

# バレーボールのV・プレミア・チャレンジリーグにおける観戦者の特徴

廣 美里\*, 天野 雅斗\*\*, 安藤健太郎\*\*\*, 江藤 直美\*\*\*\*, 金子美由紀\*\*\*\*, 神田 翔太\*\*\*\*, 後藤 浩史\*\*\*\*\*, 縄田 亮太\*\*\*\*\*, 山田 雄太\*\*\*\*\*, 石垣 尚男\*\*\*\*\*

A Study on Characteristics of Volleyball Spectators of the V. Premier and V. Challenge Leagues

Misato Hiro\*, Masato Amano\*\*, Kentaro Ando\*\*\*, Naomi Eto\*\*\*\*, Miyuki Kaneko\*\*\*\*\*,  
Shota Kanda\*\*\*\*\*, Hiroshi Goto\*\*\*\*\*, Ryota Nawata\*\*\*\*\*, Yuta Yamada\*\*\*\*\*,  
Hisao Ishigaki\*\*\*\*\*

## Abstract

“The V. League”, a volleyball league which is organized by Japan Volleyball League Organization, has two categories: “the Premier League” and “the Challenge League”. In this study, we hypothesize that spectators of matches have different characteristics in each categories. This study analyzed comparatively about the characteristics of spectators who attended the 2014–2015 V. League season held in Aichi Prefecture. The spectators were sorted into three categories: “the Premier Men’s League”, “the Premier Women’s League”, and “the Challenge League”. For all three categories, differences were observed in the spectators’ age range and gender ratio. Several Premier Women’s League spectators were from the Kansai and Kanto areas as well as from Aichi Prefecture, and many of these spectators had no experience of playing volleyball. While the motivation to watch for a large percentage of Premier Men’s League spectators was to see an exciting or high-level match, the motivation for a large percentage of Premier Women’s League spectators was to cheer for their team or players. For the Challenge League spectators, the motivation to watch was to interact and learn and because they had local pride. These findings indicate that differences exist in motivation for watching, attributes, and watching behaviors among the categories of spectators who watch V. League matches held in Aichi Prefecture.

Key Word: Volleyball, V- League, Spectators, Category

キーワード: バレーボール, Vリーグ, 観戦者, カテゴリー

## I. はじめに

わが国におけるスポーツイベントでの観戦者調査は、多くの競技において様々な視点から行われている。齊藤は4競技8イベントを対象に調査を行い、4つの動機を抽出している。その中で、それぞれの動機の強さと観戦能力や観戦者の競技能力、および選手やチームとの社会的関係との関連等を明らかにしている<sup>8)</sup>。高田らは、球技系トップリーグの観戦者調査を行い、10個の観戦動機を構成する因子を抽出している。観戦動機得点による5つのセグメントごとの観戦者特性を見出し、さらに各競技のリーグ間の類似性と相違性を明らかにしている<sup>10)</sup>。佐野は国際イベントに着目して観戦動機とその要因について追究し、国際スポーツイベントのマネジメント戦略を提言している<sup>9)</sup>。また、サッカーJリーグにおいては、そのHPで観戦者調査

を公表しており、クラブごとにその地域での観戦者の行動や意識などを報告している<sup>7)</sup>。

バレーボールにおける観戦者調査は、大学競技会における観客誘客戦略を見出したもの<sup>11)</sup>や、ワールドカップバレーボール99(東京大会)における観戦者の特徴やタレント起用による観戦者への影響などを分析し、さらに同大会における観戦者の行動を年齢や性別によるセグメント形成の可能性を探ったものがある<sup>4) 5)</sup>。Vリーグにおける観戦者調査研究には、清川によるVリーグ男子決勝大会における観戦者の特徴や観戦回数を明らかにした研究<sup>6)</sup>がある。また、出口らはホームゲームにおける観戦者の態度的ロイヤルティへ影響を及ぼす要因を検討している<sup>1)</sup>。さらに、出口らは特定チームのサポーターを対象にした調査を行い、観戦意図へ影響を及ぼす要因としてチームアイデンティティと試合満足は重要な要因であることを明らかにしている<sup>2)</sup>。そして、一般社団法人日本バレーボールリーグ機構(以降「V機構」と表記)は、2013/14シーズンにおいて、観戦者調査を行っており、そのHPに報告している<sup>12)</sup>。

V機構はVリーグの位置づけとして、「日本のバレーボール界の頂点に立って、バレーボールの発展に貢献する」および「わが国の競技スポーツのトップリーグのスポーツ文化創造の先駆的役割を果たす」というビジョンを掲げてい

\*: 名古屋学院大学 Nagoya Gakuin University

\*\* : トライデントスポーツ医療看護専門学校

Trident College of Sports, Medical Care and Nursing

\*\*\* : 愛知学院大学 Aichi Gakuin University

\*\*\*\* : 龍谷大学 Ryukoku University

\*\*\*\*\* : 名城大学 Meijo University

\*\*\*\*\* : 愛知産業大学 Aichi Sangyo University

\*\*\*\*\* : 愛知教育大学 Aichi University of Education

\*\*\*\*\* : 大同大学 Daido University

\*\*\*\*\* : 愛知工業大学 Aichi Institute of Technology

(受付日: 2017年1月25日, 受理日: 2017年4月10日)

る。そのため、「ファン重視」や「地域に密着」などの視点を持っている<sup>3)</sup>。すなわち、観客を満足させ、地域のスポーツ振興を図るためにホームゲーム制の定着化と地方協会との連携を図ろうとしている。

愛知県には、多くのVリーグチームが存在し、2014年現在プレミアリーグ男女およびチャレンジリーグ男女合わせて7チームが登録している。V機構が「ホームゲーム制」と掲げていることから、ホームチームを多く抱えている愛知県は必然的にその開催数が多い。また、バレーボールの国際大会も名古屋市を中心にオリンピックイヤーを除き、ほぼ毎年愛知県で開催されている。言い換えれば、愛知県ではトップチームによるバレーボールの大会が多く行われている。観客重視の競技会運営を求められる昨今では、国際大会、V・プレミアリーグ、V・チャレンジリーグの観戦者の特徴を把握することは重要な課題であると考えられる。

これまでのバレーボールの観戦者研究において、大会ごとあるいはカテゴリーごとの比較検討を行っているものは少ない。Vリーグにおいて、プレミアリーグとチャレンジリーグでは観戦者の状況に違いがあると予想されるが、それぞれの特徴を明らかにしている報告はない。このことから本研究では、愛知県内で数多く開催されるV・プレミアリーグおよびV・チャレンジリーグにおける観戦行動および観戦動機の調査を行い、リーグごとに比較検討をすることを目的とした。同一県開催のプレミアリーグとチャレンジリーグの観戦者調査を行い、比較検討をすることは、運営主体の県協会やホームチームの今後の方策を考える上で意義深いものと考えられる。

## II. 研究方法

### 1. 調査対象および方法

2014-2015 シーズンに愛知県内で開催された8日間でアンケートを実施した。11月下旬から2月中旬までの期間中8週にわたり土日連続で開催される大会のうち土曜日に限定した。土曜日だけの調査とした理由は、関係者の会場への入館時刻から試合開始時刻までの時間が日曜日より土曜日の方に余裕があったこと、多くの会場および多くのカテゴリーでなるべく同じ条件で調査をしたかったこと、そして、どの大会も土日連続で観戦する人も多いと予測され、調査対象者が重複しないようにしたためである。8日間の内訳は、プレミア男子リーグ（プレミア男子）3日間、プレミア女子リーグ（プレミア女子）2日間、チャレンジリーグ男女（チャレンジ）3日間であった。調査は無記名自己記入用紙を用い、プレミア男子では1日あたり500枚配布、プレミア女子では1日あたり600枚配布、チャレンジでは1日あたり200枚配布した。チャレンジリーグでは全体の観戦者数がプレミアリーグに比べて少なかった。また、

男子大会は複数回開催されたが、女子大会は1回であったこと、そのうえ女子大会でのアンケート回収数も8回の調査のうち最も少なかったため（200枚配布、109枚回収）、今回は男女あわせてチャレンジとして分類し、プレミア男子およびプレミア女子と比較検討した。各試合での調査用紙配布数と回収数は表1に示すとおりである。全8日間での配布枚数は3,300枚、回収枚数は2,306枚、回収率は69.9%であった。

表1 カテゴリー別アンケート回収状況

カテゴリー	配布枚数	調査回答数	回収率 (%)	
プレミア男子	1	500	309	61.8
	2	500	306	61.2
	3	500	376	75.2
小計	1,500	991	66.1	
プレミア女子	1	600	418	69.7
	2	600	490	81.7
	小計	1,200	908	75.7
チャレンジ	1	200	138	69.0
	2	200	109	54.5
	3	200	160	80.0
小計	600	407	67.8	
全カテゴリー 合計	3,300	2,306	69.9	

### 2. 調査項目

調査項目は、V機構が2013/14シーズンに行った調査<sup>12)</sup>や、公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）が毎年行っている調査項目<sup>7)</sup>を参考に、「基本特性」、「バレーボール関与」、「観戦行動」および「観戦動機」の4つの柱で構成した（表2）。観戦動機として、「試合当日の観戦理由」（12項目）は当日の試合観戦に対する理由を中心に構成し、「会場観戦の意義・目的」（13項目）は会場観戦そのものに対する観戦者の意識を中心に構成した。この2つの調査は「大いにあてはまる」から「全くあてはまらない」までの5件法でたずねた。なお、本調査内容については、名古屋学院大学研究倫理委員会の承認を得た（2014-8）。

表2 調査項目

基本特性	性別 年齢（年代） 居住地 職業
バレーボール関与	バレーボールのプレー経験 ルール等の知識
観戦行動	利用交通機関 所要時間 同行人数 同行者 認知媒体 チケット入手方法 シーズン中のVリーグ観戦回数 2014年度におけるその他の観戦状況
観戦動機	試合当日の観戦理由 12項目 会場観戦の意義・目的 13項目

### 3. 分析方法

カテゴリー別に回答割合を検討するために、基本特性、バレーボール関与および観戦行動に関する項目について、 $\chi^2$ 検定を行った。さらに自由度が2以上の場合はその後に残差分析を行った。そのうち観戦行動に関する項目で複数回答とした項目については、おのおのの回答割合について $\chi^2$ 検定および残差分析を行った。また、観戦行動に関する項目で、「同行人数」および「シーズン中のVリーグ観戦回数」を挙げていたが、質問に対する回答方法があいまいであったため、多くの無効回答が出てしまったので、今回の分析対象から外した。観戦動機に関する「試合当日の観戦理由」(12項目)と「会場観戦の意義・目的」(13項目)は、「大いにあてはまる」5点、「あてはまる」4点、「どちらでもない」3点、「あまりあてはまらない」2点、「全くあてはまらない」1点の5段階評定尺度を用いて項目ごとに平均得点を算出した。カテゴリー別に項目ごとの平均値の差には一元配置分散分析を行い、多重比較にはBonferroniを用いた。 $\chi^2$ 検定および残差分析にはエクセル統計 for windows Ver.2.00を、一元配置分析にはIBM SPSS Statistics Ver. 20.0を使用した。なお、有意水準は5%未満とした。

## Ⅲ. 結 果

### 1. 基本特性について

観戦者の性別割合について、全体としては男性46.4%、女性53.6%で若干女性の方が多かった。プレミア男子においては女性の割合が69.0%、プレミア女子およびチャレンジでは男性の割合がそれぞれ60.0%、54.0%で、プレミア男子では女性の割合が有意に高く、プレミア女子とチャレンジでは男性の割合が有意に高かった。年代別割合について、全体では40歳代の観戦者の割合が高く(29.0%)、どのカテゴリーでも高い割合であった。年代ごとのカテゴリー別の比較では、プレミア男子で20歳代、30歳代が有意に高く、40歳代が有意に低かった。プレミア女子では40歳代が有意に高かったが、10歳代、20歳代および30歳代は有意に低かった。チャレンジでは10歳代および20歳代が有意に高く、40歳代および50歳代は有意に低かった。居住地について、観戦者全体では「愛知県」の割合は66.6%と最も多く、次に「関東地区」14.4%、「関西地区」7.1%の順であった。居住地ごとのカテゴリー別の比較では、プレミア女子において「愛知県」の割合が有意に低く、「関

表3 カテゴリー別観戦者の基本特性

	プレミア男子 %	プレミア女子 %	チャレンジ %	全体 %	$\chi^2$ 値 p値
性別 (df=2)					
男性	31.0	**60.0	**54.0	46.4	168.10
女性	**69.0	40.0	46.0	53.6	0.000
年代 (df=10)					
10代	14.8	**10.8	**22.5	15.0	
20代	**15.3	**7.2	*15.3	12.0	
30代	**18.8	**13.9	16.3	16.0	109.69
40代	**22.7	**37.3	**24.2	29.0	0.000
50代	17.9	18.0	*13.3	17.0	
60代以降	10.6	*12.7	8.4	11.0	
居住地 (df=12)					
愛知県	**73.4	**55.7	*74.1	66.6	
岐阜県	4.8	5.2	4.7	4.9	
三重県	**1.7	**5.8	3.0	3.6	
関東	**10.7	**20.0	11.2	14.4	118.33
関西	6.2	**9.8	**3.2	7.1	0.000
北陸	**1.6	0.4	*0.0	0.9	
その他	**1.4	3.1	3.7	2.5	
職業 (df=18)					
自営業	3.1	3.0	2.0	2.9	
会社員	**43.4	**53.9	46.4	48.0	
公務員	6.3	6.5	6.5	6.4	
パート・アルバイト	**17.6	*12.7	*11.2	14.5	
学生	3.7	2.5	4.0	3.2	55.95
専門学生	0.6	0.4	0.5	0.5	0.000
高校生	3.6	*1.9	*5.2	3.2	
中学生	6.0	**4.3	**10.5	6.1	
小学生	2.8	2.8	2.0	2.7	
その他	12.9	12.1	11.7	12.4	

※標準化残差のp値(両側) \*:p<0.05, \*\*:p<0.01

表4 カテゴリー別観戦者のバレーボール関与の状況

	プレミア男子 %	プレミア女子 %	チャレンジ %	全体 %	$\chi^2$ 値 p 値
プレー経験 (df=6)					
現在活動中	**23.5	**15.2	**27.3	20.9	
過去に経験	*24.3	*19.5	22.1	22.0	49.28
不定期に経験	2.2	3.2	4.4	3.0	0.000
経験なし	**49.9	**62.1	**46.2	54.1	
ルール等の知識 (df=6)					
熟知している	20.2	19.4	21.6	20.1	
ある程度知っている	70.1	70.8	64.7	69.4	9.08
あまりわからない	8.7	9.3	12.9	9.6	0.169
まったくわからない	1.0	0.6	0.8	0.8	

※標準化残差のp値(両側) \*:p<0.05, \*\*:p<0.01

東地区」および「関西地区」の割合が有意に高かった。最後に職業について、どのカテゴリーも「会社員」の割合が高かった(全体で48.0%)。職業ごとのカテゴリー別の比較では、プレミア男子は「パート・アルバイト」、プレミア女子は「会社員」、チャレンジは「中学生」および「高校生」の割合が有意に高かった(表3)。

## 2. バレーボールへの関与について

プレー経験の有無では、全体として54.1%の観戦者は「経験なし」と回答していた。カテゴリー別では「現在活動している」割合は、プレミア男子で23.5%、プレミア女子で15.2%、チャレンジで27.3%だった。プレミア女子でその割合は有意に低かった。「プレー経験なし」の割合は、プレミア男子で49.9%、プレミア女子で62.1%、チャレンジでは46.2%だった。プレミア女子でその割合は有意に高かった。ルール等の知識に関する項目では、全体で「熟知している」および「ある程度知っている」と回答した割合が9割程度あり、カテゴリー別からみても有意な差はみられなかった(表4)。

## 3. 観戦行動について

利用交通機関では、「乗用車」を利用した割合がどのカテゴリーにおいても最も高く、72.7%であった。以下、「JR・私鉄」が20.7%、「バス」が10.6%の順であった。利用交通機関ごとのカテゴリー別の比較で有意に高かったものは、プレミア男子では「自転車」および「地下鉄」、プレミア女子では「バス」、チャレンジでは「徒歩」および「地下鉄」であった。会場までの所要時間について、どのカテゴリーにおいても「30分以上60分未満」が最も多かった(30.8%)。カテゴリー別の比較で有意に高かったものは、プレミア男子では「30分未満」および「30分以上60分未満」、プレミア女子では「240分以上」、「120分以上180分未満」、「90分以上120分未満」および「60分以上90分未満」、チャレンジでは「30分以上60分未満」であった。観戦同行者について、全体では「家族」が最も多く(39.0%)、「友

人」(29.3%)、「ひとり」(18.6%)の順であった。観戦同行者ごとのカテゴリー別の比較で有意に高かったものは、プレミア男子では「家族」および「友人」、プレミア女子では「ひとり」、チャレンジでは「同僚」および「チームメイト」であった。情報入手する媒体については、カテゴリーによってその割合に差がみられた。有意に高かったものはプレミア男子では「チーム・HP」と「JVA・HP」、プレミア女子では「家族・知人・友人」および「テレビ」、チャレンジでは「V機構・HP」であった。チケット入手方法についてもカテゴリーによってその割合に差がみられた。有意に高かったものはプレミア男子では「もらった」、プレミア女子では「ネット予約」および「コンビニ」、チャレンジでは「もらった」および「当日券」であった。Vリーグ以外のバレーの試合の観戦状況についてもカテゴリーによってその割合に差がみられた。有意に高かったものは、プレミア男子では「国際大会」および「Vのその他の試合」、チャレンジでは「高校や大学」であった(表5)。

## 4. 観戦動機について

観戦動機として、「試合当日に観戦した理由」(以後「観戦理由」と表記)12項目と「会場での観戦意義・目的」(以後「観戦意義」と表記)13項目について、5段階評定尺度を用いて調査し、それぞれの回答を得点化し、その平均得点で比較した。

観戦理由は「バレーボール観戦が好きだから」、「好きなチームを応援したいから」、「スケジュールの都合がよかったから」、「好きな選手を応援したいから」の順で高かった。逆に「チケットをもらったから」、「周囲で話題になっているから」、「地元のチームであるから」の順で低かった。カテゴリー別比較で差がみられなかった項目は、「周囲で話題になっているから」の1項目のみで、残りの11項目はさまざまな形で差がみられた(表6)。カテゴリーごとに差があり、かつ、プレミア女子が最も高く、チャレンジが最も低かった項目は、「好きな選手を応援したいから」および「今日の実戦相手との試合が魅力的だったから」の

表5 カテゴリー別観戦者行動

	プレミア男子 %	プレミア女子 %	チャレンジ %	全体 %	$\chi^2$ 値	p 値
利用交通機関 (複数回答) (df=2)						
乗用車	72.2	73.6	71.9	72.7	0.62	0.733
JR・私鉄	22.1	18.3	22.4	20.7	5.06	0.080
バス	11.3	**13.4	**2.7	10.6	34.25	0.000
自転車	*4.4	*2.2	3.7	3.4	6.62	0.036
徒歩	**1.7	3.4	**6.7	3.3	22.55	0.000
地下鉄	**4.4	**0.9	**5.7	3.2	27.82	0.000
タクシー	0.5	1.2	0.7	0.8	2.95	0.229
その他	1.5	3.0	2.5	2.3	4.70	0.095
所要時間 (df=12)						
30分未満	**22.7	**12.6	17.8	17.8		
30分以上60分未満	**34.8	**23.0	**38.7	30.8		
60分以上90分未満	**15.5	**21.0	18.6	18.2		
90分以上120分未満	**6.0	**10.3	6.6	7.8	129.23	0.000
120分以上180分未満	**5.9	**14.2	6.9	9.4		
180分以上240分未満	7.3	8.1	**3.1	6.9		
240分以上	7.8	*10.9	8.4	9.1		
観戦同行者 (複数回答) (df=2)						
家族	**42.3	38.6	**31.4	39.0	13.80	0.001
友人	**33.4	*26.6	25.2	29.3	14.02	0.000
ひとり	**14.8	*21.6	21.0	18.6	15.99	0.000
同僚	**6.3	8.3	**12.2	8.1	12.82	0.002
チームメイト	**3.5	4.9	**14.5	6.0	62.18	0.000
観戦仲間	4.3	4.2	5.7	4.5	1.59	0.451
その他	**1.1	3.0	3.4	2.3	9.73	0.008
認知媒体 (複数回答) (df=2)						
家族・知人・友人	41.0	**44.7	**31.2	40.8	19.88	0.000
バレー雑誌	24.9	24.3	**18.1	23.5	7.48	0.024
チーム・HP	**26.2	23.9	**14.7	23.3	20.51	0.000
V機構・HP	22.3	**15.7	**37.8	22.4	74.91	0.000
JVA・HP	**18.9	15.9	**10.8	16.3	13.24	0.001
テレビ	11.5	**15.3	*8.9	12.6	11.76	0.001
新聞	8.6	7.6	6.6	7.9	1.76	0.416
SNS	6.0	4.3	5.5	5.2	2.68	0.262
県協会・HP	4.1	5.1	6.0	4.8	2.43	0.297
チラシ・ポスター	2.8	4.0	4.2	3.5	2.33	0.313
チームの会報	4.3	2.5	2.9	3.3	4.98	0.083
諸雑誌	0.7	1.0	0.5	0.8	0.94	0.626
ラジオ	0.8	0.3	0.3	0.6	2.80	0.246
その他	5.0	4.9	3.1	4.6	2.25	0.324
チケット入手方法 (df=14)						
もらった	**32.7	**13.3	**39.4	26.2		
ネット予約	21.1	**30.8	**0.3	21.3		
コンビニ	16.7	**20.9	**0.0	15.4		
当日券	**8.6	**8.2	**37.1	13.4	509.47	0.000
愛知県協会	3.8	3.4	4.1	3.7		
電話	1.2	1.1	0.5	1.1		
JVAモバイル	0.5	0.2	0.0	0.3		
その他	**15.2	**22.1	18.7	18.5		
その他のバレー試合の観戦状況 (複数回答) (df=2)						
国際大会	**27.1	19.2	**7.8	20.6	66.14	0.000
Vの他の試合	*24.0	21.8	**15.8	21.7	11.19	0.004
高校や大学の試合	9.1	**6.3	*10.8	8.3	8.57	0.014
その他の試合	3.2	3.6	5.0	3.7	2.76	0.251

※標準化残差のp値(両側) \*:p&lt;0.05, \*\*:p&lt;0.01

表6 カテゴリー別観戦者のバレーボール関与の状況

	プレミア男子	プレミア女子	チャレンジ	平方和	平均平方	F値	多重比較 (bonferroni)
バレーボール観戦が好きだから	4.56 ± 0.77	4.48 ± 0.83	4.31 ± 0.95	16.97	8.49	**12.41	チャレンジ<プレミア男子, プレミア女子
好きなチームを応援したいから	4.12 ± 1.15	4.13 ± 1.16	3.95 ± 1.19	9.25	4.63	*3.43	チャレンジ<プレミア女子
スケジュールの都合がよかったから	4.03 ± 1.19	3.82 ± 1.26	3.97 ± 1.15	20.20	10.10	**6.90	プレミア女子<プレミア男子
好きな選手を応援したいから	3.89 ± 1.27	4.12 ± 1.13	3.61 ± 1.32	74.17	37.08	**24.79	チャレンジ<プレミア男子<プレミア女子
会場が近かったから	3.49 ± 1.51	3.19 ± 1.54	3.46 ± 1.41	44.06	22.03	**9.74	プレミア女子<プレミア男子, チャレンジ
今日の対戦相手との試合が魅力的だったから	3.24 ± 1.32	3.64 ± 1.34	2.91 ± 1.21	157.23	78.61	**45.88	チャレンジ<プレミア男子<プレミア女子
友人や家族に誘われたから	3.17 ± 1.59	2.92 ± 1.61	3.43 ± 1.52	72.91	36.45	**14.48	プレミア女子<プレミア男子<チャレンジ
応援しているチームの成績が良いから	2.94 ± 1.18	3.02 ± 1.26	2.83 ± 1.11	9.51	4.76	*3.30	チャレンジ<プレミア女子
応援しているチームが地域に貢献しているから	2.95 ± 1.30	2.86 ± 1.29	3.12 ± 1.23	17.85	8.93	**5.42	プレミア女子<チャレンジ
地元のチームだから	2.89 ± 1.58	2.59 ± 1.50	3.40 ± 1.58	174.30	87.15	**36.51	プレミア女子<プレミア男子<チャレンジ
周囲で話題になっているから	2.57 ± 1.23	2.53 ± 1.21	2.66 ± 1.19	4.31	2.16	1.46	
チケットをもらったから	2.66 ± 1.74	2.19 ± 1.52	2.93 ± 1.62	174.16	87.08	**32.63	プレミア女子<プレミア男子<チャレンジ

\*: $p < 0.05$ , \*\*:  $p < 0.01$ 

表7 カテゴリー別「会場観戦の意義・目的」の比較

	プレミア男子	プレミア女子	チャレンジ	平方和	平均平方	F値	多重比較 (bonferroni)
会場で高いレベルの試合が見たい	4.44 ± 0.84	4.42 ± 0.87	4.30 ± 0.92	5.58	2.79	*3.75	チャレンジ<プレミア男子
とても興奮する試合が見たい	4.48 ± 0.78	4.36 ± 0.84	4.34 ± 0.90	8.19	4.09	**5.97	チャレンジ, プレミア女子<プレミア男子
会場観戦そのものに素晴らしさがある	4.22 ± 0.93	4.14 ± 0.99	4.09 ± 0.95	5.80	2.90	*3.17	n.s.
レジャーとして楽しい	4.08 ± 0.96	4.00 ± 1.03	3.85 ± 1.06	14.16	7.08	**7.02	チャレンジ<プレミア男子
試合に関連した面白さを楽しむ	4.04 ± 0.96	3.99 ± 0.95	3.92 ± 0.99	3.57	1.78	1.92	
応援しているチームが勝ったら自分も達成感を得る	4.04 ± 1.10	3.95 ± 1.08	3.94 ± 1.05	4.95	2.48	2.11	
会場観戦は日常から解放される	3.87 ± 1.08	3.79 ± 1.11	3.69 ± 1.09	9.55	4.78	*3.99	チャレンジ<プレミア男子, プレミア女子
会場観戦は生活の中の緊張から解放される	3.72 ± 1.14	3.60 ± 1.17	3.48 ± 1.17	15.91	7.96	**5.97	チャレンジ<プレミア男子
試合そのものより、選手の練習を見たい	3.33 ± 1.07	3.34 ± 1.08	3.24 ± 1.06	2.78	1.39	1.21	
会場観戦でバレーの戦術を学びたいと思う	3.23 ± 1.29	3.13 ± 1.29	3.46 ± 1.32	29.09	14.55	**8.67	プレミア男子, プレミア女子<チャレンジ
会場観戦はさまざまな人と交流する機会である	3.14 ± 1.24	2.92 ± 1.22	3.32 ± 1.13	47.65	23.82	**16.27	プレミア女子<プレミア男子<チャレンジ
会場観戦は他の人と関わりを持つチャンスである	3.00 ± 1.19	2.84 ± 1.26	3.23 ± 1.17	40.69	20.34	**13.82	プレミア女子<プレミア男子<チャレンジ
選手のプレーを観察して自分のプレーに生かしたい	2.81 ± 1.47	2.71 ± 1.46	3.10 ± 1.55	39.47	19.74	**8.99	プレミア男子, プレミア女子<チャレンジ

\*: $p < 0.05$ , \*\*:  $p < 0.01$ , 多重比較 (bonferroni) 中のn.s.は「not significant」を表す

2項目であった。同様にカテゴリーごとに差があり、かつ、チャレンジが最も高く、プレミア女子が最も低かった項目は、「友人や家族に誘われたから」、「地元のチームだから」および「チケットをもらったから」の3項目であった。

観戦意義は「会場で高いレベルの試合が見たい」、「とても興奮する試合が見たい」、「会場観戦そのものに素晴らしさがある」の順で高かった。逆に「選手のプレーを観察して自分のプレーに生かしたい」、「会場観戦はほかの人とかかわりを持つチャンスである」、「会場観戦は様々な人と交流する機会である」の順で低かった。カテゴリー別比較で差がみられなかった項目は、「試合に関連した面白さを楽しむ」、「応援しているチームが勝ったら自分も達成感を得る」および「試合そのものより、選手の練習を見たい」の3項目であった(表7)。カテゴリーごとに差があり、かつ、チャレンジが最も高く、プレミア女子が最も低かった項目は「会場観戦は様々な人と交流する機会である」および「会場観戦は他の人とかかわりを持つチャンスである」の2項目であった。

## VI. 考 察

観戦者の基本特性である性別割合や年齢構成について、

プレミア男子では女性の割合が高く、20歳代および30歳代が比較的多く、プレミア女子では男性の割合が高く、40歳代が多かった。また、チャレンジでは男性の割合が高く、10歳代および20歳代の割合が高いなど、愛知県開催ではカテゴリーによる違いがみられた。V機構による2013/14シーズンの調査ではプレミア男子全体で男性が29.0%、女性が71.0%、平均年齢が38.9歳であり、プレミア女子全体で男性54.2%、女性45.8%、平均年齢41.6歳で、プレミアの男子大会と女子大会では違いがあることは明らかであるとしており<sup>12)</sup>、本研究の結果はこれを支持するものであった。ただし、今回の調査ではチャレンジを男女でまとめて分析したため、チャレンジの状況を男女別に把握することはできなかった。

居住地および会場までの所要時間は、プレミア男子とチャレンジでは開催県である愛知を居住地とする割合が高く、会場までの所要時間も30分以上60分未満の割合が高かった。プレミア女子は、関東・関西方面を居住地とする割合はほかのカテゴリーより高く、所要時間も60分以上が65%近くを占めた。V機構のまとめでは、男子大会も女子大会も所要時間が60分以内の観戦者が60%以上を占めていると報告しており<sup>12)</sup>、今回のプレミア女子におい

でのみ所要時間をかけて来場する、または関東および関西からの観戦者が多いことは、愛知県開催における大きな特徴といえる。利用交通機関において、どのカテゴリも乗用車を利用する割合が高かった。利用交通機関のカテゴリごとの比較においてその差がみられた項目があったが、それぞれ開催された会場が異なっていることを考えると単純な比較をすることはできないと考える。2013-14シーズンのV機構のまとめでは、乗用車を利用する割合が男子大会の平均で37.6%、女子大会の平均で58.7%となっており<sup>12)</sup>、今回の愛知県におけるすべてのカテゴリにおいてその結果より高かった。また、同まとめにおける豊田合成トレフェルサでは67.1%、ジェイテクトSTINGSでは74.3%、およびトヨタ車体クインシーズでは87.4%となっており<sup>12)</sup>、愛知県在籍チームのホームゲームでの乗用車利用率は高かった。愛知県開催のホームゲームは、体育館所在地が公共交通機関最寄り駅より遠いという特徴があるためこのような結果となっていると考えられる。

バレーボールとの関わりでは、プレミア女子の観戦者は、バレーボールのプレー経験がない割合が62.1%であった。V機構のまとめでは、プレミア女子プレー経験なしの割合は平均で46.7%、愛知県がホームチームであるトヨタ車体クインシーズ主催ゲームで45.3%、最も高い割合の大会は東京での一般開催で58.5%と報告されており<sup>12)</sup>、今回の結果はこれらの報告に比べてその割合が高かった。また、Jリーグによる観戦者調査報告によると、サッカー未経験者の割合は平均61.8%で、最も高い割合を示した大会では75%を超えるものもあった<sup>7)</sup>。スポーツイベントにおける集客力ではその競技のプレー経験がない人をいかに取り込むことができるかは重要なポイントと思われる。その意味において、今回のプレミア女子の結果はバレーボールのプレー未経験者に対する集客力がほかのカテゴリより高かったことをうかがわせるものである。

観戦行動におけるカテゴリ別の特徴では、情報入手経路としての認知媒体において、カテゴリごとに差がみられている。プレミア男子では、チームやJVAのHPから情報を入手するケースが多く、今回の調査で明らかになった、国際大会やVリーグチームによるそのほかの大会を観戦する割合が高いこととの関連があるかもしれない。プレミア女子では、家族、友人、知人からとテレビから情報を入手するケースが多かった。女子のトップ選手やトップチームが男子の選手やチームよりメディアに取り上げられていることが多いと考えられ、今後はメディアの取り上げ方に着目した調査も必要である。また、これらのプレミア男子およびプレミア女子での結果はV機構の報告ともほぼ一致している。チャレンジではV機構のHPから情報を入手するケースが最も多かった。プレミアでもチャレンジでもV機構HPでは各チーム紹介や試合情報が同じよ

うに提供されるため、チャレンジでもV機構HPから情報が容易に入手できるためではないかと考えられる。以上のように認知媒体と観戦行動については今後さらに深めていく必要がある。

カテゴリ別の観戦理由は、プレミア女子において、「好きな選手を応援したい」および「今日の対戦相手との試合が魅力的だったから」の割合が高かった。このことと観戦行動の特徴を合わせて考えると、プレミア女子では「選手応援」や「チーム応援」または「試合結果」がおもな目的で、愛知県外からもたくさんの観戦者が来ている傾向がうかがえる。また、チャレンジでは、「友人や家族に誘われたから」、「地元のチームだから」および「チケットをもらったから」の割合が高かった。チャレンジにおける観戦の同行者には会社の同僚やスポーツチームの仲間が多かったことから、地元のチームの応援に、または会社のチームの応援に来る観戦者が多かった。一方、対戦相手のチームや選手を応援する、今日の試合の対戦を楽しみにするといったケースは少なかった可能性がある。

カテゴリ別の観戦意義は、プレミア男子では「興奮する試合が見たい」の割合が高く、「鑑賞」または「スポーツ空間を楽しむ」傾向がうかがえる。チャレンジでは、「会場観戦でバレーの戦術を学びたいと思う」および「選手のプレーを観察して自分のプレーに生かしたい」の割合が高かった。チャレンジの観戦者の年代別構成において10歳の観戦者が多く、バレーボール関与状況において、現在活動中の観戦者が多かったことから、チャレンジは若年層の「学習」の場として観戦していることが示唆された。また、チャレンジは「会場観戦はさまざまな人と交流する場である」および「会場観戦は他の人とかかわりを持つチャンスである」の割合も高かった。このことからチャレンジの観戦者はチケットを自ら購入する積極的なタイプではないが、地元のチームを応援しながら、「社交」や「交流」の場として集まって観戦を楽しんでいると考えられる。

以上のことから、プレミア男子では女性の観戦者が多く、レベルの高い、白熱した試合観戦を望む傾向がみられた。プレミア女子では男性観戦者が多く、好きな選手がいるチームや応援するチームが愛知県で試合をすれば少しくらい遠くても観戦に来る傾向がある。チャレンジでは、男性観戦者が多く、地元で開催される地元のチームを応援する傾向があることと、10代の現在プレーをしている観戦者が多く、学習目的や交流目的で観戦に来ていると考えられる。

## V. 研究の限界と今後の課題

本研究では、愛知県開催のVリーグの大会において、カテゴリごとの観戦者の特徴を明らかにすることはできなかった。このことから、運営サイドの県協会としての方策とし

て、カテゴリーごとにターゲットとなる年代、お住まいの地域の違いや観戦理由や意義の特徴などから、今後の観戦者拡大の方向性を見出すことが可能と考えられる。しかしながら、今回の調査項目からはホームチームとの関連を導き出せるデータがなかった。V 機構のまとめによると、愛知県所属のプレミアチームは豊田合成トレフェルサ、ジェイテクト STINGS、トヨタ車体クインシーズのホームゲームにおいて、「ホームチームのファンであるか」という調査では、それぞれ 48.0%、43.6%、36.6%であった<sup>12)</sup>。同報告の男子大会の平均が 54.6%、女子大会の平均が 54.7%であったことからすると、どのホームゲームもホームチームのファンである観戦者が少ないことを表している。同様の調査を今回行わなかったことは、研究の目的からすると大きな課題であり、反省するところである。2016-17 シーズン中の現在、愛知県所属のチームは、昇格するチームやファイナル 6 またはファイナル 3 で戦うなど、めざましい活躍をしている。この状況はホームチームファンの増大につながっている可能性があり、喫緊の調査課題であると考えられる。今後は、ホームゲームにおけるホームチームの方策に着目した調査を行っていくことが重要であると考えられる。

#### 〈謝辞〉

本研究は、2014 年度日本バレーボール学会調査研究費の助成を受けて実施いたしました。また、アンケート調査に多大なるご協力をいただきました一般社団法人日本バレーボールリーグ機構ならびに愛知県バレーボール協会の皆様に深く感謝申し上げます。

#### 参考文献

- 1) 出口順子, 菊池秀夫: V リーグ観戦者における態度的ロイヤルティ: 形成要因と行動意図への影響の検討, 中京大学体育研究所紀要, 29, pp25-32, 2015
- 2) 出口順子, 菊池秀夫: V リーグ観戦者の意思決定プロセス: チームアイデンティティ, 試合満足, 行動意図の関係性の検討, スポーツ産業学研究, 26, pp61-72, 2016
- 3) 一般社団法人日本バレーボールリーグ機構: V リーグについて  
<http://www.vleague.or.jp/vision/> ( 閲覧日 2016. 7.30)
- 4) 清川健一: バレーボール大会の観戦者行動に関する研究~ワールドカップバレーボール 99 (東京大会)の観戦者調査データから~, バレーボール研究, 2, p62, 2000
- 5) 清川健一: バレーボール大会の観戦者行動に関する研究(2)~観戦者の中範囲セグメントを探して~, バレーボール研究, 3, p52, 2001
- 6) 清川健一: バレーボール大会の観戦者行動に関する研究(3)~第7回Vリーグ男子決勝リーグ観戦者データから~, バレーボール研究, 4(1), p61, 2002
- 7) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ(Jリーグ): Jリーグスタジアム観戦者調査2015サマリーレポート, <http://www.jleague.jp/docs/aboutj/spectators-2015.pdf>, 2016
- 8) 齊藤隆志: 観戦行動の分類と要因-スポーツイベント経営の視点から-, 筑波大学体育科学系紀要, 14, pp39-51, 1991
- 9) 佐野昌行: スポーツイベントの観戦動機とその要因に関する研究-国際スポーツイベントに着目して-, 日本体育大学紀要, 37(2), pp83-95, 2008
- 10) 高田一慶, 原田宗彦, 備前嘉文: 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), pp25-42, 2008
- 11) 栃堀申二, 清川健一, 他2名: 大学バレーボール競技会の観戦者に関する研究~平成10年度全日本バレーボール大学選手権観戦者データから~, 筑波大学・運動学研究, 15, pp71-75, 1999
- 12) 早稲田大学スポーツビジネスマーケティング研究室: 2013/14Vリーグ観戦者調査報告書, <http://www.vleague.or.jp/vistors2013/>, 2014