

大学卒業後のラクロス継続・非継続要因に関する研究 ～ラクロスの普及を目的として～

A study of the factor in continuation and non-continuation of lacrosse after leaving university for the popularization of lacrosse

1K04B087-4

児新 千紘

指導教員

主査 木村和彦先生

副査 作野誠一先生

緒言

ラクロスが日本へ伝来したのは 1986 年で、それ以降競技人口は増え続け、2006 年時点で男女合わせて 25,000 人にのぼる。1988 年に第 1 回関東学生ラクロスリーグ戦が開催された時は女子の参加チームはわずか 2 チームであったが、現在は 66 チームにまでになった。学生スポーツとしてはかなり知名度も上がってきていると言える。しかし、その一方で競技としてのラクロスは大学時代だけで終わってしまうイメージが強い。実際、大学チームは増え続けているが、クラブチームの数はほぼ変わらず、東日本女子クラブリーグに参加しているのは 16 チームしかない。なお、クラブリーグには日本一になることを目的としたチャンピオンリーグと競技スポーツとしてだけでなく生涯スポーツとしても楽しみたいというチーム向けのファンリーグがある。(この仕組みは 2006 年まで)

筆者は学生生活を通じてラクロス部に所属し、ラクロスというスポーツに関わってきた。その中で、競技者は大学生から 20 代という限られた年代が多く、まだまだ様々な年代への普及は進んでいないと感じた。そこで、ラクロスを学生スポーツで終わらせずに生涯スポーツとして普及させるための方法を明らかにしたいと思い、本研究に至った。なお、日本では男子ラクロスより女子ラクロスの方が盛んで、競技人口も多いため本研究は女子ラクロスに焦点を当てて行う。

本研究の目的は、ラクロスを行っている大学生・社会人の特性および継続要因・非継続要因を明らかにし、今後ラクロスを普及させるための方策を検討する基礎的な資料を得ることである。

方法

ラクロスが学生スポーツで終わってしまう理由として以下の 2 つの仮説を設定した。

仮説①「技術レベルの高い選手しかクラブチームでは続けられないイメージがあるから」

仮説②「生涯スポーツとしてラクロスを楽しむことも重視したチームやリーグがあることを現役の大学生は知らないから」

この 2 つの仮説を検証するため、ラクロスを行っている大学生とファンリーグでラクロスを続けている社会人を対象として質問紙調査を実施した。大学生に関しては、上位校と下位校の違いを調べるために関東

学生リーグの 1 部と 4 部の学校に絞って行った。質問項目は、卒業後のラクロス継続理由・非継続理由や社会人としてラクロスを続ける上で大変なことなどである。

結果と考察

大学生への質問紙調査では、卒業後のラクロス継続に否定的な人が全体の 70%を閉めた。その理由としては、仕事との両立などが多く、ラクロスに多くの時間を割けなくなることが大きな要因であることが明らかになった。また、強いクラブチームしかないからという理由を選んだ人はわずか 12.4%であったため、仮説①は支持されなかった。さらに、ファンリーグの認知と継続意思の関係を調べたところ、明確な有意差は見られず仮説②も支持されなかった。

社会人への質問紙調査では、ラクロスを続ける上で大変なこととして「仕事との両立」「練習場所が確保できない」「体力的にきつい」などがあり、これらの問題に対する対策を考える必要があると感じた。また、ファンリーグの存在を知った時期として大学生と答えた人ではホームページやブログを見て知ったという人が多く、興味を持って調べない限り情報が入りにくいことがわかった。大学生にクラブチームの情報を流し、もっとアピールすることが大切だと考えた。

今後の課題及び提言

大学卒業後の競技継続に否定的であった人に対して、「競技レベルや経験に関係なく、楽しむことを目的としたチームがあれば続けてみたいか」という質問をしたところ、約半数は続けたいという答えであった。これを踏まえて、様々な制限を設けない、楽しんでやることを目的としたチームを増やし、そのような人達が続けやすい環境を整える必要があると考える。また、ラクロスを続ける上で困難な点として挙げられた「体力的にきつい」という問題には、フットサルのように小さなコートで行ったり、ルールを変えるなど工夫をすれば良いだろう。それによって、大学生から上へと広がり、さらにラクロス教室や部活動を作るなどして大学生以下への普及も進めていくべきである。このような活動には、ラクロス協会の協力はもちろんラクロス経験者が関わっていくことも大切であろう。