

プロスポーツチームの環境配慮活動がファン心理に与える影響に関する研究

学生氏名 吉次優羽太

指導教員 前田和範

研究背景

現代の企業活動において SDGs や CSR への貢献が不可欠となる中、Jリーグやアビスパ福岡も環境配慮活動を積極的に展開している。しかし、こうした活動がクラブへの評価やサポーターの愛着に具体的にどのような影響を与えるかについては、学術的な検証が不足しているのが現状である。

研究目的

本研究の目的は、Jリーグの中でも環境配慮活動を積極的に行っている、アビスパ福岡の事例を通じ、環境配慮活動への認知・評価が「チームレピュテーション」および「チームアイデンティティ」に及ぼす影響を実証的に明らかにすることである。具体的には、活動認知の有無によるサポーター心理の差異を検証し、環境活動が単なる社会貢献にとどまらず、サポーターとの絆を深め、ブランド価値を向上させる戦略的な意義を持つことを提示する。

研究方法

本研究では、福岡県在住のアビスパ福岡のサポーター150名を対象に、WEBアンケート調査を実施した。調査項目は、先行研究である富山(2014)、Wu et al. (2021)を参考に構成し、「チーム評価(レピュテーション)」、「チームアイデンティティ」、「環境意識・行動」の各尺度、および社会連携活動『FUKUOKA TAKE ACTION!』への認知度を設定した。分析においては、活動への認知度(内容まで知っている/名前だけ知っている/知らない)に分けて、各評価指標における群間の差異を検証するため、一元配置分散分析を行った。

分析結果

分析の結果、環境活動の内容まで認知している層は、チームレピュテーションの全側面、特に「情緒的アピール」や「社会環境」で有意に高い評価(平均4.0超)を示した。また、チームアイデンティティにおいても、認知層(4.29)は非認知層(2.92)を大きく上回り、活動への理解が愛着を強固にすることが示された。さらに、活動認知が高い層ほど、個人の環境意識や行動レベルも有意に高い傾向が確認された。

考察・結論

アンケート結果より、環境活動を詳細に認知する層はチームへの愛着や評価が高く、活動への理解が心理的結びつきを強めることがわかった。なお、高い愛着が主体的な情報取得を促す可能性もあり、因果関係の特定には至っていないため、今後はインタビュー調査等による検証が課題である。