに対する満足度においても、すべての項目で平均値の比較を行った結果、全項目でタイプ2の方が満足度が高く、統計的な有意差が認められた。このことより、タイプ1に分類されたサンプルを「ライトファン」、タイプ2に分類されたサンプルを「コアファン」ということができる。

タイプ1では、性別による差異はほとんど見られなかったが、チケットの種類において統計的な有意差が認められた。この結果より、ライトファンにおいて基本的な試合観戦において求めるものは、性別による差異はないと言える一方、ライトな女性ファンはライトな男性ファンより、チケットをより安く、もしくはお得感を求めていると考えられる。

タイプ2でも、性別間比較による差異はあまり見られなかったが、経験価値尺度において、「⑤選手の素晴らしいパフォーマンスを観るのが好きだ」と「⑫純粋にバスケットボールを観戦するのが好きだ」の2項目で男女ともに高い平均値を示しつつ、女性の方がより平均値が高く、統計的な有意差が認められた。表はタイプ2の性別と経験価値尺度の平均値を比較したものの一部を抜粋したものである。このことから、コアな女性ファンは男性ファンに比べると、よりバスケットボール観戦そのものを楽しんでいる、求めていると考えられる。中桐・辻(2008)や齋藤(2011)は、女性ファンは選手をアイドルとして見ているような傾向があると指摘していたが、本研究では男性に比べて、その傾向を保ちつつも純粋にバスケットボール観戦に価値を求めている姿が浮き彫りとなった。

表 タイプ2の性別と経験価値尺度の平均値

項目	男性		女性		t値	有意確率
	平均値	S.D.	平均値	S.D.		
⑤選手の素晴らしいパフォーマンスを観るのが好きだ	4.86	0.37	4.95	0.24	-2.32	*
⑫純粋バスケットボールを観戦するのが好きである	4.59	0.60	4.77	0.51	-2.61	*

\*p<.05

#### 4. 結論

2017- 2018 シーズンからの2シーズンにおける千葉ジェッツふなばしの試合観戦者を分析した結果、タイプ1のライトファンでは性別による差異がなく、観戦やエンターテインメントを求めて訪れる観戦者と言える。また、タイプ2のコアファンでも、性差はあまり見られない一方、男性に比べて女性の方がよりバスケットボールそのものに、楽しみや価値を求めて訪れる観戦者と言える。したがって、千葉ジェッツふなばしの観戦者において、コアな女性ファンほど、バスケットボールそのものを経験価値として求めていることが明らかとなった。

#### 5. 卒業論文の執筆を終えて

本論文を作成するにあたり、日頃から多忙を極めている指導教員の工藤先生をはじめ、添削や分析の相談・手伝いをしてくださった院生の方々、最後まで一緒に研究室で頑張ったゼミ員には多大なる感謝をしています。また、質問紙調査を行ってくれた学部生の皆様、アンケートにご協力いただいた千葉ジェッツふなばしに関わる全ての方々に感謝しています。