

2011年度 修士論文

スタジアムの雰囲気再観戦意図に与える影響

The effects of stadium atmosphere
on attendance intention

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科
スポーツ科学専攻 スポーツビジネス研究領域

5010A067-5

橋本 拓哉

HASHIMOTO, Takuya

研究指導教員： 原田 宗彦 教授

目次

第1章 序論	1
第1節 緒言	1
第1項 プロスポーツクラブの収入構造	1
第2項 プロスポーツクラブによるスタジアム運営	2
第3項 消費空間における雰囲気概念	3
第2節 先行研究の検討	3
第1項 消費者行動研究における雰囲気	3
第2項 スポーツ研究における雰囲気	4
第3節 研究の目的	5
第4節 用語の定義：スタジアムの雰囲気	6
第2章 測定尺度の開発	7
第1節 本研究のフレームワーク	7
第2節 スタジアムの雰囲気測定尺度の開発	8
第1項 測定尺度項目の抽出と精査：予備調査1	8
第2項 潜在因子の抽出：予備調査2	10
第3項 まとめ	14
第3節 スタジアム環境測定尺度の開発	14
第1項 測定尺度項目の抽出と精査：予備調査1	14
第2項 潜在因子の抽出：予備調査3	17
第3項 まとめ	20
第3章 結果・考察	21
第1節 順序データの収集：本調査	21
第1項 本調査概要	21
第2項 サンプルの特性	23
第2節 スタジアムの雰囲気構成概念の検討	25
第1項 スタジアムの雰囲気測定尺度の妥当性・信頼性の検討	26
第2項 スタジアムの雰囲気の因子構造の再検討	28
第3項 修正したスタジアムの雰囲気測定尺度の検討	29

第4項	スタジアムの雰囲気の構成概念に関する考察	32
第5項	まとめ	32
第3節	スタジアム環境の検討	33
第1項	スタジアム環境測定尺度の妥当性・信頼性の検討	33
第2項	スタジアム環境の考察	36
第3項	まとめ	36
第4節	スポーツ観戦者行動モデルにおけるスタジアムの雰囲気の影響の検討	37
第1項	スタジアム環境がスタジアムの雰囲気を与える影響の検討	40
第2項	スタジアムの雰囲気が再観戦意図及び満足度を与える影響の検討	41
第4章	結論	43
第1節	結果のまとめ	43
第2節	クラブ及びクラブ関係者への提言	44
第3節	研究の限界と今後の課題	45
資料		48
参考・引用文献一覧		50
付録		54

図表目次

図 1	本研究のフレームワーク	7
図 2	スタジアムの雰囲気の確認的因子分析モデル（本調査）	27
図 3	修正したスタジアムの雰囲気の確認的因子分析モデル	30
図 4	スタジアム環境確認的因子分析モデル（本調査）	35
図 5	SEM 分析結果	38
表 1	スタジアムの雰囲気測定尺度項目バッテリー	10
表 2	探索的因子分析の結果（予備調査 2）	12
表 3	スタジアムの雰囲気を構成する因子の定義	13
表 4	スタジアム環境測定尺度項目バッテリー	16
表 5	探索的因子分析の結果（予備調査 3）	18
表 6	サンプルの人口統計的特性（本調査）	24
表 7	サンプルの行動的特性（本調査）	25
表 8	スタジアムの雰囲気の適合度指標結果（本調査）	27
表 9	IT 相関分析結果（本調査）	28
表 10	修正したスタジアムの雰囲気の適合度指標結果（本調査）	30
表 11	スタジアムの雰囲気因子間相関係数の平方と AVE	31
表 12	修正したスタジアムの雰囲気構成因子の定義	32
表 13	スタジアムの雰囲気測定尺度のまとめ（本調査）	33
表 14	スタジアム環境の適合度指標結果（本調査）	35
表 15	スタジアム環境測定尺度のまとめ（本調査）	37
表 16	確認的因子分析の適合度指標結果	38
表 17	SEM 分析におけるパス係数のまとめ（本調査）	39

第 1 章 序論

第 1 節 緒言

第 1 項 プロスポーツクラブの収入構造

現在 J リーグは、準加盟クラブであった松本山雅、町田ゼルビアが J2 への入会が承認され、2012 シーズンから J1 が 18 クラブ、J2 が 22 クラブとなった（日本経済新聞、2011 年 12 月 13 日）。1993 年に合計 10 クラブで開幕した J リーグは、約 20 年間で 40 クラブまで確実にクラブ数を増やしている。また、J2 と JFL 所属クラブによる入れ替え方式の導入に関する議論もされており（日本経済新聞、2011 年 12 月 13 日）、今後一層のリーグ発展が見込まれる。更に J リーグは 2013 年から、クラブライセンス制度を導入する予定である。クラブライセンス制度は、毎年、各クラブの財務面、施設面などを厳しく審査し、基準を満たしたクラブにライセンスを交付するものである。取得できないクラブは J1、J2 に参戦できず JFL へ降格となる。継続的に審査を行うことで、クラブの経済危機を防ぐことができると考えられている。この審査の中でも厳しいのが財務基準であり、債務超過、あるいは 3 年連続赤字のクラブには原則としてライセンスが下りないため（日本経済新聞、2011 年 5 月 31 日）、既存のクラブだけでなく J リーグへの加盟を目指すクラブも安定したクラブ運営が必要とされる。

プロスポーツクラブの収入源はチケット収入、放送権収入、広告料収入、商品収入であり、その中でもチケット収入は主たる収入源である（武藤、2008）。北米の四大スポーツリーグのひとつである MLB の各クラブは、スタジアムにおける営業権をかなり有利な条

件で獲得し、ラグジュアリー・ボックスやラグジュアリー・シート、看板広告料などによって高い収益を挙げることに成功している（原田・小笠原，2008）。また、イギリスのプレミアリーグでは、チェルシーFCのようにホテル、コンベンションホールをチェルシービレッジの名の下にスタジアムと複合化し、高いホスピタリティー収入を得ているクラブもある（間野，2007）。現在，日本では収入の増加を狙い，京都と北九州において新スタジアム建設の計画が立てられている（日本経済新聞，2011年8月5日・12月10日）。しかしJリーグでは，ほとんど全てのスタジアムが地方自治体の管理運営下にあり（間野，2007），観戦環境を向上させてファンサービスを行いたいと考えても，なかなか実現できない状況にある（SMR，2008）。

第2項 プロスポーツクラブによるスタジアム運営

2003年9月の地方自治法の一部改正により，「公（おおやけ）の施設」の管理運営の規制が緩和され，民間事業者が「指定管理者」になれるようになった（間野，2007）。この制度を利用し，鹿島アントラーズやアルビレックス新潟などの一部のクラブは，ホームスタジアムの指定管理者としてスタジアム経営を行い，来場者のサービスの充実を図っている。指定管理者制度を利用していないクラブでも，スタジアム外にフードコートや各種アトラクションを設置し，観戦者へのサービスの充実を図っている。高井（2007）が「ゲーム」以外での場づくりを整え，顧客へのサービスを付加し，顧客が費やした「カネ」と「時間」に対する満足度が高まるように努力すべきであると指摘しているように，スタジアムという空間をいかに創り上げるかが重要であるといえる。

第3項 消費空間における雰囲気概念

スタジアムのような消費空間に関する研究は、主に消費者行動研究で行われてきた。中野（2005）は、様々な言葉が使われていた店舗環境を表す概念に関し、既存研究で使われていた「雰囲気」「物理的環境」「サービスエンカウンター」「サービススケープ」の4つの概念をまとめ整理した。その中の「雰囲気」の概念を初めて提唱した Kotler（1973）は、ビジネスマンは実践的で機能的な考えをすることや、雰囲気がコミュニケーションにおいて“silent language”であることから、雰囲気はマーケティングツールとして無視されてきたと述べている。この点に関し、買い物をする店舗決定や商品の購買決定をする際、その決定要因のひとつとして、外観や内装等を含めた店舗の雰囲気が重要な要素のひとつになり得ることや（高柳，2002）、購買決定において、雰囲気は製品以上に影響力があることが報告されている（Kotler，1973）。原田（2008）はスポーツマーケティングの重要な課題のひとつは、一度来場したスポーツ参加者、またはスポーツ観戦者に、再び来てもらう努力をすることであると述べていることから、雰囲気はスポーツにおいても活用可能なマーケティングツールであると考えられる。以上より、本研究ではプロスポーツクラブがマーケティングを展開する上で、有益な基礎資料を得るために、スタジアムの雰囲気に着目した。

第2節 先行研究の検討

第1項 消費者行動研究における雰囲気

コトラー（2008）が雰囲気とは、消費者の気持ちを購入に傾かせるための「パッケージ

された環境」と定義しており、この定義を参考にして多くの研究が環境心理学の枠組みを用いて研究を行っている。環境心理学とは、特定の環境とそこで行動している人間を互いに影響を及ぼし合う、分けることのできない構成単位と考え、その関係を研究する学問である（羽生，2008）。この枠組みの下、Buckley（1987）が店舗の雰囲気を経験を通じて、店舗内の刺激が消費行動に関連していると報告している。その他、色、音楽、密集のような雰囲気の刺激に着目し、その刺激が評価（満足度や店舗イメージなど）や、行動的反応（滞留希望や販売数、衝動的な購買など）に与える影響が調べられているように（Turley and Milliman, 2000）、消費者行動における雰囲気の研究は、店舗の環境要因に着目し、その環境要因が消費者に与える影響が調査されている。

第2項 スポーツ研究における雰囲気

雰囲気は、スポーツにおいても様々な指摘がされている。浅井（1989）は選手の卓越したパフォーマンスと、観客を巻き込んだ独特の雰囲気が、ウィンブルドンという高品質なサービス商品を生むと述べている。また上田ら（2008）は球場特有の「場の雰囲気」による生理的喚起が、試合内容の「おもしろさ」の評価に影響していると報告していることから、スタジアムの雰囲気は観戦者に影響を与えることが予想される。また，Uhrich and Benkenstein（2010）が、スタジアムに広がっている雰囲気は、中心的価値に対する拡大的価値を提供するだけでなく、独特なエンターテインメント価値をつくると指摘している。プロスポーツイベントはエンターテインメントであり、観戦者はエンターテインメントを重要な動機としてスタジアムを訪れるため（藤本ら，2002）、スタジアムの雰囲気は店舗と同

様に重要な要素であるといえる。

スタジアムの雰囲気に関して，Uhrich and Benkenstein（2010）は環境心理学の枠組みを用いて，スタジアムの雰囲気の先行要因を調査し，「主催者」「観戦者」「試合展開」「スタジアム構造」からの刺激が，スタジアムの雰囲気に影響を与えていることを概念的に明らかにした．Wakefield and Blodgett（1994）は，サービススケープが雰囲気に影響を与えると報告しており，スタジアムの環境要因がスタジアムの雰囲気に影響を与えると考えられる．また，雰囲気が観戦者に与える影響として，Uhrich（2006）が，雰囲気はチケットの再購入などを引き起こすと述べており，Yoshida and James（2010）は，試合の雰囲気が試合の満足度に影響を与えることを明らかにしている．しかし，消費者行動に対するスタジアムの雰囲気の効果は，小売店よりも強い可能性があるにも関わらず（Uhrich and Benkenstein, 2010），観戦者がスタジアムの雰囲気に対し，何を感じるかを体系立てた研究はみられない（Charleston,2008）．また，マーケティングの立場，若しくは消費者行動論の視点からの雰囲気に関する研究や（高柳，2002），理論的な構造や経験的研究へ利用可能にする研究として，スポーツスタジアムの雰囲気に関する研究はこれまで試みられていないのが現状である（Uhrich and Benkenstein, 2010）．

第3節 研究の目的

本研究はJリーグ観戦者を対象として，①スタジアムの雰囲気の構成概念を検討すること，②スタジアムの雰囲気の先行要因（以下，スタジアム環境）を検討すること，また③スタジアム環境がスタジアムの雰囲気に与える影響を検討すること，そして④スタジアム

の雰囲気は再観戦意図及び観戦満足度へ与える影響を検討することを目的とした。

第4節 用語の定義：スタジアムの雰囲気

雰囲気概念は、これまで単一の態度や、“よい”雰囲気というような曖昧な次元を伴い概念化されていると指摘されているが (Donovan and Rossiter, 1982), Yoshida and James (2011) は、美的品質の構成要因として試合の雰囲気を挙げている。また Buckley (1987) は、店舗の雰囲気は感情的要素と認知的要素を含んでいると述べていることから、雰囲気は多義的な概念であるといえる (小川, 2001)。

雰囲気は、知覚対象であって実際の知覚において経験される他はなく、その知覚の際には、常にある主観的な関与が見られることから (ベーム, 2006)、雰囲気は主観的に知覚するものであるといえる。

また雰囲気は、空間の環境の質 (Kotler, 1973) や非視覚的な感覚に影響を与える無形の背景的特性 (Ryu and Jang, 2007) と定義づけられている。場の固有性の捉え方を研究した山内・清水 (2010) は、街の雰囲気は、その場の個性や特徴、性格や特性といったその場に固有な性質、すなわち場の固有性のことと述べている。

以上から、本研究におけるスタジアムの雰囲気を「観戦者が知覚したスタジアムの固有な性質」とする。なおスタジアムの雰囲気は、試合やそれに伴うイベントが開催されている時間に感じる雰囲気を指すこととする。

第2章 測定尺度の開発

第1節 本研究のフレームワーク

本研究は、図1に示したように、まず「尺度の開発」を行うために「1.項目の抽出」、「2.因子の抽出」を行う。次に「目的の検証」をするために「3.順序データの収集及びデータの分析」を実施し、段階を踏んで研究を進めた。本章では、第2節においてスタジアムの雰囲気測定尺度を、第3節ではスタジアム環境測定尺度の開発に関する各段階の手続きを詳述する。

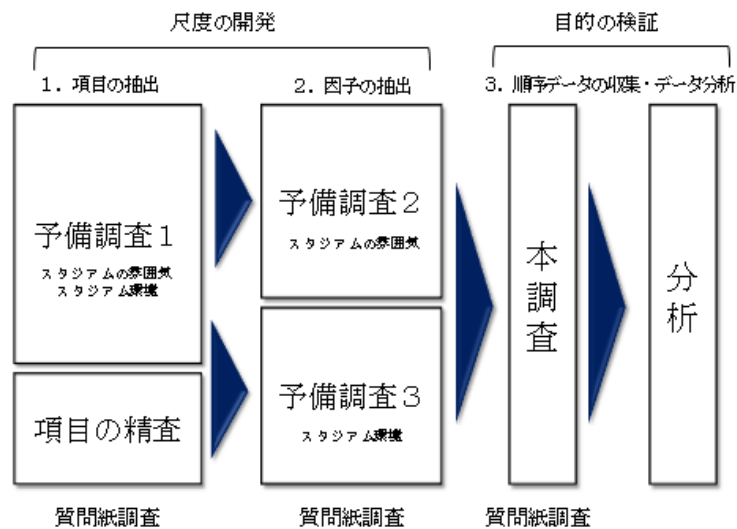


図1 本研究のフレームワーク

本研究ではSD法（Semantic Differential Technique）を用いてスタジアムの雰囲気を測定した。SD法はアメリカの心理学者であるオズグッドが概念（対象）の意味の測定のために開発した方法であり（市原，2009），反対の意味を持つ形容詞を尺度の両端に置いた評定尺度群を用いて，形容詞対に対する反応をもとに，人がある対象に抱く情緒的意味

を測定する手法である（鈴木・行場，2001）．測定法は極めて簡便であり，心理現象や社会現象などの諸問題が視覚的に解明されるため，理解が非常に容易であり（村田，1970），環境や空間に対する印象の検討に有効な手法とされている（大石ら，2003）．また斉藤（1978）は，対象の評価が多次元的要素を持つ場合には，SD 法による基本尺度の抽出を行い，それぞれの尺度を評定項目として，刺激との対応関係を求めることは SD 法の有効な使用方法であると述べていることから，SD 法はスタジアムの雰囲気概念の測定やその影響を調査するのに有効な手法であると判断し，本研究で採用することとした．

第 2 節 スタジアムの雰囲気測定尺度の開発

第 1 項 測定尺度項目の抽出と精査：予備調査 1

1. 調査対象

調査対象は，正田醤油スタジアム群馬に来訪した観戦者とした．調査対象試合は，2011 年 J リーグディビジョン 2 のリーグ戦で，7 月 2 日（土）第 19 節ザスパ草津 vs 水戸ホーリーホックの試合とした．調査場所は，ザスパ草津のホームスタジアムである正田醤油スタジアム群馬とし，対象試合の観客数は 3,654 人であった．質問紙は 384 部配布し，有効回答数は 236 部であった．調査対象者は，男性 162 名，女性 74 名であった．

2. 調査方法

調査は，訪問留め置き法による質問紙調査で実施された．スタジアムの開門から試合開始約 15 分前までの約 1 時間 30 分の間に，会場に着席している観戦者に対し質問紙が配布，

回収された。調査員はそれぞれ担当するブロックで観戦者の年齢層と男女比を確認し、ブロック全体を反映するようにサンプルを抽出した。また調査員には、観戦者の来場時間によってサンプルに偏りが生じないように、観戦者のスタジアムへの入りを見てサンプル抽出のペース配分を考慮させた。

質問項目は、「試合中に感じる正田醤油スタジアム群馬の雰囲気を表す言葉（形容詞などを用いて）を思いつく限りお答えください」と設定し、自由記述方式にて回答を得た。調査で用いた質問紙を巻末に付録 1 として添付する。

3. 測定尺度項目バッテリーの作成

予備調査 1 を通して、スタジアムの雰囲気を表す 240 の言葉が収集された。これらの項目を、SD 法に使用された形容詞をまとめた井上・村上（1985）の研究を参考に、スポーツマネジメント専攻の博士課程在籍の大学院生 1 名と重複する項目の削除、精査を行った。以上の手続きを経た結果、スタジアムの雰囲気を表していると考えられる 29 の形容詞を抽出した。この形容詞に反対語対象辞典（1998）を用いて対義語を設定し、予備調査 2 の質問項目に採用した（表 1 参照）。

表 1 スタジアムの雰囲気測定尺度項目バッテリー

No	項目		No	項目			
1	良い	-	悪い	16	こじんまり	-	大がかりな
2	親しみやすい	-	親しみにくい	17	幸福な	-	不幸な
3	明るい	-	暗い	18	鋭い	-	鈍い
4	温かい	-	冷たい	19	派手な	-	地味な
5	熱い	-	冷めた	20	大きい	-	小さい
6	勢いづいた	-	がっかりした	21	かっこいい	-	かっこわるい
7	意欲的な	-	無気力な	22	動的な	-	静的な
8	まとまった	-	バラバラな	23	のんびり	-	緊張した
9	ゆったり	-	窮屈な	24	優しい	-	厳しい
10	生き生きした	-	しずんだ	25	楽しい	-	苦しい
11	落ち着いた	-	慌てた	26	陽気な	-	陰気な
12	男性的な	-	女性的な	27	賑やか	-	寂しい
13	面白い	-	つまらない	28	激しい	-	穏やか
14	きれい	-	きたない	29	活発な	-	不活発な
15	気持ちがいい	-	気持ちが悪い				

第2項 潜在因子の抽出：予備調査2

1. 調査対象

調査対象は、国立競技場に来訪した観戦者とした。調査対象試合は、2011年Jリーグデ
イビジョン2のリーグ戦で、8月27日（土）第26節東京ヴェルディ vs ロアッソ熊本の
試合とした。調査場所は、東京ヴェルディのホームスタジアムのひとつである国立競技場
とした。対象試合の観客数は4,602人であった。質問紙は466部配布し、有効回答数は356
部であった。調査対象者は、男性218名、女性129名であった。

2. 調査方法

調査は、訪問留め置き法による質問紙調査で実施された。スタジアムの開門から試合開
始約15分前までの約1時間30分の間に、会場に着席している観戦者に対し質問紙が配布、

回収された。調査員はそれぞれ担当するブロックで観戦者の年齢層と男女比を確認し、ブロック全体を反映するようにサンプルを抽出した。また調査員には、観戦者の来場時間によってサンプルに偏りが生じないように、観戦者のスタジアムへの入りを見てサンプル抽出のペース配分を考慮させた。

質問項目は、「あなたが感じる国立競技場の雰囲気を表す言葉として、以下の項目はどの程度あてはまりますか」とし、前項で設定したスタジアムの雰囲気を表す形容詞対を配置した。回答者には 7 件法を用いて回答を得た。調査で用いた質問紙は巻末に付録 2 として添付する。

3. 結果

(1) スタジアムの雰囲気の潜在因子の抽出

予備調査 2 で得られたデータを用いてスタジアムの雰囲気を構成する潜在因子を抽出するために、SPSS 11.0 の統計ソフトを用いて、主因子法、プロマックス回転による探索的因子分析を実施した。まず各項目の天井効果及び床効果を確認し、全ての項目において両効果が確認されなかったため全 29 項目で分析を行った。その後、先行研究にならい因子数は固有値 1 以上の基準を設け、因子負荷量が.40 以上を分析対象として因子分析を繰り返した。その結果、29 項目あった質問項目が 21 項目となり、4 因子が抽出された。累積寄与率は 60.09%であった。各因子の信頼性を示すクロンバック α 係数は.69 から.93 の間をとり、尺度の信頼性に関して十分な値を得たと判断した。(表 2 参照)。

表 2 探索的因子分析の結果（予備調査 2）

因子名 α	項目	負荷量			
		1	2	3	4
アクティブ (0.93)	激しい-穏やかな	1.00			
	活発な-不活発な	0.86			
	賑やかな-寂しい	0.74			
	陽気な-陰気な	0.73			
	動的な-静的な	0.61			
	派手な-地味な	0.56			
	楽しい-苦しい	0.49			
	かっこいい-かっこわるい	0.45			
パッション (0.91)	意欲的な-無気力な		0.88		
	勢いついた-がっかりした		0.84		
	まとまった-バラバラな		0.73		
	熱い-冷めた		0.72		
快適 (0.86)	気持ちがいい-気持ちが悪い			0.82	
	きれい-きたない			0.79	
	明るい-暗い			0.70	
	良い-悪い			0.66	
	親しみやすい-親しみにくい			0.47	
リラックス (0.69)	のんびり-緊張した				0.73
	落ち着いた-慌てた				0.66
	男性的な-女性的な				0.47
	ゆったり-窮屈な				0.40
寄与率(%)		46.57	5.65	4.78	3.09
累積寄与率(%)		46.57	52.22	57.00	60.09

(2) 因子の命名

これらの精査された項目の意味合いを考慮し、スポーツマネジメントの専門家の助言を受け、それぞれの因子名を第 1 因子から第 4 因子まで順に「アクティブ」「パッション」「快適」「リラックス」と命名した。

第 1 因子は、「激しい-穏やかな」「活発な-不活発な」に対して負荷量が高かった。これらの項目は、スタジアム全体の覚醒度が高くなった際に感じる雰囲気であると考えられるため、「アクティブ因子」と命名した。

第 2 因子は「意欲的な-無気力な」「勢いついた-がっかりした」に対して高い負荷量がみられた。この因子はアクティブ因子と同様にスタジアム全体の覚醒度が高くなった際に

感じる雰囲気であると考えられる。特にこの因子は、ゴールが決まるなど試合展開から瞬間的な覚醒度の高まりを表していると思われる。また、覚醒度の高い感情に作用する雰囲気であると考え、因子名を「パッション因子」とした。

続いて、第 3 因子は「気持ちがいいー気持ちが悪い」「きれいーきたない」に対して高い負荷量を示しており、気分よくスタジアムでの時間を過ごすことが出来るという意味が含まれていると考えられる。そこで「快適因子」と命名した。

最後に、第 4 因子は「のんびりー緊張した」「落ち着いたー慌てた」に対して高い負荷量がみられた。この因子を構成する項目は、時間が穏やかに過ぎるように感じる雰囲気であると想定されるため、「リラックス因子」と名付けた。それぞれの因子の定義を表 3 に示す。

アクティブ因子とパッション因子に関して、因子間相関係数は.66 であり中程度の相関関係であったが、両因子の項目の意味的内容が酷似していた。本研究では、幅広くスタジアムの雰囲気を表す項目を残し検証を行うことを優先したため、ここで因子の再検討は行わず、今後の調査において引き続き因子構造の検討を行うこととした。

表 3 スタジアムの雰囲気を構成する因子の定義

因子名	定義
アクティブ	スタジアム全体の覚醒度が高くなっていると感じる雰囲気
パッション	瞬間的にスタジアムの覚醒度が高くなっていると感じる雰囲気
快適	気分よくスタジアムでの時間を過ごしていると感じる雰囲気
リラックス	ゆったりと時間が穏やかに過ぎるように感じる雰囲気

第3項 まとめ

前述の結果、「アクティブ因子」「パッション因子」「快適因子」「リラックス因子」からなる4因子21項目のスタジアムの雰囲気測定尺度が開発された。これを本調査に使用する質問項目として採用した。

第3節 スタジアム環境測定尺度の開発

第1項 測定尺度項目の抽出と精査：予備調査1

1. 調査対象

調査対象は、正田醤油スタジアム群馬に来訪した観戦者とした。調査対象試合は、2011年Jリーグディビジョン2のリーグ戦で、7月2日（土）第19節ザスパ草津 vs 水戸ホーリーホックの試合とした。調査場所は、ザスパ草津のホームスタジアムである正田醤油スタジアム群馬とし、対象試合の観客数は3,654人であった。質問紙は384部配布し、有効回答数は236部であった。調査対象者は、男性162名、女性74名であった。

2. 調査方法

調査は、訪問留め置き法による質問紙調査で実施された。スタジアムの開門から試合開始約15分前までの約1時間30分の間に、会場に着席している観戦者に対し質問紙が配布、回収された。調査員はそれぞれ担当するブロックで観戦者の年齢層と男女比を確認し、ブロック全体を反映するようにサンプルを抽出した。また、調査員には観戦者の来場時間によってサンプルに偏りが生じないように、観戦者のスタジアムへの入りを見てサンプル抽

出のペース配分を考慮させた。

質問項目は、「何が正田醤油スタジアム群馬の雰囲気をつくっていると感じますか。思い
つく限りお答えください」と設定し、自由記述方式にて回答を得た。調査で用いた質問紙
を巻末に付録 1 として添付する。

3. 測定尺度項目バッテリーの作成

予備調査 1 を通して 193 の言葉が収集された。これらの項目をスポーツマネジメント専
攻の修士課程在籍の大学院生 4 名で, Uhrich and Benkenstein (2010) の分類を参考に
して分類を行った。結果, Uhrich and Benkenstein (2010) の研究でみられた項目の他
に 11 の言葉が抽出された。「スタッフ」「選手のパフォーマンス」「大型ビジョン」の項目
は先行文献 (Hightower et al. , 2002; Yoshida and James, 2010; Yoshida and James,
2011; Wakefield et al. , 1996) で使用された質問項目を引用し, その他の項目は村上 (2006)
の質問文作成の手順を参考として質問項目を作成し, 計 44 項目の質問文の形に校正を行
った (表 4 参照)。これを予備調査 3 の質問項目として採用した。

表 4 スタジアム環境測定尺度項目バッテリー

Uhrichら(2010)の分類／抽出した言葉		No	質問項目
主催者	主催者*	1	サッカーソングやクラブの応援歌の音楽が流れている
		2	スタジアムアナウンサーが観客をよく盛り上げている
		3	サッカースタジアムに適切な音楽が流れている
	スタッフ	4	このスタジアムでは親切な従業員に頼ることができる
		5	スタジアム従業員の心構えには、来場者を助けようとする意思が表れている
		6	スタジアム従業員は、あなたの求めるものを理解しようと心がけている
		7	スタジアム従業員は、あなたの要求に応えるために実際に行動を起こす
		8	スタジアム従業員は、すみやかにあなたの要求に応える
		9	スタジアム従業員は、観客が専門知識を頼りにしていることを心得ている
	マスコット	10	栃木県グリーンスタジアムではマスコットをよく見かける
		11	マスコットとよく触れ合える
	イベント	12	試合前によくイベントが実施されている
	屋台	13	豊富な種類の食べ物を提供している
		14	食事を提供する屋台が多くある
	スポンサー	15	企業名が入った横断幕をよく見かける
		16	スポンサーの名前が入った看板がたくさんある
	選手横断幕	17	栃木県グリーンスタジアムでは、選手名が入った横断幕をよく見かける
観戦者	観戦者*	18	たくさんのサポーターがクラブの商品を身にまとっている
		19	サポーターが全員で合わせた応援を頻繁にしている
		20	アウェイサポーターのスタンドはいつも満員になっている
		21	両クラブのサポーターはいつもお互いに怒鳴り合っている
		22	ゴールが決まった瞬間はいつも盛り上がる
		23	ホームチームサポーターのスタンドはいつも満席になっている
		24	多くのサポーターが大声で叫んで応援している
		25	サポーターは絶えず応援歌を歌っている
	熱気	26	サポーターが一体となって応援をしている
		27	サポーターが一生懸命に応援している
	マナー	28	審判紹介の際、サポーターは拍手で讃えている
		29	選手紹介の際、サポーターは応援を中断し全員で聞いている
試合展開	試合展開*	30	栃木県グリーンスタジアムでの試合は常に活気にあふれている
		31	栃木県グリーンスタジアムでの試合は、常におもしろい展開がみられる
		32	あなたのチームは、常にチームの精神と勝利への意欲を見せる
	選手の パフォーマンス	33	あなたのチームの選手たちは、しっかりと役目を果たすプレイをしている
		34	あなたのチームの選手たちは、優れた技術を持っている
		35	あなたのチームは毎試合100%の力を出す
		36	あなたのチームはいつも一生懸命にプレイしている
		37	あなたのチームの選手たちは、いつもベストを尽くすよう努めている
	選手の熱意	38	あなたのチームは最後まで諦めずプレイをしている
施設	施設*	39	栃木県グリーンスタジアムでは、音響が屋内劇場の中のように感じる
		40	観客席がフィールドのすぐ近くに設置されている
	大型ビジョン	41	大型ビジョンは見ていて面白い
		42	大型ビジョンはゲームに面白さを加える
		43	大型ビジョンは質が高いと思う
		44	大型ビジョンは来場者に興味深い情報を提供する

*...Uhrich and Benkenstein(2010)で使用された質問項目

第2項 潜在因子の抽出：予備調査3

1. 調査対象

調査対象は、栃木県グリーンスタジアムに来訪した観戦者とした。調査対象試合は、2011年Jリーグディビジョン2のリーグ戦で、9月18日（土）第28節栃木SC vs カターレ富山の試合とした。調査場所は、栃木SCのホームスタジアムある栃木県グリーンスタジアムとし、対象試合の観客数は5,425人であった。質問紙は433部配布し、有効回答数は328部であった。調査対象者は、男性224名、女性99名であった。

2. 調査方法

調査は、訪問留め置き法による質問紙調査で実施された。スタジアムの開門から試合開始約15分前までの約1時間30分の間に、会場に着席している観戦者に対し質問紙が配布、回収された。調査員はそれぞれ担当するブロックで観戦者の年齢層と男女比を確認し、ブロック全体を反映するようにサンプルを抽出した。また、調査員には観戦者の来場時間によってサンプルに偏りが生じないように、観戦者のスタジアムへの入りを見てサンプル抽出のペース配分を考慮させた。

質問項目は、「以下の項目について、栃木県グリーンスタジアムにおいて当てはまる番号1つだけ○をつけてください」とし、前項で設定したスタジアム環境測定尺度バッテリーを配置した。回答者には「7.非常にそう思う」から「1.全くそう思わない」の7段階のリッカートスケールを用いて回答を得た。調査で用いた質問紙は巻末に付録3として添付する。

3. 結果

(1) スタジアム環境の潜在因子の抽出

スタジアム環境を構成する潜在因子を明らかにするため、SPSS 11.0 の統計ソフトを用いて、主因子法、プロマックス回転による探索的因子分析を実施した。まず、Uhrich and Benkenstein (2010) の質問項目を除き、天井効果及び床効果を確認した。「栃木県グリーンスタジアムでは、選手名が入った横断幕をよく見かける」と「サポーターが一生懸命に応援している」の 2 項目で天井効果がみられ、「大型ビジョンは質が高いと思う」の 1 項目で床効果がみられたため、3 項目を除いた合計 41 項目で分析を行った。分析は、先行研究にならない、因子数は固有値 1 以上の基準を設け、因子負荷量が.50 以上を分析の対象とし因子分析を繰り返した。その結果、41 項目あった質問項目が 25 項目となり、6 因子が抽出された。累積寄与率は 64.33%であった。各因子の信頼性を示すクロンバック α 係数は.76 から.92 の間をとり、尺度の信頼性に関して十分な値を得たと判断した(表 5 参照)。

表 5 探索的因子分析の結果 (予備調査 3)

因子名 (a)	項目	負荷量					
		1	2	3	4	5	6
プレイ (0.92)	あなたのチームの選手たちはいつもベストを尽くすよう努めている	0.96					
	あなたのチームはいつも一生懸命にプレイしている	0.87					
	あなたのチームは常にチームの精神と勝利への意欲を示している	0.86					
	あなたのチームは最後まで諦めずプレイしている	0.78					
	あなたのチームの選手たちは、しっかりと役目を果たすプレイをしている	0.72					
	あなたのチームは毎試合 100% の力を出す	0.68					
	あなたのチームの選手たちは、優れた技術をもっている	0.51					
サポーター (0.89)	多くのサポーターが大声で叫んで応援している		0.97				
	サポーターが全員で合わせた応援を頻繁にしている		0.84				
	サポーターが一体となって応援している		0.80				
	栃木グリーンスタジアムでの試合は常に活気にあふれている		0.64				
	たくさんのサポーターがクラブの商品を身にまどっている		0.58				
	サポーターは絶えず応援歌を歌っている		0.53				
スタッフ (0.89)	スタジアム従業員は、あなたの要求に応えるために実際に行動を起こす			0.84			
	スタジアム従業員の心構えには、来場者を助けようとする意思が表れている			0.84			
	スタジアム従業員は、すみやかにあなたの要求に応える			0.81			
	このスタジアムでは親切な従業員に頼ることができる			0.76			
	スタジアム従業員は、あなたの求めるものを理解しようと考えている			0.72			
大型ビジョン (0.79)	大型ビジョンは来場者に興味深い情報を提供する				0.92		
	大型ビジョンはゲームに面白さを加える				0.67		
	大型ビジョンは見ていて面白い				0.61		
フードサービス (0.83)	豊富な種類の食べ物を提供している					0.92	
	食事を提供する屋台が多くある					0.65	
マスコット (0.76)	マスコットとよく触れ合える						0.80
	栃木グリーンスタジアムではマスコットをよく見かける						0.76
寄与率		40.36	8.54	4.94	4.37	3.15	2.96
累積寄与率		40.36	48.90	53.85	58.22	61.37	64.33

(2) 因子の命名

これらの精査された項目の意味合いを考慮し、それぞれの因子名を第1因子から第6因子まで順に「プレイ」「サポーター」「スタッフ」「大型ビジョン」「フードサービス」「マスコット」と命名した。

第1因子は、「選手はいつもベストを尽くすよう努めている」や「いつも一生懸命にプレイしている」などサッカーのプレイに関連する項目から構成されているため、「プレイ因子」と命名した。

第2因子は「多くのサポーターが大声で叫んで応援している」や「サポーターが全員で合わせた応援を頻繁にしている」等の項目であった。項目はサポーターの様々な行動を示していることから、因子名を「サポーター因子」とした。

次に、第3因子の項目は全てスタッフの対応に関するものであった。そこで「スタッフ因子」と名付けた。

第4因子は、大型ビジョンから提供される情報に関する項目から構成されている。そこで「大型ビジョン因子」と命名した。

続けて第5因子は、「豊富な種類の食べ物」や「食事を提供する屋台が多くある」というスタジアムで見られる食事サービスの多様性を示していることから、因子名を「フードサービス因子」と名付けた。

最後に第6因子は、「マスコットとよく触れ合える」と「マスコットをよく見かける」から構成されており、マスコットとの交流に関するものとなっているため、「マスコット因子」と命名した。

第3項 まとめ

前述の結果,「プレイ」「サポーター」「スタッフ」「大型ビジョン」「フードサービス」「マスコット」から成る 6 因子 25 項目のスタジアム環境測定尺度が開発された. これを本調査に使用する質問項目として採用した.

第3章 結果・考察

第1節 順序データの収集：本調査

本節では、順序データを収集する。具体的には、前章において開発された 21 項目のスタジアムの雰囲気測定尺度と、25 項目のスタジアム環境測定尺度を用いて本調査を実施した。本節では、本調査の概要とサンプルの特性を詳述する。

第1項 本調査概要

1. 調査対象

調査対象は、NACK5 大宮に来訪した観戦者とした。調査対象試合は 2011 年 J リーグ ディビジョン 1 のリーグ戦で、10 月 22 日（土）第 30 節大宮アルディージャ vs 名古屋グランパスの試合とした。調査場所は、大宮アルディージャのホームスタジアムである NACK5 大宮とした。対象試合の観客数は 9,200 人であった。質問紙は 292 部配布し、有効回答数は 182 部であった。調査対象者は、男性 114 名、女性 68 名であった。

2. 調査方法

調査は、訪問留め置き法による質問紙調査で実施された。スタジアムの開門から試合開始約 45 分前までの約 1 時間の間に、会場に着席している観戦者に対し質問紙が配布、回収された。調査員はそれぞれ担当するブロックで、観戦者の年齢層と男女比を確認し、ブロック全体を反映するようにサンプルを抽出した。また、調査員には、観戦者の来場時

間によってサンプルに偏りが生じないように、観戦者のスタジアムへの入りを見てサンプル抽出のペース配分を考慮させた。調査で用いた質問紙は巻末に付録 4 として添付した。

3. 調査項目

(1) スタジアムの雰囲気

スタジアムの雰囲気の測定には、予備調査 2 で作成されたスタジアムの雰囲気測定尺度を用いた。質問項目は、「あなたが感じる NACK5 スタジアム大宮の雰囲気を表す言葉として、以下の項目はどの程度あてはまりますか」として、両極に対になる形容詞を配置し、7 件法を用いて回答を得た。

(2) スタジアム環境

スタジアム環境の測定には、予備調査 3 で作成されたスタジアム環境測定尺度を用いた。質問項目は、「以下の項目について、NACK5 スタジアム大宮において当てはまる番号 1 つに○をつけてください」として、「7. 非常にそう思う」から「1. 全くそう思わない」の 7 段階リッカートスケールを用いて回答を得た。

(3) 満足度

これまでの試合観戦に対する満足度を測定するために、質問項目は「総じて、これまでのスタジアム観戦にどの程度満足していますか?」として、「7. とても満足」から「1. とても不満足」の 7 段階リッカートスケールを用いて回答を得た。

(4)再観戦意図

質問項目は「これまでのスタジアムでの経験を踏まえ、再びスタジアムを訪れたいと思いますか？」として、「7. 非常にそう思う」から「1. まったくそう思わない」の 7 段階リッカートスケールを用いて回答を得た。

(5)人口統計的変数

人口統計的変数は、性別、年齢、職業、競技経験、昨年のスタジアム観戦回数、同伴者を設定し回答を得た。

第 2 項 サンプルの特性

1. 人口統計的的特性

表 6 はサンプルの人口統計学的特性を示している。それぞれの項目をみると、男性が 6 割程度、女性が 4 割程度であった。平均年齢は 40 歳程度で、30 代と 40 代が中心となっており、J リーグ・スタジアム観戦者調査（2011）と類似した結果となった。職業は会社員が最も多く 6 割程度であった。

表 6 サンプルの人口統計的特性（本調査）

項目		N	%
性別	男性	114	62.6%
	女性	68	37.4%
	合計	182	100%
平均		39.7歳	
年齢	10代	6	3.3%
	20代	34	18.8%
	30代	58	32.0%
	40代	51	28.2%
	50代	23	12.7%
	60代以上	9	5.0%
	合計	181	100%
職業	学生	13	7.1%
	主婦・主夫	14	7.7%
	会社員	107	58.8%
	公務員	9	4.9%
	教職員	1	0.5%
	医師・医療	2	1.1%
	会社経営	1	0.5%
	会社役員	1	0.5%
	自営業	9	4.9%
	パート・アルバイト	18	9.9%
	無職	4	2.2%
	その他	3	1.6%
	合計	182	100%

2. 行動的特性

サンプルの行動的特性を表 7 に示した。それぞれの項目をみると、昨年度の平均観戦回数は 19 回程度で、7 割以上の観戦者がサッカー競技未経験者であった。同伴者は家族が最も多くなっていた。

表 7 サンプルの行動的特性（本調査）

項目		N	%
平均		18.9回	
昨年度 観戦回数	0回	2	1.1%
	1回	1	0.5%
	2～5回	18	9.9%
	6～10回	19	10.4%
	11～15回	14	7.7%
	16回以上	128	70.3%
	合計	182	100%
競技経験	現在行っている	9	5.1%
	過去に行っていた	34	19.4%
	行ったことはない	132	75.4%
	合計	175	100%
同伴者	ひとり	23	12.6%
	友人	67	36.8%
	家族	98	53.8%
	その他	5	2.7%

※同伴者のみ複数回答

第2節 スタジアムの雰囲気の構成概念の検討

本節では、予備調査2において作成したスタジアムの雰囲気測定尺度の妥当性と信頼性の検証を通じて、スタジアムの雰囲気の構成概念の検討を行う。妥当性の検討に当たり、尺度の収束的妥当性及び弁別的妥当性を検証した。収束的妥当性は、確認的因子分析及び平均分散抽出（AVE）を算出することで検証し、弁別的妥当性を検証するために、因子間相関係数の平方と AVE の比較検討をした。分析には SPSS 社の統計解析ソフトを用いた。本研究で分析に用いた共分散構造分析ソフト AMOS5.0 ではいくつかの適合度指標を出力できるが、本研究では総合的に判断して測定尺度の構成概念妥当性を検証する。本研究で採用した適合度指標を巻末にまとめ、資料として添付する。

第1項 スタジアムの雰囲気測定尺度の妥当性・信頼性の検討

予備調査2で得た21項目のスタジアムの雰囲気測定尺度の信頼性と妥当性を検証するために、AMOS5.0を用いて確認的因子分析を行った。モデルの適合度は $\text{CMIN}/\text{DF}=3.437$, $\text{GFI}=0.719$, $\text{CFI}=0.829$, $\text{RMSEA}=0.116$ となり、全ての適合度指標の基準を満たしていなかった(表8参照)。因子間の相関係数は、アクティブ因子とパッション因子間で.82, アクティブ因子と快適因子間で.81を示しており、非常に高い相関関係がみられた(図2参照)。前章で述べたように、アクティブ因子とパッション因子は類似した項目で構成されていた。本項の結果から、スタジアムの雰囲気は4因子構造ではモデルの当てはまりが悪く、因子間の相関係数も高いことから、スタジアムの雰囲気を適切に反映してないと考えられる。そのため、因子構造の再検討を行うこととした。

表 8 スタジアムの雰囲気の適合度指標結果（本調査）

確率	CMIN/DF	GFI	CFI	RMSEA
0.00	3.437	0.719	0.829	0.116

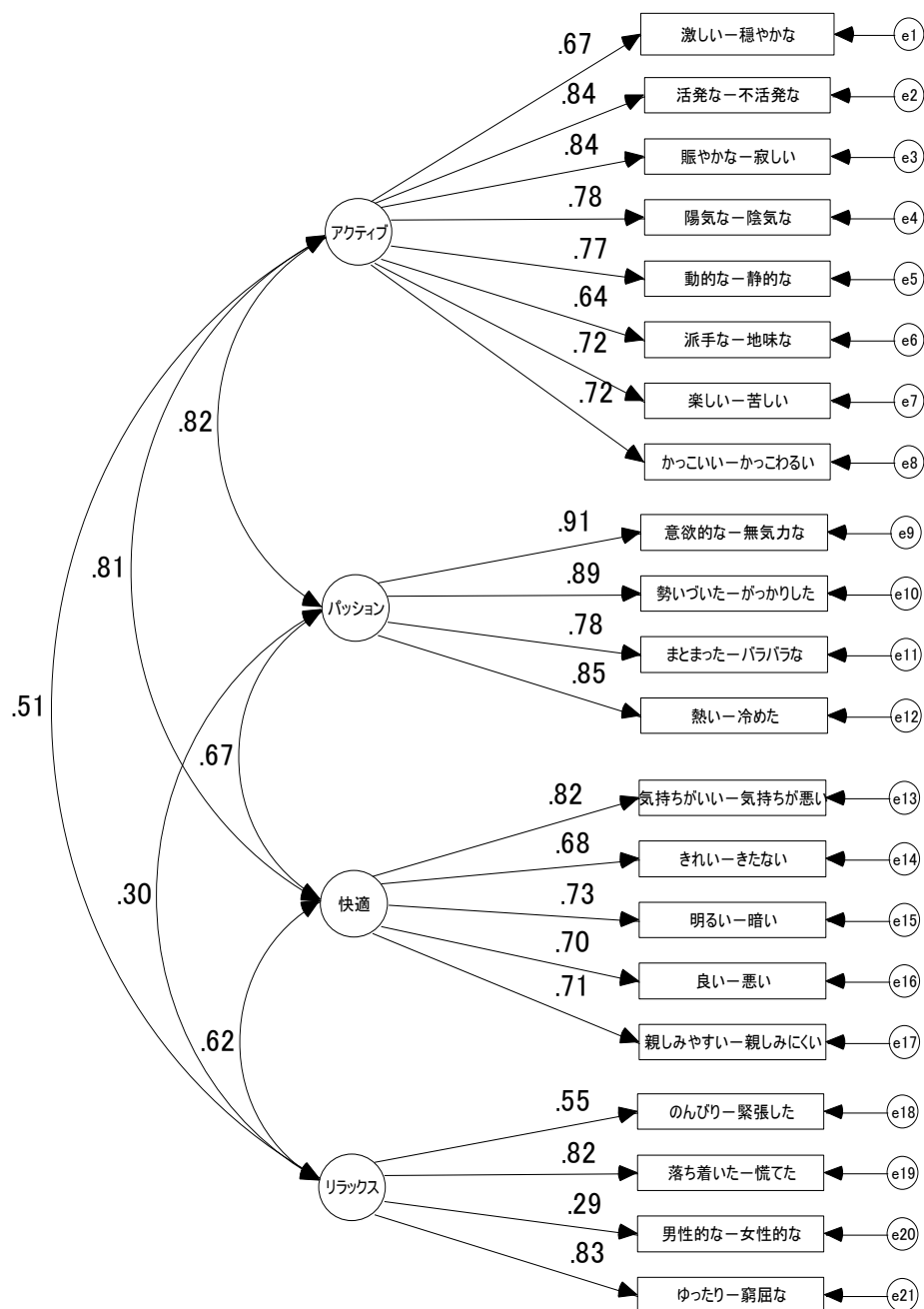


図 2 スタジアムの雰囲気の確認的因子分析モデル（本調査）

第2項 スタジアムの雰囲気の因子構造の再検討

スタジアムの雰囲気の因子構造を再検討するために、まず Item-Total (IT) 相関分析を行った。IT 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るものである。本研究では、各項目が属する因子の合成変数との相関係数と、他因子の合成変数との相関係数を比較することで、スタジアムの雰囲気の因子構造を再検討することとした。結果、アクティブ因子とパッション因子を構成する各項目が、両因子に中程度より高い相関関係を示した（表 9 参照）。そこで、アクティブ因子とパッション因子の両因子に対し、高い相関関係がみられない項目を削除し、アクティブ因子とパッション因子の 2 因子を統合した。因子名はエキサイティング因子と命名した。

表 9 IT 相関分析結果（本調査）

因子名	項目	アクティブ	パッション	快適	リラックス
アクティブ	激しいー穏やかな	0.73	0.69	0.36	0.28
	活発なー不活発な	0.83	0.76	0.58	0.34
	賑やかなー寂しい	0.84	0.64	0.65	0.42
	陽気なー陰気な	0.78	0.57	0.65	0.48
	動的なー静的な	0.83	0.59	0.50	0.35
	派手なー地味な	0.73	0.49	0.40	0.39
	楽しいー苦しい	0.73	0.51	0.68	0.53
	かっこいいーかっこわるい	0.79	0.51	0.57	0.39
パッション	意欲的なー無気力な	0.70	0.91	0.56	0.28
	勢いづいたーがっかりした	0.69	0.91	0.58	0.33
	まとまったーバラバラな	0.67	0.86	0.54	0.32
	熱いー冷めた	0.67	0.90	0.49	0.18
快適	気持ちがいいー気持ちが悪い	0.63	0.45	0.85	0.47
	きれいーきたない	0.42	0.23	0.75	0.40
	明るいー暗い	0.62	0.66	0.79	0.35
	良いー悪い	0.58	0.54	0.77	0.38
	親しみやすいー親しみにくい	0.49	0.48	0.79	0.39
リラックス	のんびりー緊張した	0.19	-0.004	0.25	0.69
	落ち着いたー慌てた	0.42	0.26	0.47	0.83
	男性的なー女性的な	0.50	0.45	0.23	0.50
	ゆったりー窮屈な	0.38	0.22	0.48	0.85

第3項 修正したスタジアムの雰囲気測定尺度の検討

1. 修正したスタジアムの雰囲気測定尺度の妥当性・信頼性の検討

前項にて修正した3因子構造から成るスタジアムの雰囲気測定尺度の信頼性と妥当性の検討を行うために、AMOS5.0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。また、収束的妥当性を支持するためにFornell and Larcker (1981)の指摘に従い、因子負荷量が.707に満たない2項目を恣意的に削除しモデルの修正を行った。削除に当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。残り13項目のうち1項目は基準値に満たない因子負荷量を示したが、その項目を削除することで構成概念の意味を損なうと判断し、以降の分析にも採用し、最終的に13項目で分析を行った。確認的因子分析によるモデルの適合度は $CMIN/DF=2.300$ 、 $GFI=0.896$ 、 $CFI=0.945$ 、 $RMSEA=0.085$ となり、 GFI は基準値に満たなかったが、その他は基準値を満たしていることから、総合的に妥当な値を得たと判断した。モデルの適合度指標をまとめたものを表10、スタジアムの雰囲気測定尺度の確認的因子分析のパス図を図3に示す。

次に、収束的妥当性を確認するためにAVEを算出した。その結果、各因子のAVEは.55から.69の値を示し、基準とされる.50以上(Fornell and Larcker, 1981)であったことから、尺度の収束的妥当性は支持された。次に尺度の弁別的妥当性の検証を行う。表11は、スタジアムの雰囲気を構成する3因子の因子間相関係数の平方と各因子のAVEを示している。エキサイティング因子と快適因子の因子間相関係数の平方は.56を示し、快適因子のAVEの値(.55)を上回っていたことから、弁別的妥当性を支持する結果にはなら

なかった。しかし、著しく基準を逸脱する結果ではなかったため、本研究で作成したスタジアムの雰囲気測定尺度は妥当な値を持つと判断した。

妥当性が検証されたスタジアムの雰囲気測定尺度の信頼性を検証するために、因子毎にクロンバックの α 係数を算出した。結果、「エキサイティング」が.93,「快適」が.83,「リラックス」が.78であった。これらの結果から、尺度の信頼性に関して十分な値を得たと判断した。

表 10 修正したスタジアムの雰囲気の適合度指標結果（本調査）

確率	CMIN/DF	GFI	CFI	RMSEA
0.00	2.300	0.896	0.945	0.085

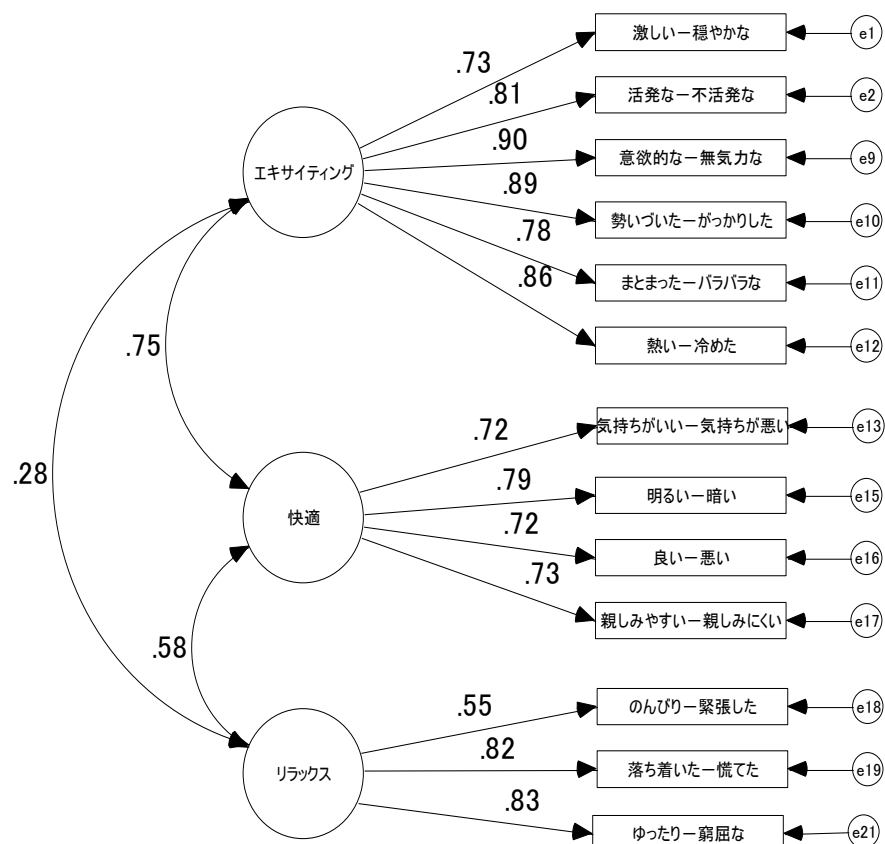


図 3 修正したスタジアムの雰囲気の確認的因子分析モデル

表 11 スタジアムの雰囲気の因子間相関係数の平方と AVE

	エキサイティング	快適	リラックス
エキサイティング	0.69a		
快適	0.56	0.55b	
リラックス	0.08	0.34	0.56c

a.エキサイティングのAVE, b.快適のAVE, c.リラックスのAVE

2. 修正したスタジアムの雰囲気の構成因子の命名

本項において、スタジアムの雰囲気の因子構造を修正したため、改めて因子の命名と定義づけを行う。

第 1 因子は「激しいー穏やかな」「意欲的なー無気力な」「熱いー冷めた」など項目に対し負荷量が高かった。これは、スタジアム全体の覚醒度が高くなっている際に感じる雰囲気であると考えられるため、エキサイティング因子と命名した。

続いて、第 2 因子は「明るいー暗い」「親しみやすいー親しみにくい」「気持ちがいいー気持ちが悪い」に対して高い負荷量を示していた。気分よくスタジアムでの時間を過ごしている際に感じる雰囲気であると考えられる。そこで快適因子と命名した。

最後に、第 3 因子は「ゆったりー窮屈な」「落ち着いたー慌てた」に対して高い負荷量がみられた。この因子を構成する項目は、時間が穏やかに過ぎるように感じる雰囲気であると想定ができるため、リラックス因子と名付けた。それぞれの因子の定義を表 12 に示す。

表 12 修正したスタジアムの雰囲気の構成因子の定義

因子名	定義
エキサイティング	スタジアム全体の覚醒度が高くなっていると感じる雰囲気
快適	気分よくスタジアムでの時間を過ごしていると感じる雰囲気
リラックス	時間が穏やかに過ぎるように感じる雰囲気

第4項 スタジアムの雰囲気の構成概念に関する考察

本研究では、SD 法を用いてスタジアムの雰囲気の構成概念を測定した。その結果、「エキサイティング」「快適」「リラックス」の3因子がスタジアムの雰囲気を構成していることが明らかとなった。

これまで興奮する雰囲気が重要とよくいわれてきたが、本研究ではそれとは異なる「快適」や「リラックス」の雰囲気を発見することができた。試合が行われている時間とそうではない時間では、スタジアムの雰囲気は全く異なると考えられる。観戦者は試合中クラブを応援し、試合が行われていない時には飲食や同伴者との会話を楽しむよう行動も変化することが想定され、そこで様々な雰囲気を感じていると考えられる。そのため、それぞれの時間に適切な雰囲気をつくるためのマネジメントが重要であるといえる。

第5項 まとめ

前述の結果より、妥当性及び信頼性共に十分な値を持つ3因子13項目のスタジアムの雰囲気測定尺度が開発された。それぞれの測定項目の平均値、標準偏差、信頼性係数、AVEをまとめたものを表13に示す。

表 13 スタジアムの雰囲気測定尺度のまとめ（本調査）

因子	項目	M	SD	α	AVE
エキサイティング	激しいー穏やかな	4.12	1.31	0.93	0.69
	活発なー不活発な	4.59	1.17		
	意欲的なー無気力な	4.79	1.25		
	勢いづいたーがっかりした	4.70	1.31		
	まとまったーバラバラな	4.68	1.42		
	熱いー冷めた	4.82	1.33		
快適	気持ちがいいー気持ちが悪い	5.87	0.94	0.83	0.55
	明るいー暗い	5.74	1.03		
	良いー悪い	5.87	1.02		
	親しみやすいー親しみにくい	6.12	0.92		
リラックス	のんびりー緊張した	5.16	1.09	0.78	0.56
	落ち着いたー慌てた	5.14	1.17		
	ゆったりー窮屈な	5.12	1.34		

第3節 スタジアム環境の検討

第1項 スタジアム環境測定尺度の妥当性・信頼性の検討

予備調査3で得た25項目のスタジアム環境測定尺度の信頼性と妥当性を検証するために、AMOS5.0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。また、収束的妥当性を支持するためにFornell and Larcker (1981)の基準に従い、因子負荷量が.707に満たない2項目を恣意的に削除し、モデルの修正を行った。削除に当たって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。残り23項目のうち3項目は基準値に満たない値を示していたが、その項目を削除することで構成概念の意味を損なうと判断し、以降の分析にも用いることとした。最終的に23項目で分析を行った。モデルの適合度は $CMIN/DF=2.319$, $GFI=0.807$, $CFI=0.927$, $RMSEA=0.085$ となり、GFIは基準値を満たしてはいなかった

が、残りの CFI と RMSEA の値は基準を満たしていたため、本研究で作成したスタジアム環境測定尺度は妥当な値を持つと判断する。モデルの適合度指標をまとめたものを表 14 に、スタジアム環境測定尺度の確認的因子分析のパス図を図 4 に示す。

妥当性が検証されたスタジアム環境測定尺度の信頼性を検証するために、因子毎にクロンバックの α 係数を算出した。結果、「プレイ」が.96, 「サポーター」が.93, 「スタッフ」が.94, 「大型ビジョン」が.89, 「フードサービス」が.78, 「マスコット」が.76 であった。これらの結果から、尺度の信頼性に関して十分な値を得たと判断した。

表 14 スタジアム環境の適合度指標結果（本調査）

確率	CMIN/DF	GFI	CFI	RMSEA
0.00	2.319	0.807	0.927	0.085

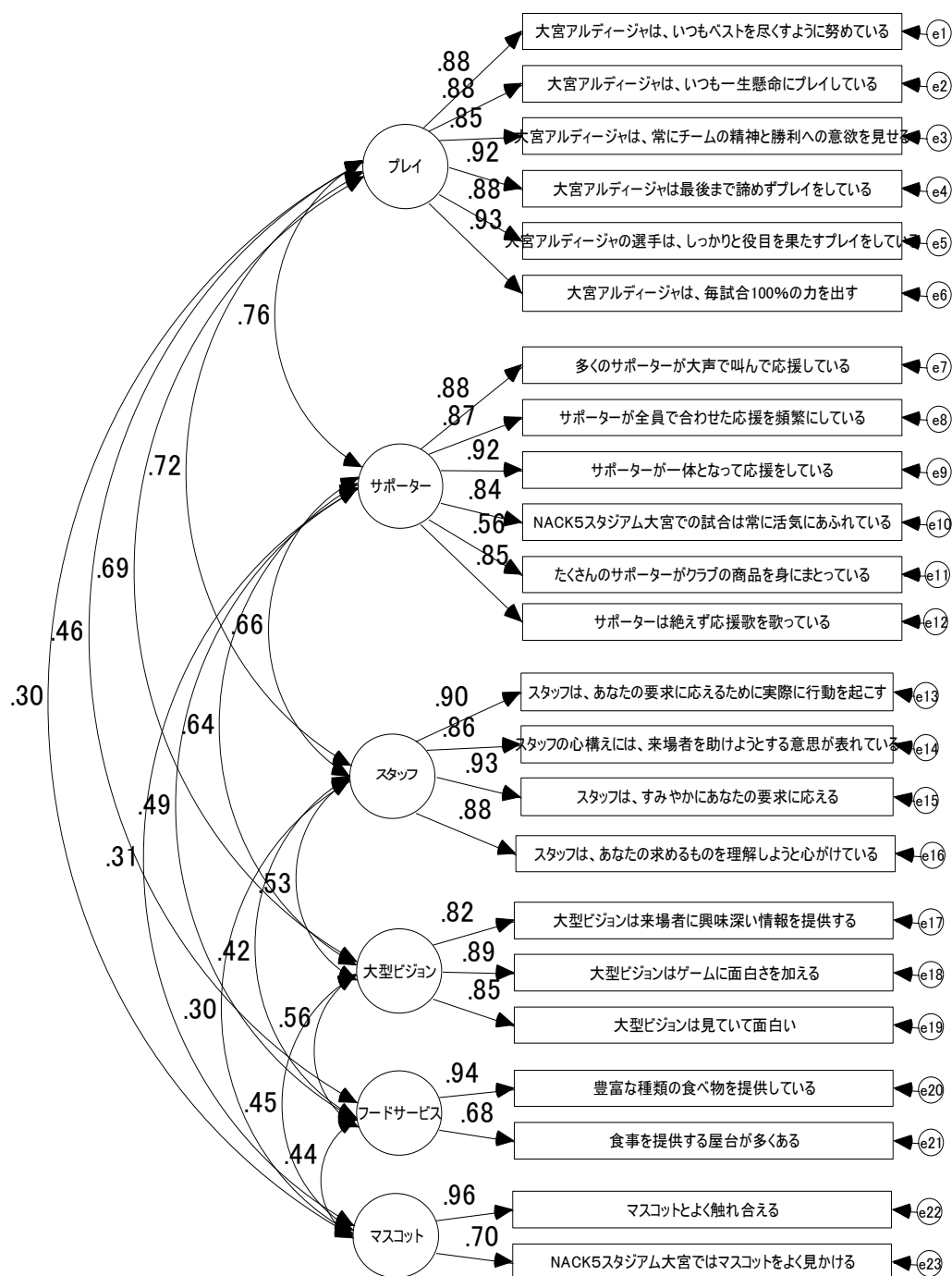


図 4 スタジアム環境確認的因子分析モデル（本調査）

第2項 スタジアム環境の考察

本研究では Uhrich and Benkenstein (2010) の研究を参考とし、自由記述法を用いてスタジアム観戦者から改めてスタジアム環境を抽出し検討を行った。その結果、「プレイ」「サポーター」「スタッフ」「大型ビジョン」「フードサービス」「マスコット」がスタジアムの雰囲気の先行要因を構成していることが明らかとなった。Wakefield and Blodgett (1994) が指摘している物理的な要因だけでなく、Tomb and McColl-Kennedy (2003) が、環境は物理的な入れ物としてだけでなく、全体的な雰囲気をつくるのに役に立つコンテンツ（ひと）も含むべきものとして考えるべきであると指摘しているように「サポーター」や「スタッフ」という人的な要素も含まれることが分かった。特に「サポーター」に関して、サポーターはサービスの受容者と考えられるが、サービスの生産プロセスに顧客が介在する「不可分性」というサービスの特性が現れているため、スタジアム環境の構成要素になり得ると考えられる。

第3項 まとめ

前述の結果より、妥当性及び信頼性共に十分な値を持つ、6 因子 23 項目のスタジアム環境測定尺度が開発された。それぞれの測定項目の平均値、標準偏差、信頼係数をまとめたものを表 15 に示す。

表 15 スタジアム環境測定尺度のまとめ（本調査）

因子	項目	M	SD	α
プレイ	大宮アルディージャは、いつもベストを尽くすように努めている	4.78	1.46	0.96
	大宮アルディージャは、いつも一生懸命にプレイしている	4.79	1.54	
	大宮アルディージャは、常にチームの精神と勝利への意欲を見せる	4.24	1.50	
	大宮アルディージャは最後まで諦めずプレイをしている	4.47	1.60	
	大宮アルディージャの選手は、しっかりと役目を果たすプレイをしている	4.40	1.40	
	大宮アルディージャは、毎試合100%の力を出す	4.24	1.67	
サポーター	多くのサポーターが大声で叫んで応援している	4.58	1.41	0.93
	サポーターが全員で合わせた応援を頻繁にしている	4.69	1.51	
	サポーターが一体となって応援をしている	4.40	1.49	
	NACK5 スタジアム大宮での試合は常に活気にあふれている	4.70	1.35	
	たくさんのサポーターがクラブの商品を身にまとっている	5.47	1.22	
	サポーターは絶えず応援歌を歌っている	4.60	1.49	
スタッフ	スタッフは、あなたの要求に応えるために実際に行動を起こす	4.79	1.31	0.94
	スタッフの心構えには、来場者を助けようとする意思が表れている	4.88	1.36	
	スタッフは、すみやかにあなたの要求に応える	4.79	1.36	
	スタッフは、あなたの求めるものを理解しようと心がけている	4.75	1.22	
大型ビジョン	大型ビジョンは来場者に興味深い情報を提供する	4.86	1.34	0.89
	大型ビジョンはゲームに面白さを加える	4.92	1.40	
	大型ビジョンは見えていて面白い	4.85	1.38	
フードサービス	豊富な種類の食べ物を提供している	5.03	1.16	0.78
	食事を提供する屋台が多くある	5.69	1.13	
マスコット	マスコットとよく触れ合える	5.81	1.34	0.76
	NACK5 スタジアム大宮ではマスコットをよく見かける	6.38	0.87	

第4節 スポーツ観戦者行動モデルにおけるスタジアムの雰囲気の影響の検討

本節では、前節までで作成したスタジアムの雰囲気測定尺度とスタジアム環境測定尺度を用いて、(1) スタジアム環境がスタジアムの雰囲気に与える影響及び、(2) スタジアムの雰囲気が再観戦意図と満足度に与える影響を検証する。分析には AMOS5.0 を用いて、構造方程式モデリング分析 (SEM 分析) を行った。分析の結果、モデルの適合度は、 $CMIN/DF=2.141$, $GFI=0.723$, $CFI=0.882$, $RMSEA=0.079$ となり、モデル適合度は高い値を示さなかったが、総合的に適合度指標を評価し検証可能であると判断した。表 16 にモデルの適合度指標をまとめる。また、モデルのパス図を図 5 に、パス係数をまとめたものを表 17 に示す。

表 16 確認的因子分析の適合度指標結果

確率	CMIN/DF	GFI	CFI	RMSEA
0.00	2.141	0.723	0.882	0.079

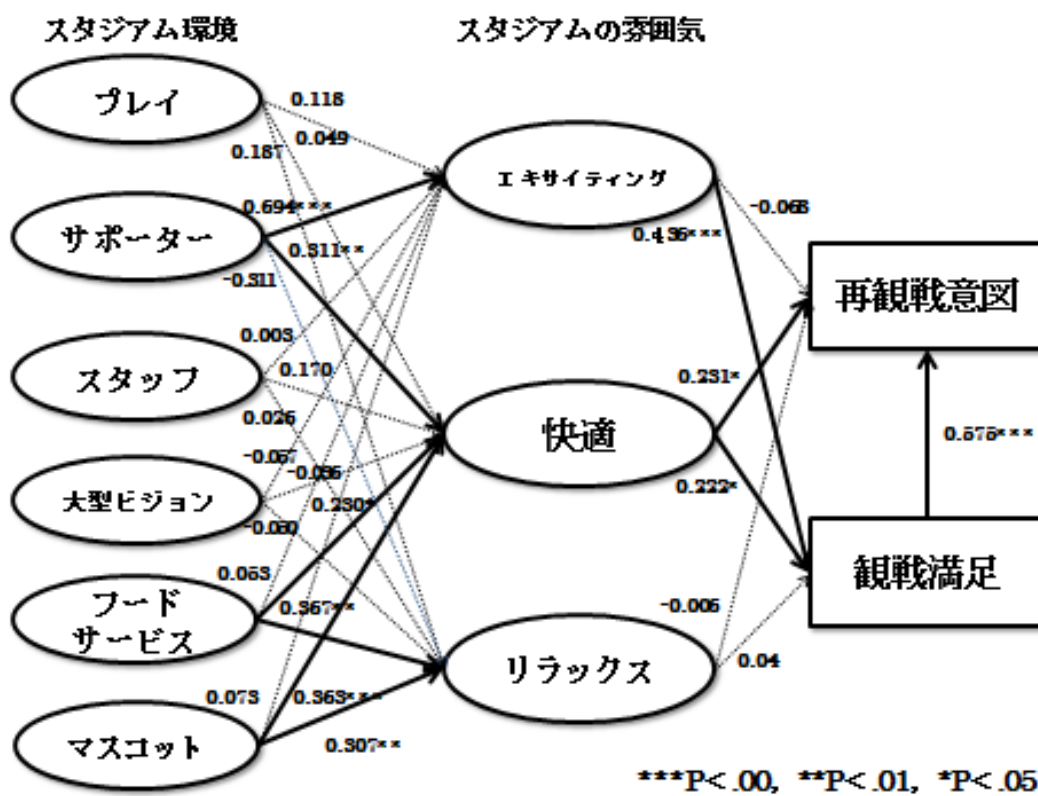


図 5 SEM 分析結果

表 17 SEM 分析におけるパス係数のまとめ（本調査）

スタジアム環境		スタジアムの雰囲気	標準化推定値	有意確率
プレイ	→	エキサイティング	0.118	n.s.
サポーター	→		0.694	***
スタッフ	→		0.003	n.s.
大型ビジョン	→		-0.057	n.s.
フードサービス	→		0.053	n.s.
マスコット	→		0.073	n.s.
プレイ	→	快適	0.049	n.s.
サポーター	→		0.311	**
スタッフ	→		0.17	n.s.
大型ビジョン	→		-0.036	n.s.
フードサービス	→		0.23	*
マスコット	→		0.363	***
プレイ	→	リラックス	0.187	n.s.
サポーター	→		-0.13	n.s.
スタッフ	→		0.026	n.s.
大型ビジョン	→		-0.05	n.s.
フードサービス	→		0.367	**
マスコット	→		0.307	**
スタジアムの雰囲気			標準化推定値	有意確率
エキサイティング	→	観戦満足	0.436	***
快適	→		0.222	*
リラックス	→		-0.006	n.s.
エキサイティング	→	再観戦意図	-0.068	n.s.
快適	→		0.231	**
リラックス	→		0.04	n.s.
			標準化推定値	有意確率
観戦満足	→	再観戦意図	0.575	***

***p<.00, **p<.01, *p<.05

第1項 スタジアム環境がスタジアムの雰囲気を与える影響の検討

分析の結果、スタジアム環境の「サポーター」が雰囲気の「エキサイティング」と「快適」にポジティブな影響を与えた。また、「フードサービス」と「マスコット」が「快適」及び「リラックス」にポジティブな影響を与える結果となった。従って、Wakefield and Blodgett (1994) が指摘しているように、スタジアム環境はスタジアムの雰囲気に影響を与えることが明らかとなった。

本研究では「サポーター」「フードサービス」「マスコット」がスタジアムの雰囲気に影響を与えていた。本研究における「サポーター」の質問項目は、サポーターが一体感を持ち応援を行うという意味を含んだものがほとんどであった。一体感のあるサポーターの応援を見ることで、スタジアムの雰囲気を感じる事が示唆される。Charleston (2008) が、サポーターはスタジアムの雰囲気に不可欠なものであると述べており、Nevill ら (1996) は、観戦者の規模がホームアドバンテージを生み出すと報告していることから、満員のサポーターの一体感をつくり出すことが重要であると考えられる。また、「フードサービス」と「マスコット」がスタジアムの雰囲気にポジティブな影響を与えていた。これは、Wakefield and Blodgett (1994) がレジャーサービスの顧客はその環境の美的な品質に敏感になる傾向があると指摘しているように、コアプロダクトではないサービスであってもスタジアムの雰囲気に影響を与えており、付加的要素のマネジメントの重要性が示唆される。

「プレイ」、「スタッフ」、「大型ビジョン」の3因子はスタジアムの雰囲気に有意に影響を与えていなかった。「プレイ」は、スポーツサービスのコアプロダクトであり、スタジア

ムの雰囲気非常に影響があると考えられるが、有意な影響はみられなかった。これは、本調査を実施した大宮アルディージャの 2011 シーズンのホームゲームにおける勝敗が 2 勝 7 敗 8 引き分けとなっており、サポーターのクラブを応援しようという意識がより一層高まっていたためであると考えられる。「スタッフ」に関し、Kahle ら（2003）は親切的イベントスタッフは雰囲気に関係していると報告しているが、本研究では同じ結果はみられなかった。これは、中塚・小川（2008）が顧客参加型スペクテイター・サービスの場合、切符のもぎりや飲食物の販売員などにみられるように、従業員と顧客の接触はローコンタクトであると指摘していることや、Kotler（1973）が、雰囲気は五感で感じるものであると述べていることから、スタッフの服装など、目に見えることや聞こえるものがスタジアムの雰囲気に影響を与えていると想定される。そのため、尺度の改善が必要であると考えられる。「大型ビジョン」は、観戦者は試合中、選手のプレイに注意を向けていることや、試合中はゴールシーンと連動して、大型ビジョンによる「GOAL」の文字表示による演出がなされていることが考えられる。そのため、大型ビジョンに対し意識が向けられず、結果、有意な影響がみられなかったと想定される。

第 2 項 スタジアムの雰囲気が再観戦意図及び満足度に与える影響の検討

分析の結果、スタジアム雰囲気のエキサイティング因子、快適因子が観戦満足を通じて再観戦意図へポジティブな影響を与えていた。また、快適因子が直接的に再観戦意図へポジティブな影響を与えていることが明らかになった。以上から、Uhrich（2006）と Yoshida and James（2010）が述べているようにスタジアムの雰囲気が再観戦意図と満足度に影響

を与えることが明らかになった。

「エキサイティング因子」に関して、Wakefield and Blodgett（1999）がスポーツイベントのような快楽サービスの顧客は、一般的に感情的な覚醒や喜びを探していると指摘しているように、エキサイティングな雰囲気をつくり出す重要性が改めて確認された。「快適因子」に関して、ギルフォード（2005）は快適である場合にはより強い覚醒力の多い場所に、われわれは近づいたり好んだりすると述べている。また染谷（2008）は、居心地の良い環境が被験者にとってリピート観戦への動機づけともなっているというインタビュー調査結果を報告している。スポーツスタジアムはその特性から、非常に覚醒力が強い場所であるため、快適な雰囲気をつくり出すことで直接及び間接的に再観戦意図へポジティブな影響を与えると考えられる。以上から、スタジアムの雰囲気でもエキサイティング及び快適な雰囲気は観戦動機になり得ることが示唆される。

「リラックス」は有意な影響がみられなかった。本研究のサンプルは去年の観戦回数が18.9回と非常に多く、ほとんどがコアサポーターであると考えられる。コアサポーターはクラブの応援が観戦の主目的であることから、リラックスする雰囲気は再観戦意図と満足に影響を与えていないと考えられる。

第4章 結論

第1節 結果のまとめ

本研究は、Jリーグ観戦者を対象としてスタジアムの雰囲気に着目し、①スタジアムの雰囲気の構成概念を検討すること、②スタジアム環境を検討すること、③スタジアム環境がスタジアムの雰囲気に与える影響を検討すること、④スタジアムの雰囲気が再観戦意図と満足度に与える影響を検討することを目的とし、目的を量的に把握するために質問紙調査を実施した。その結果、①スタジアムの雰囲気は、「エキサイティング」「快適」「リラックス」の3因子構造であることが明らかとなった。②スタジアム環境は、「プレイ」「サポーター」「スタッフ」「大型ビジョン」「フードサービス」「マスコット」の6因子で構成されていることが明らかとなった。③スタジアム環境がスタジアムの雰囲気に影響を与えていることが明らかとなった。④スタジアムの雰囲気が再観戦意図と満足度に影響を与えていることが明らかとなった。

スポーツ観戦をする動機などで、スタジアムの雰囲気が挙げられることがよくあるが、観戦者は、スタジアムにおいてどのような雰囲気を感じているのかを明らかにした研究はこれまでほとんど行われてこなかった。さらに再観戦行動のメカニズムの中におけるスタジアムの雰囲気の影響に関する研究はより少ない状況であった。本研究はこれらを定量的に明らかにし、検証を行ったことに意義があると考ええる。また、本研究結果より、複数のスタジアムの雰囲気が再観戦意図に影響を与えるという再観戦モデルが明らかとなった。大社（2007）は、プロスポーツクラブは、試合の結果だけに経営が翻弄されることを抑え

るために観戦者の満足度を高める必要があると述べている。また、鈴木（2011）はファンがスタジアムに来場してすぐに「いい雰囲気だ」「面白そうだな」と思ってもらえたなら、そのファンはリピートすると述べており、スタジアムの雰囲気の重要性を指摘していることから、本研究の結果で明らかになったスタジアムの雰囲気を意識しスタジアムマネジメントを行うことは、安定したクラブ経営の視点からみても重要であると考えられる。

第2節 クラブ及びクラブ関係者への提言

エキサイティング因子は観戦満足を経て再観戦意図へ影響を与えていた。その雰囲気に有意に影響を与えているサポーター因子の刺激を高めることが重要となる。そこで、サポーターに一体感をもたすためにタオルやパンフレット等の商品を観戦者に無料配布し、スタジアム全体をクラブカラーに染めるプロモーションが考えられる。また現在、Jリーグに関する情報の入手経路は、クラブの公式ホームページが最も高い結果となっている（Jリーグ，2011）。そのため、クラブがホームページ上でサポーターの応援スタイルを動画で配信し、選手の応援歌の歌詞も同時に掲載することで多くの人が応援に参加しやすい環境をつくる必要があると思われる。

また快適因子は再観戦意図と満足度に影響を与えていた。その雰囲気に有意に影響を与えているフードサービス因子とマスコット因子の刺激を高めることが重要であると考えられる。具体的には、店舗の数やメニューの増加や、フードコンテストを実施し、店舗やメニューの多様性を観戦者にアピールするプロモーションを行うことが考えられる。マスコットに関しては、マスコットと触れ合う機会を提供することが必要である。試合開始前にマスコ

ットが主役となるステージでのイベントを開催することや、試合が行われていない時間に、マスコットが観客席やコンコースに出向き観戦者と写真撮影を行うなど、観戦者と積極的に交流を図るようにすることが挙げられる。

「球場ならではの雰囲気」が球場へ行く主な目的であるという報告（染谷，2008）があり、競技自体だけでなく、スタジアムの雰囲気もコアプロダクトのひとつになっているといえる。本研究の結果から、競技だけでなくスタジアム内の様々な要因がスタジアムの雰囲気に影響を与えていることが明らかになった。クラブはスタジアム内にある活用できるものを使い、スタジアムの雰囲気をつくり上げ、観戦者に満足してもらい再び観戦しようという気持ちにさせる仕組みをつくることが重要になると考える。

第3節 研究の限界と今後の課題

本研究では、スタジアムの雰囲気の構成概念と、再観戦モデルにおけるスタジアムの雰囲気の影響を明らかにした。しかしながら、本研究はひとつの事例研究であり、その結果の解釈は限定的に行われる必要がある。つまり、本調査を実施した調査対象の影響を考慮する必要がある。本調査を実施した大宮アルディージャでは、試合開始前やハーフタイム中にマスコットが観戦者と積極的に交流を図っている。このことが本研究の結果に影響を及ぼしていることが想定される。また、本研究で設定されなかった項目をモデルに組み込んだ場合、異なる結果を得られる可能性が十分に考えられる。本研究ではスタジアムの雰囲気に影響を与えるものとして、目で確認できるスタジアムの環境要因に着目した。しかし先行研究では、試合の歴史、伝統（Kahle et al, 2003）などのスタジアム内で実際に見

ることができない要因も挙げられている。したがって、今後は、その両者を同じモデルに組み込み、検証を行うことが考えられる。

第2に、使用した測定尺度に関し考慮する必要がある。まずSD法で使用した形容詞対に関して、使用する形容詞対はその意味の偏りがないように注意する必要がある。しかし、本研究では調査回数の制限から探索的因子分析を実施し項目の精査を行った。そのため今後は、相関分析などを用いて意味の重複を検証した後に形容詞対を作成し、その後の分析を行うことが必要であると考えられる。また、スタジアム環境の測定尺度に関し「プレイ」は、有意差はみられなかったもののスタジアムの雰囲気に影響を与えている可能性が非常に高いと考えられる。本研究では「プレイ」の測定尺度はサービスクオリティの先行文献から引用しており、それが適していなかったと想定される。スタジアムの雰囲気はスタジアム環境の刺激が影響を与えているため、刺激を表すように質問項目を改善する必要がある。

3点目に、本研究のサンプルの昨年の観戦回数が18.9回であり、ほとんどがコアファンであると考えられ非常に偏ったサンプルであることを考慮に入れる必要がある。FA(2008)は、プレミアリーグに所属している地元のクラブの成績と、試合の雰囲気を経験することが観戦し始める理由と関連していると報告している。そのため今後は、幅広いサンプルを確保し、初回観戦者や観戦経験の少ない層に焦点を当て、スタジアムの雰囲気の影響を調査する必要がある。

最後に、本研究では、予備調査をJ2のクラブで行い、本調査をJ1のクラブで実施した。J1のクラブとJ2のクラブ及び、サッカー専用競技場と陸上競技場では雰囲気が異なると

考えられる．そのため，様々なスタジアムで調査を行い，モデルや雰囲気の影響力を調査することが望まれる．国内でのスポーツ産業におけるスタジアム環境要因の研究は非常に少ない状況にある（吉倉，2008）．今回の研究を踏まえて他の研究手法を用いた研究方法の検討を行うなど，研究成果を蓄積していくことが望まれる．

資料

(1) CMIN/DF

CMIN/DF は下限値が 0 で、値が小さいほど適合が良いモデルであると考えられる。ただし上限値はデータ件数によってさまざまであるため、どの程度の値ならば適合が悪いモデルであるとするかについての明確な基準がないと指摘されているが（豊田，2007），1.0 から 2.0 や 1.0 から 3.0 の範囲であれば許容できる適合を示すという指摘もある（Amos 6.0 User's Guide）。

(2) GFI (Goodness of Fit Index)

GFI の値は 0 から 1 までの範囲を取り、回帰分析における r^2 乗と同様に解釈することができる。モデルがデータに完全に適合しているときは値が 1 になり、あてはまりが悪い時は 0 に近づく。推定するパラメータの数を増やすと結果的に GFI の値は大きくなる。また、モデルに使っている観測変数の数も影響する傾向があり、多くの観測変数がモデルに組み込まれている場合、GFI の値がなかなか大きくならない。（田部井，2001）GFI は、データ件数の影響を受けない指標で、一般的に.90 以上であれば「説明力のある（データと当てはまっている）パス図である」と判断する。なお、変数が 8 以下のパス図の場合は、GFI が.90 以上あっても、それだけではそのモデルが説明力を持つとは判断しないほうがよいとされている。また変数が 30 以上のパス図の場合は、GFI が.90 を超えていなくても、GFI の低さの理由だけでそのパス図を捨てる必要はないと言われている。（豊田，2007）

(3) CFI (Comparative Fit Index : 比較適合度指標)

CFI は 0 から 1 の範囲をとり、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がある TLI の欠点を修正した指標である (田部井, 2001)。値は.90 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 (小塩, 2005)。

(4) RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation : 平均二乗誤差平方根)

RMSEA は、モデルの自由度で母乖離度値を割ることにより、推定するパラメータ数の影響を受ける母乖離度値の欠点を修正した指標である。RMSEA の値が 0.05 未満の場合、モデルのあてはまりが良いと判断し、値が 0.1 以上のモデルはあてはまりが悪いため採択しない。0.05 から 0.1 の範囲はグレーゾーンとされている。(田部井, 2001 ; 豊田, 2007)

(5) クロンバックの α 係数

信頼性については、クロンバックの α 係数を求めて検討することとした。クロンバックの α 係数の値は 0 から 1 の間をとり、1 に近いほど信頼性が高いことを表す。一般的に値が.70 以上あれば信頼性の高い尺度とみなされ、.80 以上あれば文句なしと判断される (小田, 2007)。

参考・引用文献一覧

- Amos 6.0 User's Guide
- Buckley (1987) THE INTERNAL ATMOSPHERE OF A RETAIL STORE, *Advances in Consumer Research* Volume 14, p568
- Charleston (2008) Determinants of Home Atmosphere in English Football: A Committed Supporter Perspective, *Journal of sport behavior*, 31(4): 312-328
- Donovan and Rossiter (1982) Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1): 34-57.
- Fornell, C. and Larcker, F. D. (1981) Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39-50
- Hightower, R., Brady, K. M., Baker, L. T. (2002) Investigating the role of the physical environment in hedonic service consumption: an exploratory study of sporting events. *Journal of Business Research*, 55: 697-707
- Kahle, R. L., Aiken, D., Dalakas, V., Duncan, M. (2003) Men's Versus Women's Collegiate Basketball Customers: Attitudinal Favorableness and the Environment. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, June/July: 145-159
- Kotler (1973) Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49(4): 48-64
- Nevill, M. A., Newell, M. S., Gale, S (1996) Factors associated with home advantage in English and Scottish soccer matches. *Journal of Sciences*, 14: 181-186
- Ryu, K. and Jang, S. (2007) THE EFFECT ON ENVIRONMENTAL PERCEPTIONS ON BEHAVIORAL INTENTIONS THROUGH EMOTIONS : THE CASE OF UPSCALE RESTAULANT, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(1): 56-72
- SMR (2008) Vol.11, データスタジアム
- The Football Association Premier League (2008) NATIONAL FAN SURVEY SUMMARY REPORT 2007/08 Season
- Tombs, A and McColl-Kennedy, R. J. (2003) Social-servicescape conceptual model. *Marketing Theory*, 3(4): 447-475
- Turley, W. L. and Milliman, E. R. (2000) Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49:193-211

- Uhrich and Benkenstein (2010) Sport Stadium Atmosphere: Formative and Reflective Indicators for Operationalizing the Construct. *Journal of Sport Management*, 24: 211-237
- Uhrich (2006) AN ENVIRONMENTAL PSYCHOLOGY, CLASSIFICATION OF SPORTING EVENT ATMOSPHERE AND A METHODOLOGY TO DEVELOP AND VAALIDATE AN ATMOSPHERE MEASUREMENT MODEL, Book of Abstracts of the 14th Conference of the European Association for Sport Management, S: 314-317
- Wakefield, L. K. and Blodgett, G. J. (1994) The Importance of Servicescapes in Leisure Service Setting. *Journal of Services Marketing*, 8(3): 66-76
- Wakefield, L. K. and Blodgett, G. J. (1999) Customer Response to Intangible and Tangible Service Factors. *Psychology & Marketing*, 16(1): 51-68
- Wakefield, L. K., Blodgett, G. J., and Sloan, J. H. (1996) Measurement and Management of the Sportscape. *Journal of Sport Management*, 10: 15-31
- Yoshida, M., James, D. J. (2010) Customer Satisfaction With Game and Service Experiences : Antecedents and Consequences, *Journal of Sport Management*, 24 : 338-361
- Yoshida, M., James, D. J. (2011) Service quality at sporting events: Is aesthetic quality a missing dimension?. *Sport Management Review*, 14 : 13-24
- 浅井慶三郎 (1989) サービスのマーケティング管理：ヒューマンビジネスの設計. 同文館
- 市原茂 (2009) セマンティック・ディファレンシャル法 (SD 法) の可能性と今後の課題. *人間工学*, 45(5) : 263-269
- 井上正明・小林利宣 (1985) 日本における SD 法による研究分野とその形容詞対尺度構成の概観. *教育心理学研究*, 33(3) : 253-260
- 上田哲司・藤澤隆史・長田典子・井上裕美子・大須賀美恵子・井口征士 (2008) ゲーム場面の構成要素と生理指標との関連性ープロ野球における球場観戦とテレビ観戦の比較. *社団法人情報処理学会研究報告*, 17-22
- 大石康彦・金濱聖子・比屋根哲・田口春孝 (2003) 森林空間が人に与えるイメージと気分の比較ーPOMS および SD 法を用いた森林環境評価ー. *日本林學會誌*, 85(1): 70-77
- 大社啓二 (2007) *Sport Management Review* vol.4, p12-15, プレジデント社
- 小川侃 (2001) 雰囲気と集合心性 , 京都大学学術出版会

- 小田利勝（2007），ウルトラ・ビギナーのための SPSS による統計解析入門，プレアデス出版
- ギフォード R.（2005）環境心理学：原理と実践（上）．R.ギフォード（著）羽生和紀・植究・村松陸雄（監訳），北大路書房，p121
- ゲルノート・ベーム（2006）雰囲気美学－新しい現象学の挑戦－．ゲルノート・ベーム（著）梶谷真司・斉藤渉・野村文宏（編訳），晃洋書房
- 小塩真司（2005）研究事例で学ぶ SPSS と Amos による心理・調査データ解析，東京図書株式会社
- コトラー（2008）マーケティング・プログラムのマネジメント．コトラーのマーケティング・マネジメント フィリップコトラー（著）恩蔵直人（監修）月谷真紀（訳），ピアソン・エデュケーション，p689
- 斉藤幸子（1978）セマンテック・ディファレンシャル (SD) 法. 人間工学, 14(6): 315-325
- J リーグ・スタジアム観戦者調査 2010 サマリーレポート（2011），社団法人日本プロサッカーリーグ
- 鈴木友也（2011）勝負は試合の前についている－米国スポーツビジネス流「顧客志向」7つの戦略－，日経 BP 社
- 鈴木美穂・行場次朗（2001）感性印象に関与する因子の感覚関連度の対比分析．電子情報通信学会技術研究報告. HIP, ヒューマン情報処理, 101(698): 31-38
- 染谷栄一（2008）熱狂のメカニズムに関する研究－エスノグラフィー手法による行動科学・脳科学のプロスポーツへの応用－，早稲田大学大学院スポーツ科学研究科リサーチペーパー
- 高井聡（2007）スポーツイベントと集客．スポーツ産業論第4版 原田宗彦（編著），杏林書院，143-153
- 高柳美香（2002）情報空間としての小売店舗－マーケティングからみた店舗の「雰囲気」再考－，専修経営研究年報（27），59-81
- 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，東京図書株式会社
- 豊田秀樹（2007）共分散構造分析 [Amos 編]－構造方程式モデリング－，東京図書株式会社
- 中塚千恵・小川孔輔（2008）なぜ,スタジアムに行ってしまうのか?--観戦型サービスにおける参加意図形成と顧客経験．マーケティングジャーナル, 28(2): 43-62
- 中野香織（2005）．店舗内複合要因が消費者に与える影響－統合マーケティング・コミ

- ユニケーションの視点から見た店舗環境－，商学研究科紀要（60），15－28
- 日本経済新聞（2011年12月10日）．Jリーグ京都，本拠地用地，京都市が無償提供発表，有力候補に
- 日本経済新聞（2011年12月13日）．町田・松本山雅，J2入り，理事会承認，来季22チームに
- 日本経済新聞（2011年5月31日）．Jリーグ，ライセンス制13年導入，クラブ経営，厳しく審査，3年連続赤字で剥奪
- 日本経済新聞（2011年8月5日），J2参戦，初の最終黒字に，ギラヴァンツ北九州，横手社長に聞く
- 羽生和紀（2008）環境心理学とは何か環境心理学－人間と環境の調和のために－，サイエンス社，1-14
- 原田宗彦（2008）再購買意図とロイヤルティ，スポーツマーケティング 原田宗彦（編著），藤本淳也・松岡宏高（著），大修館書店，81-82
- 原田宗彦・小笠原悦子（2008）スポーツリーグのマネジメント．スポーツマネジメント．大修館書店，146－171
- 反対語対照語辞典：活用自在．反対語対照語辞典編纂委員会（編），柏書房
- 藤本淳也・松岡宏高・Jeffrey James（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証－．日本体育学会第53回大会号（53）
- 間野義之（2007）公共スポーツ施設のマネジメント．スポーツ産業論第4版 原田宗彦（編著）．杏林書院，108-116
- 武藤泰明（2008）スポーツファイナンス．大修館書店
- 村上宣寛（2006）心理尺度のつくり方，北大路書房
- 村田義幸（1970）SD法による態度測定に関する研究．活水論文集，13：1-6，
- 山内貴博・清水泰博（2010）場の固有性の捉え方に関する研究．日本デザイン学会研究発表大会概要集，57:H17-
- 吉倉秀和（2008）プロ野球観戦者の消費者行動に関する研究－スタジアム環境要因および滞留希望に注目して－早稲田大学大学院スポーツ科学研究科修士論文

付録 1

予備調査 1 使用質問紙

アンケート調査へのご協力をお願い

このアンケートは、今後のJリーグの試合およびクラブの運営を検討するための情報を収集することを目的に、本日、Jリーグをご観戦の皆様を対象として実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理いたしますので、ご回答いただいた皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。

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いたします。

2011. 7. 2(土) (社)日本プロサッカーリーグ

湘草津温泉フットボールクラブ

以下に回答をご記入ください

1) 性 別	1. 男性 2. 女性
2) 年 齢	() 歳
3) お住まい	() 都・道・府・県 () 市・郡・区・町・村
4) ご家族	1. 独身 2. 既婚 → お子さんは 1. いない 2. いる → () 歳 ※一番下のお子さんの年齢をご記入ください
5) 昨年のスタジアム観戦回数 ※J1 はリーグ戦/ナビスコカップ ※J2 はリーグ戦のみ	① J1: リーグ戦 およそ()試合 ナビスコカップ およそ()試合 ② J2: リーグ戦 およそ()試合
6) あなたはホームクラブのファンですか。もし、そうであれば、応援して何年目ですか	1. はい (応援して 年目) ※今シーズンから応援するようになった方は「1年目」として下さい 2. いいえ → A. アウェイクラブのファン B. その他のクラブ()のファン 3. 応援しているクラブは特になし
7) スタジアムまでの所要時間(片道)	片道およそ ()分
8) 今日合計何人で来ましたか	あなたご自身を含めて ()人
9) あなたは今日、誰と観戦に来ましたか (いくつでも)	1. ひとり 2. 友人 3. 家族 4. その他()
10) 本日もお持ちのチケットについて	① あなたはお持ちのチケットをどのように購入 (入手) しましたか 1. シーズンチケットを購入した 2. インターネットで予約購入した 3. コンビニで購入した 4. プレイガイド(店頭)で購入した 5. 携帯電話WEBサイトで購入した 6. 電話で購入した 7. チケットをもらった 8. スタジアムで購入した 9. その他(具体的に: _____) ② <u>上の①で「1. シーズンチケットを購入した」とお答えの方に</u> シーズンチケット(シーズンパス、年間パスなど、クラブにより名称は異なります)を購入した理由はどのようなものでしたか? (いくつでも) 1. 席を確保しておきたいから 2. クラブに愛着があるから 3. いつも同じ仲間と応援したいから 4. 個別で買うよりまとめて購入したほうが安いから 5. 特典が魅力だから 6. その他(_____)
11) 「Jリーグ」の情報は、主にどこから入手していますか(いくつでも)	1. 新聞(一般紙) 2. スポーツ新聞 3. テレビ 4. ラジオ 5. サッカー雑誌 6. 一般の雑誌 7. 友人・知人・家族 8. マッチデープログラム 9. Jリーグ公式ウェブサイト 10. ポスター 11. チラシ・パンフレット等の配布物 12. クラブの会報 13. 街頭ビジョン 14. その他 (具体的に: _____) 【ウェブサイト】 15. クラブ公式ホームページ 16. Jリーグ公式ホームページ 17. J's GOAL 18. ファンブログ 19. SNS系(ツイッター、フェイスブック、mixi、GREEなど) 20. その他 (サイト名: _____) 【携帯電話情報サイト】 21. モバイルJ's GOAL 22. クラブ公式携帯サイト 23. Jリーグ公認ライブサッカーJ 24. その他 (サイト名: _____)
12) ACL(AFCチャンピオンズリーグ)の情報をどこで入手しますか(いくつでも)	ACLの情報をどこで入手しますか(いくつでも) 1. 新聞 2. テレビ 3. サッカー専門誌 4. クラブ公式ホームページ 5. Jリーグ・JFA公式ホームページ 6. J's GOAL 7. AFC公式ホームページ 8. その他 ()

13) Jリーグの試合の テレビ放送について	① テレビ観戦の頻度についてお答え下さい → 1. よく見る 2. 時々見る 3. 見ない ② 上の①で「1. よく見る」もしくは「2. 時々見る」とお答えの方に Jリーグの試合をテレビ観戦する際に見るチャンネル(メディア)はどこですか 1. スカパー！(「e2」、「光」を含む) 2. NHK(地方局を含む) 3. NHK-BS 4. TBS(BS-TBS含む) 5. その他民放局(局名: _____) 6. ケーブルテレビ 7. ひかりTV 8. その他(_____) ③ 上の②で「1. スカパー！」もしくは「スカパー！e2」とお答えの方に 「Jリーグ系セット」に加入していますか 1. 加入している 2. 加入していない(理由: _____)
14) よく見るサッカー(ニュー ス)番組(いくつでも)	1. Jリーグアフターゲームショー 2. Jリーグタイム 3. スーパーサッカー 4. すぽると 5. やべっちFC 6. サッカーアース 7. FOOT×BRAIN 8. その他(_____)
15) Jリーグスポンサー・パートナー の企業名を知っていますか	1. 知っている(企業名(主なもの): _____) 2. 知らない
16) 1ヶ月の自由裁量所得 (おこづかい)	およそ(_____)円 ※差し支えなければ、あなたひとりがレジャー活動や趣味等に、1ヶ月間で自由に使える金額をご記入下さい。
17) Jリーグの試合をスタジア ムで直接、観戦するようにな って、どのくらいがたちま すか	1. 1992年以前 から(Jリーグ開幕前の日本サッカーリーグ時代から) 2. 1993～1995年頃から (1993年Jリーグ開幕とその後の3シーズンくらいから) 3. 1996～1998年頃から (アトランタオリンピック～フランスワールドカップ頃) 4. 1999～2002年頃から(フランス大会以降～日韓ワールドカップの頃) 5. 2003～2006年頃から(日韓大会以降～ドイツワールドカップの頃) 6. 2007～2010年頃から(ドイツ大会以降～昨シーズンから) 7. 今シーズンから (2011年～)
18) サッカーをしたことがありますか	(部活動やクラブ・サークルなどで) 1. している 2. 過去にしていた 3. したことはない
19) フットサルをしたことがありますか	(部活動やクラブ・サークルなどで) 1. している 2. 過去にしていた 3. したことはない
20) 現在、「日本サッカー協会(JFA)」に登録 していますか	1. 登録している → そのカテゴリー(いくつでも) A. サッカー B. フットサル C. 指導者 D. 審判員 2. 登録していない 3. わからない
21) Jリーグ観戦に周囲の人を誘いますか	1. よく誘う 2. 時々誘う 3. あまり誘わない 4. まったく誘わない
22) 周囲の人からJリーグ観戦に誘われますか	1. よく誘われる 2. 時々誘われる 3. あまり誘われない 4. まったく誘われない

Q1. この試合を観戦された理由として、以下のものは、どの程度あてはまりますか。

※右のように、あてはまる番号を1つだけ選択してください

大いにあてはまる どちらともいえない まったくあてはまらない
5 — 4 — 3 — 2 — 1

- ① 応援しているクラブの成績が良いから
 ② 友人や家族に誘われたから
 ③ 地元のクラブだから
 ④ スケジュールの都合がよかったから
 ⑤ 好きなクラブを応援したいから
 ⑥ サッカー観戦が好きだから
 ⑦ 好きな選手を応援したいから
 ⑧ 周囲で盛んに話題になっているから
 ⑨ チケットをもらったから
 ⑩ 今日の対戦相手との試合が魅力的だから
 ⑪ 応援しているクラブが地域に貢献しているから
 ⑫ レジャーとして楽しいから

- 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ①
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ②
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ③
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ④
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑤
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑥
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑦
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑧
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑨
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑩
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑪
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑫

Q2. あなたは、以下の意見をどのように思いますか。

大いにあてはまる どちらともいえない まったくあてはまらない
5 — 4 — 3 — 2 — 1

- ① サッカー選手は、社会の模範として重要な役割を果たしている
 ② Jクラブは、それぞれのホームタウンで重要な役割を果たしている
 ③ サッカーは、若い人たちの生活に、いい影響を与えることができる
 ④ (ザスバ草津)は、ホームタウンで大きな貢献をしている

- 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ①
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ②
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ③
 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ④

Q3. あなたは、「ショッピングセンター(スーパーセンター)」といえば、最初にどのような企業名やお店の名前を思い浮かべますか。

企業名かお店の名前を1つだけご記入ください。

(_____)

Q4. あなたは、「ホームセンター」といえば、最初にどのような企業名やお店の名前を思い浮かべますか。

企業名かお店の名前を1つだけ記入ください。

()

Q5. あなたはザスバ草津のファンですか。もし、そうであれば、応援して何年目ですか。

1. はい (応援して 年目) ※今シーズンから応援するようになった方は「1年目」として下さい

2. いいえ → A. 水戸のファン B. その他のJクラブ ()のファン

3. 応援しているクラブは特になし

→ SQ1. Q5で「はい」と答えた方にお尋ねします。以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

		大いにはある	どちらとも言えない	全くはない			
①	私は、ザスバ草津の熱心なサポーターである	5	4	3	2	1	①
②	私は、ザスバ草津のサポーターであることを他人に知らせたい	5	4	3	2	1	②
③	私は、チームの好不調に関わらず、ザスバ草津を応援する	5	4	3	2	1	③
④	私は、ザスバ草津についていつも誰かと話をする	5	4	3	2	1	④
⑤	私は、ザスバ草津関連のグッズを所有している	5	4	3	2	1	⑤
⑥	私は、ザスバ草津の試合をスタジアムでできる限り観戦しようと思う	5	4	3	2	1	⑥
⑦	私は、ザスバ草津の試合をテレビでできる限り観戦しようと思う	5	4	3	2	1	⑦
⑧	私は、ザスバ草津の記事やニュースを出来る限り読む	5	4	3	2	1	⑧

Q6. 以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

SQ1. あなたは、これまでに「CAINZ HOME(カインズホーム)」を利用したことがありますか。

1. 利用したことがある 2. 利用したことがない

SQ2. あなたは、「CAINZ HOME(カインズホーム)」がザスバ草津の背中スポンサーであることを知っていますか。

1. はい 2. いいえ

SQ3. あなたは、「CAINZ HOME(カインズホーム)」がザスバ草津の背中スポンサーになる以前から、「CAINZ HOME(カインズホーム)」の存在を知っていましたか。

1. はい 2. いいえ

SQ4. あなたは、「CAINZ HOME(カインズホーム)」に対して好感を持っていますか。

非常に持っている どちらとも言いえない まったく持っていない
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ5. あなたは、「CAINZ HOME(カインズホーム)」がザスバ草津の背中スポンサーになったことで、「CAINZ HOME(カインズホーム)」に対して好感を持つようになりましたか。

非常になった どちらとも言いえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ6. あなたは、「CAINZ HOME(カインズホーム)」がザスバ草津の背中スポンサーになったことで、「CAINZ HOME(カインズホーム)」を利用してみたいと思いましたか。

非常になった どちらとも言いえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

Q7. 以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

SQ1. あなたは、これまでに「Beisia(ベisia)」を利用したことがありますか。

1. 利用したことがある 2. 利用したことがない

SQ2. あなたは、「Beisia(ベisia)」がザスバ草津の胸スポンサーであることを知っていますか。

1. はい 2. いいえ

SQ3. あなたは、「Beisia(ベisia)」がザスバ草津の胸スポンサーになる以前から、「Beisia(ベisia)」の存在を知っていましたか。

1. はい 2. いいえ

SQ4. あなたは、「Beisia(ベisia)」に対して好感を持っていますか。

非常に持っている どちらとも言いえない まったく持っていない
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ5. あなたは、「Beisia(ベisia)」がザスバ草津の胸スポンサーになったことで、「Beisia(ベisia)」に対して好感を持つようになりましたか。

非常になった どちらとも言いえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ6. あなたは、「Beisia(ベisia)」がザスバ草津の胸スポンサーになったことで、「Beisia(ベisia)」を利用してみたいと思いましたか。

非常になった どちらとも言いえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

Q8. 以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

SQ1. あなたは、「アビリティジャパングループ」がゼスパ草津の袖スポンサーであることを知っていますか。

1. はい 2. いいえ

SQ2. あなたは、「アビリティジャパングループ」がゼスパ草津の袖スポンサーになる以前から、「アビリティジャパングループ」の存在を知っていましたか。

1. はい 2. いいえ

SQ3. あなたは、「アビリティジャパングループ」に対して好感を持っていますか。

非常に持っている どちらともいえない まったく持っていない
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ4. あなたは、「アビリティジャパングループ」がゼスパ草津の袖スポンサーになったことで、「アビリティジャパングループ」に対して好感を持つようになりましたか

非常になった どちらともいえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ5. あなたは、「アビリティジャパングループ」がゼスパ草津の袖スポンサーになったことで、「アビリティジャパングループ」を利用してみたいと思いましたか。

非常になった どちらともいえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

Q9. 以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

SQ1. あなたは、「グローバルビッグファーム」がゼスパ草津のパンツスポンサーであることを知っていますか。

1. はい 2. いいえ

SQ2. あなたは、「グローバルビッグファーム」がゼスパ草津のパンツスポンサーになる以前から、「グローバルビッグファーム」の存在を知っていましたか。

1. はい 2. いいえ

SQ3. あなたは、「グローバルビッグファーム」に対して好感を持っていますか。

非常に持っている どちらともいえない まったく持っていない
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ4. あなたは、「グローバルビッグファーム」がゼスパ草津のパンツスポンサーになったことで、「グローバルビッグファーム」に対して好感を持つようになりましたか。

非常になった どちらともいえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

SQ5. あなたは、「グローバルビッグファーム」がゼスパ草津のパンツスポンサーになったことで、「グローバルビッグファーム」の製品を利用してみたいと思いましたか。

非常になった どちらともいえない まったくならなかった
5 ————— 4 ————— 3 ————— 2 ————— 1

Q10. あなたは、日常的にツイッターやフェイスブックのようなソーシャルネットワークを使っていますか。

1. はい (具体的なソーシャルネットワーク名:)
2. いいえ

SQ1. Q10で「1. はい」と答えた方にお尋ねします。Jリーグに関する情報やコメントを書き込んだことはありますか。

1. はい
2. いいえ

Q11. 試合中に感じる正田醤油スタジアム群馬の雰囲気を表す言葉(形容詞などを用いて)を思いつく限りお答えください。

Q12. 何が正田醤油スタジアム群馬の雰囲気をつくっていると感じますか。思いつく限りお答えください。

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

付録 2

予備調査 2 使用質問紙

アンケート調査へのご協力をお願い

このアンケートは、今後のJリーグの試合およびクラブの運営を検討するための情報を収集することを目的に、本日、Jリーグをご観戦の皆様を対象として実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理いたしますので、ご回答いただいた皆様に迷惑をおかけすることは絶対にございません。

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けますようお願いいたします。

(社)日本プロサッカーリーグ

東京ヴェルディ1969 フットボールクラブ株式会社

以下に回答をご記入ください

1) 性別	1. 男性 2. 女性
2) 年齢	()歳
3) お住まい	()都・道・府・県 ()市・郡・区・町・村
4) ご家族	1. 独身 2. 既婚 → お子さんは 1. いない 2. いる → ()歳 ※一番下のお子さんの年齢をご記入ください
5) 昨年のスタジアム観戦回数 ※J1はリーグ戦/ナビスコカップ ※J2はリーグ戦のみ	① J1: リーグ戦 およそ()試合 ナビスコカップ およそ()試合 ② J2: リーグ戦 およそ()試合
6) あなたはホームクラブのファンですか。もし、そうであれば、応援して何年目ですか	1. はい (応援して 年目) ※今シーズンから応援するようになった方は「1年目」として下さい 2. いいえ → A. アウェイクラブのファン B. その他のJクラブ()のファン 3. 応援しているクラブは特になし
7) スタジアムまでの所要時間(片道)	片道およそ ()分
8) 今日は合計何人で来ましたか	あなたご自身を含めて ()人
9) あなたは今日、誰と観戦に来ましたか (いくつでも)	1. ひとり 2. 友人 3. 家族 4. その他()
10) 本日もお持ちのチケットについて	① あなたはお持ちのチケットをどのように購入(入手)しましたか 1. シーズンチケットを購入した 2. インターネットで予約購入した 3. コンビニで購入した 4. プレイガイド(店頭)で購入した 5. 携帯電話WEBサイトで購入した 6. 電話で購入した 7. チケットをもらった 8. スタジアムで購入した 9. その他(具体的に:) ② 上の①で「1. シーズンチケットを購入した」とお答えの方に シーズンチケット(シーズンパス、年間パスなど、クラブにより名称は異なります)を購入した理由はどのようなものでしたか? (いくつでも) 1. 席を確保しておきたいから 2. クラブに愛着があるから 3. いつも同じ仲間と応援したいから 4. 個別で買うよりまとめて購入したほうが安いから 5. 特典が魅力だから 6. その他()
11) 「Jリーグ」の情報は、主にどこから入手していますか(いくつでも)	1. 新聞(一般紙) 2. スポーツ新聞 3. テレビ 4. ラジオ 5. サッカー雑誌 6. 一般の雑誌 7. 友人・知人・家族 8. マッチデープログラム 9. Jリーグ公式スケジュール 10. ボスター 11. チラシ・パンフレット等の配布物 12. クラブの会報 13. 街頭ビジョン 14. その他(具体的に:) 【ウェブサイト】 15. クラブ公式ホームページ 16. Jリーグ公式ホームページ 17. J's GOAL 18. ファンブログ 19. SNS系(ツイッター、フェイスブック、mixi、GREEなど) 20. その他(サイト名:) 【携帯電話情報サイト】 21. モバイルJ's GOAL 22. クラブ公式携帯サイト 23. Jリーグ公認ライブサッカーJ 24. その他(サイト名:)
12) ACL(AFCチャンピオンズリーグ)の情報をどこで入手しますか(いくつでも)	ACLの情報をどこで入手しますか(いくつでも) 1. 新聞 2. テレビ 3. サッカー専門誌 4. クラブ公式ホームページ 5. Jリーグ・JFA公式ホームページ 6. J's GOAL 7. AFC公式ホームページ 8. その他()

13) Jリーグの試合の テレビ放送について	① テレビ観戦の頻度についてお答え下さい → 1. よく見る 2. 時々見る 3. 見ない ② 上の①で「1.よく見る」もしくは「2. 時々見る」とお答えの方に Jリーグの試合をテレビ観戦する際に見るチャンネル(メディア)はどこですか 1. スカパー！(「e2」、「光」を含む) 2. NHK(地方局を含む) 3. NHK-BS 4. TBS(BS-TBS含む) 5. その他民放局(局名:) 6. ケーブルテレビ 7. ひかりTV 8. その他() ③ 上の②で「1. スカパー！もしくはスカパー！e2」とお答えの方に 「Jリーグ系セット」に加入していますか 1. 加入している 2. 加入していない(理由:)
14) よく見るサッカー(ニュー ス)番組(いくつでも)	1. Jリーグアフターゲームショー 2. Jリーグタイム 3. スーパーサッカー 4. すぽると 5. やべっちFC 6. サッカーアース 7. FOOT×BRAIN 8. その他()
15) Jリーグスポンサー・パートナー の企業名を知っていますか	1. 知っている(企業名(主なもの):) 2. 知らない
16) 1ヶ月の自由裁量所得 (おこづかい)	およそ()円 ※差し支えがなければ、あなたひとりがレジャー活動や趣味等に、1ヶ月間で自由に使える金額をご記入下さい。
17) Jリーグの試合をスタジア ムで直接、観戦するようになっ て、どのくらいがたちま すか	1. 1992年以前 から(Jリーグ開幕前の日本サッカーリーグ時代から) 2. 1993～1995年頃から(1993年Jリーグ開幕とその後の3シーズンくらいから) 3. 1996～1998年頃から(アトランタオリンピック～フランスワールドカップ頃から) 4. 1999～2002年頃から(フランス大会以降～日韓ワールドカップの頃から) 5. 2003～2006年頃から(日韓大会以降～ドイツワールドカップの頃から) 6. 2007～2010年頃から(ドイツ大会以降～昨シーズンから) 7. 今シーズンから(2011年～)
18) サッカーをしたことがありますか	(部活動やクラブ・サークルなどで) 1. している 2. 過去にしていた 3. したことはない
19) フットサルをしたことがありますか	(部活動やクラブ・サークルなどで) 1. している 2. 過去にしていた 3. したことはない
20) 現在、「日本サッカー協会(JFA)」に登録 していますか	1. 登録している → そのカテゴリー(いくつでも) A. サッカー B. フットサル C. 指導者 D. 審判員 2. 登録していない 3. わからない
21) Jリーグ観戦に周囲の人を誘いますか	1. よく誘う 2. 時々誘う 3. あまり誘わない 4. まったく誘わない
22) 周囲の人からJリーグ観戦に誘われますか	1. よく誘われる 2. 時々誘われる 3. あまり誘われない 4. まったく誘われない

Q1. この試合を観戦された理由として、以下のものは、どの程度あてはまりますか。

※右のように、あてはまる番号を1つだけ選択してください

大いにあてはまる 5 — 4 — 3 — 2 — 1 小いにあてはまる

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| ① 応援しているクラブの成績が良いから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ① |
| ② 友人や家族に誘われたから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ② |
| ③ 地元のクラブだから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ③ |
| ④ スケジュールの都合がよかったから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ④ |
| ⑤ 好きなクラブを応援したいから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑤ |
| ⑥ サッカー観戦が好きだから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑥ |
| ⑦ 好きな選手を応援したいから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑦ |
| ⑧ 周囲で盛んに話題になっているから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑧ |
| ⑨ チケットをもらったから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑨ |
| ⑩ 今日の対戦相手との試合が魅力的だから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑩ |
| ⑪ 応援しているクラブが地域に貢献しているから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑪ |
| ⑫ レジャーとして楽しいから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑫ |

Q2. あなたは、以下の意見をどのように思いますか。

大いにあてはまる 5 — 4 — 3 — 2 — 1 小いにあてはまる

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| ① サッカー選手は、社会の模範として重要な役割を果たしている | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ① |
| ② Jクラブは、それぞれのホームタウンで重要な役割を果たしている | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ② |
| ③ サッカーは、若い人たちの生活に、いい影響を与えることができる | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ③ |
| ④ (東京ヴェルディ)は、ホームタウンで大きな貢献をしている | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ④ |

Q3. あなたは東京ヴェルディのファンですか。もし、そうであれば、応援して何年目ですか。

1. はい（応援して 年目） ※今シーズンから応援するようになった方は「1年目」として下さい
 2. いいえ → A. ロアッソ熊本ファン B. その他のJクラブ（ ）のファン
 3. 応援しているクラブは特になし

※Q1. Q3で「1.はい」と答えた方にお尋ねします。以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

	大いにはまる	どちらとも言えない	全く当てはまらない			
① 私は、東京ヴェルディの熱心なサポーターである	5	4	3	2	1	①
② 私は、東京ヴェルディのサポーターであることを他人に知らせたい	5	4	3	2	1	②
③ 私は、チームの好不調に関わらず、東京ヴェルディを応援する	5	4	3	2	1	③
④ 私は、東京ヴェルディについていつも誰かと話をする	5	4	3	2	1	④
⑤ 私は、東京ヴェルディ関連のグッズを所有している	5	4	3	2	1	⑤
⑥ 私は、東京ヴェルディの試合をスタジアムでできる限り観戦しようと思う	5	4	3	2	1	⑥
⑦ 私は、東京ヴェルディの試合をテレビでできる限り観戦しようと思う	5	4	3	2	1	⑦
⑧ 私は、東京ヴェルディの記事やニュースを出来る限り読む	5	4	3	2	1	⑧

Q4.「東京」といえば何を思い浮かべますか。思いついたものやイメージを自由に3つお書きください。

- ①() ②() ③()

Q5.東京ヴェルディの「地域活動」(サッカー教室、握手会、トークショー、福祉活動などの地域における活動)を見かけたり、参加したりしたことがありますか。

1. ある 2. ない

Q6.東京ヴェルディについて、以下の項目はどの程度、当てはまりますか。

	大いに当てはまる	どちらとも言いえない	まったく当てはまらない		
① 積極的に試合観戦に行ったり、ホームタウン活動に参加したい	5	4	3	2	1
② 試合観戦や「地域活動」を他人に勧めたい	5	4	3	2	1

Q7.「東京ヴェルディ」といえば何を思い浮かべますか。思いついたものやイメージを自由に3つお書きください。

- ①() ②() ③()

Q8. あなたがサッカー観戦に行くことに関して、各項目について当てはまる番号1つに○をつけてください。

「一般的に、サッカー観戦に行くことは・・・」

	どちらとも いえない												全く		
重要である	非常に	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1	重要ではない
ワクワクする	非常に	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1	ワクワクしない
魅力的である	非常に	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1	魅力的ではない
多くの意味をもつ	非常に	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1	何も意味を持たない
何より大切である	非常に	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1	どうでもよい
楽しい	非常に	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1	退屈である

Q9. 以下の項目について、当てはまる番号1つに○をつけてください。

	非常に そう思う		どちらとも 言いえない			全く そう思わない	
今後もスタジアム(競技場等)で試合を観戦しようと思う	7	6	5	4	3	2	1

Q10. 以下の項目について、当てはまる番号1つに○をつけてください。

		非常に そう思う			どちらとも いえない				全く そう思わない						
1	このスタジアムでは、よい雰囲気があるので信頼できる	...	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1
2	このスタジアムの雰囲気は試合で期待しているものである	...	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1
3	クラブは雰囲気がお客さんにとって重要なことであることを理解している	...	7	-	6	-	5	-	4	-	3	-	2	-	1

Q11. あなたが感じる国立競技場の雰囲気を表す言葉として、以下の項目はどの程度あてはまりますか。

※以下の例のように、当てはまる箇所に1つだけ○をつけてください

例)かなり「強い」と感じる場合		強い	非常に	かなり	やや	どちらとも いえない	やや	かなり	非常に	弱い
1.	良い									悪い
2.	親しみやすい									親しみにくい
3.	明るい									暗い
4.	温かい									冷たい
5.	熱い									冷めた
6.	勢いづいた									がっかりした
7.	意欲的な									無気力な
8.	まとまった									バラバラな
9.	うれしい									悲しい
10.	ゆったり									窮屈な
11.	生き生きした									しずんだ
12.	落ち着いた									慌てた
13.	男性的な									女性的な
14.	面白い									つまらない
15.	きれい									きたない
16.	気持ちがいい									気持ちが悪い
17.	こじんまり									大がかりな
18.	幸福な									不幸な
19.	鋭い									鈍い
20.	派手な									地味な
21.	大きい									小さい
22.	かっこいい									かっこわるい
23.	動的な									静的な
24.	のんびり									緊張した
25.	新しい									古い
26.	優しい									厳しい
27.	楽しい									苦しい
28.	陽気な									陰気な
29.	賑やか									寂しい
30.	激しい									穏やか
31.	活発な									不活発な

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

付録 3

予備調査 3 使用質問紙

アンケート調査へのご協力をお願い

このアンケートは、今後のJリーグの試合およびクラブの運営を検討するための情報を収集することを目的に、本日、Jリーグをご観戦の皆様を対象に実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理いたしますので、ご回答いただいた皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。

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いたします。

2011.9.18(日)

(社)日本プロサッカーリーグ

(株)栃木サッカークラブ

以下に回答をご記入ください

1) 性 別	1. 男性 2. 女性
2) 年 齢	()歳
3) お住まい	()都・道・府・県 ()市・郡・区・町・村
4) ご家族	1. 独身 2. 既婚 → お子さんは 1. いない 2. いる → ()歳 ※一番下のお子さんの年齢をご記入ください
5) 昨年のスタジアム観戦回数 ※J1はリーグ戦/ナビスコカップ ※J2はリーグ戦のみ	① J1: リーグ戦 およそ()試合 ナビスコカップ およそ()試合 ② J2: リーグ戦 およそ()試合
6) スタジアムまでの所要時間(片道)	片道およそ()分
7) 今日 は合計何人で来ましたか	あなたご自身を含めて()人
8) あなたは今日、誰と観戦に来ましたか (いくつでも)	1. ひとり 2. 友人 3. 家族 4. その他()
9) 本日お持ちのチケットについて	① あなたはお持ちのチケットをどのように購入(入手)しましたか 1. シーズンパスポートを購入した 2. インターネットで予約購入した 3. コンビニで購入した 4. プレイガイド(店頭)で購入した 5. 携帯電話WEBサイトで購入した 6. 電話で購入した 7. チケットをもらった 8. スタジアムで購入した 9. その他(具体的に: _____) ② 上の①で「1. シーズンパスポートを購入した」とお答えの方に シーズンパスポートを購入した理由はどのようなものでしたか? (いくつでも) 1. 席を確保しておきたいから 2. クラブに愛着があるから 3. いつも同じ仲間と応援したいから 4. 個別で買うよりまとめて購入したほうが安いから 5. 特典が魅力だから 6. その他(_____)
10) 「Jリーグ」の情報は、主にどこから入手していますか (いくつでも)	1. 新聞(一般紙) 2. スポーツ新聞 3. テレビ 4. ラジオ 5. サッカー雑誌 6. 一般の雑誌 7. 友人・知人・家族 8. マッチデープログラム 9. Jリーグ公式ウェブサイト 10. ポスター 11. チラシ・パンフレット等の配布物 12. クラブの会報 13. 街頭ビジョン 14. その他 (具体的に: _____) 【ウェブサイト】 15. クラブ公式ホームページ 16. Jリーグ公式ホームページ 17. J's GOAL 18. ファンブログ 19. SNS系(ツイッター、フェイスブック、mixi、GREEなど) 20. その他 (サイト名: _____) 【携帯電話情報サイト】 21. モバイルJ's GOAL 22. クラブ公式携帯サイト 23. Jリーグ公認ライブサッカーJ 24. その他 (サイト名: _____)
11) ACL (AFCチャンピオンズリーグ)の情報をどこで入手しますか (いくつでも)	ACLの情報をどこで入手しますか (いくつでも) 1. 新聞 2. テレビ 3. サッカー専門誌 4. クラブ公式ホームページ 5. Jリーグ・JFA公式ホームページ 6. J's GOAL 7. AFC公式ホームページ 8. その他 (_____)

12) Jリーグの試合の テレビ放送について	① テレビ観戦の頻度についてお答え下さい → 1. よく見る 2. 時々見る 3. 見ない ② 上の①で「1.よく見る」もしくは「2. 時々見る」とお答えの方に Jリーグの試合をテレビ観戦する際に見るチャンネル(メディア)はどこですか 1. スカパー！(「e2」、「光」を含む) 2. NHK(地方局を含む) 3. NHK-BS 4. TBS(BS-TBS含む) 5. その他民放局(局名: _____) 6. ケーブルテレビ 7. ひかりTV 8. その他(_____) ③ 上の②で「1. スカパー！もしくはスカパー！e2」とお答えの方に 「Jリーグ系セット」に加入していますか 1. 加入している 2. 加入していない(理由: _____)
13) よく見るサッカー(ニュー ス)番組(いくつでも)	1. Jリーグアフターゲームショー 2. Jリーグタイム 3. スーパーサッカー 4. すぽると 5. やべっちFC 6. サッカーアース 7. FOOT×BRAIN 8. その他(_____)
14) Jリーグスポンサー・パートナー の企業名を知っていますか	1. 知っている(企業名(主なもの): _____) 2. 知らない
15) 1ヶ月の自由裁量所得 (おこづかい)	およそ(_____)円 ※差し支えがなければ、あなたひとりレジャー活動や趣味等に、1ヶ月間で自由に使える金額をご記入下さい。
16) Jリーグの試合をスタジア ムで直接、観戦するように なつて、どのくらいがたちま すか	1. 1992年以前 から(Jリーグ開幕前の日本サッカーリーグ時代から) 2. 1993～1995年頃から(1993年Jリーグ開幕とその後の3シーズンくらいから) 3. 1996～1998年頃から(アトランタオリンピック～フランスワールドカップ頃から) 4. 1999～2002年頃から(フランス大会以降～日韓ワールドカップの頃から) 5. 2003～2006年頃から(日韓大会以降～ドイツワールドカップの頃から) 6. 2007～2010年頃から(ドイツ大会以降～昨シーズンから) 7. 今シーズンから(2011年～)
17) サッカーをしたことがありますか	(部活動やクラブ・サークルなどで) 1. している 2. 過去にしていた 3. したことはない
18) フットサルをしたことがありますか	(部活動やクラブ・サークルなどで) 1. している 2. 過去にしていた 3. したことはない
19) 現在、「日本サッカー協会(JFA)」に登録を していますか	1. 登録している → そのカテゴリー(いくつでも) A. サッカー B. フットサル C. 指導者 D. 審判員 2. 登録していない 3. わからない
20) Jリーグ観戦に周囲の人を誘いますか	1. よく誘う 2. 時々誘う 3. あまり誘わない 4. まったく誘わない
21) 周囲の人からJリーグ観戦に誘われますか	1. よく誘われる 2. 時々誘われる 3. あまり誘われない 4. まったく誘われない

Q1. この試合を観戦された理由として、以下のものは、どの程度あてはまりますか。

※右のように、あてはまる番号を1つだけ選択してください

大いにあてはまる どちらともいえない 全くあてはまらない

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| ① 応援しているクラブの成績が良いから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ① |
| ② 友人や家族に誘われたから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ② |
| ③ 地元のクラブだから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ③ |
| ④ スケジュールの都合がよかったから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ④ |
| ⑤ 好きなクラブを応援したいから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑤ |
| ⑥ サッカー観戦が好きだから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑥ |
| ⑦ 好きな選手を応援したいから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑦ |
| ⑧ 周囲で盛んに話題になっているから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑧ |
| ⑨ チケットをもらったから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑨ |
| ⑩ 今日の対戦相手との試合が魅力的だから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑩ |
| ⑪ 応援しているクラブが地域に貢献しているから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑪ |
| ⑫ レジャーとして楽しいから | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ⑫ |

Q2. あなたは、以下の意見をどのように思いますか。

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| ① サッカー選手は、社会の模範として重要な役割を果たしている | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ① |
| ② Jクラブは、それぞれのホームタウンで重要な役割を果たしている | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ② |
| ③ サッカーは、若い人たちの生活に、いい影響を与えることができる | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ③ |
| ④ 栃木SCは、ホームタウンで大きな貢献をしている | 5 — 4 — 3 — 2 — 1 ④ |

1) 席種	1. SS席 2. S席 3. SC席(メインスタンド) 4. SC席(ゴール裏) 5. アウェー席 6. 株主・スポンサー席
2) 上記の席種の価格設定に満足していますか	不満だと思う どちらともいえない 満足だと思う 5—4—3—2—1
3) 交通手段	1. 徒歩・自転車 2. 車 3. バイク 4. 有料バス 5. 無料バス 6. 車とバス 7. その他()
4) 自宅からの最寄りの沿線	1. JR沿線() 2. 東武鉄道沿線() 3. その他()
5) 出生地	1. 栃木県内(宇都宮市内) 2. 栃木県内(宇都宮市外) 3. 栃木県外
6) 栃木県グリーンスタジアムの環境に関して、右の項目は十分だと思いますか	十分だと思う どちらともいえない 不十分だと思う 5—4—3—2—1 1. スタジアムの雰囲気について 2. スタジアムへのアクセスについて 3. 駐車場の数・場所について 4. 雨天時の観戦環境について 5. トイレの数について 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1
7) 栃木 SC の情報に関して、右の項目は十分だと思いますか	十分だと思う どちらともいえない 不十分だと思う 5—4—3—2—1 1. 試合に関する情報 2. チケット入手に関する情報 3. イベントに関する情報 4. チーム・選手に関する情報 5. ホームタウン活動に関する情報 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1 5—4—3—2—1

Q3. あなたが日頃、よく情報入手する地元メディアの番号を、頻度が多い順に「5つ」選び、四角の中にご記入下さい。

- | | | | |
|----------------|---------------|----------------|-----------------|
| 1. 下野新聞 | 2. とちぎテレビ | 3. レディオベリー(FM) | 4. NHK宇都宮放送(FM) |
| 5. CRT栃木放送(AM) | 6. 朝日新聞 | 7. 読売新聞 | 8. 毎日新聞 |
| 9. 日経新聞 | 10. 産経新聞 | 11. 栃木よみうり | 12. とちぎ朝日 |
| 13. スポーツニッポン | 14. スポーツ報知 | 15. サンケイスポーツ | 16. 東京スポーツ |
| 17. 日刊スポーツ | 18. タウン情報もんみや | 19. トチベ | 20. その他() |

1位()	2位()	3位()	4位()	5位()
-------	-------	-------	-------	-------

Q4. あなたは栃木 SC のファンですか。もし、そうであれば、応援して何年目ですか。

1. はい (応援して 年目) ※今シーズンから応援するようになった方は「1年目」として下さい
2. いいえ → A. カターレ富山のファン B. その他のJクラブ () のファン
3. 応援しているクラブは特になし

→ SQ1. Q4で「1.はい」と答えた方におうかがいします。以下の項目について、それぞれ当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

- | | | |
|----------------------------------|---|---|
| | <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> 大いに当てはまる どちらともいえない 全く当てはまらない </div> <div style="text-align: center;">5—4—3—2—1</div> | |
| ① 私は、栃木SCの熱心なサポーターである | 5—4—3—2—1 | ① |
| ② 私は、栃木SCのサポーターであることを他人に知らせたい | 5—4—3—2—1 | ② |
| ③ 私は、チームの好不調に関わらず、栃木SCを応援する | 5—4—3—2—1 | ③ |
| ④ 私は、栃木SCについていつも誰かと話をする | 5—4—3—2—1 | ④ |
| ⑤ 私は、栃木SC関連のグッズを所有している | 5—4—3—2—1 | ⑤ |
| ⑥ 私は、栃木SCの試合をスタジアムでできる限り観戦しようと思う | 5—4—3—2—1 | ⑥ |
| ⑦ 私は、栃木SCの試合をテレビでできる限り観戦しようと思う | 5—4—3—2—1 | ⑦ |
| ⑧ 私は、栃木SCの記事やニュースを出来る限り読む | 5—4—3—2—1 | ⑧ |

Q5. あなたがよく利用しているソーシャル・ネットワーキング・サービスにすべて○をつけてください。

1. ツイッター 2. ミクシィ 3. フェイスブック 4. ユーストリーム 5. ブログ 6. 2ちゃんねる
7. その他(具体的に:)

Q6. 以下の項目について、栃木県グリーンスタジアムにおいて当てはまる番号に1つだけ○をつけてください。

	非常にそう思う	どちらともいえない	全くそう思わない
1 マスコットとよく触れ合える	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
2 試合前によくイベントが実施されている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
3 サッカーソングやクラブの応援歌の音楽が流れている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
4 大型ビジョンは見ていて面白い	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
5 あなたのチームはいつも一生懸命にプレイしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
6 あなたのチームは、常にチームの精神と勝利への意欲を見せる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
7 ゴールが決まった瞬間はいつも盛り上がる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
8 栃木県グリーンスタジアムでは、選手名が入った横断幕をよく見かける	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
9 スタジアム従業員は、あなたの求めるものを理解しよう心がけている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
10 大型ビジョンはゲームに面白さを加える	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
11 サポーターは一生懸命に応援している	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
12 たくさんのサポーターがクラブの商品を身にまとっている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
13 あなたのチームの選手たちは、しっかりと役目を果たすプレイをしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
14 ホームチームサポーターのスタンドはいつも満席になっている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
15 スタジアムアナウンサーが観客をよく盛り上げている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
16 スタジアム従業員は、あなたの要求に応えるために実際に行動を起こす	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
17 審判紹介の際、サポーターは拍手で讃えている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
18 大型ビジョンは質が高いと思う	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
19 豊富な種類の食べ物を提供している	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
20 あなたのチームの選手たちは、いつもベストを尽くすよう努めている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
21 スタジアム従業員は、すみやかにあなたの要求に応える	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
22 選手紹介の際、サポーターは応援を中断し全員で聞いている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
23 あなたのチームの選手たちは、優れた技術を持っている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
24 大型ビジョンは来場者に興味深い情報を提供する	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
25 サポーターが全員で合わせた応援を頻繁にしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
26 多くのサポーターが大声で叫んで応援している	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
27 あなたのクラブは最後まで諦めずプレイをしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
28 サッカースタジアムに適した音楽が流れている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
29 食事を提供する屋台が多くある	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
30 企業名が入った横断幕をよく見かける	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
31 このスタジアムでは親切な従業員に頼ることができる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
32 サポーターは絶えず応援歌を歌っている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
33 スポンサーの名前が入った看板がたくさんある	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
34 栃木県グリーンスタジアムでの試合は常に活気にあふれている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
35 栃木県グリーンスタジアムでは、音響が屋内劇場の中にいるように感じる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
36 アウェイサポーターのスタンドはいつも満席になっている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
37 スタジアム従業員は、観客が専門知識を頼りにしていることを心得ている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
38 観客席がフィールドのすぐ近くに設置されている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
39 スタジアム従業員の心構えには、来場者を助けようとする意思が表れている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
40 あなたのチームは毎試合 100%の力を出す	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
41 両クラブのサポーターはいつもお互いに怒鳴り合っている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
42 栃木県グリーンスタジアムでの試合は、常におもしろい展開がみられる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
43 サポーターが一体となって応援をしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
44 栃木県グリーンスタジアムではマスコットをよく見かける	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

付録 4

本調査使用質問紙

大宮アルディージャ ご観戦の皆様へのアンケート

平成 23 年 10 月 22 日
エヌ・ティ・ティ・スポーツコミュニティ株式会社
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、今後のリーグの試合およびクラブの運営を検討するための情報を収集することを目的に、本日、リーグをご観戦の皆様を対象に実施しております。ご回答は匿名でいただき、すべて統計的に処理いたしますので、ご回答いただいた皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。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いたします。

Q 1. あなた自身のことについてお伺いします。

1) 性別	1. 男性 2. 女性
2) 年齢	() 歳
3) ご職業	1. 学生 2. 主婦・主夫 3. 会社員 4. 公務員 5. 教職員 6. 医師・医療 7. 会社経営 8. 会社役員 9. 自営業 10. パート・アルバイト 11. 無職 12. 農林・水産 13. 弁護士・税理士 14. その他()
4) 競技経験	1. 現在、部活・クラブ・サークルに所属し、サッカーを行っている。 2. 過去に部活・クラブ・サークルに所属し、サッカーを行っていた。 3. 現在も過去も部活・クラブ・サークルに所属し、サッカーを行ったことはない。
5) 昨年のスタジアム観戦回数	およそ() 試合 ・ 今回初めてリーグを観戦した
6) これまで誰と観戦に来ることが多かったですか	1. ひとり 2. 友人 3. 家族 4. その他()

Q 2. 次の 3 つの項目について当てはまるものそれぞれ 1 つに○をつけて下さい。

	頻繁に考える	どちらでもない	まったく考えない
1. 大宮アルディージャの事をどのくらいの頻度で考えていますか	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		
2. 大宮アルディージャにどのくらい関心がありますか	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1	非常に興味がある	まったく関心がない
3. 大宮アルディージャをよく知ることは人生の中でどのくらい重要ですか	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1	非常に重要	まったく重要でない

Q 3. あなたがサッカー観戦に行くことに関して、各項目について当てはまる番号 1 つに○をつけてください。

	非常に重要である	どちらともいえない	全く重要ではない
ワクワクする	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		ワクワクしない
魅力的である	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		魅力的ではない
多くの意味をもつ	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		何も意味を持たない
何より大切である	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		どうでもよい
楽しい	7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		退屈である

Q 4. 以下の項目について、当てはまる番号 1 つに○をつけてください。

	非常にそう思う	どちらともいえない	全くそう思わない
1. このスタジアムでは、よい雰囲気の中での観戦を期待できる	… 7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		
2. このスタジアムの雰囲気は、あなたが試合観戦で求めているものである	… 7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		
3. クラブは、雰囲気が観客にとって重要であることを理解している	… 7 — 6 — 5 — 4 — 3 — 2 — 1		

Q 5. スタジアムの雰囲気について、どの程度満足していますか？

とても満足 満足 少々満足 どちらでもない 少々不満足 不満足 とても不満足
7 ----- 6 ----- 5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

Q 6. あなたが感じる NACK5 スタジアム大宮の雰囲気を表す言葉として、以下の項目はどの程度あてはまりますか。
※以下の例のように、当てはまる箇所に1つだけ○をつけてください

		非常に	かなり	やや	どちらとも いえない	やや	かなり	非常に
例) かなり強いと感じる場合		強い		☒				弱い
1.	良い							悪い
2.	親しみやすい							親しみにくい
3.	明るい							暗い
4.	熱い							冷めた
5.	勢いづいた							がっかりした
6.	意欲的な							無気力な
7.	まとまった							バラバラな
8.	ゆったり							窮屈な
9.	落ち着いた							慌てた
10.	男性的な							女性的な
11.	きれい							きたない
12.	気持ちがいい							気持ちが悪い
13.	派手な							地味な
14.	カッコいい							カッコわるい
15.	動的な							静的な
16.	のんびり							緊張した
17.	楽しい							苦しい
18.	陽気な							陰気な
19.	賑やか							寂しい
20.	激しい							穏やか
21.	活発な							不活発な

Q 7. 以下の項目について、NACK5スタジアム大宮において当てはまる番号1つに○をつけてください。

	非常にそう思う	どちらともいえない	全くそう思わない
1 サッカーソングやクラブの応援歌が流れている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
2 このスタジアムでは親切的なスタッフに頼ることができる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
3 NACK5スタジアム大宮ではマスコットをよく見かける	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
4 食事を提供する屋台が多くある	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
5 多くのサポーターが大声で叫んで応援している	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
6 NACK5スタジアム大宮での試合は常に活気にあふれている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
7 大宮アルディージャは、常にチームの精神と勝利への意欲を見せる	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
8 企業名が入ったのぼりをよく見かける	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
9 大宮アルディージャの選手は、優れた技術を持っている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
10 大型ビジョンは見ていて面白い	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
	非常にそう思う	どちらともいえない	全くそう思わない
11 スタッフは、あなたの求めるものを理解しようと心がけている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
12 大宮アルディージャの選手は、しっかりと役目を果たすプレイをしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
13 サポーターが一体となって応援をしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
14 たくさんのサポーターがクラブの商品を身にまとっている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
15 大宮アルディージャは、いつも一生懸命にプレイしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
16 スタッフは、あなたの要求に応えるために実際に行動を起こす	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
17 豊富な種類の食べ物を提供している	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
18 大型ビジョンはゲームに面白さを加える	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
19 大宮アルディージャは、いつもベストを尽くすように努めている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
20 スタッフは、すみやかにあなたの要求に応える	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
	非常にそう思う	どちらともいえない	全くそう思わない
21 スタジアムアナウンサーが観客をよく盛り上げている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
22 サポーターが全員で合わせた応援を頻繁にしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
23 大宮アルディージャは、毎試合 100%の力を出す	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
24 スタッフの心構えには、来場者を助けようとする意思が表れている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
25 大宮アルディージャは最後まで諦めずプレイをしている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
26 マスコットとよく触れ合える	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
27 サポーターは絶えず応援歌を歌っている	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
28 スポンサーの名前が入った看板がたくさんある	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		
29 大型ビジョンは来場者に興味深い情報を提供する	… 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1		

あなたのこれまでの観戦経験についてお尋ねします

1) これまでのあなたのスタジアムでの観戦経験は、あなたの期待にどれくらい応えることが出来ましたか。あてはまるもの1つに○をつけて下さい。

かなり期待を上回った 少し期待を上回った 期待通りだった 少し期待を下回った かなり期待を下回った
5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

2) 全体として、これまでのあなたのスタジアムでの観戦経験は期待を_____

かなり上回った 少し上回った 期待通りだった 少し下回った かなり下回った
5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

3) 次の4つの項目についてあてはまるものそれぞれ1つに○をつけて下さい。

	とてもそう思う	どちらでもない	まったくそう思わない
1. これまでのスタジアム観戦に満足している	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
2. これまでのスタジアム観戦は期待していたのと同じくらい良かった	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
3. これまでのスタジアムで得た経験は時間を費やした価値があった	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
4. これまでのスタジアムでの経験は心地よかった	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1

4) これまでのスタジアムでの観戦経験を踏まえ、スタジアムでの観戦を周囲に勧めますか？

非常に勧める どちらでもない まったく勧めない
7 ----- 6 ----- 5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

5) これまでのスタジアムでの経験を踏まえ、再びスタジアムを訪れたいと思いますか？

非常にそう思う どちらでもない まったくそう思わない
7 ----- 6 ----- 5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

6) 大宮アルディージャに対するあなたの知識は、どの辺りに位置しますか？

十分な知識がある まったく知識がない
7 ----- 6 ----- 5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

7) これまでのスタジアムでの観戦において、以下に示す感情をどの程度感じましたか？

あてはまるものそれぞれ1つに○をつけて下さい。

	とても よく感じた	時々感じた	全く 感じなかった		とても よく感じた	時々感じた	全く 感じなかった
驚き	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1	喜び	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
感動	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1	興奮	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
誇り	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1	歓喜	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
熱狂	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1	嬉しい	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
ドキドキ	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1	驚愕	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1
楽しい	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1	大喜び	5 -----	4 -----	3 ----- 2 ----- 1

8) 総じて、これまでのスタジアムでの観戦にどの程度満足していますか？

とても満足 満足 少々満足 どちらでもない 少々不満足 不満足 とても不満足
7 ----- 6 ----- 5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1

以上で、質問は終わりです。ご協力ありがとうございました。

謝辞

京都から夜行バスに乗り、初めて先生の研究室を訪問した日を昨日のように感じます。その日から考えると早2年半が経とうとしています。大学院に入学後、特論、ゼミ、学外での活動など、それまで経験したことのない様々なことを目にする事が出来、日々の研究活動だけでなく、将来のことまで深く考えることが出来ました。このような貴重な機会を与えてくださった原田宗彦先生には、何よりも深く御礼申し上げます。

また、修士論文の作成に当たり、快く副査を引き受けて頂き、的確なご指摘を頂きました木村和彦先生、松岡宏高先生にも感謝申し上げます。

大学院での生活は楽しいことばかりでしたが、時に苦しみ、時に泣きたくなることもありました。そんな時、研究室の皆様の存在が私を支えてくれました。ゼミでの厳しい指摘だけでなく、F1の話やお菓子を一緒に食べた石井十郎さん。研究をしている際に見せる真剣な姿だけでなく、飲み会での姿などから“男”を見せてくれた押見大地さん。どんなに忙しい時でも私の研究の相談を聞いてくれ、飲み会の最後にはなぜか私をおもちゃにしていた松井くるみさん。仙台に行ってしまったが、何かと頼りにしてしまう柴田恵理香さん。いつも迷惑を掛けてばかりでしたが、先輩方には本当に感謝しております。

さらに2年間、騒がしく楽しい生活を送れたのは同期の皆様のおかげです。某手羽先屋にて研究のことだけでなく、プライベートなことも色々と話した荒井勇気君。何事も自分を持っている上政頼昌弘君。一緒にインターンシップに行き、将来のことなど話し、一緒にギャガヤした中司雄基君。恐らく、一番厳しく接してしまいごめんなさい本目みほさん。

お互い大好きな野球の話や、旅行の話をしたてっちゃん（李芝菁さん）。2年間、305でバカなことをして楽しく過ごした渡邊健君。研究のことだけでなく、脱線した話を最後にはまとめてくれる渡邊みさとさん。皆がいなければ私の2年間を語ることはできません。本当にありがとうございました。

また、違う研究室ながら互いに刺激し合うことができた武藤研究室、間野研究室、作野研究室、松岡研究室の皆様、私の論文作成のサポートをしてくださった修士1年の新井萌さん、飯塚啓太君、田中いづみさん、兵頭陽君、山下玲さんにも心より感謝いたします。

そして、大変お忙しい時期にも関わらず、私の至らない説明に耳を傾けて頂き、調査の実施を快諾して頂いた久保田様。調査当日、丁寧にご説明等して頂いたジン様、改めて感謝申し上げます。

最後に、25年間自分の好きな事ばかりを追いかけて、たくさん心配を掛けていたにも関わらず、温かく見守ってくれた両親と家族の皆様にも心より感謝申し上げます。

2012年2月23日 体育教室棟3Fのいつもの場所より

橋本 拓哉