札幌のプロバスケットボールチームにみる観戦者特性の変化に関する研究 ーレラカムイ北海道からレバンガ北海道へのチーム変更に伴う 観戦者の変化に着目してー[†]

千葉 直樹* 永谷 稔*

Changes in Characteristics of Spectators of Professional Basketball Teams in Sapporo, Focusing on the Establishment of Levanga Hokkaido[†]

Naoki CHIBA* and Minoru NAGATANI*

Abstract

The purpose of this study was to examine the changes in characteristics of spectators of professional basketball teams, and the relationship between frequency of attendance and participant motives in Sapporo. The name of the professional basketball team and its company changed from “Rera Kamuy Hokkaido” to “Levanga Hokkaido” in 2011. Questionnaire surveys conducted in 2010 and 2012 were analyzed. Findings indicated that between the two research periods there was no change in spectators’ characteristics according to sex and age groups. Previous studies had indicated that 70% of spectators were women and half of these female spectators were between the ages of 20–40. About 80% of spectators surveyed participated in both research periods. The 2012 results indicated that the percent of spectators who had belonged to basketball club in their junior and high school days was higher compared to that in 2010.

Key words : Professional Basketball, Spectator, Participant Motives, Sapporo

1. 諸 言

1.1 札幌のプロバスケットボールチームの変遷

北海道は、バスケットボールの競技者と観戦者が相対的に多い地方である（注1）ことから、レラカムイ北海道（以下、レラカムイ）は、札幌市を拠点として2007年に誕生した。レラカムイは初年度から順位は下位に低迷したが、3年連続してJBL（JAPAN BASKETBALL

LEAGUE）で最も多く観戦者を動員した（表1：注2）。レラカムイは、2009–10年シーズンに約7万人のホームゲーム観戦者数を記録し、1試合の平均観戦者数は、3,182名であった。しかし、レラカムイの運営会社ファンタジア・エンターテインメントは、2009年と2010年度の年会費2,000万円を納入せず、決算に虚偽の報告をしたことから、2011年1月に、JBLから除名処分を受けた。その後、JBLを運営する日本バスケットボール・オペレーション（JBO）が、シー

[†] 原稿受付 2015年3月3日 原稿受諾 2015年8月10日

* 北翔大学生涯スポーツ学部スポーツ教育学科 〒069-0833 北海道江別市文京台23番地

* Department of Sport Education, School of Lifelong Sport, Hokusho University, 23, Bunkiyodai, Ebetsu, Hokkaido, Japan (069-0833)

ズンの残りの試合運営を行い、北海道バスケットボールクラブという名称で試合を行った。

翌シーズン、レラカムイの中心選手であった折茂武彦を理事長として、一般社団法人北海道総合スポーツクラブが2011年に設立され、レバンガ北海道(以下、レバンガ)というチーム名で、JBLのリーグ戦に参加した。レバンガは当初から資金難に苦しみ、2011-12年シーズンにリーグ戦で最下位に沈み、観戦者数もレラカムイ時代よりも少なくなった。たとえば、レラカムイ時代の2008-9年シーズンには、ホームゲームの平均観戦者数が3,521名であった一方で、レバンガ時代の2012-13年シーズンには、平均で1,677名の観戦者しか集めることができなかった(表1)。レラカムイの運営会社は、積極的な集客に務めており、JBLで最も多い観戦者を集めていた。一方で、レバンガでは、スポンサー獲得や集客に向けたマネジメントスタッフが不足していた¹⁾。

レラカムイとレバンガを運営する法人は全く別の団体である。しかし、中心選手で日本代表経験のある折茂、桜井良太など4選手は変わらず、レバンガの試合会場では、レラカムイ時代から特定の選手を熱心に応援する観戦者を何人も観察することができた。熱心な観戦者がいる一方で、平均観戦者数はレバンガ時代に2,000名を割る状態に陥った(表1)。

1.2 日本のバスケットボールの観戦者に関する先行研究の概観

2005年にbjリーグという日本初のプロバスケットボール・リーグが設立されてから、bjリーグの観戦者に関する研究がいくつか行われてきた。たとえば、永富ら²⁾は、大阪エヴェッサの観戦者を対象に、2005-6年シーズンおよび2006-7年シーズンに4度質問紙調査を行い、観戦者の特性について明らかにした。2005-6年の開幕戦では、女性の比率が40.3%に過ぎなかったが、その後、同シーズンの最終戦では53.2%、2006-7年開幕戦で60%、最終戦で56.4%と増加する傾向にあった。また、大阪エ

表1 レラカムイとレバンガのホームゲーム平均観戦者数と順位

シーズン	チーム名	平均観戦者数	順位
2007-8	レラカムイ	2,929	8位
2008-9	レラカムイ	3,521	7位
2009-10	レラカムイ	3,182	7位
2010-11	レラカムイ	2,028	8位
2011-12	レバンガ	1,942	5位
2012-13	レバンガ	1,677	8位

ヴェッサは、2005-6年開幕前から、女性ファンを重要なターゲットマーケットと捉えており、「イケメン」選手を積極的に勧誘したり、「女性獲得戦略」に関するプロジェクトを立ち上げたりして、様々なマーケティング戦略を展開してきた。こうした戦略が、女性ファンの増加という結果に結びついたと言及されていた。

石澤と永谷³⁾は、2009年2月に、札幌市で開催されたレラカムイ公式戦(対日立サンロッカーズ戦)試合会場で、観戦者の実態調査を行った。この研究では、1)レラカムイの観戦者は7割が札幌市在住の女性であり、20歳代と30歳代が全体の57.6%を占めた、2)観戦者の7割は北海道日本ハムファイターズの試合を、4割はコンサドーレ札幌の試合も観戦したことがあった、という主な結果が報告された。

加えて千葉ら⁴⁾は、稚内市と釧路市で2009年に行われたレラカムイ公式戦試合会場で、観戦者の実態調査を行った。この調査では、1)観戦者の男女比はほぼ半々であり、2)稚内会場では、レラカムイ公式戦の初回観戦者が全体の49.2%を占め、釧路会場では67.1%であったことが報告された。さらに、千葉らは、中学・高校時代に、バスケットボール部に所属した者がレラカムイのファンだからという理由よりも、バスケットボール好きという理由で観戦に訪れる傾向を指摘した。また中学・高校時代に運動部に所属していなかった観戦者ほど、運動部経験者よりも、レラカムイのリピーターになる比率が高いことが報告された。

高田ら⁵⁾は、日本にある六つの球技系トップ

リーグ (JBL, WJBL [バスケットボール女子日本リーグ機構], 日本ハンドボールリーグ, ラグビートップリーグ, アジアリーグ・アイスホッケー, 日本女子ソフトボール) の観戦者を対象に, 観戦動機に関する探索的因子分析の結果から, クラスタ分析を行い, 種目ごとの観戦者集団の特徴を明らかにした. 6リーグのうち3リーグにおいて, 女性観戦者の割合が高く, JBLでは61.5%, WJBLでは72.8%が女性であった. また澤井⁶⁾は, プロパティ・ライツ理論に基づいて, NBL所属の企業クラブとbjリーグのプロクラブの観戦者の特徴の違いを比較し, プロクラブの観戦者は企業クラブの観戦者に比べて「地域プライド」が有意に高いことを明らかにした.

JBLやbjリーグを対象にしたバスケットボールの観戦者調査では, 女性ファンの比率が高いという結果が報告されてきた⁷⁾. しかし, 女性ファンがバスケットボールの試合に引き付けられる理由は, 定かではない. また過去の運動部経験と観戦動機の関係について十分に明らかにされていないことから, 本調査では分析の視点の一つにした.

JBLにプロチームが参入した歴史は浅い. プロチームが消滅した後に同じ本拠地に別のプロチームが誕生するという事例は, 福岡レッドファルコンズとライジング福岡の事例と本事例以外にはない. また本拠地を同じにするプロチームが別のチームに変わった前後で, 観戦者の特性の変化について比較した研究は行われていない.

1.3 研究目的

本研究は, レラカムイとレバンガのホームゲーム観戦者の特性の変化について, 観戦頻度, 観戦動機, 過去の運動部経験の視点より明らかにすることを目的にする.

2. 研究方法

本研究では, レラカムイとレバンガのホームゲーム観戦者を対象に質問紙を用いて個別面接

調査を行った. その結果から観戦頻度と中学・高校時代の部活動経験に関して回答者の分類を行った.

2.1 研究対象

本研究では, ①2010年3月14日に開催されたレラカムイのホームゲーム観戦者と, ②2012年3月3日に行われたレバンガのホームゲーム観戦者を研究対象とした. 以下, ①の調査をレラカムイ調査, ②の調査をレバンガ調査と表記する. 二回の調査は, 中学生以上の観戦者を対象に行われた. レラカムイとレバンガの対戦相手は, ともにトヨタ自動車アルバルクで, 試合会場は札幌市の北海道立総合体育センター「北海きたえーる」(以下, きたえーる) であった. 調査は訪問留置法による来場者自記式調査で行い, 会場の入り口で質問紙を観戦者全員に手渡し, 会場内の指定された場所で質問紙を回収した.

レラカムイ調査の観戦者数は4,331名と発表された. この数は, 2009-10年シーズンのホームゲームで最も多い観戦者数であった. 中学生以上の有効回答数は849部であり, 有効回収率は19.6%であった. レバンガ調査の観戦者数は, 2,666名と発表された. 中学生以上の有効回答数は1,019部であり, 有効回収率は38.2%であった. 3月3日の試合は, ホームゲーム最終戦ということもあって, 平均観戦者数よりも多くの観戦者を集めた.

2.2 調査項目

調査項目は, 観戦者の個人的属性 (性別, 年齢, 居住地), 中学・高校時代の課外活動状況, 観戦回数, 観戦形態 (日帰り観戦か宿泊を伴う観戦), 観戦動機であった.

2.3 分析方法

本研究では, 観戦者特性の変化について明らかにするために, 以下のように分析項目を整理した. ①観戦者の属性, ②観戦者の中学・高校時代の部活動経験とバスケットボール経験, ③

表2 レラカムイとレバンガ観戦者の属性 (2010・2012)

レラカムイ観戦者の属性		人数	%	レバンガ観戦者の属性		人数	%
住所	札幌市	645	76.2	住所	札幌市	705	68.9
	江別市	20	2.4		江別市	28	2.7
	道外	17	2		千歳市	28	2.7
	旭川市	16	1.9		北広島市	27	2.6
	その他の市町村	66	7.8		恵庭市	23	2.2
			道外		23	2.2	
			その他の市町村		189	18.5	
部活動所属 (中学時代)	文化部	109	14.3		部活動所属 (中学時代)	文化部	110
	無所属	130	17	無所属		117	12.6
	運動部	544	71.3	運動部		700	75.5
	バスケ部	241	44.3	バスケ部		356	50.9
部活動所属 (高校時代)	文化部	144	20.2	部活動所属 (高校時代)	文化部	160	19
	無所属	195	27.3		無所属	195	23.2
	運動部	380	53.3		運動部	486	57.8
	バスケ部	160	42.1		バスケ部	235	48.4
観戦形態	日帰観戦	778	93.3	観戦形態	日帰観戦	931	92
	宿泊観戦	56	6.7		宿泊観戦	81	8

ホームゲーム公式戦の観戦回数の比較, ④観戦動機の比較である。①では、二回の調査結果における観戦者の性別及び年代別比較を行った。分析には、カイ二乗検定を用いた。

②では、中学・高校時代の部活動所属経験に基づき、回答者を、「バスケ経験者」と「バスケ経験者以外の者」と二つに分類した。これは、過去のバスケットボール経験によって観戦頻度に違いがみられるかについて分析するために行った。③では、二回の調査における累計観戦回数を比較した。

④では、回答者を観戦回数に基づき、三つのグループに分けて分析を進めた。それは観戦者のなかには、初回観戦者から毎試合観戦するファンまでおり、チームに対する思い入れに差があり、累計観戦数に応じて観戦動機に違いがあると想定したからであった。レラカムイ調査では、過去3年間の観戦回数が1回から3回までの観戦者を「観戦初心者」と、4回～14回までの者を「中間層」と、15回以上の者を「定期観戦者」と分類した。レバンガ調査では、観戦回数の選択肢を変更したことから、1回から

3回までの観戦者を「観戦初心者」と、4回～9回までの者を「中間層」と、10回以上の者を「定期観戦者」と分類した。観戦頻度に基づく三つのグループと観戦動機の関係について比較した。

3. 結果及び考察

3.1 ①観戦者の属性

レラカムイの調査において、観戦者の76.2% (645名) は札幌市在住者であった。一方で、レバンガの観戦者は、68.9% (705名) が札幌市在住者であった(表2)。またレラカムイ調査の日帰り観戦者は93.3% (778名) であり、レバンガ調査では92% (931名) であった(表2)。二回の調査において、観戦者の70%以上が札幌市近郊の都市から観戦に訪れていることが確認された。

レラカムイ調査における回答者の男女比は、女性が69.9% (593名)、男性が30.1% (255名) であった。一方で、レバンガ調査では、女性が68.9% (706名)、男性が31.1% (318名) であった。二回の調査における男女の比率に関してカ

表3 レラカムイとレバンガの観戦者にみる性別及び年代別の比較 (%)

	レラカムイ調査 (n = 848)	レバンガ調査 (n = 1024)
<性別>		
男性	30.1 (255)	31.1 (318)
女性	69.9 (593)	68.9 (706)
	100.0	100.0
自由度 1	$\chi^2 = 0.21$, n.s.	
<年代>		
10歳代	11.1 (91)	9.9 (98)
20歳代	17.7 (145)	19.5 (194)
30歳代	30.5 (250)	31.1 (309)
40歳代	26.4 (216)	24.6 (245)
50歳代	9.6 (79)	10.4 (103)
60歳代	3.5 (29)	3.5 (35)
70歳代	1.1 (9)	1.0 (10)
	100.0	100.0
自由度 6	$\chi^2 = 2.30$, n.s.	

イ二乗検定を行うと、有意差は認められなかった(表3)。

レラカムイ観戦者の年代を調べると、30代は30.5 % (250名)、40代は26.4 % (216名)、20代は17.7 % (145名)であった(表3)。レバンガ調査では、30代が31.1 % (309名)、40代が24.6 % (245名)、20代が19.5 % (194名)であった(表3)。二回の調査における性別と年代別の比較を行うと、有意差は確認されなかった(表3)。つまり、レラカムイからレバンガにチームが変わっても、観戦者の性別と年代に変化が見られなかった。

3.2 ②観戦者の中学・高校時代の部活動経験とバスケットボール経験

中学・高校時代の部活動経験について尋ねると、レラカムイ調査では、回答者の71.3 % (544名)が中学時代に運動部に、高校時代でも53.3 % (380名)は運動部に所属していた(表2)。特に中学時代の運動部経験者のうち、44.3 % (241名)が、高校時代では42.1 % (160名)がバスケットボール部に所属していた。レバンガ調査

表4 プロバスケの観戦者にみる中学時代の部活動経験の比較 (%)

中学時代の部活動所属	レラカムイ調査 (n = 757)	レバンガ調査 (n = 929)
バスケ経験者	31.7 (240)	38.3 (356)
バスケ以外の運動部経験者	38.4 (291)	34.9 (324)
文化部経験者と無所属者	29.9 (226)	26.8 (249)
自由度 2	100.0	100.0
$\chi^2 = 7.99$, p < .05		

表5 プロバスケの観戦者にみるバスケ経験者の比率の変化 (%)

中学・高校時代の部活動所属	レラカムイ調査 (n = 727)	レバンガ調査 (n = 886)
バスケ経験者	38.1 (277)	43.7 (387)
バスケ経験者以外の者	61.9 (450)	56.3 (499)
自由度 1	100.0	100.0
$\chi^2 = 5.12$, p < .05		

では、中学時代の運動部経験者が全体の75.5 % (700名)を占め、高校時代でも57.8 % (486名)が運動部に所属していた(表2)。そのうち、50.9 % (356名)が中学時代に、48.4 % (235名)が高校時代にバスケットボール部に所属していた。以下、中学・高校時代のどちらかでバスケットボール部に所属していた者を、「バスケ経験者」と表記することにする。つまり、回答者の半数以上は、中学・高校時代に運動部に所属経験のある者だと確認された。特にレバンガの観戦者の場合には、運動部所属者のうち、バスケ経験者が約半数を占めていたことが明らかになった。

二回の調査における中学時代の部活動経験の有無を比較すると、5 %水準で有意差が確認された(表4)。レバンガ調査では、レラカムイ調査に比べて、回答者に占めるバスケ経験者の比率が高くなったことが確認された。さらに、中学・高校時代のどちらかでバスケットボール部に所属していた観客を、「バスケ経験者」と呼び、それ以外の者を「バスケ経験者以外の者」と分類した。中学・高校時代のバスケ経験者と二回の調査を比較すると、5 %水準で有意

図1 レラカムイ観戦者の累計観戦回数

図2 レバンガ観戦者の累計観戦回数

差が確認された(表5)。バスケ経験者の比率は、レラカムイ調査で38.1% (277名)であったのに対して、レバンガ調査では43.7% (387名)へと高まっていた。

以上の結果から、レバンガになって、バスケ経験者が応援する比率が高くなったと指摘することができる。レラカムイ時代には、チームの運営会社と北海道バスケットボール協会(以下、バスケ協会)が試合の興行をめぐり関係が悪くなり、北海道のバスケットボール関係者から積極的な支援を受けることが難しかった。一方で、レバンガはバスケ協会から全面的に支援されている。バスケ協会は、道内の競技者にもレバンガの運営団体であった、「北海道総合スポーツクラブ」の会員になるように案内を送ったり、ホームページでレバンガの試合開催を宣伝したりするようになった。こうしたバスケ協会の方針の転換によって、観戦者の層も変化してきたと考えられる。

3.3 ③ホームゲーム公式戦の観戦回数の比較

レラカムイ調査における過去3年間の累計観戦回数は、15回以上が35.2% (294名)で最も多く、次いで2~3回が18.5% (155名)、1回が16.3% (136名)、4~6回が15.2% (127名)、7~14回が14.8% (124名)という結果であった(図1)。回答者の83.7%がレラカムイの試合を2回以上観戦したりピーターであった。レラカムイが誕生して3年目になり、熱心なファンは、ホームゲームを頻繁に観戦していた。特にレラカムイのホームゲームはほとんど札幌近郊で開

催されていた(注3)ことから、札幌会場ほどリピーターが多いことが確認された(注4)。

一方で、レバンガ調査では、4回~9回が30.5% (310名)と最も多く、次いで2~3回が22.9% (233名)、1回が20% (204名)、20回以上が14.7% (150名)、10~19回が11.9% (121名)という結果であった(図2)。特に、回答者の80%がレバンガの試合を2回以上観戦したりピーターであった。レバンガは、2011年に誕生したチームであり、初年度のホームゲームは20試合あり、アウェイゲームが22試合行われた。つまり、20回以上と答えた観戦者は、全てのホームゲームを観戦したか、北海道外で行われたアウェイゲームも観戦した「定期観戦者」と言える。

3.4 ④観戦動機の比較

二回の調査では、観戦者の観戦動機について、複数回答が可能な状況で質問を行った。レラカムイ調査では、「レラカムイ北海道のファンだから」という回答が、52.5% (446名)で最も多く、次いで「バスケットボールが好きだから」が46.2% (392名)、「レラカムイは北海道のチームだから」が30.9% (262名)、「札幌市で開催されたから」が27.4% (233名)、「五十嵐圭選手を見たかったから」(注5)が24.9% (211名)という結果であった(図3)。

レバンガ調査では、「レバンガのファンだから」という回答が52.5% (535名)で最も多く、「バスケットボールが好きだから」が47.2% (481名)で、「レバンガは北海道のチームだから」

図3 レラカムイ観戦者の観戦動機 (2010)

図4 レバンガ観戦者の観戦動機 (2012)

が37.4% (381名), 「札幌市で試合が開催されたから」が33.4% (340名), 「以前からのファンだから」が30.3% (309名), 「折茂選手を応援したいから」が29.8% (304名) という結果であった (図4)。二回の調査結果から, 観戦者がチームのファンであると自認する比率が回答者の半数を越えていることがわかった (図3・図4)。

またレバンガ調査の結果から, 約30%の回答者 (309名) がレラカムイ時代からのファンだと回答していた。以前からの中心選手で,

レバンガの理事長である折茂選手を応援することを観戦動機にあげていた者もほぼ同数おり, 両方の項目を選択した者は175名いた。このことからレラカムイ時代からの観戦者が一定数レバンガの試合を観戦していることが確認された。

レラカムイ調査では, 観戦回数に基づく三つのグループと観戦動機という項目で比較を行った (図5)。結果は, 「レラカムイ北海道のファンだから」, 「バスケットボールを好きだから」, 「五十嵐圭選手を見たかったから」, 「友人に誘

図5 観戦回数別にみる観戦動機 (レカムイ調査) ** = $p < .01$

われたから」,「家族に誘われたから」,「その他」の理由に関して, 1%水準で有意差が確認された(図5)。この結果から, 3年間で15回以上観戦した「定期観戦者」ほど, レカムイ・ファンであることを自認して観戦しており, バスケットボール好きであることが確認された。一方で, 「観戦初心者」は, 「五十嵐圭選手を見たかった」という理由や, 友人や家族に誘われることで観戦する傾向にあることがわかった。このことから, 観戦者の属性に応じた試合の広報活動が必要であることが示唆された。特に「五十嵐圭選手を見たいから」という理由を選択した回答者のうち, 約86%(184名)が女性であったことから, 女性ファンほど男性ファンに比べて「イケメン」選手の出場によって観戦数が増える可能性があると考えられる。

レカムイの後に誕生したレバンガの観戦者数が伸び悩んでいることを考えると, チーム強

化とともに, 人気選手の獲得が重要であることが示唆された。実際に, 大阪エヴェッサは, 女性ファンを増やすためにスター選手の勧誘などを積極的に行い, 観戦者に占める女性ファンを増やすマーケティング戦略を展開していた⁸⁾。

レバンガ調査では, 観戦回数に基づく三つのグループと観戦動機という項目で比較を行った(図6)。結果は「レバンガ北海道のファンだから」, 「バスケットボールを好きだから」, 「以前からのファンだから」, 「折茂選手を応援したいから」, 「レバンガは北海道のチームだから」, 「友人に誘われたから」, 「家族に誘われたから」, 「子どものつきそい」, 「その他」の理由に関して, 1%水準で有意差が確認された。これらの結果から, 観戦頻度が多い観戦者ほど, レバンガ北海道のファンであることを自認する傾向にあることが確認された。一方で, 観戦初心者ほど, 友人や家族の誘い, 子どもの付添いといった外

図6 観戦頻度別にみる観戦動機 (レバンガ調査) ** = $p < .01$

発的な要因によって観戦する傾向にあることがうかがえた。また「バスケットボールを好きだから」と答えた観戦初心者は、他のグループよりも多かった。

4. 結 論

本研究の結果から二回の調査間に、観戦者の男女比や年齢層に変化がなかったことが確認された(表3)。つまり、以前の研究でも指摘されたように、観戦者の約70%が女性であり、20代から40代の女性が多いことが再確認された。レバンガ調査では、レラカムイ調査に比べて、中学・高校時代にバスケット部員であった者の比率が高くなったことが報告された。つまり、レバンガになって、バスケットボール経験者が応援する比率が高くなったと指摘することができる。また観戦者の観戦動機に関する二回の調査結果から、観戦者がチームのファンであると自認する比率が回答者の半数を越えていた。

レラカムイ調査では、定期観戦者ほど、レラ

カムイ・ファンであることを自認して観戦しており、バスケットボール好きであることが確認された。一方で、観戦初心者は、「五十嵐圭選手を見たかった」という理由や、友人や家族に誘われることで観戦する傾向にあった。レバンガ調査では、定期観戦者ほど、レバンガのファンであることを自認する傾向にあることが確認された。一方で、観戦初心者ほど、友人や家族の誘い、子どもの付添いといった外発的な要因によって観戦する傾向にあることがうかがえた。

今回の調査結果から、レバンガの観戦者の8割近くがリピーターであり、「観戦初心者」といえる観戦者を「定期観戦者」に変える見通しが必要であると提起できるだろう。さらに、レバンガの試合を観戦したことがない潜在的なファンをいかに開拓していくということも今後の課題であろう。観戦者の約70%は女性客であり、女性ファンの満足度をあげるためにはどのような工夫が必要であるかについて調査す

る必要があるだろう。一方で、20代男性の比率が女性に比べて相対的に低く、この年代の男性ファンを増やす計画も必要だろう。

付 記

本研究は、平成21～25年度北翔大学北方圏生涯スポーツ研究センターの研究費を受けて行われた研究成果の一部である。

(注1) 平成19年度日本バスケットボール協会の資料によると、北海道は、全国の都道府県でバスケットボールの競技者数が、2番目に多い地方であった。2006年のFIBAバスケットボール世界選手権大会では、Dグループの試合が、札幌市の北海道立総合体育センター「北海きたえーる」(以下、きたえーる)で開催され、レブロン・ジェームスなどのNBAのスター選手を含む、アメリカ代表の試合が行われたことから、1日6,000名を越える観戦者を集めた⁹⁾。

(注2) 表1は、北海道新聞に掲載された記事¹⁰⁾や同新聞の記者から提供された資料に基づき作成した。

(注3) レラカムイは、2009～10年シーズンのホームゲーム22試合のうち16試合を、札幌市の体育館(きたえーると月寒アルファコートドーム)で開催しており、地方会場での試合開催は、稚内会場2試合、釧路会場2試合、北広島会場2試合の合計6試合であった。ほとんどのホームゲームを札幌市近郊で開催してきたことから、札幌市以外の地域にファンを拡大することが課題になっていた。

(注4) 2010年にレラカムイのホームゲームで行われた調査(千葉ら、2010)によると、稚内会場でのリピーターは50.8%(124名)であり、釧路会場でのリピーターは32.9%(342名)であった。地方会場の結果と比較すると、札幌会場におけるリピーターの数が多いことがわかるだろう。

(注5) 五十嵐圭は対戦チームのトヨタ自動車に所属していた人気選手である。テレビのパラエティ番組などに出演し、「イケメン」選手として有名であった。

参 考 文 献

- 1) 金 勝広<躍進 新生レバンガ 2011～12 シーズン検証>下*営業、集客「レラ」の影、北海道新聞、2012年3月28日。
- 2) 永富慎也、藤本淳也、永田順也、住田 健;bリーグの観戦者の特性に関する研究-2005-2006年シーズンと2006-2007年シーズンの縦断的分析-。大阪体育大学紀要、第39巻、pp.225-235、2008。
- 3) 石澤伸弘、永谷 稔;プロバスケットボール観戦者の観戦行動特性に関する研究、北翔大学生涯スポーツ学部研究紀要、創刊号、pp.51-58、2010。
- 4) 千葉直樹、永谷 稔、石澤伸弘;地方会場におけるレラカムイ北海道の観戦者実態調査-稚内・釧路会場の調査結果から-、北翔大学北方圏生涯スポーツ研究センター年報、創刊号、Vol.1、pp.1-8、2010。
- 5) 高田一慶、原田宗彦、備前嘉文;わが国の球技系トップリーグ観戦者に関する研究-クラスター分析を用いた観戦者の分類-、スポーツ産業学研究、Vol.18、No.1、pp. 25-42、2008。
- 6) 澤井和彦;バスケットボール・トップリーグの企業クラブとプロクラブにおける観戦型スポーツビジネスの制度設計に関する比較研究:プロパティ・ライツ理論による分析、スポーツ産業学研究、Vol.24、No.2、pp.169-184、2014。
- 7) 永富ら、前掲、2008;石澤・永谷、前掲、2010;高田ら、前掲、2008。
- 8) 永富ら、前掲、2008。
- 9) 世界バスケ 札幌で開幕*6000人 妙技に目が点、北海道新聞、2006年8月20日。
- 10) 金 勝広、前掲、2012年3月28日;「<何しろ勝つレバンガNBLに挑む>中*経営刷新*年俸増、営業を強化」、北海道新聞、2013年9月26日。