

# スポーツに関する運動者の便益構造

## —スポーツ事業への対応化を中心として—

武 隈 晃

(1990年10月15日受理)

The Structure of Sport Participants' Benefit : With a View  
to Meeting Their Needs for Sport Service

Akira TAKEKUMA

### I. 問 題

スポーツ（いわゆる運動を含めた広義の身体活動を総称して本稿では「スポーツ」と表現する）との関わり方によって、人には様々な呼称が用いられる。sport participant, sport spectator, mover, exerciser, sport consumer, 等々である。このうち「運動者」という概念は、顕在的あるいは潜在的なスポーツ参加者を指し示す「人の見方」ということができる。

運動者が実際にスポーツを行い、あるいは継続するためには、いくつかの条件が満たされなければならない。それらの条件は、スポーツをしたいという欲求や必要感、あるいは時間的余裕など、運動者本人に関わる要因とスポーツ施設やスポーツプログラムなどの環境的な要因に識別することができる。後者については運動者個人の力によって条件を満たすことが多くの場合不可能で、そこにスポーツの場の整備という課題が生まれる。宇土（1970）は「人々の運動の成立・維持に必要な直接的条件の整備に関する営みの総称」として「体育事業（physical education service）」という概念を提唱し、これと運動者の関わり（運動者行動及び運動生活）を理論の中核に据えたCAPS論を展開した。宇土のいう体育事業は、運動施設の整備・拡充および運営を意味するArea Service（A. S.）、運動のための集団の育成・援助を意味するClub Service（C. S.）、運動プログラムの設定・提供を意味するProgram Service（P. S.）という三つの事業の総称である。

本稿では「運動者が自分のやりたい方法でスポーツを行うということに関して、それが成立するために欠如している条件のうち、スポーツに直接的に関わる条件を整備し、提供する組織的な営み」と再定義し、これをスポーツ事業と呼ぶ。このうち経営体（事業を提供する主体としての組織）によって教育的な意図が第一義的に付与された場合、これを体育事業として限定的に用いる。

さて、スポーツ事業は運動者のスポーツ行動の成立と維持を目的とし、運動者は個々の欲求充足

の対象としてスポーツを選択する。かかる論理からすれば、運動者の欲求充足を図るべく、スポーツ事業をいかにして運動者に近づけるかという問題が常に存在することになる。これに関して大きく二つの課題があると考えられる。一つは運動者がスポーツ事業に接近していく意思決定過程を理解することであり、二つには運動者がスポーツの場に何を期待しているのか、そこでどのような欲求を充足させようとしているのかを理解することである。これらのうち今回は後者に焦点を当てる。

スポーツの経営体はその保有する人・施設・ノウハウなどの諸資源をできるだけ効率的に駆使あるいは展開し、そのアウトプットをスポーツ事業という形で運動者に提供する必要がある。その際、運動者の欲求や必要、いわゆるニーズをどの程度反映させているかについていえば、経営体によってかなり較差のあることが予想される。その違いは、運動者のニーズに即応することをどの程度重視しているか、あるいはニーズに関する情報をどの程度保有しているかに関係していると考えられる。運動者のニーズを重視し、かつそれをある程度把握しているという前提に立てば、比較的多くの運動者が望むスポーツ事業を提供するという方略が考えられる。いわば最大公約数的あるいは最頻値的事業ということが出来る。もう少し細かく対応しようとするれば、運動者をそのニーズによって類型化し、それぞれの比較的同質なグループに標的を絞ったスポーツ事業を提供するという方法が考えられる。これはサブグループ的あるいは準個別的事業と呼ぶことができる。

いずれにせよ運動者が何を考え、何を期待しているのかを理解することが非常に重要といえる。こうした情報の収集方法として最もポピュラーなのは世論調査である。総理府が3年ごとに実施している「体力・スポーツに関する世論調査」はその代表ともいえるもので、そのデータを縦断的に追ってみると国民のスポーツ需要が大きく変遷してきたことが良く理解できる。また、最近では各自治体がスポーツ行政に関する政策決定の基礎資料とするために行う世論調査も一般的になりつつある。一方、体育・スポーツ経営学の分野では「運動生活調査」という標準化の試みもある(宇土他, 1989)。ただ、これらの調査は、それによって多くの情報を収集しようとするため、スポーツに対する運動者の期待を明らかにする上では十分とは言えない。

そこで本稿では運動者の期待やニーズを数量的に把握するために「便益 (benefit)」という概念を採用した。便益とは「こうだったら自分にとって都合が良いという消費者(本稿では運動者)にとっての利益」を示す概念である。この便益、特に日本人のスポーツに関する便益を直接扱ったものは中西らの一連の研究(1989, 1990など)が目につく程度であり、その実態については不明な点が多い。

そこで、本稿における第一の課題はスポーツに関する便益の要因構造を明らかにし、運動者の特性やスポーツとの関わり方によってそれがどのように異なるかを実証的に示すことに置かれた。

世論調査スタイルの実態分析においても一つ欠如しているのは、運動者をその類似性や特殊性によって分類するという発想である。一口に運動者といっても個人に目を向ければ、それぞれ特徴をもっており、スポーツに対する期待も様々である。とはいえ、スポーツ事業を一人ひとりの運動者の要求に完全に応じられるように個別化することは不可能である。とすれば、なんらかの基準に

よって運動者をいくつかの部分にグルーピングし、それぞれのグループに最も適合的な事業を展開するという発想が必要になる。マーケティング論ではこうした作業をマーケットセグメンテーション（市場細分化）と呼び、細分化された各グループをセグメントと称している。かかる手続きから明らかなように、各セグメント間においてはその特性が異質であるが、それぞれのセグメント内では比較的同質な特性を見出すことができる。従来、セグメンテーションの基準として、性・年齢・所得などのいわゆるデモグラフィック要因（人口統計学的要因）や、都市規模などの地理的要因が採用されることが多かった。しかし、最近ではこれらの変数に加えて、ライフスタイルや本稿で問題としているベネフィットといった変数が追加され、もはやこれらの変数によるセグメンテーションの試みも一般化されつつあるといえよう。しかしながら、これをスポーツの分野に限定すると、Tatham, R. L. et al. (1971) の野外レクリエーション、菊池 (1987) のスポーツフィッシング、中西ら (1990) のスイミングスクールを対象としたものなど注目すべき研究が散見されるものの、いずれも調査対象が限定的なサービスの「受け手」であり、スポーツ事業の展開にセグメンテーションの技法を定着させていくためにはもう少し実証研究の蓄積が必要であろう。本稿の第二の課題はこの点、すなわち運動者の便益を手掛かりに運動者を比較的同質な集団に類型化し、各セグメントに含まれる運動者の特徴を抽出することに置かれた。

## Ⅱ. 方 法

10に渡る都および県において成人を対象として1990年7月に調査が実施された。調査は、小学校・中学校・高等学校・大学において、児童・生徒・学生に調査票を配布し、両親など成人に調査を依頼し、後日回収するという方法と、事業所・団体などを通してその構成員に調査を依頼するという二通りの方法を使った。有効標本数は2687であり、各要因別の標本の構成は表-1に示される通りである。

なお、表にある「運動生活」とは、運動者が先に示したA. S., C. S., P. S. という三つのスポーツ事業に対応して生活をどのように形成しているか、すなわち生活の中でスポーツがどのように位置づいているかを示す概念であり、操作的には以下のように定義された。

### 運動生活の階層（現在）

- C 地域・職場・学校のスポーツ（運動）クラブや同好会の練習に週1日（年51日）以上参加している人。他の条件は問わない。
- A + P<sub>L</sub> 民間のスポーツ施設、公共の運動施設、公園、道路、野外活動施設などで自由に（個人的に）運動やスポーツを週1日（年51日）以上行っている人（A）。および民間のスポーツ施設におけるスポーツスクール・レッスン、市町村や公共の運動施設によって主催されるスポーツ教室に月1日（年12日）以上参加している人（P<sub>L</sub>）。他の条件は問わない。ただしCの階層に含まれる人を除く。

- P<sub>s</sub> 市町村・町内会・職場・PTA・競技団体などの主催するスポーツ行事・大会に年に1日以上参加した人。ただしCおよびA+P<sub>L</sub>の階層に含まれる人を除く。
- S<sub>(1)</sub> 過去1年間になんらかの運動やスポーツは行っているが、上の三つの階層に含まれない人。
- S<sub>(2)</sub> 過去1年間に運動やスポーツをまったく行っていない人。
- S S<sub>(1)</sub>とS<sub>(2)</sub>を合わせたもの。

表-1 標本の構成

		N	%
1. 性別	男	1276	47.5
	女	1401	52.1
2. 年齢	20代	533	19.8
	30代	905	33.7
	40代	1023	38.1
	50代	204	7.6
	60代以上	19	0.7
3. 居住地の人口	1万人未満	249	9.3
	1万人以上10万人未満	923	34.4
	10万人以上50万人未満	767	28.5
	50万人以上	596	22.2
4. 仕事の内容	あまり体を動かすことがない仕事(事務職・管理職など)	1278	47.6
	体を動かす仕事(セールスマンなど)	777	28.9
	かなり体を動かす仕事(建設業・農業など)	349	13.0
5. 体力	自信がある	424	15.8
	普通	1772	65.9
	不安がある	487	18.1
6. スポーツの実施 (過去1年間)	行った	1907	71.0
	行わなかった	780	29.0
7. 現在の運動生活	C	564	21.0
	A+P <sub>L</sub>	370	13.8
	P <sub>s</sub>	578	21.5
	S <sub>(1)</sub>	395	14.7
	S <sub>(2)</sub>	780	29.0
8. 今後の運動生活	C	1403	52.2
	A+P <sub>L</sub>	983	36.3
	P <sub>s</sub>	85	3.2
	S	216	8.0
9. 現在の使用施設	民間のみ	134	7.1
	民間+公共	804	42.3
	公共のみ	961	50.6
10. 今後の使用施設	民間のみ	248	10.1
	民間+公共	1373	55.7
	公共のみ	843	34.2
11. スポーツの費用 (過去1年間)	5万円以上	490	25.5
	1万円以上5万円未満	585	30.5
	千円以上1万円未満	470	24.5
	千円未満	106	5.5
	使わなかった	196	10.2

N. A. は省略してある。

表-1の6（スポーツの実施）から11（スポーツの費用）は、運動者の運動生活やスポーツ行動に関する変数である。また、1（性別）から5（体力）にはデモグラフィック変数、地理的変数、身体状況に関わる変数が挙げられている。スポーツという身体活動を実際に行うという意味においてこうした変数の把握が不可欠と判断したためである。加えて、かかる変数によって便益の構造が異なることが予想された。

さて、分析の対象となるスポーツに対する運動者の「便益」については、あらかじめその構成要因として「スポーツの効用」、「スポーツ仲間」、「スポーツ施設」、「スポーツプログラム」、「指導者」、「練習およびトレーニング」、「スポーツ関連情報」、「接近性」、「アメニティ」、「ファッション性」を仮設し、それぞれ2～7の質問項目を準備した。運動者はスポーツ事業という枠組で何かを期待しているというより、「こうだったらスポーツができるのに」とか、「もっとこうだったらスポーツを続けられるのに」といった、場合によっては漠然とした期待を抱いていると考えられる。そこで「もしあなたが今からスポーツを行うとすると、それぞれがどの程度重要であると思うか」を問い、「まったく重要でない」から「非常に重要である」の5段階選択肢によって回答を求めた。

### Ⅲ. 結果および考察

#### (1) 便益の構造

便益に関する45項目には因子分析（主成分分析・バリマックス回転）が施され、因子を20%以上説明する因子負荷量、.45以上の値をもつ項目によって因子が解釈された。表-2にその結果が示されているが、九つの因子はそれぞれ、「アクセサビリティ」、「情報」、「スポーツ仲間」、「個別的・合理的トレーニング」、「トレンド」、「指導者・スポーツプログラム」、「スポーツの効用」、「スポーツ施設・用具」、「技能向上」と命名された。なお、9因子の累積寄与率は61.7%であった。かかる結果は、仮設された要因がほぼ潜在因子として抽出されたことを意味する。その中で仮説と異なるのは、「指導者」と「スポーツプログラム」、「接近性」と「アメニティ」が合成され、それぞれ一つの因子として確認されたこと、そして新たに「技能向上」という因子が抽出されたことである。このうち注目されるのは、指導者とスポーツプログラムが少なくとも被調査者の認識の中では必ずしも明瞭に独立した要因とは見なされていないという点である。いうまでもなく、スポーツの場を構成する要素として指導者とプログラムは別個の存在である。にもかかわらずこうした結果が得られた原因には大きく二つの理由があると考えられる。運動者がスポーツをする多くの機会の中で、スポーツプログラムにおけるスポーツ実施は、そこに指導者が存在することが多く（いわゆる学習プログラムはその典型である）、従って、両者を比較的つながりの強い要因として見なす運動者の心理があるのではないかと考えられる。これが第一の理由である。さらに、指導者とスポーツプログラムはともに運動者のスポーツ実践を「手助けする」という意味合いが他の要因より幾分強いという側面があり、これが両者を不可分の存在として位置づけることになったもう一つの原因とみるのである。

表-2 便益の因子構造 (因子負荷量)

第1 因子：アクセサビリティ (寄与率 26.2%)	
シャワー・ロッカー・更衣室・トイレなどが充実している	.761
施設・設備の整備が行き届いている	.758
雰囲気が快適である	.737
使用料・参加費が無料ないし低料金である	.731
スポーツにあまりお金がかからない	.730
職員・従業員の態度が良い	.728
施設が混みすぎしていない	.707
安全にスポーツを行える	.612
施設や場所までの交通の便が良い	.580
第2 因子：情報 (寄与率 8.6%)	
スポーツ教室・スクールの情報	.781
クラブ・同好会の情報	.768
スポーツ行事や大会の情報	.731
指導者の情報	.654
施設の情報	.632
新しいスポーツやなじみのうすいスポーツの講習会・実演	.561
練習・トレーニング・スポーツの科学情報	.555
第3 因子：スポーツ仲間 (寄与率 5.9%)	
友人・家族・地域の人々との交流	.739
クラブ・同好会が身近にある	.735
励まし合い助け合う仲間が身近にいる	.710
スポーツ後の仲間とお喋り・お茶・お酒	.487
第4 因子：個別的・合理的トレーニング (寄与率 5.1%)	
自分のペースで練習やトレーニングができる	.765
自分にあった内容の練習やトレーニングができる	.760
練習やトレーニングを継続的に行う	.67
練習やトレーニングを計画的に行う	.605
第5 因子：トレンド (寄与率 4.4%)	
流行やブランドもののスポーツウェア・用品・用具でスポーツをする	.857
高級な施設でスポーツを行うことによる高級感	.820
流行のスポーツをする	.818
第6 因子：指導者・スポーツプログラム (寄与率 3.4%)	
仲間づくりや活動の楽しさを指導してくれる指導者	.686
健康・体力づくりなどの実際的方法を指導してくれる指導者	.647
技術的に優れ技術指導してくれる指導者	.633
気軽に参加できるスポーツ教室やスクールが開かれる	.556
第7 因子：スポーツの効用 (寄与率 2.9%)	
健康の保持	.782
体力の維持・向上	.770
ストレスの解消・気晴らし	.568
美容・シェイプアップ	.539
スポーツを楽しむ	.469
第8 因子：スポーツ施設・用具 (寄与率 2.7%)	
場所探しで苦労しなくてすむ	.752
スポーツをする場所(施設)が身近にある	.707
施設にスポーツ用具や器具が整っている	.516
第9 因子：技能向上 (寄与率 2.5%)	
ひとつのスポーツ種目を徹底的に行う	.706
技能や記録を向上させる	.652
競技成績や一定の技能水準に対する表彰や認定	.538

(因子負荷量.45以上の値をもつ項目を大きさの順に配列)

表-3 便益期待の実態

	MEAN	S.D.
第1因子：アクセサビリティ (寄与率 26.2%)		
シャワー・ロッカー・更衣室・トイレなどが充実している	3.93	.92
施設・設備の整備が行き届いている	4.00	.84
雰囲気が快適である	4.16	.80
使用料・参加費が無料ないし低料金である	3.99	.95
スポーツにあまりお金がかからない	4.01	.92
職員・従業員の態度が良い	3.87	.95
施設が混みすぎている	4.03	.85
安全にスポーツを行える	4.26	.81
施設や場所までの交通の便が良い	3.71	.94
第2因子：情報 (寄与率 8.6%)		
スポーツ教室・スクールの情報	2.88	.91
クラブ・同好会の情報	2.85	.94
スポーツ行事や大会の情報	2.73	.88
指導者の情報	2.63	.99
施設の情報	3.25	.99
新しいスポーツやなじみのうすいスポーツの講習会・実演	2.52	.88
練習・トレーニング・スポーツの科学情報	2.83	.92
第3因子：スポーツ仲間 (寄与率 5.9%)		
友人・家族・地域の人々との交流	3.55	.92
クラブ・同好会が身近にある	3.38	.99
励まし合い助け合う仲間が身近にいる	3.39	1.00
スポーツ後の仲間とお喋り・お茶・お酒	2.94	1.05
第4因子：個別的・合理的トレーニング (寄与率 5.1%)		
自分のペースで練習やトレーニングができる	3.90	.86
自分にあった内容の練習やトレーニングができる	3.88	.84
練習やトレーニングを継続的に行う	3.53	.95
練習やトレーニングを計画的に行う	3.23	.92
第5因子：トレンド (寄与率 4.4%)		
流行やブランドもののスポーツウェア・用品・用具でスポーツをする	1.63	.79
高級な施設でスポーツを行うことによる高級感	1.54	.76
流行のスポーツをする	1.79	.79
第6因子：指導者・スポーツプログラム (寄与率 3.4%)		
仲間づくりや活動の楽しさを指導してくれる指導者	3.22	1.04
健康・体力づくりなどの実際的方法を指導してくれる指導者	3.34	.98
技術的に優れ技術指導してくれる指導者	3.15	1.03
気軽に参加できるスポーツ教室やスクールが開かれる	3.41	.99
第7因子：スポーツの効用 (寄与率 2.9%)		
健康の保持	3.95	.83
体力の維持・向上	3.86	.85
ストレスの解消・気晴らし	4.00	.85
美容・シェイプアップ	2.89	.98
スポーツを楽しむ	4.20	.82
第8因子：スポーツ施設・用具 (寄与率 2.7%)		
場所探しで苦労しなくてすむ	3.82	.96
スポーツをする場所(施設)が身近にある	3.98	.87
施設にスポーツ用具や器具が整っている	3.72	.95
第9因子：技能向上 (寄与率 2.5%)		
ひとつのスポーツ種目を徹底的に行う	2.51	.92
技能や記録を向上させる	2.62	.98
競技成績や一定の技能水準に対する表彰や認定	2.08	.86

(各項目に対する回答[1:まったく重要でない 2:あまり重要でない 3:少し重要である 4:かなり重要である 5:非常に重要である]の単純加算平均および標準偏差)

