法政大学学術機関リポジトリ
HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

PDF issue: 2025-07-04

学生における体育会活動に対する意識調査

杉本, 龍勇 / IZUMI, Shigeki / ITO, Mamoru / SUGIMOTO, Tatsuo / 泉, 重樹 / 伊藤, マモル

(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)
法政大学スポーツ研究センター紀要 / Bulletin of sports research center, Hosei University
(巻 / Volume)
35
(開始ページ / Start Page)
95
(終了ページ / End Page)
102
(発行年 / Year)
2017-03-31
(URL)
https://doi.org/10.15002/00013879

法政大学スポーツ研究センター紀要　35. 95-102（2017）

調査報告「学生における体育会活動に対する意識調査」

Report of Consciousness survey on activities of college sports club

杉　本　龍　勇（法政大学経済学部）
Tatsuo Sugimoto
伊　藤　マモル（法政大学法学部）
Mamoru Ito
泉　　重　樹（法政大学スポーツ健康学部）
Shigeki Izumi

1. はじめに

昨今、多くの大学が、学生募集やブランド力向上を目的とするマーケティングの一環として体育会の強化に積極的に取り組むようになっており、特にメディア化されたスポーツ種目でこの傾向は顕著に見受けられる。しかし、体育会の活躍と大学のブランド力向上の関連性に関する研究は多くはなく、体育会の活躍が大学のブランド力を向上させる効果は実証されていない。

そこで本調査では、主として、大学への帰属意識の醸成に対する体育会の活躍（選手個人、チーム）について在校生の意識を調べ、在校生における大学ブランド価値向上と体育会の活躍の相関について理解するための基礎データを収集することを目的とした。

2. 調査方法

調査対象は首都圏の大規模大学の在学学生で、基礎教育の体育関連授業（実技中心の演習）を受講する原則一年生とした。そして大学体育関連施設において、2016 年度春学期の終盤ならびに秋学期初旬に体育関連授業の授業時間内にて調査を実施した。

調査項目は、「性別」「入試経路」「中学および高校時代の運動部活動への所属」「スポーツに対する関心」に関連する 2 つの項目、「スポーツ実施」に関連する 2 つの項目、「入学理由」に関する 10 項目、「体育会活動に対する意識」に関連する 12 項目とした。

サンプル数は 5265 で、有効回答数は 4885（92.8％）となった。

3. 調査結果

調査の結果を単純集計としてまとめた。結果は以下の図のようになっている。

図1：性別

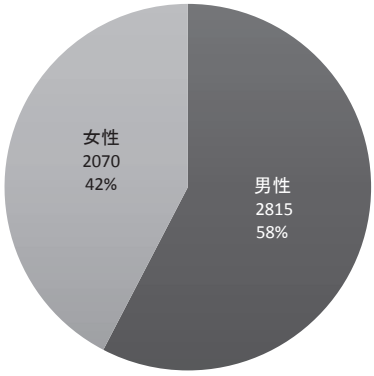


図2：年齢

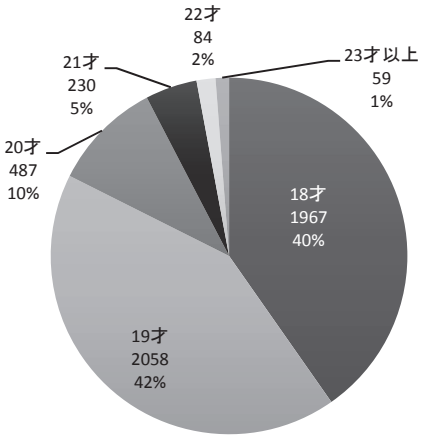


図3：入試経路

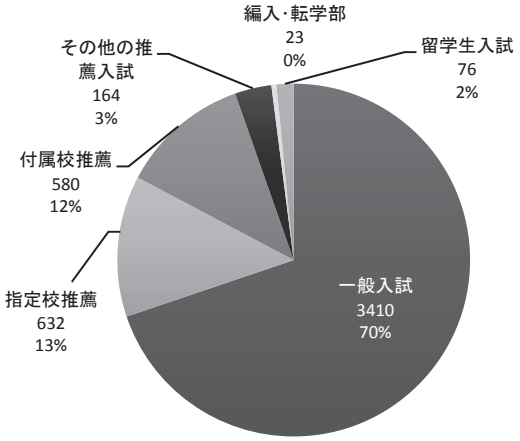


図4：中学時代の運動部所属

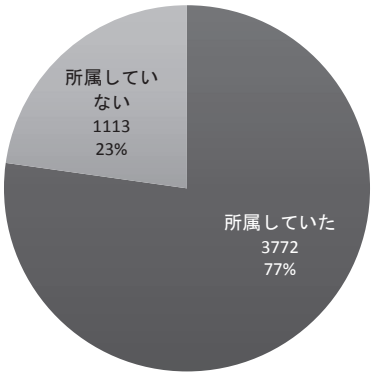


図5：高校時代の運動部所属

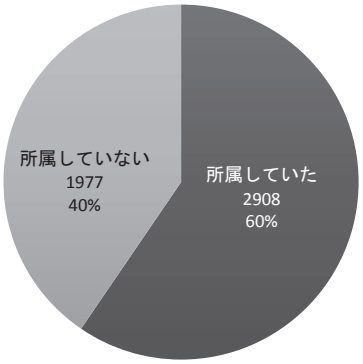


図6 ：スポーツ実施に対する興味

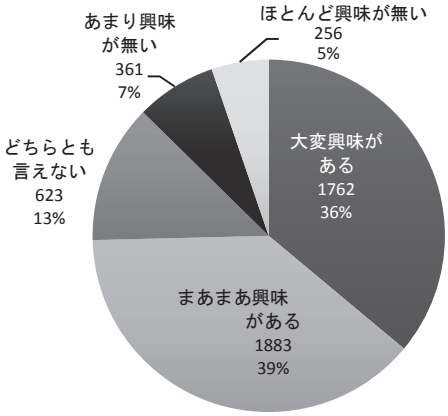


図7：スポーツ観戦に対する興味

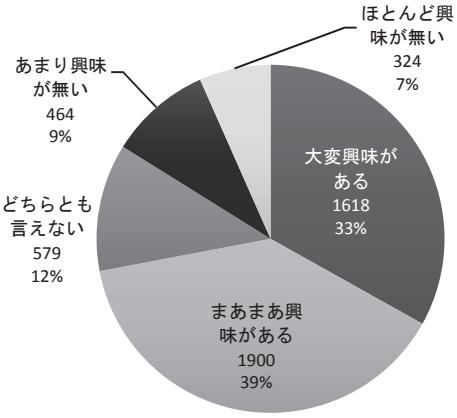


図8 ：現在のスポーツ実施頻度

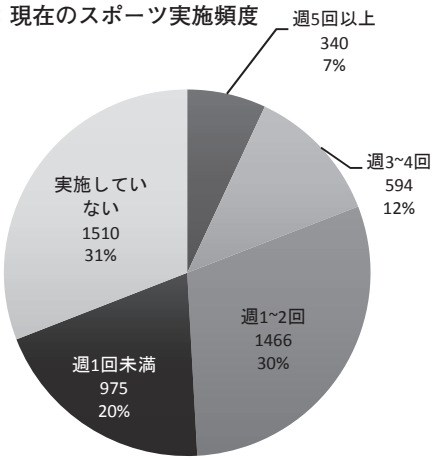


図9：スポーツ実施が苦手

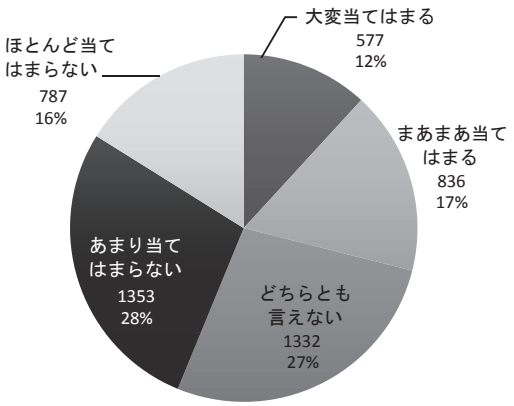


図10：入学理由「浪人しても本学に入学したい」

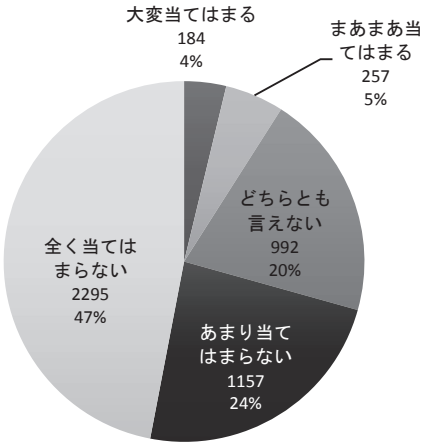


図11：入学理由「本学が第一志望」

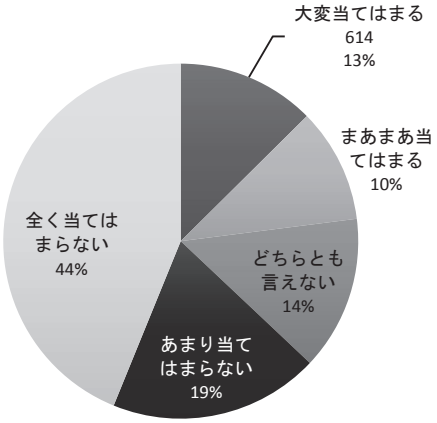


図12：入学理由「本学の学部が第一志望」

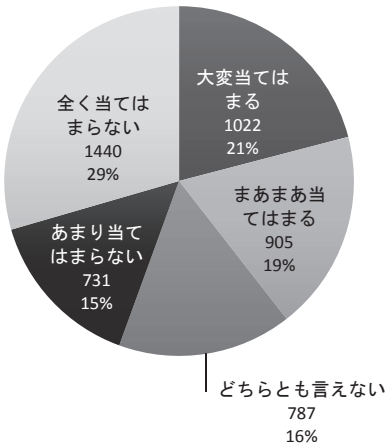


図13：入学理由「教えを請いたい教員がいる」

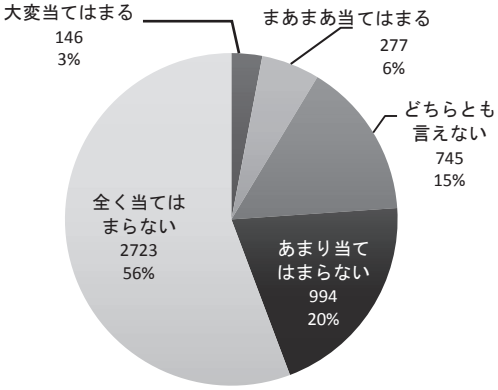


図14：入学理由「希望校ではないが、自分のレベルに合っている」

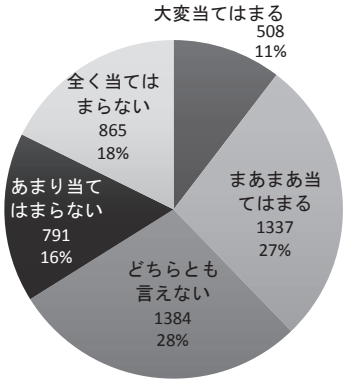


図15：入学理由「希望校ではないが、知名度あるから」

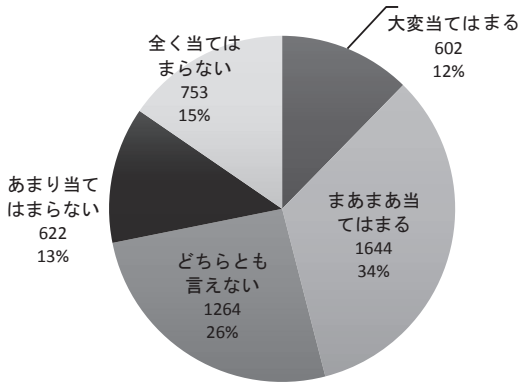


図16：入学理由「希望校ではないが、
最低限のレベル以上だから」

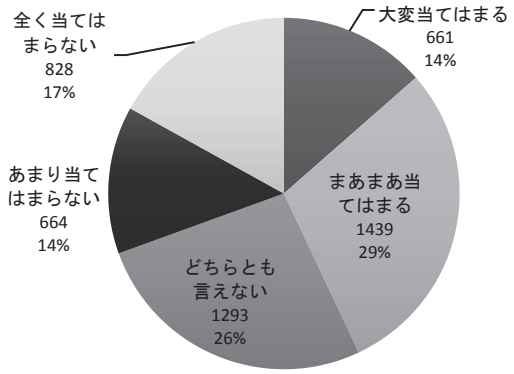


図17：入学理由「希望校ではないが、周囲の人が
勧めたから」

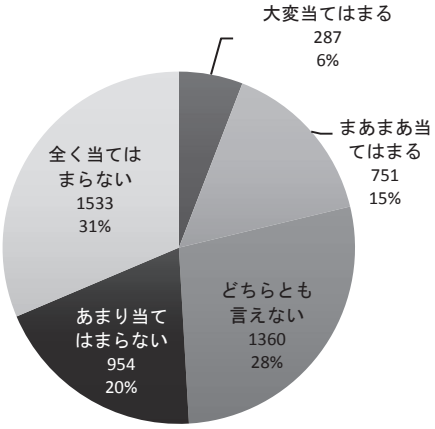


図18：入学理由「希望校ではないが、本学出身者が
勧めたから」

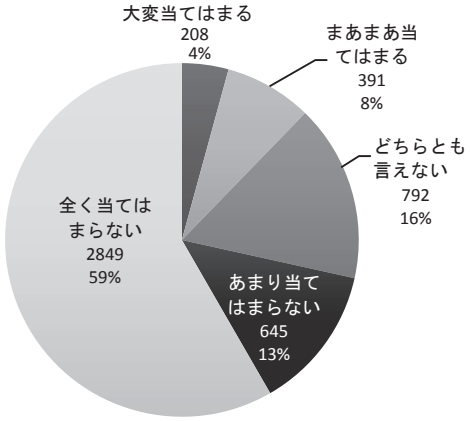


図19 ：本学に入学して満足している

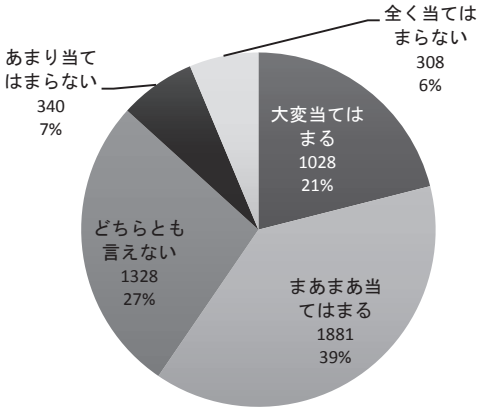


図20：体育会に興味があるか

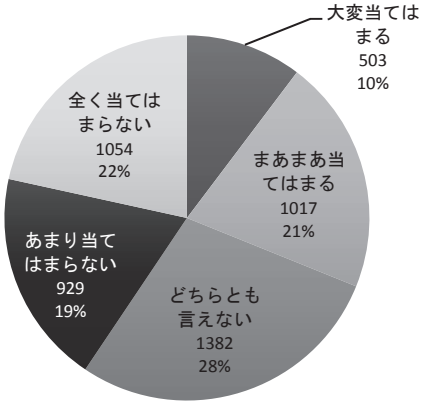


図21：体育会所属選手に興味があるか

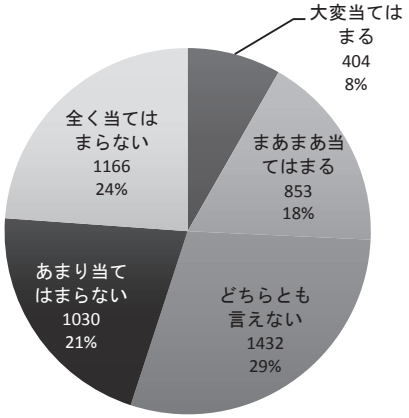


図22：体育会の活躍は本学入学に対する満足度を向上させるか

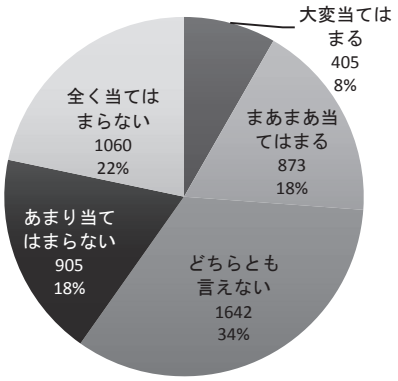


図23 ：体育会所属選手の活躍は本学入学に対する満足度を向上させるか

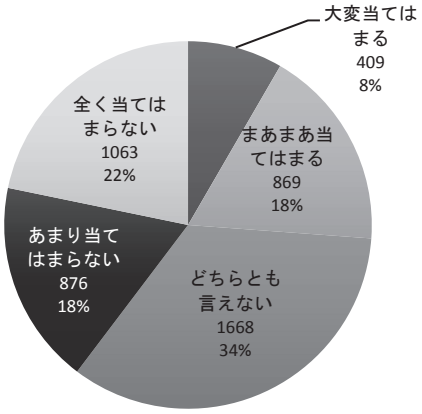


図24 ：体育会の活躍は自慢のネタか

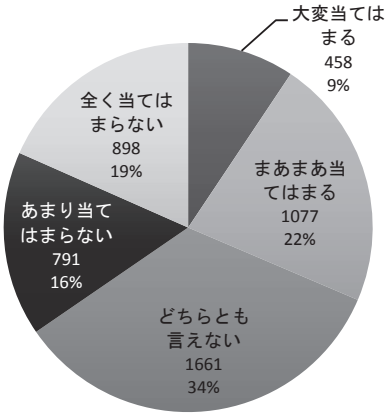


図25 ：体育会所属選手の活躍は自慢のネタか

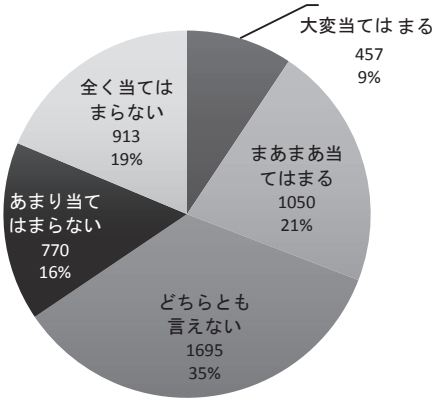


図26：体育会所属選手とコミュニケーションをはかりたい

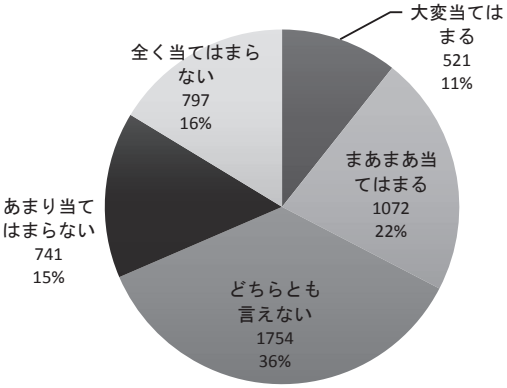


図27 ：現在活躍していると思う体育会の数

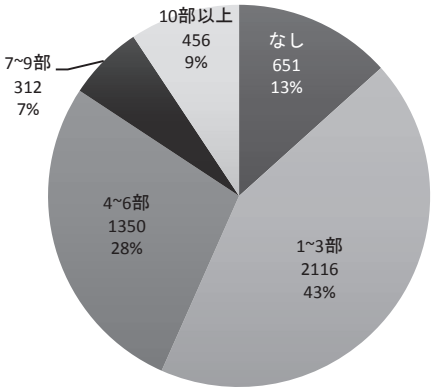


図28 ：現在活躍していると思う体育会所属選手の数

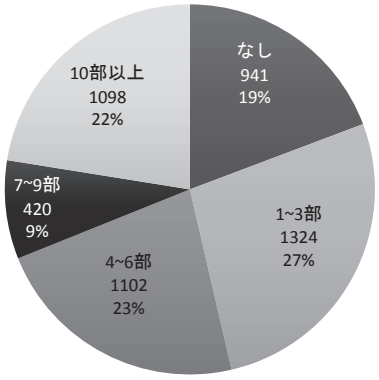


図29 ：体育会の試合を観戦したことがある

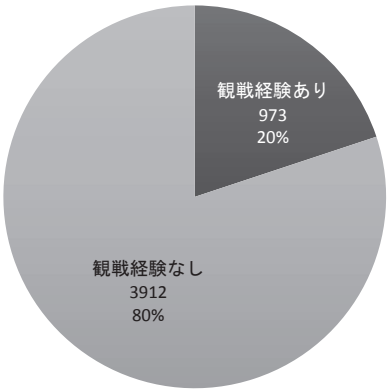


図30 ：活躍を期待する体育会がある

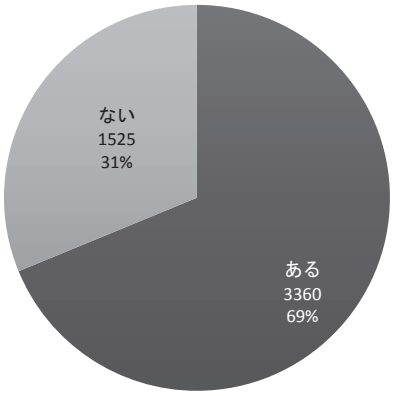


図31：活躍して欲しい体育会（3つまで複数回答可）

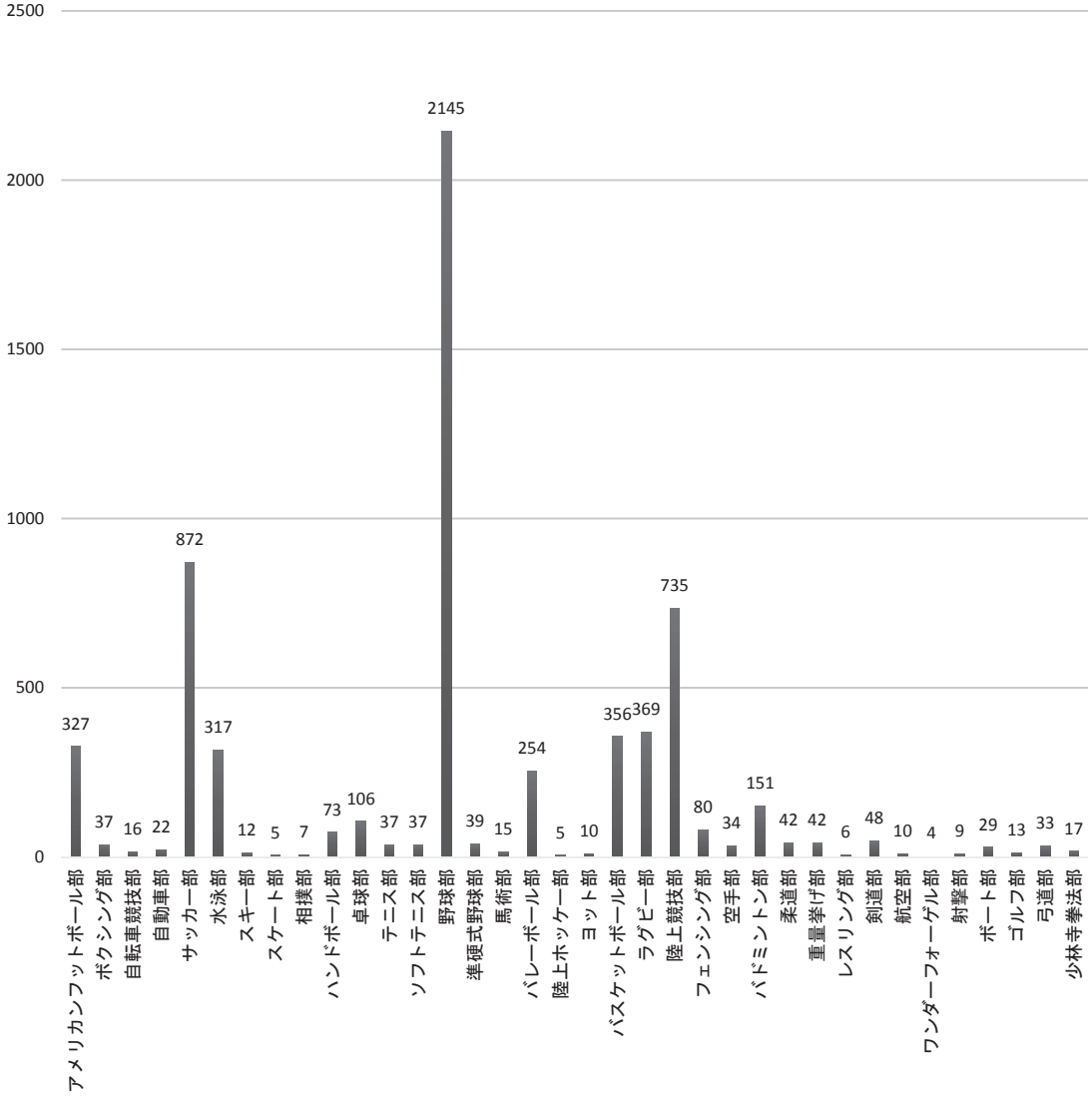


図32 ：試合観戦したい体育会がある

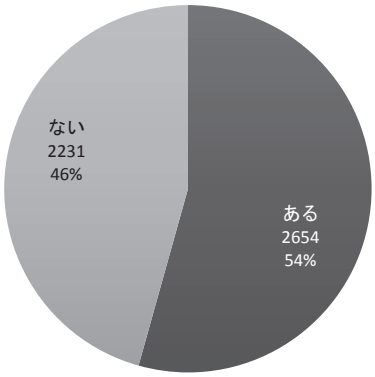
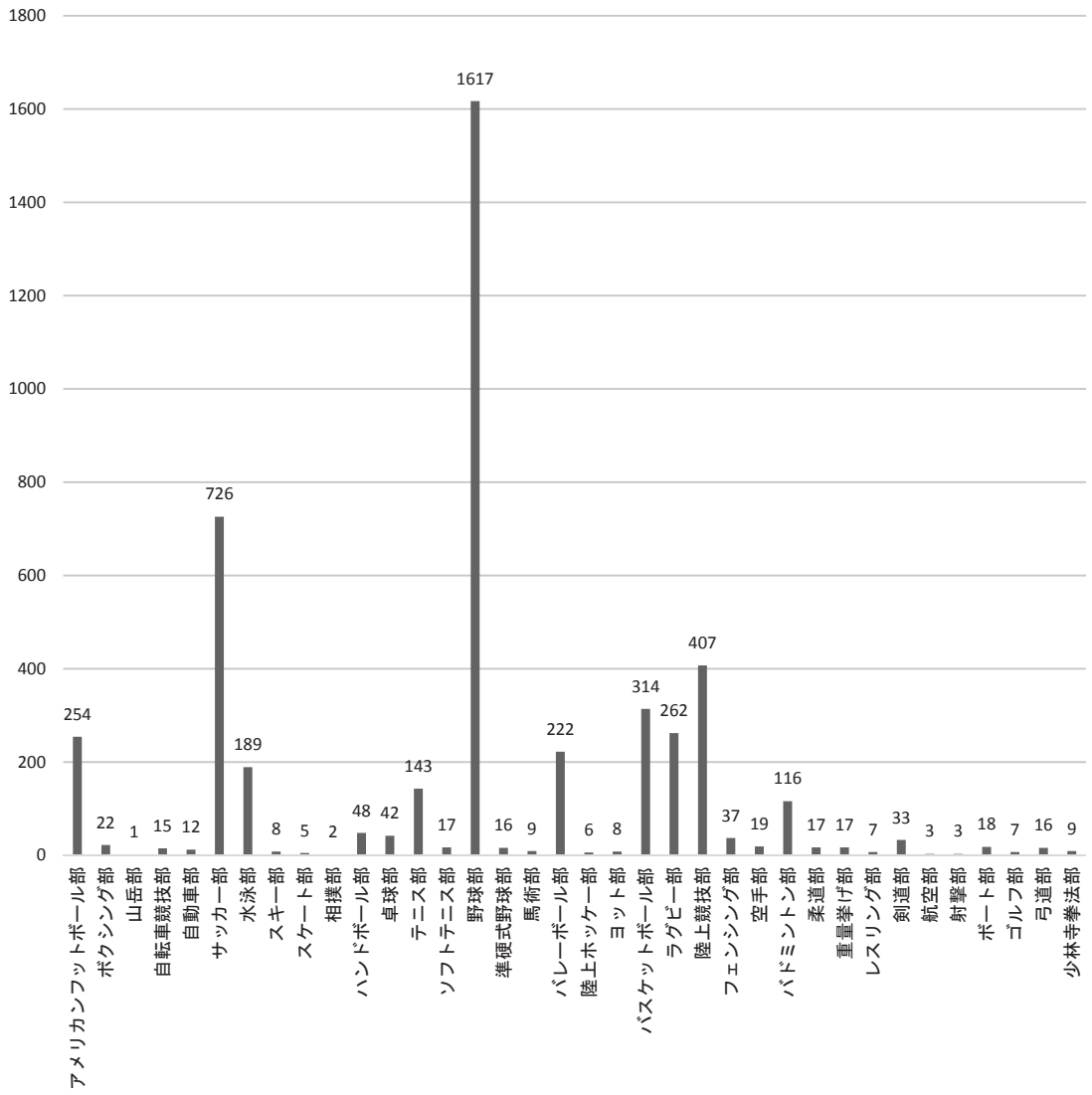


図 33：試合観戦したい体育会（3つまで複数回答可）



4. 総括

全般的に、体育会活動に対する興味や関心はそれほど高くないと思われる。したがって、体育会や大学が従来通りの活動を継続するのであれば、体育会活動が大学のブランド力を現状よりも向上させることにそれほど寄与しないと予測される。しかしながら、体育会活動への意識に関連する項目では、「どちらとも言えない」の割合が30%前後となっており、この層を開拓することより体育会活動に対する興味や関心を持つ学生を増加させることができると思われる。そのため、大学による新たな体育会のマネジメントを検討すること、また体育会も活動を発展させることが求められる。それにより、体育会活動が大学への満足度や帰属意識を高め、あるいは大学に対するロイヤルティを醸成する役割を担う可能性が高まるのではないだろうか。

今後、このデータを基に更に分析を進め、大学のブランド力向上に貢献するような体育会活動の可能性を示せるように努めたい。