

e スポーツイベントのサービスクオリティが観戦者の行動意図に及ぼす影響

スポーツビジネス研究領域

5019A046-3 張昕迪

研究指導教員 木村和彦

1.序論

近年、e スポーツ産業はインターネットの普及により急激な成長を果たしている。そのなか、「王者荣耀」という MOBA ゲームが代表例として挙げられる。IIMEDIA (2020) の調査によると、「王者荣耀」というゲームは、中国での人気があまりにも大きく、平均日間アクティブユーザー数も 1 億人を超えている。

一方、中国の場合、古くからデジタルゲームはデジタル・ヘロインと軽蔑され、インターネット・ゲーム依存症などの病状を起こす主因とされている (祁, 2006 ; 施, 2018) 。そのため、中国政府はゲーム自体への規制を厳しくし、ゲーム利用者へのゲーム利用規制もかかっている (劉, 2007 ; 覃・王,2019) 。こうした背景のもと、ゲーム市場が急激に成長しているが、公的

機関は依然としてこの領域のデータを公表することを控えていることが推察される。こうした背景のもとで、若い MOBA 選手は、インターネット・ゲーム依存症患者として扱われる可能性が高いと考えられる。国と世間がこのようなゲームへの評価が変わらない限り、e スポーツ市場の普及拡大が極めて困難だと考えられる。

現在では、デジタル・ヘロインと呼ばれる時代は終焉を迎えたが、その影響が依然として根強く残されている。ただし、近年では、このような状況が改善されている。たとえば、王ら (2019) によると、ライブ配信産業の普及拡大とともに、国民の e スポーツへの印象が改善されている。馬 (2018) によると、e スポーツのライブ配信を通じて、e スポーツへの印象が改善

されるだけでなく、ゲームを遊ぶことも、社交手段の一つになりつつあることが明らかになった。

つまり、以前では、ゲームを遊ぶことやゲームを見ることはよくないことと見なされ、他人にシェアする意図が小さくて、あるいは特定の集団しかシェアしない傾向がある。現在では、社会全体のゲームへのイメージ向上が進んでおり、e スポーツへの評価もよくなっている。そのため、e スポーツイベント観戦者の観戦後のクチコミ発信も期待できるようになる。

2. 先行研究

これまでスポーツイベントのサービスクオリティは多くの研究が行われてきた。観戦型スポーツサービスの質を測るために、Ko et al. (2011) は、サービスクオリティの 12 因子に分類した観戦型スポーツイベントクオリティの概念モデル (MEQSS) を提案しており、これを用いて SEQSS 尺度によるスポーツイベントのサービ

スクオリティを測定している。実証研究では、SEQSS はスポーツイベントにおけるサービスクオリティを測定するための信頼性の高いツールであることが示されている。

先行研究において、サービスクオリティに関する研究が数多くなされているが、サービスクオリティの評価基準を e スポーツイベントに応用する研究がほとんどなされていない。そのため、本研究では、e スポーツイベントのサービスクオリティをどのように評価すべきなのか、このようなサービスクオリティの質は e スポーツイベント観戦者の行動意図にどのような影響を及ぼすかを解明するための先行研究を整理した。

3. 研究目的

本研究の目的は、サービスクオリティの評価尺度を援用し、サービスクオリティが、e スポーツイベント観戦者のクチコミ発信などの行動意図にどのような影響を及ぼすかを明らかにすることである。

4.研究方法

2020年12月1日～12月7日の期間に、 Tencent が主催した王者栄耀の3イベントの現地観戦者を対象に、インターネット調査を実施した(953部、有効回答率61.7%)。調査項目について、koら(2011)が作成したSEQSS尺度から娯楽に関連の1因子「Entertainment」3項目、「signage」因子の中Score boardに関わる2項目を除き、11因子を用いた。また、eスポーツ自体の特徴を考慮して修正し、独自の尺度として「Commentator」に関連する4項目と「Equipment performance」に関連する3項目を作成した。測定尺度には、「1:全くそう思わない」から「7:非常にそう思う」の7段階リッカート尺度によって回答を求めた。

5.結果と考察

尺度の信頼性と妥当性を検証した結果、サービスクオリティ13因子42項目で分析を行った。信頼性も妥当性も許容範囲内であった。

分散構造分析によるパス解析を行った結果、

満足度が高くなると、eスポーツイベント観戦者の行動意図が強くなることが観測された。また、満足度が高くなると、eスポーツイベント観戦者の再観戦意図が強くなる。一方、満足度が高くなると、eスポーツイベント観戦者のクチコミ発信意図に正の影響を与える。そして、サービスクオリティがeスポーツイベント観戦者の行動意図に正の影響を与える。

また、観戦回数の影響を見るために、再観戦意図と観戦回数をクロス集計した結果、観戦回数が増えると、再観戦意図も強くなることが明らかになった。今回の調査対象者がeスポーツイベントのサービスクオリティは比較的強い比較的高い評価を与えることが観測された。この点からみると、近年行われているeスポーツイベントの質が高くて観戦者の再観戦意図とクチコミ発信意図への促進効果が高いので、eスポーツイベントのサービスクオリティ

の高水準はeスポーツイベントの急激な成長に大きく貢献していると言える。分析結果から、予想通り、満足度は行動意図に強い影響を与えており、また、行動意図も、再観戦意図に強い影響を与えていることが明らかになった。行動意図からクチコミ発信意図にも直接影響するパスが有意になっており、行動意図が強い人ほど、クチコミ発信意図が強くなる。この関係は、eスポーツイベント観戦が中国社会から受容されているか、あるいは受容されなくても観戦者の情緒が一時的に激しく高揚し、クチコミ発信意図が強くなるからだと推察される。

6.研究の限界と今後の課題

コロナ禍の影響により、今回の調査対象者のeスポーツイベントの観戦行動に関する回答は、過去の経験の想起に基づいた回答であった。コロナ禍以降、このようなeスポーツイベントがほとんど実施されないからである。そのため、今回の回答者は、eスポーツイベント観戦からかなりの時間を経たため、観戦日のサービスクオリティを正確に回答することができない可能性がある。

今後は、観戦直後のeスポーツイベントの観戦者を対象に、サービスクオリティの13因子がどのようにサービスクオリティへの評価に影響を及ぼすかを再検討する必要があると考える。