第５章　トップスポーツクラブ・球団ファンの地域愛着

「地域愛着」という概念は、人々の特定の地域に対する感情を評価しようとする際に用いられるものであるが、先行研究では地域活動への参加との相関関係が示唆されている。地域愛着が高い者は当該地域での自発的活動に多く参加している傾向が認められる。したがって、SCと同様に、特定の社会集団の地域社会に対す影響を測る指標となる。ここでは、トップスポーツのファンと非ファンを「地域愛着」という視点から評価する調査を実施し、そのそれぞれの特徴について報告を行っている。

◆ 地域愛着の定義

地域愛着とは「人と場所の感情的なつながり」と定義できる。

◆ 地域愛着の3つの要素

1.選好
個人的な嗜好の観点から当該地域を肯定的に評価する程度を図る尺度
2.感情
嗜好を越えて、当該地域に対して「慣れ親しんだものに深くひかれ、離れがたく感じる」程度を図る尺度
3.持続願望
嗜好や感情といった現状の地域に対する認知的、情緒的な心的関与のみだけでなく地域のあり方そのものに対する願望を図る尺度

※先行研究によれば、地域愛着における「選好」要素は比較的短期に醸成され得る一方で、「感情」や「持続願望」は,「選好」の程度の影響を受けつつ、比較的長い期間をかけて醸成する。

- 萩原剛, 藤井聡「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
- 鈴木 春菜 , 藤井 聡「「地域風土」への移動途上接触が「地域愛着」に及ぼす影響に関する研究」土木学会論文集D 64(2), 179-189, 2008
- 園田美保: 住区への愛着に関する文献研究, Kyushu University Psychological Research, Vol.3, pp187-196, 2002
- 大谷華, 芳賀繁: 地域交通環境の利用が高齢住民の地域感情に及ぼす影響, 立教大学心理学研究, Vol.45, pp.01-09, 2003

◆ 先行研究にみるトップスポーツチーム（クラブ）と地域愛着について

- 二宮（2010）では「プロスポーツ観戦に関与の高いファンほど地域同一性や地域依存性といった地域への愛着が高い」と述べられている。また、大鋸（1998）では「鹿島アントラーズの設立によって『街への愛着が増した』と回答した住民が3分の2を占めた」と報告されている。

- 二宮浩彰「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、Vol.20、No.1、2010、pp.97-107
- 大鋸順「Ｊリーグクラブチームの設置による地域活性化－茨城県鹿島町の事例－」文化経済学, Vol.1, No.2, pp.65-73, 1998.

◆ 地域愛着の調査項目について

- 本調査については、以下の３項目（選考・感情・持続願望）について回答をいただいた。

選好	- 地域は住みやすいと思う - 地域にお気に入りの場所がある - 地域を歩くのは気持ちよい - 地域ではリラックスできる - 地域の土地柄や雰囲気が気に入っている - 地域が好きだ
感情	- 地域は大切だと思う - 地域にずっと住み続けたい - 地域は自分のまちだという感じがする - 地域に自分の居場所がある気がする - 地域に愛着を感じている
持続願望	- 地域にいつまでも変わって欲しくないものがある - 地域になくなってしまうと悲しいものがある

5件法

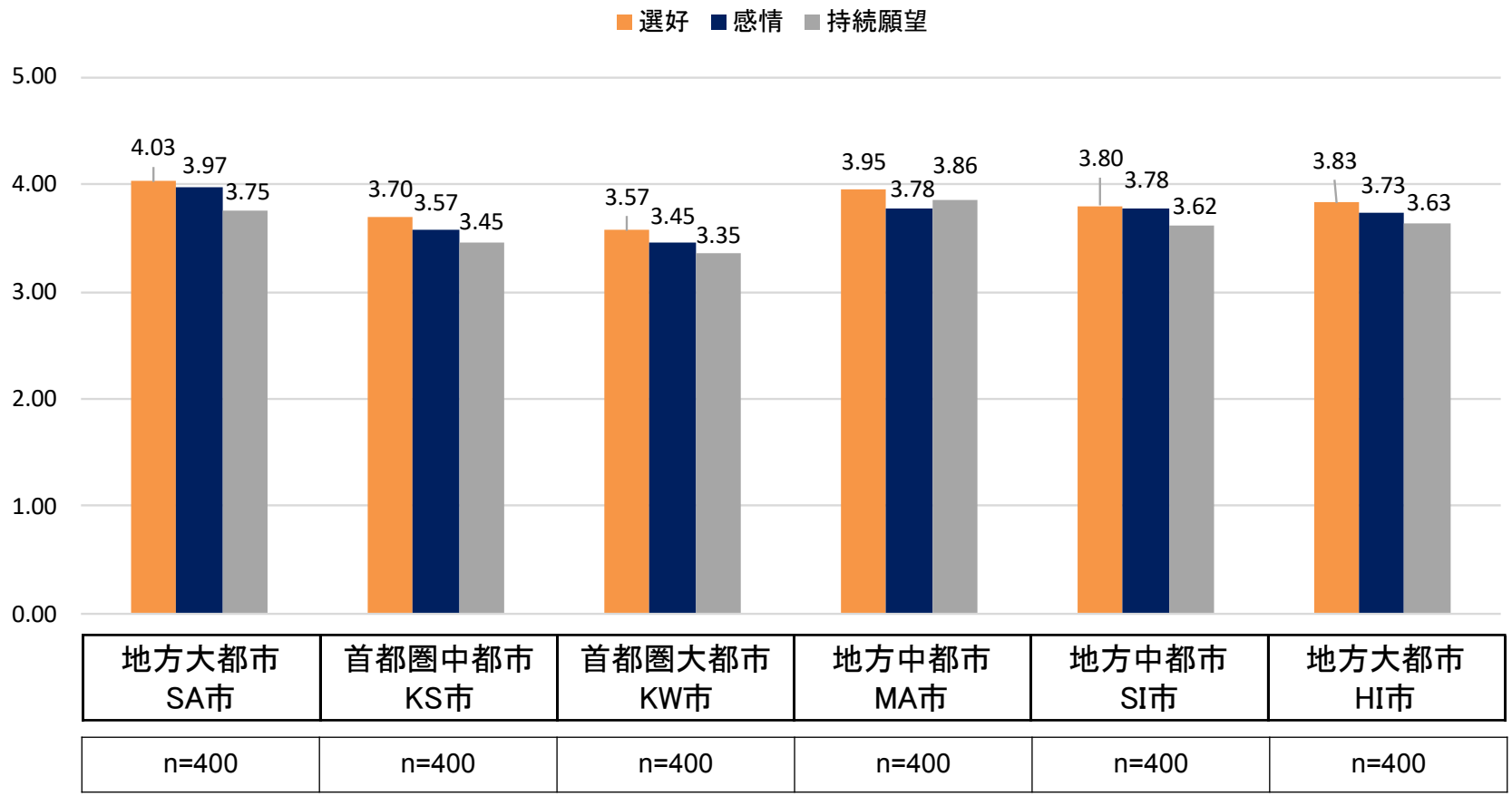
1．とてもそう思う　5点　　2．まぁそう思う　4点　　3．どちらでもない3点
4．あまり思わない　2点　　5．まったく思わない　1点

◆ 統計分析について　以下の手法にて分析を行った
- クロス集計、X2乗分析、調整済み残差分析
- 分散分析
- 多変量解析、強制投入法、ステップワイズ法　など
- 有意水準は$p=0.05$に設定。「有意差がある」は$p<0.05$、「有意差がない」は$p>0.05$
  - ➢ 実際には$p=0.1$の有意水準もチェックして分析を行った。

◆ 統計分析にはSPSS v.25を使用

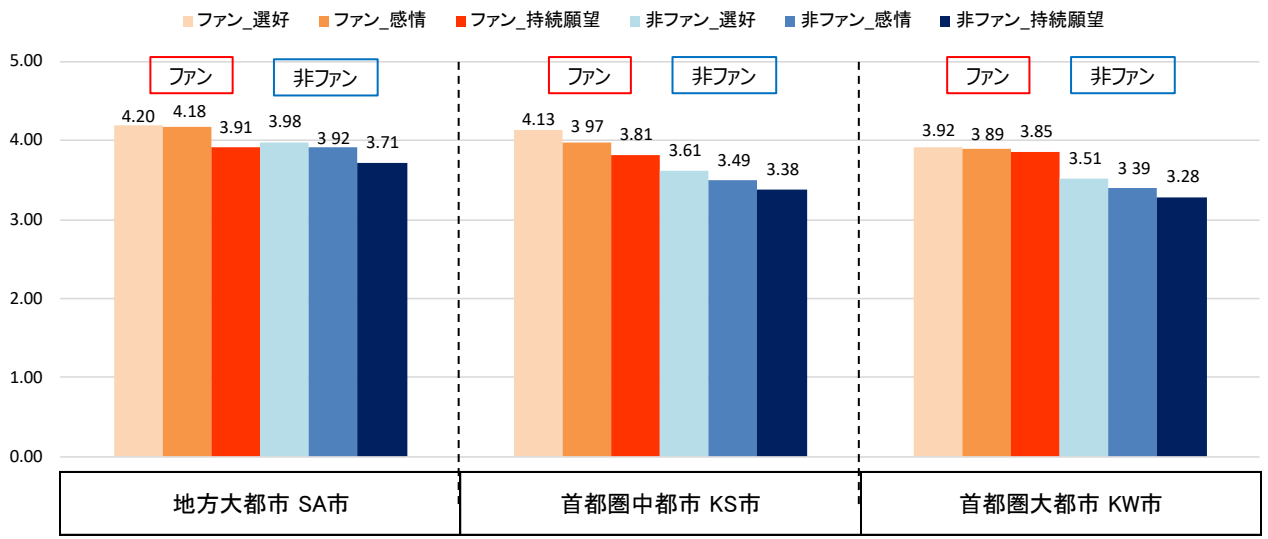
5-1 地域愛着（都市）

- 地域愛着は、都市間で有意な差があり、特に地方都市（地方大都市 SA市、地方中都市 MA市、地方中都市 SI市、地方大都市 HI市）で高く、首都圏（首都圏中都市 KS市、首都圏大都市 KW市）で低い。
- 地方大都市 SA市、地方大都市 HI市はSCは低いが、地域愛着が高い。

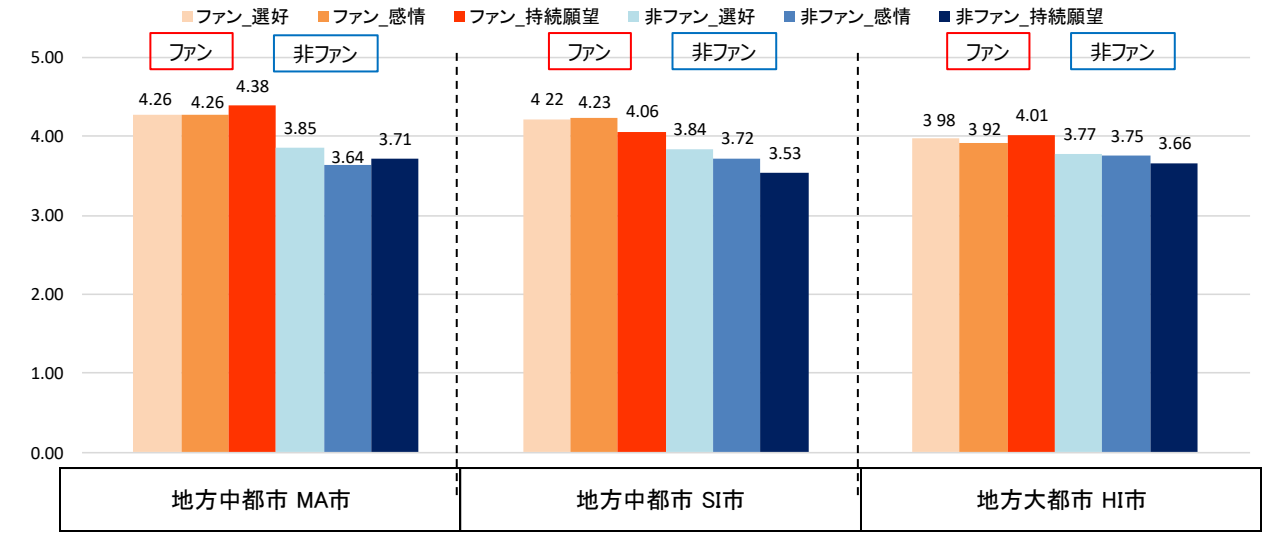


5-2 地元Jクラブファンの地域愛着

- Jクラブのファンと非ファンのSCについて、都市ごとに比較した。
- ほぼすべての都市、すべての要素において、Jクラブファンが非ファンよりも地域愛着が高い。



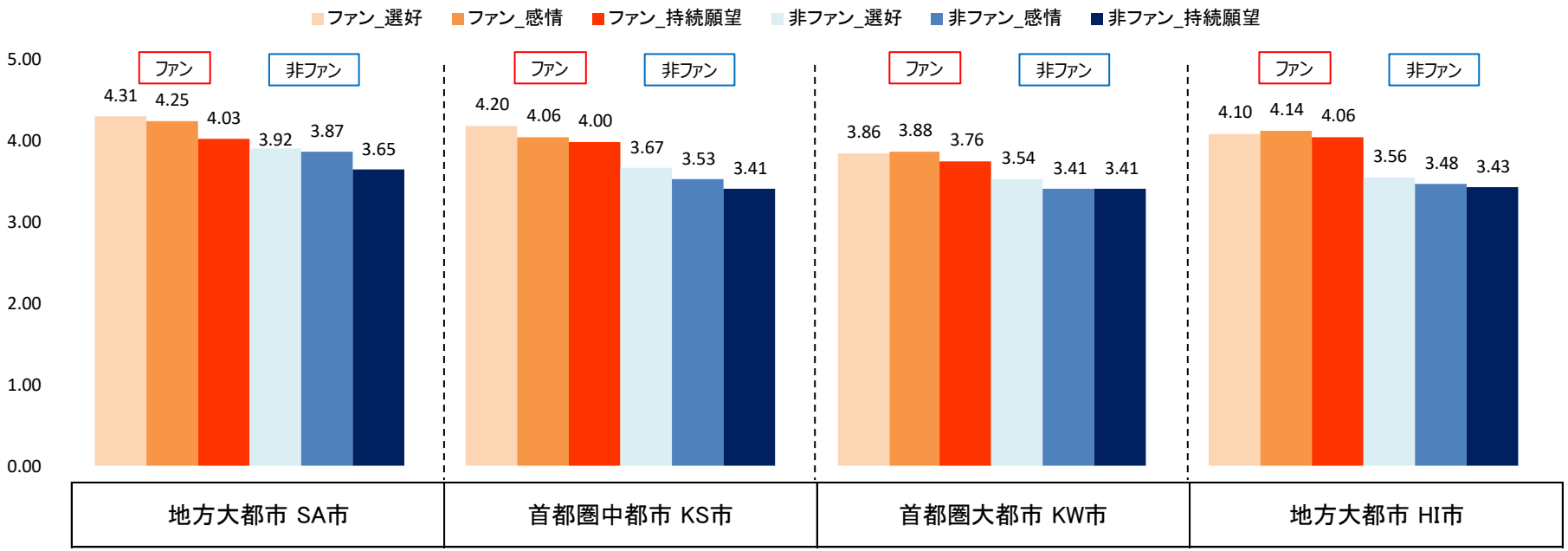
	地方大都市 SA市	首都圏中都市 KS市	首都圏大都市 KW市
ファン	n=75	n=70	n=52
非ファン	n=325	n=330	n=348



	地方大都市 MA市	地方中都市 SI市	地方大都市 HI市
ファン	n=94	n=96	n=71
非ファン	n=306	n=304	n=329

5-3 地元NPB球団ファンの地域愛着

- NPB球団のファンと非ファンのSCについて、都市ごとに比較した。
- ほぼすべての都市、すべての要素において、NPB球団ファンが非ファンよりも地域愛着が高い。



	地方大都市 SA市	首都圏中都市 KS市	首都圏大都市 KW市	地方大都市 HI市
ファン	n=106	n=28	n=33	n=187
非ファン	n=294	n=372	n=367	n=217

◆ 調査都市の地域愛着

- 地域愛着は、都市間で有意な差があり、特に地方都市で高く、首都圏で低い。

◆ トップスポーツクラブファンの地域愛着

- NPB球団、Jクラブファンともに、非ファンよりもファンは、地域愛着が高い。