

日本におけるスポーツビジョン普及促進策の検討
Examination of the Sports Vision spreading-and-promotion measure in Japan

1K09A006

指導教員 主査 宝田

浅石 隼輔

雄大 先生 副査 葛西 順一 先生

【緒言】

近年、スポーツビジョンは第3のトレーニングメソッドとして注目され始めている。スポーツビジョンとは視機能の生理的機能の総称であり、動体視力や瞬間視などがある。スポーツビジョンはスポーツ選手だけでなく、一般の人にも及ぼす影響が様々な研究により報告されている。しかし、スポーツビジョンの認知度は低い。スポーツビジョンはトレーニングに関する研究が多く、スポーツビジョンの普及促進についての研究は行われていない。そこで本研究の目的は日本のスポーツビジョンの現状を理解し、普及促進策を検討することである。

【方法】

スポーツビジョンの歴史や概要について理解するため、国立国会図書館のデータベースから「スポーツビジョン」や「視機能」というキーワードで検索をして書籍で調べる。そして、スポーツビジョンが及ぼす影響を理解するため、国立情報学研究所の CiNii という論文検索のデータベースから「スポーツビジョン」や「視機能」というキーワードに「効果」や「競技」、「トレーニング」といったワードを加えて検索し、文献で調べる。

そして、スポーツビジョンの普及促進策を検討するため、Rogers (1990) の『イノベーション普及学』を参考にする。

【結果】

スポーツビジョンの研究史は日本とアメリカでそれぞれ約30年間と約50年間であった(石垣,2009)。日本ではスポーツビジョンの歴史はアメリカと比較して浅いが、文献調査では様々な研究報告があった。120秒間で本を読む速度は3ヶ月間週4回のスポーツビジョントレーニングにより33.9行±5.7行(平均値±標準偏差)から37.5行±10.4行へと速くなった(T検定,n.s.)(石垣,2012)。また、スポーツ選手を競技レベルの高い順にA,B,Cと分け、スポーツビジョンを測定した研究では、Aランクの選手のスポーツビジョンは11項目でB,Cランクの選手に比べて有意に高く(U検定,P<0.05)、Bランクの選手はCランクの選手に比べて有意に高かった(P<0.01)(石垣,1994)。そして、動体視力が強く影響する5回のバントパフォーマンスの成功率はスポーツビジョントレーニングにより高校生では7.5%から32.0%で、社会人は32.4%から60.2%と有意に上昇した(T検定,p<0.01)(前田,1999)。以上からスポーツビジョンは一般健常者とスポーツ選手それぞれに情報処理能力の向上と動体視力が強く影響する競技パフォーマンスの向上をもたらすことがわかった。しかし、その一方でスポーツビジョンの言葉さえ知らない人が72%であった(松田ら,2012)。そこで日本のスポーツビジョンの普及策を普及学を用いて検討した。

日本におけるスポーツビジョンは知識、態度、決定、実

行、確信段階といった5つの段階のいずれにも至っていないことが判明した。さらに、スポーツビジョンは普及に必要な5つの特性のうち相対有利性以外の適合性、複雑性、試行可能性、観察可能性を満たしていなかった。

以上から、日本のスポーツビジョンの普及策を普及段階に基づき検討し、4つの普及に必要な特性を獲得すべくその具体策を提案する。

【考察】

スポーツビジョンは一般健常者やスポーツ選手に効果があるにもかかわらず、スポーツビジョンの認知度は低い。これには日本のスポーツビジョンが知識段階に至らず、相対有利性以外の4つの特性を満たしていないことが関係しているのではないかと考えられる。

したがって、スポーツビジョンの普及にはまず知識段階に至る必要がある。そのための普及促進策は主にTVのCMや指導者を対象にした講演することである。次に態度段階では普及するかどうかに関わる要素となる5つの特性の獲得を目指す。適合性と試行可能性の解決策は携帯電話のアプリの利用、複雑性と観察可能性の解決策はスポーツビジョンの評価の段階を増やすことにより5つの特性を獲得できる。その結果、決定段階以降でスポーツビジョンが普及するのである。以上の普及促進策を用いることでスポーツビジョンを普及させることができると考える。

また、スポーツビジョンの普及が個人と社会にもたらす代表的な波及効果はそれぞれスポーツビジョンの利用機械の増加と眼の疾患の早期発見である。最後にスポーツビジョンの普及促進策と波及効果を表4に示す。

スポーツビジョンの普及促進策と期待される効果	
現状	スポーツビジョンの認知度が低い
知識段階	スポーツビジョンの積極的な情報発信
	・TVのCM ・眼科や眼鏡屋にパンフレットの設置 ・指導者に講演の開催
↓	適合性、試行可能性
	複雑性、観察可能性
態度段階	・携帯電話のアプリ
	・段階を増やした評価
↓	決定段階
	実行段階
確信段階	スポーツビジョンの普及
↓	個人
	社会
波及効果	・利用が容易になる ・視機能問題の予防と発見
	・眼の疾患の早期発見 ・スポーツビジョンのビジネス化 ・スカウトの判断材料

表4: スポーツビジョンの普及へ向けた解決策と結果