

スポーツマンガが消費者にもたらす影響

加奈川崇徳 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 吉倉 秀和

キーワード: スポーツマンガ マンガ 影響

1. 緒言

日本のマンガの一年間の売上げは5000億円であり、これは小説などの書籍の中では最大規模である。日本は漫画・アニメ・ゲームを始め、世界でも有数の娯楽大国である。その質・量共に世界一を誇っている。その中でもスポーツマンガは、スポーツマンガがきっかけでブームになり、競技人口が増加したスポーツは数多く存在しスポーツ界にも大きな影響を与えている。

問題の所在としてスポーツマンガは競技人口や競技者への影響、社会学的研究が大半を占めておりスポーツマンガが消費者に与える影響に着目した研究はまだまだ少ない。

2. 研究の目的

スポーツマンガは競技人口や教育的研究は多いが、その他の影響についての研究が少ない。そこで本研究は気分や感情といった心理的影響について研究し、男女間での比較も行うことを目的とした。

3. 研究方法

【調査対象者】

滋賀県にあるスポーツ単科大学の学生を対象とする(有効回答数は250部)

【調査日・調査方法】

2012年11月16日(金)と11月19日(月)の後期授業時に質問紙によるアンケート調査を実施

【調査項目】

基本属性、マンガからの影響(感情尺度23項目、気分による読書行動の喚起と読後の変化など)、感情や気分に関する質問を先行研究(坂入・宮本, 2009)から援用する。

【分析方法】

SPSSを用いて、単純集計及びグループ間の差

をt検定、分散分析で行った。

4. 結果と考察

表1 読書行動の換気における男女別の平均値とSDおよびt検定の結果

	男性		女性		t値	p<.01
	M	S.D.	M	S.D.		
喜び	3.13	0.88	2.79	0.91	2.67**	p<.01
無気力	3.39	0.96	3.37	0.94	0.14	n.s.
怒り	2.42	1.04	2.15	1.11	1.75	n.s.
不安	2.67	1.14	2.55	1.12	0.73	n.s.
悲しみ	2.56	1.20	2.57	1.23	-0.51	n.s.

**p<.01

スポーツマンガ読書経験を尋ねたところ、対象者の93, 6%が読んだことがあると答えた。各気分におけるスポーツマンガ読書行動の換気において男女間で「喜び」にのみ有意差がみられた。ことが明らかになった。それ以外の項目に関して有意差はみられなかった。

感情尺度の「快感情」、「リラックス」、「満足感」3要因での男女間での分散分析で男女共に有意差はみられなかった。男女共にスポーツマンガを読むことで、「興奮した」や「スッキリした」「愉快になった」など実際のスポーツ観戦と似た心理的影響があると考えられる。

5. 結論

スポーツマンガは自己を方向づける多様な機能がある可能性があり、思春期の頃に最も影響を受けていることから、情緒的、また固有の課題にとって援助資源となると考えられる。スポーツマンガは、少年少女の発達や情緒的支援に積極的にポジティブな影響があるといえる。

6. 引用参考文献

坂入笑美・宮本智弘(2009) 青年期におけるマンガ読書行動の特徴, 日本読書学会第53回研究大会発表資料集, pp. 25-34.

家島明彦(2007) 心理学におけるマンガに関する研究の概観と展望, 京都大学大学院教育学研究紀要, pp. 166-180.