

中国におけるレジャー・スポーツ活動の

専門志向化に関する研究

—スヌーカー愛好者の行動に着目して—

艾 晴華 仲野 隆士

A study on the recreation specialization of leisure sport activities in CHINA

— Focussed on behavior among Snooker players —

Ai Qinghua Takashi Nakano

The concept of “recreation specialization” is a developmental process of behavior patterns among recreation participants acquire knowledge and skills and progress to higher stages of involvement in a particular leisure activity. Bryan (1977) defines that recreation specialization as a “continuum of behavior from the general to the particular, reflected by equipment and skills used in the sport and activity setting preferences”.

The purpose of this study is to analyze the behavior patterns of "Snooker" participant's using a conceptual framework of recreation specialization. "Snooker" is billiards of the Britain type. The questionnaire survey was executed for 300 members of the snooker club in the central city in the Chinese northwest provinces. As a result, 290 (96.7%) was collected. The framework of analysis regarding “snooker” participant’s behavior pattern included four dimensions: participation, equipment, skill, and centrality.

The results were summarized as follows:

The snooker participant showed the typical pattern of recreation specialization. Four types of recreation participants were identified: occasional snooker participants, social snooker participants, competitive snooker participants, and pleasure snooker participants. Findings from this study suggested that snooker participants had changed behavior typical patterns along the specialization continuum.

I. はじめに

中国では、1980年代からの経済の高度発展により国民に経済的なゆとりが生まれ、それに連動して余暇活動が盛んになっている。中国の各地では、レジャー・スポーツ参加者の人数が増大している。有名な観光地では、ゴルフ場、スキー場、テニスコート、水泳の競技場など、各種のレジャー・スポーツ施設も建設されてきた。今日、レジャー・スポーツ産業は最も魅力のある成長産業になりつつある。そのレジャー活動の一種目として、イギリス生まれの「スヌーカー(Snooker)」が急速に中国全土に広がってきた。1986年には、中国スヌーカー連盟が正式に設立され、スヌーカーは一般的な娯楽としてだけでなく、正式な競技スポーツの一種目となった。

中国におけるスヌーカーの発展は決して平坦な道ではなかった。1949年以前、中国の経済発展が遅れたことから、租界地方とホテルにしかスヌーカーがなかった。外国人やお金持ち(大商人、名流貴族と軍政要人など)しかスヌーカーと触れ合うことができなかった。その当時、スヌーカーというのは、貴族のスポーツであり、普通の庶民に縁がないものと思われていた。それによって、1949年以後、特に文化大革命の間で、スヌーカーはブルジョアの腐りきった産物と見なされ、そこから、スヌーカーの姿は数十年の間、中国の社会から消されていた。八十年代に入り、改革解放という経済発展方針で、生活水準が大幅に高まった。その後、スヌーカーは中国で再度自然発生的に盛んになっていた。

1986年に、中国スヌーカー連盟が正式に設立され、スヌーカーは単なる大衆娯楽活動の一種目だけではなく、さらに競技スポーツの一種目として、全国スポーツ大会の計画に取り入れられた。このことは、中国のスヌーカーがより一層高い発展段階に入ったことを意味するものであった。その後、各地方のスヌーカー連盟が続々と成立し、国家スヌーカー連盟管理の下で、それぞれの国内スヌーカー大会が行われた。八十年代の末から、国際試合も中国中心都会で開催されつつある。数多くの企業や愛好者がスヌーカーレベルを高めるために、国内外の試合に賛助し、同時に積極的にスヌーカーの人材の養成にも貢献してきた。北京星偉スポーツ用品

会社は北京体育大学と契約を結び、学部にスヌーカーレーニング領域の授業などを設立した。

2005年に、イギリス人がランキングの上位を独占していたスヌーカー界に、一人の中国選手が立ち上がり、世界ランキング上位に食い込んだ。そのことがきっかけとなり、中国のスヌーカー人口は現在6000万人に増加し、イギリス、アイルランド、オーストラリアの総数を超え、世界スヌーカー人口一億一千万人の半数以上を占めている。今後、中国でのスヌーカーの人気はさらに上がって行くと言われている。

<用語の定義づけ>

レジャー・スポーツ

人々が、楽しみや気晴らしを主な目的としてあるスポーツにレジャー活動として参加する場合、それをレジャー・スポーツと呼ぶことができる(川西、1999)。本研究では、レジャー活動の一環として行うレクリエーションを中心としたスポーツ全般をレジャー・スポーツとして捉える。

レジャーの社会の世界

レジャーの社会の世界とは、ある特定のレジャー・スポーツ活動に参加する人々の間で、主観的に体験され、共通の文化要素によってコミュニケーションが成立する範囲である。Devall(1973)は、組織に所属することによって形式上の境界線が定められているわけではなく、共通の興味、関心、態度、価値を保持する準拠集団により構成される文化領域であると社会の世界を説明している。本研究では、西安においてスヌーカーの活動を行っている参加者により構成される社会的世界を取り上げる。

専門志向化の連続体

Buchana(1985)は、専門志向化の概念で説明されている連続体の中でのコミットメントの位置づけを提示し、専門志向化レベルとの関係について議論している。連続体の下限は、たまにしかレジャー・スポーツ活動に参加しない低いコミットメントの「不定期参加者」である。連続体の上限は、技術と場面選好において専門志向化された高いコミットメントの「技術と場面のスペシャリスト」である。

専門志向化の基本構成要素

Mcintyre.pigram(1992)はレジャー・スポー

ツ活動への参加により発達していくコミットメント、自我関与、永続的関与のような感情的愛着を補足するためのより包括的な専門志向化のモデルを提示している。このモデルにおいては、従来までの測定に用いた行動局面と認知局面に加え、感情局面がループとして連結され、それらが互いに影響し合い強化されると解釈されている。

2) 先行研究のレビュー

「レクリエーションの専門志向化」という概念は、「スポーツで使われる用具や技能、そして活動場面の選好によって反映される、一般から特殊に至る行動の連続体」(bryan, 1977)であると定義されている。彼はこの概念的枠組みを用いてレジャー・スポーツ参加者の類型化をしたことで、さまざまな特性を持った参加者が専門志向化の連続体に沿って配列されることを検証した。この研究から、「レジャー・スポーツ参加者は、時間の経過とともに専門志向化の高い段階に移行し、態度や価値観が変化していく」という仮説が導かれている。

先行研究においては、2007年に出版された二宮 浩彰『レクリエーションの行動科学』が特に参考になるものであった。そこで、二宮が実施した研究を手がかりに、専門志向化の概念と周辺概念を概観し、その概要を把握することにした。

「レジャーの社会の世界」においては、専門志向化の測定項目として採用される参加次元、用具次元、技能次元、中心性次元という次元ごとに、「不定期参加者」、「社交志向参加者」、「競技志向参加者」、「快樂志向参加者」といった四つのタイプの下位集団に類型化される。それを参考にして、「スヌーカー社会の世界」においても、スヌーカー参加者の行動様式として適用することができる考えた。

II. 西安市におけるスヌーカーの実態

西安市におけるスヌーカーの歴史は浅く、最近十数年のことである。1986年に中国スヌーカー連盟が正式に設立されたに伴い、スヌーカーが全国中心都市に広がっていった。90年代初めに西安市スヌーカー連盟も誕生した。それから、市内においてスヌーカーを普及するために、いろいろなスヌーカー競技大会が開催され、スヌーカーは競技スポーツの一種目として受

け入れられるようになった。しかしながら、その当時、専門知識、指導者の不足や、専門書・専門雑誌未発行、媒体からの関心不足(世界レベルの試合は放送されなかった)などのため、スヌーカーはただ単に大衆娯楽の余暇活動種目として存在するに過ぎなかった。

西安市におけるスヌーカーの急速な普及に伴い、正式な競技大会が続々と開催され、西安市スヌーカー全体の競技力を向上させた。全国の大会〔団体競技〕で次々と良い成績をあげた。1998年にイギリスから世界レベルの選手たちが西安に集まり、親善試合が行われた。西安市のスヌーカー愛好者は、初めて世界トップ選手たちの姿を見ることができた。しがしながら、その後、インターネットの普及で、十代、二十代の若い世代がネットゲームに熱中し始めたため、2005年まで、スヌーカーブームは停滞した。その時、西安市のスヌーカーを支えたのは、80年代からスヌーカーを活動し始めた参加者たちであった。その中では、本研究の調査の中で、対象とした人々も少なからず含まれている。その後、一人の中国選手がイギリスで活躍したことをきっかけに、スヌーカーは再び復興した。2006年に陝西省スヌーカー連盟が設立され、大規模なスヌーカークラブチェーン店が開かれた。調査した一軒のクラブの中に、陝西省スヌーカー連盟の事務所が設置された。調査の際に、連盟の秘書長や関係者などにインタビューを実施した。その結果、現在西安市におけるスヌーカークラブは100軒以上であり、各クラブに登録した会員が10万人以上であることが分かった。全クラブにおいて、ビデオが無料でみられ、大規模なクラブでは、専門雑誌も提供され、初心者や子供向けの指導員の存在が感じられる。省内スヌーカーの発展については、西安市を中心にし、企業との連携を深め、企業とクラブ契約した選手たち間の試合を周辺の地域で行い、その現地の若者を楽しんでもらい、スヌーカーへの関心を持ってもらうことや、プロ選手を目指す人々に道を示すことなどを図っている。

III. 研究の目的と方法

1. 研究の目的

本研究では、スヌーカーに対して、レジャー・スポーツの「専門志向化」という概念を取り入れ、スヌーカー愛好者の行動を行動科学の手法を用いて分析し、その諸特性を把握する。それにより、スヌーカーの普及発展や競技力向上に貢献するための基礎資料を得ることが、本研究の目的である。

2. 研究の方法

1) 調査対象者

西安市の二ヶ所のスヌーカークラブに通う参加者 300 人を対象とした。経営者、関係者を含めたインタビューやアンケート調査を実施した。

2) 調査の時期

本研究では、2008 年 3 月 1 日から二週間にわたり、アンケート調査を実施した。

3) 調査回収数及び回収率

有効回収数は 290 で、有効回収率は 96.7%であった。

4) 調査内容

アンケートの内容は「レジャー・スポーツの専門志向化」の先行研究における調査項目を参考にして、作成した。

- ア. 対象者の属性 (3 項目)
- イ. 参加次元の行動特性 (3 項目)
- ウ. 用具次元の行動特性 (2 項目)
- エ. 技能次元の行動特性 (3 項目)
- オ. 中心性次元の行動特性 (4 項目)
- カ. スヌーカー愛好者の実施理由 (1 項目)
- キ. 調査対象クラブの選好理由 (1 項目)

5) 分析方法

本研究では、量的データと質的データを用いてレジャー・スポーツ行動を分析する技法という定性分析、参与観察、インタビューによる量的データを中心にスヌーカー参加者の行動の分析を行った。

IV. 結果と考察

1. サンプルの個人的属性

アンケート調査によって得られたサンプルの個人的属性について、性別では、男性が 92.4%と 9 割程度を占め、女性が 7.6%と 1 割弱であった。年代別については、20 歳代が 53.1%で最も多く、30 歳代が 33.4%, 10 歳代が 9.7%, 40 歳代

が 3.8%となっており、平均年齢は 28.02 歳であった。このように、スヌーカー参加者は若い年齢層が中心となっていることが大きな特徴といえる。職業については、会社員が 45.2%, 自営業が 21.0%, 学生が 14.1%, 公務員が 7.2%, 無職が 4.1%となっている。

2. スヌーカー参加者の行動特性

次に、本アンケート調査のサンプルとなったスヌーカー参加者の行動特性を概観したい。そこで、参加次元、用具次元、技能次元、中心性次元という 4 つの次元ごとに記述することにした。

1) 参加次元の行動特性

参加次元としては、経験年数、経験頻度、プレイ時間といったスヌーカー参加者の行動局面が示されている。

経験年数別については、5 年以上の経験者が 32.1%で最も多く、1 年未満の経験者が 23.8%, 3 年未満の経験者が 22.4%, 3~5 年未満の経験者が 21.7%と続いている。

参加頻度では、週に 1~3 回の参加者が 41.0%で最も多く、月に 1~3 回の参加者が 24.5%, 週に 4~6 回の参加者が 17.9%, 毎日の参加者が 10.0%, 3 ヶ月に 1~3 回の参加者が 4.1%, 年に 1~3 回の参加者が 2.4%となっている。

プレイ時間については、2~4 時間未満の参加者が 41.7%でもっとも多く、1~2 時間未満の参加者が 33.1%, 4 時間以上の参加者が 18.3%, 1 時間の参加者が 6.9%になっている。

2) .用具次元の行動特性

用具次元では、プレイ用具の有無、用具金額について取り上げる。

プレイ用具について、マイキューを所有しているのは、70.7%で、大半を占めている。マイキューを所有しないのは、29.3%で、3 割弱となっている。

マイキューの金額については、1 万円以上が 52.0%, と約 5 割を占めており、3 千円~1 万円未満が 29.9%, 1 千 500 円~3 千円未満が 13.7%, 1 千 500 円以内が 4.4%, 最も少なくなっている。

3) .技能次元の行動特性

技能次元では平均点数、最高点数、試合出場といったスヌーカー参加者の認知局面について取り上げる。

平均点数は、10~19 点が 35.5%と最も多くな

っている。次に、20~29点が25.9%、30~39点が14.5%、1~9点が12.8%、40~49点が9%、50点以上が2.4%となっている。

最高点数は20~39点が31.7%、70点以上が25.9%、10~19点が23.1%、40~69点が19.0%、1~9点が0.3%と続いている。

試合出場については、試合に出場した参加者が60.7%というように6割となっている。試合に出場していない参加者が39.3%と4割を占めている。

4) 中心性次元の行動特性

中心性次元では雑誌購入志向、雑誌購読志向、専門書所有、ビデオ所有といった参加者のライフスタイルにおけるスヌーカーの重要性を指す感情局面についてみていく。

雑誌購入については、「まったく購入しない」と答えた者が最も多く、41.0%であった。「ほとんど購入しない」者が31.4%、「たまに購入する」者が23.8%、「毎回購入する」者が3.8%と非常に少なくなっている。

雑誌購読は、「まったく購読しない」が33.1%、「ほとんど購読しない」が27.9%、「たまに購読する」が27.6%、「毎回購読する」が11.4%、1割となっている。

専門書所有については、専門書を所有しない参加者が64.1%、専門書を所有する参加者が35.9%であった。

ビデオ所有は、ビデオを所有する参加者が65.2%、所有しない参加者が34.8%であった。

3. スヌーカー愛好者の実施理由

スヌーカー実施理由は、複数回答で回答してもらった。その結果、「興味のため」を挙げた者の割合が全体で65.2%と最も多く、以下「余暇活動のため」57.2%、「負けず嫌い」19.0%、「社交のため」16.6%、「競技のため」15.9%、「気軽にできる」7.2%、「流行っている」4.1%、「暇だから」2.8%の順となっている。

4. 調査対象クラブの選好理由

選好理由についても、複数回答で回答してもらった。その結果、「雰囲気がいい」と答えた参加者が全体の8割弱の78.3%、[サービスがいい]67.6%、[指導者がいる]37.2%、「会員間の交流がいい」32.1%「家から近い」21.4%、[交通の便がいい]17.9%、[料金が安い]8.3%となっている。「雰囲気がいい」8割弱78.3%と「サービスがいい」67.6%であることから、スヌーカー愛好者

はクラブのソフト面を重視していることが明らかとなった。

5. スヌーカー参加者の類型化

「スヌーカーの社会の世界」においては、「レジャーの社会」の世界の観点から取り組んだ先行研究における参加者の類型化を参考にし、「不定期参加者」、「社交志向参加者」、「競技志向参加者」、「快樂志向参加者」といった四つのタイプの下位集団に(図のように)類型化した。「不定期参加者」は定期的なスヌーカー活動に参加していない初心者であり、また、スヌーカーの関心が低いため、たまにしか活動しない。つまり、スヌーカー経験が浅くて、たまにしか活動しない者を「不定期参加者」と定義した。「社交志向参加者」は主として人のお付き合いのために参加するが、スヌーカーに関する最低限の知識や技術を持っている。しがし、頻繁にはスヌーカーに参加しない。そういった者を「社交志向参加者」と定義した。「競技志向参加者」は初心者ではなく、最低限週1回はスヌーカーに参加する。つまり、定期的にスヌーカーを実施し、しかも、競技という目的で本格的に取り組んでいる者を「競技志向参加者」と定義した。「快樂志向参加者」は、活動の目的が競技ではないが、定期的にスヌーカーを実施している。つまり、スヌーカーを楽しむことに熱中している者を「快樂志向参加者」と定義した。専門志向化の連続体モデルを継承し、スヌーカー参加者が一般から特殊に至る行動の連続体に配列されると仮定した。

スヌーカー不定期参加者70人は、スヌーカー用具の関心や技能レベルが低いため、定期的なレジャー・スポーツ活動としてスヌーカーに取り組んでいない。または、友達に誘われて、たまにしか取り組んでいないことが分かる。定期的なスヌーカー参加者については、インタビュー調査やアンケート調査、並びに参与観察により、社交志向参加者と本格参加者を見分けることは容易である。社交的参加者49人については「試合に参加する気がない」、「余暇活動としてのんびりしたい」と回答している。また、「友達と一緒に楽しく遊びたい」という女性の声が多く聞かれた。本格的参加者は、試合に常に出場し、長時間をかけ、練習に集中している競技志向参加者34人と、興味と余暇活動として楽しんでいる快樂志向参加者137人に分かれ

る。このようにして、本研究ではインタビュー調査や参与観察を通じ、参加者の行動や役割から判断した上で、「スヌーカーの社会的世界」において異なる下位集団を抽出した。

	不定期参加者	社交志向参加者	競技志向参加者	快楽志向参加者
参加次元				
経験年数	一年未満	二年以上	二年以上	二年以上
参加頻度	数回/年	一回/週・月	4回以上/週	4回以上/週
利用時間	2時間以下	2~4時間未満	4時間以上	4時間以上
参加理由	余暇活動	社交	競技	興味・余暇活動
用具次元				
マイキュー用具投資	主に所有しない 低額投資	所有している 高額投資・高額投資	所有している 高額投資	所有している 中高額投資
技能次元				
技能レベル	初級	中級	中級から上級	中級から上級
試合出場	ほとんどない	ほとんどない	常に出場する	たまに出場する
中心性次元				
雑誌	購読しない	ほとんど購読しない	ほとんど購読する	半数弱所有する
専門書	所有しない	ほとんど所有しない	ほとんど所有する	半数弱所有する
ビデオ	ほとんど所有しない	半数以上所有する	所有する	ほとんど所有する

四つのタイプに類型化したスヌーカー参加者の行動様式

6. スヌーカー参加者の行動様式

本研究においては、表示したように、専門志向化の測定項目として採用した参加次元、用具次元、技能次元、中心性次元という四つの局面から、それぞれの特徴としてスヌーカー参加者の主な行動様式について記述していく。

1) 参加次元

参加次元は、経験年数、参加頻度、プレイ時間といったスヌーカー参加者の特性を捉えたものである。

不定期参加者は、スヌーカーを始めたばかりの初心者であるか、定期的なレジャー・スポーツ活動としてスヌーカーに取り組んでいない者である。調査の結果から、高校生、大学生と女性が多いことが分かった。

社交志向参加者は、月に一回から3回程度の頻度で活動している。経験年数が短い女性参加者は、友達と交流することを楽しんでおり、スヌーカーをしない日にも友達に合わせて会場に来ることもあるようである。

競技志向参加者は、試合に出場することを目的としており、上位入賞を目指す参加経験が五年以上の者が多い。競技志向参加者には、週に4回から毎日の高い頻度で、2時間から8時間をかけ、練習していたり、レベルの高い相手と対戦したりする者が多くみられる。

快楽志向参加者は、参加経験年数が3年以上、週に4回程度、2時間以上の高い頻度で、活動している者が多いが、休みの日に子供も連れて行く中で、8時間をかけ、スヌーカーをすることもあるということがインタビュー調査から

分かった。

2) 用具次元

用具次元は、所有しているキュー、マイキューの投資金額といったスヌーカー用具についての特性を捉えたものである。

不定期参加者は、スヌーカーを実施する際の用具を所有しない初心者が多い。スヌーカークラブで提供されたキューを使用しているのがほとんどである。社交志向参加者は、マイキューを所有しているが、投資金額は五千円以下のものが多く、競技志向参加者は、愛用するマイキューを1万円以上から数万円まで購入し、キューについての知識、情報や補修に高い関心を持っている。快楽志向参加者は、5千円以上のマイキュー1本を所有しているのみならず、2,3本を所有している者もいる。

3) 技能次元

技能次元は、最高点数、平均点数、試合出場といったスヌーカー参加者の特性を捉えたものである。

不定期参加者は、最高点数、平均点数という技能レベルが初級の者である。一度試合に出てみた者はいるが、ほとんど試合に出場しないとみられる。

社交志向参加者は、最高点数、平均点数という技能レベルが初中級・中級者である。一度試合に挑戦してみたという参加者はいるが、ほとんどの参加者は試合に出場しない。社交余暇活動として、友達とスヌーカーを楽しむ参加者が多い。

競技志向参加者は、最高点数、平均点数という技能レベルが中級から上級までのものである。試合に常に出場し、長時間をかけ、練習に集中しており、真剣に相手と対戦する本格的参加者である。十代のある少年一人は、試合に出場してはいないが、プロを目指し、毎日8時間をかけ、練習に専念しているという。

快楽志向参加者は、最高点数、平均点数という技能レベルが中級から上級までの者が多い。半分以上の参加者は試合に出場した経験があるが、興味、余暇活動としてスヌーカーに取り組む参加者が多い。

4) 中心性次元

中心性次元は、専門雑誌、専門書の購読、ビデオの所有といったスヌーカー参加者の特性

を捉えたものである。

不定期参加者は、スヌーカーに関する雑誌購読、専門書講読、書籍所有をしていないことが多いが、参加者の3割弱はビデオを所有していることが分かった。

社交志向参加者は、スヌーカーに関する雑誌、専門書をたまに講読する程度であるが、半数以上の参加者がビデオを所有している。

競技志向参加者は、スヌーカーに関する雑誌、専門書をほとんど講読しており、参加者全員がビデオを所有している。その主な目的は、専門ビデオの動画、解説により、さらに高い得点の取り方や正確なフォームなどの参考にするということである。

快楽志向参加者は、スヌーカーに関する雑誌、専門書を講読する。ビデオを所有する者が他の参加者よりも多くなっている。ほとんどの快楽志向参加者は、史上最高の対戦試合ビデオを所有しており、それを観賞することを楽しんでいる。

V. 結論

中国では、1980年代の改革開放の経済政策実施以来、高度経済発展により、生活のゆとりが生まれ、余暇活動が盛んになり、スヌーカー人口が急速に増えていった。さらに、2005年における中国のスヌーカー人口は6000万人まで増加し、イギリス、アイルランド、オーストラリアの総数を超え、世界スヌーカー人口一億一千万人の半数以上を占めるに至っている。本研究では、中国西北地方の中心都市西安におけるスヌーカーに対して、レジャー・スポーツの「専門志向化」という概念を取り入れ、スヌーカー愛好者の行動を行動科学の手法を用いて分析し、その諸特性を把握した。それにより、スヌーカーの普及発展や競技力向上に貢献するための基礎資料を得ることができた。

本研究では、現地調査と参与観察から得られた情報を踏まえ、参加状況、技能の変数を基準としてスヌーカー参加者を不定期参加者、社交志向参加者、競技志向参加者、快楽志向参加者といった下位集団に類型化した。四つのタイプのスヌーカー参加者については、専門志向化の測定項目として採用した参加次元、用具次元、技能次元、中心性次元という次元ごとに、それぞれの特徴としてみられたレジャーの社会的

世界における事象について分析した。

専門志向化の参加次元では、スヌーカー参加者は専門志向化過程の段階が高くなるほど、参加頻度が高くなり活動時間が長くなり、活動への関与が強くなるという傾向がみられた。専門志向化の用具次元では、スヌーカー参加者は専門志向化過程の段階が高くなるほど、マイキューの金額が高くなり、用具についての知識も高まり、用具やスヌーカー台への関与を強めていく傾向がみられた。専門志向化の技能次元では、スヌーカー参加者は専門志向化過程の段階が高くなるほど、高い技術を身につけるようになり、安定性が高くなり、平均点数が上に伸び、技能を高めていく傾向がみられた。専門志向化の中心性次元では、スヌーカー参加者は専門志向化過程の段階が高くなるほど、雑誌と専門書を講読するようになり、ビデオを所有するようになり、ライフスタイルにおける中心性が高まる傾向がみられた。

本研究では、レジャーの社会的世界においてスヌーカー参加者が専門志向化の連続体に配列されることが典型的なパターンとして想定され、「不定期参加者」、「社交志向参加者」、「競技志向参加者」、「快楽志向参加者」という専門志向化過程の高い段階に移行するほど、行動様式の専門志向化が高まっていくことが明らかとなった。

また、理論的に裏づけられた測定指標を用いたサンプルを確保して調査を実施したことで、スヌーカー参加者を意味のある集団に細分化することができた。細分化された参加者の行動特性は、有効なマーケット・セグメンテーションの手法としてスヌーカー愛好者の行動の理解に貢献できるといえよう。

これまでの専門志向化研究において研究対象となってきた活動は、もともと野外で行われるレジャー・スポーツ活動であった。しかし、その範囲は拡大され室内で行われるスヌーカー活動にまで適用できることが本研究で明らかになったと考える。しがしながら、本研究では中国西北地方の中心都市西安におけるスヌーカー活動に関する現地調査を実施したため、事例研究の域を超えることはできなかった。北京といった大都市での調査を実施した場合、異なる結果が得られることも予測されるところである。したがって、今後の研究課題として、

スヌーカーの発達した地方におけるスヌーカー活動の調査研究を実施し、本研究で得られた結果と比較するなど、更なる知見を蓄積していくことが望まれる。可能な限り、今後も継続して研究を継続していきたいと考える次第である。

参考引用文献：

- 原田 宗彦 菊池 秀夫 (1990) スポーツ参加者のライフスタイルに関する研究、体育学研究 35 (3) :241-251
- 二宮 浩彰 菊池 秀夫 池田 勝永吉 広英 商業スポーツクラブをめぐる選好行動の分析：コンジョイント分析の適応事例、体育学研究 38 (4) :279-290
- 二宮 浩彰 菊池 秀夫 守能信次 (2002 a) レクリエーションの専門志向化：その研究動向と方法論、体育学研究 47 (4) : 319-331
- 二宮 浩彰 菊池 秀夫 守能信次 (2002 b) レクリエーションの専門志向化からみたウインドサーフィンのフィールドワーク、日本体育学会第 53 回大会体育社会学専門分科会発表論文集、pp. 115-120
- 二宮 浩彰 菊池 秀夫 守能信次 (2005) レクリエーションの専門志向化過程からみたウインドサーフィン行動－レジャーの社会的世界におけるフィールドワークを通じて－、レジャー・レクリエーション研究 54: 1-10
- 二宮 浩彰 『レクリエーションの行動科学』 不味堂出版 2007
- 陝西台球网 - 球迷 521 , <http://www.qm521.com/>
- 日本スヌーカー連盟 <http://www.snooker.or.jp/>