

## 直接観戦者と間接観戦者の観戦動機の比較 —女子バスケットボールリーグに着目して—

学籍番号 4123025

氏名 谷本 紗菜

### 【目的】

本研究の目的は、女子スポーツにおける直接観戦者と間接観戦者の観戦動機を比較することである。具体的には、日本の女子バスケットボールのトップリーグ(Wリーグ)に着目し、RQ1)直接観戦者と間接観戦者の観戦動機がどのように異なるのか、RQ2)観戦形態と性別によって観戦動機が異なるのか、という2つのRQを検証することである。

### 【方法】

本研究は、Wリーグのプレーオフ・ファイナルの観戦者を対象に、直接観戦者と間接観戦者の両方にアンケート調査を実施した。有効回答数は634件であった。調査項目は、主に個人的属性と高田ほか(2008)の観戦動機尺度で構成されている。分析方法としては、本研究ではRQ1の検証のため、観戦形態(直接観戦・間接観戦)を独立変数に、各観戦動機を従属変数とした対応のないt検定を行った。RQ2の検証のために、観戦形態と性別の2要因を独立変数に、各観戦動機を従属変数としたMANOVAを行った。

### 【結果】

対応のないt検定の結果、「エンターテインメント」「環境」「社交」「地域愛着」「家族」「企業」において、直接観戦者の方が間接観戦者より有意に高い得点を示した。一方で、「興奮」「達成」「競技」において、間接観戦者の方が直接観戦者より有意に高い得点を示した。

また、MANOVAの結果、従属変数全体では、観戦形態と性別の主効果は有意だったが、観戦形態の交互作用は有意ではなかった。しかし、「家族」において効果量( $\eta^2_p = 0.03$ )がわずかながら有意な交互作用が確認された。

### 【結論】

本研究は、Wリーグの間接観戦者の観戦動機の特徴を直接観戦者の観戦動機と比較しながら明らかにした。直接観戦者と間接観戦者の観戦動機のパターンが異なることを踏まえると、Wリーグを含む女子スポーツのマーケティングにおいて、それぞれの観戦形態に特化したクオリティの高いサービスを展開することが求められる。

## **Comparison of spectator motivations between direct and indirect spectators: a study of the women's basketball league**

Student ID Number: 4123025

Name: TANIMOTO, Sana

### **[Purpose]**

The purpose of this study was to compare spectator motivations between direct and indirect spectators of women's sports. This study specifically focused on Japan's premier women's basketball league, the Women's Japan Basketball League (W-League), using the following two research questions (RQs):

RQ1: How the motivations of direct and indirect spectators differ?

RQ2: Do the motivations of spectators differ by spectator type and sex?

### **[Methods]**

The study was conducted by administering a questionnaire survey to both direct and indirect spectators of the W-League playoff finals. There were 634 valid responses. The survey items primarily consisted of personal attributes and a spectator motivation scale developed by Takata et al. (2008). To verify RQ1, the study used an unpaired t-test with the spectator type (direct or indirect spectator) as the independent variable and each spectator motivation as the dependent variable. To verify RQ2, a MANOVA was conducted with the two factors of spectator type and sex as independent variables and each viewing motivation as the dependent variable.

### **[Results]**

The results of the unpaired t-test demonstrated that direct spectators scored significantly higher than indirect spectators for the following motivations: "entertainment," "environment," "socializing," "community attachment," "family," "business." Meanwhile, indirect spectators scored significantly higher than direct spectators for the motivations "excitement," "achievement," and "competition."

Moreover, the MANOVA results indicated that the main effects of spectator type and sex were significant for all dependent variables; however, the interaction of spectator type was not significant. A significant interaction was confirmed for "family," although with a small effect size ( $\eta^2_p = 0.03$ ).

### **[Conclusion]**

This study clarified the characteristics of the motivations of indirect spectators of the W-League by comparing their motivations with those of direct spectators. Considering the different patterns of spectator motivation between direct and indirect spectators, effective marketing of women's sports, including the W-League, requires the development of high-quality services tailored to each spectator type.