

## [概要]

日本では、地方都市における中心市街地の衰退が課題として挙げられるようになって久しい。その中で中心市街地に位置する「まちなかスタジアム」を活用した、プロスポーツによる中心市街地活性化の施策に注目が集まっている。大規模なスポーツイベントの経済効果は大きいですが、一過性のものになりがちで、より持続的な地域発展を目指す場合は、地域に根差して頻繁に開催されるスポーツイベントの開催や運営の方が重要であると考えられている。そこで本研究では、富山グラウジーズを事例に、地方都市の中心市街地にアリーナを持つプロバスケットボールクラブのホームファンの観戦行動がまちなか活性化に影響を及ぼしているのか明らかにすること、まちなかに店舗を持つスポンサー企業との関係からまちなか活性化の現状を明らかにすることを目的とした。アンケート調査とインタビュー調査の結果、ファンのまちなかへの回遊にはアウェイファンなど、同行者の影響があること、交通手段による差異が明らかになった。更に、スポンサー企業の性格ごとにファンとの関係性が異なることも明らかになった。

キーワード：B.LEAGUE, 観戦行動, まちなかの活性化, スポーツスポンサーシップ