

陸上競技観戦動機尺度の検討と観戦者の特性

小田 美幸¹⁾ 紺田 俊²⁾ 富山 浩三³⁾

1) 四国大学 経営情報学部 経営情報学科 2) 徳島大学 総合科学部 社会総合科学科

3) 大阪体育大学 スポーツ科学部 スポーツ科学科

An Examination of the Track and Field Spectator Motivation Scale and Spectator Characteristics

Miyuki Oda¹⁾ Shun Konda²⁾ Kozo Tomiyama³⁾

1) Department of Management and Information Science, Faculty of Management and Information Science, Shikoku University

2) Department of Integrated Arts and Social Sciences, Faculty of Integrated Arts and Sciences, Tokushima University

3) Department of Sport Sciences, Osaka University of Health and Sport Sciences, School of Sport Sciences

Abstracts

The purpose of this study was to create track and field Spectator Motivation Scale and to compare spectator characteristics among the four segments using gender and number of times (first-time spectator, two or more times) as segmentation variables.

As a result, four factors were extracted as the constructs of the track and field Spectator Motivation Scale: Attachment to Competition and Athletes, Interaction, Drama, and Characteristics of Athletes. Comparison of the spectator motivation scale among the four segments revealed that female first-time spectators had significantly lower competition and athlete attachment factors than male two-time or more spectators and female two-time or more spectators, and significantly lower drama factors than male first-time spectators, indicating that spectator motivation differed among the segments.

1. 緒言

これまで日本陸上競技連盟（以下、日本陸連）は、「トップアスリートの活躍によって国民に勇気をあたえること」、「青少年の健全な育成に寄与すること」を重視し、競技力向上と競技人口の拡大に重きを置いていた。しかし、少子高齢化に伴い今後は若い競技者の減少が予想されることから、多世代がアクティブなライフスタイルを送る「ウェルネス陸上」の実現を掲げ、アスレティックファミリー（競技会参加者・審判・指導者）やファンの拡大に取り組んでいる（日本陸連, 2017）。国内における陸上競技大会（以下、陸上大会）は、日本グランプリシリーズ（以下、GP シリーズ）が 2018 年から開催されており、選手にとっては獲得ポイントを争う場であると同時に、一般の人々に対して陸上競技の観戦機会

を提供している（日本陸連, online）。2023 年度には GP シリーズとして認定されるための加盟条件が更新され、GP シリーズのグレードが 3 段階設けられた。また、グレードにより賞金の設定が義務付けられ、選手の競技力向上のための環境整備に加えて、観客動員やエンターテインメント性のある大会運営が求められるようになった。各大会の開催にあたってはこれまで以上に集客と収益の増加が求められるようになり、主催者にとって観戦者獲得のために「観戦者はなぜ、その大会を観戦するのか」の解明が重要になっている。

観戦型スポーツイベントにおいては、観戦客が増加すればチケット販売による収益が向上し、スポンサーシップの価値も高まることから（Snelgrove et al., 2008）、観戦動機に着目した研究（Funk et al., 2001 ; Funk et al., 2009 ; Madrigal, 2006 ;

Sloan et al., 1987; Trail and James, 2001; Wann, 1995) が進められてきた。しかしながらその対象はチケット収入やスポンサー収入が運営に大きな影響をもたらすようなプロスポーツを対象とした研究が多く、チームスポーツの競技が多い傾向にある。個人競技であるゴルフの観戦者を対象にした Robinson et al. (2004) はチームスポーツの研究を参考にしながら観戦動機を測定しているが、スポーツ観戦者の動機はスポーツ種目間の差異がある (Madrigal and Howard, 1995) ことから、観戦対象となる競技によって観戦動機測定尺度も異なるものが必要となる。

また、観戦者獲得のためのマーケティング戦略を展開する上でマーケット・セグメンテーションは有効な手段であり (藤本・原田, 2001)、観戦動機 (前田ほか, 2014; 高田ほか, 2008)、経験価値 (齋藤ほか, 2010)、性別と観戦者のファンタイプ (和田ほか, 2022) などといったセグメンテーション変数に関する研究が行われている。陸上競技観戦者に関する研究はチームスポーツを対象とした研究と比較してまだ研究の積み重ねが十分とはいえないことから、今後観戦者の獲得を目指して基礎的なセグメンテーション変数を定めて観戦者を細分化し、その特性を把握することが求められる段階にあるといえる。以上のことから、本研究は、陸上競技観戦者の観戦動機尺度を作成するとともに、性別と観戦回数を用いたセグメンテーションを行いセグメント間で観戦動機を比較することで、陸上競技観戦者の特性を明らかにすることを目的とする。

2. 研究の手順

本研究では、以下の3つのステップで研究を進めた。まず陸上競技の観戦動機因子の作成のため先行研究を参考に測定項目の選定を行った後に予備調査1を実施し、陸上競技観戦動機に追加する陸上競技観戦特有の項目の検討を行った。次に、予備調査1で作成した観戦動機尺度を用いて予備調査2を行い、追加項目を含めた尺度の信頼性の確認を行った。最後に、予備調査1及び2で作成した陸上競技観戦動機の確認的因子分析を行い尺度の信頼性と妥当性を検証し、さらにセグメンテーション変数をもとに陸上競技観戦者の細分化を行った。分析には、IBM SPSS Statistics 29とIBM SPSS Amos28を使用した。

なお、本研究は大阪体育大学研究公正委員会研究倫理審査部会の承認を得て実施した。

3. 陸上競技観戦動機因子の検討

本研究の目的である、陸上競技観戦動機尺度の作成を目指して、スポーツ観戦動機に関する研究を参考に、先行研究で用いられている研究に共通している因子を表1に示した。「(代理的)達成」、「審美性」、「社会性・交流」、「エキサイトメント」、「逃避・脱出」、「ドラマ性」、「選手愛着」、「地域の誇り・愛着」、「エンターテインメント」、「家族」、「競技愛着」因子は先行研究で共通している観戦動機因子である。また、「健全な環境」因子の項目は陸上競技においても当てはまる可能性が高いと判断し、本研究でも採用することにした。次に先行研究を参考に陸上競技の競技特性に適切な項目の選定、ワーディングの修正を行った。項目の選定、修正はスポーツマネジメントを専門とする研究者3名で行い、合計46項目を選定した。翻訳が必要な項目に関しては、スポーツマネジメントを専門とする研究者4名(1名は留学経験あり)によって翻訳を行い、項目の妥当性を確認した。

4. 予備調査1

4-1. 調査対象および方法

関東と関西に位置する2つの体育系大学の陸上競技部の学生を対象としたオンライン調査を実施した。調査方法は、陸上競技部の担当者にQRコードの印刷された調査票の配布を依頼し、オンラインで回答を得た。調査時期は2022年の8月から9月の間に実施し、配布から回収まで2週間の期間を設けた。全体で146部回収し、有効回答数は120部であった(有効回答率82.1%)。

調査項目は個人的属性、陸上競技観戦動機項目46項目、陸上競技観戦の魅力に関する自由記述項目である。質問「あなたは、陸上競技観戦において、以下のそれぞれの項目についてどの程度そう思いますか」に対して、「1. 全くそう思わない」から「5. 非常にそう思う」の5段階リッカートタイプ尺度を用いた。また、陸上競技特有の観戦動機項目の検討のため、「野球やサッカーといったチームスポーツではなく、陸上競技のように記録を競う競技を観戦する理由や、その魅力は何だと思いますか」に対して、自由記述で回答をしてもらった。分析方法は、先行研究をもとに作成した観戦動機尺度について探索的因子分析を実施し、Cronbachの α 係数を用いて信頼性の確認を行うとともに、自由記述で得られた回答については、スポーツマネジメントを専門と

表 1 因子別・スポーツ観戦動機尺度の先行研究（本研究で参考にした文献）

因子名	文献
(代理的) 達成	Sloan(1989), Trail and James(2001), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Funk et al.(2009), Mahony et al.(2002), Won and Kitamura(2006), Madrigal(2006), 高田ほか(2008), Snelgrove et al.(2008), 井上・竹内(2013)
審美性	Wann(1995), Trail and James(2001), 仲澤ほか(2014), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2009), Mahony et al.(2002), Madrigal(2006), Snelgrove et al.(2008), 井上・竹内(2013)
社会性 交流	Wann(1995), Trail and James(2001), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Funk et al.(2009), Won and Kitamura(2006), 高田ほか(2008), Snelgrove et al.(2008), 井上・竹内(2013)
エキサイトメント	Sloan(1989), Wann(1995), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Funk et al.(2009), 井上・竹内(2013)
逃避・脱出	Wann(1995), Trail and James(2001), Funk et al.(2004), Funk et al.(2009), Won and Kitamura(2006), Snelgrove et al.(2008), 井上・竹内(2013)
ドラマ性	Trail and James(2001), 仲澤ほか(2014), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Mahony et al.(2002), Won and Kitamura(2006), 高田ほか(2008)
選手愛着	仲澤ほか(2014), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Mahony et al.(2002), Won and Kitamura(2006), Madrigal(2006), 高田ほか(2008)
地域の誇り/愛着	仲澤ほか(2014), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Mahony et al.(2002), Won and Kitamura(2006), 高田ほか(2008)
エンターテインメント	Sloan(1989), Wann(1995), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Won and Kitamura(2006), Snelgrove et al.(2008)
家族	Wann(1995), Trail and James(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Won and Kitamura(2006), 高田ほか(2008)
競技愛着	仲澤ほか(2014), Funk et al.(2001), Funk et al.(2002), Funk et al.(2004), Mahony et al.(2002), 高田ほか(2008)
大会環境	Funk et al.(2002), Funk et al.(2004)

する研究者 3 名で内容的妥当性の確認をし、追加項目の検討を行った。

4-2. 予備調査 1 の結果

個人的属性は、男性 73 名 (60.8%)、女性 46 名 (38.3%)、その他 1 名 (0.8%)、1 年生 40 名 (33.3%)、2 年生 28 名 (23.3%)、3 年生 29 名 (24.2%)、4 年生 19 名 (15.8%)、大学院生 4 名 (3.3%) であった。

探索的因子分析を行う前に、回答の偏りについて確認を行うために、全項目の歪度および尖度について確認を行った。歪度、尖度ともに絶対値 1 を超えている (村上, 2006) 5 項目は除外し、41 項目で探索的因子分析 (最尤法、プロマックス回転) を行った。因子負荷量の基準は .40 以上 (小塩, 2018) とし、基準値に満たない項目は都度削除し、分析を繰り返した結果、3 因子 13 項目となった。内的一貫

性を示す α 係数は .71 ~ .88 となり、一般的な基準値である .70 (Nunnally and Bernstein, 1994) を満たす結果であった。先行研究を参考に、第 1 因子を「競技・選手愛着」、第 2 因子を「交流」、第 3 因子を「ドラマ性」と命名した (表 2)。

次に、追加項目の検討を行った。自由記述から得られた回答を元に 8 項目を作成し、「1 つの会場で複数の種目をみることができる」といった陸上競技特有の因子であることから「競技特性」と命名した (表 3)。

5. 予備調査 2

5-1. 調査対象および方法

2022 年 10 月 1 日 ~ 2 日に新潟県長岡市にあるデンカビックスワンスタジアムで開催された

表 2 陸上競技観戦動機尺度の探索的因子分析と信頼性

	1	2	3
競技・選手愛着 $\alpha=.88$			
陸上競技の熱狂的なファンである	.91		
ほかの競技スポーツよりも、陸上競技を応援している	.82		
私は選手のファンである	.79		
陸上競技大会を追いかけることが好きである	.71		
私が陸上競技大会を観戦する最大の理由は、一番好きな選手を応援したいからである	.62		
私は選手個人を応援している	.54		
交流 $\alpha=.82$			
陸上競技大会を観戦するとき、他の観客やファンとの交流を楽しんでいる		.80	
陸上競技大会では、近くに座っている人たちと話をするのが好きだ		.73	
私が陸上競技大会を観戦するのは、交流の機会があるからだ		.69	
陸上競技大会は、人と交流する良い機会である		.63	
私が陸上競技大会を観戦するのは、友人と充実した時間を過ごすためである		.52	
ドラマ性 $\alpha=.71$			
私は一方的な試合よりも競った試合展開を望む			.79
私は大差のつく試合よりも接戦の方が楽しい			.65

ATHLETICS CHALLENGE CUP 2022 を対象とした。調査方法として、大会主催者が指定した体調管理アプリ内の「お知らせ」セクションにグーグルフォームの URL を記載し、オンライン調査を実施した。体調管理アプリに登録している時点で観戦の意思があると判断し、大会開催 2 週間前から大会終了後 1 週間まで回答することができるように設定した。その結果、140 部回収し、有効回答数は 123 部（有効回答率 87.9%）であった。

調査項目は、予備調査 1 で得られた観戦動機尺度 4 因子 21 項目を設定し、 α 係数を用いて信頼性の確認を行った。また、予備調査 1 と同様に陸上競技観戦特有の項目に関する自由記述欄を設けた。

5-2. 予備調査 2 の結果

性別は、男性 65 名 (52.8%)、女性 58 名 (47.2%)、年代は、10 代 1 名 (0.8%)、20 代 7 名 (5.7%)、30 代 13 名 (10.6%)、40 代 39 名 (31.7%)、50 代 46 名 (37.4%)、60 代 17 名 (13.8%) であった。

観戦動機尺度の α 係数は、競技・愛着因子 (.81)、交流因子 (.87)、ドラマ性因子 (.55)、競技特性因子 (.82) となり、予備調査 1 で新たに追加した競技特性因子において信頼性を確認することができた。ドラマ性因子で基準値の .70 を下回る結果と

表 3 自由記述を元に作成した追加項目（競技特性因子）

項目
勝敗が分かりやすい
ルールが分かりやすい
選手個人の努力や技術が競技に反映されやすい
個人の頑張っている姿をみることができる
選手一人一人のパフォーマンスをみることができる
0.01秒や1cmという差を競っているところが魅力である
1つの会場で複数の種目をみることができる
複数の種目が開催されているため飽きない

なったが、 α 係数は項目数が少なくなると係数が小さくなるという特徴があり、再検討が必要とされる .50 (小塩, 2018) を上回っていることから許容される範囲内であると判断し研究を進めた。また、陸上競技観戦特有の項目に関する自由記述では、予備調査で得られた内容と同義の記述内容が得られたため、項目の追加はなかった。

6. 本調査

6-1. 調査対象および方法

2023 年 6 月 4 日に大阪市にあるヤンマースタジアム長居で開催された第 107 回日本陸上競技選手権

表 4 陸上競技観戦動機尺度の信頼性および妥当性

	M	SD	AVE	CR
競技・選手愛着 $\alpha=.83$.51	.81
陸上競技の熱狂的なファンである	3.65	1.01		
ほかの競技スポーツよりも、陸上競技を応援している	3.88	1.09		
私は選手のファンである	3.73	1.14		
陸上競技大会を追いかけることが好きである	3.22	1.14		
交流 $\alpha=.87$.56	.86
陸上競技大会を観戦するとき、ほかの観客やファンとの交流を楽しんでいる	2.63	1.05		
陸上競技観戦では、近くに座っている人たちと話をするのが好きだ	2.49	0.94		
私が陸上競技大会を観戦するのは、交流の機会があるからだ	2.55	1.05		
陸上競技観戦は、人と交流する良い機会である	3.30	1.06		
私が陸上競技大会を観戦するのは、友人と充実した時間を過ごすためである	2.89	1.13		
ドラマ性 $\alpha=.78$.68	.81
私は一方的な試合よりも競った試合展開を望む	3.85	0.98		
私は大差のつく試合よりも接戦の方が楽しい	3.95	0.89		
競技特性 $\alpha=.89$.57	.91
勝敗が分かりやすい	4.31	0.89		
ルールが分かりやすい	4.00	0.93		
選手個人の努力や技術が競技に反映されやすい	4.05	0.94		
個人の頑張っている姿をみることができる	4.22	0.80		
選手一人一人のパフォーマンスをみることができる	4.24	0.86		
1つの会場で複数の種目をみることができる	4.44	0.83		
0.01 秒や1cm という差を競っているところが魅力である	4.25	0.89		
複数の種目が開催されているため、飽きない	4.14	0.87		

大会の観戦者を対象とした。調査方法は、調査員が観戦席で調査趣旨を説明し質問紙を直接配布、回収する方法をとった。調査用紙は 390 部回収し、有効回答数は 245 部（有効回答数 62.8%）であった。調査項目は、個人的属性、本大会の観戦回数、学校部活動やクラブチームでの陸上競技経験（現在も含む）、観戦人数、予備調査によって確認された観戦動機尺度 4 因子 21 項目を設定した。

はじめに、確認的因子分析を行い、尺度の信頼性および妥当性の確認を行った。モデル適合度の基準は Hair et al. (2005) の、 χ^2/df ($2.00 \leq$ 基準値 ≤ 3.00)、GFI（基準値 $\geq .90$ ）、CFI（基準値 $\geq .90$ ）、RMSEA（基準値 $\leq .08$ ）を用いた。その後、観戦者の特性を明らかにするため、予備調査 2 で確認された陸上競技観戦動機尺度を用いて、性別（男性・女

性）と観戦回数（初観戦者・2 回以上観戦者）に基づく一元配置分散分析を実施し、セグメント間の比較を行った。調査項目は日本陸連の担当者と事前に内容を確認し、倫理的配慮について検討した。

6-2. 本調査の結果

6-2-1. 個人的属性

性別は男性 152 名 (62.0%)、女性 93 名 (38.0%)、年齢は、10 代 12 名 (4.9%)、20 代 26 名 (10.6%)、30 代 29 名 (11.8%)、40 代 65 名 (26.5%)、50 代 64 名 (26.1%)、60 代 37 名 (15.1%)、70 代 12 名 (4.9%) であった。陸上競技経験は、145 名 (59.2%) が経験者であった。本大会の観戦回数は、初観戦 120 名 (49.0%)、2～3 回 68 名 (27.8%)、4～9 回 46 名 (18.8%)、10 回以上 11 名 (4.5%) であった。

表5 因子間相関の平方と AVE

	1	2	3	4
1. 競技・選手愛着	.51	.52	.02	.20
2. 交流	.52	.56	.10	.14
3. ドラマ	.15	.10	.68	.57
4. 競技特性	.44	.14	.57	.56

†対角線から左下半分は相関係数、右上には相関係数の平方を表示し、対角線には各因子の AVE を示した。

6-2-2. 尺度の信頼性と妥当性

予備調査で得られた陸上競技観戦動機尺度の確認的因子分析を行った。その結果、モデル適合度は基準値を満たさない結果となったため、修正指標を参考に項目の削除を行った。「私が陸上大会を観戦する最大の理由は、一番好きな選手を応援したいからである」、「私は選手個人を応援している」の2項目を削除し、4因子19項目で再度分析した結果、 $\chi^2/df=2.54$ 、GFI=.87、CFI=.90、RMSEA=.08となりGFIのみ基準値を満たさない結果となった。しかし、その他の指標は基準値を満たしており、GFIも基準値である.90に近い値であることから許容範囲内と判断し分析を進めた。次に、構成概念の妥当性を検証するためAVEとCRを算出した。収束的妥当性を示すAVEは.51～.68とFornell and Larcker (1981)の基準値.50を上回った(表4)。因子間相関の平方とAVEを比較したところ、競技・選手愛着因子と交流因子間、ドラマ性と競技特性間において因子間相関の平方がAVEよりも高い値を示した(表5)。そのためAnderson and Gerbing(1988)の手法を用いて、因子間相関を1.00に制約したモデルと因子間相関を許容するモデルの χ^2 を比較した。その結果、因子間相関を許容するモデルの方が制約したモデルよりも統計的に優れていることが明らかとなった($\Delta\chi^2$ 競技・選手愛着および交流=185.45, $\Delta df=1$, $p<.001$; $\Delta\chi^2$ ドラマ性および競技特性=71.96, $\Delta df=1$, $p<.001$)。したがって、要因間に弁別的妥当性があることが示唆された。構成概念の信頼性を示すCRは.81～.91とBagozzi and Yi(1988)の基準値.70を上回った。 α 係数も.78～.89となり基準値を上回ったことから、尺度の信頼性と妥当性が確認された(表4)。

6-2-3. 観戦者のセグメンテーションによる比較

次に、性別と観戦回数(初観戦・2回以上)でセグメンテーションを行った(表6)。①男性・初観戦者は全体の24.9%で年代は40代・50代が多く、

職業は、自営業(13.1%)・学生(11.5%)の割合が高かった。陸上競技経験者は60.7%で、平均観戦人数は2.0人であった。②男性・2回以上は全体の37.1%と最も多いセグメントであった。平均年齢は52.0歳と最も高く、陸上競技経験者も64.8%と割合が高かった。また観戦人数は1人と回答した人が52.7%と半数以上であり、平均観戦人数も1.7人と最も少なかった。③女性・初観戦者は全体の24.1%で平均年齢が42.5歳と最も低く、他セグメントと比較すると10代(10.2%)の割合が最も高く、職業も、パート・アルバイト(16.9%)、学生(15.3%)、専業主婦(15.3%)の割合が高い傾向にあった。陸上競技経験者は45.8%と最も低く、平均観戦人数は2.6人と最も多かった。④女性・2回以上は全体の13.9%で最も割合が低いセグメントであった。平均年齢は48.0歳で、職業は③女性・初観戦者と同様に、パート・アルバイト(23.5%)、専業主婦(14.7%)の割合が高い傾向であった。陸上競技経験者は64.7%と「男性・2回以上」の次に高く、平均観戦人数は2.1人であった。

次に一元配置分散分析によって、観戦動機のセグメント間の比較を行った(表7)。競技・選手愛着、ドラマ性因子において、有意差が認められた。多重比較の結果、競技・選手愛着因子において、男性・2回以上(3.82)、女性・2回以上(3.88)が女性・初観戦(3.33)より有意に平均値が高かった。ドラマ性においては、男性・初観戦者(4.17)が女性・初観戦者(3.75)より有意に平均値が高い結果となった。効果量を示す η^2 は $\eta^2=0.01$ が小さく、 $\eta^2=0.06$ が中程度、 $\eta^2=0.14$ が大きいとされているため(Cohen, 1988)、「競技・選手愛着」の効果量が大きく、「ドラマ性」は中程度、それ以外の変数に関しては小さい結果となった。

7. 考察および結論

本研究の目的は、陸上競技の観戦動機尺度を作成

表 6 性別と観戦回数によるセグメンテーションの結果

	①男性・初観戦 n=61/245 (24.9%)	②男性・2回以上 n=91/245 (37.1%)	③女性・初観戦 n=59/245 (24.1%)	④女性・2回以上 n=34/245 (13.9%)
年代	平均年齢：43.6歳	平均年齢：52.0歳	平均年齢=42.5歳	平均年齢=48.0歳
10代	4 (6.6%)	1 (1.1%)	6 (10.2%)	1 (2.9%)
20代	10 (16.4%)	8 (8.8%)	5 (8.5%)	3 (8.8%)
30代	9 (14.8%)	8 (8.8%)	7 (11.9%)	5 (14.7%)
40代	16 (26.5%)	15 (16.5%)	24 (40.7%)	10 (29.4%)
50代	14 (23.0%)	28 (30.8%)	15 (25.4%)	7 (20.6%)
60代	6 (9.8%)	24 (26.4%)	1 (16.9%)	6 (17.6%)
70代	2 (3.3%)	7 (7.7%)	1 (1.7%)	2 (5.9%)
職業				
正社員・正職員	36 (59.0%)	53 (58.2%)	24 (40.7%)	15 (44.1%)
契約社員・派遣社員	1 (1.6%)	2 (2.2%)	5 (8.5%)	1 (2.9%)
自営業	8 (13.1%)	8 (8.8)	2 (3.4%)	1 (2.9%)
会社経営・経営者	2 (3.3%)	4 (4.4%)	0	1 (2.9%)
パート・アルバイト	3 (4.9%)	8 (8.8%)	10 (16.9%)	8 (23.5%)
学生	7 (11.5%)	3 (3.3%)	9 (15.3%)	1 (2.9%)
専業主婦(夫)	0	0	9 (15.3%)	5 (14.7%)
無職・その他	3 (4.9%)	13 (14.3%)	0	2 (5.9%)
無回答	1 (1.6%)	0	0	0
陸上経験者	37 (60.7%)	59 (64.8%)	27 (45.8%)	22 (64.7%)
観戦人数	平均人数：2.0人	平均人数：1.7人	平均人数：2.6人	平均人数：2.1人
1人	20 (32.8%)	48 (52.7%)	9 (15.3%)	6 (17.6%)
2人	27 (44.3%)	32 (35.2%)	27 (45.8%)	23 (67.6%)
3～5人	14 (23.0%)	10 (11.0%)	20 (33.9%)	4 (11.8%)
6人以上	0	1 (1.1%)	3 (5.1%)	1 (2.9%)

表 7 陸上競技観戦動機の一元配置分析と多重比較の結果

	①男性初観戦 n=61		②男性2回以上 n=91		③女性初観戦 n=59		④女性2回以上 n=34		F値	多重比較	η^2
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			
競技・選手愛着	3.51	0.87	3.82	0.85	3.33	0.92	3.88	0.76	5.11**	②>③**、④>③**	.600
交流	2.75	0.80	2.76	0.91	2.66	0.82	2.82	0.74	0.33	n.s.	.004
ドラマ性	4.17	0.73	3.90	0.94	3.75	0.83	3.78	0.75	3.01*	①>③*	.036
競技特性	4.15	0.67	4.24	0.65	4.20	0.65	4.18	0.70	0.21	n.s.	.003

p<.05* p<.01**

し、性別と観戦回数を用いたセグメンテーションを行い、セグメント間の比較を通じて観戦者の特性を明らかにすることであった。陸上競技観戦動機は、「競技・選手愛着」、「交流」、「ドラマ性」、「競技特性」の4因子が確認された。チームスポーツを対象にした研究 (Funk et al., 2001, 2002, 2004; Mahony et al., 2002; 仲澤ほか, 2014; 高田ほか, 2008) では、競技愛着と選手愛着はそれぞれ因子として抽出されているが本研究では一つの因子として収束した。陸上競技は個々の選手が競い合うため、出場選手自体が競技全体の魅力を引き出す大きな役割を果たしている。そのため、選手の個別的なパフォーマンスと競技全体の魅力が強く結びついていることが考えられる。競技特性因子は陸上競技観戦特有の因子であり、陸上競技観戦のプロダクトとしての特徴と捉えることができる。一方で、日本陸連が取り組みを強化しているエンターテインメント性に関わる因子は抽出されなかった。近年の大会では、決勝種目における選手紹介や大型ビジョンの活用など、場内演出に注力しているが、陸上競技は複数の種目が同時に実施されるため、観戦者の注目を集めることが難しいという課題がある。JリーグやBリーグはハーフタイムにショーや観戦者参加型のイベントなどを実施しているが、陸上競技は選手の競技以外に観戦者が楽しめる機会が十分に提供されていないことが考えられる。そのため、あらかじめスケジュールにショーやイベントを開催する時間を設定することが必要である。時間の確保が難しい場合には、会場内限定でスマートフォンを使用し、優勝記録を予想する企画の実施を提案する。観戦者の興味を競技に集めることは、観戦意欲を高め、エンターテインメント性を強化することが期待できる。

次に、陸上競技観戦者の特性は陸上競技経験者が多い結果となった。菅原 (2019) は、プロ・実業団スポーツリーグを対象に学齢期 (小学～大学) のスポーツの実施経験は成人期 (23歳～58歳) における当該スポーツの直接観戦に有意な相関があることを明らかにしている。このことからチームスポーツに限らず、個人種目であってもその影響が本研究でも示唆された。本研究の対象とした大会では、小学生の部を同日開催していた。対象となった大会以外においても、トップ選手以外のレース (小・中・高校生の部など) を同日開催している大会は多くある。日本陸連や大会主催者は今後もこのような取り組みを続けることは競技者育成の観点からも必要である。

セグメント間における観戦動機の比較結果では、

まず女性・初観戦者は競技・選手愛着因子の平均値が男性・女性2回以上の観戦者と比較し有意に低く、ドラマ性因子も平均値は低いことが示された。調査実施日の最初のプログラムに小学生の100mが開催されていたことからこのセグメントには小学生の保護者や家族、知り合いが出場しているといった選手と近い関係にある人が含まれている可能性がある。さらに平均観戦人数が最も多いことから、誰かに誘われたから観戦に来たといった外的要因によって観戦行動をとっている人が多いことが想定され、競技や選手に対してロイヤルティが低い傾向にあると考えられる。また、陸上競技経験者も少ないことから、競技に関する知識が乏しいことも想定される。このセグメントには、選手のプロフィールやこれまでの成績、各種目のルールなど、初めての観戦者が競技の見所を把握できるような情報を提供することが、観戦を楽しめるきっかけになると考える。次に、ドラマ性において男性・初観戦者と女性・初観戦者の間で有意差が認められた。また、男性・初観戦者は4つのセグメント間で最も高い平均値を示した。このことは、男性・初観戦者が競技のドラマ性に対して特に敏感であることを示唆している。大会主催者にとって、レース展開をコントロールすることは不可能であるが、競技力向上と選手層の厚みを増すことによって、不確実性が高く、接戦を繰り広げられることが期待できる。日本陸連は2014年度から、国際大会での活躍が期待される次世代の競技者を育成する「ダイヤモンドアスリート制度」を導入している。2024年のパリオリンピックでは、この制度の修了生である女子やり投げ選手がフィールド種目初のメダルを獲得した。このように世界で活躍できる選手を育成することは、日本陸上界の競技力の底上げだけでなく、観戦の楽しさを高めることに繋がると考える。

8. 研究の限界と今後の展望

本研究は、観戦者の特性をセグメントごとに比較することで明らかにしたが、各セグメントのサンプル数には課題が残る。セグメントの特徴をより詳細に把握するために、調査方法の再検討が必要である。調査対象とした大会では、小学生のレースが同日開催されたため、観戦者の中に選手の親族が含まれている可能性が示唆された。親族であるかどうかという点は、観戦動機に影響を与えることが考えられるため、選手との関係性に関する質問項目の設定が今後の課題として挙げられる。さらに、陸上大会は、

走る・跳ぶ・投げるといった複数の種目が同時に行われるという特徴がある。陸上競技観戦者の関心は単一種目に限らず、複数の種目にわたる可能性が高く、観戦動機も応援している種目によって異なる可能性がある。特に GP シリーズでは、大会によって種目を限定（短距離種目のみ、長距離種目のみ等）して開催されることがある。このため、今後は大会ごとの比較を行うことで、各大会の特性に基づいた観戦者増加のためのマーケティング戦略の策定に貢献できると考える。

本研究では、陸上競技観戦動機尺度を作成し、観戦者の特性を踏まえた観戦者獲得のためのマーケティング戦略を提案した。新規観戦者や継続的な観戦者の増加は、スポーツ組織にとって重要な収入源の確保に繋がる。安定したチケット収入が得られることで、スポンサー収入やグッズ収入の増加が期待され、得られた利益を選手強化費や競技の普及活動に活用することが可能になる。今後も陸上競技の観戦者研究を進めることは、アスレティックファミリーやファンの拡大に不可欠であると考ええる。

付記

本研究は、日本スポーツマネジメント学会の「日本スポーツマネジメント学会 2022 年度研究助成」を受けて実施しました。

引用文献

- Anderson, J.C. and Gerbing, D.W. (1988) Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103:411-423.
- Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1988) On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16: 74-94.
- Cohen, J. (1988) *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981) Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1): 39-50.
- 藤本淳也・原田宗彦 (2001) 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：特に観戦意図に注目して．大阪体育大学紀要，32：1-11.
- Funk, D. C. and James, J. (2001) The psychological continuum model: A conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport. *Sport management review*, 4(2): 119-150.
- Funk, D. C., Mahony, D. F. and Ridinger, L. L. (2002) Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the sports interest inventory (SII) to explain level of spectator support. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1) : 33-43.
- Funk, D. C., Ridinger, L. L. and Moorman, A. M. (2004) Exploring origins of involvement: Understanding the relationship between consumer motives and involvement with professional sport teams. *Leisure Sciences*, 26(1): 35-61.
- Funk, D. C., Filo, K., Beaton, A. A. and Pritchard, M. (2009) Measuring the motives of sport event attendance: Bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 18(3): 126-138.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R. E. and Tatha (2005) *Multivariate data analysis* (5th ed). Upper saddle River.
- 井上尊寛・竹内洋輔 (2013) フィギュアスケート観戦者における観戦動機に関する研究．法政大学スポーツ健康学研究，4：11-17.
- Madrigal, R. (2006) Measuring the multidimensional nature of sporting event performance consumption. *Journal of Leisure Research*, 38(3): 267-292.
- Madrigal, R. and Howard, D.R. (1995, Jane) The development of the FANDIM scale and its potential application to understanding sport spectators. Paper presented at the meeting of the North American Society for Sport Management, Athens, GA, USA.
- 仲澤眞・吉田政幸・岩村聡 (2014) 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，6(1) : 17-35.
- Mahony, D. F., Nakazawa, M., Funk, D. C., James, J. D. and Gladden, J. M. (2002) Motivational factors influencing the

- behaviour of J. League spectators. Sport Management Review, 5(1): 1-24.
- 村上宣寛 (2006) 心理尺度のつくり方. 北大路書房.
- 日本陸上競技連盟 (2017) JAAF VISION 2017, <https://www.jaaf.or.jp/pdf/about/jaaf-vision-2017.pdf> (参照日 2024 年 7 月 17 日)
- 日本陸上競技連盟 (2023) <https://www.jaaf.or.jp/news/article/19291/?category=2> (参照日 2024 年 7 月 17 日)
- 日本陸上競技連盟 (online) 日本シリーズについて, <https://www.jaaf.or.jp/gp-series/2023/outline/> (参照日 2024 年 7 月 17 日)
- Nunnally, J. C., Bernstein, I. H. and Berge, J. M. T. (1994). Psychometric Theory (Vol. 3) McGraw-Hill.
- 小塩真司 (2018) SPSS と AMOS による心理・調査データ解析: 因子分析・共分散構造分析まで. 東京図書.
- 齋藤れい・原田宗彦・広瀬盛一 (2010) スポーツ観戦における経験価値尺度開発および J リーグ観戦者の分類. スポーツマネジメント研究, 2(1): 3-17.
- Sloan, L. R. (1989) The motives of sports fans. In J. H. Goldstein (Ed.), Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints (2nd ed.): 175-240.
- Sloan, L. R., Bates, S., Davis, W. and Schwieger, P. K. (1987) Are sports' appeal and sports' consequences derived from the same fan motives? Support for the achievement seeking needs. In meeting of the Midwestern Psychological Association, Chicago, IL.
- Snelgrove, R., Taks, M., Chalip, L. and Green, B. C. (2008) How visitors and locals at a sport event differ in motives and identity. Journal of Sport & Tourism, 13(3): 165-180.
- 菅原尚子 (2019) 学齢期のスポーツ参画経験と成人期以降の直接観戦行動の関係: スポーツ観戦経験と対象種目の実施経験間の持ち越し効果の比較. スポーツ科学研究, 16: 62-78.
- Trail, G. T. and James, J. D. (2001) The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. Journal of Sport behavior, 24(1): 108-127.
- 高田一慶・原田宗彦・備前嘉文 (2008) わが国の球技系トップリーグ観戦者に関する研究: クラスター分析を用いた観戦者の分類. スポーツ産業学研究, 18(1): 25-42.
- Wann, D. L. (1995) Preliminary validation of the sport fan motivation scale. Journal of Sport and Social Issues, 19(4): 377-396.
- 和田由佳子・松岡宏高・藤本淳也 (2022) 性別とファンのタイプによるスタジアム来場者のセグメンテーション: ジャパンラグビートップリーグに着目して. スポーツマネジメント研究, 14(2): 3-17.
- Won, J. U. and Kitamura, K. (2006) Motivational factors affecting sports consumption behavior of K-league and J-league spectators. International Journal of sport and Health Science, 4: 233-251.