

2022年2月2日

「トップスポーツ組織の地域振興活動に関する調査」結果を発表

(公財)ヤマハ発動機スポーツ振興財団(YMFS)は、トップスポーツに関する2021年度の調査研究結果をまとめた報告書を、当財団ウェブサイトにて公開しました。本報告では、トップスポーツチームが活動拠点を有する6つの都市を選定し、ファン・サポーターの特徴について調査を実施した結果をまとめております。

URL: <https://www.ymfs.jp/project/culture/survey/016-topsports/>



■ 報告書タイトル 『トップスポーツと地域住民に関する調査』 — 地域におけるトップスポーツクラブ・球団のファンの特徴 —

■ 報告書の概要(全5章で構成)

【第1章】 地域におけるトップスポーツクラブ・球団への関心・関与

AIDMAやAISASといったマーケティングの消費行動モデルに基づき、クラブ・球団に対するファンの関心・関与の程度(関与度)に関する調査結果を報告。

【第2章】 地域におけるトップスポーツクラブ・球団のファンの特徴

ファンの特徴について、「性別」、「年齢」、「ファン・サポーター歴」、「出生地」、「運動習慣」、「部活動経験」といった項目の調査結果を報告。

【第3章】 地域におけるトップスポーツクラブ・球団への社会的評価

地元のトップスポーツクラブ・球団について、ファン・サポーターのクラブ・チームの評価に関する結果を報告。

【第4章】 トップスポーツクラブ・球団ファンのソーシャルキャピタル

トップスポーツクラブ・球団が地域に存する意義を考えるにあたり、ファンと非ファンのソーシャルキャピタルの特徴について調査した結果を報告。

【第5章】 トップスポーツクラブ・球団ファンの地域愛着

トップスポーツクラブ・球団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。

【調査責任者コメント】 岡本純也 (一橋大学大学院 経営管理研究科 准教授)

本報告書は、日本各地の6都市を選定し、NPB球団ファンとJリーグサポーターの(1)チーム(クラブ)への関心・関与、(2)「性別」、「年齢」、「ファン歴」、「運動経験」、「部活動経験」などの特徴、(3)チーム(クラブ)の地域貢献に対する評価、(4)ソーシャルキャピタル、(5)地域愛着について調査した結果をまとめたものである。

本調査は「非ファン」も含めた各都市の住民を対象としているため、ファン/非ファンの比較によってその都市ごとのファン・サポーターの特徴を浮かび上がらせる結果が得られている。また、いずれの地域のファンもソーシャルキャピタル(人々の周囲の者への信頼の程度や社会参加の度合いを測る指標)が高く、地域愛着(地域に対する愛着感情の指標)も高いという結果が示された。地域のスポーツチーム(クラブ)は、自発的な地域活動に参加している、また、地域に貢献したいという希望をもつファン・サポーターに取り囲まれているともいえる。

本調査の結果が、日本各地におけるスポーツを通じた地域振興施策の策定やスポーツ組織の地域連携活動の施策立案などに貢献するものとなれば幸いである。

この件に関するお問い合わせは、下記までご連絡ください。(担当:大庭)

www.ymfs.jp

【参考資料】 調査結果の概要

- 1) NPB球団のホームスタジアム所在都市(市)ではNPB球団へ高い関心・関与を示すファンが多い。地方都市に目をむけると、Jクラブに対する関心・関与は、高くなっている。(第1章参照)
- 2) JクラブとNPB球団の両方のフランチャイズが所在する都市(市)では、両クラブ・球団のファンは多くの割合で重複している。(第2章参照)
- 3) Jクラブ・NPB球団のファン・サポーター歴(対象者の平均値)は、クラブの設立もしくはフランチャイズ移転後の年数に概ね関連している。(第2章参照)
- 4) Jクラブ、NPB球団いずれのファンも、「男性の比率が高い」、「当該都市が出生地である者の比率が高い」、「運動習慣がある者の比率が高い」、「中学・高校での運動部経験率が高い」といった特徴がある。(第2章参照)
- 5) Jクラブ、NPB球団いずれのファンも、各クラブ・球団の社会的貢献や役割を高く評価している。(第3章参照)
- 6) Jクラブ、NPB球団のファンは非ファンに比べてソーシャルキャピタルが高い。(第4章参照)
- 7) Jクラブ、NPB球団のファンは非ファンに比べて地域愛着が高い。(第5章参照)