

ビーチボールチーム代表者の スポーツ価値意識の類型化に関する実証研究

中村祐太郎*

An empirical study on the classification of sports value consciousness
among Beachball team representatives

NAKAMURA Yutaro*

This study aimed to empirically clarify the structure of sports value consciousness among team representatives of the recreational sport of Beachball. The survey targeted representatives of 158 teams participating in the 41st National Beachball Tournament, held in Asahi Town, Toyama Prefecture, in September 2024. Surveys were collected from 43 teams, and all responses were used for analysis. The results showed that the sports value consciousness structure of Beachball team representatives was most commonly leisure-oriented (41.8%), followed by secular asceticism (32.6%). While confirming the dominance of the leisure-oriented type, these results also shed light on the coexistence of instrumental values (secular asceticism), such as discipline and planning, required of team representatives in fulfilling their role as team manager. Furthermore, no statistically significant differences were found when comparing activity status (age, Beachball experience, average number of practice sessions, number of annual tournament participations) among the four types of sports value consciousness. This suggests that team representatives' values consciousness is not simply determined by external factors such as activity level or age group.

キーワード: ビーチボール, スポーツ価値意識, 類型化, 活動状況

1. 緒言

1.1 研究の背景

現代社会において、スポーツは個人の健康維持と幸福度 (Well-being) の向上に不可欠な要素であり⁽¹⁾、特に、生涯にわたって継続的な参加を可能とするレクリエーションスポーツの役割が重要視されている⁽³⁾。いわばレクリエーションスポーツは、健康寿命の延伸に寄与するだけでなく、地域コミュニティにおける交流機会の創出や、参加者の生活の質 (QOL) の維持においても中核的な存在であることがいえる。

本研究の対象であるビーチボールは、その歴史的起源と競技設計において、日本のレクリエーションスポーツの理念を体現する特異な事例である。ビーチボー

ルは、富山県朝日町において、昭和 30 年代に農村部で問題となっていた「腰まがりの予防」を目的とした生活改善運動の一環として、バレーボールをベースに研究が開始された⁽⁴⁾。これは、競技の成立が純粋な競技性や勝利の追求ではなく、明確な健康予防と社会的な改善という手段的な価値を伴う目的から出発していることを示している。競技としてのルールが具体的に整備されたのは昭和 54 年である。この際、コートの大さはバレーボールコートの広大さを避け、バドミントンコートが採用された。さらに、ネットの高さは普通の大人ならばネットの上に出ず、顔が隠れる 180cm に定められた。最も重要なルール設計の一つとして、選手のポジションをフリーポジションとし、誰でもアタックなどの攻撃参加が可能となり、エースとして活躍でき得る機会が提供された。このルール設計の思想は、参加の平等を保障し、勝利よりも参加者全員の活動機会の最大化を志向するという、純粋なレクリエーション的価

* 一般教養科

e-mail: nakamura-y@nc-toyama.ac.jp

値に強く依拠している。また、日本ビーチボール協会は、この競技を「いつでも・どこでも・だれでも」楽しめるものとして全国に普及させることを目標に掲げており、特に普段スポーツの機会に恵まれない人々や高齢者への推奨を進めている。これらの背景を鑑みると、ビーチボールというスポーツには、努力や勝利といった価値観よりも、健康、交流、そして楽しみといったレクリエーションおよびレジャーに関する価値が強く内在していることが推察される。

1.2 スポーツ価値意識に関する先行研究

スポーツ参加者が、自らの活動に対してどのような動機や意味を見出しているかを類型化する「スポーツ価値意識」の研究は、参加の継続性、組織運営、および指導方法の改善を検討する上で重要な基礎情報を提供する。本研究では、この価値意識を実証的に捉えるための分析指標として、スポーツ社会学領域で広く用いられている上杉が提唱したスポーツ価値意識の4類型を援用する⁽⁵⁾。このモデルが示す4類型(図1)は以下の通りである。

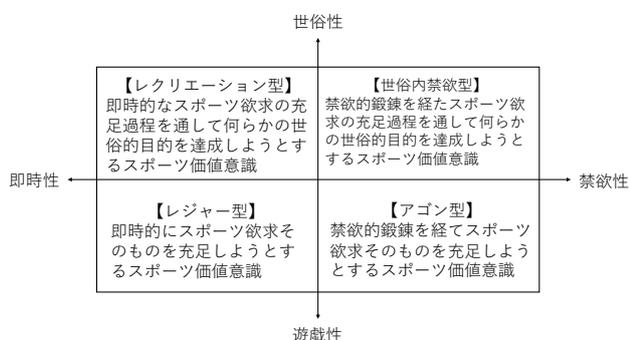


図1 スポーツ価値意識の4類型(上杉⁽⁵⁾をもとに筆者作成)

第一に、「世俗内禁欲型」は、努力、規律、および目標達成を重視する手段的な価値観である。第二に、「アゴン型」は、勝利、競争、および優越性の追求といった競争的な価値観である。これらに対し第三の「レクリエーション型」は、娯楽、気晴らし、健康維持といった心身のリフレッシュを目的とする価値観であり、第四の「レジャー型」は、自由な時間における娯楽や、社交的な楽しみを重視する価値観である。それに加えて、本分野の研究の高度化に伴い、4つのどの型にも属さず特定の型に移行中の「中庸型」に位置する分析対象

者の存在が明らかとなったことも報告されている⁽⁶⁾。この上杉モデルを用いた先行研究の多くは、競争性の高い集団を対象として実施されてきた。例えば、上杉の大学運動部員を対象とした調査結果⁽⁵⁾からは、「世俗内禁欲型」が半数以上を占め、「アゴン型」が約2割程度であったことが指摘され、これは競争を前提とするスポーツ集団においては、練習による自己鍛錬や勝利といった手段的・競争的な価値意識が支配的であることを示している。一方で、「レクリエーション型」や「レジャー型」といったより純粋な参加や交流を志向する価値意識を持つ者は全体の1割にも満たなかったことが報告されている。また、羽鎌田はスポーツクライマー全体のスポーツ価値意識の傾向として、禁欲的に努力し勝利を目的としつつ、自らのためになる何かを手に入れようとする世俗内禁欲型が多く、特に競技志向のスポーツクライマーはそうでないスポーツクライマーに比べて禁欲志向が強い傾向がみられたことを報告している⁽⁷⁾。さらに、中山はエンデュランススポーツ(長時間の痛苦を伴うマラソン、トレイルランニングやトライアスロンなどの種目)実践者のスポーツ価値意識は中庸型が多いことを指摘しているが、この中庸型に分類された分析対象は、その種目の特性から今後、レジャー型もしくは世俗内禁欲型のスポーツ価値意識に移行する可能性があることを報告している⁽⁸⁾。その他にも、逢坂は、全日本マスターズ陸上参加者のスポーツ価値意識の中で最も高い値を示したのは中庸型であったのに続き、禁欲性—自己目的性志向すなわちアゴン型であったこと⁽⁹⁾、菅原は、東北マスターズ陸上競技選手権大会参加者では20歳～40歳代まではアゴン型であり50歳代ではレジャー型、アゴン型が混在し60歳代からレクリエーション型、レジャー型が混在し70歳以上ではレクリエーション型が高いなど年齢による価値意識の差異がみられたことを報告している⁽¹⁰⁾。したがって、これまでの先行研究を概観すると、スポーツ価値意識の論議はスポーツクライマー、エンデュランススポーツ、陸上競技などのように、いわば特定の競技志向集団の価値観に偏って形成されてきたことがうかがえる。本研究が対象とするビーチボールは、その歴史的背景と普及理念から、即時性志向(レクリエー

ション型、レジャー型)が強く内在していると推測される。このため、本研究は従来の知見で少数派であったレクリエーション志向の価値観が、レクリエーションスポーツのチーム代表者層においてどのように構成されているのかを実証的に解明し、既存のスポーツ社会学の知見を補完する重要な意義を持つ。

1.3 調査対象者設定の論拠

本研究の対象をチームの代表者に絞る論理的な必要性は、レクリエーションスポーツ組織におけるリーダーの役割の特殊性に依拠する。活動の企画・運営における代表者の主な役割には、目的設定、内容の企画と準備、スケジュール管理、予算の算出、および当日の進行管理などが挙げられる。これらの活動は、チームメンバーの主体性や帰属意識を高め、コミュニケーションの円滑化、メンバーの定着率向上、モチベーション向上といった外在的目標達成のために不可欠な手段となる。この代表者が担うべき役割、すなわちチーム運営という目標達成のための規律(スケジュール管理など)と準備(企画)は、スポーツ価値意識における世俗内禁欲型の要素と形式的に強く関連づけることが推察される。しかし、ビーチボール競技の普及理念は、「いつでも・どこでも・だれでも楽しめる」という即時性と交流を重視するレクリエーション的価値にある。したがって、本研究の重要な理論的課題は、組織の代表者としての役割遂行に求められる世俗内禁欲型(規律・計画性)の要素が、ビーチボール本来の理念であるレクリエーション型やレジャー型(即時性・交流性)の価値意識とどのように共存し、あるいは対立しているのかを、実証データに基づいて解明することにある。本研究を通じて、レクリエーションスポーツの健全な普及に向けたリーダーの望ましい価値意識構造を考察する理論的基盤を確立する。

1.4 本研究の目的

本研究は、レクリエーションスポーツであるビーチボールのチーム代表者を対象とし、スポーツ価値意識構造を上杉の4類型尺度⁽⁵⁾を用いて実証的に測定・分析することを主要な目的とする。具体的には、本研究

で以下の2点の達成を目指す。

①ビーチボールチーム代表者層の価値意識の類型別構成を明らかにし、それが先行研究で示された競技スポーツ集団の価値意識とどのように対比されるかを検証する。これにより、競技の歴史的背景や理念から強く期待される「レクリエーション型」および「レジャー型」の優位性を実証的に確認する。

②スポーツ価値意識の4類型とビーチボールの活動状況との関連性を実証的に比較検討し、レクリエーションスポーツにおけるリーダーの価値意識形成要因を考察する基礎データを提供する。

2. 方法

2.1 調査対象者および調査方法

本研究では、2024年9月7日から9月8日に富山県朝日町にて開催された第41回全国ビーチボール競技大会に参加した158チームの代表者を対象に調査を実施した。調査方法は、大会運営側から参加チームへの事前配布物の中に、代表者を対象とした本調査用紙を同封してもらい、9月7日の大会第1日目の受付時に提出してもらった形式をとった。その結果、合計で43部の回答を得てそれら全てを有効回答として分析対象とした(回答率27.2%)。倫理的配慮として、質問フォームの冒頭に本調査の趣旨説明ならびに回答者のプライバシー保護、他の機関への漏洩、目的外使用を一切行わない旨を記載し、同意できる者のみ回答を依頼した。

2.2 調査項目

調査項目は、性別、年齢、職業、婚姻状況、学生時代の部活動経験の基本的属性および4項目にわたるビーチボールの活動状況(ビーチボール歴、現チーム所属期間、平均練習回数/週、年間大会出場回数)、上杉の先行研究⁽⁵⁾⁽⁶⁾をもとにしたスポーツ価値意識に関する項目(2項目)を質問項目として設定した。このスポーツ価値意識に関する項目は以下の2軸(選択式)について尋ねた。回答者は、AとBのどちらか、およびCとDのどちらかを選択し、その組み合わせによって類型化を行った。

禁欲性－即時性

A: 自己の能力の向上を目指し、長期的な練習や時には厳しい練習の中で自分を鍛えようとするやり方(禁欲性)

B: 現在の自分の能力や体力に合わせ、気軽に行うやり方(即時性)

遊戯性－世俗性

C: ビーチボール自体の面白さを味わうことが大切である(遊戯性)

D: ビーチボールは(何かしらの)目的を持って行うことが大切である(世俗性)

表者の役割構造との関係性を、即時性・遊戯性の優位性の観点から検証することにあるため、分析手法として即時性－禁欲性、遊戯性－世俗性を二軸とする2×2のクロス集計を採用した。最後に、類型化した4つのタイプによりビーチボールの活動状況に違いがあるかを確認するため一元配置分散分析を用いて各タイプの比較を行った。なお、類型ごとのサンプルサイズが不均等(特にレクリエーション型 n=3)であるため、統計的検出力の限界を考慮し、数値上の傾向も踏まえた考察を行うこととする。本研究における統計的な有意水準は5%とした。

2.3 分析方法

まず、個人的属性およびビーチボールの活動状況については、調査データを単純集計し、全体のサンプル数および割合を求め、それらをもとに各項目の分布を確認した。次に、スポーツ価値意識に関する項目に関しては、2×2のクロス集計により調査対象者を4つの類型に分類した。具体的には前述のスポーツ価値意識に関する項目をもとにAもしくはB、CもしくはDのそれぞれ選択した志向により、先行研究に基づきA×Cは「アゴン型」、A×Dは「世俗内禁欲型」、B×Cは「レジャー型」、B×Dは「レクリエーション型」として類型化した。なお、前述した先行研究では4つの類型に明確に分類されない中庸型の存在も指摘されているが、本研究の目的は、ビーチボールの普及理念と代

3. 結果および考察

3.1 調査対象者全体の個人的属性と活動状況

本調査回答者における個人属性および活動状況を表1にまとめた。性別に関しては、男性が41.9%(n=18)、女性が58.1%(n=25)であり、本調査回答者は男性よりも女性の方が多かった。日本スポーツ協会をはじめとする報告では、地域スポーツクラブやスポーツ少年団における女性指導者・役員の割合は年々増加傾向にあるが、総じて20～30%台に留まる傾向が報告されている⁽¹¹⁾⁽¹²⁾。ビーチボールの大会形態は男女別を実施されることが多く、それぞれにチームの代表者(責任者)をたてなければならない。つまり、女性であっても必然的にチームをまとめるリーダー的立場を担う人物が必要があり、この構造は女性の主体的

表1 調査対象者の基本的属性と全体のビーチボールの活動状況に関する項目の平均値

項目	n	%	項目	n	%		
性別	男性	18	41.9%	職業	会社員	20	46.5%
	女性	25	58.1%		公務員・団体職員	3	7.0%
年代	18～29歳	2	4.7%		自営業	3	7.0%
	30代	2	4.7%		パート・アルバイト	14	32.6%
	40代	14	32.6%		専業主婦(主夫)	2	4.7%
	50代	22	51.2%		その他	1	2.3%
	60代以上	1	2.3%	婚姻状況	配偶者なし・子供なし	5	11.6%
学生時代の部活動経験	バレーボール部所属経験あり	13	38.2%		配偶者なし・子供あり	1	2.3%
	バレーボール部以外の運動部	19	55.9%		配偶者あり・子供あり	34	79.1%
	運動部への所属経験なし	2	5.9%		配偶者あり・子供なし	3	7.8%
平均年齢(歳)	48.7(SD:8.05)		ビーチボール歴(カ月)	230.9(SD:92.29)			
平均練習回数/週(回)	1.75(SD:1.05)		現チーム所属期間(カ月)	122.5(SD:101.43)			
大会出場回数/年間(回)	8.31(SD:3.67)						

なリーダーシップの発揮の場として少なからず機能し、ジェンダー・エンパワーメントにも寄与している可能性がうかがえる。年代は18～29歳が4.7% (n=2), 30代が4.7% (n=2), 40代が32.6% (n=14), 50代が51.2% (n=22), 60代以上が2.3% (n=1)で平均年齢は48.7歳と40代以上の中高年の参加者を中心に回答がみられた。職業では会社員が46.5% (n=20), 公務員・団体職員が7.0% (n=3), 自営業が7.0% (n=3), パート・アルバイトが32.6% (n=14), 専業主婦(主夫)が4.7% (n=2), その他が2.3% (n=2.3%)であり、会社員が最も多かったのに次いでパート・アルバイトが多かった。最後に、婚姻状況では配偶者なし・子供なしが11.6% (n=5), 配偶者なし・子供ありが2.3% (n=1), 配偶者あり・子供ありが79.1% (n=34), 配偶者あり・子供なしが7.8% (n=3)であった。本調査回答者においては、40代から50代かつ就労者の立場にある者が全体の8割を占めている。また、婚姻状況でもおよそ8割が配偶者あり・子供ありを選択しており、仕事・育児・家事という多重の役割(マルチロール)を抱えながら、その合間を縫ってチーム運営に尽力している多忙な現役世代であることが推察された。学生時代の部活動経験ではバレーボール部所属経験ありが38.2% (n=13), バレーボール部以外の運動部が55.9% (n=19), 運動部への所属経験なしが5.9% (n=2)であり、約6割がバレーボールの専門外からの参加者であり、中村の先行研究⁽¹³⁾同様、必ずしもバレーボールに関する専門経験を有する者が多いという結果は示さなかった。既存スポーツから派生したニュースポーツにおいては、競技経験者が技術的優位性を背景に指導的地位を占める経験者優位の階層構造が生じやすいことが想像できる。しかし、本結果はその定説を覆すものであることがいえ、その要因として、ビーチボール独自の用具とルール設計が関係しているものと思われる。緒言でも述べたビーチボールならではの競技特性が参加障壁を劇的に低下させ、多様なスポーツ背景を持つ人々をリーダーとしても受け入れる土壌を形成していると考えられる。これは、ビーチボールの普及理念である「いつでも・どこでも・だれでも」が、単なるスローガンではなく、組織の実態として具現化されていることの

証左といえるだろう。

次に、ビーチボールの活動状況としてビーチボール歴は230.9カ月、現チーム所属期間は122.5カ月であり、ビーチボールの経験歴は20年弱とかなり長い年数継続して取り組んでいることがうかがえる一方、現チーム所属期間は10年余りと大きな開きがみとれた。本結果は中村のビーチボール愛好者のスポーツ行動を調査した研究⁽¹⁴⁾と同様の結果を示していた。また、1週間あたりの平均練習参加回数は1.75回で、年間の大会出場回数は8.31回であった。この活動状況において特筆すべきは、ビーチボール歴と現チーム所属期間の乖離である。両者の間には約9年の差が存在する。これは、多くの代表者が、ビーチボールという競技自体は継続しながらも、過去に所属チームの変更、解散、あるいは独立といったチーム移動(マイグレーション)を経験していることを示唆するものである。この約9年のギャップは、レクリエーションスポーツ組織の持続可能性を考える上で極めて重要な示唆を含んでいる。第一に、チーム組織の新陳代謝という意味合いで、約10年というサイクルでチームが再編されることは、組織の固定化やマンネリ化を防ぎ、新たな人間関係の構築を促す契機となっている可能性がある。第二に、リーダーシップの循環という意味合いで、プレイヤーとして約9～10年の経験を積んだ後に、既存チームから独立して自らが代表者となり、新チームを立ち上げるというキャリアパスが存在していると推測できる。第三は、価値観の不一致に対する調整機能である。後述する価値意識の分析にも関連するが、「勝敗を追求したい」「もっと気楽に楽しみたい」といったメンバー間の意識のズレが生じた際、競技自体を辞めるのではなく、自分に合ったチームへ移籍することで活動を継続させるという受け皿の多様性が地域内に担保されていると考えられる。一方、活動頻度に関しては週あたりの平均練習回数からみて競技スポーツのような高頻度の練習(週3回以上など)を強いるものではないが、単なる不定期なサークル活動とも異なり、年間を通じて恒常的な活動実態があることを示している。週2回弱という練習頻度は、前述した多忙な現役世代が仕事や家庭と両立可能な現実的なライン(適正水準)であり、この

無理のないコミットメントこそが、約 20 年というビーチボール歴にみられる長期継続を支える最大の要因であることがうかがえる。

3.2 スポーツ価値意識の類型化と活動状況の比較

表 2 は調査対象者のスポーツ価値意識の 4 類型の割合と年齢および活動状況の比較である。まず、ビーチボールチーム責任者のスポーツ価値意識として最も多かったのがレジャー型で 41.8% (n=18) であった。次いで、世俗内禁欲型が 32.6% (n=14)、アゴン型が 18.6% (n=8)、レクリエーション型が 7.0% (n=3) の順で多かった。この結果から、ビーチボールチームの代表者のスポーツ価値意識構造は、大きく分けて二つの志向によって形成されていることが明らかとなった。第一は、全体の 4 割強を占める「レジャー型」の優位性である。この類型は、「現在の自分の能力や体力に合わせ、気軽に行う」という即時性(B)と、「ビーチボール自体の面白さを味わう」という遊戯性(C)を組み合わせた価値観であり、スポーツを純粋な楽しみや気晴らしとして捉える層である。第二に、全体の約 3 割を占める「世俗内禁欲型」の存在である。これは、「自己の能力向上を目指し、長期的な練習や時には厳しい練習の中で自分を鍛える」という禁欲性(A)と、「何かしらの目的を持って行う」という世俗性(D)を重視する価値観である。すなわち、本研究対象であるビーチボールチーム代表者は、競技そのものの享楽を中心に志向する層と、活動を通じた自己鍛錬や目的達成を重視する層の双方が混在し、かつ拮抗する構造を有していることが示唆された。上杉⁽⁵⁾の大学運動部員を対象とした調査や羽鎌田⁽⁷⁾によるスポーツクライマーを対象とした調査では禁欲的努力と勝利を目的とする価値意識が

支配的であることが報告されている。一方、本研究結果にみられるビーチボールチーム代表者の価値意識においては、「レジャー型」が最も多い層であり、先行研究が示す特定の競技集団を対象とした結果とは明確な差異があることが明らかとなった。また、菅原⁽¹⁰⁾や逢坂⁽⁹⁾によるマスターズ陸上競技参加者を対象とした研究では、若年層においては競争志向(アゴン型)が高いが、加齢とともに記録への執着が薄れ、レクリエーション型やレジャー型へ移行する傾向が確認されている。本調査の対象者は平均年齢 48.7 歳であり、50 代が半数を占める中高年層が中心である。加齢に伴ってアゴン型が相対的に低くなり、レジャー型が高くなるという点では、先行研究の知見と整合的である。しかし、本研究においては、ビーチボールというレクリエーションスポーツでありながら、規律を重んじる世俗内禁欲型がアゴン型を上回り、2 番目に多い価値意識として存在感を示している点に独自の構造的特質がある。マスターズ陸上のような個人競技では、競争からの離脱はそのまま楽しみ(レジャー)への価値意識に移行しやすいことは想像に難くない。その一方で、集団種目であるビーチボールにおいては、競争からは距離を置くものの、依然として禁欲的かつ世俗的な価値観を保持し続ける層が一定数存在することが示唆される結果となった。

次に、類型化された 4 つのタイプ間で、年齢や活動状況に違いがあるかを一元配置分散分析を用いて比較した結果、いずれの項目においても統計的に有意な差は認められなかった。この結果は、調査対象者全体への回答率(27.2%)の低さや、特にレクリエーション型(n=3)のサンプルサイズの少なさに起因する検出力不足の可能性を否定できない。しかし、数値上の傾向

表 2 調査対象者のスポーツ価値意識の類型とビーチボールの活動状況の比較

	アゴン型 (n=8, 18.6%)		世俗内禁欲型 (n=14, 32.6%)		レジャー型 (n=18, 41.8%)		レクリエーション型 (n=3, 7.0%)		F	p
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD		
年齢	44.9	14.28	49.4	5.21	49.8	6.98	48.3	7.37	0.65	0.586
ビーチボール歴(カ月)	241.4	140.88	217.6	83.45	244.0	78.04	187.3	79.41	0.46	0.714
現チーム所属期間(カ月)	151.3	114.52	98.0	90.46	141.8	107.07	53.7	58.07	1.15	0.341
平均練習回数/週	2.1	0.99	1.9	0.84	1.5	1.26	1.7	0.76	0.73	0.542
年間大会出場数	9.2	3.07	7.8	2.85	8.5	4.53	7.0	4.36	0.37	0.779

として、平均練習回数/週はアゴン型 ($m=2.1$ 回) が最も多く、レジャー型 ($m=1.5$ 回) が最も少なかった。これは、アゴン型が勝利、競争、および優越性の追求という競争的な価値観に基づき、より高い頻度で活動を志向していることを示唆する。同様に、現チーム所属期間はアゴン型 ($m=151.3$ カ月) が最も長く、レクリエーション型 ($m=53.7$ カ月) が最も短かった。これは、アゴン型が長期的な目標達成に向けてチームへの帰属意識を高く維持していることに対し、レクリエーション型が娯楽、気晴らし、健康維持等を目的とし、チームへのコミットメントを柔軟に設定している可能性を示唆している。したがって、この非有意な結果は、個々の代表者のスポーツ価値意識の類型が、練習頻度や競技歴といった外的要因によって単純に規定されるわけではないことを示唆しつつも、特定の価値意識を持つ者がその価値観に沿った活動を自発的に選択・維持している傾向を示す基礎データとして解釈される。

4. 結論

本研究は、レクリエーションスポーツであるビーチボールのチーム代表者を対象とし、上杉の 4 類型尺度を用いてスポーツ価値意識構造を実証的に分析することを目的とした。主要な知見は以下の通りである。

・ビーチボールチーム代表者のスポーツ価値意識は、レジャー型 (41.8%) が最も多く、次いで世俗内禁欲型 (32.6%) が高い割合を占める構造であった。これは、競技性の高い集団で支配的であった世俗内禁欲型やアゴン型とは異なり、ビーチボールの普及理念から期待された即時性志向 (特にレジャー型) の優位性を確認すると同時に、代表者としての役割遂行に求められる手段的価値 (世俗内禁欲型) との共存構造を明らかにした。

・スポーツ価値意識の 4 類型間は年齢、ビーチボール歴、平均練習回数、年間大会出場回数といった属性および活動状況に統計的に有意な差は認められなかった。この結果は、代表者の価値意識が単純な活動レベルや年齢層といった外的要因によって規定されるのではないという基礎データを提供した。

最後に、今後の課題として、回答率が 27.2%と低か

った点、単年度の調査であるため因果関係が論じられない点などが挙げられる。特に、本研究で取り扱った役割構造と価値意識の関連をさらに深掘りするため、今後は、総合的な満足度やチームの持続可能性といったアウトカム指標と価値意識構造との関連性を検証するとともに、代表者のリーダーシップスタイルや、代表者ではない一般のチーム構成員層の価値意識構造にも焦点を当てた多角的な研究が求められる。

5. 参考文献(引用文献)

- (1) 朝倉雅史・林田敏裕・柴田紘希・横山剛士・醍醐笑部・作野誠一・清水紀宏, 「スポーツと幸福」に関する国際的な研究動向, 体育学研究, 69, 329-350, (2024)
- (2) 向山昌利, ウェルビーイング・ウォッシングを捉えるスポーツ科学の課題—日本の政策と実践の批判的検討—, 体育研究, 59, 1-14, (2025)
- (3) 立木宏樹, レクリエーションとスポーツの関係性に関する研究: 高齢者の生涯スポーツ活動に注目して, Leisure & Recreation (自由時間研究), 37(1), 38-43, (2011)
- (4) (公財) 笹川スポーツ財団, ビーチボール, <https://www.ssf.or.jp/knowledge/dictionary/beachball.html>, (online) 参照日: 2025年11月10日
- (5) 上杉正幸, 大学生のスポーツ価値意識について—4-価値意識の類型化, 香川大学教育学部研究報告, 64, 167-181, (1985)
- (6) 上杉正幸, 大学生のスポーツ価値意識について—5-数量化によるパターン分類, 香川大学教育学部研究報告, 67, 21-35, (1986)
- (7) 羽鎌田直人, スポーツクライマーのスポーツ価値意識, コミュニティ福祉学研究科紀要, 14, 61-67, (2016)
- (8) 中山健, エンデュランススポーツ実践者のスポーツ価値意識, スポーツ健康科学研究, 43, 57-68, (2021)
- (9) 逢坂十美, 全日本マスターズ陸上競技選手権大会参加者の競技志向に関する研究: 参加者のスポー

ツ価値意識に着目して, 中京大学体育学論叢, 41

(1), 41-55, (1999)

(10) 菅原一昭, 東北マスターズ陸上競技選手権大会

参加者の競技意識に関する研究—参加者のスポーツ

価値意識に着目して—, 仙台大学大学院スポーツ科

学研究科修士論文集, 19, 121-127, (2018)

(11) 日本スポーツ協会, 女性スポーツに関するお知

らせ, [https://www.japan-](https://www.japan-sports.or.jp/women/news/tabid1342.html?itemid=5124)

[sports.or.jp/women/news/tabid1342.html?itemid](https://www.japan-sports.or.jp/women/news/tabid1342.html?itemid=5124)

[=5124](https://www.japan-sports.or.jp/women/news/tabid1342.html?itemid=5124), (2025)参照日:2025年11月20日

(12) 稲澤裕子, スポーツ団体におけるガバナンスと

女性理事の役割, 昭和女子大学女性文化研究所紀

要, 49, 1-11, (2022)

(13) 中村祐太郎, 富山県発祥のスポーツ「ビーチボ

ール」愛好者の特性からレクリエーションルスポーツの

普及発展の未来を探る, 令和5年度富山第一銀行奨

学財団助成研究報告書, 189-198, (2024)

(14) 中村祐太郎, ビーチボール愛好者のスポーツ行

動と協会役員の地域振興へのビジョン, バレーボール

研究, 27(1), 48, (2025)