

筑波大学大学院博士課程
システム情報工学研究科特定課題研究報告書

水戸ホーリーホックの
観客動員数増加施策に関する研究

平山 友規 修士 (ビジネス)

藤本 真央 修士 (公共政策)

高 瑞笛 修士 (ビジネス)

白 潔 修士 (ビジネス)

蘆 楠 修士 (ビジネス)

(経営・政策科学専攻)

指導教員 生稻 史彦

2015年3月

水戸ホーリーホックの
観客動員数増加施策に関する研究

201320570	平山 友規	修士 (ビジネス)
201320571	藤本 真央	修士 (公共政策)
201320588	高 瑞笛	修士 (ビジネス)
201320599	白 潔	修士 (ビジネス)
201320612	蘆 楠	修士 (ビジネス)

(経営・政策科学専攻)

指導教員 生稻 史彦

2015年3月

Researchers of Bring more audience to the Mito-hollyhock game

報告書要旨

本研究の目的は、日本のプロサッカーチームである水戸ホーリーホックのホームゲームにおける観戦者数の増加に資する提案をすることである。本研究では、2つのサブテーマを設定し、研究を行った。第1のサブテーマは、試合観戦者の満足度と広報宣伝に焦点を当て、観戦者を増やす方法の考察を行った研究である。第2章のスタジアム観戦の満足度と再観戦意図の関係、第3章の女性観戦者の特徴、第4章のSNSの使用の棲み分けの研究が第1のサブテーマの研究にあたる。第2章と第3章では、ケーズデンキスタジアム水戸で来場者を対象に行った2回のアンケート調査から得られたデータを用いた分析を示している。また、第4章では、水戸ホーリーホックから得られた各ツールのデータを用いた分析を示した。第2のサブテーマは、水戸ホーリーホックと地域との関係の現状と可能性を明らかにし、将来の試合観戦者の増加につながるホームタウン活動の考察を行った研究である。第5章の子供向けホームタウン活動の効果、第6章のホームタウン活動と地域活動を繋ぐキーパーソンの役割とパーソナリティに着目した研究が第2のサブグループの研究にあたる。第5章では、水戸ホーリーホックが行っている親子サッカー教室で保護者に行った2回のアンケート調査から得られたデータを分析した。また、第6章では、水戸市内の商店街における3名のキーパーソンに行ったインタビュー調査から得られたデータを分析した。分析の結果、第2章と第3章の観戦者の満足度の研究において、サンプル全体では「スタジアム観戦での経験価値」「選手との距離」「観戦回数」「試合内容」が、男性に関しては「試合観戦満足度」、「選手との距離」が、女性に関しては「試合内容満足度」が再観戦意図に正の影響を与えることが明らかになった。また、女性に関して「試合内容」が観戦満足度に正の影響を与えることが明らかになった。第4章のSNSの研究では、Facebookの反応が多い時間帯は20時から24時、Twitterの反応が多い時間帯は13時、15時、18時から21時であることが明らかになった。また、ブログの投稿数はアクセス数に影響を与えることが分かった。第5章と第6章のホームタウン活動の研究では、子供向けイベントの参加が「観戦意図」に正の影響を与えることが検証された。また、キーパーソンは、地域における水戸ホーリーホック関連の活動を包括的に行い、キーパーソンの特定には、社会ネットワーク上のつながりが重要であることが明らかになった。本研究で得られた知見から、応援に関する意見聴取、ファンサービス強化、より気迫のあるプレー、臨時託児所の設置、女性向けグッズ販売と割引券、女性応援団の開設、SNSの適材適所の投稿、ブログの更新頻度の向上、キッズパスポートのプロモーション強化、ホームタウンの市町村における商店街担当課との連携強化、高齢層向けホームタウン活動の開催などの提言をまとめた。

Summary of the Report

Our objective of this research is about to getting more audience for Mito-hollyhock. This objective include two sub-theme. The first sub-theme is about satisfaction of audience and advertising, to find the results of how to get more audience.

In chapter 2 our results is about the relation between audience satisfactions and do they want to come back watching this game again. Chapter 3 is about the characteristic of female audience. Chapter 4 is a catalog of SNS. The second sub-theme is about in Chapter 2 and 3, we got the results by using some questionnaires while we're at K's stadium. Chapter 6, audience around twenties 'experiences by watching the game in stadium"satisfaction of watching games"distance between audience and players"satisfaction of food retail shop"satisfaction of the game itself' we got the most?feedback from Facebook is about 8pm til 0am, 1pm, 3pm, 6pm till 9pm we got the most feedback from Twitter as well. Blogger comments also brought positive effects to it. Through this research, we got these suggestions, set daycare for little babies. Discount tickets, shopping coupons, build more connections with shopping streets. Offer older people hometown sevices, etc.

Chapter 5 and Chapter 6 of the Home Town activity research, that the participation of children events provide a positive impact on the "watch intention" has been verified. In addition, key person is, comprehensively conduct the Mito-HollyHock related activities in the region, in particular of key persons, ties on the social network has become clear that it is important. From findings obtained in this study, hearing about the support, fan service enhancement, play a more verve, installation of temporary nursery, women's goods sales and discount tickets, opening of female cheerleaders, posted right man in the right place of the SNS , improvement of blog update frequency, promotion strengthening of kids passport, strengthen cooperation with the mall department in charge in the Home Town municipality, I summarizes the recommendations, such as held for elderly home town activities.

目次

第1章 序論

1.1 背景

- 1.1.1 水戸ホーリーホックについて 2
- 1.1.2 ホームタウンについて 2
- 1.1.3 観客動員数について 3
- 1.1.4 課題 4

1.2 既存研究 4

1.3 目的と研究全体像 4

1.4 使用データについて

- 1.4.1 スタジアムアンケート調査 6
- 1.4.2 ソーシャルメディア 6
- 1.4.3 ホームタウン活動 7

参考文献 8

第2章 スタジアム観戦満足度と再観戦意図の関係に関する研究

2.1 序論

- 2.1.1 研究背景 11
- 2.1.2 研究目的 11

2.2 研究方法

- 2.2.1 先行研究 12
- 2.2.2 先行研究からの仮説設定 12
- 2.2.3 アンケート票の項目 14
- 2.2.4 アンケート調査の実施方法 14
- 2.2.5 データセット 14
- 2.2.6 本研究の分析の流れ 14
- 2.2.7 変数の作成 14
 - 2.2.7.1 スタジアム観戦による各満足度要因の変数 14
 - 2.2.7.2 再観戦意図の変数 16
- 2.2.8 仮説の再設定 17

2.3 分析方法 19

2.4 分析結果 20

2.5 考察 22

2.6 結論 23

2.7 提案 23

2.8 今後の課題 24

参考文献 25

第3章 女性観戦者の増加に関する研究

3.1 序論

- 3.1.1 研究背景 28
- 3.1.2 研究目的 29
- 3.1.3 本研究の構成 29

3.2 先行研究・仮説設定

- 3.2.1 先行研究 29
- 3.2.2 基礎仮説 30

3.3 分析方法

- 3.3.1 アンケート質問表構成 30
- 3.3.2 アンケート調査の実施 30
- 3.3.3 データ選定 30

3.4 分析結果

- 3.4.1 単純集計 31
 - 3.4.1.1 データセット 31
 - 3.4.1.2 分析結果 31
- 3.4.2 クロス表分析 32
 - 3.4.2.1 データセット 32
 - 3.4.2.2 分析目的及び仮説設定 32
 - 3.4.2.3 分析結果 33
- 3.4.3 因子分析 34
 - 3.4.3.1 データセット 34
 - 3.4.3.2 分析結果 34
- 3.4.4 回帰分析 35
 - 3.4.4.1 データセット 35
 - 3.4.4.2 仮説設定 35
 - 3.4.4.3 分析結果 35

3.5 考察 37

3.6 結論 38

3.7 提案 39

3.8 今後の課題 40

参考文献 41

第4章 ソーシャルメディアの活用に関する研究

4.1 序論

- 4.1.1 研究背景 44
- 4.1.2 研究目的 46
- 4.1.3 仮説の設定 46

4.2. 研究方法	48
4.3. 分析	49
4.3.1 Facebook	49
4.3.2 Twitter	52
4.3.3 ブログ	54
4.4. 考察	55
4.5. 結論	56
4.6. 提案	57
4.7. 限界と課題	57
参考文献	58

第5章 子供向けイベントの効果に関する研究

5.1 序論	
5.1.1 研究背景	61
5.1.2 研究目的	61
5.1.3 論文構成	61
5.2 先行研究・仮説設定	
5.2.1 先行研究	61
5.2.2 仮説設定	62
5.3 研究方法	
5.3.1 質問票の構成	62
5.3.2 分析方法	62
5.4 分析結果	
5.4.1 データ集計	63
5.4.2 T検定	63
5.4.3 クロス表及びカイ二乗検定	66
5.4.4 回帰分析	68
5.5 考察	73
5.6 結論・提案	
5.6.1 本研究の結論	74
5.6.2 提案	74
5.6.3 本研究の検討と今後の課題	75
参考文献	75

第6章 ホームタウン活動と地域住民を繋ぐキーパーソンに関する研究

6.1 序論	
6.1.1 研究背景	78
6.1.2 既存研究	78

6.1.3	研究目的	79
6.1.4	本研究とグループ研究全体の目的とのつながり	79
6.2	方法	
6.2.1	調査対象	79
6.2.2	調査方法	79
6.2.3	分析方法	80
6.3	分析結果と考察	
6.3.1	各ケースの記述	81
6.3.2	考察	87
6.3.3	一般的な地域活動のキーパーソンとの比較	90
6.4	結論	
6.4.1	本研究のまとめ	90
6.4.2	提案	91
6.4.3	今後の課題	91
	参考文献	92
第7章 結論		
7.1	本研究の成果	
7.1.1	観戦者分析	94
7.1.2	ホームタウン活動分析	95
7.2	提案	95
7.3	今後の課題と展望	97
	謝辞	99
	付録・補足資料	100

図目次

図 1-1	ホームゲームの観戦者数と収容率の推移	3
図 1-2	研究全体の軸となる既存研究	4
図 1-3	研究の全体像	5
図 2-1	仮説モデル	13
図 2-2	再設定された仮説モデル	18
図 3-1	調査結果の年齢層割合	31
図 3-2	調査結果のご家族の割合	32
図 3-3	直接モデル	36
図 3-4	間接モデル	37
図 4-1	投稿タイプ別の積み上げ図	50
図 4-2	投稿を行う曜日と反応率の関係図	50
図 4-3	平日投稿時間別の反応率	51
図 4-4	休日投稿時間別の反応率	51
図 4-5	ツイート内容別の積み上げ図	52
図 4-6	ツイートを行う曜日と反応率の関係図	53
図 4-7	平日ツイート時間別の反応率	53
図 4-8	休日ツイート時間別の反応率	53
図 4-9	投稿数とアクセス数の対数曲線図	55
図 5-1	KS スタジアムの観戦経験に対する回帰分析結果	69
図 5-2	KS スタジアムのグッズ愛用に対する回帰分析結果	70
図 5-3	KS スタジアムの観戦意図に対する回帰分析結果	71
図 5-4	北川根小学校の観戦経験に対する回帰分析結果	72
図 5-5	北川根小学校の観戦意図に対する回帰分析結果	73
図 6-1	本研究とグループ研究全体目的とのつながり	79
図 7-1	観戦者増加へのプロセス図	96

表目次

表 1-1	水戸ホーリーホック概要	2
表 1-2	水戸ホーリーホックのホームタウン概要	3
表 2-1	スタジアム観戦要因に関する項目の因子分析結果	16
表 2-2	各因子の Cronbach の α 係数	16
表 2-3	性別と再観戦意図のカイ二乗検定結果	19
表 2-4	サンプル全体の属性	21
表 2-5	重回帰分析結果	21
表 3-1	女性観客率の変化	28
表 3-2	標本構成	31
表 3-3	標本構成	31
表 3-4	年齢と Q1 専用観戦エリアのクロス表	33
表 3-5	年齢と Q2 臨時委託所のクロス表	33
表 3-6	年齢と Q3 専用グッズ のクロス表	33
表 3-7	年齢と Q4 グッズ割引券のクロス表	33
表 3-8	年齢と Q5 割引きチケットのクロス表	33
表 3-9	因子分析結果	35
表 3-10	記述統計量と相関係数	36
表 4-1	Facebook に使用される言葉の定義	45
表 4-2	Twitter に使用される言葉の定義	45
表 4-3	アメブロに使用される言葉の定義	46
表 4-4	仮説の設定	48
表 4-5	投稿内容別の反応率(平均値)[%]	49
表 4-6	投稿タイプ別の反応率 (平均値) [%]	50
表 4-7	ツイート内容別の反応率(平均値)[%]	52
表 4-8	単回帰分析を行った結果	54
表 4-9	ブログ投稿内容別の反応率(平均値)[%]	54
表 4-10	対数曲線推定分析を行った結果	55
表 4-11	関心を持っている情報	56
表 4-12	反応しやすい曜日	57
表 4-13	反応しやすい時間帯	57
表 5-1	水戸ホーリーホックに対する関心に対する T 検定	64
表 5-2	親子サッカー教室に参加する前の考えに対する T 検定	64
表 5-3	親子サッカー教室に参加した後の感想に対する T 検定	65
表 5-4	チームへの愛着に対する T 検定	65

表 5-5	ケースデンキ・キッズパスポートに対する T 検定	66
表 5-6	KS スタジアムに対するカイ二乗検定	67
表 5-7	北川根小学校に対するカイ二乗検定	68
表 5-8	KS スタジアムの観戦経験に対する回帰分析	69
表 5-9	KS スタジアムのグッズ愛用に対する回帰分析	70
表 5-10	KS スタジアムの観戦意図に対する回帰分析	71
表 5-11	北川根小学校の観戦経験に対する回帰分析	72
表 5-12	北川根小学校の観戦意図に対する回帰分析	73
表 6-1	インタビュー対象者の概要	80
表 6-2	半構造化インタビュー調査項目	80
表 6-3	ケース別のカテゴリー比較	88