

2010年度 修士論文

スポーツ観戦者の観戦動機に関する研究

－ アイスホッケー観戦者に着目して －

Motivation of Sport Spectator

－ Focus on Ice Hockey Spectators －

早稲田大学大学院 スポーツ科学研究科

スポーツビジネス研究領域 スポーツビジネスマネジメント論研究指導

5009A078

丸 朋子

Maru, Tomoko

研究指導教員：原田 宗彦 教授

目次

第1章 序論	4
第1節 緒言	4
第1項 プロスポーツ経営とマーケティング	
第2項 スポーツ消費者行動と観戦動機	
第3項 日本アイスホッケー界・トップリーグの歴史と現状	
第2節 研究の目的	7
第2章 先行研究	8
第1節 スポーツの観戦動機	8
第2節 スポーツの観戦動機研究	8
第1項 観戦動機とファン・マーケティング	
第2項 観戦動機と男女差	
第3項 観戦動機と観戦回数	
第4項 観戦動機測定尺度の開発と発展	
第5項 競技特有の観戦動機	
第3節 先行研究のまとめ	12
第3章 研究方法 研究1：競技特有の観戦動機測定尺度の作成	13
第1節 仮説の設定	13
第2節 本研究のフレームワーク	14
第3節 アイスホッケー競技特有の観戦動機の抽出	15
第1項 フィールド調査（早慶定期戦）による項目の収集：予備調査①	
第2項 フィールド調査（アジアリーグ）による項目の収集：予備調査②	
第3項 フィールド調査（アジアリーグ）による項目の収集：予備調査③	
第4節 KJ法による観戦動機の精査	17
第5節 因子の命名	18
第1項 因子の命名と定義	
第2項 質問項目の作成	
第6節 測定尺度の妥当性および信頼性の検証	21
第1項 フィールド調査（早慶戦試合会場）：プレ調査	
第2項 尺度の項目分析	
第3項 尺度の収束的妥当性および弁別的妥当性の検証	
第4項 Cronbach's α 係数による信頼性の検証	
第5項 結果および考察	
第4章 研究2：競技特有の観戦動機測定尺度を用いた観戦動機の比較・検証	35
第1節 フィールド調査（アジアリーグ試合会場）：本調査	35
第1項 調査対象	
第2項 調査方法	
第3項 人口統計的変数（デモグラフィックス）	
第4項 測定尺度の妥当性および信頼性の検証	
第5項 項目の削除と尺度モデルの再設定	

第2節 アイスホッケー競技特有の観戦動機の比較・検証・	45
第1項 アイスホッケー競技特有の観戦動機（4因子12項目）の検証	
第2項 基本モデルの因子と競技特有因子の比較	
第3節 t検定による男女別の比較・	46
第4節 一元配置分散分析による観戦回数別の比較・	48
第5節 多重比較による男女×観戦回数別の比較・	50
第5章 結論・	54
第1節 結果のまとめ・	54
第2節 提言・	56
第3節 研究の限界と課題, 今後の展望・	57
注・	59
引用文献・	61
付録: 調査で用いた質問紙・	64
謝辞・	70

第1章 序論

第1節 緒言

第1項 プロスポーツ経営とマーケティング

企業スポーツがバブル経済崩壊と共に衰退の途を辿り、変わって台頭した地域密着型スポーツが浸透した昨今、プロスポーツのリーグ運営やチームマネジメントは地域に根付いた運営なしには成り立たなくなった。同時に、スポーツ組織は財務的な自立に迫られ、ファイナンスが重要視されるようになった。武藤（2007）は、スポーツファイナンスの特性として、選手人件費や競技場の使用料等の固定比率が高いため、チケット収入やスポンサー収入等のボラティリティ（一定の変動）のある事業収入が下振れした際、財務リスクが発生しやすい、と述べた。実際、ファン離れが進むとあらゆる財務内容が悪化していく。よって、ブランド力の強化と、それをチケット販売に直結させる関係性マーケティングの実践が、チーム・クラブ運営事業にとっての必須の課題となる（原田,2008）。

プロスポーツチーム運営にとってチケット収入は主な収入源のひとつであり、多くのチームにとって健全経営のために安定した集客が不可欠である。清田（2010）は、プロスポーツ観戦において観戦者は減少傾向にあり、入場者数を増加させるという目標に対しては、1人当りの来場回数を増やす努力がそこに繋がる、と指摘した。スポーツに興味のない人にいかに試合会場に足を運んでもらうか、また、一度来場した観戦者にいかに再び試合会場に足を運んでもらうか、リピーターやロイヤリティの高いファンをいかに獲得するか、さらには年間シートの売り上げに繋げるか等は、プロスポーツチーム運営にとって重要な経営課題である。

第2項 スポーツ消費者行動と観戦動機

スポーツ観戦者の行動を理解する上で、観戦者の観戦動機をスポーツ marketer が的確に捉えて集客戦略にいかすことはチーム運営にプラスに作用する。松岡（2008）は、観戦者の動機を把握することはスポーツ marketer によって重要な課題であり、観戦動機、特にその構造を社会心理学的に解明しようとする研究が注目を集めている、と述べた。また、Wann（2008）は、スポーツ競技毎に異なる観戦動機を理解することは、チームの収益と入場料収入を増加させるために重要、と指摘した。観戦動機をスポーツチーム運営の収入源の柱である入場料収入（チケットセールス）に結びつけることは重要であり、チケットセールスに結びつくプロモーションに関する研究（Wakefield & Barnes, 1996）なども行われた。

第3項 日本アイスホッケー界・トップリーグの歴史と現状

日本アイスホッケー界のトップリーグの基礎は日本リーグで、1966 年（昭和 41 年）11 月 15 日に幕が開かれた。実業団 5 チームが集結し、2 回戦総当たりで覇権を争ったのが始まりである。日本リーグ発足の目的は、リーグ開幕 5 年後の札幌五輪に向けての代表チームの強化や、国内におけるアイスホッケー競技の普及・認知であった。日本の全国規模の社会人スポーツリーグでは、プロ野球、社会人サッカーに次いで 3 番目、ウィンタースポーツとしては初のリーグ戦となった。札幌五輪後、福徳相互銀行の廃部があったが、西武鉄道を二分し、国土計画が新規に誕生した。その後、十條製紙のリーグ加盟があり、日本リーグ発足 9 年目に参加チームは 6 となった。

長野五輪後、古河電工、雪印が廃部となり、日光アイスバックス、札幌ポラリスがクラブチームとしてそれぞれ廃部チームを母体に誕生した。2003年には西武鉄道が廃部となり、2004年2月29日を最後に38シーズン続いた日本リーグはアジアリーグへ移行した。

アジアリーグ・アイスホッケーは、2003年に韓国のチーム、ハルラ・ウィニアを加えた5チームで発足した。アジアにおいて、アイスホッケーが他の競技に先駆けて、半年以上に及ぶ国境をまたいだ初のリーグを築いた。後に中国のチームも加入して今季で8シーズン目を迎えたが、紆余曲折が続き、2009年にはSEIBUが廃部した。しかし2009年9月4日に、日本アイスホッケー界に35年ぶりに誕生したトップリーグのチームである東北フリーブレイズ（当時）が新規参入した。現在の参加チームは、王子イーグルス、日本製紙クレインズ、H.C.TOCHIGI日光アイスバックス、フリーブレイズ（以上、日本のチーム）、アニャンハルラ、High1（以上、韓国のチーム）、チャイナドラゴン（以上、中国のチーム）の計7チームである。

フリーブレイズは、大型スポーツ用品店を展開するゼビオ株式会社（本社：福島県郡山市）を母体とする。青森県八戸市を活動拠点として、三沢や盛岡に加えて郡山でも試合を開催し、東北一帯をフランチャイズと定めている。社員選手はシーズンオフになればスポーツ用品店で勤務し、新たなクラブチーム運営のモデルケースを旗印に掲げている。

一方で、人気低迷、観戦者数の減少や経営難のチームの存在など、日本アイスホッケー界は危機的状況にあり、観戦者の増加策などを含む抜本的な経営改革が急務とされている。しかしながら、アイスホッケー観戦者の観戦動機においては、アイスホッケー自体に重要度を置いている人が多く、一度観戦するとその魅力に惹きつけられる人が多い（綿谷, 2007）ことから、フリンジファンの開拓に可能性が残されている。よって、観戦動機研究は観戦者増加策への一

助となるのではないかと考える。

第2節 研究の目的

本研究では、アイスホッケー観戦者を対象に、観戦者増加に向けた集客マーケティングの基礎的資料として、

- ① アイスホッケー競技特有の観戦動機測定尺度の開発を行い、妥当性と信頼性を検証すること
- ② 観戦動機の男女差を明らかにすること
- ③ 観戦動機の観戦回数による差を明らかにすること
- ④ 観戦動機の男女差×観戦回数による差を明らかにすること

を目的とする。

競技特有の観戦動機尺度を用いることによって、男女差、観戦回数といった観戦者属性や行動特性毎に比較、検証し、観戦動機に違いがあるのか。あるとすれば、それぞれの属性に対し、どのようなマーケティング策が有効であるかを提言で述べたい。

第2章 先行研究

第1節 スポーツの観戦動機

動機とは、人が意志を決めたり、行動を起こしたりする直接の原因（大辞泉）である。倫理学においては、行為をなすべく意志する際、その意志を規定する根拠、義務・欲望・衝動等、とされる。また心理学では、人間や動物に行動を引き起こし、その行動に持続性を与える内的原因、とされる。よって、本研究において、「スポーツの観戦動機」とは、「人がスポーツを観戦するという意思を決めたり、行動を起こしたりする直接の原因」と定義する。

第2節 スポーツの観戦動機研究

第1項 観戦動機とファン・マーケティング

人々がスポーツを観戦する動機を理解するために、これまでに多くの研究が行われてきた。藤本ら（2002）と松岡ら（2002）は、日本のプロ野球の観戦動機の解明を試みた。Robinson & Trail（2005）は、ファンの観戦動機に関する正確なデータは魅力的なプロモーション戦略や広告戦略を立てる際に役立つ、としている。高田（2009）は、トップスポーツ観戦者の分類において、動機を理解することで顧客の行動が予測でき、消費者を明確にすることが可能となる、と指摘した。松岡（2008）は、スポーツの種目、競技レベル、あるいは地域や国などの文化的背景の違いによって、スポーツ観戦の動機は異なる可能性がある、と指摘している。

第2項 観戦動機と男女差

Robinson ら (2005) は、性別などのデモグラフィック要因は観戦動機の値にほとんど影響しない、と指摘している。一方で、スポーツの観戦動機に男女差があると指摘している先行研究も多数ある。スポーツの観戦動機に男女差があるという先行研究の中でも、Wann ら (1999) は、女性の方が家族因子によって動機づけられる、と示す。一方で、James&Ridinger (2002) は、男性の方が家族因子によって動機づけられる、と述べた。また、Zillmann (1995) や Bryant ら (1981) は、女性は優美さを、男性は危険性や攻撃性を楽しむ傾向がある、と示す等、議論は尽きない。

第3項 観戦動機と観戦回数

藤本ら (1996) は、観戦回数に影響を及ぼす要因について検討をした。さらに、ファンと初めて観戦者には試合観戦において感情に違いがある (早稲田大学スポーツビジネス・マネジメント研究室, 2008) としている。

第4項 観戦動機測定尺度の開発と発展

松岡 (2002) は、これまでのいくつかの研究において、動機をカテゴライズしてその構造を確認することが試みられてきた、と分析している。

まず、Wann (1995) は、8 つのカテゴリーを提案し尺度を開発した。同様に、Milne & McDonald (1999) は、12 のカテゴリーを提案し尺度の訂正を検討した。さらに、Trail & James (2001) は、9 つのカテゴリーのフレームワークを提案し、測定尺度 (Motivation Scale for Sport Consumption : MSSC)を開発した。その後も研究者によって改良は進められ、松岡ら

(2002) は、MSSC をさらに改良し、10 因子 32 項目から構成されるスポーツの観戦動機測定尺度 (Sports Spectator Motivation Scale: 以下 SSMS) を開発した。本研究ではこの SSMS を調査の基本モデルとし、改良を加え、調査を行うこととする。松岡ら (2002) の SSMS の構成要素と定義を表 1 に、項目を表 2 に示す。

表 1 : スポーツの観戦動機測定尺度 (Sports Spectator Motivation Scale : SSMS) の構成要素と定義

動機の構成要素	定義
達成 (Achievement)	チームの勝利や成功と自分を結びつけて、達成感を得る
美的 (Aesthetic)	競技のプレーが持つ美しさ、華麗さ、素晴らしさを見る
ドラマ (Drama)	予測できないドラマチックな試合展開を見ることによって、興奮や緊張感を楽しむ
逃避 (Escape)	日常生活から逃避し、さまざまなことを一時的に忘れる
知識 (Knowledge)	競技の技術を学んだり、知識を深めたりする
技能レベル (Skills)	選手の技能レベルの高いプレーを見て楽しむ
交流 (Social Interaction)	スポーツ観戦を通して、友人・知人や恋人と楽しく過ごすことができる
所属 (Team Affiliation)	自分がチームの一員であるかのように感じる
家族 (Family)	スポーツ観戦を通して、家族で楽しく過ごすことができる
エンタテインメント (Entertainment)	スポーツ観戦をエンタテインメント (娯楽) として単純に楽しむ

(松岡ら, 2002) から抜粋

表2：スポーツの観戦動機測定尺度（Sports Spectator Motivation Scale：SSMS）の項目

因子	項目
達成	1. チームが勝った時に達成感を得られるから 2. チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから 3. チームが良いゲームをした時にそのことを誇りに思えるから
美的	1. 競技が本来持っている美しさ（素晴らしさ）を鑑賞するため。 2. 競技が持っている素晴らしさを楽しむため 3. 競技の優美さ（優雅さ）を楽しむため
ドラマ	1. ゲーム中に起こるドラマチックな変化を楽しむため 2. ゲームは最後までもつれる興奮させる（エキサイティング）なゲームだから 3. シーソーゲームのはらはらする状態が好きだから 4. 最後まで勝敗が分からないという興奮が好きだから 5. ゲーム結果が最後まで分からないというスリルがあるため
逃避	1. ゲームを観戦することは（すると）日々の活動からの逃避である（できる） 2. 観戦に来ることで同じことを繰り返す普段の生活に刺激を与えることができる 3. ゲームに来ると日常生活におけるすべての問題を忘れることができるから
知識	1. 観戦に来ると、競技に関する知識が増える 2. ゲームを観戦することによって競技の戦略に関する理解が深まる 3. 観戦することによって競技の技術を学ぶことができる
技術レベル	1. レベルの高い競技を見ることができるため 2. 選手の質の高い技術を見ることができるため 3. 日本の一流選手を見ることに価値を感じている
交流	1. 友人と一緒にいる機会が与えられる 2. 友人と共に時間を過ごしたいから 3. 友人と会う機会を持つことができるから
所属	1. 自分がチームの一員であるように感じたい 2. チームとの結びつきを感じることは私にとって重要である 3. 観戦に来ると自分がチームの一員（一部）であるように感じられる
家族	1. 家族と一緒に観戦できるから 2. 家族と共に時間を過ごす機会が得られるから 3. 観戦は家族で楽しめる娯楽である
エンタテインメント	1. 競技は楽しい娯楽（エンタテインメント）である 2. 競技を見ることが楽しいから 3. 自分の時間を楽しく過ごせる

（松岡ら, 2002）から抜粋

第5項 競技特有の観戦動機

アイスホッケー競技に関する研究は、コーチング、身体科学に関する研究は海外で盛んである。しかしながら、スポーツビジネス・マネジメントに関する研究は少なく、観戦者の分類、ブランド連想の評価、ブランド・エクイティ、チーム・アイデンティフィケーション、認識、に関する研究はあるが、競技特有の観戦動機に関する研究はない。Wann (2008) は、アイスホッケー競技を含む13種目の競技を特性毎に分類・比較し、観戦動機の差異を検証したが、競技特有の観戦動機を解明するには至っていない。

第3節 先行研究のまとめ

地域密着型スポーツが浸透した昨今、プロスポーツ運営事業が財務的な自立を迫られ、ファイナンスが重要視されるようになった。収入源の中でもチケット販売収入は柱であり、スポーツ marketer がスポーツ消費者行動において観戦動機を理解することは、観戦者を増やし、入場料の収入増加に繋がるため、重要な要素と言える。

人々がスポーツを観戦する動機を理解するために、スポーツの観戦動機の解明が行われ、さらには、事業戦略、観戦者属性、行動特性と関連付けた研究や、観戦動機測定尺度の開発等が行われてきた。しかしながら、競技特有の観戦動機の解明には至っていない。現在、アイスホッケー・トップリーグの経営は、人気低迷やチーム数の減少によって危機的状況にあるが、フリンジファンの開拓に可能性が残されている。よって、観戦動機研究、特に競技特有の観戦動機や、観戦者属性等を分類して比較、検証する観戦動機研究は、集客戦略において有益であり、本研究は集客マーケティングの基礎的資料になりうると思う。

第3章 研究方法 研究1：競技特有の観戦動機測定尺度の作成

第1節 仮説の設定

Wann (2008) によると、13 種目の競技毎に異なる観戦動機が機能する、としていることから、観戦動機には競技特有の動機が機能することが考えられ、仮説1を「アイスホッケー競技特有の観戦動機が存在する」と設定した。

認識についての研究において、綿谷 (2007) は、単純集計の結果から、アイスホッケーは一度観戦すると、その魅力に惹きつけられる人が多い、としたことから、競技特有の観戦動機の因子 (平均点) は、基本モデルの因子 (平均点) よりも得点が高いと考えられ、仮説2として「競技特有の観戦動機の因子 (平均点) は、基本モデルの因子 (平均点) よりも得点が高い」と設定した。

Zillmann (1995) や Bryant ら (1981) は、女性は優美さを、男性は危険性や攻撃性を楽しむ傾向がある、としていることから、観戦動機には男女差があると考えられ、仮説3を「観戦動機には男女差がある」と設定した。

また、藤本ら (1996) は、観戦回数に影響を及ぼす要因について検討をした。さらに、ファンと初めて観戦者には試合観戦において感情に違いがある (早稲田大学スポーツビジネス・マネジメント研究室, 2008), としていることから、初めて試合を観戦する者と何度も試合を観戦している者とは観戦動機に違いがあると考えられ、仮説4を「観戦動機には観戦回数により差がある」と設定した。松岡 (2008) が、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、と指摘していることから、本研究では初めて試合を観戦する観戦者

が、2 回目、3 回目とリピーターに変容する過程に着目することで、観戦者の増加およびリピーター獲得への一助になれば、と考える。

第2節 本研究のフレームワーク

本研究の4つの目的と前節で記述した4つの仮説を検証するためのフレームワークをまとめる。本研究は、「研究1：競技特有の観戦動機測定尺度の作成」と「研究2：競技特有の観戦動機測定尺度を用いた観戦動機の比較・検証」の大きく2つの研究に分類し、以下の手順で調査と分析を進める。

研究1：競技特有の観戦動機測定尺度の作成

研究1として、調査の基本モデルである SSMS に、本研究で新たに抽出、精査して作成するアイスホッケー競技特有の観戦動機を加えて改良した『スポーツの観戦動機測定尺度（アイスホッケー版）「Sports Spectator Motivation Scale (Ice Hockey Version)」：以下「SSMS (IHVer)」』を作成する。

「SSMS (IHVer) の作成手順」

(1) アイスホッケー競技特有の観戦動機の項目収集（計3回の予備調査）

① 2009 年 12 月 19 日（土）早慶戦アイスホッケー定期戦・西東京市

② 2009 年 12 月 26 日（土）アジアリーグ・アイスホッケー2009-2010 東北フリー
ブレイズ vs H.C. TOCHIGI 日光アイスバックス（以下「日光アイスバックス」）・
八戸市

③ 2010 年 2 月 6 日（土）アジアリーグ・アイスホッケー2009-2010 東京集結試合・

西東京市

- (2) アイスホッケー競技特有の観戦動機の精査 (KJ 法)
- (3) 因子の命名と定義 (自由記述回答と先行研究, 専門家の指導から判断)
- (4) 質問項目の作成 (自由記述回答と先行研究, 専門家の指導から判断)
- (5) アイスホッケー競技特有の観戦動機を加えた測定尺度の妥当性および信頼性の検証

- ・ プレ調査 : 2010 年 5 月 22 日 (土) 早慶戦アイスホッケー定期戦・横浜市

- ・ 仮説 1 : アイスホッケー競技特有の観戦動機の検証 (確認的因子分析)

- ・ 信頼性の検証 : Cronbach's α 係数, 妥当性の検証 : 確認的因子分析

研究 2 : 競技特有の観戦動機測定尺度を用いた観戦動機の比較・検証

研究 2 として, 研究 1 で作成した SSMS (IHVer) を用いて本調査を行い, 仮説を検証する.

- (1) 本調査 : 2010 年 9 月 26 日 (日) アジアリーグ・アイスホッケー 2010-2011

日光アイスバックス vs 王子イーグルス・日光市

- (2) 仮説 2 : 基本モデルの因子 (平均点) と競技特有の観戦動機の因子 (平均点) の
比較・検証

- (3) 仮説 3 : 観戦動機の男女差の検証 (t 検定)

- (4) 仮説 4 : 観戦動機の観戦回数による差の検証 (一元配置分散分析)

- (5) 観戦動機の「男女」×「観戦回数」による差の検証 (多重比較)

第 3 節 アイスホッケー競技特有の観戦動機の抽出

第 1 項 フィールド調査 (早慶戦定期戦) による項目の収集 : 予備調査①

アイスホッケー競技特有の観戦動機を収集するため、計3回の予備調査を行った。

(1) 調査対象

調査対象は早慶戦アイスホッケー定期戦観戦者とした。合計178部を有効回答数とし、男性101名、女性77名で平均年齢は36.9歳であった。

(2) 調査方法

調査日は、2009年12月19日（土）で、西東京市・ダイードリンコアイスアリーナにて調査を行った。観戦者全員に入場時に調査用紙を配布して座席で記入してもらい、退場時に出入り口で回収した。質問項目は、「あなたがアイスホッケーを観戦する理由は何ですか。3つお答えください。」とした。

(3) 結果

以上の手順で得られた178の有効回答数から、自由記述回答による225の観戦動機を得た。

第2項 フィールド調査（アジアリーグ）による項目の収集：予備調査②

(1) 調査対象

調査対象は、日本のアイスホッケー・トップリーグであるアジアリーグ・アイスホッケー2009-2010、東北フリーブレイズのホームゲーム観戦者とした。計90部を有効回答数とし、男性55名、女性35名で平均年齢は38.8歳であった。

(2) 調査方法

調査日は、2009年12月26日（土）で、八戸市・新井田インドアリンクにて調査を行った。観戦者全員に入場時に調査用紙を配布して座席で記入してもらい、退場時に出入り口で回収し

た. 質問項目は,「あなたがアイスホッケーを観戦する理由は何ですか. 3つお答えください.」

とした.

(3) 結果

以上の手順で得られた 90 部の有効回答数から,自由記述回答による 71 の観戦動機を得た.

第3項 フィールド調査 (アジアリーグ) による項目の収集: 予備調査③

(1) 調査対象

調査対象は, アジアリーグ・アイスホッケー2009-2010, 東京集結試合観戦者とした. 計283部を有効回答数とし, 男性193名, 女性90名で平均年齢は39.9歳であった.

(2) 調査方法

調査日は, 2010年2月6日 (土) で, 西東京市・ダイードリンコアイスアリーナにて調査を行った. 観戦者全員に入場時に調査用紙を配布して座席で記入してもらい, 退場時に出入り口で回収した. 質問項目は,「あなたがアイスホッケーを観戦する理由は何ですか. 3つお答えください.」とした.

(3) 結果

以上の手順で得られた 283 部の有効回答数から,自由記述回答による 26 の観戦動機を得た.

第4節 KJ法による観戦動機の精査

計3回の予備調査を通して, 合計322の観戦動機が収集された. これらの項目を, スポーツビジネス専攻の修士課程在籍の大学院生2名と共に, KJ法を用いて重複する項目の削除と精査を

行った。次に本研究の調査において基本モデルであるSMSSの構成要素にあてはまらないカテゴリーを抽出した。精査された観戦動機の一覧を表3に示す。

表3：予備調査において自由記述で収集された観戦動機（KJ法により分類）

カテゴリー	項目（キーワード）
アグレッシブ	アグレッシブな（攻撃的な・迫力ある）プレイが見られるから
バイオレンス	危険な接触プレイや乱闘シーンにスリルを感じるから。
性別的な魅力	男らしいスポーツだから
スピード	スピードが速いプレイを見ることができるから。
他競技との違い	他競技（NPB,Jリーグ）と違った面白さがあるから ペナルティや全員攻撃による人数差の戦い方が面白いから 他のスポーツと違い、選手と身近に触れ合える
リーグへの愛情	リーグが続いてほしいから
希少価値	日本でプロのアイスホッケーを生で観戦できる唯一の場だから
ファン同士の一体感	ファンの一体感のある応援
好奇心	競技そのものに興味があったから
競技経験	自分がプレイしている（いた）から
所属環境	家族、知人、友人がプレイして（いる）いたから 家族、知人、友人に誘われて
メディア	メディアで知って
無料チケット	チケットをもらったから
その他	別の競技観戦のついでに

第5節 因子の命名

第1項 因子の命名と定義

3回の予備調査を通して、新たに抽出したカテゴリーと項目（キーワード）に対して、先行研究と自由記述の内容を基にさらに精査した結果、4つのカテゴリーに分類し、命名を行った。和訳はスポーツマネジメント専攻の修士課程在籍でネイティブレベルの大学院生とスポーツマネジメント研究の専門家の指導を仰いだ。また、スポーツマネジメント研究の専門家の監修のもとで定義した。

第1カテゴリーは、「攻撃的」や「アグレッシブ」、「白熱」、「戦い（闘い）」等がキーワード

となっていることから、Aggression (LeUnes&Nation,1989 ; Milne& McDonald,1999)の定義を基に「攻撃 (Aggression)」と命名し、「攻撃的な・迫力のあるプレイを楽しむ」と定義した。

第 2 カテゴリーは、「スピード」や「速技」、「連携プレイの速さ」、「試合展開の早さ」等がキーワードとなっていることから、徳永・橋本 (1980) の先行研究を基に「スピード (Speed)」と命名し、「プレイに関するスピード感を楽しむ」と定義した。

第 3 カテゴリーは、「危険」や「乱闘」、「スリル」、「ボディコンタクト」、「怪我をしそう」等がキーワードとなっていることから、Risk-Taking (Milne&McDonald,1999)、および、Risk-Taking (Zuckerman,1984) の定義と、Violence (Wann,2008) の定義を基に「リスク (Risk-Taking)」と命名し、「危険なプレイや乱闘を通して、スリルや興奮を求める」と定義した。

第 4 カテゴリーは、「リーグの存続を願う」や「アイスホッケーリーグを守る」がキーワードとなっていることから、Armstorong (1999) と Funk (2002) の先行研究を基に「支援 (Supporting)」と命名し、「リーグや競技の存続を願い、支援する」と定義した。

第 2 項 質問項目の作成

前項で作成した各因子の質問項目を、自由記述と先行研究の質問項目を基に作成した。質問項目はスポーツマネジメント研究の専門家の監修のもとで設定した。

第 1 カテゴリーの「攻撃 (Aggression)」は、Milne& McDonald (1999) の質問項目を基に 3 項目設定した。

第 2 カテゴリーの「スピード (Speed)」は、徳永・橋本 (1980) の質問項目と自由記述を

基に3項目設定した。

第3 カテゴリーの「リスク (Risk-Taking)」は、Milne&McDonald (1999) の質問項目と自由記述を基に4項目設定した。

第4 カテゴリーの「支援 (Supporting)」は、Funk (2002) の質問項目を基に3項目設定した。

以上の手順で新たに抽出されたアイスホッケー競技特有の観戦動機の構成要素と定義を表4に、新たに作成された質問項目(10項目)および分類を表5に示す。

表4：アイスホッケー競技特有の観戦動機 構成要素と定義 (予備調査)

因子名	定義
攻撃 (Aggression)	攻撃的な・迫力のあるプレイを楽しむ
スピード (Speed)	プレイに関するスピード感を楽しむ
リスク (Risk-Taking)	危険なプレイや乱闘を通して、スリルや興奮を求める
支援 (Supporting)	リーグや競技の存続を願い、支援する

表5：アイスホッケー競技特有の観戦動機 質問項目(4因子13項目)および分類 (予備調査)

因子名	項目
攻撃 (Aggression)	1. アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませしてくれる 2. アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる 3. 観戦中は、私の攻撃的な感情を好きに表現できる
スピード (Speed)	1. 個人プレイの速さを楽しみたい 2. パック・スピードの速さを楽しみたい 3. 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい
リスク (Risk-Taking)	1. 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる 2. ボディコンタクト(激しい体の接触)がおもしろい 3. 乱闘シーンが見たい 4. 競技者が常に怪我をする危険があることに興奮する
支援 (Supporting)	1. アイスホッケーを支援することは重要である 2. 私はアイスホッケーのサポーターである 3. 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる

第6節 測定尺度の妥当性および信頼性の検証

第1項 フィールド調査（早慶戦試合会場）：プレ調査

前節にて新たに抽出・作成された4因子13項目の測定尺度項目を、本研究の調査モデルであるSSMS（10因子32項目）に加えた、「SSMS（I H Ver）」（14因子45項目）の妥当性及び信頼性の検証と、競技特有の観戦動機が存在するか否かの確認を行う。そのためのフィールド調査を以下のとおり実施した。

（1）調査対象

調査対象は、早慶アイスホッケー定期戦観戦者とした。調査対象試合は2010年5月22日（土）に行われた早慶アイスホッケー定期戦で、調査場所は横浜市・新横浜スケートセンターであった。

（2）調査方法

調査は、観戦者全員に入場時に調査用紙を配布して座席で記入してもらい、退場時に出入り口で回収した。質問項目は、「あなたがアイスホッケーの試合を観戦する理由にについてお聞きします。以下の項目それぞれについて、あてはまる番号にひとつだけ○をつけてください。」とした。回答者には「まったくそう思わない」から「非常に思う」のリッカート7段階尺度で回答してもらった。なお、調査で用いた質問紙は巻末に付録1として添付した。

前述した方法に沿って質問紙が配布され、119部（有効回答率11.8%）の有効回答数が得られた。男性63名、女性53名、平均年齢は28.7歳であった。調査対象者の人口統計的変数（デモグラフィクス）を表6に示す。この119部を分析の対象として検証する。

表 6：調査対象者の人口統計的変数（デモグラフィックス）（プレ調査）

		100%	N=119	
性別	男性	53.0%	N=63	
	女性	44.5%	N=53	
	欠損	2.5%	N=3	
平均年齢				28.7 歳
昨年の平均観戦回数				8.5 回

第 2 項 尺度の項目分析

弁別力のある項目の決定を行うために、Item-Total（項目-全体）相関分析を行った。Item-Total（項目-全体）相関分析とは、項目全体得点と各質問項目との相関係数を求め、有意差のない項目は削除する（徳永, 2004）ものである。本研究では、有意差、それぞれが属するカテゴリーの合成変数との相関、他のカテゴリーの合成変数との間に高い相関がみられた項目、の 3つを総合的に判断し、削除の対象とした。結果、本分析では削除の対象となる項目はなかったため、合計45項目でその後の分析を進めた。それぞれの項目と合成変数間の相関を表7に示す。

表7：項目—合成変数間の相関（ブレ調査）

	達成	美的	ドラマ	逃避	知識	技術	交流	所属	家族	エンタ	攻撃	スピード	リスク	支援
達成1	.771**	.510**	.556**	.402**	.450**	.449**	.321**	.550**	.303**	.464**	.289**	.391**	.287**	.469**
達成2	.874**	.336**	.466**	.542**	.427**	.399**	.392**	.711**	.409**	.500**	.451**	.412**	.254**	.525**
達成3	.867**	.447**	.572**	.608**	.464**	.538**	.415**	.699**	.345**	.552**	.435**	.517**	.305**	.644**
美的1	.406**	.849**	.585**	.353**	.303**	.555**	.234*	.376**	.109	.448**	.335**	.667**	.373**	.492**
美的2	.486**	.802**	.710**	.409**	.322**	.615**	.305**	.389**	.213*	.587**	.290**	.602**	.190*	.512**
美的3	.404**	.855**	.756**	.352**	.359**	.652**	.189*	.409**	.168	.601**	.276**	.655**	.214*	.472**
ドラマ1	.500**	.679**	.748**	.476**	.385**	.527**	.351**	.425**	.307**	.535**	.281**	.473**	.201*	.406**
ドラマ2	.519**	.670**	.850**	.458**	.415**	.625**	.308**	.506**	.270**	.680**	.359**	.601**	.254**	.556**
ドラマ3	.561**	.714**	.850**	.496**	.494**	.672**	.327**	.520**	.311**	.618**	.464**	.673**	.320**	.560**
ドラマ4	.487**	.605**	.836**	.421**	.508**	.624**	.311**	.500**	.290**	.628**	.366**	.568**	.253**	.491**
ドラマ5	.523**	.643**	.833**	.496**	.439**	.613**	.281**	.534**	.232*	.608**	.536**	.739**	.468**	.615**
逃避1	.489**	.281**	.448**	.852**	.446**	.392**	.428**	.471**	.484**	.517**	.309**	.308**	.184*	.386**
逃避2	.602**	.459**	.583**	.832**	.509**	.548**	.462**	.597**	.345**	.678**	.523**	.523**	.341**	.532**
逃避3	.496**	.389**	.443**	.864**	.431**	.421**	.307**	.522**	.340**	.448**	.490**	.455**	.385**	.507**
知識1	.357**	.224*	.385**	.403**	.847**	.450**	.260**	.457**	.311**	.304**	.242**	.201*	.229*	.197*
知識2	.459**	.409**	.542**	.456**	.879**	.651**	.369**	.502**	.361**	.528**	.338**	.398**	.244**	.452**
知識3	.570**	.384**	.507**	.552**	.912**	.625**	.452**	.646**	.395**	.460**	.429**	.432**	.361**	.436**
技術1	.504**	.632**	.711**	.537**	.701**	.888**	.348**	.558**	.299**	.613**	.430**	.590**	.300**	.558**
技術2	.554**	.675**	.707**	.428**	.627**	.882**	.348**	.582**	.296**	.604**	.351**	.647**	.187*	.629**
技術3	.407**	.600**	.569**	.434**	.442**	.872**	.390**	.460**	.315**	.498**	.360**	.570**	.205*	.621**
交流1	.314**	.180	.283**	.332**	.339**	.305**	.831**	.383**	.527**	.332**	.273**	.251**	.237**	.123
交流2	.474**	.283**	.385**	.495**	.443**	.369**	.881**	.555**	.494**	.495**	.267**	.321**	.276**	.314**
交流3	.362**	.260**	.315**	.358**	.292**	.385**	.860**	.473**	.419**	.371**	.166	.210*	.108	.313**
所属1	.622**	.352**	.480**	.440**	.391**	.310**	.444**	.727**	.422**	.461**	.257**	.386**	.196*	.304**
所属2	.577**	.441**	.544**	.532**	.581**	.656**	.419**	.759**	.310**	.645**	.406**	.488**	.276**	.718**
所属3	.632**	.296**	.394**	.471**	.450**	.410**	.433**	.845**	.358**	.400**	.354**	.263**	.229*	.379**
家族1	.355**	.145	.259**	.379**	.347**	.288**	.473**	.356**	.944**	.317**	.153	.184*	.098	.283**
家族2	.473**	.181*	.357**	.494**	.404**	.326**	.554**	.497**	.915**	.392**	.321**	.230*	.256**	.343**
家族3	.350**	.193*	.338**	.402**	.380**	.350**	.520**	.428**	.923**	.452**	.200*	.241**	.172	.378**
エンタ1	.460**	.444**	.541**	.497**	.461**	.519**	.381**	.526**	.381**	.823**	.345**	.540**	.220*	.589**
エンタ2	.526**	.597**	.687**	.420**	.391**	.574**	.252**	.529**	.245**	.818**	.346**	.603**	.173	.629**
エンタ3	.505**	.555**	.626**	.625**	.351**	.499**	.491**	.534**	.377**	.819**	.370**	.546**	.230*	.589**
攻撃1	.408**	.491**	.581**	.414**	.347**	.514**	.194*	.381**	.209*	.614**	.608**	.610**	.434**	.561**
攻撃2	.282**	.239**	.371**	.382**	.338**	.379**	.235*	.320**	.205*	.283**	.888**	.378**	.660**	.265**
攻撃3	.442**	.204*	.289**	.440**	.261**	.201*	.213*	.366**	.172	.226*	.841**	.306**	.670**	.302**
スピード1	.367**	.609**	.585**	.304**	.357**	.500**	.102	.339**	.125	.457**	.422**	.771**	.417**	.453**
スピード2	.394**	.597**	.595**	.455**	.298**	.555**	.308**	.350**	.198*	.582**	.465**	.844**	.410**	.487**
スピード3	.520**	.677**	.639**	.452**	.319**	.605**	.317**	.498**	.249**	.618**	.353**	.820**	.331**	.595**
リスク1	.291**	.264**	.371**	.232*	.286**	.241**	.254**	.253**	.267**	.255**	.606**	.367**	.770**	.245**
リスク2	.416**	.424**	.471**	.449**	.395**	.428**	.193*	.446**	.148	.406**	.688**	.649**	.752**	.433**
リスク3	.173	.221*	.216*	.196*	.205*	.136	.138	.196*	-.022	.098	.574**	.313**	.859**	.132
リスク4	.222*	.153	.153	.300**	.166	.070	.181*	.107	.232*	.103	.577**	.240**	.806**	.151
支援1	.538**	.504**	.576**	.470**	.403**	.623**	.286**	.504**	.386**	.666**	.330**	.568**	.177	.885**
支援2	.602**	.475**	.499**	.501**	.339**	.563**	.233*	.550**	.249**	.591**	.451**	.487**	.306**	.886**
支援3	.567**	.588**	.644**	.498**	.370**	.645**	.282**	.563**	.341**	.699**	.369**	.632**	.263**	.870**

*p<.05 **p<.01

第3項 尺度の収束的妥当性および弁別的妥当性の検証

測定尺度の構成概念妥当性を検証するために、尺度の収束的妥当性および弁別的妥当性を検証した。収束的妥当性は、確認的因子分析と平均分散抽出 (AVE) を算出することで検証した。弁別的妥当性は、因子間相関の平方とAVEを比較検討することで検討した。分析には、SPSS社の統計解析ソフト (SPSS 18.0 for Windows, Amos18.0) を用いた。確認的因子分析とは、スケールの次元性や因子構造についての仮説がある場合に、その仮説がデータと矛盾していないか、つまり仮説因子モデルの構成概念妥当性を検証するための因子分析である (山本, 2001)。本研究はこの確認的因子分析を用いて、 χ^2/df ¹⁾, RMSEA²⁾, CFI³⁾, GFIおよびAGFI⁴⁾, の適合度指標を総合的に判断し、観戦動機の14因子構造の構成概念妥当性を検証することとした。

まず、潜在変数と観測変数との対応関係の強さを評価するには、因子負荷量を測る (浦上・脇田, 2008)。標準化推定値が0.50以上であることを推奨する (Hair et al., 2006)。結果、すべての項目が0.50を上回った。因子負荷量は表11に示す。

次に、基本モデルと予備調査で得た計45項目の尺度の妥当性を検証するために、AMOS18.0を用いて確認的因子分析を行った結果、全てのパスが有意であることが確認された。

収束的妥当性を支持するために、Fornell&Larcker (1981) に従って、パス係数が.707に満たない項目を恣意的に削除し、モデルの修正を行った。削除にあたっては構成概念との関係性を十分に考慮し、削除することで各構成概念の意味を損なうことがないようにした。基準値に満たないパス係数を示したものもあったが、調査の基本モデルを損なわないこと、可能な限り広範囲の観戦動機を測定できる尺度の作成を優先した。確認的因子分析におけるモデルの適合

度は、 $\chi^2/\text{df} = 2.102$, GFI = .608, AGFI = .526, CFI = .763, RMSEA = .097であった。

GFIおよびAGFI, CFI（基準値 $\geq .900$ ）とRMSEA（基準値 ≤ 0.80 ）は基準値に満たなかったが、 χ^2/df （ $2.00 \leq \text{基準値} \leq 3.00$ ）は基準値を満たしており、十分とはいいがたいが許容範囲内であると判断した。モデルの適合度指標をまとめたものを表8、10因子45項目の観戦動機測定尺度の質問項目を表9、観戦動機の確認的因子分析モデルを図1に示す。

表8：確認的因子分析の適合度指標結果（プレ調査）

確率	χ^2/df	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
.000	2.102	.608	.526	.763	.097

次に、収束的妥当性を支持するAVEを算出した。その結果、各因子のAVEが.39から.79の値を示した。基準値とされる0.50以上（Fornell and Larcker, 1981）の値を4因子が下回った。その4因子とは、「交流」「所属」「攻撃」「スピード」である。このことから、尺度の収束的妥当性は支持されなかった。しかしながら、「交流」「所属」は、基本モデルの因子であり、本研究では基本モデルの因子を損なわないことを前提に調査を進めること、かつ、先行研究で妥当性が実証されていることから、「交流」「所属」因子はこのまま扱うこととする。また、「攻撃」に関しては、項目1が特に低い数値を示していることから、項目1の削除を念頭に分析を進める。「スピード」に関しては.49と基準値を.01しか下回っていないため、このまま慎重に分析を進めることとした。

次に、尺度の弁別的妥当性の検証を行った。弁別的妥当性とは、因子間の相関係数の平方とAVEを比較検討することで検証される（Fornell and Larcker, 1981）。表10には、観戦動機測定尺度を構成する14因子の因子間相関の平方と各因子のAVEを示した。6つの因子のAVEが他

の13因子との相関係数の平方よりも低い値を示した。基本モデルの因子である「美的」「逃避」

「知識」「技術」「所属」の5つの因子に関しては、本研究では基本モデルの因子を損なわないことを前提に調査を進めること、かつ、先行研究で妥当性が実証されていることから、このまま扱うこととする。また、「攻撃」に関しては、項目1が特に低い数値を示していることから、項目1の削除を念頭に分析を進める。よって、本研究の観戦動機測定尺度は、十分ではないが許容範囲内であると判断し、慎重に本調査に進むこととした。

表9：「SSMS (I H Ver)」質問項目 (45 項目) および分類 (プレ調査)

項目	
達成	1. チームが勝ったときに優越感が得られる 2. チームの勝利が私自身の勝利のように思える 3. チームがよい試合をした時にそのことを誇りに思える
美的	1. 芸術的なプレイを見たい 2. 試合中に素晴らしいプレイを見ることができる 3. アイスホッケーの試合で華麗なプレイを楽しむ
ドラマ	1. ドラマチックな試合を見ることができる 2. アイスホッケーの試合は最後までエキサイティングである 3. 試合中にリードしたりリードされたりする緊張感が好きだ 4. 最後まで勝敗の行方が分からないのがおもしろい 5. アイスホッケーの試合はどちらが勝つか分からないということにスリルを感じる
逃避	1. アイスホッケーの試合は日々の活動 (家事, 仕事, 勉強) から解放してくれる 2. 観戦に来ることで日常生活に刺激を与えることができる 3. 試合に来ると日常生活のすべてのことを忘れることができる
知識	1. 観戦に来るとアイスホッケーに関する知識が増える 2. アイスホッケーの試合を観戦することで、アイスホッケーの戦略に詳しくなる 3. アイスホッケーの技術を見て学ぶことができる
技術	1. レベルの高いアイスホッケーを見ることができる 2. 選手の高い技術を見ることができる 3. 日本の一流選手を見ることができる
交流	1. 友人・知人や恋人と一緒に観戦できる 2. 友人・知人や恋人と共に時間を過ごしたい 3. 試合観戦が友人・知人や恋人に会う良い機会となる
所属	1. チームとの一体感を得たい 2. チームとの結びつきは私にとって重要である 3. 自分がチームの一員であるかのように感じる
家族	1. 家族と一緒に観戦できる 2. 家族と共に時間を過ごすことができる 3. アイスホッケーの試合は家族で楽しめる
エンタ	1. アイスホッケーの試合は娯楽として最適だから 2. アイスホッケーの試合観戦は楽しい 3. アイスホッケーの試合観戦中は楽しく過ごせる
攻撃	1. アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませてくれる 2. アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる 3. 観戦中は私の攻撃的な感情を好きなように表現できる
スピード	1. 個人プレイの速さを楽しみたい 2. パック・スピードの速さを楽しみたい 3. 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい
リスク	1. 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる 2. ボディコンタクト (激しい体の接触) がおもしろい 3. 乱闘シーンが見たい 4. 選手が常に怪我をする危険があることに興奮する
支援	1. アイスホッケーを支援することは重要である 2. 私はアイスホッケーのサポーターである 3. 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる

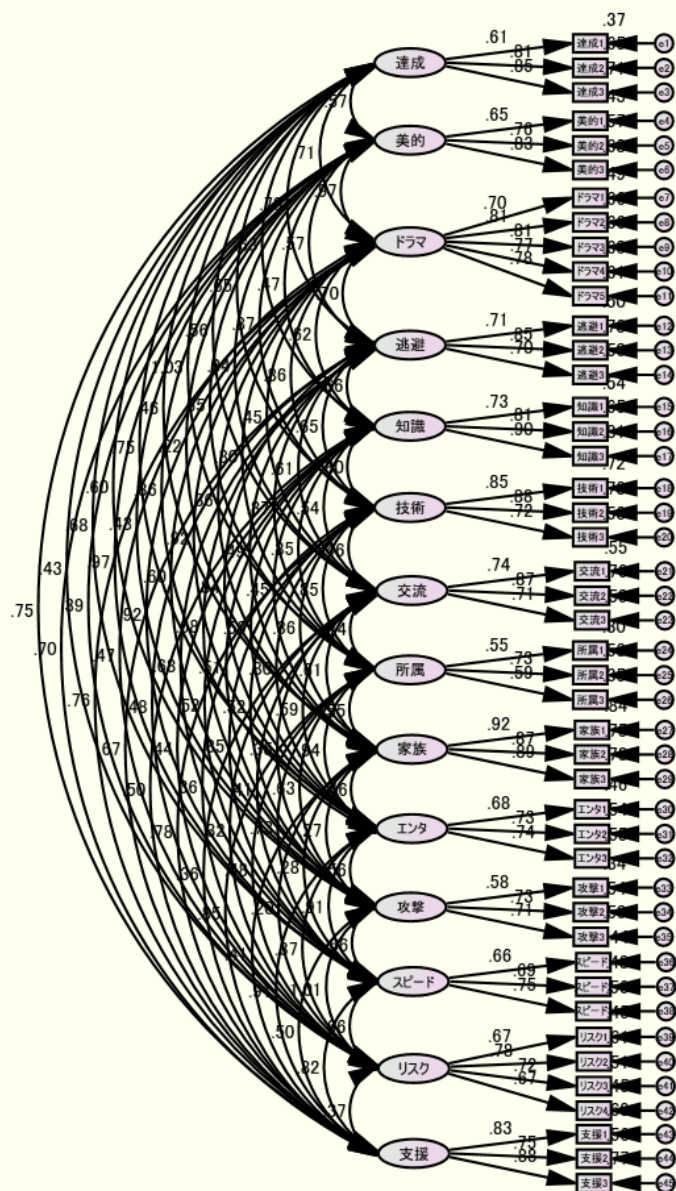


図1：「SSMS（I H Ver）」確認的因子分析モデル14因子45項目（プレ調査）

表10：因子間相関係数の平方とAVE

	達成	美的	ドラマ	逃避	知識	技術	交流	所属	家族	エンタ	攻撃	スピード	リスク	支援
達成	0.58a													
美的	0.26	0.56b												
ドラマ	0.38	0.34	0.60c											
逃避	0.49	0.35	0.51	0.65d										
知識	0.43	0.20	0.34	0.44	0.66e									
技術	0.46	0.44	0.37	0.62	0.56	0.56f								
交流	0.40	0.12	0.20	0.43	0.43	0.31	0.49g							
所属	0.42	0.19	0.28	0.55	0.46	0.44	0.40	0.39h						
家族	0.47	0.12	0.30	0.67	0.67	0.43	0.47	0.49	0.79i					
エンタ	0.54	0.60	0.26	0.50	0.39	0.37	0.45	0.48	0.62	0.51j				
攻撃	0.16	0.07	0.13	0.29	0.13	0.14	0.07	0.10	0.10	0.14	0.47k			
スピード	0.28	0.48	0.41	0.37	0.19	0.49	0.13	0.18	0.14	0.51	0.12	0.49l		
リスク	0.24	0.16	0.23	0.41	0.28	0.18	0.17	0.16	0.15	0.17	0.63	0.36	0.50m	
支援	0.57	0.53	0.46	0.46	0.27	0.75	0.27	0.63	0.77	0.27	0.18	0.45	0.27	0.66n

a. 達成のAVE, b. 美的のAVE, c. ドラマのAVE, d. 逃避のAVE, e. 知識のAVE, f. 技術レベルのAVE, g. 交流のAVE, h. 所属のAVE,

i. 家族のAVE, j. エンタテインメントのAVE, k. 攻撃のAVE, l. スピードのAVE, m. リスクのAVE, n. 支援のAVE,

第4項 Cronbach's α 係数による信頼性の検証

妥当性が検証された観戦動機測定尺度の14因子45項目モデルにおける信頼性を検討するため、因子毎にCronbachの α 係数を求めて検討する。Cronbachの α 係数の基準値に関して、 α は0～1の間の値をとり、1に近いほど信頼性が高いことを表す。各項目間に全く相関がない(相関係数が0)のときには α は0になり、各項目間の相関係数がすべて1のときには α は1になる。一般に α が0.7以上であれば信頼性の高い尺度と見なされ、0.8以上あれば文句なし、と判断される(小田, 2007)。

結果、「達成」が.78, 「美的」が.77, 「ドラマ」が.88, 「逃避」が.80, 「知識」が.85, 「技術レベル」が.84, 「交流」が.81, 「所属」が.67, 「家族」が.91, 「エンタテインメント」が.74, 「攻撃」が.69, 「リスク」が.80, 「スピード」が.73, 「支援」が.83, であった。「所属」と「攻撃」因子が基準の値に達していないが、小塩 (2004) は、尺度の信頼性を検証する際、その信頼性の低さから再検討を要する目安を0.50未満としている。よって、これらの結果から尺度の信頼性に関して適切な値を得たと判断した。

第5項 結果および考察

前述の結果より、本研究で作成された「SSMS (I H Ver)」の測定尺度は、妥当性および信頼性において十分ではないが許容範囲内であるものが作成された。また、仮説1「アイスホッケー競技特有の観戦動機が存在する」において、「攻撃」「スピード」「リスク」「支援」の4因子が存在することが確認された。ただし、「攻撃」項目1に関しては、削除の可否を念頭に慎重

に分析を進めることとする。それぞれの測定項目の平均値、標準偏差、因子負荷量、 α 信頼係数およびAVEをまとめたものを表11に示す。

本調査に向けた課題が 5 点挙げられる。

第 1 に、モデル適合度の低さである。原因のひとつに母数の少なさが推測される（N=119, 有効回答率 11.8%）。要因として、大学の対抗戦でライバル校の学生が観戦者の大半を占める中、学校名を記載して調査を行ったからではないかと考えられる。本調査では、母数の確保と回収率の向上策を検討する。

第 2 に、「攻撃」因子、項目 1 の削除の可否である。根拠として、まず項目 1 は尺度の収束的妥当性および弁別的妥当性において低い値を示し、負の影響を与えていることである。しかしながら、項目 1 の因子負荷量は基準値を上回っている。次に信頼性の低さである。項目 1 を含む 3 項目のモデルでは、Cronbach の α 係数は.67, 項目 1 を含まない 2 項目のモデルでは.75 である。項目 1 を含む 3 項目のモデルは十分な値とは言えない。しかしながら、再考を必要とする基準値の.50（小塩，2004）を上回っており、かつ、項目 1 を含まない 2 項目のモデルの Cronbach の α 係数は、項目 1 を含む 3 項目のモデルよりも、項目を削除する基準となる 0.1 以上あがらない。さらに、Kim&Trail(2010)によると、攻撃因子の 3 項目のうち、項目 1 は外的動機、項目 2 と項目 3 は内的動機であることから、因子の内部一貫性の問題が懸念される。しかしながら、因子内相関の数値は妥当で、かつ、尺度の妥当性が十分でない理由は母数の少なさ等、複数の原因が考えられる。これらを考慮した結果、項目 1 を省く十分な根拠はないと判断し、本調査でも項目 1 を設定するが、慎重に分析を行うこととした。

第 3 に、「所属」因子の AVE の低さと信頼性の低さである。原因は調査対象にズレが生じた

からではないかと推測される。なぜなら、調査対象試合が大学定期戦という対抗戦であり、チームの対抗戦というより、学校の対抗戦という意味合いが強く出て、調査対象にズレが生じた可能性があるからである。質問紙に「チームへの所属」という補足もなかった。しかしながら、本調査では調査対象試合をアジアリーグ・アイスホッケーのレギュラーゲームに設定しているため、調査対象のズレは解消されるであろう。

第 4 に、「リスク」因子の平均点の値が非常に低かった点である。適切な値の可能性が否定できない一方で、「競技者が常に怪我をする危険があることに興奮する」、「乱闘シーンが見たい」という表現が過激との指摘が自由記述欄にいくつか見受けられた。よって、ワーディングの再検討の結果、「興奮する」を「ハラハラ・ドキドキする」に、「乱闘シーンが見たい」を「乱闘シーンはエキサイティングである」に変更した。

第 5 に、「リスク」因子の質問項目「危険なプレイを通して、スリル感を味わえる」と、ドラマ因子の質問項目「アイスホッケーの試合はどちらが勝つか分からないということにスリルを感じる」の「スリル」という表現が同じで紛らわしいという指摘があった。ドラマ因子とリスク因子が混合して誤認識されることを避けるため、ワーディングの再検討の結果、ドラマ因子の「スリル」を「おもしろい」に変更した。

以上、5 つの課題を再検討あるいは修正し、本調査に臨む。

表 11：測定項目の平均値，標準偏差，因子負荷量， α 係数および AVE（プレ調査）

項目	平均値	SD	因子負荷量	α	AVE
達成	5.11	1.69		.78	.58
1. チームが勝ったときに優越感が得られる	5.21	1.69	.61		
2. チームの勝利が私自身の勝利のように思える	4.55	1.85	.81		
3. チームがよい試合をした時にそのことを誇りに思える	5.13	1.69	.85		
美的	5.93	1.16		.77	.56
1. 芸術的なプレイを見たい	6.29	1.01	.65		
2. 試合中に素晴らしいプレイを見ることができる	5.77	1.19	.76		
3. アイスホッケーの試合で華麗なプレイを楽しむ	5.49	1.43	.83		
ドラマ	5.74	1.28		.88	.60
1. ドラマチックな試合を見ることができる	5.90	1.33	.70		
2. アイスホッケーの試合は最後までエキサイティングである	5.63	1.26	.81		
3. 試合中にリードしたりリードされたりする緊張感が好きだ	5.98	1.18	.81		
4. 最後まで勝敗の行方が分からないのがおもしろい	5.52	1.35	.77		
5. アイスホッケーの試合はどちらが勝つか分からないということにスリルを感じる	5.54	1.41	.78		
逃避	4.97	1.61		.80	.65
1. アイスホッケーの試合は日々の活動（家事，仕事，勉強）から解放してくれる	5.17	1.59	.71		
2. 観戦に来ることで日常生活に刺激を与えることができる	5.19	1.47	.81		
3. 試合に来ると日常生活のすべてのことを忘れることができる	4.35	1.77	.90		
知識	4.90	1.59		.85	.66
1. 観戦に来るとアイスホッケーに関する知識が増える	5.01	1.46	.73		
2. アイスホッケーの試合を観戦することで、アイスホッケーの戦略に詳しくなる	4.88	1.55	.81		
3. アイスホッケーの技術を見て学ぶことができる	4.64	1.78	.90		
技術レベル	5.49	1.33		.84	.56
1. レベルの高いアイスホッケーを見ることができる	5.86	1.20	.85		
2. 選手の高い技術を見ることができる	4.97	1.55	.68		
3. 日本の一流選手を見ることができる	5.58	1.27	.72		
交流	4.74	1.72		.81	.49
1. 友人・知人や恋人と一緒に観戦できる	5.20	1.58	.74		
2. 友人・知人や恋人と共に時間を過ごしたい	4.09	1.81	.67		
3. 試合観戦が友人・知人や恋人に会う良い機会となる	4.84	1.78	.71		
所属	4.77	1.58		.67	.39
1. チームとの一体感を得たい	5.08	1.72	.55		
2. チームとの結びつきは私にとって重要である	4.86	1.42	.73		
3. 自分がチームの一員であるかのように感じる	4.03	1.74	.59		
家族	4.47	1.86		.91	.79
1. 家族と一緒に観戦できる	4.36	1.86	.92		
2. 家族と共に時間を過ごすことができる	4.33	1.86	.87		
3. アイスホッケーの試合は家族で楽しめる	4.52	1.85	.89		
エンタテインメント	5.75	1.29		.74	.51
1. アイスホッケーの試合は娯楽として最適だから	5.04	1.476	.68		
2. アイスホッケーの試合観戦は楽しい	6.34	1.045	.73		
3. アイスホッケーの試合観戦中は楽しく過ごせる	5.76	1.334	.74		
攻撃	4.88	1.57		.69	.47
1. アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませてくれる	5.04	1.476	.58		
2. アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる	6.34	1.045	.73		
3. 観戦中は私の攻撃的な感情を好きなように表現できる	5.76	1.334	.71		

表 11：測定項目の平均値，標準偏差，因子負荷量， α 係数および AVE（プレ調査） 前ページからの続き

項目	平均値	SD	因子負荷量	α	AVE
スピード	5.84	1.27		.73	.49
1. 個人プレイの速さを楽しみたい	5.66	1.24	.66		
2. パック・スピードの速さを楽しみたい	5.81	1.37	.69		
3. 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい	5.99	1.18	.75		
リスク	4.09	1.74		.80	.50
1. 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる	5.66	1.24	.67		
2. ボディコンタクト（激しい体の接触）がおもしろい	5.81	1.37	.78		
3. 乱闘シーンが見たい	5.99	1.18	.72		
4. 選手が常に怪我をする危険があることに興奮する	5.66	1.24	.67		
支援	5.42	1.59		.83	.66
1. アイスホッケーを支援することは重要である	5.46	1.51	.83		
2. 私はアイスホッケーのサポーターである	5.58	1.35	.75		
3. 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる	5.65	1.40	.88		

第4章 研究2：競技特有の観戦動機測定尺度を用いた観戦動機の比較・検証

第1節 フィールド調査（アジアリーグ試合会場）：本調査

第1項 調査対象

調査対象は、アジアリーグ・アイスホッケー2010-2011、レギュラーシーズンゲーム観戦者とした。調査対象試合は、2010年9月26日（日）のH.C. TOCHIGI 日光アイスバックス vs 王子イーグルス2回戦である。調査場所は、栃木県日光市の日光霧降アイスアリーナであった。

第2項 調査方法

調査は、11歳以上の観戦者全員に入場時に調査用紙を配布して座席で記入してもらい、退場時に出入り口で回収した。競技特有の観戦動機の測定には、プレ調査で作成されたアイスホッケー競技特有の観戦動機測定尺度（14因子45項目）を用いた。質問文は、「あなたがアイスホッケーの試合を観戦する理由についてお聞きします。以下の項目それぞれについて、あてはまる番号にひとつだけ○をつけてください。」とした。回答者には「まったくそう思わない」から「非常にそう思う」のリッカート7段階尺度で回答してもらった。なお、調査で用いた質問紙は巻末に付録2として添付した。

第3項 人口統計的変数（デモグラフィックス）

人口統計的変数は、性別、年齢、住まい（郵便番号）、席種、券種、会場までの所用時間、観戦回数、観戦年数などを回答してもらった。調査対象者の人口統計的変数（デ

モグラフィックス) は表12に示す.

表 12 : 調査対象者の人口統計的変数 (デモグラフィックス) (本調査)

		100%	N=332
性別	男性	56.0%	N=186
	女性	44.0%	N=146
平均年齢			41.5 歳

第 4 項 測定尺度の妥当性および信頼性の検証

前述した手順に沿って質問紙が配布され, 332部の有効回答数(有効回答率47.6%)を得た.

この332部を分析の対象として, プレ調査で作成したアイスホッケー競技特有の観戦動機測定尺度(14因子45項目)の妥当性及び信頼性を検証した. まず, プレ調査で得た45項目の尺度の妥当性を検証するために, AMOS18.0を用いて確認的因子分析を行った. 結果, 全てのパスが有意であることが確認された. 45項目のうち, 14項目は基準値に満たないパス係数を示したが, そのうち13項目は基準値に近似しており, かつ競技特有の観戦動機尺度の因子構造を維持することを優先し, 以降の分析にも用いて分析を行った. しかし, プレ調査の課題であった攻撃因子の項目1「アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは, 私を楽しませてくれる」の因子負荷量が, .46と, プレ調査時の設定基準であった.50より低い値を示した. よって項目削除の可能性を念頭に, 攻撃因子の項目1を含む45項目と項目1を含まない44項目の尺度を比較しながら, どちらが本研究の尺度として妥当かという観点で分析を進めた.

確認的因子分析における45項目のモデルの適合度は, $\chi^2/df = 2.983$, $GFI = .739$, $AGFI = .684$, $CFI = .826$, $RMSEA = .077$, であった. GFI および $AGFI$, CFI (基準値 $\geq .900$),

は基準値に満たなかったものの、 χ^2/df ($2.00 \leq \text{基準値} \leq 3.00$) およびRMSEA (基準値 ≤ 0.80)

は基準値を満たしており、プレ調査時の適合度より高い水準の妥当性を得ることができた。

一方、44項目のモデルの適合度は、 $\chi^2/\text{df} = 2.819$, GFI = .758, AGFI = .704, CFI = .844, RMSEA = .074, であった。GFIおよびAGFI, CFI (基準値 $\geq .900$)、は基準値に満たなかったものの、 χ^2/df ($2.00 \leq \text{基準値} \leq 3.00$) およびRMSEA (基準値 ≤ 0.80) は基準値を満たしており、こちらもプレ調査時の適合度より高い水準の妥当性を得ることができた。

上記の45項目と44項目の尺度のモデル適合度指標を比較すると、44項目の尺度の方がより高い適合度を示したが、全ての基準値を満たすほど十分な差が生じなかったため、第3章第6節第3項に記載した(1)～(4)のモデル適合度指標に加え、AIC⁵⁾のモデル適合度指標を用いた。

結果、45項目はAIC = 2909.36、44項目はAIC = 2644.07、で、44項目の尺度が45項目の尺度よりモデル適合度が妥当であることが分かった。モデルの適合度指標の比較をまとめたものを表13に、確認的因子分析モデル（14因子44項目）を図2に示す。

表13：確認的因子分析の適合度指標結果 比較表（本調査）

	確率	χ^2/df	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	AIC
45項目	.000	2.983	.739	.684	.826	.077	2909.36
44項目	.000	2.819	.758	.704	.844	.074	2644.07

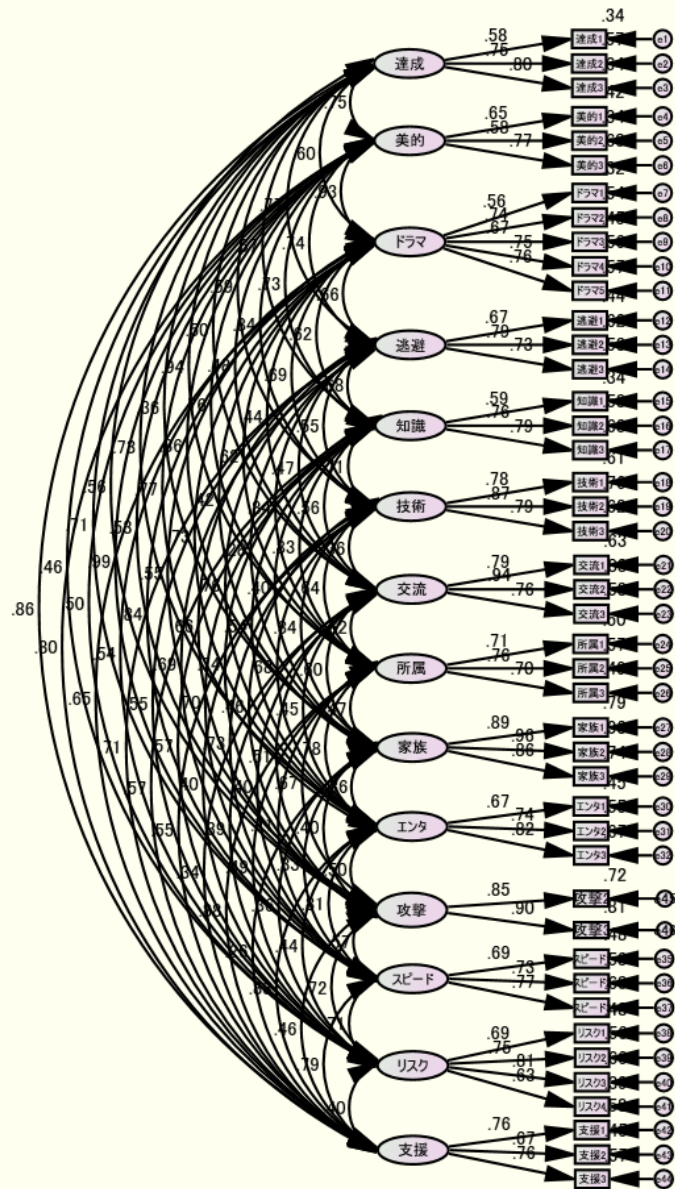


図 2 : 「SSMS (IHVer)」 確認的因子分析モデル14因子44項目 (本調査)

次に、収束的妥当性を支持する AVE を算出した。その結果、「攻撃」因子の項目 1 を含む 3 項目のモデルを除いて、各因子の AVE が.51 から.86 の値を示し、基準値とされる 0.50 以上 (Fornell and Larcker, 1981) の値だったことから、「攻撃」因子の項目 1 を含まないモデルならば、尺度の収束的妥当性はより強く支持されることとなった。これらの結果から、「攻撃」因子の項目 1 を含まない 10 因子 44 項目のモデルならば、プレ研究で作成されたアイスホッケー競技特有の観戦動機測定尺度は妥当な値を持つことが確認された。

妥当性が検証された 14 因子 45 項目と 44 項目のモデルにおける信頼性を検証するため、因子毎に Cronbach の α 係数を算出した。結果、.68 から.93 の値を示した。「美的」のみ.68 と基準値とされる.70 を下回ったが、小塩 (2004) が指摘した、再考を必要とする基準値である.50 は上回っていることから、以降の分析に用いても問題ないと判断した。

「攻撃」因子については、項目 1 を含む 3 項目のモデルでは.74、項目 1 を含まない 2 項目のモデルでは.86、であった。両方とも基準値を上回っているが、項目 1 を含まない 2 項目のモデルは、項目 1 を含む 3 項目のモデルよりも、Cronbach の α 係数が項目を削除する基準となる 0.1 以上あがり、より信頼性が高いことが分かった。

それぞれの測定項目の平均値、標準偏差、因子負荷量、 α 係数および AVE の結果を表 14 に示す。

表 14：測定項目の平均値，標準偏差，因子負荷量， α 係数および AVE（本調査）

項目	平均値	SD	因子負荷量	α	AVE
達成	5.93	1.09		.73	.51
1. チームが勝ったときに優越感が得られる	6.27	1.27	.58		
2. チームの勝利が私自身の勝利のように思える	5.47	1.55	.75		
3. チームが良い試合をしたことを誇りに思える	6.12	1.17	.80		
美的	6.01	0.92		.68	.46
1. 芸術的なプレイを見たい	5.84	1.30	.65		
2. 試合中に素晴らしいプレイを見ることができる	6.35	1.01	.58		
3. アイスホッケーの試合で華麗なプレイを楽しむ	5.86	1.19	.77		
ドラマ	5.90	0.93		.81	.49
1. ドラマチックな試合を見ることができる	6.00	1.27	.56		
2. アイスホッケーの試合は最後までエキサイティングである	6.21	1.06	.74		
3. 試合中にリードしたりリードされたりする緊張感が好きだ	5.86	1.23	.67		
4. 最後まで勝敗の行方が分からないのがおもしろい	5.81	1.27	.75		
5. アイスホッケーの試合はどちらが勝つか分からないということがおもしろい	5.66	1.29	.76		
逃避	5.48	1.22		.77	.53
1. アイスホッケーの試合は日々の活動（家事，仕事，勉強）から解放してくれる	5.65	1.44	.67		
2. 観戦に来ることで日常生活に刺激を与えることができる	5.57	1.37	.79		
3. 試合に来ると日常生活のすべてのことを忘れることができる	5.23	1.61	.73		
知識	5.01	1.15		.75	.52
1. 観戦に来るとアイスホッケーに関する知識が増える	5.11	1.45	.59		
2. アイスホッケーの試合を観戦することで、アイスホッケーの戦略に詳しくなる	5.23	1.28	.76		
3. アイスホッケーの技術を見て学ぶことができる	4.70	1.50	.79		
技術レベル	5.49	1.11		.84	.66
1. レベルの高いアイスホッケーを見ることができる	5.14	1.35	.78		
2. 選手の高い技術を見ることができる	5.64	1.16	.87		
3. 日本の一流選手を見ることができる	5.70	1.29	.79		
交流	5.07	1.48		.86	.69
1. 友人・知人や恋人と一緒に観戦できる	5.29	1.66	.79		
2. 友人・知人や恋人と共に時間を過ごしたい	5.07	1.61	.94		
3. 試合観戦が友人・知人や恋人に会う良い機会となる	4.86	1.74	.76		
所属	5.36	1.16		.75	.52
1. チームとの一体感を得たい	5.73	1.28	.71		
2. チームとの結びつきは私にとって重要である	5.47	1.36	.76		
3. 自分がチームの一員であるかのように感じる	4.88	1.58	.70		
家族	4.93	1.77		.93	.82
1. 家族と一緒に観戦できる	5.02	1.93	.89		
2. 家族と共に時間を過ごすことができる	4.75	1.88	.96		
3. アイスホッケーの試合は家族で楽しめる	5.04	1.85	.86		
エンタテインメント	6.16	0.89		.76	.56
1. アイスホッケーの試合は娯楽として最適だから	5.80	1.29	.67		
2. アイスホッケーの試合観戦は楽しい	6.54	0.83	.74		
3. アイスホッケーの試合観戦中は楽しく過ごせる	6.15	1.07	.82		
攻撃 3	5.26	1.23		.74	.58
攻撃 2	4.84	1.57		.86	.77
1. アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませてくれる	6.11	1.13	.46		
2. アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる	4.73	1.67	.85		
3. 観戦中は私の攻撃的な感情を好きなように表現できる	4.96	1.67	.90		

表 14：測定項目の平均値，標準偏差，因子負荷量， α 係数および AVE（本調査） 前ページの続き

項目	平均値	SD	因子負荷量	α	AVE
スピード	5.95	0.94		.75	.53
1. 個人プレイの速さを楽しみたい	5.72	1.32	.69		
2. パック・スピードの速さを楽しみたい	6.02	1.08	.73		
3. 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい	6.14	1.01	.77		
リスク	5.04	1.34		.80	.52
1. 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる	5.02	1.68	.69		
2. ボディコンタクト（激しい体の接触）がおもしろい	5.48	1.40	.75		
3. 乱闘シーンはエキサイティングである	4.90	1.77	.81		
4. 選手が常に怪我をする危険があることにハラハラ・ドキドキする	4.79	1.89	.63		
支援	6.12	1.00		.74	.53
1. アイスホッケーを支援することは重要である	6.21	1.19	.76		
2. 私はアイスホッケーのサポーターである	5.76	1.48	.67		
3. 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる	6.41	0.98	.76		

スポーツの観戦動機の構成要素 SSMS(松岡ら, 2002)に加筆

次に、内部一貫性を分析するため、項目間の相関をみた。内部一貫性とは、測定値に関して尺度を構成する項目間および各項目と合成値の間に一貫性（整合性）があることを言う（小田, 2007）。その尺度がある固有の対象を測定しているのであれば、尺度を構成する個々の項目も同じ対象を測定していなければならない（小田, 2007）。また、項目間の相関の数値が大きければ項目間の相関が全体的に高いことになることから、内部一貫性も高いことになる（小田, 2007）。攻撃因子の項目1を含む3項目では、.58、項目1を含まない2項目では、.77であった。よって項目1を含まない2項目の方が、項目1を含む3項目よりも項目間の内部一貫性が高いことが分かった。

第5項 項目の削除と尺度モデルの再設定

攻撃因子の項目 1「アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませてくれる」の削除に関して、Milne & McDonald(1999)によると、観戦者に関しては、アグレッションのエンタテインメント価値は広く知られている、とし、NFL の試合でラフプレイの激しさ

が増すと、楽しさという評価が増した(Bryant et al.,1981)との指摘にあるように、エンタテイメント因子との相関も考えられる。一方で、観戦者において、暴力を目の当たりにすることで、攻撃的な言動が増す傾向がある (Milne & McDonald,1999)との指摘から、リスク因子との相関も考えられる。

以上を考慮し、アイスホッケー競技特有の観戦動機測定尺度モデルの攻撃因子において、攻撃因子は項目 1 を含まない 2 項目が妥当であると判断した。よって本研究のアイスホッケー競技特有の観戦動機測定尺度モデルである「SSMS (I H Ver)」は 14 因子 44 項目と再設定する。測定尺度の構成要素と定義を表 15 に、項目と分類を表 16 に示す。

表 15 : 「SSMS (I H Ver)」構成要素と定義

動機の構成要素	定義
達成 (Achievement)	チームの勝利や成功と自分を結びつけて、達成感を得る
美的 (Aesthetic)	競技のプレイが持つ美しさ、華麗さ、素晴らしさを観る
ドラマ (Drama)	予測できないドラマチックな試合展開を観ることによって、興奮や緊張感を楽しむ
逃避 (Escape)	日常生活から逃避し、さまざまなことを一時的に忘れる
知識 (Knowledge)	競技の技術を学んだり、知識を深めたりする
技能レベル (Skills)	選手の技能レベルの高いプレイを観て楽しむ
交流 (Social Interaction)	スポーツ観戦を通して、友人・知人や恋人と楽しく過ごすことができる
所属 (Team Affiliation)	自分がチームの一員であるかのように感じる。
家族 (Family)	スポーツ観戦を通して、家族で楽しく過ごすことができる。
エンタテインメント (Entertainment)	スポーツ観戦をエンタテインメント (娯楽) として単純に楽しむ
攻撃 (Aggression)	攻撃的な・迫力のあるプレイを楽しむ
スピード (Speed)	プレイに関するスピード感を楽しむ
リスク (Risk-Taking)	危険なプレイや乱闘を通して、スリルや興奮を求める
支援 (Supporting)	リーグや競技の存続を願い、支援する

スポーツの観戦動機の構成要素 SSMS (松岡ら, 2002) に加筆

表 16 : 「SSMS (I H Ver)」項目 (10 因子 44 項目) および分類

因子	項目
達成 (3)	1. チームが勝った時に達成感を得られる 2. チームの勝利が私自身の勝利のように思える 3. チームが良いゲームをしたことを誇りに思える
美的 (3)	1. 競技が本来持っている美しさ (素晴らしさ) を鑑賞する 2. 競技が持っている素晴らしさを楽しむ 3. 競技の優美さ (優雅さ) を楽しむ
ドラマ (5)	1. ゲーム中に起こるドラマチックな変化を楽しむ 2. ゲームは最後までもつれる興奮させる (エキサイティング) なゲームである 3. シーソーゲームのはらはらす状態が好きだ 4. 最後まで勝敗が分からないという興奮が好きだ 5. ゲーム結果が最後まで分からないことがおもしろい
逃避 (3)	1. ゲームを観戦することは日々の活動からの逃避である 2. 観戦に来ることで日常生活に刺激を与えることができる 3. ゲームに来ると日常生活におけるすべての問題を忘れることができる
知識 (3)	1. 観戦に来ると、競技に関する知識が増える 2. ゲームを観戦することによって競技の戦略に関する理解が深まる 3. 観戦することによって競技の技術を学ぶことができる
技術レベル (3)	1. レベルの高い競技を見ることができる 2. 選手の質の高い技術を見ることができる 3. 日本の一流選手を見ることに価値を感じる
交流 (3)	1. 友人と一緒にいる機会が与えられる 2. 友人と共に時間を過ごすことができる 3. 友人と会う機会を持つことができる
所属 (3)	1. 自分がチームの一員であるように感じる 2. チームとの結びつきを感じることは私にとって重要である 3. 観戦に来ると自分がチームの一員 (一部) であるように感じられる
家族 (3)	1. 家族と一緒に観戦できるから 2. 家族と共に時間を過ごす機会が得られるから 3. 観戦は家族で楽しめる娯楽である
エンタテインメント (3)	1. 競技は楽しい娯楽 (エンタテインメント) である 2. 競技を見ることが楽しいから 3. 自分の時間を楽しく過ごせる
攻撃 (2)	1. アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる 2. 観戦中は私の攻撃的な感情を好きなように表現できる
スピード (3)	1. 個人プレイの速さを楽しみたい 2. パック・スピードの速さを楽しみたい 3. 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい
リスク (4)	1. 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる 2. ボディコンタクト (激しい体の接触) がおもしろい

表 16 : 「SSMS (I H Ver)」項目 (10 因子 44 項目) および分類 前ページの続き

因子	項目
支援 (3)	3. 乱闘シーンはエキサイティングである
	4. 選手が常に怪我をする危険があることにハラハラ・ドキドキする
	1. アイスホッケーを支援することは重要である
	2. 私はアイスホッケーのサポーターである
	3. 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる
スポーツの観戦動機の項目 SSMS (松岡ら, 2002) に加筆	

第 2 節 アイスホッケー競技特有の観戦動機の比較・検証

第 1 項 アイスホッケー競技特有の観戦動機 (4 因子 12 項目)

ブレ調査の結果と前節の結果を踏まえ、仮説 1 「アイスホッケー競技特有の観戦動機が存在する」を再検証する。確認的因子分析による妥当性および信頼性の結果から、アイスホッケー競技特有の観戦動機として本研究で新たに抽出された「攻撃」「スピード」「リスク」「支援」因子の合計 4 因子 12 項目が存在することが明らかとなった。よって、仮説 1 「アイスホッケー競技特有の観戦動機が存在する」は支持された。アイスホッケー競技特有の観戦動機の構成要素と定義を表 17 に、項目 (4 因子 12 項目) および分類を表 18 に示す。

「攻撃」「リスク」「スピード」は、アイスホッケー競技だけでなく他競技にも共通する因子だが、特有さがあれば因子として独立することが明らかとなった。中でも「スピード」において「パック・スピードの速さ」というアイスホッケー競技独自の項目と、「支援」という因子が観戦動機として独立したことは興味深い。これらの結果から、スポーツの一般的な特徴・特長に加えて、競技の特性や現状を他競技と比較、検証して観戦動機を測定すれば、より細分化したマーケティング策に繋がるのではないだろうか。また、これらの因子が他競技でも応用されることを期待したい。

表 17：アイスホッケー競技特有の観戦動機 構成要素と定義

構成要素	定義
攻撃 (Aggression)	攻撃的な・迫力のあるプレイを楽しむ
スピード (Speed)	プレイに関するスピード感を楽しむ
リスク (Risk-Taking)	危険なプレイや乱闘を通して、スリルや興奮を求める
支援 (Supporting)	リーグや競技の存続を願い、支援する

表18：アイスホッケー競技特有の観戦動機 項目（4因子12項目）および分類

因子名	項目
攻撃 (Aggression)	1. アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる 2. 観戦中は私の攻撃的な感情を好きなように表現できる
スピード (Speed)	1. 個人プレイの速さを楽しみたい 2. パック・スピードの速さを楽しみたい 3. 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい
リスク (Risk-Taking)	1. 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる 2. ボディコンタクト（激しい体の接触）がおもしろい 3. 乱闘シーンはエキサイティングである 4. 競技者が常に怪我をする危険があることにハラハラ・ドキドキする
支援 (Supporting)	1. アイスホッケーを支援することは重要である 2. 私はアイスホッケーのサポーターである 3. 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる

第2項 基本モデルの因子と競技特有因子の比較

仮説 2 として「競技特有の観戦動機の因子(平均点)は、基本モデルの因子(平均点)よりも得点が高い」を検証する。観戦動機の基本因子と競技特有因子（平均点）の比較を表 19 に示す。

4 因子の得点を高い順からみると、エンタテインメント(6.16)、支援(6.12)、美的(6.01)、スピード(5.95)、達成(5.93)、ドラマ(5.90)、技術レベル(5.49)、逃避(5.48)、所属(5.36)、交流(5.07)、リスク(5.04)、知識(5.01)、家族(4.93)、攻撃(4.84)である。競技特有の観戦動機因子として抽出した、攻撃(4.84)は 14 因子の中で最も低く、スピード(5.95)は高い順から 4 番目、リスク(5.04)は高い順から 11 番目、支援(6.12)は高い順から 2 番目であった。よって仮説 2「競技特有の観戦動機の因子(平均点)は、基本モデルの因子(平均点)よりも得点が高い」は支持されなかった。しかしながら、支援とスピードは高い値を示しており、競技特有の因子の中でも高い値を示すものと低い値を示すものがある、と言える。

Wann (2008) のアイスホッケー競技のエンタテインメント因子は、他の 13 のスポーツ競技の中で一番高い、および、重要な観戦動機はエンタテインメントである。なぜなら、単純に楽しい時間を過ごせるからそのスポーツのファンになっている (Gantz,1981;Gantz& Wenner, 1995; Sloan,1989)。を支持する結果となった。

しかしながら、「家族」「攻撃」のように、平均点は低いが標準偏差の高い因子が見受けられる。逆に、「エンタテインメント」「支援」は、平均点は高いが標準偏差が低いことが興味深い。特定のファン（既婚／子どもの有無）は攻撃的(暴力的)なスポーツより、そうでないものを好んで消費する。なぜならば子どもたちに暴力的なプレイを見せたくないからである。しかしながら、最終的には「アクティブ・ノンアクティブスポーツ」と「家族因子」の関連性は見受けられなかった(Wann & Ensor,2001; Wann et al.,1998)。との指摘もあることから、調査対象者の属性による差異も視野に分析を進めることとする。

表 19：観戦動機の基本モデルの因子（左）と競技特有因子（右） 平均点の比較

因子	平均値	標準偏差	因子	平均値	標準偏差
達成(3)	5.93	1.09	攻撃(2)	4.84	1.57
美的(3)	6.01	0.92	スピード(3)	5.95	0.94
ドラマ(5)	5.90	0.93	リスク(4)	5.04	1.34
逃避(3)	5.48	1.22	支援(3)	6.12	1.00
知識(3)	5.01	1.15			
技術レベル(3)	5.49	1.11			
交流(3)	5.07	1.48			
所属(3)	5.36	1.16			
家族(3)	4.93	1.77			
エンタテインメント(3)	6.16	0.89			

第3節 t 検定による男女別の比較

仮説3「観戦動機には男女差がある」を検証するために t 検定を行った。結果、家族因子

「 $t(330)=2.56, p<.05$ 」, 攻撃因子「 $t(330)=2.82, p<.01$ 」, の2因子のみ有意であった。よって, 仮説3「観戦動機には男女差がある」は支持されなかった。また, 達成, 美的, ドラマ, 知識, 技術レベル, 所属, エンタテインメント, 攻撃, スピード, リスク, 支援, の因子において男性の平均値が高く, 逃避, 交流, 家族, の因子において女性の平均値が高い値となった。t検定の結果を表20に示す。

全体的に男女差は見られなかったことからRobinsonら（2005）の, 性別などのデモグラフィック要因は観戦動機の値にほとんど影響しない, を支持する結果となった。一方で, 前節で筆者が指摘した「家族」「攻撃」に男女差が見られ, 家族因子は女性が高く, 攻撃因子は男性が高い値を示した。このことからWannら（1999）の, 女性の方が家族因子によって動機づけられる, とZillmann（1995）やBryantら（1981）の, 女性は優美さを, 男性は危険性や攻撃性を楽しむ傾向がある, を一部支持する結果ともなった。

また, 特定のファン（既婚／子どもの有無）は攻撃的(暴力的)なスポーツより, そうでないものを好んで消費する。なぜならば子どもたちに暴力的なプレイを見せたくないからである。しかしながら, 最終的には「アクティブ・ノンアクティブスポーツ」と「家族因子」の関連性は見受けられなかった（Wann & Ensor, 2001; Wann et al., 1998）の指摘を鑑みると, 既婚と子どもの有無の属性を調査していれば関連性を分析できた可能性があるため, 今後の研究の課題とする。

提言に関しては, 第6章, 第2節で述べたい。

表 20 : t 検定による男女差

因子	男性 (N=186)		女性 (N=146)		t 値
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
達成(3)	6.02	1.01	5.87	1.18	1.23
美的(3)	6.05	0.83	5.97	1.03	0.84
ドラマ(5)	5.92	0.91	5.90	0.97	0.15
逃避(3)	5.48	1.22	5.50	1.24	0.15
知識(3)	5.12	1.20	4.88	1.10	1.89
技術レベル(3)	5.56	1.07	5.40	1.17	1.34
交流(3)	4.98	1.55	5.19	1.40	1.29
所属(3)	5.45	1.12	5.24	1.22	1.61
家族(3)	4.72	1.80	5.22	1.70	2.57*
エンタテインメント(3)	6.17	0.84	6.16	0.96	0.07
攻撃(2)	5.06	1.58	4.57	1.53	2.83**
スピード(3)	6.01	0.83	5.89	1.07	1.15
リスク(4)	5.15	1.36	4.92	1.32	1.55
支援(3)	6.21	0.88	6.02	1.15	1.68

*p<.05 **p<.01

第4節 一元配置分散分析による観戦回数別の比較

仮説4「観戦動機には観戦回数により差がある」を検証するため、一元配置分散分析を行った。分散分析とは、分散について分析し、グループ間に平均値の差があるかどうかを検定する方法である(小田, 2007)。t 検定では2つの平均値の差を比較した。2つ以上の平均を比較する場合には分散分析を用いる。2つの平均の比較の場合、t 検定と分散分析は同じ結果になる。ただし、3つ以上の平均を比較するとき、t 検定を繰り返してはならない。第1種の過誤を犯す確率が高くなるからである(山内, 1998 ; 小野寺・菱村, 2005)

(1) 観戦回数の水準分類

一元配置分散分析を行うため、観戦回数の水準を分類する。観戦回数の水準分類は以下の手順で操作を行った。

- ①初めて試合を観戦する観戦者と2回目の観戦に訪れる観戦者、およびリピーターの観戦動機の差に着目したことから、初めて試合を観戦する観戦者を「初観戦」、2回目に試合を観戦する観戦者を「2回目」、3回以上試合を観戦している観戦者を「3回以上」とした。

②「2回目」については、継続的に観戦に来ていることに重きを置いたことから、初めての観戦から3年以上経過している者は削除した。

③初観戦者と観戦歴の長いリピーターの観戦動機の差にも着目したため、「3回以上」をさらに観戦歴の短い観戦者を1～9年、長い観戦者10年以上の2段階に分類し、前者を「3回以上(1～9年)」、後者を「3回以上(10年以上)」とした。「3回以上」をさらに2段階に分類した第1の根拠は、観戦年数の中央値が9.0年であったこと、第2の根拠は調査対象チームが、実業団チームから市民クラブチームに移行して約10年が経過したことである。実業団チーム廃部の際は10万人におよぶチーム存続のための署名活動が行われたことから、実業団チーム時代からの観戦者と市民クラブチームからの観戦者とのチームへの関わりの違いを考慮した。

よって、本研究の一元配置の分散分析は1要因4水準で分析を進めた。4水準の母数は、「初観戦」(N=23/6.9%)、「2回目」(N=10/3.0%)、「3回以上(1～9年)」(N=137/41.3%)、「3回以上(10年以上)」(N=162/48.8%)、の計N=332/100.0%である。

(2) 結果と考察

支援因子において、「初観戦」と「3回以上(1～9年)」($p<0.05$)の間、「初観戦」と「3回以上(10年以上)」($p<0.05$)間の2要因のみが有意であった。よって、仮説4「観戦動機には観戦回数により差がある」は支持されなかった。しかしながら、2要因に関しては有意差が見られた。「支援因子」のグラフを表21に、「支援」因子の多重比較(有意な項目のみ)を表22にまとめた。

支援因子に関して、本調査対象試合が日光アイスクックスのホームゲームであったことから、毎年存続が危ぶまれ、ファンによる募金活動が継続されてきたチームの特殊な運営状況が影響を及ぼしていると考えられる。なぜならば、チームの前身である古河電工から現在のクラブチームに変わって約10年が経過していることもあり、支援しているから観戦回数が多い、逆に観戦回数が多いから支援しているとも言えるのではないか。それが「初観戦」と「3回以上(1～9年)」, 「初観戦」と「3回以上(10年以上)」, の有意差に繋がったのではないかと考え

られる。

表 21：「支援」因子 観戦回数での比較

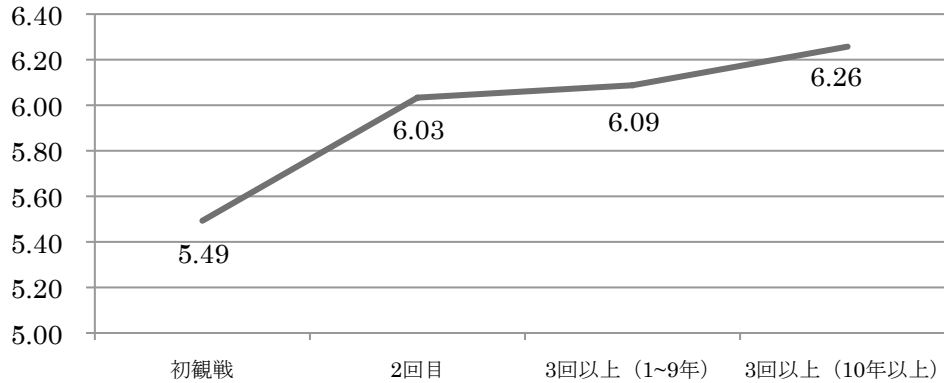


表 22：分散分析表 「支援」因子 多重比較
Tukey HSD *有意な項目のみ

従属変数	(I) 観戦回数 4 段階	(J) 観戦回数 4 段階	(I-J) 平均値の差	標準誤差
支援	初観戦	3 回以上(1~9 年)	-0.59*	0.22
		3 回以上(10 年以上)	-0.76*	0.22

*p<.05

第 5 節 多重比較による男女×観戦回数別の比較

本研究では、3 つ以上の平均値の相違を検討するため、分散分析 (ANOVA; analysis of variance) を用いる(村瀬, 2007)。分散分析によって説明変数に有意な効果があると分かっただとしても、それは各グループの平均がすべて等しいという帰無仮説が棄却されただけである(村瀬, 2007)。どのグループとグループの平均値に有意な差があるかも不明である。そのため多重比較 (multiple comparison, Post-hoc test) によって、全グループからとりだした 2 つのグループの組み合わせ全てについて平均値の差を検定する(村瀬, 2007)。

男女差と観戦回数によって観戦動機に違いがあるかを検討するため、2 要因の分散分析を行った。複数の説明変数 X がある場合、X の単独の影響「主効果」を検討できるほか、ある X の効果が他の X の水準によって異なるかどうか「交互作用効果」を検討することが可能である。なお、交互作用効果が有意であった場合、主効果に注目する必要はないとの見方もある(岩井・

保田, 2007).

結果, 14 因子すべてにおいて, モデル全体では有意ではなかった. また, 説明変数についても, 性別, 観戦回数, 共に有意ではなかった. 性別と観戦回数の交互作用項も有意ではなかった. 交互作用が有意ではなかったため, 主効果を見た. 主効果も有意でなければ, 「群間に有意な差が見られなかった」と判断する(小塩, 2004).

以下, 結果と考察をまとめる. 主効果の多重比較である. この計算は推定周辺平均に基づく.

「男女」×「観戦回数」別の平均値の差で比較した結果,

- (1) 「交流」: 「3 回以上(1~9 年)」の男性 (4.95) と女性 (5.51) 間が 5%水準で有意.
- (2) 「所属」: 「3 回以上(10 年以上)」の男性 (5.56) と女性 (5.16) 間が 5%水準で有意.
- (3) 「家族」: 「3 回以上(1~9 年)」の男性 (4.38) と女性 (5.06) 間が 5%水準で有意.
- (4) 「攻撃」: 「3 回以上(10 年以上)」の男性 (5.09) と女性 (4.44) 間が 5%水準で有意.

さらに, 「男女」×「観戦回数」別の平均値の差を観戦回数内で比較した結果,

- (5) 「知識」: 「女性」の「初観戦」(5.70) と「3 回以上(10 年以上)」(4.70) 間が 5%水準で有意.
- (6) 「支援」: 「男性」の「初観戦」(5.31) と「3 回以上(1~9 年)」(6.20) 間が 5%水準で有意.
- (7) 「支援」: 「男性」の「初観戦」(5.31) と「3 回以上(10 年以上)」(6.33) 間が 5%水準で有意.

以上の結果から, 男女差と観戦回数によって観戦動機に違いがあるとは, 全面的には立証できなかった. しかしながら, 14 因子中 6 因子に計 7 つの有意な結果が得られた. アイスホッケー競技特有の観戦動機に着目すると, 4 因子のうち 2 因子計 3 つに有意差が見られた. このことから, 競技特有の観戦動機に着目した研究は有益であると言えるのではないだろうか. 有意な項目のみ, 結果を表 23~28 に示す.

各因子を見る. 本研究は初観戦者がリピーターに変容する過程に着目して研究を進めてきた. まず, 「知識」において「女性」の「初観戦」(5.70) と「3 回以上(10 年以上)」(4.70) 間の

平均値が 1.00 と差が開いていることが興味深い。これは、アイスホッケーが他競技に比べてメディアなどで情報が得にくいため、ルールや競技自体をよく知らずに会場に訪れて、実際に観戦することで一気に情報を入手することが、観戦動機と関連しているのではないだろうか。女性で初観戦の観戦者に対して、一度の観戦でいかに知識欲を満たすかがリピーター獲得への最初の一步になるのではないだろうか。

次に、「支援」において、「男性」の「初観戦」(5.31)と「3回以上(1~9年)」(6.20)間、および「男性」の「初観戦」(5.31)と「3回以上(10年以上)」(6.33)間である。観戦回数差で唯一の有意差を見せた因子である。これは「所属因子」において「3回以上(10年以上)」の男性 5.56 と女性 5.16 間の有意差が影響を及ぼしているのではないかと推測されるが、関連性は本研究では実証できないため、今後の課題としたい。

他にも、「交流」の「3回以上(1~9年)」の男性(4.95)と女性(5.51)間については、試合観戦そのものを動機とする男性像に対して、試合観戦をコミュニティのひとつとしても活用している女性像が推測される。また、「攻撃」の「3回以上(10年以上)」の男性(5.09)と女性(4.44)間については、攻撃的な感情を表現しながら観戦する男性リピーターと、落ち着いた観戦する女性リピーターとの対比が推測される。

提言に関しては、第6章、第2節で述べたい。

表 23：知識因子「男女」×「観戦回数」別の平均値の差（観戦回数間比較）
従属変数：知識 *有意な項目のみ

性別	(I) 観戦回数	(J) 観戦回数	平均値の差 (I-J)	標準誤差
女性	初観戦	3回以上(10年以上)	1.00*	0.37

推定周辺平均に基づく

多重比較の調整: Bonferroni.

*p<.05

表 24：交流因子「男女」×「観戦回数」別の平均値の差
従属変数：交流 *有意な項目のみ

観戦回数	(I) 性別	性別 (J)	平均値の差 (I-J)	標準誤差
3回以上 (1~9年)	男性	女性	-0.56*	0.25

推定周辺平均に基づく

多重比較の調整: Bonferroni.

*p<.05

表 25 : 所属因子「男女」×「観戦回数」別の平均値の差

従属変数：所属 *有意な項目のみ

観戦回数	(I) 性別	性別 (J)	平均値の差 (I-J)	標準誤差
3 回以上 (10 年以上)	男性	女性	0.40*	0.18

推定周辺平均に基づく

多重比較の調整: Bonferroni.

*p<.05

表 26 : 家族因子「男女」×「観戦回数」別の平均値の差

従属変数：家族 *有意な項目のみ

観戦回数	(I) 性別	性別 (J)	平均値の差 (I-J)	標準誤差
3 回以上 (1~9 年)	男性	女性	-0.68*	0.30

推定周辺平均に基づく

多重比較の調整: Bonferroni.

*p<.05

表 27 : 攻撃因子「男女」×「観戦回数」別の平均値の差

従属変数：攻撃 *有意な項目のみ

観戦回数	(I) 性別	性別 (J)	平均値の差 (I-J)	標準誤差
3 回以上 (10 年以上)	男性	女性	0.65*	0.25

推定周辺平均に基づく

多重比較の調整: Bonferroni.

*p<.05

表 28 : 支援因子「男女」×「観戦回数」別の平均値の差 (観戦回数間比較)

従属変数：支援 *有意な項目のみ

性別	(I) 観戦回数	(J) 観戦回数	平均値の差 (I-J)	標準誤差
男性	初観戦	3 回以上 (1~9 年)	-0.89*	0.31
男性	初観戦	3 回以上 (10 年以上)	-1.03*	0.30

推定周辺平均に基づく

多重比較の調整: Bonferroni.

*p<.05

第6章 結論

第1節 結果のまとめ

前章で検証された仮説の結果をまとめる。

仮説1「アイスホッケー競技特有の観戦動機が存在する」は支持され、本研究で新たに作成された「攻撃」「スピード」「リスク」「支援」の計4因子12項目の存在が明らかになった。

仮説2「競技特有の観戦動機の因子(平均点)は、基本モデルの因子(平均点)よりも得点が高い」は支持されなかった。しかしながら、「支援」と「スピード」は高い値を示しており、競技特有の因子の中でも高い値を示すものと低い値を示すものがある、と言える。

仮説3「観戦動機には男女差がある」は支持されなかった。しかしながら、「家族」と「攻撃」において有意であった。また、「達成」「美的」「ドラマ」「知識」「技術レベル」「所属」「エンタテインメント」「攻撃」「スピード」「リスク」「支援」の因子において男性の平均値が高く、「逃避」「交流」「家族」の因子において女性の平均値が高いことが明らかになった。

仮説4「観戦動機には観戦回数により差がある」は支持されなかった。しかしながら「支援」において、「初観戦」と「3回以上(1～9年)」間、「初観戦」と「3回以上(10年以上)」間が有意であった。

また、「男女」×「観戦回数」別の平均値の差で比較した結果、「交流因子」において「3回以上(1～9年)」の男女間が5%水準で有意であった。「所属因子」において「3回以上(10年以上)」の男女間が5%水準で有意であった。「家族因子」において「3回以上(1～9年)」の男女間が5%水準で有意であった。「攻撃因子」において「3回以上(10年以上)」の男女間が5%水準で有意であった。

さらに、「男女」×「観戦回数」別の平均値の差を観戦回数内で比較した結果、「知識因子」において「女性」の「初観戦」と「3回以上(10年以上)」間が5%水準で有意であった。「支援因子」において「男性」の「初観戦」と「3回以上(1～9年)」間が5%水準で有意であった。

「支援因子」において「男性」の「初観戦」と「3回以上(10年以上)」間が5%水準で有意で

あった。

以上の結果から、全面的に男女差と観戦回数によって観戦動機に違いがある、とは立証できなかった。しかしながら、14 因子中 6 因子に 7 つの有意な結果が得られた。

次に、結果のまとめをふまえた考察は 2 点挙げられる。

第 1 に、調査の基本モデルにはない競技特有の観戦動機を抽出することにより、より緻密な集客マーケティング策の基礎的資料が得られた。特に先行研究の少ない支援因子が観戦動機として存在したことは興味深い結果であった。

第 2 に、調査対象者属性を複数設定し、多面的に検証することの重要性である。これは観戦動機と観戦者の属性別比較を組み合わせたマーケティング・セグメンテーションの有益さを実証したとも言えるのではないだろうか。本研究では因子の平均値の高低だけでなく、標準偏差と観戦者の属性を関連づけて分析し、興味深い結果が得られた。

本調査で結果が顕著に表れた「支援因子」に関しては、本調査対象が日光アイスバックスのホームゲームであったことから、毎年存続が危ぶまれ、ファンによる募金活動が継続されてきたチームの特殊な経営状況を鑑みると、支援したいから観戦回数が多い、つまりは長年のファンの支援に支えられてきたチームの特徴・特性を再認識する機会となったとも言えるのではないだろうか。

「攻撃因子」は、因子の平均点を見ると 14 因子の中で最も低い値のため重要性は非常に低いと判断できるが、標準偏差の数値が 2 番目に高いことが特徴であった。その後、男女差、「男女」×「回数」、共に有意差が見られた。以上の結果から、男性と女性によってマーケティング策を考慮する必要があり、かつ、他の複数の因子に影響を及ぼす可能性がある競技特有の観戦動機であることが明らかになった。男女差と観戦回数で標準偏差の差異の根拠を断定はできないが、観戦者属性による分析を進めた結果、明らかになったことのひとつではないだろうか。

「家族因子」は、因子の平均点を見ると 14 因子の中で 2 番目に低い値のため重要性は低いと判断できるが、標準偏差の数値が最も高いことが特徴で、男女で有意差が見られ、多面的に判断すると、重要な因子であることが分かった。女性の家族因子が高いことは先行研究でも示

されており、ファミリーチケット、ファミリー席、ギブアウェイなどのインプリケーションにも繋がりやすいのではないだろうか。

「知識因子」は、男女差と観戦回数の平均値比較を観戦回数内で分析して初めて有意差が明らかになり、具体的なインプリケーションに繋がった因子であった。

第2節 提言（インプリケーション）

前節を踏まえた提言（インプリケーション）は5点挙げられる。

第1に、「家族」「所属」「交流」因子の分析結果から、チケット販売において、ファミリーシートあるいはファミリーチケット、ペアチケットあるいはペアシート、グループで使える回数券といったチケットの種類を増やすことである。家族で来場した観戦者への特典、あるいは、ファミリーデー、カップルデーなどの企画も良いのではないだろうか。

第2に、「攻撃」因子の結果から、落ち着いて観戦したい人向けの座席と、積極的に応援したい人の向けのエキサイティングシートなどの区分設定である。あるいは、区分しなくとも、チケット購入の際に参考となるよう、座席表にその旨を記載あるいは口頭説明をして販売することである。特に初観戦者や観戦回数が少ない観戦者は、まずどの席に座れば良いのか、積極的な応援をする観戦者に挟まれて場違いな思いをするのではないかという不安を持つ観戦者もいると推測される。座席区分や補足説明によって、チケットの買いやすさが増し、会場での観戦に対する敷居が低くなるのではないだろうか。

第3に「知識」因子の結果から、初観戦者と観戦回数の多い観戦者に区分した知識欲を満たす競技解説コンテンツを強化することである。具体的には、会場で毎試合配布する印刷物に、初心者向けには分かりやすいルール説明や試合の楽しみ方、簡単なうんちくなどを必ず記載すること。同時に、観戦回数の多い観戦者向けに、玄人好みの読み物も必ず記載すること。あるいは、元プロ選手の解説付き場内FM実況中継もよいのではないだろうか。試合会場に来なければ知り得ない情報である。というあおりをチームホームページなどメディアで行う誘導策も有効かもしれない。

第4に「家族」因子の結果から、マーチャンダイジングにおける家族、3世代間、親子、あるいは子に向けた商品開発である。

最後に「支援」因子の結果から、チームの管理下であるホームゲーム会場に限るが、ネームプレート収益事業が考えられる。甲子園レンガメッセージが良い例である。

第3節 研究の課題と限界、今後の発展

本研究は、集客マーケティングに活用できる基礎的資料の収集、つまり提言（インプリケーション）に重きを置いた研究であったため、アイスホッケー競技特有の観戦動機を抽出し、調査の基本モデルの観戦動機測定尺度に、競技特有の項目を加えるという尺度モデルの改良を試みた。

結果、本研究の課題として、第1に他のスポーツ競技への汎用性に欠け、かつ、他競技と比較検証することが難しいことが挙げられる。特にスピード因子のバック・スピードの関する質問文は、アイスホッケー独自のものであり、他競技には応用できない。また、支援因子は不必要な競技もあろう。そのため、他競技へ応用する際は質問項目の再検討が必要である。しかしながら、攻撃因子やリスク因子は、ボディコンタクト（激しい身体の接触）があるスポーツには因子の応用が可能である。ただし、調査対象者が回答する際の負担を考慮したアンケート量であるか否かを慎重に検討する必要がある。

第2に調査対象試合による結果の差異が検証できなかったことである。今回の結果で支援因子の平均点が高く、かつ、属性比較で有意であったのは、調査対象の特性が大きく影響を与えたのではないかと推測される。松岡（2008）の、スポーツの種目、競技レベル、あるいは地域や国などの文化的背景の違いによって、スポーツ観戦の動機は異なる可能性がある、との指摘にあるように、他チームのホームゲームやリーグ集結試合などでも調査して比較、検証できれば、よりリーグ全体を包括した結果が得られたのではないかと。

第3にモデルの適合度の低さが挙げられる。今回削除した攻撃因子の項目も含め、再検討を今後の課題としたい。

第4に観戦回数の水準分類の設定の甘さである。3回以上の観戦者を観戦年数の長短で2つに分類をしたが、「観戦年数の長さ」が「ファン年数の長さ」とは一致しないため、結果に若干の疑問が残る。質問文の再検討が必要である。

最後に今後の展望として、性別と観戦回数の比較検証だけでなく、既婚と未婚、子供の有無、会場への所用時間等、他の人口統計的な基準や行動特性での分析を継続的に行い、より精度の高い集客マーケティングの基礎的資料となる研究が必要ではないかと考える。調査、分析、予測を継続し、情報を蓄積することが重要である。また、他競技特有の観戦動機、再観戦意図やチーム・ロイヤリティへの応用により、様々なスポーツマネジメントの発展の一助になれば幸いである。

注

1) χ^2/df

共分散構造分析で最も基本的な適合度指標の一つに χ^2 値がある。Amosでは、乖離度として算出され、モデルがデータと適合しているかを確認することができる指標である。データと完全に適合している場合は値が0になり、逆にデータに対し適合していない場合はこの値が無限大に大きくなる（田部井, 2001）。しかしながら常に指摘されるようにデータの数が大きくなると、ほんのわずかな差も敏感に感知されるようになり、 χ^2 値の値が大きくなりモデルがデータに適合していないという結果となってしまう。その欠点を考慮したものが χ^2/df であり、 χ^2 値同様、値が0に近づくほど適合することを意味し、小野寺（2001）は3未満の値で適合していることを示すとされており、Hair et al.（2005）は2.00から3.00までの値を基準値としている。

2) RMSEA（Root mean square error of approximation：平均二乗誤差平方根）

母集団とモデルとの乖離を表す値であるF0（母乖離度値）にモデルのdf（自由度）を除した値であり、推定するパラメーター数の影響を受けるF0の欠点を修正した指標である。この値が0.05以下であれば当てはまりが良く、0.10以上であれば当てはまりが良くないと判断する（豊田, 2007）。一方、0.05から0.08までの場合には穏当な適合度、0.08から0.10までの場合にはやや劣る適合度（田部井, 2001）と判断する指摘もある。

3) CFI（Comparative fit index：比較適合度指標）

CFIは0から1の範囲を取り、完全にデータに適合しているモデルにおいては値が1になり、この値が.900を超えるモデルが当てはまりの良いモデルと判断される。ケース数の影響を受けるNFIの欠点と0から1の範囲を逸脱することのあるNNFIの欠点を修正した指標である（田部井, 2001）。

4) GFI（Goodness of fit index：適合度指標）、

AGFI（Adjusted goodness of fit index：修正適合度指標）

GFIおよびAGFIの値は0から1までをとり、1の場合はモデルが完全に適合していることを意味し、GFIの値が.900以下のモデルは当てはまりが悪いと判断される。しかし、GFIの値は観測変数が30以上であるとGFIの値が基準値である.900を超えないことが指摘されており、その場合は前述のCFIを用いることが推奨されている（小野寺，2001；田部井，2001）。本研究では、観測変数が30を超える分析を行っているため、参考値として算出することとする。

5) AIC (Akaike's information criterion：赤池情報量基準)

AICは他の指標とは異なり、比較するモデルにおいてGFIやAGFI, CFIなどの指標がほとんど変わらないのであれば、AICの値が最も小さいモデルを最適のモデルとして採択する(大石・都竹,2009)。

引用文献

- ASIA LEADUE ICE HOCKEY Official Web Site. <http://www.alhockey.jp/>
- ASIA LEADUE ICE HOCKEY 2009-2010 official Program
- Fink, J. S., Parker, & H. M. (2009). Spectator Motives: Why Do We Watch When Our Favorite Team Is Not Playing? *Sport Marketing Quarterly*, 18, 210-217.
- Funk, D. C., Filo, K., Beaton, A. A., & Pritchard, M. (2009). Measuring the Motives of Sport Event Attendance: Bridging the Academic Practitioner Divide to Understanding behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 18, 126-138.
- Funk, D. C., Mahony, D. F., & Ridinger, L. L. (2002). Characterizing Consumer Motivation as Individual Difference Factors: Augmenting the Sport Interest Inventory (SII) to Explain Level of Spectator Support. *Sport Marketing Quarterly*, 11, 33-43
- H. C. 日光アイスバックス Official Web Site. <http://www.icebucks.jp/>
- James, J. D., Fujimoto, J., Ross, S. D., & Matsuoka, H. (2009). Motives of United States and Japanese professional baseball consumers and level of team identification. *Int. J. Sport management and Marketing*, 6, 351-366.
- James, J. D., & Ridinger, L. L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. *Journal of Sport behavior*, 25(3), 260.
- James, J. D., & Ross, S. D. (2004). Comparing Sport Consumer Motivations Across Multiple Sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13, 17-25.
- Kim, Y. K., & Trail, G. (2010). Constraints and Motivators: A New Model to Explain Sport Consumer Behavior. *Journal of Sport Management*, 24, 190-210.
- Ko, Y. J., Kim, Y. K., & Valacich, J. (2010). martial arts participation: consumer motivation. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 105-123.
- Matsuoka, H., Chelladurai, P., & Harada, M. (2003). Direct and Interaction Effects of Team Identification and Satisfaction on Intention to Attend Games. *Sport Marketing Quarterly*. (4)12, 244-253.
- Milne, G. R., & McDonald, M. A. (1999). *Sport marketing: managing the exchange process*. Jones & Bartlett Learning
- Milne, G. R., & McDonald, M. A. (1999). Motivations of the Sport Consumer. *Sport marketing, Managing the Exchange Process*, 21-38. Jones & Bartlett Learning
- Ranet, A. A. (2006). Why We Watch and Enjoy Mediated Sports. *Handbook of Sports and*

Media, 19.

- Robinson, M. J., & Trail, G. T. (2005). Relationships among spectator gender, motives, points of attachment, and sport preference. *Journal of Sport Management*, 19(1), 58.
- Robinson, M. J., Trail, G. T., Dick, R. J., & Gillentine, A. J. (2005). Fan vs. spectators: An analysis of those who attend intercollegiate football. *Sport Marketing Quarterly*, 14(1), 43-53.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The Motivation Scale for Sport Consumption: Assessment of the Scale's Psychometric Properties. *Journal of Sport Behavior*, 24.
- Wann, D. L. (1995) Preliminary validation of the Sport fan motivation Scale. *Journal of Sport and Social Issues*. 19. 377-396.
- Wann, D. L., Grieve, F. G., Zapalac, R. K., & Pease, G. D. (2008). Motivation Profiles of Sport Fans of Different Sports. *Sport Marketing Quarterly*. 17. 6-19.
- Wann, D. L., Schael, M. P., & Wilson, A. M. (1999). Sport Fan Motivation: Questionnaire Validation, Comparisons by Sport, and relationship to Athletic Motivation. *Journal of Sport Behavior*, 22(1), 114-139
- Wenner, L. A., & Gantz, W. (1989). The audience experience with sports on television. In L. A. Wenner (Ed), *Media, Sports, & society*, 241-269.
- 浦上昌則, 脇田貴文(2008)心理学・社会科学研究のための調査系論文の読み方. 東京図書
- 大石展生, 都竹浩生(2009)Amosで学ぶ調査系データ解析 共分散構造分析をやさしく使いこなす. 東京図書
- 小塩真司(2005)SPSSとAMOSによる心理・調査データ解析 因子分析・共分散構造分析まで. 東京図書
- 小田利勝(2007)SPSS による統計解析入門. プレアデス出版
- 清田美絵(2010)Jリーグ観戦者の観戦回数に影響を及ぼす要因に関する研究 -ヴィッセル神戸戦来場観戦者を対象として-. 日本体育・スポーツ経営学会第33回大会号
- 高田一慶 (2006) わが国の球技系トップリーグ観戦者に関する研究 -クラスター分析を用いた観戦者の分類-. 早稲田大学修士論文要旨集.
- 田部井明美(2001)SPSS完全活用法 共分散構造分析(Amos)によるアンケート処理. 東京図書
- 徳永幹雄大, 橋本公雄 (1980) 体育授業の「運動の楽しさ」に関する因子分析的研究. *健康科学*第2巻, 九州大学, 75-90.
- 豊田秀樹(2000)原因をさぐる統計学 共分散構造分析入門. 講談社.
- 豊田秀樹(2008)共分散構造分析 [Amos 編] 構造方程式モデリング. 東京図書.

阪神甲子園球場公式ホームページ. <http://www.hanshin.co.jp/koshien/brick/>

原田宗彦, 藤本淳也, 松岡宏高 (2008) スポーツマーケティング. 大修館書店.

原田宗彦, 小笠原悦子 (2009) スポーツマネジメント. 大修館書店.

原田宗彦 (2008) スポーツ産業論, 杏林書院.

藤本淳也, 原田宗彦, 松岡宏高 (1996) 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・ロイヤルティに着目して. 大阪体育大学紀要, 27, 51-62.

藤本淳也, 原田宗彦 (2001) 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 : 特に再観戦意図に着目して. 大阪体育大学紀要, 32, 1-11.

藤本淳也, 松岡宏高, James Jeffrey (2002) プロスポーツの観戦動機に関する研究 II : 測定尺度の信頼性と適応性の検討. 日本・体育学会第 53 回大会号.

松岡宏高, 藤本淳也, James Jeffrey (2002) プロスポーツの観戦動機に関する研究 I : 観戦動機の構造と測定尺度の開発. 日本・体育学会第 53 回大会号.

武藤泰明 (2009) スポーツファイナンス. 大修館書店.

村瀬洋一, 高田洋, 廣瀬毅士 (2007) SPSS による多変量解析. オーム社

早稲田大学スポーツビジネス・マネジメント研究室 (2008) J リーグファンの経験価値マネジメント報告書.

綿谷知恵 (2007) 日本におけるアイスホッケーに対する認識についての研究. 早稲田大学卒業論文要旨集.

付録：調査で用いた質問紙

付録1 プレ調査で用いた質問紙

アイスホッケーご観戦の皆様へのアンケート		2010.05.22 早稲田大学 スポーツビジネス マネジメント研究室
このアンケートは、学術研究の資料を収集することを目的に、試合をご観戦の皆様を対象にして実施し、すべて統計的に処理いたします。個人情報保護法に基づき、ご回答いただいた個人情報は第三者へ譲渡されることはございません。以上の主旨をご理解いただき、率直なご回答とご意見をお寄せいただきますようお願い申し上げます。		
1) 応援しているチーム (いくつでも)	1. 早稲田大学 2. 慶應義塾大学 3. なし 4. その他 ()	
2) 昨年のリンクでの観戦回数	() 試合 *今日、初めて観戦する方は(1)試合と記入 (アイスホッケーの試合であれば種類を問いません。)	
3) 初めて観戦したアイスホッケーの試合について	アイスホッケーを初めて観戦されたのは何年前ですか。 また、それは何の試合ですか。(例：アジアリーグ、関東大学リーグ戦) 1. 今回が初めて 2. () 年前 試合名 ()	
4) あなたがアイスホッケーの試合(アジアリーグ、関東大学リーグ戦など)を初めて観戦したきっかけは何ですか(ひとつだけ○)	1. 自分がアイスホッケーをプレイしていたから 2. 家族、親戚、友人がアイスホッケーをプレイしていたから 3. アイスホッケー競技そのものに魅力を感じたから 4. 友人、知人、家族に誘われて 5. チケットをもらったから 6. メディアで知って興味を持ったから →当てはまるものすべてに○をつけてください 媒体： テレビ ・ ラジオ ・ 雑誌 ・ 新聞 ・ HP ・ その他 () 7. その他 (具体的に：)	
5) 今日合計何人で来場しましたか	あなたご自身を含めて () 人	
6) 今日、誰と観戦に来ましたか(いくつでも)	1. ひとり 2. 友人 3. 恋人 4. 家族 5. その他 ()	
7) 新横浜スケートセンターまでの所要時間(片道)	片道およそ()分	
8) 『第56回早慶アイスホッケー定期戦』にご来場されたきっかけは何ですか(いくつでも)	1. アイスホッケー雑誌を見て 2. 友人・知人・家族からの口コミ 3. チーム関係者に誘われて 4. ポスター 5. チームの会報を見て 6. チラシ・パンフレット等の配布物を見て 7. 大学内での宣伝活動 8. 東伏見での宣伝活動(FM西東京も含む) 9. 早慶戦公式ホームページ 10. チーム公式ホームページ 11. チームからの団体勧誘(サークル、体育会など) 12. ジュニアチーム(チームOBに誘われて) 13. その他(具体的に：)	
9) チケットの購入方法(いくつでも)	1. チーム関係者(選手、マネージャー、スタッフから) 2. 各大学HPから 3. 当日券 4. その他(具体的に：)	
10) チケット購入に関する項目について、どのくらい満足していますか(ひとつだけ○)	(一般1000円、学生500円、小・中学生 無料) 1. チケット情報(試合日など)の得やすさ 2. チケット購入方法 3. チケットの値段 とても不満 満足 1. 1 ----- 2 ----- 3 ----- 4 ----- 5 2. 1 ----- 2 ----- 3 ----- 4 ----- 5 3. 1 ----- 2 ----- 3 ----- 4 ----- 5	
11) 早慶戦で行ってほしいイベントはありますか(いくつでも)	1. 現役戦 2. OB戦 3. エキシビジョン 4. 高校戦(早稲田実業、慶應義塾高校による) 5. ちびっこホッケー 6. スケート教室 7. フィギュア部門OB、OGによるエキシビジョン 8. その他(具体的に：)	
12) あなたは今後もアイスホッケーの試合を観戦しようと思いますか(ひとつだけ○)	非常にそう思う どちらでもない まったくそう思わない 5 4 3 2 1	
13) 性別・年齢	1. 男性 2. 女性 () 歳	
14) 在学生、OB、OGの方へ。当てはまる方は○をつけてください	1. 早稲田大学在学 () 年生 2. 慶應義塾大学在学 () 年生 3. 早稲田大学卒業 4. 慶應義塾大学卒業	

15) あなたがアイスホッケーの試合を観戦する理由についてお聞きします。以下の項目それぞれについて、あてはまる番号にひとつだけ○をつけてください。

	まったく そう思わない					非常に そう思う	
1) チームが勝ったときに優越感が得られる-----	1	2	3	4	5	6	7
2) 試合中に素晴らしいプレイを見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
3) ドラマチックな試合を見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
4) アイスホッケーの試合は日々の活動(家事、仕事、勉強)から解放してくれる-----	1	2	3	4	5	6	7
5) 観戦に来るとアイスホッケーに関する知識が増える-----	1	2	3	4	5	6	7

6) レベルの高いアイスホッケーを見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
7) 友人・知人や恋人と一緒に観戦できる-----	1	2	3	4	5	6	7
8) チームとの一体感を得たい-----	1	2	3	4	5	6	7
9) 家族と一緒に観戦できる-----	1	2	3	4	5	6	7
10) アイスホッケーの試合は娯楽として最適だから-----	1	2	3	4	5	6	7

11) アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませてくれる-----	1	2	3	4	5	6	7
12) 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる-----	1	2	3	4	5	6	7
13) 個人プレイの速さを楽しみたい-----	1	2	3	4	5	6	7
14) アイスホッケーを支援することは重要である-----	1	2	3	4	5	6	7
15) チームの勝利が私自身の勝利のように思える-----	1	2	3	4	5	6	7

16) 最後まで勝敗の行方が分からないのがおもしろい-----	1	2	3	4	5	6	7
17) アイスホッケーの試合で華麗なプレイを楽しむ-----	1	2	3	4	5	6	7
18) 観戦に来ることで日常生活に刺激を与えることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
19) アイスホッケーの試合は最後までエキサイティングである-----	1	2	3	4	5	6	7
20) アイスホッケーの試合を観戦することで、アイスホッケーの戦略に詳しくなる-----	1	2	3	4	5	6	7

21) 選手の高い技術を見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
22) 友人・知人や恋人と共に時間を過ごしたい-----	1	2	3	4	5	6	7
23) アイスホッケーとの結びつきは私にとって重要である-----	1	2	3	4	5	6	7
24) 家族と共に時間を過ごすことができる-----	1	2	3	4	5	6	7
25) アイスホッケーの試合観戦は楽しい-----	1	2	3	4	5	6	7

26) アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる-----	1	2	3	4	5	6	7
27) ボディ・コンタクト(激しい体の接触)がおもしろい-----	1	2	3	4	5	6	7
28) バック・スピードの速さを楽しみたい-----	1	2	3	4	5	6	7
29) アイスホッケーの試合はどちらが勝つか分からないということにスリルを感じる-----	1	2	3	4	5	6	7
30) 私はアイスホッケーのサポーターである-----	1	2	3	4	5	6	7

31) チームがよい試合をした時にそのことを誇りに思える-----	1	2	3	4	5	6	7
32) 芸術的なプレイを見たい-----	1	2	3	4	5	6	7
33) 試合中にリードしたりリードされたりする緊張感が好きだ-----	1	2	3	4	5	6	7
34) 試合に来ると日常生活のすべてのことを忘れることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
35) アイスホッケーの技術を見て学ぶことができる-----	1	2	3	4	5	6	7

裏面のアンケートにもどうぞご協力をお願い致します。⇒

15) あなたがアイスホッケーの試合を観戦する理由についてお聞きします。（前ページの続きです）

	まったく そう思わない					非常に そう思う	
36) 日本の一流選手を見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
37) 試合観戦が友人・知人や恋人に会う良い機会となる-----	1	2	3	4	5	6	7
38) 自分がチームの一員であるかのように感じる-----	1	2	3	4	5	6	7
39) アイスホッケーの試合は家族で楽しめる-----	1	2	3	4	5	6	7
40) アイスホッケーの試合観戦中は楽しく過ごせる-----	1	2	3	4	5	6	7

41) 観戦中は、私の攻撃的な感情を好きなように表現できる-----	1	2	3	4	5	6	7
42) 乱闘シーンが見たい-----	1	2	3	4	5	6	7
43) 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい-----	1	2	3	4	5	6	7
44) 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる-----	1	2	3	4	5	6	7
45) 競技者が常に怪我をする危険があることに興奮する-----	1	2	3	4	5	6	7

16) 早慶戦へのご意見、ご感想、選手へメッセージなどございましたらどうぞ！

* 早稲田大学スケート部ホッケー部門では、試合情報、結果、チームイベントなどお送りするメールマガジンを開始致しました。アドレスにメールマガジンの配信を希望される方は以下の欄にご回答下さい。

（回答内容は、メールマガジン配信以外の目的に使用されることはございません）

1) お名前	
2) お住まい	() 都 ・ 道 ・ 府 ・ 県 () 市 ・ 区 ・ 町 ・ 村
3) メールアドレス	@

アンケートは以上です。
このアンケート用紙は出入口の回収箱にお入れ下さい。
ご協力いただきまして誠にありがとうございました。

付録2 本調査で用いた質問紙

アイスホッケーご観戦の皆様へのアンケート		2010.9.26 H.C. TOCHIGI 日光アイスバックス 早稲田大学 スポーツビジネスマネジメント研究室
このアンケートは、今後の日光アイスバックスの試合およびチーム運営を検討すること、ならびに、学術研究の資料を収集することを目的に、試合をご観戦の皆様を対象に実施しております。回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理いたします。個人情報保護法に基づき、ご回答いただいた個人情報は第三者へ譲渡されることはありません。以上の主旨をご理解いただき、率直なご回答とご意見をお寄せいただきますようお願い申し上げます。		
1) 席 種 (ひとつだけ○)	1. S 席 2. A 席 3. 自由席・立ち見 4. キッズパス 5. その他 (具体的に:)	
2) 券 種 (ひとつだけ○)	1. 前売り 2. 当日 3. シーズンシート 4. その他 (具体的に:)	
3) 応援しているチーム (複数可)	1. 日光アイスバックス 2. 王子イーグルス 3. 特になし 4. その他 (具体的に:)	
4) アジアリーグの観戦回数 (ひとつだけ○)	アジアリーグ (旧・日本リーグも含む) の試合をアイスアリーナで実際に観戦するのは 1. 今日が初めて 2. 今日で 2 回目 3. 3 回以上	
5) 観戦年数 () 年 (今シーズンが初めての方は 1 年)	6) 合計何人で来ましたか あなたご自身を含め () 人	
7) 誰と来ましたか (複数可)	1. ひとり 2. 友人 3. 恋人 4. 家族 5. 職場の仲間 6. その他 ()	
8) 会場の食事について (ひとつだけ○)	1. 買うつもりはない 2. 欲しい商品がない 3. とにかく安いものがよい 4. とにかく美味しいものがよい 5. その他 (具体的に:)	
9) 応援グッズについて (ひとつだけ○)	1. 買うつもりは無い 2. 欲しい商品が無い 3. 興味はある 4. いつも購入している 欲しい商品 (具体的に:)	
10) 試合観戦回数を減らすと思われる理由をお伺いします。 (複数可)	1. チケットの値段 2. 家から距離が遠い 3. 会場が寒い 4. チームが弱い 5. メディアの情報に満足 6. 選手を知らない 7. 家族と一緒にににくい 8. 週末は忙しい 9. その他 (具体的に:)	
11) 試合観戦回数を増やすと思われる理由をお伺いします。 (複数可)	1. 駐車場・交通アクセスの改善 2. 競技力のレベルアップ 3. スター選手の招へい・育成 4. チケット料金の値下げ 5. 継続的な情報発信 6. ファンサービス・イベントの実施 7. 試合演出 8. 安全快適なリンク運営 (寒さ対策) 9. その他 (具体的に:)	
12) 性別 1. 男性 2. 女性	13) 年齢 () 歳	
14) お住まい (郵便番号)	() - ()	
15) 会場までの所要時間	() 分 * 分単位でご記入ください。自宅から会場までの所用時間です。	

16) あなたがアイスホッケーの試合を観戦する理由についてお聞きします。以下の項目それぞれについて、あてはまる番号にひとつだけ○をつけてください。

	まったく そう思わない	1	2	3	4	5	6	非常に そう思う
1) チームが勝ったときに優越感が得られる-----		1	2	3	4	5	6	7
2) 試合中に素晴らしいプレイを見ることができる-----		1	2	3	4	5	6	7
3) ドラマチックな試合を見ることができる-----		1	2	3	4	5	6	7
4) アイスホッケーの試合は日々の活動(家事、仕事、勉強)から解放してくれる-----		1	2	3	4	5	6	7
5) 観戦に来るとアイスホッケーに関する知識が増える-----		1	2	3	4	5	6	7

6) レベルの高いアイスホッケーを見ることができる-----		1	2	3	4	5	6	7
7) 友人・知人や恋人と一緒に観戦できる-----		1	2	3	4	5	6	7
8) チームとの一体感を得たい-----		1	2	3	4	5	6	7
9) 家族と一緒に観戦できる-----		1	2	3	4	5	6	7
10) アイスホッケーの試合は娯楽として最適だから-----		1	2	3	4	5	6	7

裏面のアンケートにもどうぞご協力をお願い致します。⇒

16) あなたがアイスホッケーの試合を観戦する理由についてお聞きます。（前ページの続きです）

	まったく そう思わない				非常に そう思う		
11) アイスホッケーの攻撃的なプレイ・スタイルは、私を楽しませてくれる-----	1	2	3	4	5	6	7
12) 危険なプレイを通して、スリル感を味わえる-----	1	2	3	4	5	6	7
13) 個人プレイの速さを楽しみたい-----	1	2	3	4	5	6	7
14) アイスホッケーを支援することは重要である-----	1	2	3	4	5	6	7
15) チームの勝利が私自身の勝利のように思える-----	1	2	3	4	5	6	7

16) 最後まで勝敗の行方が分からないのがおもしろい-----	1	2	3	4	5	6	7
17) アイスホッケーの試合で華麗なプレイを楽しむ-----	1	2	3	4	5	6	7
18) 観戦に来ることで日常生活に刺激を与えることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
19) アイスホッケーの試合は最後までエキサイティングである-----	1	2	3	4	5	6	7
20) アイスホッケーの試合を観戦することで、アイスホッケーの戦略に詳しくなる-----	1	2	3	4	5	6	7

21) 選手の高い技術を見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
22) 友人・知人や恋人と共に時間を過ごしたい-----	1	2	3	4	5	6	7
23) アイスホッケーとの結びつきは私にとって重要である-----	1	2	3	4	5	6	7
24) 家族と共に時間を過ごすことができる-----	1	2	3	4	5	6	7
25) アイスホッケーの試合観戦は楽しい-----	1	2	3	4	5	6	7

26) アイスホッケーは私の攻撃的な本能を解放してくれる-----	1	2	3	4	5	6	7
27) ボディ・コンタクト（激しい体の接触）がおもしろい-----	1	2	3	4	5	6	7
28) パック・スピードの速さを楽しみたい-----	1	2	3	4	5	6	7
29) アイスホッケーの試合はどちらが勝つか分からないということがおもしろい-----	1	2	3	4	5	6	7
30) 私はアイスホッケーのサポーターである-----	1	2	3	4	5	6	7

31) チームが良い試合をしたことを誇りに思える-----	1	2	3	4	5	6	7
32) 芸術的なプレイを見たい-----	1	2	3	4	5	6	7
33) 試合中にリードしたりリードされたりする緊張感が好きだ-----	1	2	3	4	5	6	7
34) 試合に来ると日常生活のすべてのことを忘れることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
35) アイスホッケーの技術を見て学ぶことができる-----	1	2	3	4	5	6	7

36) 日本の一流選手を見ることができる-----	1	2	3	4	5	6	7
37) 試合観戦が友人・知人や恋人に会う良い機会となる-----	1	2	3	4	5	6	7
38) 自分がチームの一員であるかのように感じる-----	1	2	3	4	5	6	7
39) アイスホッケーの試合は家族で楽しめる-----	1	2	3	4	5	6	7
40) アイスホッケーの試合観戦中は楽しく過ごせる-----	1	2	3	4	5	6	7

41) 観戦中は私の攻撃的な感情を好きなように表現できる-----	1	2	3	4	5	6	7
42) 乱闘シーンはエキサイティングである-----	1	2	3	4	5	6	7
43) 選手間の連携プレイの速さを楽しみたい-----	1	2	3	4	5	6	7
44) 試合を観戦することが、アイスホッケーの支援につながる-----	1	2	3	4	5	6	7
45) 選手が常に怪我をする危険あることにハラハラ・ドキドキする-----	1	2	3	4	5	6	7

アンケートは以上です。
大変お手数ですが、お帰りの際に出口のアンケート回収BOXにお入れ下さい。
ご協力、誠にありがとうございました。

謝辞

早稲田大学大学院に入学してから、短かったようで長い、長かったようであつと言う間の2年が経とうとしています。社会人から学生へ戻る私を受け入れていただき、ご指導ご鞭撻を賜りました原田宗彦先生には心から深く感謝申し上げます。

また、修士論文作成にあたり、ご指導くださいました武藤泰明先生・松岡宏高先生、社会人ゼミの聴講を快く受け入れてくださった間野義之先生、大学院進学の際に助言くださった倉石平先生、青木幹典氏にも厚く御礼申し上げます。

そして、ゼミ等を通じて貴重なご意見をいただいた助手の大西孝之先生、齋藤れいさん、博士課程・修士課程の皆さん、研究室を共にした木村研究室、武藤研究室、間野研究室、松岡研究室の皆さんにも感謝してやみません。先輩方には丁寧に研究の手ほどきをいただきました。同期とはこれからの話をたくさんしました。素晴らしい先輩、同期、後輩に恵まれたおかげで充実した2年間を過ごすことができました。修了後もどこかでまた一緒に何かができることを祈っています。

中村研究室、平田研究室、間野研究室の社会人修士1年制の皆様の存在は、同じ社会人修士生として大きな励み、目標であり、一生の宝です。深く感謝申し上げます。多彩なバックグラウンドを持つ方々と純粋にスポーツ界の未来を語り合う時間は、最高に楽しく贅沢なものでした。

調査協力をいただきました、アジアリーグ・ジャパンオフィス事務局の小島潤也様、山口盛之様、フリーブレイズの並木浩司様、H.C.TOCHIGI日光アイスバックスのスタッフの皆様、栃木県アイスホッケー連盟の皆様、日光明峰高校アイスホッケー部の皆様、早稲田大学スケート部ホ

ッケー部門のコーチであり木村研究室博士課程の早乙女誉さん、マネージャー安田亜実さん、吉村由美子さんにも感謝の意を表します。 不手際も多々ありご面倒をおかけしましたが、皆様のおかげで無事に調査を進めることができました。誠に有難うございました。

社会人であるにも関わらず、インターン生として受け入れてくださり、温かくご指導くださいました株式会社スポーツマーケティングラボトリーの荒木重雄様、早田泰三様はじめスタッフの皆様にも厚く御礼申し上げます。仕事の厳しさと喜び、夢を追うひたむきさを改めて教えていただきました。

地元の香川と第二の故郷・高崎の恩師、大先輩、先輩、同僚、後輩、友人の皆様にも、常に叱咤激励いただき、誠に有難うございました。離れていても大切な故郷です。皆様の存在や思い出がいつも私を後押ししてくれました。いつか恩返しができる人間になれるよう精進します。

最後になりましたが、私の大学院進学を黙って見守ってくれた父と、常に心の中にいる母、そして家族に、これまでもこれからも変わらぬ感謝の気持ちを表します。 いつも本当に有難う。

2011 年 1 月 冬枯れの学び舎・東伏見にて

丸 朋子