

大学サッカーにおける試合観戦動機 －応援活動との関係に着目して－

スポーツマーケティングゼミナール 1313004 池野 博章

1. 研究動機・研究目的

日本における大学サッカー観客動員数は、プロサッカーの J リーグはもとより、同じアマチュアである高校サッカーに比べても少ない。大学サッカーが直面している問題は、リーグ戦における集客である。2015 年度の大学サッカーの 1 試合あたりの観客動員数の平均は 412 人であり、J リーグは 17,803 人である。大学サッカーの観戦者数は J リーグ観戦者数の約 43 分の 1 の数字となっている。

プロサッカーリーグである J リーグの観戦者にみられる特徴の一つは、サポーターといわれる熱狂的なファンが行う応援活動である。J リーグの観戦動機として多かったのは、「サッカー観戦が好きだから」「好きなクラブの応援に」であり、応援活動が J リーグクラブサポーターの主な観戦動機となっていることが分かる。このことから、大学サッカーの観戦者増加に対して「応援活動」が何らかの影響を与えることが推察される。大学サッカーの観戦者数を増加させるために、現在大学サッカーを観戦している人がどのようなことに期待し、動機としているのかなどの観戦者の心理や行動を理解する必要がある(松岡, 2011)。本研究では、関東大学サッカーリーグ戦の観戦者を対象に、大学サッカーの試合観戦意図について調査し、試合観戦に対する意識と応援活動の観戦動機との関係について明らかにすることを目的とした。

2. 研究方法

本研究は、2 か所で調査を行った。まず、2016 年 11 月 19 日(土)に栃木市総合運動公園陸上競技場で行われた平成 28 年度 第 49 回関東大学サッカー大会、第一試合の日本大学対産業能率大学(10:00 キックオフ)、第二試合の東京経済大学対立正大学(13:00 キックオフ)の試合観戦者を対象に質問紙調査を行った。調査時間は入場開始時刻の 9:00 から 10:00、第一試合のハーフタイム(15 分間)、第一試合終了から第二試合開始の 13:00、第二試合のハーフタイム(15 分間)とした。調査員は(一財)関東大学サッカー連盟の学生幹事 3 名で調査した。調査への協力を賛同した観戦者に対して質問紙を競技場内で直接配布し、その場で回収する直接面接調査法を用いた。11 月 19 日の栃木市総合運動公園陸上競技場では 55 部配布し、回収率は 100%、有効回答数は 94.5%(n=52)であった。次に、2016 年 11 月 5 日(土)に開催された JR 東日本カップ 2016 第 90 回関東大学サッカーリーグ戦【後期】第 21 節順天堂大学対流通経済大学の観戦に訪れた人を対象に 2016 年 11 月 22 日(火)から 24 日(木)の期間で質問紙を直接配布し、その場で回収する直接面接調査法を用いた。78 部配布し、回収率は 100%、有効回答数は 100%(n=78)であった。すべての項目について単純集計をし、全体の把握をした。分析においては統計パッケージである IBM SPSS Statistics 19 を用いて分析を行った。

3. 主な結果と考察

個人的属性について示したものである。全体のものと性別に示した。年代については、「20代」が最も多く 56.8%(n=74)。現在の職業については、「大学生」が最も多かった。過去1年間の大学サッカーの試合観戦回数は、「1回～10回未満」が46.9%(n=61)と大学サッカーの観戦回数が10回に満たない観戦者が多くいることが分かった。応援しているチームとの関係は「現サッカー部員」が57.7%(n=75)、「特になし」が15.4%(n=20)、「現サッカー部員の家族」が9.2%(n=12)の順であった。

大学サッカーの観戦動機として「競技から感じられるワクワク・ドキドキ感を楽しんでいる」、「サッカーの試合がとても刺激的であると思う」、「競技が作り出す興奮を楽しんでいる」、「応援する選手が勝った時、自分の勝利のように感じる」、「応援する選手が勝った時、達成感を感じる」、「応援する選手の勝利を、自分自身の勝利のように感じる」、大学サッカーを観戦することは日常からの息抜きを与えてくれる」、「大学サッカーを観戦すると生活のストレスから解放される」、「大学サッカーを観戦することは日常生活からの気晴らしになる」については、男性と女性に有意な差が認められた。これらの9つの項目において、女性のほうが強く感じる結果となった。

応援活動に関する参加動機については応援しているチームとの関係別に平均値を比較した。「ボランティア」「自己成長」の因子については「現サッカー部員」が他に比べて平均値が高く、応援活動への貢献や自分自身の成長という動機のもと、応援活動をしている傾向があることが分かった。「技術習得・発揮」の因子については全ての関係のサンプルにおいて平均値が低く、大学サッカーの応援参加動機を通して技術を習得できる、自分の技術を発揮するという動機にあまり当てはまらない傾向にある。「参加者交流支援」の因子については平均値が高く、応援活動の参加動機に当てはまる傾向にあると言える。

4. 結論

大学サッカー観戦者が大学サッカーを観戦する動機としては、大学サッカーの競技そのものから興奮を得られること、応援しているチームの勝利を自分のことのように思えるということが主な動機となっている。応援活動については、「サッカー部員」は応援活動が選手の支えとなると考え、参加する傾向にあるが、その他に関しては応援活動への参加に対する意欲や、チームの支えとなっているなどの意識はないことがわかった。大学サッカー観戦における応援活動で、大学サッカー部員ではない観客に観戦への動機づけをすることは困難であり、サッカー部のOB・OGを大学卒業後も応援活動に参加してもらうことは困難である。Jリーグのように職業や所属に関係なく、1つのチームを応援することを娯楽と感じることの希薄が観戦者の増加と応援活動への参加へ結びつかない要因といえる。

5. 卒業論文の執筆を終えて

本論文の作成にあたり、格別のご指導を賜りました工藤先生に深く感謝申し上げます。卒業論文の調査を行うにあたり、計画的かつより多くの方を対象に行うことでより良い論文にできたかと思えます。自分に関わってきた大学サッカーに関する論文を書くことができたことを大変嬉しく思います。ご協力いただいた方、スポーツマーケティングゼミナールの仲間へ心より御礼申し上げます。