

スポーツ観戦者の経験価値に関する研究

野村 圭生 (静岡大学)

1. 目的

本研究の目的は、プロスポーツ観戦において観戦者が経験価値をどのように捉えているのかを実証的に明らかにしていく。具体的には、観戦経験価値概念を明確にし、それによる観戦経験価値の測定を行う。また、観戦頻度や観戦能力などを外的基準として観戦経験価値の比較・差異を究明することである。

2. 研究方法

齋藤 (2010) などを参考に 30 項目の観戦経験価値の仮説的構成概念を作成した。それを質問紙 (Web 調査併用) により調査を実施した。

- 1) 対象者 : J3 リーグに加盟している F クラブのサポーター 12 歳以上 (F クラブホーム最終戦での観戦者 310 名を有効標本)
- 2) 分析方法 : 観戦経験価値概念を明確にするために、その仮説的構成概念に対し因子分析を施した。次に、年齢や性別などの基本的情報や観戦能力の違いから観戦経験価値を比較するために t 検定、一元配置分散分析を施した。また、観戦経験価値と他概念の関連を明らかにするために相関分析を実施した。

3. 結果と考察

1) 観戦経験価値概念

観戦経験価値を因子分析により 3 因子が抽出され、信頼性も確認された。なお、それぞれを「コミット」、「サービス」、「レジャー」と命名した。それぞれは、ピッチ内、スタジアム内、スタジアム外において知覚される経験価値であると推察された。

2) 観戦頻度による観戦経験価値の比較

観戦頻度別に比較すると、観戦頻度の多少によって、観戦経験価値に違いがみられた。観戦頻度の多少はサポーターとしての

熱狂度といえ、それによって価値づけの違いがあることが明らかとなった。

3) 観戦能力による比較

観戦能力を 3 群 (高群・中群・低群) に分け、観戦経験価値の因子別に比較を行った。その結果、「コミット」、「サービス」において有意差がみられた。このことから、観戦能力の高低によって知覚する経験価値に違いが起こることが明らかとなった。

4) 観戦能力の分類と経験価値との相関

観戦能力を因子分析した結果、4 因子が抽出され、信頼性も確認された。なお、それぞれを「表現力」「理解力」「鑑賞力」「情報力」と命名した。また、観戦経験価値と観戦能力は、ほぼ全ての因子間において有意な正の相関 ($r = .200 \sim .650$) を示した。このことから、観戦経験価値と観戦能力には関連があると示唆された。

4. 結論

本研究では、観戦経験価値概念は大きく 3 つの概念に分類されることが明らかになった。また、観戦経験価値概念は、観戦頻度などのサポーターとしての熱狂度によって、価値づけの違いがあることが明らかとなった。さらには、ゲームに対する見方・考え方としての観戦能力の高低によっても違いがあるということが明らかになった。観戦経験価値を豊かにするためには、特に感情的に観戦をする「鑑賞力」と事前知識を得ることに努める「情報力」を高めることが必要であると推察された。

5. 主な参考文献

- 1) 齋藤れい・原田宗彦・広瀬盛一 (2010) 『スポーツ観戦者における経験価値尺度の開発および J リーグ観戦者の分類』, スポーツマネジメント研究第 2 巻第 1 号, p3-17