

地域スポーツ発展に向けた大学生の役割について -産学行政調査プロジェクトに参加して-

戸田有亮, 鹿野雅大, 山田翔汰, 水鳥寿思, 伏見知何子, 山内章裕

An Important Role of University Students for Promoting Community Sports An Industry-government-academia Research Collaboration Project

Yusuke TODA, Masahiro KANO, Shota YAMADA,
Hisashi MIZUTORI, Chikako FUSHIMI Akihiro YAMAUCHI

1. はじめに

人間社会学部スポーツ健康学科では、山内章裕准教授、水鳥寿思専任講師※1、伏見知何子外部講師※2による指導のもと、昨年引き続き今年度も7月14日(日)に開催されたく富田林ドリームフェスティバル～ボールパークの思い出を子どもたちに～のプロ野球ウェスタン・リーガーオリックス対ソフトバンク戦一において実施した来場者調査の集計結果をもとに、オリックス野球クラブと富田林市に対して、「スポーツを愛する地域づくり」をコンセプトとして提案し、新しいスポーツ振興の在り方であるスポーツを「語り合う(調べ合う)」場の創造として「する」「みる」「ささえる」を融合させるイベントへと進展させていくことや、ファンサービス案、若年層へのアピール策などについて提言を行った1)2)。

さらに、今年度は本産学行政共同調査プロジェクト協力者備前嘉文先生(天理大学)とのゼミ交流会並びにプレゼン発表事前練習会を実施するなど、同じ地域スポーツの発展について学ぶ他大学の学生との討論を通じて、「来場者は何を求め、何を楽しみに来ている

のか」、「今後、この調査を契機としてどのように地域活性化につなげていくか」について様々な視点から取り組んだことで、プロジェクト参加学生は主体的に考え抜く力や多様な人々とともに目標に向けて協力する力も身に付き、スポーツが持つ多様な可能性について実場面から照らし検証することの重要性を学ぶことができた3)。

以下、今年度の本産学行政共同調査プロジェクトにおいて発表した内容について報告していく。

2. 地域スポーツ発展に向けた大学の役割について

本産学行政共同調査プロジェクトは、本学との連携協定を締結している富田林市、そしてオリックス野球クラブからの呼びかけに、本学が賛同し実現したものである。オリックス野球クラブは前身の阪急ブレーブスや近鉄バファローズファンの呼び戻しを狙い、2012(平成24)年のシーズン戦から2軍の試合を本拠地の神戸以外の京都府、奈良県でも開催し、特に2004(平成16)年にオリックスと合併した近鉄の本拠地であった藤井寺市(藤

井寺球場)に近い富田林市での開催は旧近鉄バファローズファンの動向を知る重要な地域と位置付けていた。富田林市市役所もこれまでこの南河内地域から多くのプロ野球選手が誕生しているなど野球が盛んな地域独自の特性から、市営球場でプロ野球が開催されるにあたり行政・各種団体・学校・企業等が連携し支援・協力することでの地域の活性化やプロ野球を通じてのスポーツ振興を推進する市をあげてのスポーツイベントとして定着していくことが期待されていた4)。

本学が本フェスティバルに参画することは、本学学生の教育活動ならびに地域貢献活動の一環として大きな意義があるということであった。スポーツを通じての地域貢献活動は、直接に学生がスポーツ指導に携わるかたちで総合型地域スポーツクラブへの支援など各大学において積極的に取り組まれているが、本産学行政共同調査プロジェクトはこの地域における唯一の高等教育機関としての機能を発揮し、学生自らが球団と市役所の意向を反映した調査を実施しその結果から新たな提案をしていくものであった。「人と社会」とのつながりを科学的な視点で学ぶ本学人間社会学部スポーツ健康学科学生にとっては、地域の発展について実場面に照らして検証でき、自らの知識や理解を深めていくよい機会と言えよう。

今年度から本フェスティバルは、富田林、河内長野、大阪狭山の3市、河南、太子の2町、千早赤阪の1村が広域連携して実施され、本学合唱団による開会セレモニー国歌斉唱や

軟式野球部による打撃練習補助、今年度から参加した大阪芸術大学学生による試合の実況生中継など、河内地域のフェスティバルとして発展している。

本学では、富田林市と多くの連携事業を通じて学生の教育活動ならびに地域貢献活動の一環として取り組んできたが、本フェスティバルも他の連携事業と同様に、さらなる発展につなげていくことが重要であり、学生ならではの提案を実現してだけでなく、幅広い視点から本フェスティバルに参画し、地域のスポーツ発展を支えていくことが本大学に求められていると言える5)。

3. 産学行政共同調査プロジェクト

3.1 調査スケジュール

2012(平成24)年5月にオリックス野球クラブ三上様、富田林市山本様と本学学生43名との第1回会合を実施し、7月3日から学内におけるプレ調査、そして7月14日に学生28名による現地調査、9月からデータ分析をはじめ、11月22日に天理大学において調査結果報告事前会議を実施し、11月29日にオリックス球団と富田林市役所、並びに高槻市役所や堺市役所の関係職員も参加するなかプレゼン発表報告を行なった(表3-1)。

表 3-1 タイムスケジュール

2013年5月29日	第1回 調査企画会議（調査概要の説明）
2013年6月5日	オリックス球団・富田林市・本学（山内・水鳥ゼミ）との第1回会合
2013年6月5日～13日	調査員の募集
2013年6月25日	第2回 調査企画会議（調査日程の説明）
2013年7月3日	第3回 調査企画会議（学内におけるプレ調査トレーニング：7月3日～7月5日プレ調査実施）
2013年7月7日	第4回 調査企画会議（球場の現地視察）
2013年7月10日	第5回 調査企画会議（最終打ち合わせ）
2013年7月14日	現地調査
2013年9月～11月	調査結果の分析（9月データ入力、10月23日・30日、11月6日13日20日・27日）
2013年11月22日	調査結果報告事前会議（天理大学備前先生、オリックス球団、於：天理大学）
2013年11月29日	調査結果報告（富田林市役所・オリックス球団：於 富田林市 消防署）

3.2 調査票の設計

第1回調査企画会議において、本共同調査プロジェクト参加学生からの昨年度プレゼン結果報告（表 3-2-1）をふまえ、今年度の調査内容として富田林市役所からは、① 交通手段、② 公園利用頻度、③ パファローズスタジアム認知、④ その他市民サービスに関する事項が挙げられ、特に、富田林市の人口減少傾向のなか「住んでみたい、行ってみたい市」のイメージづくりに本イベントを活かしていきたいとのことであった。オリックス野球クラブからは、① 誰（どこの住勤学か？プロ野球密着度、どこのファン？）② 何（最初に何で知ったか？いつ頃（決めた、買った）③ なぜ（なぜ・なぜ・なぜ）を挙げられ、プロ野球という会社はどの会社と似ているか？との問からこの企業の特徴をふまえた裏づけがあり、人を説得できるデータであり、決定し行動したことへの確信が把握できる調査方法についてのレクチャーが行われた。

第2回調査企画会議において、今年度の富田林市並びにオリックス野球クラブの意向と、昨年度のプレゼン発表会における質疑応答内容（富田林市職員「おもしろいづくり、家族で楽しむ、富田林が好きだとなるには？」、オリックス野球クラブ「多くの市民の方に見にきてもらうには？」、天理大学備前先生「イベント参加の意思決定者と同業者は？」、新聞記者「学生提案を具体的にどのように発展させていくか？」）についてもふまえ、① 富田林市とその周辺地域に在住するコアとなるファンの動向は？② 観戦者への効果的なPRとは？③ 総合スポーツ公園の利用は？④ 愛称・デザインについての受容性とベネフィット、イメージは？⑤ フェスティバルの評価は？の5つの観点から調査票を設計し、最終的に、7つの領域から総計36項目を抽出した（表 3-2-2）。

表 3-2-1 昨年度におけるプレゼン発表報告の要点

1. どのような人たちが？	
①	旧近鉄ファンの動向で、旧近鉄ファンで現在オリックスファンの層は1シーズンにおける観戦回数が多く、旧近鉄ファンで現在オリックス以外のファンになった層は観戦回数が低かった。
②	旧近鉄ファンを細分化したクラスターにおいて富田林市在住で40歳以上イベントを市内発信のロコミ・ポスター・広報誌で知って訪れた層が見出された。
2. どのような行動で？	
①	イベント認知媒体において観戦回数によって違いがあり、多い層は球団ホームページ、低い層は市内発信のロコミ、ポスター、広報誌であった。
②	認知媒体について、球団ホームページ以外では、居住地域において違いがあり、近隣地域は市内発信のロコミ、広報誌、ポスターで、関西地方は新聞、その他であった。
3. まとめー本イベント開催の意義ー	
①	行政は旧近鉄ファンによってこの地域独自で育まれてきた私鉄沿線スポーツ文化（財）を核とした地域活動を積極的に展開していくことが求められており、このことが地域のイメージアップや知名度の向上にも貢献し、住民間におけるアイデンティティの確保にも役立つこと。
②	球団はこの地域における旧近鉄ファンを呼び戻すべく「河内のチーム」としてのイメージが本球場を通じて再構築されることが求められており、このことが地域・球団・選手に対するロイヤリティの醸成につながり、この地域におけるオリックスファンの獲得に寄与するものであること。
③	さらに、これらの推進は他に誇りえる「スポーツを愛する地域づくり」へとつながる起爆剤となること。
4. 学生ならではの提案	
①	テーマ「旧バファローズ地元愛好家を呼び戻せ～河内のホームブランドづくりプラン～」を考えた。このなかでも、日本初であろう産学行政共同で総合型地域スポーツクラブ「富田林タニー・バファローズスポーツクラブ（仮称）」を創設すること。その第一歩として本調査プロジェクトの指導にあたった本学のアテネオリンピック金メダリスト水鳥寿思先生主宰で学生たちにより「こども体操教室」を開催する提案した。
②	これらを日常的に取り組んでいくための仕組みとして富田林ドリームフェスティバルにおける「スポーツ思いやりプラスα募金」の提案で、スポーツを愛する地域づくりにお金を循環させる仕組みを構築することを提案した。

表 3-2-2 質問項目

<u>基本的属性（3項目）</u> ・性別・年齢・居住地域	<u>試合観戦について（4項目）</u> ・試合観戦について ・試合観戦の決定時期 ・誰と観戦しているか ・スポーツ観戦種目
<u>イベント認知媒体（4項目）</u> ・最初に知りえたイベント認知媒体 ・知りえた認知媒体 ・昨年度の調査結果について ・結果を知り得た媒体	<u>プロ野球球団のファン度（6項目）</u> ・好みの球団 ・好みの球団認知 ・好みの球団の球場観戦回数 ・近鉄バファローズの動向 ・南海ホークスファンの動向 ・旧ファンの観戦球場
<u>チケットの種類（2項目）</u> ・チケットの種類 ・前売りチケットの購入場所	<u>富田林市運動公園の認知（5項目）</u> ・イベント最終交通手段 ・総合スポーツ公園来園回数 ・来園2回以上の方の利用目的 ・将来の利用について ・本イベントについて
<u>イメージ調査</u> ・愛称について ・デザインについて ・サブキャラクター ・広告スポンサー	・富田林市への愛着について ・本学マスコット

3.3 調査結果

① 昨年度との比較

昨年度と同様に観戦者は「30代40代」が最も多かった。今年度は対戦相手が「ソフトバンク」で、昨年の「中日」選好者と比べて約2倍となり近隣地域以外からの来場者が増えたが、来場者数が前年度より減っているため、近隣地域からの観戦者は減少していると考えられる。また、選好球団へのファン度の

高い観戦者が少なくなり、旧近鉄ファンであった観戦者も低下した。観戦者のイベント認知媒体は、観戦頻度・地域別において「ホームページ」が増えてきているが昨年度と同様な傾向であった。最後に、総合スポーツ公園の利用は昨年度と同様に多くの観戦者が「はじめて」で、「2回以上」の利用種目についても「野球」が最も多かった（表3-3-1）。

表 3-3-1 昨年度との比較について

<p>どのような人たちが？</p> <p>⇒ 観戦者は、30代・40代が50.0%（昨年度56.6%）、選好球団はオリックスファンが36.5%（昨年度42.5%）、対戦相手の選好球団が中日ファン13.8%からソフトバンクファン25.1%。</p> <p>⇒ 観戦者は富田林市と近隣地域が62.4%（昨年度76.5%）、それ以外からは37.6%（昨年度23.5%）で、富田林市からの観戦者は40.8%から28.8%へ低下した。</p> <p>⇒ 観戦者は、選好球団の「レギュラーをほとんど言える」が58.9%（昨年度77.3%）。</p> <p>⇒ 観戦者のうち旧近鉄ファンが39.0%（昨年度57.0%）であり、旧近鉄ファンで現在オリックスファンが55.0%（昨年度56.4%）。</p> <p>どのような行動で？</p> <p>⇒ チケット購入の種類は前売り券が68.5%（昨年度89.9%）で、当日券が28.0%（3.3%）。</p> <p>⇒ 最初のイベント認知媒体と観戦頻度は、昨年度と同様に観戦回数の多い層は「球団HP」が多く、観戦回数の少ない層では「口コミ、広報誌、ポスター」が多い。</p> <p>⇒ 最初のイベント認知媒体と居住地域は、昨年度と同様に近隣では「口コミ、ポスター、広報誌」による認知が多く、その他の地域では「球団HP」による認知が多い。</p> <p>⇒ 最初のイベント認知媒体は、「口コミ」「球団HP」が昨年度より多い。</p> <p>どのように総合スポーツ公園を利用していたか？</p> <p>⇒ 最終交通手段は、自家用車が最も多く、富田林市は69.8%（昨年度81.0%）、無料バスは富田林市で19.5%、その他で24.7%が利用していた。</p> <p>⇒ 総合スポーツ公園来園頻度は、はじめての来園者は78.4%（昨年度73.9%）、5回以上は4.8%（昨年度12.9%）。</p> <p>⇒ 総合スポーツ公園来園目的（2回以上・複数回答）は昨年度と同様に来場目的は野球が59.1%（昨年度52.2%）と最も多い。</p>

② 富田林市とその周辺地域に在住するコアとなるファンの動向は？

観戦者のうち39.0%（202名）の旧近鉄ファンが来場しており、うち88名が前回観戦していた。今年度は富田林市に在住し、40歳以上、今シーズンの観戦回数が5回以上の

旧近鉄ファン並びに旧近鉄現オリックスファン層が来場していた。さらに、観戦者のうち20.7%（107名）の旧南海ファンが来場しており、うち76名がはじめての観戦で、44名が近隣地域在住者であった。以上の結果より富田林市をはじめ近隣地域には、旧近鉄ファ

ンおよび旧南海ファンから野球観戦を愛好するコアとなるファンが存在していると考えられる。そして旧近鉄ファンは前回のイベント観戦以来、今シーズンの観戦回数を増やしていると示唆される。

私鉄4球団のいずれかを選好していた観戦者は73.7% (382名) であった。さらに、今

はなき球場で観戦経験があり、プロ野球以外のスポーツ種目をライブで観戦している観戦者が60.8% (315名) であった。観戦者の多くが関西にゆかりのあった私鉄4球団を選好しており、プロ野球に限らず、スポーツを観戦する習慣をもつスポーツ愛好家が来場していたといえる (表3-3-2)。

表3-3-2 富田林市とその周辺地域に在住するコアとなるファンの動向について

⇒ 観戦者のうち旧近鉄ファンは39.0% (富田林市在住32.2%)で、旧近鉄現オリックスファンは21.4% (富田林市在住者26.1%) であった。
⇒ 旧近鉄ファンで、前回観戦者の59.1% (52名) が30代・40代で、観戦頻度0回が20.5% (18名)、5回以上が46.6% (41名) が多かった。前回未観戦者は20代・30代が多く、観戦頻度は前回観戦者と同様に0回と5回以上が多かった。昨年度はシーズンの観戦頻度0回で富田林市に在住し、40歳以上で、イベントを口コミ、ポスター、広報誌で知って訪れた、旧近鉄ファン層 (47名: 内13名が現オリックスファン) が見出された。今年度は、前回観戦者で富田林市在住の40名が明らかとなり、今シーズン観戦0回が12名、5回以上が15名であった。また、40名のうち20名が現オリックスファンであり、内15名が今シーズンに5回以上の観戦者であった。
⇒ 観戦者のうち旧南海ファンは20.7% (富田林市在住17.8%) で旧南海現ソフトバンクファンは、13.1% (富田林市在住19.1%) であった。
⇒ 旧南海ファンは、前回観戦者の48.4% (15名) が30代・40代で、観戦頻度2回以下が54.8% (17名)、3回以上が45.2% (14名)、前回未観戦者は20代・30代で、観戦頻度0回と5回以上が多かった。
⇒ 旧南海ファンで前回観戦者は29.0% (31名) で、その内富田林市在住者は7名 (22.6%) であった。今回は初めての観戦者は71.0% (76名) であった。観戦者のうち39.0% (202名) の旧近鉄ファンが来場しており、うち88名が前回観戦していた。今年度は富田林市に在住し、40歳以上、今シーズンの観戦回数が5回以上の旧近鉄ファン並びに旧近鉄現オリックスファン層が来場していた。さらに、観戦者のうち20.7% (107名) の旧南海ファンが来場しており、うち76名が初めての観戦で、44名が近隣地域在住者であった。以上の結果より富田林市をはじめ近隣地域には、旧近鉄ファンおよび旧南海ファンから野球観戦を愛好するコアとなるファンが存在していると考えられる。そして旧近鉄ファンは前回のイベント観戦以来、今シーズンの観戦回数を増やしていると示唆される。
⇒ 私鉄4球団のいずれかを選好していた観戦者は382名 (73.7%) であり、現在のオリックスファンは近鉄・阪急、ソフトバンクファンは南海、阪神ファンは阪神を過去に選好していた観戦者が多い。
⇒ 今はなき球場での観戦経験は、藤井寺球場での観戦経験が55.6% (287名) と最も多かった。居住地域では、富田林市32.4% (93名) とその他の地域31.4% (90名) とが多かった。
⇒ プロ野球以外のスポーツ種目をライブで観戦する人は69.2% (357名) で、代表的な種目は野球 (プロ以外)、Jリーグ、サッカー代表であった。

③ 観戦者への効果的なPRとは？

観戦者のうち33.3%が前回観戦者で、46.7%が初めての観戦者であった。前回・知っていた観戦者は「昨年7月」「5月・6月」

に決定し、初めての観戦は「5月・6月」「ここ数日・当日」に決定しており、当日券の販売方法について今後検討が必要であるといえる。

また、イベントの認知媒体においては、ホーム球団選好、対戦球団選好、その他球団選好とそれぞれに違いがあり、地域別や観戦回数別と同様に配慮する必要がある(表 3-3-3)。

表 3-3-3 観戦者への効果的な PR について

- ⇒ 前回観戦者は 33.3% (171 名) で、はじめての観戦者が 46.7% (242 名) であった。
- ⇒ 試合観戦の決定時期は、前回・知っていた観戦者は「昨年 7 月」「5 月・6 月」に決定し、はじめての観戦は「5 月・6 月」「ここ数日・当日」に決定していた。
- ⇒ 一緒に来た人(複数回答)は、「家族」で観戦が 38.8% (204 名) と最も多く、次に「友人」が 35.0% (184 名)、「ひとり」が 22.1% (116 名) であった。
- ⇒ 観戦決定した人は「自分自身」が 60.8% (313 名) で、男性の 68.2% (244 名) が「自分自身」で、女性の 55.6% (89 名) が「友人」か「その他」であった。
- ⇒ 観戦者の認知媒体は、富田林市は「ポスター・広報誌・新聞」、河内長野市は「ロコミ」、堺市は「球団ホームページ」、近隣は「ロコミ・ホームページ」、その他の地域は「球団ホームページ」が多かった。
- ⇒ 観戦者の認知媒体(地域別)は、近隣で「ロコミ、ポスター・広報誌」、府外で「ホームページ」であった。
- ⇒ オリックスファンの認知媒体は、球団ホームページでの認知が多い。
- ⇒ ソフトバンクファンの認知媒体は、近隣・府内ではロコミ、ポスター、広報誌、府外ではホームページ。
- ⇒ その他の球団ファンの認知媒体は、近隣・府内・府外ともロコミが約 4 割であった。

④ どのように総合スポーツ公園を利用していったか？

総合スポーツ公園の将来利用については、はじめて来園した観戦者が消極的であったが、ホームページ等を活用して積極的に情報を集めようとしており、球団ホームページを活用した総合スポーツ公園の活用情報などを提供

していくことも有効な手段の一つとなる。

最終交通手段については、交通手段で「家族」と「ひとり」との違いが明らかとなり、そして無料バスを知っていて自家用車で来園しており、今後の利用促進としては家族での来園アクセスを良くするか、または駐車場を有料化することも考えられる(表 3-3-4)。

表 3-3-4 総合スポーツ公園の利用について

- ⇒ 総合スポーツ公園の今後の利用に観戦者の 43.4% (225 名) が積極的であり、18.9% (98 名) が消極的であった。消極的な観戦者のうち 91 名がはじめての観戦者であった。
- ⇒ 最終交通手段は、自家用車が 75.5% (391 名)、無料バスは 18.5% (96 名) であり、自家用車または無料バス利用者は、双方とも「球団 HP」と「ロコミ」が情報媒体であった。
- ⇒ 無料バスの知っていた観戦者は 73.9% (383 名) で、その内 24.8% (95 名) が無料バスを利用し、70.2% (269 名) が自家用車を利用していた。
- ⇒ 交通手段別における同伴者は、自家用車は家族・友人が 78.4% (313 名)、無料バスは友人・ひとりが 83.3% (80 名) であった。

⑤ 愛称とデザインについての受容性とベネフィット、そしてイメージは？

「富田林バッファローズスタジアム」の愛称に

ついては認知度が高かったが、デザインについては低かった。また、愛称とデザインの 4

つの意見(「プロチームの名称がつくことは嬉

しい」「毎年パファローズが来てくれる」「子どもたちがパファローズに親しみをもつ」「スポーツを愛する人々が増える」の項目は観戦者の7割以上が肯定的であった。一方、「富田林の名前が有名になる」「いい球場があることが自慢」「愛称とデザインがつくことで富田林市への愛着が高まる」の三つの項目は、肯定的な意見が観戦者の5~6割であった。

「富田林パファローズスタジアム」から連想されるイメージは、13に区分され「動物(牛)」「電車(近鉄など)」が多く、「デザイン」

からのイメージは、デザインの趣旨を反映して「若々しく親しみがある(パファローズ)」「夢があり目立っている(ヒーロー)」「進歩的である(躍動)」の3要素に区分された。デザインの趣旨にある「ヒーロー」を示す要素と市と球団の連携を示す「親しみ」を示す要素を観戦者は強くイメージされており、課題としては、「目立っている」に分類された「がら悪い」「がやがや・うるさい」の昔の観戦イメージを「若々しく夢のある」イメージへ移していくことが重要であると考え(表3-3-5)。

表3-3-5 愛称とデザインについての受容性・ベネフィット・イメージについて

⇒ 富田林市在住の観戦者による愛称認知が56.4%(84名)、デザイン認知が30.9%(46名)で、昨年度の球場認知(42%)より愛称認知は高かった。
⇒ 愛称とデザインからの富田林市への愛着を思う観戦者は60.4%(313名)で、富田林市在住のその観戦者は59.7%(89名)であった。
⇒ 富田林の名前が有名になると思う観戦者は54.4%(282名)で、富田林市在住のその観戦者は57.7%(86名)であった。
⇒ いい球場があることが自慢と思う観戦者は68.9%(357名)で、富田林市在住のその観戦者は65.8%(98名)であった。
⇒ プロチームの名前が付くことが嬉しいと思う観戦者は73.4%(380名)で、富田林市在住のその観戦者は73.8%(110名)であった。
⇒ 毎年パファローズが来てくれると思う観戦者は75.3%(390名)で、富田林市在住のその観戦者は76.5%(114名)であった。
⇒ 子どもたちがパファローズに親しみをもつと思う観戦者は72.0%(373名)で、富田林市在住のその観戦者は69.1%(103名)であった。
⇒ スポーツを愛する人々が増えると思う観戦者は70.3%(364名)で、富田林市在住のその観戦者は73.8%(110名)であった。
⇒ 富田林パファローズスタジアムのイメージに対する自由記述は、総数1,156単語となり、これらを分類すると13に区分され「動物(牛)」「電車(近鉄など)」が多かった。
⇒ 富田林パファローズスタジアムのイメージに対する自由記述の単語では、「近鉄」「牛」が最も多く、「オリックス」「赤」、そして「いてまえ」「猛牛」「強い」であった。
⇒ デザインから連想されるイメージは、10代20代は「男性的な」「夢のある」、30代40代は「若々しい」「親しみやすい」、50代60代は「夢のある」が代表的であった。
⇒ デザインから連想されるイメージは因子分析により3要素が抽出され、デザインの趣旨を反映して「若々しく親しみがある(パファローズ)」「夢があり目立っている(ヒーロー)」「進歩的である(躍進)」に分類された。

⑥ フェスティバルの評価は？

近隣自治体広域連携・地元大学の協力のもとで開催される富田林ドリームフェスティバルは、来場された観戦者に高く評価されてお

り、富田林パファローズスタジアムでプロ野球が開催されることの意義は大きいといえる(表3-3-6)。

表 3-3-6 フェスティバル評価について

⇒ 昨年度実施された産学行政共同調査プロジェクト結果について、観戦者うち18.6%（81名）が知っており、新聞での認知が37.0%（30名）であった。
⇒ 大阪大谷大学による協力が富田林市のスポーツ活性化に貢献しているかについて、大いに思う観戦者は79.7%（413名）で、富田林市在住のその観戦者は76.5%（114名）であった。
⇒ 近隣自治体広域連携・地元大学の協力については、重要と思う観戦者は77.8%（403名）で、富田林市在住のその観戦者は71.1%（106名）であった。

3.4 学生ならではの提案～地域独自で育んできたスポーツ文化財を核とする地域活動～

関西においては戦前・戦後、私鉄各社が都市の成長と大きく関わりながら都市独自の球団が誕生し成長し、球場は鉄道の沿線住民が「見るスポーツ」を楽しむ文化的な生活のための施設として発展してきた歴史があった。そして旧近鉄球団は、「河内のチーム」としてのイメージをつくりだし球場が沿線文化としての「ホーム」グラウンドをつくりだしてきたといわれている。昨年度・今年度における本共同調査結果においても明らかになったように、この富田林市ならびに周辺地域にはこの沿線文化をもち、本拠地の街の地名やその土地に忠実で代表者としてふさわしいファンが存在しており、富田林市にある地元球場におけるプロ野球開催の意義は大きいといえる。

今後は、「見るスポーツ」を楽しむ文化を起点にして、富田林バファローズスタジアムへ来場することでスポーツを「語り合う（調べる）」場の創造を図っていくことが重要であると考えます。新しいスポーツ振興の在り方としてスポーツを「語り合う（調べる）」ことを拡げる取り組みにより、スポーツを「見る」と「する」が乖離してきている現代のスポーツ現象を変革（revolution）すべく、「する」「みる」「ささえる」を融合させるイベントへと進展（evolution）させていくことが求めら

れているといえる。球団は、「河内のスポーツ観戦伝統の地」に位置する富田林バファローズスタジアムであることを再認識し、この地域に在住する沿線文化を育んできたコアとなるファンが楽しめる試合となる工夫（ソフトバンクや阪神との対戦など）が求められる。さらに、球団ホームページを活用してこのスタジアム周辺の利用についての情報を提供するなど行政を支援していくことも重要な役割であり、このような取り組みがこの地域における野球ファンのオリックス球団やその選手への愛着を醸成するものと考えられる。行政は、「夢と輝きを秘めたボールパーク」を来場する意義（新しいスポーツ振興としてのスポーツを「語り合う（調べる）」場の創造）として積極的に内外に発信し、ボールパークでの楽しみ方（昔なつかしいイベント（ボクシング、プロレス、サーカスなど）、セレモニー（結婚式など）の開催など）を周辺行政と連携して提供していくことが、この地域でスポーツを「見る」「する」「ささえる」、スポーツを愛する人々を増やすことにつながり、シティーセールス（富田林市が好きで住みたい人々の獲得）に寄与するものと考えます。

① メインコンセプトの提案

スポーツを愛する地域づくり：富田林ドリームフェスティバルを通じて、河内のチーム

という私鉄沿線文化を核としたこの地域ならではの取り組みを推進していく。

② 大学としての提案

○ 新しいテーマ

河内のスポーツ観戦伝統の地 富田林バファローズスタジアム：夢・輝きのボールパークで愉しもう！～語り合う(調べる)・観る・する・支える面白さの創造～

○ 大学側としての連携事業

- ・ 私鉄沿線球団ミュージアムの開設：私鉄沿線球団に関連する写真データを収集しスタジアム内で展示する。
- ・ スポーツ公園内でのヒーロー撮影：大阪芸術大学との協力でイベント中に発見したヒーロー(子どもたち)を撮影し球団と大学のホームページに公開する。
- ・ 学生によるイベント参加：大学の学生から不要となったスポーツ用品の収集を事前に

行ない、イベント当日にフリーマーケットという形で出店し、子どもたちに無料で提供することで、今後のスポーツ活動に役立ててもらおう。

4. 最後に

遊びとしてのスポーツを楽しむことは、ある人の利益が他人の利益と関係し、最終的には社会全体の利益につながっていく社会的好循環をつくりだすものであり6)、本産学行政共同調査プロジェクトのように、学生が主体となって市場経済(企業)や行政でも実現できない諸課題に取り組むことは、スポーツが社会にもたらす多様な可能性(健康、教育、環境、経済活性化、感動、まちづくり、観光など)を拓ける有効な手段となりえるものであり、球場を起点とした球団、行政、大学が三位一体となって場を創造していくことの意義は大きいといえる。

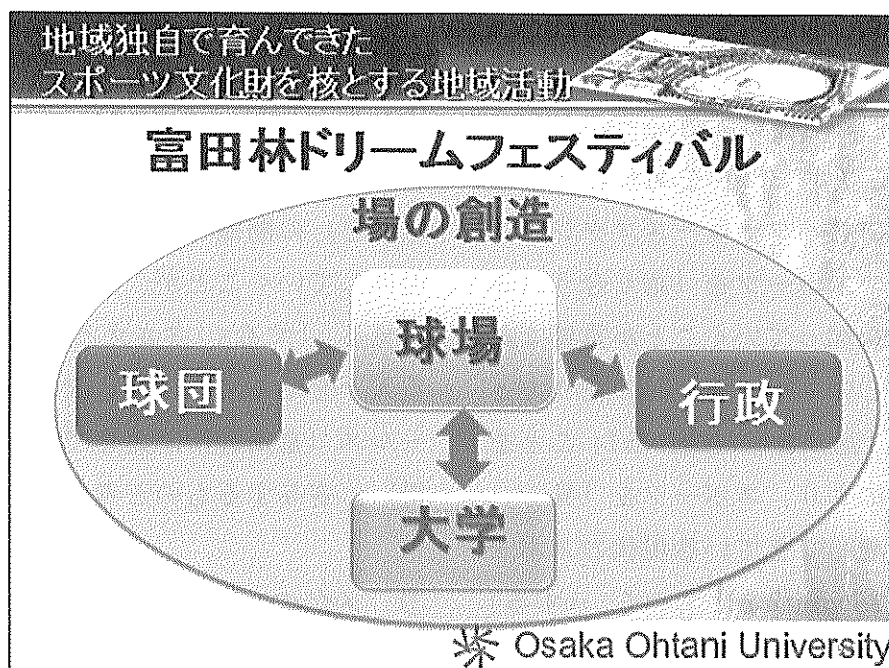


図 4-1 富田林ドリームフェスティバルにおける場の創造

4.1 ゼミ交流会並びにプレゼン事前発表会を通じて（2回生 戸田有亮）

2013年（平成25年）11月22日、天理大学体育学部センターにて本産学行政共同調査プロジェクトの協力者である天理大学備前嘉文先生とそのゼミ生、本学の共同調査プロジェクト調査プレゼン発表担当学生と共同で、本プロジェクトにおけるゼミ交流会並びにプレゼン事前発表会（以下、交流会）を行なった。今回の交流会の目的は、本学学生が分析し、まとめた本プロジェクト調査結果に対して、備前先生より学問的立場からの意見をいただくと同時に、11月29日に実施する富田林市・オリックス球団への調査結果発表と学生ならではの提案に向けて、学生同士の交流会での討論を通じて意見交換を行なうことである。

当日の交流会では、本調査結果発表を行ない備前先生と筑紫先生（天理大学）の出席のもと結果発表に対する質問を発表テーマごとに本学学生が受けた。さらに学生同士の交流会では、スポーツを通じての地域の発展や活性化につなげたいという同じ思いを持つ備前先生のゼミ生と「どのようにしてイベント来場者を増やしていくか？」「そのための具体的な取り組みは？」などについて議論を交わした。議論の冒頭に備前先生のゼミ生に対し「自分だったら試合観戦へ行きたいと思うか？」と質問したところ、「2軍戦だとは行かない」といった趣旨の回答が多数を占めた。そして、調査結果からも昨年度より総観戦者数が減少し、10代・20代の観戦者が少ないと分析していたこともあり、「多くの若い人たちに球場に足を運んでもらうには？」ということに焦点を絞り話し合った。結果、「自分が行きたい

と思えるようなイベントにしていこうこと」や「イベント認知を広げていこうこと」が重要であるといった解答が導き出された。この場では提案内容まで踏み込むことはなかったが、話し合ったことを持ち帰り議論を行ない、学生ならではの提案として最終発表に反映することができた。そして本交流会には、オリックス野球クラブより三上様も参加され、発表に対する意見・アドバイスを受けた。特に、行政や球団が知りたいことは、「結果ではなく、だからどうなのかという情報である」というご意見は、再度プレゼン内容を見直すにあたり参考となった。

以上、今回の交流会は本番を想定してのプレゼン発表であり、声の大きさ、話すスピードなどの発表態度、プレゼン内容における反省点などを的確に把握することができ、プレゼン能力をはじめとする実践力の向上とより良いプレゼン資料の作成に結び付けることができた。交流会を通じて天理大学の先生方やオリックス野球クラブの三上様からは、地域スポーツの発展について、今後も活かしていくことができる貴重なご意見をいただいた。そして、学生同士での交流会では、地域スポーツの発展について学ぶ学生として野球に限らずスポーツ全体を通じて、地域振興に役立ちたいという思いのもと、発表、質疑応答、意見交換と三つの段階を踏んで、学生ならではの率直な意見交換を行ない、第三者からの意見を聞くことができ有意義な時間となった。スポーツ嫌いが叫ばれ、スポーツを観る、するとの乖離が進む現状において、改めて、スポーツを軸とした地域づくりは簡単なことではないと感じた。だからこそ、私たちが学生ならではの視点で考え、関わっていくことは

重要であり、その新たな取り組みの一つとして、今回、天理大学の学生とこのような交流会を行なったことは大きな意義があったと言える。

4.2 プレゼン発表並びに質疑応答を通じて (1回生 山田翔汰)

今回、富田林消防署で行われた産学行政共同調査の調査結果報告で、私は人の前で話すことの緊張感をとても強く感じた。オリックス野球クラブの三上様、富田林市教育委員会の山本様、富田林市長、市役所職員、その他市役所職員や報道関係者の前でプレゼンを行なったが、これまでの人生でこのような人たちの前で話すという機会はなく不安と緊張で満ちていた。プレゼン発表会の本番では、この緊張によって記憶していた話す内容も忘れてしまい、結果、ほとんどを言葉の記してある紙を見ながら言うことになった。また、話すスピードも練習時より早くなったり噛んだりもした。これは人前で話す機会を普段経験しておらず、慣れていないともいえるが、練習不足も理由の一つである。

また発表後の質疑応答において、私は質問に対する回答ができなかったことに関して後悔が残った。どのような質問が来るかは分からなかったが、その中でも2回生の戸田氏はしっかり答えていた。自分がしっかりとした回答ができなかったということもあったため、先輩を尊敬するとともに、自分自身、少しは考えていた質問に対する回答を説明できなかったことをとても後悔している。そして、私は今回のプレゼンを通して、一番に準備をしっかりすることがどれだけ重要であるかを学んだ。これは話す練習をすることや、調査結

果の資料によく目を通すということなどが挙げられる。

今回のプレゼン発表会に関しては、自分自身にとって反省しなければならないことが多く、自分の中ではあまり成功したという感覚はない。しかし、本共同調査プロジェクトを通じて、仲間とともに考える機会が与えられたことでコミュニケーション能力を養うことができ、さらに人の前に立って話すことへの不安もあまり感じなくなるなど、今後の自分に必要な力を多く得ることができた。そういう意味では、本当に良い経験ができたと言える。

4.3 学生ならではの提案の実現に向けて (1回生 鹿野雅大)

今回、学生ならではの提案として、ヒーロー撮影、ミュージアム、フリーマーケットの三つを提案した。第一に、ヒーロー撮影はイベントに来場した子どもを撮影し、撮影した映像をオリックス球団ホームページで紹介するというものである。子どもたちにスポットを当てることで子どもたちが楽しめるイベントであることを来場した子どもたちが友達に話すことでイベントの認知を広げ、野球ファンやそれ以外の子どもたちにも興味や関心を持ってもらうことが目的である。第二に、ミュージアムはファンから募集した私鉄沿線球団に関連する写真を展示するというものである。ファンから募集した写真ということで今までに見たことのない写真をファンの方々で共有することができ、他人が撮った写真を見ることで自分の見る視点とは違った視点でのスポーツの見方を知ることができることと、ミュージアムを見たファンの方々子どもた

ちに写真について語ることでミュージアムが「語るスポーツ」の場となることが目的である。第三に、フリーマーケットは大阪大谷大学の学生から不要になったスポーツ用品を募集し、集めたスポーツ用品をイベントに参加してくれた子どもたちに無料で配布するというものである。学生から募集することでプロジェクトに参加しなかった学生にも間接的に参加してもらうことが可能であり、スポーツ用品がきっかけとなって子どもたちが新たにスポーツとの関わりを持つことが目的である。

これらの提案は、野球ファンはもちろん、子どもたちにとって試合以外で楽しめる一つのイベントになると考える。これらの提案を学生が主体的に実現させることで、学生は自らが提案した企画を実現させるという貴重な経験をすることができると思う。以上、オリックス野球クラブとして「アンケート結果は参考になる。HPへの写真掲載など魅力的な提案があり、実施に向けて検討したい」との発言に対して、本学2回生戸田氏は「ニーズに沿ったイベントができれば、野球やオリックスへの愛着が深まるはずだ。これからも役立てることがあれば、取り組みたい」と回答しており6)、本学学生がますます発展する産学行政共同調査プロジェクトに参画し地域スポーツの発展に寄与していくことを期待したい。もしあなたにあるプロジェクトの話がきたときは、惜しまずにYESと答えてください。学生だからこそできることにチャレンジしましょう！

(とだ ゆうすけ 人間社会学部スポーツ健康学科2回生 かの まさひろ 人間社会学部ス

ポーツ健康学科1回生 やまだ しょうた 人間社会学部スポーツ健康学科1回生
みずとり ひさし 人間社会学部スポーツ健康学科講師 ふしみ ちかこ Area51s やまうち あきひろ 人間社会学部スポーツ健康学科准教授)

引用文献

1. 大阪大谷大学ホームページ, 2013, 「【スポーツ健康学科】富田林ドリームフェスティバル<2013年ウエスタンリーグ公式戦7/14(日)>で今年も山内・水鳥ゼミ学生が市場調査を実施します!」, (2013年7月11日配信, <http://www.osaka-ohtani.ac.jp/topics/>).
2. オリックス・バファローズ ORIX BUFFALOES OFFICIAL WEBSITE, 2013, 「ウエスタンで「富田林ドリームフェスティバル」開催」, 大阪大谷大学の学生が地元河内地域のスポーツ振興に一役, (2013年5月13日配, <http://sp.buffaloes.co.jp/news/>).
3. 大阪大谷大学ホームページ, 2013, 「【スポーツ健康学科】学生による<富田林ドリームフェスティバル 産学行政共同調査プロジェクト>が「読売新聞」で紹介されました 12/5(木)朝刊」, (2013年12月5日配信, <http://www.osaka-ohtani.ac.jp/topics/>).
4. 堤浩一郎「オリックス2軍戦 来場者意識調査 旧猛牛ファン健在」『毎日新聞』2012年12月1日夕刊.
5. 山内章裕, 水鳥寿思, 児玉公正, 2013, 「富田林ドリームフェスティバル産学行政共同調査プロジェクト プロ野球来場者調査」『スポーツ健康学会誌』第1号, 16-25.

6. 守能信次, 2007, 『スポーツルールの論理』大修館書店, 227-228.
7. 岡田英也「オリックス盛り上げる 富田林の二軍戦 ファン拡大策球団側に提言 大阪大谷大生観客アンケート「近鉄時代の応援写真展示」「用具の無料配布」『読売新聞』2013年12月5日朝刊.

参考文献

1. 石川幸生, 杉谷正次, 山内章裕, 2012, 『現代スポーツビジネス』三恵社.
2. 石原豊一, 2011, 「日本におけるプロ野球マイナーリーグの持続的モデル構築に向けて—野球ビジネスの日米比較から—」『スポーツ産業学研究』, Vol121, No1, 73-84.
3. 永井良和, 橋爪紳也, 2003, 『南海ホークスがあったころ 野球ファンとパ・リーグの文化史』紀伊国屋書店.
4. 藤本淳也, 2006, 「プロスポーツ・ファンの態度変容に関する研究—大阪近鉄バファローズ・ファンへの縦断的インタビュー調査—」大阪体育大学紀要, 第37巻, 57-72.
5. ベースボールマガジン社, 2014, 『追憶のロスト・ボールパーク 失われた球場物語』ベースボールマガジン社.

※1 水鳥寿思

1980(昭和55)年生、静岡県出身、体操競技選手、大阪大谷大学スポーツ健康学科専任講師。2004(平成16)年の第28回アテネオリンピック大会に出場し、体操競技の男子団体総合で金メダル。選手引退後は、本学専任講師として教育・研究活動に従事するとともに、

2013(平成25)年から日本体操協会のリオデジャネイロオリンピック男子体操強化本部長に就任。

※2 伏見知何子

1974(昭和49)年生、大阪府出身。スノーボード(ハーフパイプ)選手。大谷中学校・高等学校、大谷女子大学卒。本学スポーツ健康学科「キャリアデザイン」外部講師担当。

2006(平成18)年の第20回トリノオリンピック大会に出場し女子ハーフパイプ12位。選手引退後は、スノーボードスクールSTEP7の校長として活動するとともに、環境保護問題に取り組むNPO法人スポーツサポート協会の理事として活躍

(表)

富田林ドリームフェスティバル

産学行政共同調査プロジェクト (写)



Q1 本日の試合があることを、最初に何でお知りになりましたか？

- ① 口コミ (誰かから聞いた) ② ポスター ③ 広報誌 ④ 球団ホームページ ⑤ 新聞
- ⑥ その他 ()

Q2 次に以下の媒体で試合告知をご覧(お聞き)になりましたか？(複数回答)

- ① ポスター② 広報誌③ 球団ホームページ ④ 新聞 ⑤ ノボリ、横断幕 ⑥ 口コミ ⑦その他

Q3 本日の試合観戦について

- ① 前日も観戦した ② 前は知っていたがはじめて ③ はじめて

Q4 本日の試合観戦をいつ決めたか？

- ① 昨年の試合終了後(7月) ② 愛称が決まった後(12月) ③ 今年の試合告知後(5月)
- ④ チケット販売開始後(6月) ⑤ ここ数日 ⑥ 当日 ⑦ その他 ()

Q5 本日の試合をどなたと観戦していますか？(一緒に来た人にすべて)

- ① ひとり ② 家族 ③ 友人 ④ その他 ()

Q6 本日の試合観戦を最初に企画した人(観戦決定者)はどなたですか？

- ① 自分自身(お一人で来場の場合も) ② 友人 ③ その他 ()

Q7 本日のチケットは、以下のどれに当てはまりますか？

- ① 当日券 ② 前売り券 ③ 招待券

Q8 上の質問で②の人のみ、前売り券はどちらでお求めになりましたか？

- ① 上野スポーツにて ② 職場にて ③ その他 ()

Q9 もっともお好きなプロ野球の球団はどちらですか？(一つ)

- ① オリックス ② ソフトバンク ③ 阪神 ④ 巨人
- ⑤ それ以外 () ⑥ ない ⇒Q11へ

Q10 もっともお好きなその球団についてお伺いします。(複数回答)

- ① レギュラー選手をほとんどいえる ② 2~3人くらいは知っている
- ③監督を知っている ④ まあまあ好き

Q11 その球団の試合を今シーズン何回くらい野球場で観戦なさいましたか？

- ① 0回 ② 1回 ③ 2回 ④ 3回 ⑤ 4回 ⑥ 5回以上

Q12 プロ野球以外のスポーツをライブで観戦なさいますか？(複数回答)

- ① 野球(プロ以外) ② Jリーグ ③ サッカー(Jリーグ以外) ④ サッカー日本代表
- ⑤ マラソン ⑥ 陸上競技 ⑦ テニス ⑧ バレーボール ⑨ 卓球 ⑩ ラグビー ⑪ 剣道
- ⑫ フィギアスケート ⑬その他 ()

Q13 あなたは近鉄バファローズのファンでしたか？

- ① ファンだった ② ファンではなかった ③ 近鉄バファローズという球団が存在したことを知らない

Q14 1980年代まで、関西には私鉄(阪神・阪急・近鉄・南海)を親会社とする球団が4つありましたが、当時もっともお好きだった球団はどれですか？

(一つお選びください)

- ① 阪神タイガース ② 阪急ブレーブス ③ 近鉄バファローズ ④ 南海ホークス ⑤ ない
- ⑥ 阪神タイガース以外の球団を知らない

Q15 今はなき球場でのプロ野球観戦の経験はありますか？(複数回答)

- ① 中モズ球場 ② 藤井寺球場 ③ 日本生命球場 ④ 西宮球場 ⑤ 大阪スタジアム ⑥ ない

富田林市立総合スポーツ公園について質問します。

Q16 本日、お越しいただいた最終交通手段は何ですか？

- ① 自家用車 ② 無料送迎バス ③ 金剛バス ④ タクシー ⑤ その他 ()

Q17 無料送迎バスがあることを知っていましたか？

- ① 知っていた ② 知らなかった

Q18 今年になって、総合スポーツ公園に何回くらい来園されましたか？

- ① はじめて ② 2回 ③ 3回 ④ 4回 ⑤ 5回以上 ()

Q19 2回以上の方にお伺いします。来園の目的は何ですか？

- ① 野球 ② テニス ③ サッカー ④ その他 ()

Q20 今後、富田林市立総合スポーツ公園を利用したいと思いますか？(当てはまる得点に○を記入)

まったくそう思わない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 大いにそう思う

富田林ドリームフェスティバルについて質問します。

Q21 大阪大谷大学の学生たちによる昨年度の産学行政調査結果記事(別紙)について？

- ① 知っている ② 知らない

Q22 上の質問の①の人のみ、調査結果記事(別紙)内容を何で知りましたか？

- ① 新聞(新聞) ② その他 ()

Q23 本イベントのような近隣自治体(富田林、河内長野、大阪狭山の3市、河南、太子の2町、千早赤阪の1村)との広域連携並びに地元大学(大阪大谷大学、大阪芸術大学)の協力について(当てはまる得点に○を記入)

まったく重要ではない 1 - - - 2 - - - 3 - - - 4 - - - 5 とても重要である

Q24 お住まいはどちらですか？..市内は町レベル、それ以外は市レベル

郵便番号(7桁): _____

- ① 富田林市 (小学校区)

富田林・新堂・喜志・大伴・彼方・錦郡・川西・東条・高辺台・久野喜台・寺池台・伏山台・喜志西・藤沢台・小金台・向陽台

- ② 藤井寺市 ③ 羽曳野市 ④ 河内長野市 ⑤ 大阪狭山市 ⑥ 堺市
- ⑦ 河南町 ⑧ 千早赤阪村 ⑨ 太子町 ⑩ その他 (県府 市 町)

Q25 何歳代で結構ですので年齢をお教えてください。

- ① 10代 ② 20代 ③ 30代 ④ 40代 ⑤ 50代 ⑥ 60代以上

Q26 性別をお教えてください(目視でも可)。

- ① 男 ② 女

最後に... 次の用紙へ (イメージ分析)

本調査は天理大学備前嘉文先生の協力のもと実施されています。

結果につきましては、行政機関およびオリックス球団へ学生からの提案として報告させていただきます。

ご協力ありがとうございました。

<調査実施主体(問い合わせ先)>

大阪大谷大学スポーツ健康学科 山内研究室 (Tel:0721-24-5419, Email:yamauak@osaka-ohtani.ac.jp)

(表)

次の用紙(両面)

イメージ分析

名称(愛称)のイメージについて

Q1 「富田林バッファローズスタジアム」の名称(愛称)について知っていましたか？

- ① 以前から知っている ② 球場に入ってから知った ③ 知らなかった

Q2 「富田林バッファローズスタジアム」の名称(愛称)の「バッファローズ」から連想されるイメージを3つ挙げてください。

--	--	--

Q3 「富田林バッファローズスタジアム」の名称(愛称)についての意見について

- プロ野球チームの名称がつくことは嬉しいことだ

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------
- これで富田林の名前が有名になる

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------
- これで毎年バッファローズが来てくれる

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------
- いい球場があることが自慢だ

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------
- 子どもたちがバッファローズに親しみをもつ

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------
- スポーツを愛する人々が増える

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------

デザインのイメージについて

Q4 富田林バッファローズスタジアムの「デザイン」について知っていましたか？

- ① 以前から知っている ② 球場に入ってから知った ③ 知らなかった

Q5 富田林バッファローズスタジアムの「デザイン」から連想されるイメージから受ける印象の得点に○をつけてください。

	思う	やや思う	どちらでもない	やや思う	思う					
親しみやすい	1	---	2	---	3	---	4	---	5	親しみにくい
若々しい	1	---	2	---	3	---	4	---	5	年寄りみた
男性的な	1	---	2	---	3	---	4	---	5	女性的な
進歩的な	1	---	2	---	3	---	4	---	5	保守的な
高級な	1	---	2	---	3	---	4	---	5	低級な
夢のある	1	---	2	---	3	---	4	---	5	現実的な
目立つ	1	---	2	---	3	---	4	---	5	目立たない
子供っぽい	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大人っぽい

Q6 富田林バッファローズスタジアムの愛称と「デザイン」ができたことで、富田林市への愛着が高まりましたか？

まったくそう思わない	1	---	2	---	3	---	4	---	5	大いにそう思う
------------	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	---------

大阪大谷大学のキャラクターマスコットのイメージについて

Q7 大阪大谷大学のキャラクターマスコットについて知っていますか？

- ① 知っている
- ② 知らない

Q8 大阪大谷大学のキャラクターマスコットから連想されるイメージから受ける印象の得点に○をつけてください。

	思う	やや思う	どちらでもない	やや思う	思う	
親しみやすい	1	2	3	4	5	親しみにくい
若々しい	1	2	3	4	5	年寄りみた
男性的な	1	2	3	4	5	女性的な
進歩的な	1	2	3	4	5	保守的な
高級な	1	2	3	4	5	低級な
夢のある	1	2	3	4	5	現実的な
目立つ	1	2	3	4	5	目立たない
子供っぽい	1	2	3	4	5	大人っぽい

大阪大谷大学の広告スポンサーについて

Q9 富田林バファローズスタジアムの外野フェンス壁に「大阪大谷大学」と明記されていることを知っていましたか？

- ① 以前から知っている
- ② 球場に入ってから知った
- ③ 知らなかった

Q10 富田林市におけるスポーツ活性化の支援として貢献していると思いますか？

まったくそう思わない	1	2	3	4	5	大いにそう思う
------------	---	---	---	---	---	---------

本調査は天理大学備前嘉文先生の協力のもと実施されています。
 結果につきましては、行政機関およびオリックス球団へ学生からの提案として報告させていただきます。

ご協力ありがとうございました。

＜調査実施主体(問い合わせ先)＞

大阪大谷大学スポーツ健康学科 山内研究室 (Tel:0721-24-5419, Email:yamauak@osaka-ohtani.ac.jp)