

「推し活」の流行とスポーツチームのグッズ販売戦略に関する研究

～オリックス・バファローズの事例～

1250546 横畠幸歩

指導教員 前田和範

研究背景

近年「推し活」が流行し、スポーツチームでも、グッズ販売による収入の増大が期待されている。スポーツ業界でも、「推し活」への関心が高まっている中で、よりスポーツファンを惹きつける「推し活」の戦略とはどういったものであるのだろうか。

研究目的

本研究の目的は、ファンによるスポーツ選手やスポーツチームへの消費行動の要因とは何か明らかにすることと、ファンによるスポーツ選手やスポーツチームへの消費行動を継続させる要因とは何か明らかにすることである。

研究方法

本研究では、プロ野球オリックス・バファローズのファンを対象としたオンライン調査を行った。予備調査で、オリックス・バファローズのファンと回答した人を 534 名抽出し、本調査では、個人的属性、オリックス・バファローズが販売したアイドルコンセプトのグッズに対する賛否、チーム・アイデンティフィケーションについて問う項目で質問を行い、すべての項目に回答した 496 名のオリックス・バファローズファンから、377 名分の有効回答が得られ、それらを対象に分析を行なった。

分析結果

アイドルコンセプトのグッズに対する賛否は、315 名が賛成、62 名が反対という結果になり、多くのファンが賛成の意見を持つことが分かった。賛否の割合を、性別や応援歴別で見ただけでは、差が見られなかったが、年代別に見ると、70 代で他の世代に比べて、反対の割合が多いといった結果が得られた。また、アイドルコンセプトのグッズに賛成している人ほど、チーム・アイデンティフィケーションが高いという結果も得られた。

考察・結論

本研究の結果から、多くのファンにアイドルコンセプトのグッズが受け入れられていることが分かり、アイドルコンセプトのグッズの販売を新たなファン層を獲得するための戦略として一定の成功を収めているのではないかと考えられる。一方で、反対意見を持つ層も一定数いることが明らかになり、その層へのアプローチも検討していく必要がある。