

社会人野球に明日はあるのか ～観戦者動機をもとに～

大垣あかね (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)
指導教員 吉倉 秀和

キーワード：社会人野球, 観戦動機

1. 緒言

社会人野球にも熱烈なファンがいる。なぜプロ野球や高校野球の観戦ではなく、「社会人野球」に熱烈なファンが生まれる理由はどのようなものか疑問に思った。しかし先行研究では社会人野球の観戦動機について明らかになっていない。そこで本研究では社会人野球の観戦者に着目し、観戦動機を明らかにするとともに社会人野球の今後について考察することを目的とする。

2. 研究方法

- ・調査対象者：社会人野球の観戦者
- ・調査場所：社会人野球日本選手権，京セラドーム
- ・調査期間：2012年11月10日，12日
- ・調査方法：質問紙によるアンケート調査
- ・調査項目：基本属性 12 項目，先行研究(丸, 2010)をもとに観戦動機に関する質問 9 因子・31 項目，予備調査より得た 6 項目の計 49 項目を設定し 7 段階尺度で回答を得た。主な内容は「プロ野球にはない一生懸命さが伝わる」や「アマチュアスポーツの中でも華がある」などであった。
- ・分析方法：基本属性において単純集計ならびに観戦動機に関する 37 項目については探索的因子分析(主因子法，プロマックス回転)を行い命名した。さらに抽出された 6 因子をもとに，多変量分散分析を行った。

3. 結果および考察

分散分析の結果としては男性的イメージをもつ社会人野球の観戦動機には男女別で有意な差は見られなかったが，年代別では高年層において比較的高い数値を示した(表 1)。年配の観戦者にとっ

て社会人野球は戦前からの娯楽であったため各因子に高い数値を示したと考えられる。

表 1 統計結果(年代別)

	若年層(A)		中年層(B)		高年層(C)		F値	多重比較
	平均	S.D.	平均	S.D.	平均	S.D.		
Excite	5.34	1.43	5.14	1.31	5.58	1.09	1.46	A>B B<C C>A
Skill	5.80	1.22	5.55	1.09	5.55	1.02	0.92	A>B B=C C<A
Fellowship	3.81	1.48	3.64	1.69	4.41	1.68	3.07	A>B B<C C>A
Leisure/ Knowledge	4.49	1.52	4.49	1.44	5.28	1.17	5.25	A=B B<C* C>A*
Specialty	5.26	1.38	4.49	1.37	5.36	1.12	0.20	A>B B<C C>A
Support	5.41	1.54	5.61	1.26	5.69	1.37	0.55	A<B B<C C>A

注：Wilksのラムダ=.78,F(12,0)=3.29,p<.001

*p<.05,**p<.01,***p<.001

また，居住地は試合会場より近い観戦者が多く，遠方よりやってくる観客は少なくスポーツイベントとしては認められていない事が明らかとなった。しかし観戦者には若年層も多く，プロを目指す少年たちの学びの場，あるいは大学を卒業して働きながらも野球を続けたい若者にとっては大切な場所であると考えられる。

現在，社会人野球は「みるスポーツ」より「するスポーツ」としての需要が高い。社会人野球の明日を守るためにも，この機会を利用し社会人野球の知名度・人気の向上をさせることで社会人野球の普及が肝心となっている。

【参考文献】

- 横尾弘一 (2009) 都市対抗野球に明日はあるか。ダイヤモンド社：日本。
- 藤本淳也・松岡宏高 (2008) スポーツマーケティング。大修館書店：日本,pp.69-71