研究ノート

日本・韓国における女性フィットネスクラブ会員の身体像に対する
運動行動の影響[†]

崔 鍾 午* 住 田 潮**

Impact of Exercise Behavior on Body Image among Female Fitness
Club Members in Japan and South Korea[†]

Jong-O CHOI* and Ushio SUMITA**

Abstract

The purpose of this study was to examine the impact of exercise behavior on body image among female fitness club members in Japan and South Korea. Based on a survey conducted in the two countries, statistical analyses revealed that, for Japanese female members, their exercise performance had a positive impact on body image. However, for Korean female members, their body image was not affected by their exercise performance. These results provided some suggestions for improving the fitness club marketing strategy in both Japan and South Korea.

Key words : Female Fitness Club Members, Japan and South Korea, Exercise Behavior, Body Image, 2 way ANOVA

1. 序 論

フィットネスビジネスとは、顧客（以下、会員）に対し、双方向コミュニケーションを図り、身体改良に関する会員のニーズに応えることで報酬を得る事業である。従って、フィットネスクラブが会員に提供するサービスの中で最も重要なものは、会員がより満足できる体型・身体機能を得るためのサポートであると考えられる。特に女性の場合、自身の身体を改善しようとする欲求が強く¹⁾、体型をより良くしようと努力する女性の向上心は、ファッション等

の購買行動にも影響を及ぼす²⁾と報告されている。フィットネスビジネスは体型・身体機能の改善に直接結びついており、従って、女性が重要な潜在市場を構成していると考えられる。

一般的に、女性は男性に比べ、自身の身体に対して否定的に評価する傾向が強く³⁾、Fallon and Rozin⁴⁾は「女性が男性の視点から魅力的だと推測する身体は、実際に男性が魅力的に思う女性の身体よりも、はるかに痩身であった」と指摘している。このことは、フィットネスクラブの指導員の視点から判断する体型・身体機

[†]原稿受付 2012年8月13日 原稿受諾 2012年10月25日

*筑波大学大学院システム情報工学研究科 〒305-8574 茨城県つくば市天王台1-1-1

**筑波大学 〒305-8574 茨城県つくば市天王台1-1-1

*Graduate School of Systems and Information Engineering, University of Tsukuba, 1-1-1, Tennodai, Tsukuba, Ibaraki, Japan (305-8574)

**University of Tsukuba, 1-1-1, Tennodai, Tsukuba, Ibaraki, Japan (305-8574)

能の改善方向と会員が望む改善方向と必ずしも一致するとは限らないことを示唆している。従って、女性会員に対してコミュニケーションや運動サポートなど身体に関連するサービスを行う際には、格別な注意が必要であると思われる。

先行研究によれば、「身体像」とは、自分の身体に対して体験的に持っている意識、又は心像であり⁵⁾、身体各部門と機能に対して持つ満足の程度⁶⁾であると定義されている。言葉を変えると、身体像とは、自分の身体に対して思い描いているイメージである⁷⁾と言える。身体像に関する研究は、身体障害および損傷が個人の身体イメージ知覚と形成に及ぼす影響を分析することから出発し⁸⁾、健常者の身体像が個人の知覚、自尊心、性格形成などに対して及ぼす影響を明らかにすることまでその範囲を拡大してきた⁹⁾。衛藤¹⁰⁾は、身体像に関する研究は、ますます増加しており、応用的にも、薬物、心理療法、運動など様々な研究領域が存在していることを紹介している。

韓国女性の身体像と自尊心の関係を検証したソン・キム¹¹⁾では、自身の身体像を瘦身として認知するほど自尊心が高く現れると報告しており、また、女子大学生を対象にしたゾ・イ¹²⁾の研究では、自身の身体は肥満であると思う女性は、楽な衣類を好む反面、自身の身体は瘦身であると思う女性の場合、ファッショナブルな衣類を選択する傾向があることを明らかにしている。このように女性の身体像は、心理的要因だけではなく、実際の行動にまで影響を及ぼすことが明らかになっている。

運動行動と身体像の関係を究明した研究として、辻¹³⁾は、「運動習慣は女性の正しい身体像の形成に影響を及ぼす」と述べており、Loland¹⁴⁾は、運動参加活動の水準を非活動的、低活動的、活動的、高活動的と4段階に分類し調査した結果、「活動的以上の運動参加者が非活動的、低活動的な運動参加者より、ポジティブな身体像を抱いている」ことを明らかにした。さらに、Shaw¹⁵⁾では、「高い運動強度でエアロ

ビクスを行っている人ほど、自身の身体像を肯定的に評価する傾向にある」と結論している。また、女性の運動行動と身体像の関係を究明した韓国の研究（例えば、ガン¹⁶⁾；バン¹⁷⁾；ピョン¹⁸⁾）では、運動参加者が非参加者より、身体像に対する高い満足度を抱いていることが分かっている。さらに、ピョン¹⁸⁾は、エアロビクスクラスに積極的に参加する人ほど、身体像に対する高い満足感を持っていることを明らかにしている。

これら女性の運動参加と身体像に関する研究結果の影響を受け、例えば韓国の生活体育振興政策に見られるように、近年、韓国においては、女性の運動参加を進めながら、運動に対する価値を強調する傾向が顕著になってきている。しかし、日本においては、筆者らの知る限り、フィットネスクラブに通う女性会員の持つ身体像と運動参加に集点を当てた研究は未開拓である。

近年、日本と韓国のフィットネスクラブ産業は、女性会員の伸びを原動力とする新たな成長時代を迎えており、その原因として、身体を動かすことによって疾病を事前に予防し、より若く見られることを望む女性の意識の強まりがあると思われる。これらの背景から、日・韓両国のフィットネス市場では、今後、女性会員の定着率を増やすための新たなマーケティング戦略に取り組む必要がある。さらに、2005年以来、日本と韓国の女性を対象に「運動によるダイエット」をテーマとするイベント開催やDVD発売等、精力的に活動を続けている人気韓流インストラクタ「ジョン・ダヨン氏」の事例に見られるように、日・韓両国のフィットネス市場において同時にビジネス展開する動きが現れてきた。今後、フィットネス市場を音楽市場やドラマ市場のように、日・韓両国に益をもたらす市場として育成していくためには、その未来を支える基盤づくりに力を入れていく必要がある。これらの観点から、日本と韓国のフィットネスクラブに通う女性会員を対象に、身体像及び、運動行動と身体像の関係を明らかにし、

分析を行うことには意味がある。また、日・韓両国の女性会員を対象に、フィットネス研究分野における消費者行動を行動科学的に解明し、分析を行うことには新規性がある。

上述した背景を踏まえ、本研究では、日本と韓国のフィットネスクラブ女性会員の身体意識に注目し、フィットネスクラブ利用行動と身体像との関連性を、アンケート調査に基づく量的データ分析法を用いて検証し、日・韓両国の女性会員の特性を明らかにする。これにより、女性会員のフィットネスクラブ利用行動と身体像との関連性を究明し、日・韓両国のフィットネス企業における女性会員を対象とするマーケティング戦略策定に関し、新たな方向性を示すことを目指す。

2. 研究方法

2.1 調査対象

本研究では、日本と韓国のフィットネスクラブにおいてアンケート調査を実施し、分析データを収集した。調査対象となったフィットネスクラブは、それぞれ4クラブずつ合計8クラブである。韓国では、ソウル特別市にあるA社の1店舗（松坡区）、B社の1店舗（松坡区）、C社の1店舗（江南区）と首都圏内のインチョン市西区にあるD社の1店舗において、2010年3月29日から4月12日までの期間に亘り、会員を対象に、紙ベースによるアンケート調査を実施した。紙媒体によるアンケート調査の利点は、現場のスタッフや会員とコミュニケーションを行いながら、アンケート項目以外の情報も収集することができる点にある。本調査の実施に際しては各クラブの経営者の協力が得られ、スタッフが会員に質問紙を渡し、終了後に記入漏れの有無を筆者が確認し回収した。調査方法は、訪問留置法による回答者自記式質問紙調査であり、合計93人の女性会員から有効回答を得た。

日本においては、2010年8月25日から8月31日までの期間に、東京都と神奈川県を中心にフィットネスクラブを展開しているE社の4店舗に協力を得て、会員を対象にインターネッ

トを通してWebによる韓国と同じ内容のアンケート調査を実施、女性会員145人から有効回答を得た。紙媒体の場合、調査に好意的態度を持つ会員から高い回答率を得ることが可能であるが、ネット回答の場合、インターネット環境が整っている会員に限られてしまうという限界がある。国際比較を行う際、本来であれば、どちらかの方法に統一することが望ましいが、今回のアンケート調査への協力を依頼した日本のフィットネス企業10社すべてから、紙媒体によるアンケート調査を不許可とする旨の回答を得た。これは、営業時間中の紙媒体によるアンケート調査は、会員の活動を妨げる可能性があるという判断によると思われる。このような事情により、日本においてはE社の協力を得て、会社のホームページにアンケート調査専用のWebページを構築して頂き、インターネットを通して調査を実施した。なお、今回の調査を行った日・韓両国のフィットネスクラブの属性は以下のとおりである。

- ①施設内設備：マシンジム、スタジオ、プール、テニスコート、ゴルフ練習場、等
- ②会員数：日本3,000人前後、韓国1,000人前後
- ③月会費：1万5千円前後

2.2 調査項目の設定

アンケート調査は、3つのセクションから構成されている。まず1つ目のセクションでは、調査対象者の基本的属性を把握するために、「年齢」「職業」「婚姻の有無」「年収」といった人口統計的特性を質問項目として設定した。2つ目のセクションでは、フィットネスクラブ利用に関する行動特性を明らかにするために、「フィットネスクラブ利用期間」「1週間の平均利用頻度」「運動強度」「1回当たりの平均運動時間」に関する質問を設定した。3つ目のセクションは、女性会員が持つ身体像を定量的に把握することを目的としている。Franzoi and Shields¹⁹⁾、ビョン¹⁸⁾、バン¹⁷⁾、ガン¹⁶⁾、崔²⁰⁾等の先行研究を参考に、「肩」「腕」「手首」「腰」「背中」「胸」「おなか」「お尻」「ひざ下」「太もも」

表 1 人口統計的特性

		日本		韓国	
		人数	%	人数	%
年齢	20代	5	3.4	31	33.3
	30代	21	14.5	33	35.5
	40代	49	33.8	21	22.6
	50代	53	36.6	6	6.5
	60代	15	10.3	2	2.1
	70代	2	1.4	0	0.0
	合計	145	100.0	93	100.0
職業形態	会社員	41	28.3	25	26.9
	公務員	5	3.4	4	4.3
	専門・自由業	6	4.1	17	18.3
	自営業	5	3.4	0	0.0
	主婦	65	44.8	30	32.3
	学生	0	0.0	13	14.0
	アルバイト・パート	16	11.0	0	0.0
	無職	3	2.1	4	4.3
	年金	1	0.7	0	0.0
	その他	3	2.1	0	0.0
	合計	145	100.0	93	100.0
婚姻状態	未婚	32	22.1	48	51.6
	既婚	113	77.9	45	48.4
	合計	145	100.0	93	100.0
年間収入	無	6	4.1	18	19.4
	200万円未満	2	1.4	15	16.1
	200-399万円	12	8.3	21	22.6
	400-599万円	23	15.9	16	17.2
	600-799万円	17	11.7	3	3.2
	800-999万円	14	9.7	9	9.7
	1000-1999万円	38	26.2	2	2.2
	2000万円以上	8	5.5	0	0.0
	答えたくない	25	17.2	9	8.7
	合計	145	100.0	93	100.0

「体型」「体重」「体脂肪」「病気に対する抵抗力」「健康程度」「体力」「筋力」「活力」を問う18項目を設定した。内容に関しては、専門機関の研究者やフィットネスクラブ関係者との議論を重ねてその妥当性に対する検討を行った。さらに、会員には、各項目に対する現在の満足度を「1. まったく満足していない」から「5. 非常に満足している」までの5段階リッカート尺度に基づいて回答を求めた。即ち、高得点ほど、フィッ

トネスクラブの利用による身体像の改良に満足していると解釈できる。

本研究では、日・韓両国においてそれぞれの母国語で調査を行うため、アンケートを日本語と韓国語で作成し、その整合性を確認するため、「Back Translation法」を用い、日本語と韓国語に精通する2名に確認を依頼した。手順としては、まず、第一著者が作成した日本語設問を2名の内の一人に韓国語に翻訳するよう依頼し

表2 フィットネスクラブ利用行動特性

		日本		韓国	
		人数	%	人数	%
フィットネスクラブ 利用期間	入会から3ヶ月未満	5	3.4	41	44.1
	3ヶ月-1年未満	22	15.2	30	32.3
	1年以上	118	81.4	22	23.7
	合計	145	100.0	93	100.0
1週間の平均利用頻度	2回以下	76	52.4	19	20.4
	3回	29	20.0	25	26.9
	4回以上	40	27.6	49	52.7
	合計	145	100.0	93	100.0
運動強度	楽な運動	33	22.8	10	10.8
	きつい運動	112	72.2	83	89.2
	合計	145	100.0	93	100.0
1回当たりの 平均運動時間	60分未満	34	23.4	15	16.1
	60-90分未満	68	46.9	38	40.9
	90分以上	43	29.7	40	43.0
	合計	145	100.0	93	100.0

た。その結果を、2名の内のもう一人に日本語に翻訳してもらい、最後に、第一著者が原本と照らし合わせ、整合性を確認した。

2. 3 分析の手順

本研究では、先ず、日・韓両国のデータを対象に探索的因子分析を行い女性会員における身体像の因子構造を明らかにし、フィットネスクラブ利用行動と身体像の関係について統計的分析を行った。分析では、統計ソフトSPSS ver 18.0 OJ for Windowsを用いた。

3. 結 果

3. 1 フィットネスクラブに通う女性会員に関する基礎分析

調査対象者に関する「人口統計的特性」「フィットネスクラブ利用行動特性」「身体部位や機能に対する意識」に関する基礎分析の結果を表1、表2、表3に示す。

表1に示す回答者の人口統計的特性を見ると、日本は40代(33.8%)と50代(36.6%)の中高年層の割合が高く、既婚者が圧倒的に多い

(77.9%)傾向が見られた。職業に関しては、主婦の占める割合(44.8%)が高く、年間収入においては、年収800万円以上の高所得層が4割近く占めていた。韓国では、20代(33.3%)・30代(35.5%)と若い会員が多くなっている。職業に関しては、日本と同じく主婦(32.3%)の割合が高く、年間収入に関しては、韓国で安定的所得と考えられている年収400万円以上の所得層が3割近く占めていた。

表2に調査対象者のフィットネスクラブ利用行動特性を示す。日本は、利用期間が1年以上である会員が、圧倒的多数(81.4%)を占めていた。さらに、フィットネスクラブに行くのは週2回以下(52.4%)、1回当たり60分以上(76.6%)、きつい運動を行っている(72.2%)会員が多いことが分かった。韓国の場合、利用期間が1年未満の会員(76.4%)が多く、週4回以上(52.7%)、フィットネスクラブを利用する会員が多い傾向が見られた。また、日本と同じく1回当たり60分以上(83.9%)、きつい強度で運動を行っている(89.2%)会員が圧倒的に多かった。

表3 身体部位や機能に対する意識性

項目	日本		韓国		T 値
	平均値	(標準偏差)	平均値	(標準偏差)	
腰	3.12	(.881)	2.48	(1.230)	4.354***
おなか	2.91	(1.073)	1.99	(1.037)	6.545***
体型	3.20	(.976)	2.42	(1.077)	5.781***
体重	3.13	(1.029)	2.25	(1.139)	6.198***
体脂肪	3.03	(1.044)	2.10	(1.033)	6.791***
病気に対する抵抗力	3.55	(.824)	3.16	(1.145)	2.849**
健康程度	3.79	(.756)	3.24	(1.067)	4.319***
体力	3.67	(.842)	2.86	(1.129)	5.932***
活力	3.67	(.817)	3.04	(1.103)	4.709***
筋力	3.46	(.858)	2.67	(1.077)	6.306***
肩	3.19	(.810)	2.63	(1.019)	4.459***
腕	3.00	(.882)	2.53	(1.079)	3.537**
手首	3.12	(.618)	2.88	(1.051)	1.955
背中	3.14	(.825)	2.61	(1.011)	4.247***
お尻	2.94	(.880)	2.39	(1.022)	4.333***
太もも	2.99	(.886)	2.25	(1.148)	5.328***
ひざ下	3.10	(.811)	2.45	(1.175)	4.633***
胸	3.03	(.691)	2.47	(1.059)	4.530***

*p < .05 ** p < .01 *** p < .001

日本の女性会員の身体部位や機能に対する「現在の満足度」を測定した結果、表3に示すように、「おなか：2.91」「お尻：2.94」「太もも：2.99」の3項目を除いた15項目の平均点が3点（普通）以上であった。特に、「健康程度：3.79」「体力：3.67」「活力：3.67」と活動に直結する項目の平均得点が高いことが分かった。韓国の女性会員に関しては、「健康程度：3.24」「病気に対する抵抗力：3.16」「活力：3.04」の3項目を除いて、15項目の平均点が3点を下回っていた。これは、韓国の女性会員の場合、自身の身体像に不満を抱いている傾向が強いことを示唆している。特に、体脂肪、おなか、体重、体型など、若い女性会員にとって敏感な項目だけではなく、体力、筋力など、活動に直結する項目においても満足していないことが明らかとなった。この違いの主要原因の一つは、日本の女性会員と韓国の女性会員の平均年齢の差（日本：44歳、韓国：30歳）にあると思われる。

3. 2 女性会員の持つ身体像を構成する因子抽出

因子分析とは、ある観測された変数が、どのような潜在的な因子から影響を受けているかを探る手法であり²¹⁾、それは大別して探索的因子分析と確認的因子分析に分けられるが、ここでは、明確な関係が明らかになっていない測定項目から潜在的な繋がりを表現する因子の抽出を目的とする探索的因子分析を選択する。具体的には、日・韓両国の女性会員の身体像を構成する主要因子を抽出するにあたり、前述したアンケート18項目を用い、主因子法、プロマックス回転に基づき、日・韓両国を合わせたデータに対して探索的因子分析を行った。プロマックス回転を用いた理由は、人間の身体像を構成する因子を考える際に、相互の関連性を否定するバリマックス回転より、お互いの相関を重視するプロマックス回転を採用することが適切であると判断したからである。

備前・原田²²⁾は、因子分析において因子の意

表4 身体像尺度の因子分析結果
(主因子法, プロマックス回転)

項 目	I	II
体型	.846	-.134
体脂肪	.843	-.013
体重	.835	.001
太もも	.829	.047
お尻	.816	-.043
ひざ下	.735	-.008
おなか	.701	.064
肩	.542	.247
健康程度	-.123	.966
体力	-.120	.844
活力	.134	.708
病気に対する抵抗力	.260	.644
因子間相関	.563	.563
因子寄与率	52.10%	11.84%
Cronbach α	.925	.882

味する所を明確にするために、1) 因子負荷量が1つの因子について0.50以下の項目、あるいは、2) 複数の因子にまたがって0.30以上の負荷量を示す項目、については除去し、改めて因子分析を行う方法を紹介している。本研究において、まず、1回目の因子分析を行ったところ、固有値が1以上である3因子が抽出されたが、「腰」「胸」「筋力」「背中」「腕」の5項目は1)と2)の条件を共に満たし、除去することが適切であると判断した。続いて2回目の因子分析を行った結果、「手首」が条件1)を満たしたので、これも除去することとした。この絞り込まれたデータに対して3回目の因子分析を行った結果、表4に示すように、最終的に、12項目から構成される2つの因子が抽出された。これらの2因子間の相関係数は0.563であり、Gujarati²³⁾が指摘したように、多重共線性の基準値0.80より小さく、それぞれの因子を別個に取り扱うことに妥当性があると判断した。

抽出された2因子の構成項目を見てみると、第1因子は「お尻」「体脂肪」「体重」「体型」「太もも」「お腹」「ひざ下」「肩」の8項目であり、これらは身体のスタイルを評価する基準となる

項目であると判断し、「スタイル因子」と命名した。第2因子は「健康程度」「病気に対する抵抗力」「活力」「体力」の4項目から構成されており、いずれも活動維持に直結する言葉と考えられ、「エネルギー因子」と命名することにした。

多数の質問項目に対する回答によって一つの概念に対応する尺度を構成する場合、質問項目間の同質性の程度によって内的一致度を評価することが必要となる。この信頼度の推定方法として、クロンバックの α 係数がある²⁴⁾。一般的には、 α 係数が0.7より大きい場合、質問項目は妥当であると判断され²⁵⁾、低い場合には、不適当と判断される質問項目を落とすことによって α 係数を増加させ、その値が0.7を超えるまで繰り返す。12項目より抽出された2因子を構成する質問項目に対してクロンバックの α 係数を算出すると、表4に示すように、「スタイル因子」が0.925、「エネルギー因子」が0.882の値となった。各グループとも、すべての因子においてクロンバックの α 係数は0.7を大きく超えており、潜在変数の内的整合性が強く尺度の信頼性も高いと判断した。以上の議論に基づき、日本と韓国のフィットネスクラブに通う女性会員の身体像を構成する主要因子として、「スタイル因子」と「エネルギー因子」を採用することとした。

3. 3 フィットネスクラブ利用行動と身体像の関係比較

以下では、日・韓両国のデータを用いて、身体像である「スタイル因子」と「エネルギー因子」の得点のフィットネスクラブ利用行動及び国籍に対する影響を把握するため、2要因分散分析を行った。その結果を、表5に示す。国籍別の行における括弧内の数字は、該当する会員数を表し、因子行におけるそれは、該当項目に関する標準偏差を表している。

表5より、「フィットネスクラブ利用期間」・「国籍」と「身体像」の関係を読み取ると、「スタイル因子」に関連する項目の統計的有意性に

表5 フィットネスクラブ利用期間・国籍と身体像

利用期間別	①3ヶ月未満		②3ヶ月以上1年未満		③1年以上		利用期間差	国籍差	交互効果
国籍別	日本 (5)	韓国 (41)	日本 (22)	韓国 (30)	日本 (118)	韓国 (22)	F 値	F 値	F 値
スタイル因子	2.80 (1.304)	2.24 (.994)	2.86 (.774)	2.30 (.794)	3.20 (.801)	2.68 (.716)	3.623* ①②<③***	10.728** 日>韓***	.010
エネルギー因子	3.20 (.837)	3.02 (1.060)	3.45 (.800)	3.17 (.913)	3.83 (.732)	3.45 (.739)	4.190* ①<③*** ②<③**	2.817	.119

* p < .05 ** p < .01 *** < .001

表6 1週間の平均利用頻度・国籍と身体像

利用頻度別	①2回以下		②3回		③4回以上		利用頻度差	国籍差	交互効果
国籍別	日本 (76)	韓国 (19)	日本 (29)	韓国 (25)	日本 (40)	韓国 (49)	F 値	F 値	F 値
スタイル因子	3.08 (.779)	2.47 (.841)	3.21 (.774)	2.32 (1.030)	3.20 (.939)	2.35 (.830)	.004	40.914*** 日>韓***	.506
エネルギー因子	3.54 (.791)	3.32 (.946)	4.00 (.535)	3.24 (1.012)	3.98 (.733)	3.08 (.932)	.778	27.828*** 日>韓***	3.099* ②: 日>韓*** ③: 日>韓*** 日: ①<②③*

* p < .05 ** p < .01 *** < .001

表7 運動強度・国籍と身体像

運動強度別	①楽な運動		②きつい運動		運動強度差	国籍差	交互効果
国籍別	日本 (33)	韓国 (9)	日本 (112)	韓国 (84)	F 値	F 値	F 値
スタイル因子	2.88 (.650)	2.78 (1.093)	3.21 (.853)	2.32 (.853)	.128	8.673** 日>韓**	5.506* ②: 日>韓*** 日: ①<②*
エネルギー因子	3.48 (.712)	3.44 (.882)	3.83 (.758)	3.14 (.959)	.017	4.702* 日>韓*	3.716

* p < .05 ** p < .01 *** < .001

関し、「フィットネスクラブ利用期間」5%、「国籍」1%、「エネルギー因子」においては、「フィットネスクラブ利用期間」5%の主効果が有意であった。主効果とは、フィットネスクラブ利用行動及び国籍の2要因がそれぞれ独自に身体像である「スタイル因子」と「エネルギー因子」の得点に与える単純効果である²¹⁾。

「1週間の平均利用頻度」「国籍」と「身体像」に関する分析結果を、表6にまとめる。「スタイル因子」では、「国籍」0.1%の水準で統計的に有意である主効果が認められた。また、「エネルギー因子」においては、「1週間の平均利用頻度」と「国籍」の交互効果に5%の水準で有意性が認められた。交互作用とは、フィット

ネスクラブ利用行動及び国籍の2要因が組み合わさって身体像の得点に与える複合効果のことである²¹⁾。交互作用が有意であったので、単純主効果の検証を行った結果、週3回以上の頻度で運動を行う場合、韓国女性に比べて日本女性の方が高い満足感を得ることと、日本女性は、週2回以下よりも週3回以上の運動によって満足度が高くなることが明らかになった。

「運動強度」「国籍」と「身体像」に関する結果を、表7にまとめる。「スタイル因子」は、「運動強度」と「国籍」の交互効果に5%の水準で有意性が認められた。単純主効果の検証を行った結果、きつい強度で運動を行う場合、韓国女性に比べて日本女性の方が高い満足感を得

表8 1 回当たりの平均運動時間・国籍と身体像

利用時間別	①60分未満		②60分以上90分未満		③90分以上		利用時間差	国籍差	交互効果
国籍別	日本 (34)	韓国 (15)	日本 (68)	韓国 (38)	日本 (43)	韓国 (40)	F 値	F 値	F 値
スタイル因子	2.76 (.699)	2.60 (.986)	3.18 (.791)	2.29 (.898)	3.37 (.874)	2.35 (.834)	.824	33.525*** 日>韓***	3.906* ②: 日>韓*** ③: 日>韓*** 日: ①<③**
エネルギー因子	3.35 (.774)	3.27 (1.033)	3.79 (.703)	3.05 (.837)	4.00 (.724)	3.25 (1.032)	2.405	19.819*** 日>韓***	2.711

* p < .05 ** p < .01 *** < .001

ることと、日本女性は、楽な運動よりもきつい運動によって満足度が高くなることが明らかになった。また、「エネルギー因子」においては、日本が韓国より高値を示し、主効果が5%水準で統計的に有意であった。

表8で、「1回当たりの平均運動時間」・「国籍」と「身体像」に関する結果を示す。「スタイル因子」は、「1回当たりの平均運動時間」と「国籍」が5%水準で交互効果の統計的有意差が認められた。単純主効果の検証を行った結果、「60分以上」運動を行う場合、韓国女性に比べて日本女性の満足度が高くなることと、日本女性は、「60分未満」の運動よりも「90分以上」の運動によって高い満足感を得ることが示唆された。また、「エネルギー因子」においては、韓国女性に比べて日本女性の方が高い満足感を示し、0.1%の水準で主効果の統計的有意差が認められた。

4. 考 察

まず、「フィットネスクラブ利用期間」・「国籍」と身体像の関係を見ると、交互効果は認められなかったが、主効果に関しては、「スタイル因子」と「エネルギー因子」の両因子において1年未満と1年以上の会員の間に統計的有意差が認められ、会員の運動期間と身体像の相関性に言及しているTucker²⁶⁾の結果との整合性が示された。

「1週間の平均運動頻度」・「国籍」と身体像の関係では、「エネルギー因子」において交互効果が認められ、週3回以上の頻度で運動を行

う場合、韓国女性に比べて日本女性の方が高い満足感を得ることと、日本女性は、週2回以下よりも週3回以上の運動によって満足度が高くなることが明らかになり、積極的に運動を行っている人ほどポジティブな身体像を抱えていることを主張するLoland¹⁴⁾；ピョン¹⁸⁾を支持する結果を得た。

「運動強度」・「国籍」と身体像の関係においては、「スタイル因子」に関し、「運動強度」と「国籍」の交互効果に5%の水準で有意性が認められた。きつい強度で運動を行う場合、韓国女性に比べて日本女性の方が高い満足感を得る傾向と、日本女性は、楽な運動よりもきつい運動によって満足度が高くなることが示されたことになり、高い強度のエアロビクスを行っている人ほど肯定的身体像を持っているとしたShaw¹⁵⁾の指摘と一致する結果となった。

「1回当たりの平均運動時間」・「国籍」と身体像の関係からは、「スタイル因子」に対して交互効果が見られ、「60分以上」運動を行う場合、韓国女性に比べて日本女性の満足度が高くなることと、日本女性は、「60分未満」の短い運動よりも「90分以上」の長時間の運動によってよりポジティブな身体像を得ることがわかった。

日本女性は、韓国女性に比べて「フィットネスクラブ利用期間」「1週間の平均利用頻度」「運動強度」「1回当たりの平均運動時間」等、すべての「クラブ利用行動」・「国籍」と身体像の相関において高値を持つ傾向が見られた。運動によって身体を改善するためには継続的に努力を積み重ねる必要があり、日本（1年以上

81.4%)と韓国(1年未満76.4%)のフィットネスクラブの長期利用者の割合の違いがこのような結果に繋がっていると思われる。柳沢ら²⁷⁾は会員の運動継続への意思に影響を及ぼす要因として運動効果に言及しているが、活動維持に直結する身体機能の改良やスタイル改善に対するフィットネスクラブのサポートが日本ではより適切に行われていると思われる、これが日・韓両国におけるフィットネスクラブ長期利用者の極端な差を生じた1つの原因と考えられる。

基礎分析の結果とフィットネスクラブ利用行動と身体像の関連性に関する分析結果から、日・韓両国のフィットネス市場におけるマーケティング戦略を立案するに際し、以下の示唆を得ることができる。

<日本>

- ① フィットネスクラブの女性会員は、主婦が半分近くを占め、年齢層は40代以上に集中しており、比較的裕福な家庭環境にある者が多いと思われる。
- ② 20代から40代の若年層に関しては、何らかの職業を持つ人がほとんどである。
- ③ 長時間きつい運動を行うことにより、スタイルの改善を目指す傾向が強い。
- ④ また、より頻繁に運動を行うことにより、身体機能の改良を目標とすることが多い。
- ⑤ 長期的に会員を継続する傾向が強く、身体改良を目指す運動行動に関して、フィットネスクラブの適切なサポートを受けていると思われる。

<韓国>

- ① フィットネスクラブの女性会員は、20代から30代の若年層が7割近くを占め、何らかの職業に就き安定的な収入を持つ人がほとんどである。
- ② 自身の身体像に不満を抱いている傾向が強く、体脂肪、おなか、体重、体型など、若い女性会員にとって敏感な項目だけではなく、体力、筋力など、活動に直結する項目においても満足していない。
- ③ 身体機能の改良やスタイル改善を目指すも

の、効果を挙げられずにいるのが現状である。

- ④ その結果、会員となっても1年以内に止めてしまう者が圧倒的に多い。
- ⑤ これらより、活動維持に直結する女性会員の運動行動がフィットネスクラブの適切なサポートのもとに進められていないと推測される。
- ⑥ 運動を行うことに対する女性会員の心理・行動的特性をより正確に把握し、適切なサポートを提供する経営努力を積極的に行うことが必要である。

以上の結果より一般化するためには、今後、更なる研究が必要である。

5. 結 論

フィットネスビジネスとは、身体改良に関する会員のニーズに応えることで報酬を得る事業である。従って、身体改良を目指す会員の運動行動に関して適切なサポートを提供するためには、会員が自分の身体各部門と機能に対して持つ満足の程度⁶⁾及び、それらと運動行動との相関性を具体的に把握した上でマーケティング戦略を策定することが重要であると考えられる。以上の観点に基づいて、本研究では、日・韓両国のフィットネスクラブ女性会員における「フィットネスクラブ利用行動」・「国籍」と「身体像」の関係に焦点を合わせ、アンケートに基づく分析を行った結果、表6から表8に示したように、交互効果が統計的な有意性を以って結果を得ることができた。さらに、基礎分析の結果とフィットネスクラブ利用行動と身体像の関連性に関する分析結果から、前節で見たように、日・韓両国のフィットネス市場におけるマーケティング戦略を立案するに際し重要と思われる多様な示唆を得た。

本研究は、韓国のソウル市、インチョン市、日本の東京都や神奈川県の地域特性が強く反映されている可能性があり、得られた結果を、日本と韓国の他のフィットネスクラブにそのまま一般化することには限界がある。今後の研究に

において、異なる地域のフィットネスクラブに属する会員の同様な分析を行うことが必要である。

近年、フィットネスクラブ会員の行動に関する研究は、フィットネス産業が盛んであった平成バブル時期に比べて、かなり減少している。多くの日本フィットネス企業が既存会員の維持と新規会員獲得に苦戦している今こそ、さらに研究を深め、今後の日本フィットネス産業の再生を促すマーケティング戦略に指針を与えることが重要である。それはまた、フィットネス分野における消費者行動分析の応用的発展を促すであろう。

参 考 文 献

- 1) Cash, T.F., et al. : Body image, physical attractiveness, and depression, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol.53, No.1, pp.88-94, 1985.
- 2) Darden, L.A. : Personality correlates of clothing interest for a group to non-incarcerated and incarcerated women ages 18 to 30, Unpublished doctoral dissertation, The University of North Carolina, 1975.
- 3) Jackson, L.A., et al. : Gender, gender role, and body image, *Sex Roles*, Vol.19, No.7-8, pp.429-443, 1988.
- 4) Fallon, A.E., and Rozin, P. : Sex differences in perceptions of desirable body shape, *Journal of Abnormal Psychology*, Vol.94, pp.102-105, 1985.
- 5) Cash, T.F. and Pruzinsky, T. : *Body images: Development, deviance, and change*, New York The Guilford Press, 1990.
- 6) Secord, P. F. and Jourard, S. M. : The appraisal of body-cathexis : body-cathexis and the self, *Journal of Consulting Psychology*, Vol.17, No.5, pp.343-347, 1953.
- 7) 斎藤誠一 : 身体像. 青年心理学事典, 東京 : 福村出版, 2000.
- 8) Fisher, S. and Cleveland, S.E. : *Body image and personality*, New York : Dover Publications Inc., 1968.
- 9) Cash, T.F., et al. : *Mirror, mirror on the wall...? Contrast effects and self-evaluations of physical attractiveness*, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol.9, pp.351-358, 1983.
- 10) 衛藤裕司 : ボディ・イメージ研究の歴史的展開 : 神経学的・精神病理学的・精神分析学的研究を中心に, 大分大学教育福祉科学部研究紀要, Vol.21, No.2, pp.335-342, 1999.
- 11) ソン・キョンザ・キム・ゼスク : 身体イメージによる整形欲求, 自己概念, 衣類行動多重測定道具を用いて, 韓国衣類学会誌, Vol.29, No.3-4, pp.391-402, 2005.
- 12) ゴ・ユンズ・イ・ゾンラン : 女子大学生の体型認識による満足度と衣類行動に関する研究, 韓国衣類学会誌, Vol.28, No.2, pp.262-269, 2004.
- 13) 辻 秀一 : 若年女性ボディ・イメージに及ぼす運動習慣の影響, 東横学園女子短期大学女性文化研究所紀要, Vol.10, pp.175-196, 2001.
- 14) Loland, N.W. : Body image and physical activity: A survey among Norwegian men and women, *International Journal of Sport Psychology*, Vol.29, pp.339-365, 1998.
- 15) Shaw, S.M. : Body Image among adolescent women : The role of sport and physically active leisure, *Journal of Applied Recreation Research*, Vol.16, No.4, pp.349-367, 1991.
- 16) ガン・ビョルニム : スポーツセンター運動参加による女性の身体イメージに関する研究, 韓国コンテンツ学会総合学術大会論文集, Vol.4, No.2, pp.145-148, 2006.
- 17) パン・ジソン : 女性の生活体育参加と自我概念及び身体イメージとの関係, 梨花女子大学博士学位論文, 1997.
- 18) ビョン・ヘシム : エアロビクス運動参加が女性の身体イメージに及ぼす影響, 世宗大学校博士学位論文, 1996.
- 19) Franzoi, S.L., and Shields, S.A. : The body esteem scale : Multidimensional structure and sex Differences in a college population, *Journal of Personality Assessment*, Vol.84, pp.173-178, 1984.
- 20) 崔鍾午 : 韓・日両国のフィットネス参加者の特性に関する研究, 早稲田大学修士学位論文, 2007.
- 21) 小塩真司 : SPSSとAMOSによる心理・調査データ解釈 : 因子分析・共分散構造分析まで, 東京

- 図書株式会社, 2006.
- 22) 備前嘉文・原田宗彦：スポーツ選手が消費者の購買行動に及ぼす影響：商品推奨者としての役割, スポーツマネジメント研究, Vol.2, No.1, pp.19-32, 2010.
- 23) Gujarati, D. N. ; Essentials of Econometrics (3rd ed.), McGraw-hill, 2006.
- 24) キム・キタク；するスポーツ消費者の再購買意思決定に関する研究：身体的自己概念と消費経験の仲裁効果分析, ソウル大学博士学位論文, 2007.
- 25) Nunnally, J. C. ; Psychometric Theory (2nd ed.), McGraw Hill : New York, 1978.
- 26) Tucker, L.A. ; Effect of weight training on body attitudes : Who benefits most?, Journal of Sports Medicine and Physical Fitness, Vol.27, pp.70-78, 1987.
- 27) 柳沢和雄, 他；フィットネスクラブのプロダクト構造と顧客満足の規定因, 筑波大学体育科学系紀要, 1998.