

スポーツ競技プレイヤーと観衆との価値共創

— バドミントンのケーススタディ・リサーチ —

カラーコンサルティング MICHEL

山本 邦子

関西学院大学大学院 経営戦略研究科 教授

佐藤 善信

要約

本研究はスポーツ競技を観戦する観客と競技をしているスポーツ選手との間の価値共創を研究する。具体的には、観客は競技者を応援することにより競技者の競技レベルが高まり、そのことが今度は観客が競技に引き込まれ、競技者をさらに応援するという好循環が発生する可能性について多面的に考察する。研究の対象となるスポーツ競技はバドミントンであり、バドミントンのダブルスの競技者とベンチの同僚、そして観客席の応援団とが醸し出す雰囲気との交互作用の性格とそれが競技者と観客とに与える影響とそのメカニズムを分析する。

本論文の第II節では、先行研究のレビューが行われ、それをベースにして本研究が解明するリサーチ・クエスチョン、そしてそれを解明するための研究方法であるコラボレイティブ・オートエスノグラフィーについて説明させる。第III節では調査結果が示され、第IV節は本研究が明らかにした内容を先行研究との関連で説明する。第V節では、本研究の結論と研究の今後の方向性が示される。

キーワード

バドミントン, 価値共創, スポーツ・マネジメント, コラボレイティブ・オートエスノグラフィー

I. 本研究の問題意識

本研究はスポーツ競技を観戦する観客と競技をしているスポーツ選手との間の価値共創を研究する。具体的には、観客は競技者を応援することにより競技者の競技レベルが高まり、そのことが今度は観客が競技に引き込まれ、競技者をさらに応援するという好循環が発生する可能性について多面的に考察する。研究の対象となるスポーツ競技はバドミントンであり、バドミントンのシングルスとダブルスの競技者とその観客とが醸し出す雰囲気との性格とそれが競技者と観客とに与える影響とそのメカニズムを分析する。

本論文の構成は次のようになっている。第II節では、先行研究のレビューが行われ、それをベースにして本研究が解明する一連のリサーチ・クエスチョン、そしてそれを解明するための研究方法が説明させる。第III節では、調査結果が示される。第IV節では、本研究が明らかにした内容を先行研究との関連で説明する。第V節では、本研究の結論と研究の今後の方向性が示される。

II. 先行研究のレビューと リサーチ・クエスチョン及び研究方法

プレイ中の競技者に観客が与える影響についてはこれまで多くの研究が行われてきた。特に、Holt (1995) は、観客がプロスポーツチームの競技を楽しむのかについて調査し、ゲームの展開と競技者たちへの情緒的反応 (emotional response) が消費体験の1つの中心的側面であることを解明している。また、Kelley and Turley (2001) はゲーム体験がスポーツイベントの最も重要なサービス属性であり、魅力的なスポーツ競技は観客にとっての興奮の1つの源泉であると主張している。

逆に、他の観客たちの存在が観客に与える影響の重要性も指摘されている。この研究で最も引用されるのが、Baker (1987) の研究である。彼は他の観客たちの影響は、その数、その姿 (例えば、年齢や社会階層)、その行動 (例えば、声援やブーイング) の関数であるという。この点に関して、Uhrich and Benkenstein (2012, p.1744) は次の3つの仮説を実証している。仮説1は、多くの他の観客たちの存在を知ることは、競技場の環境に対する観客の感情的反応

に良い影響を与える, である。仮説2は, 他の観客がチームの衣装を身にまとっていることを知ることは競技場の環境に対する観客の感情的反応に良い影響を与える, である。仮説3は, 他の観客たちの活発な応援活動を見ることは競技場の環境に対する観客の感情的反応に良い影響を与える, である。

また, Horbel, Popp, Woratschek and Wilson (2016) は, スポーツ競技を楽しんでいる観客が視聴環境の違いによって, 楽しみに方に違いが存在することをサッカーのフェデレーションカップの同一試合をパブリックビューアー環境, バー・パブ・レストラン環境, 家庭での他者との環境, 家庭で一人の環境での楽しみ方の違いを明らかにしている。

しかし残念ながら, 観客の応援が競技者にどのような影響を与えるのか, そして競技者の競技レベルの質が逆に観客にどのような影響を与えるのかについての研究はほとんど存在しない。観客の競技者の競技レベルへの影響は, 2019年のワールドラグビーのホームカントリーである日本チームのベストエイト進出やプロ野球の地元の観客の応援が選手に与える影響(例えば, 広島のマツダズームスタジアム)などを考えれば明らかであろう。逆に, プレイヤーたちの頑張り観客を感動させるという側面も重要である。このように, 観客とプレイヤーたちは相互に影響を与えあっていると考えることができる。

本研究では, 観客と選手たちとの相互作用を価値共創として位置づけ, その価値共創のメカニズムを明らかにすることを目的としている。

そのための研究方法は, コラボレイティブ・オートエスノグラフィー (collaborative auto-ethnography) の手法を採用する。Chang, Ngunjiri, and Hernandez (2012, p.17) は, 「コラボレイティブ・オートエスノグラフィー (CAE) は, 同時にコラボレイティブ的で, 自叙伝的で, そしてエスノグラフィー的な質的研究方法である。これら3つの用語を1つの定義にまとめると, 矛盾した表現に見えることがある」として, 3つの構成要素とそれぞれの関係性について説明を続けている。筆者たちは, CAEの手法を, 以下のように利用する。

本論文の筆者の一人は, 中学・高校とトップレベルの女性バドミントン・プレイヤーであった。その後, 彼女は就職し, 家庭に入ったが, 30代半ばの時に趣味のレベルでバドミントンに復活し, その後はシニアの日本や世界の最高峰の大会でシングル, ダブルでともに優勝した経験の持ち主であり, 現在もシニアの現役プレイヤーである。彼女のバドミントンの競技体験を研究者である筆者が研究者の立場から彼女にインタビューし, それを記述した内容を研究データとして分析対象にするという研究方法を, ここでは採用している。これはまさにCAEの手法そのものである。

III. インタビュー内容の紹介

彼女は「『観衆・応援団』と『プレイヤー』との「心理的な距離」を考えた場合, 物理的な距離に関係なく心は『プレイヤー』とほぼ同じ距離を持つことができる, つまり心理的にはプレイヤーのすぐ横で, もしくは一心同体となって応援することができることがわかりました」といいながら, 続けて以下のように説明する。

「試合中, アリーナに入れるのは, 選手・コーチ・監督・団体戦の場合はチームとして登録されている選手のみなので, それ以外の『観衆・応援団』は観客席からの応援に限られてしまいます。

その中で, 少しでも近くで応援したいと思う応援団の心理的な距離感アリーナにいる選手並みの距離であることが多いです。ダブルスの場合, 一番近いのは距離的にも, 心理的にもパートナー (プレイヤー同士) です。その次に心理的に近いのは, プレイヤーと共感しながら1番近くで観戦できるコーチやベンチの応援団です。人間関係濃度や試合の内容にもよりやや客観的な場合もありますが, 人間関係濃度はプレイヤーとの親しさで, 親しいほど観戦中に共感が湧いてきます。

試合の内容とはプレイヤーの実力のレベル感と対戦相手とのレベル差です。レベルの高いプレイヤー同士が鏖を削っている好カード程, プレイヤーたちと一体感をもって観戦することができます。

その次は、応援しているプレイヤーと対戦相手とに実力差があるときは、やや客観的に観戦する傾向があります。また、応援しているプレイヤーとの人間関係がそれほど親しくない時にも、やや客観的に観戦するようになります。

最後の観戦のタイプは、応援というよりはただアリーナの中のプレイヤーたちを客観的に全体～個人を見ろという感じですか。」

以上のようなことを前提にしながら、彼女は試合での自分の観客との一体感の経験を以下のように語ってくれた。長くなるが、彼女の語りをそのまま掲載する。

「過去の経験から印象に残る観客やベンチの応援団との思い出について、代表的な3つの事例を時系列で紹介いたします。

まずケース①です。1995年、長らく封印していたバドミントンを再開して3年目ぐらいの頃だったと思います。海外選手も多数来日してNo.1チームを決める国際大会（団体戦）がありました。元ナショナルチームや日本代表オリンピック選手、世界選手権No.1選手など、錚々たる顔ぶれのシニア選手が集結する大きな団体戦でした。私たちのチームは次々に駒を進め、このチームに勝てば次は準決勝戦という大切な試合、第一ダブルスが負けて1-0ビハインドで私たちに順番が回ってきました。私たちのダブルスが負ければ後はないという絶体絶命の大ピンチ。しかも、相手は元日本代表のナショナルチームで活躍していた当時負けなしの日本一の最強ペアでした。

競技を再開して間もない頃で、こんな大きな大会に出るのは初めてでした。会場で大勢の懐かしい選手たちに会い、お喋りに熱中。たった2日間なのに空白の18年を埋めるような再会と感激が次々続いており、すっかり『楽しい』モード全開。試合前の集中やイメージトレーニングなど、その頃はまったく考えたこともなく、何も準備なくそのままの素の心でコートに入るといふ雰囲気でも臨みました。

最強ペアのお二人は、中学生の時から知っていた先輩格の方で、インターハイ、インターカレッジ女王という輝かしい戦績の方。憧れの方たちでした。そんな人たちと一戦を交えることができるだけでも嬉しかったのですが、この緩さが功を

奏したのでしょうか？勝てると思っていなかったのにあらあらあらっと1-1となり、勝負の行方はファイナルセットへと纏れ込みました。

そこでアクシデントが起きました。中学生時代の大恩師の先生が突然目の前に現れたのです。2階観客席のかなり後方で応援してくださっていたらしいのですが、インターバルの小休止を『試合が終わった！勝った！』と勘違いされたようで、観客席の最前列へ歩み寄り二階から声をかけてくださったのです。もちろんアリーナにいる私は全く気付かなかったのですが、親切な大先輩が『○○先生が応援に来てくれてはるで！上を見てみ！』と言われ、観客席を見てびっくり！あまりの感激で号泣。思い出深い恩師、しかもなんと20年ぶりの再会だったからです。先生が最前列からニコニコ笑顔で手を振ってくれています。私はあまりの嬉しさに堪えきれず、涙が止まりません。タオルで涙と汗を拭いているうちに、コンタクトレンズが涙で浮き上がってしまい、あろうことか外れてしまったのです。慌てて入れようとしても、涙が次々と溢れて上手く入りません。しかも、タオルの繊維がレンズにくっついてしまっていて、入ったとしてももうとても使えそうにありません。そうこうしている内にインターバルの時間はあっという間になくなって、主審がファイナルセット再開のコールをしています。

パニックでしたが、仕方ない、もういいや、何とかなるさと諦め、レンズなしでプレーを始めました。案の定、焦点が合わない。ちゃんと目が見えないので空振りをするわ、打点がくずれれるわで、押し寄せのいい流れで迎えたファイナルセットだったのに負けてしまいました。

私たちが負けたので、団体戦も2-0で負けという結果です。それでも、私的には久しぶりの大舞台だし、憧れの先輩との対戦だし、内容も満足だったし、つい“楽しかったわ～！”っと出迎えてくれたベンチの仲間に笑顔で言ってしまったのでした。偽らざる本音だったのですが、大人としては全く空気を読まないKY発言でした。なぜなら、私のパートナーは出番を無くしてしまった第3ダブルスのペアに『負けてごめん！回せなくてごめん！』っと謝りながらベンチへ戻ったのです。悔し涙を見せ謝ったパートナーと、自己都合でコ

ンタクトが外れて空振りをし、勝つことを忘れてすっかり楽しんでいた能天気な私。謝るべきは私で、頑張ったパートナーには何も責はないのです。この件については既にお笑い種となっていますが振り返ってみるに『根っからの創造タイプだった』という根拠となる事件でした。

続いて、ケース②です。2000年、全日本都道府県対抗選手権（開催地千葉県）。圧倒的アウェーの中、準々決勝の対戦相手が前々年度、前年度と2連続優勝の王者東京都でした。第一ダブルスが勝利し、続く私たちのダブルスが勝利すればメダル3位が確定するといった緊迫の王手を迎え、非常にプレッシャーの掛かる場面でのこと。大会二日目で前日からの蓄積疲労もかなりありましたが、メダルを目標に頑張ってきた選抜チームでしたので、『気持ちで勝つこと!』を意識し、試合前からそれに集中していたので、プレッシャーありつつも、いつものように淡々とプレーしていました。

1ゲーム目、ベンチは私たちの背面後方にあり応援の声やちょっとしたアドバイスなどは、良く聞こえていました。『分かった! OK!』『ありがとう!』『よし! 頑張る!』のサインとして、ベンチを振り返ったりチームメンバーの顔を見たりはしませんが、前方を見たまま『うなづく』というアクションで相互コミュニケーションを取っていました。

もちろん、パートナーとも短い言葉のやり取りやワンラリーごとのちょっとしたポイント確認、そしてまた確認、互いに『うなづく』『アイコンタクト』などこちら（ダブルス）のコミュニケーションも万全でした。私の癖なのですが、ワンラリーのあとのほんの僅かな数秒、インターバルの間に隣のコートやアリーナの空間や景色に見るというわけではなく、ただふっと目をやります。短いリフレッシュというか、一息つく、リセットするというのを自然とやっています。

その試合の時も確かそう、アリーナの空間に目をやっていたと思います。確かそうだったと思います。と言うのは、途中までその記憶があるということで、なぜか、途中から記憶がまったくありません。どちらが勝つか神のみぞ知る的な予想できないシーソーゲームの中で、無敵と言われた負けなしの強豪ダブルスと対戦して、スーパー集中からいつの間にかゾーンに入っていたみたいでした。

1ゲームを勝利して、チェンジエンズ。選手は反対側のコートへと荷物を持って移動します。当時は3分ぐらいのインターバルがありました。その休憩時に何気なく隣のコートに目をやると、後方で応援しているとおもっていた第三ダブルスの先輩たちが試合をしているではありませんか! しかも、既に1ゲーム目半ば過ぎたところまで進行していて、“え!!、何時の間に試合が始まったんだらう!!!” っと目が点になり、“びっくり!!!” さらにビックリ&愕然としたのは、大きく負けていたことでした。

瞬時に状況を把握して思ったのは、私たちダブルスの勝敗にわが県の3位確定が掛かっているということでした。悟りました、これは何としても勝たなければと。

それからは隣の先輩ダブルスの進捗に目をやることもなく、ただただ前方の対戦相手のみを観て、パートナーとも決意は同じだったのでお互いを励まし、褒める短い会話とアイコンタクトのみ。ベンチからの応援はコートが反対側に移ったこともあって遠くなり、耳にも目にも入らずひたすら勝つことだけを目指し、相手のみを観るという状態でした。試合に勝利しチームメイトたちが泣いて駆け寄ってきてくれた時に、“ふわ!” っとゾーンの魔法が溶けたような、ほっとして我に返ったような感じでした。終わってから見上げてびっくりしたのですが、二階観客席はこぼれ落ちんばかりの大東京応援団で鈴なり。最前列の応援団の人たちが身を乗り出して、私たちの試合を見ていたのでした。勿論、大声援だったのでしよう。でも全く耳には入らず、完全に無音の別世界。後方ベンチの声だけが聞こえていました。

その頃は、ゾーンという言葉も知らず、どうして意識が飛んだのか、記憶がないのか、ただただ不思議な感覚としか表現する言葉を知りませんでした。

次は最後のケース③です。2011年、同じく全日本都道府県対抗選手権（開催地兵庫県）。準々決勝の対戦相手はまたもや東京都でした。この時は近畿圏開催の全国大会ということで、会場の空気や行き交う観客の顔ぶれも既知の方が大勢いて、アウェー感はずっとなく、わが県の応援団やホームチームの応援団、近畿6府県の応援もあり、プレッシャーというよりも、安堵感とホーム感が勝っていました。そ

んなリラックスした空気感の中で、前回の超集中ゾーンとはまったく違ったゾーンを体験しました。

それは、ベンチで応援しているチームメイト（普段一緒に練習している同じチームの仲間たち）とプレイヤーが同じゾーンに入り、喜びを同時に共有するという一体感とシンクロニシティを味わえたことです。コートとベンチが同じタイミングで歓声を上げ、笑顔で“よっしゃ——!!” っと、同じガッツポーズをとりアイコンタクトだけでなく体の向きも向かい合っていて、言葉というより雄叫び。これが、完全にシンクロ。

言葉と同じアクションに強い連帯感を感じました。しかも、この時はいつもよりかなりオーバーアクションで、いつもよりかなり大きな声。その場の高揚した雰囲気というか、脳内ホルモンの作業というか、いつもとは違う何か自動的に鼓舞したような所作や大声になっていくのです。

そして、この時は観客席の応援団の大きな声援に時々なづいたり、アイコンタクトする余裕がありました。それに呼応して観客席の応援団はさらに大きなアクションと笑顔と声援とで答えてくれます。1ラリー毎にわが事のように一喜一憂、悔しがったり、叫んだり、ガッツポーズをしたり。まさにシャトルのようなコミュニケーションと一体感が楽しくて、嬉しくて、さらにこちらもちモチベーションが上がり、さらに応援団や観客も巻き込んで一緒に伸び伸びとプレーする、ゲームを楽しむ、そしてそれが相乗効果となって勝利を引き寄せるというような、とてもいい流れ、勝利の循環ができていました。

なかでも一番印象に残っているのは、ベンチの同僚の応援団が椅子から立ち上がって、私たちに向かって誘うように両手を天井に突き上げ、目を見開いてガッツポーズをしたことです。この手の派手なガッツポーズ、私のバドミントンの世界では生まれて初めてでした。これを見て、誘われるように私たちも彼女を真似て彼女に向かって同じ派手なガッツポーズで答えました。すっかり乗せられて、益々モチベーションが上がり勝利への上昇気流に乗っていくことができました。

今から考えるとこれもゾーン的一种だと思います。しかも複数人の団体ゾーン。選手だけでなくベンチの応援団や観客席の応援団も巻き込んで、リオのお祭りのような大騒ぎと

高揚感、ずっと瞳孔が開いたままのようなハイテンションでした。目でわかります、入っていました。」

IV. ケース分析からの発見物の理論的考察

以上が、彼女のチームメイトやコーチ、応援してくれる観客との一体感を体験し、かつ試合でも実力を十二分に発揮できた体験である。彼女は3つのケースを紹介してくれたのであるが、徐々に応援してくれる同僚や地元の応援団との一体感と試合中のゾーン体験の深度が大きくなっていることが分かる。ケース①は失敗のケースではあるが。

彼女はゾーン体験について次のように説明する。「一口にゾーンと言っても、過去を振り返ってみると色々なゾーンがあることが分かります。ケース①では、途中で思わぬ人物の登場によりアクシデントが起き、さらに外的要因としてコンタクトレンズの着用ができなくなってしまったことや、さらには内的要因として集中が途切れ、ゾーンからも外れてしまって結果も出せなかったことが、今でも記憶に鮮やかに残っています。

ケース②では、最後まで試合に集中し、自分たちの世界の強度のゾーンに入っていたので、周りを見たり、空気や温度と言ったものを感じる余裕がありませんでした。

ケース③では、ケース②と同じように試合に集中し、ゾーンに入りながらも、それと根本的に違うのは、ホームに近い条件下で常にリラックスでき、心にゆとりがある状態を維持できたことです。それぞれの要因の相乗効果で、観客席・ベンチ・プレイヤーが無我夢中で一体となって、さらに互いのモチベーションを高めていく。そして、観衆と応援団たちが、プレイヤー自身も一度も開けたことのない未知の引き出しを開けてくれたのでした。

ケース②との違いは、喜びを『共感できる人』がいること、『分かち合える人』がいることがとても大きな精神的追い風になるのだと思いました。」

表-1 プレイヤーとパートナー、同僚、応援団の間の価値共創とそのメカニズム

ケース	プレイヤーのゾーン状態	応援団との一体感の深度	前提条件
ケース①	浅い。途中で離脱	浅い	試合に出場できるだけで嬉しいとの感覚
ケース②	・試合の途中から、深いゾーンへ没入 ・試合終了直後に同僚が駆けつけて、ゾーンが解ける	・中程度。が、声援等はまったく分からない状態 ・同左	・アウェー感 ・途中から、試合に勝つ必要性を感じて、試合へ完全没入
ケース③	・ダブルスのパートナーとともに深いゾーンに入りながらも、ベンチの同僚や観客席の応援団の声援や応援パフォーマンスも良く見えており、パートナー、同僚、応援団と「共感・喜びを共有できているという大きな感覚」に包含される ・深いゾーンとハイテンションのハイブリット感（「リオのカーニバル」の陶酔状態）	・至高の一体感。ダブルスのパートナー、ベンチの同僚たち、観客席の応援団の派手なパフォーマンスの空気感が、加速度的に好循環し始める	・ホーム感（安堵感）⇒ダブルスのパートナー、ベンチの同僚、応援団のリラックスした空気感 ・ダブルスのプレイヤー、ベンチの同僚、応援団の空気感を通した派手なパフォーマンス⇒その加速度的好循環サイクルの形成 ・大前提として、パートナー、ベンチの同僚、観客席の応援団との「共感、今この瞬間を一緒に共有・共感している」という文字にはしがたい喜びの空気感の充満

V. 本研究の結論と今後の研究課題

本研究は、スポーツ競技のプレイヤーと同僚、観客席の応援団が、どのようなメカニズムによって、どのような価値を共創するのかを、最高水準の現役のシニア・バドミントン・プレイヤーの体験をベースにして明らかにした。先行研究のレビューから、この研究テーマはもっとも探究の遅れている分野である。その意味で、CAEの研究法方法に基づいた本研究が明らかにしたいいくつかの発見物は理論的な貢献度が高いと考えられる。

また本研究の実践的な貢献の可能性としては、スポーツ競技者が各自の実力を十二分に発揮できるゾーンに没入させるための本件研究が明らかにした前提条件を活用することが可能である。本研究のもう一つの実践的貢献の可能性は、観客のプレイヤーたちとの一体感を醸成することも本研究の発見物を活用することである。実際に、Uhrich and Benkenstein (2012) は、スポーツ競技を観戦して感情を揺さぶられた観客は、スタジアム内で多くの支出を行い、積極的な口コミ活動を行うことを実証している。しかし残念ながら、より頻繁に観戦するという仮説は実証できなかったが。

今後の研究の方向性であるが、優秀なプレイヤーである本研究の共著者である彼女は、「試合会場の開催地によって会場の雰囲気が大きく異なる。恐らく、その国の文化が会場の雰囲気に大きな景況を青耐えているのかもしれない」と言う。また彼女は、「個人主義的な国のプレイヤーや応援団、観客の雰囲気は、集団主義的な国のプレイヤーや応援団、観客の雰囲気とは大きく異なる」とも言う。今後は、これらの点をさらに究明することが必要になる。

引用文献

Chang, H., Ngunjiri, F W. and Hernandez, K-A. C. (2012). *Collaborative Autoethnography*. London: Routledge.

Chris Horbel, Bastian Popp, Herbert Woratschek and Bradley Wilson (2016). How Context Shapes Value Co-creation: Spectator Experience of Sport Events, *The Service Industries Journal*, 36:11-12, 510-531, DOI: 10.1080/02642069.2016.1255730

Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 1-16.

- Kelley, S. W. and Turley, L. W. (2001). Consumer Perceptions of Service Quality Attributes at Sporting Events. *Journal of Business Research*, 54(2), 161–166.
- Uhrich, S. and Benkenstein, M. (2012). Physical and Social Atmospheric Effects in Hedonic Service Consumption: Customers' Roles at Sporting Events. *The Service Industries Journal*, 32(11), 1741-1757, DOI: 10.1080/02642069.2011.556190.