

〔論 文〕

大学への帰属意識に影響を及ぼす要因に関する研究

—大学スポーツチームに対するアイデンティティおよび観戦動機との関係に着目して—

林 直 也*

I. 緒言と目的

大学全入時代の到来に伴い、大学進学率が向上している。文部科学省が実施する学校基本調査によると（文部科学省、2016）、平成28年3月に高校を卒業した者の大学・短大進学率は過去最高を更新したという（大学・短大進学率55.0%、うち大学進学率49.5%）。「2018年問題」を前にした18歳人口の横ばい状態、大学設置基準緩和による大学数の増加等が影響していると考えられるが、一方で、大学生の中途退学率も増加傾向にある。文部科学省の調査によると（2014）、平成24年度における中途退学者の総数は、全学生数（中途退学者、休学者を含む）2,991,573人のうち、2.65%（平成19年度比0.24ポイント増）に当たる79,311人であった。「経済的理由」による中途退学の割合が最も高いが（20.4%）、平成19年度と同調査の時点では、「経済的理由」は全体の3番目であったことから、近年の厳しい経済状況が伺える。また、全入時代の到来により、大学や学部を選び好みしなければ進学希望者全員が大学へ進学できる。そのことが進学率を引き上げている訳だが、一方で自校理解の浅い学生、自校に対する思い入れや帰属意識の低い学生が増えているのではなかろうか。人気大学へは成績優秀者が集中し、学力で劣る受験生は志望校に入学することができない。結果、志望校以外の大学へ入学せざるを得なくなり、自校理解の浅い学生になってしまう。それらの学生は、入学目的が不明確であるため、大学生生活に充実感を感じることができず、中

途退学の道を歩む。大学全入時代はこういった問題を抱えている。

これらの中途退学率増加の問題に対して、松井ら（2010）は、大学不適応に影響を及ぼす要因に着目し、「友人関係の希薄さ」、「授業理解の困難さ」、「入学目的の曖昧さ」が大学不適応に影響する要因であることを明らかにしている。また、高木（2006）は、大学・アルバイト先・部活動といった組織への帰属意識が大学生の充実感に影響することを明らかにし、中村ら（2013、2014）は、大学への愛着（帰属意識）は、大学不適応に直接的な負の影響を与える要因であり、大学への帰属意識には「友人関係」、「教員への好感」、「施設設備充実」、「入学目的の明確さ」が正の影響を与えることを示している。大学や部活動といった組織への帰属意識が高まれば、学生としての充実感が高まるだけでなく、大学不適応に対して抑制的な力が働く事がこれらの研究から分かっている。つまり、大学に対する充実感を高め、大学不適応を抑制するためには、大学や部活動等の組織への帰属意識を向上させることが重要なのである。

近年、大学への帰属意識を高める方法の一つとして、多くの大学が自校教育を取り入れている。自校教育の目的は、自らが通う大学の建学の精神、大学の歴史や将来像、創設者・研究者・卒業生などの人物、成果を上げている研究活動等を学ばせることで安心感を持たせ、学習意欲を向上させることにある。そのことが、大学への興味を沸き立たせ、大学への帰属意識の向上、中途退学者数の抑制へとつながっていく。そして、帰属意識の高い学生は卒業後も母校愛という形で大学に対

キーワード：大学への帰属意識、チームアイデンティティ、共分散構造分析

*関西学院大学人間福祉学部准教授

する帰属意識を持ってくれる。母校愛の強い卒業生にとって、母校の活躍、話題、情報は生活への大きなチカラとなる。マイナビフレッシューズの調査(2015)によると、「出身大学への母校愛がある」と回答した者のうち、母校愛を感じるシチュエーションとして、「母校が話題になっていると反応してしまう」、「母校の人が活躍しているとうれしくなる」、「母校の名前を新聞などで見るとうれしくなって切り抜いてしまう」といった回答が見られ、母校の活躍が生活へチカラを与えていることが分かる。母校愛が母校への応援・支援を促進し、応援・支援を受けた母校がそれによってさらに活躍し、それが卒業生の生活へのチカラとさらなる母校愛の高まりへとつながっていく。こういった良い循環を生み出すことが大学全入時代にとって必要なものではなからうか。

そこで本研究では、大学への帰属意識に影響を及ぼす要因の解明を試み、特に、大学スポーツチームへのアイデンティティ(以下、チームID)の影響について検証する。すでに、高木(2006)が部活動組織への帰属意識の影響を示しているが、これは自らが所属している部活動への帰属意識、いわば「する」対象としてのスポーツチームに対する意識である。それに対し、本研究では、部員以外の者が大学スポーツチームに対して抱くアイデンティティ、いわば「見る」対象としてのスポーツチームへの意識の影響を考察する。マイナビフレッシューズの調査(2015)においても、母校愛を感じるシチュエーションとして、「母校が参加している競技大会の中継を見た時」、「テレビ中継などで母校の選手が出ている時」等、スポーツ観戦場面の回答が見られる。このことから、自らが所属しているチームでなくとも、母校を代表するスポーツチームにアイデンティティを感じ、チームの活躍や頑張りを観戦したり、応援したりすることで、大学への帰属意識が醸成されるのではなからうか。そしてそれは、現役学生にとっても同じなのではなからうか。大学を代表するスポーツチームの試合を見たり、応援したりする場合は、単なるスポーツ観戦の場でなく、大学への帰属意識を醸成する場となるのではなからうか。そして、本研究では、チームIDと大学への帰属意識との関係に加え、観戦動機との関係にも着目

したい。動機とは、「人々に充足や満足を求めて行動に向かわせるニーズや欲求」と定義され(Kotler, 2004)、観戦者が観戦行動を通じて満たそうとするニーズや欲求と言える。スポーツ観戦者は、各々何らかの動機を持って観戦に訪れており、どのような動機がチームIDに影響を与え、チームIDは大学への帰属意識に影響を与えているのかどうか。これらが分かれば、大学への帰属意識を向上させるツールとしての大学スポーツチームのチカラを示すことができ、大学におけるスポーツチームの新たな役割を示すことができると考える。

これらのことから、本研究の目的は、大学スポーツ観戦者を対象に、大学への帰属意識に影響を及ぼす要因を明らかにすることである。具体的には、観戦動機、チームID、大学への帰属意識の関係を構造的に分析することである。

II. 研究方法

1. データ収集

調査対象者は、大学アメリカンフットボールの試合観戦者とした。調査対象とした試合は、関西学生リーグ第7戦にあたる、関西学院大学対立命館大学戦(2014年11月23日、於:ヤンマースタジアム長居)である。なお、この試合は、関西リーグ優勝決定戦であった。調査は、関西学院大学側の応援スタンドにおいて実施した。観戦者に対し、調査員が直接質問紙を配布し、その場で記入、回収するという方法を用いた。調査用紙は、試合開始前に配布、回収を行った。調査員には、調査対象者の個人的特性に偏りが生じないように、観戦者全体を反映した対象者を抽出するよう指導した。その結果、197部の回答が得られた。197部の内、欠損値がなく、かつ関西学院大学の現役学生もしくは卒業生のデータを抽出したところ、104部となり、この104部を分析対象とした。現役学生もしくは卒業生に限定した理由は「大学への帰属意識」を尋ねているためである。現役もしくは卒業生でなくとも、「子供や友人が関西学院大学へ通っている」、「子供や友人が関西学院大学アメリカンフットボール部に所属している」等の理由で帰属意識を持つ可能性はあるが、今回は現

役学生および卒業生のみを対象とし、観戦動機、チーム ID、大学への帰属意識との関係を考察することとした。

2. 調査項目

本研究で用いたチーム ID は、Trail ら (2001) によって作成された尺度を用いた。本尺度は 3 項目で構成されている。チーム ID とは、「個人のスポーツ組織に対する行動的態度を含む、コミットメント・感情的関与」と定義されており、チームに対するアイデンティティが高い人ほど、チームに対して時間やお金をより多く投資する傾向にあることが分かっている (Branscombe ら、1991)。大学への帰属意識については、中村ら (2013) にて使用されている尺度を用いた。ただし、現役学生、卒業生ともに回答できると考えられる項目のみを採用した。つまり、卒業生には答えづらいと考えられる項目を削除した。具体的には、「私は関西学院大学の雰囲気になじめていない」、「いつも関西学院大学の学生であることを意識している」等である。その結果、13 項目を除外し、11 の項目を用いて測定することとした。観戦動機は Mahony ら (2002) が使用している尺度のうち、選手への愛着、チームへの愛着、スポーツへの愛着、地域の誇りを採択した。いずれも 3 項目で構成される動機因子である。なお、本調査では、地域の誇りを大学の誇りとし、質問項目において、地域名の部分を大学名に換え、調査を行った。方法は、観戦動機、チーム ID、大学への帰属意識ともに「1. 全くそう思わない」「5. 非常にそう思う」を両極とする 5 段階尺度を用いて測定した (ワーディングは両極のみ)。

その他の項目として、個人的特性 (性別、年齢、スタジアムまでの所要時間、職業、同伴者数、同伴者、ルールの理解度) を尋ねた。

3. 理論的枠組み

本研究では、大学スポーツ観戦者において、特にチーム ID に注目し、この変数がどのような観戦動機から影響を受け、大学への帰属意識に影響を及ぼしているかどうかについて検証を行う。

図 1 は、本研究の理論的枠組みを示している。今回着目した観戦動機である、選手への愛着、チ

ームへの愛着、アメリカンフットボールへの愛着、大学の誇りがチーム ID へ影響を及ぼし、チーム ID が大学への帰属意識へ影響を及ぼす。そして、4 つの観戦動機は互いに影響を及ぼし合う共変関係にある。予測としては、4 つの観戦動機のうち、チームへの愛着がチーム ID へ正の影響を及ぼし、その他の観戦動機からの影響は認められないと考える。これは、Funk ら (2001) の心理的連続モデル (psychological continuum model: PCM) を根拠としている。PCM によると、スポーツチームに対する愛着が弱い消費者は「観戦者」であり、試合結果や順位に関わらず好みのチームを支援する消費者が「ファン」であるという。そして、「観戦者」が「ファン」に成長する際に形成する心理的特徴こそが「チーム ID」である。「観戦者」が抱く観戦動機は、社会・環境的 (地域の誇り、スポーツへの愛着、選手への愛着) であり、「ファン」が抱く観戦動機は、自己表現的であり、応援するチームとの関係によって自身を定義する自己顕示欲の一種と考えられる (Funk ら、2006)。そのため、チーム ID へ影響を及ぼす動機はチームへの愛着であると考えられる。また、チーム ID は大学への帰属意識に正の影響を及ぼすと予測する。林 (2015) は、地域のバレーボールチームに所属する者を対象に、自らが所属するチームに対する愛着が活動拠点地域への愛着に影響を及ぼすことを明らかにし、また、アマチュアスポーツの試合観戦者を対象に、応援するチームへのアイデンティティとチームがホームタ

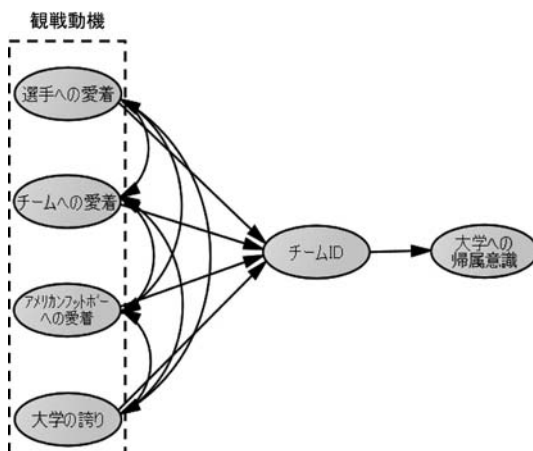


図 1 理論的枠組み

ウンとする地域への愛着は相関関係にあることを示している(林, 2016)。さらに、二宮(2011)は、プロバスケットボール試合観戦者を対象に、チームの熱心なファンはホームタウンへの地域愛着が強く、チームに対する愛着とホームタウンへの地域愛着には関連があることを明らかにしている。これらの結果から分かることは、チームを愛するがゆえに、チームと関係の深いホームタウンに対する愛着も高まるということである。林(2016)は論文の中で、『愛着が高まるのは、地域だけでなく、「チームと関係するもの」なのかもしれない。「チームと関係するもの」は地域だけではない。チームカラーやチームのスポンサー等に対する愛着とも関係があるかもしれない』と述べている。そう考えると、チームと大学とは深いかわりがあり、チームを愛する気持ちが強ければ大学に対する愛着も高まることが予測される。最後に、観戦動機間の共変関係であるが、仲澤ら(2014)によると、選手への愛着とクラブへの愛着、ならびに選手への愛着とサッカーへの愛着は負の相関関係にあり、その他の動機間には正の相関関係があることが示されている。このことから本研究においても、選手への愛着とチームへの愛着、ならびに選手への愛着とアメリカンフットボールへの愛着との間に負の相関関係、その他の動機間には正の相関関係があると予測し分析を行う。

4. 分析方法

データ分析は、観戦動機、チームID、大学へ

の帰属意識の関係を構造的に分析するために、図2のような仮説モデルを設定し、共分散構造分析を行った。

共分散構造分析とは、構成概念や観測変数の性質を調べるために集めた多くの観測変数を同時に分析するための統計的方法である(小塩, 2008)。回帰分析では、従属変数の一つしか設定できないが、共分散構造分析は複数の従属変数への影響を検証できる。パス解析(多重回帰分析)においても、複数の従属変数を設定することは可能であるが、観測変数のみならず潜在変数を独立変数としてモデルに組み込み、その影響力を検証したり、双方向の因果関係を分析したりするにはパス解析では難しい。これが共分散構造分析を用いた理由である。以下に本研究で用いた適合度指標を示す。

- χ^2/df : 乖離度として算出され、モデルがデータと適合しているかを確認するための指標。小さな値ほど望ましい(基準値 ≤ 3.00) (Hairら, 2006)。
- GFI (Goodness of Fit Index)、AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index): 共に分析モデルがデータをどの程度予測できるのかを表す指標(共に基準値 $\geq .90$) (小塩, 2008)。
- CFI (Comparative fit index): 観測変数間にパスを一切引かない独立モデルを比較基準として、分析モデルではどれだけモデルとデータの乖離度が改善されたかをもって、モデルの適合の良さを判断する指標(基準値 $\geq .90$) (小塩, 2008)。

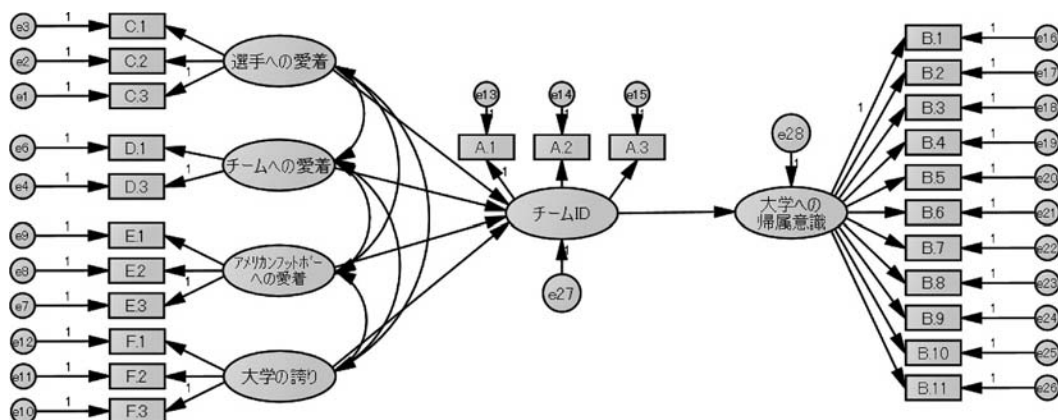


図2 仮説モデル①

- RMSEA (Root mean square error of approximation) : モデルの分布と真の分布との乖離をモデルの複雑性を考慮に入れて示した指標。 .05 未満の場合、あてはまりがよく、 .05 から .10 の範囲はグレーゾーンとする (田部井, 2001)。Hair ら (2006) は、基準値 $\leq .08$ としているため、本研究においてはこれに従うこととした。
- AIC (Akaike Information Criterion) : 複数のモデルを比較するとき使用する指標。複数のモデルを比較した際、より小さい値をとるモデルほど、適合度が高いと判断する (小塩, 2008)。

なお、分析使用ソフトは SPSS Statistics 24、Amos 24、有意水準は 5% とした。

III. 結果と考察

1. 調査対象者の個人的特性

表 1 は、調査対象者の個人的特性を示している。

性別は、男性が 78.8%、女性が 21.2% となり、8 割近くが男性であることが分かる。平均年齢は 47.7 歳、年代は 50 歳代が最も高い結果となった。J リーグ観戦者調査サマリーレポート (2015) によると、2015 年シーズンにおける J リーグ観戦者の男女比は、男性が 62.7% (女性 37.3%)、平均年齢 41.1 歳、40 歳代が最も多いという結果になっている。プロスポーツと大学スポーツという違いがあるため、単純に比較することはできないが、大学アメリカンフットボール観戦者の方が男性が多く、かつ年齢も高めであることが分かる。職業は、会社員の割合が最も高い (50.5%)。同伴人数は、4 人以上の割合が最も高く 41.3%。これは、J リーグの「2 人で観戦する人が最も多い」という結果とは異なる。試合が週末開催、そして優勝決定戦であったため、現役学生同士、卒業生同士が互いに声を掛け合い、4 人以上の集団を形成したことが推測できる。今後は、優勝決定戦以外の試合においても傾向を確認していく必要があると言える。スタジアムまでの所要時間は、平均で 81.4 分、8 割を超える観戦者が 90 分圏内から集まっていることが分かる。ルールの理解度につ

表 1 対象者の個人的特性

性別	男性	78.8
	女性	21.2
年齢 (平均 47.7 歳)	19 歳以下	1.0
	20 歳代	17.5
	30 歳代	11.7
	40 歳代	18.4
	50 歳代	27.2
	60 歳以上	24.3
職業	会社員	50.5
	公務員・教員	6.8
	自営業	12.6
	学生	7.8
	パート	3.9
	その他	18.4
	同伴者数	1 人
2 人		36.5
3 人		5.8
4 人以上		41.3
スタジアムまでの 所要時間 (平均 81.4 分)	30 分以内	10.6
	31 分～60 分以内	41.2
	61 分～90 分以内	29.4
	91 分～120 分以内	11.8
	121 分以上	7.1
ルール認知	ほとんど知らない	1.9
	あまり知らない	4.9
	どちらでもない	22.3
	少し知っている	29.1
	かなり知っている	41.7
		(%)

いては、「少し知っている」、「かなり知っている」を合わせた割合が、7 割を越え、多くの観戦者がルールを理解した上で観戦していることが分かる。

2. チーム ID ならびに大学への帰属意識

表 2 は、チーム ID ならびに大学への帰属意識測定尺度における各項目の平均値 (M)、標準偏差 (SD)、合成変数の平均値、因子負荷量 (λ) 等を示している。

チーム ID、大学への帰属意識を測定するすべての項目において、中央値 (3) を超えていることから、チーム ID、大学への帰属意識ともに高

い観戦者であることが分かる。大学スポーツであるため、毎年チームを構成する選手の顔触れは変わる。また、アメリカンフットボールという種目の特性上、試合中の選手交代も非常に激しい。そういった中で、観戦者のチーム ID が高いという結果は、選手の入替えに左右されない安定した集客、応援の獲得において重要な結果だと言える。

そして、仮説モデルを設定するにあたり、両変数において、尺度の収束的妥当性ならびに信頼性の確認を行った(表2)。妥当性について、平均分散抽出(average variance extracted: AVE)を用いて検証したところ、両変数ともに基準値(AVE \geq .50)(Fornellら、1981)を上回った(チーム ID: .76、大学への帰属意識: .55)。尺度の信頼性については、Cronbach の α 係数 (α) を用いて検証したところ、こちらも基準値(小塩、2004) (\geq .70) を満たすことができた(チーム ID: .90、大学への帰属意識: .93)。これらの結果は、チーム ID、大学への帰属意識における妥当性および信頼性を支持する結果であるため、両変数ともにモデルへ組み込み、仮説の検証を行うこととした。

3. 動機尺度における確認的因子分析を用いた構成概念妥当性の検討

表3は、本研究で用いた動機尺度における各項目の平均値(M)、標準偏差(SD)、合成変数の平均値、因子負荷量(λ)等を示している。

初めに、観戦動機4因子の構成概念妥当性をさらに高めるため、因子負荷量が.50に満たない項目を除外した。具体的には、チームへの愛着動機を構成する「FIGHTERS がなくなったら、アメリカンフットボールへの興味はなくなってしまうと思う」である。この項目の因子負荷量は.46であったため、基準値(Hairら、2006) (\geq .50) に従い削除することとした。

まず、合成変数の平均値を見てみると、選手への愛着が最も低い結果になった(7.85)。大学スポーツでは愛着を持った選手がいたとしても4年間で卒業してしまう。また、アメリカンフットボールという種目の特性上、試合中の選手の入替えも多く、また、ヘルメットやフェイスガードによって、選手の顔が見えにくいことも特定の選手への愛着が高くない要因になると考える。一方で、大学の誇りが最も高い値を示した(13.82)。本動機は、大学に愛着があるため、大学のステータスやイメージの向上に貢献していると考えられるチームを応援したい、観戦したいという

表2 チーム ID ならびに大学への帰属意識における平均値、標準偏差等の結果

		M	SD	合成変数の平均値	λ	AVE	α
チーム ID	A.1: 私は私自身を FIGHTERS の “本当の” ファンであると思っている	4.22	.99	11.95	.89	.76	.90
	A.2: もし FIGHTERS のファンであることをやめなければならないなら、私は喪失感を感じる	3.74	1.35		.80		
	A.3: FIGHTERS ファンであることは私にとって非常に重要である	3.99	1.14		.92		
大学への 帰属意識	B.1: 関西学院大学を気に入っている	4.59	.72	45.29	.80	.55	.93
	B.2: 自分にとって、関西学院大学は居心地がよくて落ち着くことができる	4.25	1.09		.86		
	B.3: 関西学院大学は、自分にとって大切な居場所である	4.13	1.17		.84		
	B.4: 関西学院大学が好きである	4.49	.79		.88		
	B.5: 私は、関西学院大学に愛着がある	4.34	.92		.94		
	B.6: 関西学院大学の悪口を聞くと、心中穏やかではられない	4.05	1.05		.68		
	B.7: 関西学院大学の良くない評判を聞くと、嫌な気持ちになる	4.20	.96		.72		
	B.8: 関西学院大学は就職に有利だと思う	3.99	.90		.46		
	B.9: 関西学院大学は、世間一般の評価が高いほうだと思う	3.96	.80		.46		
	B.10: 関西学院大学にとって重要なことは、私にとっても重要である	3.60	1.12		.66		
	B.11: 関西学院大学の存在が私を支えてくれる	3.70	1.15		.71		

※A1～A3、B1～B11は仮説モデルに対応

表3 動機尺度における確認的因子分析による構成概念妥当性の検討

要因		M	SD	合成変数の平均値	λ	AVE	α
選手への愛着	C.1:「その選手」が所属しているので、FIGHTERS を応援することに決めた	2.98	1.41		.74		
	C.2: 応援する選手を持つことは、FIGHTERS を応援することよりも大切である	2.94	1.29	7.85	.77	.47	.72
	C.3:「その選手」が大学を卒業したら、FIGHTERS への関心は弱くなると思う	1.92	1.13		.54		
チームへの愛着	D.1: 私は、まず FIGHTERS のファンで、次にアメリカンフットボールのファンである	4.35	1.32		.84		
	D.2: FIGHTERS がなくなったら、アメリカンフットボールへの興味はなくなってしまうと思う	-	-	10.67	-	.60	.73
	D.3: 私は、FIGHTERS の大ファンだと思う	4.13	1.02		.71		
アメリカンフットボールへの愛着	E.1: 特定の選手やチームのファンというよりも、私はアメリカンフットボールのファンである	3.41	1.26		.89		
	E.2: 一にも二にも、私はアメリカンフットボールのファンだと思う	3.52	1.28	10.46	.83	.73	.89
	E.3: 特定のチームや選手に興味を持つよりも、一つのスポーツとしてアメリカンフットボールに興味を持つことの方が、自分にとって大切だと思う	3.53	1.17		.84		
大学の誇り	F.1: FIGHTERS は、関西学院大学の重要なシンボルである	4.61	.78		.93		
	F.2: FIGHTERS は、関西学院大学のステータスを上げている	4.59	.78	13.82	.98	.92	.97
	F.3: FIGHTERS は、関西学院大学のイメージを向上させている	4.63	.74		.97		

モデル適合度: $\chi^2/df=1.82$; GFI=.90; AGFI=.82; CFI=.96; RMSEA=.079

λ =因子負荷量 (基準値 $\geq .50$)、AVE=平均分散抽出 (基準値 $\geq .50$)、 α =信頼性係数 (基準値 $\geq .70$)

※C1~C3、D1~D3、E1~E3、F1~F3は仮説モデルに対応

動機である。関西学院大学アメリカンフットボール部 FIGHTERS は、ライスボウル (日本選手権) 過去 10 回出場 (優勝 1 回)、甲子園ボウル (全日本大学選手権/東西大学王座決定戦) 49 回出場 (優勝 27 回) を誇る強豪チームであり、部員数も 220 名を超える (2016 年 9 月現在) 大きな組織である (FIGHTERS オフィシャルホームページ、2016)。そのため、FIGHTERS は関西学院大学のシンボルとして現役学生、卒業生から認識されており、選手やアメリカンフットボールに対する知識や愛着が高くなくとも、関西学院大学を愛する者として、シンボリック的存在であるチームの試合を見たい、応援したいという動機が観戦行動につながっていると考えられる。

これらの動機尺度に対し、確認的因子分析を行った結果、データへの適合度は、 $\chi^2/df=1.82$ 、GFI=.90、AGFI=.82、CFI=.96、RMSEA=.079 となり、AGFI のみ基準を満たすことができなかったが、他の指標において基準を満たすことができたため、総合的判断によりデータに適合したものとした。収束的妥当性を指示する指標として、AVE を用いて検証したところ (表 3)、チームへ

の愛着、アメリカンフットボールへの愛着、大学の誇りに関して基準値 (AVE $\geq .50$) を上回った。選手への愛着において基準値を満たすことができなかったが、他の 3 因子において基準値を上回っていることから、部分的ではあるが妥当性が示唆された。最後に、尺度の信頼性を検証するために Cronbach の α 係数を算出した結果 (表 3)、4 因子すべてにおいて基準値 ($\geq .70$) を満たすことができた。これらの結果から、4 因子すべてをモデルに組み込み、仮説モデル①を構築した。

4. 共分散構造分析結果

仮説モデル①について、共分散構造分析を行った結果 (図 3)、チームへの愛着からチーム ID (推定値=1.05、 $p<.001$)、チーム ID から大学への帰属意識 (推定値=.64、 $p<.001$) に有意な正の影響が認められた。また、選手への愛着と大学の誇り ($r=.36$ 、 $p<.01$)、チームへの愛着と大学の誇り ($r=.67$ 、 $p<.001$)、選手への愛着とチームへの愛着 ($r=.47$ 、 $p<.01$) の間に有意な正の相関関係が認められた。しかしながら、モデル適合度が、 $\chi^2/df=2.56$ 、GFI=.668、AGFI=.592、

CFI = .819, RMSEA = .123, AIC = 796.4 となり、基準値を満たした指標は χ^2/df のみであった。そのため、本モデルは当てはまりの良いモデルとは言えないと判断した。

そこで、モデルの修正を行った。仮説モデル①について、「修正指数」、「改善度」を算出し、それらを参考に誤差間相関を導入した。誤差間相関を導入することにより、共通の誤差の影響を統制することができる(太田ら, 2014)。誤差とは、内生変数への外部からの誤差を示すものであり、モデルに組み込まれている要因以外の影響を示している。誤差間相関とは、誤差の間に共通した要因があると考えられる際、誤差間に相関を仮定する、いわゆる偏相関である。具体的な修正点は、チームIDを構成する「A.2」・「A.3」の誤差間、大学への帰属意識を構成する「B.1」・「B.4」の誤差間、「B.2」・「B.3」の誤差間、「B.2」・「B.7」の

誤差間、「B.6」・「B.7」の誤差間、「B.8」・「B.9」の誤差間、「B.10」・「B.11」の7つの誤差間である。偏相関を仮定したモデルを仮説モデル②とする。

この仮説モデル②において、共分散構造分析を行った結果(図4)、仮説モデル①と同様に、チームへの愛着からチームID(推定値 = 1.09, $p < .001$)、チームIDから大学への帰属意識(推定値 = .64, $p < .001$)に有意な正の影響、選手への愛着と大学の誇り ($r = .36, p < .01$)、チームへの愛着と大学の誇り ($r = .67, p < .001$)、選手への愛着とチームへの愛着 ($r = .46, p < .01$)の間に有意な正の相関関係が認められた。そして、モデル適合度は、 $\chi^2/df = 1.55$, GFI = .776, AGFI = .717, CFI = .938, RMSEA = .073, AIC = 533.3 となった。 χ^2/df , CFI, RMSEA で基準値を上回り、AICの値も向上している。しかしながら、

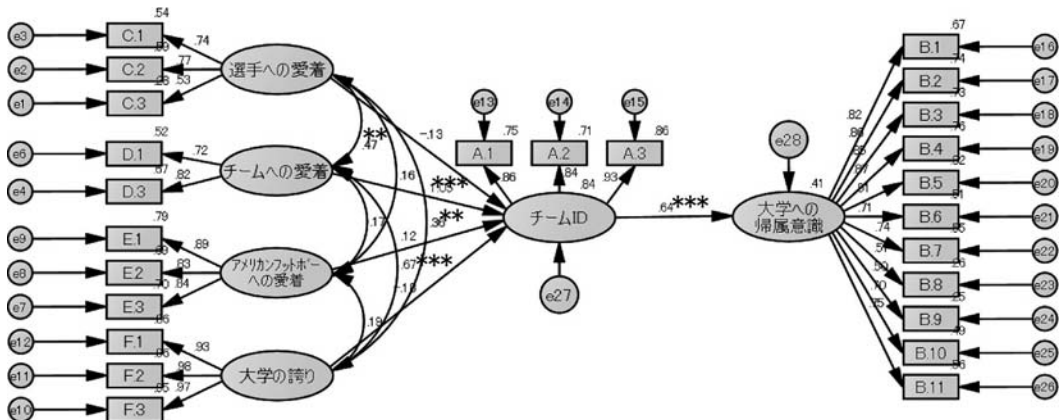


図3 仮説モデル①の分析結果

モデル適合度: $\chi^2/df = 2.56$, GFI = .668, AGFI = .592, CFI = .819, RMSEA = .123, AIC = 796.4

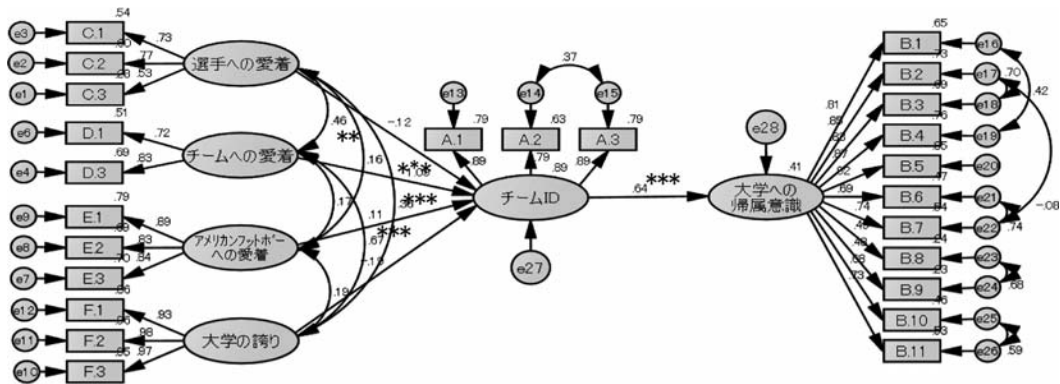


図4 仮説モデル②の分析結果

モデル適合度: $\chi^2/df = 1.55$, GFI = .776, AGFI = .717, CFI = .938, RMSEA = .073, AIC = 533.3

GFI ならびに AGFI において、基準値 ($\geq .90$) を満たすことができなかつたため、当てはまりの良いモデルとは判断せず、再度モデルの修正を試みた。

まず、仮説モデル①、②の分析結果より、観戦動機のうち、アメリカンフットボールへの愛着はチーム ID に対する影響が認められず、他の観戦動機との間にも相関関係が認められなかつた。そのため、アメリカンフットボールへの愛着をモデルから削除することとした。次に、選手への愛着、大学の誇りはチームへの愛着と正の相関関係にあるものの、チーム ID への影響が認められなかつたため、チーム ID への影響を示す一方向のパスを削除することとした。そして、大学の誇りから大学への帰属意識に対して、一方向のパスを導入した。大学の誇りとは、大学に愛着があるため、大学のステータスやイメージの向上に貢献していると考えられるチームを応援したい、観戦したいという動機である。本動機を持つ観戦者は、「選手」やアメリカンフットボールという「スポーツ」に対する興味以上に、「大学」への意識が高いと考えられる。このことから、本動機は、チーム ID よりも、大学への帰属意識を高める働きがあるのではないかと考え、一方向のパスを導入することとした。最後に、大学への帰属意識は 11 項目で測定されているが、因子負荷量 (λ) において、基準値となる .50 を下回っている項目が 2 つある (B.8、B.9)。そのため、当該項目をモデルから削除することとした。なお、項目削除後の AVE は .63、Cronbach の α 係数は .94 となり、

尺度の妥当性ならびに信頼性ともに基準を満たすことができた。これら修正の結果、出来上がったモデルを仮説モデル③とした。

仮説モデル③において、分析を行った結果 (図 5)、チームへの愛着からチーム ID (推定値 = .88、 $p < .001$)、チーム ID から大学への帰属意識 (推定値 = .41、 $p < .001$)、大学の誇りから大学への帰属意識 (推定値 = .38、 $p < .001$) に有意な正の影響が認められた。また、選手への愛着と大学の誇り ($r = .36$ 、 $p < .01$)、チームへの愛着と大学の誇り ($r = .61$ 、 $p < .001$)、選手への愛着とチームへの愛着 ($r = .41$ 、 $p < .01$) の間に正の相関関係が認められた。モデル適合度は、 $\chi^2/df = 1.52$ 、GFI = .827、AGFI = .771、CFI = .957、RMSEA = .071、AIC = 344.8 となった。仮説モデル②と同様に、GFI ならびに AGFI において、基準値を上回ることができなかつた。しかしながら、AIC は最も低い値を示し、GFI ならびに AGFI においても、モデル②より値が向上していることから、仮説モデル③を当てはまりの良いモデルとして採用することとした。

前述のように、理論的枠組みにおいて、チーム ID へ影響を及ぼす観戦動機は、チームへの愛着のみであると予測したが、その通りの結果となった。チーム ID は、チームへの愛着が元となる観戦行動によって高められるものであり、選手ならびにアメリカンフットボール (スポーツ) への愛着、チームは大学の誇りであるという気持ちに規定されるものではないことが示唆された。チームを構成するのは選手であり、チームはアメリカン

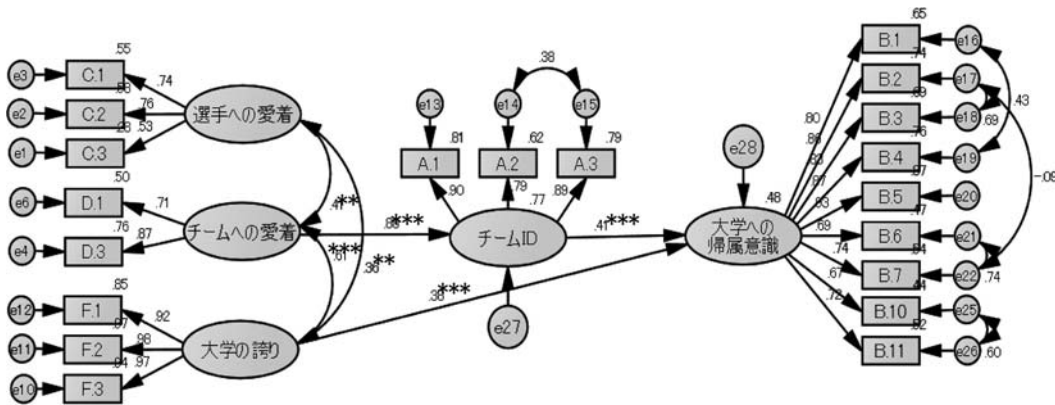


図 5 仮説モデル③の分析結果

モデル適合度: $\chi^2/df = 1.52$ 、GFI = .827、AGFI = .771、CFI = .957、RMSEA = .071、AIC = 344.8

フットボールに取り組んでいる。よって、選手、アメリカンフットボールともにチームにとって重要な概念だと考えられるものの、チーム ID には影響を及ぼさないことが示された。また、チームは大学の誇りだと感じ、そのことが観戦行動へと向かわせはするものの、チーム ID には影響を及ぼさないことも示された。これらの結果は、Funk ら (2001) の報告からも理解できる。大学の誇り、スポーツへの愛着、選手への愛着は社会・環境的な動機であり、これらの動機を持つ消費者は、「観戦者」なのである。「観戦者」は、「ファン」ではないため、ファンへと成長する際に形成されるチーム ID を持ち合わせていないのである。チーム ID の形成とは、言い換えると、「ファン」への成長を意味するため、社会・環境的な動機でなく、自己表現的な動機を持たせる、つまり、特定のスポーツチームに対する愛着が高く、試合結果や順位に関係なくチームを応援、支援する気持ちを抱かせなければならない。前述のように (表3)、4つの観戦動機のうち、最も平均値の高かった動機は、大学の誇り動機であった。このことから、観戦者の多くは「ファン」ではなく、「観戦者」の状態にあり、調査対象となった試合が優勝決定戦であったことが、観戦へと導く要因となったと思われる。

また、チーム ID ならびに大学の誇り動機は、大学への帰属意識に正の影響を及ぼすことが明らかとなった。チーム ID からの正の影響は予測通りの結果であった。つまり、観戦者のチーム ID を高めたり、大学の誇りだからチームを応援したいという気持ちを高めたりすることは、大学への帰属意識をも高める働きがあることが示唆された。チーム ID とは、いわばファンのチームへの一体感である。この一体感が、試合結果や順位に左右されない応援、支援につながるわけだが、その一体感は、やがてチームが所属する大学をも含めた一体感へとつながっていくのであろう。観戦者にとって、大学スポーツチームの応援場面とは、チームとの一体感を感じる場だけでなく、自らが通う、あるいは通っていた大学を再認識し、大学への帰属意識を醸成する場となるのである。それに加え、チーム ID の向上は、観戦者のファンへの成長にもつながるため、リピーターの確

保、安定した集客も可能となり、チームやリーグ戦主催者にとっても価値あることである。また、大学の誇り動機も大学への帰属意識を高める働きがあることが示唆された。前述のように、本動機を持つ観戦者は、「選手」や「スポーツ」よりも、「大学」への愛着が高いと考えられる。そのため、大学のシンボルとなるチームへの応援の場は、より大学への帰属意識を高める場になるのであろう。

これらの結果は、大学への帰属意識を醸成するツールとしての大学スポーツチームの可能性を示しており、ひいては帰属意識の希薄化に伴う大学中途退学者の増加という社会問題を解決するためのスポーツのチカラを示していると言えよう。チーム ID とファンの育成との関係については、これまでに多くの研究者が報告している (出口、2016 ab、Matsuoka ら、2003、Swanson、2003)。これらの多くは、観戦者行動研究におけるファンとチームとの心理的な結びつきを明らかにすることが目的である。これらに対し、観戦者 (ファン) と大学との心理的な結びつきを示すことができた点が本研究の新規性だと考える。さらに、大学不適応への抑制要因に関する研究では、自らが所属する部活動への帰属意識の高まりが大学不適応の抑制へとつながることが指摘されているが、これまで報告されてこなかった、「見る」スポーツの視点での部活動と大学への帰属意識との関係について新たな知見を得ることができたと考える。

加えて、観戦動機における選手への愛着、大学の誇りは、チーム ID への影響は認められないものの (仮説モデル①ならびに②で検証)、チームへの愛着動機と正の相関関係にある。つまり、選手への愛着やチームを大学の誇りだと感じる気持ちを持つことでチームへの愛着も高まり、同時にチームへの愛着を持つことが選手への愛着や大学の誇りへとつながるといふ、互いに正の影響を及ぼし合う共変関係にあることが分かった。先行研究を参考に、選手への愛着とチームへの愛着は負の相関関係にあると予測したが、そうはならなかった。このことから、選手への愛着や大学の誇り動機はチームへの愛着を介して、間接的にチーム ID へ影響を及ぼす動機であると考えられる。

以上の分析結果から、チーム ID の高い「ファン」の育成、チームは大学の誇りだと考える観戦者の育成、そして、そのためのチームづくりが大学への帰属意識の向上には不可欠であることが分かる。また、選手への愛着を抱く観戦者も、それがきっかけでチームへの愛着が高まり、後にチーム ID の向上、大学への帰属意識の向上へとつながる傾向にあるため、「選手」を切り口とした観戦のきっかけづくりも求められる。

IV. まとめ

本研究の目的は、大学スポーツ観戦者を対象に、大学への帰属意識に影響を及ぼす要因を明らかにするために、観戦動機、チーム ID、大学への帰属意識の関係を構造的に分析することであった。共分散構造分析の結果、以下のことが明らかとなった。

- 観戦動機における、「チームへの愛着」は、「チーム ID」に正の影響を及ぼす
- 「チーム ID」は、「大学への帰属意識」に正の影響を及ぼす
- 観戦動機における、「大学の誇り」は、「大学への帰属意識」に正の影響を及ぼす
- 観戦動機における、「選手への愛着」と「大学の誇り」、「チームへの愛着」と「大学の誇り」、「選手への愛着」と「チームへの愛着」の間に正の相関関係が認められる

本研究の結果より、大学への帰属意識を向上させるためのツールとしての大学スポーツチームの有効性を示すことができた。この結果は、近年指摘されている大学生の中途退学率を抑制するための一つのヒントになり、また、これまで指摘されてこなかった「見る」スポーツを通じた大学への帰属意識向上という新たなスポーツのチカラを示すことができた点でも興味深い。

しかしながら、本研究にはいくつかの課題が残されている。一つ目に、分析の枠組みにおいて、観戦動機がチーム ID に影響を及ぼす（チーム ID は観戦動機に規定される）と仮定した点である。本研究において、チームへの愛着を抱く人ほどチーム ID が高まるという結果を得ることができたが、一方で、何らかの要因でチーム ID が高

まり、それがチームへの愛着に影響を及ぼし、観戦行動に結びつくという可能性も考えられる。今後は、観戦動機を規定する要因としてのチーム ID について検討する必要があると考える。二つ目に、本研究の結果は、あくまで試合観戦場面での大学への帰属意識の向上を示したに過ぎないという点である。「見る」スポーツをツールとしている点が本研究の新規性ではあるものの、帰属意識の向上のためには試合観戦が必須であるという訳ではなく、「試合観戦場面でも」向上させることが可能であることを示したに過ぎない。試合観戦を通して値が向上するとしても、試合会場の座席数には制限があるため（供給は限られており）、試合観戦をしない学生や卒業生の方が圧倒的に多い。そのため、今後は、「試合観戦以外の場面でも」同様の分析を行い、再現性を確かめることで、大学スポーツチームのチカラを検証する必要がある。例えば、学内におけるチームの掲示物に対する評価と大学への帰属意識に関する関係や、チームが学内で行うイベント活動に対する評価との関係、卒業生へ送られる定期刊行物内に掲載されるスポーツチームの情報に対する評価との関係等である。最後に、本研究では、現役学生のデータと卒業生のデータとをまとめて分析を行った。そのため、チーム ID が大学への帰属意識へ及ぼす影響は現役学生だけに認められるのか、卒業生だけに認められるのか、両者にとって有効なのかの検証はできていない。また、現役学生と卒業生とをまとめて分析するために、大学への帰属意識測定項目を 13 項目も削除し調査を実施することとなった。削除後の項目に関して、尺度の妥当性ならびに信頼性の確認は行ったものの、調査方法にいささか疑問が残る結果となった。今後は十分なサンプル数を確保し、現役学生と卒業生とを分けて、同様の分析を行うことで大学への帰属意識を高めるツールとしての大学スポーツチームの存在について検証していくべきである。

現代において、スポーツには、生活習慣病の予防、筋力や持久力の維持といった従来から言われている健康づくりに関する機能に加え、豊かなライフスタイルの創造、地域活性化、まちづくりといった新たな機能が期待されている。スポーツ用品はファッションとしての機能を備える用品へと

姿を変えることで人々のライフスタイルを彩り、地域に根差したスポーツクラブ、スポーツチーム、スポーツイベントは子供から高齢者まで、多くの住民に元気を与えることで地域を活性化させている。これらに加え、本研究で明らかになった、スポーツと大学への帰属意識との関係に代表されるように、まだまだスポーツには様々な課題、問題の解決に向けたチカラが備わっていると確信している。人間、地域、大学等を活性化させるキャタリスト（触媒）としてのスポーツのチカラに着目した研究の蓄積が求められる。

【参考文献】

- 出口順子：サポーターズクラブ会員における心理的コミットメントとチームアイデンティフィケーション-V・プレミアリーグを事例とした形成要因と行動意図への影響の検討-、東海学園大学紀要、第21号、27-43、2016 a.
- 出口順子、菊池秀夫：Vリーグ観戦者の意思決定プロセス-チームアイデンティティ、試合満足、行動意図の関係性の検討-、スポーツ産業学研究、第26巻1号、61-72、2016 b.
- Fornell, C., and Larcker, D. F.: Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 8(1), 39-50, 1981.
- Funk, D. C., and James, J. D.: Consumer loyalty: The meaning of attachment in the development of sport team allegiance, *Journal of Sport Management*, 20, 189-217, 2006.
- 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*, 4(2), 119-150, 2001.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B., Anderson, R. E., and Tatham, R. L.: *Multivariate Data Analysis (5th ed.)*, Prentice Hall, 2006.
- 林直也：スポーツチームへのアイデンティティと地域愛着との関係に関する研究-アマチュアスポーツの試合観戦者に着目して-、*Human welfare*、第8巻1号、47-59、2016.
- 林直也：スポーツチームへの愛着が地域愛着や地域コミュニティ活動への参加意欲に及ぼす影響に関する研究、*Human welfare*、第7巻1号、59-70、2015.
- Jリーグホームページ：Jリーグ観戦者調査サマリーレポート、2015。 <http://www.jleague.jp/docs/aboutj/spectators-2015.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G.: *Principles of Marketing*. NJ, Pearson Prentice Hall, 2004.
- 関西学院大学体育会アメリカンフットボール部“FIGHTERS”オフィシャルホームページ：歴史・戦績、甲子園ボウル・ライスボウル、2016。 http://www.kgFIGHTERS.com/koshien_ricebowl/
- Mahony, D. F., Nakazawa, M., Funk, D. C., James, J. D., and Gladden, J. M.: Motivational factors influencing the behavior of J. League spectators, *Sport Management Review*, 5(1), 1-24, 2002.
- マイナビフレッシューズ：多い？ 少ない？ 出身大学に母校愛を感じる人は3割以上！「校歌が着うた」「後輩はひいきする」、2015。 <https://gakumado.mynavi.jp/freshers/articles/13572>
- 松井洋、中村真、田中裕：大学生の大学適応に関する研究、川村学園女子大学研究紀要、第21巻、第1号、121-133、2010.
- Matsuoka H., Chelladurai P., Harada M.: Direct and interaction effects of team identification and satisfaction on intention to attend games, *Sport Marketing Quarterly*, vol 12(4), 244-253, 2003.
- 文部科学省：学校基本調査-結果の概要-、平成28年度（速報値）、2016。 http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2016/08/04/1375035_1.pdf
- 文部科学省：学生の中途退学や休学等の状況について、2014。 http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/26/10/_icsFiles/afieldfile/2014/10/08/1352425_01.pdf
- 中村真、松田英子：大学への帰属意識が大学不適応に及ぼす影響-帰属意識の媒介効果における性差および適応感を高める友人関係機能-、*江戸川大学紀要*、第24巻、13-19、2014.
- 中村真、松田英子：大学生の学校適応に影響する要因の検討-大学不適応、大学満足、就学意欲に着目して-*江戸川大学紀要*、第23号、151-160、2013.
- 仲澤真、吉田政幸、岩村聡：Jリーグ観戦者の動機因子：Jリーグの導入期における二次的データの検証、*スポーツマネジメント研究*、第6巻、1号、17-35、2014.
- 二宮浩彰：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、*同志社スポーツ健康科学* (3)、14-21、2011.
- Nyla R. Branscombe and Daniel L. Wann: The Positive Social and Self Concept Consequences of Sports Team Identification, *Journal of Sport & Social Issues*, Vol.15, No.2, 115-127, 1991.

太田啓示、高野慶輔、工藤和俊ら：高校生の体組成に及ぼす運動習慣と運動有能感の共分散構造分析、体力科学、第 63 巻、第 1 号、197-204、2014.

小塩真司：はじめての共分散構造分析 Amos によるパス解析、東京図書、2008.

小塩真司：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－、東京図書、2004.

Swanson, S. R. : Motivations of College Student Game Attendance and Word-of-Mouth Behavior –The Impact of Gender Differences – , Sport Marketing Quarterly, 12(3),

pp 151-157, 160-162, 2003.

田部井明美：SPSS 完全活用法共分散構造分析 (Amos) によるアンケート処理、東京図書、138-148、2001.

高木浩人：大学生の組織帰属意識と充実感の関係、愛知学院大学心身科学部紀要、第 2 号増刊号、61-67、2006.

Trail, G. T. & James, J. D. : The motivation scale for sport consumption : A comparison of psychometric properties with other sport motivation scales, Journal of Sport Behavior, 24, 108-127, 2001.

Study on the factors that affect identification with a university : with focus on the relationship between identification with a collegiate sports team and the motivation to watch games

Naoya Hayashi*

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the factors that influence the sense of identification spectators of collegiate sports teams feel toward a university. Specifically, the study is a structural analysis of the interconnection between the motivation to watch games, team identity, and the sense of identification with a university. The analysis examined 104 subjects (78.8% male, 21.2% female). The following results were obtained through covariance structure analysis :

- Regarding spectator motivation, “team attachment” has a positive influence on “team identity.”
- “Team identity” has a positive influence on “sense of identification with a university.”
- Regarding spectator motivation, “school pride” has a positive influence on “sense of identification with a university.”
- Regarding spectator motivation, a positive correlation was observed between “attachment to athletes” and “school pride,” “attachment to team” and “school pride,” and “attachment to athletes” and “attachment to team.”

Key words : identification with a university, team identity, covariance structure analysis

* Associate Professor, School of Human Welfare Studies, Kwansai Gakuin University