

チーム・アイデンティフィケーションと地域愛着間の媒介変数に関する考察[†]

菅 文 彦* 古 川 拓 也* 舟 橋 弘 晃**
 間 野 義 之**

Consideration of the Parameters of the Relationship between Team Identification and Place Attachment[†]

Fumihiko KAN*, Takuya FURUKAWA*, Hiroaki FUNAHASHI**
 and Yoshiyuki MANO**

Abstract

Although a causal relationship has been suggested between Team Identification and Place Attachment, it may be necessary to verify the existence of the parameters between them. In this research, "The rise of Team Identification is accompanied by the rise in the evaluation of the social environment of the community, and leads to the rise of Place Attachment," was aimed at the hypothesis to be verified.

As a result of the two-way analysis of variance based on data from three longitudinal surveys, we determined that Team Identification ascending group significantly increased both Place Attachment and the bonds of the community as compared to the non-ascending group, and it was suggested that the evaluation of the social environment of the community rose in the ascending group. It can be said that the hypothesis was supported, considering the fact that "regional attachment influence structure" was confirmed in Imabari-City, the area of survey on this study.

Key words : Team Identification, Place Attachment, Social Impact

1. 緒 言

2018年で設立から25年を迎えたJリーグは、その節目に「わたしたちは地域社会の一員であるという考えのもと、地域との関係性を大切に生きてきました。これからも、街も人も元気になる、成長する、そんな物語を生むきっかけになればと思っています」とうたっている¹⁾。Jリーグやプロ野球、Bリーグなど地域を拠点

とするプロスポーツチームは、地域社会に有形無形の様々な価値をもたらすとされる²⁾。ホームタウンの自治体が、チームへの出資や施設利用料の減免、広報協力など有形無形の支援を行うことは、その証左であろう。

スポーツが地域に及ぼす効果は、①経済・産業振興、②インフラ整備、③人材育成、④地域間の交流促進、⑤地域アイデンティティ形成、⑥地域コミュニティ形成³⁾や、①社会資本の整

[†]原稿受付 2018年6月12日 原稿受諾 2018年8月21日

*大阪成蹊大学マネジメント学部 〒533-0007 大阪府大阪市東淀川区相川3-10-62

**早稲田大学スポーツ科学学術院 〒202-0021 東京都西東京市東伏見3-4-1

* Faculty of Management, Osaka Seikei University, 3-10-62, Aikawa, Higashiyodogawa-ku, Osaka, Osaka, Japan (533-0007)

** Faculty of Sport Science, Waseda University, 3-4-1, Higashifushimi, Nishitokyo, Tokyo, Japan (202-0021)

備、②消費の誘発、③地域の連帯性の向上、④都市のイメージ向上⁴⁾などに整理され、経済効果と社会効果に大別されることが多い。経済効果に関しては、スポーツイベント開催やスポーツ合宿・キャンプ受け入れ、プロスポーツ興行等による効果額の推計が数多く行われ、Jクラブが地域に存在することによる経済効果も金額算出されている⁵⁾。

社会効果も、概念や定義の曖昧さや効果測定の困難さなどの課題を抱えながらも、実証研究や尺度開発の試みが近年進んでいる。例えばCrompton⁶⁾は、MLBのスタジアム建設の便益として①直接的な経済効果、②地域コミュニティの活性化、③地域イメージの向上、④他の地域開発の誘因、⑤心理的所得(社会的な結束感、地域の誇りなど)からなるとし、“Beyond Economic Impact”と文献タイトルにあるように、経済的効果以外の要素に着目した。Taks⁷⁾は地域で開催されるノン・メガスーツイベントにおいて、地域アイデンティティや誇りの醸成、新たな人的交流、人材育成などの効果が特徴的と指摘する。山口ら⁸⁾はスポーツイベント開催の社会効果を「スポーツイベント開催を通じて、生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び団体の価値体系が短期的に変化することの知覚」と定義づけ、押見⁹⁾は同社会効果に関して11因子からなる尺度開発を行い、そのなかには「地域のイメージ・認知度の向上」「多様性への理解・新たな機会の獲得」「地域での一体感向上」「快感情の獲得」「地域での会話促進」「スポーツへの興味促進」などが含まれる。

スポーツが地域に及ぼす効果を俯瞰すると、「地域アイデンティティ・誇り」「地域の一体感」「地域愛着」など、いわば「地域に対する肯定的な感情」の醸成は、社会効果の一面をなすものとして類出しており特徴的といえる。例えば「地域アイデンティティ・誇り」とは、地域が何らかの理由で賞賛されると自身も誇らしく感じるなど、地域と自身のアイデンティティが一致した状態を示すこととされ、社会的アイ

デンティティ理論¹⁰⁾¹¹⁾に基づく概念である。「地域愛着(Place Attachment)」も社会的アイデンティティ理論から導かれ、「人々と特定の地域を結びつける感情的な絆¹²⁾」が代表的な定義とされる。従来、「地域に対する肯定的な感情」とスポーツの因果関係については、いずれを独立変数あるいは従属変数とするかが判然としない面もあったが、菅ら¹³⁾はチーム・アイデンティフィケーション(以下、チームID)と地域愛着の因果関係について、愛媛県今治市の住民を対象に縦断的調査を行い、「FC今治」に対するチームIDを上昇させた地域住民(チームID上昇群)は、上昇しない住民(非上昇群)に比べて地域愛着度を有意に高めている可能性を示唆した。しかし、地域愛着に影響を及ぼす要因は多様であり^{14)~17)}、上昇には一定の期間を要する¹⁷⁾ことも鑑みて、チームIDと地域愛着を媒介する何らの変数の存在の有無を検証すべきと指摘した。「地域に対する肯定的な感情」の醸成の過程を媒介変数にも考慮しつつ検討することは、スポーツが地域に及ぼす社会効果の一端をより明らかにするものとして学術的意義があると思われる。そこで次節ではこの着眼点に基づき、地域愛着に対象を絞り、その影響要因や醸成される過程に関する先行研究の検討を進めることとする。

2. 先行研究の検討

地域愛着に影響を及ぼす構造に関して、引地ら¹⁸⁾は「地域の社会的環境に対する評価」(以下、社会的評価)と「地域の物理的環境に対する評価」(以下、物理的評価)を挙げ、両者の評価が高いほど地域愛着も高いと指摘する。さらに、社会的評価は物理的評価に比べて地域愛着をより高めるとし、「地域での経験の質」を通じた社会的評価の上昇が地域愛着の上昇を導くことを示唆した。その社会的評価の尺度は、「日頃、地域の人々と交流を持つことが多い」「毎年、この地域で行われる祭りやイベントを楽しみにしている」「この地域の人々は親切だと思う」「この地域の治安は良い」の4項目から構

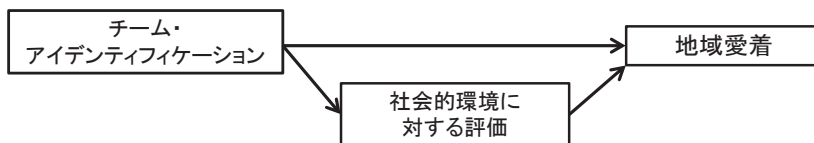


図1 本研究の仮説モデル

成され、主として「地域社会との結びつき」の多寡により社会的評価が形成されると換言できる。

本研究の問題意識に照らしてここで問うべきは、「チームIDの上昇」は果たして社会的評価を上昇させるような「地域の経験」になり得るのかであろう。「チームIDを上昇させた住民」が「地域社会との結びつき」を強めて社会的評価を上昇させる関係性が見出されるとすると、「チームIDの上昇は、社会的評価を媒介変数として地域愛着の上昇を導く」との視座も開かれる。

スポーツと「地域社会との結びつき」に関わる先行研究に触れると、ソーシャル・キャピタルを対象とする研究群に行き当たる。ソーシャル・キャピタルの定義は、Putnam¹⁹⁾による「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼・規範・ネットワークといった社会組織の特徴」に代表され、地域スポーツの振興や住民のスポーツ参加は、ソーシャル・キャピタルの涵養を通じて共同体意識の促進²⁰⁾や地域コミットメントの拡大²¹⁾、地域活動の促進²²⁾、あるいは社会的ネットワークの構築²³⁾をもたらすとされ、スポーツイベント開催も類似の効果があるとされる²⁴⁾。また、プロバスケットボールチームの観戦者は、観戦に訪れない住民よりもソーシャル・キャピタル度や地域活動への参加程度が高いとする結果も示されている²⁵⁾。

こうして見ると、スポーツをする・見る等の行為は、地域住民の「地域社会との結びつき」を高めることがあり得るとされ、地域を拠点とするプロスポーツチームに対するチームIDの上昇も、その契機となる可能性は否定できない。

従って、「チームIDの上昇は、社会的評価を媒介変数として地域愛着の上昇を導く」とする視座も妥当性を欠くとはいえず、その関係構造に着眼することは、スポーツが地域に及ぼす社会効果の一端を明らかにする点で学術的意義を有するといえる。

以上をふまえて、本研究では「チームIDの上昇は、社会的評価の上昇を伴い、地域愛着の上昇を導く」との仮説を設定し、その検証を目的とした(図1)。なお本研究では、菅ら¹³⁾の論考と同じく、チームIDは「チームと自己を同一化・同一視する態様」²⁶⁾、地域愛着は前述にある「人々と特定の地域を結びつける感情的な絆」を定義として論を進めることとする。

3. 方法

3.1 調査対象地の選定

本研究は、チームIDと地域愛着の因果関係に関する考察に基づき、両者の媒介変数に関する検証を目的とすることから、調査対象は菅ら¹³⁾の先行研究と同じく愛媛県今治市(人口約16万人)の住民とし、チームIDの測定対象チームも同様に「FC今治」とした。

「FC今治」は1976年に設立され、2016年シーズンに四国リーグおよび全国地域サッカーチャンピオンズリーグで優勝してJFL(日本フットボールリーグ)に昇格し、2018年はJFLで2年目のシーズンを迎えている(2018年5月現在)。2017年9月に最大5,000人収容のスタジアムを完成させ、JFLの1試合あたり平均観客数(約800人:2017年)を4~5倍前後上回る3~4千人台の観客数を記録するなど、四国リーグ所属時からのここ数年間でチームIDを上昇させる住民が増加していることが推察される。チー

ムIDを上昇させる住民のサンプル数が一定程度できることで、地域社会との結びつきの程度や社会的評価など他の変数の時系列の変化の有無を捉える点で調査対象として適していると判断した。

3.2 予備調査

引地ら¹⁸⁾は、社会的環境に対する評価と物理的環境に対する評価が地域愛着に影響を及ぼす構造（以下、地域愛着影響構造）を示唆した。同調査は全国16市町の選挙人名簿から無作為抽出した4,000名をもとにサンプル収集しており、各地域に通用する一般性の高い構造を示したと考えられる。しかし、この地域愛着影響構造が本研究の調査対象の今治市にも適合するか否かをそもそも検討する必要があると考えられる。そこで、今治市内在住の社会調査モニターを対象とするインターネット調査を2回実施することとした。調査時期は2015年4月と同年12月とした。同時期の「FC今治」はJFLの下位カテゴリーの地域リーグ（四国リーグ）に所属し、1試合あたりの観客数は500～1,000人程度であり、今治市の住民間で同チームに対する関心や興味は、現在（2018年）に比較して低い状態と見なすことができる。即ち、同チームに関するバイアスは無視できる状況下でのデータ収集が可能として、調査時期を設定した。

調査項目は、引地ら¹³⁾により信頼性が確認された「地域環境に対する評価」尺度の構成概念である物理的評価（ $\alpha = .62$ ）と社会的評価（ $\alpha = .62$ ）、及び「地域に対する愛着」尺度（ $\alpha = .84$ ）をもとに、スポーツ科学研究科でスポーツマネジメントを専門とする教員1名および同専攻の博士課程学生2名による検討を行ったうえで、以下の調査項目を設定した。選択肢には「1 全くそう思わない」から「7 強くそう思う」の7段階リッカート法を用いた。

収集したデータは、社会的評価・物理的評価・地域愛着それぞれについて1回目と2回目の全項目平均値を比較し（t検定）、期間推移による変化の有無を検証した。また、地域愛着を従

属変数、社会的評価および物理的評価を独立変数とする重回帰分析を行い、社会的評価および物理的評価が地域愛着に及ぼす影響の有無を確認することとした。重回帰分析は連続的な変数について行う分析であり、7段階リッカート法に見られるような離散的な質的変数の分析には適さないと指摘されうるが、本研究では引地ら¹³⁾に倣って重回帰分析を採用する立場を取り、同先行研究と本研究の分析結果を比較することとした。なお、本研究で収集したデータをもとに、「地域環境に対する評価」尺度および「地域に対する愛着」尺度の信頼性および妥当性の確認を行ったうえで分析を進めることとした。

*物理的評価に関する項目：

『今治市』を思い浮かべて、以下の質問にどの程度当てはまるかお答えください。

- この地域の街並みはきれいだと思う
- この地域の自然はきれいだと思う
- この地域の街並みからは歴史が感じられる
- 大きな山や建造物など、地域の人が皆知っている、地域のシンボルがある
- この地域の名産品は、他の地域の人に勧められる

*社会的評価に関する項目：

『今治市』を思い浮かべて、以下の質問にどの程度当てはまるかお答えください。

- 日頃、地域の人々と交流を持つことが多い
- 日頃、地域の人々と一緒に活動する機会が多い
- 毎年、この地域で行われる祭りやイベントを楽しみにしている
- この地域には、生活面で協力し合える人がいる
- この地域の治安は良い

*地域愛着に関する項目：

『今治市』を思い浮かべて、以下の質問にどの程度当てはまるかお答えください。

- この地域に、今後も住み続けたいと思う
- 自分は、自分が住んでいる地域社会の一員だと思う

- 自分にとって、この土地はなくてはならない場所である
- 地域の人々は自分にとって大切な存在である
- この土地は自分にとって住みよい場所である

3.3 本調査の時期と項目

方法1において今治市にも地域愛着影響構造が適用されることを前提に、方法1と異なる時期に、今治市に在住する社会調査モニターを対象とするインターネット調査を計3回実施し、同一人物による3回連続回答のデータを分析対象サンプルとすることとした。

インターネット調査の実施は、Ⅰ期：2016年8月26日～9月13日、Ⅱ期：2016年12月7日～19日、Ⅲ期：2017年5月15日～28日の計3回とした。Ⅰ期およびⅡ期は、菅ら¹³⁾が実施した調査時に本研究の調査項目（下記）も追加し、Ⅲ期は本研究独自に調査を設定した。Ⅰ期からⅢ期にかけては「FC今治」がJFL昇格を決めて、同リーグでの公式戦が開始された時期に重なる。この期間には、チームの好戦績やメディア露出の増加による認知や関心・興味の拡大、それに伴う観客数の増加などからチームIDを上昇させた住民のサンプルが一定程度確保できると考えられることから調査時期に設定した。

Ⅰ～Ⅲ期の調査項目は、人口統計的項目、チームIDに関する項目、地域愛着に関する項目、地域社会との結びつきに関する項目とし、Ⅲ期のみ社会的評価に関する項目を追加してデータ収集を行った。

チームIDに関する項目は、藤本ら²⁷⁾によるチームIDと地域愛着に関連する縦断的調査で用いられ、信頼性と妥当性が確認される測定尺度（6因子：個人的評価（ $\alpha = .84$ ）、公的評価（ $\alpha = .89$ ）、心理的結びつき（ $\alpha = .89$ ）、依存意識（ $\alpha = .95$ ）、行動的関与（ $\alpha = .75$ ）、認知・気づき（ $\alpha = .89$ ）計24項目）に準拠することとした。事前にスポーツ科学研究科でスポーツマネジメントを専門とする教員及び同専攻の博士課程学

生各1名を交えて、本研究の調査対象に当てはめて検討した結果、削除や修正を行う必要性を認めず、全ての因子及び項目（下記）を採用した。測定には「1 全く当てはまらない」から「7 非常に当てはまる」の7段階リッカート法を用いることとした。

- * 「個人的評価」3項目：FC今治を応援することは良いことであると感じる／FC今治を応援することをうれしく思う／FC今治を応援している自分を誇りに思う
- * 「公的評価」3項目：FC今治は人々から良いイメージを持たれている／人々はFC今治のことを良く思っている／人々は、FC今治について好意的な意見を持っていると思う
- * 「心理的結びつき」5項目：FC今治は、私自身を表現する重要なポイントである／誰かがFC今治を称賛すると、自分がほめられたような気持ちになる／私は、FC今治の一員であるという意識を持っている／私は、FC今治に強い愛着を持っている／FC今治の成功は、私の成功のように感じる
- * 「依存意識」4項目：FC今治は、私の生活を左右する／FC今治は、私の生活に影響する／FC今治の変化は、私の生活も変える／FC今治の活動は、私個人にも影響を与える
- * 「行動的関与」4項目：私は、FC今治の活動の支援をする方だ／私は、FC今治について自ら他人に話をする方だ／私は、FC今治グッズを進んで買う方だ／私は、FC今治の試合結果を積極的に知ろうとする方だ
- * 「認知・気づき」5項目：私は、FC今治の歴史を知っている／私は、FC今治について多くのことを知っている／私は、FC今治の成功も挫折も知っている／私は、FC今治のクラブ事情について知っている／私は、FC今治が地域で行っている活動を知っている

地域愛着に関する項目では、鈴木・藤井²⁸⁾による縦断的調査の事例で用いられ、信頼性と妥当性が確認される地域愛着の測定尺度（3因

子：選好 ($\alpha = .91$), 感情 ($\alpha = .89$), 持続願望 ($\alpha = .83$) 計13項目)に準拠することとした。「選好」は地域に対する好き嫌いの程度、「感情」は地域を大切に思う気持ちなど、表層的な好き嫌いよりも深みのある思いの程度、「持続願望」は地域の永続を願う程度とされる。この3因子間の関係について、「選好」は比較的短期間に醸成される一方、「感情」や「持続願望」は、「選好」の程度に影響を受けつつ、長期間に醸成されることが示されている²⁸⁾。

なお、チームIDと同様にスポーツ科学研究科でスポーツマネジメントを専門とする教員及び同専攻の博士課程学生各1名を交えた検討の結果、「歩くのは気持ちよい」(選好)、「愛着を感じている」(感情)の2項目は不採用とした。前者について、今治市は市街地や郊外を徒歩で移動する住民は限定的で、自動車や二輪車・自転車の移動が主であることを理由とした。後者については、地域愛着の測定尺度のなかで「愛着」の程度を直接的に問うのは回答者が混乱をきたす可能性があることを理由とした。従って、3因子11項目(下記)を採用し、「1 全く当てはまらない」から「7 非常に当てはまる」の7段階リッカート法を用いることとした。

- * 「選好」5項目：今治市が好きだ／今治市ではリラックスできる／今治市にお気に入りの場所がある／今治市は住みやすいと思う／今治市の雰囲気や土地柄が気に入っている
- * 「感情」4項目：今治市にずっと住み続けたい／今治市に自分の居場所がある気がする／今治市は自分のまちだという感じがする／今治市は大切だと思う
- * 「持続願望」2項目：今治市にいつまでも変わって欲しくないものがある／今治市からなくなってしまうと悲しいものがある

さらに、地域社会との結びつきに関する項目として、人間関係の変化や地域活動の参加経験・意向の設問を用意した(下記)。

【人間関係の変化】

- * 「FC今治」をTVや新聞で目にする、周囲の人と話題にする、試合観戦やイベントへの参加等を通じて、あなたの周りの人間関係に変化は感じますか？

(選択肢：「1 人間関係がとても衰えたと感じる」から「7 人間関係がとても豊かになったと感じる」の7段階リッカート法)

【地域活動の参加経験】

- * あなたは地元(今治市)の町内会や地域組織(自治会、PTA、各種組合など)の活動にどの程度参加していますか？
- * あなたは地元(今治市)でのボランティア活動に、どの程度参加していますか？
- * あなたは今治で行われるイベント(祭り、催しもの等)にどの程度参加していますか？

(選択肢：「1 全く参加していない」から「7 すべて参加している」の7段階リッカート法)

【地域活動への参加意向】

- * あなたは今後、そうした町内会や地域組織の活動に、どの程度参加しようと思いますか？
- * あなたは今後、そうしたボランティア活動にどの程度参加しようと思いますか？
- * あなたは今後、そうしたイベントにどの程度参加しようと思いますか？

(選択肢：「1 絶対に参加したくない」から「7 積極的に参加したい」の7段階リッカート法)

また、Ⅲ期の設問には社会的評価の測定項目も盛り込むこととし、方法1で用いた社会的評価の測定項目と同内容とした。Ⅰ～Ⅲ期のチームIDおよび地域愛着の測定尺度は、収集したデータを元に信頼性および妥当性の確認を行ったうえで分析を進めることとした。

3.4 本調査の分析方法

Ⅰ～Ⅲ期の有効回答の中から、同一人物による3回連続回答のサンプルを抽出して分析対象とし、以下の手順で分析を進めることとした。

はじめに、Ⅰ～Ⅲ期間にチームIDの全項目平均値が増加し、かつⅢ期の同値が4.00(7段

表1 回答者の概要

		1回目調査 (N=273)		2回目調査 (N=400)	
		N	%	N	%
性別	男性	154	56.4%	229	57.3%
	女性	119	43.6%	171	42.8%
年齢	10代	1	0.4%	3	0.8%
	20代	23	8.4%	33	8.3%
	30代	49	17.9%	78	19.5%
	40代	81	29.7%	125	31.3%
	50代	74	27.1%	96	24.0%
	60代	36	13.2%	52	13.0%
	70代以上	9	3.3%	13	3.3%
	平均年齢	47.2歳		46.6歳	
職業	会社勤務 (一般社員)	70	25.6%	119	29.8%
	会社勤務 (管理職)	11	4.0%	14	3.5%
	会社経営 (経営者・役員)	11	4.0%	11	2.8%
	公務員・教職員・非営利団体職員	21	7.7%	33	8.3%
	派遣社員・契約社員	14	5.1%	14	3.5%
	自営業 (商工サービス)	24	8.8%	35	8.8%
	SOHO	-	-	1	0.3%
	農林漁業	2	0.7%	3	0.8%
	専門職 (弁護士・税理士等・医療関連)	13	4.8%	17	4.3%
	パート・アルバイト	39	14.3%	59	14.8%
	専業主婦	34	12.5%	42	10.5%
	学生	1	0.4%	3	0.8%
	無職	28	10.3%	39	9.8%
	その他の職業	5	1.8%	10	2.5%

階リッカート法の中央の値)を上回るサンプルを「チームID上昇群」、同群に該当しないサンプルを「チームID非上昇群」と区分することとした。そのうえで両群の地域愛着の変化を二元配置分散分析により比較し、チームIDの上昇に伴う地域愛着の上昇の有無を検証することとした。その次に、「チームID上昇群」「非上昇群」間の「地域社会との結びつき」項目の変化を二元配置分散分析で比較した。また、両群間の社会的評価の差異をt検定により検証した。分析にはSPSS Statics 23を用いた。

なお、両群の区分けの基準に関して、「チームID上昇」を文字通り捉えると、例えば1.00から2.00への変化も「上昇」と見なされる。しかし、Ⅲ期の時点におけるチームIDが7段階の

中央の値である4.00を下回る回答者は、FC今治に対する関心や興味が高いとはいえないことから、4.00を上回る回答者のみを「チームID上昇群」に区分することが妥当と見なした。あるいは群区分を行わずに3回連続回答のサンプルを一括で扱い、チームIDと地域愛着や地域社会との結びつきの変化を測定することも考えられる。しかし、仮にその方法で3変数が共に上昇する結果を得たとしても、チームIDの上昇を主要因として地域愛着や地域社会とのむすびつきが上昇したとは言い切れず、調査期間内に地域で起きたFC今治とは無関係の事象や、住民の何らかの経験が影響した可能性を排除できない。そこで「チームID上昇群」「非上昇群」に区分し、両者を比較する方法が有効とされる。

表2 物理的評価・社会的評価・地域愛着の t 検定

	物理的評価				社会的評価				地域愛着						
	M	SD	自由度	t 値	M	SD	自由度	t 値	M	SD	自由度	t 値			
1 回目調査 (N = 273)	4.57	1.12	671	0.86	n.s.	4.04	1.17	671	2.03	*	4.64	1.35	671	1.13	n.s.
2 回目調査 (N = 400)	4.49	1.09				3.87	1.01				4.53	1.29			

* $p < .05$

4. 結 果

4.1 予備調査の結果

1 回目調査の有効回答数は273件、2 回目調査は400件となった。性別比は、1 回目調査が男性56.4% (n=154)・女性43.6% (n=119)、2 回目調査が男性57.3% (n=229)・女性42.8% (n=171)であった。年代は1 回目、2 回目ともに40代が最も多く、50代と30代が続いている。平均年齢は1 回目47.2歳、2 回目46.6歳で、今治市の住民の平均年齢(48.4歳:2015年度住民基本台帳統計)との差異は最大でも1.8歳に留まった。職業は会社勤務(一般社員)、パート・アルバイト、専業主婦が上位を占めているほか、定年リタイア層を中心とする無職も比較的多い傾向が表れた(表1)。

収集したサンプルから「地域環境に対する評価」尺度の信頼性及び妥当性を検討したところ、物理的評価の α 係数=.84 AVE=.51、社会的評価は α 係数=.86 AVE=.58を示した。 α は.70以上、AVEは.50以上が基準とされ、いずれも基準を満たした。GFI、AGFI、CFI、RMSEAの算出も行い、GFI=.827、AGFI=.720、CFI=.860、RMSEA=.149の数値を得た。GFI、AGFI、CFIは.90以上、RMSEAは.05以下を基準としたところ、GFIとCFIは基準に近い値を示した。信頼性と妥当性の検証の結果、基準を満たさない数値が存在することから検討余地を残すものの、 α 係数とAVEは基準を満たし、一定の信頼性の確認ができるとの判断に加えて、この予備調査は地域愛着影響構造が今治市にも適合するかの比較検証が目的であることも鑑み、内容的妥当性から項目を削除するのは好ましくないと判断し、分析を進めることとした。

また、地域愛着に関する項目の信頼性及び妥当性も検討した。Chronbach α 係数を算出した結果、 $\alpha = .93$ を示した。さらに、収束的妥当性の値を示すAVEと各項目の標準化係数も算出し、AVE=.73、各項目の標準化係数は.68から.77の範囲となった。AVEは.50以上が基準値とされ、基準を満たすことから分析を進めることとした。

1 回目調査と2 回目調査の物理的評価・社会的評価・地域愛着(いずれも全項目平均値)のt検定を行った結果、物理的評価と地域愛着は有意な変化が認められなかった一方、社会的評価は有意差が認められ、1 回目より2 回目低下した(表2)。

地域愛着(全項目平均値)を従属変数、物理的評価および社会的評価(いずれも全項目平均値)を独立変数とする重回帰分析を1 回目、2 回目の数値それぞれにおいて行った。その結果、両回ともに物理的評価および社会的評価は地域愛着に正の影響を及ぼしていることが明らかになった(表3)。1 回目の物理的評価は標準化係数 $\beta = .25$ ($p < .001$)、社会的評価は.51 ($p < .001$)、2 回目の物理的評価は.31 ($p < .001$)、社会的評価は.40 ($p < .001$)となり、両回とも社会的評価が物理的評価よりも高い影響を及ぼす結果を得た。この結果から、今治市においても地域愛着影響構造が適用されることが明らかになった。

4.2 本調査の結果

インターネット調査の有効回答数は、I 期が495件、II 期が494件、III 期が500件であり、I 期～III 期を通じて同一人物による3 回連続回答数は129件となった。この分析対象サンプル(n

表3 地域愛着と物理的評価・社会的評価の重回帰分析

		従属変数	
		地域愛着 (全項目平均値)	
		1 回目調査	2 回目調査
独立変数	物理的評価 (全項目平均値)	.25 ***	.31 ***
	社会的評価 (全項目平均値)	.51 ***	.40 ***

数値は標準化係数 β *** $p < .001$

表4 回答者の概要

		サンプル全体 (N=129)		TI上昇群 (N=29)		TI非上昇群 (N=100)	
		N	%	N	%	N	%
性別	男性	77	59.7%	21	72.4%	56	56.0%
	女性	52	40.3%	8	27.6%	44	44.0%
年齢	10代	1	0.8%	—	—	1	1.0%
	20代	6	4.7%	—	—	6	6.0%
	30代	13	10.1%	2	6.9%	11	11.0%
	40代	41	31.8%	9	31.0%	32	32.0%
	50代	34	26.4%	5	17.2%	29	29.0%
	60代	28	21.7%	9	31.0%	19	19.0%
	70代以上	6	4.7%	4	13.8%	2	2.0%
	平均年齢	51.0歳		56.4歳		49.4歳	
職業	会社勤務 (一般社員)	27	20.9%	5	17.2%	22	22.0%
	会社勤務 (管理職)	4	3.1%	1	3.4%	3	3.0%
	会社経営 (経営者・役員)	7	5.4%	4	13.8%	3	3.0%
	公務員・教職員・非営利団体職員	6	4.7%	—	—	6	6.0%
	派遣社員・契約社員	4	3.1%	1	3.4%	3	3.0%
	自営業 (商工サービス)	14	10.9%	3	10.3%	11	11.0%
	SOHO	1	0.8%	—	—	1	1.0%
	農林漁業	3	2.3%	1	3.4%	2	2.0%
	専門職 (弁護士・税理士等・医療関連)	5	3.9%	1	3.4%	4	4.0%
	パート・アルバイト	22	17.1%	2	6.9%	20	20.0%
	専業主婦	15	11.6%	5	17.2%	10	10.0%
	学生	1	0.8%	—	—	1	1.0%
	無職	19	14.7%	6	20.7%	13	13.0%
	その他の職業	1	0.8%	—	—	1	1.0%

= 129) の性別比は、男性が59.7% (n=77)・女性が40.3% (n=52) で、年代は40代が31.8% (n=41) で最多で、50代が26.4% (n=34)、60代が21.7% (n=28) と続き、以下30代が10.1% (n=13)、20代が4.7% (n=6)、70代以上が4.7% (n=6)、10代が0.8% (n=1) となった。

平均年齢は51.0歳で、今治市の住民の平均年齢(48.4歳：2015年度住民基本台帳統計)との差異は2.6歳に留まった。職業は多数上位の会社勤務(一般社員)、パート・アルバイト、専業主婦を合わせて49.5% (n=64) と約半数を占めたほか、自営業(10.9% n=14) や、定年リ

表5 「チームID上昇群」と「非上昇群」の地域愛着の変化

	I期		II期		III期		F値		
	M	SD	M	SD	M	SD	交互作用効果 (チームID× 期間推移)	主効果 (チームID)	主効果 (期間推移)
地域愛着 全項目平均									
チームID上昇群 (N=29 以下同)	4.50	1.16	5.09	1.10	5.43	1.09	6.46**	0.90	1.52
チームID非上昇群 (N=100 以下同)	5.00	1.29	4.90	1.34	4.65	1.23			
選好									
上昇群	4.52	1.09	5.17	1.13	5.47	1.10	6.92**	0.78	1.44
非上昇群	5.09	1.30	4.89	1.36	4.72	1.26			
感情									
上昇群	4.45	1.22	5.01	1.34	5.49	1.21	6.00**	0.74	1.71
非上昇群	4.95	1.46	4.90	1.48	4.62	1.35			
持続願望									
上昇群	4.52	1.48	5.05	1.29	5.19	1.13	2.54	1.30	1.32
非上昇群	4.77	1.49	4.91	1.47	4.50	1.32			

** $p < .01$

タイア層を中心に無職 (14.7% $n = 19$) も比較的多い傾向が表れた (表4)。

群の区分を行った結果, I ~ III 期間にチームIDの全項目平均値が増加し, かつ III 期の同値が4.00を上回る「チームID上昇群」は29件, 「チームID非上昇群」は100件が該当した。チームID及び地域愛着の測定尺度の信頼性と妥当性を検討したところ, チームID測定尺度の構成因子の α 係数及びAVEは, 「個人的評価」($\alpha = .95$ AVE = .86), 「公的評価」($\alpha = .95$ AVE = .86), 「心理的結びつき」($\alpha = .97$ AVE = .86), 「依存意識」($\alpha = .98$ AVE = .94), 「行動的関与」($\alpha = .97$ AVE = .88), 「認知・気づき」($\alpha = .98$ AVE = .91)を示した。構成概念の妥当性を示す値は, GFI = .713, AGFI = .633, CFI = .928, RMSEA = .117を示した。

地域愛着の測定尺度は, 「選好」($\alpha = .94$ AVE = .77), 「感情」($\alpha = .95$ AVE = .82), 「持続願望」($\alpha = .82$ AVE = .73)となり, GFI = .873, AGFI = .795, CFI = .960, RMSEA = .109を示した。基準値は $\alpha = .70$ 以上, AVE = .50以上とされ, GFI, AGFI, CFIは.90以上, RMSEAは.05以下で当てはまりが良いとされる。本研究では, α とAVEが基準値を満たし, CFIが.90以上の値を得たことから, 許容範囲

と判断して分析を進めることとした。

I ~ III 期における「チームID上昇群」と「チームID非上昇群」の地域愛着の各項目平均値の比較を二元配置分散分析により行った結果, チームIDと期間推移が地域愛着に与える交互作用効果 ($F(1, 127) = 6.46$ $p < .01$) が統計的に有意であった (表5)。一方, チームIDが地域愛着に及ぼす主効果, 及び期間推移が地域愛着に及ぼす主効果は有意水準に満たなかった。

地域愛着の因子の交互作用効果は「選好」($F(1, 27) = 6.92$ $p < .01$) 及び「感情」($F(1, 127) = 6.00$ $p < .01$) が統計的に有意であった。一方, 因子「持続願望」の交互作用効果は有意水準を満たさなかった。チームIDが地域愛着に及ぼす主効果, 期間推移が地域愛着に及ぼす主効果は, 3因子とも有意水準に満たなかった。

次に, 「地域社会との結びつき」に関する設問について, 「チームID上昇群」と「非上昇群」の比較 (二元配置分散分析) を行った (表6)。

「人間関係の変化」は, 交互作用効果 ($F(1, 127) = 3.29$ $p < .05$) が有意水準を満たし, 「チームID上昇群」が高い値を示した。主効果はチームID, 期間推移ともに有意水準を満たさなかった。

地域活動の参加経験は, 「町内会や地域組織」

表6 「チームID上昇群」と「非上昇群」の「地域社会との結びつき」項目の比較

	I期		II期		III期		F値		
	M	SD	M	SD	M	SD	交互作用効果 (チームID× 期間推移)	主効果 (チームID)	主効果 (期間推移)
人間関係の変化									
チームID上昇群 (N=29 以下同)	4.17	0.89	4.00	1.04	4.31	0.89			
チームID非上昇群 (N=100 以下同)	4.14	0.71	4.26	0.76	4.02	0.53	3.29*	0.05	0.06
町内会・地域組織 参加経験									
上昇群	3.45	1.45	3.31	1.65	4.14	1.57			
非上昇群	3.37	1.74	3.41	1.66	3.08	1.66	3.30*	2.69	0.59
町内会・地域組織 参加意向									
上昇群	3.66	1.45	4.00	1.34	4.45	1.40			
非上昇群	3.94	1.45	3.90	1.39	3.59	1.27	4.14*	1.69	0.63
ボランティア活動 参加経験									
上昇群	3.28	1.44	3.07	1.58	3.52	1.55			
非上昇群	3.11	1.66	3.15	1.54	2.90	1.62	1.17	1.34	0.11
ボランティア活動 参加意向									
上昇群	3.59	1.30	3.76	1.53	4.34	1.37			
非上昇群	3.89	1.47	3.96	1.31	3.60	1.28	4.25*	0.21	0.70
行事・イベント 参加経験									
上昇群	3.38	1.57	3.07	1.39	3.76	1.41			
非上昇群	3.34	1.56	3.49	1.49	3.29	1.42	2.13	0.02	0.67
行事・イベント 参加意向									
上昇群	3.69	1.42	3.83	1.31	4.38	1.27			
非上昇群	3.93	1.42	4.13	1.27	3.79	1.28	3.06*	0.01	0.95

* $p < .05$

が交互作用効果 (F (1, 127) = 3.30 $p < .05$) が有意水準を満たし、「チームID上昇群」が高い値を示した。主効果は同水準を満たさなかった。「ボランティア活動」と「イベント」は交互作用効果、主効果ともに有意水準を満たさなかった。

地域活動への参加意向は、「町内会や地域組織」の交互作用効果 (F (1, 127) = 4.14 $p < .05$), 「ボランティア活動」の交互作用効果 (F (1, 127) = 4.25 $p < .05$), 「行事・イベントの参加意向」の交互作用効果 (F (1, 127) = 3.06 $p < .05$) が有意水準を満たし、いずれも「チームID上昇群」が高い値を示した。主効果はチームID, 期間推移いずれも有意水準を満たさなかった。

さらに、両群の社会的評価の比較 (t 検定) の結果、全項目平均値 (t (127) = 3.46 $p < .001$), 「日頃、地域の人々と交流を持つことが多い」 (t (127) = 3.39 $p < .001$), 「日頃、地域の人々

と一緒に活動することが多い」 (t (127) = 3.17 $p < .01$), 「毎年、この地域で行われる祭りやイベントを楽しみにしている」 (t (127) = 3.43 $p < .001$), 「この地域には生活面で協力し合える人がある」 (t (127) = 2.76 $p < .01$), 「この地域の治安は良い」 (t (127) = 1.99 $p < .05$) を示し、全項目平均値およびすべての項目で「チームID上昇群」が有意に高い値を示した (表7)。

5. 考 察

予備調査において物理的評価と社会的評価が地域愛着に及ぼす影響の有無を検証した結果、2回の調査ともに、社会的評価と物理的評価は地域愛着に正の影響を及ぼし、かつ社会的評価がより高い影響力を持つことが明らかになった。このことから、地域愛着影響構造は今治市にも適合することが明らかとなった。なお、約8ヶ月間をおいた2回の調査結果を比較する

表7 「チームID上昇群」「非上昇群」の社会的評価の比較

	M	SD	自由度	t 値	
全項目平均					
チームID上昇群 (N = 29 以下同)	5.15	1.35	127	3.46	***
チームID非上昇群 (N = 100 以下同)	4.15	1.37			
日頃、地域の人々と交流を持つことが多い					
上昇群	5.34	1.54	127	3.39	***
非上昇群	4.17	1.67			
日頃、地域の人々と一緒に活動する機会が多い					
上昇群	5.17	1.61	127	3.17	**
非上昇群	4.02	1.76			
毎年、この地域で行われる祭りやイベントを楽しみにしている					
上昇群	5.07	1.39	127	3.43	***
非上昇群	3.91	1.66			
この地域には、生活面で協力し合える人がいる					
上昇群	5.14	1.33	127	2.76	**
非上昇群	4.22	1.64			
この地域の治安は良い					
上昇群	5.03	1.48	127	1.99	*
非上昇群	4.45	1.37			

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

と、地域愛着は有意な変化は認められなかった。地域愛着の醸成には一定の期間が必要とされる²⁸⁾ことから、今治市も他地域と異なる特異性は無く、比較的短期間では地域愛着は変化しない地域と見なすことができる。

同様に物理的評価も有意な変化が認められなかった。これは評価対象の「街並み」「自然」「建造物」「名産品」が物理的な存在であるがゆえに、約8ヶ月の間に状態に顕著な変化は生じず、評価が不変であったと考えられる。

一方で、社会的評価が有意に低下した点は注目される。その要因を探究することは本研究の領域をこえるものであるが、近所づきあいの減少や孤独感の増加などは指摘されており²⁹⁾、今治市も同様の傾向にあることが推察される。地域愛着影響構造に従えば、社会的評価の低下は地域愛着の低下を導くと考えられる。地域愛着を維持ないしは上昇に導くには、社会的評価を高めるような何らかの事象・経験が必要とされることは認識しておく必要がある。

仮説の検証の結果、まず地域愛着に関して、「チームID上昇群」は期間の推移を伴いながら「非上昇群」よりも有意に高い地域愛着の値を示した。菅ら¹³⁾は2回の縦断的調査でこの結果を導き出したが、本研究ではさらに1回の調査を加えた計3回の調査からも同様の結果を得たことで、チームIDの上昇は地域愛着の上昇を伴うことが改めて示されたといえる。

「地域社会との結びつき」の項目に関しては、「チームID上昇群」は、人間関係の変化や地域活動への参加意向の値を有意に上昇させ、その帰結として社会的評価も有意に高いことが明らかになった。「地域愛着影響構造」が今治市にも適合することをふまえると、「チームIDの上昇は、社会的評価の上昇を伴い、地域愛着の上昇を導く」とする仮説は支持されたとするのが妥当である。

「チームID上昇群」が「人間関係の変化」の値を上昇させた背景には、調査実施期間に、町内や職場など身近な人間関係の中でFC今治

という共通の話題が喚起されたことや、FC今治が主体の行事やイベントへの参加等により、旧来の人間関係の強化や新たな人間関係の構築が生じたことが推察される。

地域活動への参加意向に関しても、「チームID上昇群」の上昇が目立った。近隣でのつきあいや社会的な交流と地域活動への参加は、相互に高まる関係が示されている³⁰⁾。この点をふまえると、「チームID上昇群」は人間関係が豊かに変化したことに伴い、地域活動への参加意向も高めたことが考えられる。そうした中で、「町内会や地域組織」は参加機会の頻度がボランティア活動や行事・イベントに比べて一般的に高いことから、調査実施期間内にも実際の参加経験回数が増えたと思われる。

Ⅲ期の調査時点での社会的評価を比較した結果、「チームID上昇群」が「非上昇群」よりも高い結果を得た。この点に関して、「チームID上昇群」の社会的評価は元々高かったとの解釈も可能である。しかし、予備調査において社会的評価が約8ヵ月間で有意に低下したことから、今治市では何らかの事象・経験が生じない状態では、人間関係の希薄化などにより社会的評価が緩やかに低下する状態にあるとも考えられる。そうした中で、「チームID上昇群」は人間関係や地域活動への参加意向など「地域社会との結びつき」や社会的評価をむしろ上昇させている点は注目に値する。同群の社会的評価の元々の高さを考慮したうえで、チームIDの上昇が社会的評価の上昇をもたらしたとする見方はできるであろう。

今治市において「FC今治」に対する住民の認知や関心は今後の増加が見込まれることから、住民のチームIDは「上昇の黎明期」にあるといえる。そうした時期では、チームIDが「直接的に」地域愛着の上昇を導くというよりも、社会的評価が媒介変数の役割を果たし、「間接的に」地域愛着が上昇すると解釈できる。プロスポーツ振興を志向する地方自治体において、地域愛着の醸成を政策上のKPIに定める際には、試合当日のスタジアムやアリーナの満員

を目指すだけでなく、試合開催日以外の平常時において、地域の人間関係を豊かに変化させる方向性の中でチームを活用する視点が求められよう。例えば観戦者・ファン同士の交流機会を拡げる行事・イベントの開催、チームとの連携による町内会や地元企業の構成員・従業員の横のつながりの強化、チームに由来する地域組織(NPOなど)の設立によるボランティア活動の促進などが想定される。

また、本調査の結果からチームIDと期間推移の交互作用効果のみが有意水準を満たしたことは、チームと地域のあり方を示している。有意水準を満たした背景として、「チームID上昇群」が該当する項目の値を上昇させたことに加えて、「非上昇群」が同値を低下させたことも要因として指摘できる。換言すれば、プロスポーツチームと地域の良好な関係が長期間にわたり継続されてはじめて、社会的評価の上昇が伴い、地域愛着の上昇が導かれる点は重要な示唆といえる。

本研究では、チームIDの上昇は社会的評価の上昇を伴い、地域愛着の上昇を導く構造が明らかとされたが、予備調査で採用した「地域環境に対する評価」尺度や、本調査におけるチームIDや地域愛着の尺度の信頼性及び妥当性に関して、基準を満たさない数値も一部算出されたことから検討の余地があり、項目の削除や追加も含めた課題が残された。

また、チームIDの上昇が社会的評価の上昇を伴う点に関して、「チームID上昇群」の中でチームIDとは全く無関係な要因で社会的評価を上昇させた回答者が含まれる可能性は、群分けによる分析を行ったものの完全には排除できない。この点については、実際の回答者に対するインタビューなど定性調査を通じて、人間関係の具体的な変化や地域活動への参加意向が高まった背景等を把握する必要があると考えられる。

参 考 文 献

- 1) 日本プロサッカーリーグ, Jリーグ25周年記

- 念特設サイト <https://www.jleague.jp/special/anniversary/25th/>.
- 2) 石坂圭三, 間野義之; プロスポーツの地域における経済的価値評価, スポーツ産業学研究, Vol.20, No. 2, pp.159-171, 2010.
 - 3) 国土庁・日本システム研究所, スポーツを核とした地域活性化に関する調査—スポーツフロンティア21, 1995.
 - 4) 原田宗彦; スポーツビジネスの発展, 山下秋二, 原田宗彦編著: 図解スポーツマネジメント, 大修館書店, pp.56-67, 2005.
 - 5) 株式会社日本経済研究所, Jクラブの存在が地域にもたらす効果に関する調査, 2009.
 - 6) Crompton, Beyond Economic Impact: An Alternative Rationale for the Public Subsidy of Major League Sports Facilities, Journal of Sport Management, Vol.18, pp.40-58, 2004.
 - 7) Taks, Social sustainability of non-mega sport events in a global world, European Journal for Sport and Society, Vol.10, pp.121-141, 2013.
 - 8) 山口志郎, 他; スポーツイベントが開催地域にもたらす効果: 先行研究の検討, 体育学研究, 2018. 早期公開.
 - 9) 押見大地, スポーツイベントにおける包括的社会効果尺度の開発, 笹川スポーツ研究助成, 2017.
 - 10) Hogg, M.A., and Abrams, D.; The social identity approach: Context and content. Social Identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes, Routledge, pp.6-30, 1988.
 - 11) Tajfel, H. and Turner, J.C.; The social Identity Theory of Intergroup Behavior, Psychology of Intergroup Relations, Chicago: Nelson-Hall, pp. 7-24, 1986.
 - 12) Hidalgo, C., Hernandez B.; Place attachment: Conceptual and Empirical Questions, Journal of Environmental Psychology, Vol.21, pp.273-281, 2001.
 - 13) 菅文彦, 他; チーム・アイデンティフィケーションと地域愛着の因果関係に関する考察—FC今治の本拠地(愛媛県今治市)の住民を対象として—, スポーツ産業学研究, Vol.28, No.1, pp.1-11, 2018.
 - 14) Lewicka, M.; Ways to Make People Active: The Role of Place Attachment, Cultural Capital, and Neighborhood Ties, Journal of Environment Psychology, Vol.25, pp.381-395, 2005.
 - 15) 渡邊勉; 地域に対する肯定観の規定因: 愛着度, 住みやすさ, 地域イメージに関する分析, 地域ブランド研究, No.2, pp.99-130, 2006.
 - 16) 鈴木春菜, 藤井聡; 「消費行動」が「地域愛着」に及ぼす影響に関する研究, 土木学会論文集D, Vol.64, No.2, pp.190-200, 2008.
 - 17) 鈴木春菜, 藤井聡; 「地域風土」への移動途上接触が「地域愛着」に及ぼす影響に関する研究, 土木学会論文集D, Vol.64, No.2, pp.179-189, 2008.
 - 18) 引地博之, 他; 地域に対する愛着の形成機構—物理的環境と社会的環境の影響—, 土木学会論文集D, Vol.65, No.2, pp.101-110, 2009.
 - 19) Putnam, Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community, Simon & Schuster, 2000.
 - 20) Jarvie, G., Communitarianism, sport and social capital: Neighbourly insights into Scottish sport, International Review for the Sociology of Sport, Vol.38, No.2, pp.139-153, 2003.
 - 21) Kay, T. and Bradbury, S., Youth sport volunteering: Developing social capital?, Sport Education and Society, Vol.14, No.1, pp.121-140, 2009.
 - 22) Skinner, J., Zakus, D.H. and Cowell, J., Development through Sport: Building social capital in disadvantaged communities, Sport Management Review, Vol.11, No.3, pp.253-275, 2008.
 - 23) 長積仁, 他; 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, Vol.23, pp.11-31, 2009.
 - 24) 松野光範, 横山 勝彦; コミュニティ・ガバナンスによるまちづくり: 昭和新山国際雪合戦大会を事例に, 同志社政策科学研究, Vol.11, No.1, pp.49-60, 2009.
 - 25) 工藤康宏, 他; プロスポーツチームとまちづくりに関する研究—チームと拠点地域住民の共同参画型プロジェクトの開発と展開—, SSFスポーツ政策研究, Vol.3, No.1, 2013.

- 26) Funk, D.C., and James, J.D. : The Psychological Continuum Model : A conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport. *Sport Management Review*, Vol.4, pp.119-150, 2001.
- 27) 藤本淳也, 他: スポーツチームの地域転入と「まちづくり」の関連性, *SSFスポーツ政策研究*, Vol.3, No.1, 2014.
- 28) 鈴木春菜, 藤井聡: 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究, *土木計画学研究・論文集*, Vol.25, pp.357-362, 2008.
- 29) 厚生労働省, *高齢社会白書*, 2016.
- 30) 内閣府経済社会総合研究所, *コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルに関する研究調査報告書*, 2005.