

スタジアム来場者における

チーム・アイデンティティ構築に影響する要因

～ジェフユナイテッド市原・千葉レディースに着目して～

スポーツマーケティングゼミナール 1316009 植松 里美

1. 研究動機・研究目的

近年、メガスポーツイベントの自国開催によって、国民のスポーツへの興味関心の高まりについての報道が多くみられる。2019年に開催されたラグビーワールドカップでは、日本におけるスタジアムレコードをたたき出すまでの観戦者集客力を発揮し注目を集めたこともあり、今後の期待が高まっている。しかし、このように一時的に高まった人気をどのように継続させていくかという課題に各リーグやクラブチームが頭を抱えている。観戦者の集客力が高いプロリーグにJリーグやBリーグがある。これらのリーグの特徴の一つに地域密着型戦略でのチームづくりで、住民だけでなくホームタウン内の自治体やスポンサーなどと良好な関係を築いていることが挙げられる。そのため、チームへの愛着を示すチーム・アイデンティティの構築過程を明らかにすることが重要で、ファンによる総合的なチーム評価の視点を考慮する必要がある。この評価指標として、応用可能なものの1つにレピュテーション（評判）が挙げられる。また、レピュテーションを高めることに影響を与える（富山, 2018）センス・オブ・コミュニティは、コミュニティ心理学の領域において地域住民のコミュニティへの態度指標として多く用いられている。

そこで本研究では、なでしこリーグ1部に所属するチームにおける、観戦者のチーム・アイデンティティ（以下、TI）の構築と、チーム・レピュテーション（以下、TR）およびセンス・オブ・コミュニティ（以下、SoC）の関係を明らかにすることを目的とした。

2. 研究方法

2019年10月23日、11月2日に一般社団法人日本女子サッカーリーグ（なでしこリーグ）1部に所属する「ジェフユナイテッド市原・千葉レディース」のホームゲーム観戦者を対象に、質問紙を用いた直接配布・直接回収の自記式質問紙調査を実施した。調査項目は、TIに関する尺度（Ross et al., 2008）、TRに関する尺度（Fombrun et al., 1999）、SoCに関する尺度（Prezza et al., 2009）、などを網羅した。調査は、スタジアムの開門から試合開始までの1時間半、ハーフタイムの15分間、試合終了から30分間（回収のみ）実施した。総配布数287部のうち、有効回答数は246部であった。TIの総和を従属変数とし、TRおよびSoCとの間で重回帰分析を行った。また、居住年数をカテゴリー化し、カテゴリー期ごとに、TIとTRおよびSoCの関連を明らかにするために重回帰分析を行った。全ての統計分析はIBM SPSS Statistics 20を用いて分析を行った。

3. 主な結果と考察

仮説の検証により表1の結果を見ると、TIとTRとの間には統計的な有意差は認められなかった。そのため、チームに対する評価であるTRは、チームへの愛着ともいえるTIの構築に直接的な影響を持たないことが明らかになった。一方で、表2と表3の結果から、地域との繋がりを意味するSoCの中でも、自身が地域の一員であるという「メンバーシップ因子」には有意差が認められ、TIの構築に影響を及ぼすことが推察される。

居住年数を10年未満、10～20年未満、20～30年未満、30～40年未満、40年以上の5つにカテゴリー化しケースごとに分析した結果、20年未満のグループは、SoCとTIの間に有意な関係は認められなかった。一方、20～40年未満のグループでは「社会的風土と結束因子」と「メンバーシップ因子」、40年以上のグループは上記の2因子に加え「欲求充足因子」の計3因子において有意な関係が認められた。これらの結果から、居住年数が長いカテゴリーの観戦者ではSoCが醸成された結果、チームへの評価やチームへの愛着へプラスの影響が働いていることが推察される。

表1 チーム・レピュテーション→チーム・アイデンティティ 重回帰分析結果	表2 センス・オブ・コミュニティ→チーム・アイデンティティ 重回帰分析結果	表3 センス・オブ・コミュニティ→チーム・レピュテーション 重回帰分析結果			
β	β	β			
情緒的アピール	0.141	メンバーシップ	*0.351	メンバーシップ	0.111
製品とサービス	0.005	影響の共有	0.009	影響の共有	-0.005
ビジョンとリーダーシップ	0.097	必要なときの手助け	0.006	必要なときの手助け	0.025
労働環境	0.139	社会風土と結束	0.092	社会風土と結束	*0.237
社会・環境の責任	0.009	欲求充足	-0.014	欲求充足	-0.077
フィナンシャルパフォーマンス	0.107				

*: p<.05, **: p<.01, ***: p<.001

4. 結論

本研究の結果から、TI（チーム・アイデンティティ）の構築にTR（チーム・レピュテーション）は直接的な影響がなく、観戦者自身と地域との繋がりを実感していること、SoC（センス・オブ・コミュニティ）が影響を及ぼすことが明らかとなった。さらに、居住年数の長さが地域やチームへの愛着、評価に差を生む可能性が示唆された。

5. 卒業論文の執筆を終えて

本研究を作成する中で指導教員である工藤康宏准教授には、執筆の際の軌道修正や度重なる添削、温かい丁寧なご指導をいただいたおかげで無事、完成することができました。

また、文章表現やデータの読み取りに関しては同研究室の大学院生が面倒を見てくださり、大変感謝しております。さらに調査において、当日会場でのアナウンス誘導等、ジェフユナイテッド株式会社レディース運営部、マネージャー兼コーチである小林美由紀様をはじめとするジェフユナイテッド市原・千葉レディース関係者の皆様、調査員の方々、回答してくださった皆様に、この場をお借りして感謝申し上げます。

ここで、論文が完成したことの報告とご協力いただいた全ての方々に改めて感謝申し上げます。