

令和 6 年 5 月 24 日現在

機関番号：32675

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2020～2023

課題番号：20K11371

研究課題名（和文）スポーツ観戦と持続的ウェルビーイング：先行要因と結果要因の検証

研究課題名（英文）Spectator sport and eudaimonic well-being: Antecedents and consequences

研究代表者

吉田 政幸 (Yoshida, Masayuki)

法政大学・スポーツ健康学部・教授

研究者番号：60557445

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,600,000円

研究成果の概要（和文）：本研究はスポーツ観戦と持続性のある深い幸福の関係性を明らかにするため、人間的開花に着目し、縦断的研究を行った。5つのプロ野球チームの地元住民を対象として調査を行い、2シーズンを通じて3時点（2022年6月、2022年11月、2023年11月）のデータを連結した（ $n = 417$ ）。その結果、人がスポーツ観戦を通じて人間的に開花するためには、（1）チームを支える活動（ファン・エンゲージメント行動）を熱心に行うこと、（2）過度な熱狂や行き過ぎた言動・行動を抑制し、ファンとして善くやっている状態（ファン・ウェルビーイング）を保つことの二つが有効であることが明らかとなった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究はスポーツ観戦と持続性のある深い幸福（人間的開花）の関係性を明らかにするため、プロ野球の2つのシーズンを通じて3時点のデータを連結し、検証を行った。先行研究の多くが横断的データの検証に留まる中、スポーツ観戦と持続的幸福の関係性を縦断的データによって分析し、エンゲージメント行動とスポーツ観戦に特化したファン・ウェルビーイングの重要性を明らかにしたことは、高い学術的価値があるものと考えられる。また、本研究は国際連合の持続可能な開発目標のゴール3（good health and well-being）にスポーツ観戦がどのように貢献できるかを説明するものであり、社会的な意義も大きい。

研究成果の概要（英文）：To understand the relationship between sport spectatorship and eudaimonic well-being, this study focused on human flourishing and conducted a longitudinal investigation. Data were collected from residents who lived in the hometown areas of five professional baseball teams. A total of 417 usable three-wave panel data (June 2022, November 2022, and November 2023) were gathered over two seasons. To enhance human flourishing through sport spectatorship, the results indicate that individuals need to (1) engage in supportive activities that are beneficial for their favorite teams and (2) achieve fan well-being that is functioning well as a sport fan, controlling for their excessive passion and dysfunctional behavior.

研究分野：スポーツマネジメント

キーワード：ウェルビーイング 幸福 エンゲージメント スポーツ観戦 スポーツファン 縦断的検証

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

ウェルビーイング (well-being) は人間が良く (あるいは善く) 生きているかどうかを表す概念である。古代ギリシャの哲学者アリストテレスは善く生きることによって到達できる幸福をユーダイモニア (eudaimonia) と呼んだ (Ryff, 1989)。これは「善い (eu)」と「導きの精神 (daimon)」から成るユーダイモン (eudaimon: 善き導きの精神) が語源である。ユーダイモニアは意義深い人生を送ることで獲得できる持続的な幸福であり、これは苦痛から一時的に解放され、喜びや快楽を追求するヘドニア (喜びの人生) の幸福とは概念的に区別される (Ryan & Deci, 2001)。近年、ユーダイモニアとしての幸福を捉える概念として注目されているのが人間的開花 (Flourishing) であり、心理学、スポーツ心理学、スポーツマネジメントなどの分野で広く検証されている。

2. 研究の目的

これまでスポーツ観戦と人々のウェルビーイングの関係性を検証した研究はいくつか報告されてきた。それらはチーム・アイデンティフィケーションと呼ばれるチームへの愛着や観戦頻度が人生満足度 (Inoue et al., 2017)、主観的幸福 (Sato et al., 2023)、感情的ウェルビーイング (Unanue et al., 2022) などに及ぼす影響を明らかにしており、スポーツ観戦を通じたウェルビーイングの向上について一定の研究成果の蓄積に至っている。しかしながら、これらの研究で検証しているウェルビーイングはどれもヘドニア (喜びの人生) の幸福であり、意義深いユーダイモニアの幸福を扱ったものではない。そこで、本研究はスポーツ観戦とユーダイモニアの幸福の関係性を明らかにするため、人間的開花に着目し、次の二つの研究目的を設定した: (1) スポーツ観戦者の心理 (チーム・アイデンティフィケーション) と行動 (ファン・エンゲージメント行動) が人間的開花に与える影響を明らかにすること (研究 1)。 (2) スポーツ観戦者の心理 (チーム・アイデンティフィケーション) と行動 (ファン・エンゲージメント行動) がスポーツの文脈に特化したファン・ウェルビーイングを介して人間的開花に与える影響を明らかにすること (研究 2)。研究 1 と研究 2 で検証した要因間の関係性は図 1 と図 2 のとおりである。

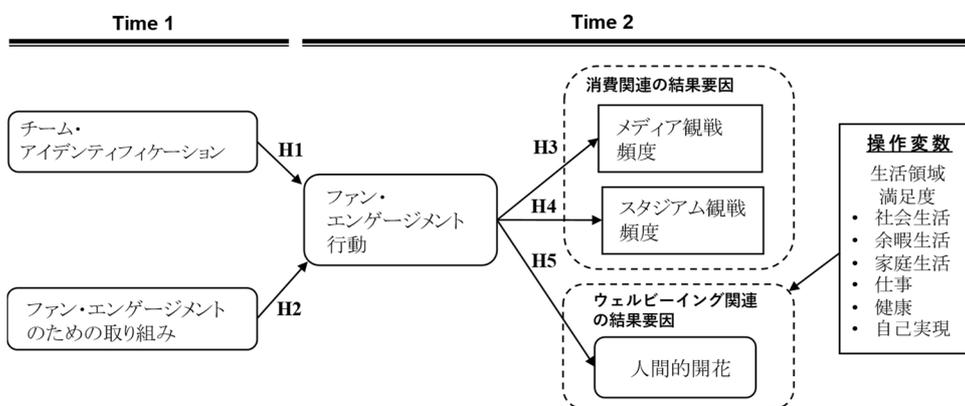


図 1 研究 1 の仮説検証モデル

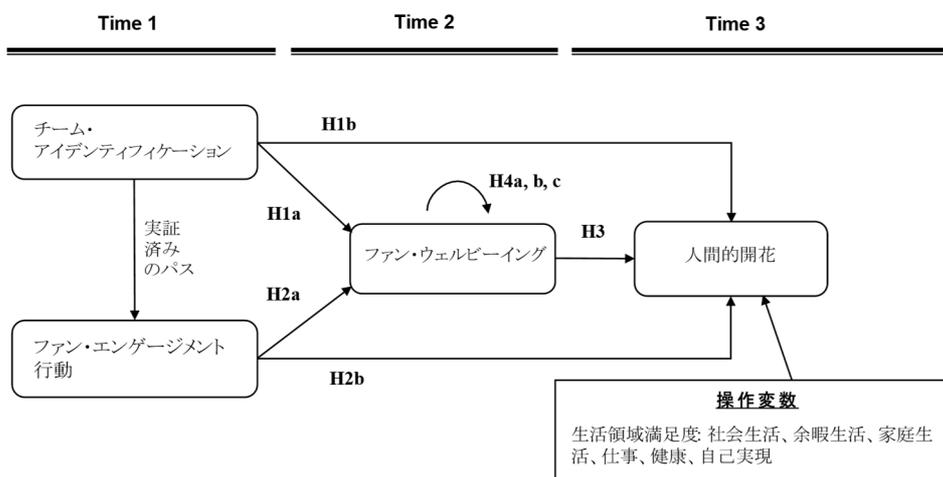


図 2 研究 2 の仮説検証モデル

3. 研究の方法

研究 1 では、5 つのプロ野球チームの地元住民を対象とし、シーズン前半 (6 月) とシーズン終了後 (11 月) の 2 回 (Time 1, Time 2) に渡ってデータを収集した。インターネット調査会社に業務委託し、リサーチパネルから 6 月と 11 月にそれぞれ実施したアンケート調査に回答してもらった。2 度の調査を通じて計 635 人が回答し、空欄の多い無効票を除外した結果、582 票の

有効回答を得た (n = 582)。さらに、研究 2 は研究 1 の翌年の 11 月 (プロ野球のシーズン終了後) に同一サンプルを対象に追跡調査を実施し (Time 3) 417 人からデータを収集した (n = 417)。

調査の質問項目は、人口動態的特性 (年齢、性別など)、社会経済的特性 (収入、職業など)、行動的特性 (応援チーム、スタジアム観戦頻度、テレビ観戦頻度など) に加え、仮説検証に必要な心理的要因を測定するための尺度を用いた。研究 1 はファン・エンゲージメント行動の先行要因 (チーム・アイデンティフィケーション、ファン・エンゲージメントのための取り組み) と結果要因 (人間的開花) の測定に必要な心理的尺度を、先行研究を基に設定するとともに (Diener et al., 2010; Harrigan et al., 2020; Huettermann et al., 2022; Mael & Ashforth, 1992; Yoshida et al., 2014)、操作変数として 6 つの生活領域の満足度 (Sato et al., 2017) を測定した。研究 2 では研究 1 と同様にチーム・アイデンティフィケーション、ファン・エンゲージメント行動、人間的開花、生活領域満足度を測定するとともに、スポーツ観戦の文脈に特化したファン・ウェルビーイング (Butler & Kern 2016; Keyes et al. 2008; Ware et al., 1998) を媒介変数として設定した。

4. 研究成果

(1) 研究 1

先行研究 (Itani et al., 2019; Kumar & Pansari, 2016) に倣い、ファン・エンゲージメント行動は研究 1 において 6 つの一次因子によって推定される高次因子として測定した。因子負荷量 (λ .70, Hair et al., 2006) および平均分散抽出 (AVE .50, Fornell & Larcker, 1981) の統計値が基準値以上であったから、収束的妥当性を確認した (表 1)。次に、各要因の AVE と因子間相関の二乗を比較したところ、1 つのケースを除き、すべての関係性において AVE の方が因子間相関の二乗よりも高かった (表 1)。儀式的なファン行動とファン知識のフィードバックの因子間相関の二乗の値と儀式的なファン行動の AVE の値が同じ (.67) であったため、追加分析として Wald テストを行った。分析ではこれらの要因の因子間相関を 1.00 に強制したモデルと自由な相関関係を許容したモデルに統計的に比較した。その結果、因子間相関を自由に許容したモデルの方が統計的に優れていることが明らかとなった (Wald $\chi^2(1) = 135.75, p < .01$)。以上の結果から、弁別的妥当性を支持された。また、尺度モデルの適合度 ($\chi^2/df = 2.50, CFI = .95, TLI = .94, RMSEA = .051$) については、すべての指標が許容範囲内であったことから、尺度モデルがデータに適合したことが示された。

表 1 心理的要因の記述統計、確認的因子分析、因子間相関 (研究 1: n = 582)

| 要因 | 因子間相関 (ϕ) | | | | | | | | |
|-------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1. チーム・アイデンティフィケーション | .67 | .32 | .20 | .26 | .31 | .12 | .12 | .26 | .07 |
| 2. ファン・エンゲージメントのための取り組み | .57 | .80 | .13 | .11 | .11 | .10 | .11 | .11 | .06 |
| 3. ファン・ラーニング | .45 | .36 | .62 | .59 | .46 | .48 | .50 | .41 | .18 |
| 4. ファン資源の統合 | .51 | .34 | .77 | .75 | .66 | .58 | .67 | .60 | .23 |
| 5. 儀式的なファン行動 | .56 | .33 | .68 | .81 | .67 | .57 | .51 | .67 | .20 |
| 6. フロー経験 | .34 | .31 | .70 | .76 | .75 | .72 | .60 | .33 | .24 |
| 7. 運営協力 | .35 | .33 | .71 | .82 | .72 | .78 | .69 | .39 | .26 |
| 8. ファン知識のフィードバック | .51 | .33 | .64 | .77 | .82 | .58 | .62 | .80 | .17 |
| 9. 人間的開花 | .27 | .24 | .42 | .48 | .44 | .49 | .51 | .42 | .65 |

Notes. 平均分散抽出 (AVE) を対角線に表示した (斜体, 太字)。因子間相関は Mplus version 7.31 を用いて算出した。 ϕ 行列を対角線から左下半分に表示し、因子間相関の二乗を対角線から右上半分に表示した。すべての因子間相関が 1%水準 ($p < .01$) で有意であった。

仮説検証モデル適合度指標を評価したところ (図 3)、仮説モデルがデータに適合する結果となった ($\chi^2/df = 2.49, CFI = .92, TLI = .92, RMSEA = .051$)。ファン・エンゲージメント行動の一次因子として設定したファン・ラーニング (.81)、ファン資源の統合 (.93)、儀式的なファン行動 (.89)、フロー経験 (.83)、運営協力 (.85)、ファン知識のフィードバック (.81) の 6 要因は二次因子のファン・エンゲージメント行動との間で強い関係性を示し、高次因子モデルの妥当性が確認された。次に要因間のパス係数を分析したところ、チーム・アイデンティフィケーション ($\gamma = 47, p < .01$) とファン・エンゲージメントのための取り組み ($\gamma = 12, p < .05$) がファン・エンゲージメント行動に正の影響を及ぼし、ファン・エンゲージメント行動はメディア観戦頻度 ($\beta = 21, p < .01$)、スタジアム観戦頻度 ($\beta = 24, p < .01$)、人間的開花 ($b = 37, p < .01$) に対して正の影響を及ぼした。一方、チーム・アイデンティフィケーションはこれらの要因に対して有意な影響を示さなかった。さらに、操作変数として含めた生活領域満足度の影響を分析したところ、余暇生活満足度 ($\beta = 19, p < .01$)、家庭生活満足度 ($\beta = 21, p < .01$)、自己実現満足度 ($\beta = .24, p < .01$) の影響が有意であった。また、内生変数の決定係数 (R^2) を検証したところ、仮説モデルはファン・エンゲージメント行動、メディア観戦頻度、スタジアム観戦頻度、人間的開花の分散のうち、それぞれ 30%、4%、5%、56% を説明した。以上より、H1、H2、H3、H4、H5 は支持された。

研究 1 の結果より、ユーダイモニアの幸福としての人間的開花はチーム・アイデンティフィケーションよりもファン・エンゲージメント行動の影響を強く受けることが明らかとなった。チーム・アイデンティフィケーションはファンとスポーツチームの心理的結びつきを捉えた心理的

変数あり、スポーツ観戦を通じた一種の社会的欲求の充足である。一方、ファン・エンゲージメント行動は行動的変数であり、ファンがスポーツ観戦で熱心に従事する活動を捉えている。本研究結果は、ファンが人間的に開花するためには、単にスポーツチームと心理的に結びつくだけでは不十分であり、好きなチームの発展や成功に寄与する活動に参加し、ファンとしての意味や意義を見出すことが重要であることを示唆しているものと考えられる。具体的には、ファンとしてスポーツに詳しくなること、知識を活用して観戦を行うこと、好きなチームの応援に参加すること、観戦に集中して没入すること、チームのイベント運営に協力すること、ノウハウをチームにフィードバックすることなどがファンのエンゲージメント行動の代表的な活動である。さらに、ファン・エンゲージメント行動が人間的開花に与える影響が生活領域の満足度の影響を上回った。このことは人々がファンとしての活動に従事（エンゲージ）し、観戦が彼らの生きがいになることで、日常生活において人間的に開花することを意味しているものと考えられる。

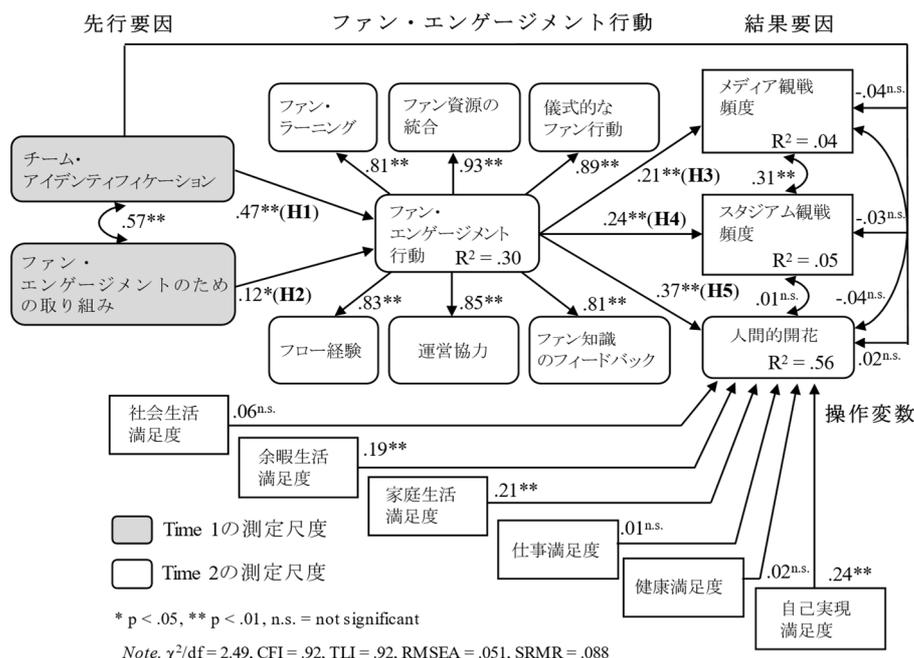


図3 仮説検証の結果（研究1：n = 582）

(2) 研究2

研究2の目的はスポーツ観戦者の心理（チーム・アイデンティフィケーション）と行動（ファン・エンゲージメント行動）がスポーツの文脈に特化したファン・ウェルビーイングを介して人生全般の持続的的幸福（人間的開花）に与える影響を明らかにすることであった。この目的を達成するため、(a) 先行要因、(b) 媒介変数、(c) 結果要因をそれぞれ別々の時期のオンライン調査で測定し、3時点（2022年6月、2022年11月、2023年11月）のデータを連結した縦断的研究を実施した。

表2 心理的要因の記述統計、確認的因子分析、因子間相関（研究2：n = 417）

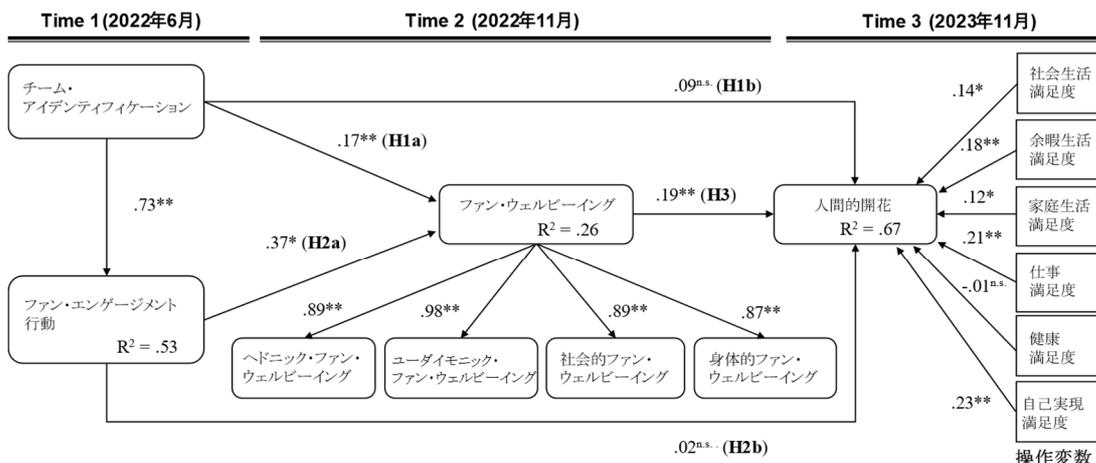
| 要因 | 因子間相関(φ) | | | | | | |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. チーム・アイデンティフィケーション | .69 | .53 | .08 | .20 | .24 | .11 | .11 |
| 2. ファン・エンゲージメント行動 | .73 | .73 | .15 | .24 | .21 | .19 | .11 |
| 3. ヘドニック・ファン・ウェルビーイング | .29 | .39 | .85 | .78 | .55 | .63 | .19 |
| 4. ユーダイモニック・ファン・ウェルビーイング | .45 | .49 | .88 | .83 | .76 | .70 | .23 |
| 5. 社会的ファン・ウェルビーイング | .49 | .46 | .74 | .87 | .86 | .67 | .24 |
| 6. 身体的ファン・ウェルビーイング | .34 | .44 | .80 | .84 | .82 | .80 | .23 |
| 7. 人間的開花 | .33 | .33 | .44 | .48 | .49 | .48 | .71 |

Notes. 平均分散抽出 (AVE) を対角線に表示した (斜体, 太字). 因子間相関は Mplus version 7.31 を用いて算出した。φ 行列を対角線から左下半分に表示し、因子間相関の二乗を対角線から右上半分に表示した。すべての因子間相関が 1%水準 (p < .01) で有意であった。

表2は研究2年目の心理的要因の記述統計、確認的因子分析、因子間相関の結果である。因子負荷量 (λ .70, Hair et al., 2006) と平均分散抽出 (AVE .50, Fornell & Larcker, 1981) の統計値が基準値を上回ったことから、収束的妥当性が示された。次に、各要因の AVE と因子間相関の二乗を比較したところ (表2), すべての要因において AVE の方が因子間相関の二乗よりも高かった。このことから、弁別的妥当性を確認した。また、尺度モデルの適合度 (χ²/df = 2.13, CFI = .96,

TLI = .96, RMSEA = .052) については, カイ二乗を自由度で除した値を除き, すべての指標が許容範囲内であった. 以上の結果から, 尺度モデルはデータに適合したと判断した.

次に, 構造方程式モデリングを用いて仮説検証を行った(図4). ファン・ウェルビーイングは高次因子であることから, その一次因子との間のパスを推定したところ, ヘドニック・ファン・ウェルビーイング(.89), ユーダイモニック・ファン・ウェルビーイング(.98), 社会的ファン・ウェルビーイング(.89), 身体的ファン・ウェルビーイング(.87)のすべてが二次因子のファン・ウェルビーイングと強く関係しており, 高次因子モデルが妥当であることが示された.



Notes. χ^2 (df) = 1778.99 (835), χ^2 /df = 2.13, CFI = .95, TLI = .94, RMSEA = .053, * p < .05, ** p < .01n.s. = not significant.

図4 仮説検証の結果(研究2: n = 417)

要因間の関係性を検証したところ, Time 1 のチーム・アイデンティフィケーションは Time 1 のファン・エンゲージメント行動 ($\gamma = 73, p < .01$) と Time 2 のファン・ウェルビーイングに正の影響を及ぼし ($\gamma = 17, p < .01$), Time 1 のファン・エンゲージメント行動が Time 2 のファン・ウェルビーイングに及ぼす影響も統計的に有意であった ($\gamma = 37, p < .01$). しかしながら, Time 1 の要因(チーム・アイデンティフィケーションおよびファン・エンゲージメント行動)が Time 3 の人間的開花に与える影響は有意水準に達しなかった. 一方, Time 2 のファン・ウェルビーイングは Time 3 の人間的開花に正の影響を示した ($\beta = 19, p < .01$). 操作変数として設定した生活領域満足度は, 社会生活 ($\beta = 14, p < .05$), 余暇生活 ($\beta = 18, p < .05$), 家庭生活 ($\beta = 12, p < .05$), 仕事 ($\beta = 21, p < .01$), 自己実現 ($\beta = 23, p < .01$) に関する満足度が人間的開花に与える影響が有意であった. さらに, 決定係数 (R^2) を検証したところ, 仮説モデルはファン・エンゲージメント行動, ファン・ウェルビーイング, 人間的開花の分散のうち, それぞれ 53%, 26%, 67% を説明した. 以上の結果から, H1a, H2a, H3 は支持され, H1b と H2b については棄却された.

仮説モデルにおいて, ファン・ウェルビーイングは Time 1 の先行要因と Time 3 の結果要因を仲介する役割を担っていることから, その間接効果をブートストラップ法によって推定した. その結果, チーム・アイデンティフィケーション(間接効果 = 0.03, $p < .01$) とファン・エンゲージメント行動(間接効果 = 0.07, $p < .01$) がファン・ウェルビーイングを介して人間的開花に与える間接効果はどちらも有意な正の影響であった. さらに, チーム・アイデンティフィケーションがファン・エンゲージメント行動とファン・ウェルビーイングを介して人間的開花に与える間接効果も有意であった(間接効果 = 0.05, $p < .01$). 以上の結果から, H4a, H4b, H4c は支持された.

研究2はファン・ウェルビーイングが仕事, 余暇, 自己実現などの生活領域の満足度と並んで人間的開花を規定する重要な要因であることを明らかにした. この結果は, 人々がスポーツ観戦を通じて人間的に充実した生活を送り, 幸福になる上で, 好きなチームに愛着を形成したり, スポーツ観戦に熱心に関わったりするだけでは不十分であり, スポーツファンとして良好で望ましい状態に至る必要があることを意味する. スポーツ観戦と人間的開花の間には溝があり, この隙間を埋める役割を担うのがスポーツファンの望ましい状態を捉えたファン・ウェルビーイングである. 研究2はこの理論的説明に対して科学的証左を示した.

< 主な引用参考文献 >

Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research, 97*, 143-156.

Inoue, Y., Sato, M., Filo, K., Du, J., & Funk, D.C. (2017). Sport spectatorship and life satisfaction: A multicountry investigation. *Journal of Sport Management, 31*, 419-432.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology, 52*, 141-166.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 0件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 0件）

| | |
|--|-----------------------|
| 1. 著者名 吉田政幸 | 4. 巻 72(4) |
| 2. 論文標題 スポーツ観戦と持続的ウェルビーイング | 5. 発行年 2022年 |
| 3. 雑誌名 体育の科学 | 6. 最初と最後の頁 247-253 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし | 査読の有無 無 |
| オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難 | 国際共著 - |

| | |
|---|-------------------------|
| 1. 著者名 Yoshida Masayuki, Biscaia Rui, Uhrich Sebastian, Gordon Brian S., Huettermann Marcel, Nakazawa Makoto | 4. 巻 38 |
| 2. 論文標題 Fan Engagement Behavior: Validation of a Theory-Based Scale | 5. 発行年 2024年 |
| 3. 雑誌名 Journal of Sport Management | 6. 最初と最後の頁 133 ~ 150 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1123/jsm.2023-0075 | 査読の有無 無 |
| オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難 | 国際共著 - |

〔学会発表〕 計0件

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

| 氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号) | 所属研究機関・部局・職 (機関番号) | 備考 |
|---------------------------|-----------------------|----|
|---------------------------|-----------------------|----|

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

| 共同研究相手国 | 相手方研究機関 | | | |
|---------|--|--|--|--|
| 英国 | University of Bath | | | |
| ドイツ | German Sport University Cologne | | | |
| 米国 | University of Kansas | | | |
| スイス | Zurich University of Applied Sciences | | | |