

Jリーグクラブにおける地域活性化のためのホームタウン活動のあり方に関する研究

—ベガルタ仙台サポーターの視点を中心として—

吉田 隼也

キーワード：Jリーグクラブ，地域活性化，ホームタウン活動，ベガルタ仙台

Research on the way of hometown activities for regional activation in the J league club
—From a viewpoint of Vegalta Sendai's supporter—

Shunya Yoshida

Abstract

In this study, I intended for Vegalta Sendai which is based at Sendai in Miyagi Prefecture. The city is one of the areas severely damaged by the Great East Japan Earthquake in 2011. I considered what kind of Home Town activities should be carried out, by listening to the opinion of the other J clubs and supporters. In addition, I examined the way of the Home Town activity in the J league club from the viewpoint of regional activation while considering the aim of "the J League 100 years design".

I did an interview survey and I understood that the consistency of the Home Town activities of Vegalta Sendai was higher than Matsumoto Yamaga FC. From the questionnaire survey for supporters, I understood that the recognition of the Home Town activities was not so high.

"football school" is one of the Home Town activities having high recognition, but the recognition in its 30s for it is low. A policy to make the recognition of this generation is necessary. In order to give satisfaction of this Home Town activity, it is necessary to nominate the evaluation of earnest supporters.

I understood that supporters more than 80% had not participated in HomeTown activity.

I hope that it is carried out an aggressive activity by much civic participation.

Finally I examined the way of the Home Town activities. For the purpose of regional activation, people participate in the Home Town activity through J club. And I become local activity. Furthermore, the areas are united and swell. It is the way of the hometown activity that I examined in this study.

Key words: J league club, regional activation, Home Town activity, Vegalta Sendai

I. はじめに

日本プロサッカーリーグ（以下「Jリーグ」と略す）は、「Jリーグ百年構想～スポーツで、もっと、幸せな国へ。～」というスローガンを掲げ、「地域に根差したスポーツクラブ」を核としたスポーツ文化の振興活動に取り組んできた（公益社団法人日本プロサッカーリーグ, online1）。Jリーグ規約を見てみると、Jリーグ規約第21条「Jクラブはホームタウンにおいて、地域社会と一体となったクラブ作り（社会貢献活動を含む）を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければならない。」とされている（公益社団法人日本プロサッカーリーグ, online2）。つまり、Jリーグクラブ（以下「Jクラブ」と略す）は各ホームタウンでホームタウン活動（以下「HT活動」と略す）を行い、地域活性化に貢献しなければならないのだ。天野・桂（2011, p47）によれば、ホームタウンの人の生活を豊かにするあるいは幸せにするためにクラブはその街に存在すると述べ、それがクラブ経営の土台の一つになると論じている。

このことから、JクラブにとってHT活動は義務であると同時に地域や人々を豊かにすることがクラブ経営をするうえで重要なのである。

II. 本研究での地域活性化の定義

地域活性化とは、Jリーグ百年構想やHT活動がコミュニティ形成に寄与することなどを考慮し、Jクラブが地域にもたらす経済的効果は除き、社会的効果のみを指すこととする。具体的には、地域の活力とは人々の交流から得られるものと考え、活性化とはその交流やつながりを促進すること、促進する為の機会を提供することである。

III. 目的

先行研究から、HT活動を行うことで観

客動員数の増加（山田, 2009）やコミュニティ形成への寄与（中山, 2012）などに効果があることが分かっている。また、工藤・但木（2011, p52）はホームタウン推進事業認知度が「チームは地域の誇り」、「チームロイヤルティ」、「地域アイデンティティ」に影響を及ぼしていると論じている。しかし、どのようなHT活動を行っていくかは、地域やJクラブによって変わってくる。つまりHT活動を行っていく上で、どのようなHT活動が有効なのかをJクラブそれぞれが分析していかなければならないのである（宮崎・古屋, 2006；中山, 2012；福田, 2013）。

そこで本研究では、2011年の東日本大震災で被災した宮城県仙台市をホームタウンとするベガルタ仙台を対象に、今後どのようなHT活動を行っていくべきかを他のJクラブやサポーターの意見から考察する。また、「Jリーグ百年構想」の目標に配慮しつつ、地域活性化の観点からJクラブにおけるHT活動のあり方を検討する。

IV. 方法

1. インタビュー調査の概要

HT活動の現状把握をするために「株式会社ベガルタ仙台」へインタビュー調査を行った。また、ベガルタ仙台のHT活動を客観的に評価する為に、「株式会社松本山雅」へインタビュー調査を行った。クラブの選考理由として、Jリーグ観戦者調査のコミュニティの質問項目にある「ホームクラブは、ホームタウンで大きな貢献をしているか」や「Jクラブは、それぞれのホームタウンで重要な役割を果たしている」、において近年良い結果を残しているからである。また、ベガルタ仙台と松本山雅FCは経営規模が近いからである。

インタビュー調査は、株式会社ベガルタ仙台を平成28年9月14日（水）、株式会社松本山雅を平成28年10月8日（土）に行っ

た。インタビュー調査に回答して頂いたのは、株式会社ベガルタ仙台復興支援室室長兼事業部ホームタウン課長の齋藤美和子氏、株式会社松本山雅事業本部運営部の笹川佑介氏、管理本部総務部の青木雅晃氏、事業本部企画部ホームタウン担当の小林陽介氏である。インタビュー内容は、ホームタウン活動の課題やビジョンなど全13項目である。インタビュー調査は半構造化面接で行った。

2. アンケート調査の概要

Jクラブ側ではなく、市民や県民のHT活動の社会的な評価を知るためにサポーターに対して、現在行っているHT活動の認知度や満足度などについてアンケート調査を実施した。

具体的には、スタジアム観戦に訪れたベガルタ仙台サポーター110人（サポーター自由席とサポーター自由席バック）に行った。調査対象の試合は平成28年10月22日（土）に行われたホーム戦2016年明治安田生命J1 2ndステージ第15節のヴィッセル神戸戦である。アンケートの配布と回収方法は、Jリーグ観戦者調査に準じて行った。本研究では、アンケート調査のデータを基にサポーターの年齢などの違いで分けし、それぞれのHT活動の認知度や満足度などをSPSSとJMPによって統計分析した。

V. 結果

1. インタビュー調査の結果

本稿では、一部のインタビュー調査の結果を記載する。

Q2. HT活動では新しいアイデアが重要だと思われるが、ベガルタ仙台、松本山雅FCとしての組織の強みは何か？

A2. ベガルタ：ベガルタの強みは復興支援室を立ち上げたことです。これは他のJクラブにありません。

A2. 松本山雅：松本山雅を自分のことのように考えてくれる人が会社外にもいること、クラブのためのクラブではなくて、地域の人達が何かしてあげる気持ち強いそんなクラブです。

Q4. Jリーグ観戦者調査において、「Jクラブはホームタウンに貢献している」が近年優れているのは、ホームタウンの様々なニーズに答えているからなのか？ またニーズをどのように把握しているのか？

A4. ベガルタ：私はニーズを把握して動いている意識はありません。バリアフリーサッカーや健康体操も楽しく、地域のニーズに合っていると思います。

A4. 松本山雅：0が1になったようなものであり、まだフレッシュさ新鮮さがあります。ニーズというよりは、依頼されていることに応えています。

2. アンケート調査の分析方法

HT活動の認知度と満足度、期待、知ったきっかけ、取り組みについて度数分布表を作成し、今回の調査結果を鮮明にした。また認知度や満足度、参加経験の有無、取り組みについて、期待、性別、年齢（年代）、居住地域、観戦歴、観戦回数の5つの要因と関係があるかどうか、クロス集計とロジスティック分析、重回帰分析を行った。さらに、HT活動の認知数について重回帰分析を行った。クロス集計に関しては χ^2 検定を行い、有意確立5%以下の項目の結果のみをみた。また、傾向を分かりやすく知るために残差分析も行った。本稿では、アンケート調査

の一部を記載する。

3. 調査対象者の属性

平均年齢が43.3歳、平均観戦歴が11.9年、観戦回数が14.9回である。男性の割合は62.7%で女性の割合は36.4%だった。これらの数値は、Jリーグスタジアム観戦者調査2015サマリーレポートの数値と、近い値であった。

4. アンケート調査の結果

性別と「バスケットボール教室」の認知度との関係を見るために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=5.265$, $df=1$, $p<.05$)。表1をみると、「バスケットボール教室」を知らないサポーターの割合は、81.3%と高く、残差分析から、男女の違いをみると女性サポーターの方が知らない傾向が強かった。

表1. 性別からみた「バスケットボール教室」の認知度

	バスケットボール教室		合計	
	知っている	知らない		
性別 男性	度数	17	50	67
	期待度数	12.5	54.5	67.0
	性別 %	25.4%	74.6%	100.0%
	調整済み残差	2.3	-2.3	
女性	度数	3	37	40
	期待度数	7.5	32.5	40.0
	性別 %	7.5%	92.5%	100.0%
	調整済み残差	-2.3	2.3	
合計	度数	20	87	107
	期待度数	20.0	87.0	107.0
	性別 %	18.7%	81.3%	100.0%

居住地と「サッカー教室」の認知度との関連性を見るために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=9.661$, $df=2$, $p<.01$)。表2をみると、「サッカー教室」を知っている全体の割合は91.7%と高かった。その中でもホームタウンである仙台市内は、97.1%とほとんどのサポーターが「サッカー教室」を知っていることが分かった。居住地の違いをみると仙台市内のサポーターが知っている傾向が強かった。また、宮城県外のサ

ポーターが知らない傾向が強い。

表2. 居住地からみた「サッカー教室」の認知度

	サッカー教室		合計	
	知っている	知らない		
居住地 仙台市内	度数	66	2	68
	期待度数	62.4	5.6	68.0
	居住地 %	97.1%	2.9%	100.0%
	調整済み残差	2.6	-2.6	
宮城県内	度数	27	4	31
	期待度数	28.4	2.6	31.0
	居住地 %	87.1%	12.9%	100.0%
	調整済み残差	-1.1	1.1	
宮城県外	度数	7	3	10
	期待度数	9.2	.8	10.0
	居住地 %	70.0%	30.0%	100.0%
	調整済み残差	-2.6	2.6	
合計	度数	100	9	109
	期待度数	100.0	9.0	109.0
	居住地 %	91.7%	8.3%	100.0%

観戦歴から「ベガッ太くんの一日警察署長」の認知度との関連性を見るために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=12.309$, $df=5$, $p<.05$)。表3をみると、8割以上のサポーターが「ベガッ太くんの一日警察署長」を知っている。しかし、観戦歴が5年以下のサポーターは、認知度が7割を下回った。残差分析から、観戦歴の違いをみ

表3. 観戦歴からみた「ベガッ太くんの一日警察署長」の認知度

	ベガッ太くんの一日警察署長		合計	
	知っている	知らない		
観戦歴 0年	度数	0	1	1
	期待度数	.8	.2	1.0
	観戦歴 %	.0%	100.0%	100.0%
	調整済み残差	-2.3	2.3	
1-5年	度数	10	6	16
	期待度数	13.4	2.6	16.0
	観戦歴 %	62.5%	37.5%	100.0%
	調整済み残差	-2.4	2.4	
6-10年	度数	28	3	31
	期待度数	25.9	5.1	31.0
	観戦歴 %	90.3%	9.7%	100.0%
	調整済み残差	1.2	-1.2	
11-15年	度数	32	6	38
	期待度数	31.7	6.3	38.0
	観戦歴 %	84.2%	15.8%	100.0%
	調整済み残差	.1	-.1	
16-20年	度数	20	2	22
	期待度数	18.4	3.6	22.0
	観戦歴 %	90.9%	9.1%	100.0%
	調整済み残差	1.0	-1.0	
21年以上	度数	1	0	1
	期待度数	.8	.2	1.0
	観戦歴 %	100.0%	.0%	100.0%
	調整済み残差	.4	-.4	
合計	度数	91	18	109
	期待度数	91.0	18.0	109.0
	観戦歴 %	83.5%	16.5%	100.0%

ると6～10年のサポーターが知っている傾向が強かった。

観戦回数から「健康体操教室」の認知度との関連性をみるために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=14.171, df=4, p<.01$)。表4をみると、過半数以上が「健康体操教室」を知らなかった。特に、観戦回数が1～5回のサポーターは「健康体操教室」を知る者はいなかった。

表4. 観戦回数からみた「健康体操教室」の認知度

観戦回数	健康体操教室	健康体操教室		合計
		知っている	知らない	
1-5回	度数	0	12	12
	期待度数	5.6	6.4	12.0
	観戦回数 %	.0%	100.0%	100.0%
	調整済み残差	-3.4	3.4	
6-10回	度数	9	14	23
	期待度数	10.8	12.2	23.0
	観戦回数 %	39.1%	60.9%	100.0%
	調整済み残差	-.8	.8	
11-15回	度数	9	7	16
	期待度数	7.5	8.5	16.0
	観戦回数 %	56.3%	43.8%	100.0%
	調整済み残差	.8	-.8	
16-20回	度数	20	14	34
	期待度数	15.9	18.1	34.0
	観戦回数 %	58.8%	41.2%	100.0%
	調整済み残差	1.7	-1.7	
21回以上	度数	13	11	24
	期待度数	11.2	12.8	24.0
	観戦回数 %	54.2%	45.8%	100.0%
	調整済み残差	.8	-.8	
合計	度数	51	58	109
	期待度数	51.0	58.0	109.0
	観戦回数 %	46.8%	53.2%	100.0%

性別から「小学校訪問」の満足度との関連性をみるために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=4.015, df=1, p<.05$)。

表5をみると、「小学校訪問」を良いと評価しているサポーターは83.9%と高かった。残差分析から、男女の違いをみると男性サポーターの方が、評価が高い傾向が強かった。

年代から「ホームゲームにおけるホームタウンPR活動」の満足度との関連性をみるために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=24.180, df=10, p<.01$)。表6をみると、「ホームゲームにおけるホームタウ

表5. 性別から見た「小学校訪問」の満足度

	小学校訪問		合計	
	良い	普通		
男性	度数	47	5	52
	期待度数	43.6	8.4	52.0
	性別 %	90.4%	9.6%	100.0%
	調整済み残差	2.0	-2.0	
女性	度数	26	9	35
	期待度数	29.4	5.6	35.0
	性別 %	74.3%	25.7%	100.0%
	調整済み残差	-2.0	2.0	
合計	度数	73	14	87
	期待度数	73.0	14.0	87.0
	性別 %	83.9%	16.1%	100.0%

ンPR活動」を良いと評価するサポーターは6割いた。特に、40代のサポーターが良いと多く評価している。残差分析から、年代の違いをみると70代のサポーターが、評価が低い傾向が強かった。

表6. 年代から見た「ホームゲームにおけるホームタウンPR活動」の満足度

年代	ホームゲームにおけるホームタウンPR活動			合計	
	良い	普通	悪い		
20代	度数	2	2	0	4
	期待度数	2.4	1.5	.1	4.0
	年代 %	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
	調整済み残差	-.4	.5	-.3	
30代	度数	5	8	0	13
	期待度数	7.8	4.9	.3	13.0
	年代 %	38.5%	61.5%	.0%	100.0%
	調整済み残差	-1.7	1.9	-.6	
40代	度数	10	4	0	14
	期待度数	8.4	5.3	.3	14.0
	年代 %	71.4%	28.6%	.0%	100.0%
	調整済み残差	.9	-.8	-.6	
50代	度数	26	13	0	39
	期待度数	23.4	14.8	.8	39.0
	年代 %	66.7%	33.3%	.0%	100.0%
	調整済み残差	1.1	-.8	-1.2	
60代	度数	9	7	0	16
	期待度数	9.6	6.1	.3	16.0
	年代 %	56.3%	43.8%	.0%	100.0%
	調整済み残差	-.3	.5	-.6	
70代	度数	5	2	2	9
	期待度数	5.4	3.4	.2	9.0
	年代 %	55.6%	22.2%	22.2%	100.0%
	調整済み残差	-.3	-1.0	4.4	
合計	度数	57	36	2	95
	期待度数	57.0	36.0	2.0	95.0
	年代 %	60.0%	37.9%	2.1%	100.0%

居住地域から「職場訪問」の満足度との関連性をみるために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2=16.707, df=2, p<.001$)。表7をみると、8割以上のサポーターが「職

場訪問」を良いと評価していた。特に、宮城県外と仙台市内のサポーターが良いと多く評価している。残差分析から、居住地域の違いをみると宮城県内のサポーターが、評価が普通の傾向が強かった。

表7 居住地域からみた「職場訪問」の満足度

居住地域	職場訪問		合計	
	良い	普通		
仙台市内	度数	26	1	27
	期待度数	22.3	4.7	27.0
	居住地域 %	96.3%	3.7%	100.0%
	調整済み残差	3.3	-3.3	
宮城県内	度数	4	6	10
	期待度数	8.3	1.8	10.0
	居住地域 %	40.0%	60.0%	100.0%
	調整済み残差	-4.1	4.1	
宮城県外	度数	3	0	3
	期待度数	2.5	.5	3.0
	居住地域 %	100.0%	.0%	100.0%
	調整済み残差	.8	-.8	
合計	度数	33	7	40
	期待度数	33.0	7.0	40.0
	居住地域 %	82.5%	17.5%	100.0%

観戦歴から「子どもの日 施設無料開放」の満足度との関連性をみるために χ^2 検定を行ったところ有意であった ($\chi^2=15.161$, $df=4$, $p<.01$)。表8をみると、8割近くのサポーターが「子どもの日 施設無料開放」を良いと評価した。特に、観戦歴が1～10年のサポーターが良いと評価する割合が高い。残差分析から、観戦歴の違いをみると16～20年のサポーターが、評価が普通の傾向が強かった。

VI. 考察

クラブ側からみると、HT活動は上手くいっているようだ。復興支援室を立ち上げ、復興支援に取り組んでいることは素晴らしいことである。特に、被災地に元気を届けられている実感があることは称賛に値する。

また、バリアフリーサッカー教室など地域のニーズに合っているという実感があるようだ。さらに、ベガルタ仙台は、昔からHT活動に取り組んでおり、活動の幅も広

表8. 居住地域からみた「子どもの日 施設無料開放」の満足度

		子どもの日 施設無料開放		合計
		良い	普通	
観戦歴 1-5年	度数	6	0	6
	期待度数	4.8	1.2	6.0
	観戦歴 %	100.0%	.0%	100.0%
	調整済み残差	1.3	-1.3	
6-10年	度数	18	2	20
	期待度数	15.9	4.1	20.0
	観戦歴 %	90.0%	10.0%	100.0%
	調整済み残差	1.5	-1.5	
11-15年	度数	15	3	18
	期待度数	14.3	3.7	18.0
	観戦歴 %	83.3%	16.7%	100.0%
	調整済み残差	.5	-.5	
16-20年	度数	3	6	9
	期待度数	7.2	1.8	9.0
	観戦歴 %	33.3%	66.7%	100.0%
	調整済み残差	-3.8	3.8	
21年以上	度数	1	0	1
	期待度数	.8	.2	1.0
	観戦歴 %	100.0%	.0%	100.0%
	調整済み残差	.5	-.5	
合計	度数	43	11	54
	期待度数	43.0	11.0	54.0
	観戦歴 %	79.6%	20.4%	100.0%

がっている。そして、バリアフリーサッカー教室などの確立させた活動があることから取り組みが進んでいると考えられる。しかし、ニーズを把握して活動しているわけではなかった。

では、サポーター側はどうだろうか。認知度が8割以上の活動は、「サッカー教室」、「ホームゲームにおけるホームタウンPR活動」、「小学校訪問」、「ベガッ太くんの一日警察署長」、「チャリティ活動」、「招待事業」、「復興支援 in 石巻 復興支援マッチ」であった。この結果は、HT活動の認知度が社会的効果に影響を与えることを考えると厳しい結果と言えるかもしれない。

アンケート調査の結果から認知度と満足度についての考察を以下にまとめる。

「サッカー教室」は、認知度をあげるために、30代をターゲットに知ってもらう必要がある。また、満足度をあげるために、仙台市内のサポーターを中心に印象を変えるべきであろう。

「バリアフリーサッカー教室」は、認知度

の要因を確認することができなかった。また、満足度をあげるために、若い男性のサポーターの印象を変えていくべきであろう。さらに、観戦回数の多いサポーターの印象も良くしなければならない。

「バスケットボール教室」は、認知度をあげるために、女性サポーターの認知度をあげるべきだ。また、満足度をあげるために、男性サポーターの印象を変える必要があるだろう。

「健康体操教室」は、認知度をあげるために、仙台市内の認知度を高めていきたい。また、観戦回数以前に認知度が低いので、健康を全面に押し出したプロモーション活動が必要かもしれない。満足度をあげるために、観戦回数の多いサポーターの印象を変える必要がある。

「いずちゅう祭」は、認知度が低いために、行政などと協力して認知度を高めていきたい。満足度をあげるために、観戦回数の多いサポーターの印象を変えていかなければならない。

「ホームゲームにおけるホームタウンPR活動」の認知度をあげるために、観戦歴が浅いサポーターに、この活動を知ってもらうべきである。満足度をあげるために、30代の印象を良くしていきたい。また、観戦歴の長いサポーターの印象を良くしていくべきであろう。

「職場訪問」は、認知度に影響を与える要因を確認できなかった。満足度をあげるために、仙台市だけではなく、宮城県内全域に良い印象を持ってもらえるように改善したい。

「小学校訪問」は、認知度をあげるために、観戦回数が増加することで知ってもらえる可能性がある。満足度をあげるために、女性サポーターを中心に「小学校訪問」の評価を変えるべきであろう。また、観戦回数の多いサポーターの印象を変える必要がある。

「ベガッ太くんの一日警察署長」は、認知度をあげるために、観戦歴が浅いサポーターや観戦回数が少ないサポーターに、この活動を知ってもらうべきである。満足度をあげるために、観戦回数の多いサポーターの印象を変えるべきだ。

「チャリティ活動」は、認知度をあげるために、ホームタウンである仙台市内に知ってもらわなければならない。また、観戦回数が増加することで知ってもらえる可能性がある。満足度をあげるために、宮城県内のサポーターの印象を変える必要があるだろう。また、観戦回数の多いサポーターの印象も変える必要がある。

「かくだふるさと夏祭り」の認知度は、観戦回数が増加することで知ってもらえる可能性があるが、まずは角田市と連携して知ってもらえるようにしたい。満足度をあげるために、観戦回数の多いサポーターの印象を変える必要がある。

「AWAY 観光宣伝活動」は、認知度をあげるために、認知度が高くなく、活動自体もアウェイゲームで行うことから、アウェイゲームでどのような活動を行っているのか、サポーターに知ってもらう機会を増やしていきたい。また、満足度に影響を与える要因を確認できなかった。

「子どもの日 施設無料開放」は、認知度に影響を与える要因を確認できなかった。満足度をあげるために、観戦回数の多いサポーターの印象を変える必要があるだろう。

「招待事業」は、認知度と満足度の両方で要因が確認できなかった。

「復興支援 in 石巻 復興支援マッチ」の認知度は、全ての年齢で8割以上であったため認知度が高いという意味では良い活動だと言える。これからも継続していきたい。また、満足度に影響を与える要因を確認できなかった。

そして、HT 活動の参加経験の有無の結果から、8 割以上のサポーターが参加したことがないことが分かった。クラブ側からみると HT 活動は上手くいっているが、参加者が少ないことは問題ではないだろうか。J リーグ百年構想を考えると、HT 活動の参加率をあげることは課題だ。

Ⅶ. 結論

本研究では、J クラブのインタビュー調査とベガルタ仙台サポーターへのアンケート調査から、今後どのような HT 活動を行っていくべきかを考察した。インタビューから、ベガルタ仙台の HT 活動の現状や今後について知見を得ることができた。また、松本山雅と比較し、ベガルタ仙台の HT 活動の特徴を明らかにした。

アンケート調査からは、「小学校訪問」、「チャリティ活動」、「招待事業」、「復興支援 in 石巻 復興支援マッチ」の 4 つの活動は継続していくべきだという結果が出た。また、15 種類全ての活動ではないが、HT 活動の認知度や満足度に影響を与える要因についても分析をし明らかにした。

そして、本研究のもう一つの目的である、「J リーグ百年構想」の目標に配慮しつつ、地域活性化の観点から、J クラブにおける HT 活動のあり方を検討する。

まず、HT 活動に参加したことがあるサポーターが少ないことから、筆者の定義する地域活性化はなされていないと考えられる。今後は、HT 活動の参加率をあげることは課題であり、目指していかなければならない。

また、アンケート調査の結果から、HT 活動を積極的に行ってほしいとサポーターは考えていることが分かった。今後は、市民の参加を考えた積極的な活動になることを期待したい。

最後に本研究から検討した HT 活動のあ

り方についてまとめる。筆者の定義する地域活性化を目的に J クラブを通して、地域やその人々が HT 活動に参加する。それにより、地域活性化される。そして、J クラブや地域の人々が一体となっていくことで、参加者が増加するなど、さらに地域が盛り上がっていく。それが、本研究で検討した HT 活動のあり方である。

Ⅷ. 今後の課題

本研究のアンケート調査は、ベガルタ仙台のサポーターを対象に行った。今後は、仙台市民や他の市町村の人々の意見も取り入れなければならない。また、アンケート調査のサンプル数をさらに増やし、より正確な分析を行わなければならない。

本研究の調査では、筆者の予想よりも、サポーターの HT 活動への参加が少なく、満足度が印象でしか評価されなかった。そのため、あくまでも満足度はその活動の印象という評価になってしまった。今後は、HT 活動の参加者における満足度を調査していかなければならない。また、認知度や満足度を高めるための要因から具体的な方法を考えなければならない。さらに、市民が参加しやすい HT 活動も考えなければならない。

Ⅸ. 文献

- 1) J リーグ公式サイト J リーグ百年構想とは .<http://www.jleague.jp/about/j/100year.html>, (参照日 2016 年 10 月 25 日) .
- 2) J リーグ公式サイト J リーグ規約第 21 条.http://www.jleague.jp/docs/aboutj/pdf_all_2016.pdf, (参照日 10 月 25 日) .
- 3) 天野春果・桂浩司編 (2011) スポーツでこの国を変えるために僕がバナナを売って算数ドリルをつくるわけ.株式会社小学館.
- 4) 山田耕生 (2009) プロサッカークラブの

- 本拠地におけるサッカーのまちづくり
：浦和レッズとさいたま市浦和地域の
事例.共栄大学研究論集, 7: 107-121.
- 5) 工藤康宏・但木麻莉子(2011) Jリーグ
所属クラブの行うホームタウン推進事
業が地域住民におよぼす影響--地域や
Jリーグクラブへの帰属意識に注目し
て.人間科学研究年報, 5: 39-54.
 - 6) 宮崎純一・古屋佐知(2006) Jリーグの
ホームタウン活動の現状と方向性~F
C東京の活動事例より~.青山経営論
集,41(2): 75-82.
 - 7) 中山健(2012) プロスポーツクラブの社
会貢献活動が地域に与える影響に関す
る研究 ジェフユナイテッド市原・千
葉を事例に.SSF スポーツ政策研究,
1(1):140-149.
 - 8) Jリーグ公式サイト Jクラブ個別経
営情報開示資料(平成27年度) J 1.
<http://www.jleague.jp/aboutj/management/club-h27kaiji.html>, (参照日 10月
25日) .
 - 9) Jリーグ公式サイト Jクラブ個別経
営情報開示資料(平成27年度) J 2.
<http://www.jleague.jp/aboutj/management/club-h27kaiji-j2.html>, (参照日 10
月25日) .
 - 10) 青山優香・仲澤眞(2016) Jリーグスタ
ジアム観戦者調査2015サマリーレポ
ート.公益社団法人日本プロサッカー
リーグ(Jリーグ) .