

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 –

スポーツビジネス研究領域

5009A078 丸朋子

研究指導教員 原田宗彦 教授

1. 序論

企業スポーツがバブル経済崩壊と共に衰退の途を辿り、昨今、地域密着型スポーツが浸透した。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。スポーツチームにとってチケット収入は主な収入源であり、観戦者数の確保は安定したチーム運営のための経営課題である。また、スポーツ観戦者の行動を理解する上で観戦者の動機を把握することは、スポーツメーカーにとって重要な課題の一つであり、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(松岡,2002)。さらに、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である(Wann,2008)。

現在、アイスホッケー・トップリーグの経営は、チーム数の減少や人気低迷によって危機的状况にある。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という人が多く、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は可能性が残されている。それゆえ、アイスホッケーに特有の観戦動機の解明は、今後の集客マーケティングにおいて重要なデータを提供してくれると考える。

2. 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。

3. 先行研究

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。またRobinsonら(2005)が、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、と指摘する一方で、スポーツの観戦動機に男女差があると指摘する先行研究は多数ある。観戦回数において、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。

観戦動機測定尺度の開発においては、近年、研究者によって改良が試みられてきた。Wann(1995)が尺度を開発し、Milne&McDonald(1999)、Trail&James(2001)によって研究が発展した。さらに松岡ら(2002)は、プロスポーツの観戦動機の構造を確認し、それを基に10因子32項目からな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。

競技毎の観戦動機に関する研究は少なくWann(2008)は、アイスホッケー競技を含む13種類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。

4. 研究方法

＜予備調査＞3回の予備調査を行い、自由記述回答による322のアイスホッケー特有の観戦動機を収集した。

- ① 2009年12月19日(土)早慶アイスホッケー定期戦
 - ② 2009年12月26日(土)アジアリーグ(東北FB)
 - ③ 2010年2月6日(土)アジアリーグ(東京集結試合)
- KJ法と先行研究による競技特有の観戦動機の精査を行い、SSMSの構成因子にあてはまらない4カテゴリーを抽出・命名し、質問項目を作成した。結果、アイスホッケー特有の観戦動機4因子13項目が作成された。これらを基本モデルのSSMSに加え、観戦動機測定尺度「SSMS・IHVer(14因子45項目)」を作成した。

＜プレ調査＞2010年5月22日(土)早慶アイスホッケー定期戦(横浜市)において、「SSMS・IHVer」のテストを行った。119の有効回答が得られ、尺度の信頼性と

妥当性を分析した結果、課題はあるものの許容範囲内であると判断し、プレ調査で用いた尺度を本調査に用いることとした。

＜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, H.C. TOCHIGI 日光アイスバックス vs 王子イーグルス 2 回戦(日光市)で本調査を行った。調査対象者は試合観戦者(11 歳以上の男女)で、調査方法は調査紙を全員に配布し留置法を用いた。調査項目は「SSMS・IHVer (14 因子 45 項目)」で、7 段階尺度で回答してもらった。結果、332 の有効回答(男性 56.0%, 女性 44.0%, 平均年齢 41.5 歳)が得られた。

5. 結果と考察

尺度の信頼性と妥当性などを検証した結果、「攻撃」因子の項目 1 を削除し、本研究の測定尺度は 14 因子 44 項目と再設定して分析を行った。結果、尺度の信頼性を示す Cronbach の α 係数は.68 から.93 の値を示した。尺度の妥当性は十分ではないが妥当な値を得た(表 1)。

表 1: 確認的因子分析の適合度指標結果

確率	χ^2/df	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
.000	2.819	.758	.704	.844	.074

以上のことから、アイスホッケー競技特有の観戦動機 4 因子 12 項目が明らかとなった。また、因子毎に因子の平均値に高低が認められた(表 2)。

男女差、観戦回数、男女×観戦回数による観戦動機の差異は全面的には認められなかった。しかしながら、男女差においては 2 因子に(表 3)、観戦回数においては 1 因子 2 要因に(表 4)、男女差と観戦回数においては 6 因子に 7 要因に有意な結果が得られた(表 5, 6)。特に「支援」因子に関しては、複数の有意差が得られ、顕著な結果となった。

総括として、競技特有の観戦動機は存在し、因子によって因子の平均点に高低がある。複数の観戦者属性から観戦動機の実分析を行い、多面的に判断することで、集客マーケティングの有益な資料になりうると考える。

6. 研究の限界と課題、今後の展望

研究の限界として、他競技への汎用性に欠けること、調査対象試合による結果の差異が検討できなかったこと、モデルの適合度の低さなどが挙げられる。他競技・他試合での比較検討とモデルの検討が課題である。今後の展望として、他の人口統計的基準や行動特性での調査、分析を継続的に行うこと、他競技への応用などにより、様々なスポーツマネジメントの一助になれば幸いである。

表 2: アイスホッケー競技特有の観戦動機
(構成要素/定義/項目/因子の平均値/標準偏差(SD)/ α)

攻撃 (Aggression)	平均値 4.84, SD 1.57, α .86
定義「攻撃的な・迫力のあるプレイを楽しむ」	
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)	平均値 5.95, SD 0.94, α .75
定義「プレイに関するスピード感を楽しむ」	
1. 個人プレイの速さを楽しみたい	
2. バック・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)	平均値 5.04, SD 1.34, α .80
定義「危険なプレイや乱闘を通して、スリルや興奮を求める」	
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)が面白い	
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)	平均値 6.12, SD 1.00, α .74
定義「リーグや競技の存続を願い、支援する」	
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	

α : Cronbach の α 係数

表 3: 「男女」別 (t 検定)

因子	男性		女性		t 値
	平均値	SD	平均値	SD	
家族	4.72	1.80	5.22	1.70	2.57*
攻撃	5.06	1.58	4.57	1.53	2.83**

表 4: 「観戦回数」別 (分散分析)

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

表 5: 「男女」×「観戦回数」別

従属変数	観戦回数	(I) (J)	(I-J)	標準誤差
		性別	平均値の差	
交流	3 回以上 (1~9 年)	男性女性	-0.56*	0.25
所属	3 回以上 (10 年以上)	男性女性	0.40*	0.18
家族	3 回以上 (1~9 年)	男性女性	-0.68*	0.30
攻撃	3 回以上 (10 年以上)	男性女性	0.65*	0.25

表 6: 「男女」×「観戦回数」別 (観戦回数間比較)

従属変数	性別	(I)	(J)	(I-J)	標準誤差
知識	女性	観戦回数	観戦回数	平均値の差	
		初観戦	3 回以上 (10 年以上)	1.00*	0.37
支援	男性	初観戦	3 回以上 (1~9 年)	-0.89*	0.31
支援	男性	初観戦	3 回以上 (10 年以上)	-1.03*	0.30

* $p<.05$ ** $p<.01$ (表 3~6 は有意な項目のみ記載)