

氏名（本籍）	富山 浩三（大阪府）
学位の種類	博士（スポーツ科学）
学位記番号	乙 第 2 号
学位授与日	平成 30（2018）年 2 月 15 日
学位授与の要件	大阪体育大学大学院学位規程第 4 条第 2 項該当
論文題目	スポーツがもたらす社会的インパクトがスポーツチーム・クラブマネジメントに与える影響 —地域愛着の視点から—
審査委員	主査 教授 荒木 雅信 副査 教授 土屋 裕睦 教授 原田 宗彦（早稲田大学）

論文内容の要旨

近年、地域活性化や地方創生のツールとしてスポーツが注目を集めている。Jリーグクラブのマネジメントにおいては、地域社会と一体となったクラブづくりを進めているし、2017年に策定された第二期スポーツ基本計画においてはスポーツで「人生」が変わる、「社会を変える」などといった社会変革が志向されるなど、スポーツによる社会的インパクトへの関心が高まりを見せている。しかしながら、1)なぜ社会的インパクトがもたらされるのか、2)どのように組織やイベントに対するベネフィットがもたらされるのかについては十分明らかにされておらず、それらの解明が必要である。

本研究の目的は、スポーツチーム・クラブがもたらす社会的インパクトについて、どのような社会的インパクトがもたらされるのか、そこでもたらされる社会的インパクトはどのような要因との関わりを持っているのかについて明らかにする事を目的とする。

スポーツチームによって社会的インパクトがもたらされる理論的な背景として、本研究では社会的アイデンティティ理論を採用した。プロスポーツチームは地域コミュニティのシンボルであり、地域住民は内集団としての地元チームへの愛着を深めていくことが考えられる。Jリーグに代表されるプロスポーツチームは地域住民の地域への愛着を活用することでチームへの愛着を高めようとする経営戦略を展開

している。また人々は成功している他者との関係づけを深めようとする傾向にあることから(BIRGing)、評価の高いチームへの関わりを深めようとする傾向にあると考えられる。従ってファンのチームアイデンティティの構築には地域への態度とチームに対する評判が関わっていることが考えられる。

一方、我が国では総合型地域スポーツクラブ設立・育成政策が展開されており、その評価指標としてクラブがもたらす社会的インパクトに注目が集まっている。本研究では、クラブへのコミットメントそしてソーシャルキャピタルに注目した。クラブでの活動にコミットすることで地域資源との関わりが深まり、地域への愛着が深まることが考えられる。加えて、先行研究においてクラブでの活動が参加者のソーシャルキャピタルを高める事が明らかにされており、ソーシャルキャピタルが地域への愛着を高める事が考えられる。

これらの仮説を明らかにするために、3つの研究を実施した。まず、研究1においてチームと住民意識の基礎的な関係を明らかにするために、住民の地域コミュニティに対する肯定的な感情が、地域のスポーツチームに対する態度に影響を及ぼすのかについて明らかにした。アメリカの大学野球チームの観戦者を対象としたデータを用いて、サイコロジカルホーム（自己のアイデンティティが特別な土地と結びついているといった感覚）とチームアイデンティティ（チームへの自己同一化）との関係について多重指標モデルを用いて明らかにした結果、サイコロジカルホームがチームアイデンティティに正の影響を与えていることが示された。

次に、研究2ではプロスポーツチームのファンが地域に対して抱く肯定的な感情およびチームの活動によってチームに対して生じるチームへの評判（レピュテーション）と、チームアイデンティティとの関係について、Jリーグに所属するサッカークラブ観戦者のデータを用いて分析を行った。その結果、センスオブコミュニティは直接チームアイデンティティを高めないのであるに対して、チームレピュテーションは有意にチームアイデンティティに影響を及ぼすことが示された。またセンスオブコミュニティがチームレピュテーションに対して正の影響を与えていることから、地域への愛着がホームチームを高く評価する傾向を生み出していることが示唆される結果となった。

そして研究3では、地域スポーツクラブ会員のクラブでの活動へのコミットメントとソーシャルキャピタルが地域コミュニティへの愛着に及ぼす影響について分析を行った。その結果、スポーツクラブへのコミットメントは直接地域への愛着に対して影響を与えないのであるに対して、クラブでの活動に対するコミットメントが地域コミュニティでのソーシャルキャピタルを有意に高める事が明らかになった。そしてソーシャルキャピタルは有意に地域への愛着を高める事から、クラブへのコミットメントは直接地域への愛着につながるのではなく、ソーシャルキャピタルを介して地域への愛着を高める事が明らかとなった。

これらの結果をまとめると、スポーツチームやスポーツクラブによってもたらされる社会的インパクトの一つである「地域コミュニティへの態度」は、チームやクラブの活動の効果を住民が実感し、評価することと関わっている事が明らかになった。チームマネジメントにおいては、地域コミュニティのシンボルとしての位置づけを確立し、地域住民からのレピュテーションを高めるための貢献活動を積極的に行う事が求められる。またスポーツクラブマネジメントにおいてクラブが地域コミュニティへの愛着をもたらすためには、ソーシャルキャピタルといった会員同士の関わりづくりが求められる。

審査結果の要旨

(論文審査)

近年の地域活性化や地方創生のツールとしてスポーツクラブ作りの推進や、第二期スポーツ基本計画(20017)におけるスポーツによる社会変革への志向など、スポーツによる社会的インパクトへの関心が高まりを見せている。しかし、1) 何故、社会的インパクトがもたらされるのか、2) どのように組織やイベントに対するベネフィットがもたらされるのかについては十分に明らかにされていない。

本研究では、スポーツチーム・クラブがもたらす社会的インパクトについて、(1) どのような社会的インパクトがもたらされるのか、(2) そこでもたらされる社会的インパクトはどのような要因との関わりを持つのかについて検討した。

スポーツチームによって社会的インパクトがもたらされる理論的な背景として、社会的アイデンティティ理論を用いて、①ファンのチームアイデンティティの構築には地域への態度とチームに対する評判が関わっている。クラブへのコミットメントそしてソーシャルキャピタルに注目し、②クラブでの活動にコミットすることで地域資源との関わりが深まり、地域への愛着が深まる、加えて、③ソーシャルキャピタルが地域への愛着を高めるという仮説を立てた。

これらの仮説を検証するために、チームと住民意識の関係について、(1)住民の地域コミュニティに対する肯定的な感情が地域のスポーツチームに対する態度に与える影響を、(2)プロスポーツチームのファンが地域に対して抱く肯定的な感情、およびチームの活動によってチームに対して生じるチームへの評判(レピュテーション)とチームアイデンティティとの関係を、(3)スポーツクラブ会員のクラブでの活動へのコミットメントとソーシャルキャピタルが地域コミュニティへの愛着に及ぼす影響の、それぞれについて測定・分析を行った。

その結果、スポーツクラブへのコミットメントは直接地域への愛着に対して影響を与えないのに対して、クラブでの活動に対するコミットメントが地域コミュニティでのソーシャルキャピタルを有意に高める事が明らかになった。そしてソーシャルキャピタルは有意に地域への愛着を高める事から、クラブへのコミットメントは直接地域への愛着につながるのではなく、ソーシャルキャピタルを介して地域への愛着を高める事が確認された。

論文審査の結果、論文を構成する3つの研究の整合性について、および「社会的インパクトモデル」と考察の繋がりについて指摘を受け、的確に答えた上で論述の加筆を行った。研究において①スポーツチームやスポーツクラブによってもたらされる社会的インパクトの一つである「地域コミュニティへの態度」は、チームやクラブの活動の効果を住民が実感し評価することに関わっている点が、②チームマネジメントは、地域コミュニティのシンボルとしての位置づけを確立し、地域住民からのレピュテーションを高めるための貢献活動を積極的に行う事が求められる点が、③スポーツクラブマネジメントでは、クラブが地域コミュニティへの愛着をもたらすために、ソーシャルキャピタルといった会員同士の関わりづくりが求められる点が明らかになったことを評価した。そこで、提出された論文は、博士論文の水準を満たしていると判定された。

(学力試験)

提出された論文および関連する事項についての口頭試問を行った結果、当該の研究およびその関連領域の専門的知識および研究能力を十分に有し、博士の学位を授与する基準を満たしていると判断され、合格とした。