
大学生のレジャー活動における潜在需要

富永徳幸, 田口節芳

The potential demand in leisure activity of university student

Noriyuki TOMINAGA, Setsuyoshi TAGUCHI

1. 緒言

景気低迷から脱却できず、個人消費の回復が見込めない中、レジャー活動も長期的な伸び悩みの時代が続いている。そして人々の「時間的ゆとり感」や「余暇支出のゆとり感」も回復のきっかけがつかめない状況にある^{注1)}。また、近年の若年層のレジャー参加率の水準に明確な低下傾向が見られ、いわゆる“若年層のレジャー離れ”が数字の上でも認められる¹⁾。瀬沼(1991)は、90年代初頭に既にこの状況を予見し、現代人の余暇能力(充実した余暇を過ごすための知識、技術)を高めるため、若年層からの余暇教育の必要性を訴えている²⁾。

レジャー活動はその多様さや気軽さから、比較的容易に実践可能なイメージがある。しかし日常生活では経済的、時間的制約が多く、しばしば我々は自分の意識や希望と実態とに乖離があることに気付かされる。これは「可能ならばやりたい」即ち潜在的なレジャー需要を示唆している。潜在的需要を顕在化させるべくその方策の確立が望まれる。

以上のような関心から本論では、大学生のレジャー活動における潜在需要に着目して基礎的資料を得ることを目的とする。

近畿大学工学部情報システム工学科

Department of Information and Systems Engineering,
School of Engineering, Kinki University

2. 方法

2.1 概念規定

①潜在需要

社会経済生産性本部（旧余暇開発センター）は、これから伸びが期待されるレジャー活動の分析において顕在需要（レジャー活動への現在の参加率）とともに潜在需要を用いている。即ち、参加希望率（仮に余裕があれば何をしたいか）と顕在需要との差を指標としている³⁾。本論ではこれを援用し、レジャー活動への参加率と参加希望率との差をレジャー活動の潜在需要と規定する。

②余暇（レジャー）

岡田によれば、レジャーとは「非仕事時間から社会的・生理的必需時間を除去した自由時間に、自律的に決定し、自由裁量に基づいて行う活動の中で、純快楽を意図・指向した活動⁴⁾」である。本論ではこの定義を援用した。

③ライフスタイルについて

社会経済生産性本部（旧自由時間デザイン協会）⁵⁾は、現代日本人の様々な生活価値観や行動様式をメール志向型、感性消費自己投資型、消極型、貯蓄節約志向型、社交型、癒し感性消費型の6つのクラスターに分類している。本論ではこの分類を援用した。

2.2 分析の視点

2.3 研究仮説

前節を踏まえて本論では次のような仮説を導いた。

- (1) レジャー活動の潜在需要は性別によって差異がある。
- (2) レジャー活動の潜在需要は学年によって差異がある。
- (3) レジャー活動の潜在需要はライフスタイルによって差異がある。
- (4) レジャー活動の潜在需要はゆとりによって差異がある。
- (5) レジャー活動の潜在需要はレジャー重視度によって差異がある。

2.4 分析の方法

前述の仮説を検証するために、質問紙によって収集したデータを分析検討した

2.4.1 調査

- ①調査方法 質問紙による配票調査法
- ②調査時期 平成19年12月14日から25日まで
- ③調査対象 広島県内4大学学生287名。
- ④調査内容 レジャー活動^{注2)}の実態（平日、休日の活動参加率）、レジャーに対する意識（レジャー活動希望率、レジャー重視度、レジャー生活充実度）、ライフスタイル^{注3)}、学年、性別

2.4.2 データの分析

本論では、レジャー活動参加希望率(複数回答)から参加率(複数回答)を差し引いた比率を潜在需要とした。即ち、数値の正負の別が潜在需要の有無を、また正の数値の大きさが需要の大きさを示している。さらに独立変数(性別、学年、ライフスタイル、ゆとり、レジャー重視度)による潜在需要(平日、休日)の差異を検討した。なお、データ分析にあたってはSPSS12.0J for Windowsを用いた。

3. 結果および考察

本論で分析に用いる独立変数の属性別内訳を表1に示す。

表 1 各変数の属性内訳 (N = 287)

独立変数	属性	N	独立変数	属性	N
性別	男	143	ライフスタイル	メール指向型	28
	女	144		感性消費自己投資型	84
学年	1	57		消極型	44
	2	59		貯蓄節約志向型	60
	3	82		社交型	54
	4	89		レジャー重視	103
ゆとり	あり	176	レジャー重視度	両立	116
	なし	110		学業重視	68

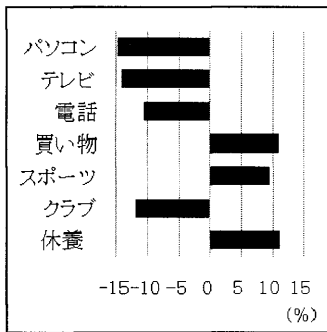


図 1-1 平日潜在需要 (全体)

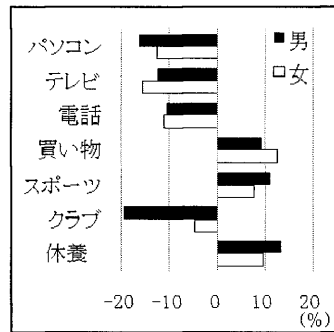


図 1-2 平日潜在需要 (性別)

3.1 平日について

図 1-1 に全体の潜在需要(平日)の有無を示す。買い物、スポーツ、休養の 3 項目に潜在需要が認められる。

3.1.1 性による差異

図 1-2 に性別の潜在需要(平日)の有無を示す。全体と同様に 3 項目(買い物、スポーツ、休養)に潜在需要が認められる。潜在需要に著しい性差は見られない。

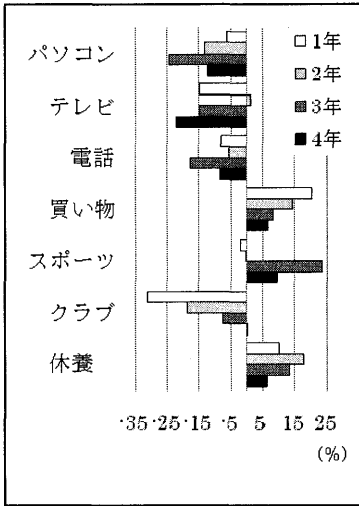


図 1-3 平日潜在需要 (学年)

3.1.2 学年による差異

図 1-3 に学年別の潜在需要(平日)の有無を示す. 買い物, 休養については全体と同様であるが, スポーツについては一様ではない. 3・4年にもみ潜在需要が認められ, 1・2年とは逆転している.

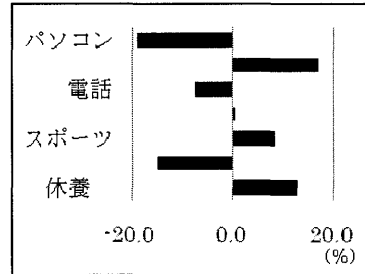


図 1-4 平日潜在需要 (メール志向型)

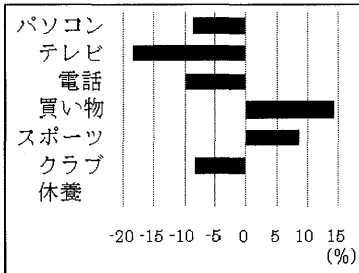


図 1-5 平日潜在需要 (感性消費自己投資型)

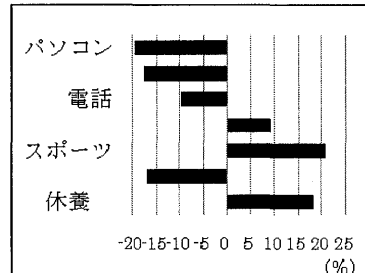


図 1-6 平日潜在需要 (消極型)

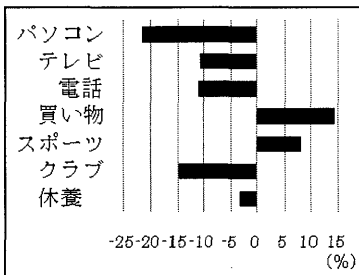


図 1-7 平日潜在需要 (貯蓄節約志向型)

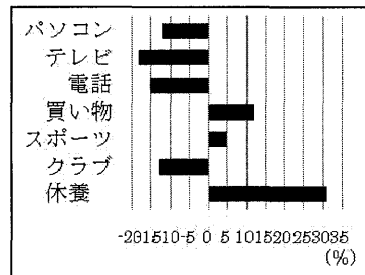


図 1-8 平日潜在需要 (社交型)

3.1.3 ライフスタイルによる差異

ここではライフスタイルに関する回答を5群(メール志向型, 感性消費自己投資型, 消極型, 貯蓄節約志向型, 社交型)に分類した. 図1-4から図1-8に5群の潜在需要(平日)の有無を示す. 2項目(買い物, スポーツ)に潜在需要が認められ, 2項目(パソコン, 電話)に潜在需要が認められない点は全群共通ではあるものの, それ以外の項目に関しては各群の状況が一樣ではない. また, 潜在需要が認められる項目についても, その大小の程度はそれぞれ異なっている様子が見て取れる. 特徴的なのはメール指向型である. 即ち, 買い物の潜在需要が他群より非常に低く, 唯一この群のみがテレビの潜在需要が認められ, しかもその需要は極めて大きい. ライフスタイルと潜在需要との何らかの関連性が示唆される.

3.1.4 ゆとりによる差異

ここでは, 日常生活でのゆとりに関する回答を2群(ゆとり群, 非ゆとり群)に分類した. 図1-9に2群の潜在需要(平日)の有無を示す. 全体同様に3項目に潜在需要が認められる. ただし, 休養では非ゆとり群の潜在需要が極めて大きい. ゆとりの欠乏感と休養を求める潜在需要との関連性が示唆される.

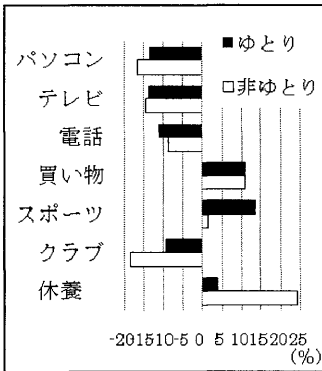


図1-9 平日潜在需要(ゆとり)

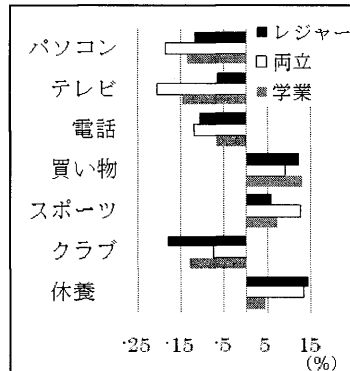


図1-10 平日潜在需要(重視度別)

3.1.5 レジャー重視度による差異

ここでは, レジャーと学業との重視度に関する回答を3群(レジャー群, 両立群, 学業群)に分類した. 図1-10に3群の潜在需要(平日)の有無を示す. 全体同様に3項目に潜在需要が認められる. 学業群の休養の潜在需要が他の2群よりやや少ない傾向がある.

3.2 休日について

図2-1に全体の潜在需要(休日)の有無を示す。6項目(スポーツ, 休養, レジャー施設, 家族, 友人, 習い事)に潜在需要が認められる。平日に比較して休日の方が潜在需要の認められる項目数が多く, 更に買い物の潜在需要の状況が平日と休日とで逆転している点が特徴的である。

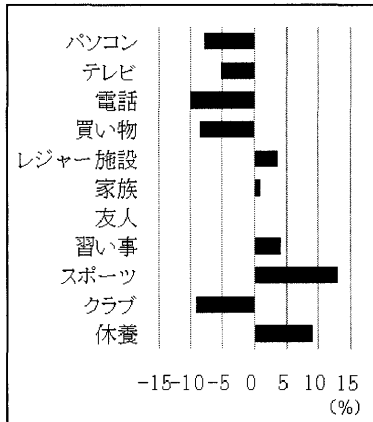


図2-1 休日潜在需要(全体)

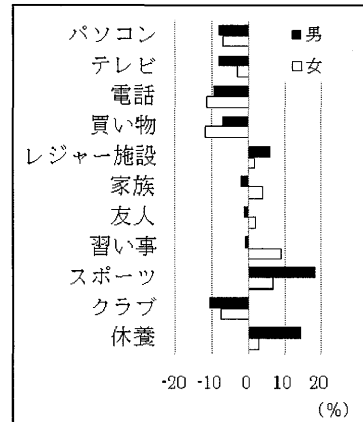


図2-2 休日潜在需要(性別)

3.2.1 性による差異

図2-2に2群の潜在需要(休日)の有無を示す。女性が6項目に潜在需要が認められるのに対し, 男性では家族, 友人, 習い事で状況が逆転し, 潜在需要は3項目に認められるのみであり, 両群の潜在需要の状況は一樣ではない。性別と潜在需要との何らかの関連性が示唆される。

3.2.2 学年による差異

図2-3に4群の潜在需要(休日)の有無を示す。4項目を除いては各郡の潜在需要の状況が一樣でない。例えば, テレビ, 買い物は1年のみに潜在需要が認められる点が興味深い。学年と潜在需要との何らかの関連性が示唆される。

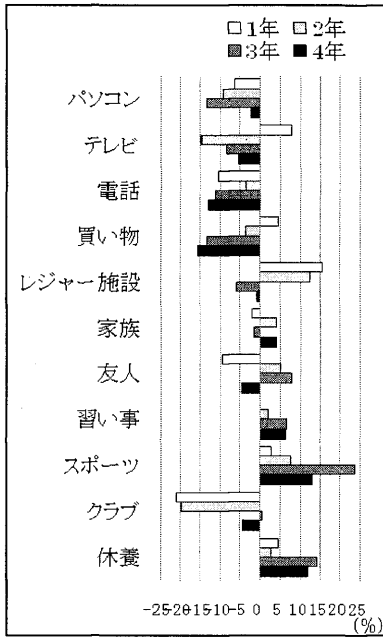


図 2-3 休日潜在需要 (学年)

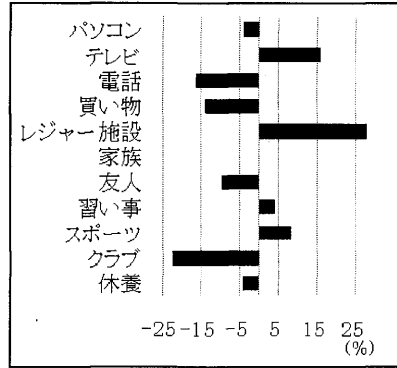


図 2-4 休日潜在需要 (メール志向型)

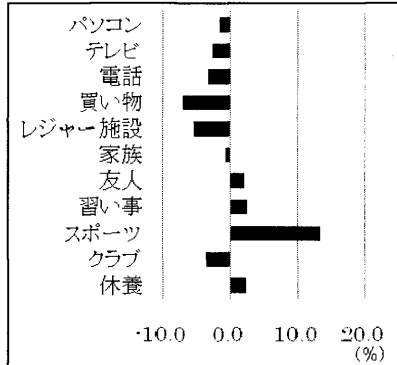


図 2-5 休日潜在需要 (感性消費自己投資型)

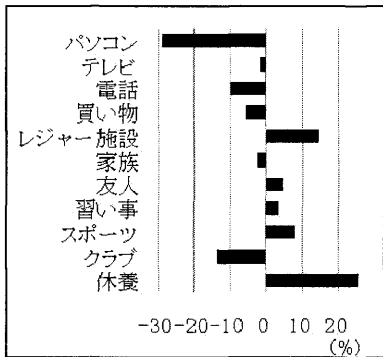


図 2-6 休日潜在需要 (消極型)

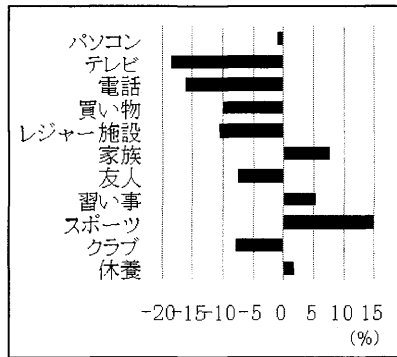


図 2-7 休日潜在需要 (貯蓄節約志向型)

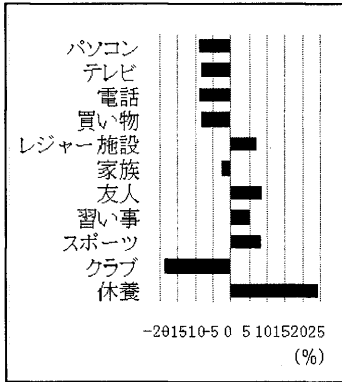


図 2-8 休日潜在需要 (社交型)

3.2.3 ライフスタイルによる差異

図 2-4 から 2-8 に 5 群の潜在需要 (休日) の有無を示す。2 項目 (スポーツ, 習い事) に潜在需要が認められ、4 項目 (パソコン, 電話, 買い物, クラブ) に潜在需要が認められない点が 5 群に共通しているものの、状況は群によって一様ではない。潜在需要の認められる項目数では社交型と消極型がともに 5 項目で最多であり、全て同項目に潜在需要が認められる点が興味深い。ライフスタイルと潜在需要との何らかの関連性が示唆される。

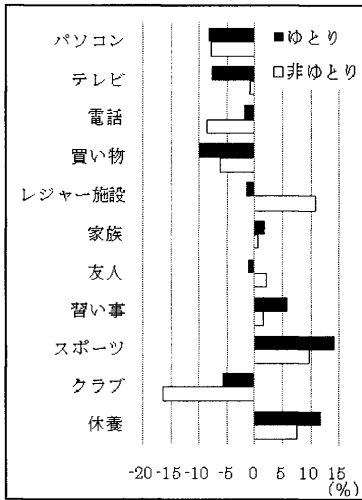


図 2-9 休日潜在需要 (ゆとり)

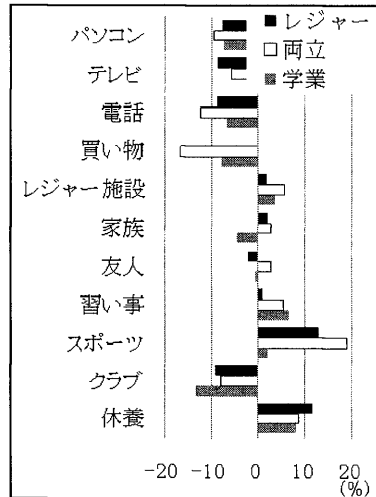


図 2-10 休日潜在需要 (重視度別)

3.2.4 ゆとりによる差異

図 2-9 に 2 群の潜在需要 (休日) の有無を示す。非ゆとり群では 6 項目に潜在需要が認められるのに対し、ゆとり群では 4 項目のみである。レジャー施設、友人についてはいずれも非ゆとり群にのみ潜在需要が認められる。以上のように両群の潜在需要の状況は一様ではない。日常生活のゆとり度と潜在需要との何らかの関連性が示唆される。

3.2.5 レジャー重視度による差異

図 2-10 に 3 群の潜在需要（休日）の有無を示す。学業群では 4 項目、レジャー群では 5 項目に対し、両立群では 6 項目で潜在需要が認められる。両立群がより多くの活動を潜在的に求めていることが推測される。また、テレビ、家族、友人については各群で潜在需要の有無が分かれ、状況は一樣ではない。レジャー重視度と潜在需要との何らかの関連性が示唆される。

4. 結語

本論は大学生のレジャー活動における潜在需要に着目し、基礎的資料を得ることを目的とした。広島県内の大学生 287 名を対象として、質問紙による配票調査を実施して収集したデータを分析検討した。その結果は次のように整理される

(1) 平日について

全体的には買い物、休養、スポーツの 3 項目（7 項目中）に潜在需要が認められた。学年、ライフスタイルにおいては潜在需要の有無に差異がみられ、その関連性が示唆された。これは仮説を支持するものである。また、ゆとり、レジャー重視度においては潜在需要の有無には差異はみられないものの、需要の強弱について群間に異なる傾向がみられた。

(2) 休日について

全体的にはスポーツ、休養、習い事、レジャー施設、家族、友人の 6 項目（11 項目中）に潜在需要が認められた。性、学年、ライフスタイル、ゆとり、レジャー重視度において潜在需要の有無に差異がみられ、その関連性が示唆された。これは仮説を支持するものである。さらに、平日に比較して休日の潜在需要が大きいことが明らかとなった。平日に比較して休日の自由裁量時間が多いことが要因の一つであると推測される。

最後に、休養とスポーツが平日・休日共通で潜在需要が認められた点は興味深い。運動欲求と休息欲求が同時に存在することは、健全な人間活動の基本（精一杯体を動かし、十分に休息して回復させる）が実行されていないことを物語る。いずれにしても、このような潜在需要を顕在化させていくことが重要性である。

「謝辞」

最後に、本論の調査実施にご協力いただいた学生諸君に深く感謝いたします。

「注」

注1) 社会経済生産性本部（レジャー白書 2007）は、余暇時間の増減（時間のゆとり）にかかわる経年変化と余暇支出の推移について、時間的「ゆとり感」の回復にはほど遠く、余暇支出の“ゆとり感”もなかなか回復のきっかけがつかめないと分析している。

注2) レジャー活動項目については事前調査(50名)にて分類を行った結果、平日は7項目(パソコン、テレビ、電話、買い物、スポーツ、クラブ・サークル活動、休養)、休日は11項目(7項目+レジャー施設へ行く、家族と過ごす、友人と過ごす、習い事)とした。

注3) 本論では、各ライフスタイルの特徴(説明文)を提示し、各人が該当する(最も近いと思われる)タイプを1つ選択させた。その結果、メール志向型28名、感性消費自己投資型84名、消極型44名、貯蓄節約志向型60名、社交型54名であった。なお、癒し感性消費型はごく少数であったため分析から除外した。

<メール志向型>

電話やEメールが好きである。将来への不安はあまり強くない。

<感性消費自己投資型>

納得いく商品やサービスには出費は惜しまない。つい衝動買いをしてしまう

<消極型>

にぎやかな所、人付き合いが苦手で、お金を使う時はじっくり考える。

<貯蓄節約志向型>

貯蓄や節約に興味があり、無駄はなるべく省きたいという思いがある。

<社交型>

人付き合いに熱心で様々なタイプの人たちと幅広く付き合う。

「参考文献」

- 1) レジャー白書 2007, 社会経済生産性本部, 70, 2007
- 2) 瀬沼克彰, 新余暇社会への展望, 日本能率協会, 41, 1991
- 3) レジャー白書 '89, (財)余暇開発センター, 18, 1992
- 4) 岡田至雄, レジャーの社会学, 世界思想社, 46-47, 1982
- 5) レジャー白書 2001, (財)自由時間デザイン協会, 125-127, 2001