

スポーツ観戦関与と消費者知識について - 精通性に着目して -

井上尊寛¹⁾，松岡宏高²⁾

¹⁾ 法政大学スポーツ健康学部

²⁾ 早稲田大学スポーツ科学学術院

キーワード: スポーツ観戦関与、製品知識、観戦行動、精通性

【抄 録】

消費者は目的を達成するため、問題が生じたときに多くの情報を収集し、それを処理し行動を決断するという情報処理をする必要があり、製品に関連した経験量などの精通性が関与の程度に影響を与えることが示されている。そこで本研究では、(1)スポーツ観戦者の知識(消費者知識)と精通性の関係に着目し、モデルとしての妥当性や信頼性を検証すること、(2)消費者知識と精通性およびスポーツ観戦関与との関連性を検証し、一連のモデルとしての妥当性に関する証左を得ることの2つを目的とした。調査は日本プロサッカーリーグに所属する3つのクラブのスタジアム観戦者に対して行い、1,217票の回答が得られた。分析の結果から、消費者知識と精通性モデルの妥当性およびスポーツ観戦関与との関連妥当性が確認された。さらに、精通性とスポーツ観戦関与との関係について、精通性はスポーツ観戦関与に影響を与え、特に抽象化水準の高い要因に対して強い影響を与えることが示唆された。

スポーツ科学研究, 17, 75-91, 2020年, 受付日:2020年2月10日, 受理日:2020年8月12日

連絡先:井上尊寛 法政大学スポーツ健康学部 takahiro.inoue.ke@hosei.ac.jp