

スポーツ観戦者のチーム・コミットメントに影響を及ぼす要因分析 ～Jリーグ1部所属FC東京ファンへの面接調査から～ Factor analysis that influences sports spectator's team commitment

1k03b011-3 飯島 靖

指導教員 主査 作野 誠一 先生 副査 内田 直 先生

【緒言】

人はなぜスポーツを見ることで熱狂するのだろうか？

近年、経済的・社会的なスポーツの効果が報告され、「みる」スポーツに対する関心の高まりとともに、スポーツ観戦者に焦点を当てた研究や調査が行われるようになってきた。しかし、そのほとんどは経営学的視点からの応用研究であり、その研究方法もアンケート調査や質問紙法などの量的調査がほとんどである。

スポーツ観戦者の消費行動は、一般財消費者の消費行動に比べ錯雑としている。ゲーム自体に不満を感じたにも拘らず、再観戦という行動を起こすことが、観戦者市場ではごく普通に表れているからだ。こうした現象にアプローチするときに、既成の理論に基づいた研究方法にはおのずと限界がある。つまり、従来の研究者たちが用いてきた量的・演繹的方法（既存の理論モデルから研究の設問と仮説を導き出して、それらを実証的データと比較し検証する）では、現象の多様性に充分対応できなくなっているのである。しかし、これまでに観戦行動という分野に関して、観戦者個々に焦点を当て、その行動原因を深意に探求する質的調査はほとんどなされていない。

そこで、本研究ではスポーツ観戦者のコミットメントに着目し、コミットメントの多寡はどのような要因から影響を受けるのかという研究課題を設定した。質的調査の方法を用いて観戦者の過去の経験（環境、経験、行動）や行動、ライフスタイルなどに関する多様な情報をもとに、研究課題についての論究を深めることを本研究の目的とする。

【研究方法】

本研究においては、Jリーグ1部所属東京フットボールクラブ(以下 FC 東京)へのコミットメントの異なるスポーツ観戦者3名を対象とし、質的調査法の一つである半構造化面接法にて観戦者個々にインタビューを行い、観戦者の過去の経験（環境、経験、行動）や行動、ライフスタイルに関する情報の収集とその分析から、観戦に影響を及ぼす要因の探求を図る。

面接調査では、主に「過去の経験」「現在の日常生活」「観戦場面」の3つの項目に付随する質問を行う。しかし、インタビューに際して、面接者が必要だと判断した場合は、質問についての補足や、回答についての追加質問をするこ

とによって、自由回答による質的データを収集する。

【結果と考察】

3者の回答を比較した結果、「家族の特性」「地域社会」「学校環境」「スポーツへの関り方」「メディア接触」「親友」「社会事象」などの過去の発育環境に関しては、コミットメントの多寡による大きな差異は見られなかった。

しかし、「初観戦時のきっかけ」という比較項目に関しては、大きな相違が見られ、過去の研究者が指摘した「選手やチームとの社会的関係」が影響を及ぼすという報告と同様の結果が得られた。

本研究の調査・比較を通して、相違が見られる点として表出した要因としては、「余暇行動」というライフスタイル要因が挙げられる。3者の「希望する余暇行動」という項目を比較した結果、コミットメントの小さい観戦者から大きい観戦者まで、徐々にレジャー行動の選択肢の範囲が限定化、先鋭化されていくという結果を得られた。

また、「サッカーに対しての思い入れ・好意」「スポーツ歴」に関しての比較結果からは、サッカーに対しての思い入れや好意の高い観戦者ほど、頻度の高い観戦行動に至るわけではないという結果が得られた。

【結論と今後の課題】

「一体感」「観戦スタイル」に関しての3者の回答の比較からは、各々の観戦者がスタジアムでの観戦において、どのような志向・満足を観戦の意義としているかということが読み取れた。そして3者の分析の結果、焦点を当てた3名の観戦者全てが異なる観戦志向を有していることが確認できた。

しかし、これまでになされた研究は、観戦者を観戦回数やロイヤルティの差で分類することはあっても、観戦者が求める志向、観戦スタイルの相違による分類化の試みはなされていない。スポーツ観戦者の行動要因の深意な解明は、さらなる観戦者市場の飛躍、増大を目指すためにも、必須である。そのためにも、スポーツ観戦者を唯だ「観戦者」として一括りにするのではなく、観戦の志向、観戦スタイルの相違によって分類化し、そして分類化された各々の領域に属する観戦者に対して、さらに別個の調査を実施することが、観戦行動に影響を及ぼす要因の探索につながると考えられる。