

博士學位論文審査報告書

大学名	早稲田大学		
研究科名	スポーツ科学研究科		
申請者氏名	林 悠太		
学位の種類	博士（スポーツ科学）		
論文題目	プロスポーツクラブが実施する環境の持続可能性を促進させる取り組みのロイヤルティ効果 Loyalty effects of Environmental Sustainability Initiatives Implemented by Professional Sports Clubs		
論文審査員	主査	早稲田大学教授 間野義之	博士（スポーツ科学）（早稲田大学）
	副査	早稲田大学教授 松岡宏高	Ph. D.（オハイオ州立大学）
	副査	早稲田大学教授 堀野博幸	博士（人間科学）（早稲田大学）
	副査	中京大学准教授 舟橋弘晃	博士（スポーツ科学）（早稲田大学）

本博士論文は、プロスポーツクラブの環境保護活動が、社会に与える影響の解明に取り組んだ意欲的な論文である。SDGs (Sustainable Development Goals) の昨今の社会的な運動が象徴されるように、人権や貧困あるいは自然環境保護など多くの社会課題の解決について、政府や民間企業をはじめプロスポーツクラブも様々な活動を展開している。

社会課題の解決に向けて、社会的な影響力の強いプロスポーツクラブの活動に対する社会的な評価の向上は、プロスポーツクラブのみならず、その競技全体ひいてはスポーツ界全体の評価の上昇にもつながる。

しかし、社会課題が複雑化し解決が困難となるなか、政治・行政・企業などの従来の組織に加えて、スポーツ界としても積極的に社会課題解決に向けて寄与することが求められている。そのようななか、今後は、このようなプロスポーツクラブの環境保護に関する社会的関心の増加が予想される。

申請者はこのような将来を見据えた先駆的な分野に着眼し、当該分野の学術研究は国内外においてまだ乏しいなか、論文作成に向けて国内学会大会（第14回日本スポーツマネジメント学会大会、第30回日本スポーツ産業学会大会）に参加し、各種情報収集に努めるとともに、口頭発表にも挑戦するなど、意欲的に取り組んだ。申請者が提出した博士論文はそれらの研究成果の一部である。

本論文は第1章から第5章で構成されている。

第1章 本論文の背景

近年、地球温暖化による気候変動問題について各国政府や企業、あらゆる組織は温室効果ガスの排出量削減といった迅速で効果的な対応を迫られている（IPCC, 2023）。

プロスポーツ組織がESを促進する取り組み（Environmental Sustainability Initiatives: 以下、ESI）を実施することで長期的にはコスト削減といった経済的メリット

がもたらされるとされている一方、多額の初期投資（およびその認識）といった財政的な課題が挙げられる（Greenhalgh & Drayer, 2020; Thormann & Wicker2021）。そのため、プロスポーツ組織は ESI を長期に渡って実施するための資金を捻出、または確保する必要性がある。また、プロスポーツ組織が ESI を実施することで、新たな消費者獲得戦略の可能性が示唆されているが（Kellison & Kim, 2014）、実証的に検証した研究は筆者の知る限り見当たらない。このような背景から、マーケティングの視点からプロスポーツクラブが ESI を実施することで既存の消費者だけでなく潜在的な消費者の反応を検討することは重要な課題である。本研究ではマーケティングの視点からプロスポーツクラブが実施する ESI が消費者に与える影響を明らかにするために、「ESI を実施するプロスポーツクラブに対する消費者の態度が行動意図に与える因果関係を明らかにすること」および「ESI が潜在的な消費者を誘引するマーケティング戦略としての有効性を明らかにすること」という 2 つの目的を設定した。

第 2 章 先行研究の検討

本研究の目的と関連する先行研究を概観し、以下のリサーチクエスチョンを導出した。

RQ1. プロスポーツクラブが実施する ESI は、消費者のクラブ支援意図および観戦意図とどの程度関連するのか？（研究 1）

RQ2. プロスポーツクラブが実施する ESI は、消費者のクラブ支援意図および観戦意図に因果的な影響を与えるのか？（研究 2）

RQ3. プロスポーツクラブが実施する ESI は、潜在的な消費者を惹きつけるのか？（研究 2）

第 3 章 ESI と意図的ロイヤルティの関連に関する研究（研究 1）

研究 1 では、プロスポーツクラブの ESI と消費者のロイヤルティの関係性を横断研究によって検証した。既存の消費者だけでなく潜在的な消費者を含めたサンプルからデータを得た結果、既存の消費者だけでなく観戦経験が無い消費者を含めた分析の結果、プロスポーツクラブが実施する ESI は消費者のクラブ支援意図や行動意図と正の関連があることを示唆した。また、多母集団同時解析の結果から、観戦経験を有していない消費者においても ESI の知覚はクラブ支援意図および観戦意図と正の関連を示すことが明らかとなった。

第 4 章 ESI が意図的ロイヤルティに与える因果関係に関する研究

研究 2 では、3 波のパネルデータを用いて ESI を実施するプロスポーツクラブに対する消費者の態度が行動意図に与える因果関係を縦断データに基づき定量的に検証し、またその因果関係が既存の消費者と潜在的な消費者において差異があるのかを多母集団同時解析を用い検討した。パネルデータの解析結果によると、ESI の知覚がクラブ支援および観戦意図を高めるという直接的な因果関係は確認されなかった。しかし、直接的な因果関係は見出されなかったものの、特に観戦経験がない消費者において一時的ではあるが、ESI の知覚がクラブ支援意図を高める可能性を示唆した。

第 5 章 総合論議

以上の知見より、プロスポーツクラブが実施する ESI が消費者の行動意図に与える直接的な因果的影響力は、ほとんどないことが示唆された。ただし、観戦経験のない消費者においてはクラブの評価できる ESI を知ることで、一時的に消費者のクラブ支援意図や観戦意図を高める可能性も確認された。その上で、本研究の結果は、消費者獲得戦略としてのマーケティングの視点から ESI を実施する様々なコストに対する便益は小さ

いことが示された。さらに、政策的なインプリケーションとして、過度に資金を環境活動に投入しても、消費者獲得戦略としての費用対効果が見込めないため、無理のない範囲で資金を投入しつつ、長期的に ESI を継続することが消費者獲得につながる可能性が高いことを論じた。また、本研究の対象は様々なステークホルダーの内、消費者に限定したものであった。そのため、プロスポーツクラブが実施する ESI の費用対効果のみに囚われずに、多岐に渡るステークホルダーとの関係性から ESI への資源配分を検討することの重要性について言及した。さらに、自チームがどのような ESI を実施しているかを積極的且つ適切に発信し、各ステークホルダーに周知していくことの必要性を論じた

上記のとおり、研究内容は、高度な専門的知識に基づいた本研究科入学後の研究成果であり、独創性と学術的意義をもつことが認められる。

よって、林悠太氏に、博士(スポーツ科学)の学位を授与するに十分値するものと認める。

【掲載された学術論文名】

(第3章第2節)

林悠太, 舟橋弘晃, 間野義之: 2022 プロスポーツクラブにおける持続可能な環境への取り組み: 消費者の知覚と意図的ロイヤルティの関係性. スポーツ産業学研究, 32巻3号, 299-313 頁.

以 上