

# スポーツ産業の観点から見た学生の直接スポーツ観戦の実態

## —西濃地域に居住するスポーツ学生を対象に—

古田 康生（岐阜協立大学経営学部）

キーワード：みるスポーツ、直接スポーツ観戦、スポーツ産業、参加率・参加希望率

### 1. はじめに

#### 1.1 本研究の概要(構成)

本研究では「みるスポーツ」のなかでも直接現地でスポーツを観戦する「直接スポーツ観戦」の価値をスポーツ産業の観点から考察すること目的としている。「みるスポーツ」は、スポーツ庁が策定した「第二期スポーツ基本計画」に示され、その「みるスポーツ」には様々な価値があると考えられる。代表的な例としては地域を代表するチームや選手を地域住民が一致団結して応援することで地域活性化をもたらす地域的価値や、それに伴うチケット購入やチームグッズの購入、現地における飲食物購入などによる経済的価値、スポーツ実施者がスポーツ技能を獲得するためにお手本とする示範的価値、種々の困難と対峙してそれを克服するアスリートから学ぶ教育的価値、プロ野球やサッカーJリーグを代表とするような人気の観戦種目は「みるスポーツ固有の文化」を形成しており文化的価値<sup>1)</sup>があるとも言える。今回は、スポーツ産業の見地から大学生の「みるスポーツ」の消費の実態を顕在化し、潜在市場の特徴をスポーツ産業的価値を明らかにしようと調査を試みた。

2010年、文部科学省は「スポーツ立国」の実現に向けて必要な施策を示す「スポーツ立国戦略」<sup>8)</sup>を策定した。その後、2011年にスポーツ基本法<sup>9)</sup>が施行された後、スポーツ基本計画<sup>9)</sup>の策定が進められ、第1期スポーツ基本計画<sup>9)</sup>が平成24年度(2012年度)から平成28年度(2016年度)に、第2期スポーツ基本計画<sup>9)</sup>が平成29年度(2017年度)から令和3年度(2021年度)に施策の総合的かつ計画的な推進が図られた。令和4年3月25日に第3期「スポーツ基本計画」<sup>9)</sup>が策定され、推進されている。この過程の第2期スポーツ基本計画では、スポーツ政策としてスポーツを「する」だけでなく、「みるスポーツ」、「ささえるスポーツ」といった多様な形での「スポーツ参画人口」を拡大し、スポーツ界が他分野との連携・協働を推進し、「一億総スポーツ社会」の実現に向けて取り組むことが明記された<sup>9)</sup>。

#### 1.2 日本の「みるスポーツ」の現状（種々の全国調査による性別・世代別参加状況）

##### 1.2.1. 青少年期の直接スポーツ観戦(みるスポーツ)の実態に関する先行調査(笹川スポーツ財団, 2021)

「青少年期のスポーツ観戦の実態」<sup>5)</sup>(笹川スポーツ財団)では、これまでの青少年期を対象とした国のスポーツ政策は、運動習慣の確立や体力向上など、参加機会の充実などするスポーツに主眼が置かれている。この背景の一つには、幼児期や青少年期における運動やスポーツは心身の健全な発達など様々な好影響をおよぼすため重視され、過去30年以上にわたり子どもの体力が低下傾向にあるという問題がある。そのため、青少年の「みる」、「ささえる」は政策として大きく取り上げられていない現状である、と指摘している。すなわち、幼児期から青少年期での運動・スポーツにおける政策的課題は、この発達段階における心身の発育発達の未発達という課題解決のため、運動習慣の確立をさせ、日常的な運動・スポーツ実施率

を向上させ、それにより適切な心身の健康・体力を改善、させることによりスポーツへの参加機会の充実を図る意図があったために「するスポーツ」に主眼が置かれてきた。したがって「みるスポーツ」や「ささえるスポーツ」は、「するスポーツ」ほど重要視はされていない。しかし、第二期スポーツ基本計画での「みるスポーツ」の重視を受け、この調査では青少年期の「みるスポーツ」の実態把握を試みている。それによると、中学校期(n=565)、高等学校期(n=506)、大学期(n=363)、若年勤労者期(n=194)の12歳から21歳の青少年がスタジアム(競技場)やアリーナ(総合体育館など)で直接スポーツを観戦したのは37.2%であり、男性(男子)では41.7%、女性(女子)では32.4%とし、男性の方が9.3ポイント高い結果を得たとしている。それら若年者層が所属する校種などの別では、高等学校期が最も高値で、41.3%で、次いで大学期が39.1%、中学校期が35.4%、若年勤労者が30.95%と示している。またこの調査では、青少年期のスポーツ観戦では実際に活動している(「するスポーツ」で調査対象者自身が活動しているスポーツ種目)スポーツと同じ種目を観戦している、と報告している。さらに青少年期のスポーツへの関わり方は、「みるスポーツ」のみの関与では2.5%に留まり、「みるスポーツ」と「するスポーツ」の合算値では29.5%となる。そして、「みるスポーツ」に「するスポーツ」と「ささえるスポーツ」を加えると10.3%となる<sup>18)</sup>。したがって青年期では、スポーツの実施と観戦の両方を楽しむ傾向があると報告している。

上記の調査結果によると、12歳から21歳の青少年(n=1,665)を対象とした調査では37.2%が直接スポーツ観戦に参加し、他方で62.8%が直接スポーツ観戦に参加していないと理解できる。また、本研究で調査対象とした大学生期での直接スポーツ観戦の参加率は39.1%であったことから、60.9%が直接スポーツ観戦に参加していないと算出できる。

#### 1.2.2 スポーツの実施状況等に関する世論調査(スポーツ庁, 2017<sup>13)</sup>, 2018<sup>14)</sup>, 2019<sup>15)</sup>)

スポーツ庁健康スポーツ課により毎年報告される「スポーツの実施状況等に関する世論調査」は、スポーツの実施状況等に関する国民の意識を把握し、今後の施策の参考とする、を目的に実施されている。調査項目には、健康・体力に関する意識について、運動・スポーツの実施状況と今後の意向について、スポーツ観戦について、スポーツに関するボランティア活動について、および運動・スポーツの価値についてである。この内、「(3)スポーツ観戦について」は、この1年間に観戦したスポーツ種目およびスポーツ観戦した理由が調査されている。スポーツ観戦種目では、直接現地での観戦とテレビやインターネットでの間接観戦に分けて調査されている。この調査では、この1年間に直接現地でも観戦したスポーツ種目(複数選択可)について性別および世代別に報告され、プロ野球やJリーグ、高校野球など22項目から複数選択させ回答させている。その一つに「見なかった(観戦していない)」の項目があり、その値から直接スポーツ観戦参加率が算出できる。新型コロナウイルス感染症が拡大する2017年から2019年の調査報告結果から著者が一覧にまとめ作表したのが表1である。

この調査結果において、2017年では性別でみると[直接現地] [テレビ・インターネット]のどちらでも男性が女性よりも観戦した割合は高い。年代別では、[直接現地]は10代が、[テレビ・インターネット]は70代が、それぞれ観戦した割合が高い、と報告している<sup>13)</sup>。同様に2018年と2019年では、性別でみると[直接現地] [テレビ・インターネット]は、共に男性が女性よりも観戦した割合は高い。年代別では[直接現地]は10代と20代で、[テレビ・インターネット]は70代で観戦した割合が高い、と報告している<sup>14), 15)</sup>。男性の直接観戦率は女性と比較して高値であるが、表中に示したいずれの年度も50%を超えていない。また、男性・女性も20代をピークに加齢とともに直接現地での観戦率が減少する傾向が認められる。

#### 1.2.3 レジャー白書(公益財団法人日本生産性本部, 2017<sup>2)</sup>, 2018<sup>3)</sup>, 2019<sup>4)</sup>)

レジャー白書(公益財団法人日本生産性本部)では、趣味・娯楽部門の項目の一つに「スポーツ観戦(テ

レビを除く)」がある。ここでも新型コロナウイルス感染症が拡大する以前の2017年から2019年の性別・世代別の参加率を著者が一覧表にまとめ作表して表2に示した。

表1 スポーツ庁によるスポーツ直接観戦の有無に関する世代別調査結果

	男性			女性		
	n	直接観戦経験 有り(%)	なし(%)	n	直接観戦経験 有り(%)	なし(%)
2019 10歳代	252	40.5	59.5	238	30.3	69.7
20歳代	1297	40.2	59.8	1238	27.6	72.4
30歳代	1555	34.8	65.2	1487	23.7	76.3
40歳代	1996	34.6	65.4	1921	22.9	77.1
50歳代	1665	33.2	66.8	1657	21.3	78.7
60歳代	1710	28.0	72.0	1791	19.3	80.7
70歳代	1463	28.6	71.4	1710	17.3	82.7
2018 10歳代	239	36.7	63.3	238	27.6	72.4
20歳代	1313	43.6	56.4	1238	26.8	73.2
30歳代	1589	33.7	66.3	1487	24.2	75.8
40歳代	2004	32.3	67.7	1921	23.1	76.9
50歳代	1641	31.0	69.0	1657	19.5	80.5
60歳代	1776	26.1	73.9	1791	16.3	83.7
70歳代	1380	29.6	70.4	1710	18.4	81.6
2017 10歳代	255	44.7	55.3	243	41.2	58.8
20歳代	1357	42.7	57.3	1288	30.1	69.9
30歳代	1635	36.9	63.1	1571	21.1	78.9
40歳代	2000	31.1	68.9	1942	20.7	79.3
50歳代	1583	28.5	71.5	1575	18.5	81.5
60歳代	1821	25.2	74.8	2094	18.3	81.7
70歳代	1290	29.5	70.5	1346	20.7	79.3

単位：経験の有無：%  
n：人数

この調査結果でも直接現地でのスポーツ観戦参加率を男性と女性を比較すると、男性の方が高値を示している。しかし、この調査では前述の調査報告とは異なり、10歳代や20歳代の若年者層の直接スポーツ観戦率は相対的に高値ではなく加齢に伴い大きな減少は認められてはいない。

以上の調査結果を基に本研究で調査対象とする「大学生期」の直接スポーツ観戦参加率を比較すると、「青少年のスポーツ観戦の実態」(笹川スポーツ財団)では、37.2%が参加、62.8%が未参加となる。「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(スポーツ庁、2017年から2019年)では、男子10代から20代では、36.7%-44.7%が参加、55.3%-57.8%が未参加となる。同様に女子では、26.8%-41.2%が参加、58.8%-73.2%が未参加となる。おおよそ、大学生期では40%前後が参加、60%前後が未参加と推定される。つまり、スポーツ産業観点からは大学生期の60%前後が今後のマーケットになり得ると理解できるといえよう。なお、レジャー白書(日本生産性本部)の調査結果は、2017年から2019年のいずれの調査年においても10代と20代の直接スポーツ観戦の参加率は、20%前後と低値である。この理由としてサンプルサイズと調査目的の相違が考えられる。すなわち、スポーツ庁調査では、今後の国のスポーツ政策決定に資する資料を得るため、国民のスポーツ実施状況に特化した目的で40,000人を対象に大規模調査されている。一方、レジャー白書は、日本での余暇市場の動向を調査するため、数多くあるレジャー種目を同時に調査し、「スポーツ観戦(テレビは除く)」はその調査項目の一つに過ぎない。また、標本数も2,000人である。したがって、調査結果の正誤ではなく、調査目的の違いが反映されている。ただし、どの調査結果も直接スポーツ観戦の実態を把握するための貴重な資料であることは間違いない。これらの資料から現在の

日本の大学生期における直接スポーツ観戦の潜在的な市場(マーケット)の規模が把握できたが、サンプルサイズ(標本数)の規模や調査目的が異なるため、推測の域の範囲内での数値である。

表2 レジャー白書でのスポーツ直接観戦の世代別参加率

	男性		女性	
	直接観戦経験		直接観戦経験	
	有り(%)	なし(%)	有り(%)	なし(%)
2019 10歳代	19.0	81.0	8.2	91.8
20歳代	17.2	82.8	14.0	86.0
30歳代	22.1	77.9	11.2	88.8
40歳代	18.5	81.5	10.0	90.0
50歳代	16.9	83.1	10.8	89.2
60歳代	14.8	85.2	9.8	90.2
70歳代	19.7	80.3	11.3	88.7
2018 10歳代	12.5	87.5	12.6	87.4
20歳代	15.2	84.8	9.4	90.6
30歳代	19.4	80.6	10.8	89.2
40歳代	16.0	84.0	13.2	86.8
50歳代	19.1	80.9	10.2	89.8
60歳代	16.6	83.4	8.9	91.1
70歳代	15.2	84.8	10.8	89.2
2017 10歳代	21.4	78.6	5.9	94.1
20歳代	15.8	84.2	10.9	89.1
30歳代	18.8	81.2	7.5	92.5
40歳代	20.1	79.9	10.9	89.1
50歳代	12.9	87.1	9.2	90.8
60歳代	13.9	86.1	10.2	89.8
70歳代	17.6	82.4	11.4	88.6

単位: 経験の有無: %

### 1.3 直接スポーツ観戦に関連する先行研究

スポーツリーグはもちろん、そのリーグに属するチーム・クラブが安定した経営を維持するためには、マーケティング・マネジメント戦略を展開して安定した顧客動員数の確保、すなわち、観戦チケット販売による安定した収入は不可欠である。その着眼点から、藤本と原田(2001)<sup>6)</sup>は、スポーツ・ファンのニーズや欲求に基づいたマーケティング・マネジメント戦略を展開するためには、「マーケット構造を理解してターゲット・マーケットを明確にする必要がある」、としてMullin(1993)<sup>10)</sup>のマーケット・セグメンテーションの手法を用いてスタジアムに会場し、現地にて直接スポーツ観戦したファンを対象に4つのセグメントに分類して分析をし、『クラブが新規顧客を獲得するために分配するマーケティング努力には優先順位があり、最優先されるべきセグメントは最も観戦の可能性が高いセグメント、すなわち最もポジティブで強い観戦意図を持つセグメントである』と報告している。つまり、これは既存マーケットであり、スタジアムでの観戦経験がある人および毎シーズン継続的に観戦している人のことを指し、繰り返しスタジアムに会場してもらい、安定した直接スポーツ観戦者を確保することを意味している。そして、その最も直接観戦にポジティブなセグメントの特徴として①男性が多い傾向にある、②スタジアムに近い所に居住している、③過去に運動・スポーツの経験があり、現在も実施している、④チケットの価格や入手方法、試合スケジュールの入手方法の認知度が高い、⑤現地での観戦に対してポジティブで強い態度を持つ、⑥ホームチームに対して関心が高い、⑦ホームチームに対してアイデンティティ強い、としている。一方、佐野(2006)<sup>12)</sup>

は、「国内リーグの安定的な経営のためには、試合観戦に繰り返し足を運ぶ顧客の維持が必要であることに異論はないが、競技の普及という点で注目すると、これまでに試合会場で試合を観戦した経験がない、または少ない人々に、会場を訪れてもらうことが重要である」、とも指摘している。

#### 1.4 本研究での課題(リサーチクエッション)

前記の全国調査を概観すると今後の長期的な顧客として期待される10代や20代の若年層(大学生を含む)のスタジアムやアリーナといった現地での直接スポーツ観戦への参加率は決して高くはない。今後この世代を新たな顧客(現地観戦者)として取り込むためには、その特性を顕在化させる必要がある。これまでの先行研究では、主にサッカーやバスケットボール、ハンドボールといった特定の競技種目の試合にて現地にて観戦者を対象に調査が実施され、その特性が検討されてきた。そこで、新規顧客を獲得するための基礎的資料を得るには、より多くの競技種目を対象に、直接スポーツ観戦の経験がある者とそうでない経験がない者の特徴を検討する必要があるであろう。

#### 1.5 研究目的

本研究では、若年者層の一部である大学生を対象に「直接スポーツ観戦」の実態を把握するとともに、直接観戦の経験があるが学生の観戦実態と志向を、直接観戦の経験がない学生では、直接観戦に対する志向・意識を明らかにすることを目的とした。特に今回は、スポーツに対して好意的志向を持つと考えられるスポーツ経営を専攻する学生を対象とした。その理由は、スポーツに好意的な学生であれば、直接観戦の経験がある学生からより多くの回答が期待でき、その実態が顕在化できる可能性がある。また、経験がない学生からはスポーツに対して好意的であるにもかかわらず観戦していない理由が明らかになると期待でき、新規顧客を獲得する上での基礎的資料が得られると考えら。さらに、本研究では西濃地域に居住する学生を対象とした。その理由は、この地域はトップスポーツチーム(クラブ)が本拠地を置く岐阜市や名古屋圏、関西圏へのアクセスが良く公共交通機関の利便性が良いためである。トップチームとしては、プロ野球やサッカーJリーグ、バレーボールVリーグ、バスケットボールBリーグ、さらにはハンドボールや女子ソフトボールJDリーグなどに所属するチームの本拠地があり、直接観戦の機会に恵まれている地域といえる。これらの理由からスポーツ庁などの全国調査よりも直接スポーツ観戦の参加率が高いと推測され、今後の直接スポーツ観戦に役立つ知見が得られるのではないかと考えた。

## 2. 研究方法（調査方法）

### 2.1 調査対象者

本研究で調査対象となったのは岐阜県西濃地域に居住あるいは大学に通学し、スポーツ経営を専攻する学生81名(女子学生10名)である(表3)。

表3 本研究の調査対象学生

性別	運動部所属の有無	件数	%
男子学生	運動部所属	55	39.51
	非運動部所属	16	8.64
女子学生	運動部所属	10	3.70
	非運動部所属	0	0.00
小計		81	

本研究で西濃地域に居住する学生を対象とした理由は、この地域はトップスポーツチーム(クラブ)が本拠地を置く岐阜市や名古屋圏、関西圏へのアクセスが良く公共交通機関の利便性が良いことからスポーツ



庁などの全国調査よりも直接スポーツ観戦の参加率が高いのではないかと推測されるからである。(表 3)

## 2.2 調査方法

集合法による自記式質問紙調査法を用いた。過去の研究報告<sup>1), 7), 16)</sup>を参考に直接スポーツ観戦に関する調査用紙を作成し、無記名にて回答させた。回答させる前に口頭にて本研究の調査主旨や記入方法、倫理的配慮について説明した後、その場で記入させ、記入後に直ちに調査用紙を回収した。回収率は100%であった。回答は、およそ20分間程度であった。

## 2.3 質問項目

### 2.3.1 基本的属性

基本的属性として、居住地(直近の1年間)、年齢、性別、大学での運動・スポーツ系の部活動・サークルの所属の有無と活動種目を回答させた。

### 2.3.2 日本のトップスポーツリーグの認知

本研究で主に直接スポーツ観戦の対象とする一般社団法人日本トップリーグ連携機構に加盟する日本の団体球技リーグ(2021年4月1日現在10競技12リーグが加盟)と日本野球機構によって統括されているリーグの日本プロ野球、一般社団法人日本卓球リーグ実業団連盟が主催する日本卓球リーグ(Tリーグ)の認知、すなわち「知っている」あるいは「知らない」で回答させた。

### 2.3.3 直接スポーツ観戦について

この1年間の直接スポーツ観戦経験の有無およびその回数、観戦した競技種目、1回あたりの直接スポーツ観戦に要した費用(金額)、1回あたりの直接スポーツ観戦に許容できる予算(使用できる限度額)、直接スポーツ観戦の誘因項目(11項目から複数回答)、今後の直接スポーツ観戦の参加希望率(とても観戦したい、観戦したい、どちらでもない、あまり観戦したくない、観戦したくないの5段階のリッカート式尺度にて回答させた)、そして今後の直接スポーツ観戦を希望する競技種目(24種目から複数回答)の6つの質問に回答させた。

## 2.4 調査時期

この調査は、2023年6月22日に全ての調査を実施し、1日のみで完結した。

## 2.5 倫理的配慮

調査を始めるにあたり、調査対象となった学生に対して口頭にて研究主旨と意義、調査方法、結果の公開においては統計処理され集団として結果を表するため個人情報保護され個人が特定されない、途中での中止が可能でそれによる不利益がないことを説明し、同意を得たうえで回答させた。本研究は、岐阜協立大学研究推進委員会「岐阜協立大学における研究者の行動規範」を遵守して遂行した。

## 2.6 用語の定義

### 2.6.1 直接スポーツ観戦(直接現地でのスポーツ観戦)

本研究ではスポーツ経営を専攻する学生の「みるスポーツ」の参加の実態とそれに対する意識をスポーツ産業の観点から把握することが目的である。本研究でのスポーツ産業的観点とは、直接スポーツ観戦に要する費用や許容できる予算、潜在的マーケットの規模を指している。スポーツを観る方法にはテレビやインターネットなどによるメディア観戦なども含めるといくつかある。本研究では、競技場(スタジアム)や体育館(アリーナ)などの試合・大会会場に出向き、直接スポーツ観戦する観戦方法が対象であるので、本研究ではスポーツ観戦を全て「直接スポーツ観戦」と表記し、他の方法とは区別した。

### 2.6.2 みるスポーツの対象(直接スポーツ観戦の対象)

「みるスポーツ」の観戦対象は、日本国内のトップスポーツリーグに属するプロ野球、サッカーJリーグやFリーグ、WEリーグ、バレーボールのVリーグ、バスケットボールのBリーグに加えて、女子ソフトボ

ールの JD リーグやハンドボールの日本リーグなど、チケットを購入して観戦するスポーツを対象とした。また、大学生や高校生を対象とした野球やサッカー、ラグビーといった全国大会レベルの試合・大会の観戦も含めた。一方、地方大会や中学生以下の大会・試合といった仲間の応援が主となるの観戦は対象外とした。

## 2.7 統計処理

質問項目に対する回答は、全調査対象学生及び直接スポーツ観戦の経験の有無別（経験あり群、経験なし群）に示した。各群の特徴を検討するため群間の比較に回答を標本数に対する比率（割合）で示した。直接スポーツ観戦に要する費用と予算の金額は、平均値と標準偏差で示した。全ての集計・分析は、Microsoft 365 の EXCEL にて行った。本学学生の直接スポーツ観戦者数が全国平均値よりも多いのか少ないのかの判断をするため、出村ら（2001）の「比率に関する検定(Excelによる健康・スポーツ科学のためのデータ解析入門(大修館書店))」に従い比率に関する検定の母比率と標本比率の差の検定をした。母比率は、スポーツ庁により報告された令和4年「スポーツの実施状況等に関する世論調査」の結果<sup>17)</sup>の値を用いた。危険率は5%未満で判定した

## 3. 研究結果（調査結果）

### 3.1 本研究の調査対象（有効な標本（サンプル））

表4に本研究で調査対象となった学生の属性（性別・運動部の所属の有無）ごとにこの1年間での直接スポーツ観戦の経験の有無別に群分けして示した。まずは、観戦経験の有無で大別し、次いで性別に分け、大学での運動部の所属の有無別に分けて実数値（件数）と割合（%）を示した。

本研究で得られた有効回答数は81件（男子学生71件、女子学生10件）であった。これまで報告された全国調査や研究では、大学での運動部活動の所属の有無や男性・女性の性差が直接スポーツ観戦と関連するという結果が報告されている<sup>6)</sup>。しかし、今回は比較検討するための統計検定に必要なサンプルが十分に得られていないため「この1年間での直接スポーツ観戦経験の有無」により調査対象学生を経験あり群と経験なし群の2群に群分け、その特性の検討を試みた。

### 3.2 本研究で得られた「この1年間での直接スポーツ観戦の有無」

今回の調査では、この1年間での直接スポーツ観戦経験を有する経験あり群は48.15%であった。他方、経験しなかった経験なし群は51.85%であり、経験あり群を僅かに上回る結果を得た。また、サンプル数が少ないため、明確な言及はできないが女子学生の直接スポーツ観戦経験で経験あり群の人数が、経験なし群の2倍を超えていた。スポーツ庁によるスポーツ活動に関する世論調査結果の「令和4年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」の結果について」<sup>17)</sup>によると全世代の直接現地でのスポーツ観戦したのは23.3%（n=40,000）である。同様に、男性の10代では40.4%、20代では40.9%となっている。女性の10代では27.3%、20代では25.0%とある（表2）。また、笹川スポーツ財団<sup>18)</sup>による「10代のスポーツライフに関する調査2015」では、するスポーツのみが49.5%、するスポーツとみるスポーツをする割合は29.5%（n=1,689）と報告されている。したがって、本研究で得た直接スポーツ観戦は、48.15%（男子学生45.07%、女子学生70.00%）であり、いずれも前記の笹川スポーツ財団<sup>5)</sup>やスポーツ庁<sup>13),14),15)</sup>、レジャー白書<sup>2),3),4)</sup>といった全国調査結果を上回っている。本研究で調査対象となったのはスポーツ経営を専攻する学生であったため、学生自身が日常的に「するスポーツ」だけでなく「みるスポーツ」に対しても肯定的に参加（消費行動）している実態が把握できた。

表4 調査対象学生の属性とこの1年間での直接スポーツ観戦経験

調査対象学生の大学での運動部の所属の有無			件数	%
経験なし群	男子学生	運動部所属	32	39.51
		非運動部所属	7	8.64
	女子学生	運動部所属	3	3.70
		非運動部所属	0	0.00
経験あり群	男子学生	運動部所属	23	28.40
		非運動部所属	9	11.11
	女子学生	運動部所属	7	8.64
		非運動部所属	0	0.00
小計			81	
この1年間での直接スポーツ観戦の経験の有無			件数	%
経験なし群	男子学生		39	48.15
	女子学生		3	3.70
				51.85
経験あり群	男子学生		32	39.51
	女子学生		7	8.64
				48.15
小計			81	
この1年間での直接スポーツ観戦の回数				
男子学生n=71		女子学生n=10		
	件数	%	件数	%
0回	39	54.93	3	30.00
1回	12	16.90	2	20.00
2回	8	11.27	1	10.00
3回	3	4.23	1	10.00
4回	3	4.23	0	0.00
5回	2	2.82	1	10.00
6回	1	1.41	2	20.00
7回以上	3	4.23	0	0.00
人数	71			

### 3.3 大学での運動部所属と直接スポーツ観戦の関連

本研究で調査対象となった全学生がスポーツ経営を専攻しているが、全てがスポーツ系の運動部やサークルに所属していない(非所属 16名, 19.75%)。今回の調査では大学での運動部所属と直接スポーツ観戦には関連は認められなかった。すなわち、本研究では大学運動部に所属している学生(男子学生(39.51%)、女子学生(3.70%))であっても直接スポーツ観戦の経験はない、と回答した。藤本と原田(2001)<sup>6)</sup>は、直接スポーツ観戦と「過去の運動・スポーツ」及び「現在の運動・スポーツ経験」は有意に関連していると報告している。つまり、現在の運動・スポーツの実施状況だけでなく、大学で専攻する専門領域がスポーツであることが本研究での直接スポーツ観戦参加率を高値に作用したと推測される。

### 3.4 この1年間での直接スポーツ観戦の回数

この1年間での直接スポーツ観戦回数では、最低値1回が14名で、最高値9回が1名であった。直接観戦1回/年は、39名中14名の35.90%であり、2回/年以上の複数回答者は、25名(64.10%)であった。2回/年が23.08%、3回/年が10.26%、4回/年、5回/年、6回/年は、いずれも4.23%、7回以上/年が7.69%であった。直接スポーツ観戦の回数平均値(標準偏差)は、2.87(2.14)であった。この結果から今回調査対象となった西濃地区に居住するスポーツ学生の約半数が、この1年間で直接スポーツ観戦に参加し、さらに参加者の半数(24.6%)が年間に複数回参加している実態が明らかとなった。

### 3.5 直接スポーツ観戦の種目

表5は、経験あり群が直接観戦した競技種目(リーグ)別一覧である。最も多くを占めたのはサッカーJ



リーグや日本代表戦であった。次いで野球（プロ野球や高校野球）、バスケットボール(Bリーグ)、陸上競技、バレーボール(Vリーグ)の順であった。なお、複数種目を観戦した学生が6名(全体の7.41%)あり、学生自身が実施している競技種目を中心に他の競技を観戦する傾向が認められた。

表5 経験あり群が直接スポーツ観戦した競技種目

		件数	%
サッカー	リーグ、日本代表戦等	44	39.29
野球	プロ野球、高校野球	17	15.18
バレーボール	Vリーグ	10	8.93
バスケットボール	Bリーグ	14	12.50
ラグビー	リーグワン	2	1.79
陸上競技	実業団大会等	14	12.50
格闘技	大相撲、キックボクシング	2	1.79
フットサル	Fリーグ	9	8.04
ボート競技		1	0.89
小計		113	100

### 3.6 経験あり群の一回当たりの直接スポーツ観戦に要した費用(金額)

1回あたりの直接スポーツ観戦に要する費用(金額)の平均値(標準偏差))は、12,000.00(11339.03)円/回であった。最低金額は、1,000円/回で、最高金額は、40,000円/回であった。この費用には、観戦チケット代、スタジアムやアリーナまでの交通費(駐車場代・高速代も含む)、グッズ購入、現地での飲食代などが含まれる。なお、1回の直接観戦に要する金額の人数分布は、1,000円以上5,000円未満が44.12%、5,000円以上10,000円未満が23.53%、15,000円以上20,000円未満が14.72%、そして20,000円以上が17.65%であった。

本研究の調査対象学生には自宅外学生(一人暮らし及び学生寮生活)が多いため、経済的理由(金銭的余裕)により直接スポーツ観戦の機会が少ないのではないかと推測したが3,000円未満は26.47%であり、約4分の3以上の学生が5,000円以上を直接観戦で消費する実態が明らかとなった。

### 3.7 直接スポーツ観戦経験の有無別の日本のトップスポーツリーグの認知(知っているか)

表4は、直接スポーツ観戦の有無別に一般社団法人日本トップリーグ連携機構に加盟する日本の団体球技リーグ(2021年4月1日現在10競技12リーグが加盟)と日本野球機構によって統括されているリーグの日本プロ野球、一般社団法人日本卓球リーグ実業団連盟が主催する日本卓球リーグ(Tリーグ)の認知の結果を示した。

この項目を設定したのは、リーグの認知(その存在を知っているか)していることが前提で直接スポーツ観戦という行動が起こると考えられるためである。つまり、リーグを認知しているから試合を観戦したいと行動し、スポーツ種目としてその競技そのものは知っているものの、直接観戦の対象としてトップリーグの存在を知らなければ試合・大会の日程、試合会場(スタジアム・アリーナあんど)の場所やアクセス、チケット購入方法といった情報は入手されない。そのため、直接スポーツ観戦の機会すら知らず、行動は起きないであろうと考えて質問に追加した。

表6 直接観戦経験別の日本のトップスポーツリーグの認知

リーグ名称	競技種目		この1年間で直接スポーツ観戦	
			経験あり群 n=39	経験なし群 n=42
Vリーグ	バレーボール	男子・女子	95.45	100.00
Wリーグ	バスケットボール	女子	54.55	63.64
JHL	ハンドボール	男子・女子	47.73	36.36
リーグワン	ラグビー	男子	50.00	48.48
アジアリーグ	アイスホッケー	男子	25.00	33.33
HJL	フィールドホッケー	男子・女子	25.00	42.42
JDリーグ	ソフトボール	女子	40.91	51.52
Fリーグ	フットサル	男子	63.64	63.64
Xリーグ	アメリカンフットボール	男子	40.91	45.45
Jリーグ	サッカー	男子	95.45	100.00
Bリーグ	バスケットボール	女子	90.91	87.88
WEリーグ	サッカー	女子	90.91	87.88
プロ野球	硬式野球	男子	100.00	100.00
Tリーグ	卓球	男子・女子	56.82	51.52

単位：%

本研究で対象となった大学生では、直接スポーツ観戦の有無がリーグの認知に作用する結果は得られなかった。日本の代表的なリーグであるプロ野やサッカーJリーグ及びWEリーグ、バレーボールVリーグ、バスケットボールBリーグは、どちらの群も認知率は高値を示した。一方、アイスホッケーとフィールドホッケーについてはどちらの群も低い認知であった。調査対象学生が居住する西濃地域にはJDリーグとフィールドホッケーのチームの本拠地があるが、このリーグを認知している学生は少数であった。

### 3.8 直接観戦経験の有無別の予算額、今後の観戦希望及び過去（幼少期）の観戦機会（表7）

#### 3.8.1 一回あたりの直接スポーツ観戦の許容金額（予算）

表7に、1回あたりの直接スポーツ観戦に利用可能（許容できる）な金額（予算）を示した。経験あり群よりも経験なし群の方が予算額平均値は高値を示した。また、どちらの群も10,000円/回を超える回答を得た。経験あり群は、前述の1回あたりの直接スポーツ観戦に要した費用の12,000円/回に近似する額が回答された。一方、経験なし群では、最低金額が1,000円/回(6.25%)、最高金額が50,000円/回(3.12%)であった。なお、経験なし群での予算額に応じた人数分布は、5,000円未満が28.13%、10,000円以上20,000円未満が21.88%、20,000円以上30,000円未満が34.38%、30,000円以上40,000円未満が9.38%、40,000円以上が3.12%であった。この結果から経験なし群は、直接スポーツ観戦に要する費用が具体化できていない可能性が推測される。すなわち、20,000円以上の予算を計上する学生が53.13%あり、必要以上に費用が掛かると考えていると推測され、1回あたりの直接スポーツ観戦には高額な予算を回答したと考えられる。この回答から経験なし群は、具体化されていない予算額が直接スポーツ観戦への参加の障壁になっているとも推察できる。

#### 3.8.2 今後の直接スポーツ観戦に関する希望調査結果

今後の直接スポーツ観戦への参加希望率を群別に示した(表7)。最も積極的な態度である「とても参加したい」から順に、「参加したい」、「どちらでもない」、「あまり参加したくない」、「参加したくない」のリッカート式尺度にて回答を求めた。経験あり群と経験なし群では、「とても参加したい」にて $\chi^2$ 検定によって有意差が認められた。また、経験あり群では「とても参加したい」と「参加したい」の回答が93.02%を占めたのに対して、経験なし群では、75.76%であった。経験なし群では「観戦したくない」の回答も認めら

れた。本調査で対象となったスポーツ学生では、今後の直接スポーツ観戦参加希望で両群とも「とても観戦したい」と「観戦したい」が多数を占めたが、より能動的な行動を意味する「とても観戦した」では経験あり群の方が高値となった。

表7 直接観戦経験の有無別の予算額、今後の観戦希望及び過去の観戦機会

1回あたりに直接観戦で使用可能な金額(予算)					
	経験あり群		経験なし群		
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
	¥13,093.18	¥10,874.58	¥15,133.33	¥11,214.93	
今後の直接スポーツ観戦希望	%		%		$\chi^2$ 値
とても観戦したい	67.44		36.36		0.00174
観戦したい	25.58		39.39		0.00016
どちらでもない	9.30		12.12		n.s.
あまり観戦したくない	0.00		0.00		n.s.
観戦したくない	0.00		12.12		-
小学校・中学校期にトップアスリートとの交流の機会の有無とそれを機に直接観戦したか	%		%		$\chi^2$ 値
交流機会有り、直接観戦した	41.86		27.27		0.00063
交流機会有ったが直接観戦していない	37.21		36.36		n.s.
交流機会・直接観戦もしていない	23.26		36.36		n.s.

\*:P<0.05

### 3.8.3 過去(幼少年期)のトップスポーツ選手との交流機会と直接観戦との関連

近年、トップスポーツクラブがファン獲得のため地域密着戦略を図り、トップスポーツ選手が小学校や中学校または地域スポーツクラブを訪問して児童・生徒と直接交流する機会がある。そこで、質問項目に「小学校・中学校でのトップスポーツ選手との直接的交流の経験とそれが直接スポーツ観戦に繋がったか」を加えた。その結果、「直接交流があり、直接スポーツ観戦した」は経験あり群が 41.86%、経験なし群が 27.27%と回答し、統計的有意差が認められた。「直接交流は経験したが直接観戦はしていない」と「直接交流・直接観戦なし」では両群間に有意な差は認められなかった。この1年間の直接スポーツ観戦経験がある「経験あり群」では児童・生徒期にて「トップスポーツ選手との直接交流がその時期の直接スポーツ観戦に繋がっていた」と推測できる結果を得た。

### 3.9 直接スポーツ観戦への参加誘因項目(参加理由)(表8)

直接スポーツ観戦参加に繋がる誘因項目(参加理由)を9項目から複数回答させた。経験あり群では「チケット(割引)がある」や「応援する選手」、「友達や家族の誘い」、「友達や家族が出場している」が65.00%以上の回答を得た。一方、経験なし群で65.00%を超えた誘因項目は「チケット(割引)」と「家族友人が出場している」の2項目のみであった。

スポーツ庁の調査<sup>17)</sup>では、スポーツ観戦をした理由(複数回答可)として「そのスポーツが好き」が63.8%、「応援しているチームがある」が21.9%と理由として挙げられたが、本調査では同様な項目から回答を求めたが「チケット(割引)」が両群ともに上位となり、スポーツ庁の調査結果の「チケットがあったので」の2.9%とは異なる結果であった。また、大学生であることから「経済的余裕がある」、学業や部活動などの課外活動、アルバイトなどにより時間的制約があるため「時間がある・暇がある」が選択されると予測したが、「経済的余裕」と「時間・暇がある」は回答としては40.00%前後の回答に留まり、経済的・時間的余裕があっても直接スポーツ観戦への行動に繋がる訳ではないことが理解できる結果を得た。さらに、試合・大会ゲーム以外での「楽しいイベントがある」は、本調査では最も低値の回答率を示した。本研究の調査対象学

生は、日常的に競技スポーツに取り組む学生が多く、直接スポーツ観戦の本質的楽しみは、試合・ゲームそのものを観戦することと考えているのではないかと推察され、この調査対象学生では現地での直接スポーツ観戦への行動に繋がりは強くはないと考えられた。

表8 直接観戦の誘因項目(参加理由を複数回答可)

誘因項目	経験有群	経験無群
チケット(割引)がある	79.07	69.70
応援している選手がいる	67.44	45.45
友達や家族の誘い	67.44	45.45
友達や家族がが出場している	65.12	75.76
そのスポーツが好き	55.81	45.45
そのスポーツをしているから	51.16	42.42
経済的余裕がある	41.86	45.45
時間・暇がある	37.21	36.36
楽しいイベントがある	16.28	15.15

単位:%

### 3.10 今後の直接スポーツ観戦を希望する競技種目(回答が得られた上位14種目)

表9は、今後に、スタジアムやアリーナなど現地にて直接スポーツ観戦を希望する競技種目を24種目から複数選択させ、回答が認められた競技種目数の平均値(標準偏差)とそれぞれの群内で直接観戦したいと選択された人数の割合(比率)の上位14種目の一覧を群別に示した。

表9 今後直接希望の競技種目(回答が得られた上位14種目)

	経験有群	経験無群
観戦参加希望種目数平均値	5.12	4.75
標準偏差	2.15	2.79
プロ野球	44.19	51.52
高校野球(甲子園大会)	25.58	30.30
アメリカ大リーグ野球	34.88	48.48
サッカーJリーグ	34.88	39.39
サッカー日本代表戦	51.16	54.55
バスケットボールBリーグ	25.58	39.39
バレーボールVリーグ	32.56	36.36
ラグビー	6.98	6.06
アメリカンフットボールXリーグ	0.00	2.33
ゴルフ(PGAツアーなど)	0.00	3.03
大相撲	4.65	9.09
格闘技(キックボクシングなど)	30.23	39.39
駅伝・マラソン	6.98	21.21
陸上競技(実業団大会など)	9.30	24.24

単位:種目別直接観戦参加希望者の割合:%

まず、今後直接スポーツ観戦への参加を希望する種目数の平均値(標準偏差)は、経験あり群が5.12(2.15)種目、経験なし群が4.75(2.79)種目であり、両群ともに同様な結果であった。次に個々の競技

種目別に直接観戦の参加希望率では上位 14 種目中、13 種目で経験なし群の回答が上回る結果であった。この結果より、経験なし群が直接スポーツ観戦に無関心ではないことが理解できる。したがって、スポーツ学生であるため、直接スポーツ観戦に対して肯定的な態度(志向)があり、「チケット(割引)がある」や「友達や家族が出演している」などといった何らかのきっかけ(誘因)があれば現地での直接スポーツ観戦への参加が期待できると考えられる。したがって、本研究の対象となったスポーツを専攻する学生はスポーツ産業的観点からも直接スポーツ観戦における市場にて潜在的マーケットになり得る、と判断できる結果を得ることができた。

#### 4. まとめ

本研究では、西濃地区に居住あるいは通学するスポーツ経営専攻学生を対象に「直接スポーツ観戦」の実態とそれに対する意識を調査した。すなわち、本研究ではスポーツ産業的観点から直接スポーツ観戦への参加実態やそれに要する費用および許容できる予算、直接スポーツ観戦に対する意識や志向の実態を把握することで学生がマーケットとなり得るのか、また潜在的マーケットの規模を確認することを目的とした。その結果以下のことが明らかとなった。

- (1) この 1 年間で直接スポーツ観戦の経験ありと回答したのは 48.15%であり、経験なしは、51.85%となり、スポーツ庁などの全国調査よりも参加率は高値であった。
- (2) 経験あり群の年間直接スポーツ観戦の回数平均値は 2.87 回であり、年間に複数回観戦したのは全体の 24.69%であった。
- (3) 経験あり群が直接スポーツ観戦で要した費用の平均額は、12,000 円/回であった。また予算額では平均額は経験あり群が、13,093.18 円/回に対して、経験なし群では 15,133.33 円/回と回答した。
- (4) 今後の直接スポーツ観戦への参加意識では、経験あり群の「とても参加したい」が 67.44%に対して経験なし群では 35.36%であった。しかし、両群ともに「観戦したい」を含めると 75%以上が参加したいと回答した。
- (5) 経験なし群にて今後の直接スポーツ観戦への参加希望率は、経験あり群と同程度の結果であり、潜在的マーケットとなり得ると推察される。
- (6) 直接観戦の誘因項目では、両群ともに「チケット(割引)」が高値を示した。

以上の結果から、スポーツ経営専攻学生では、予測した通り、直接スポーツ観戦の参加率は高値を示した。また、年間に複数回参加する割合は 4 分の 1 を超える結果であった。観戦経験がない経験なし群では、経験あり群と同じ程度の参加希望率を示し、「チケット(割引)」などの誘因があれば参加する可能性があり、直接スポーツ観戦の市場における潜在的マーケットとなり得ると判断できる結果を得ることができた。

#### 参考文献・引用文献

- 1) 公益財団法人全国大学体育連合(2017)みるスポーツ、スポーツ観戦やスポーツに関する情報収集, 大学生のスポーツライフ経験と意識に関する調査報告書, p12-15  
[http://daitairen.or.jp/?page\\_id=622&page\\_type=file\\_single&file\\_id=170309113213](http://daitairen.or.jp/?page_id=622&page_type=file_single&file_id=170309113213)(最終アクセス 2020 年 9 月 9 日)
- 2) 公益財団法人日本生産性本部 (2017) レジャー白書 2017, 趣味・娯楽部門, 余暇活動への参加・消費の実態 (2016), p39, 性・年代別参加率(2016), p435, 参加率・回数・費用の推移(2016), p57



- 3)公益財団法人日本生産性本部 (2018) レジャー白書 2018, 趣味・娯楽部門, 余暇活動への参加・消費の実態 (2017), p39, 性・年代別参加率(2017), p43
- 4)公益財団法人日本生産性本部 (2019) レジャー白書 2019, 趣味・娯楽部門, 余暇活動への参加・消費の実態 (2018), p43, 性・年代別参加率(2018), p47
- 5)藤岡成美(2021) 青少年のスポーツ観戦の実態(笹川スポーツ財団),  
[https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports\\_life/column/202103.html](https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/column/202103.html) (最終アクセス 2024年1月15日)
- 6)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, 大阪体育大学紀要 第32巻, p1-11
- 7)古田康生, 小原慶祐, 原田理人, 山本孔一, 渡部昌史(2020) 大学初年次学生の“みる”スポーツの実態: 高等学校での運動系部活動の所属経験に焦点を当てて, 岐阜協立大学論集第54巻第2号, p21-29
- 8)文部科学省 (2010) スポーツ立国戦略, [https://www.mext.go.jp/a\\_menu/sports/rikkoku/1297182.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/rikkoku/1297182.htm) (最終アクセス 2020年10月22日)
- 9)文部科学省スポーツ庁 (2011), スポーツ基本計画,  
[https://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/sports/mcatetop01/list/1372413.htm](https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/1372413.htm)(最終アクセス 2020年9月9日)
- 10)Mullin, B. J., Hardly, S. & Sutton, W. A.(1993) Sports Marketing, Human Kinetics Publishers. Champaign, IL
- 11)仲澤真(2012) 観戦型スポーツの現状から, スポーツライフ・データ (笹川スポーツ財団) p41-45
- 12)佐野昌行(2006) 国内スポーツリーグ・プレーオフの観戦者におけるリーグ観戦経験者と非経験者との比較-日本ハンドボールリーグ・プレーオフの観戦者調査から-, 日本体育大学紀要第36巻1号, p. 45-53
- 13)スポーツ庁(2017) スポーツの実施状況等に関する世論調査 (平成29年11~12月調査),  
[https://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/toukei/chousa04/sports/1402343.htm](https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/toukei/chousa04/sports/1402343.htm)(最終アクセス 2024年2月19日)
- 14)スポーツ庁(2018) 平成30年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(平成31年1月調査)  
[https://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/toukei/chousa04/sports/1415963.htm](https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/toukei/chousa04/sports/1415963.htm)(最終アクセス 2024年2月19日)
- 15)スポーツ庁(2019) 令和元年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」について (令和元年2月27日発表) (最終アクセス 2024年2月19日)
- 16)スポーツ庁(2020) 令和2年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」について (令和3年2月25日発表) (最終アクセス 2024年2月19日)
- 17)スポーツ庁(2022) 令和4年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」の結果について,  
[https://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/houdou/jsa\\_00133.html](https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/houdou/jsa_00133.html) (最終アクセス 2024年2月19日)
- 18) 武長理栄(2019) 青. 少年のする・みる・ささえるの実態と課題-ささえるに着目して-(笹川スポーツ財団), -  
[https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports\\_life/column/20190913.html](https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/column/20190913.html) (最終アクセス 2024年1月22日)

## 付記

本研究を遂行するにあたり、調査主旨をご理解の上、調査に協力して頂いたスポーツ経営専攻学生の皆様に深く感謝いたします。また、本研究を遂行するにあたり岐阜協立大学大学院経営学研究科の山口菜奈さんと海野麻恵さんの協力を得たことをここに記し、感謝申し上げます。なお、本論文で開示すべき利益相反事項はない。