

日本フットサルリーグ観戦者のサービス評価に関する研究

野村 直人 (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

Fリーグ サービス評価 観戦者

1. 緒言

2007年に完全プロ化を目指して、日本フットサルリーグ (Fリーグ) が開幕し、2010年度では全10チームで135試合が行われた。

Fリーグの2009年度シーズンの総観客動員数は228,462人、平均観客動員数は1,867人であり、Jリーグと比較すると平均観客動員数はおよそ10分の1にも及ばない。

プロリーグのクラブは、入場料収入がそのままチーム経営に大きく影響されると考えられるだけに、観戦者への試合以外の付加的なサービスを重視し、集客力を向上させることが重要であると考えられる。

そこで本研究は、Fリーグ観戦者が試合において各クラブに対して、どのようなサービスを求めているのかを明らかとし、観戦者およびリピーターの増加及び確保のために必要な基礎的資料を提供することを目的とした。

2. 研究方法

【調査対象者】

本研究の対象者は、2010年9月4日に大阪中央体育館で行われた、シュライカー大阪対名古屋オーシャンズの観戦者計210名であった。

【調査方法】

質問紙によるアンケート調査。

【調査項目】

- 1) 観戦者の個人的属性 (8項目)
- 2) 観戦動機に関する項目 (28項目)
- 3) 観戦者によるサービス評価に関する項目 (15項目)

【分析方法】

SPSSを用いて単純集計、t検定、一元分散

分析を行った。

3. 結果と考察

1) 観戦者の各サービス評価に対する男女比較

表1は観戦者の各サービス評価に対する男女比較を示したものである。

この結果から「飲食」と「グッズの売店」は男女ともに低い評価であった。また、「試合前やハーフタイムのイベント」においては、男女間に有意な差がみられ、女性の方が男性よりも興味を持っていることが明らかになった。

表1. 観戦者の各サービス評価に対する男女比較

サービス内容	男性(SD)	女性(SD)	t値
試合の日程や時間	3.88 (0.74)	3.68 (0.85)	1.661
応援しているチームや選手の技術	4.06 (0.61)	3.92 (0.51)	1.596
本日のゲーム内容	3.93 (0.68)	3.82 (0.66)	1.051
座席の清潔さ・座り心地	4.19 (0.76)	4.14 (0.76)	0.455
座席からの試合の見やすさ	4.17 (0.75)	4.12 (0.68)	0.441
トイレの清潔さ	4.18 (0.76)	4.25 (0.71)	-0.679
照明の設備	4.08 (0.69)	4.07 (0.70)	0.112
会場までの交通の便	3.51 (0.90)	3.60 (0.75)	-0.706
グッズの売店	3.23 (0.94)	3.39 (0.73)	-1.231
飲食の売店	3.24 (0.84)	3.29 (0.71)	-0.469
試合前やハーフタイムのイベント	3.42 (0.84)	3.71 (0.71)	-2.422 *
会場の音楽やDJ	3.37 (0.80)	3.59 (0.84)	-1.773
選手とのふれあい	3.42 (0.84)	3.60 (0.55)	-1.760
スタッフの対応	3.77 (0.78)	3.84 (0.68)	-0.582
応援仲間の雰囲気	3.87 (0.72)	3.83 (0.62)	0.432

()=標準偏差 * p<.05

2) 観戦者の各サービス評価に対する年代比較

観戦者の各サービス評価に対する年代比較では、「会場までの交通の便」と「選手とのふれあい」において、年代別に有意な差がみられた。

以上の結果から、飲食やグッズの売店において、観戦者が望んでいる商品を調査し、販売することが必要であると考えられる。また、試合前後に選手と握手会やサイン会ができるようなサービスを男女や年代別に工夫して提供していくことが重要であると示唆された。