

F 身近なスポーツ観戦の実態と可能性

明治大学 商学部

准教授 澤井 和彦

はじめに

「スポーツ参加」^注と同様に、「スポーツ観戦」はスポーツへの重要な関与形態のひとつであり、われわれは、参加者のためのスポーツを「するスポーツ」「参加型スポーツ」(Participant sport) としばしば呼ぶのに対し、観戦者のためのスポーツを「みるスポーツ」「観戦型スポーツ」(Spectator sport) などと呼ぶ。このとき、「みるスポーツ」といえば、プロスポーツや国家代表による国際試合、特にオリンピックやワールドカップといった大規模スポーツイベントのことを指す場合が多い。しかし、本調査の「スポーツの直接観戦」に関する回答をみると、プロ野球(NPB)やJリーグ(J1、J2、J3)、大相撲といったプロスポーツや、サッカーおよびバレーボールの国際試合のほかに、高校、大学の「運動部」の試合や、主に「企業チーム」によるトップリーグの試合なども上位にあげられている(p.94、表4-1)。

いわゆる運動部活動は生徒・学生の課外活動、企業スポーツは従業員に対する福利厚生であり、いずれも組織制度的には参加者のための「参加型スポーツ」である。高校野球や都市対抗野球のように多くの観戦者を集めるイベントも、観戦者や応援する者の中心は同じ学校の生徒や会社の同僚である。

また、あらゆるレベルの運動部活動、企業スポーツ、あるいは幼稚園・保育園・小学校の運動会にも、家族や友人がしばしば観戦や応援に訪れる。地域スポーツ(コミュニティスポーツ) イベントであれば、親族に限らず地域

住民が集まる。こうした家族、友人、知人、同窓生、会社の同僚などといった「プレイヤーの関係者」による観戦行動は、「参加型スポーツ/観戦型スポーツ」という二分法では捉えきれず、これまでほとんど目が向けられることはなかった。

そこで本稿では、地域スポーツ、学校スポーツ、企業スポーツなどにおける、家族、友人、知人といったプレイヤーの関係者によるスポーツ観戦行動を「スポーツ属性観戦(身近なスポーツ観戦)」として定義し、プロスポーツやエリートスポーツにおけるファンやサポーターによる「スポーツ一般観戦」と区別した(表F-1)。その上で、「身近なスポーツ観戦」の現状と関与する人々の特徴を明らかにすることを試みた。具体的には、本調査の間6「過去1年間における身近なスポーツ観戦の経験」および間7「身近なスポーツ観戦の意向(ニーズ)」への回答を用いた(p.123)。いずれも選択肢は「学校や地域の運動会」「学校の運動部活動(大学の体育会を含む)」「学校の運動部活動」、「運動部活動以外の運動・スポーツ活動(地域のスポーツクラブやスポーツ教室、スポーツ少年団など)」「(以下、「運動部活動以外のスポーツ活動」)」、「運動部活動以外のダンス系の活動(バレエやダンス、チアリーディングなどの発表会、イベントなど)」「(以下、「運動部活動以外のダンス系の活動」)である。

注) 本稿では英語の「sport participation」に合わせて、「スポーツ実施」の意味で「スポーツ参加」を用いる。

【表F-1】スポーツ関与形態の分類

1. スポーツ参加
① スポーツ競技参加 (競技前提の練習およびダンス・舞踊の発表会練習を含む)
② レジャー・レクリエーション参加
③ エクササイズ・トレーニング参加
2. スポーツ観戦
① スポーツ一般観戦
② スポーツ属性観戦 (身近なスポーツ観戦)

澤井 (2016)

F-1 身近なスポーツの観戦の経験と意向

表F-2、表F-3に、身近なスポーツ観戦に対する、過去1年間に観戦した者の割合 (経験率) および今後の観戦意向 (意向率) を示した。経験率・意向率のどちらにおいても、「学校や地域の運動会」の観戦が44.1%、60.0%と最も高い。これに対し、「学校の運動部活動」(経験率16.8%、意向率39.5%)、「運動部活動以外のスポーツ

活動」(経験率15.1%、意向率33.5%)、「運動部活動以外のダンス系の活動」(経験率7.5%、意向率26.8%)となり、いずれも観戦率はあまり高くないものの、意向率が観戦率の2~3倍となり、潜在的なニーズの高さが確認できる。

【表F-2】過去1年間に親族や友人・知人が出場する大会等の観戦経験がある者 (n=3,000)

観戦した大会等	n	%
学校や地域の運動会	1,324	44.1
学校の運動部活動 (大学の体育会を含む)	504	16.8
運動部活動以外の運動・スポーツ活動 (地域のスポーツクラブやスポーツ教室、スポーツ少年団など)	453	15.1
運動部活動以外のダンス系の活動 (バレエやダンス、チアリーディングなどの発表会、イベントなど)	224	7.5

資料：笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016

【表F-3】今後、親族や友人・知人が出場する大会等の観戦希望がある者 (n=3,000)

観戦希望の大会等	n	%
学校や地域の運動会	1,799	60.0
学校の運動部活動 (大学の体育会を含む)	1,185	39.5
運動部活動以外の運動・スポーツ活動 (地域のスポーツクラブやスポーツ教室、スポーツ少年団など)	1,004	33.5
運動部活動以外のダンス系の活動 (バレエやダンス、チアリーディングなどの発表会、イベントなど)	805	26.8

資料：笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016

F-2 スポーツ関与形態の比較

身近なスポーツ観戦は他のスポーツ関与形態(表F-1)と比較してどの程度人々の間にひろがっているといえるのだろうか。ここでは身近なスポーツ観戦の経験率と意向率を、ほかの関与形態と比較した。このとき、本調査の「スポーツの直接観戦」であげられているような「一般的なスポーツ観戦(スポーツ一般観戦)」の対象となる種目はいわゆる「競技スポーツ」(コンペティション、ゲーム)であり、身近なスポーツ観戦の対象となる種目とはほぼ重なっている(ただし、身近なスポーツ観戦は「運動会」が加わる)。これに対し、「スポーツ参加」にはさまざまな参加形態があるが、参加率の高いウォーキングや筋力トレーニングといったエクササイズ、トレーニングは、基本的には観戦の対象にならない。スキーやスクーバダイビングといったレジャー・レクリエーション種目の中にも、観戦の対象になり得る場合とそうでない場合がある。したがって、観戦との比較のためには、スポーツ参加から観戦の対象となるような「競技としてのスポーツへの参加(スポーツ競技参加)」を抽出して集計し、比較する必要がある。ここでの「スポーツ競技参加」とは、勝敗を争う競技スポーツへの参加や、そのための練習を指す。

しかし、本調査では、種目への参加目的や活動形態に関する詳細な項目をたずねていないため、スポーツ参加の“文脈”による厳密な区別はできない。そこで本稿で

は、便宜的に、人々のさまざまなスポーツへの関与について公的な役割と責任を担う競技団体のマネジメントとマーケティングの観点から、わが国の中心的な競技スポーツ統轄団体である(公財)日本体育協会および(公財)日本オリンピック委員会(JOC)のいずれかに加盟している競技団体の種目への参加を「スポーツ競技参加」として操作的に定義した(表F-4)。こうした操作的定義分類のメリットは、分類がシンプルで比較的明快である点と、分析結果を日本体育協会やJOC、競技団体のマネジメントやマーケティングの問題として議論できる点である。

一方、こうして操作的に定義した種目には、「アイススケート」「キャッチボール」「ゴルフ(練習場)」「水泳」「サーフィン」「スキー」「登山」「ボート」など、おそらくほとんどの場合、競技または競技のための練習としては行われていないと推測される種目も含まれている。したがって、「スポーツ競技参加」としては過大評価になる点には注意が必要である。ただし、「ジョギング・ランニング」や「サイクリング」といった専用の施設をほとんど利用しない、エクササイズとしてごく一般的な種目は除外している。また、舞踊やダンスについては、選択肢としてあげられている「エアロビクダンス」「社交ダンス」以外は自由記述回答として回答者によって追記された種目であり、回答数は

【表F-4】「スポーツ競技参加」の対象となる種目(71種目)

回答選択肢にある種目(44種目)
アイススケート、インラインスケート、エアロビクダンス、カヌー、空手、キャッチボール、グラウンドゴルフ、ゲートボール、剣道、ゴルフ(コース)、ゴルフ(練習場)、サッカー、サーフィン、柔道、乗馬、水泳、社交ダンス、スキー、スノーボード、ソフトテニス(軟式テニス)、ソフトバレー、ソフトボール、太極拳、体操競技(器械体操)、卓球、つなぎ、テニス(硬式テニス)、登山、バスケットボール、バドミントン、バレーボール、ハンドボール、フットサル、フライングディスク(frisbee)、ボウリング、ボクシング、ボート・漕艇、ボードセーリング、野球、ヨット、ラグビー、陸上競技、ロードレース(駅伝・マラソンなど)、ローラースケート
自由記述形式で回答された種目(27種目)
アーチェリー、アイスホッケー、アメリカンフットボール、ウェイトリフティング、オリエンテーリング、弓道、クライミング、グランドホッケー、クロスカントリー、拳法、ゴルフ、サイクルロードレース、少林寺拳法、シンクロナイズドスイミング、新体操、スカッシュ、スポーツチャンバラ、相撲、チアリーディング、ドッジボール、トライアスロン、パウンドテニス、ペタンク、ボルダリング、ミニバスケットボール、ライフル射撃、レスリング

注)日本体育協会または日本オリンピック委員会に加盟する競技団体種目を対象とした。

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016

少なく、その実施の多くはコンテストや発表会のためというよりもレジャーやエクササイズとしての実施が多いと推察されるため除外した。

こうして抽出した「スポーツ競技参加」「スポーツ一般観戦」に加えて「身近なスポーツ観戦（スポーツ属性観戦）」を「学校・地域の運動会観戦」と「学校の運動部活動」「運動部活動以外のスポーツ活動」「運動部活動以外のダンス系の活動」のいずれか（以下、「運動部活動・地域スポーツ観戦」）に反応したサンプルに分類し、経験率と意向率を比較した（表F-5）。経験率、意向率ともに関与形態の間に統計的な有意差がみられ、経験率では「スポーツ競技参加」が最も高く、次に「学校・地域の

運動会観戦」であった。一方、意向率が高いのは「スポーツ一般観戦」であり、「学校・地域の運動会観戦」がこれに続く。いずれの関与形態においても経験率より意向率が高く、それぞれ統計的に有意な差があった。経験率に対する意向率の比率（意向率／経験率）をみると、「スポーツ一般観戦」（2.2倍）＞「運動部活動・地域スポーツ観戦」（1.8倍）＞「学校・地域の運動会観戦」（1.4倍）＞「スポーツ競技参加」（1.3倍）であり、参加よりも観戦の潜在的なニーズが大きい。言い換えるならば、「スポーツ一般観戦」や「身近なスポーツ観戦」については、人々のニーズに競技団体のマネジメントが十分応えられていないと捉えることもできる。

【表F-5】 スポーツ関与形態における経験率と意向率（n=3,000）

スポーツ関与形態	経験率 (%)	意向率 (%)	検定結果
スポーツ競技参加	44.2	57.3	**
スポーツ一般観戦	32.9	71.9	**
運動部活動・地域スポーツ観戦	29.6	52.0	**
学校・地域の運動会観戦	41.5	60.0	**

統計処理にはMcNemar検定を用いた。

** : p < 0.01

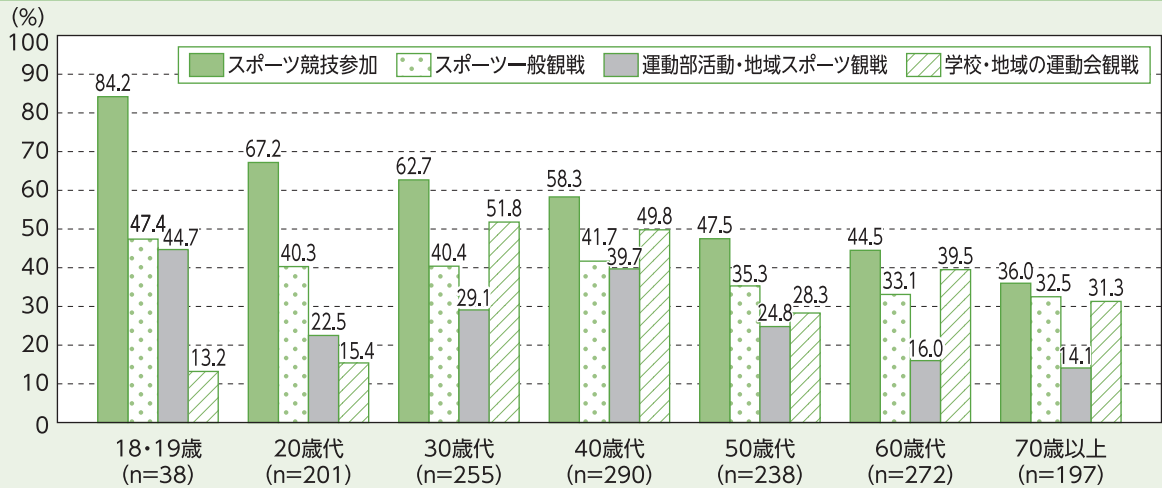
資料：笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016

F-3 身近なスポーツ観戦者の特徴

次に、それぞれの関与形態における性別・年代別の特徴をみた（図F-1～図F-4）。関与経験を性別・年代別にみると、「スポーツ競技参加」はすべての年代で男性が女性より高い。「スポーツ一般観戦」は18・19歳では女性が男性より高いものの、20歳代以降は男性のほうが高い。一方、身近なスポーツ観戦である「運動部活動・地域スポーツ観戦」「学校・地域の運動会観戦」は、どちらもすべての年代で女性が男性よりも高い結果となった。

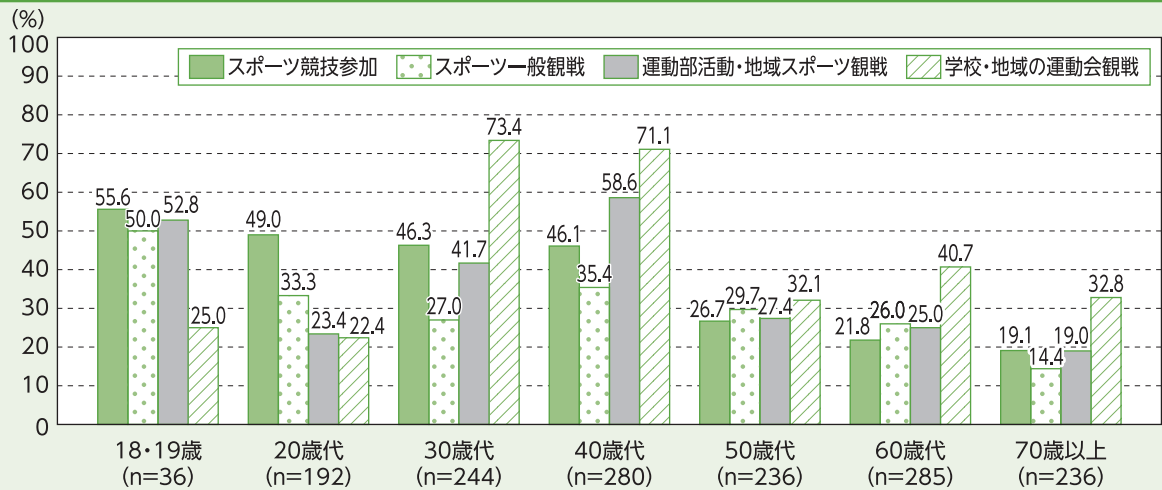
次に、関与意向をみると、「スポーツ競技参加」および「スポーツ一般観戦」は、中高年層で男性が高いものの、大きな違いはみられない。一方、「運動部活動・地域スポーツ観戦」はすべての年代で女性が男性よりも高く、「学校・地域の運動会観戦」も60歳代、70歳以上がわずかに低いものの、ほぼ女性のほうが高い結果を示した。

また、前述したとおり「スポーツ一般観戦」には高校野球や駅伝といった運動部活動や企業スポーツが含まれているが、これらの中にも「身近なスポーツ観戦」が含まれている可能性がある。そこで「スポーツ一般観戦」の経験について、種目ごとに「学校の運動部活動」の経験との間でクロス集計を行うと、プロ野球（NPB）の「直接観戦経験」と「運動部活動観戦経験」との間には負の相関関係がみられるのに対し、高校野球やサッカー（高校、大学、JFLなど）、バスケットボール（高校、大学、NBL、WJBLなど）とバレーボール（高校、大学、Vリーグなど）における「直接観戦経験」と「運動部活動観戦経験」との間では正の相関がみられた。つまり、「スポーツ一般観戦」のうち、特に高校・大学スポーツの観戦者には一定の「身近なスポーツ観戦」が含まれていると考えられる。



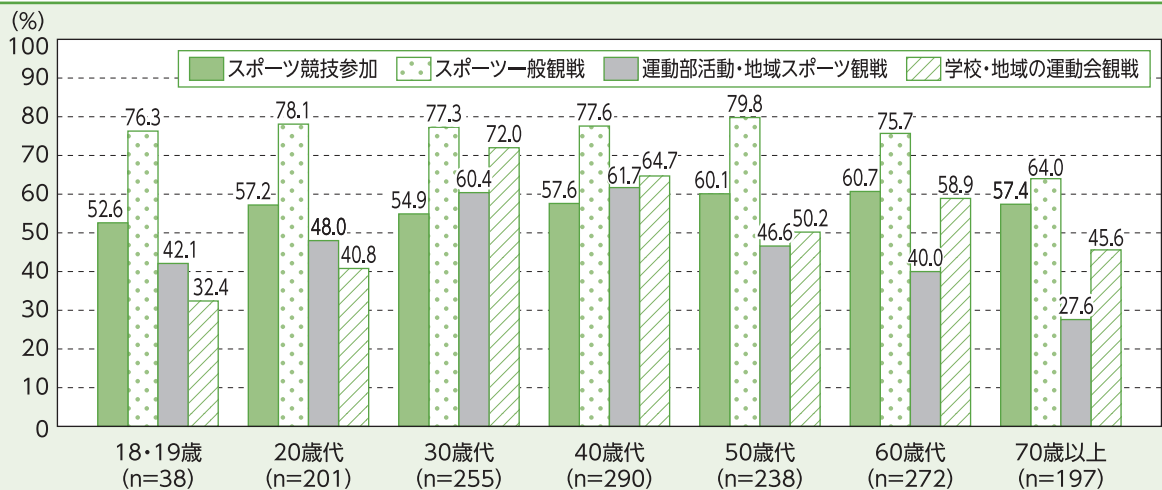
【図F-1】 過去1年間のスポーツ関与経験(男性)

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016



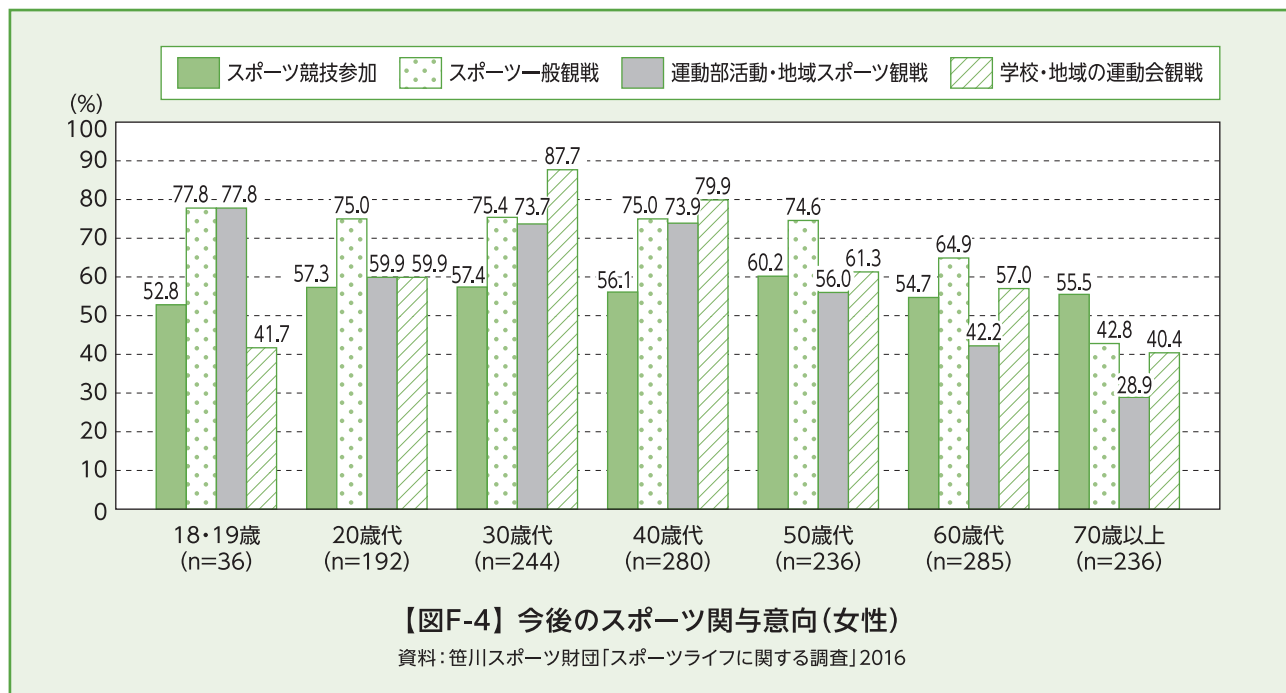
【図F-2】 過去1年間のスポーツ関与経験(女性)

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016



【図F-3】 今後のスポーツ関与意向(男性)

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2016



F-4 身近なスポーツ観戦振興のために

本稿では「身近なスポーツ観戦」の実態とそのニーズについて、その規模や観戦者の性別・年代別の特徴をみてきた。身近なスポーツ観戦は、「スポーツ競技参加」や「スポーツ一般観戦」と比較しても無視できないスポーツ関与形態のひとつであり、潜在的なニーズも大きい。特に、女性や中高年層にとってはスポーツに関わる重要な機会になっているといえるのではないだろうか。述べたように、本稿の操作的定義では「スポーツ競技参加」が過大評価されることを考えると、競技スポーツにおける「身近なスポーツ観戦」の存在意義は、実際はもっと大きいかもしれない。

ただし、女性は男性よりも「スポーツ競技参加」や「スポーツ一般観戦」への関与が低い一方で、子どもの運動会や運動部活動などの「身近なスポーツ観戦」への関与が高いという状況は、ジェンダー論的にはわが国の社会における性的役割分担（性差別）の一端である、または、その強化再生産に加担しているという批判もあり得るかもしれない。また一方で、競技団体の経営論的には、競技参加や一般観戦には消極的な女性や中高年者を中心とした潜在顧客にアプローチできるマーケティング機会と

捉えることもできるかもしれない。たとえば、プロ野球は高校野球によって多大なマーケティング上のメリットを得ているだろう。さらに社会関係資本論的には、「身近なスポーツ観戦」が地域の社会関係資本（ソーシャルキャピタル）形成の継起となる可能性といったことも議論できるかもしれない。

このとき最も重要なことは、これまでグラウンドや体育館といった「参加型スポーツ施設」では、こうした「身近なスポーツ観戦者」の存在がほとんど無視されてきたということである。多くの公共スポーツ施設、学校スポーツ施設には観客席もなく、立地（アクセス）、空調設備、アメニティ、屋根などにおいても観戦者の快適性はほとんど考慮されていない。しかし、特に競技スポーツは、「する人」よりも「みる人」のほうが圧倒的に多い。本稿でみてきたような「身近なスポーツ観戦」の実態とニーズに鑑みれば、公共施設や学校のグラウンド・体育館を、「身近なスタジアム」や「身近なアリーナ」へと変えていくことは、スポーツのもつ社会的・経済的な価値を高め、市民や利用者の満足度の向上に寄与する可能性を有していると考えられる。