

大学生のスポーツ実施における消費行動に関する一考察

杉本, 龍勇 / SUGIMOTO, Tatsuo

(出版者 / Publisher)

法政大学スポーツ研究センター

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

Bulletin of sports research center, Hosei University / 法政大学スポーツ研究センター紀要

(巻 / Volume)

32

(開始ページ / Start Page)

41

(終了ページ / End Page)

54

(発行年 / Year)

2014-03-31

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00009635>

大学生のスポーツ実施における消費行動に関する一考察

A Study on Consumer behavior to sport participation of university students

杉本龍勇 (法政大学)
Tatsuo Sugimoto

Key words: Objective of sport activities, values of sports participation

Abstract

The focus of this study is Consumer Behavior to sports participation of university students. Three different characteristics were identified from factor analysis.

1. Their objective for sports participation and values for sports participation have varied in the university life.
2. The frequency of sports participation is mainly increased by objective of sports participation is competitive oriented.
3. Intention of regular sport activities is increased by objective of sports participation for health and stress reduction.

These three characteristics are considered to construct a marketing strategy by which university student could change own values for sport participate and is motivated to participate sports activities.

1. 緒言

現在、我が国でも成人の定期的なスポーツ実施が盛んになりつつあり、その実施率も緩やかではあるが上昇傾向にある。スポーツ実施率に関するデータによると、平成16年は38.5%、平成18年は44.4%、平成21年は45.3%¹となっている。また平成21年度の内閣府による「体力・スポーツに関する世論調査」によれば、スポーツ基本計画の目標である週3回以上の運動・スポーツの実施率は23.5%となっている²。2012年3月に文部科学省によって策定されたスポーツ基本計画では、「年齢や性別、障害等を問わず、広く人々が、関心、適性等に応じてスポーツに参画することができる環境を整備すること」を基本的な政策課題としている³。そして前述の実施率を踏まえて目標値が設定され、「できる限り早期に、成人の週1回以上のスポーツ実施率が3人に2人（65%程度）、週3回以上のスポーツ実施率が3人に1人（30%程度）となること」⁴という目標が掲げられている。こうしたスポーツ実施率の向上を目指す背景には、国民医療費の削減に対する期待がある。平成23年度の医療費は過去最高の37,8兆円と9年連続で増加しており、国の財政に負担を強いている⁵。こうした財政負担を軽減する策の一つとして一次予防が重要視され、そのためにスポーツによる健康増進が必要とされている。実際に体力の低下は生活習慣病などの疾病の罹患率を上げることも示され、成人では最大酸素摂取量（VO₂max）がある標準を下回ると、生活習慣病の発症のリスクが高まるとされている⁶。また健康支援の一つにメタボリックシンドローム対策があるが、このシンドロームの発現には、一般的に、過食、運動不足、喫煙、過度な飲酒などの歪んだ日常生活の背景にある不快ストレスがあることが少なくない⁷。このようなことから、健康に対するスポーツの

必要性を理解することができる。また、メンタルヘルスに対する運動・スポーツの効果も認められてきている。厚生労働省の患者調査によると、うつ病（ICD-10のF32-33）に分類された患者数は、1999年に24.5万人であり、2002年は44.4万人、2008年には70.4万人と、9年間で約3倍に増加している⁸。そして武田、内田（2013）によれば、「適度な身体活動・運動が身体的健康度の向上、気分の改善、睡眠の改善の役割を果たし、結果として鬱症状の改善を導く可能性も考えられる」⁹と述べており、スポーツ実施が身体的および心理的健康維持・増進に対して効果的であることが考えられる。こうしたことから、スポーツ実施のメンタルヘルスに対する効果への期待も高まることが予測される。これらのような状況を踏まえれば、国民経済の側面からもスポーツ実施率の向上が必要であるということが理解できるであろう。

では、スポーツ実施率の向上を達成するためにはどのようなことが重要なのであろうか。施策目標の対象は20歳以上の成人であるが、20歳代の運動・スポーツを週1回以上行う者の割合は27.4%と、他の世代と比較しても低い値を示している¹⁰。またこれに対し、笹川スポーツ財団による「10代のスポーツライフに関する調査」によれば、19歳の週1回以上の運動・スポーツ実施率は46%であり¹¹、20歳代のスポーツ実施率の低さが顕著であることがわかる。このような状況から、スポーツ基本計画の目標を達成するためには、20歳代のスポーツ実施率を上げることが必要であることが推測できる。しかし、20歳代の多くは就業者であり、働く上でのライフスタイルが確定した後にスポーツ実施の時間を見つけ出すことは難しくなるのではないだろうか。教育機関に属している時とは異なり、就職後のスポーツ実施は任意の活動として取り組まなければ

ならない。また就職後はスポーツを実施するためのコストが派生する機会が増加し、そのために経済的負担は大きくなる。それゆえ、自身の経済的状況の影響はさらに大きくなる。したがって、就職後により積極的な動機を持たなければ、スポーツを実施することは難しくなる。こうした状況を考慮すれば、就学期間中にスポーツ実施に対する価値観を高めて実施を習慣化し、これによって就職後のスポーツ実施の継続を導く可能性が高くなると考えられる。したがって、高校生や大学生および専門学校生のスポーツ実施率を向上させることは、20歳代のスポーツ実施率の向上に貢献出来るのではないかと思われる。また高校生や大学生および専門学生のスポーツ実施率の向上に対し、彼らのスポーツ実施に対する目的や価値観、消費行動などを把握することが不可欠である。そこでスポーツ実施に対する需要に目を向けてみると、非常に多様化している現状がある。スポーツ実施における目的も「健康増進」「体力向上」といった身体的なものから、「仲間作り」「社会性の獲得」といったコミュニケーションや教育、「生き甲斐」「自己顕示」といったライフスタイルに関連したことなど、様々なものがある。これに対しBreddebeckとBrettschneiderはスポーツと自己概念との関連について、「スポーツの重要性と自己概念にはポジティブな関係がある」¹²と述べており、スポーツ実施が自己概念を反映する一つの役割を担っていることも予測できる。また、Meir, Shank, WesterbeekとSmithが「スポーツ消費者はめまぐるしく多くの価値観、熱意、態度を示す」^{13 14 15}と述べている様に、スポーツの消費形態は任意であり、社会における役割や意義といったものよりも自己顕示や他者からの波及効果といった感情や情緒による影響を強く受けやすいとも考えられる。またDownward (2007) は、経済的な要因だけでなく、個々のアイデンティティ、社会やスポーツの属性と経験もスポーツ参加に対する影響を持つ意義や変数となることを示唆している¹⁶。こうしたことから理解できるように、スポーツ実施に対する消費行動は多方面から影響を受け、そしてスポーツ消費者は細分化されることが予測できる。このような状況に対応するためには、ターゲットとなるグループを明確にすることが望ましい。そして、ターゲットの特徴にあわせた戦略を練らなければ、消費を呼び起こすことは困難になるであろう。したがって、ターゲットに関する情報を把握し、その特徴に適合するマーケティング戦略を練ることが消費行動を呼び起こすために必要となるのである。

こうしたことから、高校生や大学生および専門学校生のスポーツ実施に対する価値観や目的、スポーツ実施を決定する要因などの多様な情報を得ることは、今後の我が国のスポーツ実施率を向上させるためには必要不可欠なことだと思われる。

2. 研究目的

先述のように、スポーツ基本計画における目標の一つである「スポーツ実施率の向上」を達成する上で、高校生や大学生および専門学校生のスポーツ実施率を向上させることは不

可欠な要素ではないだろうか。またこれにより、彼ら自身のその後のライフステージにおけるスポーツ実施の習慣化にも貢献できると思われる。スポーツ実施に関する環境が大きく変わることによって実施の継続性が途切れてしまうことは、スポーツ実施率の向上に対する大きな障害となる可能性が高い。そのため、スポーツ実施の環境が大きく変化する就職前にスポーツ実施を継続させるようなマーケティング戦略が必要になると思われる。スポーツ実施者の現状を見てみると、40歳以上のスポーツ人口を増加傾向にあり、また体力も向上している。しかしながら、20歳代におけるスポーツ人口はその他の世代と比較すると約200万人少ない¹⁷。また中高年齢者向けのスポーツ実施に対するマーケティングはよく見かけることはできるが、青少年に向けたマーケティングは少ない印象を受ける。このような現状を踏まえれば、就職前の高校生や大学生および専門学校生に対するスポーツ実施に関したマーケティング戦略が必要であることが伺える。また、Stear, B., Nicholson, M., Smith, A.らはスポーツに対するマーケティングに関して、「スポーツのマーケティングに従事する者は、自身の戦略的な意図と適合するスポーツ消費モデル選ぶ必要がある」¹⁸と述べ、対象とする人によってマーケティング戦略が異なることを示している。したがって、スポーツ実施に関するマーケティングにおいても、就職前の高校生や大学生および専門学校生に特化した戦略が必要であり、それが適切に実践されることによってスポーツ実施率の向上につながる可能性が高まると考えられる。そのためには、就職前の高校生や大学生および専門学校生のスポーツ実施に対する価値観や動機を把握することが不可欠であり、これを活かして適切なマーケティング戦略を構築しなければならない。また、彼らのニーズを現在よりも把握できるようになれば、体育の授業の内容にも反映することが可能になる。そうすればスポーツ実施に対するマーケティングを補完し、社会的ニーズをより反映した授業内容にすることも可能になるのではないだろうか。

そこで本研究では大学生に着目し、彼らのスポーツ実施に対する目的、価値観とスポーツ実施という消費行動の関連を把握することを目的とした。このような関連を分析することを通じて、大学生のスポーツ実施率の向上につながるようなマーケティング戦略立案の基礎データとすることを目的とした。

3. 研究方法

本研究では法政大学の体育授業であるスポーツ総合を履修している経済学部の学生を調査対象とし、2013年度の始めと年度末にアンケート調査を2回実施した。

質問項目については、スポーツ総合の内容に関する項目とスポーツ実施の継続意志スポーツ実施に関係する諸条件である、「目的」、「時間」、「経済面」、「環境」「スポーツに関する社会要因」に関連する設問をし、5段階の順序尺度を用いて回答をもらった。

分析方法であるが、単純集計における年度始めと年度末の

比較を行った。また、現在のスポーツ実施頻度と今後の定期的なスポーツ実施希望を被説明変数、「スポーツ実施の目的」「スポーツ実施に対する社会要因」「スポーツ実施に対する経済的価値観」「スポーツ実施における環境」を説明変数として重回帰分析を行い、サンプル全体の傾向と性別による傾向を分析した。そして年度始めの結果および年度末の結果との比較を行った。

4. アンケートの結果

ここでのサンプル数は、年度初めが766で有効回答数が736(男子551、女子185)であり、有効回答率は96.1%となった。年度末は673で有効回答数は636(男子463、女子173)であり、有効回答率は94.5%であった。

4-1. 現在のスポーツ実施頻度

スポーツ実施頻度において、週1回以上実施している人の割

合は年度始めが53.1%、年度末では64.8%と11.7%増加している(図1)。また定期的な実施に関する全ての項目においてその割合が増加しており、スポーツ実施率の向上を示している。

4-2. 今後のスポーツ実施希望

今後のスポーツ実施希望においても、実施率の向上と同様に増加傾向を示しており、“大変当てはまる”と“まあまあ当てはまる”を加えた人の割合は年度始めで84.4%、年度末では88.5%となった。(図2)。

4-3. スポーツ実施の目的

スポーツ実施の目的について見ていくと、「健康のため」「競技力向上のため」「ストレス解消」「生き甲斐として」(図3)の項目において、“大変当てはまる”と“当てはまる”を合わせた“当てはまる”と答えた人の割合は年度始めよりも年度末に増加した。特に「健康のため」(図3)と「ストレス解消」

図1：現在のスポーツ実施頻度

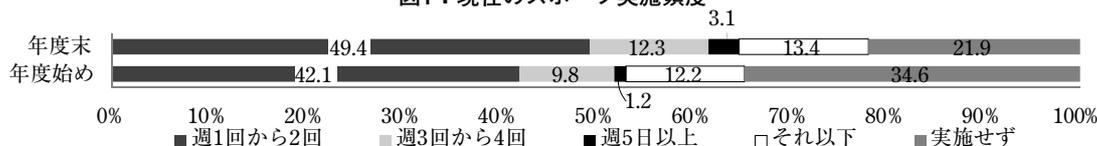


図2：スポーツ実施希望

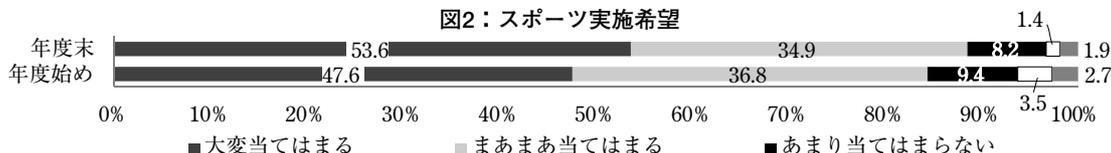


図3：スポーツ実施の目的

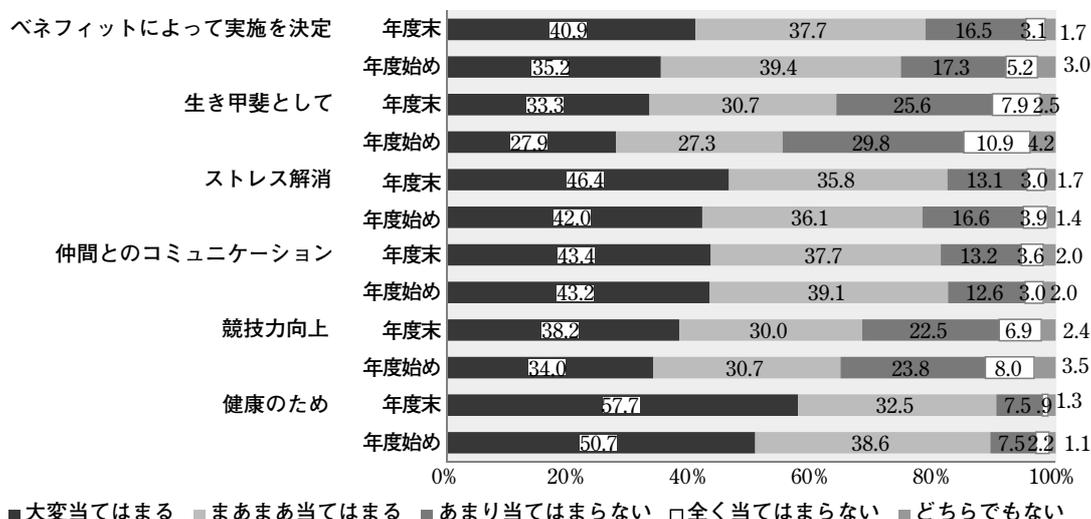


図4：スポーツ実施における環境

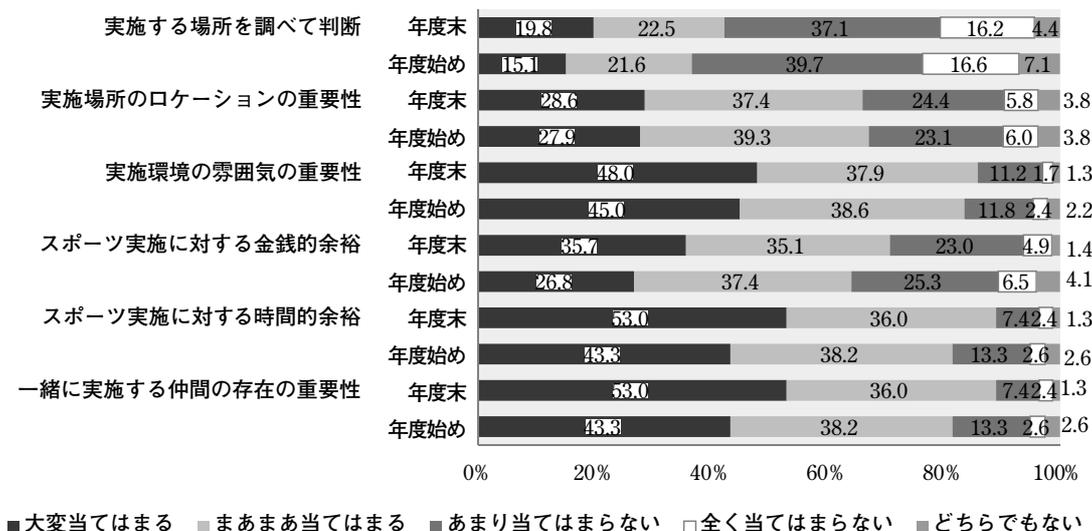


図5：スポーツ実施に対する社会的要因

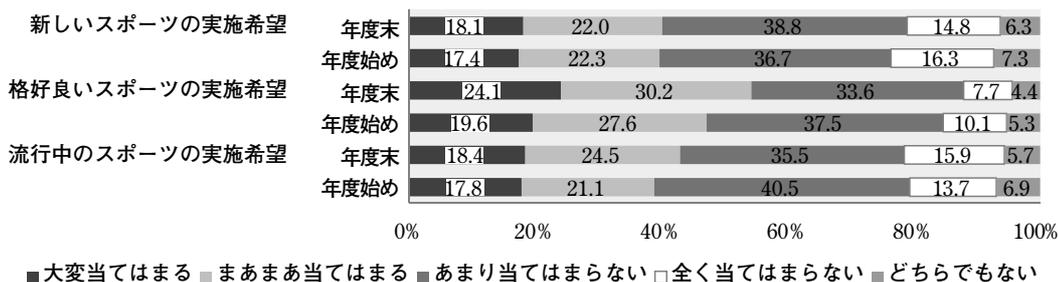


図6：プロモーションの影響

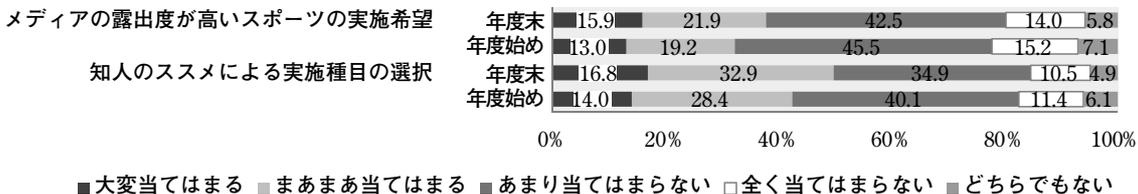


図7：スポーツ実施の経済性

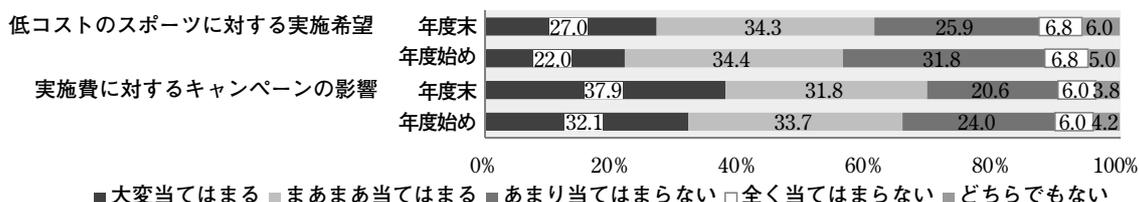
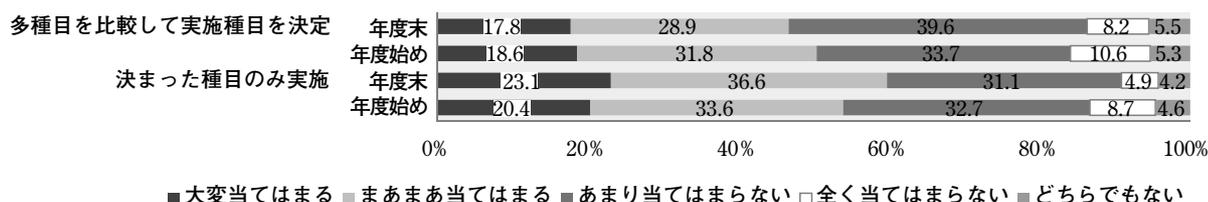


図8：決まったスポーツのみ実施



(図3)とといった心身の健康に対する目的においては80%以上の人が“当てはまる”と答えている。また「生き甲斐として」(図3)を目的にしている人の割合においては、8.8%と顕著な増加を示している。この傾向とは逆に「仲間とのコミュニケーションの一環」(図3)においては年度始めも年度末も80%の高い割合が“当てはまる”と答えているが、1.2%減少する傾向を示した。しかし「ベネフィットを求めてスポーツを実施」(図3)においては、年度始めも年度末も75%前後の割合を示している。

4-4. スポーツ実施における環境

スポーツ実施に対する「時間的余裕の重要性」(図4)「金銭的余裕の重要性」(図4)「実施施設の近さの重要性」(図4)においては、“大変当てはまる”と“当てはまる”を合わせた“当てはまる”と答えた人の割合は年度末の方が多くなっている。これに対し、「一緒に実施する仲間の重要性」(図4)と「実施環境の雰囲気」(図4)は減少を示したものの、どの項目も70%前後の割合を示している。だが、「スポーツの実施環境について調べる」(図4)においては年度始めも年度末も50%を下回る結果となった。

4-5. スポーツ実施に対する社会的要因の影響

スポーツ実施に対して影響を及ぼす社会的要因である「流行」(図5)「かっこよさ」(図5)「新しい種目」(図5)においては、“大変当てはまる”と“当てはまる”を合わせた“当てはまる”と答えた人の割合は50%以下となった。しかし、いずれの項目においても年度始めよりも年度末の割合が増加している。

4-6. プロモーションの影響

スポーツ実施に対するプロモーションツールの役割を果たす主たるものとして、マスメディアと口コミがある。この調査では「知人(家族や友人など)」(図6)と「メディアの露出度」(図6)という項目を設問したが、双方とも50%の割合に達していない。しかしながら、年度始めよりも年度末の割合が増加していることが示された。

4-7. スポーツ実施の経済性

スポーツ実施における経済的メリット、低コストでスポーツ実施ができることに対する重要性であるが、「実施費に対するキャンペーンの影響」(図7)においては、“大変当てはまる”と“当てはまる”を合わせた“当てはまる”と答えた人の割合は年度始めの65.8%から年度末には69.7%と増加している。また、「低コストのスポーツに対する実施希望」(図7)においても、56.4%から61.3%と増加傾向を示している。

4-8. 実施種目の選択

「決まった種目のみ実施」(図8)において、“当てはまる”人の割合は年度始めが54%、年度末が59.7%と増加している。また「比較した上で実施種目を決定する」(図23)においては、年度始めが50.4%、年度末が46.7%と減少している。

4-9. スポーツ実施頻度に対する影響

サンプル全体の結果として、年度始めと年度末では、スポーツ実施頻度に最も大きな影響を与えている項目が異なった。年度始めでは、実施目標の「健康のために実施」「生き甲斐として」「競技力向上のために実施」「低コストのスポーツに対する実施希望」「多種目を比較して実施種目を決定」(表1)において有意差を確認できた。そして実施目標の「生き甲斐として」「競技力向上のために実施」の順に正比例の影響力の大きさを示し、「健康のために実施」「低コストのスポーツに対する実施希望」「多種目を比較して実施種目を決定」の順に反比例の影響力を示した。これに対して年度末においては、実施目的が「競技力向上のため」「生き甲斐として実施」「流行のスポーツを実施」「ベネフィットによって実施」において有意差があることが確認された。(表1)。そして「競技力向上のため」「生き甲斐として実施」の順で正比例の影響力があり、「流行のスポーツを実施」「ベネフィットによって実施」の順で反比例の影響力があることも見られた。

性別を見てみると、男子の場合は年度始めにおいて、「生き甲斐として実施」「競技力向上のために実施」「低コストのスポーツに対する実施希望」が有意であった。そして、実施目的が「生き甲斐として」「競技力向上のため」の順で正比例の影響があるが、「低コストのスポーツに対する実施希望」においては反比例の影響があることを示した。そして年度末においては、「競技力向上のために実施」「ベネフィットによって

表1：スポーツ実施頻度に対する重回帰分析の結果（全体比較）

説明変数	β		γ	
	年度初め	年度末	年度初め	年度末
健康のため実施	-.113 *	.012	.202 ***	.158 ***
競技力向上のため実施	.118 *	.309 ***	.332 ***	.391 ***
仲間とのコミュニケーションのため実施	-.009	.099	.228 ***	.282 ***
ストレス解消のため実施	.005	-.004	.196 ***	.197 ***
生き甲斐として実施	.175 ***	.104 *	.338 ***	.298 ***
一緒に実施する仲間の存在の重要性	-.009	.034	.171 ***	.204 ***
時間的余裕の重要性	-.014	-.003	.104 **	.113 **
金銭的余裕の重要性	-.037	-.066	.078 *	.058
施設のロケーションの重要性	.044	.003	.151 ***	.121 **
実施費に対するキャンペーンの影響	-.042	-.013	.097 **	.094 **
流行による動機付け	.014	-.111 *	.067 *	.049
場所を調べて実施	.031	.043	.136 ***	.138 ***
雰囲気重視して実施	.047	-.049	.155 ***	.102 **
決まった種目のみ実施	.036	.050	.083 *	.103 **
知人のススめによって実施	-.015	-.040	.043	.064
メディアに露出している種目を実施	-.093	-.057	.041	.062
ベネフィットによって実施	-.005	-.093 *	.085 *	.071 *
かっこよさによって実施	.073	.022	.157 ***	.129 **
多種目を比較して実施	-.092 *	-.025	.050 *	.107 **
新しいスポーツを実施	.051	.143	.142	.189 ***
低コストのスポーツに対する実施希望	-.098 **	.022	-.045	.068 *
R ²	年度始め	0.225 ***	年度末	0.199 ***
adj. R ²	年度始め	0.201 ***	年度末	0.172 ***
N	年度始め	736	年度末	636

注) β：標準編回帰係数 γ：相関係数

***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

表2：スポーツ実施頻度に対する重回帰分析の結果（男子における比率比較）

説明変数	β		γ	
	年度初め	年度末	年度初め	年度末
健康のため実施	.002	.014	.168 ***	.148 **
競技力向上のため実施	.152 **	.251 ***	.291 ***	.352 ***
仲間とのコミュニケーションのため実施	.030	.123	.208 ***	.304 ***
ストレス解消のため実施	.032	.024	.163 ***	.212 ***
生き甲斐として実施	.200 ***	.079	.299 ***	.273 ***
一緒に実施する仲間の存在の重要性	.005	.093	.149 ***	.233 ***
時間的余裕の重要性	-.051	-.091	.064	.064
金銭的余裕の重要性	-.048	-.013	.048	.090 *
施設のロケーションの重要性	.056	.008	.136 **	.111 **
実施費に対するキャンペーンの影響	.003	-.033	.100 **	.117 **
流行による動機付け	.012	.007	.074 *	.121 **
場所を調べて実施	-.021	.066	.100 **	.143 **
雰囲気重視して実施	.058	-.064	.143 ***	.082 *
決まった種目のみ実施	.020	.032	.060	.095 *
知人のスズメによって実施	-.023	-.061	.035	.078 *
メディアに露出している種目を実施	-.054	-.059	.062	.097 *
ベネフィットによって実施	.042	-.121 *	.108 **	.050
かっこよさによって実施	.050	.011	.150	.140 **
多種目を比較して実施	-.107	-.063	.032	.099 *
新しいスポーツを実施	.062	.158 *	.121	.190 ***
低コストのスポーツに対する実施希望	-.115 *	.010	-.047 **	.074
R ²	年度始め	0.144 ***	年度末	0.184 ***
adj. R ²	年度始め	0.440 ***	年度末	0.145 ***
N	年度始め	551	年度末	463

注) β ：標準偏回帰係数 γ ：相関係数*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

表3：スポーツ実施頻度に対する重回帰分析の結果（女子における比較）

説明変数	β		γ	
	年度初め	年度末	年度初め	年度末
健康のため実施	.044	.012	.209 **	.191 **
競技力向上のため実施	.139	.518 ***	.285 ***	.421 ***
仲間とのコミュニケーションのため実施	.077	-.024	.221 **	.224 **
ストレス解消のため実施	-.060	.009	.200 **	.166 *
生き甲斐として実施	.245 *	.075	.324 *	.303 ***
一緒に実施する仲間の存在の重要性	.059	-.101	.146	.136 *
時間的余裕の重要性	-.123	.234 **	.018	.231 **
金銭的余裕の重要性	-.044	-.201 *	.015	-.051
施設のロケーションの重要性	.045	-.044	.096	.117
実施費に対するキャンペーンの影響	.061	.098	.069	.086
流行による動機付け	-.053	-.357 ***	-.005	-.130 *
場所を調べて実施	-.018	-.081	.075	.065
雰囲気重視して実施	.065	.055	.140 *	.128 *
決まった種目のみ実施	.127	.101	.064	.113
知人のススめによって実施	-.002	-.084	.018	-.009 *
メディアに露出している種目を実施	-.233	.098	-.069	-.056 *
ベネフィットによって実施	-.025	.018	.030	.155 *
かっこよさによって実施	.172	-.016	.130 *	.064
多種目を比較して実施	-.113	-.072	.014	.064
新しいスポーツを実施	.122	.109	.136 *	.142 *
低コストのスポーツに対する実施希望	-.122	.011	-.044	.051
R ²	年度始め	0.222 ***	年度末	0.361 ***
adj. R ²	年度始め	0.122 ***	年度末	0.273 ***
N	年度始め	185	年度末	173

注) β：標準編回帰係数 γ：相関係数

***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

表4：スポーツ実施希望に対する重回帰分析の結果（全体の比較）

説明変数	β		γ	
	年度初め	年度末	年度初め	年度末
健康のため実施	.393 ***	.361 ***	.634 ***	.615 ***
競技力向上のため実施	.176 ***	.173 ***	.562 ***	.506 ***
仲間とのコミュニケーションのため実施	.102 **	.174 ***	.508 ***	.525 ***
ストレス解消のため実施	.041	.110 **	.443 ***	.532 ***
生き甲斐として実施	.070 *	.027	.479 ***	.438 ***
一緒に実施する仲間の存在の重要性	.077 *	-.026	.424 ***	.445 ***
時間的余裕の重要性	-.061	.093 *	.276 ***	.438 ***
金銭的余裕の重要性	-.010	.012	.206 ***	.268 ***
施設のロケーションの重要性	.022	.068	.333 ***	.429 ***
実施費に対するキャンペーンの影響	.111 ***	.030	.325 ***	.349 ***
流行による動機付け	-.068	-.063	.175 ***	.191 ***
場所を調べて実施	-.074 *	.050	.210 ***	.271 ***
雰囲気重視して実施	.016	-.015	.279 ***	.294 ***
決まった種目のみ実施	.019	.016	.120 **	.167 ***
知人のスズメによって実施	-.008	.036	.209 ***	.218 ***
メディアに露出している種目を実施	.015	-.081	.200 ***	.139 ***
ベネフィットによって実施	.040	.052	.278 ***	.381 ***
かっこよさによって実施	-.012	.000	.283 ***	.241 ***
多種目を比較して実施	.019	-.044	.235 ***	.206 ***
新しいスポーツを実施	.049	.010	.295 ***	.228 ***
低コストのスポーツに対する実施希望	-.057	-.005	.117 **	.244 ***
R ²	年度始め	0.225 **	年度末	0.551 ***
adj. R ²	年度始め	0.201 ***	年度末	0.536 ***
N	年度始め	736	年度末	636

注) β ：標準編回帰係数 γ ：相関係数*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

表5：スポーツ実施希望に対する重回帰分析の結果（男子における比較）

説明変数	β		γ	
	年度初め	年度末	年度初め	年度末
健康のため実施	.379 ***	.341 ***	.623 ***	.610 ***
競技力向上のため実施	.219 ***	.186 ***	.575 ***	.548 ***
仲間とのコミュニケーションのため実施	.117 **	.169 ***	.516 ***	.552 ***
ストレス解消のため実施	.028	.115 **	.421 ***	.551 ***
生き甲斐として実施	.120 **	.048	.481 ***	.473 ***
一緒に実施する仲間の存在の重要性	.071	.023	.435 ***	.498 ***
時間的余裕の重要性	-.066	.076	.273 ***	.453 ***
金銭的余裕の重要性	-.001	.046	.211 ***	.308 ***
施設のロケーションの重要性	.054	.030	.354 ***	.416 ***
実施費に対するキャンペーンの影響	.141 ***	-.008 ***	.347 ***	.324 ***
流行による動機付け	-.066	-.041	.179 ***	.211 ***
場所を調べて実施	-.079 *	.031 *	.209 ***	.260 ***
雰囲気重視して実施	.023	.004	.285 ***	.321 ***
決まった種目のみ実施	-.010	.042	.095 *	.205 ***
知人のススめによって実施	-.026	.053	.186 ***	.237 ***
メディアに露出している種目を実施	-.003	-.109 *	.205 ***	.154 ***
ベネフィットによって実施	.026	.054	.271 ***	.397 ***
かっこよさによって実施	-.021	.007	.275 ***	.272 ***
多種目を比較して実施	-.058	-.026	.200 ***	.226 ***
新しいスポーツを実施	.107 **	-.002	.298 ***	.228 ***
低コストのスポーツに対する実施希望	-.042	-.026	.123 **	.235 ***
R ²	年度始め	0.561 **	年度末	0.576 ***
adj. R ²	年度始め	0.556 ***	年度末	0.544 **
N	年度始め	551	年度末	463

注) β：標準偏回帰係数 γ：相関係数

***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

表6：スポーツ実施希望に対する重回帰分析の結果（女子における比較）

説明変数	β		γ	
	年度初め	年度末	年度初め	年度末
健康のため実施	.441 ***	.380 ***	.645 ***	.642 ***
競技力向上のため実施	.177 *	.173 *	.470 ***	.385 ***
仲間とのコミュニケーションのため実施	.015	.146	.462 ***	.458 ***
ストレス解消のため実施	.133	.113	.468 ***	.491 ***
生き甲斐として実施	.103 *	-.071	.414 ***	.320 ***
一緒に実施する仲間の存在の重要性	.111	-.128	.362 ***	.314 ***
時間的余裕の重要性	-.024	.110	.195 **	.395 ***
金銭的余裕の重要性	-.103	-.079	.122 *	.158 *
施設のロケーションの重要性	-.029	.137	.231 **	.453 ***
実施費に対するキャンペーンの影響	.003	.197 *	.266 ***	.469 ***
流行による動機付け	-.060	-.120	.148 *	.155 *
場所を調べて実施	-.109	.081	.128 *	.277 ***
雰囲気重視して実施	.034	-.031	.235 **	.215 **
決まった種目のみ実施	.139 *	-.044	.145 *	.057
知人のスズメによって実施	-.003	-.005	.259 ***	.156 *
メディアに露出している種目を実施	.043	.042	.179 **	.088
ベネフィットによって実施	.123 *	.081	.325 ***	.352 ***
かっこよさによって実施	.046	-.069	.287 ***	.143 *
多種目を比較して実施	.200 **	-.109	.306 ***	.123
新しいスポーツを実施	-.089	.041	.256 ***	.207 **
低コストのスポーツに対する実施希望	-.154 *	-.008	.108	.272 ***
R ²	年度始め	0.584 **	年度末	0.564 ***
adj. R ²	年度始め	0.531 ***	年度末	0.504 ***
N	年度始め	185	年度末	173

注) β ：標準偏回帰係数 γ ：相関係数*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

実施」「新しいスポーツを実施」において有意差が確認され、「競技力向上のために実施」「新しいスポーツを実施」の順で正比例の影響力、「ベネフィットによって実施」には反比例の影響力を確認することができた。女子の場合であるが、年度始めは「生き甲斐として実施」において有意差が見られ、正比例の影響力を示した。しかし、年度末においては「競技力の向上のために実施」「時間的余裕の重要性」「金銭的余裕の重要性」「流行のスポーツを実施」において有意差が確認された。そして「競技力の向上のために実施」「時間的余裕の重要性」の順で正比例の影響力、「流行のスポーツを実施」「金銭的余裕の重要性」の順で正比例の影響力を示した（表3）。

4-10. 今後のスポーツ実施希望に対する影響

全体の結果を見てみると、年度始めは「健康のために実施」「競技力向上のために実施」「実施費に対するキャンペーンの影響」「コミュニケーションのために実施」「一緒に実施する仲間の存在の重要性」「生き甲斐として実施」において有意差が確認され、順に正比例の影響力が見られた。しかし「場所を調べてから実施」も有意ではあるが、反比例の影響力があることがわかった。年度末においては、「健康のため実施」「仲間とのコミュニケーションのために実施」「競技力向上のために実施」「ストレス解消のために実施」「時間的余裕の重要性」において有意差を確認することができ、またこの順に正比例の影響力があることがわかった（表4）。

性別で見えてみると、男子の場合は年度始めにおいて「健康のために実施」「競技力向上のために実施」「実施費に対するキャンペーンの影響」「生き甲斐として実施」「コミュニケーションのために実施」「新しいスポーツを実施」において有意差を確認でき、この順で正比例の影響力を見ることができた。また「場所を調べて実施」も有意であったが、反比例の影響力を示した。年度末においては「健康のために実施」「競技力向上のために実施」「コミュニケーションのために実施」「ストレス解消のために実施」「場所を調べて実施」が有意で、この順で正比例の影響力を確認できた。しかし「実施費に対するキャンペーンの影響」と「メディアに露出している種目の実施」も有意ではあるものの、これらには反比例の影響力が存在することが見られた（表5）。女子の場合、年度始めにおいては、「健康のために実施」「多種目を比較して実施」「競技力向上のために実施」「決まった種目のみ実施」「ベネフィットによって実施」「生き甲斐として実施」において有意差を確認し、順に正比例の影響力の強さを示した。しかし、「低コストのスポーツに対する実施希望」は有意であるものの、反比例の影響力が見られた。年度末においては、「健康のために実施」「実施費に対するキャンペーンの影響」「競技力向上のために実施」が有意で、正比例の影響力を確認できた（表6）。

5. 考察

単純集計および重回帰分析の結果によると、スポーツ全体に対する目的や価値観、消費行動は年度始めと年度末では変化していることを確認できた。また、スポーツ実施頻度の状況および今後のスポーツ実施希望に対するスポーツ実施の目的や価値観、消費行動が与える影響にも変化を見ることができた。このような結果を導くものとして、生活の変化による影響が存在するものと考えられる。

単純集計によると、年度始めよりも年度終わりには定期的なスポーツ実施者および今後のスポーツ実施に希望を持つ者も増加し、スポーツ実施に対する姿勢が積極的に変化していること伺うことができた。このことは、重回帰分析による結果によっても裏付けすることができる。スポーツ実施の目的の影響に着目すると、年度始めの現在のスポーツ実施状況に対しては「生き甲斐として」という目的が実施頻度および今後の実施希望に対して強い影響を及ぼしていた。この傾向は男女別においても同様であった。しかし、年度末になるとこうした影響力は見られなくなり、その他の目的意識の方が影響力を増していることも伺えた。これは、この期間においてスポーツに対する価値観が変化したことを示しているのではないだろうか。こうしたことから、スポーツの存在価値自体が変化したこと、あるいはスポーツ実施の代替となるものが新たに存在し、スポーツ実施に対する優先順位が低下したことが予測できる。また年度始めには、「健康目的」の意識が高くなると実施頻度が低下するという傾向を示したが、年度末になるとその大きな影響力を見ることはできなかった。しかし、単純集計における健康目的のポイントは年度始めと年度末において高い水準を示している。このことを考慮すると、健康に対するスポーツ実施の効果への関心が高まり、実施目的の一つとして重要性がわずかながら高まっているのではないかと予測される。また年度末に大きな影響を与えていた目的が「競技力向上のため」であり、この目的意識が強くなると実施頻度が向上することが予測される。このような傾向は競技スポーツのトレーニング方法を考慮すれば当然であり、何ら不思議なことではない。性別による特徴を見ると、男子の場合は前述の全体的な特徴以外に、年度初めに見られた低コストのスポーツに対する実施希望が高くなると実施率が低下する傾向が年度末には見られなくなった。そしてその他に、スポーツ実施のベネフィットは気にしない傾向が強くなる際や、新しいスポーツに対して積極的な姿勢があると実施頻度の向上が見られる。こうしたことから、スポーツ実施に対して自身の好みを反映させることが予測される。女子の場合、年度初めにおいて、スポーツ実施の目的が「生き甲斐」である場合のみ実施頻度を向上させることが見られた。しかし、年度末にはそうした影響が見られなくなり、全体における特徴と同様に「競技力向上」という目的意識の強さと時間的余裕の重要性が実施率の向上に強い影響力を発揮する傾向に変化している。また、流行の影響や金銭的余裕の重要性が高まると実施率が低下する傾向も示している。これらの傾向を踏

まえると、ライフスタイルとしてのスポーツの重要性が高まることと、スポーツ実施に対する競技志向が強くなることで女子の実施頻度が向上することが予測される。

次に今後のスポーツ実施希望についてであるが、全体の傾向として年度初めおよび年度末共にスポーツ実施の目的が強く影響しており、その中でも「健康目的」や「競技力向上」に対する意識がスポーツ実施に対する希望を強めることが考えられる。また年度初めの特徴として、「実施費に対するキャンペーンの影響」に対する重要性が高まると実施希望が強まることもわかった。このようなことから、スポーツ実施のコストもスポーツ実施を決定する際の一つの基準になっていると思われる。しかし年度末になると、スポーツ実施の目的がより強い影響力を持ち、実施コストの影響は見られなくなった。そして前述の2つの目的に加えて「仲間とのコミュニケーションのため」「ストレス解消のため」という目的が強い影響を持つことが見られ、経済性よりも自身の意志が優先され、その影響力の強さによってスポーツ実施の希望が高まることが予測される。また、年度末においては「健康のため」「ストレス解消のため」という目的が実施希望に影響を与えていることから、大学進学後の生活において自身の身体的および精神的健康に対する注意が高まっていることも考えられる。厚生労働省による平成22年国民生活基礎調査によれば、12歳以上の者における日常生活での悩みやストレスの有無の割合を見てみると、46.5%が“ある”と回答し、12歳～19歳の男性は35.7%、女性は44.8%、20歳～29歳においては男性が43.5%、女性が55.7%となっている。その中には「自分の学業・受験・進学」に対する悩みが含まれ、12歳～19歳において最も高い割合を占めている¹⁹。このような現状を踏まえても、身体的な健康だけでなく、精神的な健康に対する懸念は大きいことがわかる。こうしたことから、ストレス解消がスポーツ実施の目的として重要になっているのではないだろうか。また「スポーツ実施に対する時間的余裕の重要性」が高まることで実施希望が強まることから、生活の中でスポーツをする時間を確保することが大学入学前と変化し、スポーツを実施する時間を確保することが以前よりも困難になっていると感じていると思われる。次は性別における特徴であるが、男子の場合、前述の目的に関連する項目の影響以外に「実施費に対するキャンペーンの影響」の変化に特徴がある。年度初めにおいては、これに対する意識が高くなると実施希望が高くなることが見受けられたが、年度末になると逆に実施希望が低くなるとことが示された。これは、年度の期間内にスポーツ実施における経済性に対する価値観が変化したことが考えられる。また前述のスポーツ実施の目的の影響を踏まえて考えると、スポーツの実施頻度への影響と同様に、スポーツ実施のコスト面よりも実施に対する目的が優先され、スポーツ実施の質や内容に対する価値観が高まったことが予想される。その他として、「メディアに露出しているスポーツに対する実施希望」に対する意識が高まると実施希望が低下するという特徴が年度末になると見られる。こうした特徴に加えて前述

の実施目的に対する意識の強さを考慮すると、ここでも目的意識の高さがスポーツ実施に対する動機付けとして大きな役割を果たしていることが予想できる。女子に目を向けてみると、全体や男子の場合とは異なった特徴を見ることができる。特に年度始めにおいては顕著で、「健康のため」「競技力向上のため」「生き甲斐として」といった実施目的だけでなく、「ベネフィットによって実施種目を決める」「決まった種目を実施」「多種目を比較して実施種目を決める」といったスポーツ実施における周辺の諸条件の影響も存在し、これらに対する意識が高まると実施希望が高まる傾向が見られた。また同時に「低コストのスポーツに対する実施希望」が強まると実施希望が低くなる傾向もあり、これも考慮すれば、スポーツ実施の効果を精査し、個人のニーズに適合するものを選択する傾向があるのではないかとと思われる。これに対して年度末になると、「健康のため」と「競技力向上のため」「実施コストに対する割引キャンペーンを希望」に対する意識の高まりが実施希望を高める傾向だけが見られ、年度初めのようなスポーツ実施に対する周辺の諸条件の影響は見られなくなっている。こうした状況は、スポーツの目的の重要性がより高まっていることと、実施の経済性の影響力の大きさを示しているものと思われる。

これまでのように、大学進学後の生活によってスポーツ実施に影響を及ぼす要因が変わってきていることは確かである。特に顕著な特徴としては、年度始めにはスポーツ実施の周辺の諸条件に対する意識も影響を与えていたものの、年度末にはスポーツ実施の目的の重要性が高まったことである。こうした現状を考慮すれば、スポーツ実施に対する、強い目的意識を持たせることが実施頻度を向上させ、そして実施希望を強めることにつながるのではないだろうか。また、スポーツ消費は個人のアイデンティティや好みを反映することから、スポーツ実施の目的などに対しても個人的な感情による判断が大きく影響することも考えられる。つまり、個人の価値観や感情による判断が優先され、それによってスポーツ実施の決定がされると予想される。またそれ以外に、実施頻度と実施希望の差は大きく、この状況を判断すると、スポーツ実施に対する潜在需要のボリュームは大きいことが予想される。そのため、大学生のスポーツ実施率向上も先述のスポーツ振興計画における成人のスポーツ実施率の向上を図る上で重要な位置付けとなってくるであろう。したがって、大学生のスポーツ実施を促進するのであれば、個性を反映させたスポーツ実施の目的を明確化させるような対策を取ることが効果的であると思われる。そしてその効果を高めるためにも、スポーツに関する価値観や消費行動だけでなく、大学生のライフスタイル全般や社会的価値観、消費行動全般を把握し、それらと適合するようなスポーツ実施に対する価値観を醸成することも重要になるのではないだろうか。

引用文献および参考文献

1. 文部科学省HP スポーツ 生涯スポーツ
成人の週1回以上のスポーツ実施率の推移
http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/jisshi/_icsFiles/afieldfile/2010/06/29/1294610_1.pdf
2. 内閣府 「平成21年体力・スポーツに関する世論調査」
3. 文部科学省HP スポーツ基本計画 pp5
http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/plan/index.htm
4. 前掲書3 pp15
5. 厚生労働省 平成23年度医療費の動向 pp1
6. 厚生労働省：健康作りのための運動基準 2006, 2006
7. 熊谷秋三 働きざかりの人のメンタルヘルスと運動
体育の科学 Vol.63 No.1 2013 pp17-21
8. 厚生労働省：患者調査
(<http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/10-20.html>)
9. 武田典子、内田直 “うつ病運動療法緒可能性”
体育の科学 Vol.63 No.1 2013 pp37-44
10. 前掲書2
11. 武長理栄 4歳から19歳の運動・スポーツ実施状況
体育の科学 Vol.63 No.3 2013 pp197-204
12. Brandl-Rendenbeck, H.P.&Brettschneider, W.D
“Sport involvement and self concept in german and american adolescents”
International review for the sociology of sport 32/4 1997
13. Meir,R (2000) Fan reaction to the match day experience ; A case study in English professional rugby league Sport Marketing Quarterly , 9(1) pp34-42
14. Shankm M. (2002) Sports Marketing ; A strategic perspective, New Jersey: Prentice Hall
15. Westerbeek, H. & Smith, A. (2003) Sport business in the global marketplace, New York : Palgrave Macmillan
16. Downward P. “ Exploring the Economic Choice to Participate in Sport: Results from the 2002 General Household Survey”
International Review of Applied Economics, Vol 21, Nor5, pp633-655
17. 前掲書2
18. Stewart, B., Smith, A. , Nicholson, M (2003) Sport Consumer Typologies : A Critical Review Sport Marketing Quarterly Volume12 Number4 pp215
19. 厚生労働省 平成22年国民生活基礎調査
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa10/3-3.html>