

アマチュア・スポーツにおける観戦動機 に関する研究

- 日本の高校野球および大学野球を対象とした実証分析 -

2015049
越後玲央

平成 30 年度提出

内容

| | |
|---|----|
| 第1章 序論 | 2 |
| 第1節 はじめに..... | 2 |
| 第2節 研究の目的..... | 2 |
| 第2章 先行研究 | 3 |
| 第1節 スポーツの観戦動機..... | 3 |
| 第2節 スポーツの観戦動機研究..... | 3 |
| 第1項 観戦動機測定尺度の開発とこれまでの発展..... | 3 |
| 第2項 競技特有の観戦動機に関する研究..... | 5 |
| 第3節 先行研究のまとめ..... | 5 |
| 第4節 リサーチ・クエスチョンの設定..... | 6 |
| 第3章 研究方法 研究1：高校野球、大学野球の観戦動機測定尺度の開発 | 7 |
| 第1節 仮説の設定..... | 7 |
| 第2節 本研究のフレームワーク..... | 7 |
| 第3節 アンケート調査..... | 8 |
| 第4節 探索的因子分析による因子抽出..... | 8 |
| 第5節 抽出因子の命名..... | 9 |
| 第6節 測定尺度の妥当性および信頼性の検証..... | 10 |
| 第1項 尺度の項目分析..... | 10 |
| 第2項 尺度の収束的妥当性および弁別的妥当性の検証..... | 11 |
| 第3項 Cronbach`s α 係数による信頼性の分析..... | 13 |
| 第7節 結果..... | 13 |
| 第4章 研究2：観戦動機測定尺度を用いた観戦回数に影響を与える観戦動機の検証 | 14 |
| 第1節 高校野球観戦回数に影響を与える要因についての検証..... | 14 |
| 第2節 大学野球観戦回数に影響を与える要因についての検証..... | 15 |
| 第3節 結果..... | 16 |
| 第5章 結論 | 17 |
| 第1節 結果のまとめ..... | 17 |
| 第2節 提言..... | 17 |
| 第3節 研究の課題と今後の発展..... | 18 |
| 参考文献 | 19 |

第1章 序論

第1節 はじめに

現在、日本において多くのスポーツが行われている中、低下傾向が叫ばれつつありながらも依然として国内ではほかのスポーツに比して大きな人気を誇っているのが野球である。日本の野球界においてはプロ野球をはじめ、社会人野球、大学野球、高校野球などのアマチュア野球も各地で盛んに行われている。そのアマチュア野球のなかで最も大きな注目を集めているのは高校野球である。

夏の甲子園大会は第100回大会を迎えるなど長い歴史のなかで、多くのドラマやスター選手を生み出し日本人の文化として根付き、大きな人気を誇っている。第100回大会では開催17日間で観客動員数1,015,000人、1日の最大観客数は80,000人という数字は世界でもまれに見る高校野球人気を誇っていることを表している。それに対して大学野球の観客動員数は高校野球に比べると、主催者発表では大学野球選手権決勝の観客は7,000人ほどと、観客動員数において高校野球よりもはるかに劣っていることは明らかである。しかし、アマチュアというカテゴリーにおいては社会人野球から高校野球に向かって、全体のレベルは下がっていく。そうであるにもかかわらず、なぜ高校野球と大学野球でこれほどの観客数に差が生まれているのかを明らかにすることで、大学野球の人気また日本全体の野球人気の向上につながる施策を考えたい。

このような問題意識に対応するため、スポーツ・マーケティング論における観戦スポーツの観戦動機に関する理論を必要とする。先行研究においては、野球のカテゴリーの違いによる観戦動機の相違の研究は行われているが、アマチュアという同一カテゴリー内における競技レベルの違いによる観戦動機の相違に関する研究は少ない。このような点から日本のアマチュア野球における競技レベルの違いによる観戦動機の相違に関する研究を行う必要があると考える。本研究においてはアマチュア野球の中でも学生野球であるにもかかわらず、集客力に関して大きな違いが見られる高校野球と大学野球を対象とする。

第2節 研究の目的

本研究では高校野球および大学野球の試合観戦者を対象とした調査、分析を通して

- ① 高校野球及び大学野球の観戦動機の違いを明らかにすること
- ② 観戦回数に影響を与える要因の考察

を行うことを目的とする。

上記2点の検証手段として、高校野球および大学野球それぞれの観戦動機測定尺度の開発を行い、尺度の妥当性および信頼性の検証を行う。

本研究の理論的目的は、上記2点の検証を行うことにより同一カテゴリー内における競技レベルによる観戦動機の相違を明らかにし、スポーツ・マーケティング論における観戦動機研究の精緻化を進めることである。また実務的貢献として、高校野球に比べ集客に悩む大学野球への実務的貢献を目指す。

第2章 先行研究

第1節 スポーツの観戦動機

青木ら（2012）によると、消費者行動研究において、動機づけ（motivation）とは、人を行動に駆り立て、どの行動を方向付け、維持する心理的なメカニズムやプロセスであり、そのようなメカニズムの中において「動機」（motive）とは特定の行動を駆動し、方向付け、維持する内的な要因や状態を指す概念とされている。

仲澤ら（2017）によるとスポーツ・マーケティング研究においては、観戦者の動機は「消費者の望むもの」として、数多くの研究が報告されており、観戦者やファンの望むものを明らかにすることは、マーケターや研究者にとって、マーケティングを行う上での前提となる情報かつ最も基本的な情報とされている。また吉田（2010）によると消費者動機関連の研究においても観戦動機に関しては、概念の定義、尺度開発、多次元性の検討が十分に行われていることから、観戦動機に関する研究は成熟期に達しているが、研究としては未だに不十分な点があり、動機要因の充足により顧客ロイヤリティが向上しやすい環境や対象を絞り込むという点において研究の余地があると指摘している。

現在、日本ではテレビをはじめとした多くのコンテンツで野球中継が行われており、スタジアム観戦のほかにも試合観戦の方法は多岐にわたっている。本研究においては前章にて指摘した高校野球と大学野球の観客動員の違いに着目していることから、「観戦」はスタジアム観戦と定義した。また「観戦動機」に関しては青木ら（2012）を参考にし「スタジアム観戦を駆動し、方向付ける内的な要因」と定義した。

第2節 スポーツの観戦動機研究

第1項 観戦動機測定尺度の開発とこれまでの発展

松岡（2002）は、これまでいくつかの研究において、観戦動機のカテゴリライズを行い、その構造の確認が試みられてきた、と分析している。

Wann（1995）により、8つのカテゴリーからなる測定尺度が開発され、これと同様にMilne&McDonald（1999）により、12のカテゴリーの提案、尺度の訂正を検討が行われ、Trail&James（2001）は9つのカテゴリーからなるフレームワークの提案し、スポーツ観戦動機測定尺度（Motivation Scale for Sport Consumption: MSSC）の開発を行った（松岡ら、2002）。

その後も数々の研究によって訂正、改良が進められた。松岡ら（2002）は、MSSCの改良を行い、10因子32項目から構成されるスポーツ観戦動機測定尺度（Sports Spectator Motivation Scale: SSMS）を開発した。本研究ではSSMSを調査の基本モデルとし、高校野球および大学野球の観戦動機測定尺度への改良を加えることで、調査を行うこととする。松岡ら（2002）によるSSMSの構成因子とその定義および項目を表1に示す。

表1: スポーツ観戦動機測定尺度 (Sports Spectator Motivation Scale: SSMS) の構成因子と、その定義および項目

| 構成要素 | 定義 | 項目 |
|-----------|---------------------------------------|--|
| 達成 | チームの勝利や成功と自分と結び付けて、達成感を得る | 1. チームが勝った時に達成感を得られるから |
| | | 2. チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから |
| | | 3. チームがよいゲームをしたときにそのことを誇りに思えるから |
| 美的 | 競技のプレーが持つ美しさ、華麗さ、すばらしさを見る | 1. 競技が本来持っている美しさ(素晴らしさ)を鑑賞するため |
| | | 2. 競技が持っている素晴らしさを楽しむため |
| | | 3. 競技の優美さを楽しむため |
| ドラマ | 予測できないドラマチックな試合展開を見ることによって、興奮や緊張感を楽しむ | 1. ゲーム中に起こるドラマチックな変化を楽しむため |
| | | 2. ゲームは最後までもつれる興奮させるものだから |
| | | 3. シーズーゲームのハラハラする状態が好きだから |
| | | 4. 最後まで勝敗が分からないという興奮が好きだから |
| | | 5. ゲーム結果が最後まで分からないというスリルがあるため |
| 逃避 | 日常生活から逃避し、様々なことを一時的に忘れる | 1. ゲームを観戦すると日々の活動から逃避できる |
| | | 2. 観戦に来ることで同じことを繰り返す普段の生活に刺激を与えることができる |
| | | 3. ゲームに来ると日常生活におけるすべての問題を忘れることができる |
| 知識 | 競技の技術を学んだり、知識を深めたりする | 1. 観戦に来ると、競技に関する知識が増える |
| | | 2. ゲームを観戦することによって競技の戦略に関する理解が深まる |
| | | 3. 観戦することによって競技の技術を学ぶことができる |
| 技術レベル | 選手の技術レベルの高いプレーを見て楽しむ | 1. レベルの高い競技を見ることができる |
| | | 2. 選手の質の高い技術を見ることができるため |
| | | 3. 日本の一流選手を見ることに価値を感じている |
| 交流 | スポーツ観戦を通して、友人・知人や恋人と楽しく過ごすことができる | 1. 友人と一緒にいる機会が与えられる |
| | | 2. 友人と共に時間を過ごしたいから |
| | | 3. 友人と会う機会を持つことができるから |
| 所属 | 自分がチームの一員であるかのように感じる | 1. 自分がチームの一員であるように感じたい |
| | | 2. チームとの結びつきを感じることは私にとって重要である |
| | | 3. 観戦に来ると自分がチームの一員であるかのように感じられる |
| 家族 | スポーツ観戦を通して、家族で楽しく過ごすことができる | 1. 家族と一緒に観戦できるから |
| | | 2. 家族と共に時間を過ごす機会が得られるから |
| | | 3. 観戦は家族で楽しめる娯楽である |
| エンタテインメント | | 1. 競技は楽しい娯楽である |
| | | 2. 競技を見ることが楽しいから |

| | |
|--------------------------------------|-------------------------|
| <p>スポーツ観戦をエンタテインメント(娯楽)として単純に楽しむ</p> | <p>3. 自分の時間を楽しく過ごせる</p> |
|--------------------------------------|-------------------------|

松岡ら(2002)より抜粋

第2項 競技特有の観戦動機に関する研究

スポーツ・マーケティング論において、スポーツの観戦動機について多くの研究が蓄積されている。観戦動機の違いに関して松岡(2008)によると

- ① 競技による差異
- ② 競技レベルによる差異
- ③ 地域や国などの文化的背景の違いによる差異

の3つの視点により観戦動機が異なる可能性が指摘されている。

競技による差異に注目する研究が蓄積されている中でも、特に多くの研究がなされているのが野球に関する研究である。また野球に関する研究としてはメジャーリーグとマイナーリーグ、プロ野球とアマチュア野球など同一競技内のカテゴリー差異に注目する研究も行われている。

Bernthal & Graham(2003)はマイナーリーグと大学野球のカテゴリーの違いによる観戦動機の差異に注目した研究を行った。その中でマイナーリーグの観客はエンタテインメント要素(プロモーション、贈呈品、マスコット、音響など)に動機づけられ、それに対して大学野球の観客はゲームや選手のプレー自体に動機づけられるため、マイナーリーグと大学野球では観戦動機の相違が見られることを明らかにしている。

現状の日本の学生野球に関して、高校野球と大学野球で大きく集客力に差が見られることから同一カテゴリー内における競技レベルの違いにより観客の観戦動機が異なる可能性があるが、その比較・検討に関しての研究は多く行われていない。また Bernthal & Graham(2003)による研究はアメリカの野球界を対象としており、日本においては異なる研究結果が出る可能性がある。このように松岡(2008)が指摘したように競技レベルによる観戦動機の相違および国や地域などの文化的背景の違いによる観戦動機の相違に関する研究を行う余地があると考えられる。

第3節 先行研究のまとめ

これまで行動特性と関連付けたものや、観戦動機測定尺度の開発など様々な研究により、人々がスポーツを観戦する動機について理解しようという試みが行われてきた。その中でも野球に関しては多くの研究がなされており、プロとアマチュアの観戦動機の比較検討なども行われているなど、スポーツ観戦動機研究のなかでも進んでいる競技ともいえる。

しかし、アマチュアという同一カテゴリーにおいても社会人野球や大学野球、高校野球など分類することができる。日本のアマチュア野球界においては社会人から高校野球に向けて全体のレベルの高さは下がっていくにもかかわらず、高校野球が最も大きな人気を誇っており、全国大会や地方大会に関わらず毎年多くの集客に成功している。それに対して、大

学野球は認知度も低く、全国大会の決勝でもスタジアムの多くが空席になるなど集客に関しては苦勞しているのが現状である。

このような現状や、松岡（2008）による研究などを踏まえると、同一カテゴリー内においても競技レベルによって観戦動機に相違が存在する可能性がある。この観戦動機の相違を明らかにすることでスポーツ・マーケティング論における観戦動機研究の精緻化を進めることでの理論的貢献を期待できる。

第4節 リサーチ・クエスチョンの設定

松岡（2008）によると、国や地域などの文化的背景に加えて、競技レベルによっても観戦動機が異なる可能性が指摘されていること、現状の日本の高校野球と大学野球の人気の差などから、アマチュアという同一カテゴリー内でも高校野球と大学野球では観客の観戦動機は異なるということが考えられる。そこで本研究におけるリサーチ・クエスチョンを「高校野球と大学野球では異なる観戦動機が存在する」と設定した。

第3章 研究方法 研究1：高校野球、大学野球の観戦動機測定尺度の開発

第1節 仮説の設定

Bernthal & Graham(2003)により、アメリカのマイナーリーグと大学野球というカテゴリーの違いにより観戦動機の相違が見られることが明らかになった。しかし、松岡(2008)が指摘しているように、国などの文化的背景の違いにより観戦動機は異なる可能性がある。また大学野球に比べて、高校野球は学校のブラスバンドなどをはじめとした応援に力を入れている学校も多く、学校ごとに特色が出るなど応援を見ることを目当てに観戦する観客も少なくない。学校のブラスバンドをはじめとした応援はエンタテインメント要素の1つとして考えられる。そこで本研究における仮説1を「日本において、高校野球は大学野球に比べてエンタテインメント要素が動機づけられる」と設定した。

2018年の第100回記念全国高等学校野球選手権大会にて、秋田県代表の県立金足農業高校が決勝まで進み、日本全国で「金農フィーバー」として旋風を巻き起こした。秋田出身の選手だけで構成されたチームの活躍に、秋田県ではNHKの瞬間最高視聴率66.0%(ビデオリサーチより)を記録するなど大いに盛り上がった。それに対して、大学野球では日本各地から選手が集まっており、全国大会を勝ち進んだとしても高校野球に比べて地元の盛り上がりという点においては欠ける。そこで仮説2を「高校野球では”地元意識“が動機づけられる」と設定した。

また、藤本ら(1996)は、観戦回数に影響を及ぼしている要因についての検討を行ったように、本研究においても高校野球および大学野球それぞれの観戦動機の中でも観戦回数に影響を及ぼしている要因の相違の検討を行う。高校野球および大学野球の観戦動機に関して、異なる構造モデルが確認された場合、特有の観戦動機項目が観戦回数に影響を与えることが考えられる。そこで仮説3を「高校野球および大学野球の特有の観戦動機を重視するほど観戦回数は多くなる」と設定した。

第2節 本研究のフレームワーク

本研究の3つの目的および設定した仮説の検証を行うためのフレームワークをまとめる。本研究は「研究1:高校野球、大学野球の観戦動機測定尺度の開発」と「研究2:観戦動機測定尺度を用いた観戦回数に影響を与える観戦動機の検証」の2つの研究に分類し、以下の手順で調査および分析を行う。

研究1:高校野球、大学野球の観戦動機測定尺度の開発

研究1として、調査の基本モデルであるSSMSの中で野球の内容に適する項目に、高校野球および大学野球の観戦動機を測定するのに必要であると考えられる11項目を新たに加え、精査を行うことで高校野球および大学野球それぞれの観戦動機測定尺度を作成する。以下にその作成手順を示す。

- (1) アンケート調査
- (2) 探索的因子分析による因子の抽出

(3) 抽出因子の命名

(4) 新たに作成した測定尺度の妥当性および信頼性の検証

研究2:観戦動機測定尺度を用いた観戦回数に影響を与える観戦動機の検証。

研究2としては研究1で新たに作成した観戦動機測定尺度を用いて、ロジスティック回帰分析を行い観戦動機に影響を及ぼしている観戦動機の検証を行う。

第3節 アンケート調査

本研究での検証のためのサンプル収集のためにGoogleフォームを用いてアンケート調査を行った。(期間2018年11月6日~7日、回答総数253)

質問項目は松岡ら(2002)のSSMSの10因子32項目から内容が野球にそぐわない項目を削除した10因子24項目に、新たに高校野球および大学野球の観戦動機を測定するのに必要だと考えられる11項目を追加した35項目を用いて、高校野球、大学野球についてそれぞれ質問を行った。表2に追加した11項目を示す。また巻末に付録としてアンケートの項目を示す。

表2:追加した11項目

| 追加した項目 |
|---|
| 地元のチーム、選手が活躍することで地元に対して誇りを持てる |
| 母校が活躍することでOBOGとして母校に対する誇りを持てる (高校野球、大学野球)そのものに興味があった |
| 自分が過去に野球をプレーしていた |
| メディアを通じて知った |
| 観戦を重ねるごとにチーム、選手の成長を感じられる |
| 家族、兄弟、友人が試合に出場している |
| 家族、兄弟、友人に誘われた |
| NPBとは異なる面白みがある |
| 全力疾走や全力校歌などを見たい |
| ブラスバンドや部員の応援などを楽しめる |

第4節 探索的因子分析による因子抽出

アンケート調査で得られた回答を統計解析ソフトSPSS 22.0を用いて探索的因子分析を行い、因子の抽出を行った。因子負荷量が複数因子に.300以上示している項目の削除を行い、その結果、高校野球に関しては2因子7項目、大学野球に関しては3因子11項目が抽出された。以下に高校野球に関しての抽出因子と項目を表3、大学野球に関しての抽出因子と項目を表4として示す。

表3：高校野球に関して抽出された因子および項目

| 因子1 | 因子2 |
|-----------------------------|--------------------------------|
| ①試合を観戦すると競技に関する知識が増える | ①チームの勝利が私自身の勝利のように思える |
| ②試合を観戦することで、競技の戦略に関する理解が深まる | ②チームがいいゲームをしたときにそのことを誇りに思える |
| ③試合を観戦することで競技の技術を学ぶことができる | ③地元のチーム、選手が活躍することで地元に対して誇りを持てる |
| | ④プラスバンドや部員の応援などを楽しめる |

表4：大学野球に関して抽出された因子および項目

| 因子1 | 因子2 | 因子3 |
|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| ①試合を観戦すると競技に関する知識が増える | ①ゲーム中に起こるドラマチックな変化を楽しむため | ①チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから |
| ②試合を観戦することで、競技の戦略に関する理解が深まる | ②ゲームは最後までもつれる興奮させるものだから | ②チームがいいゲームをしたときにそのことを誇りに思えるから |
| ③試合を観戦することで競技の技術を学ぶことができる | ③シーソーゲームのハラハラする状態が好きだから | |
| ④レベルの高い競技を見ることができる | ④ゲーム結果が最後まで分からないというスリルがあるため | |
| ⑤選手の質の高い技術を見ることができるため | | |

第5節 抽出因子の命名

次に、前節にて高校野球ならびに大学野球の観戦動機測定尺度として抽出された計5因子の命名を行った。高校野球の測定尺度の因子1、大学野球の測定尺度の因子2ならびに因子3はSSMSの因子項目と同様の内容を示すと考えられる因子が抽出されたため、高校野球の因子1を知識因子、大学野球の因子2をドラマ因子、因子3を達成因子とした。新たに抽出された高校野球の因子2は抽出項目として「プラスバンドや部員の応援などを楽しめ

る」や「地元のチーム、選手が活躍することで地元に対して誇りを持てる」などが抽出され、因子項目として「チームや選手の応援をすることでゲームを楽しむ」、「ブラスバンドや部員の応援自体を楽しむ」と「応援を楽しむこと」がキーワードになっていることから因子2は「応援因子」と命名した。また大学野球にて新たに抽出された因子1はSSMSの知識因子および技術レベル因子の項目が分類されたことから「技能知識因子」と命名した。

第6節 測定尺度の妥当性および信頼性の検証

第1項 尺度の項目分析

新たな測定尺度の弁別力のある項目の決定を行うため、Item-Total（項目 - 全体）相関分析を行った。

脇田ら（2005）によると、ある構成概念を測定する項目群はそれぞれの項目間にある程度の相関があると考えられ、Item-Total（項目 - 全体）相関とは、それぞれの項目が、ある程度の独自性を持ちながらも、一つの内容を測定しているかどうかを確認するためのものである。

本研究では有意差、それぞれの項目が属する因子の合成変数との相関、ほかの因子の合成変数との相関の3点をもとに判断し、削除の対象とした。結果として、本研究では削除の対象となる項目はなかったため2因子7項目、3因子11項目のモデルで研究を進める。以下の表5、表6にIT相関の結果を示す。

表5:高校野球観戦動機測定尺度のI-T相関係数

| 高校野球観戦動機尺度のI-T(項目 - 全体)相関係数 | |
|-----------------------------|-------|
| 知識① | 0.521 |
| 知識② | 0.57 |
| 知識③ | 0.448 |
| 応援① | 0.415 |
| 応援② | 0.709 |
| 応援③ | 0.482 |
| 応援④ | 0.446 |

表6:大学野球観戦動機測定尺度のI-T相関係数

| 大学野球観戦動機尺度のI-T(項目 - 全体)相関係数 | |
|-----------------------------|-------|
| 技能知識① | 0.639 |
| 技能知識② | 0.606 |
| 技能知識③ | 0.608 |
| 技能知識④ | 0.665 |

| | |
|-------|-------|
| 技能知識⑤ | 0.606 |
| ドラマ① | 0.554 |
| ドラマ② | 0.626 |
| ドラマ③ | 0.592 |
| ドラマ④ | 0.647 |
| 達成① | 0.429 |
| 達成② | 0.54 |

第2項 尺度の収束的妥当性および弁別的妥当性の検証

本研究にて開発された測定尺度の構成概念妥当性を検証するために、尺度の収束的妥当性および遠別的妥当性を検証した。収束的妥当性は、確証的因子分析と平均分散抽出 (AVE) を算出することで、弁別的妥当性は因子間相関の平方と AVE の比較を行うことで検証した。分析には統計解析ソフト (SPSS 22.0、Amos 25.0) を用いた。

本研究は確証的因子分析を用いて CMIN/df (2 ≤ 基準値 ≤ 3)、RMSEA (基準値 ≤ .800)、CFI (基準値 ≥ .900)、GFI および AGFI (基準値 ≥ .900) の適合度指標を総合的に判断し、高校野球の観戦動機 2 因子構造、大学野球の観戦動機 3 因子構造それぞれの構成概念妥当性の検証を行う。

はじめに、浦上ら (2008) によると、潜在変数と観測変数との対応関係の強さを測るためには因子負荷量を測り、標準化係数が 0.50 以上であることが推奨されている。結果としてすべての項目が基準値の 0.50 を上回った。

次に高校野球ならびに大学野球の観戦動機測定尺度の妥当性を検証するため、Amos25.0 を用いて確証的分析を行った。その結果、それぞれの尺度のすべてのパスが優位であることが確認された。

収束的妥当性を支持するために確証的因子分析を行いモデルの適合度を総合的に判断した。高校野球の測定尺度のモデル適合度は CMIN/df=1.318、RMSEA=.05、CFI=.988、GFI=.963、AGFI=.921 であった。大学野球の測定尺度のモデル適合度は CMIN/df=2.461、RMSEA=.108、CFI=.939、GFI=.879、AGFI=.805 であった。高校野球測定尺度は CMIN/df が基準値に満たなく、大学野球測定尺度は GFI および AGFI が基準値に満たなかったが、それぞれの尺度でそれ以外の基準値を満たしているため、十分とは言い難いが許容範囲内であると判断した。

次に、収束的妥当性を支持する AVE の算出を行った。その結果、高校野球の測定尺度の①知識因子=.69、②応援因子=.51、大学野球の測定尺度の①技能知識因子=.71、②ドラマ因子=.70、③達成因子=.74 を示し、基準値とされる 0.50 以上の値を全ての因子が上回った。

次に、尺度の弁別的妥当性の検証を行った。Fornell & Larcker(1981)によると、弁別的妥当性とは因子間の相関係数の平方と AVE を比較検討することで検証される。その結果、高校野球ならびに大学野球の測定尺度の 2 因子ならびに 3 因子すべての因子間相関の平方を各因子の AVE を上回ったため、本研究において新たに作成した観戦動機測定尺度の弁別的妥当性に関して実証した。以下の図 1、図 2 に高校野球および大学野球の観戦動機構造モ

デルを示す。

図 1:高校野球観戦動機測定尺度の観戦動機構造モデル

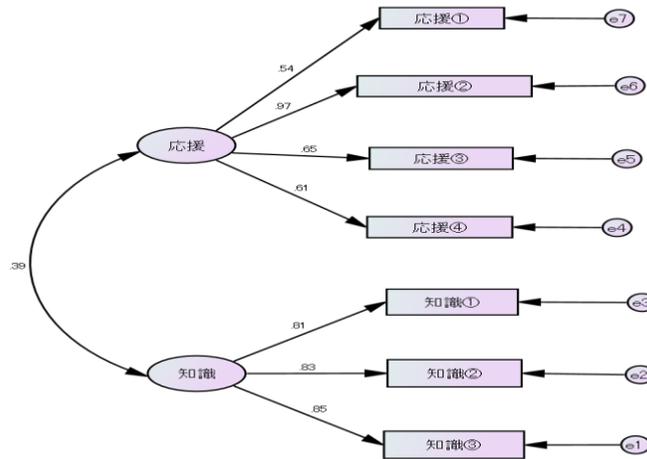
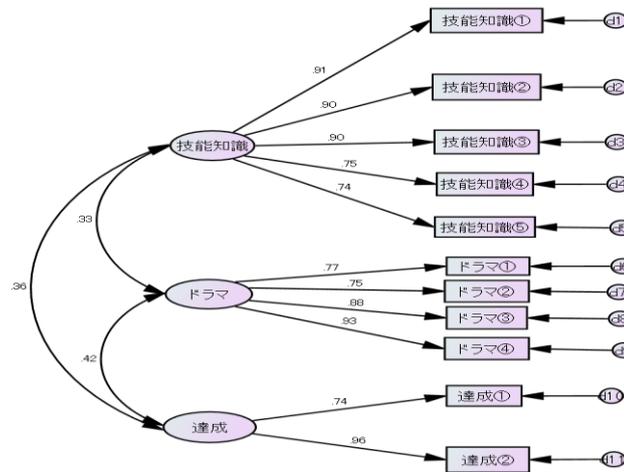


図 2:大学野球観戦動機測定尺度の観戦動機構造モデル



第3項 Cronbach's α 係数による信頼性の分析

妥当性が検証された高校野球観戦動機測定尺度 2 因子 7 項目および大学野球観戦動機測定尺度 3 因子 11 項目モデルにおける信頼性を検討するため、因子ごとに Cronbach の α 係数を求めて検討する。Cronbach の α 係数の基準値に関しては

結果、「知識」が.87、「応援」が.66、「技能知識」が.92、「ドラマ」が.90、「達成」が.83 であった。小田 (2007) によると、一般に α 係数が.70 以上であれば信頼性の高い尺度とみなされるとされている。本研究において「応援因子」のみが.66 と基準とされている.70 を下回った。やや問題は残るものの本研究が探索的な性格が強いこと、高校野球および大学野球に固有の因子の特定やそれらの因子と観戦行動の関係を明らかにするという研究目的と照らし合わせ、今回は暫定的に採用する。

第7節 結果

これらの結果より、本研究で作成された高校野球ならびに大学野球の観戦動機測定尺度は、妥当性および信頼性に関して許容範囲内であるものが作成された。高校野球の観戦動機測定尺度は 2 因子 7 項目、大学野球の観戦動機測定尺度は 3 因子 11 項目からなる、それぞれ異なる観戦動機構造モデルが確認された。

高校野球の観戦動機における特有の項目として応援③「地元のチーム、選手が活躍することで地元に対して誇りを持てる」および応援④「ブラスバンドや部員の応援などを楽しめる」の計 2 項目の存在が確認された。

応援④「ブラスバンドや部員の応援などを楽しめる」は試合や選手のプレーなどではなく、Bernthal & Graham(2003)の研究におけるエンタテイメント要素(プロモーション、贈呈品、マスコット、音響など)に属する動機であると考えられる。これにより仮説1「日本において、高校野球は大学野球に比べてエンタテイメント要素が動機づけられる」は立証された。

応援③「地元のチーム、選手が活躍することで地元に対して誇りを持てる」は項目の内容より「地元意識」を表していると考えられる。本研究において高校野球特有の観戦動機項目として応援③が抽出されたことにより、高校野球の観戦に「地元意識」が動機づけられることが明らかとなった。これにより仮説2「高校野球では”地元意識“が動機づけられる」は立証された

大学野球の観戦動機に関しては技能知識因子、ドラマ因子、達成因子の計 3 因子 11 項目が抽出された。技能知識因子やドラマ因子など高校野球に比べて、選手のプレーや試合自体に動機づけられていることが明らかとなった。これは Bernthal & Graham(2003)の研究によって明らかになった、大学野球の観戦者は選手のプレーや試合自体に動機づけられるという結果と同様の結果が得られたと考えられる。

第4章 研究2:観戦動機測定尺度を用いた観戦回数に影響を与える観戦動機の検証

第1節 高校野球観戦回数に影響を与える要因についての検証

研究2では、研究1にて作成した高校野球ならびに大学野球の観戦動機測定尺度を用いて観戦回数に影響を与える要因の検証を行った。アンケート結果より高校野球ならびに大学野球の観戦回数を1. 1回 2. 5回程度 3. 10回程度 4. 20回程度 5. 30回以上の5段階とした。本研究において観戦回数が順序尺度であるため、重回帰分析ではなく統計解析ソフト (R 3.5.2、SPSS 22.0) を用いてロジスティック回帰分析を行った。

高校野球の観戦回数と研究1にて新たに作成した高校野球観戦動機測定尺度の2因子7項目のロジスティック回帰分析を行った。モデルの選択に際しては基準値としてAICを用いた。藤井(2010)によると、AICの値が小さいモデルの方がよいモデルとされている。ステップワイズ法を用いてモデルの選択を行った結果、応援①「チームの勝利が私自身の勝利のように思える」、応援④「ブラスバンドや部員の応援などを楽しめる」、知識②「試合を観戦することで、競技の戦略に関する理解が深まる」の計3項目からなるモデルが最もAICの値が小さくなり、3項目すべてに関して観戦回数に影響を与えていることが明らかとなった。応援①および知識②に関しては観戦回数との正の関係が見られたが、応援④に関しては負の関係が確認された。以下に分析の結果を示す。

疑似 R2 乗

| | |
|-------------|------|
| Cox と Snell | .174 |
| Nagelkerke | .187 |
| McFadden | .072 |

リンク関数: ロジット

モデル適合情報

| モデル | -2 対数尤度 | カイ 2 乗 | df | 有意確率 |
|------|---------|--------|----|------|
| 切片のみ | 292.755 | | | |
| 最終 | 268.691 | 24.064 | 3 | .000 |

リンク関数: ロジット

Coefficients:

Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)

応援① 0.32728 0.09585 3.415 0.000639 ***

応援④ -0.21806 0.09277 -2.351 0.018744 *

知識② 0.31543 0.09242 3.413 0.000643 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Threshold coefficients:

| | Estimate | Std. Error | z value |
|---------------|----------|------------|---------|
| 1 回 5 回程度 | -2.5381 | 0.8753 | -2.900 |
| 5 回程度 10 回程度 | 0.2773 | 0.5769 | 0.481 |
| 10 回程度 20 回程度 | 1.2718 | 0.5897 | 2.157 |
| 20 回程度 30 回以上 | 2.0832 | 0.6104 | 3.413 |

Residual Deviance: 308.8392

AIC: 322.8392

第2節 大学野球観戦回数に影響を与える要因についての検証

次に大学野球の観戦回数と研究1にて新たに作成した大学野球観戦動機測定尺度の3因子11項目でロジスティック回帰分析を行った。その結果、ドラマ③「シーソーゲームのハラハラする状態が好きだから」、ドラマ④「ゲーム結果が最後まで分からないというスリルがあるため」、達成①「チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから」の計3項目からなるモデルが最もAICの値が小さくなり、3項目すべてに関して観戦回数に影響を与えていることが明らかとなった。ドラマ④および達成①に関しては観戦回数との正の関係が見られたが、ドラマ③に関しては負の関係が見られた。以下に分析の結果を示す。

疑似 R2 乗

| | |
|-------------|------|
| Cox と Snell | .208 |
| Nagelkerke | .219 |
| McFadden | .077 |

リンク関数: ロジット

モデル適合情報

| モデル | -2 対数尤度 | カイ 2 乗 | df | 有意確率 |
|------|---------|--------|----|------|
| 切片のみ | 327.260 | | | |
| 最終 | 297.809 | 29.451 | 3 | .000 |

リンク関数: ロジット

Coefficients:

| | Estimate | Std. Error | z value | Pr(> z) |
|------|----------|------------|---------|---------------|
| ドラマ③ | -0.53651 | 0.17274 | -3.106 | 0.0019 ** |
| ドラマ④ | 0.78120 | 0.18962 | 4.120 | 0.0000379 *** |
| 達成① | 0.16773 | 0.08072 | 2.078 | 0.0377 * |

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Threshold coefficients:

| | Estimate | Std. Error | z value |
|-------------|----------|------------|---------|
| 1回 5回程度 | -0.4944 | 0.5003 | -0.988 |
| 5回程度 10回程度 | 1.2278 | 0.4877 | 2.517 |
| 10回程度 20回程度 | 2.0845 | 0.5106 | 4.082 |
| 20回程度 30回程度 | 2.6697 | 0.5314 | 5.024 |

Residual Deviance: 352.2349

AIC: 366.2349

第3節 結果

これらの結果より、高校野球の観戦動機では応援①「チームの勝利が私自身の勝利のように思える」、応援④「ブラスバンドや部員の応援などを楽しめる」、知識②「試合を観戦することで、競技の戦略に関する理解が深まる」の計3項目が、大学野球の観戦動機ではドラマ③「シーソーゲームのハラハラする状態が好きだから」、ドラマ④「ゲーム結果が最後まで分からないというスリルがあるため」、達成①「チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから」の計3項目が観戦回数に影響を与えることが確認された。

高校野球の観戦回数に関して、応援①および知識②が正の関係、応援④が負の関係を示すことが確認され、応援①、知識②をはじめとした試合内容や試合観戦を通して野球の理解を深めることを重視するほど観戦回数は増えるのに対し、応援④のブラスバンドや応援をはじめとしたエンタテインメント要素を重視するほど観戦回数は減少することが明らかになった。このことからブラスバンドや部員の応援などのエンタテインメント要素は高校野球特有の観戦動機ではあるが、観戦回数には正の関係ではなく負の関係を示すことが確認された。

大学野球の観戦回数に関して、ドラマ④および達成①が正の関係、ドラマ③が負の関係を示すことが確認された。特にドラマ④に関しては観戦回数に非常に強い正の関係を示し、ドラマ③が観戦回数に負の関係を示すことが確認された。このことからドラマ③およびドラマ④は大学野球特有の観戦動機項目ではあるが、ドラマ③を重視するほど観戦回数が減少することが明らかになった。

これらの結果より、高校野球および大学野球の特有の観戦動機項目は必ずしも観戦回数に正の関係を示さないということが明らかになった。これにより仮説3「高校野球および大学野球の特有の観戦動機を重視するほど観戦回数は多くなる」は支持されなかった。

しかし、高校野球の観戦動機項目の応援①および大学野球の観戦動機項目の達成①である「チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから」は高校野球および大学野球の観戦回数に正の関係を示すことが明らかになった。このことから、応援するチームの勝利を通して達成感を感じることを重視する人ほど高校野球、大学野球を問わず観戦回数が増えることが確認された。

第5章 結論

第1節 結果のまとめ

本研究の研究結果をまとめる。

研究1において、高校野球、大学野球それぞれ異なる観戦動機構造モデルを持ち、その妥当性及び信頼性について許容範囲内である測定尺度を開発に成功した。高校野球特有の項目として応援④「ブラスバンドや部員の応援などを楽しめる」が存在することが確認された。これはエンタテイメント要素に属する観戦動機であると考えられ、「日本において、高校野球は大学野球に比べてエンタテイメント要素が動機づけられる」は立証された。

また高校野球特有の項目として応援③「地元のチーム、選手が活躍することで地元に対して誇りを持てる」が存在することが確認された。応援③は地元意識を表していると考えられ、地元意識が高校野球の観戦に動機づけられることが明らかになった。これにより仮説2「高校野球では」地元意識「が動機づけられる」は立証された。

研究2において、観戦回数に影響を与える要因の検証を行った。その結果、「チームの勝利が私自身の勝利のように思えるから」という項目が高校野球および大学野球に共通して正の関係を示した。しかし、観戦回数に関して高校野球特有の観戦動機項目の応援④は負の関係、大学野球特有の観戦動機項目のドラマ③は負の関係、ドラマ④は正の関係を示すなど特有の観戦動機が必ずしも観戦回数に正の関係を示さないことが明らかになった。これにより仮説3「高校野球および大学野球の特有の観戦動機を重視するほど観戦回数は多くなる」は支持されなかった。

以上の結果から、リサーチ・クエスチョン「高校野球と大学野球では異なる観戦動機が存在する」に対する結論として、高校野球と大学野球という同一カテゴリーにおいても競技レベルによって異なる観戦動機が存在するという結果が得られた。

本研究の理論的貢献として、高校野球と大学野球の観戦動機を測定する新たな尺度の開発により、同一カテゴリー内における競技レベルの違いによる観戦動機の相違を明らかにすることでスポーツ・マーケティング論における観戦動機研究においてより精確な測定が可能となった。

第2節 提言

本研究の結果を踏まえての大学野球に対する提言は2点存在する。

第一に「地元意識」についてである。研究1の結果より大学野球に関しては「地元意識」は観戦動機として存在しないことが明らかになった。大学野球の現状として、日本各地から大学に選手が集まることにより観客が高校野球に比べて地元意識を持ちづらいことが影響していることが考えられる。大学の仕組み上、様々な地域から学生が集まるのは避けられず、それを踏まえると今後も大学野球の観戦動機として「地元意識」が動機づけること困難であるとする。しかし、大学進学後もプレーをしている選手の高校時代を知る人々は各地に多く存在し、そのような人々に対して、大学進学後に成長した姿や野球を続けていることを見せる機会を多く作ることを提言する。1年に1度都道府県単位などでオールスター戦を開催することで、高校野球に対して地元意識が動機づけられて観戦している人々から大学野球

に対して注目を集めることができるのではないかと考える。このような取り組みを通して、大学野球に対する関心が低い人々の注目を集めるきっかけをつくるのが、大学野球の観客数増加につながるのではないかと考える。

第二に大学野球の観戦動機「技能知識因子」についてである。研究1の結果より大学野球の観戦動機として「技能知識因子」が抽出されるなど、選手のプレーや試合自体、観戦を通して知識を深めることが動機づけられることが明らかになった。大学野球は高校野球に比べて全体のレベルは高いものである。これは高校時代に各地で活躍した選手が大学に進学し野球を続けることや、高校野球の引退をきっかけに野球自体をやめてしまう選手がいることも影響していると考えられる。レベルの高い大学野球界だからこそ出来ることとして、都道府県単位での大学野球選手による野球教室の定期開催を提言する。毎年、テレビ放送される高校野球に比べて、大学野球のテレビ放送は少なく、小学生や中学生などにとっては馴染みの薄いものとなっている。実際に大学野球の観客は小中学生などの若年層の数は多くない。そこで小中学生に対して、野球教室を行うことにより、実際に高いレベルの野球に触れることができ、小中学生が大学野球に関心を持つきっかけになるのではないかと考える。これきっかけに小中学生と大学生の交流を生むことで、より大学野球を身近なものにし、小中学生をはじめとした若年層の観客数の増加につながるのではないかと考える。

第3節 研究の課題と今後の発展

本研究の課題としては2点あげられる。

第一に回答者の偏りである。アンケート調査では今回 Google フォームを用いたため、回答者の年代に多少の偏りが見られた。現状、スタジアム観戦の際は多くの年配の方も観戦している。そのような方たちからの回答を得ることができれば、より観戦動機の相違について明らかにできると考える。

第二に尺度の妥当性および信頼性である。本研究では尺度の妥当性および信頼性の検証として確証的因子分析および Cronbach's α 係数によって検証を行った。その結果、高校野球の観戦動機測定尺度において CMIN/df が、大学野球の観戦動機測定尺度において GFI および AGFI で基準値を下回った。また高校野球の応援因子に関して α 係数が基準値を下回った。今回は暫定的に採用したが、より精度の高い尺度へ発展させるためには、基準値を上回るものを作成する必要があると考える。

今後の展望として、観戦回数ごとに観戦動機がどれだけ影響を与えているかを明らかにすることがあげられる。本研究では高校野球および大学野球の観戦回数に関して、どの観戦動機が影響を与えているかを明らかにした。しかし、観戦回数ごとに影響を与えている観戦動機が異なる可能性が考えられるため、これを明らかにすることにより観戦回数ごとの観客のターゲットを絞り、より具体的な施策を考案できると考える。

また性別や子供の有無など、他の人口統計的な基準や行動特性での分析を行うことで、より精度の高い集客マーケティングの研究となるのではないかと考える。本研究が、他競技のアマチュアカテゴリー内での競技レベルの違いによる観戦動機研究への応用によって、大学スポーツにおけるスポーツ・マネジメントの一助となれば幸いである。

参考文献

- C.Fornell & D.F.Larcker. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18(1),p39-50.(1981)
- M.J.Berenthal & P.J.Graham "The Effect of Sport Setting on Fan Attendance Motivation: The Case of Minor League Vs. Collegiate Baseball." *Journal of Sport Behavior*,26(3),p223-239 (2003)
- 青木幸弘、新倉貴士、佐々木奏太郎、松下浩司『消費者行動論 - マーケティングとブランド構築への応用』有斐閣アルマ、(2012)
- 浦上昌則、脇田貴文『心理学・社会科学研究のための調査系論文の読み方』東京図書(2008)
- 尾崎幸謙、荘島宏二郎『パーソナリティ心理学のための統計学』誠信書房、(2014)
- 小田利勝『ウルトラ・ビギナーのための SPSS による統計解析入門』プレアデス出版、(2007)
- 公益財団法人全日本大学野球連盟ホームページ、 <https://www.jubf.net> (2018年12月10日アクセス)
- 公益財団法人日本高等学校野球連盟ホームページ、 <http://www.jhbf.or.jp> (2018年12月12日アクセス)
- 隅野美砂輝、原田宗彦「スポーツ観戦者行動における感情：尺度の開発とモデルへの応用」*スポーツ産業学研究*、Vol.15 No.1、21-36 (2005)
- 田崎勝也『コミュニケーション研究のデータ解析』ナカニシヤ出版、(2015)
- 藤本淳也、原田宗彦、松岡宏高「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：特にプロ野球のチーム・ロイヤルティに着目して」*大阪体育大学紀要*、27、51-62(1996)
- 仲澤眞、吉田政幸、岩村聡「Jリーグ観戦者の動機因子：Jリーグの導入期における二次的データの検証」*スポーツマネジメント研究* 第6巻第1号、17-35 (2014)
- 仲澤眞、吉田政幸『よくわかるスポーツマーケティング』ミネルヴァ書房、(2017)
- 原田宗彦、小笠原悦子『スポーツマネジメント』大修館書店、(2008)
- 原田宗彦、藤本淳也、松岡宏高『スポーツマーケティング』大修館書店、(2008)
- ビデオリサーチ <http://www.video.co.jp/tvrating> (2018年12月22日アクセス)
- 藤井良宜『Rで学ぶデータサイエンス1-カテゴリカルデータ解析』共立出版、(2010)
- 松岡宏高、藤本淳也、Jeffrey James「062 A03605 プロスポーツの観戦動機に関する研究Ⅰ：観戦動機の構造と測定尺度の開発」*日本体育学会大会号* 第53回、379、(2002)
- 松岡宏高、藤本淳也、Jeffrey James「062 教 A03606 プロスポーツの観戦動機に関する研究Ⅱ：測定尺度の信頼性と適応性の検討」*日本体育学会大会号*、第53回、380、(2002)
- 丸朋子「スポーツ観戦者の観戦動機に関する研究 - アイスホッケー観戦者に着目して - 」*早稲田大学大学院スポーツ科学研究科* (2010)
- 吉田政幸「スポーツ消費者行動 - 先行研究の検討」*スポーツマネジメント研究*、3 (1)、5-21 (2010)
- 脇田貴文、浦上昌則「第3部 調査後の分析の流れ」*南山大学* (2005)

付録：本研究で用いたアンケート項目

高校野球と大学野球の観戦に関するアンケート

小樽商科大学 商学部商学科 越後玲央と申します。

現在、卒業論文において高校野球と大学野球の試合観戦についての研究を行っています。

つきましては、ご多忙のところ恐縮ですが、アンケートへのご協力をお願い申し上げます。

内容は5分程度のもとなっております。

※なお、本アンケートの結果につきましては統計的に処理され、本研究以外の目的で利用されることはありません。

性別 ・男性 ・女性
年齢 ・10代・20代前半・20代後半・30代・40代・50代・60代以上
お住まい（都道府県でお答えください） ()
出身地（都道府県でお答えください） ()
職業 ・高校生・大学生・専門学校生・短大生・会社員・アルバイト・主婦・公務員・自営業・その他()

高校野球の試合観戦について

本アンケートにおける観戦は「球場における観戦」とし、テレビなどのメディアを通しての観戦は含まないものとします

過去に高校野球の試合を観戦したことがある ・ある ・ない

高校野球の観戦経験がある方にお尋ねします。

過去に何回観戦したことがありますか ・1,1回・2,5回程度・3,10回程度・4,20回程度・5,30回以上

過去の高校野球観戦に関する観戦理由についてお尋ねします。(1が全く当てはまらない、7が強く当てはまるとします)

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 応援する高校が勝ったときに自分自身の勝利のように思えるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合中に素晴らしいプレーを見ることが出来るから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 高校野球そのものに興味があったから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦すると、競技に関する知識が増えるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 高校野球の試合を見ることが楽しいから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合に家族、兄弟、友人が出演しているから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| プロ野球とは異なる面白みがあるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 地元のチーム、選手が活躍することで地元に対する誇りを持つから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 自分が過去にプレーしていたから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| スター選手を見ることに価値を感じているから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合中に起こるドラマチックな変化を楽しむため | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 高校野球を観戦することで友人と一緒にいる機会が与えられるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 高校野球の試合は最後までもつれる興奮させるようなゲームだから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 母校が活躍することでOBOGとして母校に対する誇りを持つから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ブラスバンドや部員の応援などを楽しめるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| メディアを通じて知ったから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 高校野球を観戦することで、家族と共に時間を過ごす機会が得られるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦に来ることで同じことを繰り返す普段の生活に刺激を与えることができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 家族、兄弟、友人に誘われたから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ゲームを観戦することによって競技の戦略に関する理解が深まる | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦に来ると自分がチームの一員であるように感じられるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 選手の全力疾走などを見たいから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 選手の質の高い技術を見ることが出来るから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 最後まで勝敗が分からないというスリルがあるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合を見ることで友人と会う機会を持つことができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| シーズンゲームのハフハフする状態が好きだから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 競技が持つ素晴らしい楽しさを楽しむため | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 高校野球を観戦することで自分の時間を楽しく過ごせるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 応援するチームがよいゲームをしたときにそのことを誇りに思えるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦を重ねるごとにチーム、選手の成長を感じられるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦することによって競技の技術を学ぶことができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合を観戦すると日々の活動からの逃避できるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 家族と一緒に観戦できるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| レベルの高い競技を見ることが出来るから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 自分が応援するチームの一員と感じたいから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

その他に観戦理由があれば、ご記入ください

高校野球の観戦経験がない方にお尋ねします

観戦したことがない理由について、最も当てはまるものを1つお答えください

- ・高校野球に興味がないから ・球場が遠いから ・いつ開催されているのかわからないから
- ・テレビで見ることが出来るから ・その他()

大学野球の試合観戦について

本アンケートにおける観戦は「球場における観戦」とし、テレビなどのメディアを通しての観戦は含まないものとします。

過去に大学野球の試合を観戦したことがある ・ある ・ない

大学野球の観戦経験がある方にお尋ねします。

過去に何回観戦したことがありますか ・1,1回 ・2,5回程度 ・3,10回程度 ・4,20回程度 ・5,30回以上

過去の高校野球観戦に関する観戦理由についてお尋ねします。(1が全く当てはまらない、7が強く当てはまるとします)

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 応援する大学が勝ったときに自分自身の勝利のように思えるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合中に素晴らしいプレーを見ることができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 大学野球そのものに興味があったから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦すると、競技に関する知識が増えるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 大学野球の試合を見るのが楽しいから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合に家族、兄弟、友人が出場しているから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| プロ野球とは異なる面白みがあるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 地元のチーム、選手が活躍することで地元に対する誇りを持つから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 自分が過去にプレーしていたから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| スター選手を見ることに価値を感じているから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合中に起こるドラマチックな変化を楽しむため | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 大学野球を観戦することで友人と一緒にいる機会が与えられるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 大学野球の試合は最後までもつれる興奮させるようなゲームだから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 母校が活躍することでOBOGとして母校に対する誇りを持つから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ブラスバンドや部員の応援などを楽しめるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| メディアを通じて知ったから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 大学野球を観戦することで、家族と共に時間を過ごす機会が得られるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦に来ることで同じことを繰り返す普段の生活に刺激を与えることができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 家族、兄弟、友人に誘われたから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ゲームを観戦することによって競技の戦略に関する理解が深まる | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦に来ると自分がチームの一員であるように感じられるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 選手の全力疾走などを見たいから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 選手の質の高い技術を見ることができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 最後まで勝敗が分からないというスリルがあるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合を見ることで友人と会う機会を持つことができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| シーズンゲームのハフハフする状態が好きだから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 競技が持つ素晴らしいさを楽しむため | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 大学野球を観戦することで自分の時間を楽しく過ごせるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 応援するチームがよいゲームをしたときにそのことを誇りに思えるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦を重ねるごとにチーム、選手の成長を感じられるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 観戦することによって競技の技術を学ぶことができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 試合を観戦すると日々の活動からの滋養できるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 家族と一緒に観戦できるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| レベルの高い競技を見ることができるから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 自分が応援するチームの一員と感じたいから | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| その他に観戦理由があれば、ご記入ください | | | | | | | |

大学野球の観戦経験がない方にお尋ねします

観戦したことがない理由について、最も当てはまるものを1つお答えください

- ・高校野球に興味がないから ・球場が遠いから ・いつ開催されているのかわからないから
- ・テレビで見ることができるから ・その他 ()

ご協力ありがとうございました。