

スポーツイベントでの大型スクリーンによる演出の評価

ースタジアム来場者の視点からー

相田 浩成 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 吉田 政幸

キーワード：大型スクリーンの演出，サービス評価，スポーツイベント

1. 緒言

スポーツ施設において得点などを表示する大型スクリーンはスポーツ観戦をより楽しむためには必要不可欠である。先行研究 (Wakefield et al., 1996) は、大型スクリーンがスポーツ観戦における待ち時間の軽減につながることを指摘している。しかし、大型スクリーンの演出が「種類ごとに」観戦者からどのような評価を得ているかは明らかにされていない。また先行研究の多くが 90 年代に実施されており、現代の最新鋭の大型スクリーンを理解するには様々な限界が存在している。

本研究は、スポーツイベントでの大型スクリーンの演出に着目する。観戦者の視点から、大型スクリーンの評価を演出の種類ごとに測り、それらの評価が全体的な演出の満足度に及ぼす影響を検討することを目的とする。

2. 研究方法

本研究は J リーグスタジアム観戦者調査 2012 の機会を利用した。北陸圏に本拠地を置く J リーグクラブの観戦者を対象とした。基本属性に加え、大型スクリーンの演出の評価、大型スクリーンの満足度を質問項目として使用した。アンケート調査は、8 月に開催されたホームゲームにて調査を実施した。499 票を配布し、260 票回収した。有効回答数は 232 票だった。

3. 結果と考察

対象者を観戦者全体、観戦者の特性 (クラブ・アイデンティティ, 性別) に分け、大型スクリーンの演出の評価が演出の全体的な満足度に及ぼす影響を、重回帰分析を用いて検討し

た (図 1)。その結果、(1) 観戦者全体を対象とした場合、(2) クラブ・アイデンティティ別 (高・低) の場合、(3) 男女別の場合、いずれもリプレイ映像が高い値を示した。さらに、観戦者の特性によっても影響力に差が見られ、特にクラブ・アイデンティティの高い観戦者と女性観戦者の満足度が大型スクリーンの演出によって規定されていることが明らかとなった。

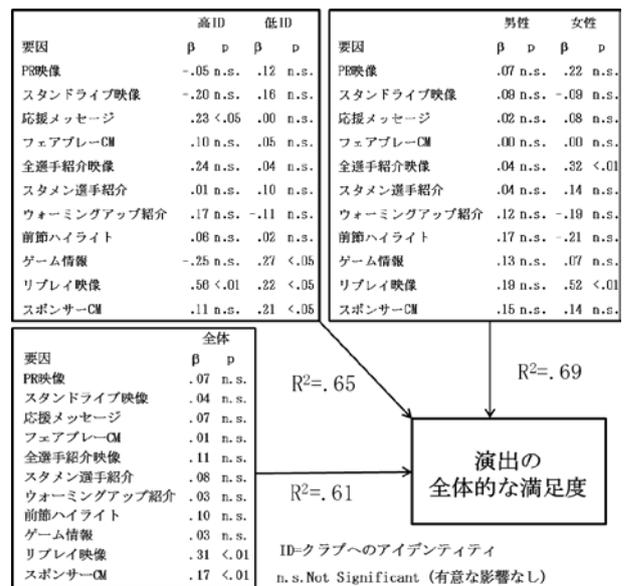


図 1 仮説の検討結果

4. 結論

本研究は、スポーツ観戦者の特性によって求めている演出が違うことを示唆している。今後大型スクリーンの演出を行う際の基礎的資料として、本研究が役立つものと期待できる。

引用・参考文献

Wakefield, K.L., Blodgett, J.G., & Sloan, H.J. (1996) Measurement and Management of the Sportscape. *Journal of Sport Management*, 10(1): 15-31.