

プロスポーツ観戦者の将来ファン行動に関する研究 - 感情と満足度に注目して -

スポーツビジネス研究領域

5008A053 - 8 松井 くるみ

研究指導教員：原田 宗彦 教授

1. 序論

近年、スポーツ組織が財務的な自立を指向し、ファイナンスが重要視されるようになった(武藤, 2007)。スポーツクラブにとって、チケット収入は主たる収入源であり(武藤, 2008)、松岡(2008)も一度来場したスポーツ参加者・スポーツ観戦者に再び来てもらうことが課題であり、スポーツ消費者の再購買意図に与える影響を理解することが重要であると指摘している。

スポーツ観戦者行動をテーマとした研究は多く行われており、Matsuokaら(2003)がチームアイデンティフィケーションと満足度が再観戦意図に影響を与えることを明らかにしたように、観戦意図・再訪意図に満足度が影響を与えると述べる研究が多い。満足に関して、Mano & Oliver(1993)は、商品満足と商品によってもたらされる情感には強い関係があること、商品満足が知的判断に結びつき、消費行動に影響を与えることを述べており、消費経験に基づく感情が満足の先行要因であることは明らかである。これらは消費者行動論における不確認パラダイムによっても説明され、本研究では不確認パラダイムを用い、感情と満足度に注目し、将来ファン行動との関係性を明らかにする。

2. 研究の目的

本研究は、(1)プロスポーツ観戦者の将来ファン行動(以下 F.B.)予測モデルを検証すること、(2)プロ野球観戦者およびプロサッカー観戦者を比較し、共通点ならびにそれぞれのファンの特徴を明らかにすることを目的とする。

3. 先行研究の検討および仮説の設定

不確認パラダイムをスポーツ観戦場面に用いた研究には、Trail(2005)が行った研究がある。

Trail は不確認期待、気分、チームアイデンティフィケーション、自尊心反応(BIRGing, CORFing)、ロイヤルティの変数を用いて仮説モデルを設定し、バスケットボール観戦者を対象にモデル検証を行っている。本研究は、Trail同様、スポーツ観戦者を対象として調査を実施するため、Trail(2005)の研究を基に以下の仮説モデルを設定した。

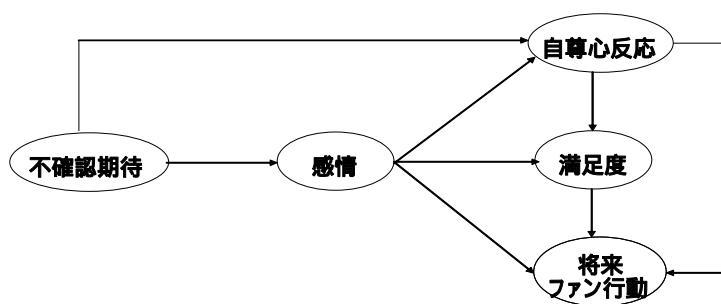


図 1 仮説モデル

4. 予備調査

【調査概要】

本研究で用いる尺度は海外にて開発された尺度を含むため、有識者およびネイティブレベルの大学院生による翻訳を行い、予備調査を実施し、尺度の信頼性とワーディングを検討した。調査は2009年7月6日から2009年7月13日の期間、大学生を対象に教場での質問紙調査を実施した。有効回答は127部であった。

【調査項目】

調査項目は先行研究より、不確認期待(Trail, 2005)5項目、自尊心反応(Trail, 2005)2因子6項目、将来ファン行動(Trail, 2005)4項目、感情(隅野, 2005)14因子44項目を調査した。

【予備調査結果】

感情項目以外の質問項目について、Cronbachの α 係数による信頼性を検討した結果、 α 係数は0.87~0.90を示し、信頼性および内的整合性が高いと判断される。感情項目では、 α 係数が

0.70 を下回る因子があったが、再検討が必要とされる 0.50 の基準を上回っており、調査に用いて問題ないと判断した。以上の結果より、予備調査で用いた項目を本調査で用いることとした。

5. 本調査

【調査概要】

本調査は日本のプロスポーツとしてプロ野球、プロサッカーを取り上げ、調査を実施した。プロ野球は2009年9月11日、2009年9月27日(共に西武ドーム)、埼玉西武ライオンズ観戦者を対象とし、プロサッカーは2009年10月17日(味の素スタジアム)、2009年11月3日(国立霞ヶ丘競技場)、FC 東京観戦者を対象に調査を行った。調査方法は訪問留置法および郵送法による質問紙調査であり、観戦席にて、試合前質問紙と返信用封筒を添付した試合後質問紙を配布した。試合後質問紙は試合観戦後スタジアム外での回答と1週間以内の投函を依頼した。計4回の本調査で有効回答495部を得た。

【調査項目】

調査項目は予備調査にて信頼性と妥当性が確認された、不確認期待 (Trail, 2005)5項目、自尊心反応 (Trail, 2005)2因子6項目、将来ファン行動 (Trail, 2005)4項目、感情 (隅野, 2005)14因子44項目と満足度 (隅野, 2005; Madrigal, 1995)3項目を設定した。

6. 結果と考察

まず感情14因子44項目の因子間相関およびパス係数を判断基準に、因子構造の再検討を行った。その結果、7因子32項目が適切な構造であると確認された。続いて、7因子32項目を感情項目とし、仮説モデルの検証およびプロ野球観戦者、プロサッカー観戦者の比較をするため、多母集団分析を行った。仮説モデルの適合度(表1)はGFI, AGFI, CFIが基準を下回る結果であったが、RMSEAは基準を満たす値が得られたことより、プロ野球観戦者、プロサッカー観戦者の将来ファン行動予測モデルを示唆することができた。

表 1 多母集団分析のモデル適合度指標

χ^2/df	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
2.672	0.654	0.612	0.783	0.058

さらにプロ野球観戦者、プロサッカー観戦者のモデル比較を行った結果、表2に示す通り競技間での共通点、相違点が明らかになった。

表 2 多母集団分析の結果(有意なパスのみ)

独立変数	従属変数	プロ野球観戦者	プロサッカー観戦者	2競技間共通点
不確認期待	感情7因子	楽しみ(+) 落ち着き(+) 怒り(-) 恐れ(-) 心配(-) ねたみ(-) 悲しみ(-)	楽しみ(+) 落ち着き(+) 怒り(-) 悲しみ(-)	楽しみ(+) 落ち着き(+) 怒り(-) 悲しみ(-)
	BIRGing	n.s	(+)	
	CORFing	n.s	(+)	
感情7因子	BIRGing	楽しみ(+) 心配(+)	楽しみ(+) 恐れ(+) 心配(+) 落ち着き(+) 怒り(-)	楽しみ(+) 心配(+)
	CORFing	恐れ(+) 楽しみ(-) 心配(-)	楽しみ(-)	楽しみ(-)
	満足度	楽しみ(+) 心配(+) 悲しみ(-)	楽しみ(+) 心配(+) 怒り(-) 悲しみ(-)	楽しみ(+) 心配(+) 悲しみ(-)
	F.B.	落ち着き(+) 楽しみ(-)	落ち着き(+) 悲しみ(+) 楽しみ(-)	落ち着き(+) 楽しみ(-)
BIRGing	満足度	n.s	(+)	
	F.B.	(+)	(+)	(+)
CORFing	満足度	(-)	n.s	
	F.B.	(-)	(-)	(-)
満足度	F.B.	n.s	(+)	

特徴的な結果として、満足度と将来ファン行動の関係がプロ野球観戦者には見られず、満足度よりもBIRGingが将来ファン行動に影響を与えていることが示された。またプロサッカー観戦者は先行研究同様に、満足度が将来ファン行動に最も影響を与えていることなどが明らかになった。

7. 今後の課題

本研究の仮説モデルが採択される結論となったが、当てはまりがよいとは言えないため、継続的な調査およびモデルの検討を行い、改善する必要がある。また、郵送法を用いたことにより、十分なサンプル数を確保することができなかったため、調査方法の検討も必要である。