

生活満足からみたスポーツサービスの検討

A study on the sport service from the point of view life satisfaction

小野里 真 弓¹⁾ 畑 攻²⁾ 木戸 直 美³⁾ 小山 さなえ⁴⁾

Mayumi ONOZATO, Osamu HATA, Naomi KIDO, Sanae KOYAMA

Abstract

The origin of sport management is to offer a rich sport life that connects people's happiness and pleasure.

However, people's behavior and conditions are various. Therefore, the sport service that corresponds to various sport needs is necessary.

The purpose of this study was to consider the sport service from people's life satisfactory point of view. Especially, as methodology of sport management research, it was studied to put the concept of people's life satisfaction in order as well as to consider the course of new development for the sports service by utilizing the practical data.

The following results were obtained:

1. The structure of people's life satisfaction model was shown from various factors which surround people's life.
2. The life style environmental factors which effectively function to people's life satisfaction were found.
3. The course of producing the sport service which contributes towards raising people's life satisfaction was suggested.

It is necessary to clarify people's life satisfaction in relation to the effective sport service in future.

Keywords: Sport service, Life satisfaction, Life style

I. 研究の背景・目的

スポーツは「世界共通の文化」として確立しその普及振興が進められ、我が国においても目覚ましい発展を遂げている。特に、近年では、スポーツによる地域活性化、地域コミュニティの形成に対する期待が高まるとともに、地域におけるスポーツ振興への取り組みは重要な課題となっている。我が国におけるスポーツ振興への取り組みとしては、1960年に施行されたスポーツ振興法を起点とし、行政主導型、中央集権型などの指摘もある中で、国の政策としてスポーツの普及振興が進められてきた経緯がある。さらに、21世紀に向けてのスポーツ政策としては、スポーツ振興基本計画（2000年）により具体的な3つの柱に基づき普

及・振興活動が展開され、生涯スポーツや競技スポーツを中心にその成果が発揮されてきた。2011年には、スポーツ基本法が公布され引き続きスポーツ推進活動への取り組みが進められる中で、特に競技スポーツへの強化対策においては、本年開催されたロンドンオリンピックにおいてもその成果が高く評価されている。スポーツマネジメント分野においてもこのような政策的な視点からのアプローチは中心的な課題の一つであり、体育・スポーツ経営の基本的なサービス開発としてこれまでも多くの研究が報告されている。

しかしながら、地域スポーツの振興やスポーツの普及のマネジメント、即ち、体育・スポーツ経営は一体何を目的として取り組むべきなのかという最も基本的な課題に対しては重要な課題であるにも関わらず、これまで研究対象とされていない状況である。体育・スポーツ経営の定義として清水²³⁾は、「①体育・スポーツの経営組織が②人々のスポーツ行動の成立・維持・発展を目指して③体育・スポーツ事業を④合理的・効

1) 日本女子体育大学（非常勤講師）、上武大学（講師）

2) 日本女子体育大学（教授）

3) 日本女子体育大学大学院修了生 イシバシスポーツスクール

4) 日本女子体育大学大学院修了生 作新学院大学（准教授）

率的に営むことである」と述べている。この定義は、体育・スポーツ経営の概念化を示したものであり、スポーツ行動の成立、維持、発展を通して人々に豊かなスポーツ生活を実現させることを目的とした営みであることを強調したものである。さらに、図1は、体育・スポーツ経営の概念を構造的に捉え、人々の豊かなスポーツ生活の実現を目指した営みとしての「人との結びつき」によって人々のスポーツ行動が成立することを示すと同時に、スポーツサービスの供給を継続的・反復的に生産することが体育・スポーツ経営の営みであることを表している。ここでの「人とスポーツの結びつき」とは、運動者に対して運動・スポーツ行動を生じさせることを示し、スポーツ行動の質を高めることにより運動生活の促進、さらには生活満足に対して効果的に機能することがスポーツサービスの課題であると考えられる。即ち、消費者である運動者に着目した真のマーケティングの視点からスポーツサービスを検

討することが求められるとともに、体育・スポーツ経営学の原点でもある運動者分析や運動者行動分析の必要性を指摘するものである。

本研究では、このような体育・スポーツ経営の構造を踏まえ、運動者の生活満足に焦点を当て、人々の多様なスポーツニーズや時代に即したサービス開発を目指し、体育・スポーツ経営の基本的な運動者研究について検討することを目的とした。

Ⅱ. 研究方法

1. 基本的なアプローチ

本研究では、体育・スポーツ経営学の基本的な課題であるスポーツサービスづくりを究明するにあたり、その対象となる運動者に焦点を当て、最も中心となる運動者の生活満足との関連からより有効なスポーツマネジメント研究の方法論について言及することを目指

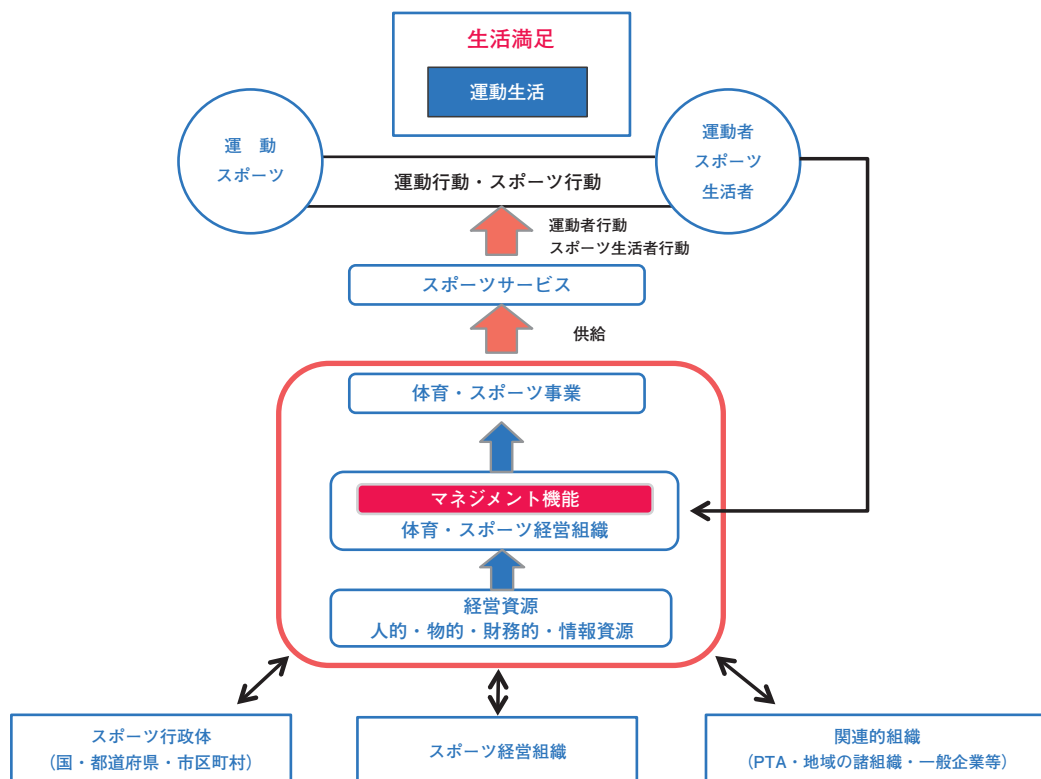


図1 運動者を中心とした体育・スポーツ経営の構造 (八代 他：2002)

※ 「体育・スポーツ経営学講義」 p.37 図 I-2-2 より抜粋 (一部加筆)

すものである。

これまでの運動者行動研究では、宇土²⁰⁾による体育事業論を原点とし、運動・スポーツ活動の実践を通して人々に豊かな運動生活の供給を提供することが中心的な課題であった。このような運動者を中心としてその生活満足に対する運動・スポーツの効果的な機能を検証することは、スポーツマーケティングの視点からみると消費者満足へのアプローチと同様であり、より実践的なデータに基づき検討することが必要である。本研究では、このような運動者行動分析の手掛かりとして、高齢者の健康体操教室の参加者への調査を実施し、対象者の生活満足に応じたスポーツサービスの在り方や今後の方向性について検討する。当然のことながら、対象となる運動者に応じてスポーツサービスの在り方は異なるものであるが、より運動者の生活満足に適合したスポーツサービス開発を目指し、運動者行動分析の方法論を探索的に検討した。

2. 調査の実施と分析の手順

(1) 調査項目の設定

調査項目は、人々の運動行動分析に関連する先行研究^{5) 10)} および関連資料^{17) 18)} を踏まえ、性別や年齢等の基本特性、運動実践の目的や運動部所属経験、運動・スポーツの選好等の運動特性から設定した。さらに、運動者である人々の生活満足度、生活をとりまく要因となるライフスタイルに関する16項目、生活条件である地域に関する8項目、スポーツに関する6項目を設定した。これらの項目においては、「非常に思う」から「全く思わない」の5段階の評定尺度で回答を求めた。また、今後のスポーツサービスの展開を検討するために「継続意欲」に関する項目を設定した。

(2) 調査の概要及び調査対象者の基本特性

調査は、静岡県内4市1町において、高齢者を中心に展開している健康体操教室の参加者を対象とし、質問紙によるアンケート調査を実施した。調査期間は、2012年6月初旬であり、530名の回答を得た。調査対象者の基本特性は、表1に示すとおりである。

表1 調査対象者のデモグラフィックス

		f	%
性別	男性	15	2.8
	女性	514	<u>97.0</u>
	無回答	11	2.1
年代	60歳未満	24	4.5
	<u>60～64歳</u>	121	<u>22.8</u>
	<u>65～69歳</u>	131	<u>24.7</u>
	<u>70～74歳</u>	140	<u>26.4</u>
	75～79歳	82	15.5
	80歳以上	21	4.0
運動部所属経験	あり	219	41.3
	<u>なし</u>	268	<u>50.6</u>
	無回答	43	8.1
運動・スポーツが好き	<u>はい</u>	402	<u>75.8</u>
	いいえ	75	14.2
	無回答	53	10.0

※回答の多い項目を強調下線で表示

(3) 分析の手順

得られたデータに対し、統計ソフトSPSS17. Over. を用いてライフスタイルに関する項目、地域に関する項目、教室の継続意欲に関する項目、スポーツに関する項目について基本統計を求めた。次に、生活満足度との規定関係を分析するために、「生活に満足している」の項目を目的変数、基本統計を求めた各項目を説明変数として重回帰分析を行った。

さらに、対象となった運動者の生活における意識について数量化Ⅲ類を用いてパターン分析を行った。この分析では、ダミー変数を用いるため本研究は、分析に用いるデータ（ライフスタイル16項目、地域に関する8項目、スポーツに関する6項目、生活満足度項目、継続意欲項目）をダミーデータに変換した。その際、各項目の回答において「非常に思う(5)」の回答を「1」とし、「思う(4)」～「全く思わない(1)」の回答を「0」と変換した。ここでの変換の基準は、モノやサービスの消費行動に関する先行研究⁷⁾において、「非常に満足(5)」と「普通に満足(4)」との差は、単に満足度の大きさの違いではなく、質的に全く異なる反応であることが報告されていることから、本研究においてもその回答の特性を考慮した。

これらの分析とともに、必要に応じてF検定（一要因分散分析）を用いて結果の有意性を検討した。

Ⅲ. 結果と考察

1. 人々の生活満足とスポーツ生活の概念整理

モノやサービスをはじめ、あらゆる豊かさに満たされている現代社会において、人々の価値観は多様化するとともに、生活の満足度や幸福感も様々な指標が用いられ報告されている。内閣府により実施された「平成 22 年度国民生活選好度調査」⁽¹⁾⁽²⁾ の報告では、個人の幸福感を 10 段階による評価で回答を求めたところ平均値が 6.5 という結果を示した。さらに、その幸福感を判断する際に重視した事項において、「健康状況」が 65.4% と最も高い割合を示し、次いで「家族関係」(65.2%)、「家計の状況 (所得・消費)」(62.1%)、「精神的なゆとり」(51%) と健康や家族の存在、経済などが重要な関わりを占めていることが伺える。当然のことながら、毎日の生活を健康に過ごすことは誰もが願うことであり、最も基本的な条件であると言える。また、人々の生活満足度については、同じく内閣府による調査結果⁽²⁾⁽¹¹⁾ をみると、1978 年には生活全般に対して「満足している」と回答した人の

割合が 10.9%であったのに対し、2005 年には 3.6% と低下傾向にあると同時に「不満である」人の割合が高まるなど、総じて人々の生活満足は低下していることが指摘されている。中でも、人々が生活にどのようなことを求めているのかという問いに対して、近年では「物の豊かさ」よりも「心の豊かさ」を重視する傾向にあり、人々の精神的な充実感や安心感が生活満足度を高める効果を持つことが報告されている。

一方、体育・スポーツ経営学の原点とは、人々のスポーツや運動に関する需要に対して様々な条件を整備し、スポーツ生活を豊かにすることであり、運動・スポーツを通して人々に幸福で豊かなライフスタイルをもたらすことが重要な使命である。しかしながら、先に述べた内閣府による調査結果が示すように、人々の幸福感や生活満足は運動・スポーツのような単一的な要因によってもたらされるものではなく、生活の中での様々な条件や環境、さらには人それぞれの多様な価値観により形成されるものである。このような現状を踏まえ、本研究では、生活満足を構成する要因を整理し、概念の構造化を検討した。図 2 は、本研究における人々の生活満足を構造的に捉えたものである。ここ

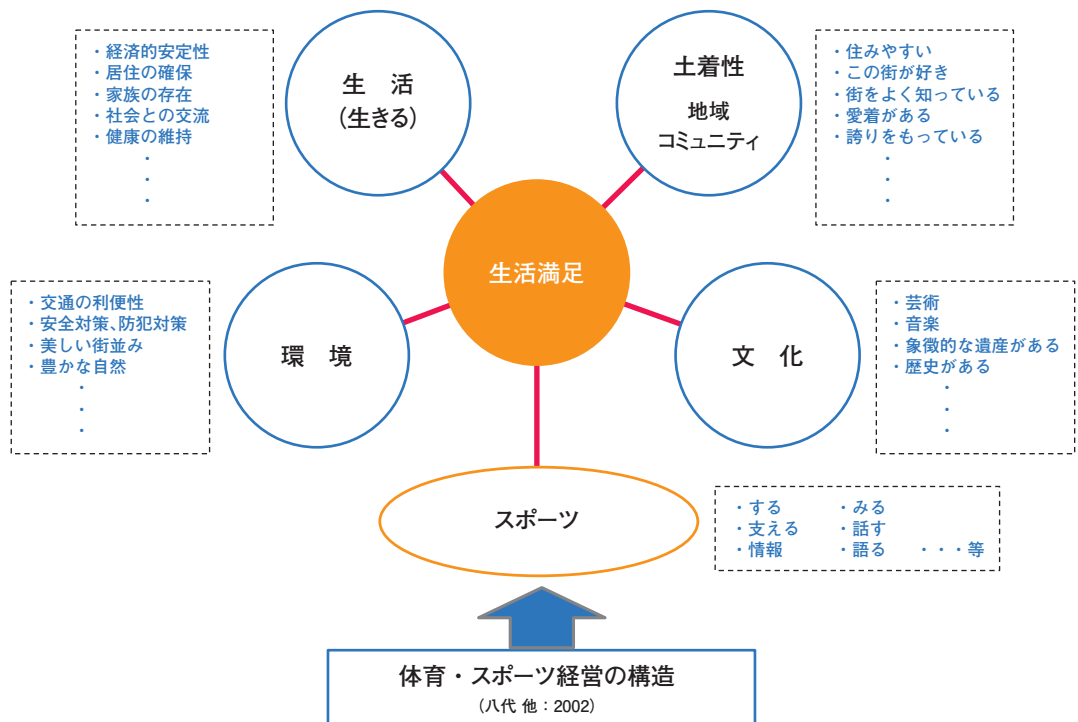


図2 本研究における人々の生活満足の構造モデル

では、生活満足と関連する要因として、生きるための必要条件となる「生活」、インフラなどを含む「環境」、地域への愛着などを意味する「土着性」や「地域コミュニティ」、さらには生活の高質化を促進する「文化」、「スポーツ」を取り上げ、これらの要因が人々の生活満足を構成するものと考え、言い換えれば、スポーツは人間のすべての生活現象の中の文化的生活の一部であり、人々がスポーツに親しむことや個人の生活においてスポーツと多様に関わることが人々の生活満足に効果的に機能すると言える。

2. 実践的なスポーツサービスづくりに向けた探索的な分析と考察

(1) 調査対象者の生活状況に関する基本統計

表2は、生活環境要因に関する項目の基本統計を示したものである。生活満足及びライフスタイルに関する17項目では、全体的に「C5：食事がおいしく摂れる」(4.25)、「C4：健康に過ごせている」(4.06)、「C11：毎日よく眠れる」(3.92)などの健康に関する項目と「人と話すのが楽しい」(4.09)、「C7：熱中できるものがある」(4.06)、「色々なことに興味を持つ」(3.95)などの前向きな生活スタイルを表す項目において高い反応が示された。一方、「C13：積極的である」(3.38)、「C14：社会的である」(3.25)、「C15：経済的に余裕がある」(3.16)の項目は、他の項目に比べて低い結果であった。

次に、地域環境に関する8項目では、「D1：この地域が好きである」(3.99)、「D2：この地域は住みやすい」(3.93)の項目が高い反応を示し、地域への愛着度がある一方で、「D7：この地域は色々な人が支援してくれる」(3.14)、「D5：この地域は文化や伝統がある」(3.27)、「D4：この地域のことをよく知っている」(3.28)などの地域に関する情報等にはあまり関心がないことが伺える。また、スポーツとの関わりに関する6項目では、スポーツを観ることや話題にするなどの情報に関する興味はあるものの、イベントや障害がある人へのサポートなど支える立場としての関わりは低いことが示された。

これらの結果は、ここでの分析の対象である高齢者の生活状況を表す指標であり、全体的に何かに熱中することや人との関わりの中で充実した生活を過ごしていることを示しているものと考えられる。

(2) 「生活満足度」と生活環境要因の規定関係

人々の豊かなスポーツ生活のモデル化を試みるにあたり、ここでは「生活満足度」を目的変数、生活環境要因となるライフスタイル、地域環境、スポーツに関する各項目を説明変数とし、重回帰分析を用いて分析した。この場合、標準化係数が正に高い値を示すほど目的変数である「生活満足度」に対してプラスに作用すると解釈し、負の値はマイナスに作用するものと解釈する。表3は、各項目における規定力を示したものである。その結果、「C6：栄養のバランスを考えて食事をしている」、「C15：経済的に余裕がある」、「D3：この地域での生活は楽しい」の3項目において「生活満足度」に対して有意な規定力が確認され、プラスの影響力があることが示された。また、統計的な有意性は認められないものの、「C1：色々なことに興味を持つ」、「C12：お友達が多い」、「C13：積極的である」などの人とのコミュニケーションや積極性に関する項目、および「D1：この地域が好きである」、「F4：家族や友人とスポーツを話題にする」の項目はプラスの作用として高い反応を示した。経済的な余裕が生活を豊かにすることは当然の結果であるが、地域での生活や友人、家族とのコミュニケーションが生活満足を高める要因であることが明らかとなった。これらの結果は、人々の生活満足においてライフスタイルや地域の特性など様々な要因が関係すると同時にスポーツの話題性なども生活環境の構成要因であることを示すものである。即ち、体育・スポーツ経営の基本的な目的である人々の豊かなスポーツ生活の創造のためには、単にスポーツや運動の条件を整備することに留まらず、人々の多様な生活状況や価値観も考慮し、それらの付加価値を具体化してよりきめ細やかな需要に対応していくことが必要であると考えられる。

(3) 運動者の生活満足におけるスポーツサービスづくりの検討

生活満足度と生活環境要因である各項目間の重回帰分析を行った結果、本研究の対象である高齢者の健康体操プログラムへの参加者は、「経済的な余裕がある」、「この地域での生活は楽しい」などの生活環境要因との規定関係が確認され、運動者の生活満足度を高める有効な要因であることが示された。そこで、さらに充実したスポーツサービスを展開するために、ライフスタイルに関する項目、地域に関する項目、スポーツに関する項目において数量化Ⅲ類による分析から具

表2 分析対象項目の基本統計

「生活満足度」項目	平均値	標準偏差	度数
C17：生活に満足している	3.77	0.859	527
「ライフスタイル」に関する項目	平均値	標準偏差	度数
C1：色々なことに興味を持つ	3.95	0.785	505
C2：運動をよくしている	3.63	0.942	522
C3：おしゃれをするのが楽しい	3.78	0.926	520
C4：健康に過ごせている	<u>4.06</u>	0.804	524
C5：食事がおいしく摂れる	<u>4.25</u>	0.755	523
C6：栄養のバランスを考えて食事をしている	3.95	0.838	523
C7：熱中できるものがある	<u>4.06</u>	0.888	519
C8：人と話すのが楽しい	<u>4.09</u>	0.810	520
C9：お買い物が好きである	3.97	0.881	521
C10：映画・テレビをよく観る	3.75	0.986	520
C11：毎日よく眠れる	3.92	0.953	525
C12：お友達が多い	3.71	0.896	526
C13：積極的である	3.38	0.925	521
C14：社会的である	3.25	0.893	525
C15：経済的に余裕がある	3.16	0.819	520
C16：韓国ドラマをよく観る	2.28	1.338	521
「地域」に関する項目	平均値	標準偏差	度数
D1：この地域が好きである	3.99	0.801	525
D2：この地域は住みやすい	3.93	0.835	524
D3：この地域での生活は楽しい	3.87	0.825	522
D4：この地域のことをよく知っている	3.28	0.853	521
D5：この地域は文化や伝統がある	3.27	0.884	519
D6：この地域は便利である	3.28	1.022	519
D7：この地域は色々な人が支援してくれる	3.14	0.859	520
D8：この地域はスポーツ・運動がしやすい	3.50	0.898	515
「教室の継続意欲」に関する項目	平均値	標準偏差	度数
D9：この教室（体操・ダンス）を続けていきたい	<u>4.58</u>	0.659	527
「スポーツ」に関する項目	平均値	標準偏差	度数
F1：スポーツをよく観る	3.63	1.004	511
F2：スポーツニュースに興味がある	3.62	0.995	510
F3：新聞のスポーツ欄をよく観る	3.23	1.071	509
F4：家族や友人とスポーツを話題にする	3.24	1.022	504
F5：イベントなどの手伝いをする	2.59	1.043	503
F6：障害がある人の手伝いをする	2.68	1.043	505

平均値 4.0 以上の項目を強調下線で表示

表3 「生活満足度」に対する各項目の規定力（重回帰分析）

標本数 N = 403 R ² = 45.7% DF = 31 平均平方 = 4.001 F 値 = 10.09***			
「ライフスタイル」に関する項目	標準化係数	t 値	有意確率
C1：色々なことに興味を持つ	0.074	1.502	n. s.
C2：運動をよくしている	-0.044	-0.845	n. s.
C3：おしゃれをするのが楽しい	0.040	0.825	n. s.
C4：健康に過ごしている	0.067	1.115	n. s.
C5：食事がおいしく摂れる	0.050	0.864	n. s.
C6：栄養のバランスを考えて食事をしている	0.115	2.200	*
C7：熱中できるものがある	0.032	0.555	n. s.
C8：人と話すのが楽しい	-0.076	-1.273	n. s.
C9：お買い物が好きである	0.019	0.338	n. s.
C10：映画・テレビをよく観る	0.055	1.185	n. s.
C11：毎日よく眠れる	0.052	1.091	n. s.
C12：お友達が多い	0.079	1.312	n. s.
C13：積極的である	0.086	1.109	n. s.
C14：社会的である	0.003	0.036	n. s.
C15：経済的に余裕がある	0.215	4.461	***
C16：韓国ドラマをよく観る	-0.003	-0.070	n. s.
「地域」に関する項目	標準化係数	t 値	有意確率
D1：この地域が好きである	0.084	1.102	n. s.
D2：この地域は住みやすい	-0.092	-1.174	n. s.
D3：この地域での生活は楽しい	0.220	2.771	**
D4：この地域のことをよく知っている	-0.101	-1.945	n. s.
D5：この地域は文化や伝統がある	-0.033	-0.616	n. s.
D6：この地域は便利である	-0.010	-0.183	n. s.
D7：この地域は色々な人が支援してくれる	0.041	0.697	n. s.
D8：この地域はスポーツ・運動がしやすい	0.012	0.218	n. s.
「教室の継続意欲」に関する項目	標準化係数	t 値	有意確率
D9：この教室（体操・ダンス）を続けていきたい	0.052	1.1	n. s.
「スポーツ」に関する項目	標準化係数	t 値	有意確率
F1：スポーツをよく観る	-0.115	-1.621	n. s.
F2：スポーツニュースに興味がある	0.048	0.670	n. s.
F3：新聞のスポーツ欄をよく観る	-0.030	-0.472	n. s.
F4：家族や友人とスポーツを話題にする	0.101	1.695	n. s.
F5：イベントなどの手伝いをする	0.071	1.263	n. s.
F6：障害がある人の手伝いをする	0.027	0.518	n. s.

*** P < 0.001, ** P < 0.01, * P < 0.05

体的なサービスづくりを検討した。数量化Ⅲ類は、多数の項目に潜在する次元（相関軸）を発見すること、項目（変数）間の関連性を図示することによって各項目の特性を明確にすることが有効な多変量解析の手法である。

図3は、数量化Ⅲ類の分析結果を示したものである。図中において、上下を規定する縦軸は、上方向にスポーツとの関わりに関する項目が分布し、下方向には「韓国ドラマをよく観る」や「映画をよく観る」などの項目が分布していることから上方向を「スポーツ性」、下方向を「文化性」と解釈した。また、左右を規定する横軸は、左方向に地域に関する項目が分布していることから「社会性」と解釈し、右方向は「おしゃれをするのが楽しい」、「色々なことに興味を持つ」などの個人の特性を示す項目が分布することから「個人性」と解釈した。ここで、各項目の分布から特徴的なパターンが抽出された。即ち、ライフスタイル項目を中心とした「パターンA」、スポーツへの関心

の項目が分布する「パターンB」、地域に関する項目が分布する「パターンC」の3つのパターンである。これらは運動者の意識セグメントとして様々な価値観があることを示し、それぞれのセグメントに対応したスポーツサービスづくりの可能性が示唆される。具体的なスポーツサービスづくりの例としては、パターンBへのアプローチとして、既存のスポーツプログラムに対してさらにスポーツの専門性を高めるような内容を加えることや、パターンCの運動者にふさわしい地域とのイベントプログラムなどが想定されよう。また、現在展開しているスポーツプログラムとは異なるプログラムとして、スポーツに特化した教室の展開や、地域性を活用したプログラムも有効となるものと考えられる。即ち、運動者におけるこれらの価値観を重視して、そのような複数の価値のパッケージ化や明確なセグメントを対象としたより適合性の高いスポーツサービスの開発が参加者の満足度を一層高めることにつながるものとする。

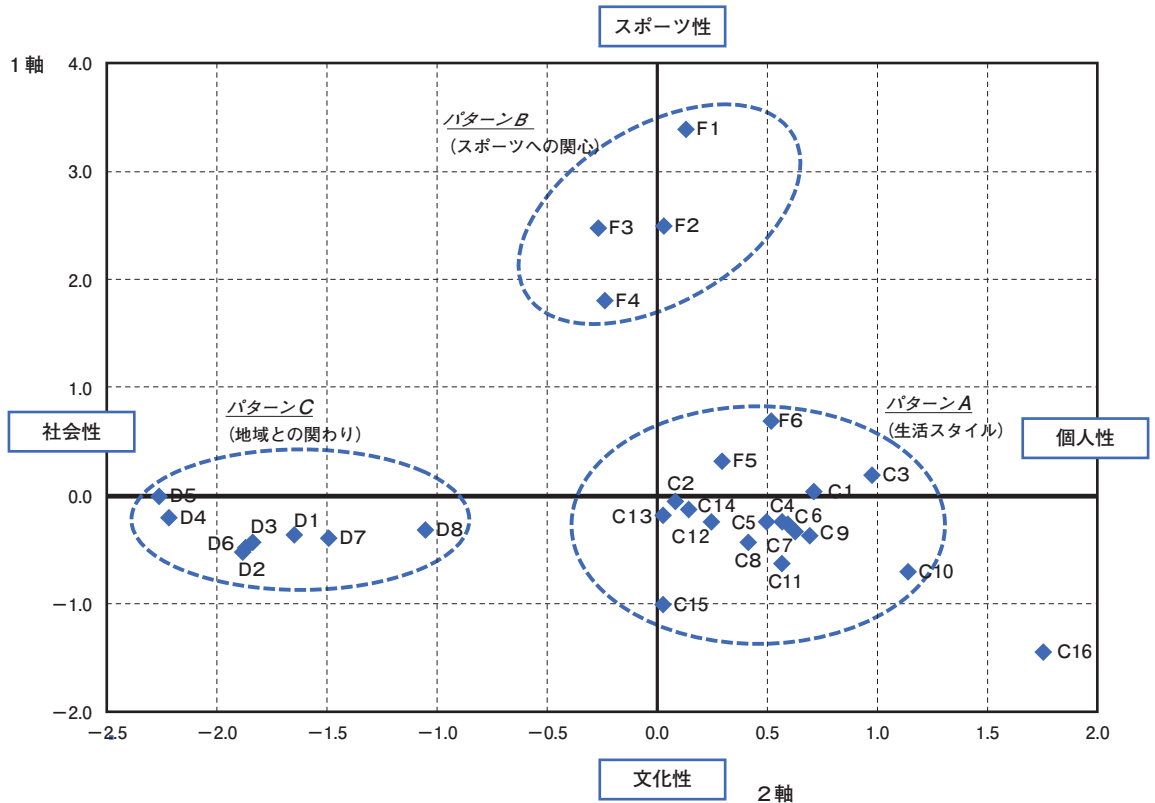


図3 教室参加者の意識セグメント

3. 運動者行動分析における生活満足に関する考察

本研究では、人々の生活満足を概念的に捉え、「生活」、「環境」、「文化」、「土着性・地域コミュニティ」、「スポーツ」の要因から構造的なモデルとして定義した。さらに、実践的な調査データを用いて、運動者の生活満足度と生活環境要因となる項目の規定関係を分析した。即ち、体育・スポーツ経営学の伝統的・基本的な運動者分析や運動者行動分析の方法を踏まえて、さらに生活満足とのつながりを検討した結果、図4に示す構造を提示することができる。この図は、先に述べた本研究の生活満足の要因をモデル化したものである。言い換えれば、これまでは運動生活の範囲の枠でしか分析されなかった経緯に対して「文化」、「社会」及び「経済」が明確に関わっていることを示しており、この段階でのプリテスト分析では直接的に「コミュニケーション」や「環境」との関係は明確ではなかったが、間接的にその関連が認められる結果であった。体育・スポーツ経営学の原点でもある運動者の「生活満足」を理解するためには、従来の運動生活分析に加え、これらの要因を重視することが必要である。と考える。

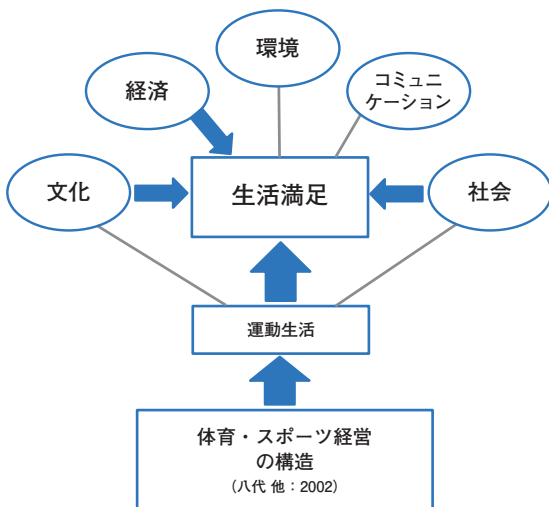


図4 運動者行動分析における生活満足の構造

IV. 結 論

本研究は、体育・スポーツ経営学の原点である「人々の幸福や喜びに結びつくような豊かなスポーツ

生活の普及」を目指し、運動者の生活満足の視点からスポーツサービスを検討することを目的とした。特に、スポーツマネジメント研究の方法論として、運動者の生活満足の概念を整理するとともに、実践的なデータを活用しスポーツサービスにおける新たな展開の方向性を探索的に考察した。その結果は、以下のように要約される。

1. 人々の生活を取り巻く様々な要因から運動者の生活満足モデルが構成された。

内閣府による国民生活選好度調査および体育・スポーツ経営の構造を踏まえ、人々の生活満足を表す各要因を概念的に構造化した。この構造は、スポーツサービスを検討するための有用なモデルである。と考える。

2. 運動者の生活満足度に有効な生活環境要因が示された。

生活満足度を目的変数とした重回帰分析の結果から、運動者の生活満足度を高める要因が明らかになった。それらは、経済的な余裕や地域社会との関わりであることが示された。また、本研究の段階では、生活満足度とスポーツに関する行動との直接的な関係は示されなかったが、さらに詳細な分析は、今後の課題と考える。

3. 運動者の生活満足度をより一層高めることにつながるスポーツサービスづくりの方向性が示唆された。

数量化Ⅲ類によるパターン分析の結果、高齢者の健康体操教室の参加者における特徴的な3つのパターンが抽出された。それらのパターンは、ライフスタイルに関連する項目が分布するパターンA、スポーツへの興味を示す項目が関連するパターンB、地域に関する項目によるパターンCである。これらは、教室参加者の生活の中での意識からなるセグメントであり、それぞれのセグメントを対象としたスポーツサービスの新たな開発など、今後の方向性を示唆する指標となるもの。と考える。

今後は、あらゆる運動者に応じた実践的なスポーツサービスが求められるが、その際にはさらなる多様な運動者を対象とした調査の実施や地域の特性等を考慮した分析が必要になるもの。と考える。

注

- (1) 「国民選好度調査」とは、国民が日常生活でどのような考えを持っているかを調べ、政策運営に役立てるために内閣府が実施している調査である。調査対象は、全国から無作為抽出した5～79歳の男女5000人で平成22年度の調査期間は、2011年（平成23年）3月3日～3月13日であった。回答数は3578人（回収率71.6%）であった。
- (2) 平成19年度版国民生活白書の全文「はじめに」において明記されている調査結果を参照した。

参考文献

- 1) 安藤喜久雄編（1998）若者のライフスタイル，学光社，東京。
- 2) 浅井慶三郎，清水 滋 編著（1991）サービス業のマーケティング：改訂版，同文館，東京。
- 3) 出村 慎一 監修，佐藤進，山次俊介，長澤吉則編著（2007）．健康・スポーツ科学のためのSPSSによる統計解析入門，杏林書院，東京。
- 4) 畑 攻（1996）スポーツ・イベント比較データでみるスポーツ・イベントのインパクト，*体育の科学*Vol. 46。
- 5) 畑 攻，宇土正彦，八代勉（1984）運動・スポーツ行動に対する運動者の主体的条件の類型化に関する研究，*筑波大学体育科学系紀要*第7巻：11-19。
- 6) 近藤隆雄（1995）サービス・マネジメント入門～物づくりから価値づくりへの移行～，生産性出版，東京。
- 7) 近藤隆雄（1999）サービス・マネジメント～サービス商品の開発と顧客価値の創造～，生産性出版，東京。
- 8) Kotler, P. (2000) *Marketing management, The millennium edition*. New Jersey: Human Kinetics.
- 9) 公益財団法人 健康・体力づくり事業財団（2012）健康・体力づくりと運動に関するデータベース，<http://exdb.health-net.or.jp/index.html>，（参照日2012年9月1日）。
- 10) 小山さなえ，畑攻，小野里真弓（2010）大学が提供する地域交流講座のマネジメント，*日本女子体育大学紀要*第41巻：21-29，東京。

- 11) 内閣府 政策統括官，平成19年度版 国民生活白書 つながりが築く豊かな国民生活，http://www5.cao.go.jp/seokatsu/whitepaper/h19/01_honpen/index.html，（参照日2012年4月20日）。
- 12) 内閣府 内閣府経済社会システム，平成22年度国民生活選好度調査結果，<http://www5.cao.go.jp/seikatsu/senkoudo/senkoudo.html>，（参照日2012年4月20日）。
- 13) 内閣府 共生社会政策統括官（2012），平成23年度 高齢者の居場所と出番に関する事例調査，東京。
- 14) 内閣府 共生社会政策統括官（2012），平成23年度 高齢者の経済生活に関する意識調査と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究，東京。
- 15) 小野里真弓，畑 攻（2002）テニスレッスンにおけるベネフィット・セグメンテーションに関する研究，*日本女子体育大学紀要*第32巻：115-123，東京。
- 16) 酒井 隆（2003）図解アンケート調査と統計解析がわかる本，日本能率協会マネジメントセンター，東京。
- 17) 総理府広報室編（1987）日本人のライフスタイル，大蔵省印刷局。
- 18) 佐伯聰夫，畑 攻，仲澤真（1998）地域におけるマルチスポーツクラブの研究，*日本スポーツ産業学会平成9年度プロジェクト研究報告書*，p. 3-33。
- 19) 高梨智弘（1995）ビジュアル マネジメントの基本，*日本経済新聞*，東京。
- 20) 宇土正彦（1976）*体育管理学入門*，大修館書店，東京。
- 21) 横浜市企画局（1997）*from Y横浜発：新スポーツ考，2008年ライフスタイルへの提案*，元就出版社，東京。
- 22) 山下秋二，中西純司，畑 攻，他（2006）改訂版スポーツ経営学：第5章1. 製品としてのスポーツ，p. 94-99. 大修館書店，東京。
- 23) 八代 勉，中村 平（2005）*体育・スポーツ経営学講義：第I部Lec. 2 体育スポーツ経営とは*，p. 16-39，大修館書店，東京。

（平成24年9月12日受付）
（平成24年11月28日受理）