

ストリートダンサーの特性及び行動分析からみた マーケットセグメンテーション

Market segmentation viewed from an analysis of the characteristics and behavior of street dancers

石川 織江¹⁾ 畑 攻²⁾ 木戸 直美³⁾
小野里 真弓⁴⁾ 水上 雅子⁵⁾

*Orie ISHIKAWA, Osamu HATA, Naomi KIDO
Mayumi ONOZATO and Masako MIZUKAMI*

Abstract

Street dancing has diversified in recent years and comprises various activities. We focus on the possibilities for street dancing and the types of developments that can be expected.

This research treats street dancing as a sports activity in the broad sense of the term and clarifies the various characteristics of street dancers from the perspective of traditional theories of the behavior of sports and recreational activities. We also classify street dancers from a market segmentation perspective by testing for commonalities and patterns, and conduct analysis and examination to investigate new management approaches.

The questionnaire for this research included such items as general demographics, dance behaviors, past physical activities, lifestyle, and factors causing the activities.

The sample was taken from street dancers active in a number of locations in the Tokyo metropolitan area.

The analysis used a multivariate analysis procedure that was mainly based on the quantification method third-type. The results are summarized as follows.

1. We confirmed effective market segments of a heavy-beginner pattern mainly comprised of students, a heavy-expert pattern mainly comprised of those in their 30s, and a light-expert pattern mainly comprised of company employees, government workers, and part-time workers.
2. The unified characteristic segments were selected from the street dancers' lifestyles.
3. Examination of these segments has shed light on new management approaches, such as the creation of services for street dancers.

Keywords : Street dancers, Sports behavior, Market segmentation, Life style

I. 緒 言

近年、ストリートダンスは多様化が進み、様々な活動が行われてきている。ストリートダンスとは、その名の通り、路上で踊られることから発生したダンスのことであり、ストリートダンスというジャンルがあるわけではなく、HIPHOP, BREAKIN', POPPIN', LOCKIN'などのダンスの総称をいうものである²⁾。ストリートダンスは他のダンスジャンルとは異なり、振

付師などの指令部隊が起点となって発生する活動ではなく、好みのタイミングで自由に活動スポットに集まり活動する様子から、その活動を一種のスポーツ行動としてみた際には、とてもユニークな対象であると考えられる。

一方、最近のストリートダンスの流れでは、NHKで人気アーティストが小学生にダンスをレクチャーするテレビ番組が開始されたり、朝の情報番組内でダンスのコーナーが新設されるなど、ダンスがメディアで取り上げられる機会が増えてきている。また、ショッピングセンターの広場などで定期的にダンスコンテストが行われている¹⁾などの状況にある。ここでのダンスは、その大半がストリートダンスそのものとなってい

1) 慶應義塾幼稚舎 (非常勤講師)

2) 日本女子体育大学 (教授)

3) 上智大学短期大学部 (非常勤講師)

4) 上武大学 (講師)

5) 杉野服飾大学短期大学部 (教授)

る。即ち、ダンスをする人だけではなく、ダンスをしない人々の目に触れる機会も増加している状況である。このような社会的環境の中で、ストリートダンスは、今まさに注目度が高まっている活動の一つである。これらの背景から、ストリートダンスにはどのような可能性があり、どのような発展性が期待できるのかが注目される。

本研究は、ストリートダンスを広義のスポーツ行動として捉え、宇土(1988)¹⁸⁾の伝統的な運動者行動論に依拠し、基本特性、運動・スポーツ特性、ダンス行動、ライフスタイル特性の関わり方の視点から人々の分析・考察を進めていくものである。スポーツマネジメントの分野では、スポーツ活動・スポーツ行動を対象とした研究において、宇土(1988)¹⁸⁾による運動者行動論が原点となり、運動・スポーツに関わる人の特性やその活動に関わる行動の分析が基本的な研究方法として用いられている。

一方で、石川(2012)⁶⁾は、スポーツに関わる条件だけではなく、ライフスタイル、生き方、心情など人々を取り巻く様々な要因を分析し、双方の関係を明らかにしたスポーツマネジメントの在り方について言及している。

本研究は、ストリートダンサーの諸特性の基礎分析をもとに、共通性やパターン化を試みるマーケットセグメンテーション²⁰⁾の視点から、ストリートダンサーを類型化し、分析・考察を行うことにより、新たなマネジメントを検討するものである。

マーケットセグメンテーション²⁰⁾とは、一般的に消費者を一定の基準に基づいて細分化し、それぞれのセグメントにきめ細かく対応したサービスを効率的かつ効果的に提供するはたらきかけである。

このようなマーケットセグメンテーション²⁰⁾を応用したダンスに関する先行研究⁹⁾には、小野里ら(2010)¹⁶⁾によるダンスカンパニーのレッスン生を対象にしたダンスレッスンにおけるマネジメント研究が挙げられる。また、石川(2011⁹⁾, 2012⁶⁾, 2012¹⁰⁾, 2013⁸⁾)は、ストリートダンサーという運動者に焦点を当て、基本的な諸特性や行動特性を明らかにしている。しかしながら、ストリートダンサーのセグメンテーションに着目した研究はあまり報告されていないのが現状である。マーケットセグメンテーションによるアプローチは、ストリートダンサーの特性ごとのクロス分析から示唆される項目間の特徴にとどまらず、パターン化や共通性を探ることによって新たなストリートダン

サー像が明らかになるとともに、より適合するスポーツサービスのポイントが浮上するものと考えられる。

そこで本研究では、そのようなスポーツマーケティング研究の状況を踏まえて、以下の3点を目的とする。

- ① 基本的な特性の相互関係を多変量的に分析処理し、ストリートダンサーのセグメントを検討する
- ② 先行研究で用いたライフスタイル特性のセグメントを検討する
- ③ これらの分析結果を考察し、セグメントの質や量に対応させて必要なマネジメントを検討する

II. 研究方法

1. 基本的なアプローチ

石川(2012)⁶⁾では、ストリートダンスを一種のスポーツ行動として捉え、宇土(1988)¹⁸⁾の伝統的な運動者行動論の視点から、分析・考察した。研究を進めるにあたり、石川ら(2011)⁹⁾によるストリートダンサーを対象にした運動者行動研究や成(1997)¹⁷⁾によるライフスタイルに関する先行研究、および関連するライフスタイル調査を踏まえ、調査項目を設定し、首都圏数カ所で活動するストリートダンサーを対象に、アンケート調査を実施した。ストリートダンサーに対する基礎的研究となる先行研究では、基本特性や活動の要因などストリートダンサーの実態を明らかにし、基本特性や諸特性によるストリートダンサーに対する今後の研究の方向性を明らかにしてきた。具体的には、ストリートダンサーをターゲットとしたスポーツウェアやシューズの開発や商品のプロモーションにストリートダンサーを利用するなどのビジネスの方向性、学校体育やダンスレッスンなどのストリートダンスの教育的価値を包含した運動者行動研究の方向性、ストリートダンサーを支える運動成立条件の整備充実や普及などを示す3つの方向性である。

このような先行研究を踏まえ、本研究では、ストリートダンサーの運動・スポーツ行動としての共通性やライフスタイル特性のパターン分類を試みるといった視点から検討を行うために、それらを複合的・多変量的に分析し、結果を考察した。これらの分析結果を用いて、ストリートダンス行動や運動・スポーツ行動における特徴的なセグメントの抽出及びセグメントの質と量に基づいて、ストリートダンサーのための新たなマネジメントを検討した。

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、石川ら (2011)⁹⁾によるストリートダンサーを対象とした特性や行動に関する研究をはじめ、これまでの運動者行動分析に関する先行研究、および地域流通経済研究所 (2009)³⁾や電通総研 (2011)⁴⁾など¹⁾によるライフスタイル調査や成 (1997)¹⁷⁾によるライフスタイルに関する調査研究を踏まえ、基本特性、運動・スポーツ特性、ストリートダンス行動に関する項目やライフスタイル項目を中心に設定した。

(2) 調査概要及び分析の手順

調査は、筆者が首都圏数カ所に直接出かけて活動をともし、そこでのストリートダンサーに対する手渡し・回収の方法で質問紙によるアンケート調査を実施し、164名の回答を得た。調査期間は、2012年9月上旬から11月上旬であった。

得られたデータに対し、統計ソフト SPSS17.0ver.を用いて、基礎集計、記述統計、クロス分析を行い、必要に応じて χ^2 検定を用いた。さらに、Excel 数量化理論 Ver. 4.0ソフトを用いて数量化Ⅲ類による対象者の基本特性やライフスタイル特性をパターン分類した。これらの分析を用いて、結果を考察した。

III. 結 果

1. ストリートダンサーの特性

(1) 基本特性

表1は、ストリートダンサーの基本特性を示したものである。性別は、男性が26.8%、女性が73.2%であり、女性が約7割を占める結果であった。年齢は、20代が46.3%で最も多く、次いで10代が39.6%、30代以上が13.4%と10代、20代の若者が中心層となっている。職業は、学生が59.1%で最も多く、約6割を占める結果となった。10代から20代の若者が多く、中でも学生を中心として盛んに活動が行われていることが特徴となっている。

(2) 運動・スポーツ特性とダンス行動

表2は、ストリートダンサーの運動・スポーツ特性とダンス行動を示したものである。本研究では、調査対象者のストリートダンサーレベルを専門性の高いストリートダンス経験者の視点から「ビギナー系」、「コア系」と名付けて分析した。ビギナー系は、まだ活動を始めて間もない者、趣味程度の取り組みを続けている者を対象とし、コア系は、ダンスを仕事として取り

表1 ストリートダンサーの基本特性

性別	f	%
男性	44	26.8
女性	120	73.2
年齢		
10代	65	39.6
20代	76	46.3
30代以上	22	13.4
無回答	1	0.7
職業		
学生	97	59.1
ダンス系専門学生	0	0.0
ダンサー	27	16.5
フリーター	16	9.8
会社員・公務員	15	9.1
自営業	5	3.0
その他	3	1.8
無回答	1	0.7

※回答が多い項目を強調下線で表示

組んだことがある者やそれに相当するレベルの者、ダンスに夢中になり長年踊り続けている者を対象とした。その結果、ビギナー系が79.9%、コア系が20.1%であり、ビギナー系が約8割を占める結果となった。活動頻度は、週1・2日が32.2%、週3日が25.2%、週4日以上が42.7%とばらつきがあり、様々な活動形態であるが、平均では週3.7日と熱心に活動していることが伺える結果となった。所属は、スクール・スタジオが53.7%で最も多く、次いでサークル42.1%、個人30.5%、チーム25.6%という結果となった。活動形態は、個人やチームによる自発的な活動よりもスクール・スタジオやサークルでの活動が多いことが示された。また、ストリートダンサーの活動スポットには特徴があり、本研究では、ストリートダンス練習場として知名度が高い新宿の損保ジャパンビル(旧安田火災)や田町の森永プラザビル本館などを「超メジャー」、新宿コズミックセンターを「メジャー」、溝の口駅や渋谷駅周辺、辻堂海浜公園などを「周辺」、首都圏に所在する大学やダンススタジオ・スクールをそれぞれ「大学」、「ダンススタジオ・スクール」、スポーツクラブや公民館を「その他」と名付けて分析した。その結果、大学が31.7%で最も多く、次いでダンススタジオ・スクールが21.3%、周辺が12.8%であった。大学が多かった要因の一つとして、対象者に学生が多く、サークル所属者が多かったことが挙げられる。また、超メジャー

表2 ストリートダンサーの運動・スポーツ特性およびダンス行動

レベル		f	%		
<u>ビギナー系</u>		<u>131</u>	<u>79.9</u>		
コア系		33	20.1		
頻度		f	%		
週1・2日		46	32.2		
週3日		36	25.2		
<u>週4日以上</u>		<u>61</u>	<u>42.7</u>		
所属		f	%		
(複数回答)	個人	50	30.5		
	チーム	42	25.6		
	<u>サークル</u>	<u>69</u>	<u>42.1</u>		
	<u>スクール・スタジオ</u>	<u>88</u>	<u>53.7</u>		
活動スポット		f	%		
(複数回答)	超メジャー	6	3.7		
	メジャー	2	1.2		
	周辺	21	12.8		
	<u>大学</u>	<u>52</u>	<u>31.7</u>		
	<u>ダンススタジオ・スクール</u>	<u>35</u>	<u>21.3</u>		
	その他	5	3.0		
	無回答	43	26.2		
運動生活		f	%		
(複数回答)	運動らしいことは授業以外ほとんど行っていなかった	10	11	6.1	6.7
	<u>学校の運動部活動に参加していた</u>	<u>100</u>	<u>90</u>	<u>61.0</u>	<u>54.9</u>
	学校外のサークルやクラブに所属していた	29	19	17.7	11.6
	スクールやレッスンに通っていた	45	54	27.4	32.9
	自由時間に個人的に運動していた	28	35	17.1	21.3
	その他	2	1	1.2	0.6

※回答が多い項目を強調下線で表示

が3.7%、メジャーが1.2%と非常に少ない結果となったが、ダンサーの数の多さではなくスポットとしての知名度に基づいて名付けたため、このような結果を示したものと考えられる。運動・スポーツ特性は中学、高校ともに学校の運動部活動に参加していた者が圧倒的に多いことを示した。学校の運動部活動への参加だけでなく、学校外のサークルやクラブへの所属やスクールやレッスンに通い活動していたこと、また自由時間に個人的に運動していたという結果から、ストリートダンサーは部活動を中心にかなりの割合で運動

に関わっていたことを示す結果となった。

(3) ライフスタイル特性

表3は、ストリートダンサーのライフスタイル特性を示したものである。この結果は、「人と話すのが好きだ」が80.5%、次いで「たくさんの仲間がほしい」が80.4%、「外国に興味がある」が79.9%、「人を喜ばせたい」が79.3%と約8割を占める高い割合であった。また、それらの項目に加えて、「Facebookなどのツールをよく使う」が67.1%を示している。これらの高い反応を示した項目は、人とのつながりや人からの情報

表3 ストリートダンサーのライフスタイル特性

ライフスタイル	f	%
(複数回答)		
お酒をよく飲む方である	62	37.8
漫画をよく読む方である	37	22.6
お祭りやフェスによく参加する方である	63	38.4
アートが好きだ	80	48.8
旅行が好きだ	113	68.9
海が好きだ	122	74.4
料理が好きだ	55	33.5
自転車をよく行動している	45	27.4
ブログをやっている	45	27.4
Facebookなどのツールをよく使う	110	67.1
オリジナルのファッションをしたい	73	44.5
自己中心的だ	63	38.4
負けず嫌いだ	117	71.3
人に認められたい	115	70.6
<u>たくさんの仲間がほしい</u>	<u>131</u>	<u>80.4</u>
<u>人と話すのが好きだ</u>	<u>132</u>	<u>80.5</u>
人のために何かをする方である	91	55.5
<u>人を喜ばせたい</u>	<u>130</u>	<u>79.3</u>
<u>外国に興味がある</u>	<u>131</u>	<u>79.9</u>
自分の国が大好きだ	109	66.5
自分の住む街が好きだ	110	67.1
伝統や歴史に興味がある	69	42.1

※回答が多い項目を強調下線で表示

入手を期待するスタイルであり、筆者らの先行研究⁹⁾の結果と同様にコミュニケーションへの感度の高さを示す傾向にある。

2. ストリートダンサーのパターン分類

ここでは、ストリートダンサーの諸特性の関連性や類似性をより具体的に検討するために数量化Ⅲ類を用いてパターン分類を行った。数量化Ⅲ類は、変数相互の関連性からいくつかのファクターを発見し、そのファクターを基準としてカテゴリー間やサンプル間の類似性やポジショニングを明らかにする手法である。また、スポーツ・マーケティング研究の探索段階で多く用いられる手法の一つでもある。本研究では、ストリートダンサーの基本特性及びライフスタイル特性項目のカテゴリースコアを用いてパターンを抽出し、さらに各サンプルがどのパターンにどのように分布するかを検討した。

(1) 基本特性のパターン分類

基本特性項目の相互の類似性を検討するためにカテゴリースコアを用いて数量化Ⅲ類による分析を行った。図1は、カテゴリースコアのパターン分類を示し

た結果である。

図中において、上下を規定する縦軸は、下方向にいくほど「メジャー」、「ダンサー」、「コア系」とストリートダンスに深く関わる人々が分布をしている。一方、上方向にいくほど「その他(職業)」、「会社員・公務員」、「フリーター」などの分布がみられることから、上下の軸を「ライトーヘビー」と解釈した。また、左右を規定する横軸は、右方向にいくほど「コア系」、「30代以上」などの熟練者である層が分布をしている。一方、左方向にいくほど「メジャー」、「大学」、「サークル」などで活動する層が位置している。これらの層は先行研究⁷⁾¹⁰⁾では、初心者が多いことが報告されており、左右の軸を「ビギナーーエキスパート」と解釈した。

この結果、3つのパターンが抽出され、「メジャー」「大学」「サークル」のようなカテゴリーで構成される「ヘビー・ビギナーパターン」、「コア系」「ダンサー」「30代以上」のようなカテゴリーで構成される「ヘビー・エキスパートパターン」、「会社員・公務員」「フリーター」のようなカテゴリーで構成される「ライト・エキスパートパターン」と命名した。

次に、対象者の個々の分布状況を把握するためにサ

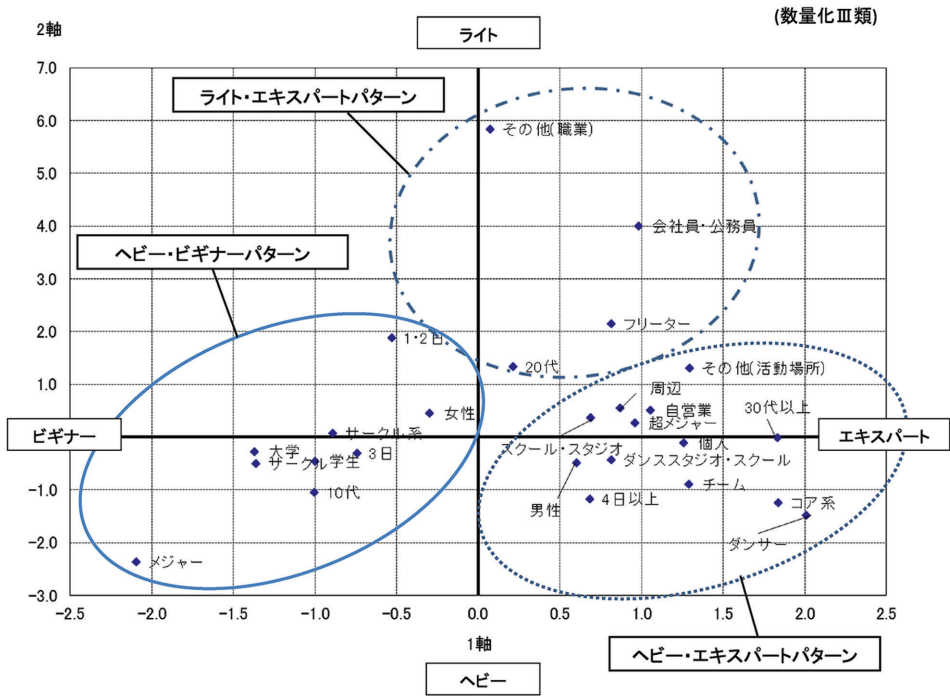


図1 基本特性のパターン分類 (カテゴリースコア)

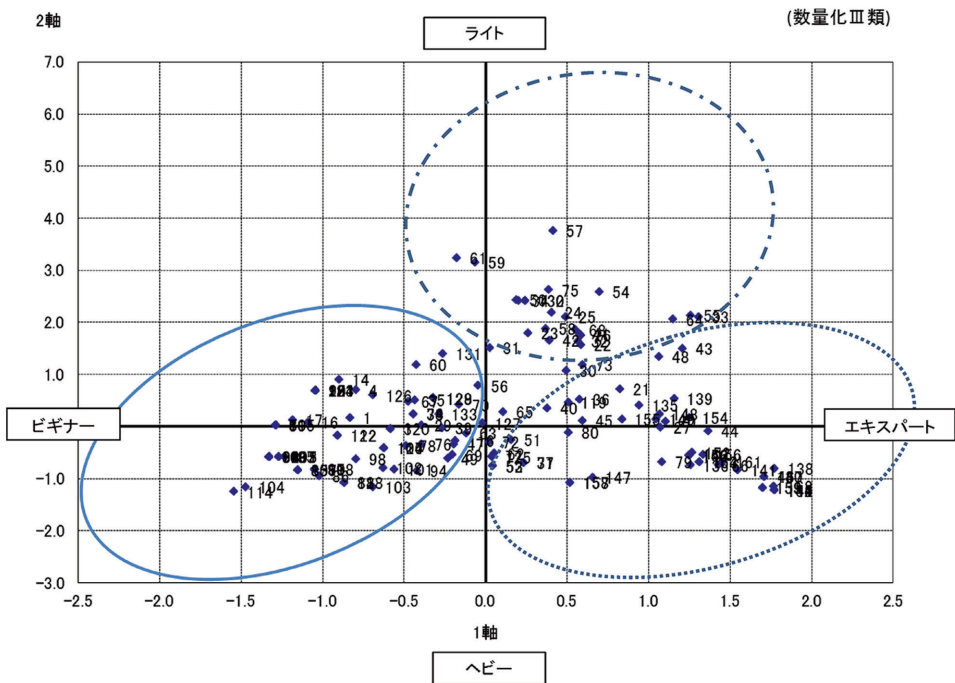


図2 基本特性のパターン分類 (サンプルスコア)

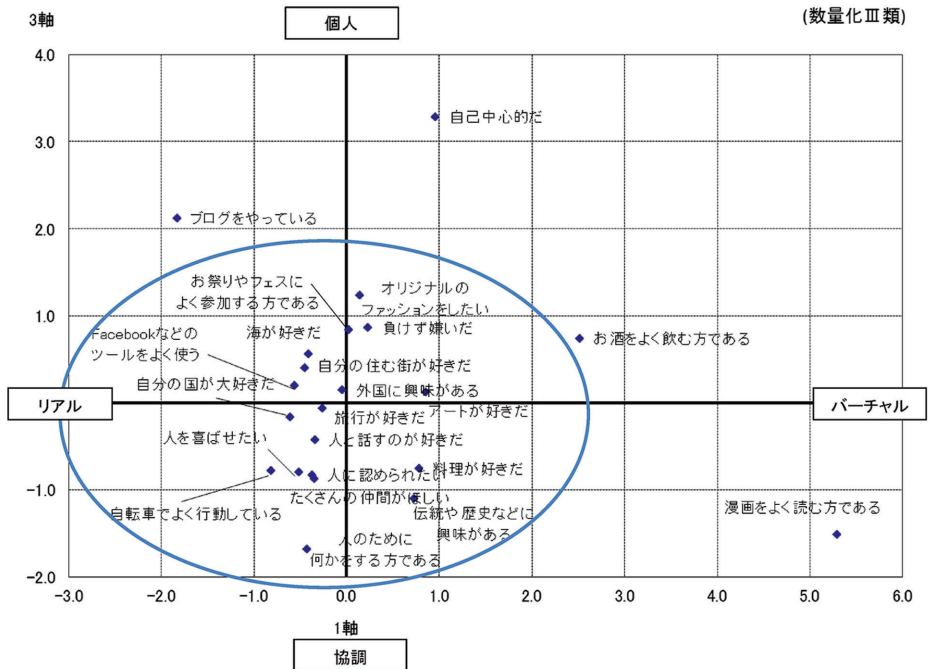


図3 ライフスタイルのパターン分類 (カテゴリースコア)

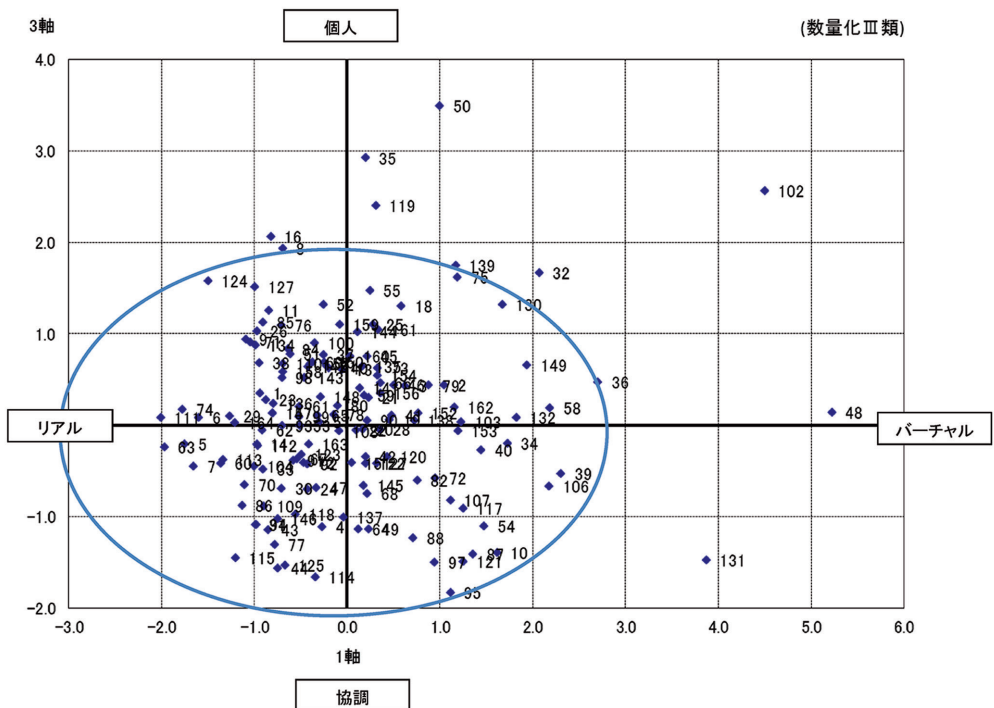


図4 ライフスタイルのパターン分類 (サンプルスコア)

ンプルスコアを用いて分析した。図2は、ストリートダンサーの基本特性におけるパターン分類でのサンプルスコアを示した結果である。

「ヘビー・ビギナーパターン」に関しては、サンプルスコアでみると「ライト・エキスパートパターン」や「ヘビー・エキスパートパターン」よりも多くのサンプルが集中している。この結果は、ダンス経験が比較的に浅く、スキルもあまり高くないようなビギナー系のダンサーがサークル活動のように、大勢で集まり和気あいあいと活動していることが推察され、「ヘビー・ビギナーパターン」に属するダンサーが多いことを示している。また、図中の左上のエリアは、ストリートダンスへの関わりがライトでビギナーレベルであるパターンではあるが、現段階ではこのパターンに位置するストリートダンサーがほとんどいないという結果を示している。

(2) ライフスタイル特性のパターン分類

ここでは、ライフスタイル特性のカテゴリー相互の類似性を検討するためにカテゴリースコアを算出した。図3は、ライフスタイル特性のカテゴリースコアによるパターン分類を示した結果である。

図中において、上下を規定する縦軸は、下方向にいくほど「人のために何かをする方である」、「たくさんの仲間がほしい」など他者との協調がみられる項目が分布をしている。一方、上方向にいくほど「自己中心的だ」、「オリジナルのファッションをしたい」など私的・個人的な項目が分布していることから、上下の特徴を「個人-協調」の軸であると解釈した。また、左右を規定する横軸は、右方向にいくほど「漫画をよく読む方である」、「お酒をよく飲む方である」などの仮想空間を示す項目が分布している。一方、左方向にいくほど「ブログをやっている」、「自転車をよく行動している」などの実体験を示す項目の分布がみられることから、左右の特徴を「リアル-バーチャル」の軸であると解釈した。

これらの分布の結果、ライフスタイルは、一部にばらつきのあるカテゴリーがみられたものの、一つのライフスタイルパターンに集約される結果であった。

さらにライフスタイルのカテゴリースコアの分布から抽出されたパターンに対するサンプルスコアの分布について検討した。図4は、ストリートダンサーのライフスタイル特性によるパターン分類のカテゴリースコア空間に、全対象者のサンプルスコアを軸別に算出し、それぞれの座標に配置したものである。その結果、

ライフスタイルのカテゴリーから抽出された一つのパターンの中に一部のサンプルを除いて大部分のサンプルが位置づく結果であった。

3. 活動スポットからみたライフスタイル特性

結果2-(2)において、ストリートダンサーのライフスタイルのパターンは単一であることが示されたが、ここでは、さらに個別な対象へのサービスづくりを検討するためにライフスタイルと諸特性とのクロス分析を試みた。表4は、ライフスタイル特性を活動スポット別に示したものである。本研究での活動スポットは、結果1-(2)で示すように、ストリートダンス練習場としての知名度が高い新宿の損保ジャパンビル（旧安田火災）などを「超メジャー」、新宿コズミックセンターを「メジャー」スポットなどのように、スポットの知名度や人気度に基づいて名付けているものであり、必ずしも利用者のレベルを表すものではない。即ち、「超メジャー」や「メジャー」スポットなどには、この調査時のように必ずしも連日エキスパートが集合しているわけではないこと。そして調査を行った「超メジャー」と「メジャー」スポットに関しては、実際においては集まる人が少ない状況であるために、表4では「超メジャー」と「メジャー」スポットを一つにまとめて「著名スポット」として扱うこととした。

研究方法2-(2)で示したが、本研究での調査は、実際にスポットに出向いて一緒に活動をしながらデータ収集をするという方法を選択している。その結果、活動スポットによる人数のばらつきがみられたが、むしろサンプル数の偏りは実際に活動スポットで直接出会った人々を示しており、この研究のこの段階での方法上の限界となるが、一方では現状を示す意味のあるばらつきであるとも考えられる。

ストリートダンサーのライフスタイルは共通する項目が多く、単一のパターンが抽出された。しかしながら、ここでの活動スポットによるクロス分析の結果では、各スポットによってライフスタイルが異なる傾向が示され、特に「ブログをやっている」は「スタジオ・スクール」のスポットがよく利用しており、「人と話すのが好きだ」は「大学」や「スタジオ・スクール」のスポットの活動者が多い傾向にある。どちらの項目も人とのコミュニケーション活動を示すものであり、ストリートダンサーの特性によるライフスタイルの特徴を示唆しているものと考えられる。

表4 活動スポット別によるライフスタイル

【ライフスタイル】	【活動スポット】									
	著名スポット		周辺		大学		スタジオ スクール		その他	
	n=8		n=21		n=52		n=35		n=5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
お酒をよく飲む方である	3	37.5	8	38.1	14	26.9	13	37.1	4	80.0
漫画をよく読む方である	0	0.0	5	23.8	13	25.0	6	17.1	2	40.0
お祭りやフェスによく参加する方である	4	50.0	13	61.9	16	30.8	13	37.1	2	40.0
アートが好きだ	5	62.5	11	52.4	19	36.5	22	62.9	3	60.0
旅行が好きだ	6	75.0	17	81.0	38	73.1	23	65.7	5	100.0
海が好きだ	7	87.5	15	71.4	35	67.3	28	80.0	4	80.0
料理が好きだ	6	75.0	8	38.1	11	21.2	14	40.0	2	40.0
自転車でよく行動している	3	37.5	3	14.3	18	34.6	11	31.4	2	40.0
ブログをやっている	1	12.5	6	28.6	11	21.2	13	37.1	4	80.0
Facebookなどのツールをよく使う	6	75.0	14	66.7	36	69.2	27	77.1	4	80.0
オリジナルのファッションをしたい	3	37.5	12	57.1	20	38.5	20	57.1	1	20.0
自己中心的だ	4	50.0	8	38.1	15	28.8	19	54.3	3	60.0
負けず嫌いだ	6	75.0	15	71.4	40	76.9	27	77.1	4	80.0
人に認められたい	5	62.5	15	71.4	37	72.5	28	80.0	2	40.0
たくさんの仲間がほしい	7	87.5	17	81.0	44	86.3	29	82.9	3	60.0
人と話すのが好きだ	8	100.0	18	85.7	38	73.1	34	97.1	4	80.0
人のために何かをする方である	5	62.5	14	66.7	28	53.8	19	54.3	1	20.0
人を喜ばせたい	7	87.5	19	90.5	42	80.8	28	80.0	3	60.0
外国に興味がある	7	87.5	19	90.5	41	78.8	32	91.4	4	80.0
自分の国が大好きだ	7	87.5	17	81.0	29	55.8	25	71.4	4	80.0
自分の住む街が好きだ	6	75.0	16	76.2	34	65.4	27	77.1	4	80.0
伝統や歴史に興味がある	7	87.5	11	52.4	15	28.8	16	45.7	2	40.0

IV. 考 察

1. 基本特性によるストリートダンサーのマーケティングセグメンテーション

ストリートダンサーの基本特性のパターン分類の結果から、3つのセグメントが抽出された。一つは、ダンスを始めて間もなく、10代中心のダンサーが、大学やメジャースポットに集まり大人数で和気あいあいとした活動をするような「ヘビー・ビギナーパターン」であった。また、ダンスに夢中になり長年踊り続けており30代以上を中心とした比較的ハイレベルなダンサーが、超メジャースポットや周辺スポットでスキル

に磨きをかけたり、チーム活動を行うなど、濃い活動をしているような「ヘビー・エキスパートパターン」であった。さらに、会社員・公務員やフリーターが中心になり、ある程度のダンススキルを身に付けているものの、ダンスへの取り組みはまだ少ない「ライト・エキスパートパターン」としての明確なパターンが抽出された。

これらの3つの異なるパターンはマーケティングの初期段階で抽出すべき対象者の特徴的なパターンであり、セグメントを意味している。抽出されたセグメントはそれぞれの特徴を示しており、それぞれのセグメントに応じた普及活動やサポートが期待される。

例えば、「ヘビー・ビギナーパターン」のような大人数で和気あいあいとした活動をするダンサーに対しては、ダンスレッスンと旅行・観光を一つのパッケージとして組み合わせたダンスツーリズムなどの開催が挙げられる。具体的なイベント例としては、2012年9月に株式会社ムーヴメント¹²⁾主催によるストリートダンス業界初の野外フェスティバルが新潟県で行われたが、そのようなイベントに適合するセグメントであると考える。

「ライト・エキスパートパターン」のような会社員を中心とし、ダンススキルは身に付けているもののダンスへの取り組みや活動頻度が少なくなっているダンサーに対しては、通勤前に参加できる平日の早朝フェスティバルの開催などが相当するものと考えている。日本では音楽・ダンス・エンターテイメントなど様々なものを取り入れた日本初の早朝フェスティバルとして、Morning Gloryville Tokyo¹³⁾により「朝からハイテンションになれる場づくり！」をモットーに2014年7月からスタートしている。このイベントは、平日の朝6時30分から始まるため、会社勤めのダンサーにも参加が可能となっており、このセグメントはそのようなプログラムやイベントに適合するものと考えている。

「ヘビー・エキスパートパターン」は、コア系、ダンサー、固有なスポット、スタジオなどの利用者がパターンを形成し、いわゆる濃いダンサー集団のセグメントである。今後はさらに洗練された条件整備が求められるセグメントとして考えられる。

さらにこれらの2軸による分類から、現状ではまだ多くの対象者は見出せてはいないが、サンプルの分布がみられなかった「ライト・ビギナーパターン」のように、興味はあるものの、現段階ではまだダンスをやったことがない空白のセグメントも示唆される。即ちこのエリアに属する対象は、いわゆるダンス初心者で、これからストリートダンスに関わる可能性のある新しいダンサー像として考えることができよう。本研究の分析においては明確にはとらえることができなかったが、今後未開拓セグメントとして浮上する可能性を秘めているものと考えている。

今後の実質的であり具体的なマーケティング活動に繋ぐためには、本研究で検討したマーケットセグメンテーションによるセグメントに対し、どのセグメントに焦点を当て、マーケティングを展開するかの判断は組織や企業サイドの戦略的な判断に委ねられるが、各セグメントに対して、効果的なイベントやプログラム

を企画提案し、ダンサーの満足度の向上やダンス市場の拡大へ繋げていくことが重要であると考える。

2. ライフスタイル特性によるストリートダンサーのマーケットセグメンテーション

ストリートダンサーのライフスタイル特性のパターン分類の結果から、単一化されたパターンとして一つのセグメントに集約された。小野里ら(2014)¹⁵⁾によるダンス愛好者を対象にした運動者行動に関する研究では、ダンス愛好者のライフスタイルの特徴を明らかにしており、ダンスジャンルによって異なる傾向があることが報告されている。このことから、HIPHOPやBREAKIN'など、ストリートダンサーにおいても様々なジャンルが取り組まれていることから、ライフスタイルがいくつかのパターンに分類されるのではないかと推察された。しかしながら、本研究の結果では、ストリートダンサーのライフスタイルは特徴的な一つのセグメントに集約される結果を示した。また、サンプルスコアも同じ空間にまとまった分布を示す結果であった。

即ち、この単一のセグメントは、本研究のストリートダンサーのライフスタイルの視点からの似た者同士の傾向を示しており、自由で多様なイメージを与えるストリートダンサーではあるが、その特徴的な一面を示しているものと考えている。

3. ストリートダンサーのための新たなマネジメントの検討

表4の結果から、ストリートダンサーの活動スポットによってライフスタイルは異なる傾向が示された。このことから、様々なストリートダンサーに対応するためのよりきめ細かで効果のあるサービスづくりやマネジメントの可能性を示唆しているものと考えている。具体的には、ストリートダンサーは全体的にブログを利用したコミュニケーションよりも人と直接会って話しをすることを好む傾向にあり、それぞれの活動スポットにより特徴的な結果を示している。即ち、より細かいサービスの提案をする場合には、単一のライフスタイルだけではなく、性別や運動・スポーツ経験など多様な特性と組み合わせで考えていくなど、さらに踏み込んだ視点での今後の運動者行動研究の必要性をも示しているものと考えている。

V. 結 論

本研究では、ストリートダンスを一種のスポーツ行動として捉え、宇土(1988)¹⁰⁾による伝統的な運動者行動論の視点から、ストリートダンサーの様々な特性を明らかにするとともに、特徴的なセグメントを抽出し、ストリートダンサーに対する新たなマネジメントの在り方や今後の研究の可能性について考察・検討した。その結果は、以下のように要約することができる。

1. ストリートダンサーの諸特性による明確なセグメントが抽出された。

それらは、学生やサークルを中心とする「ヘビー・ビギナーパターン」、30代以上やコア系を中心とする「ヘビー・エキスパートパターン」、会社員・公務員やフリーターを中心とする「ライト・エキスパートパターン」であった。

2. ストリートダンサーのライフスタイルを統合した特徴的なセグメントが抽出された。

その一部の特徴から、ストリートダンサーは地域への愛着性、独立的ではなく人とともに行動することを好む傾向にあることなど、現代的な若者のパターンとしての特徴が示された。

3. これらのストリートダンサーのセグメントの検討により、ストリートダンサーのためのサービスづくりをはじめとする新たなマネジメントの在り方が示唆された。

このようなマーケットセグメンテーションによる検討は、運動者行動研究におけるより細かなサービスづくりの有効性を示すとともに、ストリートダンサーの今後の研究の可能性や新たなマネジメント研究の在り方を示すものと考えられる。

ストリートダンサーは個人的・独立的ではなく仲間とともに活動することを好む傾向があることに加え、母国愛・郷土愛を思わせる項目に好反応を示したことから、地域への愛着性が伺えるとともに仲間との交流を重視するマイルドヤンキー¹⁴⁾のような一種の現代的な若者像として捉えることが可能ではないだろうか。

今後は本研究で示唆された部分についての大規模な調査などでの確認も重要となるとともに、ストリートダンサーの特性を生かした具体的なマネジメント及びサービスづくりへと繋げていくことが期待される。

引用文献

1) 安藤喜久雄編(1998) 若者のライフスタイル, 学文社,

東京.

- 2) エイベックス・プランニング&デベロップメント株式会社(2003)「ストリートダンスとは?」, <http://www.dance-avex.com/dancemaster/streetdance>, (参照日2014年9月9日).
- 3) 地域流通経済研究所(2009)「若者のライフスタイルと消費行動～若者は本当にお金を使わないのか!?～」, 地域流通経済研究所, 熊本.
- 4) 電通総研(2011)「35-64才男性の意識・ライフスタイル調査」, <http://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2011051-0519.pdf>, (参照日2012年5月7日).
- 5) 畑攻, 小野里真弓(2006) 観戦者の好みのスポーツによるスペクテータースポーツのマーケットセグメンテーション, 日本女子体育大学紀要第36巻, p.29-36.
- 6) 石川織江(2012) ストリートダンスの基礎的マーケティング, 平成24年度日本女子体育大学修士論文.
- 7) 石川織江, 畑攻, 八丁茉莉佳, 小野里真弓(2014) ストリートダンサーの特性及び行動分析からみた研究の可能性, 日本体育学会第65回大会予稿集, p.178.
- 8) 石川織江, 畑攻, 小野里真弓(2013) ストリートダンサーの特性及び行動分析からみたマネジメント研究の可能性, 日本体育学会第64回大会予稿集, p.230.
- 9) 石川織江, 畑攻, 田川絵梨(2011) ストリートダンサーの特性と行動に関する分析と考察, 日本体育学会第62回大会予稿集, p.171.
- 10) 石川織江, 畑攻, 田川絵梨, 小山さなえ, 小野里真弓(2012) ストリートダンスのマーケティング, 日本体育学会第63回大会予稿集, p.180.
- 11) 株式会社イマジネーションプロミナミカゼ(2014)「第10回芸王グランプリダンスコンテスト」, <http://www.minamikaze.co.jp/geionedance/>, (参照日2014年9月8日).
- 12) 株式会社ムーヴメント(2012)「movement dance festival2012」, <http://www.movement.ne.jp/naeba/>, (参照日2012年9月17日).
- 13) Morning Gloryville Tokyo(2014)「通勤通学前に参加できる!平日の早朝フェス「Morning Gloryville Tokyo」#01」, <http://morninggloryville-tokyo.peatix.com>, (参照日2014年9月8日).
- 14) NHK日本放送協会(2014)「NHK ニュースおはよう日本」, <http://www.nhk.or.jp/ohayou/marugoto/2014/05/0512.html>, (参照日2014年5月16日).
- 15) 小野里真弓, 畑攻, 小山佳子, 坂本秀子, 高野美和子(2014) ダンス愛好者の運動者行動に関する研究—舞踊学専攻学生のダンス・スポーツ行動分析から—, 日本女子体育大学紀要第44巻, p.27-38.
- 16) 小野里真弓, 畑攻, 松山善弘(2010) レッスンビジネスにおけるベネフィット・セグメンテーション—ダンスカンパニーを対象とした分析と考察—, 日本女子体育大学紀要第40巻, p.11-21.
- 17) 成民鐸(1997) 中国大学生のスポーツ及びライフスタイルに関する調査研究—北京・上海・太原の3地区の大学生

- の分析から～，平成9年度日本女子体育大学大学院修士論文。
- 18) 宇土正彦，佐々木吉藏，梅本二郎，他(1988) 体育管理学入門，大修館書店，東京。
- 19) 宇土正彦，八代勉，中村平(1994) 体育経営管理学講義，大修館書店，東京。
- 20) 山下秋二，中西純司，畑攻，他(2007) スポーツ経営学：改訂版，大修館書店，東京。

参考文献

- 池田みどり(2007) テニススクールのサービスプロダクトに関する研究，平成19年度日本女子体育大学大学院修士論文。
- 池田瑠里(2004) 競技スポーツ集団に関する組織論的研究，平成16年度日本女子体育大学大学院修士論文。
- 伊東夕夏(2006) ダンス系レッスンにおけるサービスプロダクトに関する研究，平成18年度日本女子体育大学大学院修士論文。
- 菅民郎(2007) 多変量解析の実践：下，現代数学社，京都。
- 近藤隆雄(1999) サービス・マーケティング～サービス商品の開発と顧客価値の創造～，生産性出版，東京。
- 小坂知子(2009) スポーツイベントとスポーツ振興に関する研究，平成21年度日本女子体育大学大学院修士論文。

- 前田佳奈，畑攻，小野里真弓，成瀬美紀，小坂知子(2010) 「オグシオ」効果とバドミントンの振興に関する研究－第62回全日本総合バドミントン選手権大会観戦者調査の分析と考察－，日本女子体育大学紀要第40巻，p.67-74。
- 文部科学省(2008)「中学校学習指導要領(平成20年3月告示)」，http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/youryou/chu/index.htm，(参照日2012年10月9日)。
- 関友作，萩生田伸子，高柳良太(1998) SPSS for Windowsのやさしい使い方 基礎編，アトムス，東京。
- 七類誠一郎(2010) 黒人リズムの秘密 改訂版，郁朋社，東京。
- 周欣明(2006) 外国人留学生のスポーツ観，生活観及びスポーツ行動に関する研究，平成18年度日本女子体育大学大学院修士論文。
- 八代勉，中村平(2002) 体育・スポーツ経営学講義，大修館書店，東京。

(平成26年9月9日受付)
(平成26年12月17日受理)