

女性におけるサッカー観戦に対する無関心要因の探究  
 奥村 拓真 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

担当教員 吉倉 秀和

キーワード：サッカー、スタジアム観戦、女性、無関心

1. 緒言

Jリーグ観戦者数は2004年～2012年の間で1試合平均観戦者数が約4500人増加している。また、男性と女性の1試合平均観客動員数比率は平均的に6:4であるが、2008年から女性比率は40%を切り始めた。宇佐美・境(2006)は消費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、新たな顧客シェアの拡大や売上の増加にも関連性を持つことを指摘している。しかし現状では、実際にスタジアムへ足を運んだことのない女性に対して、新規女性観戦者獲得という視点での調査研究が不足している。

そこで本研究は、何故女性がサッカーをスタジアム観戦しないかの要因を探求し、新規女性観戦者獲得に繋げることを目的とする。

2. 研究方法

【調査対象者】

Jリーグスタジアム観戦未経験者の10代～50代の女性

【調査方法】

個人面接法による半構造化インタビュー

【分析方法】

グラウンデッド・セオリー・アプローチ

【質問項目】

① 情報②接触③イメージ④パーソナル⑤想定

3. 結果

本調査から、無関心要因は図1のように関係していると考えられる。サッカーとの接触から始まり、話題性があるか否かで次のステージへ進むかが決まる。そして、話題性によって興味を持った物事に対する行為を妨げる要因がマイナスイメージとなる。その要因をクリアし、プラスの状態では必須資源がそろった時に、女性におけるサッカーのスタジアム観戦に繋がると考える。

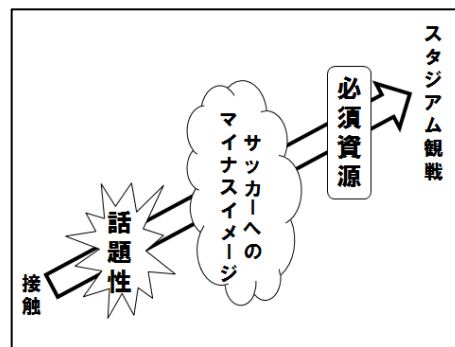


図1 無関心要因の関係性

4. 考察

2002年の日韓W杯までは、サッカー日本代表メンバーはJリーグ在籍選手が多く選出されていた。そのため、認知度の高い選手が多くJリーグに在籍していることから、Jリーグに対する関心は高かった。しかし現在、サッカー日本代表メンバーは、海外リーグでプレーする選手の多くで構成され、Jリーグ在籍選手に触れる環境がなくなっている。それによって、Jリーグに対する話題性がないため、Jリーグに対してマイナスイメージが生まれ、無関心となる。それらから若年層を筆頭に「Jリーグ離れ」が進んでいると考察する。

5. 結論

本調査から女性におけるサッカーのスタジアム観戦に対する無関心要因は、「話題性の欠如」「サッカーに対するマイナスイメージ」「必須資源」の3つという仮説的知見を得た。

6. 主な引用参考文献

仲澤眞・平川澄子・ダン・マホーニー・メアリー・ハムス・戸苅次郎・中塚義美(2009) Jリーグの女性観戦者に関する研究. スポーツ産業学研究, Vol.10 : 46-55.