

スポーツボランティアのワークモチベーション

中家 達矢 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 吉田 政幸

キーワード: スポーツボランティア, アイデンティティ, モチベーション

1. 緒言

スポーツボランティアは、するスポーツ、「見るスポーツ」に次ぐ、支えるスポーツとして意義を認められている。先行研究はボランティアの継続意欲を検討する一方で、ワークモチベーションに関する研究は決して多くない。そこで、本研究は、スポーツボランティアのワークモチベーションに着目し、それがチーム、ボランティア、地域の3つのアイデンティティが高い場合と低い場合で比較することを目的とする。

2. 研究方法

本研究は、(1) 関西に本拠地を置く日本プロバスケットボールリーグ(以下bjリーグ)のチームのイベント運営に参加しているボランティアと(2) 滋賀県にあるスポーツ単科大学に通うボランティア経験のある学生を対象とした。調査項目は基本属性に加え、3つのアイデンティティ(チーム、ボランティア、地域)、ワークモチベーションに関する6因子(価値、理解、社会、キャリア、解放感、強化)とした(桜井, 2002)。前者にはbjリーグ2012-2013シーズン前半戦に50票を配布し全票を回収した。後者には2012年後期の卒業論文中間発表の際に22票を配布し全票を回収した。

3. 結果と考察

3つのアイデンティティの高低を基に対象者はグループ分けし、それらのグループ間で6つの動機因子を比較検討した(抄録では地域ア

イデンティティの結果のみを示す)。地域アイデンティティに着目した場合、アイデンティティの高いボランティアの方が積極的な動機因子である「価値」、「理解」、「社会」、「キャリア」、「強化」、感情的な動機因子である「解放感」の両方において高い値を示す結果となった。

表1 仮説検証の結果

要因	LID低	LID高	p
価値	3.68	4.74	<.01
理解	4.70	5.66	<.01
社会	3.66	4.91	<.01
キャリア	4.33	5.35	<.01
解放感	3.14	4.05	<.01
強化	3.72	4.95	<.01

Wilksのラムダ=.72, F(6.72)=3.96, p<.01; LID=地域アイデンティティ

4. 結論

本研究は、3種類のアイデンティティ(チーム、ボランティア、地域)の高いボランティアの方が低いボランティアに比べ、ワークモチベーションにおいて高い値を示す結果となった。今後は新たな区別(競技別、学生と一般など)を加え、ボランティアの動機を継続的に比較検討していく必要がある。

引用・参考文献

桜井正成(2002) 複数動機アプローチによるボランティア参加動機構造の分析: 京都市域のボランティアを対象とした調査より. ノンプロフィット・レビュー2(2), 111-122