

日本スポーツマネジメント学会

2017 年度学会奨励賞

論文名：フィギュアスケート観戦のプロダクト構造：競技的要素に着目して

平成 28 年 10 月 スポーツマネジメント研究、第 8 巻、1 号

内容：

プロスポーツのマネジメントにおいて、観戦者が競技に対して持っているニーズを把握することは、マーケティング活動を行う上で最も重要な要素の一つである。しかしながら、スポーツマネジメントでは、チーム、リーグさらには競技団体が観戦者やファンに提供する中核的なプロダクトである「試合」はコントロールが不可能であることを前提としている。そのため、競技に直結しない要因をコントロールすることによって、ファンの満足度を高め、継続的に応援をしてもらうことに多くの研究が焦点を当てている。

これまでの研究においては、ファンの満足度は、中核的なプロダクトと周辺的なプロダクトのクオリティを高めることによって高まることが明らかにされているが、中核的なプロダクトが周辺的なプロダクトに比べてより満足に影響を与えていることも示されている。

そこで本研究では、フィギュアスケート観戦者が競技に対して抱いている価値や重要性(関与)に着目した。中核的なプロダクトを技術的な要因と審美的な要因に区分し、それぞれが応援する意図とどう関係しているかを明らかにすることを目的とした。

分析には、2013NHK 杯国際フィギュアスケート競技大会にて収集された 478 サンプルを用いた。競技要素への関与を測定する尺度については、確認的因子分析の結果から技術的要素と審美的要素という 2 つの因子が確認された。さらに、観戦者の関与はフィギュアスケートについての知識、および選手を支援する意図や観戦行動などの結果要因との有意な関係が認められ、フィギュアスケート観戦者へのマーケティング戦略策定に関して有効な示唆を得た。