

推し活による地域エンパワメント

～町出身野球選手を核とした住民の QOL 向上とコミュニティ再生の可能性～



岩手県一戸町 蛇沼 孝乃信

はじめに

筆者は、岩手県一戸町出身の西舘勇陽選手が国内最高の技術と情熱が激突するプロ野球という大舞台で活躍をする姿を追い始めたことで、筆者自身の世界が大きく広がる経験をした。それまでルールすら知らなかった野球というスポーツが、今や日々の生活に欠かせない活力源となり、テレビ越し、あるいは東京ドームのスタンドでの熱狂を通じて、世代や職業を超えた新たな人間関係を紡ぐ契機となったのである。

この個人的な「推し活」がもたらす QOL（精神的充足感と生活の質）の向上は、単なる一過性のブームや個人的な趣味の範疇に留まるものではない。高橋（2020）が指摘するように、スポーツにおける応援は「自らの生活世界を受容し、生きてゆくための糧を得るという利己的な側面」を内包している。つまり、個人の情熱を町民全体で共有し、地域社会の活力を引き出す仕組みへと昇華させることはできないか。本レポートでは、郷土出身選手の「推し活」を通じた、地域をエンパワメント（潜在能力を発揮し、主体的に動くこと）する可能性について論じる。

第 1 章：一戸町の課題

第 1 節：人口減少とコミュニティの脆弱化

岩手県一戸町は、岩手県北部の内陸に位置する中山間地域である。国内屈指の星空を観測できる観光天文台があり、豊かな自然と縄文時代の遺跡を復元した御所野遺跡（世界遺産）に代表される歴史文化を有しているが、現在、極めて深刻な人口減少と少子高齢化の波に直面している。『一戸町人口ビジョン・総合戦略』（2016 年 3 月策定）によれば、町の人口は 1955 年をピークに減少の一途をたどっている。国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2040 年までに人口は約 5 割減少し、特に生産年齢人口においては 6 割程度の減少が見込まれている。さらに、2060 年には人口が 5,000 人を割り込むという予測もあり、いわゆる「消滅可能性都市」として、町の持続可能性が危ぶまれる状況にある。

こうした人口動態の変化は、単なる数字の減少にとどまらず、地域社会の質的な変容をもたらしている。かつて地域を支えていた地縁や血縁による強固なコミュニティは、若年層の

流出と高齢化により維持が困難になりつつある。集落機能の低下は、住民の社会的孤立や「無縁社会」化のリスクを高め、防災や互助といった地域力をも弱体化させている。加えて、地域の縮小が続くと、住民の心理に「どうせ何も変わらない」という閉塞感や諦めを植え付け、シビックプライド（郷土への誇りや愛着）を持ちにくい状況を生み出している。このような「心の過疎化」とも呼べる状況こそが、ハード面の整備だけでは解決できない、本町が抱える本質的な課題であると言える。

第 2 節：推し活の可能性

こうした中、町に明るいニュースをもたらしたのが、一戸町出身の読売ジャイアンツの西舘勇陽投手の活躍である。西舘選手は、一戸中学校時代に軟式野球部、特設スキー部、特設駅伝部の「三刀流」で活躍し、花巻東高校、中央大学を経て、2023 年のドラフト会議で読売ジャイアンツから 1 位指名を受けた。

町から生まれたスターの誕生は、町民へ単なるニュース以上の衝撃と感動を与え、これまで全く野球に無関心だった筆者も、いつの間にか西舘選手を「推し」ていた。そして、プロ野球選手の「推し」ができたことで筆者の野球人生が始まった。テレビの前で応援するだけでなく、ファンクラブに入り家族や友人を誘って東京ドームへ何度も通うようになったのである。球場のスタンドで、同郷の選手がマウンドに立つ姿を見守るとき、そこには「単なるファン」を超えた、同郷者としての熱い連帯感が生まれる。見知らぬファンとも「西舘選手を応援している」という一点で会話が弾み、年齢や職業の異なる人々との新たな交友関係が広がった。また、日々の業務で疲弊した時も、西舘選手の活躍が明日への活力となり、精神的充足感を得て QOL の向上を実感するようになった。

この個人的な体験は、決して私一人に限った特殊なものではないはずである。西舘選手の活躍は、町長が「一戸の星」と称したように、多くの町民に勇気と希望を与えている。「推し活」が持つ「個人を元気にする力」と「人と人をつなぐ力」は、希薄化したコミュニティを再構築し、地域に活気を取り戻す「エンパワメント」の起爆剤になり得るのではないか。本レポートでは、町出身野球選手の推し活を通じた、地域のエンパワメントの可能性について論じる。

第 2 章：推し活の効果

第 1 節：推し活をもたらす影響

「推し活」は、単なる趣味や娯楽の領域を超え、個人の心身の健康や社会的なつながりに深く寄与することが、近年の学術研究によって明らかにされている。原田ら（2023）による調査では、「推し」活動をしている人の約 4 分の 3 が、活動開始後に「健康感」並びに「自己肯定感」が向上したと回答している。特筆すべきは、「生きることが楽しくなった」「日常生活が充実するようになった」等の好影響を感じたという回答が全体の 9 割を超えている点である。これは、推し活が個人の QOL を著しく高める効果を持つことを示唆している。

さらに、推し活は「人とのつながり」を生み出す触媒としても機能する。立木・大谷（1999）の研究によれば、スポーツ応援行動において、特に高齢層ほど応援行動に「社会的なつながり」を求める傾向が強いことが示されている。高齢化率が高い一戸町において、西

館選手を応援することは、高齢者の社会的孤立を防ぎ、地域社会への帰属意識を再確認させるセーフティネットとなり得る。また、井上・上田（2023）は、アイドルを推している者が抱く「心理的所有感（自分のものだと感じる状態）」について分析し、同じ対象を応援する他者（同担）に対して「仲間意識」を持つことが喜びや幸福感をもたらし、ウェルビーイング（人生の持続的な幸福感や満足感）の向上に寄与していると考えている。つまり、個人の心理的所有感から集団の心理的所有感へ昇華することで、住民間に「仲間意識」を芽生えさせ、それが個々の幸福感を高める好循環を生み出すのである。

第 2 節：先行事例と分析

プロ野球選手を地域の資源として活用し、活性化につなげている先進事例は数多く存在する。ここでは、本町が参考にすべき特徴的な事例を紹介する。

1 つ目は、兵庫県丹波篠山市の事例である。同市は、地元出身の中森俊介投手が千葉ロッテマリーンズに入団したことを契機に、球団とスポンサーシップ契約を締結した。2021 年度より毎年、冠協賛試合「丹波篠山黒豆ナイター」を開催している。同試合では、市長や観光大使がスタジアムへ駆けつけ、市の PR や特産品の販売を行う。これは、地元選手の活躍を最大限に活用し、関東圏に対する効果的なシティプロモーションを展開した好例と言える。

本事業の担当者に調査したところ（兵庫県丹波篠山市企画総務部市長公室ブランド戦略係担当 2025）、本事業には年間約 600 万円の経費が投じられている¹が、スタジアム来場者への直接的な訴求に加え、SNS 上でのトレンド入り等による情報拡散（インプレッション数の増加）により、数多くの「関係人口」の獲得が見込まれる。また、本取り組みを単発で終わらせず継続的に実施することで、関係人口の拡大や定着が進むと考えられる。

こうした自治体によるスポンサーシップ契約の動きは広がりを見せており、2024 年度には北海道苫小牧市、青森県三沢市に加え、本町と同じ岩手県内の大船渡市も同様の契約を締結した（パ・リーグ.com 2024）。プロスポーツを媒介としたシティプロモーションは、今や地方自治体における戦略的な地域活性化手法として確立されつつある。

2 つ目は、広島県府中市の事例である。地元出身の渡部聖弥選手（2024 年ドラフト 2 位、埼玉西武ライオンズ所属）を応援するため、京セラドーム大阪への応援バスツアーが地元企業の「中国タクシー株式会社」によって企画された。企画会社の担当者に調査したところ

（中国タクシー株式会社担当者 2026）、本事業は行政からの補助や援助を一切受けず、純粋に「地元出身選手を応援したい」という民間主導の熱意によって実施された点である²。

物理的に距離がある球場へ地域住民がバスで共に移動し応援することは、移動中の車内も含めた濃密なコミュニケーションの場となり、住民同士の一体感を醸成する効果がある。これは、本レポートで後述する「にわか同担化」による人間関係構築を、民間レベルで体現した事例と言える。こうした環境下では、シビックプライドが自然発生的に醸成されるだろう。

¹ 注 2025 年 12 月に、メールにより決算資料を提供いただいたもの。

² 注 2026 年 1 月に、メールにより「公的資金の有無」と尋ね、「自社独自の事業として実行した。」と回答を得たもの。

さらに、こうした民間主導の動きを行政が支援する仕組み、例えば市民セミナーや地域交流事業と連携させ、ツアー行程に球場での市の PR や特産品販売の機会を組み込むことができれば、市によるバスツアーへの補助も考えられる。これは、行政と住民、そして企画する地元企業の三者にとって有益な「官民協働」の地域活性化モデルとなり得るのではないだろうか。

3 つ目は、北海道日本ハムファイターズの事例である。同球団は、元プロ野球選手である球団職員を、北海道内の自治体（紋別市・足寄町）へ任期付き職員として派遣する事業を行った。派遣された元選手は、教育委員会職員として勤務する傍ら、地域の高校野球部の指導者として活動した。この取り組みは部員不足の解消や公式戦での勝利といった直接的な成果をもたらしただけでなく、「地域に共通の話題と活気をもたらした」という波及効果が確認されている（大崎 2021）。プロスポーツの人的資源が、地域住民の共通の関心事となり、コミュニティが活性化した事例である。

第 3 章：推し活の推進

第 1 節：萬代館を活用したパブリックビューイング

本町には、国の登録有形文化財であり、現役の映画館として不定期で上映を行っている「萬代館」という地域資源が存在する。「萬代館」はイベントで利用されるほか個人やグループで貸し切れることもできる。そんな萬代館を、西館選手を応援する「推し活」の拠点として活用することを提案したい。

具体的には、まず西館選手が所属する読売ジャイアンツの公式戦に合わせて、萬代館で PV（パブリックビューイング）を開催する。実施にあたっては、「DAZN For Business」等の法人プランを契約して、放映権の許諾処理を適切に行うことで、コンプライアンスを遵守した持続可能な事業とする。この取り組みの重要な点は、単に試合を上映するだけではない。藤澤・西本の研究（2025）によれば、初対面の集団であっても、映像を見ながら共に声を出し、応援グッズを振る「応援上映」のような形式をとることで、短時間で「にわか同担化（即席のファン仲間を作る）」ことができ、参加者間の心理的距離が縮まることが実証されている。萬代館というレトロで非日常的な空間において、スクリーン越しに西館選手の活躍を共有し、共に歓声を上げる体験は、参加者に強烈な一体感をもたらすであろう。

さらに、この西館選手の PV が成功事例となれば、萬代館の活用の幅は大きく広がる。例えば、他のプロスポーツの中継や、アイドルグループのライブビューイングなど、多様な「推し」を推す拠点として、同館は単なる映画館を超え町内外から人々が集うコミュニティの核（サードプレイス）として再生する可能性を秘めている。

第 2 節：ふるさと大使への任命と活動

西館選手を町の「ふるさと大使」に任命し、象徴的な存在として活動してもらうことも有効な施策である。プロスポーツ選手の影響力は絶大である。三須（2025）は、アスリートが「スポーツヒーロー」として大衆の夢や希望を体現する存在であり、その社会的影響力は競技の普及に留まらず、経済波及効果があり、多大な社会的影響力を持つと指摘している。ただし、単に名前を借りるだけの「名ばかり大使」では効果は薄い。行政側が、広報誌や公式

ウェブサイトを通じて選手の動向を積極的に発信し、「町全体で西館選手を支えている」という姿勢を可視化することが重要である。また、シーズンオフには報告会や野球教室を開催し、住民と直接触れ合う機会を設けることで、心理的な結びつきをより強固なものにできる。

第 3 節：SNS を活用した郷土選手の PR

現代の推し活において、SNS は欠かせないツールである。町の公式アカウントを活用し、西館選手の活躍をリアルタイムで発信することで、デジタル空間上でのコミュニティ形成を図る。河野（2023）によれば、スポーツの試合など現実の社会的イベントを契機に、SNS 上で投稿が爆発的に増加する「バースト現象」が発生する。これは、スタジアムの熱狂がデジタル空間へと拡大されたものであり、物理的に離れていてもスポーツの熱狂をリアルタイムに共有できる現代的な応援スタイルである。行政がハッシュタグ（例：＃一戸から世界へ、＃西館勇陽全力応援）を作成し、SNS で積極的に発信することで、結節点となり町内に住むファンだけでなく、町外に住む出身者や、西館選手のファンである全国の人々を「関係人口」として取り込むことが期待できる。

第 4 節：学生向け推し活ツアーの実施

次世代を担う子どもたちへの投資として、町内の中高生を対象に、西館選手が所属する読売ジャイアンツの試合を東京ドームで観戦する「推し活ツアー」を企画する。本町の場合、東京ドームとは距離的な課題はあるものの、だからこそ「東京ドームで同郷の先輩が輝く姿」を直接みる体験は、子どもたちにとって強烈な原体験となる。生のプロスポーツに触れることは、子どもたちに夢や希望を与え、ロールモデル（目標）を提示する教育的効果が高い。また、「一戸町からでも、努力すれば日本最高峰の舞台に立てる」という事実は、子どもたちの自己効力感を高め、将来的にシビックプライドを持って活躍する人材の育成にもつながるはずである。

第 4 章：行政と推し活

第 1 節：行政支援の意義

行政が特定の選手への「推し活」を支援することは、単に個人の趣味嗜好に公的資金を投じることではない。それは、高齢化と過疎化が進む本町において、「高齢者福祉」「社会的紐帯の構築」「次世代育成」という喫緊の行政課題に対しアプローチする有効な社会政策である。

第一に、高齢者の「生きがい創出」と「健康促進」としての福祉政策的な意義である。原田ら（2023）の研究によれば、推し活を行う人の 9 割が精神的豊間を感じ、7 割が精神的健康感を、6 割の人が社会的健康観を感じていた。高齢者にとって、西館選手という郷土の英雄を応援することは、単なる娯楽を超え、日々の生活に張り合いをもたらす「生きがい」そのものとなる。また、立木・大谷（1999）の調査では、若年層が応援に「同一化（選手への憧れ）」を求めるのに対し、高齢層ほど応援行動に「帰属（社会的紐帯）」を求める傾向が強いことが明らかになっている。つまり、高齢者に対する推し活支援は、彼らが求めている「社会とのつながり」を提供し、精神的な健康を維持するための「介護予防・フレイル予防」施

策として機能するのである。

第二に、「人と人をつなぐ」社会学的な機能による、社会的孤立の解消である。三浦（2022）は、現代社会における消費行動の背景には「孤独」があり、推し活は孤独を癒やし、他者とのつながりを求める「宗教の機能的等価物」（社会学的に宗教と機能的に同等な信仰心）のような役割を果たしていると指摘する。地縁や血縁が希薄化し、「無縁社会」化が懸念される現代において、同じ選手を応援するという共通項は、年齢や立場の垣根を超えたコミュニケーションを生み出す。萬代館でのパブリックビューイングや「応援する会」といった「場」を行政が整えることは、独居高齢者や地域に馴染めない住民に「居場所（サードプレイス）」を提供することと同義である。これは、孤立を防ぎ、住民同士が緩やかに見守り合うセーフティネットを再構築する「社会的処方」として極めて重要である。

第三に、学生や若者への「シビックプライド」の醸成である。木村（2020）の研究によれば、地元チームを応援する住民は、そうでない住民に比べて「地域的愛着」が高だけでなく、地域と自己を同一化させる「拡大意識」を持つ傾向がある。西館選手の活躍を「自分事」として捉え、「一戸町にはこんなすごい選手がいる」と誇りに思う心理は、若者たちの地域への肯定感を高める。また、トップアスリートの存在は子どもたちにとって「身近なロールモデル」となり、「自分も頑張れば世界へ羽ばたける」という勇気を与える。推し活を通じた感動体験は、次世代を担う若者たちの心に「故郷への誇り」という灯をともし、将来的な定住やUターンを促す「人づくり」の投資となるのである。

第 2 節：公益性

行政が推し活を支援する公益性について多角的にみていく。

第一に、公衆衛生の向上と社会保障コストの抑制である。原田ら（2023）の実証研究によれば、「推し活」は個人の健康感および自己肯定感を飛躍的に向上させる。また、立木・大谷（1999）が指摘するように、特に高齢層は応援行動に「帰属（社会的紐帯）」を強く求める。高齢化率の高い本町において、共通の対象を応援する機会を提供することは、住民の心身の健康を維持し、結果として将来的な医療コストや介護コストの増大を抑制する予防施策という側面がある。

第二に、拡大意識（「自分事」として捉える一体感）による地域社会の結束と連帯の強化である。木村（2020）は、地元のスポーツ選手への応援が、住民の「地域的愛着」を深めるだけでなく、郷土の誇りとなるような快挙を自己の成功のように捉える「拡大意識」を醸成することを明らかにしている。西館選手の活躍を「町全体の誇り」として住民同士が共有し、自分自身の喜びのように内面化することは、地域社会の一員という意識を高め、希薄化した地縁を補完し地域コミュニティを再生する新たな結束力と連帯の基盤を構築する。

第三に、郷土愛の深化と「関係人口」の拡大である。橋本（2023）によれば、スポーツや応援の場は、人々に「聖なる場所」や「故郷」への愛着（郷土愛）を深める源泉となる。行政が選手の推し活を支援することは、住民が町に誇りを抱くきっかけを創出するだけでなく、その熱量を外部へ発信することで、町外のファンや離郷した出身者との継続的な繋がり（関係人口）を生み出す。これは、「消滅可能性」への不安を希望へと変える地域の原動力となり、町の持続可能性を支える「精神的な土台」を築くという公益性を有している。

第 3 節：町と町民が得られるもの

押し活が地域にもたらす最大のリターンは、「社会関係資本」の醸成である。地縁・血縁が弱まる中、同郷の選手を応援するという共通点に基づくネットワークは、年齢や属性を超えた「橋渡し型」のつながりを生む。緩やかで温かいつながりは、閉鎖的な地域社会に風穴を開け、住民自治や互助の基盤を再構築する土壌となる。

第 5 章：まとめ

第 1 節：ロードマップ

本レポートを通じて、郷土出身選手への「押し活」が住民の QOL 向上や地域再生において果たす社会的な意義を明らかにしてきた。これらの知見を単なる理想論に留めることなく、実効性のあるロードマップとして具現化するためには、町の予算規模や人員体制といった実情に即した段階的なアプローチが不可欠である。その第一歩として、まずは物理的な制約が少なく即座に着手可能な SNS 戦略に注力すべきである。具体的には、西館選手の活躍をリアルタイムに発信する体制を整え、応援ハッシュタグの活用を通じて町内外のファンを結びつけることで、将来的な施策の受け皿となるコミュニティの土壌をデジタル空間から構築していく。

次のステップとして、萬代館を拠点とした PV の展開を具体化させたい。はじめは友人や知人による少人数のプライベートな応援上映から着手し、運営上のノウハウを蓄積しながら、段階的に不特定多数の町民が熱狂を共有できる「交流の拠点」へ拡大していく。住民がリアルに集い、押しを共有する場を設けることは、希薄化したコミュニティの再生を強力に後押しする。さらに、将来を見据えたさらなる展開として、学生向け応援ツアーの開催や、球団とのパートナーシップ契約を軸とした多角的なシティプロモーションへと施策を深化・拡張させる。西館選手の活躍を一戸町の新たな魅力として育み、その価値を国内外へ丁寧に発信し続けていくことが、地域の再興を後押しする大きな鍵となるだろう。

第 2 節：地域エンパワメント

エンパワメントの本質は、住民が自らの生活世界に主体性を持ち、自分たちの地域に誇りを持つことにある。西館選手という「一戸の星」を応援する熱量は、単なるスポーツ観戦の枠を超え、住民同士が「同じ喜びを共有する仲間」であるという意識を再発見させる。この個人的な「押し」の感情が、公的なコミュニティの絆へと昇華されたとき、希薄化した地縁を補完し、孤立を防ぐ強固なセーフティネットが形成される。具体的かつ実践的な「まちづくり政策」となる。

住民一人一人の QOL 向上が地域全体の活力となり、その活力がコミュニティの再生を促す。この好循環こそが、人口減少という厳しい現実に向かう一戸町の新たな推進力となる。押し活が具体的かつ実践的な「まちづくり政策」となり、誰もが住み慣れた地域で自分らしく心豊かに暮らし続けられる一戸町の未来を築くことができるはずである。

参考文献等

【ヒアリング】

中国タクシー株式会社担当（2026）2026年1月にメールにて聴取。

兵庫県丹波篠山市企画総務部市長公室ブランド戦略係担当（2025）2025年12月にメールにて聴取。

【文献、論文】

石川奈々・関谷大輝（2023）『『推し』という好意、『推す』という行為—大学生における『推し』概念の構成要素を定性的に検討する—』『感情心理学研究』31

石川奈々・関谷大輝（2024）『『推し』という好意、『推す』という行為（第2報）—推し活に潜む嗜癖行動化のリスクを検証する—』『感情心理学研究』32

稲垣正浩（2015）『『みるスポーツ』の歴史的変容』『体育の科学』65(10)

井上俊・菊幸一 編著（2012）「よくわかるスポーツ文化論 改訂版」『ミネルヴァ書房』

井上淳子・上田泰（2023）「アイドルに対するファンの心理的所有感とその影響について—他のファンへの意識とウェルビーイングへの効果—」『マーケティングジャーナル』43（1）、pp18-23

内海和雄（2002）「資本主義社会とスポーツ—スポーツの商品化と公共化—」『現代スポーツ評論』6

大崎哲也（2021）「プロスポーツクラブと地方自治体の連携に関する研究—プロ野球の人材派遣事業に着目して—」『大阪成蹊大学紀要』7

落合博満・中村敏雄・友添秀則・清水諭（2002）「座談会：プロ野球選手の商品価値とその意識」『現代スポーツ評論』6

片上千恵（2025）「アスリートからみた SNS への対応」『スポーツ社会学事典』丸善出版、pp542-543

菊幸一（2020）「歴史社会学よりみる応援」『体育の科学』70(6)、pp381-385

木村宏人（2020）「地元のプロ・スポーツチームを応援する住民が持つ地域意識—地域的愛着と拡大意識に注目して—」『年報社会学論集』33、pp109-120

河野洋（2025）「SNS とスポーツ」『スポーツ社会学事典』丸善出版、pp176-177

杉本厚夫（2015）「観戦学の視座—多様化する観戦の楽しみ方—」『体育の科学』65(10)

高橋豪仁（2020）「スポーツの構造と応援の機能」『体育の科学』70(6)、pp386-390

立木宏樹・大谷善博（1999）「スポーツ応援行動における社会学的研究—アビスパ福岡のサポーターに着目して—」『福岡大学スポーツ科学研究』29(1)、pp27-36

谷口友梨・神田朋果（2025）「推し活の理想と現実の乖離が充実感・精神的健康に及ぼす影響」『人間文化』58

永井良和（2023）「プロ野球の観客席にみる応援行動の変貌—統制・商業化・多様性—」『スポーツ社会学研究』31(1)

中野市文化スポーツ振興課（2022）「プロ野球選手の応援の取り組みとスポーツ振興」『信州自治』75(2)

- 日本スポーツ社会学会 編 (2025) 『スポーツ社会学事典』 丸善出版
- 橋本純一 (2010) 『スポーツ観戦学—熱狂のステージの構造と意味』 世界思想社
- 橋本純一 (2015) 「観客と視聴者の相違—生観戦の魅力とスポーツメディアの文法—」『体育の科学』 65(10)
- 橋本純一 (2023) 「スポーツ観戦空間再考—文化論的パースペクティブから—」『スポーツ社会学研究』 31(1)
- 原田祐理花・小松優衣・加納里梨・吉村耕一 (2023) 「『推し』活動が人の健康に及ぼす影響」『山口県立大学学術情報』 16
- 藤澤萌乃香・西本一志 (2025) 「応援上映による『にわか同担化』が協調作業に与える影響」『情報処理学会研究報告』 125(11)
- 藤澤萌乃香・西本一志 (2025) 「CoFAVoration: 『応援上映』の心理効果を活用した協調作業支援のための人間関係構築支援手法の提案」『情報処理学会インタラクション 2025 論文集』 1(93)
- 三浦展 (2022) 『孤独とつながりの消費論: 推し活・レトロ・古着・移住』 光文社
- 三須亜希子 (2025) 「アスリートの社会的影響力」『スポーツ社会学事典』 丸善出版、pp532-533
- 三好昭子 (2024) 「推し活と精神的健康との関連」『日本心理学会第 88 回大会発表論文集』

【ウェブサイト】

- 一戸町 (2025) 「一戸町人口ビジョン・総合戦略」
<https://www.town.ichinohe.iwate.jp/material/files/group/3/sogosenryaku.pdf> (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)
- 一戸町 (2023) 「町長メッセージ: 西館勇陽選手、そして子どもたちへの期待」
<https://www.town.ichinohe.iwate.jp/chochonoheya/5326.html> (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)
- DAZN for BUSINESS
<https://business.dazn.com/ja-JP/welcome> (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)
- 広報いちのへ 2023 年 12 月号 (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)
<https://www.town.ichinohe.iwate.jp/material/files/group/36/202312saitekika.pdf>
- 自治体通信 ONLINE (2022) 《自治体とプロ野球球団がコラボ~そのワケは?》 丹波篠山市が自治体で異例の冠ナイターを実施
https://www.jt-tsushin.jp/articles/research/report_tanbasasayama (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)
- 中国タクシー株式会社 (2025) 「渡部聖弥選手応援バスツアー in 京セラドーム大阪」
<https://www.chutaku.co.jp/topics/news/20250612-308/> (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)
- パ・リーグ.com (2024) 「千葉ロッテ 丹波篠山市、大船渡市、三沢市、苫小牧市とオフィシャルスポンサー契約」
<https://pacificleague.com/news/2024/4/60840> (最終確認日: 2026 年 1 月 14 日)