

問1

スポーツ観戦における「愛着」を単なる好意や熱量として捉えるのではなく、愛着の対象（選手・チーム・競技・地域）によって観戦者の行動がどのように異なるかを整理できるかを確認する。概念を言い換えるだけでなく、具体的な行動例（観戦の選び方、応援参加、情報収集、購買、遠征、地域活動など）を挙げながら説明することで、愛着が実際の観戦行動や関連行動に表れることを理解しているかを確認する。また、愛着は単一要因ではなく複数の対象が重なり合って形成され得るため、対象ごとの特徴を区別して記述できるかを通じて、スポーツ消費者行動を分析する基礎的な観点と記述力を把握する意図がある。

問2

自身のスポーツ参加・観戦の経験を、単なる感想ではなく「スポーツ消費者行動」の視点で筋道立てて説明できるかを確認することを目的としている。

具体的には、スポーツの体験がどのようなサービス価値として受け取られ、体験全体の評価を通じて満足に至り、継続利用や再来訪といったロイヤルティへ発展するののかというスポーツ消費者構造を、自分の言葉で整理できるかを確認する。最後の提案部分では、論述した概念（価値・満足・ロイヤルティ）と整合する形で、実務的に実行可能な工夫を考えられるかを確認し、理論理解と現場への応用力の両面から評価する意図がある。