

プロスポーツチームが地域イメージに与える影響に関する研究

Study on the Influence of Professional Sports Team on Area Image

1K05B156

指導教員

主査 原田宗彦先生

中川 亮

副査 倉石平先生

第 1 章 緒言

今日、プロスポーツは、国民生活の中で大きな位置を占めている。テレビでのスポーツニュースを含め、その情報の大半は J リーグやプロ野球をはじめとしたプロスポーツであり、広く、深く国民の生活に根ざしている。J リーグの発足以降、日本では多くのプロリーグ、チームが誕生してきた。その多くは「地域密着」を掲げ、「地域」というステークホルダーとの密接な関係を築くことが重要となっている。

プロスポーツチームによる地域振興としては？経済的効果？地域イメージの形成？地域アイデンティティの向上？住民のスポーツ参加振興の4つが挙げられる。本研究では、その中でも地域イメージの形成という項目に注目し、プロスポーツチームを持つ都市の地域イメージを分析、考察することで、プロスポーツチームが地域イメージに与える影響を明らかにすることを目的とする。

第 2 章 研究方法と仮説の設定

本研究では、プロスポーツチームが地域イメージに与える影響を明らかにすることを目的として、「プロスポーツチームを持つ都市の地域イメージ」に関しての質問紙調査を行うこととした。質問紙は、4 つの都市についての（大阪、新潟、滋賀、浜松）地域イメージに関する質問項目を中心に作成し、そこにプロスポーツチームの紹介が掲載されたもの（bjリーグの 4 チーム：大阪エヴェッサ、新潟アルビレックス BB、滋賀レイクスターズ、浜松・東三河フェニックス）とプロスポーツチームの紹介がされていないものとの 2 種類を用意した。

調査対象は、早稲田大学スポーツ科学部に所属する学生 100 人と早稲田大学の他学部および他大学の学生 100 人の計 200 人とした。本研究におけるデータの加工および統計処理、図の作成は、統計パッケージソフトウェア (SPSS 15.0J for Windows) と Microsoft Office Excel 2007 を用いて行なった。新たにプロスポーツチームを認知し、イメージに加えた状態での地域イメージと新たにプロスポーツチームをイメージに加えない状態での地域イメージには違いが出るという仮説を設定した。

第 3 章 結果と考察

今回の調査によって、4 つの都市（大阪、新潟、滋賀、浜松）に関して、2 種類（プロスポーツチーム紹介あり、紹介なし）の地域イメージの特徴を得ることができた。分析結果を都市ごとに、早稲田大学スポーツ科学部 (Group1、Group2) と早稲田大学他学部および他大学 (Group3、Group4) とに分けてプロフィール化した。

大阪では、全体で有意差の見られた項目が 5 つと少なかった。これは、そもそも大阪では地元のプロスポーツチーム以外に名所・観光地などの魅力が多くあり、プロスポーツチームが与える影響が小さかったのではないかと推測できる。

新潟では、すべて合わせて 14 項目に有意差が見られた。特に目立った名所や娯楽施設がなく、米や酒といった特産品や自然というものが売りの新潟にとって、プロスポーツチームの持つ影響力は地域内に留まらず、地域外にまで通用していると言える。

滋賀では、Group3とGroup4の間で10項目に有意差が見られた。プロスポーツチームが滋賀の地域イメージに与える影響力は多分にあると言える。

浜松の分析で有意差の見られた項目は、すべて合わせて6項目と少なかった。浜松のように地域イメージの特徴を得られない場合は、プロスポーツチームが地域イメージに与える影響も小さいのではないかと推測できる。

第4章 結論

4つの都市を考察した結果、プロスポーツチームがその都市の地域イメージに大きく影響を与える条件は2つあると考えた。1つは、その都市の地

域イメージが何らかの特徴をもっていることである。浜松の考察で見られたように、その地域自体のイメージが難しい場合は、プロスポーツチームが地域イメージに影響力を及ぼすことは少ない。もう1つは、その地域に他の認知度の高いプロスポーツチームや名所、観光地、娯楽施設などの要素が少ないことである。これは大阪においての考察から推測することができる。

今回の新潟と滋賀の考察結果は、以上に挙げた2つの条件を満たす都市の地域イメージの例であると考ええる。さらに、その都市にプロスポーツチームを提示することで「明るい」や「わかりやすい」といったポジティブなイメージを得ることができたことも結論として付け加えておきたい。