

## 地域密着型のプロスポーツとソーシャル・キャピタルに 関する調査研究

高橋 豪 仁 奈良教育大学保健体育講座 (体育学)  
橋本 純 一 信州大学  
橋本 政 晴 信州大学

### Community-Based Professional Sport and Social Capital

TAKAHASHI Hidesato

*(Department of Health and Sports Science, Nara University of Education)*

HASHIMOTO Junichi

*(Shinshu University)*

HASHIMOTO Masaharu

*(Shinshu University)*

#### Abstract

“Sport deepens the bonds of local inhabitants, produces a local sense of unity, and contributes to the formation of social capital,” that is written down in Sports Nation Strategy devised in Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology in 2010. Some preceding studies about sport and social capital argue that sports spectating may cause social capital. The purpose of this paper is to clarify the relevancy of the frequency of stadium attendance and the membership of supporters' club to social capital, and to compare the social capital of spectators of a club in the Japan Professional Football League (J League) with that of a club in the Japan Football League (JFL), and clarify the difference.

The survey is composed of 9 items as components of social capital regarding networks, reciprocity norms (community activities) and trust. The quantitative data was collected through questionnaires distributed to 334 people (326 effective answers) who were at the home game of Matsumoto Yamaga FC which was one of the clubs in the Japan Professional Football League (J League). In order to compare the J League club, the another data was collected through questionnaires distributed to 288 people (269 effective answers) who were at the home game of Nara Club which belonged to Japan Football League (JFL). As a result, the frequency of stadium attendance had no relevancy to all the 9 items of social capital. The spectators who belonged to the supporters' club scored the higher marks of community activities in social capital than the spectators who didn't belong to it. The spectators of Matsumoto Yamaga FC had the higher score about the interaction with neighbors in social capital than those of Nara Club.

キーワード：プロスポーツ，ソーシャル・キャピタル，  
観戦者

**Key Words: professional sport, social capital, spectator**

#### 1. はじめに

文部科学省において策定された第2期「スポーツ基本

計画」(2017年3月)には、(1) スポーツで「人生」が変わる、(2) スポーツで「社会」を変える、(3) スポーツで「世界」とつながる、(4) スポーツで「未来」を創

る、という4つの基本方針が示されている。2番目の「スポーツで社会を変える」では、スポーツによって社会の課題解決に貢献し、前向きで活力に満ちた日本を創ることが謳われている。スポーツを通じて人々が繋がり、スポーツの価値を共有することによって、人々の意識や行動が変わり、これが大きな力となって社会の課題解決に繋がると記されている。そして、今後取り組む施策の1つに、「スポーツを通じた活力があり絆の強い社会の実現」があげられている。ここでは、スポーツを通じた地域活性化が期待され、住民の地域スポーツイベントへの参加・運営・支援や地元スポーツチームの観戦・応援などにより、スポーツによる地域一体感の醸成と非常時にも支え合える地域コミュニティの維持・再生が目指されている。

こうした地域社会の活性化や地域コミュニティの再生において注目されているコンセプトにソーシャル・キャピタルがある。ソーシャル・キャピタルは、人やグループ間の信頼、規範、ネットワークといったソフトな社会的資本であり、人間関係の豊かさを社会の資本としてとらえるものであり、「社会関係資本」と訳される(空閑, 2010)。人々の協調的行動を活発化することによって、社会の効率性を高めることができるとされている(パットナム, 2001: 206-207)。

2010年に文部科学省において策定された「スポーツ立国戦略-スポーツコミュニティ・ニッポン」には「スポーツは、地域住民の結びつきを強め、地域の一体感を生み、ソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の形成に大きく貢献するものである。」と記されている。スポーツとソーシャル・キャピタルに関する先行研究では、総合型地域スポーツクラブや地域のクラブに関するものとして、中西(2005)、長積ら(2009)、稲葉ら(2014)、飯田ら(2015)がある。これらは自主的・自立的なスポーツクラブによる「する」スポーツであるが、一方でBリーグやJリーグのように地域に根ざした事業展開が求められているプロチームの活動による地域活性化を検討する上で、ソーシャル・キャピタルに着目して行われた研究がいくつかある。舟木ら(2013)は、bjリーグの新規参入チームであった千葉ジェッツホームゲーム観戦者に対して質問紙調査を実施し、観戦者のソーシャル・キャピタルが高い程、地域で活動するプロチームに興味や関心を持っているとしている。有吉ら(2013)は、スポーツ観戦がソーシャル・キャピタル形成を促進するという仮説のもと、同志社大学経済学部主催の公開シンポジウム参加者を対象にして、サッカー観戦頻度とスポーツ経験価値との関係について検討している。金(2011)はJリーグのヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者を対象に、ソーシャル・キャピタル(社会的信頼、互酬性の規範、ネットワーク)を測定するアンケート調査を実施し、

2007年に測定された全国調査と比較し、ヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者が全国調査の値より高かったことを示している。そして、金はヴァンフォーレ甲府のホームゲーム観戦者は全国の一般人に比べてソーシャル・キャピタルが醸成されており、地域で活動しているプロスポーツクラブは、社会の公共財として、新しい公共を担う存在となる可能性があることを示唆した。

こうした先行研究から、地域に根ざしたプロスポーツは、ソーシャル・キャピタルの醸成と関連があることが分かる。ただ、同じスタジアムで観戦している人においてもそのソーシャル・キャピタルは一様ではないだろうし、スタジアムによってもその観戦者のソーシャル・キャピタルは異なるのではないだろうか。そこで、本研究では、観戦者の中でも、観戦回数が多いという特徴を持つヘビーユーザーとそうでない観戦者とでソーシャル・キャピタルに違いがあるのか、コアなファンである後援会やサポーターグループへの加入している観戦者とそうでない観戦者とでソーシャル・キャピタルに違いがあるのか、また、Jリーグの中でも地域活性化に貢献していると評価されているクラブの観戦者のソーシャル・キャピタルと、Jリーグ入りを目指しているクラブの観戦者のそれとに違いがあるのかを明らかにすることを目的とする。

なお、調査対象は、スポーツ庁(2017)においてスポーツによる地域・経済の活性化の事例として取りあげられた松本山雅FCのホームゲーム観戦者とする。また、この観戦者と比較するJFLのクラブは、2015年シーズンからJFLに入り、Jリーグ入りを目指している奈良クラブとする。

## 2. 調査の概要

### 2.1. 調査内容

ソーシャル・キャピタルについての調査項目は、パットナム(2001)によると「信頼」「ネットワーク」「互酬性の規範」が主要要素となるが、これに準じた内閣府(2003)のものを参考にして、下記の項目を設定した<sup>(1)</sup>。なお社会的な交流の項目において、本研究はスポーツ観戦者に対する質問紙調査なのでスポーツ以外の趣味・娯楽活動への参加状況とした。

#### (1) 信頼

- ①あなたは、一般的に、人は信頼できると思いますか。
- ②あなたは、「見知らぬ土地」や「旅先」で出会う人に対して信頼できると思いますか。

#### (2) つき合い・交流(ネットワーク)

〈近隣でのつき合い〉

- ③あなたは、ご近所の方と、どのようなおつきあいをされていますか。
- ④あなたがご近所でつき合っている人の数はどのくら

いですか。

〈社会的な交流〉

- ⑤友人・知人との、学校・職場以外での、つきあいについて、あなたは普段どの程度の頻度でつきあいをされていますか。
- ⑥親戚・親類とのつきあいについて、あなたは普段どの程度の頻度でつきあいをされていますか。
- ⑦あなたが現在、スポーツ以外の趣味、娯楽活動に参加される頻度はどの程度ですか。
- (3) 社会参加（互酬性の規範）
- ⑧あなたが現在、ボランティア、NPO、市民活動（高齢者・障害者福祉、子育て、防犯・防災等）をされる頻度はどの程度ですか。
- ⑨あなたが現在、地縁的な活動（自治会・婦人会・老人会・青年団・子ども会等）に参加される頻度はどの程度ですか。

ソーシャル・キャピタルの項目以外には、基本属性（性別・年齢・職業・居住地域）、観戦回数、および松本山雅FCのホームゲーム観戦者に対しては、クラブ公式の後援会や、サポーターグループへの所属の有無についても尋ねた。なお、観戦回数は、その年のリーグ戦において、ホームスタジアムに会場した回数を回答してもらった。

## 2.2. 松本山雅FCのホームゲーム観戦者を対象とした質問紙調査

2018年10月21日（日）、アルウィンスタジアム（長野県松本市）において、松本山雅FC（ホーム）対 FC岐阜（アウェイ）のゲームの観戦者に対して質問紙調査を実施した。調査対象は松本山雅FCのホームゲーム観戦者である中学生以上の男女とし、調査票を334票配布し326票の有効回答を得た。有効回答率は97.6%であった。試合開始前に調査員12名がそれぞれの割り当てられたブロックにおいて調査票を配布し、その場で回収した。

表1-1 松本山雅FCのホームゲーム観戦者の基本的属性等

	f	%
性別		
男性	187	55.4
女性	139	42.8
合計	326	100.0
年齢		
10歳代	25	7.7
20歳代	37	11.3
30歳代	37	11.3
40歳代	75	23.0
50歳代	85	26.1
60歳以上	64	19.1
無回答	64	0.9
合計	326	100.0

居住地域		
長野県	305	93.6
その他	19	5.8
無回答	2	0.6
合計	326	100.0
職業		
会社員	165	50.6
主婦	28	8.6
自営業・自由業	22	6.7
公務員	31	9.5
フリーター	9	2.8
無職	19	5.8
学生	28	8.6
その他	21	6.4
無回答	3	0.9
合計	326	100.0

## 2.3. 奈良クラブのホームゲーム観戦者を対象とした質問紙調査

表1-2 奈良クラブのホームゲーム観戦者の基本的属性等

	f	%
性別		
男性	149	55.4
女性	115	42.8
無回答	5	1.9
合計	269	100.0
年齢		
10歳代	10	3.7
20歳代	38	14.1
30歳代	58	21.5
40歳代	71	26.4
50歳代	53	19.7
60歳以上	20	7.4
無回答	19	7.1
合計	269	100.0
居住地域		
奈良県	183	68.0
大阪府	45	16.7
京都府	13	4.8
その他	15	5.6
無回答	13	4.8
合計	269	100.0
職業		
会社員	128	47.6
主婦	47	17.5
自営業・自由業	12	4.5
公務員	23	8.6
フリーター	7	2.6
無職	8	3.0
学生	15	5.6
その他	14	5.2
無回答	15	5.6
合計	269	100.0

2017年11月5日（日）、ならでんスタジアム（奈良県奈良市）において、奈良クラブ（ホーム）対 FC大阪（アウェイ）のゲームの観戦者に対して質問紙調査を実

施した。調査対象は奈良クラブのホームゲーム観戦者である中学生以上の男女とし、調査票を288票配布し269票の有効回答を得た。有効回答率は93.4%であった。試合開始前から調査員8名がそれぞれの割り当てられたブロックにおいて調査票を配布し、ハーフタイム時、試合終了時にそれぞれ回収した。

### 3. 質問紙調査の結果

#### 3.1. 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタルと観戦回数との関連性本来的属性

観戦者のソーシャル・キャピタルと観戦回数との関連性を検討するにあたり、あくまでも松本山雅FCを媒介として醸成されるソーシャル・キャピタルを想定しているので、観戦者の属性において、居住地が長野県外である観戦者 (n=19)、および、J3のAC長野パルセイロのホームタウン (長野市、千曲市等) が居住地である観戦者 (n=13) を除いて検討した。なお、当日の対戦相手であるFC岐阜を応援している観戦者には有効回答票には含まれていなかった。

ホームスタジアムであるアルウィンスタジアムでは、調査当日が2018年における18試合目のゲームであり、そのことを調査票に記した上で、来場回数を回答してもらった。観戦回数については、1~4回 (n=50, 18.2%), 5~12回 (n=54, 19.7%), 13~16回 (n=60, 21.9%), 17回以上 (n=110, 40.1%) の4つのカテゴリに分けた。そして、観戦回数とソーシャル・キャピタルについてのそれぞれの項目とのクロス集計を実施し、カイ2乗検定を実施する際、期待度数5未満のセルが全体の20%を超えたため、ソーシャル・キャピタルについて、①②⑤⑥は、1と2、および5と6をまとめて4カテゴリにし、③④は、3と4をまとめて3カテゴリにし、⑦は、3と4、および5と6をまとめて4カテゴリにし、⑧は、3と4と5と6をまとめて3カテゴリにし、⑨は4から6をまとめて4カテゴリとした。

表2に、ソーシャル・キャピタルのそれぞれの項目と観戦回数をクロス集計し、カイ2乗検定を実施した結果

を示している。全てのクロス集計において、カイ2乗検定をした結果、ソーシャル・キャピタルと観戦回数との関連性は見られなかった。

#### 3.2. 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタルと「山雅後援会」加入の有無との関連性

山雅後援会は、松本山雅FCの公認のサポーター組織である。ソーシャル・キャピタルに関する項目については、③のみ当初の4カテゴリとし、それ以外の項目については上記の3.1.で示したカテゴリを使用して、後援会加入の有無との関連性を検討した (表3-1)。その結果、後援会加入の有無と社会参加に関するソーシャル・キャピタルとの関連性が見られた。表3-2より、後援会に入っている観戦者の方が、月に1回以上ボランティア等の活動に参加している人の割合が大きいことが分かる。また、表3-3より、後援会に入っている観戦者の方が自治会等の地縁的活動に参加している割合が大きいことが分かる。

#### 3.3. 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタルとサポーターグループ加入の有無との関連性

松本山雅FCのサポーターには、クラブ公認の山雅後援会とは別に、サポーターグループが存在する。ここでは、サポーターグループ加入の有無とソーシャル・キャピタルとの関連性を検討する。なお、今回の調査において得られたサポーターグループ加入者の票が少なかったため、統計ソフトSPSSのExact Test (正確有意確率によるモンテカルロ推定) を用いてカイ2乗検定を実施した。また、ソーシャル・キャピタルの項目のカテゴリについては、前述の3.1.で示したものをを用いた。

表4に、ソーシャル・キャピタルのそれぞれの項目とサポーターグループへの加入の有無をクロス集計し、カイ2乗検定を実施した結果を示している。全てのクロス集計において、カイ2乗検定をした結果、ソーシャル・キャピタルとグループ加入との関連性は見られなかった。

表2 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタルと観戦回数とのカイ2乗検定の結果

ソーシャル・キャピタルの構成要素	調査項目	カイ2乗値	自由度	n	有意水準
信頼	①一般的な人への信頼	8.08	9	272	n.s.
	②見知らぬ土地での人への信頼	8.78	9	269	n.s.
つき合い・交流 (ネットワーク)	③隣近所とのつき合いの程度	10.21	6	268	n.s.
	④隣近所とつき合っている人の数	8.65	6	271	n.s.
	⑤友人・知人とのつきあい頻度	4.11	9	273	n.s.
	⑥親戚とのつきあい頻度	10.11	9	268	n.s.
	⑦趣味・娯楽活動への参加頻度	10.31	9	274	n.s.
社会参加(互酬性の規範)	⑧ボランティア・NPO・市民活動への参加	5.36	6	270	n.s.
	⑨地縁的活動への参加	13.18	9	267	n.s.



表3-1 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタルと「山雅後援会」加入の有無とのカイ2乗検定の結果

ソーシャル・キャピタルの構成要素	調査項目	カイ2乗値	自由度	n	有意水準
信頼	①一般的な人への信頼	3.60	3	288	n.s.
	②見知らぬ土地での人への信頼	5.00	3	285	n.s.
つき合い・交流 (ネットワーク)	③隣近所とのつき合いの程度	5.04	3	283	n.s.
	④隣近所とつき合っている人の数	2.70	2	287	n.s.
	⑤友人・知人とのつきあい頻度	2.11	3	289	n.s.
	⑥親戚とのつきあい頻度	0.96	3	284	n.s.
	⑦趣味娯楽活動への参加頻度	3.27	3	290	n.s.
社会参加(互酬性の規範)	⑧ボランティア・NPO・市民活動への参加	12.01	2	286	p<.01
	⑨地縁的活動への参加	12.18	3	283	p<.01

表3-2 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタル「ボランティア等への参加」と「山雅後援会」加入の有無とのクロス集計

		ボランティア・NPO・市民活動等への参加			合計
		参加していない	年に数回程度	月に1回程度、それ以上	
会員	人数	14	3	8	25
	%	56.0%	12.0%	32.0%	100.0%
非会員	人数	168	68	25	261
	%	64.4%	26.1%	9.6%	100.0%
合計	人数	182	71	33	286
	%	63.6%	24.8%	11.5%	100.0%

(カイ2乗値：12.01 有意水準：p&lt;.01)

表3-3 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタル「地縁的活動への参加」と「山雅後援会」加入の有無とのクロス集計

		地縁的活動等への参加				合計
		参加していない	年に数回程度	月に1回程度	月に2回以上	
会員	人数	6	6	6	7	25
	%	24.0%	24.0%	24.0%	28.0%	100.0%
非会員	人数	124	77	32	25	258
	%	48.1%	29.8%	12.4%	9.7%	100.0%
合計	人数	130	83	38	32	283
	%	45.9%	29.3%	13.4%	11.3%	100.0%

(カイ2乗値：12.18 有意水準：p&lt;.01)

表4 松本山雅FCのホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタルとサポーターグループ加入の有無とのカイ2乗検定の結果

ソーシャル・キャピタルの構成要素	調査項目	カイ2乗値	自由度	n	有意水準
信頼	①一般的な人への信頼	1.13	3	288	n.s.
	②見知らぬ土地での人への信頼	3.14	3	285	n.s.
つき合い・交流 (ネットワーク)	③隣近所とのつき合いの程度	1.74	2	284	n.s.
	④隣近所とつき合っている人の数	0.09	2	287	n.s.
	⑤友人・知人とのつきあい頻度	4.51	3	289	n.s.
	⑥親戚とのつきあい頻度	2.34	3	284	n.s.
	⑦趣味娯楽活動への参加頻度	3.17	3	290	n.s.
社会参加(互酬性の規範)	⑧ボランティア・NPO・市民活動への参加	6.08	2	286	n.s.
	⑨地縁的活動への参加	6.27	3	283	n.s.

表5-1 松本山雅FCと奈良クラブの違いと、観戦者のソーシャル・キャピタルとのカイ2乗検定の結果

ソーシャル・キャピタルの構成要素	調査項目	カイ2乗値	自由度	n	有意水準
信頼	①一般的な人への信頼	4.93	5	461	n.s.
	②見知らぬ土地での人への信頼	3.41	3	457	n.s.
つきあい・交流 (ネットワーク)	③隣近所とのつきあいの程度	11.01	3	459	p<.05
	④隣近所とつき合っている人の数	16.27	3	461	p<.01
	⑤友人・知人とのつきあい頻度	9.64	5	465	n.s.
	⑥親戚とのつきあい頻度	5.10	5	468	n.s.
	⑦趣味・娯楽活動への参加頻度	15.67	5	461	p<.01
社会参加(互酬性の規範)	⑧ボランティア・NPO・市民活動への参加	6.07	3	463	n.s.
	⑨地縁的活動への参加	6.98	3	460	n.s.

表5-2 ホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタル「隣近所とのつきあいの程度」と、松本山雅FCと奈良クラブの違いとのクロス集計

		隣近所とのつきあいの程度				合計
		生活面で協力	日常的に立ち話を する程度	挨拶程度の最低 限のつきあい	全くしていない	
松本山雅	人数	61	88	126	10	285
	%	21.4%	30.9%	44.2%	3.5%	100.0%
奈良クラブ	人数	19	55	97	3	174
	%	10.9%	31.6%	55.7%	1.7%	100.0%
合計	人数	80	143	223	13	459
	%	17.7%	31.2%	48.6%	2.8%	100.0%

(カイ2乗値：11.01 有意水準：p&lt;.05)

表5-3 ホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタル「隣近所とつき合っている人数」と、松本山雅FCと奈良クラブの違いとのクロス集計

		隣近所とつき合っている人数				合計
		20人以上	5~19人	4人以下	隣の人が誰か分 からない	
松本山雅	人数	54	154	66	15	289
	%	18.7%	53.3%	22.8%	5.2%	100.0%
奈良クラブ	人数	15	81	61	15	172
	%	8.7%	47.1%	35.5%	8.7%	100.0%
合計	人数	69	235	127	30	461
	%	15.0%	51.0%	27.5%	6.5%	100.0%

(カイ2乗値：16.27 有意水準：p&lt;.01)

表5-4 ホームゲーム観戦者のソーシャル・キャピタル「趣味、娯楽活動に参加する頻度」と、松本山雅FCと奈良クラブの違いとのクロス集計

		趣味、娯楽活動に参加する頻度						合計
		参加していない	年に数回程度	月に1回程度	月に2~3回程度	週に1~2回程度	週に3回以上	
松本山雅	人数	90	70	60	29	34	9	292
	%	30.8%	24.0%	20.5%	9.9%	11.6%	3.1%	100.0%
奈良クラブ	人数	41	38	24	31	34	8	176
	%	23.3%	21.6%	13.6%	17.6%	19.3%	4.5%	100.0%
合計	人数	131	108	84	60	68	17	468
	%	28.0%	23.1%	17.9%	12.8%	14.5%	3.6%	100.0%

(カイ2乗値：15.57 有意水準：p&lt;.01)

### 3.4. 松本山雅FCと奈良クラブのホームゲーム観戦者の比較

松本山雅FCと奈良クラブの観戦者のソーシャル・キャピタルを比較するにあたり、松本山雅FCのソ

シャル・キャピタルを検討した時と同様に、奈良クラブの観戦者の属性において、居住地为奈良県外である観戦者 (n=73)、および、当日の対戦相手であるFC大阪を応援している観戦者 (n=32) を除いて検討した。ここ

では、松本山雅FCの292人の観戦者と奈良クラブの181人の観戦者のソーシャル・キャピタルを比較する。

クラブの違いと、ソーシャル・キャピタルについてのそれぞれの項目とのクロス集計を実施し、カイ2乗検定を実施する際、期待度数5未満のセルが全体の20%を超えたものがあつたため、ソーシャル・キャピタルについて、②は、1と2、および5と6をまとめて4カテゴリーにし、⑧⑨は4から6をまとめて4カテゴリーとした。

表5-1は、ソーシャル・キャピタルのそれぞれの項目とクラブの違いをクロス集計し、カイ2乗検定を実施した結果を示している。その結果、近隣でのつきあいと趣味・娯楽活動への参加頻度において関連性が見られた。表5-2より、松本山雅FCの観戦者の方が「生活面で協力」の割合が大きく、奈良クラブの方は「あいさつ程度の最低限のつきあい」の割合が大きくなっていた。表5-3より、松本山雅FCの観戦者の方が、近隣でつき合っている人の人数が多いことが分かる。表5-4より、松本山雅FCの観戦者の方が月に1回程度以下の割合が大きく、奈良クラブの観戦者の方が月に2回以上の参加する人の割合が大きくなっている。

#### 4. 考察（まとめにかえて）

地域に根ざすプロスポーツによる地域の活性化やコミュニティの再生が期待される中で、スポーツ観戦がソーシャル・キャピタルの醸成することを示唆する先行研究があるが、本研究では、さらに、観戦者のソーシャル・キャピタルと、観戦回数や後援会加入の有無との関連性や、地域活性化の好事例であると評価されるJリーグクラブとJリーグ加入を目指しているJFLのクラブの観戦者のソーシャル・キャピタルの違いを明らかにしようとした。

松本山雅FCの観戦者を対象にした調査において、観戦者の観戦回数と、ここで設定した全てのソーシャル・キャピタルの項目との関連性は見られなかった。多く観戦したとしても、それがソーシャル・キャピタルの醸成には直接繋がらないことが示唆される。また、サポーターグループへの加入とソーシャル・キャピタルとの関連性も見られなかった。

「山雅後援会」加入の有無とソーシャル・キャピタルとの関連性を検討したところ、ソーシャル・キャピタルの「ボランティア・NPO・市民活動への参加」と「地縁的活動への参加」において、後援会加入者の方が非加入者よりも、参加頻度が高くなっていた。前者は「橋渡し型」のソーシャル・キャピタルに相当するものであり、異なる組織間における異質な人や組織を結び付けるネットワークである（内閣府、2003）。後者は、組織の内部における人と人との結びつきであり、内部での信頼や協

力を生じさせるものである。

「山雅後援会」には、「チームバモス」というボランティアの組織があり、これが前者のソーシャル・キャピタルとして影響したのかも知れない。チームバモスに登録されると、山雅後援会の準会員となる。1試合におよそ100人のボランティアが集まる<sup>(2)</sup>。ボランティアには「フルバモス」「ビーバモス」「エコバモス」の3種類がある<sup>(3)</sup>。「フルバモス」「ビーバモス」はゲーム運営のボランティアであるが、「エコバモス」は、主にゴミの分別回収を担当し、Yell事業の一環として活動する。Yell事業は、「Yamaga Eco-Logy Link」を略したもので、資源物回収を主とするエコ（環境保全）活動を通じて松本山雅FCに、そしてホームタウン地域の人々にYELL（応援）を送ることを意味している。エコバモスのボランティアが、試合会場内で発生するゴミの完全分別回収をするのであるが、それ以外にも、来場者が家庭にある古紙類をスタジアムに持参し、資源化することで山雅後援会が行う地域貢献活動の原資としている。この活動には、「就労支援ネットワークまつもと」と資源物回収業者の「(株) しんえこ」が関わっている。このように、松本山雅FCでは、サッカーの興行だけでなく、それに付随して環境保全活動も実施しており、この部分を担当する「山雅後援会」会員においてソーシャル・キャピタルの値が高く表れたことが推察される。

また、こうした松本山雅FCの活動とは直接関係ないが、「山雅後援会」の会員は、地縁的な活動（自治会・婦人会・老人会・青年団等）への参加の頻度が高いことが分かった。なお、地縁的な活動を実施する資質を持っているために「山雅後援会」に加入したのか、逆に、「山雅後援会」での活動が基になって地縁的な活動が促されたのかは、ここでは明言することはできない。なお、松本山雅FCの応援活動がきっかけとなって、地縁的な活動が活性化された事例がある。(株)松本山雅の営業担当者によると、アルウィンスタジアムの北側に、「神林（かんばやし）山雅の会」がある。この地区には、昔から町内会があるのだが、新しく入居した人は町内会に入らないこともあり、昔から住んでいた人と、新しく来た人はコミュニケーションが取りにくい状態だった。そこで、山雅を好きな人同士が集まって、一緒にサッカー教室を実施するなどの交流を通して、新しく入居した人も以前から住んでいた人も一緒に、また世代も超えて、松本山雅FCを共通の関心事にして活動を展開している。その地域は、松本市内からスタジアムに向かう道があり、そこを「山雅街道」と名付け、長野県の元気作り支援金を活用して、山雅街道に登り旗を立てることとなった。これに際して、(株)松本山雅に問い合わせがあり、旗にエンブレムを付けることはできないが、ロゴを付けることは認められた。「神林山雅の会」の活動は、スポー

ツ観戦を通じた地域コミュニティの再生（ソーシャル・キャピタルの醸成）の事例となるだろう。

地域活性化に貢献していると評価される松本山雅FCの観戦者とJリーグ加盟を目指すJFLに所属する奈良クラブの観客とのソーシャル・キャピタルを比較したところ、「趣味・娯楽活動」と「近隣でのつきあい」において有意な差が見られた。今回の調査において「趣味・娯楽活動」の項目では、スポーツ以外の趣味・娯楽活動としたため、当然サッカー観戦は含まれない。松本山雅FCの観戦者において、初回の観戦者が4.7%、それまで18試合開催され、その内17回以上観戦した人は50.2%だった。一方、奈良クラブの観戦者においては、初回の観戦者が42.1%、11回中10回以上観戦した人は、13.5%だった<sup>(4)</sup>。このように、松本山雅FCの観戦者の方がリピーターの割合が多く、観戦へのコミットメントが強いことが分かる。そのため、それ以外の「趣味・娯楽活動」に費やすことができにくくなっており、それに対して、奈良クラブの観戦者は、奈良クラブの試合観戦へのコミットメントそれほど強くないので、それ以外の「趣味・娯楽活動」を行う余裕があったのかも知れない。

「近隣でのつきあい」については、松本山雅FCの観戦者の方が、奈良クラブの観戦者に比べて、近所の人とつき合う程度が深く、つき合っている人数も多かった。ここでは、松本山雅FCの観戦者の方が、サッカー観戦が契機となって近隣でのつきあいが増えたのか、それとも、当初からの地域性の違いがあり、地理的・風土的に地域性を重んじるが素地が松本山雅FCの方にあったが故に地域を基盤とするプロスポーツが根付いていったのかを明言することはできない。

今回の調査結果から、発展途上の奈良クラブの観戦者と比較して、地域活性化に貢献していると評価されている松本山雅FCの観戦者の特徴として、リピーターが多く、近所づきあいの程度やつき合う人の人数が多いことが分かった。また、松本山雅FCの観戦者において、観戦回数が多いからといって、また、サポーターグループに加入しているからといって、それらがソーシャル・キャピタルの醸成とは関係していないことが分かった。ただし、スポーツ観戦に平行して実施される後援会でのボランティア活動や環境保全活動は、「橋渡し型」のソーシャル・キャピタルの醸成と関連性があることが推察された。

## 註

- (1) ①②については、1「全く思わない」、2「思わない」、3「あまり思わない」、4「少し思う」、5「そう思う」、6「非常にそう思う」から1つ選択する6件法とした。③については、1「生活面で協力」、2「日常的に立ち話をする程度」、3「あいさつ程度の最低限のつきあい」、4「全くしていない」の中から1つ選択する設問とした。④については、

1「かなり多くの人と面識・交流がある（20人以上）」、2「ある程度の人と面識・交流がある（5～19人）」、3「ごく少数の人とだけ面識・交流がある（4人以下）」、4「隣の人が誰か分からない」から1つ選択とした。⑤⑥については、1「全くない」、2「年に1回～数年に1回」、3「年に数回程度」、4「月に1回程度」、5「週に1回程度」、6「週に数回以上」から1つ選択した。⑦⑧⑨については、1「参加していない」、2「年に数回程度」、3「月に1回程度」、4「月に2～3回程度」、5「週に1～2回程度」、6「週に3回以上」から1つ選択した。

- (2) 「山雅後援会」については、2017年12月8日に（株）松本山雅営業本部と事業本部の担当者に対して実施した聞き取り調査と、松本山雅FCのホームページ（山雅後援会：<<https://yamaga-kouenkai.com/>>, Yell事業：<<https://yamaga-kouenkai.com/yell>>, 2019.5.6参照）による。
- (3) 「フルバモス」は、キックオフ時刻の4時間半前に集合、試合終了後2時間後位までゲーム運営のボランティアをする。「ピーバモス」は、キックオフ時刻の4時間半前に集合し、キックオフ前に活動は終了する。「エコバモス」は、キックオフ時刻の1時間前に集合、試合終了後2時間後位まで活動をする。3種類ともビブス、防寒着などの制服が貸与される。
- (4) 松本山雅FCの観戦者については、居住地が長野県外である観戦者および、J3のAC長野パルセイロのホームタウン（長野市、千曲市等）が居住地である観戦者を除いている。奈良クラブの観戦者については、居住地が奈良県外である観戦者、および、当日の対戦相手であるFC大阪を応援している観戦者を除いている。

## 文献

- 有吉忠一・横山勝彦（2013）スポーツ観戦とソーシャル・キャピタル形成についての一考察—経験価値を視点に、同志社スポーツ健康科学, 5, 1-8.
- 舟木泰世・工藤康宏・梶原 健・涌井佐和子・野川春夫（2013）プロスポーツチームとまちづくりに関する研究—bjリーグ新規参入チームの拠点地域における住民のソーシャルキャピタルに着目して、SSFスポーツ政策研究, 2（1）, pp.126-134.
- 稲葉慎太郎・山口泰雄・伊藤克広（2014）総合型地域スポーツクラブの運営評価に影響を及ぼすスポーツ・ソーシャル・キャピタル因子に関する研究：スポーツ・ソーシャル・キャピタル評価尺度の開発、SSFスポーツ政策研究, 3（1）, pp.117-125.
- 飯田義明・飯田路佳（2015）地域スポーツ参加者におけるソーシャル・キャピタル意識の検討：中・高齢女性の体操クラブを対象として、専修大学スポーツ研究所紀要,（38）, pp.1-11.
- 金玟兌（2011）地域社会でスポーツ組織が担うべき役割に関する研究—コミュニティ機能の再生に向けたスポーツによるソーシャルキャピタルの醸成、SSFスポーツ政策研究, 1（1）, pp.91-100.
- 内閣府（2003）ソーシャル・キャピタル—豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて、内閣府国民生活局。<<https://www.npo-homepage.go.jp/toukei/2009izen-chousa/2009izen-sonota/2002social-capital>>（2017.6.14.参照）
- 文部科学省（2017）スポーツ基本計画。<[http://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/sports/mcatetop01/list/1372413.htm](http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/1372413.htm)>（2019.5.1.参照）



- 文部科学省 (2010) スポーツ立国戦略—スポーツコミュニティ・ニッポン. <[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/22/08/\\_icsFiles/afieldfile/2010/08/26/1297039\\_02.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/22/08/_icsFiles/afieldfile/2010/08/26/1297039_02.pdf)> (2019.5.2参照)
- 空閑睦子 (2010) ソーシャル・キャピタルに関する先行研究の整理：今日までにおける定義の概要と文献サーベイから見た日本の研究の動向, CUC policy studies review 27, pp.39-49.
- 中西純司 (2005) 総合型地域スポーツクラブ構想と市民参加型まちづくり, CEL, 73, pp.35-38.
- 長積仁・榎本悟・曾根幹子 (2009) 行為者間の信頼に基づく地域スポーツ振興事業の組織化と創発：ソーシャル・キャピタルの機能と生成に着目して, 体育・スポーツ経営学研究, 23, pp.11-31.
- 大東貢生 (2016) スポーツによる地域社会再生の可能性—スポーツとソーシャル・キャピタルの関係から, 佛大社会学, 41, pp.37-42.
- パットナム (2001) 哲学する民主主義—伝統と改革の市民的構造, NTT出版.
- スポーツ庁, (2017) スポーツで地域を盛り上げる—松本山雅FCのあゆみ. <[http://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/sports/mcatetop09/list/1372105.htm](http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop09/list/1372105.htm)> (2018.5.1.参照)

