

国内バレエ団の持続的運営に関する研究

— Experiential Value Scale for Ballet Consumption : EVSBCを用いた考察 —

一般社団法人 西岡・福谷バレエ団

上嶋 啓悟

同志社大学大学院 ビジネス研究科 教授

山下 貴子

キーワード

バレエ, 経験価値, サービスエクセレンス, 審美性, 投資効果

I. 問題意識

本研究では、顧客経験 (customer experience) や経験価値 (experiential value) の概念を用い、バレエの鑑賞経験に基づいた価値の知覚過程を分析することで、バレエ鑑賞者への動機付けと持続的な関係性構築に有効なマーケティング戦略を提案する。

II. 先行研究

1. 米国と欧州のバレエ団運営

世界のバレエ団運営には、アメリカ型運営 (企業や社会からの支援に依存) とヨーロッパ型運営 (政府からの非常に強固な支援) の2つのタイプがある。日本はヨーロッパ型に該当するが規模が小さい。

2. カナダとオーストラリアのバレエ団運営

オーストラリアやカナダのバレエ団では、アメリカ型とヨーロッパ型を併せ持ったハイブリッド型の運営方法を取り入れ、バレエ鑑賞という体験を売ることに力を入れている。

3. 経験価値

Schmitt (2000, p92-98) は経験価値を、SENSE, FEEL, THINK, ACT, RELATEの5つに分類しており、様々なタイプの経験価値を、マーケティング活動の目標や戦略を構成する戦略的経験価値モジュールとして考慮することが必要であると述べている。Mathwick *et al.* (2001) で

は経験価値の4つの概念を「審美性」、「遊び」、「サービスエクセレンス」、「投資効果」と名付けた。

III. 実証分析

バレエ鑑賞における経験価値尺度 (experiential value scale for ballet consumption: EVSBC) を作成し、240通を分析対象とした。「審美性」、「フロー」、「サービスエクセレンス」、「投資効果」の4つの上位構成概念と10の下位因子からなる29項目について Amos によるモデル化を行った (図1)。

IV. 考察

① 「投資効果」が全ての ACT に対して正の影響を与えている。② 「投資効果」は「経済的価値」(0.64) よりも「効率性」(0.77) との関係が強い。③ 「投資効果」は「フロー」(0.91) や「審美性」(0.85) との相関が強いことから、「フロー」や「審美性」は直接 ACT へ影響するよりも「投資効果」と関係しながら影響している。芸術家が求める美しさや没頭感という経験価値が、直接鑑賞者の ACT に結びついているのではなく、費用対効果である「投資効果」を経由して ACT に結び付いていることが明らかとなった。そして、投資効果の下位因子である時間に見合った利益を得ることができたと感じる「効率性」が、投資した金額に見合った利益を得ることができたと感じる「経済的価値」より

も投資効果との関係が強いことから、バレエ鑑賞における物理的距離感はACTに対して非常に重要であることが考えられる。

V. 本研究の限界

実際に全国のバレエ団公演の鑑賞者に適用できるかどうかという点は、検討の余地を残している。しかしながら、経験価値の知見からバレエ鑑賞者の行動について実証分析を行い、日本のバレエ団の持続的経営についてマーケティング戦略を整理できたことは非常に意義あることと言える。

謝辞

本研究にあたり、アンケート調査の実施を快く認めてくださった一般社団法人西岡・福谷バレエ団の代表お二人に深く感謝を申し上げます。

主要引用文献

Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: Conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. *Journal of retailing*, 77(1), pp.39-56.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*, Free press :New York. (嶋村和恵・広瀬盛一訳 (2000).『経験 価値マーケティング』ダイヤモンド社.)

図1 バレエ鑑賞者の経験価値に関する因果モデル

