

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 27 年 6 月 1 日現在

機関番号：35402

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2014

課題番号：25750320

研究課題名(和文) スポーツイベントの居心地を規定する要因に関する実証的研究

研究課題名(英文) An Empirical Study of Desire to Stay at Sport Events

研究代表者

渡辺 泰弘 (WATANABE, YASUHIRO)

広島経済大学・経済学部・准教授

研究者番号：30611610

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,400,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、スポーツイベントの居心地を規定する要因を明らかにすることであった。主な結果として、「プロゴルフトーナメント観戦ならではの特徴」は観戦者の居心地を強く規定することが明らかとなり、居心地が観戦者の再来場意図に強く影響を及ぼすことが明らかとなった。また、「選手」や「コース」、「飲食やイベントなどのサービス」は会場内の居心地を媒介して再来場意図に影響を及ぼす可能性が示唆された。さらに、対象となるチームや種目などの「心理的な結びつき」が観戦者の居心地に影響を及ぼす効果よりも、居心地が「心理的な結びつき」を醸成する可能性が示唆された。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study is to examine the influence of core products and peripheral services on the desire of golf spectators to stay at golf tournaments. The main data were collected from spectators at a professional golf tournament. The results indicate that core products (affection to player, the game of golf, and course setting) affected the patrons' desire to stay. Furthermore, the results provide support for a significant relationship between the desire to stay and re-patronage. The findings indicate that desire to stay did drive the golf identification in this study.

研究分野：スポーツマネジメント

キーワード：プロゴルフトーナメント 居心地 観戦需要 プロゴルフ観戦者

### 1. 研究開始当初の背景

スポーツイベントの来場において、会場内の居心地 (= 滞留意欲) が良いと感じた顧客は、同様の、または類似したイベントの再来場を望むとされる。その一方、イベントで不快な思いを経験した顧客は、イベント中の居心地が損なわれるだけでなく、イベントへの再来場をも拒んでしまう (Wakefield and Blodgett, 1994; Wakefield and Sloan, 1995; Wakefield and Blodgett, 1996)。

スポーツイベントにおける観戦需要 (コア・プロダクト) や周辺サービスに着目した研究では、「スタッフの対応」や「会場内外のアクセシビリティ」、「フードサービス」などの周辺サービスに着目したものが散見され、周辺サービスに満足した来場者は会場内の居心地が高まり、リピーターになる可能性が高いことが報告されている (e.g., Wakefield & Sloan, 1995; Hill & Green, 2000)。観戦需要と来場者の居心地に着目したわずかな研究では、「選手の魅力」、「試合内容」、「競技特性」が来場者の居心地を規定するとともに、観戦者のチームロイヤルティやアイデンティフィケーションが会場内の滞留意欲と再来場に影響することや、観戦者がチームや競技に対するアイデンティフィケーションを醸成する可能性を指摘している (Wakefield & Sloan, 1995; Zhang et al., 2005; Watanabe et al., 2013)。

このように先行研究を鑑み、特に、スポーツイベントにおける居心地に着目した研究では、スタジアムの物理的環境のみに着目した研究がわずかにあるものの、観戦者本来の目的である試合を観戦することや選手のプレイを見るといった観戦需要を考慮していない現状がある。Zhang et al. (2005) は、これまでのスポーツイベント研究の需要に関する蓄積は少なく、イベント来場者の満足感を測定するには多くの事

例が必要であるとの見解を示している。

### 2. 研究の目的

本研究ではプロゴルフトーナメント観戦者を対象に、スポーツイベントにおける居心地を規定する要因を明らかにする。また、副目的として、プロゴルフ観戦者の特性を明らかにする。これまでプロゴルフ観戦者の特性を把握した調査資料や研究は皆無に近いため、実際にどのような特性を持った観戦者が存在するのか解明されていない。Funk (2008) や松岡 (2007) は、種目の違いによって観戦者の特徴が異なることから、今後スポーツの種目別に観戦者の特性を明らかにすることが必要であるとし、Hansen and Gauthier (1993, 1994)、McDonald, Milne, and Hong (2002) および Robinson, Trail, and Kwon (2004) は、ゴルフ観戦者が特定の選手を観戦する動機が強いことから、従来のスポーツ観戦者の知見が、必ずしもゴルフ観戦者研究にはあてはまらないことを示唆している。

### 3. 研究の方法

日本で開催されるレギュラーツアートーナメント観戦者への調査を実施した。調査方法は、観戦者が多く集まるギャラリーラザにおいて、トーナメントの進行状況およびコース内を一通り歩いて場内を把握している観戦者に対して直接配布、直接回収の質問紙調査を実施した。また、複数の観戦者を対象に面接調査、および観戦者の参与観察を実施することにより、質問紙調査だけでは補うことのできない観戦者の特性を把握することを試みた。

サンプリングは Watanabe et al. (2013) に基づいて、性別および年齢を考慮した層化無作為抽出法を用いた。調査項目は Watanabe et al. (2013) の尺度に若干の修正を加えたものを使用した。この尺度は、プロゴルフ観戦者研究 (Gauthier & Hansen,

1993; Hansen & Gauthier, 1993) とスポーツ観戦におけるスタジアムサービスを対象とした研究 (Wakefield & Sloan, 1995; Hill & Green, 2000; Greenwell, et al, 2002) の項目を援用または修正したものである。具体的には、観戦需要 (選手、ゴルフ、コース)、周辺サービス (サービス、ファシリティ、アクセシビリティ)、滞留意欲、再来場意図、ゴルフアイデンティティの各要因を構成する項目である。分析方法は、観戦者の特性を把握するために基本的属性の単純集計、調査項目の妥当性、信頼性を検証するための確認的因子分析、共分散構造分析によるモデルの構築を試みた。

#### 4. 研究成果

##### (1) 2013 年度

当該年度では、プロゴルフトーナメント 2 試合の観戦者を対象に質問紙調査、面接調査、観察調査を実施し、プロゴルフ観戦者の特性を明らかにした。また、先行研究によりプロゴルフトーナメントの会場内滞留モデルの理論的枠組みを構築した。

##### プロゴルフ観戦者の特性

性別は男性が 74.3%、女性が 25.7% で占められた。婚姻は 81.9% が既婚者であった。年齢は 60 歳以上が 32.6% と最も多く、次いで 50 歳代が 25.3%、40 歳代が 23.1% となっており、40 歳以上の観戦者が 8 割を超える年齢層の高い結果となった。例えば、J リーグ観戦者調査 2013 サマリーレポートによる J リーグ観戦者の特性として、男性が 62.6%、平均年齢が 39.5 歳となっており、種目による観戦者の特性に違いがみられた。

プロゴルフ観戦独自の特徴として、トーナメントの年間平均観戦回数は 2.6 回、当該トーナメントの平均観戦回数は 4.2 回となった。年間平均ラウンド回数は 14.6 回であり、観戦者の 8 割以上がゴルファーであることも確認された。また、観戦者の来場時間帯は 8 時台が 29.2% と最も多く、次い

で 9 時台が 23.4% であり、場内滞留時間は約 5.3 時間、場内をあちこち歩く観戦者が 41.9% いることが明らかとなった。

面接調査および観察調査における観戦者の場内滞留行動は、「来場→ギャラリープラザで食事→選手を追いかける→食事→選手を追いかける→帰宅」、「練習場→スタートを見る→2-3 ホール交互に見る→食事→トイレ→ホール見学→帰宅」、「来場→1 番で見る→10 番で見る→15 番で見る→18 番で見る」というように様々であった。

##### 概念モデルの構築

先行研究の検討により、2 つのモデルを提案した。モデル 1 は、観戦需要および周辺サービスが滞留意欲に影響を及ぼすと仮定し、調整変数としてゴルフアイデンティティが滞留意欲と再来場意図に影響を及ぼすと仮定したモデルである。モデル 2 は、モデル 1 と同様に観戦需要および周辺サービスが滞留意欲に影響を及ぼすと仮定し、滞留意欲がゴルフアイデンティティに影響を及ぼすと仮定したモデルである。

##### 尺度の確認

確認的因子分析を行った結果、観戦需要は「選手 (3 項目:  $\lambda = .60-.71$ , CR= .74, AVE= .49)」、**「ゴルフ (3 項目:  $\lambda = .62-.75$ , CR= .77, AVE= .52)」、**「コース (3 項目:  $\lambda = .70-.91$ , CR= .83, AVE= .62)」、周辺サービスは「サービス (4 項目:  $\lambda = .65-.83$ , CR= .80, AVE= .50)」、**「ファシリティ (4 項目:  $\lambda = .67-.80$ , CR= .84, AVE= .56)」、**「アクセシビリティ (3 項目:  $\lambda = .68-.82$ , CR= .79, AVE= .55)」、**「ゴルフアイデンティティ (3 項目:  $\lambda = .87-.90$ , CR= .91, AVE= .78)」、**「滞留意欲 (3 項目:  $\lambda = .71-.79$ , CR= .80, AVE= .57)」、**「再来場意図 (3 項目:  $\lambda = .79-.84$ , CR= .79, AVE= .66)」となり、尺度の妥当性及び信頼性は担保された (CMIN/DF=2.868 ,**************

CFI=.929 , RMSEA =.053 (90% confidence interval=.049-.057)、SRMR=.048 )

(2) 2014 年度

プロゴルフトーナメントの会場内滞留モデルにデータをあてはめることで、居心地に影響を及ぼす要因の因果を明らかにした。データはプロゴルフトーナメントのレギュラーツアー-1 試合において、調査協力の意思を持つ観戦者に対して直接配布、直接回収の質問紙調査によって収集された (N=602) 。調査項目は Hansen and Gauthier (1993) 、 Wakefield and Sloane (1995) 、 Watanabe et al. (2013) を参考に開発された尺度を用いた。

まず、尺度の妥当性と信頼性を確認するために確認的因子分析を行った。結果、観戦需要は「選手 (3 項目:λ= .62-.75, CR= .75, AVE= .50) 」, 「ゴルフ (3 項目:λ= .67-.72, CR= .77, AVE= .53) 」, 「コース (3 項目:λ= .72-.90, CR= .85, AVE= .66) 」, 周辺サービスは「サービス (4 項目:λ= .68-.83, CR= .83, AVE= .55) 」, 「ファシリティ (4 項目:λ= .68-.83, CR= .83, AVE= .63) 」, 「アクセシビリティ (3 項目:λ= .77-.81, CR= .83, AVE= .63) 」, 「ゴルフアイデンティティ (3 項目:λ= .84-.91, CR= .90, AVE= .75) 」, 「滞留意欲 (3 項目:λ= .69-.77, CR= .76, AVE= .53) 」, 「再来場意図 (3 項目:λ= .79-.83, CR= .84, AVE= .63) 」となり、尺度の妥当性及び信頼性は担保された (CMIN/DF=2.688, CFI=.922, RMSEA =.057 (90% confidence interval=.053-.062)、SRMR=.053 )

次いで、プロゴルフ観戦者の会場内滞留モデルの変数間の影響を共分散構造分析によって検証した。モデル 1 (ゴルフアイデンティティ→滞留)では、CMIN/DF=3.239、CFI=.900、RMSEA=.064 (90% confidence interval=.060-.068)、SRMR=.080、AIC=1345.607 であった。それぞれの要因が

どのように作用するかを検証した結果、観戦需要では「選手」、「ゴルフ」、「コース」が滞留意欲に有意な影響を及ぼすことが明らかとなった (選手: β=.16, p<.01; ゴルフ: β=.40, p<.001; コース: β=.18, p<.001) 。周辺サービスでは「サービス」が滞留意欲に有意な影響を及ぼす結果となったが、ファシリティおよびアクセシビリティは有意な影響を及ぼさない結果となった (サービス: β=.14, p<.05; ファシリティ: β=.14, n.s.; アクセシビリティ: β=.01, n.s.) 。また、先行研究 (Wakefield & Sloan, 1995) を参考に、ゴルフアイデンティティが滞留意欲に及ぼす影響をみた結果、有意な影響を及ぼさない結果となった (ゴルフアイデンティティ: β=.05, n.s.) 。そして、滞留意欲と再来場意図の因果を確認した結果、最も強く影響を及ぼすことが明らかとなった (β=.74, p<.001) 。つまり、観戦需要や周辺サービスによって滞留意欲を高めることが、観戦者の再来場を助長する可能性が示唆された。モデルの説明力は、滞留意欲では 52%、再来場意図では 62%となり、それぞれ高い説明力を示す結果となった。

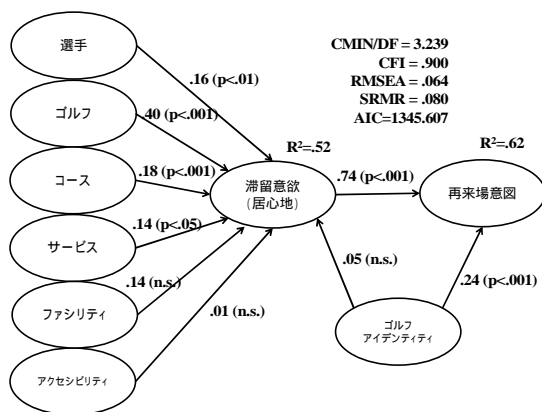


図1 ゴルフ ID → 滞留意欲 (モデル 1)

モデル 2 (滞留意欲→ゴルフアイデンティティ)では、CMIN/DF=2.981、CFI=.910、RMSEA=.060 (90% confidence interval=.056-.064)、SRMR=.051、AIC=1245.375 であり、モデル 1 と比較して

モデルのあてはまりが良い結果となった。それぞれの要因がどのように作用するかを検証した結果、モデル1と同様であった。観戦需要では「選手」、「ゴルフ」、「コース」が滞留意欲に有意な影響を及ぼすことが明らかとなった(選手:  $\beta=.19, p<.001$ ; ゴルフ:  $\beta=.50, p<.001$ ; コース:  $\beta=.11, p<.05$ )。周辺サービスでは「サービス」が滞留意欲に有意な影響を及ぼす結果となったが、ファシリティおよびアクセシビリティは有意な影響を及ぼさない結果となった(サービス:  $\beta=.13, p<.05$ ; ファシリティ:  $\beta=.10, n.s.$ ; アクセシビリティ:  $\beta=.03, n.s.$ )。また、先行研究(Zhang et al., 2005)が指摘するように、会場内での経験がアイデンティティを醸成するという指摘に従い分析を試みた結果、滞留意欲がゴルフアイデンティティに有意な影響を及ぼす結果となった(ゴルフアイデンティティ:  $\beta=.49, p<.001$ )。そして、滞留意欲と再来場意図の因果を確認した結果、最も強く影響を及ぼすことが明らかとなった( $\beta=.77, p<.001$ )。

モデル1と同様に、観戦需要や周辺サービスによって滞留意欲を高めることが、観戦者の再来場を助長するとともに、ゴルフアイデンティティを醸成する可能性も示唆された。モデルの説明力は、滞留意欲では65%、ゴルフアイデンティティでは28%、再来場意図では68%となった。

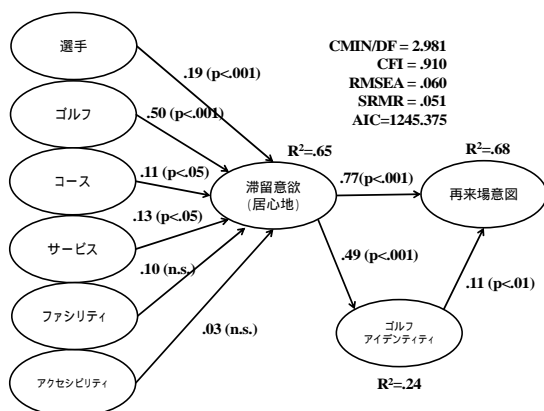


図2 滞留意欲 → ゴルフ ID (モデル2)

### (3) まとめ

プロゴルフ観戦者の特性として、男性が7割を超え、年齢層も他のプロスポーツと比較しても高い傾向があった。そして、観戦者の8割以上がゴルファーであり、会場名をあちこち歩き回る観戦者が多いことが挙げられた。そして、プロゴルフトーナメントの居心地を規定する要因を明らかにした結果は以下のとおりである。

- ・ 「プロゴルフトーナメント観戦ならではの特徴」は観戦者の居心地を強く規定する
- ・ 居心地が観戦者の再来場意図に強く影響を及ぼす
- ・ 対象となるチームや種目などの「心理的な結びつき」が観戦者の居心地に影響を及ぼす効果よりも、居心地が「心理的な結びつき」を醸成する可能性がある

今後の研究課題として、Robinson et al.

(2004)が指摘するように、トーナメントの開催地域によって観戦者の観戦需要やアイデンティティが異なる可能性もあることから、ツアー別の比較や開催地域ごとの特徴を明らかにするとともに、ツアートーナメントの継続的調査の必要性が求められる。また、スポーツイベント会場のアミューズメントパーク化が進行する中、観戦者や来場者をいかに退屈させないための要因を明らかにする研究が求められる。すなわち、閉じられた空間 (i.e. スタジアムやアリーナ) に着目した研究も重要ではあるが、開放的な空間 (i.e. プロゴルフトーナメント、マラソンイベント) で開催されるスポーツイベントにも着目することが求められる。また、これまでの研究のサンプルに着目すると、野球、サッカー、バスケットボール、フットボールなどのチームスポーツ観戦者に限定されることが多いことから、個人スポーツ観戦者のデータの蓄積も求められる。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[学会発表](計2件)

渡辺泰弘・松本耕二・野川春夫

プロゴルフ観戦者の会場内滞留モデルの理論的枠組みに関する研究

日本生涯スポーツ学会第15回大会

2013年10月13日 静岡県熱海市(起雲閣、いきいきプラザ、第3庁舎会議室)

渡辺泰弘

女子プロゴルフトーナメント観戦者の特性に関する研究 - 観戦曜日に着目して -

日本スポーツ産業学会第24回大会

2015年7月26日 東京都文京区(東京大学本郷キャンパス伊藤国際学術研究センター)

6. 研究組織

(1)研究代表者

渡辺 泰弘 (Watanabe Yasuhiro)

広島経済大学 経済学部 准教授

研究者番号：30611610

(2)研究分担者

( )

研究者番号：

(3)連携研究者

( )

研究者番号：