横浜市民のプロスポーツチームに対する意識調査

芝井　清久　　調査科学研究センター　特任研究員

■ 調査実施までの経緯
- 2010年9月下旬に住生活グループによる横浜ベイスターズの売却交渉が報道される。最終的には破談となったが、球団が横浜から移転する可能性があった。そこで、横浜市民にとって地元のプロスポーツチームはどのような存在として受け止められているのかを神奈川新聞社・神奈川大学の共同で調査することに決定。

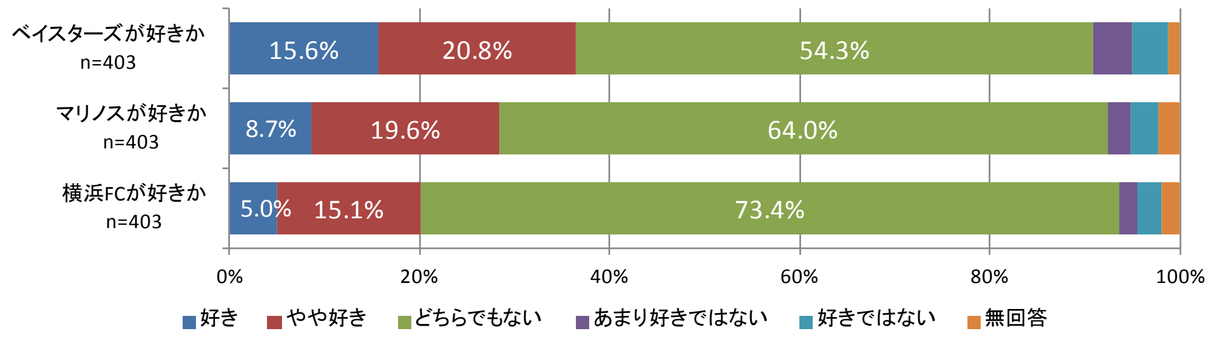
■ 調査目的
- 横浜市民のプロスポーツチームに対する意識調査を行い、1）プロスポーツチームが地域にもたらす効果および、2）横浜市におけるプロスポーツチームの必要性を検証すること。

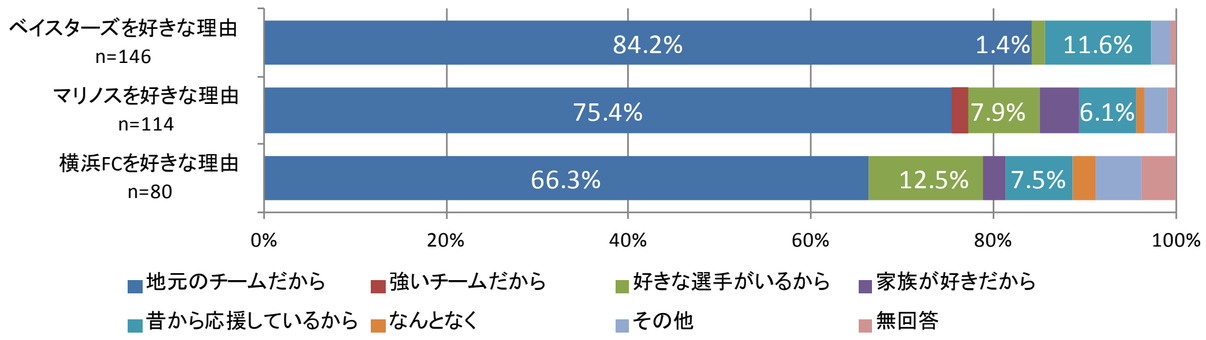
※2011年の調査時点で横浜市に存在するプロスポーツチームは横浜ベイスターズ（野球）、横浜・F・マリノス（サッカー）、横浜FC（サッカー）の3チーム。

■ 調査概要

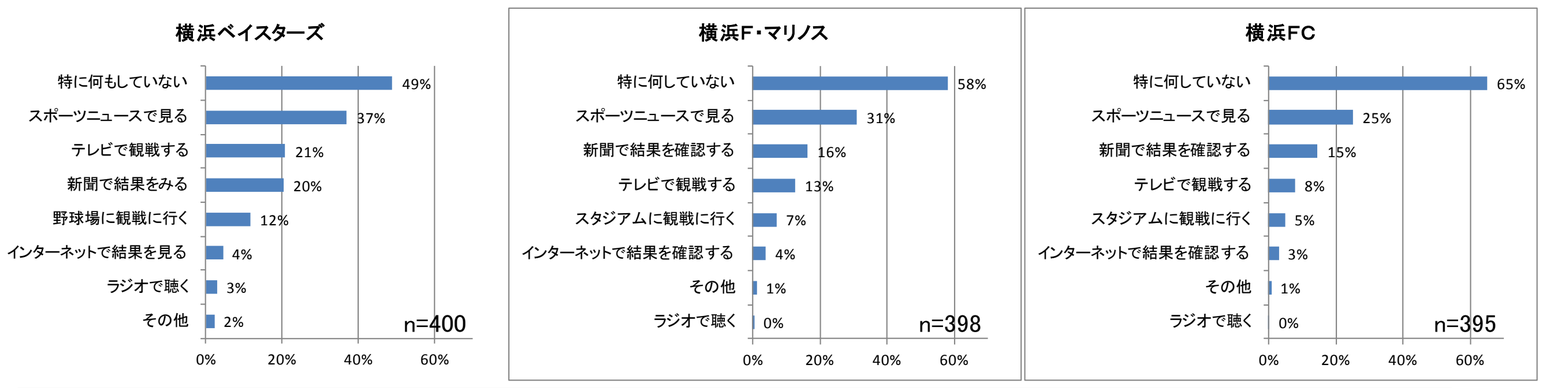
（ア）調査対象：横浜市内の18歳～79歳の横浜市民1000人
（イ）抽出方法：多段無作為抽出法
（ウ）調査方法：郵送法（郵送による依頼・回収）
（エ）調査時期：2011年8月
（オ）回収結果
1. 有効発送数　976（宛先不明による返送24）
2. 有効回答数　403（男性204名、女性198名、無回答1名）
3. 有効回収率　41.1%

■ 横浜のスポーツチームへの好感度

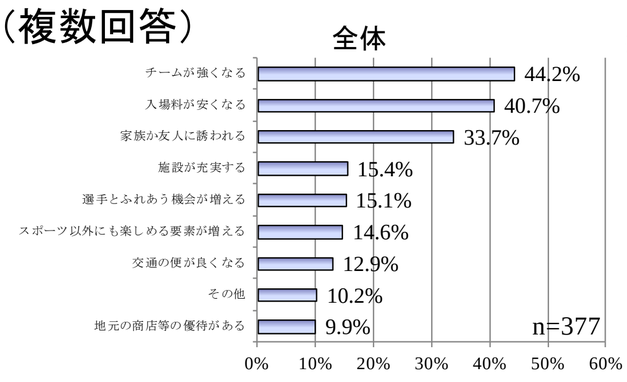




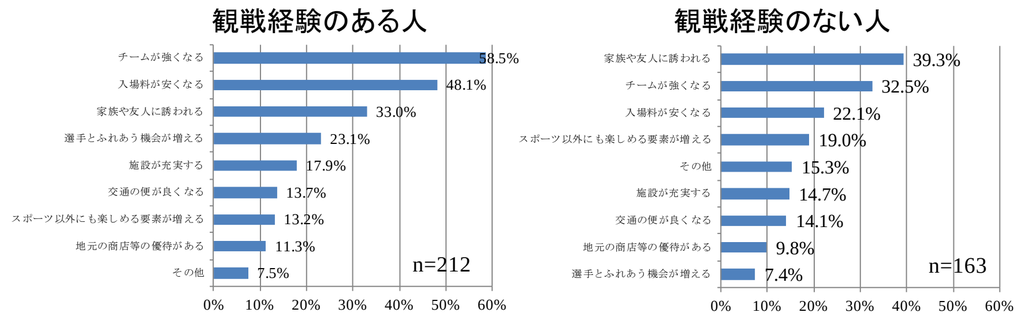
■ 横浜のチームにどの程度関心があるか（複数回答）



■ 横浜市内のスタジアム※で観戦したくなる動機（複数回答）

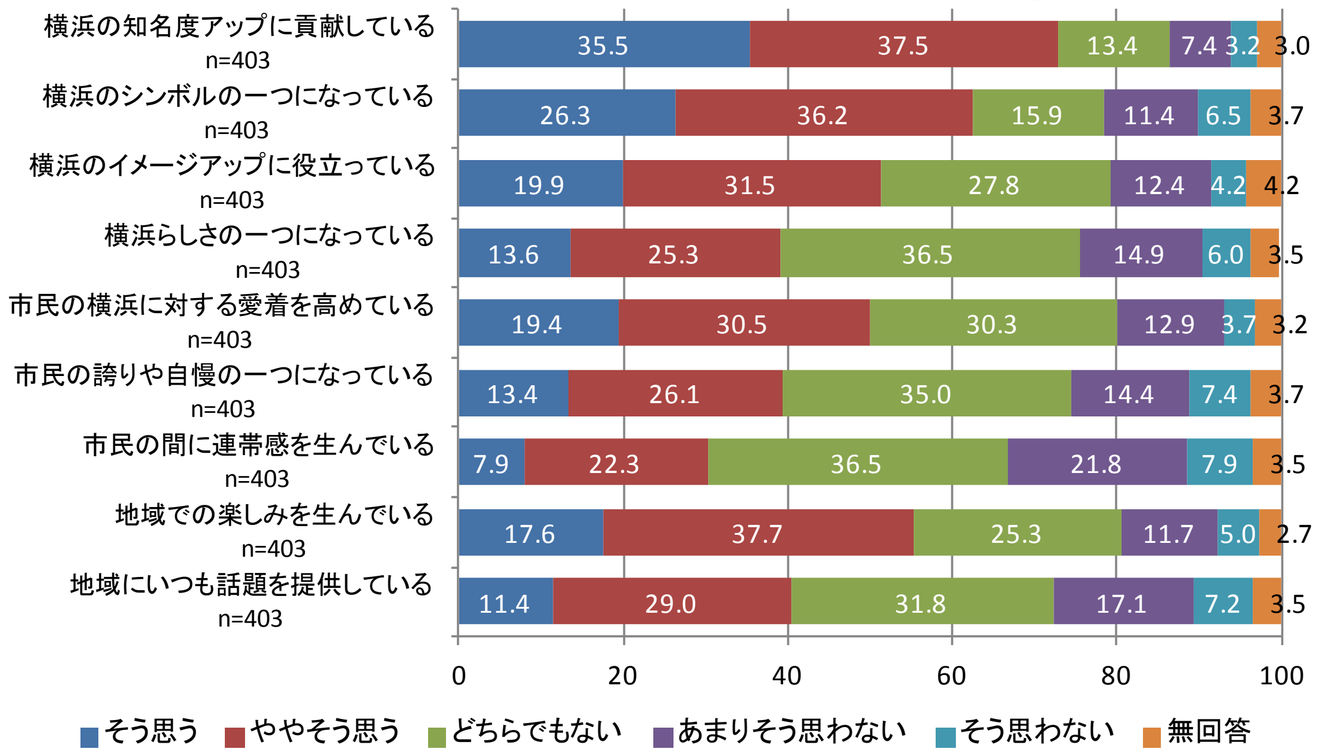


※3チームのホームである横浜スタジアム、ニッパツ三ツ沢球技場、日産スタジアムのことを指す。

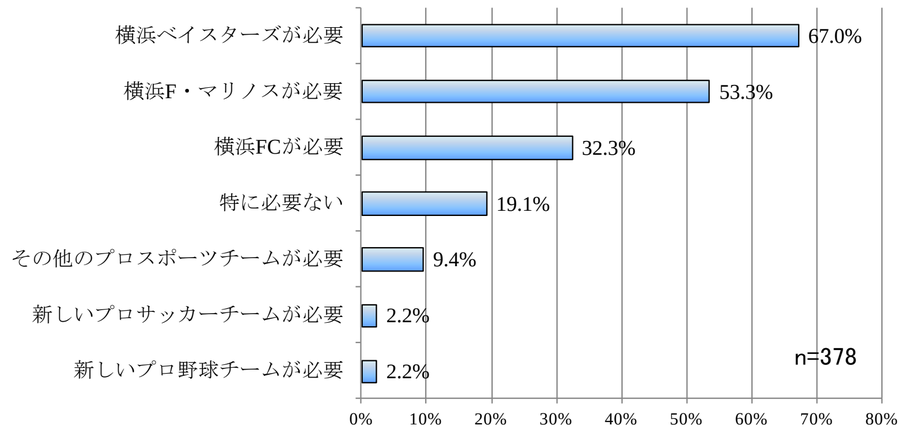


- 横浜市民は基本的に地元のプロスポーツチームの存在に好意を持っているといえる。
  - 横浜市への好感度と地元チームへの好感度の相関。
  - 過半数がベイスターズとマリノスを今後も横浜に必要なチームと回答。知名度の劣る横浜FCでも30%以上。
- ただし、直接観戦に行く割合が低いなど、積極的な活動をする人は少ない。
  - 好きな理由の大半が「地元だから」であるように、横浜在住であること以外に支持する理由は出てこない。
  - 観戦経験のない人にとって、入場料が安くなることはそれほど観戦するきっかけとはならない。

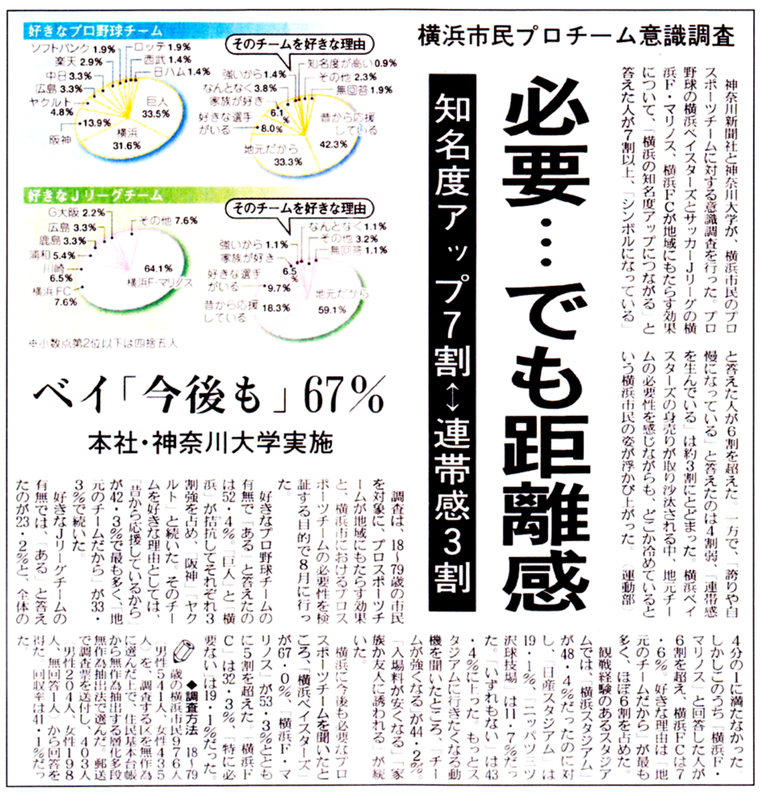
■ プロスポーツチームが横浜にもたらす効果



■ 横浜に今後も必要なプロスポーツチームはどこか（複数回答）



■神奈川新聞　2011年10月25日　朝刊（1面）



横浜市民プロチーム意識調査

知名度アップ7割↔連帯感3割

必要…でも距離感

ベイ「今後も」67%

本社・神奈川大学実施

神奈川新聞社と神奈川大学が、横浜市民のプロスポーツチームに対する意識調査を行った。プロ野球の横浜ベイスターズとサッカーJリーグの横浜F・マリノス、横浜FCが地域にもたらす効果について、「横浜の知名度アップにつながる」と答えた人が7割以上、「シンボルになっている」と答えた人が6割を超えた。一方で、「誇りや自慢になっている」と答えたのは4割弱、「連帯感を生んでいる」は約3割にとどまった。横浜ベイスターズの身売りが取り沙汰される中、地元チームの必要性を感じながらも、どこか冷めている横浜市民の姿が浮かび上がった。運動部

調査は、18～79歳の市民を対象に、プロスポーツチームが地域にもたらす効果と、横浜市におけるプロスポーツチームの必要性を検証する目的で8月に行った。

好きなプロ野球チームの有無で「ある」と答えたのは52・4%。「巨人」と「横浜」が拮抗してそれぞれ3割強を占め、「阪神」「ヤクルト」と続いた。そのチームを好きな理由としては、「昔から応援しているから」が42・3%で最も多く、「地元のチームだから」が33・3%で続いた。

好きなJリーグチームの有無では、「ある」と答えたのが23・2%と、全体の4分の1に満たなかった。しかしこのうち、「横浜F・マリノス」と回答した人が6割を超え、「横浜FC」は7・6%。「好きな理由は地元のチームだから」が最も多く、ほぼ6割を占めた。

観戦経験のあるスタジアムでは、「横浜スタジアム」が48・4%だったのに対し、「日産スタジアム」は19・1%、「ニッパツ三ツ沢球技場」は11・7%だった。「いずれもない」は43・4%に上った。もっとスタジアムに行きたくなる動機を聞いたところ、「チームが強くなる」が44・2%、「入場料が安くなる」「家族か友人に誘われる」が続いた。

横浜に今後も必要なプロスポーツチームを聞いたところ、横浜ベイスターズが67・0%、横浜F・マリノスが53・3%とともに3割を超えた。「横浜FC」は32・3%、「特に必要ない」は19・1%だった。

◆調査方法　18～79歳の横浜市民9776人（男性5541人、女性4235人）を、調査する区を無作為に選んだ上で、住民基本台帳から無作為抽出する層化多段無作為抽出法で選んだ。郵送で調査票を送付し、403人（男性204人、女性198人）から回答を得た。回収率は41・1%だった。

- 横浜市民は地元チームの存在に意義を見出しているのか？
  - プロスポーツチームの存在は「知名度アップにつながる」「シンボルとなっている」という意見が60%を越える一方で、「誇りや自慢となっている」「横浜らしさを生んでいる」は40%未満、「連帯感を生んでいる」は約30%という結果。
  - 「地元チームの必要性を感じながらもどこか冷めている」（神奈川新聞）

↓

プロスポーツチームを横浜市に有益な存在と受け取っている一方で、横浜市民との精神的なつながりが強いとはいえない。横浜のプロスポーツチームの地域密着は実現していない？