

## メガスポーツイベントにおける日本代表の活躍が 学生選手に与える影響

鈴木慶太<sup>1)</sup>・小田美幸・富山浩三

2022年11月30日受付 2023年1月15日受理

### The impact of Japan's national team in Mega-sport events on student-athletes

Keita Suzuki, Miyuki Oda, Kozo Tomiyama

**Keywords:** Mega-sport events, social effect, basketball, Tokyo 2020

**キーワード:** メガスポーツイベント, 社会効果, バスケットボール, 東京2020

#### I. 緒言

2021年に開催された東京2020オリンピックにおいて、日本選手団は、過去最多の総メダル58個を獲得し、「コロナによって分断された世界を、スポーツの力で一つにした大会」（東京都公式ポータルサイト）と評され、コロナ禍で萎縮した日本に明るい話題を提供した。特に、バスケットボール女子日本代表チームにおいては、選手が所属する国内トップリーグ「Wリーグ」が、プロフェッショナルではない「実業団」カテゴリーであり、またバスケットボールの優位性が最も問われる平均身長において、180cmに満たない平均身長（公益財団法人日本バスケットボール協会，2021）であったにも関わらず、銀メダルを獲得した。バスケットボール競技がメダルを獲得すること自体、史上初の快挙（公益財団法人日本バスケットボール協会，2021）であり、予想以上の活躍に日本中が歓喜した。その影響は国内トップリーグの入場者数にも影響を与えた。東京2020オリンピック後に開催された、男子バスケットボールの国内トップリーグであるB.LEAGUEの入場者数が、前年比122%（2020年度1,293,392名から2021年度1,575,908名：公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ，2022）であったのに対し、女子バスケットボールの国内トップリーグWリーグの入場者数は、前年比328%（2020年度22,896人から2021年度73,445人：一般社団法人バスケットボール女子日本リーグ，2022）と、飛躍的に増加している。男子と比較して女子のリーグの増加率が高かった背景には、女子日本代表の活躍が影響していることは想像に難くない。

イベント効果の分類指標は、「有形効果」と「無形効果」の2つに大別できる（Dwyer et al.,2000;

1) 大阪体育大学大学院

Taks et al., 2015)。「有形効果」は、「経済効果」として取り上げられ、イベントによって計上または想定された利益が、金額により有形化される。例えば、プロ野球球団の優勝による経済波及効果などに用いられ、スポーツイベント開催に関する費用対効果の指標となっている (Crompton et al., 2001)。一方、「無形効果」は、「社会効果」として取り上げられるが、その内容が個人や社会的な指標で表現されるため、実態を把握しにくいことが特徴である。その指標は、ライフスキルやクオリティオブライフなど、可視化しにくいものであるがゆえに、「無形効果」は「有形効果」の研究に比べて研究が進展しにくい側面もある。これまでスポーツイベントの効果研究は、欧米諸国を中心に研究が進められており、日本においては経済効果を除く社会効果、環境効果についてはあまり研究が行われていないのが現状である (山口ほか, 2018)。

社会的インパクトに関するテーマでは、2008年から2017年の10年間で、「スポーツイベントがもたらす地域コミュニティへの効果」「センスオブコミュニティやセンスオブホームなど」「コミュニティ感覚に関するもの」「社会的インクルージョン領域」「スポーツ参加や観戦と生活満足度に関する領域」の視点で研究が行われている (富山, 2018)。これらの研究は、一般市民やイベントへの参加者などを対象としたものであり、当該スポーツ種目の競技者を対象とした研究は見受けられない。そこで、本研究では現在大学のバスケットボール部に所属する選手を対象として、バスケットボール女子日本代表の活躍による社会効果を明らかにすることを目的とした。

## II. 先行研究の検討

### 1. 社会効果の定義

一般的なスポーツイベントの社会効果についての明確な定義は定まっていないが (Ohman et al., 2006)、よく援用されるものとして「生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系が旅行とツーリズムの効果を通し変化すること (Hall and Lew, 2009,p57)」があるとしている (押見, 2020)。これは、スポーツ・ツーリズムの代表的な競技、ツール・ド・フランスの社会効果を明らかにした研究において示されたものである。松瀬ほか (2021) のラグビーワールドカップの事例を用いて実施した研究によれば、社会効果を「青少年の人材育成」「スポーツの振興」「地域アイデンティティの醸成」「交流の促進」「震災復興」に関わる効果と、ラグビーという競技の特性と、ワールドカップ大会の開催地域、地域住民に与える影響をより具体的に捉えて定義している。このように、イベントの社会効果は競技や大会、対象者によって様々な定義が述べられるなか、山口ほか (2018) は、特定のイベントに関連する社会的効果の定義は欠如しているとしながらも、スポーツイベントの社会効果を「スポーツイベントの開催を通じて、生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系が短期的に変化することの知覚」と操作的に定義した。そこで、本研究はこれに倣い、社会効果の定義を「東京2020オリンピック、バスケットボール女子・日本代表チームの活躍を通じて、国内競技者の生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系が変化することの知覚」とした。

### 2. スポーツ活動やトップアスリートが大学生競技者へ与える影響

トップアスリートの行動を基軸として大学生スポーツ競技者におけるスポーツ継続意図を検証した

研究（萩原ほか，2018）では、トップアスリートの行動で特に競技に対するひた向きの姿勢やスポーツパーソンシップらしい行動を認知しているスポーツ実施者は、自身の競技者としてのアイデンティティを高め、スポーツへの継続意図を示している可能性が示唆されたと述べている。この研究の中では、トップアスリートの活躍およびポジティブな行動は、多くの人々に影響を与える可能性が示されていること、トップアスリートから発信される行動・態度などのメッセージは青少年への影響力が強いことなどが指摘されていることから、わが国においてもトップアスリートの行動とスポーツ実施者の関連に着目した検証が必要である。また、島本ほか（2013）の、アスリートに求められるライフスキルを評価する尺度を、大学生アスリートを対象として構成し、その信頼性、妥当性を検証することを目的とした研究では、ライフスキルを「日常生活で生じるさまざまな問題や要求に対して、建設的かつ効果的に対処するために必要な能力」（WHO，1997）と定義した上で、「大学生アスリートの多様な個人属性によって、ライフスキルのスキルレベルにどのような特徴が認められるのか」等、ライフスキルに関する実証的研究が展開されていくことが予測されると述べている。それにより、アスリートに求められるライフスキルへの理解が深まるとともに、性差、種目差、学年差等の個人属性にもとづく知見は、大学生アスリート等を対象としたライフスキルプログラムの効果的な実践を促すものと期待されるとも述べている。このように「社会効果」、特に競技者の行動意欲や感情を明らかにすることは、今後、学生アスリートの環境整備のためには必要不可欠である。

### 3. 属性による比較について

本研究では、属性による比較として性差に注目して比較を行った。これは「身体的有能さの認知」と「統制感」については、各段階で男子が女子よりも有意に高い値を示した研究（岡沢ほか，1996）のように、身体的な男女の性差の研究は以前から行われており、また、徳永ほか（2000）の研究のように、男子は作戦能力（判断力、予測力）、自信、競技意欲で優れ、女子は自己実現意欲で優れ、協調性でやや優れていたと、男女の性差にも性別固有の特徴がそれぞれみられ、スポーツの指導にも生かされているとする研究に基づいている。感情面にフォーカスした研究では、田中ほか（2014）は、ポジティブ感情とネガティブ感情の性差に言及し、ポジティブ感情の表出に性差は認められなかったが、ネガティブ感情の表出は男子選手と比べ女子選手が高かったと結論づけた。さらには、煙山ほか（2018）の発展的な研究では、男子の方が女子よりポジティブ感情が高いことにより、ストレス反応を肯定的に受け止めることが可能と述べているように、感情面を柱として性差が比較されている研究は多く実施されている。しかし、感情は個々の性格やその時の環境などから評価が違ってくるため結果が一貫しておらず、また測定の実準もないため、研究の余地はまだ残されていると考えられる。

## Ⅲ. 研究方法

### 1. 調査対象

調査対象は、学生バスケットボール連盟に登録している大学生のバスケットボール競技者とした。男子競技者は関西学生バスケットボール連盟1部リーグに所属する4大学165名から回答を得た。女子競技者は関西女子学生バスケットボール連盟1部リーグ所属の3大学と2部リーグ所属の1大学116名、合計281名から回答を得た。

## 2. 調査方法

調査方法は、あらかじめ対象大学のバスケットボール指導者（監督またはコーチ）に調査の趣旨を説明したうえで、内容を理解・承諾を得て、各大学バスケットボール指導者宛に質問用紙を郵送し、質問紙調査を実施した。各大学では、指導者から競技者に主旨と記入方法を説明後、競技者に回答してもらい、配布と同じく郵送で回収した。

調査期間は、2022年6月9日から6月27日の間であった。

## 3. 調査項目

東京2020オリンピックのバスケットボール中継を観た競技者への社会効果の影響についての質問項目は、スポーツマネジメントに精通する研究者3名で、東京2020オリンピックでのバスケットボール女子日本代表チームの活躍によってもたらされる競技者への影響について議論し、33項目で構成される影響測定尺度を作成した。表1は、本研究で使用した影響測定尺度の表である。社会効果の定義に倣い、生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系別に記載し、メガスポーツイベントに関する項目を独自に追加した。

大項目である、生活の質、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系それぞれの領域内容に見合うよう付け足していった。付け足していくにあたっては、先行研究を参考にし、仲澤ほか（2014）、松本ほか（2015）、吉田ほか（2016）、隅野ほか（2020）を参考として、質問項目には、生活の質向上では「誇り」「真のファン」「尊敬」、コミュニティ構造では「絆」、行動パターンは「購入」がキーワードとして示されている。二宮（2011）、前田ほか（2013）、齋藤ほか（2009）を参考にした質問項目には、集団すなわちチームの価値体系の変化として、競技者が実際に競技する試合内容につながる「戦術・理解」「ドラマ性」「気持ちの高揚」がキーワードとして示されている。項目作成にあたり、生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系がバスケットボール女子日本代表の活躍によって変化するのかを明らかにすることを意識して作成した。新たに項目を作成した理由については、無観客開催という「前例の無いメガスポーツイベント」であったことと、「対象を競技者とした質問」、「歴史的な快挙を成し遂げた研究実績が希少であるバスケットボール女子日本代表チームに注目した」ことから、これらの状況にフィットする影響測定尺度を作成することが必要であると判断した。

その他の質問項目は、個人的属性の他、トップリーグ観戦経験、東京2020オリンピックの中継を観た頻度、東京2020オリンピックのバスケットボール中継を観た競技者への社会効果の影響についての質問項目である。中継を観た頻度は、「1. 観なかった 2. たまに観た 3. 良く観た」の3段階リッカート尺度とした。

## 4. 分析方法

サンプルの属性を明らかにするために、単純集計を行った。東京2020オリンピックのバスケットボール中継を観た競技者への社会効果の影響についての質問に関しては、探索的因子分析を行った。さらに因子ごとの合計得点を算出した上で、相違をみるために男女の性差に注目してt検定を行った。統計分析には、IBM SPSS statistics 25.0を使用した。

表1 影響項目33項目の一覧

項	目
<b>【生活の質】</b>	
	日本人としての誇りを持った。 自分のことを真のバスケファンであると思う。 選手の一生涯懸命プレーする態度に尊敬の気持ちを持った。 日本代表チームの選手・スタッフに親近感を覚えた。 試合観戦によりバスケットボールが更に好きになった。 普段の自身の練習にやる気が一層増した。
<b>【ライフスタイル】</b>	
	日本代表の試合を試合会場で観戦したいと思った。 Bリーグ・Wリーグを観戦したいと思った。 海外のバスケットボールリーグを観戦したいと思った。 日本代表選手のSNSを見てみたいと思った。 バスケットボールの専用アプリを見たいと思った。 日本代表選手が出演しているTV番組を観たいと思った。 日本協会やBリーグ、WリーグのHPを見たいと思った。 卒業後も、バスケットボールに関わりたいと思った。 海外リーグに挑戦したいと思った。
<b>【コミュニティ構造】</b>	
	家族やチームメイトとの絆が深まった。 家族やチームメイトとの会話が増えた。
<b>【行動パターン】</b>	
	出場選手の履いているシューズを履きたいと思った。 出場選手が着ているウェアのブランドを着たいと思った。 バスケットボールに関する書籍・DVDを購入したいと思った。 日本代表グッズ、Bリーググッズを購入したいと思った。 Bリーグチームのレプリカユニフォームを購入したいと思った。
<b>【個人及び集団の価値体系】</b>	
	最新の戦術・戦略について理解を深めることができた。 接戦となった試合の、ドラマ性を楽しむことができた。 日本代表チームの試合を観戦して気持ちが高揚した。 日本代表チームの試合やプレーを観て感動を覚えた。 海外のバスケットボールのレベルを知ることができた。 自分が所属する大学チームで試合に勝ちたいと思った。 バスケットボールをもっとうまくなりたいと思った。 出場選手のスキルやプレーを真似しようと思った。
<b>【メガスポーツイベントに関する項目】</b>	
	日本代表の試合を次回パリ大会も応援したいと思った。 日本代表チームに次回大会も期待したいと思った。 大会スポンサー企業に興味を持った。

## IV. 結果と考察

### 1. 回答者の個人的属性

表2には回答者の個人的属性を示した。281部の回答から、全ての質問に回答している254部を抽出、さらに、その中から東京2020バスケットボール中継に関して、女子日本代表の試合中継を「たまに観た」・「よく観た」と回答した217部のサンプルを抽出し、有効回答とした（有効回答率77.2%）。性別は、男性109名（50.2%）女性108名（49.8%）であった。学年は、大学1年生が最も多く（33.6%）、大学4年生の割合が低い値（15.2%）となった。A大学の指導者からは、大学4年生が少ない要因として、教育実習等の実習で大学を離れている競技者がいるという説明があった。競技歴は11年以上が50.2%と半数を超え、U-12のカテゴリー（小学生）でのクラブチーム（ミニバスケットボール）から、継続して競技を続けている競技者が多いことがうかがえた。試合経験は、控え選手が35.9%と最も多かったが、国体選抜競技者や地域選抜競技者などの選抜経験がある競技者も44.7%を占め、レベルの高い選手が含まれている事が示された。国内トップリーグ観戦経験であるが、B.LEAGUEやWリーグ、もしくは両リーグの観戦経験がある競技者が69.6%と、7割近い競技者が国内リーグの観戦経験を有するサンプルとなった。

表2 回答者の個人的属性

		n=217	%			n=217	%
<b>【性別】</b>				<b>【試合経験】</b>			
男性	109	50.2	レギュラークラスとして出場	57	26.3		
女性	108	49.8	控え選手として出場	78	35.9		
				登録外	44	20.3	
<b>【学年】</b>				未記入	38	17.5	
大学1年生	73	33.6	<b>【選抜履歴】</b>				
大学2年生	57	26.3	過去に選抜履歴がある	97	44.7		
大学3年生	54	24.9	過去に選抜履歴がない	93	42.9		
大学4年生	33	15.2	未記入	27	12.4		
<b>【出身地】</b>				<b>【国内トップリーグ※観戦履歴】</b>			
大阪府	59	27.2	トップリーグ観戦履歴がある	151	69.6		
大阪府以外	158	72.8	トップリーグ観戦履歴がない	60	27.6		
<b>【競技歴】</b>				未記入	6	2.8	
1年～5年	3	1.4					
6年～10年	95	43.8					
11年以上	109	50.2					

※国内トップリーグとは「B.LEAGUE」「Wリーグ」

### 2. 影響測定尺度の分析結果

平均値は4.52から2.38の範囲で値が示された。「自分が所属する大学チームで試合に勝ちたいと思った」（4.52）、「日本代表の試合を次回パリ大会も応援したいと思った」（4.50）など、自身のプレイや応援に関する項目は得点が高くなっているのに対して、「日本代表グッズ、Bリーググッズを購入したいと思った」（2.50）、「Bリーグチームのレプリカユニフォームを購入したいと思った」（2.38）といった項目では、得点が低かった。平均値が4点台の項目の中には天井効果が疑われる数値もみられるが本研究では以下の分析に進むこととした。

### 3. 探索的因子分析の結果

本研究においては、先行研究を参考に測定尺度を作成した事から、探索的因子分析を行って、尺度を構成する因子について把握を試みた。表3は、探索的因子分析の結果を示した。バスケットボール女子日本代表が大学生アスリートにもたらした影響では、作成した33項目から探索的因子分析により、以下のような5つの因子・25項目が抽出された。

#### 3.1 第1因子

第1因子は、探索的因子分析（表3の因子抽出法：最尤法・回転法：Kaiserの正規化を伴うプロマックス法・a 6回の反復で回転が収束、以下表第5因子まで同じ）の結果、「出場選手のスキルやプレーを真似しようと思った」、「バスケットボールをもっとうまくなりたいと思った」「試合観戦によりバスケットボールが更に好きになった」「海外のバスケットボールリーグを観戦したいと思った」「選手の一生懸命プレーする態度に尊敬の気持ちを持った」「最新の戦術・戦略について理解を深めることができた」「日本代表の試合を次回バリエ大会も応援したいと思った」「海外のバスケットボールのレベルを知ることができた」「普段の自身の練習にやる気が一層増した」「日本代表の試合を試合会場で観戦したいと思った」「自分が所属する大学チームで試合に勝ちたいと思った」の11項目が抽出された。第1因子は、レベルの高い国際試合を視聴し、高身長の手相手国選手に対しても対抗できる卓越した技術や、緊迫した場面で困難なシュートを決めるなどの想像を超えた超人的なプレー、計算された緻密な戦術戦略などを垣間見て、バスケットボールという競技に対してのスキルアップを望む気持ちや、純粹にバスケットボール競技そのものに対して前向きに取り組む姿勢が表れていたため、「ポジティブマインド」因子と命名した。「ポジティブマインド」因子には、個人及び集団の価値体系の変容を始め、練習や試合に対する積極的な取り組み態度のような、行動パターンの前向きな変容もみられた。

#### 3.2 第2因子

第2因子は、「日本代表グッズ、Bリーググッズを購入したいと思った」「Bリーグチームのレプリカユニフォームを購入したいと思った」「バスケットボールに関する書籍・DVDを購入したいと思った」「大会スポンサー企業に興味を持った」「出場選手の着ているウェアのブランドを着たいと思った」「出場選手の履いているシューズを履きたいと思った」の6項目が抽出された。第2因子は、関連商品の購買に対する意欲が表れていたため「購買意欲」因子と命名した。スポーツ観戦において、応援するチームのレプリカユニフォームを着用することや、憧れの選手の履いているシューズを履くことはよくあることである。東京2020オリンピックは無観客での開催となったために実際に試合は観戦していないが、それでも、購買意欲に関する因子が抽出された。

#### 3.3 第3因子

第3因子は、「日本代表選手のSNSを見てみたいと思った」「日本代表選手の出演しているTV番組を観たいと思った」「日本協会やBリーグ、WリーグのHPを見たいと思った」「バスケットボールの専用アプリを見たいと思った」の4項目が抽出された。第3因子は、日本代表選手のSNS、メディア、ホームページ、専用アプリなどから代表選手の出場試合の情報や競技成績に限らず、私生活に至るま

で多くの情報を収集する意欲が表れていた。「情報収集意欲」因子と命名した。大会前は、バスケットボール選手のTV出演はあまり見かけなかったが、銀メダル獲得以降、女子日本代表選手や、チームを率いたコーチのTV出演は頻繁であった事から、このような因子が抽出されたことが考えられる。

### 3.4 第4因子

第4因子は「家族やチームメイトとの絆が深まった」、「家族やチームメイトとの会話が増えた」という2項目が抽出され、家族やチームメイトなど対人関係に関する項目なので「対人関係」因子と命名した。家族との絆が深まった背景には、女子日本代表の活躍に共感したことや、その情報を共有するため会話も増えたことが考えられる。

### 3.5 第5因子

第5因子は、「日本代表チームの試合やプレーを観て感動を覚えた」、「日本代表チームに次回大会も期待したいと思った」という2項目が抽出され、今後も、日本代表チームに対する感動と期待に関する項目なので「感動と期待」因子と命名した。「感動と期待」因子は、日本代表チームの活躍を観た瞬間にインパクトを受けて心に刻まれ、その後の生活の質を豊かにする可能性がある。

表3 本研究で用いた項目の探索的因子分析の結果

	1	2	3	4	5	$\alpha$
<b>【ポジティブマインド】</b>						0.901
出場選手のスキルやプレーを真似しようと思った	0.814	-0.074	0.021	-0.049	0.003	
バスケットボールをもっと上手になりたいと思った	0.785	-0.063	-0.047	-0.024	0.023	
試合観戦によりバスケットボールが更に好きになった	0.683	0.039	0.096	0.066	-0.088	
海外のバスケットボールリーグを観戦したいと思った	0.668	0.086	0.035	-0.127	-0.223	
選手の一生懸命プレーする態度に尊敬の気持ちを持った	0.656	-0.002	-0.042	-0.076	0.214	
最新の戦術・戦略について理解を深めることができた	0.618	0.098	-0.082	0.112	-0.025	
日本代表の試合を次回バリ大会も応援したいと思った	0.616	-0.129	0.138	-0.073	0.106	
海外のバスケットボールのレベルを知ることができた	0.612	-0.009	-0.078	0.064	0.078	
普段の自身の練習にやる気が一層増した	0.611	0.111	-0.16	0.194	0.074	
日本代表の試合を試合会場で観戦したいと思った	0.563	-0.057	0.173	-0.026	0.117	
自分が所属する大学チームで試合に勝ちたいと思った	0.516	0.013	-0.053	0.048	0.213	
<b>【購買意欲】</b>						0.883
日本代表グッズ・Bリーググッズを購入したいと思った	-0.077	0.982	0.007	-0.091	0.108	
Bリーグチームのレプリカユニフォームを購入したいと思った	-0.157	0.967	-0.029	-0.032	0.114	
バスケットボールに関する書籍・DVDを購入したいと思った	0.207	0.789	-0.107	-0.021	-0.104	
大会スポンサー企業に興味を持った	0.062	0.655	-0.043	0.046	-0.073	
出場選手の着ているウェアのブランドを着たいと思った	0.04	0.498	0.138	0.017	-0.041	
出場選手の履いているシューズを履きたいと思った	-0.108	0.461	0.089	0.13	0.053	
<b>【情報収集意欲】</b>						0.834
日本代表選手のSNSを見てみたいと思った	-0.125	-0.019	0.832	0.098	0.073	
日本代表選手が出演しているTV番組を観たいと思った	0.031	-0.046	0.786	-0.072	0.122	
日本協会やBリーグ、WリーグのHPを見たいと思った	0.014	0.303	0.571	0.017	-0.043	
バスケットボールの専用アプリを見たいと思った	0.291	0.135	0.502	0.026	-0.189	
<b>【対人関係】</b>						0.863
家族やチームメイトとの絆が深まった	-0.072	0.014	0.094	0.949	0.002	
家族やチームメイトとの会話が増えた	0.228	-0.002	-0.066	0.71	-0.009	
<b>【感動と期待】</b>						0.89
日本代表チームに次回大会も期待したいと思った	0.292	0.032	0.034	-0.027	0.704	
日本代表チームの試合やプレーを観て感動を覚えた	0.245	0.013	0.099	0.026	0.693	

#### 4. 性別によるt検定の結果比較

次に社会効果の影響を性差の視点で明らかにするため、因子毎に合成得点を算出した際の、男女毎の平均値・標準偏差とt値を表4に示した。「対人関係」因子以外の因子で有意差がみられ、「ポジティブマインド」因子、「情報収集意欲」因子、「感動と期待」因子で女子の方が高い平均値になった。女子が受けた影響のうち、最も平均値の差が大きかったのは「感動と期待」因子（男子平均＝4.01，女子平均＝4.64）であった。「ポジティブマインド」因子に次いで平均値で差がみられた「情報収集意欲」因子においては5%水準で有意差がみられ、女子の方が平均値は高い結果（男子平均＝3.51，女子平均＝3.77）となった。一方、「購買意欲」因子（男子平均＝2.84，女子平均＝2.52）では、男子が唯一平均値で女子を上回った。今後は、マーチャンダイジング分野での研究、さらには現場での実践へと発展していくことも可能であることが考えられる。「対人関係」因子（男子平均＝3.66，女子平均＝3.67）であるが、家族やチームメイトとの対人関係においては、性差なく影響も見られていない。

表4 因子の男女別平均値・標準偏差とt値

	男性(n=109)		女性(n=108)		t 値	有意確率
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差		
【ポジティブマインド】	4.19	6.92	4.40	4.58	2.93	**
【購買意欲】	2.84	5.14	2.52	5.37	2.69	**
【情報収集意欲】	3.51	3.59	3.77	2.92	2.28	*
【対人関係】	3.66	1.72	3.67	1.73	0.09	n.s.
【感動と期待】	4.01	1.69	4.64	1.12	6.49	***

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

#### V. まとめ

今回の研究では、メガスポーツイベントから競技者が受ける社会効果を明らかにすることが目的であった。その結果、「ポジティブマインド」因子、「購買意欲」因子、「情報収集意欲」因子、「対人関係」因子、「感動と期待」因子の5つの因子を新たに抽出することができ、「購買意欲」以外で高い平均値の値を得ることができた。この5つの因子から考察することが有効である可能性がある。

今後の研究に向けての課題であるが、本研究で検討された影響尺度は、今後、対象の範囲を広げ、尺度の信頼性と妥当性を高めていくことが必要である。また、今後のイベントにおいては開催前後のデータも収集し、大会前の状態と大会を視聴したその後の変化を時系列で比較することで、メガスポーツイベントから競技者が受ける社会効果の影響により、競技者のライフスタイルや行動パターンを変化させる可能性があると考えられる。

#### 参考・引用文献

- Crompton, J. L., Lee, S., and Shuster, T. S. (2001) A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest example. *Journal of Travel Research*, 40: 79–87.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistillis, N., and Mules, T. (2000) A framework for assessing 'tangible' and 'intangible' impacts of events and conventions. *Event Management*, 6(3): 175–189.

- 萩原悟一・下園博信・黒田次郎・大下和茂・秋山大輔・中田征克. (2018). トップアスリートの行動と大学生競技者のスポーツ継続意図の関連. 教育医学, 63, 260-265.
- Hall, C. M., and Lew, A. A. (2009) Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach: Routledge, NY, USA, pp.42-85.
- 一般社団法人バスケットボール女子日本リーグ. 第23回W LEAGUE SEASON REPORT. [https://www.wjbl.org/static/pdf/annualreport/21\\_report.pdf](https://www.wjbl.org/static/pdf/annualreport/21_report.pdf) (閲覧日2022年11月30日)
- 稲垣俊介・和田裕一・堀田龍也. (2017). 高校生におけるインターネット依存傾向と学校生活スキルの関連性とその性差. 日本教育工学会論文誌, 40, 109-112.
- 稲垣俊介・和田裕一・堀田龍也. (2018). 高校生における対人依存欲求とインターネット利用の性差との関係. 日本教育工学会論文誌, 41, 089-092.
- 木佐貫久代・江刺正吾. (1996). サッカーの観戦動機にみられる性差の検討. スポーツ社会学研究, 4, 106-114.
- 煙山千尋・尾崎光洋. (2018). スポーツ選手のストレス関連成長がストレス反応に及ぼす影響—ストレスコーピングを媒介変数としたモデルにおける影響性の性差の検討—. 岐阜聖徳学園大学紀要, 教育学部編, 57, 87-94.
- 公益財団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ. B.LEAGUE 2021-22 SEASON REPORT. <https://www.bleague.jp/files/user/B.LEAGUE%202021-22%20SEASON%20REPORT.pdf> (閲覧日2022年11月30日)
- 公益財団法人日本バスケットボール協会, テクニカルレポート2021, <http://www.japanbasketball.jp/training/documents/> (閲覧日2022年11月30日)
- 前田和範・富山浩三・吉倉秀和. (2013). 新規参入プロスポーツチームの観戦者特性 Push-Pull 要因の視点から. 生涯スポーツ学研究, 9 (1-2), 33-42.
- 松井くるみ・原田宗彦. (2011). プロスポーツ観戦者の将来ファン行動に関する研究—感情と満足度. スポーツ科学研究, 8, 12-34.
- 松本耕二・渡辺泰弘. (2015). 地元プロ・スポーツチームのチームイメージ, チーム同一性と地域愛着. 広島経済大学研究論集, 38 (3), 13-21.
- 松瀬学・山本巧・富田幸祐. (2021). 国際スポーツイベントが開催地域にもたらす社会効果の認識に関する調査: ラグビーワールドカップ2019を事例として. 運動とスポーツの科学, 26, 187-195.
- 仲澤眞・吉田政幸. (2014). Jリーグ観戦者の動機因子Jリーグ導入期における二次的データの検証. スポーツマネジメント研究, 6 (1), 17-35.
- 二宮浩彰. (2011). プロスポーツ観戦者行動におけるチームに対する愛着とホームタウンへの地域愛着. 同志社スポーツ健康科学, 3, 14-21.
- Ohmann, S., Jones, I., and Wilkes, K. (2006) The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents. Journal of Sport and Tourism, 11: 129- 152.
- 岡沢祥訓・北真佐美・諏訪祐一郎. (1996). 運動有能感の構造とその発達及び性差に関する研究. スポーツ教育学研究, 16 (2), 145-155.
- 押見大地. (2020). メガスポーツイベントによる社会効果 東京2020オリンピック・パラリンピックにおける検証. スポーツマネジメント研究, 12 (1), 3-16.
- 齋藤れい・原田宗彦・廣瀬盛一. (2010). スポーツ観戦における経験価値尺度開発およびJリーグ観戦者の分類. スポーツマネジメント研究, 2 (1), 3-17.
- 島本好平・東海林祐子・村上貴聡・石井源信. (2013). アスリートに求められるライフスキルの評価—大学生アスリートを対象として尺度開発—. スポーツ心理学研究, 40 (1), 13-30.
- 隅野美砂輝・友利太河・萩原悟一・竹下俊一. (2020). プロスポーツ観戦者の再購買意図に影響を及ぼす要因: チームアイデンティフィケーションと態度的チームロイヤリティの関係に着目して. 鹿屋体育大学学術情報リポジトリ, 58, 30-40.
- 田中輝海・水落文夫・杉山佳生. (2014). スポーツ選手のバーンアウト傾向とポジティブ感情の関係性: 性差からの検討. 健康科学, 36, 1-10.

Taks, M., Chalip, L., and Green, B. C. (2015) Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European Sport Management Quarterly*, 15(1): 1–6.

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 東京都ポータルサイト, アクション&レガシー. <https://www.2020games.metro.tokyo.lg.jp/special/watching/tokyo2020/games/legacy/> (閲覧日 2022年11月30日)

徳永幹雄・吉田英治・重枝武司・東健二・稲富勉・齋藤孝. (2000). スポーツ選手の心理的競技能力に見られる性差、競技レベル差、種目差. *健康科学*, 22, 109–120.

富山浩三. (2018). スポーツがもたらす社会的インパクトがスポーツチーム・クラブマネジメントに与える影響：地域愛着の視点から. *大阪体育大学紀要*, 52, 25–33.

山口志郎・押見大地・福原崇之. (2018). スポーツイベントが開催地域にもたらす効果：先行研究の検討. *体育学研究*, 63, 13–32.

吉田政幸・仲澤眞・岡村敬子・吉岡那於子. (2016). スポーツファンの誇り プロサッカーとプロ野球における検証. *スポーツマネジメント研究*, 9 (1), 3–21.