

# 地域社会でスポーツ組織が担うべき役割に関する研究

ーコミュニティ機能の再生に向けたスポーツによる

ソーシャルキャピタルの醸成ー

金 玟兌\*

抄録

本研究の目的はプロスポーツクラブの活動に影響されるであろうホームタウンの観戦者のソーシャル・キャピタルを測定することで、新しい公共の担い手としてプロスポーツの可能性を明らかにすることである。そのために地域での活動を積極的に行っている J リーグの中でも、ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者を対象に、ソーシャル・キャピタルを測定するアンケート調査を実施した。ソーシャル・キャピタルの構成要素として R. パットナムの「社会的信頼、 互酬性の規範、ネットワーク」を採用し、実際の調査項目としては「つきあい・交流、 信頼、 社会参加」に関して15項目の質問で構成した。その結果を2007年に測定された全国のソーシャル・キャピタル指数と比較分析を行った。質問項目についてカイ 2 乗検定を行った結果、ソーシャル・キャピタルを測定する質問項目15項目の内、13項目でカイ 2 乗値が有意であり、ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者が2007年の全国調査の値より高かった。ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者は全国の一般人に比べてソーシャル・キャピタルが醸成されているといえる。この結果から地域で活動しているプロスポーツクラブは、社会の公共財として、新しい公共を担う存在となる可能性があることが示唆される。

キーワード：新しい公共， ソーシャル・キャピタル， スポーツ立国戦略， プロスポーツ

---

\* 早稲田大学スポーツ科学研究科

〒202-0021 東京都西東京市東伏見 3-4-1 早稲田大学 79 号館 704

# The study about the role of sports organization in local community

—The training of social capital for regenerating of community function  
by sports—

Hyuntae Kim \*

## Abstract

The purpose of this study is that determination of professional sports club's potential to form the new public commons as a main agent by surveying the social capital of home spectators who were affected by professional sports activity. A questionnaire survey on social capital was conducted for home spectators of Ventforet Kofu in J league, which is work on positive lines in a local community, at a home game day. The survey is composed of 15 contents about the components of social capital regarding the networks of trust, solidarity, and reciprocity. The national survey result, which is concerned social capita and conducted at 2007, was used for comparison. From this result, it was confirmed that 13 contents had statistical meaning among the 15 contents by Chi-square test and it was demonstrated that the home spectators of Ventforet Kofu showed higher social capital value than ordinary person. In conclusion, the professional sports club has potential to be a main agent to form the public commons as a public facility.

Key Words: Social Capital, New Public Commons, Professional Sports, The Strategy for Sports Nation

---

\*Graduate School of Sport Sciences, Waseda University

〒202-0021 74, WASEDA 79BLDG, 3-4-1, HIGASHIHUSIMI, TOKYO, JAPAN

## 1. はじめに

これまでほぼ同一の価値観を有していた家族・コミュニティ・学校がライフスタイルの多様化により、それらの価値観が分断され、最終的には核家族だけが地域で孤立し、家族の中でも一人一人が孤立しているというコミュニティ機能の崩壊が指摘されるようになってきている。

スポーツ白書(2011)ではこのような日本の現状の中で日本社会が現在抱えている、顕在化している社会問題について分析した上でスポーツ政策の必要性について述べている。地域コミュニティの崩壊は現代社会に宿る大きな問題のひとつであり、この問題を解決するためにスポーツは有効であると主張している。

このような背景の中、スポーツ振興法のスポーツ基本法への全面改訂を前に、2010年に日本のスポーツ政策の基本的な方向性を示すスポーツ立国戦略が策定された。スポーツ立国戦略は今後の日本のスポーツ政策の基本的な方向性を示したものである。

スポーツ立国戦略(2010)ではスポーツが持つ価値を活用し、地域社会で顕在化している問題を解決することでよりよい社会の実現に向けて新たなスポーツ文化を確立することを政策として進めていくとしている。

そのためにソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の醸成が必要であり、その担い手として従来の公共サービスではない、様々な組織が行政サービスを代行する新しい公共の形成が必要であることを示している。

このスポーツ立国戦略を踏まえ、2011年にスポーツ基本法が制定された。その基本法は、1961年に制定されたスポーツ振興法を全面改正したもので、スポーツに関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務並びにスポーツ団体の努力等を明らかにするとともに、スポーツに関する施策の基本となる事項を定めている。

前述したように地域社会で顕在化している問題を解決するためにはソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の醸成が必要である。近年多くの学問領域や政策立案の現場で話題となっているソーシャル・キャピタル(以下、「SC」と略す)という概念はどのようなものか。

SCとは、「ネットワーク(社会的なつながり)」「規範」「信頼」といった社会的主体が持つ特徴によって、共通の目的を達成するために協調行動を導くものとされる。このSCという新しい概念は、物的資本(Physical Capital)や人的資本(Human Capital)などと並ぶ概念として、近年、世界的に注目を集め

ている。

SCの定義としては、一般にはSCの提唱者であるR. Putnumの「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」という定義が広く知られている。

米国社会を対象にしたR. Putnumの著書『Bowling Alone』では、各州間のSC比較が行われているが、そこでは人々の市民参加と社会関係資本について、過去30年ほどの間にどのように変化したのかについての分析がなされている。

この著書の中では、政治参加、市民参加、宗教参加、職場でのつながり、インフォーマルな社会的つながり、ボランティア・慈善活動といった様々な分野について、豊富なデータを引き合いに出しながら、米国におけるSCの低下について論じられている。

R. Putnumによれば、米国のSCを減少させた主な原因は4つあるという。一つ目に、実質賃金の低下とそれに伴う共稼ぎ世帯の増加、それによる家庭内および家庭と地域の交流の減少である。二つ目に、TVの普及等による余暇時間の私化とそれによって受動的な生活態度が育成されたことである。三つ目に、スプロールと郊外化によって通勤時間が増加し、人種・経済的に棲み分けが生じたことである。四つ目に、参加や信頼の高い戦中世代から個人主義的・消費主義的価値観をもった戦後世代への交代である。

日本の現象としても、内閣府(2005)「コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタル」では、一定水準以上の富裕化、家族機能の崩壊、地域内での生活時間そのものの減少、携帯やICTの普及といった原因を挙げ、人とふれあう機会の減少や人間関係の希薄化という状況を生み出していると論じている。

このようなSCについてOECD(2001)はその効果について報告内容の中で健康面、教育面、治安面、経済面の4点にまとめている。

一つ目に健康面での利点を指摘できる。社会的なネットワークを持つことにより、孤立感によるストレスを減らし、認知症やアルツハイマーなどの精神疾患を予防し、日常的に様々な支援を受けることができること、また他者とのかかわりを持つことができるために主観的幸福感が高まる傾向があることなどの良い影響がある。

二つ目には教育面での効果である。児童の育成に対して近隣の相互扶助を受けることができ、母親の教育活動上の負担を軽減することができること、またそれゆえに児童虐待を防ぐことができること、子どもは社会とのつながりを持つことで成人生活へ

の移行を円滑に行うことができること、読み書き等コミュニケーション能力が高まるなど教育の質を向上することができることなどのような点である。

三つ目には治安面で、SC の高さや犯罪発生率の低さが相関関係にあることが注目される。SC は、個人に対しては利己的な行動を控える価値観を育て、犯罪や暴力を抑制する監視機能を果たしていると想定される。

四つ目には経済面に対する影響である。SC を豊富に蓄積することによって企業及び組織内の人々の協力を促し、生産性を向上することができる。またその企業及び組織がより大きな生産単位に成長することが可能となる。市場では取引コストが低く済むために、取引が活発になり、企業どうし、企業と消費者など経済主体間の協力が容易になる。また情報の流通が増え、個人や企業及び組織の学習の機会が多くなる。また様々な情報を組み合わせることができるために、例えば、アメリカのシリコンバレーのように、ベンチャー企業間でのフォーマル及びインフォーマルの水平的な協力のネットワークが技術革新の促進を導くといったことが指摘されている。

以上のように、SC は独自の発展や創造的な活動の間われる時代において、新たな地域経営のための資本として注目されている。

前節で述べた SC が醸成されることで形成される新しい公共とは何か。2010 年 1 月に内閣府に『『新しい公共』円卓会議』が設置された。この会議は、「新しい公共」という考え方やその展望を市民、企業、行政などに広く浸透させるとともに、これからの日本社会の目指すべき方向性やそれを実現させる制度・政策のあり方について議論を行うことを目的とするものであった。

同年 6 月に同会議が発表した「新しい公共」宣言では人々の支え合いと活気のある社会をつくることに向けたさまざまな当事者の自発的な協働の場が「新しい公共」として示されている。

社会の変化によって今までの行政による無償の公共サービスではすべてを補うことが不可能となった。このような状況の中で、市民は「お上依存から」、自ら選択する当事者へ変わる。企業も「新しい公共」の重要な担い手となり、利益の最大化だけでなく、社会性を重視しながら市場で活動する事業体となる。行政は、「官」が独占してきた領域を「新しい公共」に開く。このように市民・企業・行政が変わり、新たな関係性が構築されることによって、「新しい公共」が成立するというものである。「新しい公共」は、単に社会貢献活動の場というだけでなく、これによって地域の雇用を創出し、新しい市場を生

み、公正でコストが低く満足度の高い社会を実現することを目指している（高橋，2011）。

スポーツの価値を活用し、SC を醸成し地域社会が抱えている問題を解決する新しい公共の担い手として総合型地域スポーツクラブ、学校、地方公共団体、スポーツ団体、企業などのスポーツ組織を挙げることができる。多々存在するスポーツ組織の中でプロスポーツクラブは地域でどのような存在であるか。

従来の日本のスポーツを支えてきたのは学校であり、企業であった。その流れから地域、地方をスポーツ活動の基盤にすべきとの論調に変わったのは「地域」を背景としたクラブによるプロサッカーリーグ「J リーグ」の誕生からである（杉山，2011）。J リーグは地域に根ざしたスポーツクラブを核としたスポーツ文化の振興という理念を挙げ、1993 年に開幕した。1996 年からは「J リーグ百年構想～スポーツで、もっと、幸せな国へ」というスローガンを掲げて理念告知活動を展開している。

地域へ根ざしたスポーツクラブを目指して J クラブはホームタウンと定めた地域で様々な活動を行っている。このような地域社会での活動の影響は活動地域であるホームタウンに居住しながら試合観戦に訪れるホームゲーム観戦者に現れるはずである。

プロスポーツクラブがミッションを達成するために行う地域社会での活動にもっとも影響を与えられるのはそのクラブを応援する観戦者である。地域での活動に影響された観戦者に SC が醸成されていれば、その地域コミュニティにも影響を与えるはずである。それが新しい公共の形成に貢献し、顕在化している地域の問題が解消されることで地域コミュニティの再生につながるのではないかと考える。

## 2. 目的

近年、注目を集めている SC という概念はスポーツの分野においても応用可能である。また非営利組織であるプロスポーツクラブは SC の醸成に寄与し、新しい公共の担い手として行政の公的機能の代替組織と捉えることが可能であると考えられる。これまでプロスポーツクラブが行ってきた地域社会での活動の総体的な成果として、SC の醸成があるとすれば、それを明らかにすることで地域社会への貢献をミッションとしてきた非営利組織としてのプロスポーツクラブの存在意義を証明できると考える。

本研究ではプロスポーツが地域で行っている活動はソーシャル・キャピタルの醸成に役立つという仮説を基に、プロスポーツクラブの活動に影響されるであろうホームタウンの観戦者のソーシャル・キャ

ピタルを測定する。測定結果の分析を行うことによってプロスポーツクラブがミッションを達成するためにしている活動が社会へ与える影響を明らかにすると共に、新しい公共の担い手としてのプロスポーツの存在意義を明らかにすることを目的とする。

### 3. 方法

SCの概念には抽象的なところが多分にあり、その測定手法も確立されていないのが現状である。様々なSCの定量的な研究が存在するが、日本ではSCの定量的な把握において「ネットワーク」、「信頼」、「規範」といったPutnamの定義を踏まえた内閣府の調査が代表的である。また2007年に日本総合研究所が内閣府の調査を参考に独自のデータを取得、分析している。本研究では直近の調査である日本総合研究所(2007)との比較分析を行う。そのためSCの測定に関する手法をほぼ変えずに採用している。

内閣府(2003年)では、①「ネットワーク」に対応するものとして、近隣でのつきあいや社会的な交流を捉えた「つきあい・交流」の要素、②他人に対する一般的な信頼と特定の人を対象とした相互信頼・相互扶助を捉えた「信頼」の要素、③「規範」のうち、互酬性の規範の表れとして社会的活動への参加を捉えた「社会参加」の要素、の3つを設定している。

SCの構成要素としては、R. パットナムの「信頼、規範、ネットワーク」の定義が一般的であるが、個人を対象として定量的な把握を試みる場合、結果として以下の3つの側面を捉えることとなる。

- ・ 信頼(一般的な信頼、旅先・見知らぬ土地での信頼)
- ・ つきあい(近所、友人・知人、親戚・親類、職場)
- ・ 社会参加(地縁活動、スポーツなど、NPOなど)

前述したSCの構成要素に従ってSCの測定に関する質問項目をまとめたのが表1である。

社会的な交流の項目でスポーツ・趣味・娯楽活動への参加状況はSCの測定に関して2007年と質問項目を変更している。サッカー観戦者へのアンケート調査であるため、サッカー観戦を除いたスポーツ・趣味・娯楽活動への参加状況に変更している。

表1 SC測定に関するアンケート質問項目

SCを捉える視点	構成要素	アンケート調査項目
①信頼	一般的な信頼	一般的な信頼度
	相互信頼 ・相互扶助	旅先での信頼度
②つきあい・交流	近所でのつきあい	近所づきあいの程度
		近所づきあいのあるひとの数
	社会的な交流	友人・知人との職場外でのつきあいの頻度
		職場の同僚との職場外でのつきあいの頻度
	スポーツ・趣味・娯楽活動への参加状況	
③社会参加	社会参加	地縁的な活動への参加状況
		ボランティア・NPO・市民活動への参加状況
		その他の団体・活動への参加状況

調査対象クラブとしてヴァンフォーレ甲府を選定した。ファンフォーレ甲府はJリーグ観戦者調査(2010)で「Jクラブはホームタウンで大きな貢献をしている」、「Jクラブは、それぞれのホームタウンで重要な役割を果たしている」、「サッカー選手は、社会の模範として重要な役割を果たしている」の設問で37クラブ中1位、「サッカーは、若い人たちの生活に、いい影響を与えることができる」という設問では37クラブの中でモンテディオ山形に続いて2位、また観戦の動機やきっかけでクラブが地域に貢献しているからのスコアが全クラブの中で一番高く、Jリーグの地域での活動の影響がもっとも現れているクラブである。

会場であるスタジアムで集合配布法を用いた質問紙調査法を行った。調査は2011年11月3日にヴァンフォーレ甲府のホームスタジアムである山梨中銀スタジアムで行われた対横浜F.マリノス戦の試合開始前に行った。配布数は412、有効回収数は、387、回収率は93.9%であった。

このアンケート調査の結果を、日本ではSCの定量的な把握において直近の調査である日本総合研究所(2007)との比較分析を行う。

#### 4. 結果及び考察

まず、信頼の項目に関しては、「一般的に人は信頼できると思いますか？それとも注意をするに越したことはないと思いますか？」、「それでは「旅先」や「見知らぬ土地」で出会う人に対してはいかがでしょうか？」の2項目を設定した。2つの質問項目に「① ほとんどの人は信頼できる」、「② ①と③の間」、「③ 注意に越したことはない」、「④ わからない」で回答していただいた。分析では「④ わからない」の回答を除いて分析を行った。

一般的な信頼に関する項目をまとめたのが、表3-9、出会う人への信頼に関する項目をまとめたのが、表3-10である。甲府と全国のカイ2乗検定を行った結果、有意であったことから、甲府の方が全国より活動している人の%が高いといえる。ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者は全国の一般人に比べて、一般的に人を信頼する傾向にある。

表2 一般的な信頼度

	甲府	2007 全国
回答③	93 (27%)	1154 (39%)
回答②	181 (52%)	1532 (52%)
回答①	71 (21%)	285 (10%)

$\chi^2$  (df=2, N=3316)=46.42 p<.001

出会う人への信頼に関する項目をまとめたのが、表3-10である。甲府と全国のカイ2乗検定を行った結果、有意であったことから甲府の方が全国より活動している人の%が高いといえる。ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者は全国の一般人に比べて、一般的に人を信頼する傾向にある。

表3 出会う人への信頼度

	甲府	2007 全国
回答③	131 (39%)	1380 (47%)
回答②	162 (48%)	1322 (45%)
回答①	44 (13%)	242 (8%)

$\chi^2$  (df=2, N=3281)=12.99 p<.01

近所つきあいの項目は、近所つきあいの程度と近所つきあいの人数を測定した。具体的な調査項目は、近所つきあいの程度の項目として、「あなたは、ご近所の方とどのようなお付き合いをされていますか？」、近所つきあいの人数の項目として、「それでは、つきあっている人の数について当てはまる

ものを1つだけ選んでください。」を調査項目に設定した。近所つきあいの程度は、「① 互いに相談したり日用品を貸し借りするなど、生活面で協力しあっている人もいる」、「② 日常的に立ち話をする程度のつきあいは、している」、「③ あいさつ程度の最小限のつきあひしかしていない」、「④ つきあひは全くしていない」の4段階で測定した。また、近所つきあいの人数は、「① 近所のかかなり多くの人と面識・交流がある(概ね20人以上)」、「② ある程度の人と面識・交流がある(概ね5~19人)」、「③ 近所のごく少数の人とだけ面識・交流がある(概ね4人以下)」、「④ 隣の人がだれかも知らない」の4段階で測定した。

近所つきあいの程度についてまとめたのが、表4、近所つきあいの人数についてまとめたのが、表5である。甲府と全国のカイ2乗検定を行った結果、有意であったことから、ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者は、全国の一般人に比べて近所つきあいの程度と人数が多くなる傾向にあるといえる。

表4 近所でのつきあいの程度

	甲府	2007 全国
回答①	73 (20%)	289 (10%)
回答②	184 (51%)	982 (33%)
回答③	96 (27%)	1535 (51%)
回答④	5 (1%)	194 (6%)

$\chi^2$  (df=3, N=3358)=119.34 p<.001

表5 近所でのつきあいの人数

	甲府	2007 全国
回答①	73 (20%)	200 (7%)
回答②	190 (53%)	1157 (39%)
回答③	82 (23%)	1352 (45%)
回答④	14 (4%)	291 (10%)

$\chi^2$  (df=3, N=3359)=139.16 p<.001

知人・親類・同僚とのつきあいの頻度に関する調査は、3項目を設定し、「① 日常的にある(毎週から週に数回程度)」、「② ある程度頻繁にある(週に1回~月に数回程度)」、「③ ときどきある(月に1回~年に数回程度)」、「④ めったにない(年に1回~数年に1回程度)」、「⑤ 全くない」の5段階で求めた。質問項目は、「あなたは普段どの程度の頻度でつきあいをされていますか？それぞれ当てはまるものを1つ選んでください。」との質問に友人・知人(学校や職場以外)、親戚・親類、職場の同

僚(職場以外)についてそれぞれ解答してもらった。

知人・親類・同僚とのつきあい頻度の項目をまとめたのが、表6、表7、表8である。甲府と全国のカイ2乗検定を行った結果、有意であったことから、ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者は、全国の一般人に比べて知人・親類・同僚とのつきあい頻度が多い傾向にあるといえる。

表6 友人・知人とのつきあいの頻度

	甲府	2007 全国
回答①	117 (33%)	396 (13%)
回答②	128 (36%)	818 (27%)
回答③	94 (26%)	1161 (39%)
回答④	20 (6%)	531 (18%)
回答⑤	1 (0%)	94 (3%)

$\chi^2$  (df=4, N=3360)=138.08 p<.001

表7 親戚・親類とのつきあいの頻度

	甲府	2007 全国
回答①	117 (33%)	396 (13%)
回答②	128 (36%)	818 (27%)
回答③	94 (26%)	1161 (39%)
回答④	20 (6%)	531 (18%)
回答⑤	1 (0%)	94 (3%)

$\chi^2$  (df=4, N=3360)=172.11 p<.001

表8 職場の同僚とのつきあい頻度

	甲府	2007 全国
回答①	77 (22%)	174 (6%)
回答②	110 (31%)	485 (16%)
回答③	114 (32%)	1062 (35%)
回答④	40 (11%)	730 (24%)
回答⑤	12 (3%)	549 (18%)

$\chi^2$  (df=4, N=3353)=214.23 p<.001

スポーツ・趣味・娯楽活動に関する項目は、「あなたは現在、サッカー観戦を除いてスポーツ・趣味・娯楽活動(各種スポーツ、芸術文化活動、生涯学習など)をされていますか?」の質問項目に「① 活動している」と「② 活動していない」を聞いた後「① 活動している」と回答した者に対して、参加の程度の項目を「① 年に数回程度」から「⑥ 週に4日以上」までの6段階で求めた。

今回の調査では2007年の調査とは違ってサッカー

観戦を除いている。質問項目が正確には一致しないため、スポーツ・趣味・娯楽活動の比較は参考程度でみるべきであると考えます。

スポーツ・趣味・娯楽活動の参加有無に関してまとめたのが、表9である。スポーツ・趣味・娯楽活動の参加有無についてカイ2乗検定を行った。その結果、カイ2乗値が有意であったことから、甲府の方が全国より活動している人の%が高いといえる。

表9 スポーツ・趣味・娯楽活動の参加有無の比較

	甲府	2007 全国
活動している	172 (49%)	1089 (36%)
活動していない	179 (51%)	1911 (64%)

$\chi^2$  (df=1, N=3351)=21.07 p<.001

次にスポーツ・趣味・娯楽活動の参加頻度の比較を行った。スポーツ・趣味・娯楽活動の参加頻度についてカイ2乗検定を行った結果、カイ2乗値が有意であったことから、全国の一般人に比べてスポーツ・趣味・娯楽活動参加頻度が多くなる傾向にあるといえる。

表10 スポーツ・趣味・娯楽活動参加頻度の比較

	甲府	2007 全国
活動していない	186 (52%)	1911 (64%)
年に数回程度	25 (7%)	115 (4%)
月に1日程度	36 (10%)	184 (6%)
月に2~3日程度	42 (12%)	250 (8%)
週に1日	34 (10%)	275 (9%)
週に2~3日	26 (7%)	193 (6%)
週に4日以上	8 (2%)	72 (2%)

$\chi^2$  (df=6, N=3357)=29.90 p<.001

社会参加の項目に関する項目は、「あなたは現在、地縁的な活動(自治会、町内会、婦人会、老人会、青年団、子供会など)をされていますか?」、「あなたは現在、ボランティア・NPO・市民活動(まちづくり、高

年齢・障害者福祉や子育て、スポーツ指導、美化、防犯・防災、環境、国際協力活動などをされていますか?」、「あなたは現在、その他の団体等での活動(商工会、業種組合、宗教、政治など)をされていますか?」の3項目を設定し、「① 活動している」と「② 活動していない」を聞いた。その後「参加している」と回答した者に対して、参加の程度の項目を「① 年に数回程度」から「⑥ 週に4日以上」までの6段階で求めた。

各活動の参加有無に関してカイ2乗検定を行った。その結果、地縁的な活動と、ボランティア・NPO・市民活動の参加の2項目でカイ2乗値が有意であり、その他の団体・活動に関しては参加有無に有意な差はなかった。

表 11 地縁的な活動の参加有無の比較

	甲府	2007 全国
活動している	137 (39%)	673 (22%)
活動していない	216 (61%)	2327 (78%)

$\chi^2$  (df=1, N=3353)=45.34 p<.001

表 12 ボランティア・NPO・市民活動の参加有無の比較

	甲府	2007 全国
活動している	54 (15%)	272 (9%)
活動していない	301 (85%)	2728 (91%)

$\chi^2$  (df=1, N=3355)=12.97 p<.001

表 13 その他の団体・活動の活動有無の比較

	甲府	2007 全国
活動している	24 (7%)	194 (6%)
活動していない	311 (93%)	2806 (94%)

$\chi^2$  (df=1, N=3335)=0.14 n. s.

次にそれぞれの参加頻度についてカイ2乗検定を行った。その結果、地縁的な活動、ボランティア・NPO・市民活動でカイ2乗値が有意であったことから、全国の一般人に比べて地縁的な活動、ボランティア・NPO・市民活動の参加頻度が多くなる傾向にあるといえる。その他の団体・活動の活動では有意な差は見られなかった。

表 14 地縁的な活動の参加頻度

	甲府	2007 全国
活動していない	219 (62%)	2327 (78%)
年に数回程度	58 (16%)	317 (11%)
月に1日程度	51 (14%)	210 (7%)
月に2~3日程度	20 (6%)	98 (3%)
週に1日	3 (1%)	36 (1%)
週に2~3日	5 (1%)	11 (0%)
週に4日以上	0 (0%)	1 (0%)

$\chi^2$  (df=6, N=3356)=54.76 p<.001

表 15 ボランティア・NPO・市民活動参加頻度

	甲府	2007 全国
活動していない	305 (85%)	2728 (91%)
年に数回程度	16 (4%)	71 (2%)
月に1日程度	21 (6%)	86 (3%)
月に2~3日程度	11 (3%)	58 (2%)
週に1日	1 (0%)	26 (1%)
週に2~3日	3 (1%)	20 (1%)
週に4日以上	0 (0%)	11 (0%)

$\chi^2$  (df=6, N=3357)=20.54 p<.01



表 16 その他の団体・活動の活動

	甲府	2007 全国
活動して いない	334 (94%)	2806 (94%)
年に 数回程度	12 (3%)	53 (2%)
月に 1 日程度	5 (1%)	55 (2%)
月に 2~3 日程度	3 (1%)	39 (1%)
週に 1 日	1 (0%)	19 (1%)
週に 2~3 日	1 (0%)	17 (1%)
週に 4 日以上	1 (0%)	11 (0%)

$\chi^2$  (df=6、N=3357)=6.29 n. s.

比較した 15 項目の中、13 の項目で統計的に有意であり、今回調査を行ったヴァンフォーレ甲府のサッカー観戦者の値が高かった。具体的には信頼に関する 2 項目、つきあい・交流に関する 7 項目、社会参加に関する 6 項目の内、4 項目で一般人に比べてサッカー観戦者の SC が高いことを確認することができた。非営利組織であるプロスポーツクラブが地域での活動が SC を醸成する基盤となる可能性があると考えられる。

本研究の示唆する点はプロスポーツクラブの地域社会への貢献活動による SC の醸成が把握されたことでプロスポーツクラブが公共財と認められる可能性があることを確認することができたことである。

プロスポーツクラブが事業体であるとはいえ、行政の支援がなくては存在できない。プロスポーツクラブが行う活動によって公共財として認定されれば、行政の支援を得ることがより容易になるはずである。

またプロスポーツクラブが公共財として認定されれば、スポンサーである企業との間で新たな関係を築くことができる。現代社会では企業に多くの役割が求められている。利益を社会へ還元する社会貢献活動がその一つである。プロスポーツクラブが公共的な存在と認められるのであれば、プロスポーツへのスポンサー活動は一種の社会貢献活動となりえる。社会貢献活動を代替する存在としてプロスポーツが存在できるのであれば、企業は現在までのマーケティングを目的としたスポンサー活動とは違う意味でプロスポーツを支援することができる。

プロスポーツクラブが地域で行う活動が行政の公

的機能を代替してきた。このことによって地域に SC が醸成され、新しい公共の形成に寄与することが可能であると考えられる。

## 5. まとめ

本研究では SC という概念を用いて一般人とサッカー観戦者を比較することでプロスポーツクラブの活動の影響を明らかにすることを試みた。分析の結果としてサッカー観戦者に SC が醸成されていることが明らかとなった。しかしながら前述したように因果関係を明らかにするためには更なる分析が必要である。プロスポーツクラブのどのような活動が観戦者の SC にどのような影響を与えるかを明らかにできれば、プロスポーツクラブの今後の活動や、スポーツ政策に大きく貢献できると考える。

本稿では扱っていないが、今回の調査でファンとしての属性についてもアンケートを実施した。ホームタウンでの活動への評価や、クラブサポーターの入会、観戦する理由などと相関分析を行うことが可能であると考えられる。

本研究ではヴァンフォーレ甲府のホームゲームの観戦者を対象に調査を行ったが、その他の J クラブ、また野球やバスケットボールなど、他の競技の観戦者に調査を行えば、スポーツによる SC の醸成についてより多くの分析が可能である。

SC の分析は様々な方法で行われている。今回は既存のデータとの比較を行うため、同じ手法を用いて分析を行ったが、より詳細な分析が可能な調査や調査項目の検討が必要であると考えられる。

## 参考文献

- J リーグ百年構想ホームページ：  
<http://www.j-league.or.jp/100year/>  
 OECD (2001) 人的資本及び社会的資本の役割 日本経済調査協議会  
 P. F. ドラッカー (1990) 非営利組織の経営 ダイヤモンド社  
 R. D. Putnum (2009) Bowling alone (韓国語版) paperroad 社  
 高橋豪仁 (2011) 特集：スポーツにこれる「新しい公共」：特集のねらい スポーツ社会学研究 19-2 p. 3-4  
 宮宗大輔 (2008) 総合型地域スポーツクラブにおけるソーシャル・キャピタルに関する研究  
 内閣府 (2003) ソーシャル・キャピタル：豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて ([https://www.npo-homepage.go.jp/data/report\\_9\\_1.html](https://www.npo-homepage.go.jp/data/report_9_1.html))

内閣府 (2005) コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルに関する研究調査報告書  
(<http://www.esri.go.jp/jp/archive/hou/hou020/hou015.html>)

内閣府 (2010) 新しい公共宣言  
(<http://www5.cao.go.jp/entaku/pdf/declaration-nihongo.pdf>)

鈴木友也 (2011) 勝負は試合の前についている 日経BP社

糸林誉史 (2007) ソーシャル・キャピタルと新しい公共性 文化女子大学紀要 人文・社会科学研究 15, p. 75-85

武藤泰明 (2006) プロスポーツクラブのマネジメント 東洋経済新報社

武藤泰明 (2009) プロスポーツクラブの地域密着活動の意味と意義は何か ECPR Vol. 25 p. 3-8

文部科学省 (2009) スポーツ立国戦略  
([http://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/sports/detail/\\_icsFiles/afieldfile/2010/09/16/1297203\\_02.pdf](http://www.mext.go.jp/component/a_menu/sports/detail/_icsFiles/afieldfile/2010/09/16/1297203_02.pdf))

飯田義明 (2010) 地域社会におけるスポーツ実践とソーシャル・キャピタルの可能性 社会関係資本研究論集 第1号 p. 91-108

社団法人日本プロサッカーリーグ (2011) Jリーグ スタジアム観戦者調査2010 サマリーレポート  
(<http://www.j-league.or.jp/aboutj/document/pdf/spectators-2010.pdf>)

杉山茂 (2011) スポーツは誰のためのものか 慶應義塾大学出版会

森川貞夫 (2011) スポーツにおける「新しい公共」 スポーツ社会学研究 19-2 (2011) p. 19-32

笹川スポーツ財団 (2011) スポーツ白書 ～スポーツが目指すべき未来～

松田恵示 (2011) 「子供のスポーツ」とはいったい何か? スポーツ社会学研究 19-2 (2011) p. 5-18

伊藤恵造、松村和則 (2009) コミュニティ・スポーツ論の再構成 体育学研究, 54 p. 77-88

長積仁、榎本悟、松田陽一 (2006) スポーツ振興とソーシャル・キャピタルの相互補完的關係 徳島大学総合科学部 人間科学研究 第14巻(2006) p. 9-24

株式会社 日本総合研究所 (2007) 日本のソーシャル・キャピタルと政策  
(<http://www.osipp.osaka-u.ac.jp/npocenter/scarchive/sc/file/report01.pdf>)

村瀬洋一、高田洋、廣瀬毅士 (2010) SPSSによる多変量解析 オーム社

この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。

