

〈原著論文〉

## 専門志向化の概念枠組みによるウィンドサーファーの類型化と その測定指標

二宮 浩彰\* 菊池 秀夫\*\* 守能 信次\*\*

### Segmentation and the Measurement Index of Windsurfers Using a Conceptual Framework of Recreation Specialization

Hiroaki NINOMIYA\*, Hideo KIKUCHI\*\*, Shinji MORINO\*\*

#### Abstract

Recreation Specialization is a concept that explains the developmental process of behavior patterns whereby leisure participants acquire knowledge and skills and progress to higher stages of involvement in a particular activity over time. This conceptual framework has been employed in understanding leisure behaviors through a segmentation approach. The purpose of this study is to create the measurement index for segmenting windsurfers using conceptual framework of recreation specialization. The data for this study were collected through internet survey from windsurfers. The specialization indicators included four dimensions based upon the research result in the previous fieldwork study on windsurfing. The scale reliability was examined using Cronbach's alpha. Twelve variables of the specialization index were sorted out. Principal components analysis with varimax rotation was used to identify specialization components and yielded four components; involvement dimension, equipment and media dimension, development dimension, and participation dimension. Four windsurfer types were identified by cluster analysis. The findings of this study suggest that the measurement index for segmenting windsurfers has the validity, because the characteristic of each type almost agrees with the study result of the fieldwork. The measurement index enables windsurfers to segment into the effective subgroups rested upon the concept of recreation specialization.

---

\*大分大学経済学部

\*Faculty of Economics, Oita University

\*\*中京大学体育学部

\*\*Chukyo University, School of Health and Sport Sciences

## 1. 緒言

レクリエーションの専門志向化という概念は、理論、方法論の両面においてレジャー行動研究の発展に寄与してきた<sup>18)</sup>。専門志向化とは、レジャー活動の参加者が知識や技能を習得してその活動への関与を高めていくという行動様式を説明した概念である。つまりレジャー参加者は、専門志向化の発達過程をたどりながらレジャー活動に対する態度や価値観を形成し、それぞれのステージに応じた行動様式でその活動に取り組むようになる。この概念を提唱したBryan<sup>1)</sup>は、「スポーツで使われる用具や技能、そして活動場面の選好によって反映される、一般から特殊に至る行動の連続体である」と定義し、専門志向化の連続体に配列されたレジャー参加者がそのステージの違いによって行動様式が異なることを検証した。その後、多くの専門志向化研究が行われてきたが、この概念の強みは、レジャー活動に取り組んでいる参加者の専門志向化過程に着目することによって、参加者を下位グループに類型化するための枠組みを提示したことにある。

この概念枠組みを用いた実証研究としては、社会的コンフリクト<sup>5)</sup>、集団規範<sup>26)</sup>、混雑感の知覚<sup>8)9)</sup>といった活動空間における他の参加者に対する態度を扱った研究と、動機づけ<sup>3)</sup>、知覚<sup>2)</sup>、選好<sup>3)25)</sup>、代償行動<sup>4)</sup>といった活動を行う場面における参加者の態度を扱った研究が行われている。専門志向化の概念枠組みは、上述したような実証研究に採用され、参加者を類型化するための有効なセグメンテーション変数としてレジャー行動の理解に貢献してきた。その研究成果は、レジャー活動に対して異なる期待や欲求をもつセグメントごとの行動特性を把握することを可能にし、野外レクリエーションの活動空間や場面におけるマネジメント上の基礎資料として役立てられてきた。

わが国における専門志向化研究の現況としては、原田<sup>10)</sup>が国外におけるレジャー行動研究の一例としてこの概念を紹介し、二宮ら<sup>18)</sup>はその研究動向と方法論について体系的なレビューを行った。専門志向化の概念を援用した実証研究としては、ウインドサーフィンを対象とし

たフィールドワーク研究があるに過ぎない。二宮ら<sup>18)</sup>は定性的方法を用いることによって、ウインドサーフィン固有の専門志向化過程における行動様式を特徴づけている。そして、Ninomiya & Kikuchi<sup>17)</sup>は、専門志向化の変数を基準としてウインドサーフィンを類型化し、下位グループごとの選好行動の違いを明らかにしている。しかしながら、わが国では、レジャー行動の専門志向化について包括的な測定指標を用いて分析した研究はみられない。多次元的な測定指標の検討は、レジャー行動の詳細な理解とともにレジャー場面のマネジメントにとっても有意義であると考えられる。

本研究では、フィールドワーク研究<sup>17)19)</sup>において対象としてきたウインドサーフィンの参加者を取り上げることにより、レジャー参加者を類型化するための専門志向化の測定指標を検討する手がかりを得ることにした。したがって本研究の目的は、専門志向化の概念枠組みを用いてウインドサーフィンの参加者を類型化するための測定指標を作成することである。

## 2. 専門志向化の測定

専門志向化の測定方法としては、単一変数あるいは複数変数を用いる場合と、多次元から成る測定指標を用いる場合がある。単一変数による測定では、参加頻度<sup>4)6)</sup>、または参加形態<sup>11)</sup>によって専門志向化が測定されている。これは操作化において独立変数とした専門志向化変数と従属変数の間に関連性をもたせないようにするためである。複数変数による測定では、いくつかの専門志向化変数を基準としてレジャー参加者を類型化するか<sup>1)5)21)</sup>、専門志向化変数を合成変数として扱いレジャー参加者を下位グループに分割するか<sup>8)</sup>している。

このような単一変数および複数変数による測定において、観察が容易な専門志向化変数だけが取り上げられてきたという問題点が指摘され<sup>2)</sup>、レジャー参加者の関与の強さを測るための包括的な多次元測定指標が開発されるようになった。Buchanan<sup>2)</sup>はコミットメントが測定の構成要素として含まれていないために、観察が難しい感情的愛着の次元が見逃されていること

を主張した。McIntyre & Pigran<sup>15)</sup> はコミットメント、自我関与、永続的関与のような感情的愛着が専門志向化の測定に含まれていないことを補うために、包括的な専門志向化モデルを提示した。このモデル（図1）は、事前経験、精通の要素から成る行動局面、場面属性、技能、知識、用具の要素から成る認知局面、永続的関与に該当する重要性、享楽、自己表現、中心性の要素から成る感情局面といった3局面から構成されている。

先行研究に用いられた多次元指標の次元は、McIntyre & Pigran<sup>15)</sup> のモデルに基づいて列挙すると、図1（点線囲い部分）のとおりである。行動局面として採用されている次元は、経験次元<sup>3) 11) 12) 13) 15) 25) 26)</sup>、参加次元<sup>7)</sup>、精通次元<sup>15)</sup>、行動次元<sup>12)</sup>である。認知局面では、用具次元<sup>7) 25)</sup>、技能・技術次元<sup>7) 11)</sup>、資源利用次元<sup>3)</sup>が用いられている。感情局面としては、投資次元<sup>3) 26)</sup>、ライフスタイル中心性次元<sup>3) 11) 13) 25) 26)</sup>、関心次元<sup>7)</sup>、コミットメント次元<sup>11) 12) 13)</sup>、媒体参加次元<sup>11)</sup>、魅力・自己表現・中心性次元<sup>13)</sup>、経験評価次元<sup>12)</sup>が採

用されている。

### 3. 研究方法

#### (1) 専門志向化の測定指標

二宮ら<sup>19)</sup> は、専門志向化研究において採用されている多次元の測定指標（図1）のうち、ウインドサーフィンの種目特性を考慮することによって、行動局面として参加次元、認知局面として用具次元と技能次元、感情局面として中心性次元を採用してフィールドワークを行い、ウインドサーファーの行動様式を明らかにしている。本研究では、ウインドサーフィンの専門志向化を測定するため、この研究成果を参考にして以下の4次元から成る17変数を設定した。

##### 1) 参加次元の測定

参加次元では、経験年月数、年間参加頻度、競技大会出場回数、宿泊旅行回数を採用した。経験年月数においては、ウインドサーフィンを始めてからの期間を尋ねた。年間参加頻度は、季節による変動を考慮して1月から3月、4月から6月、7月から9月、10月から12月の各期

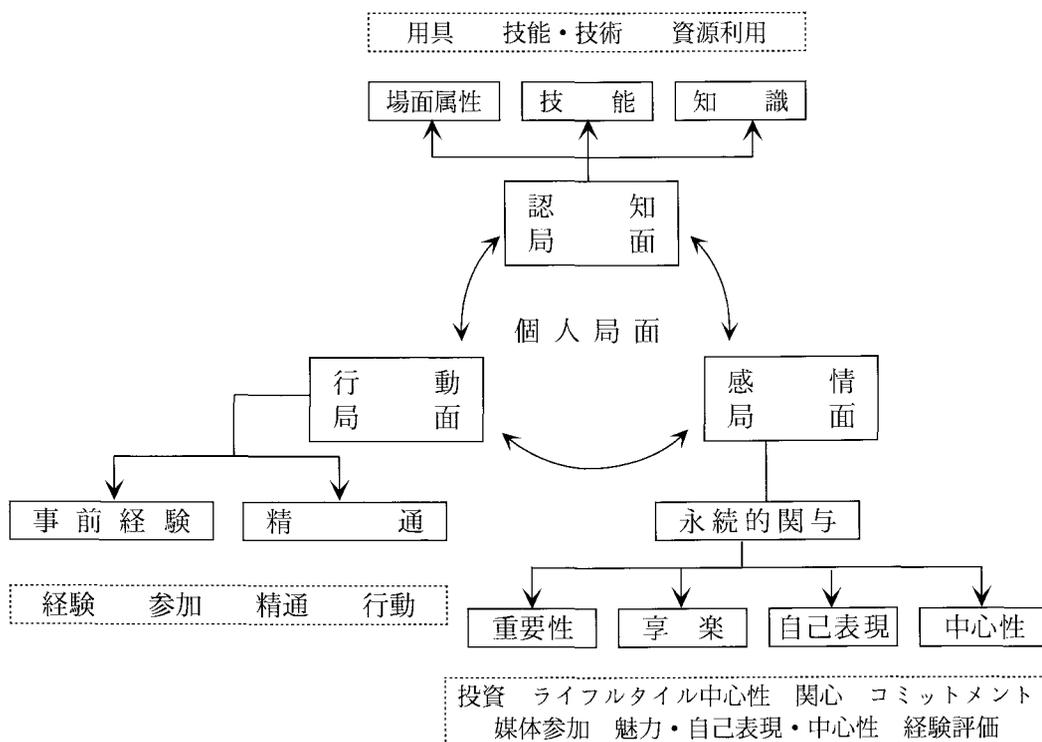


図1 専門志向化の構成要素 <McIntyre & Pigran(1992)モデルに加筆>

間における参加状況を「ほとんど行わない」、「月に1～2回」、「週に1回」、「週に2回」、「週に3回以上」の選択肢を設定して順に1点から5点までの配点を与えて合計得点を算出した。競技大会出場回数においては、回想可能な期間とするため、過去3年間の出場回数を尋ねた。ウインドサーフィンの宿泊旅行回数においても、同様に過去3年間の宿泊を伴う旅行回数を聞いた。

#### 2) 用具次元の測定

用具次元では、ウインドサーフィンの主要な用具である、ボードの使用台数、セイルの使用枚数、および使用用具総額を採用した。ここでは、所有しているだけで使用していない用具を考慮に入れず、現在、使用している用具に限定してその数を尋ねた。使用用具総額においては、使用している用具すべての金額を概算で申告するよう求めた。

#### 3) 技能次元の測定

技能次元では、ウインドサーフィンの習得技術、技能向上、知識向上、風情報を採用した。習得技術においては、セッティング、セイルアップ、ウインドアビーム、ビーチスタート、タッキング、ジャイビング、ハーネスワーク、プレーニング、ウォータースタートの9項目の技術について、50%以上の成功率で実行可能であると自己申告した項目に1点の配点を与えて習得技術度として合計得点を算出した。技能向上、および知識向上については、ウインドサーフィンの技能や知識を向上させたいかどうかを「全くそう思わない」、「ややそう思わない」、「どちらともいえない」、「ややそう思う」、「非常にそう思う」の5段階評定尺度を用いた。そして、天気予報などで事前に風情報を収集するかについて、「ほとんど調べない」、「たまに調べる」、「ときどき調べる」、「だいたい調べる」、「いつも調べる」の項目を設定してそれぞれ1点から5点までの配点を与えて、風の予測能力として得点化した。

#### 4) 中心性次元の測定

中心性次元では、雑誌購読、ビデオ所有数、年間活動費用、関与（魅力・自己表現・中心性）を採用した。雑誌購読は、ウインドサーフィン

の専門雑誌『Hi-Wind』、および『WindSurfer』の購読について「ほとんど読まない」、「たまに読む」、「ときどき読む」、「だいたい読む」、「いつも読む」の選択肢を設定してそれぞれ1点から5点までの配点を与えて雑誌購読として合計得点を算出した。年間活動費用においては、過去1年間の交通費、参加費、用具代などの活動費用の金額を概算で申告するよう求めた。関与については、McIntyre & Pigram<sup>15)</sup>が抽出した魅力・自己表現・中心性次元の項目から9項目<sup>21)</sup>を採用して、「全くそう思わない」から「非常にそう思う」の5段階評定尺度に1点から5点までの配点を与えて、それぞれの次元ごとに合計得点を算出した。

#### (2) データの収集とクリーニング

本研究では、インターネット調査法を用いて、ウインドサーファーを対象とした調査を実施した。わが国におけるインターネットの利用人口（2003年現在）は、約7730万人に達し人口普及率は60%を超えている<sup>24)</sup>。最近、インターネット調査法は社会調査において活用されることが多くなりつつあり、レジャー調査のデータ収集法としても有効であると考えられる。データの収集は、回答者がウェブサイト上の調査票に入力したデータを電子メールで回収するという方式を取った。調査協力の依頼は、ウインドサーフィン関連のメーリングリスト、掲示板、ウェブマガジンを介して（詳細については二宮<sup>16)</sup>参照）行った。本インターネット調査では、2003年2月18日から4月16日までの約2ヶ月間に、319票のサンプルを得ることができた。ただし、使用用具総額、および年間活動費用の質問項目<sup>22)</sup>では、十分なデータが確保できなかったためこれらを除外した。そして、完全回答のデータだけを抽出するデータ・クリーニングを施したことによって、有効標本は249票となった。

#### (3) 分析方法

##### 1) データの標準化

専門志向化の測定指標として採用した変数は、それぞれ尺度が異なっているため、あらかじめ標準化する必要がある。そのため、4次元の測

定指標における15変数のデータをz得点（平均0，標準偏差1）に変換した。

#### 2) 専門志向化変数の信頼性分析

測定指標の信頼性分析においては、各次元内で相互に相関が低く整合性に欠ける変数を排除することによって、内的整合性の高い変数から構成されるように検討する。本研究では、測定指標の次元ごとにクロンバックの $\alpha$ 係数を算出して、信頼性の分析を行った。

#### 3) 測定項目の主成分分析

本研究においては、先行研究から導かれた専門志向化項目を用いて測定指標の構成要素を識別するために、主成分分析を行った。主成分分析では、標準化データを扱うため相関行列による方法で、説明される分散が最大になるバリマックス回転<sup>20)</sup>を用いた。

#### 4) クラスター分析による類型化

サンプルの細分化では、測定指標の主成分分析によって算出された因子得点を用いてクラスター分析を行った。クラスター分析では、因子得点の類似性に基づいてすべてのサンプルを類型化して分類する階層的方法を選び、結合による情報ロスの最小を併合基準とするウォードの最小分散法<sup>23)</sup>を用いた。

## 4. 結果

### (1) サンプルの個人的属性

インターネット調査によって得られたサンプルの個人的属性（表1）は、男性が9割弱と多くなっており女性の割合は1割強であった。年代別では、30歳代が52.2%で過半数を占めており、40歳代が27.7%、20歳代が15.7%となっている。居住地については、関東地方が48.8%でほぼ半数を占め、近畿が18.1%、中部地方が9.7%、九州・沖縄地方が8.1%であった。

### (2) 専門志向化変数の信頼性分析

本研究においては、専門志向化の4次元から成る15変数について信頼性を検討するために、次元ごとに分析を行った。用具次元、および中心性次元については、クロンバックの $\alpha$ 係数がそれぞれ0.72、0.73となり、0.70以上という信頼性の基準<sup>20)</sup>を超えているので、現状の変数構成

表1 サンプルの個人的属性

N=249	
<u>性別</u>	
男性	88.0%
女性	12.0%
<u>年代</u>	
10歳代	0.8%
20歳代	5.7%
30歳代	52.2%
40歳代	27.7%
50歳以上	3.6%
<u>居住地域</u>	
北海道・東北	4.8%
関東	48.8%
中部	9.7%
近畿	18.1%
中国	7.7%
四国	2.0%
九州・沖縄	8.1%
国外	0.8%

で内的整合性が高いと判断した。参加次元では、クロンバックの $\alpha$ 係数が0.28と低くなった。その原因となっている経験年月を削除することによって0.41まで $\alpha$ 係数が高くなったが、他の変数を操作することによって $\alpha$ 係数を高めることはできなかったため、残りの変数を採用した。技能次元においては、 $\alpha$ 係数が0.62となったが、習得技術得点と風予測能力の変数を削除したことによって、 $\alpha$ 係数が0.73に高まった。以上の $\alpha$ 係数は、測定指標の信頼性を検討したフィッシング<sup>3)</sup> ( $\alpha$ 係数0.69~0.86)、カヌー<sup>26)</sup> ( $\alpha$ 係数0.77~0.87)、そしてヨット<sup>12)</sup> ( $\alpha$ 係数0.57~0.84)の研究結果と比較して、参加次元の値がやや低いものの、それ以外は信頼できる数値となっている。

### (3) 測定項目の主成分分析

表2は、測定項目として残った12変数を用いて主成分分析を行った結果である。固有値の累積寄与率は61.34%となり、主成分負荷量としてはやや説明力が強い程度<sup>23)</sup>となっているが、Kuentzel & Heberlein<sup>11)</sup>とMcFarlane<sup>14)</sup>（それぞれの累積寄与率44.00%、62.18%）と比較しても説明力を有していることがわかる。第1主

表2 ウインドサーフィンにおける専門志向化測定項目の主成分分析結果

測定項目	第1主成分 関与次元	第2主成分 用具・媒体次元	第3主成分 発達次元	第4主成分 参加次元
自己表現	0.856	0.107	0.147	-0.069
魅力	0.796	0.187	0.106	0.008
中心性	0.667	0.214	0.166	0.377
セイル使用枚数	0.138	0.784	-0.127	-0.092
ボード使用台数	0.152	0.778	-0.193	0.093
ビデオ所有数	0.096	0.572	0.210	0.178
雑誌購読	0.228	0.507	0.432	0.054
知識向上	0.160	-0.080	0.842	-0.001
技能向上	0.120	-0.005	0.815	0.111
競技大会出場回数	0.040	-0.161	-0.153	0.746
宿泊旅行回数	-0.132	0.235	0.138	0.615
年間参加頻度	0.294	0.129	0.209	0.592
固有値	3.263	1.722	1.324	1.051
寄与率	27.193	14.347	11.034	8.762

成分は、自己表現、魅力、中心性といった関与次元の変数から構成されており、感情局面が表されている。第2主成分は、セイル使用枚数、ボード使用台数、ビデオ所有数、雑誌購読のような用具や媒体に関係する変数が反映されており、認知局面が表現されている。第3主成分は、知識向上、技能向上といった発達の方向づけに関わる変数から構成されており、認知局面が表されている。第4主成分は、競技大会出場回数、宿泊旅行回数、年間参加頻度のような参加次元に関係する変数が反映されており、行動局面が表現されている。第1主成分から第4主成分について信頼性分析を行ったところ、クロンバックの $\alpha$ 係数は、それぞれ関与次元0.76、用具・

媒体次元0.65、発達次元0.73、参加次元0.41となった。

#### (4) 因子得点のクラスター分析

クラスター分析においては、上記で算出された因子得点を用いて分析を行った結果、4つのタイプのウインドサーファァを識別することができた。各タイプの専門志向化構成要素の平均因子得点は表3のとおりである。タイプ1は、発達次元(0.230)がやや高い得点となっているが、関与次元(-0.931)と用具・媒体次元(-0.575)は低い得点となっている。タイプ2は、参加次元(1.908)がとくに高い得点で、用具・媒体次元(0.531)が高い得点となってい

表3 クラスター別にみた専門志向化構成要素の因子得点

専門志向化 構成要素	専門志向化によるクラスター				F値	有意確率
	タイプ1 n=76	タイプ2 n=30	タイプ3 n=127	タイプ4 n=16		
関与次元	-0.931	0.032	0.527	0.179	56.665	<0.0001
用具・媒体次元	-0.575	0.531	0.174	0.355	15.471	<0.0001
発達次元	0.230	0.087	0.196	-2.815	99.008	<0.0001
参加次元	-0.205	1.908	-0.322	-0.470	83.915	<0.0001

るが、関与次元（0.032）と発達次元（0.087）は低い得点となっている。タイプ3は、関与次元（0.527）が高い得点となっているが、参加次元（-0.322）の得点が低くなっている。タイプ4は、用具・媒体次元（0.355）の得点はやや高いものの、発達次元（-2.81）が低い得点となっている。このように専門志向化構成要素の4つの次元において、タイプ間の因子得点に違いみられ、分散分析の結果をみるとすべての次元に0.01%水準で有意な差が認められた。

## 5. 考察

### (1) 専門志向化の測定指標

ウインドサーフィンにおける専門志向化の測定指標としては、表2に挙げた4つの次元による構成要素が抽出され、12変数の測定項目を作成することができた。参加次元においては、経験年月が測定項目から外れる結果となった。専門志向化研究においては、レジャー参加者が時間経過に伴い専門志向化過程を前進するとは限らないことが指摘<sup>7)21)</sup>されており、フィールドワーク研究<sup>19)</sup>においても、専門志向化過程を前進しないウインドサーファーが存在し、途中のステージに停滞したり、以前のステージに後退したりするキャリアがみられた。つまり、このことは、経験年月を重ねることが必ずしも専門志向化過程を前進することにはならず、経験の測定をすることが意味をなさないことを示唆している。

技能次元では、習得技術得点と風予測能力の測定項目を省いた方が測定指標の信頼性が高まった。このことについては、Scott & Shafer<sup>22)</sup>が技能を習得した程度で判断するのではなく、レジャー参加者が技能の発達に意欲をもっているのかという点で考慮する必要があることを指摘している。フィールドワーク研究<sup>19)</sup>においては、専門志向化過程のステージが高い参加者よりも高い技能を習得しているウインドサーファーがみられ、技能発達の方向づけによって専門志向化過程における前進を捉えるべきであることがわかっている。

### (2) ウインドサーファーの類型化

ここでは、4つのタイプに識別されたウインドサーファーについて、表4に示した専門志向化測定項目の平均値を比較する。それぞれのタイプの特性については、二宮ら<sup>19)</sup>が行ったウインドサーフィンのフィールドワーク研究の成果と照合しながら考察していく。

タイプ1は、発達次元の知識向上（4.36）と技能向上（4.83）においてタイプ2、タイプ3とほぼ同じ平均値になっているが、関与次元の3項目（10.42, 12.78, 9.12）、用具・媒体次元のセイル使用枚数（2.30）、ボード使用台数（1.80）、ビデオ所有数（3.26）、そして参加次元の年間参加頻度（11.63）において他のタイプと比べ低い平均値になっている。このように、定期的なレジャー活動としてウインドサーフィンに取り組んでいないと考えられ、このタイプ1はフィールドワーク研究<sup>19)</sup>で割り出された不定期参加者と同じような傾向の行動様式がみられた。

タイプ2は、参加次元の競技大会出場回数（14.53）、宿泊旅行回数（22.60）、年間参加頻度（15.63）の平均値が他のタイプに比べて高くなっており、競技大会に出場することを主目的にしてウインドサーフィンに取り組んでいることが窺える。また、関与次元の中心性（12.57）、用具・媒体次元のボード使用台数（2.73）とビデオ所有数（9.30）や雑誌購読（8.23）、そして発達次元の技能向上（4.97）において高い平均値となっており、競技大会のために活動している影響が表れていると考えられ、このタイプ2はフィールドワーク研究<sup>19)</sup>で割り出された競技志向参加者と行動様式が同じような傾向となった。

タイプ3は、関与次元の自己表現（13.53）と魅力（14.78）、および発達次元の知識向上（4.58）の平均値が高くなっているが、参加次元の競技大会出場回数（1.21）の平均値が低くなっている。ウインドサーフィンへの関心は高くその魅力に引かれているが、競技大会への参加にはあまり興味を示さない参加形態であると考えられ、このタイプ3はフィールドワーク研究<sup>19)</sup>で割り出された快樂志向参加者と同じような傾向の行動様式がみられた。

表4 クラスター別にみた専門志向化測定項目の平均値

専門志向化 構成要素	専門志向化によるクラスター				F値	有意確率
	タイプ1 n=76	タイプ2 n=30	タイプ3 n=127	タイプ4 n=16		
<b>関与次元</b>						
自己表現	10.42	12.80	13.53	11.69	50.943	<0.0001
魅力	12.78	14.50	14.78	14.00	39.131	<0.0001
心性	9.12	12.57	11.66	10.31	30.663	<0.0001
<b>用具・媒体次元</b>						
セイル使用枚数	2.30	2.87	2.91	2.94	17.783	<0.0001
ボード使用台数	1.80	2.73	2.40	2.69	20.094	<0.0001
ビデオ所有数	3.26	9.30	6.68	5.81	7.797	<0.0001
雑誌購読	5.78	8.23	7.50	4.87	14.279	<0.0001
<b>発達次元</b>						
知識向上	4.36	4.37	4.58	2.13	69.525	<0.0001
技能向上	4.83	4.97	4.90	3.13	77.725	<0.0001
<b>参加次元</b>						
競技大会出場回数	1.22	14.53	1.21	1.94	33.115	<0.0001
宿泊旅行回数	4.30	22.60	3.60	3.31	57.383	<0.0001
年間参加頻度	11.63	15.63	12.76	12.31	10.010	<0.0001

タイプ4は、用具・媒体次元の雑誌購読(4.87)、発達次元の知識向上(2.13)と技能向上(3.13)、そして参加次元の旅行回数(3.31)の平均値が低くなっている。とくに発達次元の項目における平均値が低いことから上達意欲が低くなっており、本格的にウインドサーフィンに取り組まない参加者であると考えられ、このタイプ4はフィールドワーク研究<sup>19)</sup>で割り出された社交志向参加者と同じような傾向の行動様式がみられた。

## 6. 結語

本研究では、専門志向化の概念枠組みを用いてウインドサーフィンの参加者を類型化するための測定指標を作成することを目的とした。データ収集は、インターネット調査を実施することによって全国のウインドサーファーを対象として行った。測定指標の作成においては、まず、先行研究における専門志向化の測定指標を検討した上でフィールドワーク研究<sup>19)</sup>の成果を参考

にして4次元から成る専門志向化変数を設定した。次に信頼性分析を行い、12変数の専門志向化測定項目を選別した。それらの測定項目を用いて主成分分析を行った結果、専門志向化の測定指標として関与次元、用具・媒体次元、発達次元、参加次元といった構成要素を抽出した。そして、因子得点を用いてクラスター分析を行った結果、4つのタイプのウインドサーファーを識別することができた。各タイプの特性は、ウインドサーファーを対象としたフィールドワーク<sup>19)</sup>の研究結果とほぼ一致する傾向がみられたことから、本研究においてウインドサーファーを類型化するために用いた4つの次元から成る測定指標には妥当性があると考えられる。この測定指標は、専門志向化の概念に基づいてウインドサーファーを意味のある下位グループに類型化することを可能にする。このような専門志向化の概念枠組みは、説明力を有するセグメンテーション変数として活用することによって、レジャー活動の場となる自然資源管理やレジャー

産業のマネジメントに役立つような情報を提供することに貢献するであろう。今後の研究においては、本研究で作成した専門志向化の測定指標を基礎としてウインドサーフィン以外のレジャー活動に適応する測定指標を検討することが課題になろう。

註1) McIntyre & Pigram<sup>16)</sup>の関与項目をウインドサーフィンの設問に変更した。

魅力1「ウインドサーフィンは、もっとも満足が得られるレジャー活動である。」

魅力2「ウインドサーフィンは、もっとも楽しいことの一つである。」

魅力3「ウインドサーフィンは、自分にとってたいへん重要である。」

自己表現1「ウインドサーフィンは、あわただしい日常生活の気晴らしになる。」

自己表現2「ウインドサーフィンをしているときに本当の自分になれる。」

自己表現3「ウインドサーフィンは、自分がどうい人物なのかを伝えてくれる。」

中心性1「生活の大部分がウインドサーフィンに関係していることを実感する。」

中心性2「ほとんどの友人が、何らかの形でウインドサーフィンに関わっている。」

中心性3「仲間とウインドサーフィンについて語り合うことは楽しい。」

註2) 過去に費やした金額は、回答者にとって想起して正確に答えることが困難な設問であるため、Wellman et al.<sup>26)</sup>のように金額の範囲を設定した選択肢を用意する方が望ましいであろう。

## 文献

- 1) Bryan, H., Leisure Value Systems and Recreational Specialization: The Case of Trout Fishermen, *Journal of Leisure Research* 9(3), pp.174-187, 1977
- 2) Buchanan, T., Commitment and Leisure Behavior: A Theoretical Perspective, *Leisure Sciences* 7(4), pp.401-420, 1985
- 3) Chipman, B.D. and Helfrich, L.A., Recreational Specializations and Motivations of Virginia River Anglers, *North American Journal of Fisheries Management* 8, pp.390-398, 1988
- 4) Choi, S., Loomis, D.K. and Ditton, R.B., Effect of Social Group, Activity, and Specialization on Recreation Substitution Decisions, *Leisure Sciences* 16, pp.143-159, 1994
- 5) Devall, B. and Harry, J., Who Hates Whom in the Great Outdoors: The Impact of Recreational Specialization and Technologies of Play, *Leisure Sciences* 4(4), pp.399-418, 1981
- 6) Ditton, R.B., Loomis, D.K., and Choi, S., Recreation Specialization: Re-conceptualization from a Social Worlds Perspective, *Journal of Leisure Research* 24(1), pp.33-51, 1992
- 7) Donnelly, M.P., Vaske, J.J., and Graefe, A.R., Degree and Range of Recreation Specialization: Toward a Typology of Boating Related Activities, *Journal of Leisure Research* 18(2), pp.81-95, 1986
- 8) Graefe, A.R., Donnelly, M.P., and Vaske, J.J., Crowding and Specialization: A Reexamination of the Crowding Model, *The National Wilderness Research Conference*, pp.333-338, 1985
- 9) Hammitt, W.E., McDonald, C.D., and Noe, F.P., Use Level and Encounters: Important Variables of Perceived Crowding Among Nonspecialized Recreationists, *Journal of Leisure Research* 16(1), pp.1-8, 1984
- 10) 原田宗彦, 北米における余暇行動研究の動向, *レクリエーション研究* 9, pp.35-44, 1982
- 11) Kuentzel, W.F. and Heberlein, T.A., Does Specialization Affect Behavioral Choices and Quality Judgments Among Hunters?, *Leisure Sciences* 14, pp.211-226, 1992
- 12) Kuentzel, W.F. and Heberlein, T.A., Social Status, Self-Development, and the Process of Sailing Specialization, *Journal of Leisure Research* 29(3), pp.300-319, 1997
- 13) Kuentzel, W.F. and McDonald, C.D., Differential Effects of Past Experience, Commitment and Lifestyle Dimensions on River Use Specialization, *Journal of Leisure Research* 24(3), pp.269-287, 1992
- 14) McFarlane, B.L., Specialization and

- Motivations of Birdwatchers, *Wildlife Society Bulletin* 22, pp.361-370, 1994
- 15) McIntyre, N. and Pigram, J.J., *Recreation Specialization Reexamined: The Case of Vehicle-Based Campers*, *Leisure Sciences* 14, pp.3-15, 1992
- 16) 二宮浩彰, インターネットを活用したアウトドア・レクリエーション参加者調査: ウインドサーフィン行動特性の分析, *自由時間研究* 27, pp.43-50, 2004
- 17) Ninomiya, H., and Kikuchi, H., *Recreation Specialization and Participant Preferences among Windsurfers: An Application of Conjoint Analysis*, *International Journal of Sport and Health Science* 2, pp.1-7, 2004
- 18) 二宮浩彰, 菊池秀夫, 守能信次, レクリエーションの専門志向化: その研究動向と方法論, *体育学研究* 47(4), pp.319-331, 2002
- 19) 二宮浩彰, 菊池秀夫, 守能信次, レクリエーションの専門志向化過程からみたウインドサーフィン行動-レジャーの社会的世界におけるフィールドワークを通じて-, *レジャー・レクリエーション研究* 54, pp.1-10, 2005
- 20) M. ロドガー (西澤由隆, 西澤浩美訳), SPSSによるサーベイリサーチ, 丸善: 東京, pp.189-207, 1997
- 21) Scott, D. and Godbey, G., *Recreation Specialization in the Social World of Contract Bridge*, *Journal of Leisure Research* 26(3), pp.275-295, 1994
- 22) Scott, D. and Shafer, C.S., *A Rejoinder to Reviewer's Comments*, *Journal of Leisure Research* 33(3), pp.357-361, 2001
- 23) 清水功次, *マーケティングのための多変量解析*, 産能大学出版部: 東京, pp.209-240, 1999.
- 24) 総務省, 平成17年版 情報通信白書, ぎょうせい, 東京: pp.27-31, 2005
- 25) Virden, R.J. and Schreyer, R., *Recreation Specialization as an Indicator of Environmental preference*, *Environmental and Behavior* 20(6), pp.721-739, 1988
- 26) Wellman, J. D., Roggenbuck, J. W., and Smith, A.C., *Recreation Specialization and Norms of Depreciative Behavior Among Canoeists*, *Journal of Leisure Research* 14(4), pp.323-340, 1982

(受理: 2006年2月9日)