Nagoya J. Health, Physical Fitness, Sports Vol.19, No.1 (March 1996)

Jリーグ観戦者における同一視の形成に影響を及ぼす要因

The analysis of factors affecting spectators identification with professional football teams in Japan

上向貫志* 竹之内隆志**
奥田援史*** 桂 和仁****

Kanshi UEMUKAI *, Takashi TAKENOUCHI **
Enji OKUDA ***, Kazuhito KATSURA ****

Previous studies about sports spectators have suggested that the degree of identification with the team was more influential for the viewing behavior of spectators than the team's win-loss record. But the factors which related to identification forming with the specific team have never examined in detail.

Thus the main purpose of this study was to clarify what factors were related to a spectator's identification with a specific team. Especially, we were interested in why some spectators identify with weak teams. So we examined such phenomena on a hypothesis: Spectators who strongly identified with weak teams couldn't enhance self-esteem by sharing the team's victory but could enhance their social identity by belonging support groups of the team , so they continued to identify with the weak team. Subjects were six hundred and nine spectators of the Japan professional football league. The degrees of identification with the team and social identity were measured by "Sport Team Identification Scale" and "Social Identity Scale," respectively. Using these scales, the data were analyzed by statistically.

The main findings were summarized as follows:

1. A factor in predicting the viewing behavior of spectators was not the team's win-loss record but the degree of identification with the team as previous research had shown.

2. Influential factors to the degree of the spectator's identification with a team were; a home-town location and belonging to Supporter Groups.

3. The impact of the team's win-loss record on the extent of spectator's identification with the team differed depending on the spectators' geographical variable. Where the spectators lived didn't influence the degree of the spectators' identification for the strong team, but was very influential to the weak team.

4. The degree of social identity did not relate to either the team's win-loss record or whether the spectator belonged to supporters group. So social identity was found not to influence the identification with the team, which was different from our hypothesis.

1. 緒　　言

近年の日本のスポーツ界においては、プロサッカーリーグが発足したことを契機として、多くの種目でプロ化への動きが検討され始めている。このようなプロ化を支える基盤の一つとして、観客動員の問題が考えられ、観戦者の観戦行動についての研究がプロスポーツの将来的

* 慶應義塾大学体育研究所
** 名古屋大学総合保健体育科学センター
*** 滋賀大学教育学部
**** 武蔵丘短期大学
* Institute of Physical Education, Keio University
** Research Center of Health, Physical Fitness and Sports, Nagoya University
*** Faculty of Education, Shiga University
**** Musashigaoka Junior College

な発展には必要不可欠であると思われる。

このような問題意識から、スポーツ観戦者を扱った先行研究を概観すると、初期の研究では、観戦者の観戦率に大きな影響を及ぼす要因として、チームの成績が重要であるということが多くの研究で明かにされている。そして、チームの成績と観戦率との関係は、Sloan[8]によって提唱されたBIRG (Basking in Reflected Glory) 反応によって説明することができる。つまり、人は自己と成功者との心理的な距離を縮めることによって自らの自尊心を高め、逆に失敗したチームや個人を非難することによってセルフ・イメージを保護しようとするのである。しかしながら、観戦者の行動にチームの成績が関与していることを支持する研究がみられる一方で、この関係を否定する研究が最近になって示されている。つまり、チームの成績が良好であるのに観戦者の観戦率が低かったり、この逆の現象も報告されるようになり、チームの成績のみで観戦者の行動を予測することが困難であることが明かになってきた。

このような状況にあって、新たな変数として特定チームに対する同一視 (Identification) が着目されるようになってきた。まず、Branscombe & Wann[2]は、特定のチームに対する同一視の高い観戦者は、そうでない観戦者より、試合の時に高い生理的覚醒水準を示すことや敵チームのファンに対するやじが多いという特徴を報告し、さらに、チームが試合に負けた後であってもそのチームにコミットメントし続けることを明らかにしている。この点について、彼らは原因帰属の観点から考察しており、同一視の高い観戦者は、当該チームの良い成績をチームの内的要因に帰属し、その逆の悪い成績をチーム外の外的要因に帰属させるという自己防衛的な帰属様式を取ることによって同一視を低下させず、試合に負けた後であってもコミットメントし続けるのであろうと述べている。

これらのことから、観戦者の行動に焦点を当て、そのメカニズムを探ろうとする糸口として同一視を取り上げることは有益なことであると考えられる。しかしながら、観戦者はどのようにして特定チームに対する同一視を高めていくのだろうか。この疑問に答える実証的研究は少ないようである。こうした現状にあって、Wannら[14]は特定チームに高く同一視している観戦者はそうでない観戦者より他の観戦者との結束が強いことを報告している。つまり、特定チームに高く同一視している観戦者は、チームの勝敗を共有したり、他者との触れ合いによって得られる所属感によって観戦者間の結束を強化し、自己価値観を高めているのであろう。このような推測は、社会的アイデンティティー理論[4]において、「人は自己概念を高めるために、個人的アイデンティティーのみならず社会的アイデンティティーを確立させようとし、明確な集団アイデンティティーは、個人の自尊心や集団の自尊心を高める」とされていることからも妥当であろう。そして、サッカーの観戦者の観戦行動には、サポーターといった集団での応援行動が見受けられる。これまでの主張を背景にサポーターといった集団での応援行動を考えた場合、サポーター集団の形成によって個々の成員は集団所属感を獲得しており、サポーター集団へ関与することがチームに対する同一視を形成するための一つの要因となっているように思われる。

以上のことから、本研究では、プロサッカーチームに対する観戦者の同一視の形成に関わる要因を社会的アイデンティティー理論を援用しながら検討することを目的とした。先行研究を参考にして、まず、チームの戦績、そしてチームのホームグラウンドと観戦者の居住地域といった地理的要因を同一視の形成に関わる要因として取り上げた。さらに、先述した所属集団に関連して、サポーターと呼ばれるような集団での観戦行動に着目し、サポーター集団への関与といった要因も取り上げることとした。

ところで、現代社会は、伝統的に存在していた社会的なつながりが崩壊し、個人化が進んでいることを特徴としている。つまり、学校や職場などでの日常生活においては、社会的アイデンティティーの形成が困難なものであると考えられる。このような現代社会の特質は、観戦者

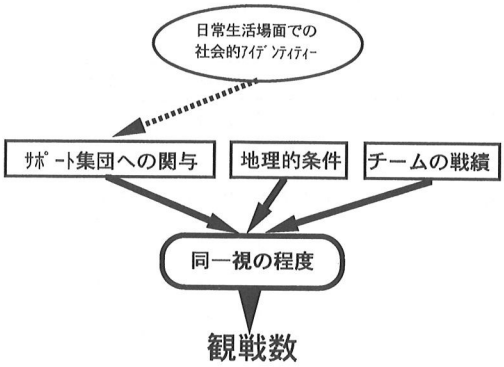

図１　本研究で想定した関連図

がサポーター集団に所属することによって社会的アイデンティティーを確立するという行動の発生の可能性を強めている、言い換えるならば、学校や職場での居場所のなさを補償し、自己の所属集団としてサポート集団に関与するものと予測される。そこで本研究では、学校や職場での社会的アイデンティティーの状態を測定し、それがサポーター集団への関与の形態に及ぼす影響についても検討を加えることとした。本研究で取り上げられた変数間の関連は図１に示す通りであり、図１に従って分析が行なわれた。

２．研究方法

１）調査対象

1994年Ｊリーグニコスシリーズにおいて、調査が許可されたＡチーム対Ｂチームの観客を対象に行なった。調査用紙配布数は2000部、回収数は968部、その中から回答に著しく偏りのあるもの、記入もれ等のあるものを除外し、最終的な有効回収数は609部（30％）であった。実際の調査対象の内訳は、男性295名、女性314名であり、高校生89名、大学生154名、社会人366名であった。

２）調査内容

年齢、性別といった調査対象者の属性や居住地などの回答を求めたフェイスシートの他に、対象となった試合を行なった２チームのどちらのファンであるか、競技場での観戦数、地元チームであるか否か、といった質問項目を設定した。さらに、サポーター集団への関与の形態については、次のような手順で回答を求めた。まず、「サッカーでは、応援者はサポーターと呼ばれています。そのサポーターの人達のなかには、グループを作って同じ服を着たり同じようなペインティングをして応援している人もいますが、あなたの今日の応援は、そのようなグループを組んでのものですか？」といった問に対し、「はい」あるいは、「いいえ」で答えるものとし、「いいえ」と答えた者にのみ、「そのようなグループに所属しないのはなぜか」という次の問に対し、「機会があればそのようなグループを組んで応援したいが、その機会がないため」、あるいは「グループを組んで応援するほどではないため」の２択で答えるものとした。ここで、最初の問において「はい」と回答した者と「機会があればそのようなグループを組んで応援したいが、その機会がないため」と回答した者をサポート集団への関与群とし、「グループを組んで応援するほどではないため」と回答した者をサポート集団への無関与群とした。また、上述の質問に加えて、以下の２つの内容についても調査した。

・特定チームに対する同一視尺度…表１
　（Wann & Branscombe[13]：1993のTeam Identification Measureを翻訳・修正）
・社会的アイデンティティー尺度…表２
　（Luhtanen & Crocker[4]：1992のCollective Self-Esteem Scaleを翻訳・修正）

３）チームの属性

分析に際して、チームの戦績、地理的条件を以下のように統制した。

・成績の良いチーム…Ａチーム
　（Ｊリーグ初年度の成績上位チームであり、調査時点においても成績上位であった）
・成績の悪いチーム…Ｂチーム
　（Ｊリーグ初年度の成績下位チームであり、調査時点においても成績下位であった）
・地元チーム…Ａチーム
・地元以外のチーム…Ｂチーム

表1　特定チームに対する同一視尺度の項目内容及び因子分析結果

項　目　内　容	因子負荷量	共通性
あなたにとって、そのチームが勝つことはどのくらい重要ですか	0.787	0.619
あなたの友達は、あなたをどのくらいそのチームのファンだと思っているでしょうか	0.857	0.734
そのチームが試合をしたときに、ニュースや新聞でその試合結果をどのくらい確認しますか	0.710	0.503
そのチームの今日の対戦チームをあなたはどのくらい嫌いですか	0.882	0.777
学校や職場で、あなたはそのチームのことをどのくらい話題にしますか	0.597	0.356
あなたは、自分自身をどのくらいそのチームのファンだと思っていますか	0.885	0.782
2　乗　和	3.775	2.517
寄　与　率（%）	62.9	62.9

表2　社会的アイデンティティー尺度の項目内容及び因子分析結果

項　目　内　容	因子負荷量	共通性
私は、今の学校や職場では価値のあるメンバーである	0.60	0.36
私は、今の学校や職場に所属していることをしばしば後悔する	0.62	0.38
他の人は、私が所属している学校や職場を立派だと感じているだろう	0.56	0.31
＊私が自分のことを考えるときに、今の学校や職場の人達の影響はほとんどない	0.31	0.10
私は、今の学校や職場ではたいした貢献はしていない	0.51	0.26
私は、今の学校や職場のメンバーであることをうれしく感じる	0.71	0.50
他の人は、私が所属している学校や職場をぱっとしないと感じているだろう	0.50	0.25
今所属している学校や職場は、私という人物に大きな影響を及ぼす	0.55	0.30
私は、今の学校や職場では協力的である	0.54	0.29
学校や職場の活動は、あまりやりがいのあるものではない	0.68	0.46
他の人は、私が所属している学校や職場を尊敬しているだろう	0.56	0.31
私のひととなりを語るのに、今の学校や職場はあまり重要ではない	0.49	0.24
私は、今の学校や職場ではあまり価値のないメンバーだ	0.64	0.41
私は今所属している学校や職場を立派だと感じる	0.73	0.53
他の人は、私が所属している学校や職場を立派だと感じる	0.55	0.30
私自身を語るのに、今の学校や職場は重要なものである	0.63	0.40
2　乗　和	5.46	2.04
寄　与　率（%）	33.9	33.9

＊項目は分析の際、除外した

3．結果と考察

1）尺度の信頼性について

特定チームに対する同一視尺度のオリジナルにおいては、再検査法、主成分分析、内部一貫性の検討からすでに尺度の信頼性は検証されている。そこで本研究では、翻訳の際に生じた意味内容の変化、さらにはオリジナル尺度の構成の再検討といった目的から因子分析を行なった。その結果、表1に示したように1因子が抽出され、各項目の因子負荷量は0.60～0.89の範囲であった。よって、オリジナル尺度の構成を逸脱するものでなく、日本においても適用可能な尺度が作成されたと思われる。そこで、以

下の分析ではこれら6項目の平均得点を特定チームに対する同一視尺度得点として用いることとした。

社会的アイデンティティー尺度についても同様に因子分析を行ない、その結果を表2に示した。第4項目の「私が自分のことを考える時に、今の学校や職場の人達の影響はほとんどない」の因子負荷量は0.31と低いものであったため、この項目は以下の分析から除外した。そこで、この第4項目を除いた15項目の平均得点を社会的アイデンティティー尺度得点として用いることとした。

2）特定チームへの同一視の形成に影響を与える要因について

まず、チームの戦績の良し悪しが、競技場での観戦数を予測しうるといった先行研究の再検証を試みた。独立変数を戦績（良い・悪い）と、特定チームに対する同一視（高・低）とし、従属変数を観戦数として2要因分散分析を行なった。特定チームに対する同一視については平均得点から折半し、同一視高群と同一視低群とした。さらに、観戦数については、AチームとBチームのどちらを応援しようと考えているかを特定させた上で、「今年になってからそのチームの試合を、競技場で何回観戦しましたか？」という問で回答を求めた。各群別の平均観戦数は表3及び図2に示した。分散分析の結果、特定チームに対する同一視においてのみ主効果が有意であった（$F(3,605)=74.654, p<.001$）。したがって、戦績の良し悪しよりも特定チームへの同一視の程度が観戦数を予測しうることが再度確認された。

次に、特定チームへの同一視の形成にはどのような要因が影響しているのかを検討するために、独立変数を戦績（良い・悪い）と地理的条件（地元・地元以外の地域）とサポート集団への関与（関与、無関与）とし、従属変数を特定チームへの同一視の程度として3要因分散分析を行なった。戦績良群の同一視得点の平均は3.86、戦績悪群の平均は3.91であり、地元群の平均は4.14、地元以外群の平均は3.68であり、サポート集団への関与群の平均は4.45、

表3　戦績及び同一視の高低別にみた観戦数の平均と標準偏差

	同一視低群	同一視高群
戦績良	M＝2．62 SD＝2．83 N＝79	M＝6．44 SD＝6．08 N＝97
戦績悪	M＝2．21 SD＝2．13 N＝178	M＝5．82 SD＝6．65 N＝255

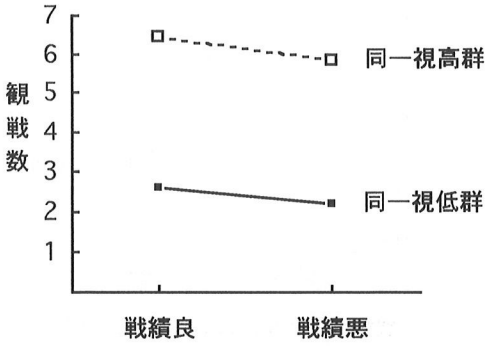

図2　戦績と同一視の高低別にみた観戦数

無関与群は3.81という値であった。分散分析の結果、地理的条件（$F(7,601)=41.575, p<.001$）と、サポート集団への関与（$F(7,601)=35.113, p<.001$）において、主効果が有意であった。このことから、地元であることやサポート集団に関与しているということが特定チームに対する同一視を高める要因と言える。また、戦績×地理的条件において、交互作用が有意であった（$F(7,601)=16.672, p<.001$）。ここでの各群の平均得点は表4及び図3に示した。ここでの結果は、特定チームへの同一視の程度に対して、戦績の良し悪しは影響を与えなかったが、地元の場合にのみ、戦績の良し悪しが同一視の程度に影響を与えることが明らかとなった。つまり、戦績の良いチーム、強いチームについては地元であるといったフランチャイズに関与することなく同一視は高まるが、戦績の悪いチーム、弱いチームについては自分の地

表4　戦績及び地理的条件別にみた同一視得点の平均と標準偏差

	地元	地元以外
戦績良	M＝3．78 SD＝0．98 N＝45	M＝3．89 SD＝0．95 N＝131
戦績悪	M＝4．21 SD＝0．71 N＝241	M＝3．54 SD＝0．97 N＝192

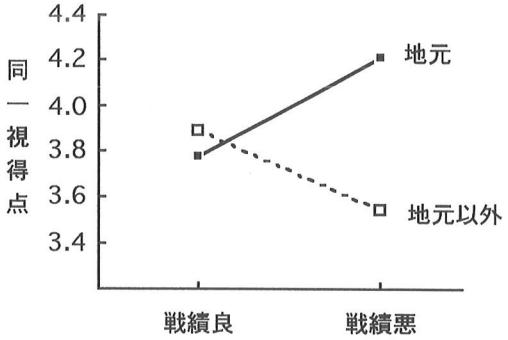

図3　戦績と地理的条件別にみた同一視得点

元のチームであるといったことが同一視の形成に大きく影響していると考えられる。

以上の結果から、サポート集団への関与が特定チームへの同一視を形成する要因であることが確認された。そこで、緒言で触れておいたサポート集団への関与と日常的な場面での社会的アイデンティティーの関連性についてχ^2検定を用いて検討した。社会的アイデンティティー得点の全体平均得点より高い得点の者を社会的アイデンティティー高群、平均得点より低い得点の者を社会的アイデンティティー低群として分類し、各群別にサポート集団へ関与している者と関与していない者を集計し、表5に示した。χ^2検定の結果、人数の偏りに有意な差が認められた（$\chi^2 = 6.90, df = 1, p < .001$）。したがって、社会的アイデンティティーとサポート集団への関与には関連性があると言える。しかしながら、ここで得られた結果は、社会的アイデンティティーが低い者はサポート集団に関与する割合が少なく、社会的アイデンティティーが高い者はサポート集団に関与する割合が高いことを示している。この結果は、当初の「社会的アイデンティティーの低い者が、学校や職場での居場所のなさを補償するために自己の所属集団としてサポート集団を重視し、関与する割合が高くなるであろう」との仮説には反するものであった。ここで考えられることとして、社会的アイデンティティーの高い者の方が集団の中において、自己の居場所を見つける能力が高く、この能力が般化し、社会的アイデンティティーの低い者よりうまくサポート集団内における自己の存在を確立し、集団への関与を高めていく、と考えることができる。また、社会的アイデンティティーの低い者は、自己の存在を確認する手段として、社会的に認知されている集団に所属することによってではなく、マニアックな小集団に属すことや、あるいはカルト的な知識を保持することによって満足感を得るという事が考えられる。

表5　各群の人数

	関与	無関与	計
社会的アイデンティティー低群	30	281	311
社会的アイデンティティー高群	51	245	296
計	81	526	607

4．まとめ

本研究では、プロサッカーチームに対する観戦者の同一視の形成に関わる要因について、社会的アイデンティティー理論を援用しながら検討することを目的としていた。また、個人化が進んでいる現代社会において、学校や職場などでの社会的アイデンティティーの形成が難しいという立場から、社会的アイデンティティーの状態を測定し、サポーター集団への関与との関連についても検討を加えた。調査対象は1994年Ｊリーグニコスシリーズ Ａチーム対Ｂチームの観客を対象に行なった(609名)。調査内容は、調査対象者の属性やサポート集団への関与の形態に加えて、特定チームに対する同一視と社会

的アイデンティティーの程度であった。得られた結果は以下のようであった。

1）チームの戦績が競技場での観戦数を予測しうるのかという先行研究の検証を試みた結果、特定チームへの同一視にのみ有意な差がみられ、チームの戦績が観戦数を予測するのではなく、特定チームへの同一視が観戦数を予測するということが再度確認された。

2）特定チームへの同一視の形成に関与する要因を検討した結果、地理的条件とサポート集団への関与において有意な差が確認され、地元であるか、あるいはサポート集団に関与していることが特定チームへの同一視を高める要因と考えられた。

3）チームの戦績が同一視の形成に及ぼす影響は地理的条件によって異なっており、戦績の悪いチームに対しては地元であることが同一視の形成に影響していた。

4）サポート集団への関与と日常場面での社会的アイデンティティーとの関連について検討した結果、本研究で想定した関係は認められず、サポート集団に関与している観戦者は社会的アイデンティティー得点も高いという結果であった。

引用・参考文献

1）Branscombe, N. R. and Wann, D. L.: The positive social and self concept consequences of sports team identification. Journal of Sport and Social Issues 15-2: 115-127, 1991.

2）Branscombe, N. R. and Wann, D. L.: Physiological arousal and reactions to outgroup members during competitions that implicate an important social identity. Aggressive Behavior 18: 85-93, 1992.

3）藤善尚憲：スポーツファンに関する心理学的研究―プロ野球スペクテーターの行動分析―、天理大学学報 45-3: 1-12, 1994.

4）Luhtanen, R. and Crocker, J.: A collective self-esteem scale: self-evaluation of one's social identity. Personality and Social Psychology Bulletin 18-3: 302-318, 1992.

5）Murrell, A. J. and Dietz, B.: Fan support of sport teams: The effect of a common group identity. Journal of Sport & Exercise Psychology 14: 28-39, 1992.

6）中澤　眞他：プロサッカーの観戦行動に関する社会学的研究―観戦行動者の背景を中心に―、サッカー医・科学研究 13: 39-42, 1993.

7）中澤　眞他：プロサッカーの観戦行動に関する社会学的研究（第2報）、サッカー医・科学研究 14: 23-30, 1994.

8）Sloan, L. R.: The function and impact of sports for fans: A review of theory and contemporary research. In J. H. Goldstein (Ed.), Sports, games, and play: Social and psychology viewpoints. Hillsdale, N. J.: Lawrence Eelbaum Associates. pp. 219-262. 1979.

9）Schurr, K. T., Wittig, A. F., Ruble, V. E., and Ellen, A. S.: Demographic and personality characteristics associated with persistent, occasional, and non-attendance of university male basketball games by college students. Journal of Sport Beavior 11: 3-17, 1987.

10）高橋義雄：サッカーの社会学、日本放送出版協会、東京、1994.

11）鷹野健次：スポーツの鑑賞、末利　博・鷹野健次・柏原健三編　スポーツの心理学、福村出版、東京、pp.234-245. 1988.

12）Wann, D. L. and Dolan, T. J.: Influence of spectators' identification on evaluation of the past, present and future performance of a sports team. Perceptual and Motor Skills 78: 547-552, 1994.

13）Wann, D. L. and Branscombe, N. R.: Sports Fans: measuring degree of identification with their team. International Journal of Sport Psychology 24: 1-17, 1993.

14）Wann, D. L. and Branscombe, N. R.: Person perception when aggressive or nonaggressive sports are primed. Aggressive Behavior 16: 27-32, 1990.

（1995年12月4日受付）