

〔研究資料〕

プロバスケットボール観戦に対する阻害要因及び 促進要因の質的研究：広島県内の大学生を対象として

中 原 歩 未 *
小 川 茜 ** ***
来 間 千 晶 ***
関 矢 寛 史 ***

Qualitative research on barriers and facilitators of watching behaviors at
Japanese professional basketball games: The case of university students
in Hiroshima Prefecture

Ayumi NAKAHARA

(School of Integrated Arts and Science, Hiroshima University)

Akane OGAWA

(Department of Health and Sports Communication, Nishi-nippon Junior College)

Chiaki RAIMA

(Graduate School of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University)

Hiroshi SEKIYA

(Graduate School of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University)

Abstract

The purpose of this study was to qualitatively investigate barriers and facilitators of watching behaviors at Japanese professional basketball games, in the case of university students in Hiroshima. Sixteen students (male=7, female=9; aged 20.81 ± 1.47), who were chosen through theoretical sampling based on Prochaska et al. (1992), participated in a semi-structured interview. The verbal protocols of barriers and facilitators of watching behaviors were separately analyzed using KJ methods. Qualitative analyses extracted 8 barriers and 7 facilitators. Regarding the barriers, the participants felt that the Japanese professional basketball games were unattractive compared to games of the high school, NBA, and other sporting games. Moreover, they were dissatisfied with the low-profile Japanese basketball league and Japanese basketball organization. Regarding the facilitators, for example, the participants had a positive image of the choreographed games, positive evaluations of costs and access to competition site, interest in players and coaches, and an ease of access to information.

* 広島大学総合科学部

** 西日本短期大学健康スポーツコミュニケーション学科

*** 広島大学大学院総合科学研究科

I はじめに

バスケットボールは広く親しまれているスポーツだが、競技人口の多さに比べプロバスケットボールにおける観戦者数は少ない。原田（2008）によると、安定したプロスポーツチームの運営のためには、継続的に会場に足を運ぶ多数の観戦者の獲得は不可欠である。

集客には、まず観戦者に対する理解が必要である。サッカーリーグを対象とした調査では、選手愛着、地域愛着、娯楽、ドラマ、逃避、技術、社会的交流、家族、達成という9つの観戦動機が示されている（Won & Kitamura, 2006）。また広島東洋カープの観戦者を対象に調査を行った鎌田ほか（2014）は、観戦回数の多い観戦者は、チーム愛着、広島愛着、選手応援といった要因により強く動機づけられていることを明らかにした。

これらの先行研究は、試合会場に会場した観戦者を対象としていたが、観戦者数の増加を狙う上では試合会場での観戦経験がない、もしくは極めて少ない人を観戦に導くことも重要である（藤本・原田, 2001）。霧島・木村（2012）は、地域テニスクラブの参加者を対象に国内の2大プロテニストーナメントに対する観戦阻害要因を調査し、時間、距離、情報不足、同伴者不足、注目選手不在、コスト、配偶者の存在、子どもの存在、TV中継、興味・関心の欠落という10の要因を明らかにした。また飯島（2011）はサッカーやバスケットボールなどの球技系トップリーグを対象に、観戦者及び非観戦者の観戦行動阻害要因と促進要因を調査した。その結果、無関心、物理的環境、社会的支援の欠如、金銭的価値、時間の管理という5つの阻害要因と、気晴らし、ムード、交流、ファン、ライブ効果という5つの促進要因が明らかになった。しかし、飯島の調査はバスケットボールのみを対象とした研究ではなく、また国内のバスケットボールを対象とした研究（石澤・永谷, 2010；二宮, 2011；澤井, 2014；元, 2014）では非観戦者は対象とされていない。種目やリーグによって観戦者の特性は異なるため（原田, 2008）、バスケット

ボールの観戦者数を増やすためには、バスケットボール観戦のみを対象として、観戦者及び非観戦者の観戦に対する阻害要因及び促進要因を調べることが重要と考えられる。

なお、日本社会全体の高齢化も影響してスポーツにおける観戦者の平均年齢は上昇傾向にあり（日本社会人アメリカンフットボール協会, 2014）、バスケットボール観戦者においても若年層の割合が少ない傾向にある（高橋・草野, 2014；元, 2014）。したがって、新規ファンの獲得ひいては将来のコアファンの形成を狙うためには、現在あまり観戦に行かないとされる若年層における観戦行動の理解を深めることが必要と考えられる。

以上より本研究の目的は、大学生を対象にバスケットボールの国内トップリーグの試合観戦における阻害要因及び促進要因を調べることとした。なお調査対象者は、継続して試合観戦に行っている人から観戦に行ったことがない人まで、幅広くサンプリングすることが望ましいと考えられた。そのため本研究では、予備調査として Prochaska et al. (1992) の提唱する行動変容ステージを用いて質問紙調査を行い、調査対象者の理論的サンプリングを行った。行動変容ステージとは習慣的行動の変容過程を説明するトランスセオレティカルモデル（Prochaska et al., 1992）の中心的構成要素であり、過去及び現在における実際の行動とその行動に対する準備性により、対象者を無関心期、関心期、準備期、実行期、維持期の5段階に分けることが出来る（上地, 2008）。この尺度を観戦行動に応用することで、実際の行動としての観戦頻度だけでなく、観戦行動に対する意図によっても観戦者及び非観戦者の分類が可能となる。

II 方法

1. 調査対象者

(1) 予備調査

広島県内の大学に通う学生 434 名（男子 255 名、女子 179 名； 19.50 ± 1.33 歳）を対象に、2015 年

表 1. 行動変容ステージの定義

	Prochaska et al. (1992) による行動変容ステージの定義	本研究における観戦行動変容ステージの定義
無関心期	半年以内に行動変容に向けた行動を起こす意思がない。	昨シーズンバスケットボール観戦をしなかった。また今シーズンも観戦するつもりはない。
関心期	半年以内に行動変容に向けた行動を起こす意思がある。	昨シーズンバスケットボール観戦をしなかった。しかし今シーズンは半年以内には観戦しようと思っている。
準備期	1か月以内に行動変容に向けた行動を起こす意思がある。	昨シーズンバスケットボール観戦をしなかった。しかし今シーズンは1か月以内には観戦しようと思っている、またはすでに観戦した。
実行期	行動変容を起こしているが、その継続が半年未満。	昨シーズンバスケットボール観戦をした。しかし定期的な(2か月に1回以上)観戦ではない。
維持期	行動変容の継続が半年以上。	昨シーズン定期的に(2か月に1回以上)バスケットボール観戦をしていた。

10月～2015年12月に質問紙調査を実施した。行動変容ステージ(Prochaska et al., 1992)を基に作成した観戦行動における5つの定義を呈示し(表1)、プロバスケットボール観戦について最も当てはまるものを1つ選択させた。質問紙は調査対象者に直接配布し、その場で回答させた。

なおプロバスケットボール観戦の対象は、ナショナルバスケットボールリーグ(以下NBL; 2部リーグであるナショナルバスケットボールデベロップメントリーグを含む)、バスケットボール女子日本リーグ、ターキッシュエアラインズbjリーグ(以下bjリーグ)の試合とした。これら3つを以下トップリーグと表記する。調査時期がトップリーグのシーズン開始直後であったため、継続的な観戦行動としては2014-15シーズン(2014年10月～2015年5月)及び2015-16シーズンが始まるまでの期間(2015年5月～2015年9月)のものとし、その期間における行動・意思を尋ねた。2014-15シーズンは観戦に行かなかったが2015-16シーズンは既に観戦に行った場合については、1ヵ月以内に行動を起こす意思があったと解釈して、準備期に分類した。

(2) 本調査

調査対象者は予備調査により抽出された16名(男子7名、女子9名; 20.81 ± 1.47歳)とし(表2)、2015年11月～2015年12月に調査を行った。

2. データ収集

第1著者と調査対象者の2名で半構造化面接を行った。半構造化面接とは、あらかじめ決めた基

表 2. 調査対象者の内訳

調査対象者	観戦行動変容ステージ	性別	バスケットボール観戦回数(昨シーズン / 今シーズン)
1	無関心期	男	なし
2	無関心期	女	なし
3	無関心期	女	なし
4	無関心期	女	なし
5	関心期	女	なし
6	関心期	男	なし
7	準備期	男	今シーズン1回
8	準備期	男	今シーズン1回
9	準備期	男	今シーズン1回
10	実行期	女	昨シーズン1回
11	実行期	男	昨シーズン1回 / 今シーズン1回
12	実行期	女	昨シーズン1回 / 今シーズン1回
13	実行期	女	昨シーズン1回
14	実行期	女	昨シーズン2回 / 今シーズン1回
15	維持期	男	昨シーズン3回 / 今シーズン1回
16	維持期	女	昨シーズン7回

幹質問項目に沿って面接を進める中で、調査対象者の回答に応じてさらに掘り下げた質問をすることができる面接方法であることから、探索的にバスケットボール観戦の阻害及び促進要因を調べるという本研究のデータ収集方法として適切だと判断した。面接の開始前に本研究の目的及び調査内容の説明を行い、また、調査対象者と約10分間の会話を行うことでラポールの形成に努めた。基幹質問項目として、バスケットボール観戦に行くことを阻害する要因、バスケットボール観戦に行くことを促進する要因、及びバスケットボール観戦に行った感想(無関心期、関心期を除く)の3つを設定し、調査対象者の発言内容に応じて、基幹質問項目の他にも柔軟に質問をした。面接内容は調査対象者の承諾を得た上で、ボイスレコーダー(SONY社製、ICD-UX533F)に録音した。録音した発言データを第1著者がトランスクリプト化し、以後の分析に用いた。面接時間は約20

～40分であり、調査前にすべての調査対象者からインフォームド・コンセントを得た。

3. データ分析

本研究ではデータ分析に質的手法を採用した。質的手法の特徴は、あらかじめ決められた変数を使わずにデータを帰納的に扱うことで、新しく予期していなかった意味や経験のカテゴリーを生み出せることである（ウィリッグ, 2003）。面接法を用いて収集したデータを質的手法により分析することで、バスケットボール観戦の阻害・促進要因を探索的に調べることができると考えられる。具体的には、面接調査で得られた発話データを基にKJ法（川喜多, 1986）を用いてラベル作りとグループ編成を行った。まずラベル作りの段階では、トランスクリプト化された発話データの中から、バスケットボール観戦に対する阻害及び促進要因に関係があると考えられるデータを意味単位として抽出した。

次にグループ編成の段階では、互いに類似していると考えられる意味単位をまとめていき、その内容を過不足なく表現できる名称をつけてサブカテゴリーとした。そして、サブカテゴリーをそれぞれの類似性に着目しながら同様の手順でまとめ、カテゴリーを編成した後、各カテゴリーを促進要因と阻害要因に分類した。本稿では、カテゴリーをダブルクォーテーションマーク（“ ”）、サブカテゴリーをクォーテーションマーク（‘ ’）、調査対象者の発言内容を二重鍵括弧（『 』）で囲み示す。

また、各段階において第1著者を含めてのトライアンギュレーションを行った。トライアンギュレーションとは、分析過程において、複数の研究者などで1つの研究データの類似性や相違点を議論して結論を導く手法であり、データの信頼性を向上させるための手法としてLincoln and Guba (1985)により提案されて以降、多くの質的研究で用いられている（例えば村山ほか, 2009）。本研究では、筆頭研究者として質的研究の経験があり、かつ共同研究者としても複数の質的研究に参

画した経験を持つスポーツ心理学専攻の大学院生2名が参加した。

Ⅲ 結果

まず、123頁（40字×42行）、92,167字にわたるトランスクリプトデータの中から、336の意味単位、73のサブカテゴリー、15のカテゴリーを抽出した。なお、1つの意味単位の中に複数の意味内容が含まれている場合には、重複してカテゴリーに分類した。そのうち阻害要因に分類されたカテゴリーは8つ、促進要因に分類されたカテゴリーは7つであった。以下、阻害要因と促進要因に分けて結果を示す。

1. 阻害要因

グループ編成の結果、8つの阻害要因が抽出された。カテゴリー及びサブカテゴリーを表3に示す。なお表3では、意味単位の記載は省略した。以下、各カテゴリーの内容について記述する。

表3. 観戦行動の阻害要因

カテゴリー	サブカテゴリー
魅力に欠ける 雰囲気や演出	応援の仕方が確立しておらず、どのように観ればよいかわからなかった
	音楽による演出が過剰だった
	飲食やグッズといった試合以外の楽しみが少ない
	選手とファンとの交流の時間が少ない
他団体に比べて 魅力に欠ける 試合内容	NBAよりも試合会場の規模や観客の作り出す雰囲気が高い
	NBAは観客に楽しんでもらうための企画を行っているが、トップリーグにはない
	観客が少ない
	トップリーグよりNBAに興味がある
魅力ある選手 の不在	NBA選手のプレーが巧み
	NBAと比べてトップリーグの選手の競技レベルが低い
	高校生の試合の方が観ていて楽しい
	トップリーグと高校生の試合内容の違いを感じない
知名度の低さ	観たい選手がいらない
	観たい選手が観れず期待外れだった
組織への不満	外国人選手中心の試合展開になっていたため、日本人選手にもっと頑張ってもらいたい
	県内のバスケットボールチームについてよく知らない
	トップリーグの選手の知名度が低い
	トップリーグの知名度が低い
観戦の優先順位 の低さ	日本はナショナルチームが強いので国内であり注目されない
	日本のバスケットボールの体質的な問題改善が必要
	県内のバスケットボールチームの存続問題が不安
	地元でチームを盛り上げべき
周囲やメディア からの情報の 入手のしにくさ	スポーツ観戦への興味が低い
	バスケットボール観戦への興味が低い
	バスケットボール観戦にかかるお金が多い
	バスケットボール観戦の優先順位が低い
費用やアクセス への否定的評価	インターネットで観ることができるため会場に行かなくてもいい
	人に誘われる機会がなかった
	一緒に観戦に行く人が少ない
	試合に関する情報が入ってこない
費用やアクセス への否定的評価	メディアへの露出が少ない
	NBAと比べて日本のリーグはインターネット動画で試合の情報を手に入れない
	テレビでは放送でしか試合を放送していないが、視聴料がかかるため観ない
	バスケットボールに興味のある人が周囲にいない
費用やアクセス への否定的評価	トップリーグに興味のある人が周囲にいない
	無料チケットをもらえるなら観戦に行く
	試合会場への交通手段が限られている
	試合会場への距離が遠く、観戦に行くのを躊躇する
費用やアクセス への否定的評価	自分の住んでいる地域の外まで観戦に行こうとは思わない

(1) “魅力に欠ける雰囲気や演出”

このカテゴリーは、‘音楽による演出が過剰だった’、‘飲食やグッズといった試合以外の楽しみが少ない’、など7つのサブカテゴリーから構成された。例えば『プロ野球の試合会場では飲食店やショップといった観戦以外の楽しみがあるが、バスケットボールの場合はショップがあまり栄えていない印象 (10. 実行期)』というように、プロ野球やプロサッカー、アメリカのNBAの飲食店やグッズなどと比較することで、日本のバスケットボールの劣っている部分を感じる調査対象者がいた。‘音楽による演出が過剰だった’については、『コート上での選手の声やバスケットボールシューズの音なども聞いてみたかったが、音楽であまり聞こえなかった (11. 実行期)』という報告があった。また‘選手とファンとの交流の時間が少ない’と感じていた調査対象者もいた。

(2) “他団体に比べて魅力に欠ける試合内容”

‘トップリーグよりNBAに興味がある’といったNBAと比較するサブカテゴリーや‘高校生の試合の方が観ていて楽しい’という高校生の試合と比較するサブカテゴリーなど5つのサブカテゴリーより構成された。調査対象者からは『日本のバスケットボールはNBAと比べて、選手やチームのレベル、観客の規模などが違い、寂しい感じがするため、積極的に行こうと思わない (1. 無関心期)』や『(高校生の試合の) トーナメントで勝ち進んでいく瞬間や負けたら終わりという感じが好き (5. 関心期)』という報告が得られた。

(3) “魅力ある選手の不在”

このカテゴリーは、‘観たい選手がいない’などの3つのサブカテゴリーより構成された。例えば『県内のバスケットボールチームには、そこまで観たい選手がいない (11. 実行期)』といった報告が得られた。

(4) “知名度の低さ”

‘県内のバスケットボールチームについてよく知らない’など3つのサブカテゴリーより構成された。このカテゴリーには、『県内にバスケットボールチームがあることは知らなかった (2. 無

関心期)』や『選手は1人くらいしか分からない (12. 実行期)』などの報告が含まれており、地元出身者や行動変容ステージが上位の調査対象者においても地元チームについてはあまり知られていなかった。またトップリーグの知名度が競技人口に伴っていないと感じている調査対象者もいた。

(5) “組織への不満”

このカテゴリーは、‘日本はナショナルチームが弱いため国内であまり注目されない’、‘日本のバスケットボールの体質的な問題改善が必要’などの4つのサブカテゴリーより構成された。ある調査対象者 (11. 実行期) はラグビーなどを例に出して『ナショナルチームが結果を出せば盛り上がるし、国内で注目される』とした上で、『下部組織を強化すること』でナショナルチームを強化すべきと述べた。

(6) “観戦の優先順位の低さ”

‘スポーツ観戦への興味が低い’、‘バスケットボール観戦への興味が低い’などの5つのサブカテゴリーから構成されたこのカテゴリーでは、バスケットボール観戦に対しての金銭的・時間的な優先順位の低さが示された。

(7) “周囲やメディアからの情報の入手のしにくさ”

‘人に誘われる機会がなかった’など周囲の人からの情報不足や、‘メディアへの露出が少ない’などメディアからの情報不足に関する8つのサブカテゴリーから成るこのカテゴリーに含まれた報告は、維持期を除く全てのステージの調査対象者から得られた。『自分で調べなければならないとなると、行けたら行こうかな程度の気持ちで終わってしまう (10. 実行期)』というように、自主的に調べなければ試合に関する情報を得ることができない現状においては、周囲からの誘いが無い限り観戦に行こうと思わないことが報告された。また無関心期の調査対象者全員が‘メディアへの露出が少ない’と報告し、そのうちの1人は『テレビでバスケットボールを見るとしたらニュースで試合のハイライトを目にする程度で、試合を観たことはない (4. 無関心期)』と述べた。

(8) “費用やアクセスへの否定的評価”

‘無料チケットをもらえるなら観戦に行く’などの4つのサブカテゴリーより構成された。‘試合会場への距離が遠いと観戦に行くのを躊躇する’、‘自分の住んでいる地域の外まで観戦に行こうとは思わない’には、全てのステージの調査対象者からの発言が含まれており、行動変容ステージに関係なくアクセスの悪い試合会場での観戦は否定的に捉えられていた。

2. 促進要因

グループ編成の結果、7つの促進要因が抽出された(表4)。以下、各カテゴリーの内容について記述する。

(1) “雰囲気や演出への好印象”

このカテゴリーは‘応援が良かった’、‘音楽やチアリーダーによる演出が良かった’、という5つのサブカテゴリーから形成された。ある調査対象者(11. 実行期)は『昨シーズン観戦に行った試合は、チアリーダーや音楽の演出で盛り上げようとしているのが分かり楽しかった』と演出を肯

定的に評価していた。

(2) “魅力的な試合内容”

このカテゴリーは、‘選手のプレーに圧倒された’、‘近くで観戦できるため、迫力や臨場感がある’などの8つのサブカテゴリーから構成された。調査対象者からは『学生とプロの試合を比べると、選手の1つ1つの動きの質や体の大きさ、迫力、速さなどが全然違う(15. 維持期)』などが報告され、観戦時のレベルの高いプレーや試合展開に観戦者が魅了された様子が示された。

(3) “チームへの身近さや愛着”

このカテゴリーは、‘地元のバスケットボールチームの試合は観戦に行きたい’などの4つのサブカテゴリーから編成された。ある調査対象者(16. 維持)は『県外までバスケットボール観戦に行こうという気持ちはなかったため、昨シーズン県内にバスケットボールチームができたことで、観戦に行くことに興味を持ち調べるようになった』と報告した。

(4) “選手や監督への興味”

このカテゴリーには、‘有名な選手や監督を観たい’、‘好きな選手を応援したい’、‘自分とつながりのある選手を観たい’などの8つのサブカテゴリーが含まれた。またある調査対象者は、選手時代を知っている監督について『選手の時に観ていたのとは違う、監督としての人柄を見ることができた(7. 準備期)』と報告しており、監督の存在も観戦を促進させることが示された。

(5) “観戦そのものの高い関心”

このカテゴリーは、‘スポーツ観戦に興味がある’、‘バスケットボール観戦に興味がある’などの4つのサブカテゴリーから構成された。このカテゴリーに含まれた報告は、無関心期以外の全ステージの調査対象者から得られており、『スポーツを観ることが好きで、プロのバスケットボールの試合はまだ観たことがないため、今シーズンは一度は観戦に行ってみたいと思う(6. 関心期)』など報告が得られた。また‘一人でも観戦に行く’と報告した調査対象者(16. 維持期)は『毎回観戦に来ている人など、会場にいる人と話すことも

表4. 観戦行動の促進要因

カテゴリー	サブカテゴリー
雰囲気や演出への好印象	応援が良かった
	音楽やチアリーダーによる演出が良かった
	わいわいとした試合会場の雰囲気が好き
	試合の実況がつくことに驚いた
魅力的な試合内容	試合会場でのバスケットボール観戦は楽しい
	選手のプレーに圧倒された
	近くで観戦できるため、迫力や臨場感がある
	戦術やプレーを学ぶことができる
チームへの身近さや愛着	競った試合が面白い
	戦術面のレベルが高い
	点差が開いても巻き返せるのが魅力的
	注目度の高い試合は遠くても観戦に行きたい
選手や監督への興味	試合会場では試合中以外の選手のオフの顔を見ることができる
	地元のバスケットボールチームの試合は観戦に行きたい
	遠くに行くような感覚で、地元のバスケットボールチームの観戦に行った
	試合運営のボランティアで行った
観戦そのものの高い関心	部活動の一環で観戦に行った
	有名な選手や監督を観たい
	好きな選手を応援したい
	自分とつながりのある選手を観たい
周囲からの情報入手のしやすさ	県内のバスケットボールチームの選手や監督がっこい
	選手時代を知っている監督の、選手の時は違う人柄を見ることができた
	トップリーグの選手の中でも、学生時代から有名だった選手は知っている
	どんな選手がいるのか知りたい
費用やアクセスへの肯定的評価	予想以上に上手な外国人選手が存在に驚いた
	スポーツ観戦に興味がある
	バスケットボール観戦に興味がある
	二人でも観戦に行く
費用やアクセスへの否定的評価	自ら友達を誘って行った
	周囲の人から情報を得る
	知人に誘われた
	トップリーグに興味のある人が周囲にいる
費用やアクセスへの肯定的評価	試合会場へのアクセスは悪くない
	他のスポーツに比べてチケット代が安い

ある』と述べ、会場で他の来場者と触れ合う機会があることを報告した。

(6) “周囲からの情報の入手のしやすさ”

このカテゴリーは、‘周囲の人から情報を得る’などの3つのサブカテゴリーより構成され、調査対象者は『バスケットボール部の友達 (4. 無関心期)』や『SNS やチーム専属のチアリーダーの友達 (5. 関心期)』などから情報を得ていた。また準備期、実行期の全員が、友人や彼女、家族に誘われたことがきっかけで観戦に行っていた。

(7) “費用やアクセスへの肯定的評価”

このカテゴリーには、‘試合会場へのアクセスは悪くない’と‘他のスポーツに比べてチケット代が安い’という2つのサブカテゴリーが含まれた。調査対象者からは『車を持っているため、隣の市まで観戦に行くのはそれほど遠いとは思わない (15. 維持期)』と、車を所有しているためにアクセスは問題でないと評価する報告や、『野球やサッカーよりも圧倒的に安い (10. 実行期)』という報告が得られた。

IV 考察

本研究の目的は、大学生を対象に国内バスケットボールにおけるトップリーグの試合観戦に対する阻害要因及び促進要因を調べることであった。分析の結果、まず阻害要因としては8つの要因が抽出された。このうち、“魅力ある選手の不在”、“観戦の優先順位の低さ”、“周囲やメディアからの情報の入手のしにくさ”、“費用やアクセスへの否定的評価”という4つは、霧島・木村 (2012) や飯島 (2011) が示した阻害要因と一致した。一方で“魅力に欠ける雰囲気や演出”、“他団体に比べて魅力に欠ける試合内容”、“知名度の低さ”、“組織への不満”という4つは本研究により明らかとなった阻害要因である。以下、この4つを中心に考察をすすめる。

まず“魅力に欠ける雰囲気や演出”や“他団体に比べて魅力に欠ける試合内容”に関しては、プロ野球チームやプロサッカーチームの演出やグッズ展開と比較しての意見が得られた。改善には時

間的・金銭的余裕が必要な阻害要因もあるが、例えば試合会場内外で選手との交流時間を作るなど、工夫次第で改善出来るものもあると考えられる。折しも広島ドラゴンフライズは、2016年6月より地域活動プロジェクトとして学校訪問等の地域交流のプロジェクトを開始している (広島ドラゴンフライズ, 2016)。会場外での交流ではあるが、このような活動が観戦行動を促進させる可能性がある。また、試合会場の雰囲気や演出に肯定的な意見が多く出た一方で、選手のプレーをしっかりと観たい調査対象者からは試合中の音楽が過剰であるという意見が得られた。よって、ハーフタイムショーなどの演出は観戦行動を促進させるものの、エンターテインメント性を重視しすぎるとバスケットボール観戦本来の楽しみが阻害される可能性が示唆された。

また高校生やNBAの試合の雰囲気と比較しての報告が得られた背景には、日本のバスケットボールにおいては高校での活躍が最も注目されることや、NBAにおけるレベルの高いプレーや試合会場の盛り上がり大きさがあると考えられる。ただし、トップリーグの試合をNBAや高校生の試合に近づけるには限界があり、また似せることが必ずしも良いとは言えないため、トップリーグならではの魅力を伸ばしていくことが重要であると考えられる。特に、無関心期の調査対象者においてNBAや高校生の試合を好む傾向があったため、関心を持ってもらう段階で、トップリーグの魅力について知らせる必要性が示唆された。

“知名度の低さ”においては、地元の人や行動変容ステージが上位の人であっても、チームや選手について知らないということが示された。近年では、女子サッカーやラグビーのナショナルチームが世界大会で好成績を残したことがメディアで大きく取り上げられたことでトップリーグの観戦者数が増加した (毎日新聞, 2015, 2016)。バスケットボールでもリオオリンピックにおいて女子日本代表が好成績を残したが、メディアの注目は十分とはいえない。そのため、前述したようなメデ

アへの露出による観戦者増加という効果はまだ得られていないといえるが、今後も継続してナショナルチームが世界で活躍することは、トップリーグへの注目度を上げる上で重要だと考えられる。

また“組織への不満”には調査時期が影響したと考えられる。2014年11月に日本は無期限の国際試合出場停止処分を課され（日本経済新聞、2014；2015年8月に解除）、2016年9月よりNBLとbjリーグを統合したJPBLを新たに発足させた（日刊スポーツ、2015）。広島では、NBL所属の広島ドラゴンフライズがJPBL B2リーグへ参入する一方で、bjリーグ所属の広島ライトニングの去就は決まっていない（2016年9月30日時点）。本調査はこのような日本のプロバスケットボールを取り巻く状況が大きく変化している最中に実施されたため、今後が不透明な状況に対する調査対象者の不安や不満が観戦行動を阻害していたと考えられる。

観戦を促進する要因としては、7つの要因が抽出された。このうち“雰囲気や演出への好印象”、“魅力的な試合内容”、“チームへの身近さや愛着”、“選手や監督への興味”、“観戦そのものへの高い関心”という5つは先行研究の示唆とはほぼ一致しており（飯島、2011；鎌田ほか、2014；Won & Kitamura, 2006）、試合会場の雰囲気や臨場感、またチームや選手、監督への愛着及び関心の高さが観戦行動を促進することが本研究でも示された。特にバスケットボールでは、ベンチ横やゴール下などにも観客席があるためコートとの距離が近く、プレーやウォーミングアップの様子を間近に見ることができる。それにより臨場感が高まり、選手への親近感もわいたという報告がなされた。また著名な監督の存在もバスケットボール経験者の興味を引いており、有名な元選手が監督としても存在感を発揮することによって観戦行動が促進されていた。

さらに本研究では“周囲からの情報の入手のしやすさ”と“費用やアクセスへの肯定的評価”も促進要因として示された。“周囲からの情報の入手のしやすさ”に関しては、友人やSNSを通し

て情報を入手できている調査対象者は観戦行動が促進されていた一方で、情報入手の難しさを感じていた調査対象者は観戦行動が阻害されていた。また準備期、実行期の調査対象者の全員が友人や家族に誘われて観戦に行っていることから、情報入手のしやすさや同伴者の存在は観戦行動を促進するか阻害するかを分ける要因であると考えられる。今後は、関心を持った人々の試合会場での観戦を促すためにも、複数人で誘い合わせて行きたくなるような企画を行うことが有効と考えられる。また本研究では試合観戦の金銭的価値や試合会場の物理的環境への肯定的評価も得られた。金銭的価値に対して調査対象者は、他のスポーツと比較した上での報告をしており、これはプロ野球及びプロサッカーの観戦が盛んな広島ならではの結果といえる。また地方では、車の所有がアクセスへの評価を左右する問題となる。本研究でも車を所有している調査対象者はアクセスに肯定的評価をしたのに対して、車を所有していない調査対象者はアクセスを否定的に評価した。今後は、試合会場までの公共交通機関によるアクセス方法について詳細な情報を知らせたり、車を所有していないと行きにくいような場所で試合を行う際には最寄駅からシャトルバスを運行させるなど、試合会場へ行きやすいと思わせることが重要と考えられる。

本研究の問題点としては、限定された地域で調査を行ったことで地域色が結果に反映されていることが挙げられ、監督の影響や交通機関、他スポーツと比較した結果などに広島県という地域特性が強く影響していたといえる。今後はこの研究結果を参考に質問紙調査を実施するなどして調査対象を拡げることで、プロバスケットボールの試合観戦を促すためのより有用な知見が得られると考えられる。

文献

藤本淳也・原田宗彦（2001）潜在的観戦者のマーケティング・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.
- 原田宗彦編（2008）スポーツマーケティング．大修館書店：東京．
- 広島ドラゴンフライズ（2016）地域活動プロジェクト「バスケットでつながる風景プロジェクト」開始について．<https://hiroshimadragonflies.com/news/3527.html>,（参照日 2016 年 8 月 17 日）．
- 飯島沙織（2011）スポーツ観戦行動に関する研究—トランスセオレティカル・モデルの応用—．早稲田大学大学院スポーツ科学研究科スポーツ科学専攻スポーツビジネス研究領域修士論文．
- 石澤伸弘・永谷 稔（2010）プロバスケットボール観戦者の観戦行動特性に関する研究．北翔大学生涯スポーツ学部研究紀要, 1：51-58.
- 鎌田彩夏・佐々木文予・関矢寛史（2014）カープ戦来場者の観戦動機．広島大学大学院総合科学研究科紀要, 9：9-15.
- 川喜田二郎（1986）KJ 法—混沌をして語らしめる．中央公論社：東京．
- 霧島広樹・木村和彦（2012）テニス参加者の観戦阻害要因に関する検討—国内 2 大プロトーナメントに着目して—．スポーツ産業学研究, 22(2)：311-321.
- Lincoln, Y. S. and Guba, E. G. (1985) Naturalistic inquiry. Sage: Nerbury Park, CA.
- 毎日新聞 2015 年 8 月 25 日 (2015) <http://mainichi.jp/articles/20150825/ddm/035/050/037000c>,（参照日 2016 年 8 月 17 日）．
- 毎日新聞 2016 年 1 月 21 日 (2016) <http://mainichi.jp/articles/20160121/ddm/004/070/021000c>,（参照日 2016 年 8 月 17 日）．
- 村山孝之・田中美吏・関矢寛史（2009）「あがり」の発現機序の質的研究．体育学研究, 54（2）：263-277.
- 日本経済新聞 2014 年 11 月 24 日 (2014) <http://www.nikkei.com/article/DGXLASDH26H7FW4A121C1000000/>,（参照日 2016 年 8 月 2 日）．
- 日本社会人アメリカンフットボール協会（2014）X リーグ観戦者による競技力の評価にかかる調査事業報告書．http://nfa.jp/nfa/pdf/h25_report.pdf,（参照日 2016 年 8 月 17 日）．
- 日刊スポーツ 2015 年 8 月 9 日 (2015) <http://www.nikkansports.com/sports/news/1520468.html>,（参照日 2016 年 8 月 2 日）．
- 二宮浩彰（2011）プロスポーツ観戦者行動におけるチームに対する愛着とホームタウンへの地域愛着．同志社スポーツ健康科学, 3：14-21.
- Prochaska, J. O., DiClemente, C. C., and Norcross, J. C. (1992) In search of how people change: Applications to addictive behaviors. Am. Psychol., 47: 1102-1114.
- 澤井和彦（2014）バスケットボール・トップリーグの企業クラブとプロクラブにおける観戦型スポーツビジネスの制度設計に関する比較研究：プロパティ・ライツ理論による分析．スポーツ産業学研究, 24（2）：169-184.
- 高橋豪仁・草野宗一郎（2014）地域に根ざすプロスポーツの魅力—バンビシャス奈良のホームゲーム観戦者の調査から—．奈良教育大学紀要, 63（1）：125-133.
- 上地広昭（2008）健康スポーツの心理 トランスセオレティカル・モデル．日本スポーツ心理学会編, スポーツ心理学辞典．大修館書店：東京, pp.528-530.
- ウィリッグ：上淵 寿・大家まゆみ・小松孝至訳（2003）心理学のための質的研究法入門—創造的な探求に向けて—．培風館：東京．
- 元昌煜（2014）bj リーグ観戦者の消費行動に関する研究—浜松・東三河フェニックス観戦者と J リーグ観戦者の観戦動機と観戦ニーズの比較を中心に—．地域政策学ジャーナル, 3（2）：15-26.
- Won, J. U. and Kitamura, K. (2006) Motivational factors affecting sports consumption behavior of K-league and J-league spectators. Int. J. Sport Health Sci., 4: 233-251.