

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、チームとつても地元自治体にとつても重要であり、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。

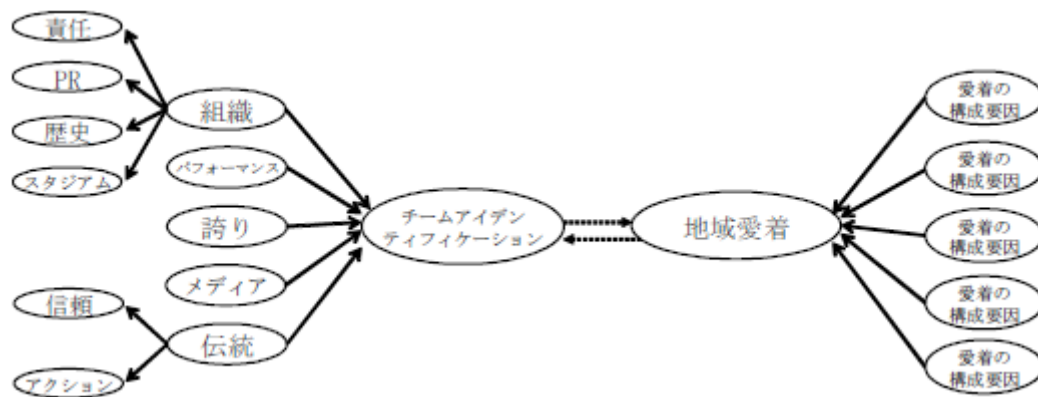


図 1 本研究における仮説モデル

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、その他人口統計的変数を設定した。

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広げ、かつ、継続的に調査・研究を行うことが求められる。