

観戦者行動研究における地域愛着構造の再検討

—バレーボール・Vリーグ観戦者を対象として—

Reexamination of the structure of place attachment in spectator
behavior study: Conducted on V. league spectator

井澤悠樹*, 出口順子*, 長谷川健司**, 清川健一***

Yuki IZAWA, Junko DEGUCHI, Kenji HASEGAWA, Kenichi KIYOKAWA

キーワード：地域愛着, スポーツ観戦者

Key words: Place attachment, Sports spectator

要約

プロスポーツをはじめとするトップスポーツには興行としての本来の役割のほか、各種目の振興と強化への貢献に加え、ホームタウンをはじめとした地元地域への貢献も期待されている。ファンや観戦者が観戦行動を通してホームタウンや地元地域への感情的な繋がりを形成することによって、社会におけるチームの存在価値が高まると共に、結果としてより強力なチームへの支援を期待することができる。そのホームタウンや地元地域への感情的な繋がりを把握する指標の1つに地域愛着があるが、これまでのスポーツマネジメント研究では、地域同一性と地域依存性から構成される地域愛着が慣例的に多用されてきた。しかしながら、地域愛着研究が先進的に取り組まれている環境心理学分野においては、認知的側面・情動的側面・行動的側面を有したより多次元な地域愛着構造が支持されている (Kyle et al., 2004; Ramkissoon et al., 2013)。そこで本研究は、観戦者行動研究における地域愛着の構造を再検討することを目的とした。結果、これまで用いられてきた地域同一性と地域依存性に加え、地域への感情、社会的繋がりの2つの概念を加えた4因子構造の地域愛着が支持された。

Abstract

In addition to their original role as entertainment, professional and other top sports teams are expected to contribute to the promotion and strengthening of their respective sports, as well as to their hometowns and other local communities. When fans and spectators form an emotional connection to the hometown and local communities through their spectator

* 東海学園大学スポーツ健康科学部 ** 太成学院大学人間学部 *** 株式会社ブレイザーズスポーツクラブ

behavior, the value of the team's presence in society is enhanced, and as a result, stronger support for the team can be expected. One of the indicators for understanding the emotional ties to the hometown or local community is "Place attachment". Place attachment, which consists of place identity and place dependence, has been conventionally used extensively in sport management studies. However, in the field of environmental psychology, where place attachment research has been advanced, a more multidimensional place attachment structure with cognitive, affective, and behavioral aspects is supported (Kyle et al. 2004; Ramkissoon et al., 2013). Thus, the purpose of this study was to reexamine the structure of place attachment in spectator behavior research. The results supported a four-factor structure of place attachment, adding the two concepts of place identity and place dependence, which have been used in the past, as well as affective attachment and social bonding.

1 はじめに

プロスポーツ・実業団スポーツを問わず、各チームの「地域密着型経営」はますますその傾向を強めている。しかし、実際に地域密着型チームが持続可能な経営を実現していくためには、地域のファンやサポーター、自治体からの支援や応援を途切れさせることなく、地域全体を活性化させる「公共体」として事業性を高めていくことが求められる（前田, 2021）。つまり、チームが存在し、レベルの高い興行を行えば自然とファンが生み出され、自治体をはじめとした地域全体から支持を得られるわけではなく、地域社会を理解し、貢献し、課題を解決していく姿勢が必要とされる（前田, 2021）。

例えば、我が国が直面している社会的課題の1つに人口減少に伴う地域コミュニティの弱体化が挙げられる。Jリーグに所属するガンバ大阪は、「ガンバ大阪のあるまち」として地元への愛着と誇りを育み、活力ある地域社会の形成・発展に寄与することを目的として、ホームタウンである吹田市とパートナーシップ協定を結んでおり（吹田市, 2017）、自治体の立場からもチームの有する社会的影響力を上述したような活力ある地域社会の形成や発展といった地域活性化に利活用したいとの思いが見て取れる。地域コミュニティ形成の文脈から見た際、地域住民の地域愛着が形成されている場合には、コミュニティ力の強化（Manzo et al., 2006）や地域課題に対する対処能力の形成（Brown et al., 2003）に繋がり、地域コミュニティの再構築が期待できる。つまり、チームの存在が地域愛着の形成を促進することができれば、それはチームが地域において不可欠な存在として社会的価値を示すことに繋がる。

これまでにもファンや観戦者の地域愛着に注目した研究はいくつか報告されている。例えば二宮（2010）は、観戦関与レベルの高い者ほど、地域愛着が有意に高いことを報告している。また二宮（2011）は、ファンレベルが高い者ほど地域愛着が有意に高く、チームに対する愛着と地域

愛着には有意な関係性があることを示唆している。加えて松本・渡辺（2015）は、非ファンよりも熱狂的なファンの方が地域愛着の値が有意に高いことを報告している。

以上のように、これまでのスポーツマネジメント研究分野におけるファンや観戦者の地域愛着に注目した研究はいくつか確認できるものの、それらの多くは地域同一性と地域依存性から構成される尺度を援用している。一方で、地域愛着研究が先進的に取り組まれている環境心理学分野においては、地域同一性と地域依存性から構成される2次元構造の地域愛着では、社会環境との繋がりを見落としていることからその理解は不十分であり、社会的相互作用を含む場所との絆が形成される社会的文脈を考慮する必要性が指摘されており（Hidalgo and Hernandez, 2001; Raymond et al., 2010）、認知的・情動的・行動的側面を有したより多次元の地域愛着構造が支持されている（Kyle et al., 2004; Ramkissoon et al., 2013）。上述したように、チームの存在が地域愛着の形成を促進し、地域コミュニティの形成に貢献し得る公共体としての存在価値を検証しようと考えた際、より正確に地域愛着を把握できる指標が不可欠となる。

そこで本研究は、観戦者行動研究における地域愛着の構造を再検討することを目的とした。観戦者の地域愛着をより詳細に把握することができる指標を明らかにできれば、プロスポーツチームをはじめとしたトップスポーツチームの社会的な存在意義や社会的役割などを説明することへの貢献が期待できる。

2 地域愛着の概念構造

地域愛着の定義は研究者によって異なる（Ramkissoon et al., 2013）との指摘がある中で、Hidalgo and Hernandez（2001）の「個人と特定の場所との間に生じる肯定的な感情的繋がりと絆」が比較的多用されている。先述したように、地域愛着研究が先進的に取り組まれている環境心理学分野では、2次元構造の地域愛着では社会環境との繋がりを見落としていることからその理解は不十分であり、社会的相互作用を含む場所との絆が形成される社会的文脈を考慮する必要性を指摘している（Hidalgo and Hernandez, 2001; Raymond et al., 2010）。そのような中で引き続き検討の余地が残されているものの、一定の合意が得られている地域愛着の概念構造が、認知的・情動的・行動的側面を有した多次元の地域愛着構造であり、地域同一性、地域依存性、地域への感情、社会的繋がりで構成されている（Ramkissoon et al., 2102; 2013）。

地域同一性とは、認知的（Kyle et al., 2004; Ramkissoon et al., 2013）・情緒的（Ramkissoon et al., 2013）愛着であり、特定の地域に対する態度・価値観・思考・信念・所属意識などの組み合わせによって形成される（Williams et al., 1992）。また、自尊心や所属意識を高め、自己アイデンティティの構成要素として説明される（Proshansky et al., 1983）。地域依存性とは、機能的愛着（Williams and Vaske, 2002）であり、特定の地域が代替地域と比較してどの程度個人のニーズと目標を満たす可能性があるのかという主体的な評価を意味する（Williams et al., 1992）。依

存関係や具体性等は属性との適合性よりも、特定の場所で得られる「良さ（ニーズの充足や目標達成）」に付随する全体的な必要性を意味している（Williams et al., 1992）。地域への感情とは、感情的愛着（Jorgensen and Stedman, 2001）であり、個人が特定の場所について共有する感情的な絆を意味する（Jorgensen and Stedman, 2001; Ramkissoon et al., 2012）。これまでの地域愛着に関する研究では、地域同一性と混同して用いられてきた経緯があるが、別次元として捉えて用いる必要性が指摘されている（Kyle et al., 2004; 2005; Yuksel et al., 2010）。最後に社会的繋がりとは、能動的愛着（Kyle et al., 2004）であり、個人と地域内の他者・地域・地域文化との間に生じる社会的関係性を意味する（Kyle et al., 2005）。また、愛着の対象は場所そのもののみではなく、その場で構築される社会的関係性も含まれる（Hidalgo and Hernandez., 2001）。

以上のように、これまでスポーツマネジメント研究で多用されてきていた2因子構造とは異なり、場所と個人との社会的相互作用によって形成される絆が考慮された多次元構造の有用性が支持されている（Hidalgo and Hernandez, 2001; Raymond et al., 2010）。加えて、これまで感情的側面が同一性の一部として取り扱われてきていたものの、近年の研究によってその弁別性を検討する必要性も指摘されている（Kyle et al., 2004; 2005; Yuksel et al., 2010）。更に地域愛着を構成する各概念（地域同一性・地域依存性・地域への感情・社会的繋がり）は、それぞれに独立した概念というよりも相互に関連し合いながら地域愛着という上位概念からの影響を受けていることが示唆されている（Ramkissoon et al., 2012; 2013）。プロスポーツチームをはじめとしたトップスポーツチームの存在が、ファンや観戦者の地域愛着形成を促進することが求められている中で、より詳細な地域愛着の理解が可能となれば、それはチームの存在が地域において不可欠なものとしての社会的価値を示すことに繋げることが期待できる。

3 研究方法

(1) データ収集

本研究は、2021年11月6日（土）、11月7日（日）に開催されたVリーグ男子堺ブレイザーズホームゲーム（会場：堺市立大浜体育館）の観戦者を対象としてデータの収集を行った。感染症対策として、あらかじめ各観戦席に調査用紙を配布しておき、調査趣旨に賛同が得られた場合のみ回答してもらい、帰宅時に会場の各出入口に設置した調査用紙回収箱への提出を求めた。2日間で合計488部回収し、堺市に居住しており地域愛着項目を完答しているものを有効標本とした結果、有効標本数（率）は145部（29.7%）であった。

(2) 調査内容

対象者の属性を把握する項目のほか、地域愛着の構造を確認するために Ramkissoon et al. (2013) の4因子12項目のほか、Ramkissoon et al. (2013) の項目とは重複しない Kyle et al.

(2005) の社会的繋がり 4 項目、Kyle et al. (2004) の地域同一性 1 項目、地域への感情 1 項目、Williams and Vaske (2002) の地域同一性 1 項目、地域依存性 2 項目、計 21 項目を設定した。地域愛着は「1. まったくそう思わない」から「5. とてもそう思う」までの 5 段階リッカート尺度で回答を求めた。

(3) 分析方法

分析は以下の手順で行った。はじめに、対象者の属性を把握するために、性別、年齢、職業、観戦時の同伴者、来場手段、応援するチームの有無、最も応援するチーム、昨シーズンの観戦回数、今シーズンの観戦回数、ファンレベルについて、単純集計を行った。

次に、地域愛着構造の検討を目的として、地域愛着 21 項目について確認的因子分析を行い、モデル適合度の確認を行った。次に先行研究での指摘に準じて、地域同一性と地域への感情の弁別性を確認するために探索的モデル特定化を行った。続けて、探索的モデル特定化の結果を踏まえて、再度、確認的因子分析を行い、モデル適合度の確認およびモデル比較を行った。最後に、因子負荷量、AVE (average variance extracted)、CR (construct reliability)、クロンバックの α 係数を用いて、尺度の妥当性と信頼性について検討した。

分析には、SPSS Statistics 27 および Amos Graphics 22 を用いた。

4 結果

(1) 対象者の属性

表 1 は対象者の属性を示したものである。性別では、「男性」と回答した者が 35.2%、「女性」と回答した者が 64.8%であった。職業では、「会社員」と回答したものが最も多く 48.6%、次いで「パート・アルバイト」と回答した者が 16.7%、「専業主婦 (夫)」と回答した者が 12.5%と続いた。当日の観戦同伴者については、「家族」と回答した者が 55.2%と最も多く、次いで「ひとり」と回答した者が 22.1%、「友人 (恋人を含む)」が 17.9%であった。来場手段では、「自家用車」と回答した者が最も多く 44.8%、次いで「自転車」と回答した者が 23.4%、「徒歩」と回答した者が 15.2%と続いた。

応援するチームについて、「ある」と回答した者が 83.7%、「ない」と回答した者が 16.3%であった。応援するチームがあると回答した者にそのチームを聞いたところ、「堺ブレイザーズ」と回答した者が 95.7%であった。また、昨シーズンの観戦回数の平均は 1.9 回 (SD: 3.9)、今シーズンの観戦回数の平均は 1.8 回 (SD: 1.5) であった。自身のファンレベルについて聞いたところ、最もファンレベルの高い「私は応援するチームのために生きている」と回答した者は 3.6%であった。

表1 対象者の属性

| | | (n) | (%) | | | (n) | (%) | |
|------------|-----------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|-------|-------|--|
| 性別 | 男性 | 51 | 35.2 | 来場手段 | 電車 | 15 | 10.3 | |
| | 女性 | 94 | 64.8 | | バス | 9 | 6.2 | |
| | 合計 | 145 | 100.0 | | 自家用車 | 65 | 44.8 | |
| 年齢 (n=140) | M | | 45.8 | 自転車 | 34 | 23.4 | | |
| | SD | | 14.5 | 徒歩 | 22 | 15.2 | | |
| 職業 | 会社員 | 70 | 48.6 | 合計 | 145 | 100.0 | | |
| | パート・アルバイト | 24 | 16.7 | 応援するチーム有無 | ある | 118 | 83.7 | |
| | 専業主婦 (夫) | 18 | 12.5 | | ない | 23 | 16.3 | |
| | 公務員 | 9 | 6.3 | 合計 | 141 | 100.0 | | |
| | 会社役員 | 3 | 2.1 | 最も応援するチーム | 堺ブレイザーズ | 112 | 95.7 | |
| | 学生 | 5 | 3.5 | | JTサンダース | 4 | 3.4 | |
| | 経営者・自営業 | 2 | 1.4 | | その他 | 1 | 0.9 | |
| | 専門・技能職 | 5 | 3.5 | | 合計 | 117 | 100.0 | |
| | 年金生活者 | 4 | 2.8 | 昨シーズンの観戦回数 (n=134) | M | 1.9 | | |
| | その他 | 4 | 2.8 | | SD | 3.9 | | |
| 合計 | 144 | 100.0 | 今シーズンの観戦回数 (n=144) | M | 1.8 | | | |
| 観戦の同伴者 | 家族 | 80 | 55.2 | | SD | 1.5 | | |
| | 友人 (恋人含む) | 26 | 17.9 | ファンレベル | 私は応援するチームを知っている | 31 | 28.2 | |
| | 会社の同僚 | 4 | 2.8 | | 私は応援するチームが好きである | 37 | 33.6 | |
| | ひとり | 32 | 22.1 | | 私は応援するチームのファンである | 38 | 34.5 | |
| | その他 | 3 | 2.1 | | 私は応援するチームのために生きている | 4 | 3.6 | |
| | 合計 | 145 | 100.0 | | 合計 | 103 | 100.0 | |

(2) 地域愛着構造の確認

地域愛着の構造を検討するために、設定した21項目を用いて高次因子分析モデルによる確認的因子分析を行った。高次因子分析モデルは、想定される複数の因子がより高次の因子から影響を受けると仮定される場合に用いる分析モデルであり、因子間に強い相関関係がある場合に因子間の関係性を説明する際に用いられる (小塩, 2020b; 豊田, 2014)。概念的妥当性を因子負荷量によって判断した結果、「私が試合観戦する上で「堺」以外の場所は考えられない ($\lambda = .596$)」、「「堺」に対する感情的な愛着は、あったとしてもわずかなものである ($\lambda = .259$)」、「もし「堺」を訪れなくなると多くの友人との繋がりが途切れるだろう ($\lambda = .675$)」、「もし私が「堺」以外の場所を選んだ場合、友人の多くはがっかりするだろう ($\lambda = .675$)」が基準値である .700 以上 (Hair et al., 2014) に満たなかったため削除した。因子負荷量が基準値に満たなかった4項目を削除し、再度、確認的因子分析を行った結果、因子負荷量の基準値は満たしたものの、2次因子から1次因子へのパスが1.00を超える結果であった (地域同一性: $\lambda = 1.025$ 、地域への感情: $\lambda = 1.012$)。先行研究 (Kyle et al., 2004; 2005; Yuksel et al., 2010) での、これまでは地域同一性と地域への感情が混同して扱われてきたものの、本来は別次元として扱われるべきであるとの指摘を踏まえ、地域同一性と地域への感情の弁別性を確認するために、探索的モデル特定化を行った (図1)。

結果、地域同一性に4項目、地域への感情に3項目が分類され、モデル適合度は、 $\chi^2/DF = 1.669$ (基準値 < 3.00; Hair et al., 2006)、IFI = .990 (基準値 > .950; Hu and Bentler, 1998)

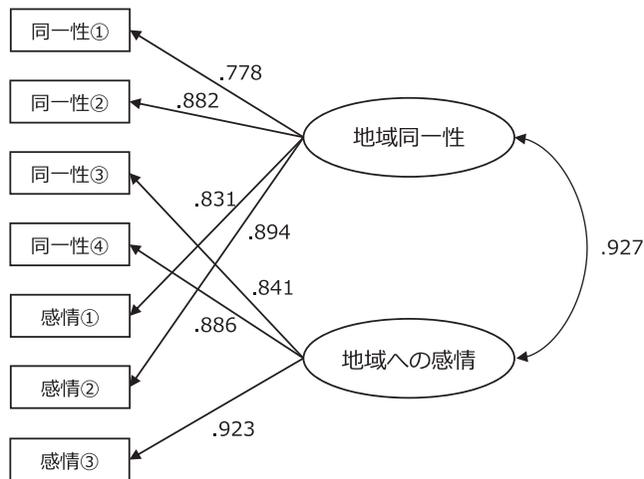


図1 探索的モデル特定化

TLI = .984 (基準値 > .950: Hair et al., 2014)、CFI = .990 (基準値 > .950: Hair et al., 2014)、RMSEA = .068 (基準値 < .050: 小塩, 2020a) であった。RMSEA が基準値を満たさなかったものの、モデルとして当てはまりが悪い場合は RMSEA の値が .100 を超える場合 (小塩, 2020a) との指摘があることや、他の指標において基準値を満たしていることから総合的に判断して以後の分析を続けた。

探索的モデル特定化の結果を踏まえ、再度、高次因子分析モデルによる確認的因子分析を行い、地域愛着構造の検討を行った。因子負荷量の基準値を満たさなかった1項目「私が試合観戦を楽しむ上で「堺」以上の環境を提供してくれる場所はない ($\lambda = .699$)」を削除した結果、モデル適合度は、 $\chi^2/DF = 2.186$ (基準値 < 3.00: Hair et al., 2006)、IFI = .951 (基準値 > .950: Hu and Bentler, 1998) TLI = .939 (基準値 > .950: Hair et al., 2014)、CFI = .950 (基準値 > .950: Hair et al., 2014)、RMSEA = .091 (基準値 < .050: 小塩, 2020a) であった。TLI と RMSEA の値が基準値を満たさなかったものの、他のモデル適合度指標が基準値を満たしていること、更には、複数モデルを相対的に比較する場合に用いられる AIC (Akaike Information Criterion) の値が、1回目の確認的因子分析の際は AIC = 640.183、2回目が AIC = 327.436 であったのに対して、3回目では AIC = 255.973 大幅に低下したことも踏まえ、4因子15項目構造の地域愛着を採用することとした。

続けて、採用された15項目の妥当性と信頼性の検討を行った (表2)。収束的妥当性の確認には因子負荷量および AVE を用いた。信頼性の確認には CR およびクロンバックの α 係数を用いた。

結果、因子負荷量はすべて基準値を満たす結果であった。また AVE においても基準値である .500 以上 (Hair et al., 2014) を満たしていたことから収束的妥当性が確認された。続けて CR

およびクロンバックの α 係数を確認したところ、すべての因子において CR の基準値である .700 以上、および α 係数の基準値である .700 以上（共に Hair et al., 2014）を満たしていたことから、信頼性も確認された。

表2 地域愛着の構造

| 項目 | λ | AVE | CR | α |
|--------------------------------------|-----------|------|------|----------|
| 場所同一性 | | | | |
| 私は「堺」を自身の一部のように感じる | .882 | .719 | .912 | .908 |
| 私は「堺」との強い結び付き（繋がり）を感じる | .779 | | | |
| 私は「堺」に強い帰属意識を感じる | .893 | | | |
| 私は「堺」にとても愛着がある | .832 | | | |
| 場所依存性 | | | | |
| 「堺」での試合観戦は、他の場所での試合観戦よりも満足感を得ることができる | .863 | .756 | .914 | .924 |
| 他のどの地域よりも私は「堺」での試合観戦を楽しんでいる | .893 | | | |
| 「堺」で試合観戦することは、他の場所で試合観戦するよりも重要である。 | .881 | | | |
| 試合観戦を最も楽しむためには、他の場所よりも「堺」を選ぶ。 | .839 | | | |
| 場所への感情 | | | | |
| 「堺」は、私にとって非常に特別な場所である | .897 | .780 | .863 | .912 |
| 「堺」では自分自身について多くのことを理解することができる | .833 | | | |
| 「堺」は私にとって大きな意味を持っている | .917 | | | |
| 社会的繋がり | | | | |
| 「堺」にはたくさんの楽しい思い出がある | .787 | .627 | .918 | .866 |
| 私の友人の多くは他の場所よりも「堺」を好む | .717 | | | |
| 私は、「堺」に特別な思い出がある | .910 | | | |
| 友人とともに「堺」を訪れようと思う | .739 | | | |

※基準値 (Hair et al., 2014) λ : >.700 AVE: >.500 CR: >.700 α : >.700

5 考察

本研究では、地域愛着研究が先進的に取り組まれている環境心理学分野で支持されている多次元構造の地域愛着構造をスポーツ観戦者行動研究へ援用することを目指し、地域愛着構造の検討を行ってきた。結果、これまでに多用されてきた地域同一性、地域依存性の2つの概念に加えて、地域への感情、社会的繋がりなどの2つの概念を加えた多次元構造の地域愛着が支持された。

先行研究 (Kyle et al., 2004; 2005; Yuksel et al., 2010) において指摘されていた地域同一性と地域への感情の弁別性について検討を行った結果、先行研究とは異なる結果が得られた。先行研究 (Ramkissoon et al., 2013) では地域への感情を構成する変数として扱われていた「強い帰属意識を感じる」「とても愛着がある」の2項目は、その意味を地域に対する所属意識や態度といった認知的な変数と解釈することができる。一方で、地域同一性を構成する変数として扱われていた「私にとって非常に特別な場所である」「自分自身について多くのことを理解することができる」は、場所との相互作用によって形成される感情的な側面を反映した感情的な変数として理解することができる。つまり、これまで地域同一性と地域への感情が混同されて用いられてきたこと (Yuksel et al., 2010) と同様に、多次元構造を支持する立場においても明確にその内容の弁別性を踏まえて変数の設定を行うことは、いまだ困難であることが予想される。実際に、探索的モデ

ル特定化によって測定変数がどの構成概念に従属することが望ましいのかを検討した際にも、算出された因子間相関係数は $r = .927$ と非常に高い値であった。そういう意味では、各因子を構成する説明変数の内容的妥当性と弁別的妥当性については、今後も引き続き検討する必要性が示唆される。

6 結論

本研究の目的は、観戦者行動研究における地域愛着の構造を再検討することであった。結果、これまでスポーツマネジメント研究において多用されてきた2次元構造の地域愛着に代わる、地域同一性・地域依存性・地域への感情・社会的繋がりで構成される多次元の地域愛着構造が明らかとなった。この結果は、今後の観戦者行動研究に新たな知見をもたらす有益な結果であると思われる。一方で、測定変数の内容的妥当性と弁別的妥当性については、特に地域同一性と地域への感情の2因子間において引き続き検討の必要性が示唆された。

本研究の結果は、あくまでもトップスポーツチームが地域密着型経営を標榜し、地域コミュニティの形成に貢献し得る公共体としての役割について、地域愛着という概念で説明するための第一歩である。今後は本研究の結果を足掛かりとして、実際に観戦者の地域愛着がどのような過程で形成されるのか（もしくは、観戦行動によって地域愛着は形成されているのか）について検証を行っていく必要がある。また、当然のことながら各チームは地域密着型経営を体現する方法として、地域貢献活動や近年では社会的価値と経済的価値を同等に追求するCSV（Creating Shared Value）活動が盛んに展開されている（原田，2020）。チームの存在が地域愛着の形成を促していると仮定した場合、こういった活動の存在も無視することはできない。今後は、観戦行動に併せてチームが展開する地域貢献活動やCSV活動の認知、およびその評価を含めて、観戦者行動研究における地域愛着の形成過程について多角的に検証していく必要がある。

引用文献

- 小塩真司, 2020a. 解説: 適合度指標のいろいろ. In: 小塩真司著, 第2版はじめての共分散構造分析 - Amosによるパス解析 -. 小塩真司著. 東京図書株式会社. 115-116.
- 小塩真司, 2020b. 第9章共分散構造分析を使いこなす. In: 小塩真司著, SPSSとAmosによる心理・調査データ解析 - 因子分析・共分散構造分析まで - 第3版. 小塩真司著. 東京図書株式会社. 224-242.
- 吹田市, 2017. ガンバ大阪との「パートナーシップ協定」締結のお知らせ. 吹田市ホームページ.
<https://www.city.suita.osaka.jp/bunka/1018347/1021176/1011239.html>
- 豊田秀樹, 2014. 第3章さまざまなモデル. In: 豊田秀樹編著, 共分散構造分析 [Amos編] - 構造方程式モデリング -. 東京図書株式会社. 52-71.
- 二宮浩彰, 2010. プロスポーツ・ファンの地域愛着とスポーツ観戦者行動. スポーツ産業学研究第20巻第1号. 97-107.

- 二宮浩彰, 2011. プロスポーツ観戦者行動におけるチームに対する愛着とホームタウンへの地域愛着. *Doshisha Journal of Health & Sports Science* 3: 14-21.
- 原田宗彦, 2020. 第2章プロスポーツが地域で担う新たな役割. In: 原田宗彦著. スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-, 株式会社学芸出版社. 75-112.
- 前田和範, 2021. 19章地域密着型プロスポーツの未来. In: 原田宗彦編著. スポーツ産業論第7版, 株式会社杏林書院. 245-254.
- 松本耕二・渡辺泰弘, 2015. 地元プロ・スポーツチームのチームイメージ、チーム同一性と地域愛着. 広島経済大学研究論集第38巻第3号. pp13-21.
- Brown, B., Perkins D. D., Brown, G., 2003. Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis. *Journal of Environmental Psychology* 23: 259-271.
- Hair, Jr. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E., 2014. *Multivariate Data Analysis Personal New International Edition (7th Ed.)*.
- Hidalgo, M. C. and Hernandez, B., 2001. Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology* 21: 273-281.
- Hu, L. T., and Bentler, P. M., 1998. Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological methods* 3 (4): 424-453.
- Jorgensen, B. S., and Stedman, R. C., 2001. Sense of Place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their Properties. *Journal of Environmental Psychology* 21: 233-248.
- Kyle, G., Graefe A., Manning, R., and Bacon, J., 2004. Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology* 24: 213-225.
- Kyle, G., Graefe, A., and Manning, R., 2005. Testing the Dimensionality of Place Attachment in Recreational Settings. *Environment and Behavior* 37 (2): 153-177.
- Manzo, L. C. and Perkins, D. D., 2006. Finding Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Planning. *Journal of Planning Literature Vol.20, No.4*: 335-350.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K. and Kaminou, R., 1983. Place-identity: physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology* 3: 57-83.
- Ramkissoon, H., Weiler. B. and Smith, L. DG., 2012. Place attachment and pro-environmental behavior in national parks: the development of a conceptual framework. *Journal of Sustainable Tourism* 20 (2): 257-276.
- Ramkissoon, H., Smith, L. DG., Weiler, B., 2013. Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviors: A structural equation modelling approach. *Tourism Management* 36: 552-566.
- Raymond, C. M., Brown G., and Weber D., 2010. The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology* 30: 422-434.

- Williams, D. R., Patterson, M. E., and Roggenbuck, J. W., 1992. Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Science 14*: 29-46.
- Williams, D. R., and Vaske J. J., 2002. The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach. *Forest Science 49 (6)*: 830-840.
- Yuksel, A., Yuksel, F., and Bilim, Y., 2010. Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management 31*: 274-284.