# スポーツ観戦者のスタジアム愛着と再観戦行動
# Stadium Attachment and the Spectator Attendance of Sports Spectator

スポーツビジネス研究領域
５０１１A０４７−７　田中　いづみ　　研究指導員：　原田　宗彦

## 1．背景

1993 年の J リーグの発足とともに地域密着型スポーツが台頭した．これにより，スポーツチームは自立した組織の経営と安定したマーケットの確保が求められるようになった．プロスポーツクラブにとってチケット収入は主たる収入源であり（武藤, 2008），松岡（2008）も一度来場したスポーツ観戦者に再び来てもらうことが重要であり，消費者の再購買意図に与える影響を理解することが必要と述べている．このため，これまでスポーツ観戦者の再観戦行動をテーマとした研究が多く行なわれ，スポートスケープ（Wakefield, 1995）やチームロイヤルティ（藤本, 1996）がその要因として明らかにされてきた．

原田（2008）は，スポーツイベントの集客戦略のひとつに観戦者が抱くスタジアムへの愛着をあげている．スタジアムへの愛着については，スタジアムとは愛着が無意識のうちに醸成される場所であることや（橋本, 2010），「我が家」のような特徴を持った，地域と人々を結びつける存在であり愛着が醸成される場所である（Jones, 1997; Russell, 1999; Giulianotti, 2004）と述べられている．また，このような場所に対する愛着は，スポーツ消費者の行動意図に影響を及ぼすことが報告されており，レクリエーション参加者に焦点をあてた研究では，場所への愛着は再訪行動に正の影響を及ぼすことが報告されている（Williams ら, 1992; Kelly ら, 2000）．しかしながら，スポーツ観戦者に焦点をあてた研究はほとんど見られないのが現状であることから，本研究ではスポーツ観戦者のスタジアム愛着に着目した．

## 2．先行研究の検討

レジャー行動研究において，場所への愛着は，場所親近・場所所属・場所同一・場所依存・場所定着の 5 因子構造であることが明らかにされており（Hammitt ら, 2006），後の研究においても活用されている．また，場所への愛着は様々な要因によって形成されることが報告されている．引地ら（2009）は，愛着の形成には物理的環境と社会的環境が影響を及ぼしており，この 2 点の評価が高い人ほど場所への愛着が高いことを明らかにした．このことから，場所への愛着を抱くには，その形成要因が関係していることが理解できる．しかしながら，場所への愛着と再訪行動の関係やその形成要因に関して，スポーツ観戦者に焦点をあてたものはほとんど行なわれていない．

## 3．研究の目的

本研究では，①Place Bonding 尺度をスタジアムに置き換え，スタジアムへの愛着の構造を検討すること，②スタジアムへの愛着の形成要因を検討すること，そして③スタジアムへの愛着は再観戦行動に影響を及ぼすのかを検証することを目的とした．

## 4．研究の方法

【予備調査：尺度の検討・キーワード収集】

2012 年 10 月 6 日に日立柏サッカー場で柏レイソル観戦者 196 名を対象に質問紙調査を実施し，①スタジアム愛着尺度を検討するため確認的因子分析と，②愛着形成要因のキーワード抽出のため KJ 法による分析を行なった．

【本調査：尺度の再検討・愛着形成要因の検討・再観戦行動への影響の検証】

2012 年 10 月 27 日に日立柏サッカー場で柏レイソル観戦者 441 名を対象に質問紙調査を実施し，①スタジアム愛着尺度を再検討するための確認的因子分析および平均分散抽出（Average Variance Extracted ; 以下 AVE と略記）の算出による収束的妥当性の検証と，因子間相関の平方と AVE の比較による弁別的妥当性の検討，クロンバックのα係数算出による信頼性の検討，②愛着形成要因項目の探索的因子分析，確認的因子分析，収束的妥当性・弁別的妥当性の検討，③スタジアム愛着が再観戦行動に与える影響を検証するため共分散構造分析（Structural Equation Modeling: 以下 SEM 分析と略記）を行なった．

## 5．結果と考察

【予備調査】

①スタジアム愛着尺度の検討

確認的因子分析の結果，スタジアム愛着尺度の妥当性は確保されなかった．また，信頼性分析の結果，スタジアム依存のα係数が基準を満たさなかったため，悪影響を及ぼす 2 項目を削除した．再び確認的因子分析を行なったが，モデル適合度は GFI =.629, AGFI =.528, CFI =.794, RMSEA =.143 と，基準値を十分に満たさなかったため，再検討が必要であると判断した．

②愛着形成要因のキーワード抽出

自由記述からは 486 の回答が得られ，KJ 法により分類された．分類されたキーワードを自由記述と先行研究を基に，スポーツ心理学研究を行う博士後期課程在籍の 1 名と共にワーディングの検討を行い，計 16 の質問項目を作成した．

【本調査】

①スタジアム愛着尺度の再検討

確認的因子分析の結果，スタジアム愛着尺度の妥当性が確保されなかった．そのため Item-Total 相関分析を行い，それぞれが属するカテゴリーの合成変数との相関よりも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を削除の対象とし（松岡･松永, 2002），結果 6 項目を削除した．その後，収束的妥当性を検証するために確認的因子分析を行い，5 項目を削除し，AVE を算出した．「スタジアム依存因子」が削除され，最終的に 4 因子 11 項目となった尺度のモデル適合度は GFI = .951, AGFI = .915, CFI = .967, RMSEA = .070 であり，AVE は.58 から.67 を示した．また，弁別的妥当性においても基準を満たした．さらに，信頼性分析の結果，α係数は .72 から .86 であった．以上より，妥当性および信頼性共に許容値を満たしたスタジアム愛着尺度が得られた．

②愛着形成要因項目の探索的因子分析および確認的因子分析

探索的因子分析の結果，3 因子 11 項目が抽出された．因子はそれぞれ，「応援環境因子」，「ホーム因子」，「スタジアムの構造因子」と命名した．また，収束的妥当性を検証するために確認的因子分析を行い，1 項目を削除し，AVE を算出した．最終的に 3 因子 10 項目となった項目のモデルの適合度は，GFI = .956, AGFI = .925, CFI = .962, RMSEA = .069 であり，AVE は .45 から .54 を示した．また，弁別的妥当性においても基準を満たした．信頼性分析の結果，α係数は.62 から.82 を示した．以上より，妥当性および信頼性共に許容値を満たしたスタジアム愛着尺度が得られた．

③スタジアム愛着が再観戦行動に与える影響

SEM 分析の結果，スタジアム愛着形成要因はスタジアム愛着に有意な正のパスを示し，そのパス係数は.75 であった．また，スタジアム愛着形成要因から影響を受けたスタジアム愛着は再観戦意図に有意な正のパスを示し，そのパス係数は.13 であった（図 1）．

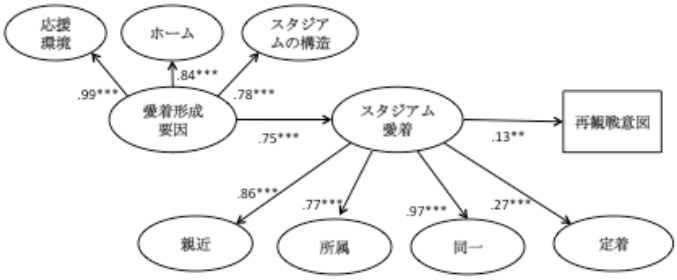


図 1．スタジアム愛着から再観戦意図への影響における SEM 分析

## 6．考察

本研究より，スタジアム愛着は 4 因子で構成されることが明らかとなった．この結果から，スポーツ観戦者のスタジアム愛着は，スタジアムへの親しみや観戦時の満足などが基となり愛着が構成されているのだと理解できる．モデル修正の際「スタジアム依存」に属する項目全てが削除の対象となったが，「スタジアム同一因子」との相関が非常に高かったことがその原因と考えられる．

また，スタジアム愛着が形成されるには，「応援環境因子」，「ホーム因子」，「スタアジアムの構造因子」の 3 つの要因が存在していることが判明した．これは，物理的環境と社会的環境が場所への愛着に影響を及ぼす，という引地ら（2009）の研究と一致している．

さらに，スタジアム愛着は将来的にそのスタジアムで行なわれる試合への再観戦という行動意図へ有意な影響を与えていることが実証された．これは，場所への愛着は行動意図に影響するという Williams ら（1988）の研究と一致し，レジャー参加者のみならず，スポーツ観戦者においてもスタジアムという場所そのものが再観戦行動に与える一要因であることが明らかとなった．しかし結果は有意であったが影響力は低いため，再観戦行動に影響を与える要因には，チームロイヤルティ（藤本ら, 1996）のような他の変数が関連していると考えられる．そのため，スタジアム愛着から再観戦行動への結果の解釈には留意が必要である．