

経済的要因が運動者行動に及ぼす影響

八代 勉・宇土正彦・柳沢和雄
木村和彦・武隈 晃

A Study on the Consumers' Behavior Concerning to the Sports and Recreation Services.

Tsutomu YATSUSHIRO, Masahiko UDO, Kazuo YANAGISAWA
Kazuhiko KIMURA, Akira TAKEKUMA.

The purpose of this paper was to investigate the influence of economical factors and participants' attributes on the consumers' behavior concerning to the sports and recreation services. Especially, we intended to explain the relationship between the consumers' behavior (or attitude) and the user fees for sports facilities, income and attitude toward the cost.

The questionnaires were distributed to the user of public sports hall, and 336 samples were collected.

The results obtained were as follows :

1. Generally, the user-charge had the influence on the consumers' behavior concerning the sports and recreation activities. But the decrease of participants by the raising of its charge was small because of the user-charge of public service is not too expensive.
2. The consumers' attitude was divided into three types : (1) give up using (rejection) , (2) continue to use by decreasing the numbers of times (resentment) , (3) continue to use constantly; by the rising of its charge. There were small number of type (1) and (2) by the 50% rising of public sports hall charge at present. About 20 or 30% participants type (3) were found in spite of the 100% rising.

These consumers' attitude was closely related to the need for sports (sports need) and cost-performance sense.

3. Attitude toward cost-performance was very different between of the public service and the private commercial service. In the private (commercial) service, it tended to precede attitude toward the performance as they consumed that services.

I 緒言 (研究の目的)

人びとが運動をはじめたり、続けたり、あるいはやめる、という行動、また、クラブに入ることや退部するという行動、施設を利用したり、利用を止めてしまうという行動、このような運動あるいは体育・スポーツ事業に対して人びとがとる行動のことを運動者行動と呼び、体育経営学では、

一つの重要な研究対象となってきた。運動者行動の研究成果は、行政や経営者のあり方そのものに、直接的ないしは間接的にフィードバックされていくからである。

本研究は、この運動者行動を特に経済的な要因をはじめ、運動者のもつ諸属性との角度から分析しようとするものである。

これまでは、運動者の経済的な負担能力の一面

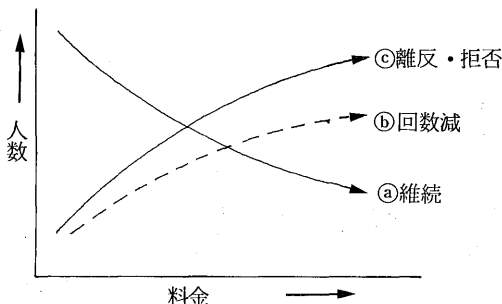
を示す「所得」との関連について検討を加えてきたが³⁾、消費者行動研究においては、「消費行動の説明要因として「所得」が必ずしも唯一絶体の説明力をもつとはいえない²⁾」ということが明らかにされてきており、筆者の研究³⁾においても、所得が運動者行動の強い説明要因の一つとしては支持されるが、運動者自身の運動欲求や運動生活そのものも説明要因として加わることを指摘している。

今回は、運動者の公共施設（一般開放事業）をめぐる行動が、その使用料（価格）によってどのような影響をうけるかということ明らかにし、さらに、その影響は運動者によってどのように異なるかをみようとする。すなわち、運動者の施設利用（経費支出を伴う）は、運動者の欲求や生活、所得及び価格意識と関連をもつということ明らかにしようとする。

II 研究の方法

運動（体育事業）や運動に関連する様々な消費性向は、料金や価格の値上げとの関係によって変化するであろう。ある者は値上げに関係なく行動を維持しようとするであろうし、ある者は回数を減じながらも行動を維持しようとするであろう。また、ある者は行動を断念（離反・拒否）しようとするかもしれない。そこで本研究では、このような運動の利用（購買）行動にかかわる行動の心的構えを利用（購買）態度と呼び、①値上げに関係なく行動を維持しようとする者、②回数を減じながらも行動を維持しようとする者、③行動を断念しようとする者、の三つの態度に分類し、料金の上昇（質問紙によって提示）とともにその態度がどのように変化するかを求めてみた。

仮説1. 料金の上昇にともなって、①が減少し、②、③が増加する（下図）。



また、上記の仮説（料金—利用（購買）態度関係）を説明するための媒介要因として、リーズナブルゾーン（reasonable zone）とベターゾーン（better zone）という考え方⁴⁾を援用して、価格—効用意識という概念を用いた。本研究における価格—効用意識というのは、各々の利用（購買）対象に対して、価格と効用・魅力のどちらかを先に考えるかということである。なお、利用（購買）対象としては公共サービスに加えて、民間のスポーツサービスやスポーツ関連商品についても取りあげることにした。

さらに、これらの利用（購買）態度や価格—効用意識は、運動者側の主体的な要因及び利用（購買）対象の特性によって左右される（仮説2）と考え、運動者側の主体的な要因として、i)性、年齢、ii)運動欲求、iii)運動生活、及びiv)年間所得、の諸属性を取りあげ、購買対象の種類及び公共か民間か（提供主体別）という条件によって特定化することにした。

上記のような仮説の検証及び実態の把握のために、昭和57年9月、東京都内の2公営体育館の利用者を対象にした質問紙法による調査を実施した。分析に用いた標本数は336である。

III 結果と考察

1 公営体育館の利用状況と値上げの影響

—予備的な検討—

図—1、2は東京都内E区の総合体育館の利用状況を示している。使用料金の値上げは利用状況に影響を及ぼしているかどうかをみようとするものである。利用者状況は47年度を100とした場合のその後の利用者総数を指数化して示している。47年度以降順調な伸びをしていたものが、個人利用については、55年度は16.0%（前年比）の減少という結果がみられる。この56年度は4月当初に使用料金が100%値上げされており、値上げの影響とも考えられる。

しかし、団体利用区分は減少がみられず、さらに、個人利用、団体利用両区分ともに翌年度には利用は回復している。

ところで、この個人利用を主な種目について検討してみると、図—2のように、個人的な種目、未組織的な集団で実施可能な種目に減少傾向が顕著にみられ、集団的スポーツはその傾向はあまり

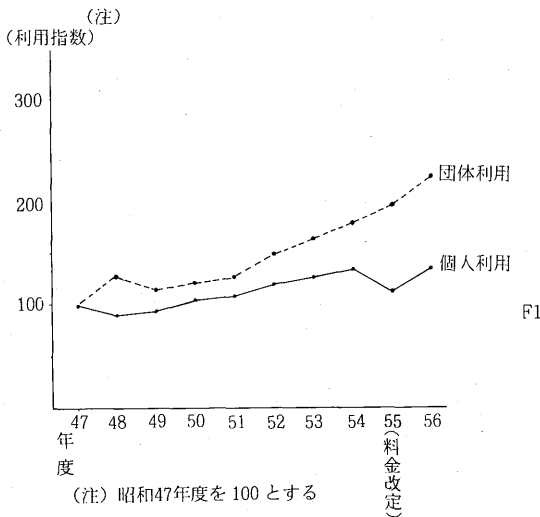


図-1 使用料金の利用状況に及ぼす影響

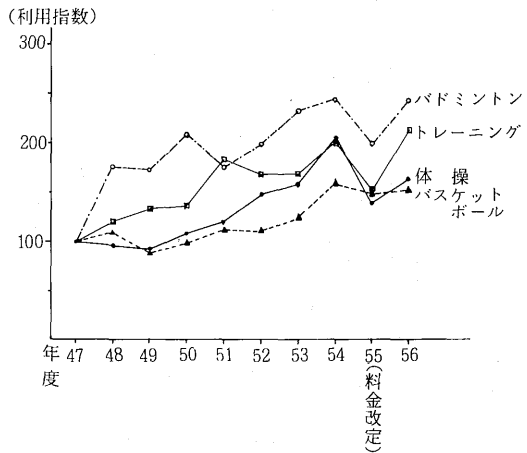


図-2 使用料金の利用状況に及ぼす影響 (種目別)

みられない。

しかし、この図にある個人利用の減少が値上げの影響によるものか否かは断定できない。翌年度の利用の回復をみると、100円から200円への値上げは、運動者行動に強い影響を与えたとは言い難く(むしろ、この程度の値上げ額は意識され得ない額であるかもしれない)。また、運動者行動に影響する要因の中では、使用料は特に強い影響力をもたない要因とみることもできる。そのことは、図-4からも伺い知ることが出来る。

すなわち、スポーツ教室、体育館、テニスコート、プールの個人利用といった四つのサービスに対する運動者の選好ウエイトは、「使用料(が安い)」は第三番目を占め、現在の公共 Service に対する消費行動への説明要因としては、弱い位置にあることがわかる。

さて、使用料金の上昇が利用(購買)態度にどのような変化をもたらすかについて見てみよう。

図-3-1(1)、(2)は、二つの体育館における利用者に対する調査の結果を示したものである。現在の使用料がそれぞれの体育館で異なるために、「続ける者」「回数を減らして続ける者」「やめる者」のカーブに差がみられる。すなわち、N体育館、E体育館とも、値上げされる額の上昇にともない、「続ける」と答える者の割合が減り、そのかわりに、「回数を減らして続ける」「やめる」と答えて

いる者の割合が増えている。しかし、50円~100円の値上げでは、運動者の行動にあまり影響が見られない点、また、150円の値上げに対しては、「続ける」「回数を減らして続ける」とする者が、50%程度みられる点は注目されるであろう。

次に、プールの個人利用の場合について見てみよう。プール個人利用の場合も、体育館個人利用の場合と同様な傾向にあると言えるが、体育館の場合には、50~100円の値上げは、利用にあまり影響しないと考えられたが、プールの場合には、それが100~200円となっている。また、両施設は同様な傾向が見られるが、その意識の変化が現われる金額は異なっている。すなわち、体育館個人開放の場合には、100~200円までの値上げで意識の変

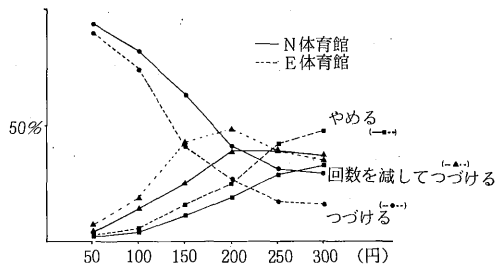


図-3-1(1) 使用料金の上昇と利用態度(購買態度)の変化(体育館個人開放)

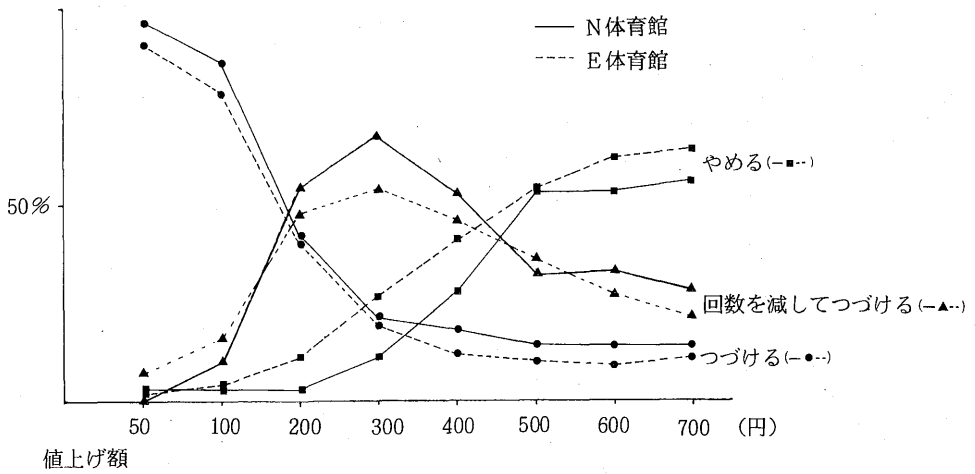


図-3-(2) 使用料金の上昇と利用態度(購買態度)の変化
 (プール個人利用の場合)

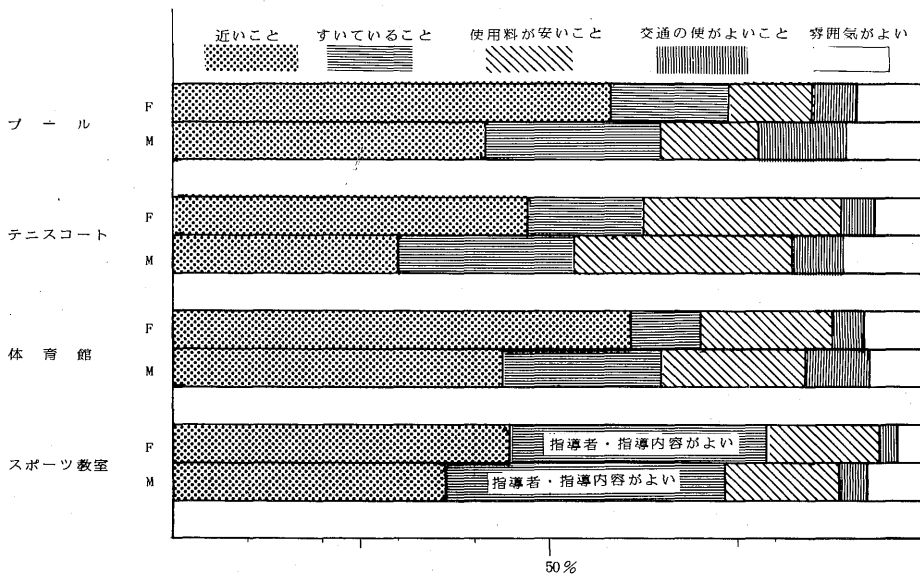


図-4 スポーツサービスを選ぶウェイト

表-1 購買態度に及ぼす要因

(1) 所得

(2) 年齢

購買態度	性		年齢 (才)			
	男	女	~29	30~39	40~49	50~
I	12 73.1	75 60.5	22 19.5	64 56.6	23 20.4	4 3.5
II	14 26.9	49 39.5	7 11.1	53 84.1	3 4.8	0 0

(3) 年間所得

購買態度	所得 (万円)					
	~300	301~400	401~500	501~650	651~	N.A.
I	12 10.6	24 21.2	17 15.0	4 3.5	18 15.9	38 33.6
II	4 6.3	8 12.7	11 17.5	5 7.9	5 7.9	30 47.6

(4) 運動欲求

(5) 運動生活

購買態度	運動欲求					運動生活				
	C	P	A	S	N.A.	C	P	A	S	N.A.
I	46 40.7	25 22.1	23 20.4	2 1.8	17 15.0	39 34.5	27 23.9	26 23.0	6 5.3	15 13.3
II	19 30.2	11 17.5	18 28.6	4 9.5	9 14.3	24 38.1	12 19.0	14 22.2	7 11.1	6 9.5

(6) 価格-効用意識

購買態度	公共スポーツ教室				民間スポーツ教室			
	価格	効用	どちらともいえない	N.A.	価格	効用	どちらともいえない	N.A.
I	15 13.3	76 67.3	12 10.6	10 8.8	49 43.4	33 29.2	16 14.2	15 13.3
II	17 27.0	30 47.6	14 22.2	2 3.2	39 61.9	13 20.6	9 14.3	2 3.2

購買態度	公共プール				民間プール			
	価格	効用	どちらともいえない	N.A.	価格	効用	どちらともいえない	N.A.
I	27 23.9	54 47.8	20 17.7	12 10.6	48 42.5	29 25.7	21 18.6	15 13.3
II	33 52.4	22 34.9	5 7.9	3 4.8	41 65.1	7 11.1	11 17.5	4 6.3

購買態度	公共テニスコート				民間テニスコート			
	価格	効用	どちらともいえない	N.A.	価格	効用	どちらともいえない	N.A.
I	25 22.2	36 31.9	34 30.1	18 15.9	45 39.8	18 15.9	30 26.5	20 17.7
II	24 38.1	16 25.4	20 31.7	3 4.8	36 57.1	4 6.3	20 31.7	3 4.8

I ……値上りが200円以上になった場合「続ける者」

II ……値上りが200円以上になった場合「やめる者」

化が見られ、200円をこえるとその変化はあまり見られない。それに対して、プールは「続ける」「回数を減らして続ける」とする者は、100~300円で変化が見られ、それ以上の値上げでは、行動を継続する者の割合は低いが、意識される割合の変化は見られない。このことは、約10~15%の者は、いくら値上げしても利用する(したい)ということの意味している。また、「やめる」と意識される金額は100~200円で変化が現われ、500~600円になると変化は見られなくなっている。

以上の結果から、利用料金の値上げが、利用者の意識にのぼる金額は、体育館個人開放とプール個人利用の場合とでは異なることがわかった。

値上げ額と利用(購買)意識との関係についての細部にわたる検討は今回の主題ではないので省略し、次に、同じ値上げ額に対して人によって態度に差異が現われるのは、運動者のどのような属性及び要因に起因するのかについて検討してみよう。

2 運動者の利用(購買)態度の規定要因

ここでは、運動者の利用(購買)態度が、どのような運動者の属性一性、年齢、所得、運動欲求、運動生活一により影響されるか、また、利用(購買)の対象となる事業の性格一民間・公共、利用(購買)する事業・施設に対する価格一効用意識一によりいかに異なってくるかについて分析される。なお、表一1-(1)~(6)までの分析は、値上がり200円以上になる場合を区切りに「続ける者」→I群と、「やめる者」→II群とに分類して行われた。

表一1-(1)、(2)は、性別と年齢について見たものである。表からは、若干の男女差は見られるが、年齢的には年齢の高い者(40歳以上)の中に「続ける者」の割合が高くなっている。なぜ年齢の高い者に「続ける」とした者が多いかについての積極的な説明はできないが、おそらく、運動の必要感の高さに影響されていると予想される。

年間所得に関しては、利用の継続一離反との関連は顕著なものが見れなかった。つまり、年間所得が650万円以上になると「続ける」者が15.9%と増えているが、逆に、400万円以下でも31.8%の者が「続ける」としている。

次に運動欲求、運動生活との関連について見て

みよう。運動欲求によるちがいは、C欲求(クラブに参加したいという欲求)のある者は、値上がりしても「続けたい」と答え、逆にA欲求(公共施設・学校開放などの施設を使って自由に運動したいという欲求)及びS欲求(運動に対する欲求がない)を持つ者には、値上がりしたら「やめる」とする者が28.6%、9.5%と多く見られる傾向にある。しかし、運動生活についてみると「続ける」者と「やめる」者とのちがいは、S運動者を除き、顕著な差は認められなかった。このことは、値上がりするという将来の事態に対する態度は、現在実施している運動生活のちがいよりも、現在運動者が抱いている運動欲求、どのような形式で運動したいか、という欲求と関連していると予測される。

次に、価格一効用意識を利用(購買)の対象となる事業の性格及びその提供する主体一公共・民間一別に見たものが(6)である。まず、事業の提供主体別について見ると、民間の場合には、スポーツ教室、プール、テニスコートとも、値上がりにより「やめる」者も「続ける」者も、利用の際、「価格」を重視する者(reasonable zoneに属する事業と意識する者)の割合が高くなっている。これに対し、公共の場合では、事業のちがいにより、価格一効用意識と利用(購買)態度との関係は異なっている。つまり、公共スポーツ教室の場合には、値上がりにより「やめる」者も「続ける」者も、利用の際、利用した効用を意識する者(better zoneに属する事業と意識する者)の割合が高く、公共プールと公共テニスコートでは、値上がりしても「続ける」者は効用を重視し、値上がりすると「やめる」者は、価格を重視するという傾向にある。

以上のこのから、公共の事業と民間の事業とでは、reasonable zoneの事業か、better zoneの事業かという事業への意識のちがいが明らかとなり、さらに、公共の事業の場合でも、その事業のちがいにより、利用者の意識にのぼるzoneのちがいと、利用(購買)態度との関連にちがいは見られるものの、公共一般に言えることは、値上がりしても「続ける」者は、効用を意識する者であることがわかった。これらのことは、実際の使用料金、参加料金との対比において考慮されねばならないのであろうが、一般にその額は、公共より

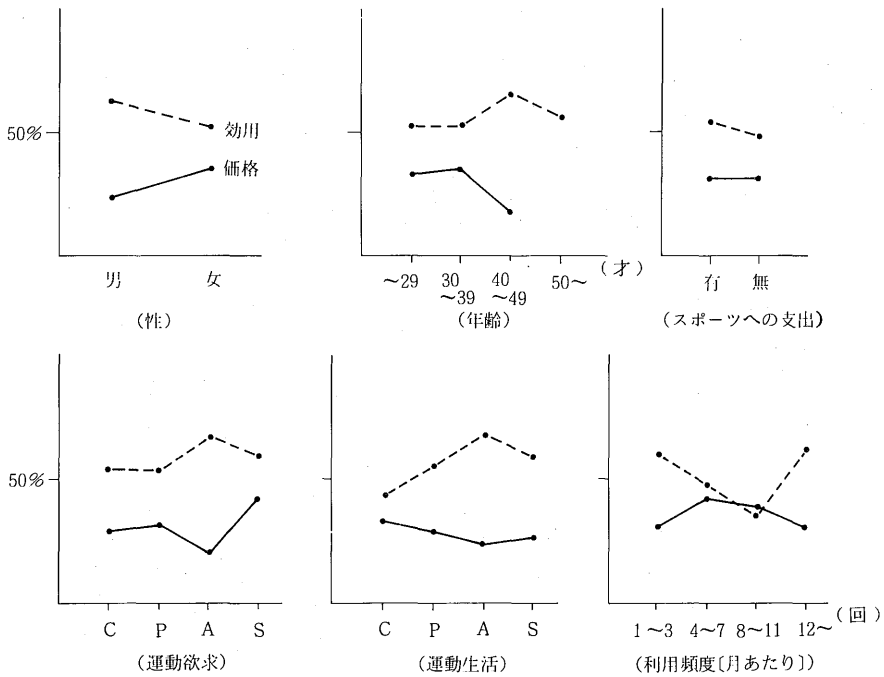


図-5 公共プール利用をめぐる価格-効用意識

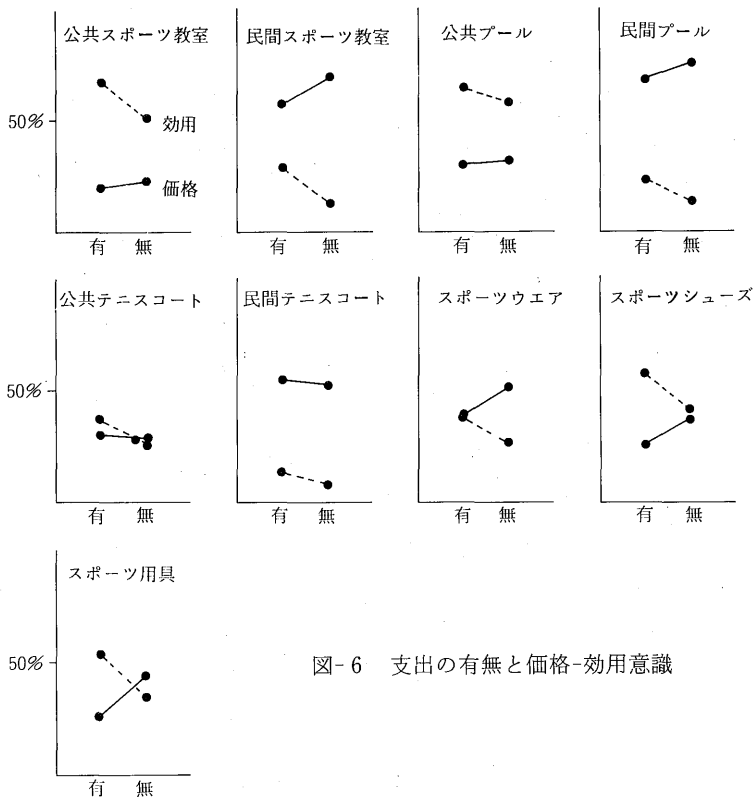


図-6 支出の有無と価格-効用意識

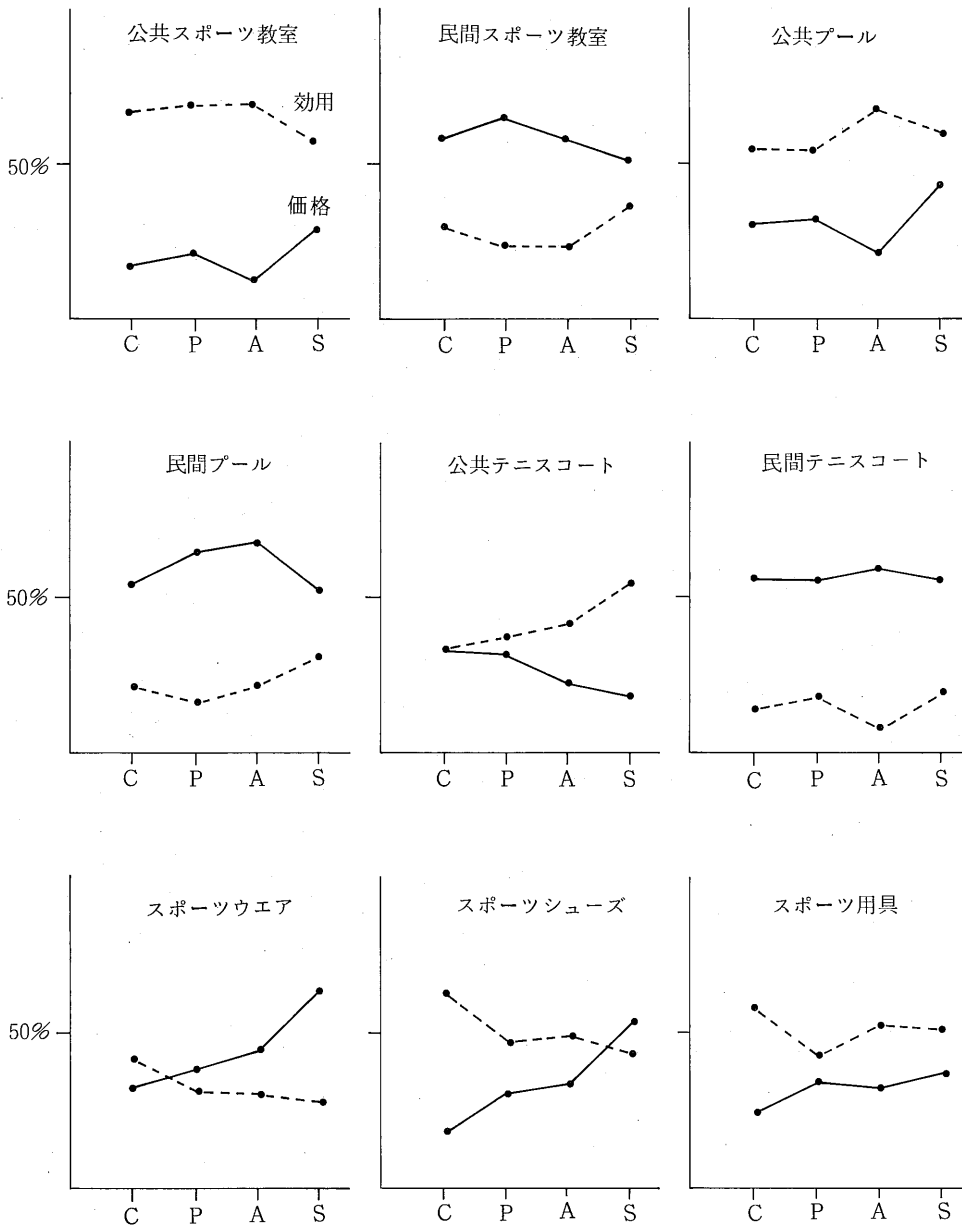


図-7 価格-効用意識と運動欲求

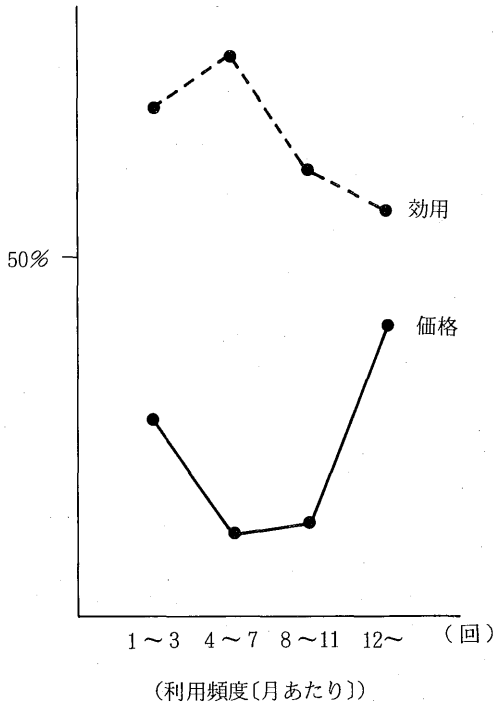


図-8 公共スポーツ教室の利用頻度と価格-効用意識

民間の方が高額であることから、民間の場合には利用の際、価値が意識されることは当然のことと言えるであろう。

次に、スポーツ教室、施設を利用(購買)する際、利用(購買)者は、いかなる基準からそれら事業への参加を決定するかについてそれら事業への参加を決定するかについて見たものが表-4である。プール、テニスコート、体育館、スポーツ教室とも、選択基準は「近いこと」が最も多く、「使用料が安いこと」は他の基準に比べてあまり強い決定基準とはなっていない。男女差を見ると特に男性の場合「近いこと」という基準が各事業に強い基準となっており、女性の場合には「すいていること」という基準が男性に比べ強く働くようである。また、事業毎について見ると、テニスコートの選択基準が他の事業と比べ「使用料が安いこと」の割合が高く、比較的 reasonable な事業と意識される割合が高くなっている。スポーツ教室の場合には、「指導者・指導内容がよい」としている者が比較的多いこのは、事業の質的相違か

ら当然のことと言える。

以上から、利用(購買)態度を規定する要因としては、民間の場合には利用(購買)価格が、公共の場合には効用、特に「近いこと」が強い要因として働き、「使用料金」はあまり選択基準となっていないと考えられる。

3 運動者の属性と価格-効用意識

先に指摘したように価格-効用意識を左右する要因として、利用(購買)対象の特性(特に体育事業については、公共であるのか民間であるのかという特性)が基本的なものであることが明らかにされた。価格-効用意識を規定するもう一方の要因として運動者側の主体的な条件(属性)があげられる。

まず、運動者の属性のうち、より基本的なものとして性及び年齢について見ると、男性より女性の方がほとんどの購買対象について価格を重視するという割合が高く、スポーツ教室及びプールについては、年齢が高い者ほど価格にウエイトを置く割合が低い(逆に効用にウエイトを置く者あるいはどちらとも言えないという者の割合が高い)という傾向が推測される(図-5)。

次に、スポーツ支出の有無について見てみると、スポーツ支出有りと答えた者の方が無しと答えた者よりも、全ての購買対象について効用を重視する者の割合が高いといえよう(図-6)。

また、運動者の体育事業に対応した運動欲求との関係について見たものが、図-7である。これからは、S欲求者(運動はしたいと思わないし、見たり聞いたりしたいと思わないと答えた者)に、比較的効用より価格を重視する割合が高いという傾向が推測できる(公共スポーツ教室、公共プール、スポーツウェア、スポーツシューズ、スポーツ用具)。

尚、それぞれの購買対象に対する購買頻度や年間所得の違いが、価格-効用意識を規定することが予想されたが、それほど明確な傾向は認められなかった。ただ、スポーツ教室(公共)の例(図-8)に見られるように、利用頻度と価格-効用意識との関係については、「ある程度まで利用頻度が増加するにつれて価格を重視する者が減少(逆に、効用を意識する者が増加)するが、さらに利用頻度が増加すると、価格を重視する者の割合は

増大(効用を重視する者の割合は減少)する」という仮説の導出が予想される。基本的には、購買対象の価格(より広義には、1回当りの購買のために要する全費用)×購買頻度が価格一効用意識を左右すると考えられる。今後この変数(単位費用¹⁹⁾×購買頻度)を考慮することによって、年間所得と価格一効用意識の関係をも、より明確に把握できると考えている。

IV 結 語

一般に商品の価格決定の方法としては、(1)原価に基づく価格決定、(2)競争商品・代替商品の価格に基づく価格決定、(3)消費者の評価に基づく価格決定の三つの方法があるとされている。

本研究では、消費対象が主として公共サービスに限定されているが、消費者の評価に基づく決定方法に関連させることを企図して、運動者行動と経済的要因との関係を明らかにしようとした。つまり、消費者が料金や価格に対してとる態度や行動を手がかりにしながら、公共(民間も)スポーツサービスの料金のあり方に対して一つの方向性を与えるものと考えられる。

今回の結果から、直ちに、サービスの価格・料金の適当な額を指摘することは出来ないが、運動者の特性・民間のサービス等に対する価格意識や購買態度にいくつかの興味ある傾向が見出された。

その第一は、現在の公共サービスの対価(料金)は、運動者の価格意識との間にかなりのズレがある、ということである。つまり、他の一般の商品に比べて公共サービスに対する価格意識及び価格一効用意識は極めて低いということがいえる。それは、一般に公共サービスが無料に近い、安価過ぎる料金で提供されているところにも一つの原因がある。運動者は、100~200円程度の値上げ額では、行動(行動を拒否しようとする態度)にはあまり影響を与えないように思われる。

また、上記の運動者の態度は、運動者の属性に関連をもち、特に、価格一効用意識(コストパフォーマンス)が強く関係していることが確認されている。

第二に、公共サービスと民間サービスとでは、運動者の価格一効用の意識には明らかに差異があることが確認された。すなわち、公共サービスは、

安価なるが故に、価格は行動の発現や維持に対しては直接的な規定要因とはなり得ないのに対して、民間サービスについては、その選択行動にはまず価格が意識される、という傾向がみられた。

また、同じサービスでも価格を先に意識するか、効用を意識するかは、運動者によって異なりをみせている。性、所得等の人口統計的要因による差も認められるが、むしろ、運動者のスポーツ支出の程度や運動欲求がよより強く関与しているように思われる。

今回の調査はサンプル数が十分でなかったこと、説明要因に不足があったこと、例えば運動に対する価値観、運動の目的意識など、民間サービスの調査が実施できなかったことなどが指摘されるが、いずれにしても、運動者行動と経済的要因との関連を示すモデル設定のための基礎的な資料は把握できたと考える。

注1) 商品の売行きにおける価格の問題として、価格のリーズナブルゾーン(reasonable zone)とベターゾーン(better zone)という考え方があり、リーズナブルの商品とベターゾーンの商品があり、リーズナブルの商品では、その購買にあたって、先に価格が意識されるのに対してベターゾーンの商品では、商品の効用や魅力が先に問題にされ、価格はその後で注意が向けられる。

注2) 単位費用……価格だけでなく交通費など関連諸経費を含めた1回の購買に要する全費用。

引 用 文 献

- 1) 小島外弘等 「商品開発のための消費者研究」日科技連 1972 Pp. 185
- 2) 富永健一等 「消費行動の社会学的分析—家計による数量的研究」社会学評論 Vol. 19 No. 1 Pp. 19
- 3) 八代 勉 「運動者行動に関する研究」筑波大学体育科学紀要 第4巻 Pp. 29-39

参 考 文 献

- 1) 宇土正彦 「体育管理学」大修館書店 1970
- 2) 小島外弘・梅沢伸嘉 「消費者ニーズをどうとらえるか」ダイヤモンド社 1977
- 3) フランヤスコ・M・ニコシア著、野中・羽路訳 「消費者の意思決定過程」東洋経済新報社 1979