

研究指導 八木橋 彰 准教授

四輪モータースポーツにおける観戦動機の要因 — 男女間の違いに着目して —

山口 妃那

1. はじめに

1.1 研究背景

四輪モータースポーツとは、四輪自動車を使ったスポーツのことである。代表的なカテゴリーには、レースやラリー、ドリフト、レーシングカートなどがある。

様々なカテゴリーがある日本の四輪モータースポーツの中でも、国内最高峰のレースである「SUPER GT」は、日本を代表する三大メーカー「トヨタ」、「ホンダ」、「日産」が特に力を入れて取り組んでおり、海外からも注目されている。実際にサーキットで観戦するメリットは、「エンジンサウンド」や「コーナリングスピード」、「サーキットの雰囲気」など五感で体感することができる点あげられる。デメリットとしては、「サーキットが地方にあり、移動時間がかかる」、「移動費や宿泊代がかかる」という点などがあげられる。そのため、モータースポーツは現地で観戦する人よりも、有料コンテンツにおいて観戦する人が多い。

CCマーケティングによるスポーツ観戦・視聴について調査した結果によると、有料であっても視聴したいスポーツ1位がモータースポーツで39.5%を占めている。しかし、会場・現地・テレビ・動画配信で観戦したいスポーツは、1位野球、2位サッカー、3位フィギュアスケートとメジャーなスポーツが上位を占めている。有料コンテンツにおいて観戦するメリットは、「いつでもどこでも観戦することができる」、「見逃し配信がある」、「繰り返し視聴することができる」、「解説がききやすい」、「リザルトを把握しやすい」という点あげられる。デメリットは、「現地では味わうことができる臨場感や迫力がない」などがあげられる。モータースポーツが有料であっても視聴したいと考える人が多いのは、プロ野球やJリーグ、フィギュアスケートのようにテレビ放送が少なく、サーキットなどの開催地が地方にあるため気軽に現地に観戦に行くことができないからだと考える。

さらに、リカバリーサイエンスラボによる各スポーツファンの全国男女割合の調査結果では、モータースポーツは「F1」が男女計で17位にランクインしている。男女別では、男性ランキング11位、女性ランキング18位にランクインしており、ファンの男女比に偏りがあることがわかる。

2. 研究目的

モータースポーツは有料コンテンツにおいて観戦

する人が多く、現地での観戦は容易ではない。また、野球やサッカーのようにメジャーなスポーツではなく、ファンの男女比にも偏りがある。

本研究では、日本の四輪モータースポーツにおける観客の観戦動機の要因を明確にし、日本人の日本の四輪モータースポーツへの関心・認知度の向上につなげる。

3. 先行研究

3.1 観戦動機の男女差について

小林(2018)では、スポーツ(Jリーグ)の観戦動機は観戦方法によって異なるのか、観戦動機には男女差が存在するのかについて調査している。その結果、「競技場での観戦者」と「テレビでの観戦者」、「男性」と「女性」において観戦動機の違いがあることがわかった。「自分も上手になりたいと思わせてくれる」、「高度なプレーやテクニックに憧れる」などの技術的な面で男女差があり、男性の平均値が高かったため、男性はスポーツ歴が観戦動機に影響を与えることがわかっている。

3.2 観戦行動の特徴について

仲澤ら(2000)では、「男性」と「女性」のセグメントを設定し、Jリーグの公式戦にてサッカー観戦に関わる観戦行動の特徴、観戦者属性、社会心理的特性についてアンケート調査を実施した。その結果、以下の2つを提示した。

- ・女性の方が応援する特定の選手がいる割合が高い
- ・男女差は確認できなかったが男性も女性も同様に約9割がテレビによる観戦をしている

3.3 日本のモータースポーツが抱える課題

中島(2010)では、モータースポーツ文化の構造とモータースポーツが抱える課題について調査・分析を実施した。その結果、モータースポーツが抱える課題として以下の2つを提示した。

- ・富士スピードウェイや鈴鹿サーキットなど多くのサーキットが都市部から遠距離にある
- ・JAFが発給する競技ライセンスを取得しなければモータースポーツを始めることができないため、気軽に始めて楽しめる環境があるとはいえない

4. 本研究の新規性と仮説

4.1 新規性

小林(2018)と仲澤ら(2000)では、Jリーグ観戦にお

ける観戦動機の男女差についての研究であり、中島(2010)では、モータースポーツ自体の構造や課題に関する研究であった。

本研究では、男女間の違いに着目したうえで、「日本の四輪モータースポーツにおける観戦動機」と「どのような要素が観戦動機に影響するのか」、「観戦動機には男女差が存在するのか」について調査し明らかにすることを新規性とする。

4.2 仮説

仮説①: 小林(2018)によると、男性はスポーツ歴が観戦動機に影響を与えるということがわかっている。このことから、男性はスポーツそのものに対する興味度が高く、マシンがメインとなるモータースポーツは、車やマシンが好きなことが観戦動機につながると考えた。また男性は、実際に体験してみたいと考え、体験した経験が観戦動機につながり将来の観戦者が増加すると考えた。

仮説②: 仲澤ら(2000)では、Jリーグの観戦においては女性の方が、応援する特定の選手がいる割合が高いことがわかっている。このことから、日本の四輪モータースポーツにおいてもドライバーのメディアへの露出やイベントなどのプロモーション活動が活発化することで女性の観戦者の増加に効果的であると考えた。

仮説③: 中島(2010)では観戦地は特殊な場所にある場合が多く、現地での観戦が容易ではないということがわかった。そのため、モータースポーツは有料コンテンツにおいて観戦する人が多い。このことから、現地での観戦状況について男女差はなく、現地までの移動距離やアクセス、現地でのイベントについて男女共通した課題があると考えた。

5. アンケート調査の概要と分析結果

5.1 調査概要

調査対象: 男女106人

調査期間: 2022年12月22日～2023年1月10日

調査方法: アンケート調査

5.2 質問内容

5ある、4ややある、3どちらともいえない、2あまりない、1ないでの5段階で評価。

【性別・年齢(全員)】

問1 性別を教えてください

問2 年齢を教えてください

【日本の四輪モータースポーツの観戦経験について(全員)】

問3 日本の四輪モータースポーツに興味はありますか

問4 日本の四輪モータースポーツを観戦したことはありますか

(観戦経験のある人)

問5 現地で観戦する頻度を教えてください

問6 現地観戦における同行者数を教えてください

問7 現地観戦における同行者を教えてください

問8 テレビや有料コンテンツにおける観戦頻度を教えてください

問9 日本の四輪モータースポーツを観戦する理由を教えてください

(日本の四輪モータースポーツを観戦したことがない人)

問10 日本の四輪モータースポーツを観戦してみたいと思いますか

問11 日本の四輪モータースポーツを観戦したことがない理由を教えてください

【日本の四輪モータースポーツに関する接触機会・環境について(全員)】

問12 実際にモータースポーツをしたいと思う

問13 幼少期にモータースポーツをしていましたか

問14 幼少期にモータースポーツの選手に憧れていましたか

問15 自分の子供がいた場合、モータースポーツを始めさせたいと思う

問16 レーシングカート場が近場に増えたら挑戦したいと思う

問17 ピット作業を体験してみたいと思う

問18 マシンを間近で見たい、乗ってみたいと思う

【日本の四輪モータースポーツに関するプロモーションやイベントについて(全員)】

問19 ドライバーのメディアの露出が増えたらうれしいと思う

問20 ドライバーとコミュニケーションをとることができるイベントが増えてほしいと思う

問21 ドライバー個人のファンクラブがあってほしいと思う

問22 ドライバーやマシン、メーカーなどのグッズが充実してほしいと思う

【現地での観戦について(全員)】

問23 現地までの移動距離が観戦頻度に影響している

問24 現地までの交通手段が増えてアクセスがしやすくなしてほしいと思う

問25 サーキット内での移動方法が充実していただろうと思う

問26 駐車場に入るまでの渋滞が解消してほしいと思う

問27 観客席に求めるものはありますか

問28 屋根がついた観客席や屋内から観戦できるエリアが増えほしいと思う

問29 大型ビジョンは多いほうが良いと思う

問30 パドックに入れる機会が欲しいと思う

問31 現地観戦において、チームやマシンの状況が確認でき、チームラジオをリアルタイムで聞くこと

- ができるサービスがあるとうれしいと思う
 問32 現地でのネット環境を充実してほしいと思う
 問33 現地に outlet(でみせ)などの飲食店やグッズを販売するショップが多くあった方がいいと思う

6. 分析

本研究では、男女差を明らかにするためt検定を行った。回答数は106件で、男性が41.5%(44人)、女性が58.5%(62人)であった。

(1)日本の四輪モータースポーツの興味度

興味度の男女別平均値は、男性が 4.0、女性が 2.4 であり、5%で有意差がでたため、男女差があった。

図1 男性の興味度

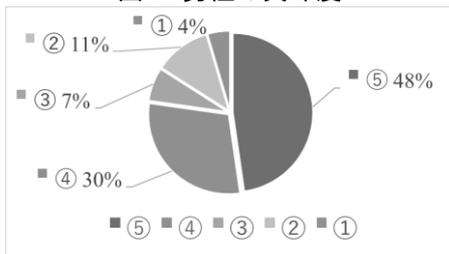
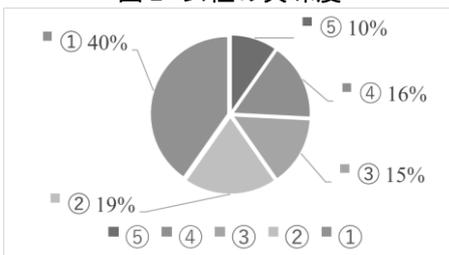


図2 女性の興味度



6.1 仮説①

(1) 男性の観戦動機

日本の四輪モータースポーツを観戦したことがある人へ「観戦動機について」質問した結果、男女ともに「車、スポーツカーが好き」が最も多かった。男性は「応援する特定のメーカーがある」、「エンジンサウンドやコーナリングスピード、オーバーテイクなどのバトルが好き」が続いて多かった。

(2) 日本の四輪モータースポーツに関する接触機会・環境について

「レーシングカート場が近場に増えたら挑戦したいと思う」という質問に対して男性が3.5、女性が2であり、5%で有意差がでたため、男女差があった。

「マシンを間近で見たい、乗ってみたいと思う」という質問に対して男性が 4.3、女性が 3.4 であり、5%で有意差がでたため、男女差がある。

6.2 仮説②

(1) 女性の観戦動機

日本の四輪モータースポーツを観戦したことがある人へ「観戦動機について」質問した結果、男性と同様に「車、スポーツカーが好き」が最も多かった。「エンジンサウンドやコーナリングスピード、オーバーテイクなどのバトルが好き」が続いて多かった。

(2) 日本の四輪モータースポーツに関するプロモーションやイベントについて

「ドライバーのメディアへの露出が増えたらうれしいと思う」という質問に対して男性が3.3、女性が3.1であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

「ドライバーとコミュニケーションをとることができるイベントが増えてほしいと思う」という質問に対して男性が3.3、女性が3.1であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

(3) 観戦したことがない理由

観戦したことがない人へ「観戦したことがない理由」について質問した結果、男性は「テレビ放送が少ないから」が最も多く、女性は「モータースポーツを全く知らないから」が最も多かった。男女ともに「知っている選手がいらないから」が2番目に多かった。また、女性の観戦したことがない人の中に「大きな音がしすぎるから」、「危険なシーンを見たくないから」と回答した人がいた。

6.3 仮説③

(1) 現地での観戦頻度

現地での観戦頻度の男女別平均値は、男性が1.8で女性が1.3であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

図3 男性の現地での観戦頻度

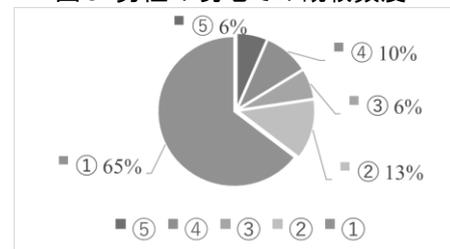
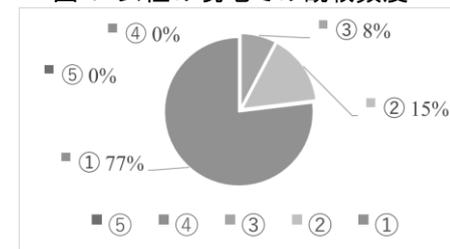


図4 女性の現地での観戦頻度



(2) 現地までのアクセス、現地での観戦状況について

「現地までの移動距離が観戦頻度に影響している」という質問に対して男性が3.7、女性が3.8であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

「現地までの交通手段が増えアクセスがしやすくなってほしい」という質問に対して男性が3.7、女性が3.8であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

(3) 現地でのイベントやサービスについて

「現地観戦においてチームやマシンの状況が確認

でき、チームラジオをリアルタイムできくことができるサービスがあるとうれしい」という質問に対して男性が4.0、女性が3.7であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

「出店やグッズ販売店が多くあった方が良い」という質問に対して男性が4.3、女性が4.3であり、5%で有意差がでなかったため、男女差があるとはいえない。

7. 結論と考察

日本の四輪モータースポーツに対する興味度は、男性の方が圧倒的に高く、男女差があった。男性は日本の四輪モータースポーツに対してやや興味がある割合が高いが、女性はあまり興味がない割合が高いことがわかった。

日本の四輪モータースポーツに関する接触機会・環境についての質問項目に対して有意差がでたため、男女差があった。男性の方が女性よりも平均値が高く、男性の観戦動機が「車、スポーツカーが好き」が最も多かったことから、男性は車やマシンそのものに興味があり、実際に体験してみたいと考える割合が高いということがわかった。このことから、実際にマシンを見ることができるイベントやレーシングドライバーが運転するマシンに同乗することができる機会、レーシングカートを体験することができるイベントなどの接触機会を増やし体験、認知してもらうことで、男性の観戦者の増加につながると考える。(仮説①)

日本の四輪モータースポーツに関するプロモーションやイベントについての質問項目に対して有意差がでなかったため、男女差があるとはいえなかった。仲澤ら(2000)が調査したJリーグでは、女性の方が特定の選手を応援している割合が高かったが、日本の四輪モータースポーツには当てはまらず、男女ともにドライバーへの関心度は低いということがわかった。また、観戦したことがない人へ「観戦したことがない理由」について質問した結果、女性は「モータースポーツを全く知らないから」が最も多かった。このことから、女性ファンの新規獲得のためには、日本の四輪モータースポーツについて知ってもらい、魅力を伝えることが重要であると考え。また、女性の観戦したことがない人の中に「大きな音がしそうだから」、「危険なシーンを見たくないから」と回答した人がいた。モータースポーツは危ないだけだというイメージを変える必要もあるということがわかった。(仮説②)

現地での観戦頻度については、有意差がでなかったため男女差がなく、男女ともに現地での観戦頻度が低いということがわかった。また、現地までのアクセス、現地での観戦状況や、現地でのイベントやサービスについての質問項目に対して有意差がでなかったため、男女差があるとはいえないということがわかった。男女ともに平均値が高く現地までのアクセスや現地での観戦状況、現地でのサービス、イベント

について、男女で共通した課題が多くあり改善しなければならぬということがわかった。この課題を改善しなければ、現地観戦者の増加にはつながらないと考える。(仮説③)

8. 今後の課題

本研究では、男女別の決定的な違いがわからなかった。とりわけ女性の観戦者については、どのような要素が最も観戦動機に影響を与えているのかまでは明らかにすることができなかった。本研究のアンケート調査で、男女のサンプル数、観戦経験のある男女別のサンプル数が偏ってしまい、観戦経験のある女性のサンプル数が少なかったことが要因である。また、男性は日本の四輪モータースポーツを知っている人への調査に集中してしまい、女性は日本の四輪モータースポーツについて知らない人が多かったため、結果を上手く出すことができなかった。

今回のアンケート調査を踏まえて、現地にて実際に日本の四輪モータースポーツ観戦をしたことのある人へのアンケート調査を行う必要があることがわかった。特に、日本の四輪モータースポーツを観戦したことのある女性のサンプル数を集めることが最も重要である。

参考文献

- [1] 「JAF MOTOR SPORTS」ホームページ
<https://motorsports.jaf.or.jp/enjoy/begin>
- [2] 「SUPER GT」ホームページ
<https://supergt.net/>
- [3] CCC マーケティング株式会社
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000794.00000983.html>
- [4] リカバリーサイエンスラボ
https://recoveryscience.jp/date_2022_vol-1/
- [5] モータースポーツ JSPORTS オンデマンド
<https://www.jsports.co.jp/motor/>
- [6] 小林拓哉(2018)「スポーツ観戦における観戦動機の違い～観戦方法と男女差に着目して～」
<https://www.komazawa-u.ac.jp/~knakano/NakanoSeminar/wp-content/uploads/2018/08/%E5%B0%8F%E6%9E%97%E6%8B%93%E5%93%89%E3%80%8C%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%84%E8%A6%B3%E6%88%A6%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E8%A6%B3%E6%88%A6%E5%8B%95%E6%A9%9F%E3%81%AE%E9%81%95%E3%81%84%E8%A6%B3%E6%88%A6%E6%96%B9%E6%B3%95%E3%81%A8%E7%94%B7%E5%A5%B3%E5%B7%AE%E3%81%AB%E7%9D%80%E7%9B%AE%E3%81%97%E3%81%A6%E3%80%8D.pdf>
- [7] 仲澤眞・平川澄子・ダン・マホーニー・メアリー・ハムス・戸苅次郎・中塚義実(2000)「Jリーグの女性観戦者に関する研究」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/sposun1991/10/1/10_1_45/_pdf/-char/ja
- [8] 中島和輝(2010)「我が国の四輪モータースポーツ文化と課題ースポーツ文化体系によるレースの考察ー」
http://www.waseda.jp/sports/supoken/research/2010_2/5009A061.pdf