

# ホームゲームの観戦動機と大学への帰属意識に関する研究

－筑波大学体育会学生を対象に－

渡邊咲希（筑波大学）

## 1. 目的

本研究は、筑波大学に所属する学生のホームゲームの観戦動機構造を検討し、ホームゲーム観戦行動の活性化に有効な施策を提案するために、以下を研究の目的とした。

- 1) 筑波大学の体育会所属学生のホームゲーム観戦動機構造を把握する。
- 2) 大学への帰属意識と観戦動機の間係を検討する。
- 3) 上記、1) および2) の調査結果に基づき、観戦動機を強化する施策を導出する。

## 2. 研究方法

筑波大学の学生にアンケート調査を実施し、観戦動機(21項目)、帰属意識(14項目)の間係を検討した。

- 1) 対象者：筑波大学の学生から無作為に抽出された128名のうち、体育会に所属しホームゲーム観戦経験がある49名
- 2) 調査方法：オンラインのアンケート調査
- 3) 分析方法：主因子法による探索的因子分析とステップワイズ法による重回帰分析

## 3. 結果と考察

### 1) 観戦動機構造と帰属意識構造の抽出

観戦動機に対する因子分析を行った結果、5つの因子が抽出され、それぞれ(1)クラブへの愛着(2)友人との交流(3)大学への誇り(4)ドラマ性(5)選手への愛着と命名した。また、大学への帰属意識での抽出された因子は(1)愛着(2)ブランド(3)同一視・内在化(4)規範・世間体の4因子であった。先行研究と同様の因子が検出されたことから、大学の帰属意識には一定の普遍性があることが示唆された。

### 2) 観戦動機と帰属意識の間係

重回帰分析の結果、帰属意識の愛着に対して影響を与える参加動機因子は、「クラブへの愛着( $\beta = 0.219, p < 0.05$ )」、「友人との交流( $\beta = 0.334, p < 0.01$ )」、「大学への誇り( $\beta = 0.471, p < 0.001$ )」、「ドラマ性( $\beta = 0.348, p < 0.01$ )」であった。また、帰属意識のブランドに対して正の影響を与える参加動機因子は、「大学への誇り( $\beta = 0.570, p < 0.001$ )」と「ドラマ性( $\beta = 0.434, p < 0.001$ )」であった。このことから、「大学への誇り」と「ドラマ性」に関わる観戦動機を高めることで帰属意識も高まる可能性があることが示唆された。

## 4. 結論

本研究の結論は以下のとおりである。

- 1) 筑波大学体育会所属学生の観戦動機構造は先行研究でのプロスポーツチームの観戦動機構造とは異なることが示された。本研究では大学スポーツ特有の動機が確認された。
- 2) 帰属意識が与えられる影響は、観戦動機によって異なることが示された。観戦動機の中では、「大学への誇り」と「ドラマ性」が帰属意識に強い正の影響を与えることが示された。
- 3) 大学への誇りの観戦動機を高めるために、大学の過去の栄光を訴求するビデオの作成、ドラマ性の観戦動機を高めるために、クラブへの関与と知識を高めることができるストーリーブックの作成を提案した。

## 5. 主な参考文献

- 1) 仲澤眞・吉田政幸・岩村聡(2013) Jリーグ観戦者の動機因子：Jリーグの導入期における二次元的データの検証、スポーツマネジメント研究, 6(1): 17-35.