

広報活動から見る地域住民の運動教室に 対する需要変動

松原 悟¹・天野 和彦¹・高橋 信二¹

1. はじめに

近年、地域活性化の手段のひとつとして、スポーツイベントを開催する地方公共団体が増えている。その背景として、スポーツ振興法の規定に基づいて文部科学省が策定したスポーツ振興基本計画が挙げられる。地方公共団体ではその計画に基づき生涯スポーツ社会を実現するための方策として、それぞれの市町村でスポーツ環境を整備充実し、できるかぎり早期に成人の週1回以上のスポーツ実施率が50%となることを目指す（文部科学省、2009）動きを推し進めている。内閣府が実施した「体力・スポーツに関する世論調査」（2009）に基づく算出によると、我が国の週1回以上のスポーツの実施率は平成9年の調査では約34.7%、平成16年の調査では約38.5%と、50.0%を超えるヨーロッパの先進諸国に比べて低い状況にある。

国民の誰もが生涯にわたりスポーツに親しむことができる生涯スポーツ社会を実現するためには、多世代、多様な技術・技能レベルに属し、多様な興味・関心を有するものが参加できる地域スポーツクラブの育成が必要である。総合型地域スポーツクラブとは、地域住民が主体的に運営するスポーツクラブの形態である（文部科学省、2008）。我が国では、身近な生活圏である中学校区程度の地域において、学校体育施設や公共スポーツ施設を拠点としながら、地域の実情に応じて民間スポーツ施設も活用し、地域住民の誰もが性別や年齢、障害の有無にかかわらず参加できる総合型地域スポーツクラブが定着することが望まれている。そのため、「2010年（平成22年）までに、全国の各市町村において少なくともひとつは総合型地域スポーツクラブを育成する」という到達目標のもと、総合型地域スポーツクラブの育成がなされており、杉並区の向陽スポーツ文化クラブや半田市の成岩スポーツクラブといった先行事例をもとに、全国各地でその試みが実施されている。

国際レベルや全国レベルのスポーツイベントの開催は、地方公共団体にインフラ整備や観光客の誘致といった社会経済的な副産物をもたらす。一方、町おこし・村おこしの一環として、地域レベルでのスポーツイベントも隆盛をみており、それらがもたらす経済波及効果などもこれまでに野川（1998）や川口（2004）らによって明らかにされている。さらに「ふる

さと創生一億円事業」においても、スポーツイベントへの期待が大きいことが報告され、スポーツイベントは地域におけるスポーツ振興のみならず、町の知名度を高め、観光客の誘致や住民意識の高揚など地域活性化への期待をも担っている。仙台市泉区においても、泉パークタウン SPO & COM CLUB、向陽台総合型地域スポーツ・文化クラブ、南光台東エンジョイ倶楽部の3つが設立され、活動している。

一方で、総合型地域スポーツクラブの多くは地域住民の望むようなクラブの形態には至っていないのが現状である。これらは作野（2000）によるクラブそのものの形成過程に関する指摘や、森川（2003）や長積ら（2004）の縦断的かつ制度的な指摘からも明らかである。それらの結果、例えば国民全体の運動量増加に総合型地域スポーツクラブは十分に貢献しているとは言い難い現状にあるのではなだいらうか。2006年において、仙台市泉区にある総合型スポーツクラブの1つである泉パークタウン SPO & COM CLUB においても、少年野球やジュニアサッカースクールなど少年を対象とした種目は盛んであるのに対し、成人を対象とした運動種目が不足しているという問題を有していた。その背景には、対象となる成人の運動・スポーツに対する意識を把握できていないという問題があった。そこで松原ら（2010）は、地域住民のスポーツクラブあるいは運動教室に対するニーズを明らかにするために、泉パークタウンに住む20歳以上の男女を対象に日常的な運動やスポーツに関する需要についての調査を行った。その結果、地域住民の求める理想的な運動教室の概要は表1の通りである（松原ら、2010）。

これらの調査結果をもとに、東北学院大学教養学部地域構想学科では、「自分だけの専属トレーナー」をスローガンとする運動教室 U-ch（ユーチャンネル）を2007年より開催している。運動教室 U-ch は、大学と SPO & COM CLUB の共同企画・運営で行われ、2007年度の開催以来2010年度の今年で4年目を迎えている。運動教室 U-ch は、運動指導・運動処方に関して若干の調整を加えているものの、参加者の勧誘など広報活動を含む運営は基本的に2007年度より同様の方法で行われている。

2006年度の調査時から5年が経過しており、地域住民の求めるスポーツサービスが変化

表1. 地域住民の求める運動教室の条件

要素	住民の希望
場所・会場	近隣の公共施設（市民センター、学校など）
頻度	週1, 2回
時間帯	平日の午前9:00~12:00
一回当たりの運動時間	90分程度
費用	¥3,000~5,000
期待する成果	健康の維持増進, 体力向上, リフレッシュ
教室に必要な条件	自分にあったプログラム, 専門的な指導員

している可能性がある。過去の調査に基づいて運営されているスポーツサービスが、住民のスポーツに関する需要の変化に対応していなければ、広報活動の成果である広告反応率に変化が生じる可能性がある。運動教室 U-ch 開催より 4 年が経過した現在、地域住民の運動教室に対する需要が変化しているか否かを広報活動の広告反応率を通じて検討した。

2. 方 法

2.1 泉パークタウン地区

泉パークタウンは、宮城県仙台市泉区の丘陵地帯にある地区である。昭和 40 年代仙台市の急激な人口集中による住宅不足に応じて、三菱地所グループが、総開発面積 1,070 ha、計画人口 50,000 人を目指し、開発を開始した。泉パークタウン地区は、一般住宅だけではなく、工業団地、スポーツ施設、商業地区、教育施設がある、一つの完結した都市づくりを目的として、1969 年（昭和 44 年）から開発されている。一民間企業が単独で手がけるものとしては日本最大規模の複合開発事業である。

事業開始から 40 数年を経て、現在は 9,188 所帯、25,846 人（統計情報せんだい町名別年齢別住民基本台帳平成 22 年 10 月 1 日現在）が居住しており、仙台を代表する新興住宅地として高評価されている。一方、第一期分譲地区である高森地区は、住民の少子化、高齢化が著しく、都市のドーナツ化現象に付随する諸問題が浮上している地区である。

2.2 広報活動の詳細

広報活動は、2007 年 10 月の 2 日間、午前 10 時から正午 12 時まで、運動教室開催場所であるシェルコム仙台近隣のスーパーマーケット「キャラウェイ」と「つかさ屋」にて、2008 年 9 月に泉区パークタウンにあるスーパーマーケット「つかさ屋」にて午前 10 時から正午まで、2009 年 9 月に桂にある「グリーンマート」と「coop 高森店」にてどちらも午前 10 時から正午まで行われた。40 歳以上の成人の方を対象に広報活動を行った。広報活動は、実際に運動教室が開催される曜日（金曜日）と時間帯（午前 10～正午）と合わせた。

広報活動は事前に作成した U-ch の募集要項の配布である。募集要項は、A4 版 1 枚の両面カラー印刷で作成された資料であった（図 1 と図 2）。募集要項運動教室の開催時間、期間、会場および参加費用を明記していた。また、運動教室の特徴（スタッフ、過去の実績）と運動風景（写真データ）も表示されていた。この募集要項は、2006 年のマーケティング調査の結果に基づき 2007 年 9 月に作成され、2008 年 1 月（U-ch 1 期目終了後）に一度修正が加えられたものである。2008 年 1 月の修正では、過去の実績と写真データが追加されたが、

東北学院大学教養学部 地域住民学科学習センター



～自分だけの専属トレーナー～

大学生と一緒に汗を流しましょう！！
運動したい！！運動するきっかけを探していた！！気軽に動きたい！！
シェイプアップしたい！！リフレッシュ・ストレス解消したい！！
まず手軽にこの教室で運動してみませんか？

- ・新採用スタッフがあなたを担任します！！
- ・個人の体質やレベルに合わせて運動プログラムをスタッフがサポート！！
- ・なんと月謝 2,500円程度で楽しく運動できます！！
- ・自分の体力年齢を知って、シェイプアップに動きをがけましょう！！

開催期間 10月25日(金)～12月28日(金)の2ヶ月間(※10日)

開催会場 仙台市青葉区 仙台市立中央体育館

参加費用 5000円(※1ヶ月2500円)

募集対象 新卒以上の成人

募集定員 定員20名(毎週の定員は異なる)

募集期間 10月25日(金)まで

参加申し込み、またご不明な点がありましたら事務局までお問い合わせください。

問い合わせ先
 TEL 278-9338 (TEL)
 FAX 277-8006
 e-mail 322@izumi-u.ac.jp




図1. 2007年度に配布された募集要項(表面).

U-ch in シェルコムせんだい
～自分だけの専属トレーナー～

U-ch (ユーチャンネル) って？
 総合型地域スポーツクラブSPACCOM CLUBと東北学院大学教養学部地域住民学科学習センター・地域スポーツ研究センターが連携して実施する、仙台市市民の健康増進を目的としたスポーツ教室です。常時開催中。メダリックランニングの予約・登録を1人ひとりにあわせてスニューを提供します！

U-chの意味

- ・YOU: あなたに合わせた運動プログラムを設計
- ・U: リフレッシュ・ストレス解消
- ・ch: 仲間・コミュニティ(ごっこ)
- ・window (窓): 運動の大切さを理解

他のクラブと何が違うの？

- ・学生スタッフが専属トレーナーひとりひとりをしっかりサポート！
- ・研究機関(血液検査、高血圧・肥満診断、骨密度検査)を無料体験！
- ・研究活動を行うため、低コストで質の高いサービスを提供可能！(月2,500円)
- ・最新の健康科学の知見をしっかりと伝えます！

どんな運動をするの？

- ・ストレッチ: 柔軟性UP!
- ・ウォーキング: 自分に合ったペースで、初級～上級まで！
- ・ランニング: ダンベル・ゴムチューブ・バランスボールを使って、高強度！基礎が固まると、走りやすくなる。
- ・レクリエーション: レッカリ運動、心と身体のリフレッシュ!

メダリックランニング (ゴムチューブ)

ウォーキング

ランニング

レクリエーション

東北学院大学 教養学部 地域住民学科学習センター

図2. 2007年度に配布された募集要項(裏面).

基本的な構図は2007年9月に作成されたものと同様である。

その後、募集要項を見て新規申し込みの連絡を受けた人を新規参加者としてカウントした。総配布枚数に対する新規申込者数の比率(新規申込者÷配布枚数: 広告反応率)を各年で計算した。

2.3 統計解析

地域住民の運動教室に対する需要の経年変化を分析するために、年度(3条件: 2007年, 2008年, 2009年)×新規申込の有無(2条件)のクロス集計表を作成し、 χ^2 乗検定を行い、Cramerの連関係数(Cramer's V)の算出をした。 χ^2 乗検定において算出される χ^2 乗値は関連の有無を示す統計量であり、Cramer's Vは、0.0から1.0の範囲をとり、関連の強さを示す統計量である。有意な χ^2 乗値また1.0に近いCramer's Vが得られた場合、年度により新規申込の有無(広告反応率)に何らかの偏りが生じていることになる。すなわち、 χ^2 乗値とCramer's Vは地域住民の需要の変化を意味する。 χ^2 乗検定において、有意水準を5.0%に設定した。また、検定にはSPSS13.0J for Windowsが用いられた。

3. 結 果

3.1 広報活動と集客状況

各年の広報活動における募集要項の配付枚数は以下の通りである。2007年の活動では400枚（2日間の合計）、2008年では100枚、2009年では150枚の募集要項を、それぞれ、配布した。表2は、年度ごとの新規申込者と申込がなかった者のクロス集計表を示している。2007年度は、新規申込者9名、申込がなかった者391であった。2008年度は新規申込者2名、申込がなかった者98であり、2009年度は新規申込者3名、申込がなかった者147であった。

3.2 広告反応率に対する経年変化の影響

表2は、年度別の広告反応率と χ 二乗検定の結果を示している。なお、表3における χ 二乗検定の結果およびCramerの連関係数は先述の表2のクロス集計表を用いてのものである。広告反応率は、2007年度で2.2%、2008年度および2009年度ではともに2.0%であった。

χ 二乗検定の結果、有意な χ 二乗値は認められず（ $\chi^2(2)=0.046, p=0.977$ ）、また、Cramerの連関係数においても有意な関連は認められていない（Cramer's V=0.008, $p=0.977$ ）

4. 考 察

本研究では、地域構想学科が企画・運営している運動教室の広報活動を通じて、泉パークタウン地域住民の健康づくり・スポーツサービスに対する需要の変化を検討した。その結果、

表2. 年度別の広報活動による新規申込者と申込のなかった者

年 度	新規申込者（人）	申込のなかった者（人）	合計（人）
2007年度	9	391	400
2008年度	2	98	100
2009年度	3	147	150
合 計	14	636	650

表3. 年度別の反応率と連関の程度

年 度	広告反応率（%）
2007年度	2.2
2008年度	2.0
2009年度	2.0
合 計	2.2

χ 二乗値： $\chi^2(2)=0.046, p=0.977$, Cramerの連関係数：Cramer's V=0.008, $p=0.977$

3年間にわたる広報活動において、広告反応率はおおよそ2.0%程度と一定の値を示し、年度と広告反応率の間に有意な関連性は認められなかった。したがって、地域住民の運動教室に対する需要は変化しておらず、2007年度より開始された運動教室は現在もなお住民の需要を満たしているスポーツイベントであることが示唆された。

2007年度から2009年度にかけての3年間全体の広告反応率2.2%という結果であった。一般企業における現実的な広告反応率は1.0%にも満たないという報告があることを考慮すると（上月，2007；いのり繊維工紙，2010），本研究で得られた広告反応率は良好であったと判断できる。また， χ^2 乗検定の結果，過去3年間の広告反応率に有意な経年変化は認められなかった。関連の程度を示すCramerの連関係数においても，Cramer's $V=0.008$ という結果であった。これらの結果より，年度と広告反応率は独立しており，対象地域において，住民の求める運動教室の在り方は変化していないことが示された。

本研究の対象地区となった泉区パークタウン地区は，宮城県図書館をはじめ，宮城大学や仙台白百合学園高校などの文教施設もある他，大規模商業施設も開設され，豊かな自然を残しながら発展を続けている地区である。また，開発・発展の時間差により，住民の40%が55歳以上と高齢化が進んでいる地区（寺岡地区）がある一方，0～14歳の人口が28%と若い世代が多い地区（紫山地区）もあり，地域の多世代化も顕著となっている。今後も発展が続き，人口が増加し，かつ多世代化も進むことを考慮すると，スポーツサービスに対する需要の増加と多様化も起こりうると推測することができる。今後も地域住民のスポーツサービスに対する需要を注意して分析していくことが必要であろう。

参 考 文 献

- 半田市教育委員会（1998） 総合型地域スポーツクラブのある街—愛知県半田市成岩スポーツクラブ。教育委員会月報，50(7)：7-10。
- いのり繊維工紙（2010） 広告の反応率は？ 2010年12月1日閲覧。 http://www.taonet-sp.com/inori/04_dm/index.html#01。
- 川口和英（2004） ワールドカップ開催による地域への波及効果分析事例に関する研究：国際型スポーツイベント開催による波及効果の測定分析。鎌倉女子大学紀要，11：1-11。
- 近藤真司（1996） 向陽スポーツ文化クラブにみる総合型地域スポーツクラブの可能性（スポーツ・コミュニケーション・生涯学習—スポーツ好きも，嫌いも楽しめるスポーツ環境，事業とは）。社会教育，51(9)：24-27。
- 松原 悟，天野和彦，高橋信二（2010） 泉パークタウン住民の求める運動教室に関するマーケティング調査。東北体育学研究，印刷中論文。
- 文部科学省（2009） スポーツ振興基本計画。2010年12月1日閲覧。 http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/plan/06031014.htm。
- 文部科学省（2008） 総合型地域スポーツクラブ育成マニュアル。2010年12月1日閲覧。 http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/club/main3_a7.htm。

- 森川貞夫（2003）「スポーツ・フォア・オール」政策の比較研究（その5）総合型地域スポーツクラブ育成モデル事業—指定終了市町村への質問紙法による調査．日本体育大学研究雑誌，28(2)：179-210.
- 長積 仁，松永敬子，富山浩三，佐藤充宏（2005）地域スポーツ振興を規定する政策の一貫性と行政組織の遂行力の検討—総合型地域スポーツクラブをめぐる方針と支援体制における自治体間格差．徳島大学総合科学部人間科学研究，12：11-23.
- 上月一徳（2007）芋づる式集客法．同文館出版，東京．pp.1-25.
- 野川春夫，工藤康宏（1998）スポーツイベントと地域活性化に関する研究：スポーツ・ツーリストの観光行動の視点から．学術研究紀要，19：9-19.
- 作野誠一（2000）コミュニティ型スポーツクラブの形成過程に関する研究：社会運動論からみたクラブ組織化の比較分析．体育学研究，45(3)：360-376.