

大学サッカーリーグのブランドイメージに関する研究

鳥濱 誠司 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 小笠原 悦子

大学サッカー 関西学生サッカーリーグ ブランドイメージ

1. 緒言

大学サッカーは、かつて日本サッカーの最前線を担っていた。しかし、現在の日本サッカー界において、Jリーグと高校サッカーは人気が高いのに対し、大学サッカーは活気に欠け、人気が低い。

そこで本研究では、先行研究が極めて少ない大学サッカーリーグに着目し、選手・観戦者・学連の3つの対象者間で、大学サッカーリーグに対するイメージを比較し、大学サッカーリーグがどのように認識されているのかを明らかにすることを目的とした。また、今後の大学サッカーリーグのブランド戦略のための基礎的資料を提供することも目的とした。

2. 研究方法

【調査対象】

1) 2010 年度関西学生サッカーリーグ 1 部に所属する 9 校のトップチームの選手 (有効回答数は 171 部)

2) 2010 年度関西学生サッカーリーグ 1 部後期の観戦者 (有効回答数は 63 部)

(1) 2010 年 10 月 17 日 同志社 VS びわこ

(2) 2010 年 10 月 24 日 阪南 VS びわこ

(3) 2010 年 11 月 3 日 立命館 VS びわこ

(4) 2010 年 11 月 7 日 大阪産業 VS 甲南

3) 2010 年度関西学生サッカー連盟に所属する学生幹事・準幹事 (有効回答数は 35 部)

【調査期間】

2010 年 9 月 25 日～11 月 28 日 (2010 年度関西学生サッカーリーグ 1 部の後期期間)

【調査方法】

質問紙によるアンケート調査

【調査項目】

1) 個人的属性 (15 項目)

2) 「関西学生サッカーリーグについて、思い浮かぶこと、思い浮かぶ言葉など」を 3 つ以内で思い浮かぶ順番に自由記述の回答を求めた。

【分析方法】

1) 対象者のイメージをコーディング・整理し、グループに分類した。

2) 対象者ごとにグループに分類したイメージを連想図で描き、連想間の繋がりを検討した。

3) 連想図を基に、3 つの対象者間で比較した。

3. 結果と考察

選手及び観戦者は、試合のレベルやチームの雰囲気、スタジアムの雰囲気に影響を及ぼしているとイメージされた。それに加え選手は、学連の存在が必要不可欠であると連想された。選手は、大学サッカーリーグを主観的にも客観的にも捉えていると考えられる。学連は、学連の学生主体の運営によってリーグを支えているという意識が強かった。よって、試合の善し悪しは、学連の働きにかかっているということが示唆される。学連の存在が大学サッカーリーグの発展に大きく関わると考えられる。

4. 結論

本研究では、大学サッカーリーグがさらに発展するために、試合を含めたスタジアムの雰囲気やリーグ運営を改善する必要があることが示唆された。学連の発展によって、リーグのイメージアップだけでなく、大学サッカーの盛り上がりにつながると思われることから、日本サッカーのレベルアップへの要素の一つになると考えられた。