

[原 著]

スポーツイベントの観戦動機とその要因に関する研究 —国際スポーツイベントに着目して—

佐野昌行*

(2007年10月29日受付, 2008年2月26日受理)

A Study on Sport Event Watching Motivation and Motivation Factors —Focusing on International Sport Events—

Masayuki SANO

The purpose of this study was to look at international sport events promoted by National Sports Federations, focusing on the benefits peculiar to sport events, and thereby clarify factors affecting the watching motivation strength and the motivation strength of spectators. For the purpose, a questionnaire was administered to spectators at venues for 5 sport events held in Japan from July 2005 to January 2006. In the survey, 31,575 questionnaires were distributed, and 3,912 were tabulated.

The following was determined as a result of this research:

1) For many spectators, the strongest motivations for sport event watching were appreciating motivation and learning motivation.

2) Spectators with strong learning motivation were young people who have been or are involved in club activities in the same sport, and have strong interest in the "playing sport".

3) The greater the interest that the person has in watching the sport, the more they want to support a specific player or team. Persons coming to watch for the first time had a passive stance toward supporting a specific player or team.

4) The strength of interest in sports in general is not related to the game result or the strength of motivation for the sport visited for watching.

5) Appreciating motivation is limited a little to spectators which have specific factors, and is a motivation strongly felt by all people.

6) The purpose for spectators less than 20 years old is assumed to be the very act of watching the game be played before their eyes, more than the drama behind the game or the psychological effects due to watching the game.

Also, management strategies for future international sport events were studied based on these relationships.

Key words: sport management, sport marketing, sport event, spectator, watching motivation

キーワード: スポーツマネジメント, スポーツマーケティング, スポーツイベント, 観戦者, 観戦動機

1. 目 的

オリンピックやサッカー・ワールドカップに代表される「みるスポーツ」¹⁾を対象としたスポーツイベントは、1960年代から1970年代にかけて巨大化、国際化が進んでいき、多くの人々の関心事となっていく¹⁾。さらに1984年のロサンゼルスオリンピックをきっかけとして、巨大スポーツイベントの商品価値が

再認識され、スポーツの経済的価値に対する新たな認識が広まった²⁾。その結果、スポーツマーケティングという大きなビジネス領域が誕生し、スポーツを対象としたマーケティングが大きな注目を集めるようになったのである。

広瀬が述べているようにスポーツマーケティングは、スポーツを通じたマーケティングとスポーツ自体

* 日本体育大学大学院博士後期課程 スポーツ文化・社会科学系

のマーケティングとに大別されるが、両者は相互に補完しあう部分が多く、明確に区別ができるわけではない³⁾。そのためスポーツマーケティングの領域において、スポーツを通じたマーケティングのみに関心が偏ることはいたずらな商業主義をまねき、スポーツを通じたマーケティング自体にとって不利益な結果を生み出しかねないものである⁴⁾。したがってスポーツマーケティングについて検討する際には、スポーツを通じたマーケティングのみならず、スポーツ自体のマーケティングについても議論する必要がある^{注2)}。

さらにスポーツ自体のマーケティングについて検討する際には、「するスポーツ」のみならず「みるスポーツ」をも考察の対象とし、スポーツの統合的な発展を視野に入れなければならない⁵⁾。このことから、スポーツの振興を図るうえでは「みるスポーツ」を対象としたスポーツイベントにおいて、多くの人々に観戦におとずれてもらうための集客戦略を開発することが必要であるといえよう。

「みるスポーツ」を対象としたスポーツイベントのなかでも、競技の振興を標榜している中央競技団体が主催する国際スポーツイベントには、競技の普及および発展への貢献が特に大きく期待されているものといえる。この点に、スポーツイベントの集客戦略について検討する際、中央競技団体が主催する国際スポーツイベントを対象としてとりあげることの必要性が見出せる。

また今日、国内のスポーツ経営研究においては理論的な裏づけの欠如が指摘され⁶⁾、早急な理論構築および知識体系の構築が求められている。したがって当該分野における理論構築に向け、実証的データを積み重ねるといって、さまざまな性格をもったスポーツイベントを対象としてとりあげることが重要となっている。この点において、これまでにスポーツマーケティング研究においてとりあげられる機会の少なかった国際スポーツイベントを研究対象とする意義が大きいといえよう。

そこでスポーツ自体のマーケティングに注目し、スポーツイベントにおける集客戦略について検討した従前の研究を概観すると、イベントの収入を確保するためのマーケティングという視点から、スポーツイベントの観戦者に関する基礎的データを得ることを目的としたものが目立つ。例えば松岡ら⁷⁾は、プロスポーツ観戦者の誘致距離に注目し、同一地域内に存在する複数のJリーグクラブについて、誘致距離の短い観戦者のほうが、観戦頻度が高いことを明らかにした。また仲澤ら⁸⁾は、スポーツ観戦者のセグメント・マーケティングに注目し、Jリーグの女性観戦者の特徴を把握して、女性を照射したセグメント・マーケティング

について考察している。さらに藤本ら⁹⁾、原田ら¹⁰⁾による研究では、スポーツ観戦者としての女子大学生に注目し、個人的要因、情報認知度、準拠集団の有無といった視点から、非スポーツ観戦者と観戦者とを比較している。これらはいずれも、観戦者を消費者としてとらえた視点から、スポーツイベントのマーケティング戦略について検討したものである。

しかしながらスポーツ振興という視点からスポーツイベントの集客戦略について議論するのであれば、ビジネスの対象としての価値ではなく、スポーツがもつ文化的価値を中心に据えて検討を加えることのほうが大切になると考えられる¹¹⁾。その方策の一つとして、スポーツイベントの中核部分^{注3)}に照準を定め、スポーツイベントに固有の便益に着目して、スポーツ観戦の動機と、動機を発現させる要因について検討する必要があると考えられる。

この点に注目した先行研究として、齊藤¹²⁾によるものがあげられる。齊藤は、スポーツイベントでの表面的なサービスや話題性ではなく、スポーツイベント固有の便益に焦点をあて、観戦者のニーズの差異を掌握するために、観戦動機と動機の要因について検討を加えた。さらに齊藤^{13), 14)}は、スポーツ観戦の動機を調査することで、スポーツイベントの中核的便益の構造を明らかにするとともに、特徴の異なる競技会ごとに中核的便益を比較してきた。しかしながらこれらは、国際親善試合や国内リーグ戦、学生による試合等を主な研究対象としたものであり、主として世界トップレベルの選手が出場する国際スポーツイベントを対象としたものではないといわねばならない。

以上より本研究では、国内で行われているスポーツイベントのうち、中央競技団体が主催する国際スポーツイベントを対象として、スポーツイベント観戦固有の便益に焦点をあて、観戦者が観戦におとずれた動機のうち最も強い動機と、観戦者のさまざまな動機の強さに影響を与える要因を明らかにすることを目的とした。また調査の結果をもとに、競技の普及、発展といった効果を最大限に獲得できるようなスポーツイベントのマネジメントについて検討した。本研究は、スポーツイベントのマネジメントに関する研究の一環として位置づけられるものである。

2. 方 法

2.1 調査の対象と方法

本調査は2005年度中に国内で開催されたスポーツイベントのうち、表1に示した国際スポーツイベントを対象として、観戦者に対する質問紙法によって実施した。質問紙はイベントの会場入り口において、鉛筆とともにすべての観戦者に対して配布され、会場内

表1 調査対象イベントの概要

競技	大会名	大会期間	大会会場
ハンドボール	第10回 ヒロシマ国際 ハンドボール大会	2005年 7月 22日～24日	広島県広島市・東区スポーツセンター
ソフトボール	2005 JAPAN CUP 国際女子ソフトボール大会	2005年 7月 29日～31日	神奈川県横浜市・保土ヶ谷公園硬式野球場 神奈川県横浜市・横浜スタジアム
卓球	フォルクスワーゲンオープン・ 荻村杯 2005	2005年 9月 22日～25日	神奈川県横浜市・横浜文化体育館
テニス	AIG Japan Open Tennis Championship 2005	2005年 10月 1日～ 9日	東京都江東区・有明コロシアムおよび 有明テニスの森公園
柔道	2006年 嘉納治五郎杯 国際柔道大会	2006年 1月 14日～15日	東京都千代田区・日本武道館

表2 調査の概要

競技	調査日	配布枚数	回収枚数	回収率 / %
ハンドボール	2005年 7月 22日～24日	892	297	33.3
ソフトボール	2005年 7月 31日	2,880	884	30.7
卓球	2005年 9月 23日～25日	4,398	1,011	23.0
テニス	2005年 10月 7日～ 9日	20,156	5,355*	26.6
柔道	2006年 1月 14日～15日	3,249	728	22.4

※テニスのイベントについては、回収した質問紙の中から、1,000枚を無作為に抽出して集計を行った。その結果、有効回答数は992であった。

表3 調査対象者の性別および年齢分布

		競技				
		ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別	男性	166(56.5)	385(43.6)	543(53.7)	539(54.3)	487(66.9)
	女性	128(43.5)	499(56.4)	468(46.3)	453(45.7)	241(33.1)
年齢	20歳未満	69(23.2)	218(24.7)	371(36.7)	352(35.5)	306(42.3)
	20代	66(22.2)	122(13.8)	39(3.9)	286(28.8)	117(16.2)
	30代	54(18.2)	128(14.5)	61(6.0)	165(16.6)	103(14.2)
	40代	52(17.5)	147(16.6)	143(14.1)	60(6.0)	115(15.9)
	50歳以上	53(17.8)	262(29.6)	391(38.7)	117(11.8)	82(11.3)
	無回答	3(1.0)	7(0.8)	6(0.6)	12(1.2)	1(0.1)

各項目内の左は回答数, ()内は大会ごとの割合 (%)

設置した回収ボックスを用いて回収された。ただしテニスのイベントでは、大会主催者が質問紙の提出者を対象として抽選会を実施したことから、メインスタジアム外の広場に用意された抽選会場でスタッフが直接受け取る方式で、質問紙が回収されている。調査の概要と調査対象者の性別および年齢分布は表2、表3のとおりである。

2.2 調査項目

2.2.1 観戦動機

観戦動機に関する設問では、スポーツイベント観戦者の観戦動機や心理的側面に焦点を当てた以下の研究について検討を加えたうえで、項目を設定した。

齊藤¹²⁾は、スポーツイベントに固有の便益に焦点をしばり、観戦者の観戦動機について検討した。その結果、学習、選手応援、試合結果、運動局面鑑賞という四つの観戦動機が抽出された。また齊藤らによる研

究^{13), 14)}では、スポーツイベントの中核的便益構造をスポーツレベルとエンターテインメントレベルとに分けたものとしてとらえ、さらにスポーツレベルをゲームレベルとゲーム以外とに分類したうえで、各レベルの本質的価値について検討している。その結果、スポーツイベントの最も中核的な部分にあたるゲームレベルにおいては、競技内容因子、学習因子、試合結果因子が本質的価値としてあげられるとされている。さらに小野里ら¹⁵⁾は、スポーツイベントのプロダクトを五つの因子に分けうる構造としてとらえ、バスケットボールリーグ観戦者の中核的便益の因子のうち、選手およびチームの活躍と、応援チームの勝利への期待が主な観戦の誘因となっていることを明らかにした。またプロ野球およびJリーグ観戦者を対象とした高橋らによる研究^{16)~18)}では、会場での観戦回数とかかわりのある心理的要因として、カタルシス、ドラマ、技術、応援効果、逃避、一体感といった項目があげられている。

本研究では、これらの先行研究によって報告された観戦者の動機や心理的要因のなかから、スポーツイベントの中核部分に焦点をあてた項目であることと、行動の目的となる動機についての項目であることを条件として調査項目を抽出し、「学習」、「選手応援」、「チーム応援」、「試合結果」、「鑑賞」、「ドラマ」、「カタルシス」の7項目を観戦動機として設定した。ただし「チーム応援」の項目については、チーム競技であるハンドボールおよびソフトボールのイベントのみを対象とした。

各項目の内容は、以下のとおりである。

- 1) 学習：見ることによって自分の技能や知識を高めたい
- 2) 選手応援：ある特定の選手を応援したい
- 3) チーム応援：ある特定のチームを応援したい
- 4) 試合結果：どちら（どの選手）が勝つか、試合の結果が楽しみだ
- 5) 鑑賞：選手のスピードや、すばらしい個人技が見たい
- 6) ドラマ：スポーツがもつ意外性や、すじ書きのないドラマを楽しみたい
- 7) カタルシス：観戦することで、日常生活のストレスや疲れから解放されたい

観戦動機に関する設問の回答方法としては、非常にそう思う、少しそう思う、あまりそう思わない、まったくそう思わないの4段階の評定方法を採用した。またこれらの動機のうち、観戦におとずれた動機として最も強いものを一つ選択してもらう設問を設定した。

2.2.2 動機の要因

スポーツイベントの観戦動機に関する齊藤¹²⁾の研究において、観戦者の動機に影響を与えると考えられた要因

は、イベント、ルールや競技方法の理解度、競技歴、競技頻度、競技レベル、選手やチームとの社会的関係であった。

またスポーツイベント観戦者の特徴についての研究を行った藤本ら⁹⁾、原田ら¹⁰⁾は、女子大学生のプロスポーツおよびカレッジスポーツ観戦者と非観戦者とを比較し、年齢やライフスタイルといった個人的要因、スポーツに関する情報の認知度、準拠集団への所属の有無等の点において、両者の間に違いがあることを明らかにした。また原田ら¹⁹⁾、藤本ら²⁰⁾は、プロスポーツの観戦意図に注目し、観戦意図の強さが異なるグループ間のさまざまな特徴を比較した。その結果、観戦意図の異なるグループ間で違いがみられた項目として、年齢、スタジアムまでの所要時間、過去のスポーツ経験、現在のスポーツ実施状況、過去の観戦経験、試合観戦に対する態度（ポジティブまたはネガティブ）、ホームチームに対する関心度や情報接触度およびロイヤルティ等があげられた。さらにプロ野球観戦者を対象とした藤本ら²¹⁾の研究によると、チームロイヤルティ、過去の観戦経験、情報接触度、自宅から会場までの距離が、プロスポーツ観戦回数に影響を与える要因であるとされている。

このほか、国内スポーツイベント観戦者の基本的属性や特徴を明らかにすることを目的とした研究としては、永吉ら²²⁾、朽堀ら²³⁾、小野里ら²⁴⁾、松村ら²⁵⁾、遠藤²⁶⁾によるものがあげられる。これらの研究においては、観戦者の特徴を示す項目として、性別、年齢、職業、チケットの入手経路、チケットの種類、応援チームの有無、当該競技のプレー経験、当該競技以外の競技のプレー経験、ルールの認知度、ゲーム観戦の注目点、会場での観戦頻度、会場での観戦回数、観戦人数、同行者数、情報接触度といった項目が用いられている。

以上の先行研究で設定されている項目を分類すると、スポーツ観戦動機を発現させる要因となりうる項目は、基本的属性、スポーツとのかかわり、選手やチームへの愛着に分けられる。したがって本研究では、これら三つの要素をもとに動機に関する項目を抽出した。このうち基本的属性に関する項目としては、「性別」および「年齢」を設定した。次にスポーツとのかかわりについては、「するスポーツ」と「みるスポーツ」、「観戦している競技と同じ競技（以下、同一競技）」と「観戦している競技と異なる競技（以下、異なる競技）」、「過去の経験」と「今後の意向」とに分類して、「同一競技のプレー経験」、「同一競技のプレー経験年数」、「異なる競技のプレー経験」、「同一競技の国際大会の観戦経験」、「異なる競技の観戦経験」、「同一競技のプレー意向」の項目を設定した^{注4)}。また選手

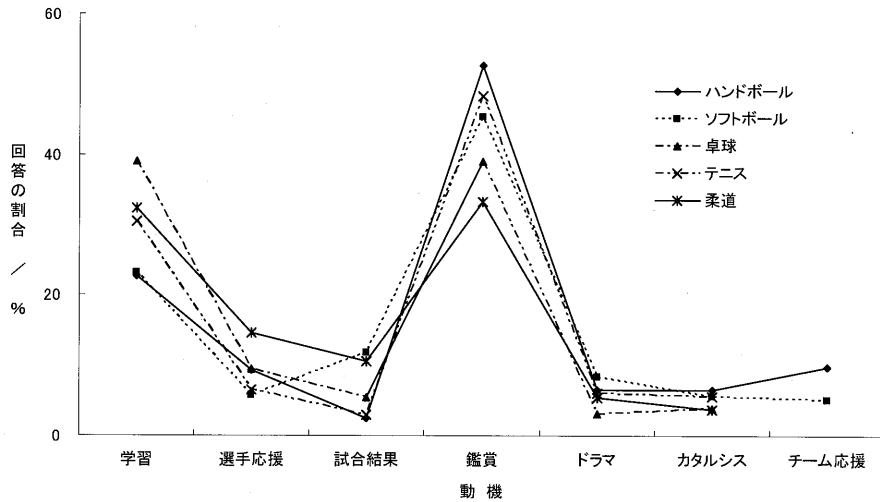


図1 最も強い観戦動機

やチームへの愛着に関する項目として「ファンの対象」を設定した。

集計に際しては、各項目の水準を次のように分類して集計を行った。

- 1) 性別: 男性・女性
- 2) 年齢: 20歳未満・20~40代・50歳以上
- 3) 同一競技の国際大会の観戦経験: ある・ない
- 4) ファンの対象: 特定の選手のファンまたは特定のチームのファン・同一競技のファンまたはこのイベントのファン
- 5) 同一競技のプレー経験: (体育の授業以外でのプレー経験) ある・ない
- 6) 同一競技のプレー経験年数: 1~3年・3~5年・5年以上
- 7) 異なる競技のプレー経験: ある・ない
- 8) 異なる競技の観戦経験: (過去3年以内に観戦したことがある) ある・ない
- 9) 同一競技のプレー意向: 非常にプレーしたい(強い意向)・少しプレーしたい、あまりプレーしたくない、まったくプレーしたくない(弱い意向または意向なし)

2.3 分析

調査結果の分析ではまず、最も強い観戦動機に関する項目の回答を、単純集計により分析した。

次に、観戦動機の強さに影響を与える要因についての分析では、観戦動機の項目について、非常にそう思う、少しそう思う、あまりそう思わない、まったくそう思わないの各選択肢を、それぞれ4, 3, 2, 1の値に置き換えた。その後、動機の要因について選択肢が二つの項目では、*t*検定により動機の強さの違いを検定した。また動機の要因について選択肢が三つの項目では、一元配置の分散分析を実施して差の検定を行い、

有意差が認められた場合のみ、*t*検定による多重比較を行った。

調査を実施した五つのイベントは、いずれも中央競技団体が主催し、1年に1度国内で開催されている国際大会であるという点で共通点を有しているが、競技種目、性別、大会規模、開催地等の条件が異なるものである。したがって調査結果をイベントごとに分析した結果、これら五つのイベントのうち、半数以上となる三つ以上のイベントにおいて動機とのかかわりがあると認められた要因を、国際スポーツイベントの観戦動機に影響を与える要因として、検討していくこととした。ただしチーム応援動機に関する要因は、ハンドボールとソフトボールの二つのイベントでしか調査を実施していないため、これら二つのイベントで有意な関係があった項目を検討の対象とした。

3. 結果および考察

3.1 最も強い観戦動機

最も強い観戦動機についての調査結果は、図1に示すとおりである。

図1からわかるように、五つのイベントすべてにおいて鑑賞動機が最も多数を占め、次いで学習動機が多いとの結果が得られた。最も強い動機として鑑賞動機と学習動機をあげた観戦者は、すべてのイベントで65%以上にのぼった。したがって国際スポーツイベントを観戦におとずれた観戦者の多くは、選手のすばらしいプレーを目の前で鑑賞することや、自らの技能や知識を高めることを主な動機としているといえる。

上述したとおり、本研究が対象とした五つのイベントは、国内で1年に1度開催される国際スポーツイベントであるという点を除くと、大会の規模や性質が異なるものであった。またハンドボール、ソフトボール、柔道のイベントでは、日本人選手の活躍と好成績が大

表 4-1 学習動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別	**	**		***	***
年齢	***	***	***	***	***
同一競技の観戦経験		***		**	**
ファンの対象			**		***
同一競技のプレー経験	***	***	***	***	***
同一競技のプレー経験年数					*
異なる競技のプレー経験		*			
異なる競技の観戦経験	*		***		*
同一競技のプレー意向	/	***	***	/	***

表 4-2 選手応援動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別			*		***
年齢				*	**
同一競技の観戦経験	*	***	**	***	***
ファンの対象	***	***	***	***	***
同一競技のプレー経験	*				*
同一競技のプレー経験年数				*	
異なる競技のプレー経験			*		
異なる競技の観戦経験					
同一競技のプレー意向	/		***	/	

表 4-3 チーム応援動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール
性別	**	**
年齢		
同一競技の観戦経験	**	***
ファンの対象	***	***
同一競技のプレー経験		*
同一競技のプレー経験年数		
異なる競技のプレー経験		
異なる競技の観戦経験		
同一競技のプレー意向	/	

表 4-4 試合結果動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別	*	***	**		
年齢		**		***	
同一競技の観戦経験			*		***
ファンの対象	**	***		***	
同一競技のプレー経験		*	**		
同一競技のプレー経験年数					
異なる競技のプレー経験					
異なる競技の観戦経験					
同一競技のプレー意向	/	**	***	/	***

表 4-5 鑑賞動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別			*		
年齢		*			
同一競技の観戦経験			**		**
ファンの対象			***		**
同一競技のプレー経験		***		**	
同一競技のプレー経験年数			**		
異なる競技のプレー経験		*			
異なる競技の観戦経験		*			
同一競技のプレー意向	/	***	***	/	***

表 4-6 ドラマ動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別			***	*	
年齢		***	***		***
同一競技の観戦経験	*	***			
ファンの対象	**		**		
同一競技のプレー経験					**
同一競技のプレー経験年数		*	**		
異なる競技のプレー経験					
異なる競技の観戦経験		***			*
同一競技のプレー意向	/		***	/	

表 4-7 カタルシス動機とその要因

	ハンドボール	ソフトボール	卓球	テニス	柔道
性別		***	***		
年齢	***	***	***	***	***
同一競技の観戦経験	***	*	***		***
ファンの対象	*		*		
同一競技のプレー経験	*				**
同一競技のプレー経験年数		*	*		
異なる競技のプレー経験					
異なる競技の観戦経験		***		*	
同一競技のプレー意向	/	*	**	/	

年齢および同一競技のプレー経験年数は3項目間における一元配置分散分析による検定結果, その他は2項目のt検定による検定結果を表す。(*: $p < .05$, **: $p < .01$, ***: $p < .001$)

いに期待され、卓球の大会では、世界ランキング1位の選手をはじめ、世界トップレベルの選手や海外で活躍する人気日本人選手が出演し、注目を集めた。一方テニスのイベントは、日本人選手の活躍よりも、世界トップレベルのプレーヤーの出演が話題を集める要因であったと考えられる。本研究で対象とした五つのイベントは、このように話題性や特徴が異なるものであったにもかかわらず、最も強い動機に関してすべてのイベントで共通した結果が得られた。このことから、スポーツイベントの性格のうち、観戦動機に影響を与える要因は競技レベルであり、日本人選手の成績への期待やイベントの話題性は、観戦動機の種類に対して大きな影響を及ぼしていないといえる。この結果は、各動機の強さに影響を与える要因として、勝敗の重要度や競技レベルの高さといったイベントの性格をあげた先行研究^{12)~14)}とも一致するものである。

3.2 観戦動機と要因

観戦動機と動機の原因に関し、差の検定を行った結果は、表4-1~4-7のとおりである。検定の結果、三つ以上(チーム応援動機に関する要因は二つ以上)のイベントで有意な関係があると認められた観戦動機と要因との組み合わせについて、以下において各動機と要因との関係を詳しく検討していく。

3.2.1 学習動機

学習動機に関して、三つ以上のスポーツイベントにおいて有意な差が認められたのは性別、年齢、同一競技の観戦経験、同一競技のプレー経験、異なる競技の観戦経験、同一競技のプレー意向の6項目であった。

このうち性別については、ハンドボール、テニス、柔道のイベントでは男性の観戦者が学習動機を強くもっているのに対し、ソフトボールでは女性で強い学習動機をもっている者が多いとの結果が得られた(図2-1)。このような結果が得られた背景として、調査を実施した5つのイベントについて、ハンドボールおよび柔道は男子のみの大会、テニスは男子中心の大会、ソフトボールは女子のみの大会であり、卓球は男女による大会であったことを示しておきたい。したがって性別による学習動機の強さの違いは、観戦している種目が男子の種目か女子の種目かによる影響を受けているものと考えられる。

年齢については、いずれの競技でも20歳未満の若い観戦者において学習動機が強いという点で、共通した結果が得られた(図2-2)。

同一競技の国際大会観戦経験に関しては、観戦経験がある者のほうが学習動機が強かった(図2-3)。同一競技のプレー経験に関しては、すべてのイベントに共通して、同一競技のプレー経験がある者のほうが、プ

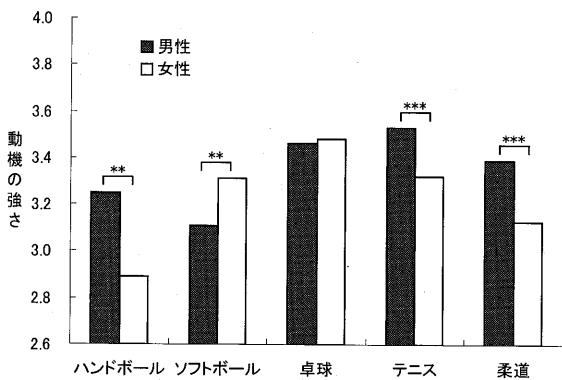


図 2-1 学習動機と性別 (**: $p < .01$, ***: $p < .001$)

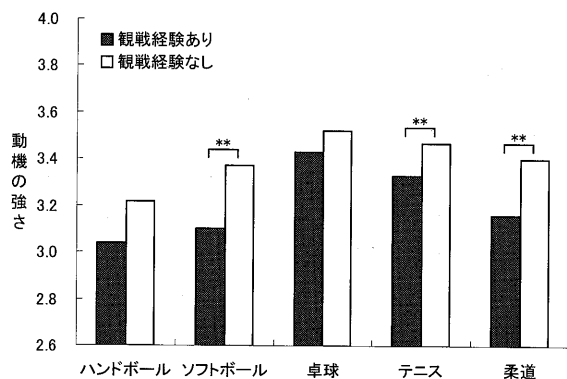


図 2-3 学習動機と同一競技の観戦経験 (**: $p < .01$)

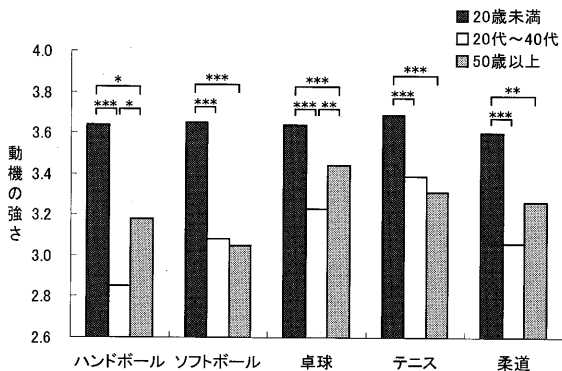


図 2-2 学習動機と年齢 (*: $p < .05$, **: $p < .01$, ***: $p < .001$)

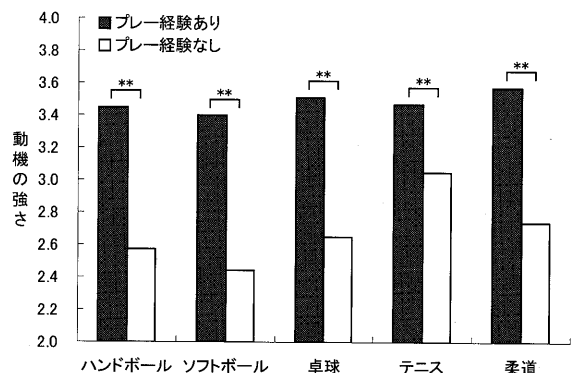


図 2-4 学習動機と同一競技のプレー経験 (**: $p < .01$)

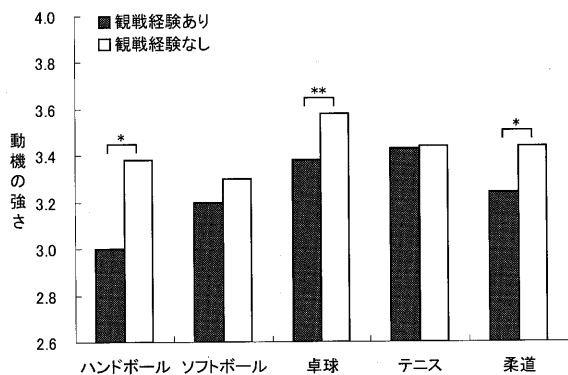


図 2-5 学習動機と異なる競技の観戦経験 (*: $p < .05$, **: $p < .01$)

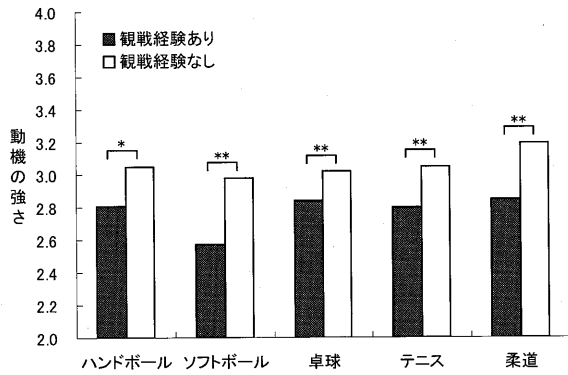


図 3-1 選手応援動機と同一競技の観戦経験 (*: $p < .05$, **: $p < .01$)

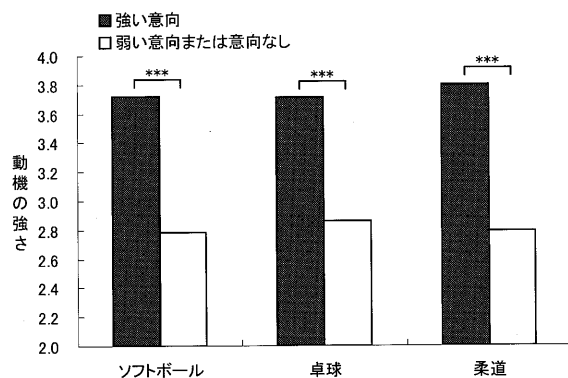


図 2-6 学習動機と今後のプレー意向 (***: $p < .001$)

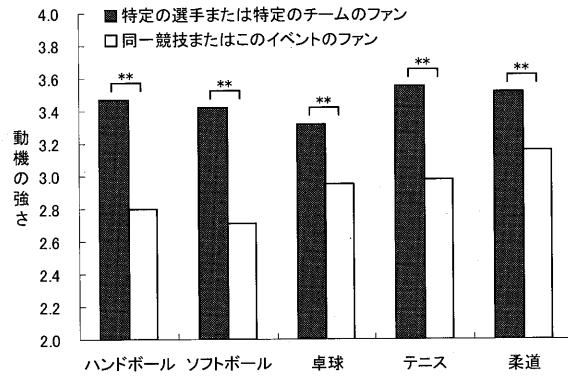


図 3-2 選手応援動機とファンの対象 (**: $p < .01$)

プレー経験のない者よりも学習動機が強いことが明らかになった(図 2-4)。また異なる競技の観戦経験については、異なる競技の観戦経験がない観戦者のほうが、学習動機が強いとの結果が得られた(図 2-5)。これは、スポーツ全般への興味がある者よりも、スポーツへの関心が同一競技に偏っている者のほうが強い学習動機を有していることを示す結果といえよう。同一競技のプレー意向に関する設問では、調査した三つのイベントすべてにおいて、今後同一競技をプレーすることについて強い意向を示している者ほど、学習動機が強かった(図 2-6)。

以上の結果より、同一競技への関心の高さと学習動機の強さとは、比例関係にあると解釈できる。ここで先行研究によると、学習動機は、同一競技のプレー経験や頻度およびプレーレベルによる影響を受けるとされている¹²⁾。この点は本研究においても同様の結果が得られたことから、国内および国際スポーツイベントのいずれにおいても、同一競技とのかかわりの深さが、学習動機の強さに影響を与える要因であるといえる。

なおこれらの結果から、学習動機が強い観戦者については、同一競技の部活動やクラブ等に在籍していた、または現在在籍している若者で、同一競技の「するスポーツ」に強い関心があるという特徴を有してい

るものと推察される。

3.2.2 選手応援動機

選手応援動機は、五つのイベントすべてで、同一競技の国際大会観戦経験およびファンの対象の2項目において、有意差が認められた。

このうち同一競技の観戦経験についてみると、五つのイベントすべてに共通する傾向として、同一競技の国際大会を大会会場で観戦した経験を有する者は、初めて観戦した者と比較して選手応援動機が強いことが明らかとなった(図 3-1)。選手応援動機について、Jリーグ観戦者を対象に実施された調査では、スタジアムへの来場回数を規定する要因のなかで最も重要なのが選手応援動機の強さであると報告されている^{17), 18)}。この結果と本研究の結果から、国内および国際スポーツイベント双方において、選手応援動機と来場回数との間に密接な関係があることが示唆される。

ファンの対象については、同一競技のファンまたはイベントのファンと回答した者の選手応援動機が弱く、特定の選手のファンと回答した者や特定のチームのファンと回答した者の選手応援動機が強いことが明らかとなった(図 3-2)。

3.2.3 チーム応援動機

チーム応援動機については、チーム競技であるハンドボールとソフトボールの二つのイベントのみを対象

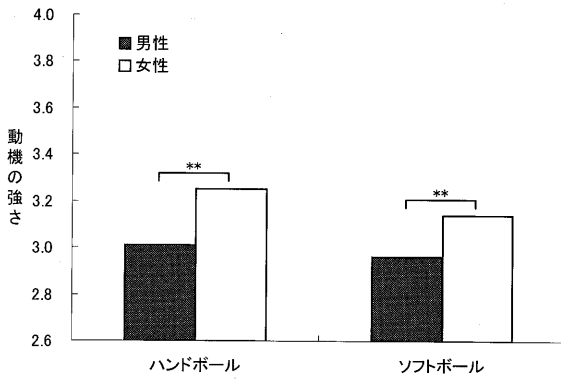


図 4-1 チーム応援動機と性別 (**: $p < .01$)

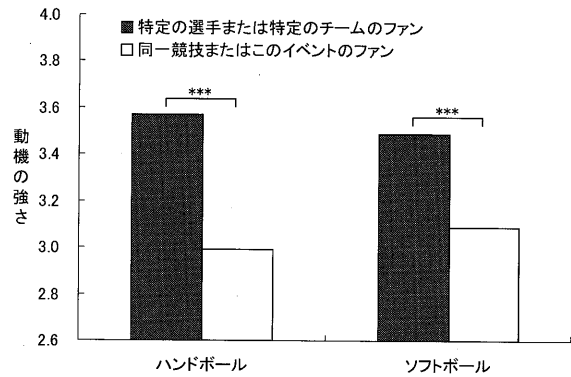


図 4-3 チーム応援動機とファンの対象 (***: $p < .001$)

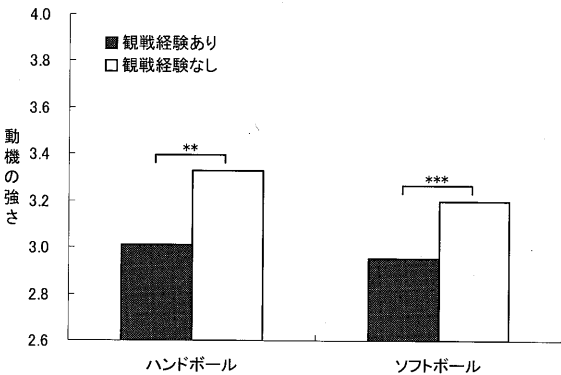


図 4-2 チーム応援動機と同一競技の観戦経験 (**: $p < .01$, ***: $p < .001$)

として調査を行った。その結果、いずれのイベントにおいても性別、同一競技の国際大会観戦経験と、ファンの対象の3項目で有意差が認められた。

はじめに性別に関しては、いずれも女性のほうが、男性と比較して有意に強いチーム応援動機を有しているとの結果が得られた(図4-1)。同一競技の観戦経験およびファンの対象については、選手応援動機の項目と同様の結果であった。すなわち、同一競技の国際大会を大会会場で観戦した経験を有している者や、特定の選手または特定のチームのファンと回答した者は、チーム応援動機が強いという傾向がみられたのである(図4-2, 4-3)。

ここで、選手応援動機およびチーム応援動機と性別との関係に注目したい。選手およびチーム応援動機の強さについてはこれまで、Jリーグ観戦において女性のほうが特定の選手を応援する傾向にあるという結果が報告されたり⁸⁾、スポーツ観戦全般を対象とした調査において男女差が認められないとの報告がなされてきた²⁷⁾。これに対し本研究では、選手応援動機に性差はみられないが、チーム応援動機については女性のほうが動機が強いという結果が得られた。したがって選手およびチーム応援動機における性差が、国内リーグ等とは異なる、国際スポーツイベント観戦の特徴の一つといえる。

選手応援動機およびチーム応援動機の結果から、同一競技をみることに對する興味が大きい者ほど、特定の選手やチームを応援したいとの動機を強く有していることが示唆される。またはじめて観戦におとずれた者は、特定の選手やチームを応援することに対して消極的な姿勢をとっていることが推察される。

3.2.4 試合結果動機

試合結果動機については、性別、ファンの対象、プレー意向の3項目で有意差が認められた。

このうち性別の項目において有意差が認められたハンドボール、ソフトボール、卓球のイベントでは、いずれも男性の試合結果動機が弱く、女性の試合結果動機が強かった(図5-1)。このような試合結果動機についての性別による傾向は、女性観戦者に焦点を当てた先行研究⁸⁾においても調査されていない事象であった。

またファンの対象については、特定の選手または特定のチームのファンであると回答した観戦者が、試合結果動機が強いという結果が得られた(図5-2)。このような選手やチームのファンという要因と試合結果動機との関係は、齊藤¹²⁾も指摘しているとおりであり、特定の選手やチームのファンが、ひいきの選手およびチームの好成績を望んでいるとの結果は、当然のことといえよう。

プレー意向については、強いプレー意向をもっている者が強い試合結果動機を有しているとの結果が得られた(図5-3)。一方、同一競技のプレー経験は、五つのうち二つのイベントでしか有意差が認められず、さらに異なるスポーツの競技経験および観戦経験においては、五つのイベントすべてで有意差が認められなかった。この点に関連して齊藤¹²⁾は、試合結果動機が同一競技のプレー経験や頻度およびプレーレベルとの間に反比例の関係性を有していることを明らかにしている。しかしながら本研究において、この反比例の関係は見出されなかった。これは、国際スポーツイベントではプレー経験や観戦経験に関係なく、観戦者が自国

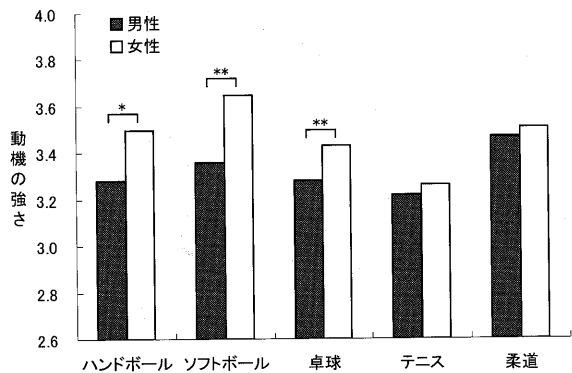


図 5-1 試合結果動機と性別 (*: $p < .05$, **: $p < .01$)

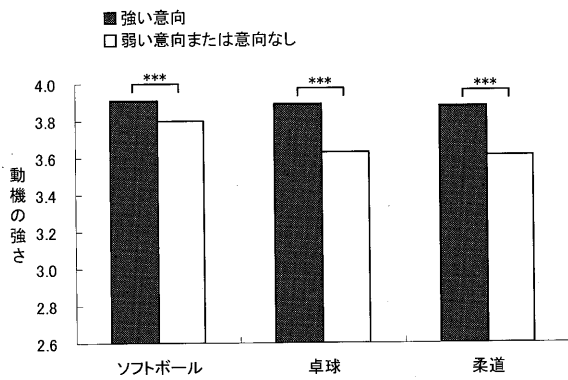


図 6 鑑賞動機と今後のプレー意向 (***: $p < .001$)

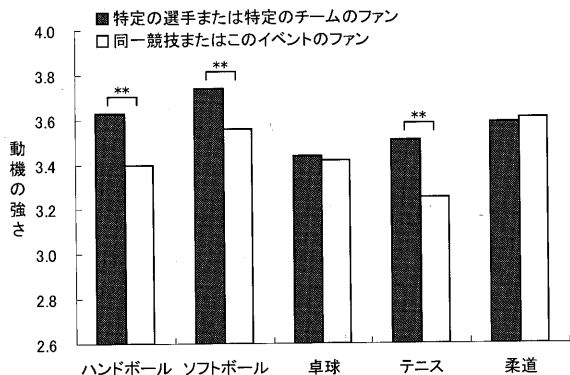


図 5-2 試合結果動機とファンの対象 (**: $p < .01$)

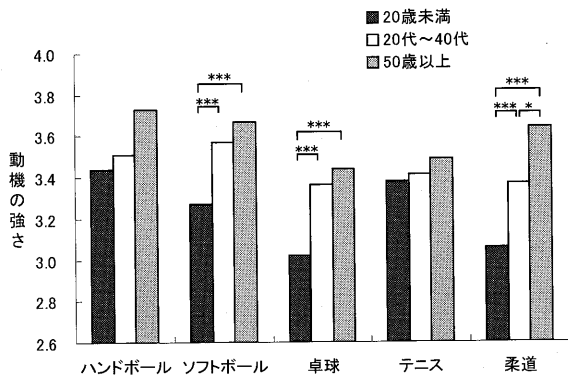


図 7 ドラマ動機と年齢 (*: $p < .05$, **: $p < .001$)

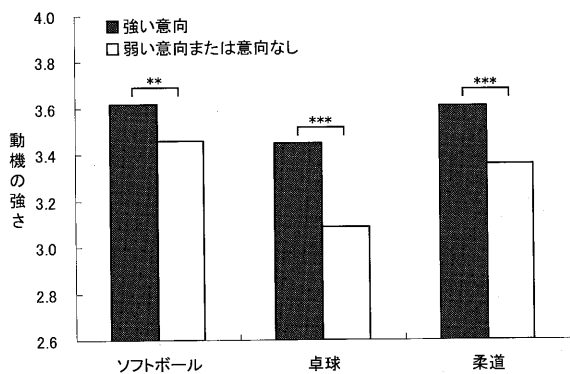


図 5-3 試合結果動機と今後のプレー意向 (**: $p < .01$, ***: $p < .001$)

のチームや選手を応援したいという動機をある程度有しているためと考えられる。

3.2.5 鑑賞動機

鑑賞動機に関しては、プレー意向の項目において、調査した三イベントすべてで有意差が認められた。プレー意向の項目をみると、今後同一競技をプレーすることに強い意向を有している者が強い鑑賞動機を示し、プレー意向の低い者は鑑賞動機が弱いことが明らかとなった (図 6)。

鑑賞動機についてはこれまでに、エキシビジョンマッチであること、競技レベルの高いイベントであることが、動機の要因であると報告されている¹²⁾。この

点に関し本研究において、プレー意向のほかに三つ以上のイベントで有意な差が認められた要因がなかったこと、最も強い動機として鑑賞動機をあげる者が多かったことから、鑑賞動機と競技レベルの高さとの関係が非常に強いものであることが確認されたといえる。

3.2.6 ドラマ動機

ドラマ動機に関して、三つ以上のイベントで有意差が認められたのは、ソフトボール、卓球、柔道で認められた年齢についての項目のみである。年齢の項目において有意差がみられた三つの競技では、20歳未満の観戦者においてドラマ動機が有意に弱いという結果が得られた (図 7)。スポーツイベント観戦の動機としてドラマ動機を抽出した先行研究は、動機の要因については検討していなかったが、図 7 をみると、年代が上がるにつれてドラマ動機が強くなっている様子が見えがえる。したがってドラマ動機は、年齢と比例関係にあるといえそうである。

3.2.7 カタルシス動機

カタルシス動機については、五つのイベントすべてにおいて年齢の項目で有意差が認められた。またテニスを除く四つのイベントで、同一競技の国際大会観戦経験において有意差が示された。

このうち年齢に関しては、20歳未満の観戦者のカ

タルシス動機が有意に低いという点で、五つのイベントすべてが共通していた(図8-1)。したがって20歳未満の観戦者においては、ゲームの背後にみられるドラマ性や、ゲームをみることによる心理的な効果よりも、目の前で行われているゲームをみることそのものが目的とされているといえる。また図8-1から、ドラマ動機と同様にカタルシス動機においても、年齢と動機の強さとの間に比例関係があるといえそうである。

四つのイベントで有意差がみられた同一競技の観戦経験については、観戦経験がない者、すなわち当該競技の国際大会観戦におとずれたのが初めてである観戦者は、カタルシス動機が弱いことが確認された(図8-2)。この結果から、同一競技の「みるスポーツ」に対する興味が高い者ほど、カタルシス動機が弱いものと解釈できる。

ここでプロ野球観戦者について調査した高橋ら¹⁶⁾の研究では、カタルシス動機がスタジアムへの来場回数を規定する重要な要因の一つとされている。したがって選手応援動機と同様にカタルシス動機に関しても、国内および国際スポーツイベント双方において、動機の強さと来場回数との間に密接な関係があることが確認されたといえる。

4. ま と め

本研究は、国内で行われているスポーツイベントのうち国際スポーツイベントを対象として、スポーツイベント観戦に固有の便益に焦点をあて、観戦者が観戦におとずれた動機のうち最も強い動機と、さまざまな動機の強さに影響を与える要因を明らかにすることを目的としたものであった。

研究の結果、国際スポーツイベントでは多くの観戦者が、鑑賞や学習を主な動機としていることが明らかとなった。またスポーツイベント観戦の動機とその要因の構造について、国内スポーツイベントと国際スポーツイベントとの間の類似点や相違点が明らかにされた。特に選手応援動機の強さに性差がみられないこと、女性のほうがチーム応援動機が強い傾向にあることは、国内イベントを対象とした先行研究と異なる結果が得られた点で注目しておかなければならない。また女性のほうが試合結果動機が強いこと、ドラマ動機およびカタルシス動機が年齢と比例関係にあること、カタルシス動機の強さに同一競技の観戦経験が関係していることなど、国内のスポーツイベントを対象とした研究でも触れられていなかった点が、本研究によって明らかにされた。

さらに調査の結果をもとに、国内で行われる国際スポーツイベントのマネジメント戦略について検討を加えると、次のことがいえる。

- 1) 鑑賞動機を最も強い動機としている観戦者が多いことから、マス市場に対して広告宣伝を行う際には、選手のスピードやすばらしい個人技を目の前で鑑賞できる点を強調することが効果的である。
- 2) 同一競技の部活動やクラブ等に在籍している若者に対し、トップレベルの技術を学習できることを強調した広報活動が有効である。
- 3) スポーツイベントの会場における、一方のチームを応援するような呼びかけや仕掛けは、特に女性の観戦者に受け入れられやすい。
- 4) 20代以上の観戦者を対象として、ゲームの背後にみられるドラマ性や、観戦によって得られる日常からの解放感を強調した広報活動および会場での仕掛けを用意することが、有効である。

最後に、今後の課題について触れておきたい。まず国際スポーツイベントの観戦動機について、本研究では7項目について調査を実施したが、本研究で採用された項目のほかにもイベントを観戦におとずれた動機が存在する可能性がある。また動機の要因についても、本研究で用意された以外に、多様な要因が存在していることや、各要因間に相関関係があることが考え

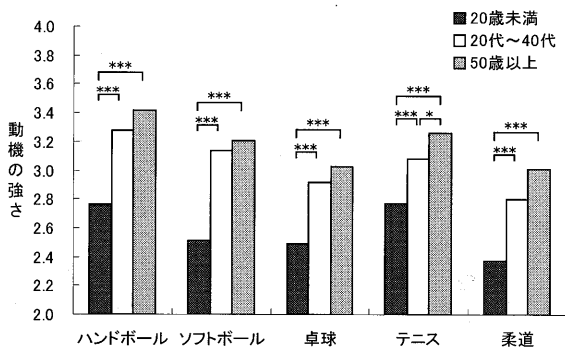


図8-1 カタルシス動機と年齢 (*: $p < .05$, ***: $p < .001$)

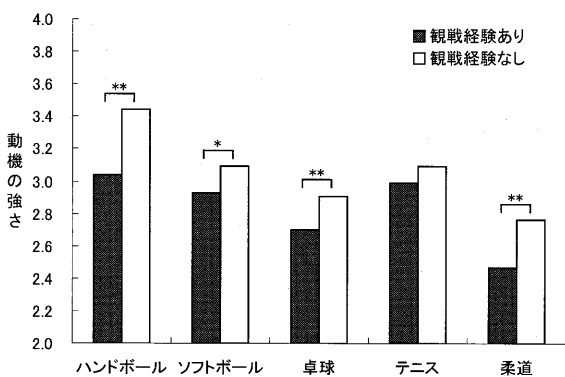


図8-2 カタルシス動機と同一競技の観戦経験 (*: $p < .05$, **: $p < .01$)

られる。したがって今後、スポーツイベントの観戦動機の構造や要因との関係性についてのより詳細な検討を行っていかなければならない。

また本研究でとりあげたのは五つのスポーツイベントのみであったため、競技の特徴や競技レベルの違いなどによってイベントを分類し、グループごとに動機の違いを比較するには至らなかった。今後、より多くのイベントを対象として同様の調査を実施し、イベントごとの比較や分類を行っていきたい。ほかにも、スポーツイベントにおける動機についての経年的な変化を観察した研究や、イベントの周縁部分に焦点を当てた研究の実施は、今後の課題としたい。

謝 辞 本研究は、平成17年度日本体育大学奨励研究の助成により行われました。本研究を行うにあたり、多大なるご協力をいただきました関係者のみなさまに、心より感謝申し上げます。

注 記

注1) スポーツ社会学を専門とする佐伯は「みるスポーツ」の性格や意味合いについて次のように論じている(佐伯聰夫:「スポーツ文化としての『みるスポーツ』」, 文部省競技スポーツ研究会編:『「みるスポーツ」の振興』, ベースボール・マガジン社, pp. 12-13, 1996)。「現代スポーツでは、ゲームはスポーツ享受の一つのスポーツ資源として捉えられる。このように捉えてみると、『するスポーツ』とは、ゲームをプレイする(する)ことによってスポーツを楽しむスポーツ享受のスタイルであり、これに対して、『みるスポーツ』とは、ゲームをみる(観戦する、鑑賞する)ことによってスポーツを楽しむスポーツ享受の一つのスタイルということになる。…(中略)…スポーツ享受スタイルとして『みるスポーツ』を捉えてみると、それは、『観客もしくは視聴者が競技者やチームのスポーツ・パフォーマンスやゲームを観戦・鑑賞するスポーツの楽しみ方』ということができる。つまり、…(中略)…『みる』という行為によってスポーツを楽しむこと、『スポーツをみて楽しむ行為そのもの』を意味するのである。」

本研究であつかうスポーツイベントとは、この佐伯の考えに依拠した「みるスポーツ」を対象としたものとする。

注2) この点については柳沢も、以下のように、スポーツ自体の振興がスポーツにともなう経済的な効果の前提となることを主張している(柳沢和雄:「スポーツ産業の成熟とスポーツマネジメント研究の課題」, スポーツ産業学研究, 11(1), 10-11, 2001)。

「スポーツを行うにせよ観戦・視聴するにせよ、スポーツそのものの文化化や生活化に関連づけられて理論構築がなされなければならない。例えば、経済的利潤は個別スポーツ産業研究の価値前

提となるものの、いうまでもなく経済的利潤自体は国民のスポーツ行動やスポーツライフスタイルの成熟を基底とするからである。スポーツ産業の成熟やスポーツマネジメント研究の理論構築はまさにこの点、すなわちスポーツの文化的価値の増殖とその価値に支えられたスポーツ行動とスポーツライフスタイルの創造に関連づけられたものでなければならないと思う。」

注3) 宇土はスポーツ・プロダクトの構造を中核部分と周辺(外縁)部分とに分類し、さらに中核部分を2重円の構造としてとらえている。中核部分のなかでもコアとなるのは、可視的な勝敗現象や競技行動、種目の特性、ルールであり、それらの基礎あるいは背景に競技プログラムとその運営が位置している。また施設設備の快適性や観客へのサービスが周辺(外縁)部分にあたることになる(宇土正彦:「スポーツ・プロデュースとスポーツ・プロダクト」, 体育・スポーツ経営学研究, 10(1), 1-6, 1993)。また齊藤は、みるスポーツの中核的便益をゲームレベルおよびゲーム以外からなるスポーツレベルと、エンターテイメントレベルとに分類している。このうちゲームレベルは、みるスポーツの最も中心的な部分にあたるゲームを指す。スポーツレベルの中でゲーム以外にあたるのは開閉会式や表彰式等の、ゲームではないが競技会の進行に不可欠なものである。またエンターテイメントレベルは、スポーツとは直接的な関係がない、飲食や祭りのような雰囲気といった娯楽としての楽しさを指す(齊藤隆志:「みるスポーツプロダクトの中核的便益構造と競技会別特徴」, 体育・スポーツ経営学研究, 15(1), 1-16, 1999)。宇土、齊藤の両者に共通しているのは、スポーツイベントの最も中核となる部分にゲームが配置されている点であろう。本研究では両者の分類に依拠し、ゲームをスポーツイベントの中核部分として捉えるものとする。したがって「ゲームをみる楽しさ」が、スポーツイベントに固有の便益であるとの前提に立つものである。

注4) スポーツとのかかわりに関する項目では、回答の信頼性を確保するため、同一競技のプレー経験については、プレー年数の項目で1年以上と回答した場合のみ、同一競技のプレー経験があるとみなした。さらに異なる競技のプレー経験については、経験のある競技と経験年数に関する設問を用意し、いずれかの競技経験が1年以上であると回答された場合のみ、異なる競技のプレー経験があるとみなした。同様に異なる競技の観戦経験については、経験のある競技と観戦回数に関する設問を用意し、観戦回数が1回以上であると回答された場合のみ、異なる競技の観戦経験があるとみなした。

引用・参考文献

- 1) 広瀬一郎:『メディアスポーツ』, 読売新聞社, p. 14, 1997.
- 2) 原田宗彦:『スポーツイベントの経済学 メガイベントとホームチームが都市を変える』, 平凡社,

- p. 15, 2002.
- 3) 広瀬一郎: 前掲書, pp. 89-90.
 - 4) 広瀬一郎: 『スポーツ・マネジメント入門』, 東洋経済新報社, p. 144, 2005.
 - 5) 佐伯聰夫: 「スポーツ文化としての『みるスポーツ』」, 文部省競技スポーツ研究会編: 『「みるスポーツ」の振興』, ベースボール・マガジン社, pp. 17-18, 1996.
 - 6) 松岡宏高: 「スポーツ経営学研究の国際比較」, 山下秋二, 畑 攻, 富田幸博編: 『スポーツ経営学改訂版』, 大修館書店, p. 347, 2006.
 - 7) 松岡宏高, 原田宗彦, 藤本淳也: プロスポーツ観戦者の誘致距離に関する研究, 大阪体育大学紀要, **27**, 63-70, 1996.
 - 8) 仲澤真ほか5名: Jリーグの女性観戦者に関する研究, スポーツ産業学研究, **10**(1), 45-57, 2000.
 - 9) 藤本淳也, 原田宗彦: レジャー消費活動としてのスポーツ観戦に関する研究—特に, 女子大生のプロスポーツ観戦に注目して—, Leisure & Recreation, **12**, 4-15, 1992.
 - 10) 原田宗彦, 藤本淳也, 内海俊朗: スポーツの観戦行動に関する研究—カレッジ・スポーツと観戦者としての女子大生について—, 大阪体育大学紀要, **23**, 39-45, 1992.
 - 11) 松田義幸: イベントとは何か, 健康と体力, **22**(2), 5-8, 1990
 - 12) 齊藤隆志: 観戦行動の分類と要因—スポーツイベント経営の視点から—, 筑波大学体育科学系紀要, **14**, 39-53, 1991.
 - 13) 齊藤隆志, 新出昌明, 川崎登志喜: みるスポーツプロダクト構造の実証的研究—特にスポーツマーケティング論としての中核的便益の因子構造について—, いわき短期大学紀要, **31**, 23-38, 1998.
 - 14) 齊藤隆志: みるスポーツプロダクトの中核的便益構造と競技会別特徴, 体育・スポーツ経営学研究, **15**(1), 1-16, 1999.
 - 15) 小野里真弓, 畑 攻, 齋藤隆志: 観戦者からみたスポーツプロダクトとしてのWリーグの分析と考察, 日本女子体育大学紀要, **35**, 17-25, 2005.
 - 16) 高橋豪仁, 東川安雄, 野崎武司: スタジアムにおけるプロ野球観戦者に関する研究, 徳島文理大学研究紀要, **50**, 51-59, 1995.
 - 17) 高橋豪仁: サンフレッチェ広島ホームゲーム観戦回数に関する研究, スポーツ産業学研究, **6**(1), 7-19, 1996.
 - 18) 高橋豪仁: スタジアムにおけるJリーグ観戦者に関する研究, 徳島文理大学研究紀要, **51**, 57-69, 1996.
 - 19) 原田尚幸, 三浦嘉久, 宮田和信: プロ野球本拠地住民の観戦意図に影響を及ぼす要因, 鹿屋体育大学学術研究紀要, **20**, 65-71, 1998.
 - 20) 藤本淳也, 原田宗彦: 潜在的観戦者のマーケット・セグメンテーションに関する研究—特に観戦意図に注目して—, 大阪体育大学紀要, **32**, 1-11, 2001.
 - 21) 藤本淳也, 原田宗彦, 松岡宏高: プロスポーツ観戦回数に影響を及ぼす要因に関する研究—特に, プロ野球のチーム・ロイヤルティに注目して—, 大阪体育大学紀要, **27**, 51-62, 1996.
 - 22) 永吉宏英, 宍倉保雄, 山崎 武: ハンドボールゲーム観戦者の観戦態度に関する研究—メディア型・非メディア型スポーツの比較の視点から—, 大阪体育大学紀要, **51**, 57-69, 1996.
 - 23) 朽堀申二ほか3名: 大学バレーボール競技会の観戦者に関する研究—平成10年度全日本バレーボール大学選手権観戦者データから—, 筑波大学・運動学研究, **15**, 71-75, 1999.
 - 24) 小野里真弓, 畑 攻: WJBL (バスケットボール女子日本リーグ機構)の観戦者特性に関する基礎的研究, 日本女子体育大学紀要, **33**, 41-47, 2003.
 - 25) 松村浩貴, 土肥 隆: Jリーグ観戦者における消費者行動の分析—ヴィッセル神戸戦とジュビロ磐田戦のアンケート調査から—, 兵庫県立大学経済経営研究年報, **35**, 199-209, 2004.
 - 26) 遠藤幸一: 体操競技における大会観戦者の調査—第58回全日本体操競技選手権大会の場合—, 体操競技・器械運動研究, **13**, 105-116, 2005.
 - 27) 辻 浅夫・中桐伸吾: スポーツ観戦動機に関する研究—観戦動機の構造と測定尺度の作成—, 京都外国語大学研究論叢, **60**, 209-223, 2002.