

令和 6 年 6 月 2 日現在

機関番号：12102

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2021～2023

課題番号：21K11387

研究課題名（和文）プロスポーツ経営におけるファン・コミュニティ育成支援の効果と課題

研究課題名（英文）Fan community development supported by professional sports organizations: its effects and challenges

研究代表者

仲澤 眞（Nakazawa, Makoto）

筑波大学・体育系・准教授

研究者番号：10188930

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,200,000円

研究成果の概要（和文）：サッカー日本代表戦（計15試合）観戦者を対象に、性と年齢に基づく層化抽出法を用いた質問紙調査を実施した。質問紙の配付数は6,259票、回収数は6,209票（回収率、99.2%）であった。調査は、ファン・コミュニティ・アイデンティフィケーション（以下、FCIDと略す）を測定し、FCIDがファンの観戦行動に与える影響を、観戦頻度、同行者の規模、スタジアム滞留時間、ライセンスグッズの購入行動、有料ネット放送（DAZN等）の契約状況、商圏サイズ、チームアイデンティフィケーション、再観戦意向、推奨意向などとの関係を分析し、FCIDの水準の向上は、経営課題の解決に寄与することが示唆された。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究成果の意義は、スポーツファンにおける人々のつながりを、ファンコミュニティ・アイデンティフィケーションという概念で、捉え、測定することにより、ファン相互のつながりが、プロスポーツの経営上の課題の解決に貢献することを示すだけでなく、これらの関係が、希薄化する現代社会における人間関係の不足を補完する可能性を明らかにした点にある。

研究成果の概要（英文）：A series of questionnaire survey using a stratified sampling method based on gender and age targeting spectators of the Japan national soccer team matches (a total of 15 matches) was conducted. The number of questionnaires distributed was 6,259, and the number collected was 6,209 (a collection rate of 99.2%). The survey measured Fan Community Identification (FCID) and analyzed its relationship with spectating behavior, including attendance frequency, group size of companions, duration of stadium stay, purchase behavior of licensed merchandise, subscription status to paid online broadcasts (such as DAZN), market size, team identification, intention for repeat attendance, and recommendation intention. The results suggested that improving FCID levels contributes to solving management issues.

研究分野：スポーツマーケティング

キーワード：ファン・コミュニティ 社会的課題 経営課題 ファン・コミュニティ・アイデンティフィケーション
チーム・アイデンティフィケーション

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

1. 研究開始当初の背景

プロスポーツに関するマーケティング研究は、チームとファンとの関係の強化が安定的な市場の確保につながることを、ライセンスグッズやシーズンチケットの販売促進が期待できることを明らかにし (Funk & James, 2001; Heere et al., 2011; Sutton et al., 1997) 多くの研究がファンとチームの関係をチーム・アイデンティフィケーション (team identification, 以下、TID と略す) によって捉えてきた (Gwinner & Swanson, 2003; Mael & Ashforth, 1992; Wann & Branscombe, 1993)。一方、Katz & Heere (2013) はアメリカの大学フットボールにおいて、TID が弱くてもファン同士の絆 (camaraderie) の感覚があればスタジアム観戦を続けることを指摘した。他にもスポーツファン相互のつながりが観戦行動の規定要因になることが報告されてきた (Kahle et al., 1996; Swanson et al., 2003)。これらは、ファンによるチームとの個人的結合 (self-team connection) である TID で観戦行動を説明することに一定の限界があることを示唆したものであった。関連して、Rindfleisch et al. (2008) は、ファンが観戦経験を共有する際、同じチームのファン同士がコミュニティ化する集団的結合 (communal-team connection) と観戦行動の関係を検証する必要があることを指摘した。

本研究は、ファン・コミュニティを「あるスポーツ関連の対象 (種目、チーム、選手、地元地域など) を支援するファン相互の共同体意識の共有によって形成されるファンの集合体」(仲澤・吉田, 2015) とし、ファンの集合的結合に着目した (図 1)。ファン・コミュニティが観戦者の観戦行動にどのような影響を及ぼすか (例: ファン・エンゲージメント (Yoshida et al., 2014) への影響) そしてファン・コミュニティが経営課題にどのような機能を発揮するか (例: ファン・コミュニティ・アイデンティフィケーション (以下、FCID と略す) が TID の先行要因となるか、ファン・コミュニティにおける自治的な活動は滞在時間の伸長に寄与するか、経営体が提供するアトラクション群 (ancillary services) を代替するか) などの問題意識から、経営課題へのファン・コミュニティの活用可能性を検証するものである。さらにソーシャル・コズとして「人々のつながりの構築」(Inoue et al., 2015) にプロスポーツはどのような社会的機能を発揮するかについての検討が重要になるものと考えられた。

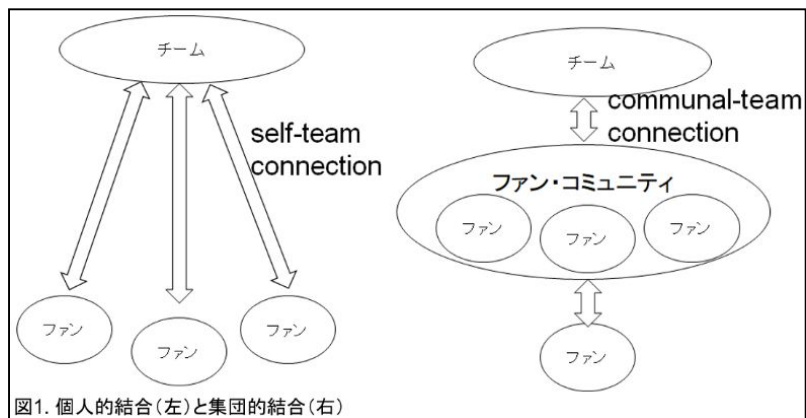


図1. 個人的結合(左)と集団的結合(右)

2. 研究の目的

本研究は「人々のつながりの希薄化」(内閣府, 2004; 総務省, 2014) という社会的課題にプロスポーツはどのように貢献することができるか、ファン相互の交流が生み出す「ファン・コミュニティ」(Yoshida, Gordon, Heere & James, 2015; 仲澤・吉田, 2015) はどのような機能を持つかという点に着目し、以下の検討に必要な量的・質的データを収集・分析し、「ファン・コミュニティ育成支援策」を検討することを目的に、以下の研究課題に取り組んだ。

- (1) ファン・コミュニティが及ぼす観戦行動への影響
- (2) ファン・コミュニティが持つプロスポーツの経営課題への機能
- (3) プロスポーツ経営体によるファン・コミュニティの育成支援策のあり方の検討

3. 研究の方法

(1) サッカー日本代表戦の観戦者を対象とした質問紙調査

サッカー日本代表戦の観戦者を対象に、FCID を測定し、FCID と 1) TID の関係、2) 観戦行動の特徴との関係を検討した。調査対象とした試合は、国際試合 (計 15 試合: 埼玉、札幌、東京、神戸、吹田、神戸 (2 回目)、長野、東京 (2 回目)、大阪 (桜)、豊田、吹田 (2 回目)、仙台、北九州、新潟、神戸 (3 回目)) であり、性と年齢に基づく層化抽出法を用いた質問紙調査を実施した。質問紙の配付数は 6,259 票、回収数は 6,209 票 (回収率、99.2%) であった。

(2) サッカー日本代表戦の主管団体の実務者対象ヒアリング調査

サッカー日本代表戦の主管団体の実務者に、FCID と観戦行動の関係、FCID の経営課題への機能に関する調査結果の情報共有をした上で、プロスポーツ経営体によるファン・コミュニティの育成支援策のあり方に関するヒアリング調査を実施した。

4. 研究成果

(1) サッカー日本代表戦の観戦者を対象とした質問紙調査

観戦行動と FCID の関係の分析 (表 1) においては、FCID の高い群において、同伴者の規模 (size of party) が大きい傾向、再来場意向が強い傾向、周囲の人々への推奨意向が強い傾向がみられた。また、代表チームのブランド価値を高く評価する傾向、代表プレイヤーのロールモデルとしての機能を高く評価する傾向、TID が高い傾向がみられた。先行研究

表1 観戦行動の特徴 (FCIDの程度別)

	低群	高群		
同伴者の規模 (人)	2.48	2.75	p < 0.001	n=4,212
再来場意向	4.34	4.90	p < 0.001	n=4,231
推奨意向	3.79	4.82	p < 0.001	n=4,222
チームのブランド価値評価	52.60	65.70	p < 0.001	n=2,527
プレイヤーのロールモデル評価	7.63	9.45	p < 0.001	n=4,220
チーム・アイデンティフィケーション	8.99	13.67	p < 0.001	n=4,210

(仲澤・吉田, 2015) は FCID が TID の先行要因になることを指摘しており、FCID の育成は、各種経営課題の解決に寄与する可能性があることが示唆された。さらに、FCID の高い群において、スタジアム滞留時間が長い傾向があることが確認され、スタジアム滞留時間の長さは、スタジアムにおける消費行動に正の関係があることが確認されていることから (仲澤, 2021) FCID の育成は、経営課題の解決に寄与することが期待された。

FCID の経営課題への機能についての分析では (表 2) FCID の高い群において、ライセンスグッズの所有率が高い傾向、スポンサーの認知率が高い傾向がみられた。

表2 経営的課題への機能 (FCIDの程度別)

	低群	高群		
ライセンスグッズの所有率 (%)				
ユニフォーム (レプリカ含む)	51.9	69.3	p < 0.001	n=1,681
タオル	57.1	65.6	p < 0.001	n=1,681
Tシャツ	14.0	24.2	p < 0.001	n=1,681
スポンサーの認知率 (%)				
A社	83.5	91.5	p < 0.01	n=589
B社	57.1	69.1	p < 0.01	n=536
C社	59.5	68.8	p < 0.05	n=580
有料ネット配信サービス (サブスク) 契約率 (%)				
A社	46.1	49.5	p < 0.05	n=3,946
B社	13.2	11.1	n.s.	n=3,946
C社	7.4	7.3	n.s.	n=3,946
D社	7.2	5.7	n.s.	n=3,946

の先行要因となっていたことが確認された。これは Jリーグ観戦者において指摘された関係 (仲澤・吉田, 2015) と同様の結果であったが、サッカー日本代表戦観戦者における FCID の程度は、相対的に低い傾向がみられており、その傾向は開催頻度が低いことが影響していると考えられた。観戦頻度の低いイベントでは、FCID を活用する際には、SNS などヴァーチャルなつながりへの配慮がより必要となる可能性があると考えられた。

(2) サッカー日本代表戦の主管団体の実務者対象ヒアリング調査

サッカー日本代表戦を主管する日本サッカー協会の実務者を対象に、FCID 育成策について、ヒアリング調査を行った。その結果、FCID の育成の重要性は理解されていたが、定期的にホームゲームが開催されファン相互の交流機会の多い Jリーグとは異なり、サッカー日本代表戦観戦者においては、FCID を育成することは困難であると認識されていたこと、代表チームの運営については、FCID よりも TID に着目し、その育成を図った方がより費用対効果が高まる可能性があることが認識されていたことが明らかになった。一方、FCID の育成は、代表チームのブランディング、SNS によるプロモーション施策、コミュニケーション施策と、連動させることが費用対効果の関係で重要であるとされた。また、FCID 育成に関連して「人々を結びつける要素」(仲澤, 2021) とした 1) 歴史・栄光、2) 応援文化、3) スタジアム、4) チームカラー・ロゴについては、すべての要素の活用を意図していることが確認された。実務においては、これらの要素を複合的に提供することが、FCID 育成の費用対効果を高めると考えられていた。そして、コロナ禍の運営においては、ネット上のヴァーチャル・コミュニティへの対応を重要視していたことが確認された。

(注) 本研究においては、アクションリサーチ的な試みとして、試合運営を主管する団体との協働によるファン・コミュニティ育成支援策の実施が計画されていたが、2020 シーズンから、主管試合の運営方針が変更された影響により、その実施が困難になってしまった。そのため、ファン・コミュニティ育成支援策の実現可能性調査に、内容を変更した上で本研究を遂行した。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計0件

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------