

e スポーツのイメージに関する研究

体育・スポーツを専攻する大学生・大学院生を対象とした調査を通じて

スポーツビジネス研究領域

5008A032-5 島田 創

研究指導教員：原田 宗彦 教授

1, 序論

近年、wii などの爆発的なヒットによってビデオゲーム市場が再び活性化しているが、そういった中で注目を浴びつつあるのが e スポーツである。e スポーツとは例えば家庭用ゲーム機での対戦型サッカーゲームなどの「人間の身体活動を電子情報に置き換え、入力する必要のある競技」である。世界最大の e スポーツ大会である World Cyber Games では本大会において 74 カ国 700 名の参加国・選手数を数えるなど、e スポーツが世界で注目されている事が伺える。また、第 2 回のアジア室内競技大会から e スポーツが正式種目として実施されており、スポーツとしての認知も広がっている。現状では主にビデオゲームが用いられた競技が多いが、一般的にビデオゲームにはマイナスイメージが付きものである。例えば、森 (2002) が指摘する「ゲーム脳」の問題はその最たる例である。だが一方で浜村 (2007) がゲーム否定的に捉えられる傾向の根底にあるのは「無理解」と指摘するように、ゲームを身近なものとして捉え、そのポジティブなイメージを主張する見方も現れている。昔から多くの議論が交わされているが、イメージの良し悪しは将来的な発展にとって非常に重要であり、萌芽期である e スポーツにとって善良なイメージを構築していくことは至上命題である。そこで本研究では以下の 3 点を目的とした。

- 目的① e スポーツに対して抱かれると予想される、多様なイメージを明らかにすること
- 目的② e スポーツのイメージ構成要因を明らかにすること
- 目的③ e スポーツの認知度が高まるにつれてのイメージ変化を明らかにすること

2, 先行研究のレビュー

一般的に懸念されているゲームの影響として、心理的な側面への影響・身体的な側面への影響が挙げられるが、これらは善悪両面の影響が先行研究から読み取れる。しかし、これらは扱われるコンテンツの内容に左右されるところが大きい。しかし、

現在 e スポーツの大会で用いられるタイトルは、格闘ゲームや FPS ゲーム、戦争シミュレーションゲームなどが多くを占めており、現状を貫くのであれば良いイメージは生成されまいと予測される。だが、ゲームにはシリアスゲームといった社会的有用性の高いコンテンツ等も存在し、ゲームに対して正しい知識を持つなど、リテラシー教育を十分に図ることがその有用性を十分に活かすために必要なことと考えられる。

3, 研究方法

本研究の第二の目的である e スポーツのイメージを構成する要因を明らかにすること、第三の目的である e スポーツの認知度が高まるにつれてのイメージ変化を明らかにすることを果たすために、本研究では四つの調査を実施した。まず調査 1 では e スポーツに関する VTR および紙媒体での情報を提供した上で、e スポーツに対するイメージを自由記述で抽出した。次に調査 2 では、先行研究からゲームに対するイメージとスポーツに対するイメージおよび前段階で抽出された e スポーツに対するイメージを用い、SD 法において e スポーツのイメージを尋ね、探索的因子分析を施した。ここでも同様に VTR および紙媒体で e スポーツの情報を事前に提供した。そして調査 3 では、前段階同様、VTR および紙媒体で e スポーツの情報を事前に提供した上で、SD 法において e スポーツのイメージを尋ね、確認的因子分析を施し、目的②である「e スポーツのイメージ構成要因を明らかにすること」を果たした。最後に調査 4 では、紙媒体での「e スポーツの定義」の呈示、e スポーツの VTR の呈示、紙媒体での「e スポーツがスポーツである理由」の呈示、という 3 種の刺激を段階的に与え、前調査で明らかになった e スポーツのイメージを構成する要因を用いて、刺激を与えるたびに e スポーツに対するイメージを尋ね、e スポーツの認知度が高まるにつれて e スポーツのイメージが変化することを調査した。調査にあたって以下の 4 つの仮説を立てた。

- (1) e スポーツの認知度が高まるにつれてイメージが向上する

- (2) 性別によってeスポーツのイメージ変化に差がある
- (3) ビデオゲーム実施率によってeスポーツのイメージ変化に差がある
- (4) 運動実施率によってeスポーツのイメージ変化に差がある

4, 分析と結果

まず、調査1ではeスポーツに対するイメージとして10の語彙を抽出することができた。次に調査2において、探索的因子分析の結果3因子12項目でeスポーツのイメージが構成されることが発見された。因子の累積寄与率は57.97%であった。そして調査3においては確認的因子分析を施した結果、当てはまりが悪かったため、著しくパス係数の低い2項目を恣意的削除し、結果3因子10項目でeスポーツのイメージが構成されることとした。因子はそれぞれ、白熱性因子、開閉性因子、爽快性因子と命名した。

最後に調査4では、まず、(1)eスポーツの認知度が高まるにつれてイメージが向上するという仮説において、1要因反復測定分散分析の後、多重比較(Tukey法)を行った結果、部分的に確認されたが、刺激の組み合わせ内容によってイメージが低下することも明らかになった。具体的にはVTRを呈示することで爽快性が有意に低下し、「eスポーツがスポーツである理由」を呈示することで「開閉性」が有意に低下した。

また、「eスポーツがスポーツである理由」の呈示時に「白熱性」は有意な変化を見せなかった。

次に、(2)性別によってeスポーツのイメージ変化に差があるという仮説であるが、2要因反復測定分散分析を行った結果、これも部分的に認められた。「白熱性」「爽快性」のイメージにおいては性別の主効果がみられ男性が有意に高い値を示したが、「開閉性」のイメージは男女に有意な差が認められなかった。

(3)ビデオゲーム実施率によってeスポーツのイメージ変化に差があるという仮説であるが、これも部分的に認められた。2要因反復測定により、「白熱性」「開閉性」「爽快性」のイメージ全てにおいてビデオゲーム実施率の主効果がみられビデオゲーム実施率高群が有意に高い値を示したが、「開閉性」のイメージにおいてのみ交互作用が認められ、単純主効果の検定の結果、eスポーツがスポーツである理由を呈示した段階の「開閉性」のみ、ビデオゲーム実施率の高低に依存しないという結果が得られた。

最後に(4)運動実施率によってeスポーツのイメージ変化に

差があるという仮説であるが、これは棄却された。2要因反復測定分散分析により、「白熱性」「開閉性」「爽快性」のイメージ全てにおいて運動実施率の主効果が認められなかった。

5, 考察

VTR呈示後の「爽快性」の低下の原因には、VTRの熱狂的で開放的でありながら、どこかアンダーグラウンドを感じさせる映像の作りが影響していると考えられる。また、「eスポーツがスポーツである理由」の呈示後の「開閉性」の低下の原因は、eスポーツという未知のものを「スポーツ」という限定的な枠にカテゴライズすることで窮屈感が生まれたこと、またスポーツが持つ独特の爽やかなイメージがeスポーツにも付加されたことが考えられる。

次に性別において「開閉性」が有意差を示さなかった原因であるが、これは「白熱性」「爽快性」は感情的イメージを示しているのに対し、「開閉性」は比較的男女差が付きづらいと考えられる物理的イメージを示している部分が多く、その結果「開閉性」のイメージにおいて性別の主効果がみられなかったと考えることができる。

さらに、eスポーツがスポーツである理由を呈示した段階の「開閉性」のみビデオゲーム実施率の高低に依存しないという結果の原因は、いわゆる没入状態の直後に現実的なスポーツの理由を呈示されたために、ゲームという無限の広がりを持つ世界観から限定的である現実に戻された差異が大きくなり、結果「開閉性」のイメージが低下したのではないかと考えられる。そして、運動実施率の主効果が認められなかったことに関しては、北村ら(2009)が「『ゲームかスポーツか』でなく『ゲームもスポーツも』が現代のライフスタイル」と指摘しているように、ゲームと運動が二律背反的存在ではなくなっていることが理由として考えられる。

6, 結論

本研究ではeスポーツの定義を呈示した後のVTRの呈示には「白熱性」「開閉性」のイメージを向上させる働きがあり、さらにその後のeスポーツがスポーツである理由の呈示には、落ち込んだ「爽快性」のイメージを回復させる補足的な効果があることがわかった。また、一部において性差およびゲーム実施率の差が出たが、運動実施率においてはイメージ変化に影響を及ぼさないことがわかった。以上より、認知度が高まるにつれてeスポーツに対するイメージは総合的に向上するが、認知したからといって一概に向上するとは言えない、と結論づけたい。