スタジアムの雰囲気が再観戦意図に与える影響

The effect of stadium atmosphere on attendance intention

スポーツビジネス研究領域

５０１０A０６７－５　橋本拓哉　　研究指導教員：原田宗彦 教授

１．背景

現在，J リーグの各クラブは指定管理制度等を利用し，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，スタジアム空間をいかに創り上げるかが重要であるといえる．

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．空間を表す概念のひとつである雰囲気に関し，買い物をする店舗決定や商品の購買決定要因のひとつとして，店舗の雰囲気が重要な要素のひとつになり得ると報告されている(高柳, 2002)．スポーツ場面においても雰囲気の重要性が指摘されており，店舗と同様に重要な要素であるといえる（浅井，1989；上田ら，2008；Uhrich ら，2010）．

スタジアムの雰囲気に関して，Wakefield ら（1994）は，サービススケープが雰囲気に影響を与えていると報告しており，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，スタジアムの雰囲気はチケットの再購買や，試合の満足度に影響を与えることが指摘されている（Uhrich，2006；Yoshida ら，2010）．しかし，観戦者が雰囲気に何を感じるかに関する体系立てられた研究（Charleston，2008）や，理論的な構造や経験的研究へ利用可能にする研究はあまりみられないのが現状である（Uhrich ら，2010）．

２．研究の目的

J リーグスタジアムにおいて，①スタジアム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，④スタジアムの雰囲気が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，を目的とする．

３．用語の定義：スタジアムの雰囲気

雰囲気は主観的に知覚するものである（ベーメ，2006）．また山内・清水（2010）は，街の雰囲気を場の固有性と定義づけている．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．

４．方法

本研究の手順として，測定尺度の開発を行うために予備調査として，正田醤油スタジアム群馬にて自由記述方式による，項目の抽出と質問項目の作成を実施した（調査 A）．次に，その質問項目を用いて因子の抽出を行なった（調査 B）．その後，本研究で設定した目的を検証するために，本調査（調査 C）を実施し分析を行った．なお調査 B では異なる会場にて，スタジアムの雰囲気とスタジアム環境の因子の抽出を行った．

本研究ではＳＤ法を用いてスタジアムの雰囲気を測定した．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，本研究で採用することとした．

５．測定尺度の開発

（１）スタジアムの雰囲気測定尺度の開発

調査 A から，スタジアムの雰囲気を表す 240 の自由回答を得た．井上・小林（1985）の研究を参考に博士課程在籍の大学院生 1 名と協議をしながら重複する項目などの分類と削除を行い，反対語対象辞典を用いて計 29 の質問項目を作成した．この質問項目を用いて，2011 年 8 月 27 日に東京ヴェルディ対ロアッソ熊本の対戦における，東京ヴェルディの観戦者を対象として調査 B-1 を行った．探索的因子分析を用いて潜在因子の抽出を行った結果，「アクティブ」「パッション」「快適」「リラックス」の 4 因子 21 項目のスタジアムの雰囲気測定尺度が作成された．

（２）スタジアム環境測定尺度の開発

調査 A から，スタジアム環境を表す 193 の自由回答を得た．この回答を修士課程在籍の大学院生 4 名で Uhrich ら（2010）の研究結果を基

準に分類を行った後，先行文献を参考に計 44 の質問項目を作成した．この質問項目を用いて，2011 年 9 月 18 日に栃木 SC 対カターレ富山の対戦における，栃木 SC の観戦者を対象として調査 B-2 を行った．分析は探索的因子分析を用いて潜在因子の抽出を行った．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」の 6 因子 25 項目のスタジアム環境測定尺度が作成された．

６．結果・考察

本調査として調査 C を実施した．2011 年 10 月 22 日に大宮アルディージャ対名古屋グランパスの対戦における，大宮アルディージャの観戦者を対象に調査を実施した．質問紙は 182 部回収し，調査対象者は男性 114 名，女性 68 名であった．

（1）スタジアムの雰囲気の構成概念の検討

まず目的①を検証するために，確認的因子分析を行った．その結果，全ての適合度指標を満たしておらず（表 1 参照），因子間相関係数も高い値がみられたため，因子構造の再検討を行うこととした．

表 1.スタジアムの雰囲気の適合度指標結果

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

スタジアムの雰囲気の因子構造を再検討するために IT 分析を実施した．その結果，アクティブ因子とパッション因子の項目が，両因子に対し比較的高い相関関係がみられたため，2 因子を統合しエキサイティング因子と命名した．

3 因子構造となったスタジアムの雰囲気測定尺度を用いて，改めて確認的因子分析を実施した．その結果，モデルの適合度は妥当な値を得ることができた（表 2 参照）．さらに収束的妥当性を確認するために，AVE を算出すると.55 から.69 の妥当な値が示された．次に弁別的妥当性を確認するために，因子間相関係数の平方と AVE を比較検証した．その結果，一部の値が基準を満たしていなかったが，基準から著しく逸脱していなかったため，尺度は十分な弁別力を表していると判断した．信頼性はクロンバックのα係数を算出し.78 から.93 と十分な値を得た．以上から，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．

表 2.修正したスタジアムの雰囲気の適合度指標結果

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

（2）スタジアム環境の先行要因の検討

次に，確認的因子分析を用いて目的②の検証を行った．その結果，モデルの適合度は妥当な値を示し（表 3 参照），クロンバックのα係数は.76 から.96 と十分な値を得ることが出来た．以上から，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 因子構造であることが明らかとなった．

表 3.スタジアム環境の適合度指標結果

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

（3）スタジアムの雰囲気の影響の検証

最後に目的③と④を検証するために，SEM 分析を実施した．モデル適合度は必ずしも高い値ではなかったが，検証が可能なレベルと判断し分析を行った（表 4 参照）．結果，スタジアム環境がスタジアムの雰囲気に影響を与え，スタジアムの雰囲気は再観戦意図と満足度へ影響を与えることが明らかになった（図 1 参照）．

表 4.再観戦モデルの適合度指標結果

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

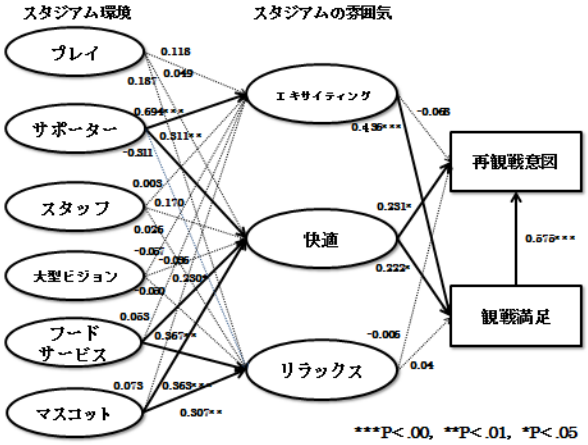

図 1　SEM 分析結果

６．結論

これまでスタジアムにおいて，どのような雰囲気を観戦者が感じているのかを明らかにした研究はほとんど行われてこなかった．同様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あまりみられない状況であった．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る．また，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．従って，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．