

スポーツボランティアの活動スタイルに関する研究
-ボランティア移行を目指して-
A Study on the activities style sports volunteer
-Towards a volunteer transition-

スポーツクラブマネジメントコース
5014A310-6 小林 卓弘

研究指導教員：間野 義之 教授

1 研究の背景

1.1 日本におけるスポーツボランティア事情

現在において、スポーツボランティアの存在は一般化しているといってもよい。

2020 東京オリンピックパラリンピック開催決定後、スポーツボランティアについての計画は動いており、8 万人ものボランティアを募集するといわれている。また、その影響を受けて東京オリンピック開催決定後の東京マラソンのボランティア募集は1万人という人数にも関わらず、わずか 26 時間で募集人員に達した。インターネットなどではすでに、2020 東京オリンピックパラリンピックにボランティアとして参加するにはどうすればよいか？といったブログも一般の方が立ち上げ、アクセス数は10万近くあり、注目度は非常に高くなっている。

しかし、笹川スポーツ財団の調査によればスポーツボランティアの実施率については、過去10年伸び悩んでおり、スポーツボランティアの活動が盛んになってきているとはいえない。

現在の日本においてスポーツボランティアは、存在の認知は高く、東京マラソンやオリンピックといった大規模なイベントでは人が集まっているが、その一方で、ボランティアスタッフの不足に悩むイベントや団体も多くあり、ボランティア募集を行っている yahoo!ボランティアでは2015 年 1 月 4 日時点で12398 件もの募集がある。つまり、ボランティア活動の規模としては広がりを見せていないという問題を抱えている。

この問題を解決するひとつの手段がボランティア移行である。ボランティア移行とは、あるイベントに参加したボランティアを別のイベントのボランティアに参加してもらうということである。「ボランティアに参加していない理由」について、助け合いジャパンが行った

調査によれば、「きっかけがなかった(42.3%)」、「何をしたらいいかわからなかった(27.4%)」という結果がでており、「どうすればよいか」「何を行えばよいか」といった情報を提供してあげることで、ボランティアを行う人は増えていくことが分かっている。そこで東京マラソンや2020 東京オリンピックパラリンピックに集まったスポーツボランティアを他のボランティアへ移行させることができれば、スポーツボランティアの規模は広がりをみせる可能性がある。

2020 東京オリンピックパラリンピックで集まるボランティアスタッフに対して、「どうすればよいか」「何を行えばよいか」といったことを提供することができれば、2020 東京オリンピックパラリンピックかぎりのボランティアではなく、東京ならびに日本のボランティアスタッフとして残すことが可能となるだろう。

1.2 先行研究の検討

ボランティア移行を促すには、あるイベントに参加した人がその後、どのような意思をもって、他のボランティアへ参加したかについて明らかにしなくてはならないが先行研究で明らかにしたものはない。しかし、ボランティアの継続意思についての研究はいくつか存在する。

北村によれば、参加動機が組織コミットメントに影響をあたえ、組織コミットメントがボランティアの継続意思に影響をあたえるとしており、桜井は、NPO で活動するボランティアを対象にした調査にて、年代によって継続意思が異なっていることを明らかにした。

他にも堺や谷田、田引、佐藤などボランティアの参加動機や継続意思に関する研究は多く存在する。

このように、ボランティアに対して、何を提供することでボランティアを継続するかは明

らかになっているといえる。同一のボランティアを行っているか、様々なボランティアを行っているか、単発的に実施しているか、継続的に実施しているかこれらを軸にボランティア活動スタイルのマトリクスをあらわした。

表 1 のとおり、単発から継続への意思については先行研究により明らかになっているが、同一から複数への意思についての研究はなく明らかになっていない。

表 1 ボランティア活動スタイルのマトリクス

実施頻度			
参加している ボランティアの種類	実施頻度が単発である		実施頻度が継続している
	様々なボランティアに参加しているが、継続性はなく、思いついたときに参加している	継続意思への影響 ・参加動機 ・組織コミットメント ・達成動機 ・年代 ・性別 ・選手交流満足	様々なボランティアに継続的に参加している (ボランティア移行が行われた人々)
	特定のイベントに1回だけ参加してボランティア活動が終了している		特定のボランティアに継続的に参加している

2 研究の目的

以上をふまえ、本研究では、一定期間継続してボランティアを行っているボランティアのうち、特定のボランティアにしか参加していない人と様々なボランティアに参加している人の違いを明らかにすることを目的とする。

先行研究の結果から単発から継続への意思を高める要因はあきらかになっているため、本研究結果から一定期間継続して様々なボランティアへ参加している人の傾向を明らかにすることで、ボランティア移行へのアプローチを導きだすことが可能である。

3 研究方法

本研究ではスポーツボランティア経験者を対象にインターネットによる調査を実施した。アンケート回答者 386 名を、同一のボランティア参加者と複数のボランティア参加者、その他(ボランティア継続年数 1 年未満)の 3 グループにわけ、「属性」「ボランティア経験」「参加動機」「満足」「ボランティア情報収集の手段」それぞれの項目について一元配置分散分析を実施した。

4. 結論

(1) サンプル

性別は、男性が 61.2%、女性が 38.8%となり、男性が多い傾向がみられた。年齢 60 歳代の割合が一番多く、22.5%となった。平均は、44.9

歳(標準偏差=14.1)であった。

(2) 参加動機項目を因子分析した結果

第一因子「気晴らし」、第二因子「大会支援」、第三因子「依頼」、第四因子「自己報酬」を抽出した。

(3) 満足について因子分析した結果

第一因子「心理的魅力」、第二因子「人的魅力」を抽出した。

(4) 同一のボランティア参加者と複数のボランティア参加者の違い

同一のボランティア参加者と様々なボランティア参加者の違いを明らかにするため、ボランティア参加形態を「同一のボランティア参加者」「複数のボランティア参加者」「その他(ボランティア継続年数 1 年未満)」の 3 分類にし一元配置分散分析をおこなった。「属性」「ボランティア経験」「参加動機」「満足」「ボランティア情報収集の手段」各項目において有意に差があった。

結果については表 2 のとおりである。

表 2 一元配置分散分析結果まとめ

	属性	ボランティア経験	参加動機
同一のボランティア参加者	ボランティアリーダー経験者が少ない 平均年齢が高い	イベント/ボランティアの実施回数が多い スポーツ以外のボランティアの実施回数が少ない	「自己報酬」因子が低い
複数のボランティア参加者	ボランティアリーダー経験者が多い	クラブ/団体ボランティアの実施回数が多い イベント/ボランティアの実施回数が多い スポーツ以外のボランティアの実施回数が多い	
その他(ボランティア継続年数 1 年未満)	ボランティアリーダー経験者が少ない 平均年齢が低い	クラブ/団体ボランティアの実施回数が少ない イベント/ボランティアの実施回数が少ない スポーツ以外のボランティアの実施回数が少ない	「自己報酬」因子が高い
	満足	情報収集の手段	
同一のボランティア参加者	「人的魅力」因子が低い	イベント/団体/ボランティアセンターからの依頼が少ない インターネット/facebook/twitterなどのSNSが少ない 「テレビCM」が少ない 「新聞広告」が少ない	
複数のボランティア参加者	「人的魅力」因子が高い	イベント/団体/ボランティアセンターからの依頼が多い インターネット/facebook/twitterなどのSNSが多い 「テレビCM」が多い 「新聞広告」が多い	
その他(ボランティア継続年数 1 年未満)	「人的魅力」因子が低い	イベント/団体/ボランティアセンターからの依頼が少ない インターネット/facebook/twitterなどのSNSが少ない 「テレビCM」が多い 「新聞広告」が多い	

本研究では、ボランティアの活動形態によって、「属性」「ボランティア経験」「参加動機」「満足」「ボランティア情報収集の手段」それぞれに一定の違いがあることが示唆され、継続意思を高めることが複数ボランティアへの参加を高めることが推測される。そのため、今後は「同一のボランティア参加者」に対して継続意思を高める施策を行っていくことで、「複数のボランティア参加者」へ移行させる影響があるかを求める必要がある。

もし、これらに一定の効果があるのであれば、2020 東京オリンピックパラリンピックで集まるボランティアスタッフ 8 万人に対して、大会前、大会期間中から継続意思を高める施策を実施していくことで、2020 東京オリンピックパラリンピックのボランティアスタッフが、その後別のスポーツボランティアへ移行していくことが可能となり、オリンピックレガシーのひとつとなるだろう。