

スポーツファンのネガティブな態度形成に至るプロセスの解明

：同じ選手を応援する他者との関係に着目して

スポーツビジネス領域

5023A013-3 上河内 優

研究指導教員：松岡宏高 教授

【背景】

スポーツファンは、熱量が高まることで攻撃的な行動を起こす可能性も高まることから、Daniel et al. (1999) や Jenson (1992) など多くの研究においてその問題を指摘している。また、応援対象が自分以外に親しくすることを拒否する（小城, 2018）など、同じ対象に対して持つネガティブな感情があることも指摘されている。このようなファンの負の側面はチームや選手に対して愛着を持つことで生まれる心理的所有感が影響していると考えられ、井上・上田（2023）は、アイドルの研究において心理的所有感の高まりが、独占的な考え方である縄張り意識（Smith, 1978）や自己概念が喪失されるときに起きる嫉妬（中里, 1991）などの競争意識を生み出す可能性を示唆している。

しかし、スポーツ選手とアイドルではファン心理に差があるとの指摘から（小城, 2005）、スポーツファンに対してチーム側が行うべき対策を明確にするため、スポーツファンの心理的所有感の高まりが競争意識を生み出す具体的な状況や、ネガティブな態度の形成に至るプロセスを明らかにし、どのようなマーケティング戦略を行うのかを検討する必要があるだろう。

【リサーチクエスチョン及び目的】

そこで本研究では、特定の選手を応援している人を対象に「同じ選手を応援する他者に対するスポーツファンのネガティブな態度はどのようにして形成されるのか」をリサーチクエスチョンとした。また、スポーツファンになることで起こるのではなく、応援している中で何らかの要因が影響することでネガティブな感情に繋がると考えられる。したがって、目的を①スポーツファンが特定の選手に対する心理的所有感

を高めていく過程を明らかにする、②特定の選手に対して心理的所有感を抱くスポーツファンの態度が外的要因によって影響を受ける過程を明らかにする、③スポーツファンが同じ選手を応援している他者を拒否するという状態に至る過程を明らかにすることの3つを設定し、リサーチクエスチョンを明らかにする。

【研究方法】

本研究の目的の1つであるスポーツファンが同じ選手を応援している他者に対し、「拒否」を起こす過程を明らかにするため、特定の選手を応援する人を研究対象として、半構造化及び個人面接法を用い、8月24日から10月9日の間で8名にインタビューを実施した。

分析においてはSCATとTEM(複線径路等至性モデル)を採用した。TEMではSCATで用いるコーディング手順において抽出されたコードを時間順に並べた後、ラベルや分岐点・等至点を考え、それぞれの事象や両極化した等至点の線を引くことで、TEM図を作成した。また、SCATでは抽出されたコード同士をつなぎ合わせたストーリーラインを作成した。

【分析結果及び考察】

TEM図では時間の中で等しく到達するポイントである等至点として《同じ対象を応援するファンと関わりたくない》を示した。また、対になる等至点は《同じ対象を応援するファンと関わってもよい》を示した。まず、目的の1つ目である心理的所有感を高めていく要因は等至点に至る過程の中で必須通過点であった《SNS上の情報収集》であった。その中で最も多く利用されていたのが「X」であり、《SNS上での交流》や《閲覧のみ》に繋がっていた。《SNS上の情報収集》は先行研究における「詳細な知識」

と一致しており、これは対象について持つ情報が増え、知識が深まるほど自己の対象との関係もより深くなり、その結果所有感が強くなることから (Pierce et al., 2001)、本研究において重要な要素であると考えた。

次に、2つ目の目的であるスポーツファンの態度が変化することに影響を与えている外的要因は《ライト層との出会い》が重要な要因であった。本研究ではファン歴が長いと自覚している対象者であったことから、応援方法の変化に疑問を呈している対象者も存在した。特に《同じ対象を応援するファンと関わりたくない》に至った2名は《グループでの被りなし》や《アイドル化への嫌悪感》によって関わりを回避していた。

SCAT では、目的の3つ目であるスポーツファンが同じ選手を応援している他者を拒否するという状態を明らかにするため、この2名のストーリーラインの比較を行った。1名は、応援対象選手のプロ入りにより、〈新規への嫌悪感〉を持つようになり、拒否の具体的な態度としては〈自衛のため、ファンと関わらない〉ようにしていると述べていた。もう1名は、〈固定のメンバーで応援する〉中でグループ内は〈対象異なる方が良いという排他的考え方〉を持っており、〈トラブルを避ける要因〉であった。しかし、この2名は、ファンが増加することに関して否定的ではなく、ライト層とは関わらないことにとどまっていた。また、他6名は、《新規ファンへの理解》や《同じ対象を応援するファンと関わってもよい》に繋がっており、拒否には至らなかった。

【結論】

本研究では、質的研究法を用いて特定の選手を応援するスポーツファンのネガティブな態度形成に至るプロセスを検討した結果、ネガティブな態度形成に至らなかった対象者も含め、様々な要因やプロセスが確認できた。中でも、心理的所有感を高めることに与えた最も大きい影響は必須通過点である《SNS 上の情報収集》であった。また、心理的所有感が高まっている中で、拒否に最も大きい影響力を示していたの

が《ライト層との出会い》であった。しかし、身近な人や単独での応援を行っているため交流することがないファンもいた。したがって、積極的に他ファンと交流していることも拒否に繋がる可能性があることが分かった。この結果から、新規ファンのみならず、ファン歴が長いファンに対する取り組みも適切に行うことで、今後のトラブルへの防止に繋げることが出来るだろう。

【インプリケーション】

本研究において、同じ選手を応援する他者に対するスポーツファンのネガティブな態度が形成される過程が明らかになったことで、トラブル防止への対策に貢献できると考えられる。一方、本研究では扱われなかった行動まで含めることで攻撃的な行動についても明らかにすることが出来ると考えられるため、さらなる検証・検討が求められる。

また、応援歴が長いと自覚しているファンが当初の応援方法と異なることへの戸惑いから、新規顧客の増加を求めている運営側との考え方に差が生じていることがうかがえた。そのため、安定した来場者数が見込めるファン歴の長い観戦者が置いて行かれないような対策が必要となる。

【研究の限界と今後の展望】

本研究の限界は、調査対象者の抽出、拒否に至るまでの対象者を探し出すことが難しさ、行動まで至らなかったことの3点である。年齢の幅を広げることや応援対象者及び対象者の性別ごとの検討、拒否に至った後の行動について具体的な質問が出来ていないといった課題が残る。

今後の研究では年代や性別による比較を行うことや、インタビューを依頼する際の事前情報を検討すること、行動に至るまでのプロセスを明らかにすることでターゲットごとのマーケティングを行うことが可能になると考えられる。