

プロスポーツクラブの社会貢献活動が 地域に与える影響に関する研究

—ジェフユナイテッド市原・千葉を事例に—

中山 健*

抄録

本研究は、プロスポーツクラブの社会貢献活動とソーシャル・キャピタル、さらに地域意識との関連について明らかにすることを目的とした。具体的には、ジェフユナイテッド市原・千葉の社会貢献活動のひとつである「サッカーおとどけ隊」を事例とした。「サッカーおとどけ隊」が活動を通して子ども達に伝えようと考えていることは、①サッカーを通してコミュニケーションが取れるようになること（仲間作り）、②サッカーを通して生活に役立つものを身につけていくこと（フェアプレー・スポーツマンシップ）、③サッカーを通して遊ぶことの楽しさを知り、自らの力で学ぶこと（自立を促す）であり、人間教育の趣が強い。こうしたねらいで事業を展開しているJクラブは見当たらず、オリジナリティのある社会貢献活動であるといえる。授業に参加した小・中学生を対象に質問紙調査を実施した。質問票の配布数は789部、回収数（率）は636（80.6%）、有効回答数（率）は634部（80.4%）であった。チーム・ロイヤルティとソーシャル・キャピタルおよびコミュニティへの帰属意識の概念間の因果関係について、先行研究を基に作成された仮説モデルを検証した。共分散構造分析の結果として、チーム・ロイヤルティがソーシャル・キャピタルを媒介変数としてコミュニティへの帰属意識に正の影響を及ぼすことが確認された。本研究の結果は、プロスポーツクラブによる社会貢献活動がクラブの観戦者の増加に寄与するという従来の知見に加え、ホームタウンのコミュニティ形成にも寄与していることを定量的に明らかにしたものといえる。最後に、他のJクラブやbjリーグ・野球独立リーグなど地域密着を掲げるプロリーグに本研究の仮説モデルが適用可能であるかは検討の余地がある。この点は今後の課題である。

キーワード：プロスポーツクラブ、社会貢献活動、チーム・ロイヤルティ、ソーシャル・キャピタル、コミュニティへの帰属意識

* 富士常葉大学 〒417-0801 静岡県富士市大淵 325

A study of the influence of social contribution of professional sports club activity on community

—In the case of JEF UNITED ICHIHARA CHIBA—

Takeshi Nakayama *

Abstract

The purpose of this study was to clarify the impact of social contribution of professional sports club to give social capital and community identification. More specifically, the case was "Soccer Otodoketai" social contribution of JEF United Ichihara · Chiba who belonged to J League. There is what "Soccer Otodoketai" activity is going to tell to children by the making of ① friend, ② fair play sportsmanship, ③ independence. This activity is strong in attraction of the human being education. The J club presenting business by such an aim is not found, and it may be said that it is contribution to society activity with the originality. Questionnaire survey for elementary school and junior high school students who participated to the class of "Soccer Otodoketai" was carried out. Number distribution of 789 questionnaires, the number of the recovery (%) was 636(80.6%), the number of valid responses (%) was 634(80.4%). About the casual relationship between concepts, we examined the hypothesized model was created based on previous studies. As a result of covariance structure analysis, team loyalty was a positive impact on community identification as a mediating variable social capital has been clear. In addition to conventional knowledge that the social contribution of professional sports club contributes to the increase of the person of watching games, the result of this study was to quantitatively clarify that the social contribution of professional sports club to contribute to the formation of hometown community. Finally there is the need of the examination whether the hypothesis model of this study is applicable to the professional league advocating the local coherence including other J clubs and bj leagues, baseball independent leagues, and this point is a future research theme.

Key Words: Professional sports club, Social contribution, Team loyalty, Social capital, Community identification

* Fuji Tokoha University 〒417-0801 325 Ohbuchi, Fuji, Shizuoka, JAPAN

1. はじめに

地域におけるスポーツ振興は、高度経済成長期における都市化の進行とコミュニティの喪失問題に関連し、コミュニティの再生または地域活性化の手段のひとつとして1970年代に活発化した。近年では、スポーツ振興を通じたコミュニティ形成の基盤となる具体的な政策として、1995年に地域住民の主体的な運営を基本とする総合型地域スポーツクラブの育成事業が文部省（現文部科学省）によって開始された。それは2000年に文部省（現文部科学省）より発表されたスポーツ振興基本計画においても地域スポーツ振興の重要な柱として位置付けられ、行政による様々な支援がなされた。そして2011年に公布・施行されたスポーツ基本法においても、その前文において、スポーツは「人と人との交流及び地域と地域との交流を促進し、地域の一体感や活力を醸成するものであり、人間関係の希薄化等の問題を抱える地域社会の再生に寄与するものである」とし、第21条において、地域におけるスポーツ振興について国や地方公共団体の責務が記されている。

国策として開始された総合型地域スポーツクラブ育成事業はその社会的効果に関する研究が報告されている。それらでは、地域住民の総合型地域スポーツクラブへの主体的な参加が、参加者の個人間のつながり、およびそこから生じる互酬性と信頼性の規範すなわちソーシャル・キャピタルを醸成することが報告されている。

ところで、文部省（現文部科学省）が推進してきた総合型地域スポーツクラブ育成事業よりも早く、「地域社会と一体となったクラブ作り」を標榜し、1993年に発足したJリーグにおいても、リーグ規約の中で「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（第21条2項）」（社団法人日本プロサッカーリーグ,2011）と定め、スポーツ業界としては先駆的な活動をおこなってきた。そしてJリーグが2004年から発行しているスタジアム観戦者調査報告書においても2009年以降、Jリーグとコミュニティという章を設けて、各クラブの地域活動や社会貢献活動に対するスタジアム観戦者の評価を掲載している。しかし、各クラブのホームタウンに密着し、地域活動や社会貢献活動の効果を定量的に把握した研究はほとんど行われていない（高橋, 1994）。

したがって、Jリーグ所属クラブの社会貢献活動とソーシャル・キャピタルおよび地域意識の関係を

定量的に把握することは、これまで蓄積されてきた国策としての地域スポーツクラブとコミュニティとに関する研究にみられるトップダウン的なスポーツ振興（クラブ育成）とまちづくり（地域活性化）的な視点からの研究蓄積に加え、ボトムアップ的なスポーツ振興とまちづくりに関する成果を提示することにつながるものと考えられる。

2. 目的

本研究では、プロスポーツクラブの社会貢献活動とソーシャル・キャピタル、さらに地域意識との関連について明らかにすることを目的とした。具体的にはジェフユナイテッド市原・千葉の社会貢献活動のひとつである「サッカーおとどけ隊（以下、おとどけ隊）」の授業に参加した小・中学生を対象に質問紙調査を実施し、チーム・ロイヤルティとソーシャル・キャピタルおよびコミュニティへの帰属意識との関連について仮説モデルの検証を通して明らかにすることであった。

3. 方法（仮説を含む）

3. 1 先行研究について

1) 社会貢献活動とチーム・ロイヤルティ

企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility）論の文脈で頻繁に用いられる社会貢献活動は、企業価値の向上に資する活動として、様々な業種の企業において積極的に取り組まれ、多くの研究が報告されている。（Meyer,1999; Till & Nowak,2000; Sen & Bhattacharya,2001; Katsioloudes ら,2007;）。スポーツ業界においても企業スポーツチームやプロスポーツクラブによる社会貢献活動は近年盛んに行われている。これらの活動はクラブ側の地域コミュニティ戦略として重要な役割を果たすことが報告されている（松橋・金子,2007）。また地域側から見れば地域活性化のための一手段として社会貢献活動を位置付けることもできる（松永,2007）。スポーツ関連研究領域において、社会貢献活動が消費者に与える影響に関する研究は、認知レベルのものや実際の消費行動に関連するものまで行なわれている。特に、プロスポーツクラブや企業スポーツチームによる社会貢献活動の実施とチーム・ロイヤルティやチーム・アイデンティフィケーションさらに観戦意図や観戦行動との関連に多くの関心が寄せられている。

チーム・ロイヤルティはスポーツ観戦者およびスポーツ・ファンに関する研究において注目を集めてきた。チーム・ロイヤルティに類似した概念にチーム・アイデンティフィケーションがある。これらが

注目を集める理由としては、プロスポーツクラブの経営体が組織を維持・発展していくためにスタジアムへの観客動員数の確保が必要であるからに他ならない。さらにチームの成績に左右されずに、常にチームを応援するファンを確保することは潜在的な観戦者群の確保としても重要な課題である。したがってチーム・ロイヤルティおよびチーム・アイデンティフィケーションと観戦意図に関する研究は多くおこなわれてきた。それらの研究結果の傾向としては、社会貢献活動が消費者の企業チームやプロスポーツクラブへの愛着に対して積極的な影響を与えていること (Sutton ら,1997; Babiak & Wolfe,2006; 松橋・金子,2007;), さらに、チーム・ロイヤルティおよびチーム・アイデンティフィケーションと観戦意図には強い相関関係があることが明らかとなっている (Iwasaki & havitz,1998; James,2001; Matsuoka ら,2003; 松村・土肥,2007; 大西・原田,2008; 山口ら,2011)。しかし、消費者の購買意図や観戦行動には関連がみられないという結果も報告されている (Sen & Bhattacharya,2001; Roy & Graeff,2003; 松村・土肥,2007)。

2) ソーシャル・キャピタルとコミュニティ意識

ソーシャル・キャピタルとは、個人間のつながり、すなわち社会的ネットワークと、およびそこから生じる互酬性と信頼性の規範 (Putnam,2006) とされる。ソーシャル・キャピタルが多く蓄積されている地域は様々な地域課題を円滑に解決することが可能となるなど、各方面から注目されている概念である。スポーツ関連研究領域においては、地域スポーツクラブ、特に総合型地域スポーツクラブが地域に与えている影響に関する指標の一つとしてソーシャル・キャピタルを取り扱った研究が発表されている (曾根・折本,2007; 行實・中西,2009; 長積ら,2009)。

一方、コミュニティへの帰属意識は、1970年代から1980年代にかけて活発化したコミュニティ研究において取り上げられた概念である。コミュニティについての概念は多岐にわたるが、一般的には、①領域性、②社会的相互作用、③コミュニティ感情を持つ集団、をコミュニティとしてとらえる研究が多くみられる。Maclver (1975) はコミュニティの形成には、コミュニティ意識の形成が重要な条件であると指摘している。コミュニティ形成に関する研究では、コミュニティ意識をその核として取り上げ検討した研究が多くみられる。スポーツ活動を通じたコミュニティ形成の可能性について検討した研究も多く発表されている。それらの結果からは、地域スポーツ活動への参加がコミュニティ意識を高めたり、地域行事への参加を促進したりする可能性

が示唆された (海老原・江橋,1981; 川西ら,1985; 大勝ら,2004)。またコミュニティへの帰属意識と類似した概念と考えられる地域愛着に着目し、プロスポーツ観戦行動との関連を検討した研究もみられる (二宮,2010)。さらに近年では、上述の通り、地域スポーツクラブの活動を通じたコミュニティ形成に資する概念としてソーシャル・キャピタルを導入した研究が行われており、主体的な地域スポーツクラブへの参加がソーシャル・キャピタルを媒介変数としてコミュニティへの帰属意識に影響を与えることが報告されている (長積ら,2009)。

これまでの地域スポーツクラブとコミュニティ形成およびソーシャル・キャピタルに関する研究では「スポーツクラブへの主体的な関与」が前提としてある。ではスポーツクラブに主体的に関与できない者はその恩恵を受けることができないのであろうか。このようなソーシャル・キャピタルの不平等な分配 (坂本,2010) に関して、これまでのスポーツ関連領域におけるソーシャル・キャピタル研究は答えていない。したがって地域住民のスポーツクラブへの主体的な関与ではなく、プロスポーツクラブが行う社会貢献活動とソーシャル・キャピタルとの関係を定量的に検討した研究は報告されていない。

3. 2 仮説の設定

本研究では J リーグ所属クラブのジェフユナイテッド市原・千葉 (以下、ジェフ) が実施している社会貢献活動のひとつである「サッカーおとどけ隊」 (以下、おとどけ隊) に着目した。ジェフのホームページによると、「おとどけ隊」が活動を通して子ども達に伝えようと考えていることは、①サッカーを通してコミュニケーションが取れるようになること (仲間作り)、②サッカーを通して生活に役立つものを身につけていくこと (フェアプレー・スポーツマンシップ)、③サッカーを通して遊ぶことの楽しさを知り、自らの力で学ぶこと (自立を促す) であり、人間教育の趣が強い。こうしたねらいで事業を展開している J クラブは見当たらず、オリジナリティのある社会貢献活動であるといえる。2002年に市原市内の全小学生を対象に開始された活動から10年が経過した。2003年3月にジェフユナイテッド市原はホームタウンエリアを千葉市まで拡大した。それにともないチーム名称をジェフユナイテッド市原・千葉に変更し、「おとどけ隊」の活動範囲も併せて広域化された。現在、「おとどけ隊」の活動対象は市原市内の全小学校および千葉市内の小学校 (希望校のみ) さらに両市の保育園および幼稚園 (希望園のみ) となっている。訪問した保育園、幼稚園および小学校の数は延べ1,200校を超

える。指導対象となった子どもたちの人数は延べ40万人に及ぶ。中山（2011）は、この活動が地域およびジェフの組織内にどのような影響を与えているかについて定性的な方法によって明らかにした。そして、「おとどけ隊」の活動が、ホームタウン地域内においてソーシャル・キャピタルの創発に寄与しているのではないかという考察がなされた。

本研究では、プロスポーツクラブの社会貢献活動とチーム・ロイヤルティやチーム・アイデンティフィケーションに強い正の相関があることを報告した先行研究（Iwasaki & havitz,1998; James,2001; Matsuoka ら,2003; 松村・土肥,2007; 大西・原田,2008; 山口ら,2011）および地域クラブへの参加がソーシャル・キャピタルやコミュニティ意識と正の相関があることを報告した先行研究（海老原・江橋,1981;川西ら,1985;大勝ら,2004;長積ら,2009）の知見と,中山（2011）が報告したジェフによる教育的な効果を主眼とした「おとどけ隊」の活動が、ジェフへのロイヤルティを高め、ソーシャル・キャピタルを創発し、地域意識に影響を与えている可能性を鑑み、以下に3つの仮説を設定した。

仮説1：プロスポーツクラブがおこなう社会貢献活動はチーム・ロイヤルティに影響を及ぼす

仮説2：チーム・ロイヤルティはソーシャル・キャピタルに正の影響を及ぼす

仮説3：ソーシャル・キャピタルはコミュニティへの帰属意識に正の影響を及ぼす

仮説2および3をモデルとして表わしたのが図1である。仮説モデルにおける独立変数と従属変数の設定については、コミュニティへの帰属意識が高い住民ほどジェフへのチーム・ロイヤルティおよびソーシャル・キャピタルが高くなるというモデルを想定することもできる。しかし、本研究では「スポーツとまちづくり」という視点にたち、地域密着を掲げるJリーグクラブの社会貢献活動が地域に与える影響を明らかにすることが主眼であること、さらに坂本（2010）が指摘しているようにソーシャル・キャピタルが地域にもたらす影響、すなわちソーシャル・キャピタルを独立変数に含めた研究視点の必要



図1. 因果仮説モデル

性および長積ら（2009）が総合型地域スポーツクラブを対象に同様のモデルを採用していることなどから本研究においても、このモデルを設定した。もちろん、チーム・ロイヤルティとソーシャル・キャピタルおよびコミュニティへの帰属意識の概念間関係については、さらなる検討が必要であることは言うまでもない。

3. 3 調査の概要

調査方法：市原市教育委員会を通して市原市内の小学校および中学校に調査を依頼した。それに応じた小学校2校と中学校1校において、ホームルームの時間を利用して学級担任が質問票の配布・回収をおこなった。

調査対象：市原市内の小学6年生157名、中学1生206名、中学2年生221名、中学3年生205名であった。質問票の配布数は789部、回収数（率）は636（80.6%）、有効回答数（率）は634部（80.4%）であった。

調査期間：2011年12月13日から22日まで
測定項目：1)「おとどけ隊」への参加経験（2項目）、2) ソーシャル・キャピタル（9項目）、3) チーム・ロイヤルティ（3項目）、4) コミュニティへの帰属意識（9項目）、5) ジェフのホームゲーム観戦経験および観戦意図（3項目）、6) 性別および年齢（2項目）の計28項目であった。以下に詳細を記した。

①「おとどけ隊」への参加経験

「おとどけ隊」が行う授業への参加経験について、「1. はい」、「2. いいえ」、「3. 覚えていない」について、回答を求め、「1. はい」と回答した児童・生徒には参加回数についても回答を求めた。

②ソーシャル・キャピタル

「ソーシャル・キャピタル」とは、個人間のつながり、すなわち社会的ネットワークと、およびそこから生じる互酬性と信頼性の規範（パットナム,2006）とされる。このネットワーク・信頼・規範の3要因をソーシャル・キャピタルの下位概念として個人レベルで測定することを試みた長積ら（2009）の測定項目を採用した。各要因を構成する3項目、計9項目からなる測定項目は、「1. 全くそう思わない」から「5. 全くそう思う」までの5段階評定で測定した。

③チーム・ロイヤルティ

「チーム・ロイヤルティ」は、特定のチームに対する愛着心や忠誠心の程度とされる。本研究ではWakefieldら（1995）が用いた測定尺度を邦訳・一部変更して用いた藤本ら（1996）の測定項目を参考にした。測定項目の3項目は、「私はジェフユナイテッド市原・千葉の熱烈なファンである」、「私はジェフユナイテッド市原・千葉のファンであるこ

とを他人に知らせたい」,「私はチームの好不調に関わらずジェフユナイテッド市原・千葉を応援する」であり,「1. 全くそう思わない」から「5. 全くそう思う」までの5段階評定で測定した。

④コミュニティへの帰属意識

コミュニティへの帰属意識を測定する項目として,長積ら(2009)が作成した項目を採用した。長積ら(2009)は総合型地域スポーツクラブへの参加とソーシャル・キャピタルおよびコミュニティへの帰属意識に関する因果関係モデルにおいて同項目を採用している。本測定尺度はコミュニティへの帰属意識を共属感情・自治・忌避の3つの下位概念で測定している。「1. 全くそう思わない」から「5. 全くそう思う」までの5段階評定で測定した。

⑤ジェフのホームゲーム観戦経験および観戦意図
過去1年間でのジェフのホームゲームの観戦経験について「1. はい」,「2. いいえ」で回答を求め,「1. はい」と回答した児童・生徒には参加回数についても回答を求めた。観戦意図についてはジェフのホームゲームをスタジアムで観戦したいかについて「1. まったくそう思わない」から「5. すごくそう思う」までの5段階評定で回答を求めた。

⑥性別および年齢

性別は「1. 男性」,「2. 女性」を選択してもらい,年齢は調査時点での実数について記入を求めた。
分析方法:調査対象を「おとどけ隊」への参加経験によりグループ化し独立変数とし,チーム・ロイヤルティ,ソーシャル・キャピタル,コミュニティへの帰属意識を従属変数とした平均値の比較および有意差検定をおこなった。さらに,先行研究を参考に諸概念の因果関係について設定した図1の仮説モデルについて,共分散構造分析をおこなった。共分散構造分析では,調査対象全体のみでモデルの検証をおこない,「おとどけ隊」授業への参加経験について「はい」と回答したグループと「いいえ・覚えていない」と回答したグループ間で多母集団同時解析をおこなった。分析に使用した統計パッケージはIBM SPSS Statistics18.0.0およびAmos18.0.0であった。

4. 結果及び考察

4. 1 調査対象の特性

質問票に有効回答であった調査対象は634名であった。性別は,男性326名(51.4%),女性308名(48.6%)であった。年齢は11歳代(7.7%),12歳代(23.5%),13歳代(28.2%),14歳代(22.2%),15歳代(18.4%)であり,平均年齢13.20歳(標準偏差1.20)であった。学年配置は,小学6年生156名(24.6%),中学1年生186名(29.3%),中学2年生152名(24.0%),中学3年生140名(22.1%)

であった。

「おとどけ隊」がおこなう授業を受けたことがありますかという設問に対して,「はい」478名(75.4%),「いいえ」40名(6.3%),「覚えていない」116名(18.3%),授業への平均参加回数は4.33回(標準偏差1.85)であった。過去1年間でのジェフのホームゲーム観戦経験については,「はい」118名(18.6%),「いいえ」516名(81.4%),平均観戦回数3.61回(標準偏差4.18)であった。

表1にチーム・ロイヤルティ測定項目の調査対象全体での平均値と「おとどけ隊」授業参加経験によってグループ化された3群の平均値および一元配置分散分析の結果を示した。「おとどけ隊」授業参加経験に「はい」と回答したグループにおいて3項目すべてで高い値を示し有意であった。この結果から,設定された仮説1は採択されたと言える。

表1. チーム・ロイヤルティ測定項目の平均値と「おとどけ隊」授業参加経験による比較

チーム・ロイヤルティ項目	調査対象全体 (N=634)	おとどけ隊授業参加経験			F値
		はい (n=478)	いいえ (n=40)	覚えていない (n=116)	
1)私はジェフユナイテッド市原・千葉の熱烈なファンである	1.75(1.02)	1.84(1.05)	1.38(0.70)	1.53(0.92)	7.36**
2)私はジェフユナイテッド市原・千葉のファンであることを他人に知らせたい	1.62(0.91)	1.67(0.93)	1.43(0.75)	1.47(0.88)	3.22*
3)私はチームの好不調に関わらずジェフユナイテッドを応援する	2.85(1.33)	2.97(1.32)	2.68(1.19)	2.42(1.33)	8.63***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

表2にソーシャル・キャピタル測定項目の調査対象全体での平均値と「おとどけ隊」授業参加経験によってグループ化された3群の平均値および一元配置分散分析の結果を示した。「おとどけ隊」授業参加経験に「はい」と回答したグループにおいて9項目すべてで高い(逆転項目においては低い)値を示し有意であった。

表2. ソーシャル・キャピタル測定項目の平均値と「おとどけ隊」授業参加経験による比較

ソーシャル・キャピタル項目	調査対象全体 (N=634)	おとどけ隊授業参加経験			F値
		はい (n=478)	いいえ (n=40)	覚えていない (n=116)	
1)いま住んでいる地域の住民を信頼している	3.66(1.02)	3.78(0.98)	3.55(0.85)	3.21(1.09)	16.04***
2)この地域に暮らす人々は,大半が正直な人たちであると思う	3.40(1.02)	3.49(0.99)	3.28(0.93)	3.09(1.11)	7.42**
3)この地域で暮らしていく上で,いつだまされるかわからないので,気が抜けない(逆転項目)	2.74(1.09)	2.68(1.07)	2.75(1.13)	2.97(1.14)	3.13*
4)地域内で困っている人がいたら,手を差し伸べる	3.70(0.98)	3.77(0.95)	3.65(0.95)	3.43(1.04)	5.61**
5)この地域に暮らす上で大切なことは,家族や住民が仲良く,力を合わせて協力することだ	4.08(1.01)	4.15(0.99)	4.03(0.92)	3.84(1.08)	4.55*
6)いくら個人的なことであっても,地域のルールを無視して好き勝手にすることは望ましくない	4.24(0.99)	4.33(0.94)	4.05(0.96)	3.93(1.13)	8.69***
7)いま住む地域の住民とは,困った時に互いに助け合えるような関係が築けている	3.29(1.05)	3.38(1.04)	3.30(1.02)	2.94(1.02)	8.40***
8)いま住む地域での人間関係を大切にしている	3.72(1.03)	3.82(1.01)	3.65(1.03)	3.36(1.07)	9.43***
9)近所づきあいは面倒なので,なるべくかわりを持たないようにしている(逆転項目)	2.21(1.01)	2.10(0.98)	2.63(0.84)	2.51(1.08)	11.74***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

表3にコミュニティへの帰属意識測定項目の調査対象全体での平均値と「おとどけ隊」授業参加経験によってグループ化された3群の平均値および一元配置分散分析の結果を示した。「おとどけ隊」授業参加経験に「はい」と回答したグループにおいて9項目すべてで高い（逆転項目においては低い）値を示し有意であった。

表3. コミュニティへの帰属意識測定項目の平均値と「おとどけ隊」授業参加経験による比較

コミュニティへの帰属意識項目	調査対象全体 (N=634)	おとどけ隊授業参加経験			F値
		はい (n=478)	いいえ (n=40)	覚えていない (n=116)	
1)いま住んでいる地域に対して愛着を感じている	3.62(1.07)	3.75(1.03)	3.48(0.93)	3.15(1.15)	15.95***
2)いま住んでいる地域の住民であることを誇りに感じている	3.38(1.05)	3.51(1.02)	3.38(0.98)	2.89(1.09)	16.95***
3)いま住む地域の悪口を言われたら、自分の悪口を言われたような気分になる	3.13(1.16)	3.21(1.17)	2.95(1.09)	2.84(1.10)	5.53**
4)いま住む地域をよりよくするための活動があるならば、積極的に協力したい	3.31(0.98)	3.40(0.96)	3.18(0.87)	2.98(1.03)	9.23***
5)地域で生じた生活上の問題は、そこに住む住民が協力し合って解決すべきだ	3.67(1.01)	3.74(0.99)	3.65(0.92)	3.41(1.08)	4.85**
6)地域の人々と力を合わせて、地域の育成やまちづくりを進めていきたい	3.44(1.00)	3.55(0.98)	3.33(0.86)	3.02(1.03)	14.14***
7)地域での行事や活動は、熱心な人たちに任せておけばよい(逆転項目)	2.51(0.99)	2.44(0.98)	2.78(0.86)	2.74(1.06)	5.94**
8)地域での活動への誘いは、正直なところ余計なお節介だ(逆転項目)	2.44(1.04)	2.33(1.02)	2.70(0.94)	2.78(1.09)	10.37***
9)地域での行事に参加するのはおっくうに感じる(逆転項目)	2.52(1.04)	2.42(1.03)	2.90(1.11)	2.77(1.02)	8.15***

p<.01 *p<.001

4. 2 変数間の相関分析

表4に仮説モデルを検証するために使用された測定項目間での相関マトリックスを示した(斜線左下は調査対象全体での値を、斜線右上は「おとどけ隊」への参加経験に「はい」と回答した者であり括弧内は「いいえ」と「覚えていない」に回答した者を同グループとして扱った結果である)。各概念を測定する項目間で冗長性の程度を表わす相関.08以上を示した組み合わせは見当たらなかった。

測定尺度の内的整合性を表わす指標のひとつである Cronbach の α 係数はチーム・ロイヤルティ 3項目で.769、ソーシャル・キャピタル 9項目(逆転項目の値を再割り当てした後)で.836(共分散構造分析に投入された 7項目では.872)であった。ソーシャル・キャピタルを構成する下位概念ではそれぞれ、信頼.794、規範.763、ネットワーク.786であった。コミュニティへの帰属意識 9項目(逆転項目の値を再割り当てした後)では.860であった。コミュニティへの帰属意識を構成する下位概念ではそれぞれ、共属感情.785、自治.835、忌避.823であった。

4. 3 仮説モデルの検証

図2に共分散構造分析の結果を示した。調査対象全体でのモデルの適合度は、 $\chi^2=466.27$ $df=144$ ($p=.000$)、GFI=.924、AGFI=.899、CFI=.946、

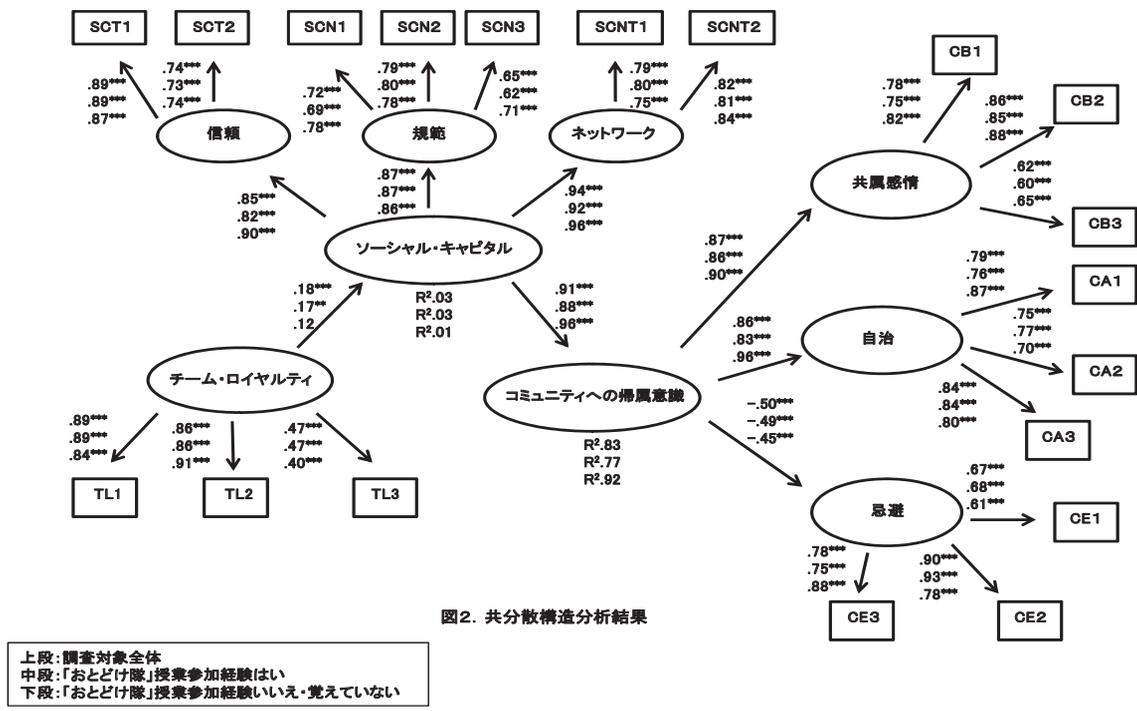
RMSEA=.059であった。 χ^2 値によるモデルの全体的評価は採択されなかったものの、調査対象数の規模を考慮すると、他の適合度指標を参考にした方がよい。その結果は各適合度指標が基準を満たす値であった。図2ではソーシャル・キャピタルを構成する下位概念である信頼およびネットワークの測定項目がふたつになっている。初期の分析モデルでは3つを想定していたが、下位概念から測定項目への影響指数が低かったため、分析から除外した。除外した項目はSCT3とSCNT3であった。他の構成概念から測定項目への影響指数は.40以上であり、有意であった。チーム・ロイヤルティからソーシャル・キャピタルへの因果係数は.18 ($p<.001$)であり、決定係数は.03であった。さらに、ソーシャル・キャピタルからコミュニティへの帰属意識についても.91 ($p<.001$)であり、決定係数は.83であった。

「おとどけ隊」授業への参加経験によりグループ化された多母集団同時解析の結果、モデルの適合度は、 $\chi^2=678.06$ $df=288$ ($p=.000$)、GFI=.898、AGFI=.865、CFI=.933、RMSEA=.046であった。多母集団同時解析では、自由度が大きくなる傾向があり、適合度指標であるGFIやAGFIの値が.90を上回らなくても、他の適合度指標を用いてモデル評価をすれば良い。それに従えば、多母集団同時解析においてもモデルのあてはまりは基準を満たしていると言える。各構成概念から観測変数への影響指数は.47以上であり有意であった。「おとどけ隊」授業参加経験「はい」グループでは、チーム・ロイヤルティからソーシャル・キャピタルへの因果係数は.17 ($p<.01$)であり、決定係数は.03であった。さらに、ソーシャル・キャピタルからコミュニティへの帰属意識についても.88 ($p<.001$)であり、決定係数は.77であった。一方、おとどけ隊」授業参加経験「いいえ・覚えていない」グループでは、チーム・ロイヤルティからソーシャル・キャピタルへの因果係数は.12 (n.s.)であり、決定係数は.01であった。ソーシャル・キャピタルからコミュニティへの帰属意識は.96 ($p<.001$)であり、決定係数は.92であった。そして「おとどけ隊」授業の参加経験について「はい」と回答した、すなわち小学生の時の活動を覚えているグループにおいてチーム・ロイヤルティがソーシャル・キャピタルを媒介して、コミュニティへの帰属意識に影響を与えていると考えることができる。この結果から、本研究で設定された仮説2および仮説3は採択されたとと言える。

表4. 共分散構造分析に投入される測定項目の相関マトリックス

	TL1	TL2	TL3	SCT1	SCT2	SCT3	SCN1	SCN2	SCN3	SCNT1	SCNT2	SCNT3	CB1	CB2	CB3	CA1	CA2	CA3	CE1	CE2	CE3
TL1. 私はジェフユナイテッド市原・千葉の熱烈なファンである		.763*** (.768***)	.417*** (.343***)	.092* (.026)	.119** (-.005)	.056 (.195*)	.079 (-.037)	.031 (-.166*)	-.015 (-.110)	.158** (.098)	.057 (.034)	-.053 (.095)	.071 (.110)	.054 (.165*)	.163*** (.165*)	.230*** (.049)	.015 (-.086)	.098* (.035)	.017 (.014)	-.039 (.106)	.006 (.037)
TL2. 私はジェフユナイテッド市原・千葉のファンであることを他人に知らせたい	.766***		.397*** (.355***)	.073 (.110)	.056 (.086)	.025 (.137)	.134** (-.027)	.051 (-.050)	-.022 (.005)	.135** (.169*)	.069 (.137)	-.028 (.155)	.105* (.073)	.072 (.114)	.162*** (.144)	.219*** (.090)	.023 (-.049)	.103* (.055)	-.003 (-.002)	-.079 (.086)	-.026 (.023)
TL3. 私はチームの好不調に関わらずジェフユナイテッドを応援する	.415***	.396***		.234*** (.284***)	.186*** (.085)	-.010 (.078)	.226*** (.229***)	.189*** (.276***)	.137** (.237**)	.187*** (.245**)	.204*** (.379***)	-.134** (-.174*)	.210*** (.227**)	.183*** (.328***)	.209*** (.202)	.267*** (.243**)	.142** (.233**)	.244*** (.153)	-.141** (-.174*)	-.178*** (-.062)	-.145** (-.138)
SCT1. いま住んでいる地域の住長を信頼している	-.105**	.100*	.271***		.652*** (.640***)	-.121** (-.293***)	.385*** (.502***)	.530*** (.543***)	.335*** (.453***)	.583*** (.655***)	.560*** (.583***)	-.236*** (-.228**)	.488*** (.601***)	.550*** (.611***)	.262*** (.508***)	.361*** (.375***)	.315*** (.375***)	.414*** (.538***)	-.195*** (-.174*)	-.258*** (-.296***)	-.194*** (-.250***)
SCT2. この地域に暮らす人々は、大半が正直な人たちであると思う	.110**	.077	.179***	.658***		-.151** (-.303***)	.297*** (.458***)	.384*** (.374**)	.291*** (.349**)	.489*** (.503**)	.468*** (.549**)	-.220*** (-.111)	.340*** (.496***)	.456*** (.492**)	.280*** (.393**)	.350*** (.482**)	.331*** (.321**)	.334*** (.446**)	-.167*** (-.110)	-.198*** (-.252**)	-.178*** (-.254**)
SCT3. この地域で暮らしていく上で、いつだまされるかわからないので、気が抜けない(逆転項目)	.072	.042	-.002	-.181***	-.203***		-.034 (-.201*)	-.029 (-.145)	-.041 (-.107)	-.073 (-.257***)	-.051 (-.197*)	.183*** (.163*)	-.112* (-.170*)	-.121** (-.146)	-.085 (-.046)	-.107* (-.169*)	-.138** (-.111)	-.129** (.187**)	.187*** (.225**)	.248*** (.247**)	.212***
SCN1. 地域内で困っている人がいたら、手を差し伸べる	.070	.106**	.242***	.430***	.353***	-.089*		.546*** (.613***)	.415*** (.552***)	.436*** (.448***)	.431*** (.590***)	-.206*** (-.242**)	.364*** (.426**)	.363*** (.388**)	.356*** (.419**)	.509*** (.576**)	.432*** (.576**)	.442*** (.443**)	-.232*** (-.275**)	-.269*** (-.290**)	-.264*** (-.347**)
SCN2. この地域に暮らす上で大切なことは、家族や住民が仲良く、力を合わせて協力することだ	.005	.038	.224***	.542***	.391***	-.070	.570***		.497*** (.543**)	.476*** (.463**)	.521*** (.566**)	-.176*** (-.165)	.444*** (.438**)	.461*** (.415**)	.265*** (.373**)	.366*** (.509**)	.449*** (.591**)	.453*** (.503**)	-.282*** (-.260**)	-.287*** (-.309**)	-.250*** (-.314**)
SCN3. いら個人的なことであっても、地域のルールを無視して好き勝手にすることは望ましくない	-.012	.002	.185***	.390***	.324***	-.073	.465***	.518***		.377*** (.371**)	.443*** (.590**)	-.174*** (-.242**)	.326*** (.463**)	.355*** (.473**)	.228*** (.389**)	.302*** (.389**)	.381*** (.431**)	.331*** (.446**)	-.244*** (-.143)	-.291*** (-.234**)	-.261*** (-.367**)
SCNT1. いま住む地域の住民とは、掛った時に互いに助け合えるような関係が築けている	.163***	.154***	.219***	.612***	.503***	-.156***	.449***	.481***	.389***		.643*** (.628**)	-.235*** (-.133)	.343*** (.511**)	.439*** (.520**)	.329*** (.402**)	.448*** (.544**)	.419*** (.444**)	.448*** (.446**)	-.209*** (-.129)	-.279*** (-.179)	-.243*** (-.206**)
SCNT2. いま住む地域での人間関係を大切にしている	.074	.100*	.267***	.580***	.502***	-.103**	.483***	.541***	.497***	.647***		-.267*** (-.283**)	.377*** (.618**)	.459*** (.650**)	.298*** (.514**)	.427*** (.532**)	.465*** (.482**)	.458*** (.486**)	-.213*** (-.210*)	-.266*** (-.202*)	-.243*** (-.361**)
SCNT3. 近所づきあいは面倒なので、なるべくかわりを持たないようにしている(逆転項目)	-.048	-.004	-.170***	-.237***	-.213***	.190**	-.230***	-.190**	-.217***	-.231***	-.292***		-.310*** (-.201*)	-.282*** (-.222*)	-.250*** (-.189)	-.158** (-.201*)	-.220*** (-.307**)	-.203*** (-.089)	.306*** (.298**)	.357*** (.450**)	.333*** (.496**)
CB1. いま住んでいる地域に対して愛着を感じている	.090*	.116**	.240***	.539***	.401***	-.144***	.395***	.453***	.387***	.403***	.460***	-.309***		.642*** (.739**)	.440*** (.459**)	.354*** (.457**)	.385*** (.379**)	.476*** (.536**)	-.265*** (-.075)	-.257*** (-.247**)	-.155*** (-.331**)
CB2.14. いま住んでいる地域の住長であることを誇りに思っている	.094*	.100*	.244***	.585***	.481***	-.142***	.384***	.459***	.408***	.474***	.525***	-.294***	.682***		.492*** (.567**)	.480*** (.362**)	.421*** (.500**)	.525*** (.446**)	-.250*** (-.151)	-.297*** (-.203*)	-.201*** (-.292**)
CB3. いま住む地域の悪口を言われたら、自分の悪口を言われたような気分になる	-.179***	.169***	.223***	.327***	.321***	-.086*	.381***	.301***	.276***	.357***	.363***	-.253***	.458***	.521***		.438*** (.534**)	.385*** (.340**)	.428*** (.500**)	-.294*** (-.151)	-.256*** (-.220*)	-.195*** (-.378**)
CA1. いま住む地域をよりよくなるための活動があるならば、積極的に協力したい	.209***	.201***	.280***	.420***	.400***	-.136**	.500***	.414***	.344***	.484***	.468***	-.195***	.402***	.525***	.472***		.574*** (.626**)	.629*** (.695**)	-.311*** (-.255*)	-.357*** (-.272*)	-.358*** (-.288**)
CA2. 地域で生じた生活上の問題は、そこに住む住民が協力し合って解決すべきだ	.009	.017	.180***	.345***	.335***	-.139***	.478***	.493***	.431***	.434***	.478***	-.258***	.396***	.417***	.382***	.594***		.659*** (.540**)	-.289*** (-.180*)	-.290*** (-.203*)	-.294*** (-.216**)
CA3. 地域の人々と力を合わせて、地域の育成やまちづくりを進めていきたい	.110**	.109**	.246***	.469***	.387***	-.126**	.454***	.476***	.351***	.462***	.482***	-.204***	.512***	.551***	.458***	.657***	.634***		-.354*** (-.219*)	-.296*** (-.238*)	-.302*** (-.219**)
CE1. 地域での行事や活動は、熱心な人たちに任せておけばよい(逆転項目)	.002	-.017	-.129***	-.212***	-.169***	.186***	-.256***	-.287***	-.233***	-.205***	-.229***	.321***	-.236***	-.244***	-.307***	-.312***	-.271***	-.337***		.633*** (.490**)	.487*** (.535**)
CE2. 地域での活動への誘いは、正直なところ余計なお節かた(逆転項目)	-.033	-.057	-.173***	-.295***	-.233***	.253***	-.290***	-.306***	-.295***	-.273***	-.270***	.402***	-.282***	-.301***	-.265***	-.354***	-.281***	-.306***	.605***		.697*** (.686**)
CE3. 地域での行事に参加するのはおっくうに感じる(逆転項目)	-.011	-.030	-.164***	-.234***	-.216***	.232***	-.299***	-.279***	-.280***	-.251***	-.291***	.392***	-.227***	-.249***	-.253***	-.357***	-.286***	-.303***	.510***	.703***	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001



5. まとめ

5.1 結果の要約

本研究では、プロスポーツクラブの社会貢献活動とソーシャル・キャピタル、さらに地域意識との関連について明らかにすることを目的とした。具体的には、ジェフユナイテッド市原・千葉の社会貢献活動のひとつである「サッカーおとどけ隊」を事例とし授業に参加した小・中学生を対象に質問紙調査を実施し概念間の因果関係について、先行研究を基に作成された仮説モデルを検証した。結果として、チーム・ロイヤルティがソーシャル・キャピタルを媒介してコミュニティへの帰属意識に正の影響を及ぼすことが確認された。本研究の結果は、プロスポーツクラブによる社会貢献活動がクラブの観戦者の増加に寄与するという従来の知見に加え、ホームタウンのコミュニティ形成にも寄与していることを定量的に明らかにしたものと見える。

5.2 論議

本研究では、チーム・ロイヤルティがソーシャル・キャピタルを媒介してコミュニティへの帰属意識に正の影響を及ぼすという仮説が採択されたわけだが、チーム・ロイヤルティがソーシャル・キャピタルに与える因果係数は高いものではなかった。この点は、ソーシャル・キャピタルの醸成に影響を与えると仮定される要因との比較の中でチーム・ロイヤルティのソーシャル・キャピタルへの規定力を確認する必要がある。

また、プロスポーツクラブのおこなうどのような内容の社会貢献活動が、ホームタウン内の住民のチーム・ロイヤルティを高めるのかということも看過してはならない重要な点であると思われる。というのも、本研究の調査対象のうち中学生は1年から3年以上前に「おとどけ隊」の授業に参加した生徒であった。その生徒たちが「おとどけ隊」の授業を覚えていたということがチーム・ロイヤルティの高さとなって表れているということは、彼ら・彼女らにとって印象深い活動が行われたということにほかならない。本稿では紙面の関係上記することができなかったが「おとどけ隊」の授業参加経験に「はい」と回答したグループ内で学年ごとの分析をおこなった結果、小学生よりも中学生においてチーム・ロイヤルティからソーシャル・キャピタルへ高く有意な因果係数を示した。この傾向は社会貢献活動の経年的効果を表わす上でも重要である。James (2001) は5歳頃からスポーツチームに対するコミットメントが形成され始めると報告している。「おとどけ隊」の活動は市原市内では小学1年生から6年生までの全学年を対象にした活動であるため、子どもたちが様々な社会生活を営む中で「おとどけ隊」の思い出

とジェフがおこなう様々な活動との相乗効果で「地域社会と一体となったクラブ作り」を標榜するJクラブすなわちジェフへのチーム・ロイヤルティを形成していると考えられることができる。

近年、スポーツを活かした地域活性化やまちづくりに関する社会的な活動が活発化している。具体的には全国レベルまたは地域レベルでのスポーツコミッションの設立があり、さらには観光庁を中心とした行政・産業界・学会が連携しスポーツ・ツーリズムを活性化することを主な活動目的とするスポーツ・ツーリズム推進連携組織（通称JSTA）の設立が予定されている（2012年4月）。これらの流れは、単にスポーツを通じた人々の交流という水準にとどまらず、経済的な成果をも視野に入れた取り組みである。これまでの行政が主導してきたコミュニティ政策におけるスポーツは、明治期以降わが国に導入された「体育」という教育的な枠組みの中でその多くが営まれてきたと思われる。Jリーグの創設は単にサッカーの普及・振興という水準にとどまらず、「体育」的枠組みのスポーツから脱却していこうとする思想的な試みでもあり、さらに企業に依存した実業団スポーツではなく、まさにスポーツ（サッカー）で生計を立てるといった経済的な試みでもあった。そうしたJリーグ各クラブが文字通り生き残っていくためには社会にクラブの存在価値が認知される必要があり、そうなるためには社会貢献活動や地域貢献活動は必須の活動であった。こうした視点からすれば、本研究は、プロスポーツクラブの地域における社会貢献活動の効果について事例的に、そして定量的に明らかにしたという点では評価できるものの、他のJクラブやbjリーグ・野球独立リーグなど地域密着を掲げるプロリーグに仮説モデルが適用可能であるかは検討の余地がある。この点は今後の課題である。

文献

Babiak, K., & Wolfe, R. (2006) More than just a game? Corporate social responsibility and Super Bowl XL. *Sport Marketing Quarterly*, 15 (4), 214-222.

海老原修・江橋慎四郎 (1981) コミュニティ・スポーツの社会的機能について—コミュニティ形成に果たす役割の検討—。レクリエーション研究第8巻, 41-50.

藤本淳也・原田宗彦・松岡宏高 (1996) プロスポーツ観戦回数に影響を及ぼす要因に関する研究—特に、プロ野球のチーム・ロイヤルティに着目して—。大阪体育大学紀要第27巻, 51-62.

- Iwasaki, Y., & Havitz, M.E. (1998) A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30(2), 256-280.
- James, J.D. (2001) The role of cognitive development and socialization in the initial development of team loyalty. *Leisure Sciences*, 23, 233-261.
- Katsioloudes, M.K., Grant, J., & McKechnie, D.S. (2007) Social marketing: Strengthening company-customer bonds. *Journal of Business Strategy*, 28(3), 56-64.
- 川西正志・国友宏渉・鈴木陽一・中島豊雄 (1985) スポーツ参加のコミュニティ・モラル形成機能に関する研究—特に、自治省モデル・コミュニティについて—。レクリエーション研究第14巻, 44-50.
- MacIver, R.M. (中久郎・松本通晴監訳) (1975) コミュニティ。ミネルバ書房, 京都。
- 松橋崇史・金子郁容 (2007) スポーツ組織マネジメントにおける地域コミュニティ戦略—Jクラブの事例研究—。スポーツ産業学研究第17巻2号, 39-55.
- 松村浩貴・土肥隆 (2007) プロスポーツクラブにおける地域活動の効果—学校訪問のアンケート調査から—。体育・スポーツ科学第16巻, 1-7.
- 松永敬子 (2007) スポーツと地域活性化。原田宗彦編著『スポーツ産業論 第4版』, (株)杏林書院, 東京。266-276.
- Matsuoka, H., Chelladurai, P., & Harada, M. (2003) Direct and interaction effects of team identification and satisfaction on intention to attend games. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 244-253.
- Meyer, H. (1999) When the cause is just. *Journal of Business Strategy*, 20(6), 27-31.
- 長積仁・榎本悟・曾根幹子 (2009) 地域スポーツクラブがコミュニティにもたらす影響—プログラムへの参加とソーシャル・キャピタルとの関係性の検討—。生涯スポーツ学研究第6巻2号, 1-11.
- 中山健 (2011) プロスポーツクラブの社会貢献活動に関する研究—ジェフユナイテッド市原・千葉を事例に—。体育経営管理論集3巻, 71-80.
- 二宮浩彰 (2010) プロスポーツ・ファンの地域愛着とスポーツ観戦者行動。スポーツ産業学研究第20巻, 97-107.
- 大勝志津穂・川西正志・守能信次 (2004) スポーツ活動組織の差異とコミュニティ・モラル—総合型地域スポーツクラブ会員と非会員の比較—。生涯スポーツ学研究第2巻1号, 7-13.
- 大西孝之・原田宗彦 (2008) プロスポーツチームが行う地域貢献活動の消費者に与える影響: 大学生のチーム・アイデンティフィケーションと観戦意図の変化に注目して。スポーツ科学研究第5巻, 253-268.
- Putnam, R.D. (柴内康文訳) (2006) 孤独なボウリング—米国コミュニティの崩壊と再生—。柏書房, 東京。
- Roy, D.P., & Graeff, T.R. (2003) Consumer attitudes toward cause-related marketing activities in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 12(3), 163-173.
- 坂本治也 (2010) ソーシャル・キャピタルと活動する市民—新時代日本の市民政治—。発行 有斐閣, 東京。
- Sen, S., & Bhattacharya, C.B. (2001) Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of Marketing Research*, 38, 225-243.
- 曾根幹子・折本浩一 (2007) 地域スポーツクラブと地域づくりに関する研究—総合型地域スポーツクラブの継続・成長の可能性—。広島体育学研究第33巻, 19-31.
- Sutton, W.A., McDonald, M.A., Milne, G.R., & Cimperman, J. (1997) Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6(1), 15-22.
- (社) 日本プロサッカーリーグ (Jリーグ) 公式サイト <http://www.j-league.or.jp/>
- 高橋義雄 (1994) サッカーの社会学。発行 日本放送出版協会, 東京。
- Till, B.D., & Nowak, L.I. (2000) Toward effective use of cause-related marketing alliances. *Journal of Product & Brand Management*, 9(7), 472-484.
- Wakefield, K.L., and Sloan, H. (1995) The effects of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance. *Journal of sport management*, 9, 153-172.
- 山口志郎・石黒哲朗・山口泰雄 (2011) ラグビートップリーグにおけるファンイベントと観戦意図に関する研究: 神戸製鋼コベルコスティーラーズに着目して。スポーツマネジメント研究第3巻1号, 77-93.
- 行實鉄平・中西純司 (2009) 総合型地域スポーツクラブ会員の運営参加とソーシャル・キャピタルの関連性。九州体育・スポーツ学研究第24巻1号, 1-14.

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。