

Jリーグスタジアム観戦に伴う感情を生起させる要因： インタビュー調査を用いた試み

隅野 美砂輝*

Factors that elicit emotions associated with watching J. League games in a stadium : Based on an interview survey

Misaki SUMINO

Abstract

Previous studies have revealed that the emotions of sports spectators have an important role in clarifying the mechanism of sports spectator behavior. Madrigal (1995) reported that the enjoyment which sport spectators experience while watching a game has a positive effect on their satisfaction. Sumino and Harada (2004; 2005) demonstrated that more emotion such as worry, enjoyment, and pride while watching a game leads to higher team loyalty, and that more emotion such as pride and anger leads to higher intention to attend future games. On the other hands, few studies have examined what events or stimuli during the game cause these emotions. The current study investigates what kind of emotions sport spectators have experienced inside/outside the stadium and what kind of situation/event elicit these emotions. An interview survey was conducted with J. League spectators. The audio was recorded with an IC recorder with the consent of the interviewee, and a verbatim record was created from such data. The voice data was 5 hours 10 minutes 43 seconds in total for six people, and the verbatim record was 86,007 characters in total. Using the verbatim record, the qualitative data analysis software Maxqda12 was utilized to segment the factors that caused emotions and generate code names from the bottom up.

This study derived the following findings. 1) The emotions associated with watching games at the stadium were generated for various scenes, events, and subjects. 2) Some emotions are elicited by the events related to the core product of the service such as the game itself, the teams that the spectator supports, and the results and the play of the players who belong to those teams. 3) In the category of anger, the emotions are elicited by unfavorable behavior of other spectators such as jeering. Practical implications and directions for future research are also discussed.

Keywords: emotion, sports spectator behavior, professional soccer

* 鹿屋体育大学 スポーツ人文・応用社会科学系 Faculty of Sports Humanities and Applied Social Science, National Institute of Fitness and Sports in Kanoya

I. 緒言

本研究では、スポーツ観戦という消費行動のメカニズムを明らかにする変数としてスポーツ観戦者の「感情 (emotion)」に着目した。感情は、経験の情動的あるいは情緒的な面をあらわす総称的用語であると定義される (下中, 1984)。これまでも一般のプロダクト (製品) とは異なる、見るスポーツというプロダクトの特性として「感動やファンタジックな感情 (青山, 2000)」「感情や経験 (Brooks, 1994)」といった要素が挙げられている。一方、一般の消費者行動研究においても感情を扱った研究が注目を集めるようになってきている。その背景として、これまでの消費者行動研究ではあまり扱われてこなかったスポーツや芸術、エンターテインメントといった「選択的消費」を対象とした研究の台頭が挙げられる (Holbrook and Hirschman, 1982; 清水, 1999)。このような選択的消費に関わる行動を理解するためには、感情を代表とする「主観的」「快楽的」及び「経験的」な視点が重要であるとされている (Holbrook and Hirschman, 1982; 和田, 1998; シュミット, 2000; 武井, 1997)。

以上のようなことから、スポーツ観戦者の感情についての科学的な探求が、スポーツ観戦行動のメカニズム解明への一助となることが予想される。購入前に客観的な評価を下しやすい一般の財やサービスの消費に比べ、スポーツ観戦という消費においては観戦者がスタジアム内外で体験する「主観的」「快楽的」「経験的」な要因としての感情が、その後の観戦行動に大きく影響を及ぼすことが予測される。こういった流れの中、スポーツ観戦行動研究における感情に関する研究では、観戦前もしくは観戦後における観戦者の「気分 (mood)」に着目した研究 (Sloan, 1989; Wann et al., 1994) や観戦中に観戦者が経験した感情 (emotion, affect) に着目した研究 (藤善, 1994; Madrigal, 1995; Sumino and Harada, 2004; 隅野・原田, 2005; 押見・原田, 2010) が行なわれてきた。これらの研究の中でも、観戦行動に至

るメカニズムの中での感情の役割について焦点を当てたものは、Madrigal (1995) の研究と、研究代表者らが行ってきた一連の研究 (Sumino and Harada, 2004; 隅野・原田, 2005) などが散見される。

Madrigal (1995) は「楽しみ」という感情が観戦に対する満足に影響を及ぼしていることを報告し、隅野・原田 (2005) は、これまでに「心配」「楽しみ」「誇り」をスタジアムで経験している観戦者ほど、チームロイヤルティが高くなっていることや、「誇り」「怒り」をスタジアムで多く経験した観戦者ほど再観戦意図が高くなっていることを明らかにした。このようにいくつかの種類の感情がスポーツ観戦者行動に至るメカニズムの中で、様々な変数に影響を及ぼしていることが示唆されてきたが、なぜこのような感情がこれらの変数に影響を及ぼしているのか、それらの感情はどういった刺激や出来事によって生じられたものなのかについては、いまだ手のつけられていない研究領域となっている。感情についての研究を実際のマーケティング活動に応用するためには、それぞれの感情の発生状況やその感情が向けられる対象などについての具体的で詳細な探究により、スポーツ観戦中に経験される感情生起についての仮説探索あるいは仮説構築のための質的研究が必要であるといえる。

そこで本研究では、Jリーグの観戦者がスタジアムの内外において体験した感情に着目し、それらの感情がどのような場面や出来事によって生じられたのかについて明らかにすることを目的とした。また、方法論的な試みとして、インタビュー調査で収集された言語データを用いる手法を採用した。インタビュー調査を用いることで、Jリーグの観戦者の語りから、スタジアムの内外で体験した感情がどのような場面や出来事によって生じられたのかについて具体的で詳細な探究が可能になると考えられる。またインタビュー調査から得られた言語データを分析していくような質的研究は、研究対象者の中で「何が」「どのように」「な

ぜ」起こっていたのかを探索することを目的に行なわれており（今福，2021），本研究の目的を達成するために，適した手法であると考えられる。

Ⅱ．研究方法

本研究の調査は，鹿屋体育大学倫理審査委員会の審査で承認を得て2015年11月下旬から12月中旬にかけて行なわれた。A大学の体育会サッカー部において，特定のJリーグクラブを応援しており，これまでに当該クラブのホームスタジアムで観戦経験のある学生を募集した。この募集に応じ調査に協力したインタビューは，体育学を専攻し，体育会サッカー部にプレイヤーとして活動していた大学生6名である（表1）。サッカー部員を研究対象とした理由としては，スポーツ観戦中に経験したことの感情が生起された場面や出来事を，インタビュー調査でどの程度聞き出すことができるのか不明であったため，当該スポーツであるサッカー競技経験が豊富な参加者の方がサッカーという競技自体や選手の技術や思考に対する理解が深く，様々な感情を経験しやすく，多くの言語データを収集できるのではないかと判断したことによる。また，大学生年代の対象者を選定した理由としては，上記のサッカー競技経験が豊富な参加者が，著者所属大学のサッカー部員に多く在籍しており，参加者の確保がしやすかったためである。インタビュー調査では，まず応援しているJリーグクラブ，応援し始めた時期やそのきっかけ，スタジアム観戦頻度等の基本的な事項について尋ねた。その後，スタジアム観戦中に経験し

たことのある感情について質問紙を用いてその場で回答を求めた。感情に関する質問項目は隅野・原田（2005）のもの（14カテゴリー44項目）を用い，回答は「1. まったく感じたことがない」，「2. あまり感じない」，「3. 時々感じる」，「4. よく感じる」，の4段階評定尺度で求めた。

この質問紙への回答後，スタジアム観戦の際に経験したことの感情を生起させた要因を明らかにするために，どのような状況で，もしくは何に対しての感情であったかを感情の理由としてインタビューにより尋ねる形をとった。

インタビューの音声はインタビュー同意の上，ICレコーダーで録音され，音声データから逐語録を作成した。音声データは6名合計で5時間10分43秒，逐語録は同じく6名合計で86,007文字にのぼった。その逐語録を用い，質的データ分析ソフトMaxqda12を使用して，感情を生起させた要因の切片化およびコード名生成をボトムアップに行なった。切片化やコード名作成においては，まず全ての言語データを読み進めながら，暫定的な仮のコードを付与するオープン・コーディングを行なった。次に，複数出現したコードや近似しているコードを集約するなど，コードの修正や変換を行なっていった。最後に，作成したコードに発言内容が適切に当てはまっているかを繰り返し確認し，必要があれば最終的なコードの修正を実施した。コード化の妥当性や確証性を読者が判断できるよう，全てのコード名に対し，それぞれに対応する回答を掲載した（表2～表15）。

なお，インタビュー調査および言語データの切

表1 インタビュー어의属性

インタビュー어	年齢	応援クラブ	応援歴	応援し始めたきっかけ
A	21	福岡	小1～	サッカー少年団でのスタジアム観戦
B	22	鳥栖	高3～	当時九州のJ1がこのクラブのみだったから
C	21	FC東京	中1～	当該クラブの下部組織に所属したから
D	20	千葉	中3～	アウェイで来たクラブを見て。J2なのに有名選手がいて，応援も熱いから興味を持った。
E	20	千葉	小3～	初めて試合を見に行った時に感動して
F	21	清水	小5～	サッカー少年団の大会に，選手たちが来て，ふれあえたこと

片化およびコード名生成は、著者1名が行なった。著者は、2000年より継続してサッカー観戦者の感情について継続的に研究を実施している人物である。今回の言語データの切片化およびコード名生成は著者1名が行なったが、資源的な理由により複数人の研究者による確認やインタビューによるデータの解釈についての確認が実施できず、バイアスを排除する等の研究の質を高める方法に課題を残す報告となっている。

Ⅲ. 結果・考察

3-1 スタジアム観戦中に経験したことの感情について

各インタビューのスタジアム観戦中に経験したことの感情についての回答結果を表2に示した。前述の質問紙を用い、回答は1. まったく感じたことがない, 2. あまり感じない, 3. 時々感じる, 4. よく感じる, の4段階評定尺度で求めた。また、この尺度が間隔尺度を構成すると仮定

表2 スタジアム観戦中に経験したことの感情についての回答結果

カテゴリー	項目	平均	カテゴリー平均	インタビュー					
				A	B	C	D	E	F
1.「怒り」	1 怒り	2.17	2.46	2	2	2	3	2	2
	2 いらだつ	2.67		3	2	3	3	2	3
	3 腹を立てる	2.50		3	2	3	3	2	2
	4 いらいらす	2.50		3	2	3	2	2	3
2.「興奮」	5 感激	3.67	3.83	4	4	4	3	4	3
	6 感動	3.67		4	4	4	3	4	3
	7 興奮	4.00		4	4	4	4	4	4
	8 心躍る気持ち	4.00		4	4	4	4	4	4
3.「怖れ」	9 恐れ	2.33	2.25	3	2	3	2	2	2
	10 おびえ	2.33		3	2	3	3	2	1
	11 怖さ	2.00		3	1	3	1	2	2
	12 びくびくする	2.33		3	1	4	1	4	1
4.「楽しみ」	13 最高の気分	4.00	3.79	4	4	4	4	4	4
	14 幸せな気分	3.50		3	3	4	4	4	3
	15 楽しさ	4.00		4	4	4	4	4	4
	16 喜び	3.67		4	3	4	4	3	4
5.「恥」	17 きまり悪い思い	2.33	2.00	2	2	3	1	3	3
	18 恥	1.50		1	1	2	2	2	1
	19 まごつき	2.17		1	2	2	1	4	3
6.「心配」	20 神経質になる	1.83	2.17	1	1	3	1	3	2
	21 心配	2.50		2	1	3	3	3	3
	22 不安	2.17		2	1	3	2	3	2
7.「ねたみ」	23 嫉妬	1.50	1.44	1	1	2	1	1	3
	24 ねたみ	1.17		1	1	1	1	1	2
	25 やきもち	1.67		1	1	2	1	1	4
8.「楽観」	26 元気づけられた気分	3.83	3.67	4	4	4	4	4	3
	27 励まされた気分	3.50		4	3	4	3	4	3
9.「安心」	28 安心	3.17	3.11	3	3	4	3	3	3
	29 安堵	3.00		3	3	3	3	3	3
	30 ほっとする	3.17		4	3	4	3	3	2
10.「誇り」	31 自慢したい気持ち	3.17	3.39	4	3	4	3	3	2
	32 得意な気分	3.17		2	4	4	3	3	3
	33 誇り	3.83		4	4	4	4	3	4
11.「罪悪感」	34 罪悪感	1.50	1.42	1	2	1	1	2	2
	35 やましい気分	1.33		1	1	1	1	2	2
12.「落ち着き」	36 穏やかな気分	2.00	2.22	2	2	2	2	2	2
	37 落ち着いた気持ち	2.00		1	2	2	2	3	2
	38 温かな気分	2.67		3	3	4	2	2	2
13.「悲しみ」	39 暗い気分	2.50	2.25	3	2	3	2	3	2
	40 絶望	2.00		3	1	2	3	2	1
	41 悲しみ	2.33		2	2	3	3	3	1
	42 気が重い	2.17		1	2	3	3	3	1
14.「驚き」	43 驚き	3.17	3.08	3	2	4	3	4	3
	44 びっくりする	3.00		3	1	4	3	4	3

bold は、理由が聞けた項目、

Italic は、理由が聞けなかった項目

し、順に1, 2, 3, 4の得点を与え得点化を行なった。回答を感情カテゴリー別に見ていくと、3.時々感じる, 4.よく感じる, と回答したものが多く、カテゴリー平均が3.00以上であったのは、「興奮」(3.83), 「楽しみ」(3.79), 「楽観」(3.67), 「安心」(3.11), 「誇り」(3.39), 「驚き」(3.08)の6カテゴリーであった。これらのカテゴリーの多くはポジティブな感情カテゴリーであった。逆に、1.まったく感じたことがない, 2.あまり感じないの回答が多く、カテゴリー平均が3.00に満たなかったのは、「怒り」(2.46), 「怖れ」(2.25), 「恥」(2.00), 「心配」(2.17), 「ねたみ」(1.44), 「罪悪感」(1.42), 「落ち着き」(2.22), 「悲しみ」(2.25)の8カテゴリーであった。また、「怒り」, 「怖れ」, 「心配」, 「悲しみ」の4カテゴリーに関しては、感じるか否かに、個人差があるようにかがえた。これらの4つのカテゴリーは、いずれもネガティブな感情カテゴリーであった。また、この回答の傾向については、関西の3つのJクラブのスタジアム観戦者(1,136サンプル)を対象とした調査の結果(隅野・原田, 2005)では「安心」, 「誇り」, 「驚き」のカテゴリー平均は3.00以上ではなかったが、それ以外の点では同様のもの

であった。

3-2 感情が生起された場面や出来事

次に、この感情に関する質問に対し、3.時々感じる, 4.よく感じると回答された項目の感情について、スタジアム観戦中のどんな時に感じるか、何に対して感じるのかを、感情が生起された場面や出来事としてインタビューにより尋ねた。表2中の濃い網掛けとboldで記載された数字は、その感情が生起された場面や出来事についての回答が得られた項目を、薄い網掛けとItalicで記載された数字は、回答が得られなかった項目を示している。表2によると、14の感情カテゴリーのうち、「罪悪感」カテゴリー以外の13の感情カテゴリーに関して、感情が生起された場面や出来事を聞くことができた。また、インタビューDの「怒り」カテゴリーの「いらいら」については、2.あまり感じないとの回答であったが、インタビューの流れの中で、感情が生起された場面や出来事が聞き出せたため、結果に加えることとした。

「怒り」カテゴリーに関しては、6人中4人から感情が生起された場面や出来事が得られた(表3)。この「怒り」カテゴリーの感情が生起され

表3 1.「怒り」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュー	回答
怒り	応援クラブ・選手の悪いプレー	D	(応援クラブの) 選手のミス
いらだつ	応援クラブ・選手の悪いプレー	D	いらだちは、あれですね。ミス連発とかされたときには、ちょっとなんか、
	応援クラブ・選手の悪いプレー	C	勝ちきれなかったり、点が入らなかったり。いつも通りの試合運びができてなかったりとか。いいときの試合運びじゃないって。
	応援クラブ・選手の悪いプレー	F	(応援クラブの) 不安定さが露呈したとき。
	審判の判定	D	審判も、もうミスジャッジやったり、
	審判の判定	A	結構前のプレーでオフサイドになってて、その後のプレーで得点入ったんですけど、その前のオフサイドが認められて。
腹を立てる	ラフプレー	D	ラフプレーとかだったら(相手? 見方?)
	応援クラブ・選手の悪いプレー	A	イージーなやつ(ミス)が。
	応援クラブ・選手の悪いプレー	D	イージーなミスですね。
	審判の判定	D	審判のジャッジとか見てて、それは違うでしょうっていうのが。
いらいらする	他の観客の野次	A	あとまあ、それに野次言ってる人たちにも。
	応援クラブ・選手の悪いプレー	F	ボール蹴るだけになってるとか。
	他の観客の野次	D	自分の応援してるチームのサポーターが、ずっと文句とか野次とかしか飛ばせないときに、何なんだっていう。
	他の観客の野次	A	野次とかですね。

た場面や出来事として, (1) 応援クラブ・選手の悪いプレー, (2) 審判の判定, (3) 他の観客の野次, の3つが得られた。「怒り」カテゴリーの感情は, 一般にネガティブな感情であり, 観戦者にはなるべく経験されないように留意が必要となる感情である。興味深いのは, 試合に関連する選手のプレーや審判の判定の他に, 同じ観戦サービスに参加している他の観客の野次が挙げられた点である。この点は, 中塚・小川 (2008) の研究において述べられている, 時間と場所, サービス経験を共有する「他の顧客」の行動がサービス経験評価に大きな影響を与えるという, 顧客参加型スペクテイターサービスの特徴を表していると考えられる。

次に, 「興奮」カテゴリーに関しては, すべてのインタビューから感情が生起された場面や出

来事が得られた (表4)。主なものとしては, (1) 応援クラブの劇的な試合結果 (逆転勝ちなど), (2) 応援クラブの重要な結果 (優勝, 昇格など), (3) サポーターの応援, (4) 質の高いプレー, などが挙げられた。ほかにも, (5) スタジアムに入る際, (6) 選手のアップ, (7) ビジョンでの選手紹介, (8) ハーフタイムショーなどの, 期待が高まるような場面や, イベントなどでの盛り上げに對して「興奮」カテゴリーの感情が生起していることが窺えた。項目別にみると, 「感動」や「感激」では (1) 応援クラブの劇的な試合結果 (逆転勝ちなど), (2) 応援クラブの重要な結果 (優勝, 昇格など), の場面や出来事が多くなっていた。これらは, 戸梶 (2001; 2004) の研究でも見られていた, (1) 感動は達成や成就のようなポジティブな事象に對して喚起されることが多くなっていた

表4 2. 「興奮」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュー	回答
感激	応援クラブの逆転勝ち	E	逆転勝ちとか。
	質の高いプレー	B	プロなりのクオリティを見せつけられたというか, いいパスがこう速く通ったりとか, やっぱ違うなって思います。
感動	応援クラブの逆転勝ち	E	逆転勝ちとか。
	応援クラブの劇的勝利	A	やっぱり, 劇的勝利ですかね。
	応援クラブの昇格	D	昇格したときは, よくやったなって思いますね。限られた資金の中で, しかもそんなに有名な選手はいないのに, すごいなっていう。
	応援クラブの優勝	C	決勝戦を応援しに行ったときに, 優勝できて。みんなと勝利をつかみ取れたじゃないですけど, それが感動だった。
	選手の隠れた苦労や努力 (推察)	B	ちやほやされていいなと思ってるかもしれないですけど, 努力とかを他の人に比べたら, ちょっとは共感できると思うので。
興奮	選手のアップ (アウェイクラブ)	B	対戦チームが, なんか強い, なんかすごい選手のアップとかが見れただけで, 普通に興奮します。
	応援クラブの優勝	C	天皇杯の決勝戦を国立競技場に応援しに行ったときに, 優勝できて。(中略) いや, すごかったですね。めちゃ興奮しましたね。
	ゴール	E	ゴールしたときです。
	ゴール	C	やっぱ, ゴールの瞬間に一番興奮してますね。
	サポーターの応援	E	応援聞いたとき。
	試合展開 (点の取り合い)	C	点の取り合いになったときとか。
	応援クラブのチャンス	F	チャンス
	応援クラブのピンチ	F	ピンチ
	質の高いプレー	D	ワンプレー, ワンプレーですね。いいプレーが出たときに, おおっていう。
	スタジアムに入る際	A	スタジアムに入ったときとか,
	選手のアップ	A	選手がアップしてるときとか。
	ビジョンでの選手紹介	A	メンバー紹介で, スクリーンで, されるときとか, 結構。
心躍る気持ち	サポーターの応援	E	(応援するクラブサポーターの) 応援を聞いたとき。
	サポーターの応援	F	応援の部分が大きいですかね。試合開始直前とか, 選手のコールと時とか。
	ハーフタイムショー	F	ハーフタイムショーとかも。チアリーダーが出てきて, マスコットが踊ったりとか。
	選手のアップ	F	アップしてる選手, 様子見てるのでも。控え選手で結構有名な選手がいたりして。
	スタジアムでの一体感	D	行け行けのときに, チームとか, そのスタジアムの一体感があふれ出るときに, 自分も口ずさんだりしますね。
	試合展開 (予想外)	B	なんか予想外の展開とかあるので,
	質の高いプレー	C	プロの選手のすごいプレーを見ることで。

こと、(2)感動が喚起されるには、結果に至るまでのプロセスに関する知識が必要であり、その間にみられる苦労や努力などを了解できた方が喚起されやすいこと、(3)生起確率が低く意外性や希少性をもつ事象に対し、驚きを伴う感動もある、といった一連の報告とも一致するものと思われる。

「怖れ」のカテゴリーに関しては、6人中4人が「感じる」と回答しており、4人全員から感情が生起された場面や出来事が得られた（表5）。具体的には(1)応援クラブのピンチ、(2)応援クラブの劣勢、(3)試合展開（ぎりぎり）、の3つが挙げられた。項目別にみていくと、「おびえ」では、(1)応援クラブのピンチ、(2)応援クラブの劣勢、(3)試合展開（ぎりぎり）の3つ全てが挙げられていた。一方、「怖さ」と「びくびくする」においては、(1)応援クラブのピンチのみが感情が生起された場面や出来事として挙げられていた。いずれの項目についても、試合自体の出来事で、特に応援するチームが失点をしそうなピンチで、「怖れ」という感情が生起されていることが確認できた。

「楽しみ」のカテゴリーに関しては、すべてのインタビューから感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表6）。この「楽しみ」のカテゴリーに関しては、(1)ゴール（ほとんどの場合、応援クラブのゴール）、(2)応援クラブの勝利、(3)サッカー観戦自体、の3つが挙げられた。項目別にみていくと、「最高の気分」や「喜び」では、(1)ゴールや(2)応援クラブの勝利が

目立ち、「幸せな気分」や「楽しさ」では、(3)サッカー観戦自体が多くなっていた。

「恥」のカテゴリーに関しては、6人中3人が「感じる」と回答しており、その3人から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表7）。このカテゴリーでは(1)応援クラブの敗北、(2)応援クラブの失点（ミスがらみ）、(3)応援クラブ・選手の悪いプレーといった、応援クラブの好ましくないプレーや結果により、「恥」カテゴリーの感情が生起されていることが明らかとなった。その他では、(4)スタジアム内で迷った際という自分自身の行動も挙げられていた。

「心配」カテゴリーに関しては、6人中4人が「感じる」と回答しており、その4人から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表8）。感情が生起された場面や出来事としては、(1)応援クラブの劣勢、(2)応援クラブ・選手の悪いプレー、(3)応援クラブの不安定さ、(4)応援クラブの重要な局面、(5)アウェイクラブのラフプレー、(6)選手が接触で倒れている場面、(7)審判の判定が挙げられた。中でも(1)応援クラブの劣勢が最も多く、「心配」の感情を感じたことのある4人中3人が、この感情が生起された場面や出来事として挙げていた。

「ねたみ」カテゴリーに関しては、6人中1人が「感じる」と回答しており、その1人から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表9）。このカテゴリーの感情が生起された場面や出来事は(1)相手クラブの応援のみであり、自分が応援するクラブにはない、相手クラブの応

表5 3.「怖れ」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュー	回答
おびえ	応援クラブのピンチ	D	主にピンチのときに。
	応援クラブの失点	A	そうですね。(得点を)やられたり。
	試合展開（ぎりぎり）	C	ぎりぎりの展開の時に、興奮もだし、おびえもだし。
怖さ	応援クラブのピンチ	C	降格争いのときとか。
	応援クラブのピンチ	A	いつやられるか分かんないプレッシャー、ハラハラする展開というか。1-0で勝ってるけど、試合後半結構残り時間が少ないときとか。
びくびくする	応援クラブのピンチ	E	ゴール決められそうなとき。
	応援クラブのピンチ	C	試合展開が悪かったときとかに、点決められそうなところとか
	応援クラブのピンチ	A	いつやられるか分かんないみたいなの。

表6 4.「楽しみ」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュイー	回答
最高の気分	応援クラブのゴール (劇的)	A	(応援クラブが) ロスタイム弾たき込んだときとか
	応援クラブのゴール	F	得点シーン, やばいですね。
	応援クラブの勝利	D	勝ったときは, もちろん最高なんですけど
	応援クラブの勝利	E	勝ったとき
	応援クラブの勝利	F	勝ち試合終了の時とか。
	ゴール	E	ゴール
	サッカー観戦自体 (ひとつひとつのプレー)	D	サッカー自体が僕やっぱ好きだと思うんで, もちろん勝ち負けもあるんですけど, 一個一個のプレーが, 来て良かったなって思える。
幸せな気分	試合展開 (劇的)	B	なんかこう, ドラマチックな展開っていうか, 劇的なシーンとか, 見れたら
	応援クラブのゴール	C	ゴールを決めたりしてもらえると, ま, 喜びと似たような。
	応援クラブの勝利	E	試合終わった後とか。勝ってたら, 幸せな気分。
	応援クラブの優勝	C	天皇杯とかで優勝したときとか。
	応援クラブのゴール (応援している選手)	C	先輩が初ゴールを決めたときとか。ま, いろんな感情がありますけど, おめでとうって祝いたい, 幸せな。
	サッカー観戦自体	B	非日常感っていうか, ずっと見てて楽しいっていうか, いい気持ちですね。
	サッカー観戦自体	F	観戦に行ってるだけで。(観戦し) 終わったあとの余韻も含めて。行く時と帰る時まで含めてって感じですかね。
	スタジアムにいること自体	D	あと, スタジアムにいるときは, すごい幸せですね。
	応援クラブの勝利	A	勝ったときですかね。
	応援クラブの勝利	C	勝ったり
	応援クラブの勝利	D	勝ったときとか。
	応援クラブの不安定さ	A	A: いつやられるか分かんないみたい。Q: 不安な感じで。A: なんかその感じが楽しいですね。
楽しさ	応援に参加して	A	応援とかもなんか結構シンプルなやつが多くて。自分たち, ちょっと応援しながら。
	サッカー観戦自体	C	やっぱ, サッカーの試合見るのは, 楽しいですし,
	サッカー観戦自体 (応援)	C	好きな自分の所属チームでもあった, そっちの応援をすることは楽しかったですね。
	サッカー観戦自体	D	僕は, もう基本スタジアムに行ったら, プロのサッカー見れて, 楽しんで見えますね。
	サッカー観戦自体	F	試合とその試合に付随した, なんか売店で買ったりとか, サッカーを見ることにしても, スタジアムで見てるっていう雰囲気とかも含めて
	スタジアムに入る際	E	スタジアム入ってとか,
	サッカー観戦自体	E	試合見ててとか,
	歓声	E	歓声聞いたときとか。
喜び	ゴール	A	ゴール決めたときもそうですし。
	ゴール	B	点入ったとき。
	ゴール	C	ゴール決めたときとか
	ゴール	D	点が入ったり
	ゴール	E	ゴールしたとき。
	サッカー観戦自体	B	サッカー見てる, まあずっと楽しいですし。なんか非日常的な感じで。
	サッカー観戦自体	F	あんまり内容がよくななくても, 観戦に行ってるだけで結構なんか
	試合後の余韻	F	感情の起伏がやっぱり試合の中であって, 終わってなんか, ちょっと, ああみたいな感じになるのも, 気持ちいい感じがありましたね。
	質の高いプレー	A	いいプレー, いい連携のプレーとか。
	質の高いプレー	D	あと, いい守備ですね。
	応援クラブの勝利	A	勝ったとき, 勝利の瞬間。
	応援クラブの勝利	C	試合勝ったときとか。
	応援クラブの勝利	D	勝った瞬間だったり
	応援クラブの勝利	E	勝ったとき。

表7 5.「恥」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュイー	回答
きまり悪い思い	応援クラブの失点 (ミスがらみ)	E	変なミスとかで失点したり
	応援クラブの敗北	C	勝ちきれなかったり, 変な失点で負けちゃうみたい。いい試合してたのについていう。
	応援クラブの敗北	F	負けたときですかね
まごつき	応援クラブ・選手の悪いプレー	E	何でそんなミスするんだみたいなとき。
	スタジアム内で迷った際	F	(スタジアム内, 自分の座席の場所) 若干迷ったりとか。

表8 6.「心配」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュイー	回答
神経質になる	アウェイクラブのラフプレー	C	相手チームのラフプレーが目立つときとかは、何してくれるんだっていうような、
	審判の判定	C	(相手チームのラフプレーの際) 審判ちゃんと取ってくれよっていう。
	応援クラブ・選手の悪いプレー	E	(応援するチームの) ミスとかが起きたり
心配	応援クラブの不安定さ	F	結構不安定要素があるので、結構ひやひやすするのがあるんですよね。
	応援クラブの劣勢	E	負けてるときとかです。
	応援クラブの劣勢	C	降格争いのときとかに、試合展開がよくないと、心配になりますね。
	応援クラブの劣勢	F	点やられちゃうんじゃないのとか、これ負けるんじゃないのとかって。
	応援クラブの重要な局面(天王山)	D	天王山のとき、大丈夫かなって。プレーオフとかも、もうドキドキっていうか。
	選手が接触で倒れている場面	C	接触とかで、選手が倒れてるときとか、大丈夫かなとか。
不安	応援クラブの劣勢	E	負けてるとき。

表9 7.「ねたみ」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュイー	回答
嫉妬	相手クラブの応援	F	相手チーム(の応援)ですかね。いいなみたいな。
やきもち	相手クラブの応援	F	相手の応援とか。いいなっていうのが。ユニフォームとかタオルとかそろってて、いいなみたいな。

表10 8.「楽観」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュイー	回答
元気づけられた気分	懸命なプレー	A	最後まで走ってる姿とか。
	懸命な応援	A	サポーターも最後まで諦めないで応援してるところとか。
励まされた気分	選手のプレー	F	プロの選手の試合見ると、やっぱり、サッカー頑張ろうって思える部分はありましたね。
	懸命なプレー	B	一生懸命プレーしてるのとか
	懸命なプレー	E	試合終わったときとか、自分も頑張らなきゃってなります。
	懸命なプレー	D	(サッカーだけでなく自分の生活も) うまくいってないときに、スタジアム行って、いいものを見せられると、なんか自分も頑張ろうっていう気分に。
	懸命なプレー	C	自分たちの試合がうまくいってないときとかでも、トップの選手たちのプレーを見ると、励まされるし。
	懸命なプレー	A	選手たちが頑張ったりすると、それは、自分も頑張らなきゃいけないみたいな(サッカーもそれ以外も)
	懸命な応援	B	サポーターの(一生懸命な)そういう情熱に。

援の良さに対する感情であることがわかった。

「楽観」カテゴリーについては、6人のインタビュイー全員が「感じる」と回答しており、その6人全員から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた(表10)。このカテゴリーの感情が生起された場面や出来事としては、(1) 懸命なプレーが6人中5人から挙げられ、この場面や出来事によって「励まされた気分」が生起されていた。今回のインタビュイーは、全員がサッカーを競技として実施している者であったが、サッカーの面だけでなく、それ以外の勉強面や生活面に関

しても頑張ろうと思えたと答えていた。その他、(2) 懸命な応援が2人から挙げられていた。

「安心」カテゴリーについては、6人のインタビュイー全員が「感じる」と回答しており、その6人全員から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた(表11)。(1) 応援クラブの勝利、(2) 応援クラブの重大な結果(残留や昇格)、(3) 応援クラブのピンチ回避、(4) 余韻(勝ち試合後)、などの応援クラブにとって望ましい結果を得られた際に、これらの感情を感じていることがわかった。

表11 9.「安心」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュー ユイ	回答
安心	応援クラブの勝利	D	やっぱり、試合終了のホイッスルが鳴ると、ああ、勝ったって思っ
	応援クラブの重大な結果（残留や昇格）	C	ちゃんと残留が決まったときとかですかね。あとは、昇格が決まったときもそうですし。
	応援クラブの勝利（ぎりぎり）	C	ぎりぎりの試合で勝ったときとか
安堵	応援クラブの勝利（ぎりぎり）	A	相手の攻撃を耐え抜いて勝ったときとか。
	応援クラブの勝利	D	やっぱり、試合終了のホイッスルが鳴ると、ああ、勝ったって思っ
	応援クラブの勝利	E	勝ったときです。
	応援クラブの勝利	F	終わったときの、特に勝ったときですかね。
	余韻（勝ち試合後）	B	終わった後で、なんか電車とか、みんな、勝って良かったねとか、そういう話をしたり、そういう雰囲気があったりすると、
	サッカー観戦自体	B	社会でストレスがいっぱいあるような生活じゃないですか。でも、スタジアムっていうか、スポーツと関わってるときは、なんかほっとする。
	応援クラブの勝利	E	勝たなきゃいけないときに、勝ったときとかです。
	電光ビジョンでの他クラブの結果	D	結構順位争いが激しいときに、スタジアムの電光掲示板で、他会場の結果来て、あ、あそこ負けてるみたいな。
ほっとする	応援クラブのピンチ回避	D	相手がチャンスをはずしてくれたりしたときに、よかった、よかったっていう気分にはなります。
	応援クラブの勝利（ぎりぎり）	C	ぎりぎりのゲーム勝ったときとか、ほっとするし。
	選手の怪我からの復帰	C	けがだった選手が帰ってきたときとか、感じますね。
	応援クラブのピンチ回避	A	（応援するチームの）キーパーキャッチとか。ほー、みたいな。

表12 10.「誇り」カテゴリーの感情の理由

項目	コード名	インタビュー ユイ	回答
自慢したい気持ち	応援クラブの活躍（規模クラス以上の）	D	そんなに選手もいなくて、田舎のチームだけど、今年とかも残留して一応 J1 なんだぞっていうのは、友だちとかに話しますね。
	応援クラブの勝利	E	勝ったときとか
	応援クラブの昇格	A	J1 上がったってするんで、そういう。
得意な気分	友人に案内・説明したりした際	B	野球好きな人とか、他のスポーツの人とか、素人の人と行ったときに、ちょっと、得意な気分。（案内できたり、教えたりして）
	応援クラブの勝利	E	勝ったとき。
	応援クラブの勝利	F	思い入れが強い分、勝てば、よしって思う感じはありましたね。
	サポーターの応援	F	勝ち口コっていうのがあって。それを聞けるとときとか、やっぱ、いいな。
誇り	懸命なプレー	B	チームスタイル、なんかハードワークするみたいな、ひたむきな、そういうのが僕は好きなので、なんかそういう感じもたまに。
	サポーターの行動	B	さっきの（アウェイサポへの歓迎）横断幕のあれもそうですし。
	ボランティア	B	ボランティアで運営に参加してる人とかを見たりしても、なんかいいなって。
	応援クラブの勝利	E	誇りは、勝ったとき。
	応援クラブ自体	D	この応援してるチームは、自分としたり誇り高いですね。
	素晴らしいクラブの一部であること	C	誇りはやっぱり、こう試合を見てる中で、自分もこのチームの一員なんだっていうことに誇りを感じますね。
	ホームスタジアムの良さ	A	スタジアム、距離が近い、選手とお客さんとの。
	ビジョンでの煽り（誇りをかきたてるような）	F	スクリーンで映ってる映像とかが、もうそういうのをかき立てるようなのだったりとか。それもありました。
	応援クラブの歴史・背景	F	チーム自体が結構、すごいその誇りとか、サッカー王国魂じゃないですけど、ていうのを知ってたんで、必然的にやっぱりありましたね。

「誇り」カテゴリーについては、6 人のインタビュー全員が「感じる」と回答しており、その 6 人全員から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表12）。（1）応援クラブの勝利、（2）応援クラブの活躍（規模クラス以上の）、（3）

応援クラブの昇格、（4）応援クラブ自体、（5）素晴らしいクラブの一部であること、（6）応援クラブの歴史・背景、（7）ホームスタジアムの良さ、といった応援クラブの成功や、優れた特性によって、「誇り」カテゴリーの感情が生起されている

表13 12.「落ち着き」カテゴリー

項目	コード名	インタビュイー	回答
温和な気分	他の観客の楽しむ姿	B	見に来てくれた人が、なんか、サッカー好きっていうか、サッカーに関心を持ってくれることとかそういうのが、うれしいっていうか。
	余韻（勝ち試合後）	C	勝ち試合の帰るときとか。
	ヒーローインタビュー	C	選手インタビューのときとかですね。ヒーローインタビューとかするじゃないですか。そのときとかに感じますね。
	サポーターの応援	A	（応援で）みんなで拍手したり、そういう雰囲気って、なんかいい。（スタジアムの）一部なんだっていう。

表14 13.「悲しみ」カテゴリー

項目	コード名	インタビュイー	回答
暗い気分	応援クラブの失点	C	失点とか
	応援クラブの敗北	E	負けたときです。
	応援クラブの敗北	C	負けてしまったとき。
	応援クラブの敗北	A	やられて、暗い気分、試合終わって、ちょっとなんか、選手があいさつしに来たときとか。
絶望	応援クラブの敗北（天王山）	D	（J1昇格）プレーオフ（終了間際の失点での負け）だったり。大事な天王山の試合の勝敗で、絶望したことは多々あります。
	応援クラブの失点（早い時点）	A	前半途中ぐらいでもう2点ぐらい取られちゃったとき、もう今日の試合終わったなって、絶望感半端ないです。
悲しみ	応援クラブ選手の負傷	C	（応援チーム選手の）けがとかもですね。
	応援クラブの降格	D	降格するのも、まあ嫌ですね。
	応援クラブの重大な結果（昇格できず）	D	（プレーオフで）上がれなかった（昇格できなかった）
	応援クラブの敗北	E	負けて。
	応援クラブの敗北	C	悲しみは負けてしまったときとか。
気が重い	応援クラブの敗北	E	負けたときです。
	応援クラブの重要な局面	C	残留争いのときの試合を見に行くのは、怖いし、ま、楽しいんですけど、ちょっと気が重いついていうのを少し感じますね。
	応援クラブの重要な局面	D	その重要な試合（入れ替え戦）のときに、ああ、大丈夫かなっていう。

ことがわかった。また、(8) サポーターの応援、(9) サポーターの行動、といった、クラブを応援するコミュニティの良い振る舞いによっても誇りを感じていることが明らかとなった。

「落ち着き」カテゴリーについては、6人中4人が「感じる」と回答しており、その3人全員から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表13）。このカテゴリーの感情が生起された場面や出来事が聞けた感情は「温和な気分」のみであった。場面や出来事としては、(1) 他の観客の楽しむ姿、(2) サポーターの応援、といった、他者がサッカーを楽しめていることに対して、この感情が生起していた。また(3) 余韻（勝ち試合後）、(4) ヒーローインタビューといった、試合後に勝利や活躍の余韻を感じるような場面で、この感情が生起していることが明らかになった。

「悲しみ」カテゴリーに関しては、6人中4人が「感じる」と回答しており、その4人全員から

感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表14）。場面や出来事としては、(1) 応援クラブの敗北、(2) 応援クラブの失点、(3) 応援クラブの重大な結果（昇格できず）のような、応援クラブの好ましくない結果が生じた場面で、このカテゴリーの感情が生起していることが明らかとなった。また、これらは、「悲しみ」カテゴリーの中でも「暗い気分」「絶望」「悲しみ」の感情が生起された場面や出来事となっており、「気が重い」の感情については、(1) 応援クラブの敗北の他に(4) 応援クラブの重要な局面という場面や出来事が挙げられていた。こちらは主に、応援クラブの降格が懸かっているような場面で生起されていることが明らかとなった。

「驚き」カテゴリーに関しては、6人中5人が「感じる」と回答しており、その5人全員から感情が生起された場面や出来事を聞くことができた（表15）。場面や出来事として、(1) 意外性のある

表15 14.「驚き」カテゴリー

項目	コード名	インタビュイー	回答
驚き	意外性のある質の高いプレー	E	驚くようなプレーが出たとき。そこにパス出すのかとかっていう驚きがあります。
	意外性のあるプレー	A	意外な形で点決まったときとか。クロスがそのまま入っちゃったみたいなきときとか。(応援チームに有利な形で)
	質の高いプレー	C	選手のプレーに驚かされる。味方、自分の応援してるチームもそうですし、相手チームでもすごい選手がいたら。
	質の高いプレー	F	驚きは、もうプレーに対してですね。速いとか、結構シンプルなのが多いですね。
びっくりする	意外性のある質の高いプレー	C	選手のプレーに驚かされる。そんなシュート打てるんだとか。そんなとこにパス通すのかとかですね。自分じゃ、そうはならないなっていう。
	意外性のある質の高いプレー	D	やっぱり、その(プレーの)発想がすごい選手がいるときに。パスだったら、「あ、そこに出すか」っていうときとか、「そこ通せるんだ」とか、
	応援クラブの劇的勝利	A	劇的勝利はたまにあったり。
	ゴール	E	すごいゴールが決まったときとか
	サポーターの応援	F	応援、初めて2階に行ったときは、相当びっくりしましたね。(ずっと休みなく応援していることに対して)
	質の高いプレー	F	選手が速いとか。小さいころはもう、それが驚きでしたね。でかい、速い。

質の高いプレー、(2) 質の高いプレー、といった選手の質の高いプレーに対して、「驚き」カテゴリーの感情を感じていることが確認できた。また、アクシデント的に生じる(3) 意外性のあるプレーや、休みなく応援する(4) サポーターの応援、も場面や出来事として挙げられていた。

IV. 結論

本研究の結果より、Jリーグのスタジアム観戦に伴う感情が様々な場面や出来事、対象に対して生起されていることが明らかとなった。

まず、観戦サービスのコアプロダクトである競技としてのサッカーの試合そのものに関連する出来事により、スポーツ観戦に伴う感情が生起されていることが確認できた。特に応援するチームや、そのチームに所属する選手の結果やプレーに対して、様々な感情が生起されていることが見て取れた。例えば、応援するチームの勝利やゴール、応援するチームに所属する選手の良いプレーや懸命なプレーなどに対しては「楽しみ」「感動」「励まされた気分」「誇り」などのポジティブな感情を、応援するチームのピンチなどに対しては「心配」や「怖れ」を、応援するチームの失点や敗北などに対しては「悲しみ」などのネガティブな感情を経験していた。この結果から、スポーツ観戦サービスのコアプロダクトであるスポーツ競技自体のクオリティコントロールの重要性が示された

と考えられる。実際にJリーグでも、5つの重要戦略のひとつに「魅力的なフットボール」を設定し、将来ワールドクラスの選手を多数輩出することを目標に、選手の育成や強化に対してJFA/Jリーグ共同育成プログラムやFoot PASSと呼ばれるプロクラブの育成システムやトップチームとのつながりの品質とパフォーマンスを評価するシステムの導入を行なっている(Jリーグ, 2015a)。また、試合自体の魅力向上を目指すための取り組みとして「+Quality プロジェクト」を2012シーズンより発足させ、「選手、監督、審判、クラブ、リーグが一体となり、試合中の異議行為や遅延行為などお客さまにとって不快となり得るプレーをなくし、フェアで、クリーンで、スピーディーで、タフな試合の実現」を目指している(Jリーグ, 2015b)。今後はより詳細に、例えば試合の面白さや満足度にポジティブに働く感情の生起に対して、インプレーはもちろんアウトオブプレーも含め、試合中のひとつひとつのプレーがどの程度貢献したのかなどの分析が求められるかもしれない。

また一方で、同じ観戦サービスに参加している他の観客の野次や、サポーターの懸命な応援に対しても、様々な感情が生起されていることも明らかとなった。代表的なものとしては、観客の野次による「怒り」の感情、サポーターの応援や行動による「興奮」「誇り」「落ち着き」「驚き」、懸命

な応援による「楽観」、相手クラブの応援による「ねたみ」などである。この点は、前述の中塚・小川（2008）の研究において述べられている、時間と場所、サービス経験を共有する「他の顧客」の行動がサービス経験評価に大きな影響を与えるという、顧客参加型スペクテイターサービスの特徴が表れていると言えよう。

したがって、サービス提供側としては、望ましい感情を生起させるような「他の顧客」の行動を促し、望ましくない感情を生起させるような「他の顧客」の行動を抑制したり予防したりするような取り組みが重要になると思われる。実際に、望ましい感情を生起させるような「他の顧客」の行動を促進させる取り組みとして、クラブのサポーターと共に試合時のスタジアムでの演出を考える定期的なミーティングを実施しているJリーグクラブがある（セレッソ大阪，2017）。クラブ側は場内の音楽や大型スクリーンでの煽りVTRなどで、サポーターグループは太鼓や大旗、手拍子やチャントと呼ばれる応援コールなどをリードし、チームの応援やスタジアムの演出を行なっているが、お互いが連携をしていない場合、お互いの演出が重なり効果的な演出に繋がらないケースが生じてしまう。本研究では、サポーターの応援や行動により「興奮」「誇り」「落ち着き」「驚き」、懸命な応援により「楽観」といった望ましい感情が生起されていることから、クラブ側はサポーターの懸命な応援を効果的に促すようなサポートや、演出の調整を実施していくことが重要であると考えられる。また一方、望ましくない感情を生起させるような「他の顧客」の行動を抑制したり予防したりするような取り組みの例としては、他の観客の迷惑になる行為をあらかじめクラブやリーグのホームページやSNSで告知したり、キックオフ前の時間帯にスタジアムの大型ビジョンや音声などでアナウンスすること、スタッフやボランティアが観客席を巡回することなどが実際に行なわれている。今後はこういった取り組みを継続的、かつ効果的に行なっていくことが求められよ

う。

以上のように本研究では、Jリーグの観戦者が体験した感情が、どのような場面や出来事によって生起されたのかについて、インタビュー調査を用いた分析により理解を深めることができた。具体的には、(1) 観戦サービスのコアプロダクトである競技としてのサッカーの試合そのものに関する出来事、特に応援するチームやそのチームに所属する選手の結果やプレーに対して「楽しみ」「感動」「励まされた気分」「誇り」といったポジティブな感情や、「心配」「怖れ」「悲しみ」といったネガティブな感情を経験していたこと、(2) これに加え、同じ観戦サービスに参加している他の観客の野次により「怒り」の感情を、サポーターの応援や行動により「興奮」「誇り」「楽観」を、相手クラブの応援による「ねたみ」といった感情を経験していたこと、が明らかとなった。しかしながら本研究の限界として、いずれも体育学を専攻し、体育会のサッカー部に所属している大学生6名という限定されたインタビューを対象としている点を挙げなくてはならない。今後はより多様な属性の対象に対し、同様の研究をより多くの対象者へ行なうなど、スポーツ観戦に伴う感情を生起させる要因を包括的に明らかにしていく取り組みが求められる。

【文献】

- 青山芳之（2000）スポーツ組織の製品コンセプト，スポーツ経営学，山下秋二 他編著，大修館，初版，pp.94-106.
- Brooks, C.M. (1994) Sports products and sports markets, Brooks, C.M., Sports marketing competitive business strategies for sports, Prentice-Hall, 83-102.
- セレッソ大阪（2017）スタジアム演出ミーティング開催のお知らせ，セレッソ大阪ホームページ 2017.1.11 News, <https://www.cerezo.jp/news/2017-01-11/>. (2017年2月15日閲覧).
- 藤善尚憲（1994）スポーツファンに関する心理学的研究－プロ野球スペクテイターの行動分析－.

- 天理大学学報, 176 : 1-12.
- Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982) The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun, *Journal of consumer research* 9 : 132-140.
- 今福輪太郎 (2021) 質的研究を実施するうえで知っておきたい基本理念. *薬学教育*, 5. https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjphe/5/0/5_2020-002/article/-char/ja. (2022年8月5日閲覧).
- Jリーグ (2015) J.LEAGUE PUB Report 2015, 公益社団法人日本プロサッカーリーグ, p.36.
- Jリーグ (2015) +Quality プロジェクト 目的と取り組み. About Jリーグ. Jリーグホームページ, <https://www.jleague.jp/aboutj/plusquality/>. (2017年2月17日閲覧).
- Madrigal, R. (1995) Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance. *Journal of leisure research*, 27: 205-227.
- 中塚千恵・小川孔輔 (2008) なぜ, スタジアムに行ってしまうのか? ~観戦型サービスにおける参加意図形成と顧客経験~. *マーケティングジャーナル*, 28(2) : 43-62.
- 押見大地・原田宗彦 (2010) スポーツ観戦における感動場面尺度. *スポーツマネジメント研究*, 2 : 163-178.
- シュミット, B. H. (2000) 嶋村和恵, 広瀬盛一訳; 経験価値マーケティング 消費者が「何か」を感じるプラス α の魅力. *ダイヤモンド社*: 東京.
- 清水聰 (1999) 新しい消費者行動, *千倉書房*: 東京.
- 下中弘 (1984) 新版心理学事典, *平凡社*: 東京, p. 124.
- Sloan, L. R. (1989) The motives of sports fans, In J. H. Goldstein (Ed.), *Sports, games, and play*. 2nd ed., 175-240.
- Sumino, M. and Harada, M. (2004) Affective experience of J. League fans: the relationship between affective experience, team loyalty and intention to attend. *Managing leisure*, 9 : 181-192.
- 隅野美砂輝・原田宗彦 (2005) スポーツ観戦者行動における感情: 尺度の開発とモデルへの応用. *スポーツ産業学研究*, 15(1) : 21-36.
- 武井寿 (1997) 解釈的マーケティング研究, *白桃書房*: 東京, 初版.
- 戸梶亜紀彦 (2001) 『感動』喚起のメカニズムについて. *認知科学*, 8(4) : 360-368.
- 戸梶亜紀彦 (2004) 『感動』体験の効果についてー人が変化するメカニズムー. *広島大学マネジメント研究*, 4 : 27-37.
- 和田充夫 (1998) 関係性マーケティングの構図. *有斐閣*: 東京
- Wann, D.L., Dolan, T.J., McGeorge, K.K. & Allison, J.A. (1994) Relationships between spectator identification and spectators' emotions, and competition outcome. *Journal of sport & exercise psychology*, 16: 347-364.