

## 大分県民のライフスタイルとスポーツベネフィット

### Lifestyle and Sports Benefits for the Inhabitants of Oita Prefecture

洲 雅明 清水 富弘\* 田井村 明博\*\*

Masaaki Suga, Tomihiro Shimizu & Akihiro Taimura

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the relationship between the lifestyle and the sports benefits for the Inhabitants of Oita prefecture.

This study was carried out by taking the concept of lifestyle and the theory and method of lifestyle segmentation into the field of sports marketing.

This research was conducted in Oita prefecture. The questionnaire was given to adults from all over to maintain consistency in demographic features. In total, 4156 questionnaires were collected.

The lifestyles in Oita prefecture were divided into 6 clusters, named: "non-traditional but home-loving group", "anti-usual life group", "self sufficiency group", "negative and indifferent group", "positive succeeding group", "enjoying life at will group".

Sports benefits were divided into 9 factors, named: "accessibility", "information", "friendship", "utility by sports", "sports service", "trends", "training", "instructor", "skill improvement".

By examining the relation between these elements, the following things were clarified:

- 1) People's life values, philosophy of life and trends of lifestyle exert influence on their levels of sports life.
- 2) People's levels of sports life exert influence on their sports benefits.

#### < 緒 言 >

一般的にライフスタイルは、生活、行動、価値観といった多面的な生活システムを包括的にとらえる概念で、特定の集団、階層が共有するものとされ、社会行動の理解や整理を助けるという点から、近年マーケティングの分野でよく用いられている<sup>5)7)8)</sup>。日本人のライフスタイルの分析については、飽戸(1989)がYankelovich(1964, 1983)<sup>16)17)</sup>のライフスタイル・セグメンテーションや諸外国との比較を独自の長年の研究<sup>1)2)</sup>から検討し、その手法を実証的に考案している<sup>3)</sup>。これは、日本人の実証データをもとに検討されたもので、「一般的価値観」と「日本型ヤッピー」の2つの尺度からなる。飽戸の一般的価値観尺度は、日本の風土に基づく生活の価値観と行動を捉えようとするものであり、「日本型ヤッピー」尺度は、変化するライフスタイルの動向を把握するために、変化を導く「マーケットリーダー」<sup>3)</sup>的要素がどの程度備わっているかという観点から把握するもので、北米の消費者行動のオピニオンリーダーとしてその行動分析に重要な役割を果たしてきた「ヤッピー(Yuppie)」の分析手法を参考に日本人用に修正され

\*大分大学教育学部 Faculty of Education, Oita University

\*\*長崎大学教養部 Faculty of Liberal Arts, Nagasaki University

た<sup>3)</sup>ものである。以上の2つの独立した尺度からの測定結果に因子分析、さらにクラスター分析を適用することによって、日本人のライフスタイルを立体的にセグメントする手法を試みた。本研究では、飽戸の分析モデルが最近の日本人のライフスタイルをセグメントする有効な手法の一つであることから、これを援用し、地域において質の高いスポーツ・サービスを住民に提供するために、ライフスタイルの概念から地域住民をセグメントすることを試みた。

また、スポーツを行う際のニーズやウォンツは、性や年齢、またその人の生活様式によって様々なものがあり異なる<sup>11)12)13)14)15)</sup>。『大分県民のスポーツに関する便益』報告書(1994)<sup>12)</sup>では、その因子が「アクセサビリティ」、「スポーツ情報」、「スポーツ仲間」、「スポーツの効用」、「スポーツサービス」、「トレンド」、「個別的・合理的トレーニング」、「指導者」、「技能向上」の9つあり、多様なニーズがあることを報告した。そして、体力がある、スポーツに費用を多く使う、スポーツを実施しているなどスポーツにプラス志向なイメージや行動を示す人に関しては、「指導者」に関して便益期待が高く、その他の「スポーツ仲間」、「スポーツの効用」、「スポーツサービス」、「トレンド」、「個別的・合理的トレーニング」、「指導者」、「技能向上」など多くの項目で便益期待が高いことを報告した。そして、性別や年齢別に関しては、「アクセサビリティ」は女性や若い世代、「スポーツ情報」は女性、「スポーツ仲間」は男性、「スポーツの効用」と「スポーツサービス」は若い世代、「トレンド」と「個別的・合理的トレーニング」は男性や20歳代の女性を含む若い世代、「指導者」は女性や熟年世代、「技能向上」は男性に高い項目であることを報告した。このように、スポーツに対するベネフィット（便益）には様々なものがあり、属性によってその志向が違うことが考察された。

しかし、生活や経済が豊かになるにつれて人間の行動と価値観が多様化し、性、年齢、職業といったデモグラフィック的変数だけを用いて、人々の消費行動を規定することが困難になってきたのと同様に、スポーツに関しても、同一属性の中での価値観は多様化しており、様々なニーズやウォンツが存在すると考えられる。そこで、マーケティングの分野で有効とされている「ライフスタイル・アプローチ」の分析が、消費者行動や顧客満足を解明することができることから、スポーツに関してもライフスタイルを分析することによってベネフィットが明らかになっていくのではないかと考えられている<sup>6)9)</sup>。

このように本研究では、大分県民を生活、行動、価値観、志向などの多面的な生活システムから類型化した群（クラスター）において、共通する特定のスポーツに関するニーズやウォンツを明らかにすることによって、様々な運動者に対応した体育・スポーツを検討することを目的とした。

## <方 法>

### 1. ライフスタイル・セグメンテーションの方法

飽戸<sup>3)</sup>のライフスタイル・セグメンテーションは、18項目からなる日本人の一般的価値観および26項目からなる日本型ヤッピーの質問から行われる。

日本人の一般的価値観分析とは、Yankelovich (1964, 1983) が確立した米国人の価値観分析法<sup>16)17)</sup>を参考にして日本人にあてはまるように翻訳し、日本人の生活、仕事、余暇など人生に関わる価値観の質問内容で構成された尺度を用いた手法である。従来の研究結果から、「人生享受」、「積極主流」、「伝統志向」、「自己充足」、「自己犠牲」の順で5つの因子が抽出されている<sup>3)</sup>。

また、ヤッピーとは「Young Urban Professionals」の略であり、男女、いずれにせよ下記の基準にかなうものであるとされている。①主要都市あるいは都市近郊に住み、②自称年齢は25歳から45歳まで、③栄光、威信、知名度、名声、社会的地位、権力、金、またはこれらのあらゆる組み合わせを生涯の目的とする。④週末にはランチをとり、残業にも励む。この用語は人種、性別、地域、さらに階級上の境界を越えて適用される<sup>10)</sup>。すなわちヤッピーとは、「職業的にも、社会的地位からいっても成功者であり、世界のオピニオンリーダー（マーケティングのリーダー）の位置にいる人達であり、その影響力は甚大で、将来の消費動向を占う上で、もっとも注目に値する人々<sup>2)</sup>」と定義できる。日本型ヤッピー分析とは、米国人の調査で確立したヤッピー分類の因子を参考にして、日本人向けの質問内容を加えた日本人ヤッピー尺度を用いた手法である。日本型ヤッピーは、従来の研究結果から、「一流志向」、「スポーツ・健康志向」、「個性化志向」、「出世志向」、「グルメ・本物志向」の順で5つの因子が抽出されている<sup>3)</sup>。測定尺度は、日本人の一般的価値分析および日本型ヤッピー分析の両者とも、「あてはまる」から「あてはまらない」までの4段階選択肢によって回答を求めた。

この両者の回答結果から因子分析（主因子法、バリマックス基準による直交回転）を施し、抽出された因子をもとにクラスター分析を試みた<sup>4)</sup>。

## 2. ベネフィット・セグメンテーションの方法

スポーツに関するベネフィットについては、武隈(1991)の45項目からなる質問尺度<sup>14)15)</sup>を援用した。これは、あらかじめスポーツの効果、スポーツによる人的交流、スポーツ施設、スポーツプログラム、指導者、トレーニング、スポーツ関連情報、スポーツ利用上のアクセサビリティ、アメニティ、ファッション性など多面的にベネフィット要因を提示した質問項目から構成されるものである。従来の研究では、武隈<sup>15)</sup>において第1因子から順に「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」の9因子が抽出され、清水ら<sup>14)</sup>においては「アクセサビリティ」、「スポーツ情報」、「スポーツ仲間」、「スポーツ施設・スポーツクラブ」、「トレンド」、「個別的・合理的トレーニング」、「スポーツの効用」、「指導者・スポーツプログラム」、「技能向上」の9因子が抽出されている。

質問方法は、「もし、あなたが今から、運動やスポーツを行うとすると、以下の質問がどの程度重要であると思うか」を問い、「非常に重要である」から「まったく重要でない」までの5段階選択肢によって回答を求めた。

## 3. 調査の概要

調査範囲は、大分県（人口123.7万人：1990年国勢調査）全域とした。性、職業、年齢などのデモグラフィック特性が偏らないようにするために、県内6カ所（中津、別府、大分、佐伯、竹田、日田地区）の教育事務所に対して、管轄の市町村に調査用紙を配布し回答してもらうように依頼した。調査期間は1993年6月1日から8月31日であった。有効回収数は4165であり、回収率は55.4%であった。表1は、調査対象の構成である。

表1 標本の構成

|                       |                    | N       | %    |      |
|-----------------------|--------------------|---------|------|------|
| 1. 性別                 | 男性                 | 2204    | 52.9 |      |
|                       | 女性                 | 1961    | 47.1 |      |
| 2. 年齢                 | 20代                | 1147    | 27.5 |      |
|                       | 30代                | 1049    | 25.2 |      |
|                       | 40代                | 963     | 23.1 |      |
|                       | 50代以上              | 1006    | 24.2 |      |
| 3. 職業                 | 自営業                | 農林漁業    | 235  | 5.8  |
|                       |                    | 商工サービス業 | 270  | 6.6  |
|                       |                    | 自由業     | 63   | 1.5  |
|                       | 被傭者                | 管理職     | 223  | 5.5  |
|                       |                    | 専門・技術職  | 526  | 12.9 |
|                       |                    | 事務職     | 1485 | 36.4 |
|                       |                    | 技能・労務職  | 326  | 8.0  |
|                       | 無職                 | 主婦      | 637  | 15.6 |
|                       |                    | 学生      | 134  | 3.3  |
|                       |                    | 無職      | 181  | 4.4  |
| 4. 休日                 | 月に8日以上             | 1330    | 32.6 |      |
|                       | 月に6～7日             | 830     | 20.4 |      |
|                       | 月に4～5日             | 1134    | 27.8 |      |
|                       | 月に3日以下             | 780     | 19.1 |      |
| 5. ゆとり                | ある                 | かなりある   | 447  | 10.8 |
|                       |                    | ある程度ある  | 1929 | 46.6 |
|                       | ない                 | あまりない   | 1214 | 29.3 |
|                       |                    | ほとんどない  | 552  | 13.3 |
| 6. 体力                 | 自信がある              | 444     | 10.8 |      |
|                       | ふつう                | 2695    | 65.6 |      |
|                       | 不安がある              | 970     | 23.6 |      |
| 7. スポーツの実施<br>(過去1年間) | 行った                | 3098    | 74.5 |      |
|                       | 行わなかった             | 1060    | 25.5 |      |
| 8. 現在の運動生活            | C                  | 438     | 19.2 |      |
|                       | A + P <sub>L</sub> | 252     | 10.7 |      |
|                       | P <sub>s</sub>     | 825     | 35.3 |      |
|                       | S(1)               | 193     | 9.3  |      |
|                       | S(2)               | 458     | 25.5 |      |
| 9. スポーツの費用<br>(過去1年間) | 10万円以上             | 363     | 9.0  |      |
|                       | 5万円以上10万円未満        | 321     | 7.9  |      |
|                       | 1万円以上5万円未満         | 1072    | 26.5 |      |
|                       | 1万円未満              | 979     | 24.2 |      |
|                       | 使わなかった             | 1308    | 32.4 |      |

<結果と考察>

1. ライフスタイル・セグメンテーション

表2に今回調査した「一般的価値観」の因子分析の結果を示した。第1因子は「家族がうまくいくためには自分の気持ちをおさえるほうだ」、「自分のことを考える前に他人のことを考えるほうだ」といった項目で因子負荷量が高い。これらは、伝統文化・形式をできるだけ継承していこうという志向と関わり合いが深く、他者志向を含む伝統的な考え方としてまとめられると思われることから「伝統志向」因子と命名した。

第2因子は、「出世よりは自分の人生をエンジョイする生活を送りたい」、「人は世間の目など気にせず、好きな人生を送るのがよいと思う」といった項目で因子負荷量が高い。これらは自分の人生をいかに楽しく送るかといった価値観に結びついていると思われることから、「人生享受」因子と命名した。

第3因子は、「頑張っって出世してから、自分のやりたいことができる」、「自分の欲望にできるだけ忠実に生きるのが、本当の生き方だと思う」といった項目で因子負荷量が高い。これらは人生において快楽を求めるような価値観と関係が深いことから「自己充足」因子と命名した。

第4因子は、「リーダーになって苦勞するよりは、のんきに人に従っているほうが氣楽でよい」で因子負荷量がマイナスを示し、「小さいころから、お山の大将になるのが好きなほうだった」で因子負荷量が高い。これらは立身出世を志向するような項目と関わりが深いと思われることから、「積極主流」因子と命名した。

飽戸<sup>9)</sup>や清水ら<sup>11)</sup>は「一般的価値観」を5因子に分類できたが、本研究では、飽戸や清水らの研究でみられた「自己犠牲」因子に含まれる内容が、「伝統志向」因子と「自己充足」因子の中

表2 一般的価値観に関する因子構造  
(バリマックス回転後の因子負荷量)

|  |      |
|--|------|
| <b>第1因子：伝統志向（寄与率16.3%）</b>                         |      |
| 家族がうまくいくためには、自分の気持ちをおさえるほうだ                        | .676 |
| 自分のことを考える前に他人のことを考えるほうだ                            | .631 |
| 古いものは、長い間ずっと受け継がれて残ってきたという良さがあるのだから、できるだけ残そうとするほうだ | .606 |
| 家族のため、会社のため、自分が犠牲になって頑張るのはすばらしいことだ                 | .556 |
| <b>第2因子：人生享受（寄与率12.4%）</b>                         |      |
| 出世よりは、自分の人生をエンジョイする生活を送りたい                         | .752 |
| 人は世間の目など気にせず、好きな人生を送るのがよいと思う                       | .570 |
| 配偶者以外でも本当に話し合える異性の友人がいてもよい                         | .560 |
| あまり収入はなくても、やりがいのある仕事をしたい                           | .514 |
| 経済的に恵まれていなくても気ままに楽しく暮らせばよいと思う                      | .467 |
| <b>第3因子：自己充足（寄与率9.4%）</b>                          |      |
| 頑張っって出世してから、自分のやりたいことができるのだと思う                     | .608 |
| 自分の欲望にできるだけ忠実に生きるのが、本当の生き方だと思う                     | .593 |
| 仕事であまり認められなくても、趣味やレジャーで他人から尊敬されればよい                | .517 |
| 結婚しても、必ずしも子供を生む必要はない                               | .456 |
| <b>第4因子：積極主流（寄与率7.4%）</b>                          |      |
| リーダーになって苦勞するよりは、のんきに人に従っているほうが氣楽でよい                | .706 |
| 小さいころから、お山の大将になるのが好きなほうだった                         | .510 |
| 少し無理だと思われるくらいの目標をたてて頑張るほうだ                         | .509 |

に含めて考えることができたので4因子とした。

表3に今回調査した「日本型ヤッピー」の因子分析の結果を示した。第1因子は、「皆が認める銘柄品をつけていないと不安だ」、「服装や装身具は一流銘柄のものをつける」といった項目で因子負荷量が高い。これは「一流志向」因子と命名した。

第2因子は、「ファッションのために金や時間をかけておしくない」、「フランス料理や懐石料理など、ごちそうには目がない」といった項目で因子負荷量が高い。これは「グルメ・ファッション志向」因子と命名した。

第3因子は、「好きで、よくするスポーツや趣味がある」、「月に何回かはスポーツや趣味のことをする」といった項目で因子負荷量が高い。これはスポーツを楽しむと同時に自分の健康に対してもしっかりと注意していこうという志向で、「スポーツ・健康志向」因子と命名した。

第4因子は、「同じ一生なら、苦勞しても成功者になりたい」、「今の世の中、努力すれば成功できる」といった項目で因子負荷量が高い。これらはこの世の中で出世、成功の志向を反映しているところから、「出世志向」因子と命名した。

第5因子は、「インスタント食品は食べない」、「部屋に観葉植物をいつも置いている」といった項目で因子負荷量が高い。これらは「本物志向」因子と命名した。

飽戸<sup>3)</sup>は本研究と同様に「日本型ヤッピー」を5因子に分類したが、飽戸の研究で「グルメ・本物志向」と「個性化志向」因子に分かれたものが、本研究では「グルメ・ファッション志向」

表3 日本型ヤッピーに関する因子構造

(バリマックス回転後の因子負荷量)

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| <b>第1因子：一流志向（因子負荷量27.1%）</b>         |      |
| 皆が認める銘柄品をつけていないと不安だ                  | .777 |
| 服装や装身具は一流銘柄のものをつける                   | .701 |
| 名もない銘柄やイミテーションは恥ずかしい                 | .695 |
| 洋服など買うとき目立つものを買うほうだ                  | .570 |
| <b>第2因子：グルメ・ファッション志向（因子負荷量12.3%）</b> |      |
| ファッションのために金や時間をかけておしくない              | .583 |
| フランス料理や懐石料理など、ごちそうには目がない             | .723 |
| 食べるものには、大変凝るほうである                    | .696 |
| 自分を表現する手段としてファッションを重視する              | .568 |
| 皆と同じような生活をするのはつまらない                  | .476 |
| <b>第3因子：スポーツ健康志向（因子負荷量7.7%）</b>      |      |
| 好きで、よくするスポーツや趣味がある                   | .816 |
| 月に何回かはスポーツや趣味のことをする                  | .813 |
| スポーツで、疲れた神経をスカッとさせる                  | .804 |
| スポーツで丈夫な身体づくりに励む                     | .788 |
| <b>第4因子：出世志向（因子負荷量6.5%）</b>          |      |
| 同じ一生なら、苦勞しても成功者になりたい                 | .714 |
| 今の世の中、努力すれば成功できる                     | .676 |
| 出世するためにはあらゆる努力をおしまない                 | .633 |
| 今の世の中、知恵を働かせれば成功できる                  | .616 |
| 早い機会に、ひとかどの（優秀な）人物になりたい              | .562 |
| グループの中で注目の的になりたい                     | .427 |
| <b>第5因子：本物志向（因子負荷量5.6%）</b>          |      |
| インスタント食品は食べない                        | .749 |
| 部屋に観葉植物をいつも置いている                     | .709 |

と「本物志向」因子に分かれた。また、清水ら<sup>11)</sup>は6因子に分類し、「個性化志向」、「グルメ志向」、「本物志向」因子としていた。

ライフスタイルのセグメンテーションを行うために、抽出された「一般的価値観類型」4因子と「日本型ヤッピー」5因子の合計9因子のサンプルごとに算出された因子得点をもとにクラスター分析を適用した。その結果、6つのライフスタイル群がセグメントされた。このクラスター数の決定には、まず非階層的方法によって3から8のクラスター数で分析を繰り返し、見いだされたクラスターと諸要因との関係によって妥当性や予測可能性の高いと考えられるクラスター数を採用するという試行錯誤的な方法を使った。すなわち、各分析で得られたクラスターサイズや各クラスターとデモグラフィック要因（表4）の関係などを検討した結果、最終的にクラスター数が6つの分析結果を採用した。

抽出された各クラスターの特徴を検討するために、各クラスター毎に「一般的価値観類型」、「日本型ヤッピー」各因子の因子得点の平均値を算出した（図1）。

第1クラスターは、多くの因子において平均値を示すものの、「伝統志向」や「出世志向」で因子得点が極めて低かった。そして、表5に示すクラスターの属性の特徴をみると、やや30歳代の女性、主婦層に多いと思われるので『脱伝統家庭派』と命名した。

第2クラスターは、顕著な特徴がないものの、ほとんどの因子で平均値レベルよりも若干プラスを示した。「一流志向」や「スポーツ・健康志向」で他のクラスターよりも因子得点が高く、平凡からの脱皮を志向していると考えられることから『脱平凡願望派』と命名した。

第3クラスターは、「自己充足」で極めて因子得点が高く、「一流志向」、「グルメ・ファッション志向」、「スポーツ・健康志向」、「出世志向」でも因子得点が高いことから、『自己充足派』と命名した。

第4クラスターは、「積極主流」が極めて低く、ほとんどの因子得点がマイナスを示した。これは積極的な行動をこのまず、様々なことに関心を示さないと解釈することができ、『消極無関心派』と命名した。

第5クラスターは、「人生享受」、「グルメ・ファッション志向」、「スポーツ・健康志向」で因子得点が低く、「積極主流」と「出世志向」で高い因子得点を得た。これらのことから、出世を最優先とし積極的に行動するが、グルメ・ファッションやスポーツのことにはあまり関心を示さないと解釈することができ『積極出世派』と命名した。

第6クラスターは、「人生享受」と「グルメ・ファッション志向」で因子得点が高く、「一流志向」で因子得点が低いことから『気ままエンジョイ派』と命名した。

飽戸<sup>3)</sup>は『伝統出世型』、『エグゼクティブ型』、『脱伝統家庭型』、『消極無志向型』、『人生享受型』、『自己充足型』、『都会派プロフェッショナル型』という7つのクラスター、清水ら<sup>11)</sup>は『平凡型』、『消極・無関心型』、『積極・頑張り型』、『エンジョイ・ライフ型』、『出世志向型』という5つのクラスターに分類できたが、本研究では上記のような6つのクラスターとなった。この原因としては次のようなことが考えられる。飽戸<sup>3)</sup>の研究は日本の都市部を中心に広範囲にわたっての調査である一方、清水ら<sup>11)</sup>の研究は人口約40万人の地方小都市部に調査範囲を限定した調査である。本調査は、人口約40万人の県庁所在都市を中心とした県全域を調査範囲としたものであり、飽戸の研究で抽出された因子に比べると、回答者の志向が比較的限定されており都会的で多様な因子は抽出されないものの、清水らの研究で抽出された因子に比べると広範囲であるために因子数が多くなったと考えられる。

表4 各属性のライフスタイル別人数と割合

|                    | 脱伝統家庭派      | 脱平凡願望派       | 自己充足派       | 消極無関心派       | 積極出世派       | 気ままエンジョイ派   | 計            | % |
|--------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|---|
| 性別 男               | 134 (46.2)  | 945 (63.9)   | 89 (55.3)   | 552 (44.2)   | 242 (64.0)  | 242 (39.8)  | 2204 (52.9)  |   |
| 女                  | 156 (53.8)  | 533 (36.1)   | 72 (44.7)   | 698 (55.8)   | 136 (36.0)  | 366 (60.2)  | 1961 (47.1)  |   |
| 計                  | 290 (100.0) | 1478 (100.0) | 161 (100.0) | 1250 (100.0) | 378 (100.0) | 608 (100.0) | 4165 (100.0) |   |
| 年代 20代 男           | 25 (8.6)    | 313 (21.2)   | 24 (14.9)   | 74 (5.9)     | 33 (8.7)    | 61 (10.0)   | 530 (12.7)   |   |
| 女                  | 40 (13.8)   | 231 (15.6)   | 20 (12.4)   | 153 (12.2)   | 24 (6.3)    | 149 (24.5)  | 617 (14.8)   |   |
| 30代 男              | 33 (11.4)   | 256 (17.3)   | 16 (9.9)    | 143 (11.4)   | 45 (11.9)   | 63 (10.4)   | 556 (13.3)   |   |
| 女                  | 47 (16.2)   | 129 (8.7)    | 17 (10.6)   | 176 (14.1)   | 32 (8.5)    | 92 (15.1)   | 493 (11.8)   |   |
| 40代 男              | 31 (10.7)   | 180 (12.2)   | 19 (11.8)   | 148 (11.8)   | 68 (18.0)   | 58 (9.5)    | 504 (12.1)   |   |
| 女                  | 37 (12.8)   | 91 (6.2)     | 14 (8.7)    | 200 (16.0)   | 34 (9.0)    | 83 (13.7)   | 459 (11.0)   |   |
| 50代 男              | 45 (15.5)   | 196 (13.3)   | 30 (18.6)   | 187 (15.0)   | 96 (25.4)   | 60 (9.9)    | 614 (14.7)   |   |
| 女                  | 32 (11.0)   | 82 (5.5)     | 21 (13.0)   | 169 (13.5)   | 46 (12.2)   | 42 (6.9)    | 392 (9.4)    |   |
| 計                  | 290 (100.0) | 1478 (100.0) | 161 (100.0) | 1250 (100.0) | 378 (100.0) | 608 (100.0) | 4165 (100.0) |   |
| 職業 農林漁業            | 8 (2.8)     | 65 (4.5)     | 17 (10.6)   | 89 (7.3)     | 38 (10.3)   | 18 (3.0)    | 235 (5.8)    |   |
| 商工サービス             | 18 (6.4)    | 98 (6.8)     | 12 (7.5)    | 65 (5.3)     | 39 (10.6)   | 38 (6.3)    | 270 (6.6)    |   |
| 自由業                | 7 (2.5)     | 22 (1.5)     | 7 (4.4)     | 6 (0.5)      | 13 (3.5)    | 8 (1.3)     | 63 (1.5)     |   |
| 管理職                | 16 (5.7)    | 80 (5.5)     | 4 (2.5)     | 61 (5.0)     | 38 (10.3)   | 24 (4.0)    | 223 (5.5)    |   |
| 専門技術職              | 27 (9.6)    | 194 (13.4)   | 14 (8.8)    | 160 (13.1)   | 31 (8.4)    | 100 (16.6)  | 526 (12.9)   |   |
| 事務職                | 108 (38.3)  | 595 (41.1)   | 37 (23.1)   | 415 (34.0)   | 92 (25.0)   | 238 (39.5)  | 1485 (36.4)  |   |
| 技能労務職              | 26 (9.2)    | 122 (8.4)    | 18 (11.3)   | 92 (7.5)     | 38 (10.3)   | 30 (5.0)    | 326 (8.0)    |   |
| 主婦                 | 60 (21.3)   | 147 (10.2)   | 28 (17.5)   | 252 (20.6)   | 49 (13.3)   | 101 (16.8)  | 637 (15.6)   |   |
| 学生                 | 2 (0.7)     | 67 (4.6)     | 7 (4.4)     | 20 (1.6)     | 14 (3.8)    | 24 (4.0)    | 134 (3.3)    |   |
| 無職                 | 10 (3.5)    | 56 (3.9)     | 16 (10.0)   | 62 (5.1)     | 16 (4.3)    | 21 (3.5)    | 181 (4.4)    |   |
| 計                  | 282 (100.0) | 1446 (100.0) | 160 (100.0) | 1222 (100.0) | 368 (100.0) | 602 (100.0) | 4080 (100.0) |   |
| 休日 8日～             | 108 (37.5)  | 481 (33.0)   | 53 (33.8)   | 372 (30.7)   | 88 (23.8)   | 228 (38.6)  | 1330 (32.6)  |   |
| 6日～7日              | 50 (17.4)   | 318 (21.8)   | 36 (22.9)   | 229 (18.9)   | 72 (19.5)   | 125 (21.2)  | 830 (20.4)   |   |
| 4日～5日              | 76 (26.4)   | 414 (28.4)   | 47 (29.9)   | 346 (28.5)   | 111 (30.0)  | 140 (23.7)  | 1134 (27.8)  |   |
| ～3日                | 54 (18.8)   | 243 (16.7)   | 21 (13.4)   | 265 (21.9)   | 99 (26.8)   | 98 (16.6)   | 780 (19.1)   |   |
| 計                  | 288 (100.0) | 1456 (100.0) | 157 (100.0) | 1212 (100.0) | 370 (100.0) | 591 (100.0) | 4074 (100.0) |   |
| ゆとり かなりある          | 37 (12.8)   | 150 (10.2)   | 31 (19.5)   | 128 (10.3)   | 30 (8.0)    | 71 (11.7)   | 447 (10.8)   |   |
| ある程度ある             | 139 (48.3)  | 749 (51.1)   | 56 (35.2)   | 526 (42.2)   | 149 (39.7)  | 310 (51.1)  | 1929 (46.6)  |   |
| あまりない              | 74 (25.7)   | 440 (30.0)   | 53 (33.3)   | 378 (30.3)   | 113 (30.1)  | 156 (25.7)  | 1214 (29.3)  |   |
| ほとんどない             | 38 (13.2)   | 128 (8.7)    | 19 (11.9)   | 214 (17.2)   | 83 (22.1)   | 70 (11.5)   | 552 (13.3)   |   |
| 計                  | 288 (100.0) | 1467 (100.0) | 159 (100.0) | 1246 (100.0) | 375 (100.0) | 607 (100.0) | 4142 (100.0) |   |
| 体力 自信              | 24 (8.5)    | 233 (16.0)   | 23 (14.6)   | 43 (3.5)     | 55 (14.9)   | 66 (10.9)   | 444 (10.8)   |   |
| ふつう                | 194 (68.6)  | 982 (67.3)   | 91 (58.0)   | 799 (64.6)   | 235 (63.5)  | 394 (65.3)  | 2695 (65.6)  |   |
| 不安                 | 65 (23.0)   | 245 (16.8)   | 43 (27.4)   | 394 (31.9)   | 80 (21.6)   | 143 (23.7)  | 970 (23.6)   |   |
| 計                  | 283 (100.0) | 1460 (100.0) | 157 (100.0) | 1236 (100.0) | 370 (100.0) | 603 (100.0) | 4109 (100.0) |   |
| スポーツの実施 (1年間) Yes  | 225 (77.9)  | 1249 (84.6)  | 120 (74.5)  | 760 (61.0)   | 252 (66.8)  | 492 (80.9)  | 3098 (74.5)  |   |
| No                 | 64 (22.1)   | 228 (15.4)   | 41 (25.5)   | 486 (39.0)   | 125 (33.2)  | 116 (19.1)  | 1060 (25.5)  |   |
| 計                  | 289 (100.0) | 1477 (100.0) | 161 (100.0) | 1246 (100.0) | 377 (100.0) | 608 (100.0) | 4158 (100.0) |   |
| スポーツの費用 (1年間) 使わない | 80 (28.5)   | 301 (20.9)   | 49 (31.6)   | 580 (48.1)   | 160 (43.6)  | 138 (23.3)  | 1308 (32.4)  |   |
| 1万未満               | 77 (27.4)   | 320 (22.2)   | 36 (23.2)   | 310 (25.7)   | 81 (22.1)   | 155 (26.2)  | 979 (24.2)   |   |
| 1～5万               | 85 (30.2)   | 473 (32.8)   | 48 (31.0)   | 229 (19.0)   | 65 (17.7)   | 172 (29.1)  | 1072 (26.5)  |   |
| 5～10万              | 20 (7.1)    | 160 (11.1)   | 8 (5.2)     | 51 (4.2)     | 30 (8.2)    | 52 (8.8)    | 321 (7.9)    |   |
| 10万以上              | 19 (6.8)    | 188 (13.0)   | 14 (9.0)    | 36 (3.0)     | 31 (8.4)    | 75 (12.7)   | 363 (9.0)    |   |
| 計                  | 281 (100.0) | 1442 (100.0) | 155 (100.0) | 1206 (100.0) | 367 (100.0) | 592 (100.0) | 4043 (100.0) |   |
| 運動生活 C             | 55 (19.0)   | 387 (26.2)   | 37 (23.0)   | 140 (11.2)   | 45 (11.9)   | 136 (22.4)  | 800 (19.2)   |   |
| A+PL               | 42 (14.5)   | 181 (12.2)   | 28 (17.4)   | 73 (5.8)     | 38 (10.1)   | 83 (13.7)   | 445 (10.7)   |   |
| Ps                 | 100 (34.5)  | 557 (37.7)   | 44 (27.3)   | 426 (34.1)   | 147 (38.9)  | 198 (32.6)  | 1472 (35.3)  |   |
| S                  | 93 (32.1)   | 353 (23.9)   | 52 (32.3)   | 611 (48.9)   | 148 (39.2)  | 191 (31.4)  | 1448 (34.8)  |   |
| 計                  | 290 (100.0) | 1478 (100.0) | 161 (100.0) | 1250 (100.0) | 378 (100.0) | 608 (100.0) | 4165 (100.0) |   |



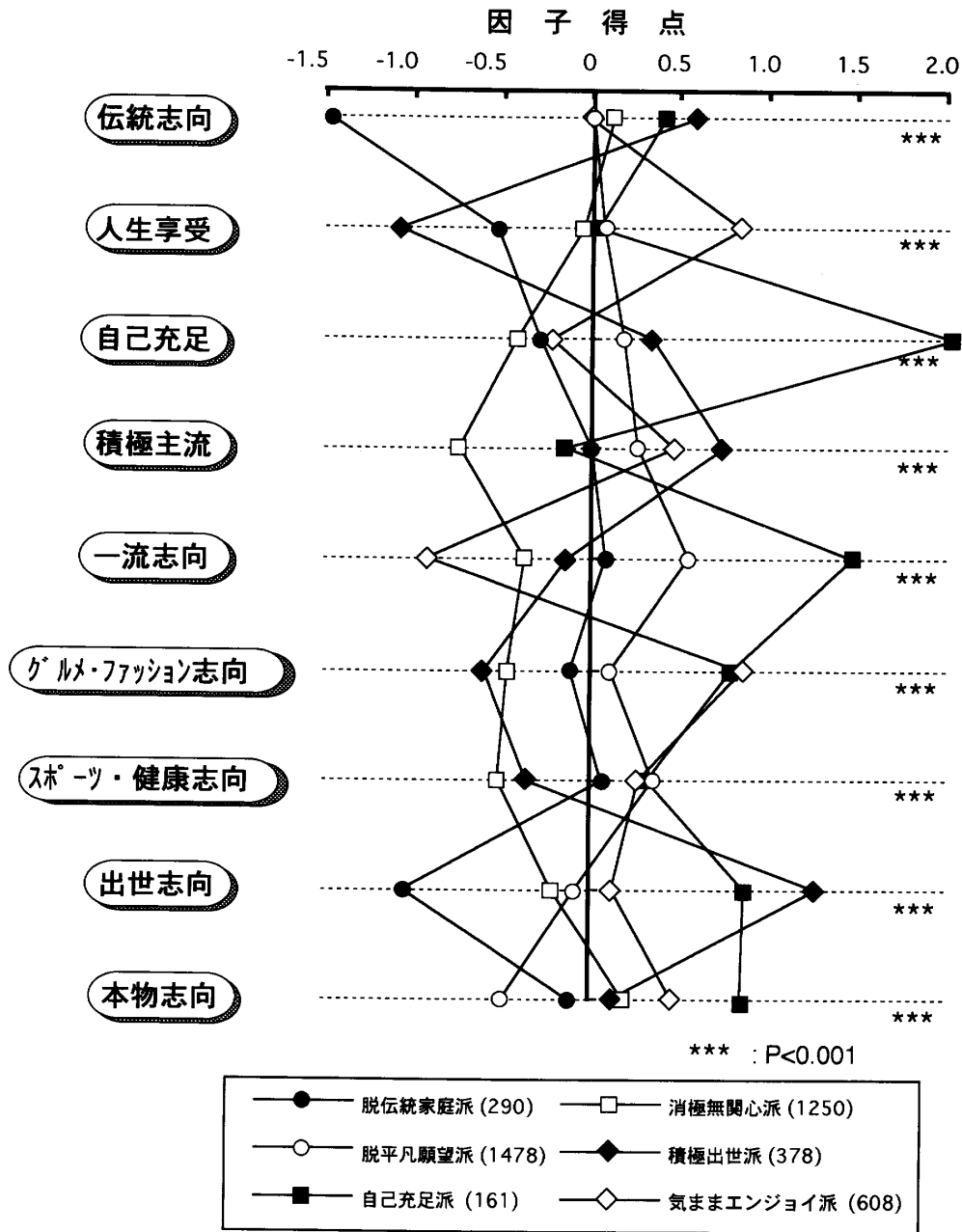


図1 ライフスタイル別にみた一般的価値観と日本型ヤッピーの因子得点

## 2. ライフスタイル別の属性の特徴

クラスター分析によって分類された6つのライフスタイルの属性の人数および割合を表4に示した。

1) 脱伝統家庭派 (290人, 7.0%) …このタイプは、女性層しかも30歳代の割合が高くなった。伝統志向や出世志向が低いことから、昔ながらの伝統からは抜け出したもののそれに代わるよりどころを家庭の中になかなか見いだせずにいるグループと考えられる。

2) 脱平凡願望派 (1478人, 35.5%) …もっとも人数が多いクラスターであった。20歳代や30歳代の男性に割合が高く、40歳代や50歳代の女性には低い傾向であった。スポーツの実施率

も高く、S運動者の割合が少ない。また、スポーツにかかる費用も多い傾向であった。

3) 自己充足派 (161人, 3.9%) …運動生活の  $A+P_L$  が比較的高く、 $P_s$  が比較的低かった。

4) 消極無関心派 (1250人, 30.0%) …2番目に人数が多いクラスターであった。40歳代や50歳代の女性層に割合が高く、体力に自信があると回答した割合が少ない。運動の実施率が低く、S運動者の割合が多い。スポーツの費用や運動生活ではCや $A+P_L$ など大部分で低かった。

5) 積極出世派 (378人, 9.1%) …男性に特に多く、中でも50歳代男性が割合が高かった。職業では、農林漁業や管理職で割合が高く、事務職では低くなった。休日やゆとりのある割合が低いものの、体力には自信があると回答した割合は比較的高くなった。

6) 気ままエンジョイ派 (608人, 14.6%) …女性に特に多く、中でも20歳代女性の割合が高くなった。休日やゆとりは比較的あるほうで、比較的スポーツの実施も高く、費用も多い傾向であった。

注：運動生活の階層

- C 地域・職場・学校のスポーツクラブや同好会の練習に週1日以上参加している人。他の条件は問わない。
- $A+P_L$  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運動やスポーツを週1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日以上参加している人( $P_L$ )。他の条件は問わないがCの階層に含まれる人を除く。
- $P_s$  地域・職場・競技団体などの主催するスポーツ行事・大会に年1日以上参加した人。ただしCおよび $A+P_L$ の階層に含まれる人を除く。
- S 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、または上の三つの階層に含まれない人。

### 3. スポーツに関するベネフィットの因子構造

表5に、本調査のデータから「スポーツに関するベネフィット」の因子構造を示した。ベネフィットの因子は、順に「アクセサビリティ」、「スポーツ情報」、「スポーツ仲間」、「スポーツの効用」、「スポーツサービス」、「トレンド」、「個別的・合理的トレーニング」、「指導者」、「技能向上」と命名した。武隈<sup>14)</sup>、清水ら<sup>15)</sup>の研究と比較してみると、第1因子が「アクセサビリティ」であり同様であったが、本研究の寄与率は33.4%で、武隈26.2%、清水ら29.7%と比較して高くなった。しかし、因子の順序や因子に含まれる内容(項目)にわずかな相違がみられるものの、因子数に変化はなかった。

### 4. ライフスタイル別にみたスポーツ・ベネフィット

先に抽出された9つのスポーツに関するベネフィット因子をもって、スポーツに関するニーズとウォンツを捉える指標の一つと考えることができる。従ってここでは、クラスター分析の結果から得られた6つのライフスタイル・セグメントとスポーツ・ベネフィットとの関係を検討した。そこで、セグメントされたライフスタイルのクラスター別の各ベネフィット因子得点を算出し、平均値を比較するために分散分析による有意差の検定を行った。

表5 スポーツ・ベネフィットの因子構造

(バリマックス回転後の因子負荷量)

|                                       |  |      |
|---------------------------------------|--|------|
| <b>第1因子：アクセシビリティ（寄与率33.4%）</b>        |  |      |
| スポーツをする場の雰囲気や設備が充実していること              |  | .779 |
| シャワー・ロッカー・更衣室・トイレなどが充実していること          |  | .774 |
| 施設の職員や従業員の態度が良いこと                     |  | .767 |
| 施設が混みすぎていること                          |  | .765 |
| スポーツをするためにあまりお金がかからないこと               |  | .721 |
| 安全にスポーツを行えること                         |  | .712 |
| スポーツをする施設や場所までの交通の便が良いこと              |  | .635 |
| <b>第2因子：スポーツ情報（寄与率 8.9%）</b>          |  |      |
| どこにどんなクラブや同好会があるのかという情報               |  | .822 |
| いつどんなスポーツ教室やスポーツ行事が行われるのかという情報        |  | .817 |
| どこにどんなスポーツ施設があるのかという情報                |  | .743 |
| どこにどんな指導者がいるのかという情報                   |  | .690 |
| 練習やトレーニングの方法、スポーツに関する科学的な知識などの情報      |  | .689 |
| 健康や体力に関するスポーツ医学的な検査や相談が気軽にできること       |  | .450 |
| <b>第3因子：スポーツ仲間（寄与率 6.5%）</b>          |  |      |
| スポーツにより地域・近隣の人々との交流を深めること             |  | .829 |
| スポーツにより友人・知人との親睦を図ることを深めること           |  | .785 |
| スポーツにより職場・仕事関係の人々と交流を深めること            |  | .776 |
| スポーツにより家族とのふれ合いを増やすこと                 |  | .650 |
| <b>第4因子：スポーツの効用（寄与率 5.1%）</b>         |  |      |
| スポーツによって健康を保つこと                       |  | .792 |
| スポーツによって体力を維持・向上させること                 |  | .786 |
| スポーツによってストレスの解消や気晴らしをすること             |  | .669 |
| スポーツによる美容や肥満解消（シェイプアップ）               |  | .630 |
| スポーツを楽しむこと                            |  | .565 |
| <b>第5因子：スポーツサービス（寄与率 3.7%）</b>        |  |      |
| 場所（施設）探しで苦労しなくて済むこと                   |  | .745 |
| スポーツする場所（スポーツ施設）が身近にあること              |  | .724 |
| 一緒にスポーツをする仲間の集まり（クラブや同好会）が身近にあること     |  | .678 |
| 施設にスポーツ用具や器具が整っていること                  |  | .666 |
| 気軽に参加できるスポーツ教室やスポーツ行事が開かれること          |  | .457 |
| <b>第6因子：トレンド（寄与率 3.2%）</b>            |  |      |
| 高級な施設でスポーツを行うことによって高級感を感じることができること    |  | .848 |
| 流行やファッションのスポーツウェアやスポーツ用品・用具でスポーツをすること |  | .845 |
| 最近流行している、あるいは流行しそうなスポーツを行うこと          |  | .840 |
| 旅行先などで、好きなスポーツをすること                   |  | .576 |
| スポーツをした後、仲間とお喋りをしたりお茶やお酒を飲んだりすること     |  | .393 |
| <b>第7因子：個別的・合理的トレーニング（寄与率 3.0%）</b>   |  |      |
| 自分のペースで練習やトレーニングができること                |  | .752 |
| 自分にあった内容の練習やトレーニングができること              |  | .731 |
| 練習やトレーニングを継続的に行うこと                    |  | .662 |
| 練習やトレーニングを計画的に行うこと                    |  | .645 |
| <b>第8因子：指導者（寄与率 2.6%）</b>             |  |      |
| 指導者が技術的にすぐれ、積極的に技術指導してくれること           |  | .708 |
| 指導者が、健康・体力作りなどについて実際的な方法を指導してくれること    |  | .704 |
| 指導者が面倒みがよく、グループ活動の楽しさを指導してくれること       |  | .696 |
| <b>第9因子：技能向上（寄与率 2.3%）</b>            |  |      |
| ひとつのスポーツ種目を徹底的に行うこと                   |  | .685 |
| スポーツの技能や記録を向上させること（うまくなること）           |  | .675 |
| 技能成績や一定の技能水準に対して、表彰や認定を受けること          |  | .586 |

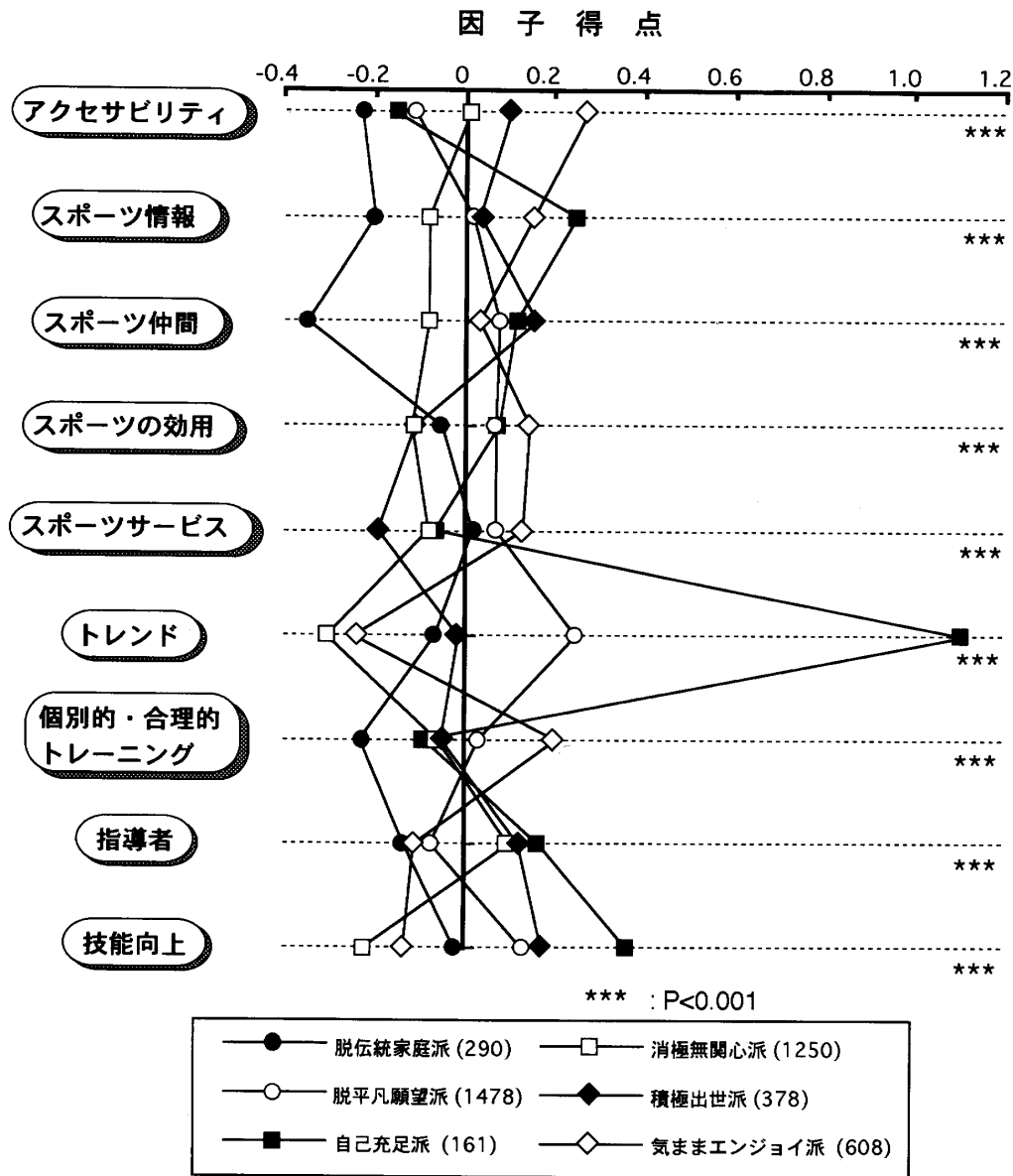


図2 ライフスタイル別にみたスポーツ・ベネフィットの因子得点

図2は、ライフスタイルのクラスター別にみたベネフィットの因子得点のプロフィールである。すべての因子において統計的に有意差 ( $p < 0.001$ ) が認められた。

『脱伝統家庭派』や『消極無関心派』など一般的価値観と日本型ヤッピーの因子得点が低かったクラスターは、スポーツ・ベネフィットに関しても全体的に因子得点が低い傾向を示した。『自己充足派』は、「スポーツ情報」、「トレンド」、「指導者」、「技能向上」など多くの項目においてもっとも高い因子得点を示した。これは、このクラスターが「自己充足」、「一流志向」、「グルメ・ファッション志向」、「スポーツ・健康志向」などの傾向があることから考えられる。『脱平凡願望派』は、「トレンド」に関してやや高い因子得点を示したものの因子の大半はややプラスの傾向を示した。このクラスターは、一般的価値観と日本型ヤッピーのほとんどがプラス傾向であり、一流志向がやや高かったことからこのようなベネフィットを示したと考えられる。『積

『極出世派』は、「スポーツ仲間」、「指導者」、「技能向上」などで高く、「スポーツサービス」で低い因子得点を示した。「スポーツ仲間」と「スポーツサービス」に関しては解釈が困難なもの、「指導者」、「技能向上」の因子得点が高いことは、「積極主流」や「出世志向」などの傾向が高いことから考えられる。『気ままエンジョイ派』は、「アクセサビリティ」、「スポーツの効用」、「スポーツサービス」「個別的・合理的トレーニング」で高く、「トレンド」、「指導者」、「技能向上」で低い因子得点を示した。流行や上達を望まず、便利で自分のペースで行えることを好むような傾向が考えられる。

### ＜まとめ＞

本研究は、大分県民のライフスタイルとスポーツ・ベネフィットの関係を明らかにすることを目的とした。調査票を大分県内全域において配布し、4156票を回収した。

研究のアプローチとして、まず、ライフスタイルを類型化するために、飽戸の「一般的価値観因子」および「日本型ヤッピー因子」からなるライフスタイル変数を援用しセグメントした。その結果、『脱伝統家庭派』、『脱平凡願望派』、『自己充足派』、『消極無関心派』、『積極出世派』、『気ままエンジョイ派』の6つのクラスターに分けられた。

次に、県民のスポーツに関するニーズやウォンツの要因構造を明らかにするために、武隈の「スポーツに関するベネフィット因子」を援用した。その結果、「アクセサビリティ」、「スポーツ情報」、「スポーツ仲間」、「スポーツの効用」、「スポーツサービス」、「トレンド」、「個別的・合理的トレーニング」、「指導者」、「技能向上」の9つのベネフィットが抽出された。

そして、県民のライフスタイルとスポーツに関するベネフィットの関係を検討した結果、すべてのスポーツに関するベネフィット因子とセグメントされたライフスタイル群の間に有意な関係がみられた。

以上のことから、運動者の生活、行動、価値観、志向などの多面的な生活システムの違いが、スポーツに関するニーズやウォンツに影響を与えていることが推察された。

### ＜謝 辞＞

本研究の調査は、大分県教育委員会および、県内の市町村教育委員会のご協力を得て行われました。特に、県教育委員会体育保健課生涯スポーツ係の吉松諄主幹には、多大な労をおかけしました。ここに深く感謝の意を表します。

また、数多くの調査票を回収することができ、誠に貴重なデータを得ることができました。調査にご回答して下さった県民のみなさまに心から御礼申し上げます。

### 参考文献

- 1) 飽戸 弘 (1985) 消費者文化論-新しいライフスタイルからの発想-, 中央経済社。
- 2) 飽戸 弘 (1986) 日本的「ヤッピー」の実証的研究, 消費と流通, 10-2, pp.13-32.
- 3) 飽戸 弘・松田義幸 (1989) 「ゆとり」時代のライフスタイル, 日本経済新聞社。

- 4) Claycamp, H. J. and Massy, W. F. (1968) A Theory of Market Segmentation, *Journal of Marketing Research*, 5, pp.388-394.
- 5) Haley, R. I. (1968) Benefit Segmentation : A Decision-Oriented Research Tool, *Journal of Marketing*, 32, pp.30-35.
- 6) 原田宗彦・菊池秀夫(1990) スポーツ参加者のライフスタイルに関する研究, *体育学研究*, 35, pp.241-251.
- 7) 原田宗弘(1991) スポーツの経済学的側面 —スポーツ消費者について—, *J.J.Sports.Sci.*, 10-4, pp.248-252.
- 8) 菊池秀夫(1991) スポーツ・マーケティングとその研究動向, *J.J.Sports.Sci.*, 10-4, pp.260-265.
- 9) 中西純司・浪越一喜(1989) ライフスタイル・セグメンテーションにみるスポーツ消費者の実証的類型化, *体育・スポーツ経営学研究*, 6-1, pp.21-35.
- 10) Piesman, D. and Hartley, M. (1984) *The YUPPIE Handbook*, Pocket Books.
- 11) 清水富弘・田井村明博・洲 雅明(1993) 運動者のライフスタイルとベネフィットの関係, *体育・スポーツ経営学研究*, 10, 1, pp.43-55.
- 12) 清水富弘・洲 雅明・田井村明博(1994) 「大分県民のスポーツに関する便益」調査報告書
- 13) 洲 雅明・清水富弘・田井村明博(1993) 大学生におけるスポーツの便益構造, *大分県立芸術文化短期大学研究紀要*, 31, pp.79-94.
- 14) 武隈 晃(1991) スポーツ・フィットネスにおける消費者ニーズの実態, *Sports Industry*, 6-3, pp.38-44.
- 15) 武隈 晃(1991) 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—, *鹿児島大学教育学部研究紀要 人文・社会科学編*, 42, pp.79-97.
- 16) Yankelovich, D. (1964) New Criteria for Market Segmentation, *Harvard Business Review*, 42, pp.83-90.
- 17) Yankelovich, D. (1983) *New Rules, Searching for Self-fulfillment in a World Turned Upside Down*, Random House.