

スポーツ観戦行動研究に関する考察
－日本体育学会専門分科会における過去の発表演題の検討－

A Study on Sports Spectators and Their Behavior: A Review of Papers Presented Previously
at the Congress of Japan Society of Physical Education, Health and Sport Sciences

2008年 2月

江口 潤 **Jun Eguchi**

スポーツ観戦行動研究に関する考察
－日本体育学会専門分科会における過去の発表演題の検討－

A Study on Sports Spectators and Their Behavior: A Review of Papers Presented Previously
at the Congress of Japan Society of Physical Education, Health and Sport Sciences

江口 潤
Jun Eguchi

Abstract

The purposes of this study are to review the research papers previously presented on sports spectators and their behavior and to classify those papers. The 22 papers chosen from the Congress of Japan Society of Physical Education, Health and Sport Sciences Journals from 1989 to 2007 are examined.

I 緒言

「みるスポーツ」への関心の高まりは世界的な動向といえる。2001年にアメリカ合衆国では、スポーツ観戦で約2兆8820億円が費やされたといわれる¹⁾。日本では1989年にスポーツ観戦関連規模が約1120億円にまで膨らんだとの報告³⁾がある。

しかしながら「みるスポーツ」への関心が高まる一方で、この分野の研究、たとえば、スポーツ観戦者に関する研究は論議され尽くされたとはいいがたい。

1989年の日本体育学会体育経営管理分科会において、斉藤²⁾は「みる人」を総括的に「スペクテイター」と呼び、特定のスポーツイベントになぜ人が集まるのかを明らかにするために、スペクテイターの行動のメカニズムの解明に取り組んだことを報告している。藤本³⁾は、大学スポーツの観戦者に着目し、スポーツ観戦者行動の予測要因として「意図」、「行動への態度」、「主観的規範」、「知覚された統制力の影響」を明らかにしてモデル化検証を試み報告している。藤本、原田⁴⁾は1993年の日本体育学会体育経営管理分科会において、日本におけるスポーツ観戦者行動に関する文献をレビューし問題点を抽出している。これらの報告が日

2007年9月21日 受理

本におけるスポーツ観戦者研究の先駆けといえる。

その後、日本国内ではメガ・スポーツイベントがいくつか開催^{注1)}された。日本人にとってスポーツを「みる」ことへの関心はますます盛り上がりを見せている^{注2)}。

これに伴い、学問的な取り組みも広範囲行われるようになった。既存の日本体育学会をはじめ、「総合的な学問は各方面からの成果を集大成したり、分析総合したりすることにより独自の分野を形成することが出来る」と初代理事長松田岩男が述べている通り^{注3)}、1989年に日本スポーツ産業学会が設立され、2003年にはサッカー医科学研究会が発展的に改組され、日本フットボール学会が設立された。それぞれが主催するコンGRESは毎年盛大に運営されている。

北米や欧州におけるスポーツ科学研究には示唆に富む成果がある。しかしながら、日本における1993年以降の研究の動向を整理、分類することが今後の研究の基礎になると考える。

注1) メガ・スポーツイベントの具体例として、1993年のJリーグ開幕、1996年ワールドカップフランス大会、1998年長野冬季オリンピック開催、2000年シドニーオリンピック、2002年日韓ワールドカップ自国開催、2004年アテネオリンピック、2006年ワールドカップドイツ大会などが国内で開催された。

注2) スポーツを見ることへの関心の高まりは、意識調査や競技場に向かう観客の動員の状況、テレビのスポーツ番組の視聴率などの実態から考察することが出来る。たとえば、スポーツ番組の視聴率に関して、ビデオリサーチの調査で興味深いデータ⁵⁾がある。2005年のサッカー国際大会の平均視聴率が39.0%であり、その他のスポーツ中継が29.2%であるという。これに対して、全てのジャンルの上位30位番組の平均視聴率が29.8%というデータがある。サッカーの注目度は特別としても、スポーツ番組に限らない上位30位の平均と、スポーツ中継の平均がほぼ同程度であるということからもスポーツを見る（メディアを通して観戦する）ことへの関心の高さを窺い知ることが出来る。

注3) 日本スポーツ産業学会初代理事長松田岩男氏はスポーツ産業学研究第1巻第1号学会誌に「創刊にあたって」を寄稿している。

II 目的

1) 研究の目的

本研究では、日本体育学会経営管理分科会の発表演題からスポーツ観戦行動に関する研究

を抽出し、過去のスポーツ観戦者に関する研究の研究目的と方法について検討し、過去の研究の傾向を検討し類型化を試み、今後の研究の資料を得ることを目的とした。

2) 研究方法

日本におけるスポーツ体育の分野の学会で最も権威のある日本体育学会は、毎年1回夏季または秋季に全国各地で持回り開催される。本研究で検討した演題は、開催に際して発行される日本体育学会大会号に掲載された発表抄録である。スポーツ観戦行動に関する演題のキーワードとして、「スペクテイター行動」、「観戦」、「観戦者」、「観戦者行動」、「スポーツ観戦」、「スポーツ観戦者」、「スポーツ観戦行動」、「スポーツ観戦者行動」、「スポーツ消費者」がある。表題および副題にこのワードが含まれる演題は、1989年以降に34演題存在する。(表1)

尚、日本スポーツ産業学会、日本フットボール学会他、広範なる学会が存在するが、スポーツ観戦者の研究成果については、同一研究者が若干の観点を変更しての報告が多数存在するため、本研究では、日本体育学会経営管理分科会の発表演題に絞ることとした。

表1 日本体育学会体育経営管理研究発表 観戦行動関連研究一覧

	発表年	タイトル (演題名)	発表者
1	1989	スペクテイター行動に関する一考察	斉藤 隆志
2	1991	観戦者行動に関する研究,藤本淳也	藤本 淳也
3	1993	スポーツ観戦者行動に関する文献研究	藤本 淳也
4	1993	スポーツ経営における消費者苦情行動モデルの検討	中西 純司
5	1994	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要1	水上 博司
6	1994	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要2	猪飼さやか
7	1995	スポーツ消費者の行動的研究	原田 宗彦
8	1995	スポーツ観戦者行動の予測要因に関する研究	藤本 淳也
9	1995	スポーツ消費者による苦情申し立て行動の実態に関する研究	中西 純司
10	1995	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報1	水上 博司
11	1995	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報2	三井 亮
12	1996	プロスポーツの観戦者行動に関する研究	小山さなえ
13	1996	ファンと観戦者に関する研究	竹田 隆行
14	1996	観戦者の心理的側面とプロスポーツチームの経営に関する研究	森脇豊一郎
15	1996	プロ野球における収獲アップのための消費者調査	脇本 和洋
16	1997	プロ野球観戦者の魅力要因から見た球団のマネジメントの検討	小山さなえ
17	1998	日本バスケットボールリーグ観戦者に関する調査研究	澤井 和彦
18	1998	観戦者特性および観戦行動から見たスペクテイターサービスの検討	小山さなえ
19	1999	スポーツ観戦者のインボルブメントと観戦行動	仲澤 眞
20	1999	潜在的観戦者のマーケット・セグメンテーションに関する研究	藤本 淳也
21	1999	プロスポーツにおけるプロダクト構造と機能に関する研究 観戦者の効用…	小山さなえ
22	2000	プロ野球におけるプレーヤー特性と観戦者行動	原田 菜穂

スポーツ観戦行動研究に関する考察 -日本体育学会専門分科会における過去の発表演題の検討-

	発表年	タイトル(演題名)	発表者
23	2000	スポーツ消費者の継続メカニズムの検討	藤井 和彦
24	2001	Jリーグ観戦者の情緒的経験に関する研究	隅野美砂輝
25	2001	プロ野球における観戦者の期待選手による基礎的マーケティング	土屋 誠美
26	2002	観戦者から見たVリーグの運営に関する研究	清田 美絵
27	2002	2001年度WJBLにおける観戦者特性に関する研究	小野里真弓
28	2002	WJBLの観戦者における特性および観戦者行動に関する研究	杉山歌奈子
29	2002	プロスポーツの観戦動機に関する研究1	松岡 宏高
30	2002	プロスポーツの観戦動機に関する研究2	藤本 淳也
31	2004	観戦者のスポーツ属性によるスペクテイタースポーツのマーケティングセグメンテーション	畑 攻
32	2004	Wリーグのホームタウン構想に基づく観戦者の分析と考察	小野里真弓
33	2006	スポーツ観戦行動の概念モデルに関する研究	元 晶 燈
34	2006	スポーツ観戦者のマーケティングセグメンテーション	小野里真弓

※日本体育学会大会号(1989年~2006年)から江口作成

本研究では、その内収集済みの22題を検討した。(表2)

表2 日本体育学会体育経営管理研究発表 スポーツ観戦行動関連研究一覧

	発表年	タイトル(演題名)	発表者
1	1989	スペクテイター行動に関する一考察	斉藤 隆志
2	1991	観戦者行動に関する研究,藤本淳也	藤本 淳也
3	1993	スポーツ観戦者行動に関する文献研究	藤本 淳也
4	1993	スポーツ経営における消費者苦情行動モデルの検討	中西 純司
5	1994	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要1	水上 博司
6	1994	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要2	猪飼さやか
7	1995	スポーツ消費者の行動的研究	原田 宗彦
8	1995	スポーツ観戦者行動の予測要因に関する研究	藤本 淳也
9	1995	スポーツ消費者による苦情申し立て行動の実態に関する研究	中西 純司
10	1995	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報1	水上 博司
11	1995	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報2	三井 亮
12	1997	プロ野球観戦者の魅力要因から見た球団のマネジメントの検討	小山さなえ
13	1998	日本バスケットボールリーグ観戦者に関する調査研究	澤井 和彦
14	1998	観戦者特性および観戦行動から見たスペクテイターサービスの検討	小山さなえ
15	1999	スポーツ観戦者のインボルブメントと観戦行動	仲澤 眞
16	1999	潜在的観戦者のマーケット・セグメンテーションに関する研究	藤本 淳也
17	1999	プロスポーツにおけるプロダクト構造と機能に関する研究 観戦者の効用…	小山さなえ
18	2000	プロ野球におけるプレーヤー特性と観戦者行動	原田 菜穂
19	2000	スポーツ消費者の継続メカニズムの検討	藤井 和彦
20	2001	プロ野球における観戦者の期待選手による基礎的マーケティング	土屋 誠美
21	2004	観戦者のスポーツ属性によるスペクテイタースポーツのマーケティングセグメンテーション	畑 攻
22	2004	Wリーグのホームタウン構想に基づく観戦者の分析と考察	小野里真弓

※日本体育学会大会号(1989年~2006年)から江口作成

Ⅲ 結果と考察

1) 結果の概要

今回検討した22題の報告の概要を表3に示した。

表3 日本体育学会体育経営管理研究発表 スポーツ観戦行動関連研究 22題

no	年次	開催場所	表題	発表者	方法	調査対象	対象種別
研究目的							
1	1989	横浜国立大学	スベクテイター行動に関する一考察	斉藤隆志	文献研究		
人はなぜ特定のスポーツイベントを選択し行動するのかその行動メカニズムを解明すること							
2	1991	富山大学	観戦者行動に関する研究	藤本淳也	社会調査	女子大学生 800	
観戦者而非観戦者の特性を比較検討し、スポーツマーケティングに関する基礎資料を得ること							
3	1993	大阪交流センター	スポーツ観戦者行動に関する文献研究	藤本淳也	文献研究		
スポーツ観戦に関するこれまでの研究をレビュー氏過去の研究動向を整理分類し問題点を抽出すること							
4	1993	大阪交流センター	スポーツ経営における消費者苦情行動モデルの検討	中西純司	モデル提示		
スポーツ経営学の分野の消費者が不満足を感じた後の消費者行動に関する研究は皆無に等しくこの課題を解決すること							
5	1994	山形大学	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要1	水上博司	社会調査	観戦者100	Jリーグ、プロ野球、大相撲、鈴鹿モーターレース
観戦チケット入手過程における観戦者の存在類型を仮説的にモデル化し実証的データを収集しモデル化の妥当性を検証すること							
6	1994	山形大学	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要2	猪飼さやか	社会調査	観戦者100	Jリーグ、プロ野球、大相撲、鈴鹿モーターレース
観戦チケット入手過程における観戦者の存在類型を仮説的にモデル化し実証的データを収集しモデル化の妥当性を検証すること							
7	1995	群馬県民会館	スポーツ消費者の行動的研究	原田宗彦	文献研究		
スポーツ観戦者の行動学的研究に含まれる問題点を明らかにすること、従来用いられていないモデルアプローチの方法を提示すること							
8	1995	群馬県民会館	スポーツ観戦者行動の予測要因に関する研究	藤本淳也	社会調査	近隣住民 1369	Jリーグ
スポーツ観戦者行動の予測要因として意図行動への態度主観的規範知覚された統制力の影響を明らかにしモデル化を検証すること							
9	1995	群馬県民会館	スポーツ消費者による苦情申し立て行動の実態に関する研究	中西純司	既存データ 収集		
スポーツ消費者の苦情行動に関する基礎資料を得ること							
10	1995	群馬県民会館	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報1	水上博司	社会調査	観戦者100	Jリーグ、プロ野球、大相撲、鈴鹿モーターレース
類似観戦者モデルを実証的なデータにより妥当であるかを検証すること							
11	1995	群馬県民会館	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報2	三井亮	社会調査	観戦者100	Jリーグ、プロ野球、大相撲、鈴鹿モーターレース
類似観戦者モデルを実証的なデータにより妥当であるかを検証すること							
12	1997	新潟大学	プロ野球観戦者の魅力要因から見た球団のマネジメントの検討	小山さなえ	社会調査	観戦者600	プロ野球 西武球場
プロ野球観戦者のプロダクトモデルを通して魅力要因からマネジメントの方向性を検証すること							
13	1998	愛媛大学	日本バスケットボールリーグ観戦者に関する調査研究	澤井和彦	社会調査	観戦者600	
観戦者の中でもグラフィック特性や観戦行動と大会の広報運営活動を対比させながら、その運営と観戦を取り巻く状況を明らかにすること							

スポーツ観戦行動研究に関する考察 - 日本体育学会専門分科会における過去の発表演題の検討 -

no	年次	開催場所	表題	発表者	方法	調査対象	対象種別
研究目的							
14	1998	愛媛大学	観戦者特性および観戦行動から見たスペクテーターサービスの検討,	小山さなえ	モデル提示		
プロスポーツの各レベルを想定し、スポーツプロダクトの要素やサービスのポイントを明確にすることにより、具体的なサービスの方法や課題を検討すること							
15	1999	東京大学	スポーツ観戦者のインボルブメントと観戦行動	仲澤眞	社会調査	観戦者2016	Jリーグ
allegianceの内容とスタジアムの特性との関係を検討し、スタジアムの特性に応じたマーケティング戦略策定に有益な基礎的知見を得ること							
16	1999	東京大学	潜在的観戦者のマーケット・セグメンテーションに関する研究	藤本淳也	社会調査	近隣住民1364	Jリーグ
プロスポーツの潜在的観戦者を観戦意図レベルを用いてセグメントに分類し特徴を把握するとともに観戦意図を用いたマーケティングセグメンテーションの有効性を検証すること							
17	1999	東京大学	プロスポーツにおけるプロダクト構造と機能に関する研究 観戦者の効用・・・	小山さなえ	モデル提示		
観戦者からみた球団や球場によるサービスに着目し、理想的なプロダクト構造およびマネジメントサイドのベネフィットの考察から実証的なサービスのポイントを検討すること							
18	2000	奈良女子大学	プロ野球におけるプレーヤー特性と観戦者行動,	原田菜穂	社会調査	観戦者1841	プロ野球 西武球場
観戦者にタダイなインパクトを与えるプレーヤーの特性と観戦者行動の関連を分析し、サービスマネジメントの視点からプロ野球における新たなサービスを検討すること							
19	2000	奈良女子大学	スポーツ消費者の継続メカニズムの検討	藤井和彦	モデル提示		
スポーツ消費者の接近行動に見られる意味認識、満足水準、継続意志の規定要因について検討すること							
20	2001	北海道大学	プロ野球における観戦者の期待選手による基礎的マーケティング	土屋誠美	社会調査	観戦者1863	プロ野球 西武球場
プロスポーツのトータルな製品を構成するプレーヤーに着目し観戦者の期待選手を基準にしたマーケティングセグメンテーションを試みる							
21	2004	信州大学	観戦者のスポーツ属性によるスペクテータースポーツのマーケティングセグメンテーション,	畑攻	社会調査	観戦者	プロ野球、Jリーグ、Wリーグ
スペクテータースポーツの客層に着目し、新たなマーケティングセグメンテーションの視点および基準の検討と線索的考察およびサービス展開の可能性を考察すること							
22	2004	信州大学	Wリーグのホームタウン構想に基づく観戦者の分析と考察,	小野里真弓	社会調査	観戦者1741	Wリーグ
Wリーグにおける今後のホームタウン化を見据えて開幕会場に着目し書く会場の観戦者の特性を明らかにし、有効なリーグ運営を検討すること							

※日本体育学会大会号(1989年～2006年)から江口作成

2) 考察

ここでは、22題の研究の相違点を明らかにするため、研究目的、研究方法の特徴を検討した。

○研究目的別の特徴

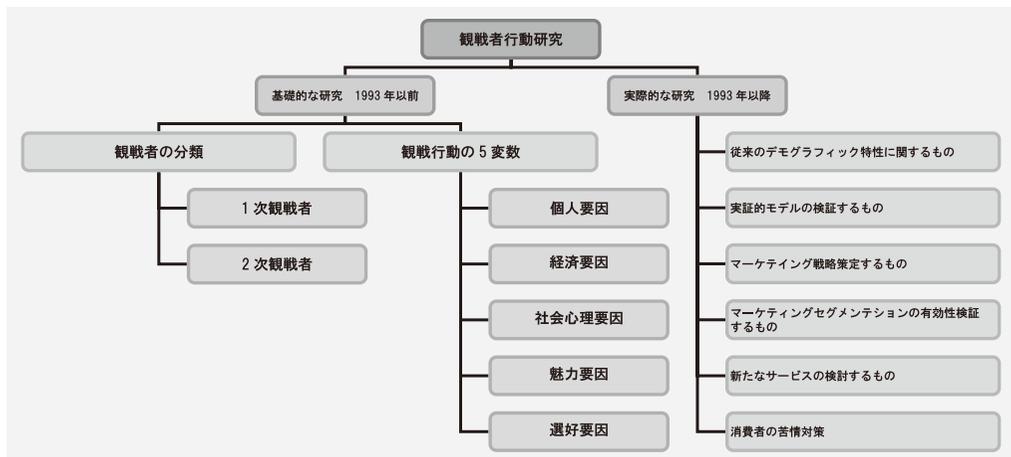
観戦者の特性を検討する研究として、Schurr⁶⁾は、スポーツ観戦者と非観戦者を比較分析し、スポーツ観戦者の特性を検討した。Sloan⁷⁾はスポーツ観戦動機構造の解明を試みた。日本においても斉藤²⁾はスポーツ観戦動機構造の解明を試み、藤本⁴⁾による先行研究の検討がなされた。観戦者の分類として、1次観戦者（試合会場で直接観戦）と2次観戦者（自宅などテレビ観戦）の区分が明示された。また、1次観戦者行動研究の変数として有効な要因として、

次の5つが明示された。

- 1 個人要因 性別、年齢、人種、職業、教育水準、居住地、スポーツ経験、
- 2 経済要因 世帯収入、入場料
- 3 社会心理的要因 動機
- 4 魅力要因 チームの戦跡、スター選手の有無、
- 5 選好要因 天気、試合時間、スケジュール

藤本⁴⁾の文献研究の報告以降は、より実用的な研究報告が増えた。その研究の目的を検討すると、①従来のデモグラフィック特性に関するもの、②実証的モデルの検証するもの、③マーケティング戦略策定するもの、④マーケティングセグメンテーションの有効性検証するもの、⑤新たなサービスの検討するもの、⑥消費者の苦情対策などがある。(図1)

図1 研究の類型試案



※体育学会大会号抄録から江口作図

従来のデモグラフィック特性として、澤井²¹⁾は観戦者のデモグラフィック特性や観戦行動と大会の広報運営活動を対比させながら、その運営と観戦を取り巻く状況を明らかにした。また、藤井²⁷⁾はスポーツ消費者の接近行動に見られる意味認識、満足水準、継続意志の規定要因について検討した。

実証的モデルの検証として、水上⁹⁾は、観戦チケット入手過程における観戦者の存在類型を仮説的にモデル化し実証的データを収集しモデル化の妥当性を検証した。また、水上¹⁴⁾は、類似観戦者モデルを実証的なデータにより妥当であるかを検証した。原田¹¹⁾は、スポーツ観戦者の行動学的研究に含まれる問題点を明らかにし、従来用いられていないモデル・アプ

ローチの方法を提示した。藤本¹²⁾は、スポーツ観戦者行動の予測要因として意図行動への態度主観的規範知覚された統制力の影響を明らかにしモデル化を検証した。小山²⁰⁾は、プロ野球観戦者のプロダクトモデルを通して魅力要因からマネジメントの方向性を検証した。

マーケティング戦略策定として、仲澤²³⁾は、allegianceの内容とスタジアムの特性との関係を検討し、スタジアムの特性に応じたマーケティング戦略策定に有益な基礎的知見を得た。

マーケティングセグメンテーションの有効性検証として、藤本²⁴⁾は、プロスポーツの潜在的観戦者を観戦意図レベルを用いてセグメントに分類し特徴を把握するとともに観戦意図を用いたマーケティングセグメンテーションの有効性を検証した。土屋³⁰⁾は、プロスポーツのトータルな製品を構成するプレーヤーに着目し観戦者の期待選手を基準にしたマーケティングセグメンテーションを試みた。畑³⁶⁾は、スペクテイター・スポーツの客層に着目し、新たなマーケティングセグメンテーションの視点および基準の検討と線索的考察およびサービス展開の可能性を考察した。

新たなサービスの検討として、小山²²⁾は、プロスポーツの各レベルを想定し、スポーツプロダクトの要素やサービスのポイントを明確にすることにより、具体的なサービスの方法や課題を検討した。また、小山²⁵⁾は、観戦者からみた球団や球場によるサービスに着目し、理念的なプロダクト構造およびマネジメントサイドのベネフィットの考察から実証的なサービスのポイントを検討した。原田菜²⁶⁾は、観戦者に多大なインパクトを与えるプレーヤーの特性と観戦者行動の関連を分析し、サービスマネジメントの視点からプロ野球における新たなサービスを検討した。

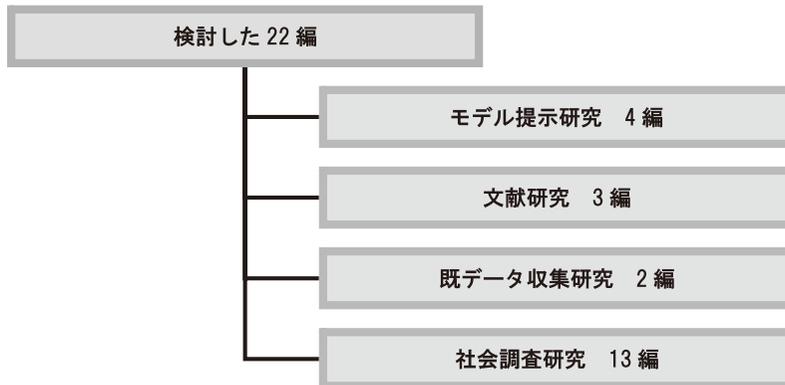
また新規種目の調査も始まり、小野里³⁷⁾は、Wリーグにおける今後のホームタウン化を見据えて開幕会場に着目し書く会場の観戦者の特性を明らかにし、有効なリーグ運営を検討した。

消費者の苦情対策として、中西^{8) 13)}のスポーツ消費者の苦情行動に関する基礎資料を得る研究は大変ユニークなものである。

○研究方法別の特徴

検討した22編では、モデル提示研究が4編、文献研究が3編、既データ収集が2編、社会調査が13編であった。(図2)

図2 研究方法の特徴



社会調査による研究13編について、サンプル数は多いもので2000程度、少ないもので100程度であった。対象種目等は、プロ野球（7編）とJリーグ（7編）が多く、他に大相撲、Wリーグ、モータースポーツなどであった。

3) モデル提示研究について

中西^{8) 13)} は、6つの苦情行動モデルを検討し、最適なスポーツ経営における消費者苦情モデルを構築し、モデルから演繹的に提示される仮説を示した。6つの苦情行動モデルとは、①概念モデル、②プロセスモデル、③購買後行動モデル、④消費者不満後の意思決定プロセス、⑤概念テクプロセスモデル、⑥購買後行動モデルである。中西が提示した仮説は、①消費者の満足不満足は、スポーツサービスに対する期待とパフォーマンスの関数として捉えることができる、②スポーツ経営体のマーケティングミックスに対する評価と苦情行動は有意な関係にある、③苦情行動は購買者特性問題の重大性スポーツサービス購買の重要度苦情の申し立てへの消費者の対および認知的不協和の程度に影響を受ける、④苦情行動とロコミの波及には有意な関係がある、⑤苦情行動と消費者のスポーツサービスへのロイヤリティーの程度には有意な関係がある、であった。

小山²⁵⁾ は、観るスポーツの商品（プロダクト）を構造化し5つの要素、①ゲーム、②プレー、③プレーヤー、④内部的環境条件、⑤外部的環境条件が重要であることを示した。その上で、プロダクトおよびサービスに関する因子構造を検討し、6因子を抽出した。6因子として、①「プロ野球の魅力」因子、②「場内サービス」因子、③「アクセスビリティ」因子、④「料金」因子、⑤「監督、選手の頑張り」因子、⑥「情報提供」因子であったと報告している。

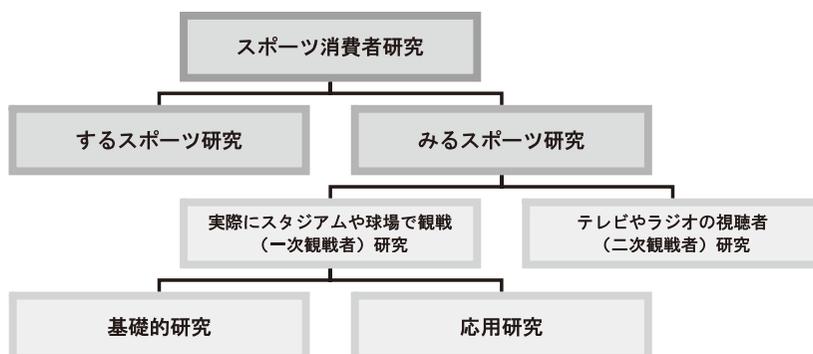
藤井²⁷⁾ は、スポーツ消費者を顧客として位置付けし続けるために顧客満足を創造することが重要であることに関する成果はいくつかあるが、以前として未知な部分が多いという。彼

は、スポーツ消費者の満足度と継続意志を規定する要因は異なることを指摘し、継続意志は満足水準の規定構造の違いによるものとの仮説を示しこの仮説の検証を試みている。

4) 文献研究について

原田¹¹⁾は、スポーツ消費者を「するスポーツ」と「みるスポーツ」の視点で先行研究を検討した結果、するスポーツの消費行動に関する研究は少なく、一方、みるスポーツの消費行動の研究は多いと報告している。

図3 原田によるスポーツ消費者研究の類型化



「みるスポーツ」については、テレビやラジオでスポーツをみる視聴者を対象とした研究と、実際にスタジアムや球場に来て試合を観戦する観戦者を対象としたものに分けられるという。後者のスポーツ観戦者に関する研究は、研究者の動機や目的により実際の経営に活かそうとする「応用研究」と観戦者の行動を解明しようとする「基礎的研究」に分けた。(図3)「応用研究」では、プロスポーツ観客数の増減、スタジアム広告画観客に与える影響、観客が抱くイメージなどを、「基礎研究」では感染中の観客の行動を観察したもの、デモグラフィック変数を用い手比較したもの、ファンの社交性を分析したもの、ファン自信の愛電停ターとチームへの支援の関係を探ったものなどをレビューした。原田は、その結果から先行研究に見られる問題点を以下の4点指摘している。

4点とは、

- ①基礎的研究が応用研究に効果的にフィードバックされていない、
- ②応用研究がケース・スタデーで終わっており、普遍的な真実を導こうという努力が見られない、
- ③観客に注目しているが非観客との比較がされていない、

④観戦者行動の構造を解明するモデル・アプローチが不足している、である。

5) 社会調査研究について

表4は社会調査によるデータ収集とその解析により仮説の検証を行っている研究である。1995までの研究は、観戦者を対象にその属性を検討するものが多く見られる。1996年以降は、研究成果を実際の経営や戦略に直接活かすため研究が多くみられる。

調査方法では、競技場に直接きた観戦者を対象に、層化抽出法による質問紙調査が多い、郵送法による質問紙調査を用いたものもある。サンプル数は、最大2,000件を集計したものや、有意抽出による100件ほどのサンプルを解析したものがある。データの処理については、単純集計、クロス集計、有意差の検定（ χ 二乗、T検定）、分散分析、因子分析、重回帰分析、対数線形分析などが活用されている。

表4 日本体育学会体育経営管理研究発表 観戦行動関連社会調査実施研究一覧

	発表年	タイトル (演題名)	発表者
1	1991	観戦者行動に関する研究,藤本淳也	藤本 淳也
2	1994	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要1	水上 博司
3	1994	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要2	猪飼さやか
4	1995	スポーツ観戦者行動の予測要因に関する研究	藤本 淳也
5	1995	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報1	水上 博司
6	1995	スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報2	三井 亮
7	1997	プロ野球観戦者の魅力要因から見た球団のマネジメントの検討	小山さなえ
8	1998	日本バスケットボールリーグ観戦者に関する調査研究	澤井 和彦
9	1999	スポーツ観戦者のインボルブメントと観戦行動	仲澤 眞
10	1999	潜在的観戦者のマーケット・セグメンテーションに関する研究	藤本 淳也
11	2000	プロ野球におけるプレーヤー特性と観戦者行動	原田 菜穂
12	2001	プロ野球における観戦者の期待選手による基礎的マーケティング	土屋 誠美
13	2004	Wリーグのホームタウン構想に基づく観戦者の分析と考察	小野里真弓

※日本体育学会大会号（1989年～2006年）から江口作成

IV まとめ

1) まとめ

本研究では、過去のスポーツ観戦者に関する研究をレビューし、研究目的と方法について検討した。その結果、いくつかの研究傾向が明らかになった。ひとつは、研究の性質が観戦者の属性を明らかにするような基礎的な研究から、実践的な研究、つまり、経営側に立ち観客集客に直接役立つ詳細な成果を目的にした研究に移行しているということである。原田¹¹⁾が欧米における研究動向を検討して指摘しているように、基礎的研究が応用研究に効果的に

フィードバックされていない傾向は日本の現状の特性でもあるようだ。非観戦者に関する検討も数が少なく、潜在的マーケティングに関する検討はあまりされていないことが指摘できる。

今後のスポーツ観戦者に関する研究においては、以下の研究の方向性が望まれる。

- ①先行研究を充分吟味した上での研究、
- ②観戦者対象の研究においては、現場の現状を十分に反映した実際経営の課題を解決する実践的な研究、
- ③悲観戦者を観戦する方向へ導く、非観戦者を対象にした研究などである。

2) 限界と課題

本研究は、「国内の単一学会の成果」を対象にその傾向を検討した。従って2つ限界がある。ひとつは、多面性の問題である。スポーツ観戦行動は、広く消費者行動として捉えることができ、それ以外にもこのテーマに対する国内におけるアプローチは他にも散見される。今後は、多面的な研究における傾向を検討する必要がある。もうひとつは、国際性の問題である。本研究では、スポーツの商業化が先行する北米や欧州における成果を検討していない。今後は国際的な視点も積極的に取り組む必要がある。

最後に、収集できていない日本体育学会体育経営管理分科会の文献は今後検討しなければならない。

V 参考文献

- 1) 原田宗彦、藤本淳也、松岡宏高 (2004) : スポーツ消費者 : スポーツマーケティング、大修館書店、65-82
- 2) 齊藤隆志 (1989) : スペクテイター行動に関する一考察、日本体育学会大会号、p427
- 3) 藤本淳也 (1991) : 観戦者行動に関する研究、日本体育学会大会号、p463
- 4) 藤本淳也、原田宗彦 (1993) : スポーツ観戦者行動に関する文献研究、日本体育学会大会号、p433
- 5) 笹川スポーツ財団 (2006) : スポーツ白書、スポーツの新たな価値の発見、SSF笹川スポーツ財団、p140-147
- 6) Sloan,L.R. (1989) : The motives of sports fan, Sports games and play : Social and Psychosocial viewpoints, Hillsdale NJ : Lawrence Erlbaum Associations、p175-240
- 7) Schuur,K.T et al (1985) : Myers-Briggs Type Inventory and demographic characteristics of students attending and not attending a college basketball game、Journal of Sport Behavior

vol 8、p181-194

- 8) 中西純司 (1993) : スポーツ経営における消費者苦情行動モデルの検討、日本体育学会大会号、p431
- 9) 水上博司 (1994) : スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要1、日本体育学会大会号、p387
- 10) 鶴飼さやか (1994) : スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要2、日本体育学会大会号、p388
- 11) 原田宗彦 (1995) : スポーツ消費者の行動的研究、日本体育学会大会号、p414
- 12) 藤本淳也 (1995) : スポーツ観戦者行動の予測要因に関する研究、日本体育学会大会号、p415
- 13) 中西純司 (1995) : スポーツ消費者による苦情申し立て行動の実態に関する研究、日本体育学会大会号、p418
- 14) 水上博司 (1995) : スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報1、日本体育学会大会号、p434
- 15) 三井亮 (1995) : スポーツ観戦者のチケット購買行動と観戦者の潜在需要第2報2、日本体育学会大会号、p435
- 16) 小山さなえ (1996) : プロスポーツの観戦者行動に関する研究、日本体育学会大会号、p386
- 17) 竹田隆行 (1996) : ファンと観戦者に関する研究、日本体育学会大会号、p387
- 18) 森脇豊一郎 (1996) : 観戦者の心理的側面とプロスポーツチームの経営に関する研究、日本体育学会大会号、p388
- 19) 脇本和洋 (1996) : プロ野球における収穫アップのための消費者調査、日本体育学会大会号、p393
- 20) 小山さなえ (1997) : プロ野球観戦者の魅力要因から見た球団のマネジメントの検討、日本体育学会大会号
- 21) 澤井和彦 (1998) : 日本バスケットボールリーグ観戦者に関する調査研究、日本体育学会大会号、p406
- 22) 小山さなえ (1998) : 観戦者特性および観戦行動から見たスペクテーターサービスの検討、日本体育学会大会号、p407
- 23) 仲澤真 (1999) : スポーツ観戦者のInvolvementと観戦行動、日本体育学会大会号、p377
- 24) 藤本淳也 (1999) : 潜在的観戦者のマーケット・セグメンテーションに関する研究、日本体育学会大会号、p378
- 25) 小山さなえ (1999) : プロスポーツにおけるプロダクトの構造と機能に関する研究観戦者

- の効用に着目して、日本体育学会大会号、p379
- 26) 原田菜穂 (2000) : プロ野球におけるプレーヤー特性と観戦者行動、日本体育学会大会号、p302
 - 27) 藤井和彦 (2000) : スポーツ消費者の継続メカニズムの検討、日本体育学会大会号、p295
 - 28) 隅野美砂輝 (2001) : Jリーグ観戦者の情緒的経験に関する研究、日本体育学会大会号
 - 29) 松岡宏高 (2001) : スポーツファンの心理的コミットメントに関する研究、日本体育学会大会号
 - 30) 土屋誠看美、2001 : プロ野球における感染者の期待選手による基礎的マーケティング、日本体育学会大会号、p395
 - 31) 清田美絵 (2002) : 観戦者から見たVリーグの運営に関する、研究日本体育学会大会号、p375
 - 32) 小野里真弓 (2002) : 2001年度WJBLにおける観戦者特性に関する研究、日本体育学会大会号、p377
 - 33) 杉山歌奈子 (2002) : WJBLの観戦者における特性および観戦者行動に関する研究、日本体育学会大会号、p378
 - 34) 松岡宏高 (2002) : プロスポーツの観戦動機に関する研究1、日本体育学会大会号、p379
 - 35) 藤本淳也 (2002) : プロスポーツの観戦動機に関する研究2、日本体育学会大会号、p380
 - 36) 畑攻 (2004) : 観戦者のスポーツ属性によるスペクテイター・スポーツのマーケティングセグメンテーション、日本体育学会大会号、p363
 - 37) 小野里真弓 (2004) : Wリーグのホームタウン構想に基づく観戦者の分析と考察、日本体育学会大会号p365
 - 38) 元晶燈 (2006) : スポーツ観戦行動の概念モデルに関する研究、日本体育学会大会号
 - 39) 小野里 (2006) : スポーツ観戦者のマーケティングセグメンテーション、日本体育学会大会号

付録

参考 今回検討していないスポーツ観戦者関連の論文一覧

プロサッカーの観戦行動に関する社会学的研究,仲澤眞他,サッカー医科学研究,13巻,1993
プロサッカーの観戦行動に関する社会学的研究第2報,仲澤眞他,サッカー医科学研究,14巻,1994
Jリーグのスペクテイターに関する社会学研究,仲澤眞他,サッカー医科学研究,15巻,1995
プロスポーツ観戦回数に影響を及ぼす要因に関する研究,藤本純也,大阪体育大学紀要,27巻51-62,1996
プロスポーツ観戦者の招致距離に関する研究,松岡宏高他,大阪体育大学紀要,27巻63-70,1996
サンフレッチェ広島ホームゲーム観戦回数の要因に関する研究,高橋豪仁,スポーツ産業学研究,6 (1) 7-19,1996
Jリーグの観戦者行動に関する社会学的研究1,平川澄子他,サッカー医科学研究,16巻,1996
Jリーグのスペクテイターに関する調査研究,帝京社会学,第9号,1996
Jリーグの観戦者行動に関する研究1(時系列変化を中心に),平川澄子他,サッカー医科学研究,17巻9-16,1997
Jリーグの観戦者行動に関する研究2(ファンとしての特性と観戦行動),平川澄子他,サッカー医科学研究,17巻9-16,1997
Jリーグの観戦者行動に関する研究3(スペクテイタースポーツマネジメント),平川澄子他,サッカー医科学研究,17巻9-16,1997
スポーツファンの消費行動,原田宗彦スポーツファンの社会学,世界思想社,149-170,1998
Jリーグの女性観戦者に関する研究,仲澤眞他,スポーツ産業学研究,10 (1) 45-57,2000
潜在的観戦者のマーケティングセグメンテーションに関する研究,原田宗彦他,大阪体育大学紀要,31巻1-11,2001
2001プロサッカーファンサーベイレポート2001,プロサッカーファンサーベイプロジェクト,Jリーグ事務局,2002
プロスポーツの観戦動機に関する研究Ⅰ,松岡宏高他,日本体育学会53回号,2002
プロスポーツの観戦動機に関する研究Ⅱ,藤本淳也他,日本体育学会53回号,2002
潜在的ターゲットマーケティングの発見,藤本淳也他,スポーツマーケティング,大修館,83-100,2004
プロスポーツファンの態度変容に関する研究,藤本淳也,大阪体育大学紀要,37巻57-72,2006
Jリーグに所属するクラブが進めるホームタウン推進事業のプログラム評価1,井澤悠樹他,大阪体育大学紀要,37巻73-83,2006
Jリーグに所属するクラブが進めるホームタウン推進事業のプログラム評価2,松永敬子他,大阪体育大学紀要,37巻84-95,2006
オリックスバファローズのスタジアム観戦者の特性に関する研究,永田順也他,大阪体育大学紀要,38巻44-51,2007
プロ野球球団のエリアマーケティングに関する研究,石田慎也他,大阪体育大学紀要,38巻52-60,2007
Jリーグに所属するクラブが進めるホームタウン推進事業における満足度と事業戦略に関する研究,鈴木祐志他,大阪体育大学紀要,38巻80-94,2007

