

# スポーツイベントによるスポーツ振興に関する実証研究 ：Blue Winds のインパクト

北村尚浩（スポーツ人文・応用社会科学系）

## 【事業概要】

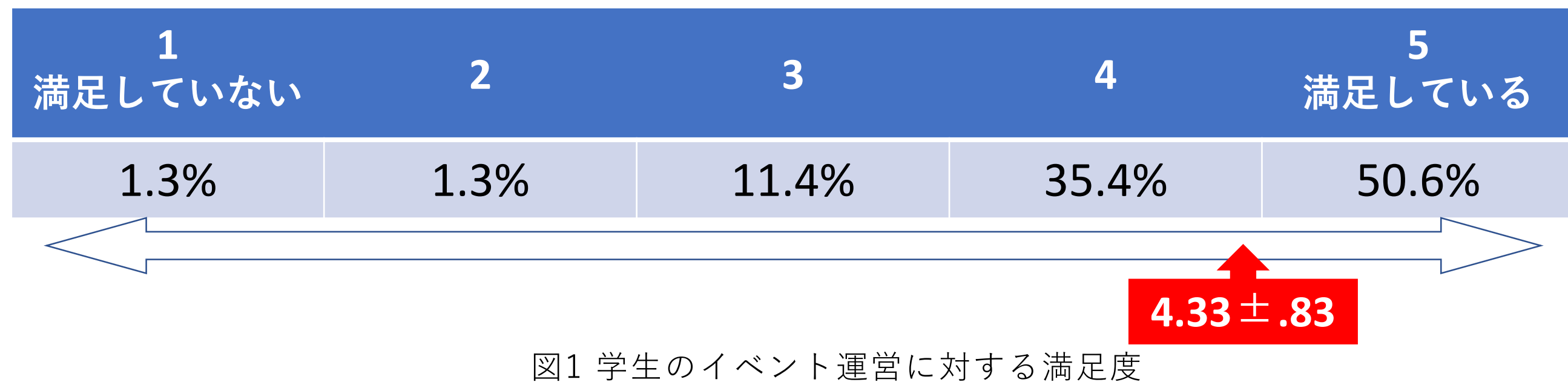
スポーツアライアンス室（SA室），鹿屋市と共同して本学陸上競技場を会場としてランニングイベント（みんなのタイムトライアル）を開催し，Blue Windsブランドによる地域スポーツの振興を目指すとともに，そのインパクトを測定する実証研究

## 【取組内容】

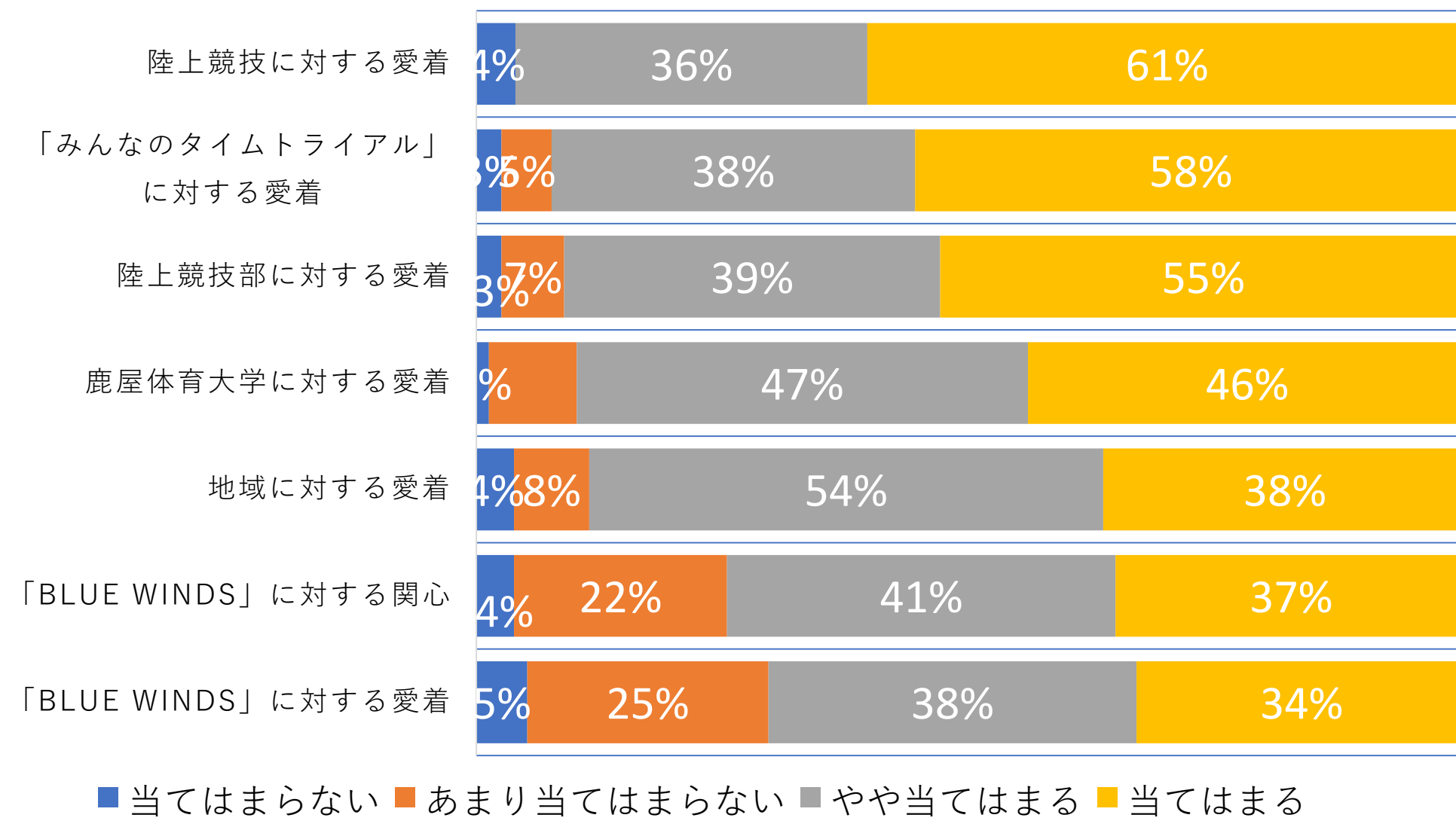
平成31（2019）年度から令和3（2021）年度にかけて，市民参加型のスポーツイベント「みんなのタイムトライアル」を開催するとともに，学生の大学アイデンティフィケーション，地域愛着度，Blue Winds事業への参画状況等に関するアンケート調査を実施した。

## 1. イベント参画による学生への効果

スタッフとして参加して，大会運営にどの程度満足していますか（n=79）



イベント運営に参画した学生86%が，大会運営に満足している。



イベントへの参画を通して，陸上競技やイベント，チーム，大学，地域に対する愛着，Blue Windsに対する関心が高められた。

## 2. 学生の大学アイデンティフィケーション，地域愛着

社会的アイデンティティ理論（Tajfel & Turner, 1979）によれば，社会的アイデンティティとは，自らが何者であるかを所属している集団や組織を基準に認識することで，集団の評価を取り込むことで自己の評価を高めるため，集団の評価が高まるよう行動するとされている。本プロジェクトでは，この理論に依拠する大学アイデンティフィケーションに着目した。

## 【調査方法】

体育学部在籍する全学生を対象として，Google Formを利用したインターネット調査を実施した。

2019年度：2020年2月～3月（n=151）2020年度：2020年10月（n=172）2021年度：2022年2月～3月（n=240）

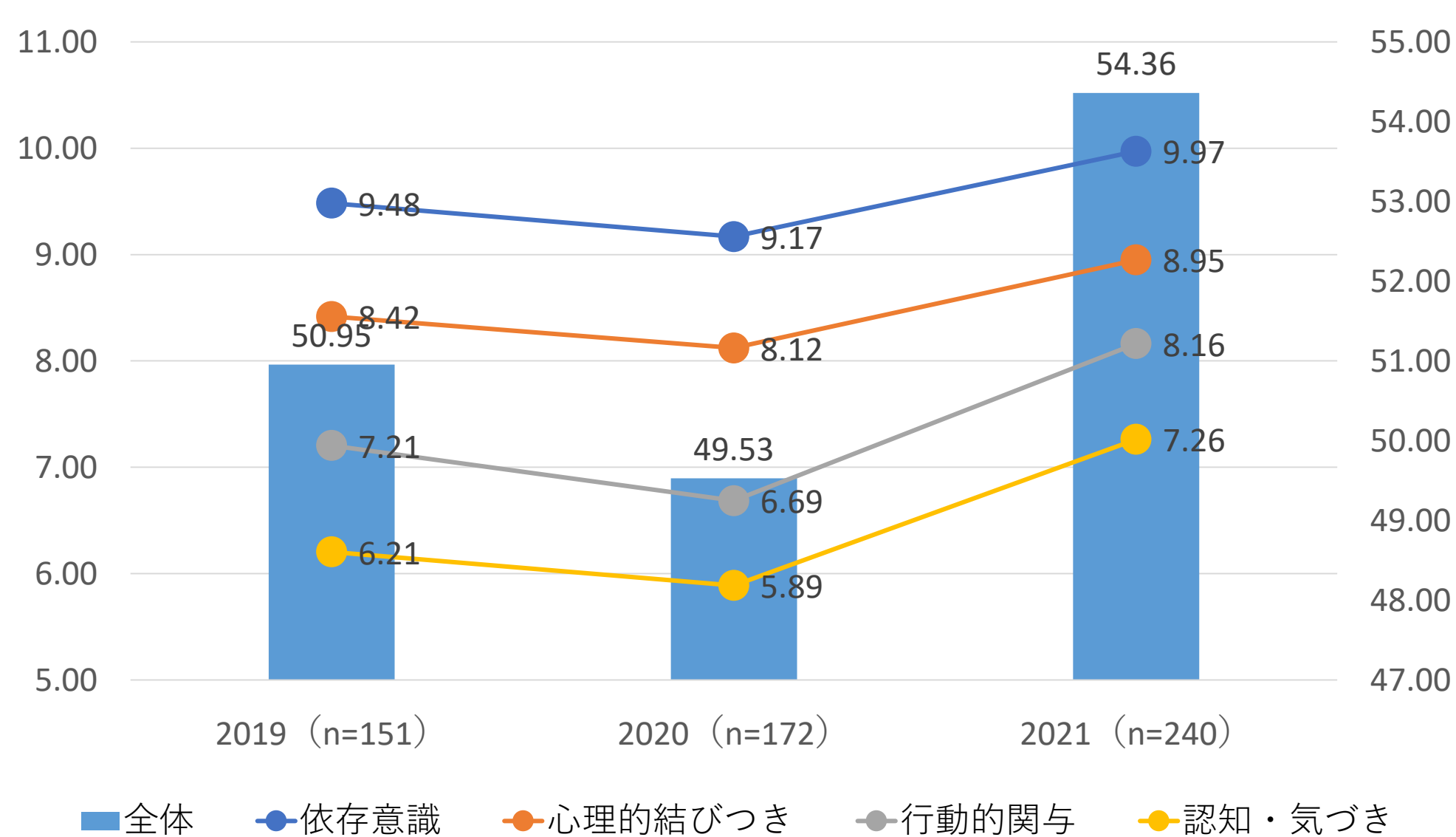
## 【調査内容】

個人的属性，所属サークル，大学アイデンティフィケーション，チームアイデンティフィケーション（2021年度のみ），地域愛着，Blue Winds認知度と事業参画状況

## 【主な結果】

	2019 (n=151)		2020 (n=172)		2021 (n=240)		F	LSD*
	mean	S.D.	mean	S.D.	mean	S.D.		
個人的評価	10.54	2.02	10.45	1.95	10.58	1.90	0.20	
公的評価	9.11	2.17	9.21	1.96	9.44	2.26	1.23	
依存意識	9.48	2.05	9.17	2.19	9.97	2.27	7.00**	2019, 2020<2021
心理的結びつき	8.42	2.22	8.12	2.21	8.95	2.13	7.63**	2019, 2020<2021
行動的関与	7.21	2.46	6.69	2.29	8.16	2.48	19.74**	2019, 2020<2021
認知・気づき	6.21	1.93	5.89	2.06	7.26	2.38	22.88**	2019, 2020<2021
全体	50.95	8.91	49.53	8.26	54.36	10.02	15.01**	2019, 2020<2021

\*p<.05 \*\*p<.01



	1年生 (n=165)		2年生 (n=141)		3年生 (n=142)		4年生 (n=115)		F	LSD*
	mean	S.D.	mean	S.D.	mean	S.D.	mean	S.D.		
個人的評価	10.67	1.97	10.48	2.04	10.23	1.87	10.74	1.85	1.89	
公的評価	9.67	2.14	9.12	2.24	8.87	2.01	9.42	2.14	4.07*	2,3<1, 3<4
依存意識	9.61	2.30	9.90	2.09	9.49	2.17	9.33	2.26	1.57	
心理的結びつき	8.50	2.34	8.50	2.14	8.59	2.24	8.66	2.06	0.17	
行動的関与	7.30	2.74	7.40	2.29	7.52	2.40	7.66	2.52	0.52	
認知・気づき	6.19	2.31	6.56	2.02	6.68	2.32	6.93	2.29	2.66*	1<4
全体	51.95	10.14	51.96	9.10	51.38	9.58	52.74	8.70	0.44	

\*p<.05 \*\*p<.01

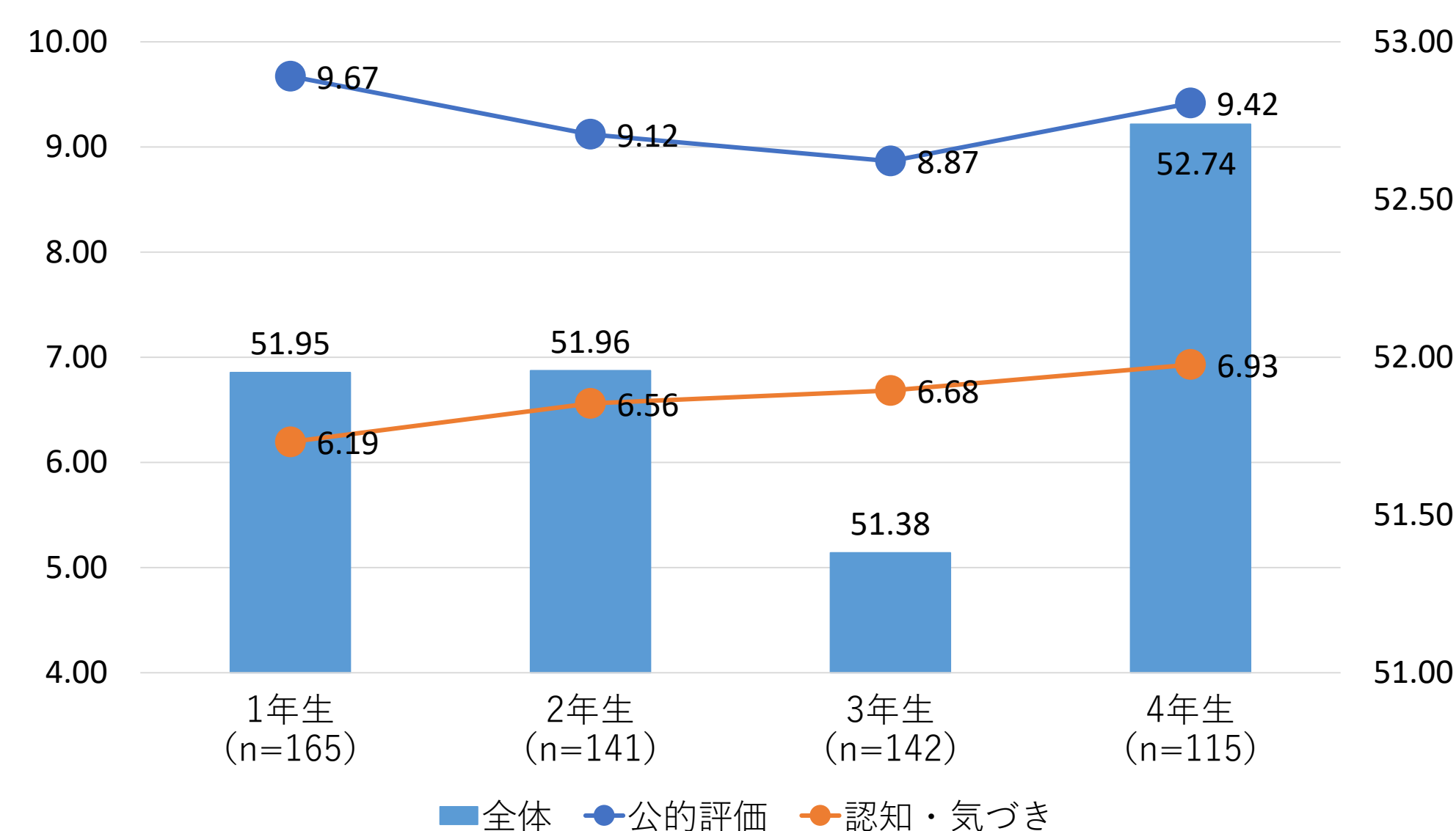


表1 Blue Windsとの関わり，大学アイデンティフィケーション，地域愛着

	学年	UI	PA	認知度
学年				
大学アイデンティフィケーション	.016			
地域愛着	.184**	.474**		
Blue Winds認知度	.260**	.172**	.211**	
Blue Winds参画度	.391**	.098*	.211**	.461**

\*p<.05 \*\*p<.01

☞ 学年と大学アイデンティフィケーション以外の組み合わせで，有意な相関が見られた。学年が進行するにつれて地域愛着やBlue Windsの認知，参画が強まることが明らかになった。

☞ 大学アイデンティフィケーションと地域愛着との間には，比較的強い相関が認められた。

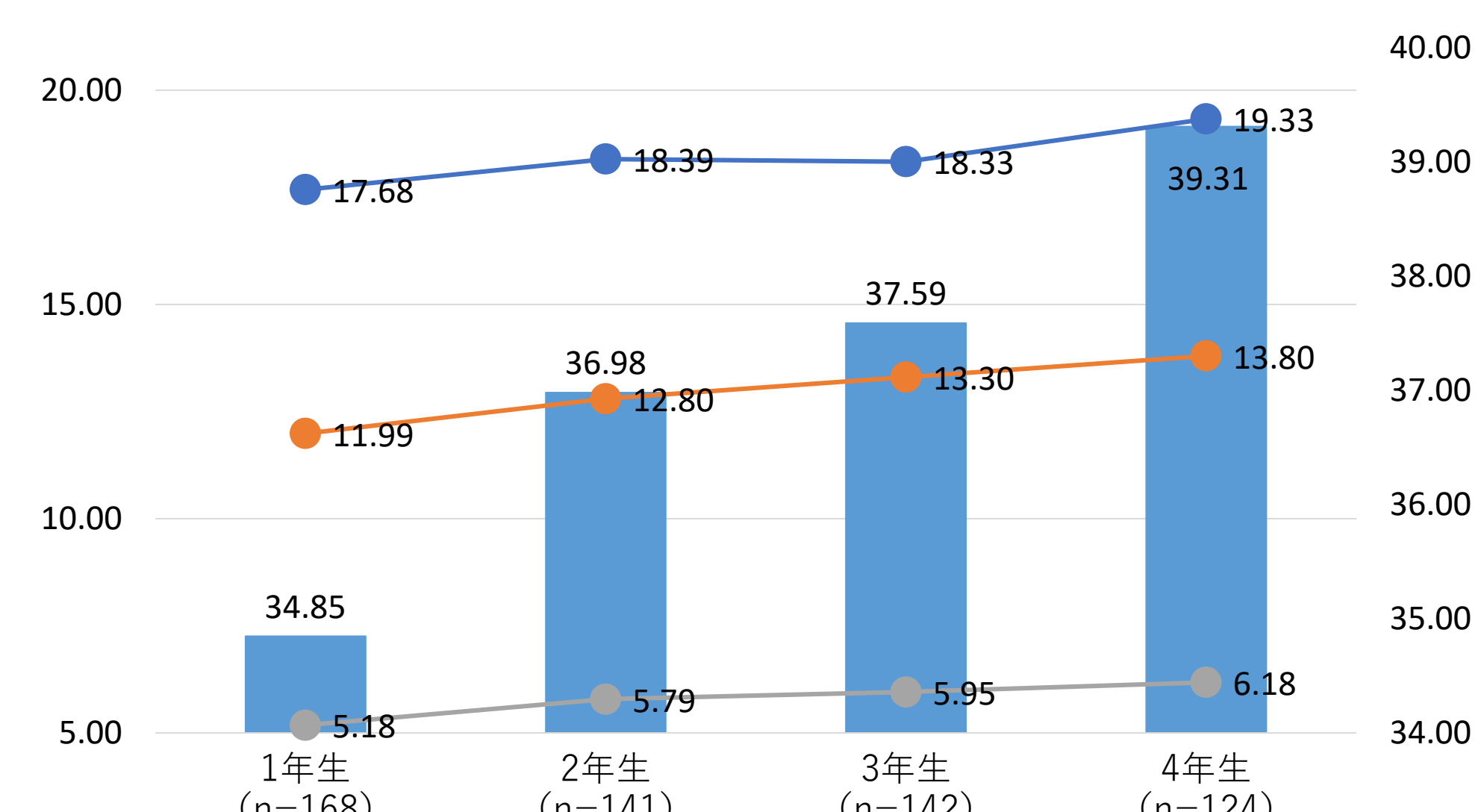
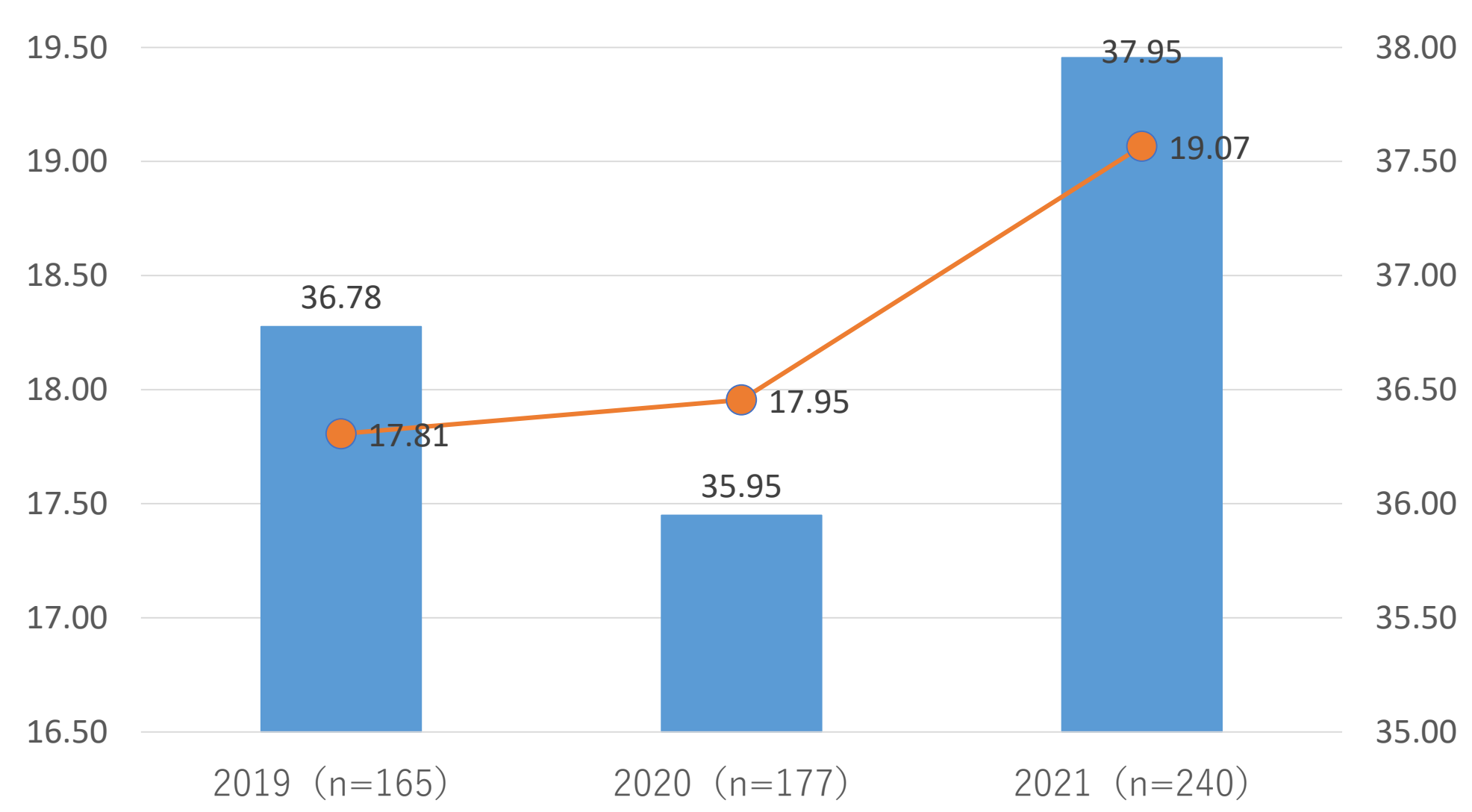
## 【まとめ】

☞ 2019年度から2021年度にかけてのコロナ禍による様々な行動制限は，学生の大学アイデンティフィケーションや地域愛着への影響が示唆された。また，Blue Wins事業への関わりと大学アイデンティフィケーション，地域愛着との関連も明らかになった。

☞ 「地域密着スポーツブランド」を標榜するBlue Windsが行う事業を通して，学生の自己アイデンティティ形成のみならず大学アイデンティフィケーションを高める効果が期待できる。このような組織アイデンティフィケーションは，協同行動や組織市民行動といった，組織にとって有益な行動を促進するといわれており，事業のアウトカムを高めるためには，学生の参画を促す取組が必要である。

☞ 大学アイデンティフィケーション（全体）については，調査年度間で有意な差が見られた。新型コロナウイルス感染症感染拡大（コロナ禍）による行動制限が強まった2020年度が最も低く，行動制限が徐々に緩和されつつあった2021年度が最も高かった。

☞ 学年間では大学アイデンティフィケーションの「公的評価」「認知・気づき」で有意な差がみられた。「公的評価」は1年生が最も高く，2年生，3年生と低下し，4年生で再び高くなっている。「認知・気づき」は，学年が進行するにつれて高まっている。



☞ 地域愛着（全体）も同様に，2020年度が最も低く2021年度が最も高かった。

☞ 学年間の比較では「選好」「感情」「持続願望」のいずれも有意な差が見られ，学年が進むにつれて地域愛着も高まっている。