

## スポーツが大学の愛着に与える影響

東北学院大学 天野ゼミナール

○佐藤 蓮 加藤 太一 清水端 玲生 三浦 拓真  
水上 卯月 村上 明日香 森谷 綾香 渡邊 砂和花

### 1. 緒言

学生にとってスポーツとはどういう意味があるのだろうか。スポーツは学生生活と密接に関わっており、スポーツに積極的関与することで学校生活が豊かになると我々は考える。大学で積極的にスポーツに関与している学生がいる一方で、スポーツに関わりを持たない学生も多い。一般的には、大学への愛着が高いほど、大学生生活の満足度が高いとされている。しかしながら、大学生の無気力や、大学生生活に満足していない学生が多いことが問題視されている。そこで、我々はスポーツと愛着の観点から、大学への愛校心を高める政策提言を行う。

### 2. 目的

大学への愛着には環境や人間関係などが関連しており、それらにはスポーツが関わっているのではないだろうかとの仮説を立てた。そして、愛着の形成にはどういった要因があり、それを高めるためにはスポーツとどのように関わるべきであるか調査し、大学への愛校心はスポーツがどのように結びついているのかを明らかにしたい。

### 3. 方法

まず、平成 30 年 7 月 15 日から 30 日にかけて、東北学院大学の学生を対象に事前調査を実施した。サンプル数 165(欠損値なし)であった。調査では、「愛着」と「購買動機」について調査を行った。愛校心では記述統計の後、37 個の質問項目を採用して分析を行った。はじめに「愛校心」が何因子構造であるかを検証した。結果、主因子法により 7 因子が抽出され、スクリープロットを参照に 4 因子構造と仮定を試みた。そのうえで、主因子法プロマックス回転を用い分析したところ、項目間の共通性には問題のないものの、因子負荷量が低かった 4 つの質問を削除し、再度最尤法プロマックス回転で分析を行った。その結果、さらに 4 つの質問を削除し、4 因子 24 項目の構成が妥当であると統計的には判断した。下位尺度は、「この大学にいることが楽しい」などの 7 項目で構成される第一因子を「愛着( $\alpha=.893$ )」、「もう一度受験をするとすれば、同じ大学に入る」など 7 項目で構成される第二因子を「評価( $\alpha=.859$ )」、「この大学を辞めると、人に何と言われるかわからない」など 6 項目で構成される「規範と内在化( $\alpha=.780$ )」、「この大学での 4 年間で私自身を大きく変えることになると思う( $\alpha=.743$ )」などの 4 項目で構成される「期待」の 4 つである。このことより、愛校心を形成する構造は上記の 4 つということ

が分かった。

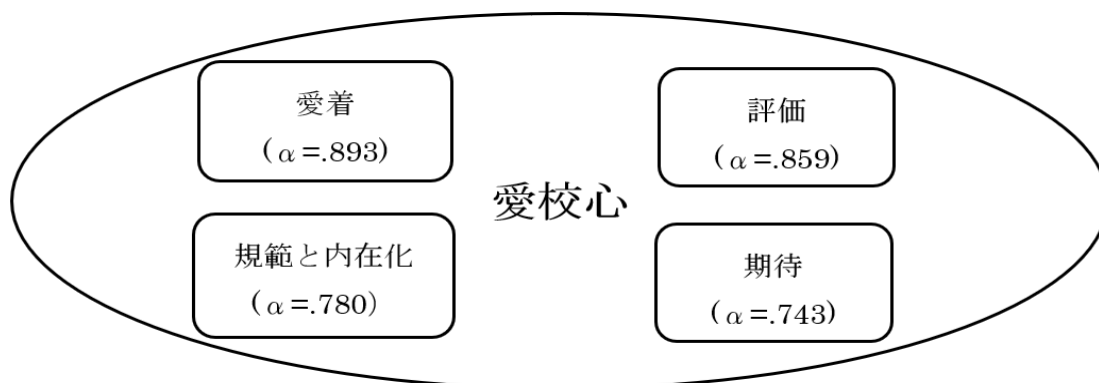


図1 愛校心を形成する4つの構造

それぞれの因子間相関は高い値を示していることから、学生が大学に抱く欲求や充足度等の「期待」因子に対し、大学環境及び人間関係等の生活環境が学生に与える影響をどのように感じているかが「評価」因子に関連しているのではないかと考える。また、大学内外の環境や社会構造等に基づいて形成される「規範と内在化」が、「期待」及び「評価」にも影響を与えていると考える。それらを含め、大学生活に満足・充足している差が「愛着」因子の高低に繋がっていると考えた。

購買動機では、交流戦または定期戦の際に記念 T シャツを作成したら購入するか。また、どのようなデザインならば購入するかという質問項目を作成した。

大学定期戦・交流戦の記念 T シャツがあったら購入したいか		
はい・・・31人	いいえ・・・134人	合計・・・165人

図2 記念 T シャツ購買意欲の図

記念 T シャツを購入したい人数の 31 人の内女性は 6 人しかいなかった。このことより、大学のスポーツイベントへの関心は、女子より男子の方が高いと考えた。さらに、購買意欲を計るためにどのような意図で購入したかを調査した。

発表までには交流戦・定期戦の観戦動機を調べ、愛校心との関係を調査するとともに、他大学にも調査を依頼し大学との差を調査するものとする。

#### 4. 結果と考察

本調査によって、大学生における大学への愛校心は「愛着」「評価」「規範と内在化」「期待」の4因子が大きく関与していることが分かった。そこで、スポーツに関する活動を通し、これらの項目を高めることで、大学生における大学への愛校心を高めることができるのではないだろうか和我々は考える。

本調査では、大学で運動部やスポーツ系サークルに所属している学生は、上記の4因子に関して、所属していない学生よりも高い数値が表れており、友人関係への満足度や大学での学生生活への期待が高いことから、スポーツを行っている学生は大学において充実した時間を過ごしているのではないだろうかと考える。一方、スポーツを行っている学生

の中には、それらの数値が低い学生が見受けられる。その多くは「愛着」因子項目の数値が比較的 low、大学自体あるいはその環境に満足していない傾向が見受けられる。

亀岡（2006）は、人が環境をどう評価し環境が人にどのような影響を及ぼすものかを明らかにすること（亀岡，2006）、つまり、大学生活における大学での生活環境が大学への愛着に影響を及ぼし、大学の環境が大学生にとってどういったものであるか明らかにすることで、大学への愛着度を見出すことができると定義している。また、大久保・青柳（2001）は、個人が大学環境における欲求を充足させることで、大学環境を「居場所」と感じることができかどうか大学環境への適応度合に影響していると明らかにしており、その差が大学自体への愛着度合にも関与していると述べている。さらに、

亀岡（2006）は、大学における交友関係や環境に対する積極的関与を高めることで、大学への愛着が高まる傾向があると述べている。

よって、大学に積極的にかかわることにより、大学への愛着が高まることで、結果的に大学生活や環境に対する満足度に繋がり、充実した学生生活を過ごすことに結びつくと考えられる。上記で述べた通り本調査では、スポーツを行っている学生の方がスポーツを行っていない学生よりも満足度等が高い傾向があることが明らかとなっている。よって、スポーツを通じた積極的関与が有効的であると考えられる。

## 5. 結論

運動部に所属している学生の「愛着」因子が低い理由として、閉鎖的なコミュニティが形成されていることが考えられる。大学の部活動等は比較的少人数であることが多く、限られたコミュニティの中で活動が行われるため圧迫感や不満を解消することが難しくなっているのではないかと考える。また、スポーツを行っていない学生にも同じような傾向があると考える。それにより大学や環境への満足度が低いのではないだろうか。そこで、私たちは大学教育においてスポーツを行う機会を増やす、あるいは気軽にスポーツを行うことができる環境を整備することで、大学における交友関係の形成や発展に繋がり、新たなコミュニティを形成することができると考える。それにより、大学での「居場所」が増加し、居心地が良くなることで満足度が高まるのではないかと考える。よって、スポーツを通じた積極的関与を高める機会の増進活動が重要であると考えられる。

## 6. 政策提言

NCAA（全米大学体育協会）では、大学生の技術力向上に加え、学業優先の仕組みづくりが推進されている。そして現在、日本版 NCAA が構築されようとしている。それによって、大学スポーツの活性化を通じ、大学のブランド価値を向上させることで、部員のみならず、一般学生と母校との接点が増加し、大学への愛着や誇りを醸成することが期待されている。そこで、本提言ではより大学への愛校心を高める方法として下記を政策提言とする。

## (1)「大学間交流戦等への参加および応援機会の増加」

上記で述べた通り、大学間交流戦は大学への帰属意識が高まるイベントであり、大学間交流戦を観戦・応援することで積極的関与が増加し、大学への愛着が高まることで、大学生活の満足度を向上させ、充実した大学環境に繋がるのではないかと考える。そこで、交流戦等のイベントに学生を呼び込み、大学全体で交流戦への参加意識を高めるべきであると考え。スポーツ観戦は精神的ストレスの解消効果や日常生活への意欲向上効果があるとされており、また、観戦した学生間において交友関係が生まれることが期待でき、新たなコミュニティの形成へと繋がるのではないだろうか。また、スポーツへの関心が高まり、スポーツ人口やプロスポーツの観戦者増加の効果が期待できると考える。

## (2)「交流戦応援グッズの作成および着用の増進」

プロスポーツにおける応援グッズの着用は、チームへの帰属意識や一体感を増長する効果があると多くの先行研究で明らかとなっている。そこで、大学間交流戦においてもTシャツなど応援グッズの作成及び着用の増進をすべきではないかと考える。応援グッズを学生が着用し応援することで、大学全体で応援している一体感が生じ、大学への帰属意識や繋がりの強化へと結びつくと考える。また、応援グッズの着用は大学及び交流戦、大学スポーツの宣伝効果が見込めると考える。さらに、周辺地域と関連させたグッズを製作することで、地域の活性化や地域との一体感が生まれ、より充実した生活環境が形成されることも期待できると考える。

### <参考文献>

大久保智生・青柳肇(2001) 新環境移転における大学生の適応過程の質的研究、早稲田大学人間科学部

河合季信(2007) 大学体育会参加の所属・性別・学年・と生活満足度の関係、大学体育研究、No,29,p13-20

亀岡聖朗(2006) 新大学への環境移転に関する心理学的研究、桐生短期大学紀要、第17号

松岡広高(2005) スポーツ消費者、スポーツマーケティング、大修館書店