

プロスポーツチームの存立が地域にもたらす社会効果に関する研究

近藤 優介 (静岡大学)

1. 目的

本研究では、「くふうハヤテベンチャーズ静岡」を事例として、本拠地球場直下の庵原地区住民が受けた社会効果について、住民の地域関与状況に着目しながら明らかにすることを目的とした。

2. 研究方法

- 対象者：静岡市清水区庵原地区の連合自治会に加入している 2772 世帯（1 世帯につき 2 通まで配布）。有効回答数は 2606 名であった。
- 調査方法：質問紙調査法（2024 年 10 月 10 日～同年 11 月 11 日）
- 分析方法：主要概念の把握のため因子分析を実施し、因子得点を用いたクラスタ分析によってサンプルを分類した。また、一元配置分散分析によって群間の差異を検証し、さらに重回帰分析によって社会効果に対する影響要因を把握した。

3. 結果と考察

1) 主要概念の構造について

コミュニティ意識の 6 項目について因子分析を実施し、「自己決定」、「愛着」の 2 因子構造が妥当であった。同様に、SC の 6 項目と社会効果の 22 項目についても因子分析を実施し、SC は「協力」、「参加」の 2 因子構造、社会効果は「個人的効果」、「地域効果」、「マイナス効果」の 3 因子構造が妥当であった。

2) 地域関与タイプによる分類について

「自己決定」、「愛着」、「協力」、「参加」の因子得点を抽出し、Ward 法によるクラスタ分析を実施したところ、「高関与群」、「中関与群」、「低関与群」の 3 群に分類できた。

3) 社会効果の群間比較について

社会効果の 3 因子について一元配置分散分析を実施したところ、「個人的効果」と「地域効果」においては、「低関与群」より「中関与群」が、「中関与群」より「高関与群」が有意に高いこと、「マイナス効果」においては、「低関与群」と「中関与群」より「高関与群」が有意に高いことが明らかとなった。よって、地域と積極的に関わっている人は、自分自身や地域に対するポジティブな効果とネガティブな効果の両側面を認識していると言える。

4) 社会効果の認識に及ぼす影響関係について

社会効果の 3 因子を従属変数として、地域関与タイプ別に重回帰分析を実施したところ、地域関与タイプによって、社会効果の認識に影響を与える要因が異なることが明らかとなった（表 1）。さらに、コミュニティ意識と SC に着目すると、コミュニティ意識が地域関与タイプによらず全てで影響を与えていないのに対し、SC は「高関与群」になるほど影響を与えていることが明らかとなった。よって、社会効果の認識には地域との心理的関与は影響せず、行動的関与は地域と積極的に関わっているほど影響すると言える。

表 1 地域関与タイプ別の重回帰分析結果

	β			β			β		
	低関与群			中関与群			高関与群		
	個人的効果	地域効果	マイナス効果	個人的効果	地域効果	マイナス効果	個人的効果	地域効果	マイナス効果
性別ダミー (男性)	.011	-.036	-.017	-.037	-.015	-.019	-.074 **	-.127 ***	-.035
年齢ダミー (中年層)	.029	-.051	.037	-.019	-.123 **	.029	-.021	-.106 *	.009
年齢ダミー (老年層)	.049	-.077	-.090	.023	-.160 **	-.018	.027	-.056	.058
基本属性									
居住年数	.017	.021	.061	.065 *	.040	.147 **	.025	.017	.024
自由時間ダミー (中群)	.078 *	.100 *	-.030	.020	.021	-.026	.064 *	.106 **	.004
自由時間ダミー (長群)	.093 *	.110 *	-.135 *	.018	.031	-.033	.024	.107 **	-.062
活動範囲ダミー (地区内)	-.025	-.029	.060	.025	.097 *	.050	.041	-.014	-.077
スポーツ属性									
スポーツ実務経験	.018	.032	.000	.002	-.022	-.072	.027	.013	-.042
応援チームダミー (有)	.028	-.029	.085	-.010	-.058	-.005	.056 *	-.035	.060
コミュニティ意識									
自己決定	-.032	.008	.072	-.013	.012	-.005	-.002	-.023	-.053
愛着	.035	.045	.035	.036	.036	-.033	.031	.004	-.061
SC									
協力	.063	.144 **	-.012	.027	.062	-.077	.022	.160 ***	-.055
参加	.065	.000	.008	.088 **	.043	.140 **	.048 *	-.021	.031
チーム関与									
誘致支持	-.063	.134 *	-.124	.011	.127 **	-.126 *	.005	.062	-.242 ***
観戦経験ダミー (有)	-.036	-.023	-.035	.037	-.008	-.025	-.053 *	-.098 **	-.070
観戦欲求	.048	-.088	-.149	.102 **	-.032	.015	.115 ***	-.019	-.098
チームID	.795 ***	.628 ***	.368 ***	.672 ***	.496 ***	.128 *	.677 ***	.544 ***	.296 ***
R ²	.721 ***	.500 ***	.105 ***	.628 ***	.320 ***	.100 ***	.640 ***	.376 ***	.099 ***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, β:標準化係数

4. 結論

本研究では、地域と積極的に関わっている人ほど、チームの誘致によるプラスとマイナスの両効果を認識していることや、社会効果の認識には地域との心理的関与は影響せず、行動的関与は地域と積極的に関わっているほど影響することが明らかとなった。林ら (2019) が指摘する通り、住民は初めからスポーツチームの存在意義を認めているわけではない。したがって、チームが住民からの理解や信用を得るためには、チームが住民と関わるだけでなく、住民同士が関わる機会を創出するなど、地域の一体感を高める取り組みを行うことが重要となるだろう。

5. 主な参考文献

- 林直也・武田隼 (2019) スポーツチームが地域社会へ果たす役割—試合観戦者のチーム・アイデンティティとソーシャル・キャピタルとの関係から考える—, 人間福祉学研究第 12 巻第 1 号, pp. 73-89.