

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 8 日現在

機関番号：32689

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24500762

研究課題名(和文) 見るスポーツの社会的価値の測定

研究課題名(英文) Assessing the social value of spectator sports

研究代表者

松岡 宏高 (Matsuoka, Hiroataka)

早稲田大学・スポーツ科学大学院・教授

研究者番号：10367914

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究プロジェクトでは、見るスポーツの社会的価値を明らかにするために、(1)スポーツ観戦の価値に対する認識を観戦者と非観戦者と比較すること、(2)スポーツ観戦から獲得されるベネフィットを確認すること、(3)プロスポーツ組織が地元住民に与える影響を確認することに取り組んだ。質問紙調査の結果、観戦者と非観戦者との間におけるスポーツ観戦価値の認識の違いが明らかになった。また、スポーツ観戦者の観戦前に期待するベネフィットと観戦後に認識された獲得ベネフィットの違いも確認された。さらにインターネット調査を実施した結果、新規参入のプロサッカークラブの地元住民に対するポジティブな影響が明らかになった。

研究成果の概要(英文)：To investigate social value of spectator sports, the present research project attempted (1) to compare the perceived value of sports spectating between spectators and non-spectators, (2) to identify the benefits of sport spectating, and (3) examine the effects of professional sport organizations on people in the hometowns. As the results of questionnaire surveys, it was revealed that the differences on perceived values of sport spectating between spectators and non-spectators. The differences between expected benefits before games and perceived benefits after games among spectators were also found. The findings from the internet surveys indicated that the significant value of newly established professional soccer clubs had positive and significant impacts on people in their hometowns.

研究分野：スポーツマネジメント

キーワード：見るスポーツ 地域社会 プロスポーツ スポーツ観戦 ベネフィット ソーシャル・キャピタル

1. 研究開始当初の背景

(1) 「見るスポーツ」の社会への影響

スポーツを見ることは、卓越した能力や技術を見たり、予測不能な展開を味わったりするという、エンタテインメントの一つとして人々に楽しまれているだけではなく、人々に「元気」や「勇気」を与えるというように考えられている。2011年3月11日の東日本大震災の後、特にこのことが顕著に表れた。「スポーツの力」というキーワードが、多くのアスリートや競技団体から発信され、メディアを通して伝えられた。

「見るスポーツ」が社会に与える影響は、このように特に強調して取り扱われる以前から、各スポーツ組織が取り組もうとしてきたことである。例えばJリーグは、その中核的な取り組みの「百年構想」の内容において「スポーツの持つ力をまちづくりに活かす」と公示している。プロバスケットボールのbjリーグも、その理念の中で「バスケットボールを通じた一つのコミュニティ社会の創造」を掲げている。リーグのみならず、各クラブや球団も「スポーツコミュニケーションによる新しい都市文化の創造を図る(ガンバ大阪)」や「スポーツと生活が近くにある社会の実現(北海道日本ハムファイターズ)」などを経営方針や企業理念としている。

(2) 「見るスポーツ」の価値測定の必要性

この「見るスポーツ」の持つ価値が地域社会に何らかの好影響を与えるというような記述はスポーツマネジメント関連の文献において比較的多く見かける(例:長積, 2006; 原田, 2011)。しかしながら、その影響を「するスポーツ」の効果のように正確に測ることは困難である。つまり、「見るスポーツ」のもたらす効果として考えられる「人々が元気になる」や「まちづくり」は、記録の向上や体重の減少のように正確に数値を用いて示されていない。それは暗黙知の域を脱していないことを示しており、そのために必要な「見るスポーツの価値」を測定し、形式知として明確にした研究は不十分である。

ところが、「見るスポーツ」をプロダクトとして提供するスポーツ組織(リーグ、球団、イベントなど)にとっては、この社会的価値を形式知として明確に提示することが不可欠である。これができないために、公的組織および民間企業からの支援を得ることに苦戦し、経営困難に直面している組織は少なくない。比較的小規模のプロスポーツチーム(bjリーグ、野球の独立リーグ、Jリーグ参入を目指すサッカークラブなど)が地域の行政、住民、企業との理解が得られず、支援を得るのが困難であるのも、「見るスポーツ」の社会的価値を明示できないのが原因の一つである。

(3) 先行研究のレビュー

スポーツの社会的価値について、「するス

ポーツ」を対象とした研究に目を向けると、スポーツイベントの開催や地域スポーツクラブの設立および活動が、ソーシャル・キャピタル(社会関係資本)および住民の地域への帰属意識の向上に影響を与えることを明らかにした研究が行われている(Lee, Cornwell, & Babiak 2013; Nicholson & Hoyer, 2008; 長積ほか, 2009; Okayasu et al., 2010)。「見るスポーツ」においては、プロスポーツの地域価値: Community Value (Zhang et al., 1996) 新設プロスポーツチームの経済的および社会心理的影響 (James et al., 2002; Lock et al., 2009; Nigel et al., 2011, Matsuoka et al., 2011) を明らかにした研究が見られる。

一方、「見るスポーツ」が個人のさまざまな欲求を満たすということも、その社会的価値として重要な機能であると考えられる。この点については、スポーツ観戦の動機についての研究が参考になり(例: Trail & James, 2001; Wann et al., 2008; James et al., 2009) 特に観戦動機をマズローの欲求階層と関連付けて分析した Milne & McDonald (1999) の研究は、「見るスポーツ」が人々の基本的な欲求を満たす可能性について検討する手掛かりとなる。

2. 研究の目的

「見るスポーツ」が地域社会に与える影響としては、図1に示したような要素が考えられる。本研究においては、これらの中ですでに多くの試みが行われている経済効果の推計を除き、その他に示されている3つの要素の測定に焦点を当てた。つまり、見るスポーツの受け手(消費者)である観戦者、およびその地域の住民の心理的側面(信念や態度)の変化を継続的に測定することにより、「見るスポーツ」の社会的価値を明らかにすることを目的とした。

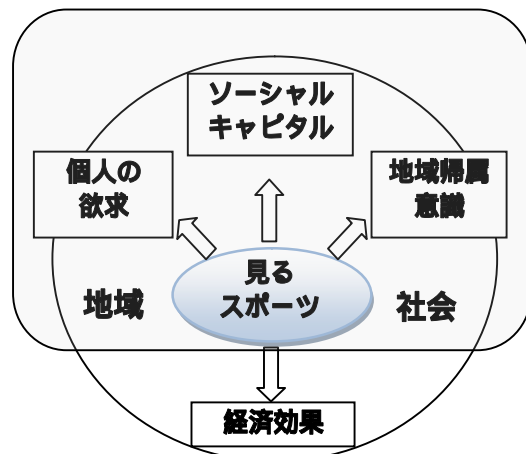


図1. 本研究で取り扱う社会的価値

具体的には、以下の3つの調査研究に取り組み、研究の目的の達成に取り組んだ。

調査研究 : プロスポーツ観戦者およびそ

の地元住民を対象に質問紙調査を実施し、スポーツ観戦に対する欲求・ベネフィット、および地元チームに対する評価を比較すること。

調査研究：プロスポーツ観戦者を対象にした質問紙調査を実施し、観戦前の期待と観戦後の評価の比較分析から、スポーツ観戦によって得られるベネフィットの価値を確認すること。

調査研究：新しくプロスポーツ組織が誕生した地域の住民を対象としたインターネット調査を実施し、新しくプロスポーツ組織が誕生したことによる価値を時系列的に測定し、分析すること。

3. 研究の方法

(1) 調査研究の方法

本調査研究では、A市をホームタウンとするプロバスケットボールチームを対象にし、そのホームゲーム観戦者および地元住民の両者からのデータ収集を試みた。まず、観戦者については、試合開催日の試合開始前に会場内で質問紙調査を実施し、618部を回収した。一方、地元住民については、A市主要駅前の改札口より商店街へと続くアーケード内にて、質問紙を用いた街頭調査を実施した。地元チームのホームゲーム開催当日に、試合開始1時間前から試合終了時刻までの3時間に亘り、13名の調査員が便宜的抽出法を用いて181部を回収した。

質問紙には、地元チームの認知および観戦経験に関する項目、見るスポーツのベネフィットの認識および今後の観戦意図に関する項目、チームの地域貢献についての評価および地域に対する愛着に関する項目、そして個人的属性に関する項目が含まれた。

見るスポーツのベネフィットの認識に関する項目は、Trail et al. (2001)やFunk et al. (2009)らの既存の観戦動機尺度を基にして作成し、尺度の妥当性と信頼性の検証により確定した14項目を分析に採用した。これらは、「社交(Social)：他者と交流すること」、「達成感(Achievement)：自分のことのように成功や喜びを感じる事」、「日常からの逃避(Escape)：日常や日常の悩みから離れること」、「ドラマ性(Drama)：試合がもつドラマ性に影響を受け、緊張感や驚きなどを得ること」、そして「パフォーマンス(Performance)：スポーツがもつ優美さや卓越性に影響を受け、楽しみを得ること」の5因子で構成された。

(2) 調査研究の方法

本調査研究では、プロスポーツの試合観戦前後という2つの時点でのデータ収集が必要であるため、試合会場での質問紙調査(調査研究でのデータ収集)に加えて、観戦後のデータ収集として郵送法による調査を実施した。試合会場での試合前に記入する質問紙を回収する際に、観戦後記入用質問紙と返

信用封筒を調査員が手渡し、記入と返信を依頼した。

その結果、235部(38.1%)が返信され、そのうちすべての項目に回答している195部を試合観戦前後の比較分析の対象とした。無回答者によるバイアスを確認するために、観戦後の質問紙の回答者と無回答者で性別および観戦経験を比較したところ有意差は確認できなかった。よって、比較分析に適切なデータであることが認められた。

(3) 調査研究の方法

見るスポーツを提供するプロスポーツ組織の地域における価値を測定するために、新しくプロスポーツ組織が誕生した地域の住民を対象としたインターネット調査の実施に取り組んだ。具体的には、2014年3月に開幕するJリーグの2014年シーズンより新規参入するJ2(ディヴィジョン2)の1クラブ、およびJ3(ディヴィジョン3)の5クラブを対象にそれぞれのホームタウン都市の住民が調査対象となった。新しくプロスポーツ組織が誕生したことによる価値を時系列的に測定し、分析するため、「その変化が想定される事前の調査」をシーズン開幕前の2014年2月に、そして「その変化が想定される事後の調査」を2014年12月に実施した。

事前調査では1,878名より回答が得られ、まずは「スポーツの社会的影響」を測定する尺度(Lee et al., 2013)の信頼性を検討した。1,878名のうち、事後調査でも回答が得られたのは1,208名であり、これらが「変化が想定される前後」での比較分析の対象者となった。

4. 研究成果

(1) 調査研究の成果

地元プロバスケットボールチームの試合を観戦したことがない者(非観戦者)が見るスポーツおよびそれを提供するプロスポーツチームに対してどのような意識を持っているのかを明らかにし、実際に観戦した者(観戦者)と比較した結果、まず、観戦から得られる4つのベネフィットにおいて、両者間に有意差が見られた。

表1に示したように、「達成感」、「ドラマ性」、「パフォーマンス」は観戦者のほうが、そして「社交」は非観戦者のほうがそれぞれの値が統計的に有意に高いことが確認された。この結果から、スポーツのパフォーマンスに直接関わる観戦特有のベネフィットについては、非観戦者のほうが観戦者より低い値を示し、「社交」や「日常からの逃避」といった他のレジャー活動からも獲得可能なベネフィットについては、両者に差がない、あるいは非観戦者のほうが高いことが明らかになった。ただし、観戦者に比べて低かった観戦特有の「達成感」および「パフォーマンス」についても、平均値がそれぞれ5.61、5.46と決して低くはなく、非観戦者も観戦ベ

ネフィットをある程度は理解していることが推察された。

また、表1には各対象者のプロスポーツチームの地域貢献についての評価、および地域に対する愛着を測定して比較した結果も示している。その結果、地域貢献の評価については、観戦者のほうが有意に高く評価していることが確認されたが、地域愛着の程度には統計的有意差はなかった。

表 1. 見るスポーツから得られるベネフィットの非観戦者・観戦者間の比較

	非観戦者 (n=128)	観戦者 (n=326)	t 値
社交	4.83	4.49	2.37*
達成感	5.61	5.97	2.84**
日常からの逃避	4.56	4.65	0.52
ドラマ性	4.50	4.90	2.68**
パフォーマンス	5.46	5.99	4.37**
地域貢献評価	5.52	6.00	4.24**
地域愛着	5.79	6.05	1.87

*p<.05 **p<.01

(2) 調査研究 の成果

地元プロバスケットボールチームの試合を実際に観戦した者(観戦者)を対象にしたデータを用いて、観戦前に期待されるベネフィット(観戦動機要因)と観戦後に獲得したと認識したベネフィットをそれぞれ確認し、それらの関係を検討した。まず、観戦前、観戦後のそれぞれのベネフィットの測定尺度について、確認的因子分析を用いて、測定モデルが適切であることを確認した。各ベネフィット要因の AVE は、すべてが .50 以上であり(.53~.76)、信頼性係数は .69~.88 であった。

観戦前後の比較分析の結果、「達成感」を除く4要因(社交、日常からの逃避、ドラマ性、パフォーマンス)において、観戦前に期待されるベネフィットに比べて観戦後に獲得したと認識されたベネフィットに高い値が確認された。つまり、期待していた以上にスポーツ観戦から獲得された価値が高かったと考えられる。ただし、観戦対象であるスポーツの試合そのものにかかわる「ドラマ性」と「パフォーマンス」については、統計的有意差が見られたものの実際の平均値にそれほど大きな差はなかった。「達成感」を含めたこれらのベネフィットは、観戦前から獲得できることが予想され、それなりに期待が高いと考えられる。そのため、獲得されたという認識も高いのだが、その差は大きくないという結果となった。

一方で、「社交」および「日常からの逃避」というスポーツの試合に直接関与しないベネフィット、つまり一般的な余暇活動からも獲得が可能であるベネフィットについては、

観戦前に観戦者の期待がそれほど高くなかったと見ることができる。その事前の期待に対して、獲得されたという認識は比較的高かったと考えられる。

表 2. 見るスポーツに期待されるベネフィットと獲得されたベネフィット(n=195)

	期待される ベネフィット	獲得された ベネフィット	t 値
社交	4.52	5.02	7.03**
達成感	6.27	6.30	.81
日常からの逃避	4.93	5.45	6.78**
ドラマ性	6.12	6.28	4.11**
パフォーマンス	6.09	6.31	3.09**

*p<.05 **p<.01

なお、試合の総合的な価値を従属変数とした重回帰分析の結果、獲得された価値としての「達成感」が最も高い説明力を持つ要因であることが明らかになった。

(3) 調査研究 の成果

まず、プロスポーツ組織の社会的影響を測定する尺度の検討を行った。Lee et al. (2012) を参考にした尺度には、ソーシャル・キャピタル(social capital)、地域社会所属意識(collective identity)、幸福(well-being)、そしてヒューマン・キャピタル(human capital)の4要因(それぞれ3項目で測定)計12項目が含まれた。4要因の信頼性係数は .85 から .89 を示し、内部一貫性が確認できたため、比較分析にも用いることとなった。

事前、事後での比較分析(対応のあるサンプルによる t 検定)の結果、上記の4要因のうち、3要因において新規プロスポーツの活動の前後の測定値において、統計的な有意差が確認され、いずれも活動後の値のほうが高いことが確認された(表3)。その3要因は、ソーシャル・キャピタル(前:4.16、後:4.22)、幸福(前:3.95、後:4.02)、そしてヒューマン・キャピタル(前:3.89、後:3.98)であった。

表 3. プロスポーツ組織の誕生による社会的影響の測定(n=1,208)

	チーム 誕生前	チーム 誕生後	t 値
ソーシャル・キャピタル	4.16	4.22	1.98*
地域社会所属意識	4.23	4.26	.88
幸福	3.95	4.02	2.62**
ヒューマン・キャピタル	3.89	3.98	3.55**

*p<.05 **p<.01

この結果から、新たに誕生したプロスポー

ツが地域住民の意識に影響を与える可能性が示唆された。

5 . 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 0 件)

〔学会発表〕(計 3 件)

松岡宏高、灰田さち、本間崇教、見るスポーツに対する非観戦者の意識に関する研究：プロスポーツチームの地元住民を対象にして、日本体育スポーツ経営学会、2013年3月20～22日、京都教育大学（京都市）

Matsuoka ,H., Honma, T., Kokubun, A., Assessing perceived benefit and value of a sporting event. The 21th Conference of the European Association for Sport Management. 2013.9.11-15, Istanbul, Turkey.

Matsuoka ,H., Yada, Y., Inoue, T., Assessing the social impacts of professional sports. The Inaugural World Association for Sport Management. 2014.10.1-3, Madrid, Spain.

〔図書〕(計 1 件)

松岡宏高、スポーツファンに観戦能力は必要か？、(早稲田大学スポーツナレッジ研究会編、創文企画、スポーツリテラシー) 2015、第9章、pp.138-152

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

取得状況(計 0 件)

〔その他〕

なし

6 . 研究組織

(1)研究代表者

松岡 宏高 (MATSUOKA, Hirotaka)

早稲田大学・スポーツ科学学術院・教授

研究者番号：10367914