

早稲田大学スポーツ医科学クリニック・メンタルクリニックの啓蒙活動に関する研究

A Study of the Educational campaign of the mental clinic in Waseda University

1K03A186-2

富士 雅子

指導教員 主査 内田 直 先生 副査 原田 宗彦 先生

I. 緒言

私は学部2年のときに「スポーツカウンセリングに対する意識調査」を行った。研究当初の目的は、個々の選手と競技レベルとカウンセリングの必要性との関係を調べるものだった。しかし、研究を進めるうちに学部生が本学部のメンタルクリニックについてあまり詳しく知らずネガティブなイメージも持っているということが分かった。当クリニックの認知度やネガティブなイメージを改善させるにはどうしたらよいのかを研究していたところ、大阪体育大学にも同様のカウンセリングルームがあることを知った。このカウンセリングルームは歴史が長く、またカウンセラーの人数の多さや開室時間の長さなど、当クリニックと比べてかなり規模が大きいものである。報告書を読んで、当クリニックの認知度が低くネガティブなイメージを持たれているのは啓蒙活動の少なさが原因であると思い、また自分自身が本ルームの宣伝活動に携わることが今後広告について学んでいく上で非常に貴重な体験になると思ったため、このような研究を行うことにした。

II. 本調査

スポーツ医科学クリニックのリコンディショニング部門、整形外科部門に治療目的で訪れた学生に対し、メンタルクリニック部門に関するパンフレットとポスターによるキャンペーンを行い、その前後で直接質問紙を渡し回答してもらった。有効回答数はキャンペーン前調査が69、キャンペーン後調査が55であった。尚、キャンペーンは独自に作成したポスターとパンフレットを所沢クリニックのみに設置した。しかし、キャンペーン時のパンフレットとポスターを見た上で回答した者が非常に少なく、調査は不十分なものになった。統計結果では、「存在認知度」に有意差は見られず、「内容認知度」においては「受付場所」「診療場所」の2項目のみに有意差が見られた。この2項目はキャンペーンの有無に関わらず変化するといえる。「行きたい」人の割合にも前後で有意差は見られず、「行きたくない」理由は「カウンセラーが誰かわからない」の項目のみ有意差が見られた。この項目はキャンペーンの有無に関わらず変化するといえる。

III. 追加調査

本調査が不十分であったので追加調査を行った。この調査では後調査の前にあらかじめパンフレットを配ってしまい、必読させることでパンフレットの効果を純粋に抽出できるように工夫した。

さらに厳密な調査を行うため、「性別」「運動部所属かどうか」「医科学クリニック（どの部門でも可）に行ったことがあるかどうか」も同時に調べることにした。対象はスポーツカウンセリングの授業に出席していた学生で、前調査用の質問紙に回答してもらい回収した後、後調査用の質問紙とパンフレットを配布し、パンフレットを読んだ後に回答し、一週間後に回収した。有効回答数は前調査が88、後調査が40であった。この調査の結果、「存在認知度」に関して「男性」「非運動部」「クリニックに行ったことがある」と回答した群と「女性」「非運動部」「クリニックに行ったことがない」と回答した群、「運動部」と回答した群に有意差が見られた。このことより、運動部所属の人、非運動部の場合は男性で医科学クリニックに行ったことがある人、女性で医科学クリニックに行ったことがない人に対して、パンフレットで存在認知度を上げる効果があるといえる。「内容認知度」においては、「カウンセラーが誰か」の項目のみに有意差が見られ、この項目に関しては認知度を上げる効果があるといえる。「行きたい」人の割合は前後で有意差が見られず、「行きたくない理由」は「相談内容が合わない」の項目においてのみ有意差が見られたが、「内容認知度」の内「相談内容」に関する認知度は前後で有意差が見られず認知度が上がったとは言えないので、「相談内容が合わない」の項目が前調査から後調査にかけて真の意味で有意に増えたとは言えない。

IV. 考察

本来の目的であった、パンフレットとポスターによる「存在認知度」、「内容認知度」、「行きたい」と思う人の割合の改善は確認できなかった。また、「行きたくない」理由も明らかにできなかった。一方で、医科学クリニック対象者の純粋な「存在認知度」「内容認知度」「行きたい」人の割合は明らかにすることができた。そこから、当クリニックは現在の段階ではまず「存在認知度」を上げるような啓蒙活動をすべきであるといえる。また、今回スポーツ医科学クリニック内メンタルクリニックの啓蒙活動についての研究は初めてであったので、今後今回の結果との比較研究などを行っていき、啓蒙活動に関してももっと効果的なものを提示できるような研究が成されていくことを期待する。