

プロ野球観戦者の属性と余暇活動に関する予備的研究

稲 葉 健太郎

1. 背景及び目的

2022年3月25日に策定された第3期スポーツ基本計画における「今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む12の施策」の『⑥スポーツの成長産業化』では、主な具体的施策のひとつとして「地域経済の活性化の基盤となるスタジアム・アリーナ施設の整備」が挙げられている。また、『⑦スポーツによる地方創生、まちづくり』に関しても、地元プロスポーツを触媒とした地域創生やスポーツツーリズムの更なる推進を目指すことが述べられている。これらの項目で掲げられているように、地域活性化やまちづくりにおけるスポーツの果たす役割は重要性を増してきている。

とりわけ、東北地方においては東日本大震災以前から人口減少と少子高齢化が進んでおり、地方を支える基盤となる産業が求められている。このような状況の中でプロ野球12球団の中で唯一東北地方に本拠地を置く東北楽天ゴールデンイーグルスには、経済効果だけでなく、上述した様々な役割を担うプロスポーツチームであると言える。同球団は2004年創設され、新球団設立による経済波及効果は136億円、新規雇用創出効果は1,470人と推定されている²⁾。また、地域住民がチームに対して抱くブランド連想に関する調査において、選手や監督に対する連想が他球団より多く、地域住民のチームに対する関心が高いことを示している³⁾。これらが示す通り、本拠地である仙台市を中心に地域に対して様々な影響を与えていると考えられる球団であるが、そのファンは球団名が示す通り仙台地区以外にも存在すると考えられる。東北地方のスポーツ産業の発展を考えるにあたり、同球団にどのようなファンが来場しているのかを把握することは必要性が高いと言える。さらに、それらのファンが野球観戦以外にどのような余暇活動を行っているかを知ることで、野球とその他の産業を紐づけたサービスやまちづくりのヒントを得ることができると考えられる。そこで本研究では、東北楽天ゴールデンイーグルスの試合観戦に訪れた観客の属性と余暇活動について把握することで、今後のスポーツによる地域活性化やまちづくりに関する研究に通ずる知見を得ることを目的とする。

2. 方法

1. 対象者及び調査方法

2023年8月27日に楽天モバイルパーク宮城にて行われた東北楽天ゴールデンイーグルス対福岡ソフトバンクホークス戦の来場者に対し、任意による調査協力を求めた。調査方法はオンライン(Googleフォーム)によるアンケート調査を用いた。GoogleフォームにつながるQRコードが記載された用紙を対象者自身のスマートフォンにてスキャンし、回答を求めた。調査場所は入場ゲートから球場に入るまでの間のスペースで、1塁側、3塁側、外野席側の3か所で行った。結果として来場者数18,408名⁴⁾の内、103名から回答を得られた。

2. 調査項目

アンケートの調査項目は以下を設けた。

1) 基本属性

性別、年齢、職業、応援する球団、ファンクラブの加入状況

2) 球場観戦に関する項目

当日観戦する座席、球場への同行者、自宅から球場までの所要時間、来場者の居住地、1年あたりの来場回数

3) 余暇活動に関する項目

普段行っている趣味・娯楽、野球観戦以外を目的とした外出の回数

3. 結果

基本属性に関する調査結果を表1に示す。性別は男性50名、女性51名、答えたくない・無回答2名であった。年齢は10代8名、20代27名、30代21名、40代15名、50代13名、60代5名、70代1名であり、80歳以上はいなかった。平均年齢は36.2歳(SD±14.4, min=12, max=73)であった。職業は会社員(正社員)が56名と最も多く、次いで学生(14名)、会社員(契約社員・派遣社員)(8名)の順に多かった。応援する球団は東北楽天ゴールデンイーグルスが90名、当日の対戦相手である福岡ソフトバンクホークスが11名であった。またそのほかに北海道日本ハムファイターズとオリックス・バファローズ(各1名)の回答もあった。東北楽天ゴールデンイーグルスのファンクラブへの加入状況は「加入していない」が52名と最も多く、次いでスタンダードコース(22名)、ライトコース(18名)の順に多かった。

また、ファンクラブの加入状況について、応援する球団が東北楽天ゴールデンイーグルス(以下楽天)以外のファンクラブ加入状況を抽出した結果(表2)、楽天以外の他球団のファンクラブ加入者が6名、楽天のスタンダードコースとハイグレードコースがそれぞれ1名であった。

表1 基本属性の記述統計

	n	%
性別		
男性	50	48.5
女性	51	49.5
答えたくない・無回答	2	1.9
年齢		
10代	10	9.7
20代	33	32.0
30代	21	20.4
40代	17	16.5
50代	16	15.5
60代	5	4.9
70代	1	1.0
職業		
会社員(正社員)	56	54.4
学生	14	13.6
会社員(契約社員・派遣社員)	8	7.8
パート・アルバイト	6	5.8
専業主婦・主夫	6	5.8
教職員	5	4.9
会社役員	3	2.9
公務員(教職員除く)	3	2.9
団体職員	1	1.0
自営業主	1	1.0
応援する球団		
東北楽天ゴールデンイーグルス	90	87.4
福岡ソフトバンクホークス	11	10.7
北海道日本ハムファイターズ	1	1.0
オリックス・バファローズ	1	1.0
楽天ファンクラブの加入状況		
加入していない	52	50.5
スタンダードコース	22	21.4
ライトコース	18	17.5
ハイグレードコース	5	4.9
他球団のファンクラブ	6	5.8

表2 楽天ファン以外の
ファンクラブ加入状況

	n
他球団のファンクラブ	6
スタンダードコース	1
ハイグレードコース	1
加入していない	5

表3 球場観戦に関する調査結果

	n	%
座席		
1塁側フィールドシート	1	1.0
1塁側内野席	7	6.8
3塁側フィールドシート	11	10.7
3塁側内野席	36	35.0
Asahi CHAMPIONS BARボックス	1	1.0
バックネット裏	7	6.8
ライト側外野席	15	14.6
レフト側外野席	25	24.3
同行者		
友人・知人	26	25.2
恋人	17	16.5
子ども	13	12.6
ひとりで	12	11.7
母親	14	13.6
配偶者	9	8.7
兄弟・姉妹	9	8.7
父親	2	1.9
その他	1	1.0
自宅から球場までの所要時間		
30分未満	17	16.5
30分以上1時間未満	20	19.4
1時間以上2時間未満	21	20.4
2時間以上3時間未満	20	19.4
3時間以上	25	24.3
居住地		
宮城県	53	51.5
岩手県	16	15.5
福島県	7	6.8
山形県	3	2.9
秋田県	3	2.9
東京都	6	5.8
栃木県	2	1.9
茨城県	5	4.9
埼玉県	3	2.9
千葉県	1	1.0
愛知県	3	2.9
福岡県	1	1.0

次いで、球場観戦に関する調査結果を表3に示す。当日観戦した座席については、3塁側内野席が36名と最も多く、次いでレフト側外野席(25名)、ライト側外野席(15名)の順に多かった。球場に訪れた同行者については複数回答を求めたところ、友人・知人が26名と最も多く、次いで恋人(17名)、母親(14名)の順に多かった。自宅から球場までの所要時間については3時間以上が25名と最も多く、次いで1時間以上2時間未満(21名)、30分以上1時間未満及び2時間以上3時間未満(20名)の順に多かった。居住地に関しては宮城県が53名と最も多く、次いで岩手県(16名)、福島県(7名)の順に多かった。また、宮城県内の居住者のみ抽出したところ(表4)、仙台市が34名と最も多く、次いで石巻市(5名)、富谷市(4名)の順に多かった。

また、1年あたりの来場回数について回答を求めたところ、平均8.6回(SD±12.5、min=0、max=70)であった。

次に普段行っている趣味・娯楽について、自由記述にて回答を求め、分類を行った結果を表5に示す。野球観戦が29名と最も多く、次いで音楽鑑賞・ライブ鑑賞(14名)、野球以外のスポーツ観戦(10名)の順に多かった。

次いで、直近6ヶ月以内の野球観戦以外を目的とした外出回数について、1件の回答不備を除いた102件について集計したところ、平均5.6回(SD±5.4、min=0、max=30)であった。

表4 宮城県内居住者の市町村別集計

	n	%
仙台市	34	64.2
石巻市	5	9.4
富谷市	4	7.5
大崎市	3	5.7
登米市	1	1.9
七ヶ浜町	1	1.9
涌谷町	1	1.9
亶理町	1	1.9
栗原市	1	1.9
村田町	1	1.9
名取市	1	1.9

表5 普段行っている趣味・娯楽

	n	%
野球観戦	29	23.6
音楽鑑賞・ライブ鑑賞	14	11.4
野球以外のスポーツ観戦	10	8.1
スポーツの実施	9	7.3
ゲーム	8	6.5
野球の実施・野球そのもの	6	4.9
旅行	6	4.9
特になし	6	4.9
飲酒	5	4.1
アニメ	4	3.3
ドライブ/バイク	4	3.3
読書	3	2.4
アイドル	2	1.6
その他	17	13.8

4. 考察

今回の調査対象者は男女がおおよそ半々、年齢は20代、30代が半数以上、職業は会社員(正社員)が約半数を占めていたが、これはJリーグとプロ野球の観戦者に関する比較研究⁹⁾や、スポーツ観戦者の社会的属性に関する研究¹⁰⁾などの先行研究と同様の傾向を示している。また、同行者についても母親や父親、配偶者などを同一の家族とみなした場合も前述の先行研究と同様、同行者としてもっとも選択される人物であると言える。一方、先行研究と異なる点としては自宅から球場までの所要時間が挙げられる。小野里ら⁹⁾の調査では、所要時間は1時間程度の場合が最も多く、次いで30分程度であったが、本研究

では1時間以上かかる者が6割以上、3時間以上かかる者が25%近くと最も多かった。これは東北地方唯一のプロ野球球団としての特徴を表していると言える。居住地を見ても、宮城県内が約半数であるものの、青森以外の東北地区から観戦に来ており、そのほかにも関東地方や四国・九州など幅広い地域から観戦に訪れていた。さらに、宮城県内に絞っても仙台市以外の居住者が35%ほどを占め、比較的遠方であっても球場まで足を運んでいることが示唆される。このことから、楽天は地元仙台に留まらず、東北各地やその他の地域に広くファンを獲得していることが考えられる。その他の特徴としては楽天以外の球団ファンの1割が楽天のファンクラブに加入していることが挙げられる。調査対象が少ないものの、高額なハイグレードコースに加入していることは、他球団の本拠地であってもコストをかけて快適に自球団の応援をしたいという者がいるということが考察される。このような行動や考え方はスポーツツーリズムの新たな一面を見出すことにつながるのではないかと考えられる。また、プロ野球観戦者がどのような余暇活動を行っているかについては、野球に関連する回答が多く、スポーツ全般を含めるとほぼ半数となった。一方で、音楽やライブ鑑賞などを趣味として挙げる者も多く、野球観戦と同様、自宅の外に出て体験するような趣味・娯楽を持つものが多い傾向にあった。直近6ヶ月の外出もひと月に1回と定期的に外出を伴う趣味を行っている者がいることが示唆された。

5. 結論

本調査によって、楽天の観戦者に関する属性の一部が明らかになった。他球団や他地域に無い特徴があることが示唆されたため、今後はその特徴を踏まえたファン獲得の施策や、地域活性化の施策を講じることに繋がることが期待される。一方で、今回の調査対象者の来場者全体に対する比率は0.5%と非常に小さいことが課題として挙げられる。今後は調査方法や時期などを改善し、より信頼性・妥当性の高い調査を行うことが必要である。さらに、本調査では属

性を中心に回答を求めたが、今後さらなる研究のためには来場者の心理的、社会的な側面に踏み込んだアンケートの質問項目や、インタビュー等の質的調査が必要となる。

6. 引用文献

- 1) 文部科学省(2022) スポーツ基本計画. https://www.mext.go.jp/sports/content/000021299_20220316_3.pdf, (最終確認日：2024/6/28)
- 2) 宮本勝浩, 韓池, & 田口順. (2007). プロ野球産業の経済効果. スポーツ産業学研究, 17(1), 45-56.
- 3) 和田由佳子, & 松岡宏高. (2017). プロ野球チームのブランド連想 パシフィックリーグに所属するチーム間の比較. スポーツマネジメント研究, 9(1), 23-37.
- 4) 日本野球機構, シーズン成績2023年8月23日(日)東北楽天ゴールデンイーグルス-福岡ソフトバンクホークス <https://npb.jp/bis/2023/games/s2023082701604.html>(最終確認日：2024/6/28)
- 5) 小野里真弓, 畑攻, & 齋藤隆志. (2004). プロスポーツにおける観戦者のロイヤルティに関する研究: Jリーグとプロ野球の場合の比較分析を通して. 日本女子体育大学紀要, 34, 19-30.
- 6) 下窪拓也. (2022). スポーツ観戦者の社会的属性の検証—社会経済的地位と性別の観点から—. スポーツ社会学研究, 30(2), 101-113.