

趣味・余暇活動に関する介入が 運動無関心者の心理的準備性に及ぼす効果

スポーツビジネス研究領域

5010A020-3 片山 祐実

研究指導教員:中村 好男 教授

第一章 序論

健康づくりにおける運動の重要性は自明であるが、中年者の4人に1人は運動に関心が無く(岡, 2003)、運動無関心者の運動への関心(以下、心理的準備性)を高めることは重要である。

先行研究では、身体活動・運動の維持増進を目指し、特にウォーキングについて、携帯メールマガジン型など、様々な形態のプログラム開発が進められている(山脇ら, 2007)。しかし、こうしたプログラムの参加者の多くは既に運動を実践しており(Harada, et al., 2008)、運動無関心者に対してプログラムが提供できていない。

一方、近年の研究では、運動を趣味・余暇活動の一つと捉え、趣味・余暇活動を通じて運動無関心者の心理的準備性を高められる可能性が提案されており、観察研究(原田・中村, 2009; 原田ら, 2010)によって、既に心理的準備性と関連する特定の趣味・余暇活動が抽出されている。

本研究の目的は、介入調査により趣味・余暇活動と心理的準備性との関連を実証し、これまでに開発されてきた介入プログラムと比較して、運動無関心者の心理的準備性を高める手段としてどの程度有効であるのかを評価することである。

第二章 携帯メールマガジンの開発

介入調査を実施するにあたり、本研究では、趣味・余暇活動への興味を高めることを目的とした携帯メールマガジンを開発した。

この携帯メールマガジンは、観察研究(原田・中村, 2009; 原田ら, 2010)により、心理的準備性との関連が示唆された趣味・余暇活動(「車・ドライブ・バイク」、「スポーツ観戦」、「コンピュータ」、

「動植物園・博物館」)について、全16回の内容で作成された。

第三章 研究 I

研究 I では、趣味・余暇活動への興味を高めることを意図した介入を実施することにより、運動無関心者の心理的準備性が高まるかを検討することを目的とした。

1. 方法

対象者は、A社の登録モニターのうち、採択基準(40-59歳、東京都在住、運動行動変容ステージが無関心期の者)を満たす750人(介入群215人/対照群535人)であった。介入群には、8週間にわたり、携帯メールマガジン(第二章)が配信された。調査は、介入前(T1)、介入後(T2)に実施され、T2における運動行動変容ステージの割合(無関心期/関心期以上)を χ^2 検定により比較した。

2. 結果(図1)

T2における関心期以上の割合は、対照群が26.5%、介入群が54.9%であり、介入群の方が、運動行動変容ステージが関心期以上へ移行した者の割合が高かった($p<0.001$)。

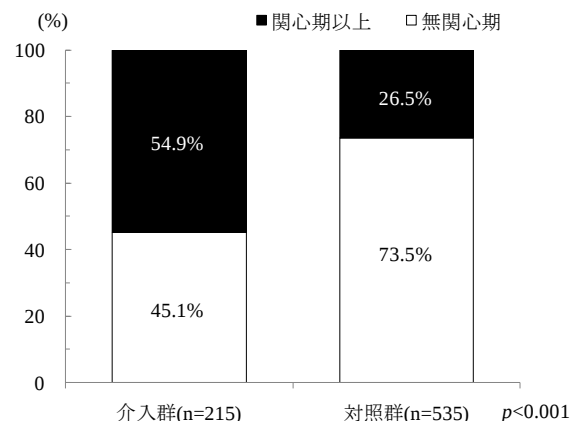


図1 T2における行動変容ステージの割合(研究 I)

3. 考察

研究Ⅰにより、運動無関心者の心理的準備性を向上させる手段として、趣味・余暇活動に対する興味を高める方略が有効である可能性が示唆された。

しかし、研究Ⅰでは、先行研究で開発されてきたプログラムが抱えていた、運動無関心者のプログラム参加率の低さに関する問題に対しても効果的に働くかどうかを判断することはできない。

第四章 研究Ⅱ

研究Ⅱでは、先行研究で推奨されたウォーキングに関する情報と比較して、趣味・余暇活動に関する情報プログラムの方が運動無関心者のプログラム応募率が高いかどうかを検討することと、趣味・余暇活動がもたらす心理的準備性の向上に対する効果の程度を検討することを目的とした。

1. 方法

対象者は、A社の登録モニターのうち、採択基準(40-59歳、一都三県在住、運動行動変容ステージが無関心期の者)を満たす1,618人(ウォーキング群 683人／趣味・余暇活動群 752人／対照群 183人)であった。ウォーキング群、趣味・余暇活動群のうち、携帯メールマガジン配信希望者には、8週間にわたり、それぞれ携帯メールマガジン(山脇ら、2007;第二章)が配信された。調査は、介入前(T1)、介入後(T2)に実施された。プログラム応募率はT1におけるウォーキング群と趣味・余暇活動群(1,435人)の配信希望有無を、 χ^2 検定により比較した。また、T2における運動行動変容ステージの割合(無関心期／関心期以上)を χ^2 検定により3群間(358人)で比較した。

2. 結果

2-1. プログラム応募率(表1)

情報配信を希望した者の割合は、ウォーキング群が18.4%、趣味・余暇活動群が21.3%であり、有意差は認められなかった。

2-2. T2における関心期以上への移行者の割合

T2では、対照群の24.5%、趣味・余暇活動群の49.6%、ウォーキング群の71.3%が関心期以上へ移行しており、ウォーキング群の移行者の割合が最も高かった($p<0.001$)。

3. 考察

趣味・余暇活動に関する情報の運動無関心者のプログラム応募率は、ウォーキングに関する情報と同程度であり、心理的準備性を高める効果は、ウォーキングに関する情報の2/3程度であることが明らかになった。

第五章 総合論議

本研究により、趣味・余暇活動に関する情報が運動無関心者の心理的準備性を向上させる効果が実証されたものの、ウォーキングに関する情報ほどの有効性は得られないことが示唆された。したがって、運動無関心者の心理的準備性を高めるための趣味・余暇活動の可能性は棄却されたが、引き続き、運動無関心者を身体活動・運動へ誘う効果的な戦略の開発が望まれる。

文献

- ・岡. 日公衛誌. 2003; 50: 208-215.
- ・山脇, 他. ウォーキング研究. 2007; 11: 231-237.
- ・Harada. et al., Int J Sport Health Sci. 2008; 6: 145-153.
- ・原田・中村. スポーツ産業学研究. 2009; 19: 129-143.
- ・原田, 他. スポーツ産業学研究. 2010; 20: 199-209.

表1 プログラム応募率の比較(研究Ⅱ)

	ウォーキング群 (n=683)			趣味・余暇活動群 (n=752)			p 値
	n	%	95%信頼区間	n	%	95%信頼区間	
配信希望者	126	18.4	15.5-21.3%	160	21.3	18.4-24.2%	0.180
非配信希望者	557	81.6	78.7-84.5%	592	78.7	75.8-81.6%	