

2008年度 修士論文

プロスポーツチームと地域愛着に関する研究
観戦者のチームアイデンティフィケーション、地域愛着に着目して

A Study of Professional Sports Team and Place Attachment
Focusing on Spectator's Team Identification and Place Attachment

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

スポーツ科学専攻 スポーツビジネス研究領域

5007A034-5

五月女 淳

Sotome, Atsushi

研究指導教員： 原田 宗彦 教授

プロスポーツチームと地域愛着に関する研究 —観戦者のチームアイデンティフィケーション、地域愛着に着目して—

スポーツビジネス研究領域

5007A034-5 五月女 淳

研究指導教員：原田 宗彦 教授

1. 序論

アメリカでは、過去10年以上に渡って4大プロスポーツリーグを中心に、各都市は、プロスポーツチームフランチャイズの誘致や移転引止めのため、多額の補助金を投入し、スタジアムやアリーナの新規建設や既存施設の増改築を進め、それらを都市の再開発や発展の目玉としてきた(Coates & Humphreys, 2004)。

日本では、1993年に誕生したJリーグや2005年に誕生したbjリーグが、ホームタウン制、地域密着型チーム経営など地域に根ざした活動を行っている。Jリーグやbjリーグへの参入を目指す地方のチームは多く、各チームが拠点を置く地元自治体もまちおこしへの期待を抱いている。

関東地方で唯一Jリーグ加盟クラブを持たない栃木県には、日光アイスバックスがプロスポーツチームとして存在するものの、度重なる経営母体の変更や資金難の話題が先行する状況である。栃木県の経済に目を向けてみても、中心市街地のシャッター街化が進むなど、深刻な問題を抱えている。そのような栃木県のスポーツや経済を取り巻く状況の中で、2007年にJリーグ準加盟クラブとなり、Jリーグ入りを目指す栃木サッカークラブ(以下:栃木SC)や2007年に誕生し、2008-09シーズンから日本バスケットボールリーグに参加しているプロバスケットボールチーム、リンク栃木ブレックスに対する県民や自治体からの期待は大きい。

大野(2006)は、「大規模企業の誘致政策から、地域の文化的資源活用政策への転換が必要。」と指摘している。Jリーグやbjリーグの各チームに代表されるように、地域密着を掲げるプロスポーツチームの増加により、スポーツを核とした地域イノベーションが注目を集める中で、プロスポーツチームと地域と関係の検討を行うことは、チームにとって地元自治体にとっても重要であり、チームに対するコミットメントであるチームアイデンティフィケーションと地域との繋がりである地域愛

着に着目し研究を行うことは、意義があると考えられる。

2. 先行研究

Branscombe & Wann(1991)は、チームアイデンティフィケーションを「個人のスポーツ組織に対する、行動的態度を含む、コミットメント・感情的関与」と定義し、チームに対するアイデンティフィケーションが高いファンほど、チームに対して時間やお金をより多く投資することを明らかにしている。Chen(2007)は、チームアイデンティフィケーションに影響を与えるマネジメント要因の尺度開発を行い、9因子41項目からなるチームアイデンティフィケーション構造モデルを明らかにしている。

地域愛着については、Hidalgo et al.(2001)が、場所への愛着を「人間と特定の場所の間の絆や繋がり」と定義している。さらに、引地ら(2005)は、社会的環境に対する価値と物理的環境に対する価値が高まるほど、愛着も高まることを明らかにしている。

しかし、プロスポーツチームによる地域イノベーションや地域との関係を検討するにあたり、地域愛着や定住意向などの住民意識に着目した実証的研究は少ないのが現状である。そこで、本研究では、先行研究を参考に以下のような仮説モデル(図1)を設定した。

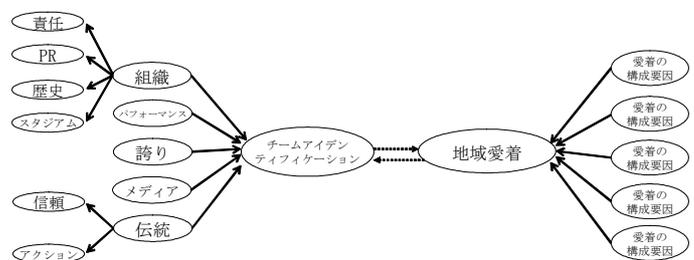


図1 本研究における仮説モデル

3. 研究の目的と方法

【目的】本研究の目的は、栃木県に在住しているリンク栃木ブレックス、栃木 SC のホームゲーム観戦者を対象に、①リンク栃木ブレックスと栃木 SC、それぞれの観戦者におけるチームアイデンティフィケーション構造を比較すること、②リンク栃木ブレックスと栃木 SC、それぞれの観戦者における地域愛着構造を比較すること、③観戦者におけるチームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性を明らかにすることの3つを目的とする。

【調査方法】

(1) 予備調査

リンク栃木ブレックス、栃木 SC 観戦者への調査を実施するにあたり、地域愛着の構成要因に関する質問項目の検討を行い、地域愛着構造を明らかにするため、早稲田大学スポーツ科学部、人間科学部の学部生を対象に予備調査を実施した。探索的因子分析の結果、「人間関係」「地域環境」「安全性」「行政評価」の4因子を抽出した。

(2) 本調査

リンク栃木ブレックス、栃木 SC ホームゲーム観戦者を対象に、質問紙調査を実施した。質問項目に関しては、チームアイデンティフィケーションの構成要因41項目、チームアイデンティフィケーション7項目、予備調査で得られた結果より、地域愛着の構成要因15項目、地域愛着5項目、その他人口統計の変数を設定した。

4. 結果と考察

(1) チームアイデンティフィケーション構造の比較
チームアイデンティフィケーション構造の比較を行うにあたり、まずChen (2007) が明らかにしたチームアイデンティフィケーション構造モデルを確認的因子分析により検証を行った。両チーム観戦者のデータを合わせ、分析を行った結果、モデルの当てはまりが良くなかったため、モデルの当てはまりが良くなるよう改良を加えた。そして、この改良を加えたモデルをもとに、共分散構造分析を行い、チームアイデンティフィケーション構造の比較・検討を行った。リンク栃木ブレックス観戦者においては、「チームアイデンティフィケーション」に「責任」と「パフォーマンス」が統計的に有意な影響を与えているのに対して、栃木 SC 観戦者においては、「誇り」

だけが統計的に有意な影響を与えており、両チーム観戦者のチームアイデンティフィケーション構造には異質性が認められた。

(2) 地域愛着構造の比較

地域愛着構造についても、共分散構造分析により比較・検討を行った結果、リンク栃木ブレックス観戦者においては、「地域愛着」に「人間関係」のみが統計的に有意な影響を与えているのに対して、栃木 SC 観戦者においては、「人間関係」と「安全性」が統計的に有意な影響を与えており、両チーム観戦者の地域愛着構造にも異質性が認められた。

(3) チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性の検討

チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性を検討するにあたって、地域愛着を従属変数とした仮説モデルAと、チームアイデンティフィケーションを従属変数とした仮説モデルBを用いて検証を行った。リンク栃木ブレックス観戦者においては、仮説モデルBがデータへの当てはまりが良く、地域愛着がチームアイデンティフィケーションに影響を与えているという結果が得られた。一方、栃木 SC 観戦者においては、仮説モデルAがデータへの当てはまりが良く、チームアイデンティフィケーションが地域愛着に影響を与えているという結果となった。そのため、因果関係を一概に述べるには至らなかった。

5. 結論

リンク栃木ブレックス、栃木 SC 観戦者のチームアイデンティフィケーション構造、地域愛着構造には、それぞれ異質性が認められた。さらに、チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性については、チーム間の違いがあり、一概に述べることはできなかったが、栃木 SC 観戦者に認められた、チームアイデンティフィケーションから地域愛着への影響は、プロスポーツチームと地域との関係を検討する上では、とても有益であると考えられる。今後は、より理解を深める上でも、観戦者以外にも対象を広げ、かつ、継続的に調査・研究を行うことが求められる。

目次

| | |
|---------------------------------------|----|
| 第1章 序論..... | 1 |
| 第1節 緒言..... | 1 |
| 第1項 プロスポーツとまちおこし..... | 1 |
| 第2項 栃木県とプロスポーツ..... | 2 |
| 第2節 研究動機..... | 3 |
| 第2章 先行研究の検討..... | 6 |
| 第1節 チームアイデンティフィケーションに関する研究..... | 6 |
| 第2節 地域愛着に関する研究..... | 7 |
| 第3節 プロスポーツと地域に関する研究..... | 8 |
| 第4節 先行研究のまとめ..... | 9 |
| 第3章 仮説モデルの設定と用語の定義..... | 11 |
| 第1節 仮説モデルの検討および設定..... | 11 |
| 第1項 チームアイデンティフィケーション構造モデル..... | 11 |
| 第2項 地域愛着構造モデル..... | 12 |
| 第3項 チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性モデル..... | 12 |
| 第2節 用語の定義..... | 14 |
| 第1項 チームアイデンティフィケーション..... | 14 |
| 第2項 地域愛着..... | 14 |
| 第4章 研究の目的と方法..... | 15 |
| 第1節 研究の目的..... | 15 |
| 第2節 予備調査..... | 15 |
| 第1項 調査概要..... | 15 |
| 第2項 予備調査の結果..... | 16 |
| 第3節 本調査における質問項目..... | 21 |
| 第1項 チームアイデンティフィケーションと構成要因..... | 21 |
| 第2項 地域愛着..... | 21 |
| 第3項 地域愛着の構成要因..... | 21 |
| 第4項 その他の質問項目..... | 21 |
| 第4節 本調査におけるデータの収集方法..... | 22 |
| 第5節 本調査におけるデータの分析方法..... | 23 |
| 第1項 記述統計..... | 23 |

| | | |
|-------------------|--|----|
| 第2項 | チームアイデンティフィケーション構造の検証 | 23 |
| 第3項 | チームアイデンティフィケーション構造、地域愛着構造の比較と関係性 | 24 |
| 第5章 | 結果と考察..... | 24 |
| 第1節 | 人口統計的特性の検討..... | 25 |
| 第1項 | 性別 | 25 |
| 第2項 | 年齢 | 25 |
| 第3項 | 居住年数 | 26 |
| 第4項 | 居住地域 | 26 |
| 第2節 | チームアイデンティフィケーション構造の比較..... | 27 |
| 第1項 | チームアイデンティフィケーション構造の検証 | 27 |
| 第2項 | リンク栃木ブレックス観戦者のチームアイデンティフィケーション構造 | 31 |
| 第3項 | 栃木 SC 観戦者のチームアイデンティフィケーション構造..... | 32 |
| 第4項 | 両チームのチームアイデンティフィケーション構造の比較..... | 32 |
| 第3節 | 地域愛着構造の比較..... | 34 |
| 第1項 | リンク栃木ブレックス観戦者の地域愛着構造 | 34 |
| 第2項 | 栃木 SC 観戦者の地域愛着構造 | 34 |
| 第3項 | 両チーム観戦者の地域愛着構造の比較 | 35 |
| 第4節 | チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性の検討 | 36 |
| 第1項 | リンク栃木ブレックス観戦者の関係性モデル | 38 |
| 第2項 | 栃木 SC 観戦者の関係性モデル | 38 |
| 第3項 | チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性の検討.... | 39 |
| 第6章 | 結論..... | 41 |
| 第1節 | まとめ | 41 |
| 第2節 | 本研究の限界と今後の課題..... | 42 |
| 引用・参考文献一覧..... | | 43 |
| 資料：調査で用いた質問紙..... | | 48 |
| 謝辞..... | | 57 |

第1章 序論

第1節 緒言

第1項 プロスポーツとまちおこし

アメリカでは、過去10年以上に渡って4大プロスポーツリーグ(MLB、NBA、NFL、NHL)を中心に、プロスポーツチームフランチャイズの誘致や移転引止めの為、各都市が多額の補助金を投入してスタジアムやアリーナの新規建設や既存施設の増改築を進めてきた。1998年から2003年までの6年間にMLB、NBA、NFLの4大プロスポーツチームの専用スタジアム・アリーナとして26施設が建設されたが、用地獲得資金も含めた、総建築費用に対して補助金の占める割合が65%と、プロスポーツチームのフランチャイズや専用のスタジアム・アリーナ自体が都市再開発や発展の目玉とされてきた(Coates & Humphreys, 2003)。

一方、日本でも、1993年に誕生したJリーグは、Jリーグ規約21条第2項に「Jクラブはホームタウンにおいて、地域社会と一体となったクラブ作り（社会貢献活動を含む）を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければならない。」(Jリーグ公式ウェブサイト)と地域貢献活動の義務を明記している。1993年スタート時の10クラブから、1999年のディビジョン制の導入を経て、15年目を迎えた2008年現在Jリーグ加盟クラブは、J1・J2合わせて33クラブと順調にリーグの拡大を続けている。また、Jクラブが活動拠点とするホームタウンは23都道府県、30都市・地域に渡り、Jリーグが掲げる、「百年構想～スポーツで、もっと、幸せな国へ。」のもと、「地域に根ざしたスポーツクラブ」を核にスポー

ツ文化の振興活動に取り組んでいる。

また、2005年に誕生したプロバスケットボールリーグであるbjリーグも同様にホームタウン制、地元密着型チーム経営により支持基盤の安定・拡大を図ることをリーグ理念の1つに掲げ、地道な地域貢献活動を行うなど地域に根ざした活動を行っている。2005年の開幕以降、毎年チーム数を増やし、4年目の今シーズンは東西カンファレンス各6チームずつの12チームとリーグの拡大を続ける中で、今後bjリーグへの参入を目指す地方のチームの少なくない。

第2項 栃木県とプロスポーツ

栃木県における総合型スポーツクラブの現状と課題についてまとめた黒後ら(2007)は、J2参入を目指した栃木SCや新チーム設立を目指していたリンク栃木ブレックスが活動を具体化させることで、「従来から指摘されてきた栃木県の『負』の部分に光明の兆しが見えつつある」と指摘した上で、「『スポーツ振興』及び栃木県の切実な課題である『競技力向上』を効果的に融合させる可能性を大いに秘めている。」と述べている。実際、栃木県は関東地方の一都六県で唯一Jリーグのクラブを持たず、アジアホッケーリーグに所属する日光アイスバックスがプロスポーツチームとして存在するものの、度重なる経営母体の変更や資金難の話題が先行する状況であった。

栃木県全体に目を向けてみても、第一地方銀行である足利銀行の事実上の経営破たんや大手百貨店の撤退、閉店などもあり中心市街地のシャッター街化が進み、県の経済も深刻な問題を抱えている。さらに、栃木県のイメージや認知度の調査では、その順位は低く、イメージや認知度の向上が大きな課題の一つとなっている。

そのような栃木県のスポーツや経済を取り巻く状況の中で、日本フットボールリーグ(JFL)

に所属し、Jリーグ入りを目指す栃木サッカークラブ（以下：栃木 SC）や 2007 年に誕生し、現在、日本バスケットボールリーグ（JBL）に所属するプロバスケットボールチーム、リンク栃木ブレックスに対する県民、自治体の期待は大きい。

表 1 チーム概要

| | リンク栃木ブレックス | 栃木SC |
|----------------|--|---|
| 運営会社 | 株式会社 ドリームチームエンターテイメント栃木 | 株式会社 栃木サッカークラブ |
| 運営会社設立 | 2006年6月 | 2006年6月 |
| 活動拠点 ホームタウン | 栃木県（宇都宮市） | 宇都宮市 |
| 活動地域 | 栃木県全域 | 栃木県全域 |
| チーム経緯 | 2004.12 有志によるプロバスケットボールチーム設立に向けた活動開始 2005.9 プロバスケットボールチームを作る会結成 2006.6 準備会社として（株）ドリームチームエンターテインメント栃木を設立 2007.4 大塚商会アルファーズから会員資格の譲渡を受け、旧JBLへの正式加盟が決定。旧日本リーグに所属するチームとなる 2007.6 チーム名称が「栃木ブレックス」に決定 2007.7 旧日本リーグがJBLの下部リーグJBL2（日本バスケットボールリーグ2部機構）に移行 2007.9 2008-09年シーズンからのJBL（日本バスケットボールリーグ）昇格が承認 2008.3 JBL2優勝 2008.4 ネーミングライツ導入に伴いチーム名を「リンク栃木ブレックス」に変更 | 1953 栃木教員サッカークラブとして発足 1994 「栃木サッカークラブ」と改称（教員主体から一般社会人選手も加入） 1999 関東社会人サッカーリーグ初優勝 2000 日本フットボールリーグ（JFL）加入 2002 ジュニアユース、ジュニアチーム立ち上げ 2007 レディースチーム立ち上げ 2007.2 Jリーグ準加盟承認（2月） 2008.12 Jリーグ加盟承認（12月） |

リンク栃木ブレックス、栃木SC公式ウェブサイトより筆者作成

第2節 研究動機

原田（2002）は、「都市をフランチャイズとするプロスポーツ産業の育成に関しては、地元でのゲームによる消費の誘導や、そのチームを求心力とする地域連帯感の向上、そして、チームの活躍による都市イメージの向上ができる。」と指摘している。また、大野(2006)が、「大規模企業の誘致政策から、地域の文化的資源活用政策へ転換が必要」と指摘しているように、Jリ

ーグやbjリーグの各チームに代表されるように地域密着を掲げるプロスポーツチームの増加により、スポーツを核とした地域のイノベーションが注目を集め、様々な角度から支持を受けるようになってきている。

プロスポーツチームを抱える地元自治体にとっては、ツールとして地域の活性化やイメージの向上、人口流出の防止など、期待度は高い。しかし、実際に地域にもたらされる経済効果が、地域におけるスポーツ以外からの代替消費である可能性を否定できていない。また、「心理的収入(Psychic Income)」(Crompton, 2004)や「非金銭的利益(Non-Pecuniary Benefits)」(Coates & Humphreys, 2003)と言われる地域住民の意識に与える影響も指摘されているが、実際に政策として活用するレベルでは明らかになっていない。

一方、チーム側にとっても、事業としての地域貢献活動を地元自治体から評価を受け、ホームスタジアム・アリーナとする公共体育施設の優先的な利用や料金の減免措置などの優遇を受けられることは、チームの興行経費を削減できるなど、非常に有効である。また、自治体のバックアップを受け、地域住民をファンとして取り込んでいくことは、チケット収入を増やす意味でも重要である。

しかしながら、競技の違いはあるにせよ、同一の地域を活動拠点としているプロスポーツチームが複数存在することは、商圈が重なりファンの奪い合いやスポンサー企業の奪い合いになりうることは容易に想像できる。同様に、地元自治体のプロスポーツチーム支援も予算的に限度がある。したがって、地元自治体にとってもチームにとっても、ファンを知り、住民を知ることが非常に重要であり、それぞれの意識であるチームに対するアイデンティフィケーションや地域への愛着に着目し、構造の比較を行い、関係性を明らかにすることは、今後のプロスポ

一ツと地域のあり方や複数のプロスポーツチームの共存共栄を考えたとき、研究として意義があると考えられる。

第2章 先行研究の検討

第1節 チームアイデンティフィケーションに関する研究

松岡(2004)は、スポーツファンのチームに対する心理的コミットメントには、「パーソナル・アイデンティティ」、「感情的コミットメント」、「打算的コミットメント」、「社会的義務」、「地域的仲間意識」の5つ側面が存在すると考えられるとした上で、これらの単に好意的な感情だけではなく、複雑で多様な要因によってファンはチームと関連を持っていると考えられると述べている。

「個人のスポーツ組織に対する、行動的態度を含む、コミットメント・感情的関与」(Branscombe & Wann, 1991 ;Sutton et al. ,1997 : Chen, 2007) と定義されるチームアイデンティフィケーションが、ファンの観戦意図や再観戦意図に与える影響については、多くの先行研究の中で、重要性が指摘されている。Branscombe & Wann(1993)は、特定のチームに対するアイデンティフィケーションが高いファン程、チームに対して時間やお金をより多く投資することを明らかにしている。

また、特定のチームに対するチームアイデンティフィケーションを高めることが、ファンのスポーツ消費者としての購買を促進することが明らかになり、さらに経営的視点で、どのようにすればチームアイデンティフィケーションを高めることができるのかというチームアイデンティフィケーションに影響を与える要因についての研究も近年進められている。

Sutton et al. (1997) は、チームアイデンティフィケーションのレベルに影響を与える要因として、「チーム」、「組織」、「地域連帯感」、「アクティビティ」の4つの特性を指摘して

いる。また、Underwood et al. (2001) は、スポーツサービス産業におけるブランドエクイティの確立に果たす社会アイデンティティの役割について、検証を行った。この中で、社会アイデンティティに影響を与える要因として、「集団体験」、「歴史と伝統」、「施設」、「習慣的儀式」の4つを指摘している。さらに、この2人の先行研究を受け Chen (2007) は、チームアイデンティフィケーションに影響を与えるマネジメント要因の尺度開発を行い、チームアイデンティフィケーション構造モデルを示した。彼のチームアイデンティフィケーション構造モデルでは、「組織」、「パフォーマンス」、「メディア」、「誇り」、「伝統」の5つの要因が「チームアイデンティフィケーション」に直接影響を与えている。また、「組織」は、「責任」、「PR」、「歴史」、「スタジアム」の4つの下位要因から構成され、「伝統」も「信頼」と「アクション」の2つの下位要因から構成され、これら、11因子41項目がマネジメント要因の尺度として示されている。

第2節 地域愛着に関する研究

Hidalgo et al. (2001) は、場所への愛着を「人間と特定の場所の間の絆や繋がり」と定義している。しかし、住区への愛着に関してレビュー研究を行った園田 (2002) は、愛着の対象が地理的な所在に関わるという点では同じであるが、その空間的スケールや強調される意味において私たちが日常生活する“場所”の多次元的なとらえ方を反映し、共通の研究パラダイムは見えにくいものとなっていると指摘した上で、これらの日本社会も流動性が高まる状態が予測され、過渡期にある現在だからこそ、住区への愛着研究が必要であるとも述べ、愛着研究の重要性を指摘している。

地域や場所への愛着の研究において、対象とするものが、物質的な環境あるいは、土地であるのか、または、そこに存在し日常生活をおくる人々までも含めた共同体としての地域なのか、概念的な統一が見られないのが現状ではあるが、国内で報告されている地域への愛着研究においては、後者の人々生活も含めた共同体としての地域が研究の対象と設定されていることが多い。

地域に対する愛着形成過程について検討を行った引地ら（2005）は、社会的環境に対する価値と物理的環境に対する価値が高まるほど、愛着も高まることを明らかにしている。また、中筋ら（2006）は、自由記述によって得られた愛着についての理由を KJ 法によって分類し、愛着を抱く要因となる対象・事柄を最終的に「時間的關係型」、「主体的關係維持型」、「社会的關係型」、「環境要素型」の4つのタイプに分類している。さらに、渡辺（2006）は、地域への愛着度に政策評価（福祉）、地域の人間関係の程度、居住年数が影響を与えることを明らかにし、愛着度には地域に関する感情的意識としての特徴があると指摘しているなど、地域愛着と地域愛着の構成要因に関する研究も進められている。

第3節 プロスポーツと地域に関する研究

原田（2008）は、スポーツと地域イノベーションについて、「地域密着型のプロスポーツクラブなどのイノベーション主体は、さらなるイノベーションの連鎖を地域に誘発する。それが、地域イノベーションであり、社会制度や政策といったマクロレベル、地域コミュニティーや社会組織といったメゾレベル、そして、住民や消費者といったマイクロレベルで起きる幅広い現象と考えることができる」と指摘している。

実際、前節のチームアイデンティフィケーションに関する先行研究の中でも述べたように、地域との連帯感や誇りがチームアイデンティフィケーションに影響を与える要因であることは、明らかになっている。これらの研究は、ミクロレベルでチームアイデンティフィケーションを高めることで、いかにチケットやライセンスグッズに対する購買行動を起こすかという「消費者心理」に焦点があてられた実証研究であると言える。

また、佐野（2007）は、アメリカのプロスポーツを例に「ほとんどのプロスポーツチームが公共施設を利用しているので、改修や改善を施そうという場合には、納税者である地域住民の理解と支援が必要となる」と納税者としての住民意識を指摘している。さらに、CVM（仮想市場法）による支払意思金額から納税者としての住民が、プロスポーツチームの公共財としての価値を見出しているのか明らかにした Jonson et al.（2001）の研究は興味深い。

しかし、プロスポーツによる地域イノベーションにおける、プロスポーツチームがもたらす地域愛着や定住意向などの住民意識に着目した実証的研究は、あまり見られないのが現状である。

第4節 先行研究のまとめ

先行研究を検討した結果、チームアイデンティフィケーションに影響を与えるマネジメント要因を尺度化した Chen（2007）の研究は、地域密着型のプロスポーツチーム経営において、ホームゲーム観戦者が同様な要因を受けチームを支持しているのかを考え、マーケティング戦略を展開する上で、とても有益であると考えられる。

また、地域愛着と地域愛着の構成要因については、研究が多岐にわたり、概念的な統一がな

い分野でありながらも、地域愛着には「人間関係」が影響を与えているという点では共通している。

しかし、チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性に着目した研究は、ほとんど見られず、チームへのアイデンティフィケーションが地域愛着に影響を与えているのか、地域愛着がチームアイデンティフィケーションに影響を与えるのかについては、十分理解が得られていないのが現状である。

第3章 仮説モデルの設定と用語の定義

第1節 仮説モデルの検討および設定

第1項 チームアイデンティフィケーション構造モデル

観戦者のチームアイデンティフィケーション構造を明らかにし、チーム間の比較を行うことは、マーケティング上、非常に重要であると考えられる。チームアイデンティフィケーション構造について、Chen (2007) は、以下のようなモデルを設定した (図1)。

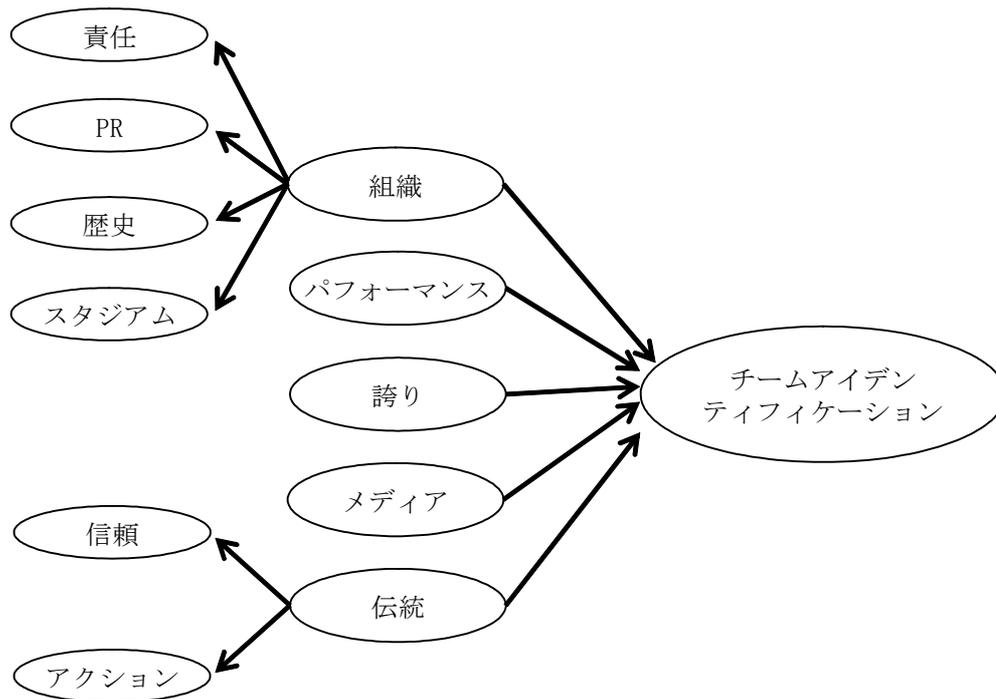


図1 チームアイデンティフィケーション構造モデル Chen (2007)

彼の研究において、このモデルの適合度は良く、本研究においてもこのモデルが、リンク栃木ブレックス、栃木 SC 観戦者に当てはまるどうか検討を行い、分析を行う。

第2項 地域愛着構造モデル

プロスポーツチームと地域愛着との関係性を明らかにするにあたり、地域愛着構造を明らかにする必要がある。第2章の先行研究の検討結果から、地域愛着には、「人間関係」など、地域の社会的環境・物理的環境への満足度や評価が影響を与える。したがって以下のような仮説モデルを設定した（図2）。

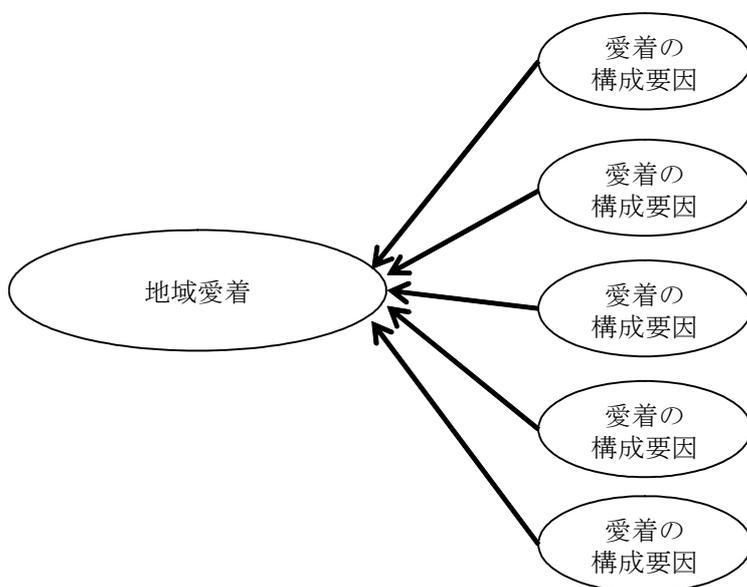


図2 地域愛着構造モデル

第3項 チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性モデル

チームアイデンティフィケーションと地域愛着、それぞれの構造モデルを合わせ、関係性の検討を行う。プロスポーツチームは、地域住民に「非金銭的利益」や「心理的収入」をもたらすことが指摘されており、地域愛着も同様に住民意識であると考えられる。また、先行研究でも述べたように、地域愛着に影響を与える要因として「人間関係」が指摘されており、ファン・観戦者としてのコミュニティーがこれに該当するとも推測することができる。さらに

は、新たに誕生したプロスポーツチームであるリンク栃木ブレックスやJリーグ参入の決まった栃木 SC の場合は、チームがきっかけとなり地域愛着が高まることがチームの存在価値として期待されている。したがって、地域愛着が従属変数となりチームアイデンティフィケーションの影響を受けるモデルを設定し検討を行う必要があると考えられる。一方、チームアイデンティフィケーションは地域との連帯感や誇りに影響を受けることが、先行研究の中で明らかになっており、地域愛着も同様にチームアイデンティフィケーションに影響を与えると推測することができ、チームアイデンティフィケーションが従属変数となりの地域愛着の影響を受ける仮説モデルを設定した。したがって、以下の2つの仮説モデル（図3）を設定し、チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性の検証を行う。

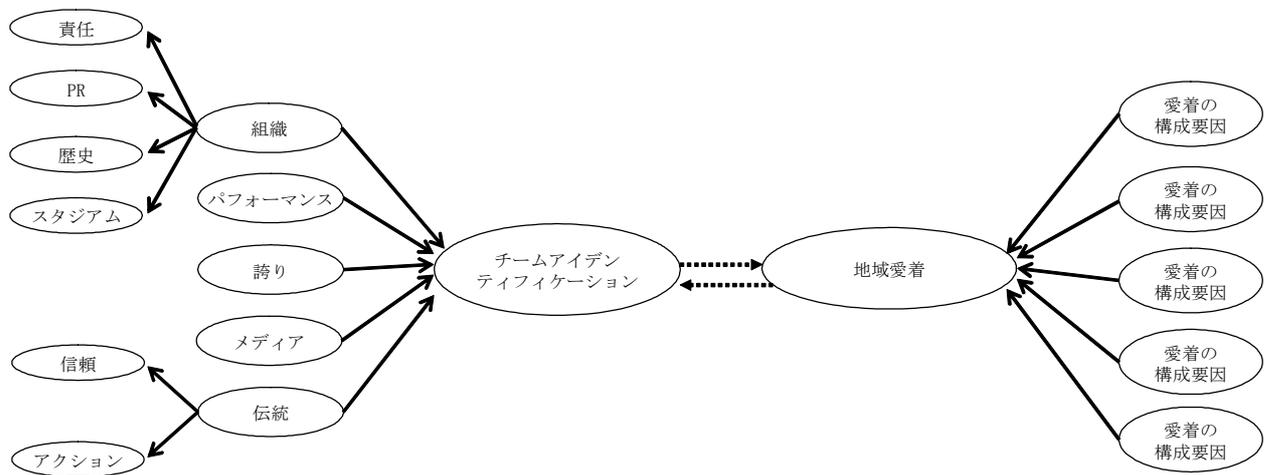


図3 チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性モデル

第2節 用語の定義

第1項 チームアイデンティフィケーション

「個人のスポーツ組織に対する、行動的態度を含む、コミットメント・感情的関与」(Branscombe & Wann, 1991 ;Sutton et al. ,1997 : Chen, 2007) と定義し、リンク栃木ブレックス・栃木 SC の観戦者がチームに対して抱くコミットメントとする。

第2項 地域愛着

本研究における地域とは、栃木在住者の「人間と特定の場所の間の絆や繋がり」(Hidalgo et al. , 2001)と定義し、リンク栃木ブレックス・栃木 SC 観戦者の栃木県に対する愛着とする。

第4章 研究の目的と方法

第1節 研究の目的

本研究の目的は、リンク栃木ブレックス、栃木 SC のホームゲーム観戦者のうち、栃木県に在住している観戦者を対象に、①リンク栃木ブレックスと栃木 SC、それぞれの観戦者におけるチームアイデンティフィケーション構造を比較すること、②リンク栃木ブレックスと栃木 SC、それぞれの観戦者における地域愛着構造を比較すること、③観戦者におけるチームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性を明らかにすることの3つを本研究の目的とする。

第2節 予備調査

第1項 調査概要

リンク栃木ブレックス、栃木 SC 観戦者への調査を実施するにあたり、地域愛着の構成要因に関する質問項目の検討を行うために予備調査を実施した。

調査は、2008年10月27日（月）に、早稲田大学スポーツ科学部、人間科学部の学部生を対象に行った。調査方法は、授業開始時に質問紙を配布、授業終了後に回収をする自記式調査で実施した。予備調査における地域愛着の構成要因に関する質問項目は、地域に対する肯定感の規定要因について研究を行った渡辺(2006)、大阪府大東市におけるまちへの「愛着」の調査分析を行った中筋ら(2006)、地域に対する愛着形成過程の検討を行った引地ら(2006)を参考に15項目(表2)を設定し、「1. 全く当てはまらない」から「5. 大いに当てはまる」の5段階リカートスケールにて測定した。また、地域愛着項目として、萩原・藤井(2005)が用い

た地域愛着 5 項目と性別、年齢、居住年数の人口統計的変数を設定した。回収は、303 部で有効回答数は 268 部であった（有効回答率 88.4%）。回答者の属性は、男性 37.8%、女性 62.2%で、平均年齢は、20.5 歳、居住年数は 14.2 年であった。

表 2 予備調査における質問項目

| | 質問項目 |
|----|---------------------------|
| 1 | 日頃、地域の人々と一緒に活動する機会が多い |
| 2 | 地域の人々は誠実である |
| 3 | 地域には、困ったときに手助けしてくれる人が多い |
| 4 | 地域には、友人・知人が多い |
| 5 | 地域の町内活動やボランティアに積極的に参加している |
| 6 | 毎年楽しみにしている地元のお祭りやイベントがある |
| 7 | 地域の教育・福祉政策には満足している |
| 8 | 地元行政は住民のために適切な仕事をしている |
| 9 | 地域の風景や街並みは美しい |
| 10 | 地域は自然環境が良い |
| 11 | 地域の街並みからは歴史が感じられる |
| 12 | 公共交通機関などの地域の利便性は高い |
| 13 | 地域の医療施設は充実している |
| 14 | 地域の治安は良い |
| 15 | 安心して暮らすことができる |

第 2 項 予備調査の結果

(1) 探索的因子分析による因子の抽出

先行研究より抽出した地域愛着の構成要因に関する尺度の信頼性・妥当性を検証するプロセスとして、まず探索的因子分析（最尤法、プロマックス回転）により因子の抽出を行った。因子の抽出は、固有値 1.0 以上に設定し、因子負荷量 0.50 以上を基準とした結果、4 つの因子が抽出され、分散の 54.2%が説明された（表 3）。

(2) 因子の命名

- 第1因子：人間関係因子（固有値 5.54、寄与率 32.3%）

第1因子は、「地域には困ったときに手助けしてくれる人が多い」、「日頃、地域の人々と一緒に行動する機会が多い」、「地域の人々は誠実である」、「地域の町内活動やボランティアには積極的に参加している」、「地域には友人・知人が多い」、「毎年楽しみにしている地元のお祭りやイベントがある」の6項目から構成された。これらの項目は、すべて地域における日頃の人付き合いや地域行事を通しての交流を表す項目と解釈できることから「人間関係因子」と命名した。

- 第2因子：地域環境因子（固有値 1.82、寄与率 9.5%）

第2因子は、「地域の自然環境が良い」、「地域の風景や街並みは美しい」、「地域の街並みからは歴史が感じられる」の3項目から構成された。これらは、地域の自然、風景、歴史と環境に関する項目である。そこで、第2因子は、「地域環境因子」と命名した。

- 第3因子：安全性因子（固有値 1.53、寄与率 6.5%）

第3因子は、「安心して暮らすことができる」、「地域の治安が良い」の2項目から構成された。どちらの項目も地域における生活の安心・安全を表している。そこで、第3因子は、「安全性因子」と命名した。

- 第4因子：行政評価因子（固有値 1.03、寄与率 5.6%）

第4因子は、「地域の教育・福祉政策には満足している」、「地域の医療施設は充実している」、「公共交通機関など地域の利便性は高い」、「地域の行政は住民のために適切な仕事をしている」から構成された。これらの項目は、教育や福祉、医療、インフラと地域行政への評

価であると解釈できることから、第4因子は、「行政評価因子」と命名した。

(3) 尺度の信頼性の検証

地域愛着の構成要因の信頼性を検討するため Chronbach の α 係数を算出した結果、「人間関係因子」が.83、「地域環境因子」が.70、「安全性因子」が.81、「行政評価因子」が.85 といずれも再検討が必要とされる.50 を上回っており、十分に信頼性を担保できる値であることから、尺度として問題はないと判断した。

表 3 探索的因子分析の結果と各因子の寄与率・ α 係数

| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------------------------|------|------|------|------|
| 地域には困ったときに手助けしてくれる人が多い | 0.93 | | | |
| 日頃、地域の人々と一緒に活動する機会が多い | 0.70 | | | |
| 地域の人々は誠実である | 0.68 | | | |
| 地域の町内活動やボランティアに積極的に参加している | 0.64 | | | |
| 地域には友人・知人が多い | 0.58 | | | |
| 毎年楽しみにしている地元のお祭りやイベントがある | 0.53 | | | |
| 地域の自然環境が良い | | 0.85 | | |
| 地域の風景や街並みは美しい | | 0.73 | | |
| 地域の街並みからは歴史が感じられる | | 0.67 | | |
| 安心して暮らすことができる | | | 0.93 | |
| 地域の治安が良い | | | 0.77 | |
| 地域の教育・福祉政策には満足している | | | | 0.66 |
| 地域の医療施設は充実している | | | | 0.66 |
| 公共交通機関など地域の利便性は高い | | | | 0.56 |
| 地元の行政は住民のために適切な仕事をしている | | | | 0.56 |

(最尤法、プロマックス回転、固有値 1
n = 286、累積寄与率 54.2%)

第一因子：人間関係因子
(寄与率 32.3% $\alpha = .83$)

第二因子：地域環境因子
(寄与率 9.5% $\alpha = .70$)

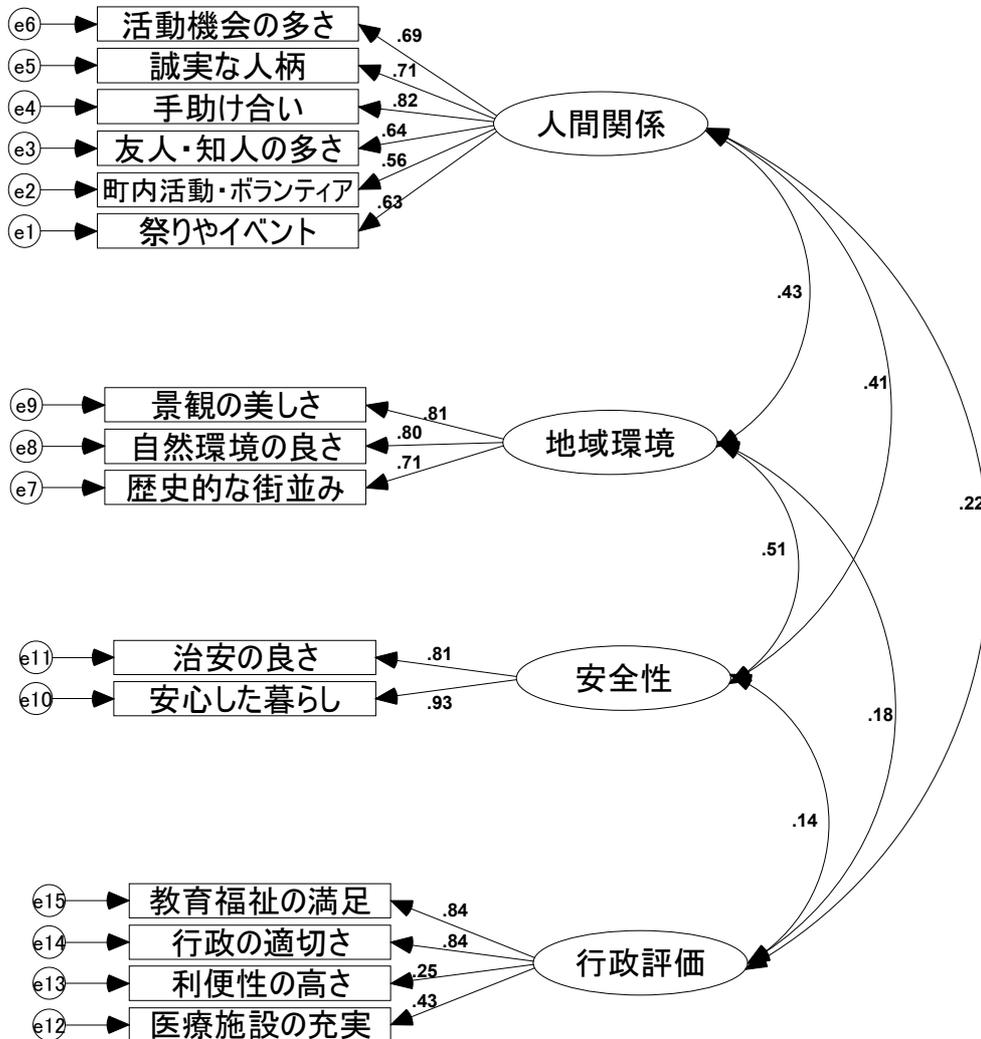
第三因子：安全性因子
(寄与率 6.9% $\alpha = .81$)

第四因子：行政評価因子
(寄与率 5.6% $\alpha = .85$)

(4) 確認的因子分析による尺度の妥当性の検証

前項で抽出した地域愛着の妥当性を検討するため、Amos5.0 を用いて確認的因子分析を行った。確認的因子分析は、研究者が因子の仮説を設定し、その仮説に基づくモデルにデータが合致するか否かを検討する因子分析の手法（小塩,2008）である。探索的因子分析によって抽出された4つの因子からそれぞれ該当する観測変数がすべて影響を受け、それぞれの因子間に共分散を仮定したモデルの検討を行った（図4）。モデルの適合度指標としては、 $\chi^2=310.821$ 、

$\chi^2/df=3.700$ 、 $GFI=.873$ 、 $AGFI=.818$ 、 $CFI=.876$ 、 $RMSEA=.097$ であった。 χ^2/df は、一般的に 3.0 未満が基準値とされており、値が小さいほど適合が良いモデルと判断されるが、上限値はデータ件数によってさまざまであるため、どの程度の値ならば適合が悪いモデルであるとするかについて明確な基準がない（豊田, 2007）。また、 GFI 、 $AGFI$ 、 CFI についても、最も良いとされる.90 以上を満たす結果は得られなかったが、 GFI 、 CFI ともに観測変数の数に影響を受ける（田部井, 2001）との指摘があり、さらに、 $RMSEA$ についても 0.05 よりも小さければ良い適合を、0.1 よりも大きければ悪い適合を表すと経験的基準が提唱されている（豊田, 2007）と指摘されている。これらのことから総合的に判断して、決してあてはまりの良いモデルではないが、許容範囲内であると判断し、地域愛着の構成要因として、尺度の信頼性と妥当性が認められたため、本研究に用いることとする。



確認的因子分析 (適合度)

| CMIN | CIMIN/DF | GFI | AGFI | CFI | RMSEA |
|---------|----------|-------|-------|-------|-------|
| 310.821 | 3.700 | 0.873 | 0.818 | 0.876 | 0.097 |

図 4 地域愛着の構成要因、確認的因子分析の結果

第3節：本調査における質問項目

第1項 チームアイデンティフィケーションと構成要因

「Managerial Factors Affecting Team Identification」(Chen, 2007)を参考に、チームアイデンティフィケーション7項目、また、チームアイデンティフィケーションの構成要因として9因子41項目を設定し、5段階リカートスケールにて測定を行った。

先行研究で用いられた質問項目を採用するにあたっては、英語から日本語に翻訳する際に、できる限り原文のニュアンスを保つよう心がけ意識を行った。

第2項 地域愛着

萩原・藤井(2005)が用いた尺度を参考に、「栃木は他の地域よりも大切である」、「栃木に愛着を感じている」、「栃木には自分の居場所がある」、「栃木は自分の街だという感じがする」、「栃木にずっと住み続けたい」の5項目を設定し、「1.まったくあてはまらない」から「7.大いにあてはまる」までの7段階リカートスケールにて測定を行った。

第3項 地域愛着の構成要因

地域愛着の構成要因に関する質問項目としては、予備調査の結果より4因子15項目を採用し、「1.まったくあてはまらない」から「5.大いにあてはまる」までの5段階リカートスケールにて測定を行った。

第4項 その他の質問項目

サンプルの基本的属性を把握するため、「性別」、「年齢」、「居住地」、「居住年数」、「職業」等の人口統計的変数と「観戦経験(回数)」、「競技経験」等の行動的変数を設定した。さらに、「再観戦意図」や「チームができたことで(あることで)の愛着の増加感」等の

心理的変数を設定し、本調査を実施した。

第4節 本調査におけるデータの収集方法

調査対象は、ともに栃木県をホームタウンとしているリンク栃木ブレックス（JBL）と栃木 SC（JFL）のホームゲーム観戦者とした。調査を行うにあたり、試合会場がある地域の違いによる観戦者へのバイアスを避けるために、どちらの試合も栃木県宇都宮市の清原地区にある会場で行われる試合を調査日とした。

リンク栃木ブレックスの観戦者に対する調査では、各ブロックに調査員を配置し、訪問留置法による来場者自記式調査を開場と同時に開始し、試合開始 15 分前に調査を終了させた。サンプルの抽出にあたっては、各ブロック全体を反映したサンプルとなるよう年代や男女比を考慮した。

栃木 SC の観戦者に対する調査では、メインスタンド以外、固定席がない芝生席であることを考慮した結果、配票留置法による来場者自記式調査を行った。入場ゲートに調査員を配置し質問紙を配布した後、試合開始前とハーフタイム、試合終了後に回収を行った。質問紙は、サンプルの偏りを防ぐため、入場者 4 人に 1 人の割合で配布を行った。

また、本研究に分析に用いるサンプルとしては、「チームアイデンティフィケーション」と「チームアイデンティフィケーションの構成要因」、「地域愛着」と「地域愛着の構成要因」の全ての質問項目に回答し、さらに、「居住地域」で栃木県と回答したサンプルのみを有効回答とした。

表 4 調査概要

| | | |
|--------------|---------------|----------------|
| | リンク栃木ブルックス | 栃木SC |
| 調査日 | 平成20年11月3日（月） | 平成20年11月30日（日） |
| 調査会場 | 宇都宮市清原体育館 | 栃木県グリーンスタジアム |
| 対戦カード | トヨタ自動車アルバルク | FC刈谷 |
| 回収数 | 304部 | 268部 |
| 有効回答数（有効回答率） | 208部（68.4%） | 217（81.0%） |

第5節 本調査におけるデータの分析方法

本研究の目的である、リンク栃木ブルックスと栃木 SC 観戦者のチームアイデンティフィケーション構造、地域愛着構造を比較するにあたり、まず、観戦者の基礎データである人口統計的特性を明らかにした。次に、チームアイデンティフィケーション構造モデルの検証を行った上で、リンク栃木ブルックスと栃木 SC の観戦者におけるチームアイデンティフィケーション構造、地域愛着構造について、それぞれモデルの比較を行った。最後に、3 つ目の目的であるチームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性について明らかにするために、チームアイデンティフィケーションを従属変数にした仮説モデル、地域愛着を従属変数にした仮説モデルの 2 つのモデルに基づいて検証を行った。

すべてのデータ分析には、SPSS 社の統計解析ソフト SPSS 11.0 for Windows、Amos5.0 を用いた。

第1項 記述統計

本調査の対象としたリンク栃木ブルックス、栃木 SC の観戦者のデモグラフィクスを把握するため、性別、年齢、居住年数、居住地域の人口統計的特性について明らかにした。

第2項 チームアイデンティフィケーション構造の検証

チームアイデンティフィケーション構造を比較するにあたり、Chen(2007)チームアイデンティフィケーション構造モデルを検証するため、予備調査でも用いた確認的因子分析を行った。本研究においては、適合度指標から、もっともあてはまりの良いモデルになるよう改良を加えた。

第3項 チームアイデンティフィケーション構造、地域愛着構造の比較と関係性

共分散構造分析を行い、改良を加えたチームアイデンティフィケーション構造モデル、地域愛着構造モデルの比較・検討を行った。また、チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性についてもチームアイデンティフィケーションを従属変数としたモデルと、地域愛着を従属したモデルの2パターンの仮説モデルを、リンク栃木ブレックス観戦者、栃木 SC 観戦者の場合で設定し、共分散構造分析より検証を行った。

第5章 結果と考察

第1節 人口統計的特性の検討

リンク栃木ブレックスと栃木 SC の観戦者における、チームアイデンティフィケーション構造と地域愛着構造の比較を行うにあたり、前提となる両チームの観戦者デモグラフィクスを把握する。本研究においては、「性別」、「年齢」、「居住年数」、「居住地」の4つの項目を設定した。

第1項 性別

リンク栃木ブレックス観戦者の性別は男性 47.4%、女性 52.5%であった。栃木 SC 観戦者の性別は、男性 68.2%、女性 31.8%であった。リンク栃木ブレックス観戦者では、女性が多いのに対して、栃木 SC 観戦者では男性が多い結果となった。また、 χ^2 検定を行ったところ、有意な人数比率の偏りが認められた。 $(\chi^2=18.53, df=1, p<0.001)$

表 5 観戦者の男女比

| 項目 | リンク栃木ブレックス | | 栃木SC | |
|----|------------|-------|------|-------|
| | n | % | n | % |
| 男性 | 99 | 47.6 | 148 | 68.2 |
| 女性 | 109 | 52.4 | 69 | 31.8 |
| 全体 | 208 | 100.0 | 217 | 100.0 |

$(\chi^2=18.53, df=1, p<0.001)$

第2項 年齢

リンク栃木ブレックス観戦者の平均年齢は、男性が 35.84 歳、女性 32.71 歳、全体で 34.21

歳であった。栃木 SC 観戦者の平均年齢は男性が 39.63 歳、女性が 33.88 歳、全体 37.86 歳であった。リンク栃木ブレックス観戦者の平均年齢は男女ともにリンク栃木ブレックスの観戦者の平均年齢を上回る結果となった。t 検定を行った結果、男性観戦者 ($t(240)=-2.665, p<.01$) と観戦者全体 ($t(409)=-3.415, p<.01$) では、栃木 SC 観戦者の方が有意に平均年齢が高いことが示されたが、両チームの女性観戦者では、平均年齢の差は有意ではなかった。

表 6 観戦者の平均年齢

| 項目 | リンク栃木ブレックス | | 栃木SC | | t値 |
|----|-------------------|-------|-------------------|-------|----------|
| | 平均年齢 | SD | 平均年齢 | SD | |
| 男性 | 35.84歳 (n=95) | 10.51 | 39.63歳 (n=147) | 11.02 | -2.655* |
| 女性 | 32.71歳 (n=104) | 8.74 | 33.88歳 (n=65) | 12.61 | n. s |
| 全体 | 34.21歳 (n=199) | 9.73 | 37.86歳 (n=212) | 11.89 | -3.415** |

**p<0.01, *p<0.1

第3項 居住年数

リンク栃木ブレックス観戦者の平均居住年数は、22.98 年であり、栃木 SC 観戦者の平均居住年数は、26.07 歳であり、栃木 SC 観戦者の居住年数が約 3 年長いという結果であった。この結果は両チームの観戦者の平均年齢の差とほぼ一致する。

第4項 居住地域

リンク栃木ブレックス、栃木 SC 両チーム観戦者の居住地域は、宇都宮市がそれぞれ 52.4%、47.9%と半数を占め、次に鹿沼市、小山市と続く結果となった。リンク栃木ブレックス、栃木 SC の調査を行った、宇都宮市清原体育館、栃木県グリーンスタジアムがどちらも宇都宮市郊外の清原地区にあり立地条件が同じであることから、両チームの観戦者の居住地域に大きな差

はないと言える。

表 7 観戦者の居住地

| リンク栃木ブレックス | | | 栃木SC | | |
|------------|-----|------|-------|-----|------|
| 市区町村 | n | % | 市区町村 | n | % |
| 宇都宮市 | 109 | 52.4 | 宇都宮市 | 104 | 47.9 |
| 小山市 | 15 | 7.2 | 鹿沼市 | 13 | 6.0 |
| 鹿沼市 | 9 | 4.3 | 小山市 | 12 | 5.5 |
| 上三川町 | 8 | 3.8 | 佐野市 | 10 | 4.6 |
| 真岡市 | 7 | 3.4 | 那須塩原市 | 8 | 3.7 |
| さくら市 | 6 | 2.9 | さくら市 | 7 | 3.2 |
| 下野市 | 6 | 2.9 | 真岡市 | 7 | 3.2 |
| 壬生町 | 5 | 2.4 | 足利市 | 7 | 3.2 |
| 日光市 | 5 | 2.4 | 栃木市 | 7 | 3.2 |
| 高根沢町 | 4 | 1.9 | 下野市 | 6 | 2.8 |
| 那須烏山市 | 4 | 1.9 | 矢板市 | 5 | 2.3 |
| 益子町 | 3 | 1.4 | 日光市 | 4 | 1.8 |
| 芳賀町 | 3 | 1.4 | 高根沢町 | 3 | 1.4 |
| 岩舟町 | 2 | 1.0 | 上三川町 | 3 | 1.4 |
| 栃木市 | 2 | 1.0 | 壬生町 | 3 | 1.4 |
| 那珂川町 | 2 | 1.0 | 茂木町 | 3 | 1.4 |
| 茂木町 | 2 | 1.0 | 河内郡 | 2 | 0.9 |
| 矢板市 | 2 | 1.0 | 岩舟町 | 2 | 0.9 |
| 佐野市 | 1 | 0.5 | 益子町 | 1 | 0.5 |
| 市貝町 | 1 | 0.5 | 塩谷町 | 1 | 0.5 |
| 足利市 | 1 | 0.5 | 市貝町 | 1 | 0.5 |
| 大田原市 | 1 | 0.5 | 大田原市 | 1 | 0.5 |
| 大平町 | 1 | 0.5 | 大平町 | 1 | 0.5 |
| 那須塩原市 | 1 | 0.5 | 都賀町 | 1 | 0.5 |
| 那須町 | 1 | 0.5 | 那珂川町 | 1 | 0.5 |
| 二宮町 | 1 | 0.5 | 那須烏山市 | 1 | 0.5 |
| 野木町 | 1 | 0.5 | 二宮町 | 1 | 0.5 |
| 無回答 | 5 | 2.4 | 無回答 | 2 | 0.9 |
| 合計 | 208 | 100 | 合計 | 217 | 100 |

第2節 チームアイデンティフィケーション構造の比較

第1項 チームアイデンティフィケーション構造の検証

Chen (2007) のチームアイデンティフィケーション構造モデルが、本研究の調査対象であるリンク栃木ブレックス、栃木 SC 観戦者にも当てはまるかどうか、確認的因子分析により検証を行った。検証にあたっては、リンク栃木ブレックスと栃木 SC 観戦者を合わせデータを用

いて分析を行った。

確認的因子分析の結果、モデルの適合度が良くなかったためモデルの改良を行った。Chenの研究においても、統計的に有意ではないパスと 0.707 未満のパスを削除して、すべてのパスが統計的に有意であり、かつ、当てはまりの良いモデルを導いており、本研究においても同様に、有意ではないパスと 0.707 未満のパスを削除し、再度分析を行ったところ、 $\chi^2=220.886$ 、 $\chi^2/df=1.841$ 、GFI=.946、AGFI=.924、CFI=.983、RMSEA=.045 モデルの適合度が良好な値を示した。最終的なチームアイデンティフィケーション構造モデルは、図 8 に示した通り、6 因子 18 項目となった。

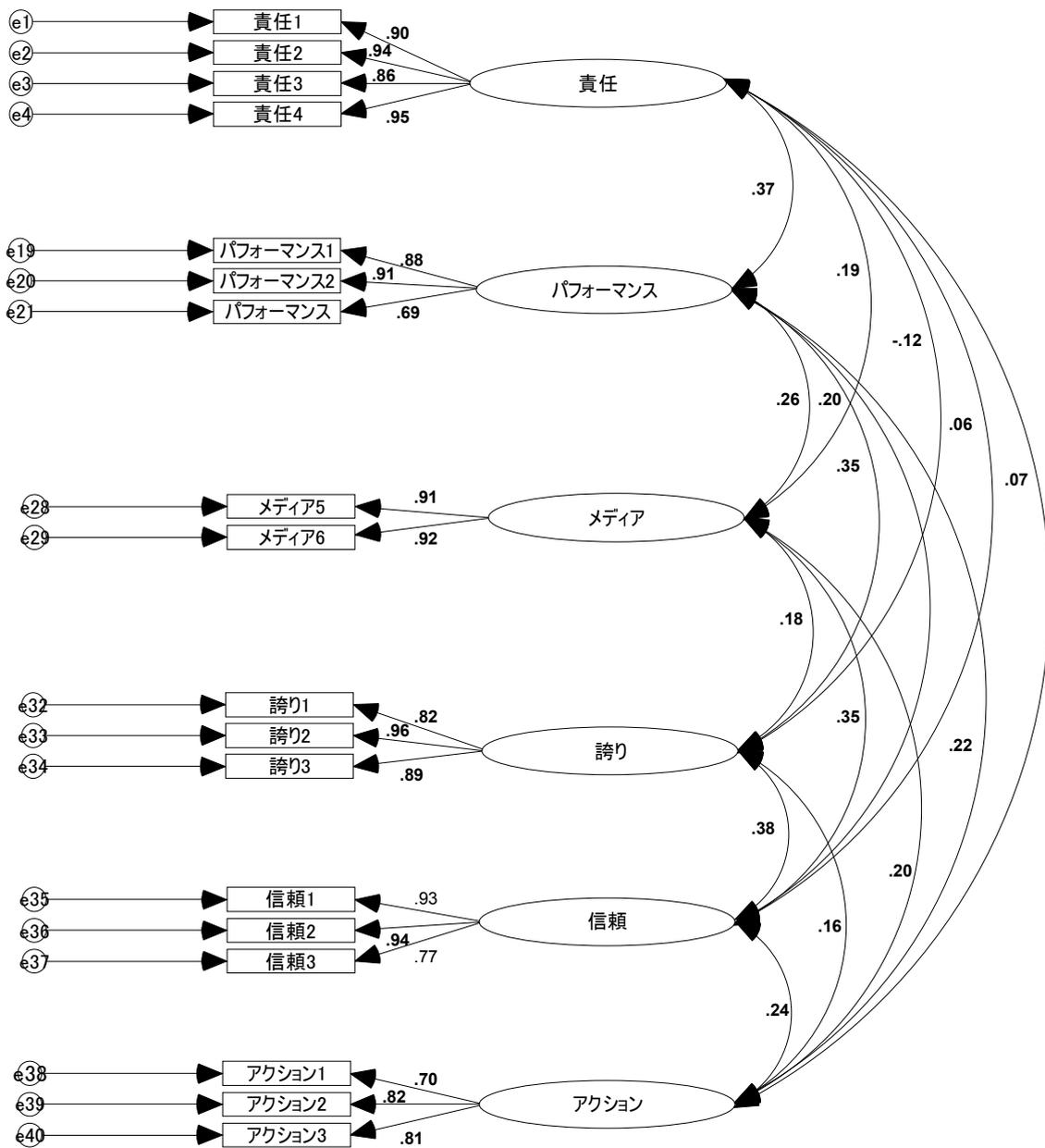
それぞれの因子について見てみると、「PR 因子」、「スタジアム因子」、「歴史因子」は、本研究が対象とした、リンク栃木ブレックス、栃木 SC 観戦者のデータにはフィットしない結果となった。「PR 因子」については、選手やコーチが行う地域や社会に対する貢献活動が回数や内容以前に、それらの活動が観戦者に認知されていない可能性も否定できない。実際、「メディア因子」において、「様々なメディアは私にチーム情報を提供してくれる」、「私は、様々なマスメディアを通して、選手について知ることができる」の 2 項目を除いて、影響が認められなかったことを考えると、観戦者は、新聞や雑誌、ウェブサイトなど複数のメディア媒体から、チームや選手に関する情報を集積していると推測できる。裏を解せば 1 つのメディア媒体単独では、十分な情報が得られないのが現状ではないかとも推測することができる。

また、「歴史因子」については、リンク栃木ブレックスは誕生して 2 シーズン目であること、栃木 SC もチーム自体の歴史はあるものの、2007 年に J リーグの準加盟クラブとなり、少しくつ J リーグ入りが注目されるようになってきたことを考えると、両チームはまだ歴史が浅いと

いうことができる。

さらに、リンク栃木ブレックスも栃木 SC も公共施設を試合会場として使用している。栃木 SC に関しては、ホームグラウンドとしているスタジアムでも、メインスタンド以外は芝生席という環境であり、リンク栃木ブレックスの試合会場もアリーナと呼ぶには程遠い体育館であり、暖房施設もない会場もあり、観戦者が求める理想のスタジアム（アリーナ）ではない状況が「スタジアム因子」に現れていると考えられる。

最後に、Chen の調査が大学のスポーツチームに対するアイデンティフィケーションを学生に行った調査から明らかにしていることを考慮すると、チームの情報に比較的接近している学生と一般の観戦者との違い、自らが通っている大学のアリーナやスタジアムで試合が行われているのと、県内数か所の公共施設で行われる試合との違いも、先行研究のモデルに改良を加えなければならなかった一つの要因として考えられる。



確認的因子分析 (適合度)

| CMIN | CIMIN/DF | GFI | AGFI | CFI | RMSEA |
|---------|----------|-------|-------|-------|-------|
| 220.886 | 1.841 | 0.946 | 0.924 | 0.983 | 0.045 |

図 5 チームアイデンティフィケーションの構成要因、確認的因子分析結果

第2項 リンク栃木ブレックス観戦者のチームアイデンティフィケーション構造

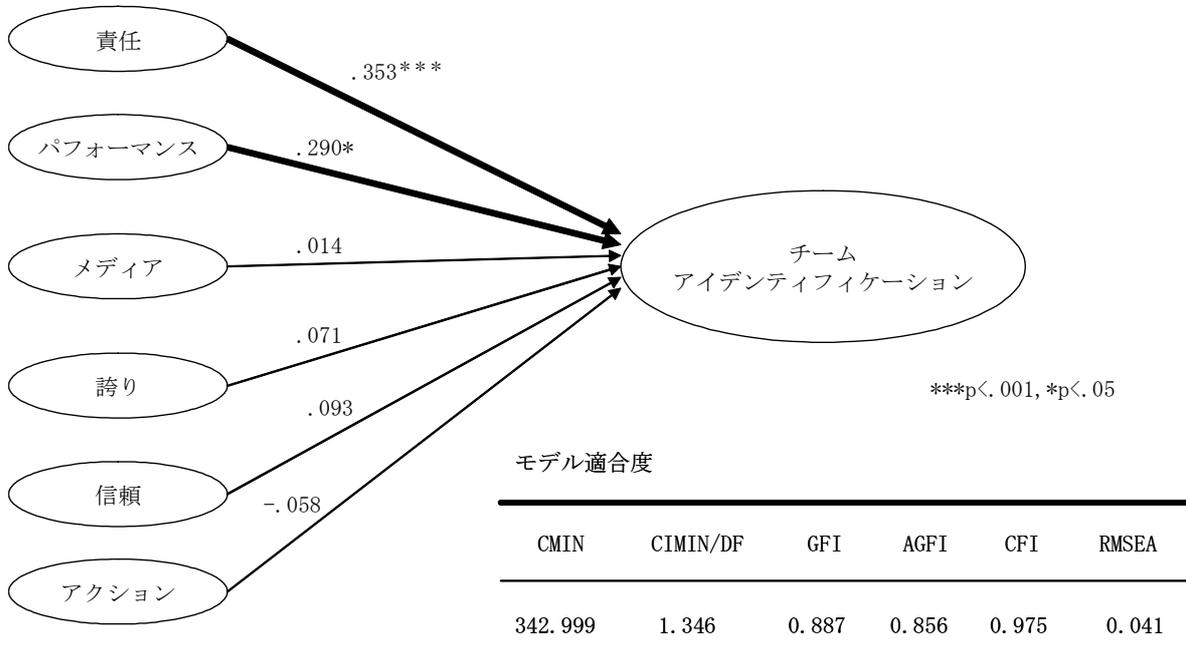


図 6 リンク栃木ブレックス観戦者、チームアイデンティフィケーション共分散構造分析結果

リンク栃木ブレックス観戦者のチームアイデンティフィケーション構造について、チームアイデンティフィケーションを従属変数としたモデルで因果関係の検証をするため、Amos5.0を用い共分散構造分析を行った（図6）

分析の結果、「責任因子」（.353、 $p<.001$ ）と「パフォーマンス因子」（.290、 $p<.05$ ）から「チームアイデンティフィケーション」に統計的に有意な影響が認められた。その他の「メディア因子」、「誇り因子」、「信頼因子」、「アクション因子」から統計的に有意な影響は認められなかった。

第3項：栃木 SC 観戦者のチームアイデンティフィケーション構造

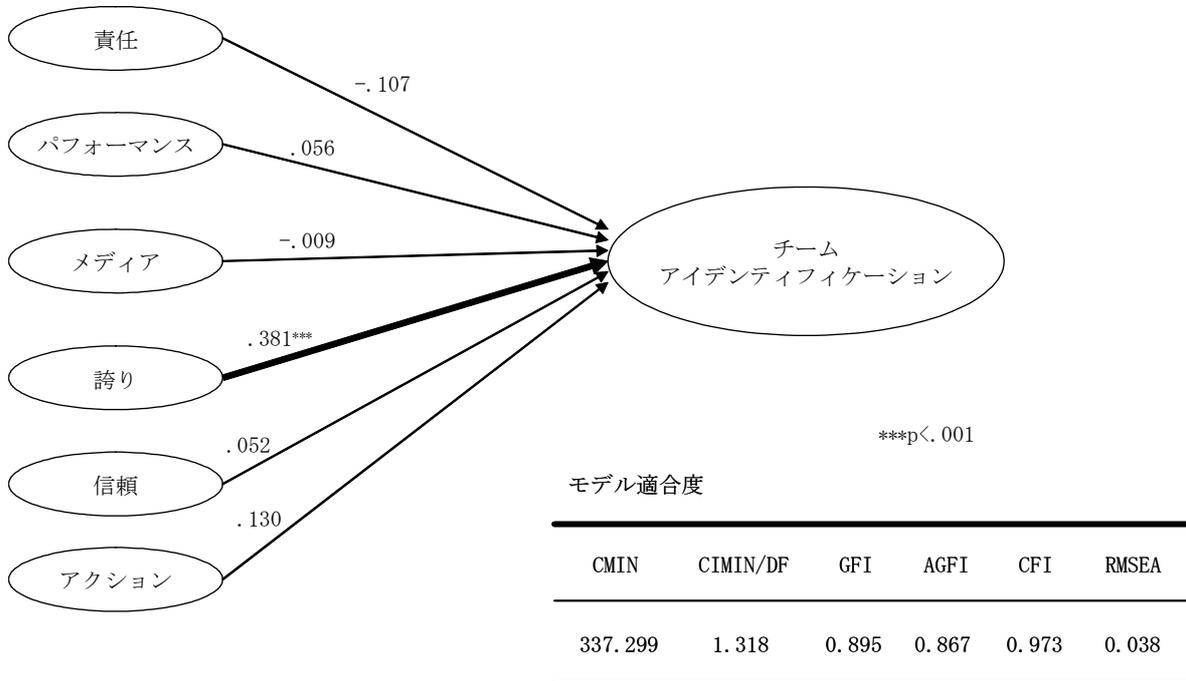


図 7 栃木 SC 観戦者、チームアイデンティフィケーション共分散構造分析結果

栃木 SC 観戦者のチームアイデンティフィケーション構造についても同様に分析を行った結果、「チームアイデンティフィケーション」に統計的に有意な影響が認められたのは「誇り」(.381、 $p<.001$) だけであり、その他「責任因子」、「パフォーマンス因子」、「メディア因子」、「信頼因子」、「アクション因子」からは、「チームアイデンティフィケーション」に統計的に有意な影響は認められなかった (図 7)。

第4項：両チームのチームアイデンティフィケーション構造の比較

リンク栃木ブレックスと栃木 SC 両チーム観戦者のチームアイデンティフィケーション構造には異質性が認められた。リンク栃木ブレックス観戦者のチームアイデンティフィケーション構造においては、「チームアイデンティフィケーション」に「責任因子」と「パフォーマンス

因子」が統計的に有意な影響を与えており、スター選手や日本代表経験のある選手がチームに存在することによる、選手の技術面での「パフォーマンス因子」と、経営者のチーム作りに対する「責任因子」が認められている結果と推測できる。しかし、チームに関心を持っている観戦者にも地域貢献活動に関する「PR 因子」やそれらの活動を通して、本来訴え掛けられるべきである「誇り因子」には影響が認められなかった。一方、栃木 SC 観戦者のチームアイデンティフィケーション構造においては、「チームアイデンティフィケーション」に「誇り因子」だけが統計的に有意な影響を与えており、スター選手もおらず、メディアに取り上げられる機会は少ないながらも、J リーグの準加盟クラブとして、J リーグ入りを目指して戦っているチームを支えているのは、観戦者の「おらがまちのサッカーチーム」という誇りであると推測することができる。今後、J リーグクラブとなり高いレベルでの試合・パフォーマンスが求められる中で、チーム作りやクラブ運営で責任が求められると推測できる。逆に、両チームに共通して、「信頼因子」や「メディア因子」、「アクション因子」から「チームアイデンティフィケーション」に統計的に有意な影響は認められなかったことは、栃木県のプロスポーツチームが共通して抱えている問題として考えることができる。今まで、身近に全国レベルのプロスポーツ選手が存在しなかったこと、現状チームや選手に関する情報が、チームと観戦者（ファン）の間でやり取りされており、新聞やテレビの第3者を通して得るものではないことが考えられ、「アクション因子」に関してもプロスポーツのエンターテインメント性を伝えきれていないこと、また、観戦者にとって、スポーツ以外のエンターテインメントとしての感覚が醸成されていないことが要因として考えられる。

第3節 地域愛着構造の比較

第1項 リンク栃木ブレックス観戦者の地域愛着構造

リンク栃木ブレックス観戦者の地域愛着構造について、「地域愛着」を従属変数としたモデルで因果関係の検証するため、Amos5.0を用い共分散構造分析を行った。リンク栃木ブレックス観戦者において、「地域愛着」に統計的に有意な影響が認められたのは「人間関係因子」(.320、 $p<.001$)のみであった。その他「地域環境因子」、「安全性因子」、「行政評価因子」からは「地域愛着」に統計的に有意な影響は認められなかった(図8)。

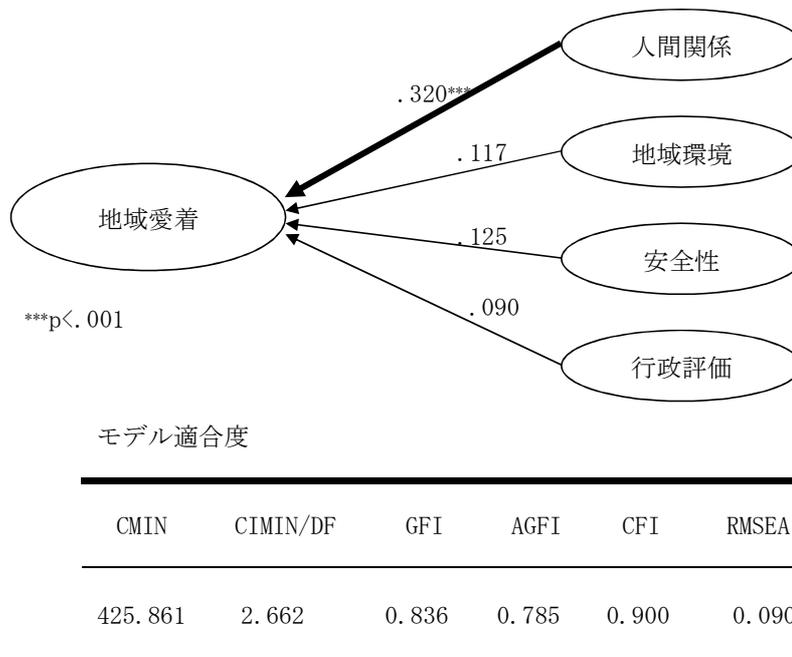


図8 リンク栃木ブレックス観戦者、地域愛着共分散構造分析結果

第2項 栃木SC観戦者の地域愛着構造

栃木SC観戦者の地域愛着構造についても同様に分析を行った結果、「人間関係因子」(.404、 $p<.001$)と「安全性因子」(.272、 $p<.01$)から「地域愛着」に統計的に有意な影響が認められた。その他の「地域環境因子」、「行政評価因子」からは「地域愛着」に統計的に有意な影

響は認められなかった（図 9）。

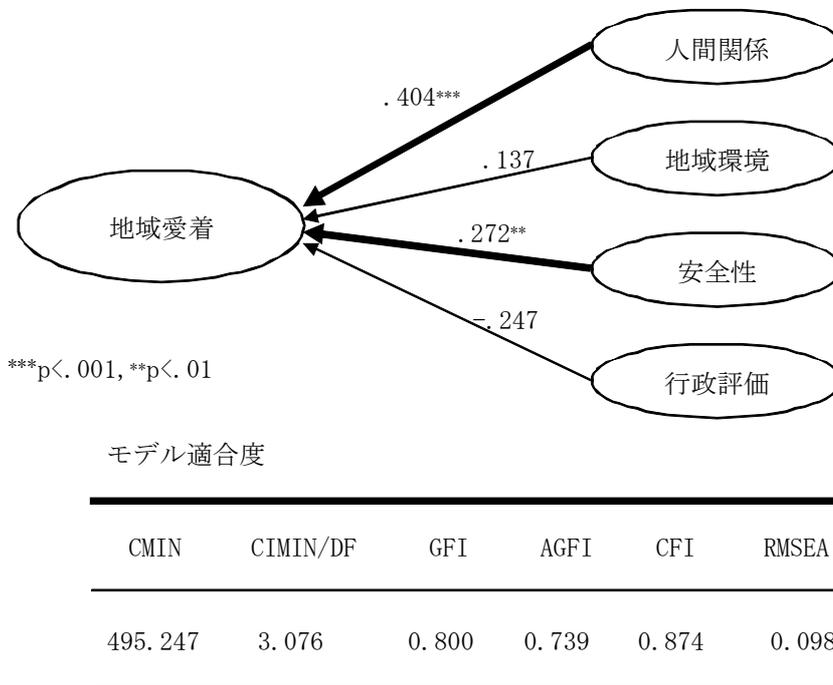


図 9 栃木 SC 観戦者、地域愛着共分散構造分析結果

第 3 項 両チーム観戦者の地域愛着構造の比較

リンク栃木ブレックスと栃木 SC 両チーム観戦者の地域愛着構造には異質性が認められた。リンク栃木ブレックス観戦者の地域愛着構造においては、「地域愛着」に「人間関係因子」のみが統計的に有意な影響を与えていた。一方、栃木 SC 観戦者の地域愛着構造では、「地域愛着」に「人間関係因子」と「安全性因子」が統計的に有意な影響を与えていた。両チームの観戦者に共通して認められた「人間関係因子」の「地域愛着」への影響においても、栃木 SC 観戦者が（.404、 $p<.001$ ）とリンク栃木ブレックス観戦者が「人間関係因子」（.320、 $p<.001$ ）に比べより強い影響を与えていた。

リンク栃木ブレックス、栃木 SC 両チーム観戦者のうち栃木県在住者を分析対象とし、両チ

ーム観戦者の居住地域も共通して宇都宮市を筆頭に、鹿沼市、小山市の順で多かった点からも考えると、愛着の対象となる地域は、両チーム観戦者にとっての地域は同一であると考えられ、本来ならば、地域愛着構造には異質性がないのではないと推測することができる。しかし、実際に地域愛着構造に異質性が認められ、両チームに共通して地域愛着に影響が認められた「人間関係」においても、栃木 SC 観戦者においてより強い影響があったことは、本調査の結果のみでは断言することはできないが、栃木 SC 観戦・応援、またはチームの存在による影響を受けているのではないかと可能性を推測することができる。さらに、栃木 SC 観戦者においては、「安全性因子」も「地域愛着」に影響を与えていることから、Maslow (1943) の欲求階層説においても、「生理的欲求」に次いで、「安全の欲求」が、下位レベルの欲求とされており、「生活の安全」という低次元な欲求は満たされることで、「地域愛着」に影響を与えていると推測することができる。そして、今回、両チームともに影響が認められなかった「地域環境因子」「行政評価因子」からは、プロスポーツ観戦者と限定はされるものの、栃木県民にとっては、「地域愛着」に影響を与える要因とはなっていないと判断することができる。

第4節 チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性の検討

チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性を検証するため、地域愛着が従属変数となり、チームアイデンティフィケーションの影響を受ける仮説モデル A (図 10) とチームアイデンティフィケーションが従属変数となり、地域愛着の影響を受ける仮説モデル B (図 11) の共分散構造分析を行った。小塩 (2005) は、AIC (赤池情報量基準) が複数のモデルを比較する際に、モデルの相対的な良さを評価するための指標となるとし、複数のモデルのうちどれ

が良いかを選択する際には、AIC が最も低いモデルを選択するとしている。したがって、本研究においては、AIC の値が低い仮説モデルが、チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性を示す仮説モデルとして採用する。

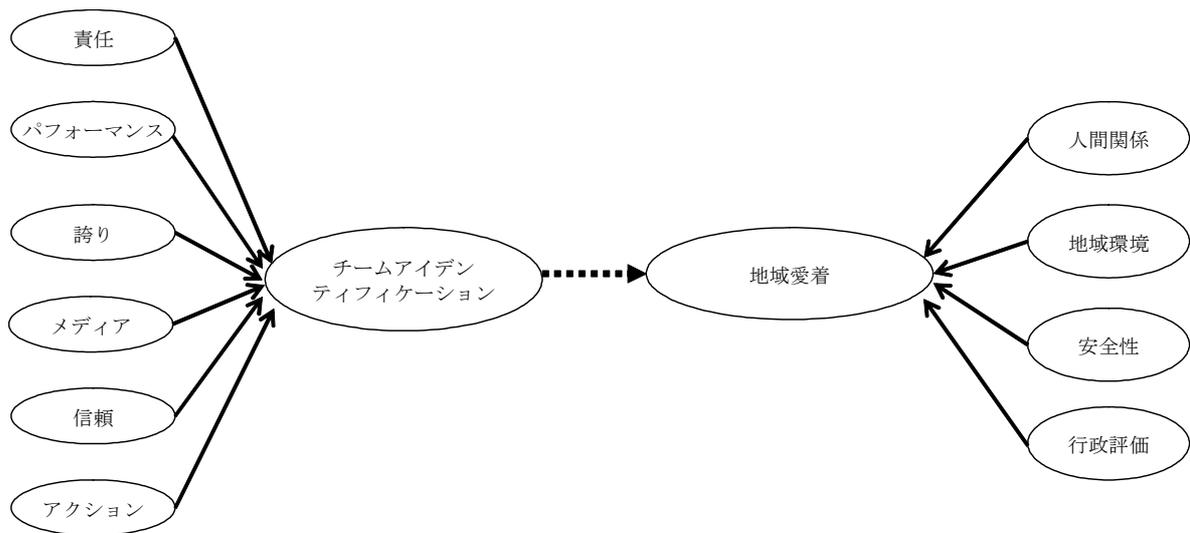


図 10 仮説モデル A

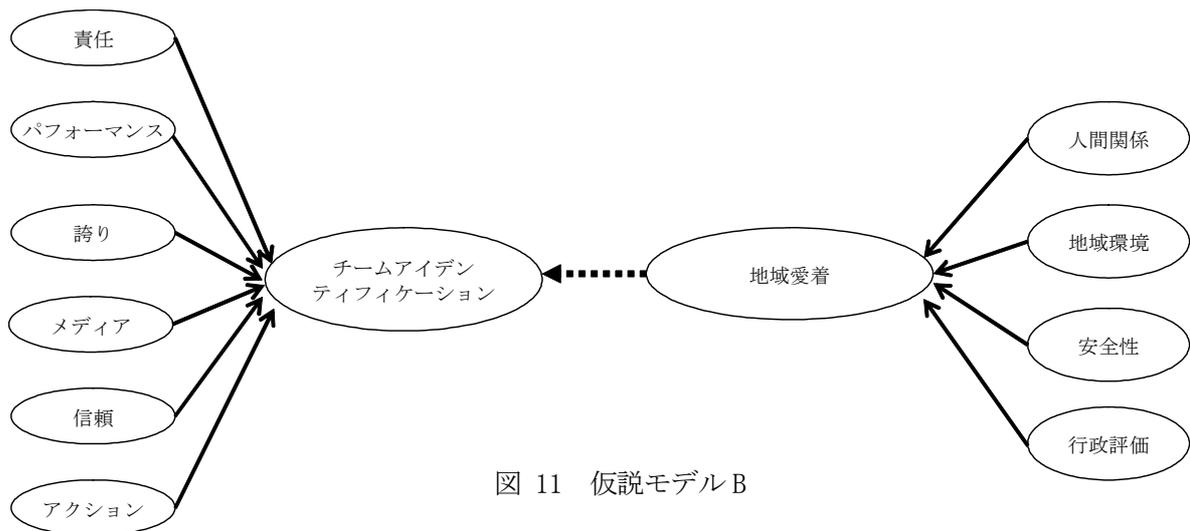


図 11 仮説モデル B

第1項 リンク栃木ブレックス観戦者の関係性モデル

リンク栃木ブレックス観戦者について、分析を行ったところ仮説モデルAのAIC=1599.860、仮説モデルBのAIC=1599.402であった(表8、9)。したがって、チームアイデンティフィケーションが、従属変数となり、地域愛着の影響を受けるとした仮説モデルBの方が、AICが低く、より適したモデルであると判断した。また、仮説モデルBにおいては、地域愛着から、チームアイデンティフィケーションに統計的に有意な影響も認められた(.067、 $p<0.1$)。

表8 リンク栃木ブレックス観戦者、仮説モデルA適合度

| CMIN | CIMIN/DF | GFI | AGFI | CFI | RMSEA | AIC |
|----------|----------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 1355.860 | 1.485 | 0.786 | 0.758 | 0.929 | 0.048 | 1599.860 |

表9 リンク栃木ブレックス観戦者、仮説モデルB適合度

| CMIN | CIMIN/DF | GFI | AGFI | CFI | RMSEA | AIC |
|----------|----------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 1355.402 | 1.485 | 0.786 | 0.758 | 0.929 | 0.048 | 1599.402 |

第2項 栃木SC観戦者の関係性モデル

栃木SC観戦者についても、分析を行ったところ仮説モデルAのAIC=1820.077、仮説モデルBのAIC=1832.203であった(表10、11)。したがって、地域愛着が、従属変数となり、チームアイデンティフィケーションの影響を受けるとした仮説モデルAの方が、AICが低く、より適したモデルであると判断した。また、仮説モデルAにおいては、チームアイデンティフィケーションから地域愛着に統計的に有意な影響も認められた(.253、 $p<0.01$)。

表 10 栃木 SC 観戦者、仮説モデル A 適合度

| CMIN | CIMIN/DF | GFI | AGFI | CFI | RMSEA | AIC |
|----------|----------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 1576.077 | 1.726 | 0.759 | 0.727 | 0.888 | 0.058 | 1820.077 |

表 11 栃木 SC 観戦者、仮説モデル B 適合度

| CMIN | CIMIN/DF | GFI | AGFI | CFI | RMSEA | AIC |
|----------|----------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 1588.203 | 1.740 | 0.758 | 0.726 | 0.886 | 0.059 | 1832.203 |

第3項 チームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性の検討

リンク栃木ブレックス観戦者においては、「地域愛着」が「チームアイデンティフィケーション」に影響を与えているという結果であった。一方、栃木 SC 観戦者においては、「チームアイデンティフィケーション」が「地域愛着」に影響を与えているという全く逆の結果であった。また、両チーム観戦者の AIC が低くなったモデルにおいて、統計的に有意な影響も認められた。

この結果から、両チームの関係性には違いがあり、プロスポーツと地域のあり方を検討するにあたり、「チームアイデンティフィケーション」と「地域愛着」の因果関係を一概に述べるには至らなかった。しかし、リンク栃木ブレックス観戦者の場合は、誕生して 2 年目であることを考えると、もともと「地域愛着」があるため、チームにも関心があり観戦者に訪れており、その結果として、「チームアイデンティフィケーション」に影響を与える要因になっているのではないかと推測することができる。一方、Jリーグ準加盟クラブとしては、まだ約 2 年だが、チームとして歴史のある栃木 SC 観戦者の場合は、地域愛着 5 項目すべての平均値がリンク栃木ブレックス観戦者の平均値を上回っていることから、もともとの「地域愛着」程度について

は言及することはできないが、「チームアイデンティフィケーション」が高められ、応援中に「栃木」と連呼することや、チームの名前に頻繁触れることで、「地域愛着」に影響を与える要因となっているのではないかと推測することができる。

そして、両チームの結果を合わせて「チームアイデンティフィケーション」と「地域愛着」の関係性を考えると、「チームアイデンティフィケーション」が高められることで、「地域愛着」が高められ、さらに高められた「地域愛着」によって、「チームアイデンティフィケーション」に影響を与えるといった具合に、2つの要因が互いに影響を及ぼしているのではないかと推測することができる。

第6章 結論

第1節 まとめ

本研究の第1の目的である、リンク栃木ブレックスと栃木 SC、それぞれの観戦者におけるチームアイデンティフィケーション構造の比較に関しては、Chen (2007) のチームアイデンティフィケーション構造モデルを改良し、検討を行った。分析の結果、「責任因子」と「パフォーマンス因子」が「チームアイデンティフィケーション」に統計的に有意な影響が認められたリンク栃木ブレックス観戦者と、「誇り因子」のみに統計的に有意な影響が認められた栃木 SC 観戦者には、チームアイデンティフィケーション構造に違いが見られた。

また、第2の目的であるリンク栃木ブレックスと栃木 SC、それぞれの観戦者における地域愛着構造の比較に関しては、両チーム観戦者ともに「人間関係因子」が「地域愛着」に統計的に有意な影響が認められた点では、共通していたが、栃木 SC 観戦者においては、「安全性因子」からも「地域愛着」に統計的に有意な影響が認められ、両チームの地域愛着構造には違いが見られた。

最後に、第3の目的であるチームアイデンティフィケーションと地域愛着の関係性に関しては、リンク栃木ブレックス観戦者においては、地域愛着がチームアイデンティフィケーションに影響を与えるモデルが支持され、統計的に有意な影響も認められた。しかし、それとは反対に、栃木 SC 観戦者においては、チームアイデンティフィケーションが地域愛着に影響を与えるモデルが支持され、統計的に有意な影響も認められた。したがって、チームアイデンティフィケーションと地域愛着の因果関係を一概に述べるには至らなかったが、チームアイデンティ

フィクションが地域愛着に影響を与えるという実証的研究の結果は、これまで概念として述べられるに留まっていたプロスポーツと地域のあり方を検討する上では、有益であると考えられる。

第2節 本研究の限界と今後の課題

本研究の限界・課題として、いくつかの点が挙げられる。まず第1に、チームアイデンティフィケーションと地域愛着という、観戦者としてだけではなく、地域住民としての意識に着目した先行研究が見受けられず、本研究で用いた仮説モデルは様々な先行研究をもとに新たに設定したモデルであり、仮説構築における説得力が弱く、今後更なる、先行研究の精査、仮説モデルの修正が求められる。第2に、本研究がリンク栃木ブレックス、栃木SCそれぞれのチーム対して、ある程度の関与が認められるホームゲーム観戦者を対象としたことである。今後、プロスポーツチームと地域のあり方を検討するにはあたっては、観戦者以外の地域住民にも調査対象を広げ、地域住民の代表性を担保する必要がある。

また、本研究が栃木県を活動拠点としている2つのプロスポーツチームを対象としており、その他の都道府県を活動拠点とするプロスポーツチームや東京・大阪など都市を活動拠点とするプロスポーツチームでは、チームアイデンティフィケーション構造、地域愛着構造に違いが認められる可能性があり、研究範囲を広げ体系化する必要がある。最後に、プロスポーツチームの歴史や居住年数など、時間による変化に影響を受けることが、予測されるため継続的な調査を行い、より良い質的研究とする必要があると考えられる。

引用・参考文献一覧

- Bruce K. Johnson , Peter A. Groothuis and John C. Whitehead (2001) The Value of Public Goods Generated by a Major League Sports Team: The CVM Approach. Journal of Sports Economics, Vol. 2, No. 1:6-21
- Crompton J. (2004) Beyond Economic Impact: An Alternative Rationale for the Public Subsidy of Major League Sports Facilities. Journal of sport management, vol.18, No.1:40-58
- Dennis Coates and Brad R. Humphreys (2003) Professional Sports Facilities, Franchises and Urban Economic Development. Public Finance and Management, vol.3, No.3 :335-357
- Galen T. Trail , Janet S. Fink and Dean F. Anderson (2003) Sport Spectator Consumption Behavior. Sports Marketing Quarterly, vol.12 , No.1:8-17
- 萩原剛, 藤井聡 (2005) 交通行動が地域愛着に与える影響に関する分析. 土木計画学研究講演集, 2005
- 原田宗彦 (2002) スポーツイベントの経済学—メガスポーツイベントとホームチームが都市を変える—. 平凡社
- 原田宗彦編著・藤本淳也・松岡宏高 (2004) スポーツマーケティング. 大修館書店
- 原田宗彦・小笠原悦子編著 (2008) スポーツマネジメント. 大修館書店
- 引地博之, 青木俊明, 大淵憲一 (2007) 地域に対する協力行動の要因: 地域に対する評価と愛着の効果. 日本社会心理学会第 49 回大会号
- Jin-Long Chen(2007) Managerial Factors Affecting Team Identification. The doctoral

Dissertation at the Florida State University

- ジョン・ベイル, 池田勝, 土肥隆, 高見彰共訳 (1997) サッカースタジアムと都市. 体育施設出版
- 黒後洋, 藤田直 (2007) 栃木県における総合型地域スポーツクラブの現状と課題について (2) . 宇都宮大学教育学部教育実践総合センター紀要第 30 号 : 389-398
- M. Carmen Hidalgo and Bernardo Hernandez (2001) Place Attachment :Conceptual and Empirical Question. Journal of environmental psychology, vol.21 :224-253
- 松岡宏高, 原田宗彦, 藤本淳也 (1996) プロスポーツ観戦者の誘致距離に関する研究. 大阪体育大学紀要第 27 巻 : 63-70
- Matsuoka Hirotaka, Packianathan Chelladurai and Harada Munehiko (2003) Direct and Interaction Effects of Team Identification and Satisfaction on Intention to Attend Games. Sports Marketing Quarterly, vol.12 , No.4 :224-253
- 松尾太加志, 中村知靖 (2002) 誰も教えてくれなかった因子分析—数式が絶対出てこない因子分析入門—. 北大路書房
- 中筋梢衣, 榊原和彦, 川口将武, 檀上祐樹 (2006) 大阪府大東市におけるまちへの「愛着」についての調査と分析. 2006 年度 日本都市計画学会関西支部研究発表会講演梗概集 : 81-84
- Nyla R. Branscombe and Daniel L. Wann (1991) The Positive Social and Self Concept Consequences of Sports Team Identification. Journal of Sport & Social Issues, Vol. 15, No. 2:115-127

- Nyla R. Branscombe and Daniel L. Wann (1993) Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, Vol. 24, No.1:1-17
- 大野貴 (2007) ファン・コミュニティ:性格と機能. 体育・スポーツ経営学研究第 21 巻 : 47-55
- 大野加恵 (2006) 地域文化資源の利活用による新事業創出に関する考察—地域経済活性化の視点から—. 高知工科大学大学院平成 18 年度学術博士学位論文
- 小塩真司 (2005) 研究事例で学ぶ SPSS と AMOS による心理・調査データ解析. 東京図書
- 小塩真司 (2008) はじめての共分散構造分析—Amos によるパス解析. 東京書店
- 佐野毅彦 (2007) スポーツ産業論, 第 4 版. 杏林書院
- 園田美保 (2002) 住区への愛着に関する文献研究. 九州大学心理学研究第 3 巻 : 187-196
- 田部井明美 (2001) SPSS 完全活用 共分散構造分析 (AMOS) によるアンケート処理.
- 豊田秀樹 (2007) 共分散構造分析【AMOS 編】—構造方程式モデリング—. 東京図書
- Underwood R. , Bond E. and Baer R. (2001). Building Service Brands via Social Identity :Lessons from the Sports Marketplaces. *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 9, No.1:1-13.
- 渡邊勉 (2006) 地域に対する肯定観の規定要因—愛着度、住みやすさ、地域イメージに関する分析—.信州大学地域ブランド研究第 2 巻 : 99-130
- William A. Sutton , Mrak A. McDonald and George R. Milne(1997) Creating and

Fostering Fan Identification in Professional Sports. Sports Marketing Quarterly,

Vol.6 , No.1:15-22

- 山下秋二, 原田宗彦 (2005) , 図解 スポーツマネジメント. 大修館書店
- Jリーグ公式ウェブサイト (2008) <http://www.j-league.or.jp/>
- b j リーグ公式ウェブサイト (2008) <http://www.bj-league.com/bj/Top.do>
- リンク栃木ブレックス公式ウェブサイト (2008) <http://www.tochigibrex.com/>
- 栃木サッカークラブ公式ウェブサイト (2008) <http://www.tochigisc.jp/index.html>

資料：調査で用いた質問紙

リンク栃木ブレックス/ホームゲーム観戦の皆様へのアンケート

このアンケートは、JBL に所属するリンク栃木ブレックスの今後のチーム運営を検討するための情報を収集することと学術研究を目的に、早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室が株式会社ドリームチームエンターテイメント栃木と共同で、ご観戦の皆様に対して実施しております。ご回答は匿名で頂き、すべて統計的に処理致しますので、皆様にご迷惑をおかけすることはございません。以上の主旨をご理解頂き、どうか率直なご回答とご意見をお寄せ下さいますようお願いいたします。

Q1. どのような交通手段で会場まで来ましたか。あてはまるものすべてに○をつけてください。

1. 徒歩のみ 2. 自転車 3. バイク（原付を含む） 4. 自家用車 5. タクシー 6. 電車
7. 路線バス 8. その他（ ）

Q2. 自宅から会場までの所要時間(片道)はどのくらいでしたか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 10分以内 2. 11分～15分 3. 16分～30分 4. 31分～45分 5. 46分～60分 6. 61分～120分
7. 121分以上

Q3. 今日は合計何人で観戦をしていますか。

あなたを含めて（ ）人

Q4. あなたは、本日の試合をどなたと観戦していますか。あてはまるものすべてに○をつけてください。

1. ひとり 2. 友人 3. 家族 4. 恋人 5. その他（ ）

Q5. あなたは今までにチケットを買って、リンク栃木ブレックス以外のバスケットボールの試合を観戦したことはありますか。あてはまるものに○をつけてください。

1. はい 2. いいえ

Q6. あなたは今までに(今回の試合を除いて)、リンク栃木ブレックスの試合を観戦したことがありますか。また、観戦経験

がある方は、観戦試合数もお書きください。※観戦数は昨シーズンと今シーズン前節まで合わせてお答えください。

1. はい（ ）試合 2. いいえ

Q7. あなたのバスケットボールの経験についてお伺いします。あなたは今までに、部活やクラブ、サークルに所属して、バスケットボールを行っていた経験はありますか。※現在行っている場合も含む。

1. はい 2. いいえ

Q8. あなたは今後もリンク栃木ブレックスの試合を会場で観戦したいと思いますか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

まったく観戦したくない

どちらとも言えない

ぜひ観戦したい

1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 - - - 6 - - - 7

Q9. 以下の項目に関して、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

1. あなたにとって、リンク栃木ブレックスが勝つことは、どれくらい重要ですか
重要ではない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 とても重要である
2. あなたは自分がどれくらい、リンク栃木ブレックスのファンであると感じていますか
まったくファンではない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 熱心なファンである
3. あなたの友人は、あなたのことをどれくらい、リンク栃木ブレックスのファンであるとみなしていますか
まったくファンではない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 熱心なファンである
4. シーズン中、知人やテレビ、ラジオ、新聞、ニュースなどを通して、リンク栃木ブレックスの情報に触れていますか
まったく触れてない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 ほぼ毎日
5. あなたにとってリンク栃木ブレックスのファンであることは、どれくらい重要ですか
まったく重要ではない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 とても重要である
6. あなたは、リンク栃木ブレックスの最大のライバルチームをどれくらい嫌ですか
嫌いではない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 とても嫌いである
7. あなたは、日常生活の中で、どれくらいリンク栃木ブレックスの名前やマークを露出していますか
まったくしていない 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 常にしている

Q10. リンク栃木ブレックスに関連する以下の項目について、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

| | まったくそう思わない | 大いにそう思う |
|--------------------------------------|-----------------------|---------|
| 1. 経営者はトップ選手の獲得に熱心である | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 2. オーナーはスター選手がチームにいるよう努力している | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 3. オーナーは良いコーチがチームにいるよう努力している | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 4. 経営者はトップ選手の加入に熱心である | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 5. オーナーはトップ選手をチームに維持するよう努めている | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 6. チームには、魅力的なアリーナがある | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 7. チームが主催する試合会場には、高品質のスコアボードがある | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 8. チームが主催する試合会場の座席は座り心地が良い | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 9. チームが主催する試合会場のレイアウトは分かりやすい | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 10. チームのプレーのスタイルは面白い | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 11. プレースタイルが面白いのでチームの試合は楽しい | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 12. チームの選手は常にパフォーマンスが良い | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 13. チームの選手には、優れた技能がある | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 14. チームには、スター選手がいる | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 15. チームの選手はスポーツ界で有名である | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 16. このチームの試合前にいつも行っているセレモニーがある | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 17. このチームは試合前、恒例の行事のようなものに参加している | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 18. この恒例の行事は選手たちのモチベーションを高める | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 19. このチームには試合前にコート上で行う恒例の儀式のようなものがある | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 20. チーム全体で、地域の活動に携わっている | ... 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 21. チームのメンバーは地域貢献活動への参加に時間を費やしている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 22. 選手たちは社会貢献活動に携わっている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 23. 選手たちは地域貢献活動への参加に時間を費やしている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 24. コーチは社会貢献活動に携わっている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 25. コーチは地域貢献活動への参加に時間を費やしている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 26. 新聞は私にチームの情報を提供してくれる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 27. 雑誌はファンのためにチームの活動を報告してくれる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 28. 私は雑誌を通して選手に関して知ることができる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 29. 様々なメディアは私にチームの情報を提供してくれる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 30. 私は様々なマスメディアを通して選手について知ることができる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 31. チームのウェブサイトには、最新の選手の写真がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 32. チームのウェブサイトには、魅力的な画像がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 33. 選手たちの練習に対する姿勢は積極的である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 34. 選手たちは、コツコツと練習に取り組んでいる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 35. 選手たちは、コート上でコーチと一体となって戦っている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 36. チームは私が住んでいる地域を代表している | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 37. 住んでいる地域にチームがあることを誇りに思っている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 38. 私はチームのホームタウンに住んでいることを誇りに思う | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 39. チームには勝利の歴史がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 40. 多くの偉大な選手たちがチームの出身である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 41. このチームには、運営の長い歴史がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |

地域に関してお伺いします。

Q11. 現在、栃木県にお住まいですか。あてはまるものに○をつけてください。

1. はい 2. いいえ

Q12. “栃木”に関する以下の5つの項目について、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

| | まったくあてはまらない | どちらとも言えない | 大いにあてはまる |
|---------------------|-------------|-----------|-------------------------|
| 1. 栃木は他の地域よりも大切である | ... | 1 | - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 |
| 2. 栃木に愛着を感じている | ... | 1 | - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 |
| 3. 栃木には自分の居場所がある | ... | 1 | - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 |
| 4. 栃木は自分の街だという感じがする | ... | 1 | - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 |
| 5. 栃木にずっと住みたい | ... | 1 | - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 |

Q13. あなたは以前と比べ、リンク栃木ブルックスができたことで、地域への愛着が高まったと思いますか。
あてはまるもの1つに○をつけてください。

- まったくそう思わない どちらとも言えない おおいにそう思う

1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 - - - 6 - - - 7

Q14.お住まいの地域での生活に関する以下の項目について、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

| | まったくあてはまらない | 大いにあてはまる |
|------------------------------|-----------------------|----------|
| 1. 日頃、地域の人々と一緒に活動する機会が多い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 2. 地域の人々は誠実である | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 3. 地域には、困ったときに手助けしてくれる人が多い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 4. 地域には、友人・知人が多い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 5. 地域の町内活動やボランティアに積極的に参加している | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 6. 毎年楽しみにしている地元のお祭りやイベントがある | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 7. 地域の教育・福祉政策には満足している | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 8. 地元行政は住民のために適切な仕事をしている | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 9. 地域の風景や街並みは美しい | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 10. 地域の自然環境がよい | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 11. 地域の街並みからは歴史が感じられる | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 12. 公共交通などの地域の利便性は高い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 13. 地域の医療施設は充実している | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 14. 地域の治安は良い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 15. 安心して暮らすことができる | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |

Q15. あなた自身のことについてお伺いします。

| | | | |
|---------------|--|---------------|------------------|
| 1)性別 | 1. 男性 2. 女性 | 2)年齢 | () 歳 |
| 3)ご家族 | 1. 独身 2. 既婚→お子さんは 1. いない 2. いる | | |
| 4)お住まい | ()都道府県()市区町村 | 5)居住年数 | () 年 |
| 6)ご職業 | 1. 農林水産業 2. 商工サービス業 3. その他の自営業 4. 会社員 5. 専業主婦 6. パートタイム・アルバイト 7. 生徒・学生 8. 公務員(教職員を除く) 9. 教職員 10. その他 () | | |

Q16. 今後のリンク栃木ブレックスに対するご意見・ご要望がございましたら、ご記入ください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

栃木 SC/ホームゲーム観戦の皆様へのアンケート

このアンケートは、JFL に所属する栃木 SC の今後のチーム運営を検討するための情報を収集することと学術研究を目的に、早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室が株式会社栃木サッカークラブと共同で、ご観戦の皆様に対して実施しております。ご回答は匿名で頂き、すべて統計的に処理致しますので、皆様にご迷惑をおかけすることはございません。以上の主旨をご理解頂き、どうか率直なご回答とご意見をお寄せ下さいませようお願いします。

Q1. どのような交通手段で会場まで来ましたか。あてはまるものすべてに○をつけてください。

1. 徒歩のみ 2. 自転車 3. バイク（原付を含む） 4. 自家用車 5. タクシー 6. 電車
7. 路線バス 8. シャトルバス 9. その他（ ）

Q2. 自宅から会場までの所要時間(片道)はどのくらいでしたか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 10分以内 2. 11分～15分 3. 16分～30分 4. 31分～45分 5. 46分～60分 6. 61分～90分
7. 90分～120分 8. 121分以上

Q3. 今日は合計何人で観戦をしていますか。

あなたを含めて()人

Q4. あなたは、本日の試合をどなたと観戦していますか。あてはまるものすべてに○をつけてください。

1. ひとり 2. 友人 3. 家族 4. 恋人 5. その他（ ）

Q5. あなたは今までにチケットを買って、栃木 SC 以外のサッカーの試合を観戦したことはありますか。あてはまるものに○をつけてください。また、観戦経験がある方は、具体的にチーム名もお答えください。

1. いいえ 2. はい（ ）

Q6. あなたは、栃木県内の以下のスポーツの試合・イベントを観戦したことがありますか。観戦経験があるものすべてに○をつけてください。

1. リンク栃木ブレックス 2. 日光アイスバックス 3. 日立栃木ウーヴァス SC
4. ヴェルフェたかはら那須 5. インディージャパン 300 マイル 6. その他（ ）

Q7. あなたのサッカーの経験についてお伺いします。あなたは今までに、部活やクラブ、サークルに所属して、サッカーを行っていた経験はありますか。※現在行っている場合も含む。

1. はい 2. いいえ

Q8. あなたは今後も栃木SCの試合を会場で観戦したいと思いますか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

まったく観戦したくない

どちらとも言えない

ぜひ観戦したい

1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 - - - 6 - - - 7

Q9. 以下の項目に関して、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

8. あなたにとって、栃木 SC が勝つことは、どれくらい重要ですか

まったく重要ではない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 とても重要である

9. あなたは自分がどれくらい、栃木SCのファンであると感じていますか

まったくファンではない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 熱心なファンである

10. あなたの友人は、あなたのことをどれくらい、栃木 SC のファンであるとみなしていますか

まったくファンではない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 熱心なファンである

11. シーズン中、知人やテレビ、ラジオ、新聞、ニュースなどを通して、栃木 SC の情報に触れていますか

まったく触れてない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 ほぼ毎日

12. あなたにとって栃木 SC のファンであることは、どれくらい重要ですか

まったく重要ではない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 とても重要である

13. あなたは、栃木 SC の最大のライバルチームをどれくらい嫌いですか

まったく嫌いではない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 とても嫌いである

14. あなたは、日常生活の中で、どれくらい栃木 SC の名前やマークを露出していますか

まったくしていない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 常にしている

Q10. 栃木 SC に関連する以下の項目について、あてはまるものそれぞれ 1 つに○をつけてください。

| | まったくそう思わない | | | | | 大いにそう思う | | | | |
|------------------------------------|------------|---|---|---|---|---------|---|---|---|---|
| 1. 経営者はトップ選手の獲得に熱心である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 2. オーナーはスター選手がチームにいるよう努力している | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 3. オーナーは良いコーチがチームにいるよう努力している | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 4. 経営者はトップ選手の加入に熱心である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 5. オーナーはトップ選手をチームに維持するよう努めている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 6. チームには、魅力的なスタジアムがある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 7. チームが主催する試合会場には、高品質のスコアボードがある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 8. チームが主催する試合会場の座席は座り心地が良い | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 9. チームが主催する試合会場のレイアウトは分かりやすい | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 10. チームのプレーのスタイルは面白い | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 11. プレースタイルが面白いのでチームの試合は楽しい | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 12. チームの選手は常にパフォーマンスが良い | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 13. チームの選手には、優れた技能がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 14. チームには、スター選手がいる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 15. チームの選手はスポーツ界で有名である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 16. このチームの試合前にいつも行っているセレモニーがある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 17. このチームは試合前、恒例の行事のようなものに参加している | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 18. この恒例の行事は選手たちのモチベーションを高める | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 19. このチームには試合前にピッチ上で恒例の儀式のようなものがある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 20. チーム全体で、地域の活動に携わっている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 21. チームのメンバーは地域貢献活動への参加に時間を費やしている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 22. 選手たちは社会貢献活動に携わっている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 23. 選手たちは地域貢献活動への参加に時間を費やしている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 24. コーチは社会貢献活動に携わっている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 25. コーチは地域貢献活動への参加に時間を費やしている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 26. 新聞は私にチームの情報を提供してくれる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 27. 雑誌はファンのためにチームの活動を報告してくれる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 28. 私は雑誌を通して選手に関して知ることができる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 29. 様々なメディアは私にチームの情報を提供してくれる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 30. 私は様々なマスメディアを通して選手について知ることができる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 31. チームのウェブサイトには、最新の選手の写真がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 32. チームのウェブサイトには、魅力的な画像がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 33. 選手たちの練習に対する姿勢は積極的である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 34. 選手たちは、コツコツと練習に取り組んでいる | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 35. 選手たちは、ピッチ上でコーチと一体となって戦っている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 36. チームは私が住んでいる地域を代表している | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 37. 住んでいる地域にチームがあることを誇りに思っている | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 38. 私はチームのホームタウンに住んでいることを誇りに思う | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 39. チームには勝利の歴史がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 40. 多くの偉大な選手たちがチームの出身である | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |
| 41. このチームには、運営の長い歴史がある | ... | 1 | - | 2 | - | 3 | - | 4 | - | 5 |

地域に関してお伺いします。

Q11. “栃木”に関する以下の5つの項目について、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

| | まったくあてはまらない | どちらとも言えない | 大いにあてはまる |
|---------------------|-------------|---------------------------|----------|
| 1. 栃木は他の地域よりも大切である | ... | 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 | |
| 2. 栃木に愛着を感じている | ... | 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 | |
| 3. 栃木には自分の居場所がある | ... | 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 | |
| 4. 栃木は自分の街だという感じがする | ... | 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 | |
| 5. 栃木にずっと住みたい | ... | 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 | |

Q12. あなたは以前と比べ、栃木SCがあることで、地域への愛着が高まったと思いますか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

| まったくそう思わない | どちらとも言えない | おおいにそう思う |
|------------|-----------|-----------------------------------|
| 1 - - - | 2 - - - | 3 - - - 4 - - - 5 - - - 6 - - - 7 |

Q13.お住まいの地域での生活に関する以下の項目について、あてはまるものそれぞれ1つに○をつけてください。

| | まったくあてはまらない | 大いにあてはまる |
|------------------------------|-----------------------|----------|
| 1. 日頃、地域の人々と一緒に活動する機会が多い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 2. 地域の人々は誠実である | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 3. 地域には、困ったときに手助けしてくれる人が多い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 4. 地域には、友人・知人が多い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 5. 地域の町内活動やボランティアに積極的に参加している | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 6. 毎年楽しみにしている地元のお祭りやイベントがある | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 7. 地域の教育・福祉政策には満足している | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 8. 地元行政は住民のために適切な仕事をしている | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 9. 地域の風景や街並みは美しい | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 10. 地域の自然環境がよい | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 11. 地域の街並みからは歴史が感じられる | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 12. 公共交通などの地域の利便性は高い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 16. 地域の医療施設は充実している | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 17. 地域の治安は良い | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |
| 18. 安心して暮らすことができる | ・・・ 1 - 2 - 3 - 4 - 5 | |

Q14. あなた自身のことについてお伺いします。

| | | | |
|---------------|--|---------------|------------------|
| 1)性別 | 1. 男性 2. 女性 | 2)年齢 | () 歳 |
| 3)ご家族 | 1. 独身 2. 既婚→お子さんは 1. いない 2. いる | | |
| 4)お住まい | ()都道府県()市区町村 | 5)居住年数 | () 年 |
| 6)ご職業 | 1. 農林水産業 2. 商工サービス業 3. その他の自営業 4. 会社員 5. 専業主婦 6. パートタイム・アルバイト 7. 生徒・学生 8. 公務員(教職員を除く) 9. 教職員 10. その他 () | | |

Q16. 今後の栃木SCに対するご意見・ご要望がございましたら、ご記入ください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

謝辞

「我が立つところ深く掘らば、何処にも清泉湧くべし」

これは、栃木県知事を歴任したこともある詩人、安積得也の詩であり、私の出身高校にある石碑にも刻まれています。今、執筆を終え、修士論文という成果とともに、考え・悩む自分と向き合う、という過程から得られた大きなものがあると感じています。修士論文の執筆ならびに、会社を辞めて入学した2年間の大学院生活を振り返り、改めてこの言葉の意味を知るところです。

原田先生。2年間ご指導・ご鞭撻頂き、本当に多くの事学び、また得ることができました。本気でご指導して下さる先生と出会え、研究室の一員として共にできたことを光栄に感じております。そして、多くの時間を共にした研究室の皆様。いつも適格なご指導頂きました大西孝之さん、どんな時も快く相談に乗って頂いた優しいお兄さんである備前嘉文さん、公私ともに数え切れないほどお世話になった良きお姉さんである斎藤れいさん、研究においては大先輩であり、プライベートでは同い年として本当多くの事を語り、笑い合った佐藤晋太郎さん、おそらくこの1年もっとも多くの時間を一緒に過ごしたであろう石井十郎さん、尊敬する5名の原田研究室博士課程の皆様には、なんとお礼を申し上げれば良いか、言葉が見当たらないというのが正直なところです。さらに、我らが同期、丹羽怜美さん、原田祐一さん、富士雅子さん、吉倉秀和さんとは、時にぶつかり、時に励ましあい、切磋琢磨できたことを嬉しく思っています。同期の4人がいるからこそ、私がいる本当に感謝しております。大竹さん、押見さん、酒井さん、島田さん、杉浦さん、鳥羽さん、松井さんの7名の修士1年生の皆様、原田研究室 OB・OG の皆様、間野研究室の皆様にも、ともに時間を共有できたことを嬉しく思うとともに、感謝致しております。

また、論文の執筆にあたっては、副査を快くお引き受け頂きました、木村先生、間野先生、調査にご協力頂きました、山谷社長をはじめとするリンク栃木ブレックス関係者の皆様、田蔵様をはじめとする栃木サッカークラブ関係者の皆様、県政の立場から貴重なお話を頂きました、栃木県庁の小川様。本当に多くの皆様に支えられ、ご指導を頂きましたこと、この場を借りて、厚く御礼申し上げます。

最後になりますが、会社を辞め学生に戻ることを決めた私を快く送り出し、2年間支え続けくれた両親にも心から感謝しております。

お世話になった皆様に感謝の意味を込めて、この2年間で得た知識・経験を糧とし、今後更に自分自身を成長させていくことを誓い、謝辞とさせていただきます。

2009年1月15日

五月女 淳