総 説

スポーツ係数の提唱について
— スポーツ係数でみるスポーツ産業の変遷 —[†]

平 田 竹 男*

The Suggested Use of a Sport Quotient for Analyzing
Historical Changes in the Sport Industry

Takeo Hirata*

Abstract

The purpose of this study is to analyze the changes in the sports industry in Japan, mainly from the viewpoint of family income and expenditure.

The market of the sports industry has a deep relation to personal life style, and thus it must be considered from the side of personal demand. Considering today's trends, sports are being played by the old and young, the rich and not rich, and are becoming one of the important factors that make one's life vital and satisfactory.

The Sports Quotient, which means the proportion of sports expenditure to household expenditure, clearly shows that sports is becoming a necessity for people just as eating and sleeping, and that it will play an important role in analyzing people's living standard, in place of Engel's Quotient.

Key words: Sport Industry, Family Income and Expenditure, Consumption of Sport Industry by Generation, Consumption of Sport Industry by Level of Income

1. は じ め に

我が国の著しい経済成長の中で、人々はモノの充足から精神的な豊かさを求めるようになり、なかでも余暇意識の高まりや生活価値観の変化は、今日のスポーツ産業を大きく成長させてきた。スポーツ産業は、1994年6月に通商産業省の産業構造審議会において取り上げられて、21世紀の新規・成長分野の12の産業区分のひとつの生活文化関連に含まれており、今後一層国民

の健康と文化の発展を支える公益的産業として、国民生活の豊かさと質の向上に寄与し、生活大国へ向けて重要な役割を果たすことが期待されている。

そこで本稿は、スポーツ市場規模の推移と環境整備の現状を概観しつつ、これら供給サイドの視点からさらに需要サイドへと目を向け、家計におけるスポーツの個人消費について時系列的に定量的把握を行う。

その際、家計消費支出に占めるスポーツ支出

[†]原稿受付 1996年9月19日

*通商産業省

〒100 東京都千代田区霞が関1-3-1

* Ministry of International Trade and Industry, 1-3-1, Kasumigaseki, Chiyoda, Tokyo, Japan (100)

の割合を「スポーツ係数」と概念設定した上で、スポーツ消費の変遷を辿り、スポーツ産業の特徴と課題を浮き彫りにしていく。本稿ではこの「スポーツ係数」を、エンゲル係数に代わって国民生活の豊かさと質の向上の視座に成りうる指標として提唱するものである。

※スポーツ消費の変遷は、4年毎に実施される『国民消費実態調査』など幾つかの統計からみることができるが、ここでは1957年～94年を時系列的に把握できる総務庁統計局『家計調査年報』（以下、家計調査と表記する）を分析対象とする。但し、家計調査は94年現在、その対象に世帯人口の約2割を占めるといわれる若年層や高齢層の単身世帯や、農林・水産業従事者を含まないことなどから、個人消費として家計調査に顕在している数字はスポーツ市場規模全体からみると約3割と推測される。また、今後消費の個計化の進行が予測されるなか、世帯主や個々の小遣いの用途までは不明であるなど、スポーツの個人消費全体の把握としては課題を残していることを付記しておく。

2. 環境の変化とスポーツ市場の推移

分析対象期間（1957年から94年）のスポーツ市場を概観すると、大衆娯楽志向から健康志向へ、さらに大型レジャー志向へという流れのなか、生産の工業化から製品技術の高度化へと進む一方、商業施設への依存を高め、“見るスポーツ”の商業化が進むなど本格的な産業化への道を歩んできた。

生活環境の変化から見ると、所得の増大や週休二日制の普及が人々の余暇意識を高め、他方、都市化の促進、産業の高度化、高齢化社会の到来が人々の健康増進・体力維持への欲求を強め、スポーツの新たな目的や価値観を育んできた。かつての鍛錬・教育を目的としたスポーツから「楽しむためのスポーツ」へという意味の転換は、スポーツ種目や参加層の多様化と拡大をもたらした。今日の大きなスポーツ個人消費を形成してきたのである。

「レジャー白書」によってこの間のスポーツ市場の推移を捉えみると、82年の2兆9050億円から94年には5兆5560億円へと、ここ12年でほぼ1.9倍に成長し、84年を除き、83年～92年にかけての伸び率はGNPの成長率を凌ぎ、特に87年～91年は約9%～14%もの驚異的な伸びを示している。「レジャー白書」はスポーツ市場を「スポーツ用品」「施設・スクール」「スポーツ観戦料」の大きく3分野に分けているが、近年最も市場が大きいのは「施設・スクール」で、82年の1兆2920億円から94年には3兆460億円と約2.36倍となっている。これに次ぐ「スポーツ用品」は、82年は1兆5440億円で94年には2兆3690億円と約1.5倍に、「スポーツ観戦」は82年の690億円から94年には約2倍の1410億円に拡大してきた。（表1）

3. 家計調査におけるスポーツ支出の特徴

1957年から統計の始まった家計調査をみると、時代と共に衣食住へのウェイトが減り、「雑費」の支出のなかでもサービス支出にあたる交通通信・教育費・医療費・教養娯楽費などの支出が増大したため、家計調査の支出分類は81年には長らく続いた食料費・住居費・光熱費・被服費・雑費の5大費目から10大費目へと細分化された。（図1）

サービス支出のなかでも医療費などの強制的支出とは異なり、教養娯楽費のような随意的支出への加重は生活の豊かさの指標といわれている。スポーツ支出もまさにこの随意的支出に当たり、70年前後から大きく伸び始め、消費支出に占めるスポーツ支出の割合でみても、右肩上がり成長するトレンド線は73年のオイルショックで一時大きく落ち込むものの76年頃を底に回復し、80年にはオイルショック以前のレベルに戻り、以後大きな成長を示してきた。消費支出全体やレジャー関連支出（大費目の教養娯楽費から、机・いす・文房具・自動車教習料を除き、旅行の交通費や交際費などを加えた費用）と比較してもスポーツ支出は著しい伸びを示しており、また生涯学習支出（教養娯楽費）に占

表1 スポーツ市場の分野別推移

(億円)

	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	94/82 (%)
1. スポーツ用品	15,440	16,060	15,190	15,400	15,130	16,120	17,490	20,040	21,930	23,810	24,410	23,960	23,690	153
①球技スポーツ用品	6,050	6,360	5,560	5,780	5,460	6,140	6,690	7,950	8,530	9,100	9,080	8,500	8,110	134
ゴルフ用品	3,370	3,630	3,010	3,070	2,930	3,650	4,210	5,340	5,840	6,260	6,170	5,720	5,410	161
テニス用品	1,170	1,240	1,110	1,260	1,130	1,040	1,040	1,130	1,190	1,280	1,280	1,180	1,120	96
卓球・バドミントン用品	340	360	320	360	320	300	300	310	320	320	340	330	330	97
野球・ソフトボール用品	930	870	830	800	800	900	890	910	920	960	990	950	920	99
球技ボール用品	240	260	290	290	280	250	250	260	260	280	300	320	330	138
②山岳・海洋性スポーツ用品	5,330	5,450	5,520	5,490	5,450	5,400	5,980	6,810	7,610	8,330	8,620	8,640	8,650	162
スキー・スケート用品	2,620	2,680	2,770	2,680	2,560	2,440	2,930	3,510	4,010	4,290	4,280	4,170	4,010	153
登山・キャンプ用品	490	490	490	500	520	550	580	660	720	890	990	1,130	1,240	253
釣具	1,480	1,490	1,430	1,460	1,480	1,400	1,400	1,460	1,510	1,680	1,780	1,850	1,900	128
海水中用品	740	790	830	850	890	1,010	1,070	1,180	1,370	1,470	1,570	1,490	1,500	203
③その他のスポーツ用品	1,410	1,540	1,540	1,530	1,620	1,920	2,110	2,360	2,620	2,900	3,010	2,970	2,960	210
スポーツ自転車	550	640	630	610	650	890	1,010	1,120	1,260	1,390	1,440	1,400	1,390	253
その他のスポーツ用品	860	900	910	920	970	1,030	1,100	1,240	1,360	1,510	1,570	1,570	1,570	183
④スポーツ服等	2,650	2,710	2,570	2,600	2,600	2,660	2,710	2,920	3,170	3,480	3,700	3,850	3,970	150
トレ競技ウェア	1,900	1,910	1,850	1,850	1,850	1,890	1,920	2,060	2,210	2,400	2,510	2,610	2,710	143
スポーツシューズ	750	800	720	750	750	770	790	860	960	1,080	1,190	1,240	1,260	168
2. スポーツ施設・スクール	12,920	13,490	14,590	15,920	17,450	19,300	21,690	24,770	27,530	30,550	32,800	31,660	30,460	236
ゴルフ場	8,160	8,250	8,700	9,160	9,620	10,510	12,090	13,730	15,600	17,750	19,610	18,430	18,060	221
ゴルフ練習場	920	910	950	1,130	1,400	1,590	1,740	2,240	2,510	2,750	2,920	2,950	2,680	291
ボウリング場	950	1,010	1,060	1,120	1,170	1,240	1,300	1,440	1,510	1,750	1,910	2,040	1,880	198
テニスクラブ・スクール	440	550	540	530	520	510	520	550	570	570	590	570	550	125
スイミングスクール	1,550	1,650	1,940	2,070	2,180	2,250	2,250	2,320	2,450	2,750	2,820	2,840	2,540	164
アイススケート場	90	110	180	190	240	220	210	210	220	210	240	220	230	256
アスレチック・ヘルスクラブ	230	310	490	950	1,430	2,120	2,650	3,200	3,360	3,360	3,200	3,100	3,050	1,326
スキー場 (索道収入)	580	700	730	770	890	860	930	1,080	1,310	1,410	1,510	1,510	1,470	253
3. スポーツ観戦料	690	740	730	800	850	970	1,020	1,020	1,050	1,190	1,330	1,400	1,410	204
合 計	29,050	30,290	30,510	32,120	33,430	36,390	40,200	45,830	50,510	55,550	58,540	57,020	55,560	191
GNP伸び率	3.4	2.8	4.3	5.2	2.6	4.3	6.2	4.8	4.8	4.3	1.4	0.1	2.6	
スポーツ規模/GNP	1.073	1.074	1.013	0.999	0.995	1.038	1.076	1.148	1.182	1.222	1.252	1.212	1.174	

「レジャー白書'95」(財余暇開発センター, 「国民経済計算年報」1994年 経済企画庁をもとに作成。

(注) 1994年度実質 GNP 伸び率は見通し。

出典：「国民生活白書」1993年 経済企画庁

図1 種目別実質消費額の指数推移

「家計調査年報」(総務庁統計局)をもとに作成

図2 生涯学習支出額とスポーツ支出額の推移

図3 スポーツ支出消費者物価指数と総合消費者物価指数の伸び率の推移

めるスポーツ支出の割合の推移をみても、71年の6.23%から94年には12.69%と約2倍の増加をみせている。

しかし一方、スポーツの物価指数は総合消費者物価指数を上回って推移しており、また地域の間格差や内外価格差など、価格に関する課題が指摘されている。(図2, 図3)

4. 豊かさの指標としてのスポーツ係数

(1) スポーツによる生活の豊かさと質の高さとは

物質的な豊かさが達成されると、一方で、文化的な欲求や自己実現を達成しようとする欲求が高まり、今日では一層そのニーズは高度化、多様化してきている。産業全体においてサービスの比重が高まり、消費分野でも自己実現に向けての消費が高まっている。しかし、単純にスポーツ支出の伸びそのものが生活の豊かさを示すものとはいえないし、また、スポーツ支出の伸びがGNPをいくら押し上げたかだけで我が国のスポーツ振興による豊かさを語ることもできないと考える。スポーツとは「遊戯性」「挑戦性」「身体活動性」を中核に、「技術性」「規範性」「社交性」などの多義的な概念を含み、自然な人間的欲求の充足機能、アミューズメント機能、ヘルス・メンテナンス機能、学習・教育機能、

自己開発・向上機能、コミュニケーション機能などを有し、さらに文化性や公益性も合わせ持つ極めて多面的な活動であることを忘れてはならない。従って、スポーツの普及度や充実度合いは、必ずしも家計や市場規模に計量的に反映されるものではなく、豊かさの反映としてスポーツの個人消費を捉えるには、最も大きな舞台としてまず数値にはあらわれない個々の多義的な概念や機能があり、そのサポートとしてスポーツ市場などの産業群や公益活動群が存在し、そのなかに個人および法人のスポーツ消費が存在する。このような関係の中で、我が国のスポーツ振興による豊かさが語られるべきであることを確認しておきたい。

スポーツ消費の背景となる個人のスポーツ活動意欲を表す指標は大きく2つあると考えられる。1つは年齢や志向や価値観などによって生まれる精神的なスポーツ意欲であり、スポーツ参加人口、スポーツ参加率、参加希望率、競技人口、スポーツ施設数などの統計によって把握できる。もう1つは支出金額によって換算される経済的スポーツ意欲である。これらの意欲が種々の因数によって絡み合っってバランスを保ち支出として表れるものを、継続的かつ定量的に観察する指標として、本稿では消費に占めるスポーツ支出の割合を示す「スポーツ係数」を提唱したい。

(2) エンゲル係数との比較でみるスポーツ係数の特徴

エンゲル係数は、消費支出に占める飲食費の割合のことで、所得の増加すなわち生活が豊かになるにつれて小さくなる指標である。家計調査におけるエンゲル係数の推移をみると、全世帯では72年の32.7%から94年には24.1%へと縮小している。また、全世帯の名目増減率をみると、年々減少の傾向にあるが74年と90年のみ前年比で増加をみせている。74年はオイルショックの翌年で狂乱物価がより食費に影響し、90年はバブル経済の只中でやはり物価上昇や、あるいは新たな食の豊かさ志向の反映があったとみ

表2 1994年 収入五分位階級別・年齢階級別スポーツ支出・係数

		消費支出	スポーツ支出	スポーツ係数	指 数 全国平均=100
全 世 帯	I	2,561,331	30,411	118.73	62.7
	II	3,255,394	59,896	183.99	97.1
	III	3,824,000	83,593	218.60	115.4
	IV	4,575,998	91,275	199.46	105.3
	V	5,813,705	114,413	196.80	103.8
	平均	4,006,086	75,917	189.50	100
勤 労 者 世 帯	I	2,844,964	49,039	172.37	85.3
	II	3,493,414	75,757	216.86	107.3
	III	4,071,636	92,440	227.03	112.3
	IV	4,783,461	97,914	204.69	101.3
	V	5,993,466	113,037	188.60	93.3
	平均	4,237,388	85,638	202.10	100

	消費支出	スポーツ支出	スポーツ係数	指 数 全国平均=100
～24歳	2,728,355	26,868	98.48	52.0
25～29歳	3,075,703	46,487	151.14	79.8
30～34歳	3,593,177	88,408	246.04	129.8
35～39歳	3,772,092	128,645	341.04	180.0
40～44歳	4,290,739	132,065	307.79	162.4
45～49歳	4,658,030	94,284	202.41	106.8
50～54歳	4,783,942	61,900	129.39	68.3
55～59歳	4,299,996	44,423	103.31	54.5
60～64歳	3,770,343	39,027	103.51	54.6
65歳～	3,102,335	31,602	101.87	53.8
平 均	4,006,086	75,917	189.50	100

出典：「家計調査年報」1994年 総務庁統計局

られる。

一方、スポーツ係数とは消費支出に占めるスポーツ支出の割合である。

※スポーツ係数は、 $S = (a)Se \div (I)Le$ という数式であらわすことができる。 $S = \text{Sports quotient}$ (スポーツ係数), $Se = \text{Sports expenditure}$ (スポーツ支出), $Le = \text{Living expenditure}$ (消費支出), $I = \text{Income}$ (所得), $a = \text{変数}$, Age (年齢), $Value$ (価値観), $Object$ (目的), $Households\ structure$ (家族構成), $md = \text{motion desire}$ (運動欲求), $R = \text{Regional}$ (地域性), $Sp = \text{Spare time}$ (余暇時間) などがあ
る。(本稿では値を理解しやすくするため%表示した上でさらに100を乗じる)

94年でみると、スポーツ支出は所得(I)に比例するが、スポーツ係数でみるとエンゲル係数とは異なり必ずしも所得(I)に比例ないし反比例はしない。全世帯での順位をみると第Ⅲ→Ⅳ→Ⅴ→Ⅱ→Ⅰの階層順になり、勤労者世帯では、第Ⅲ→Ⅱ→Ⅳ→Ⅴ→Ⅰの階層順になる。中間層の第Ⅲで最も高く、所得の低い第Ⅰで最も小さいが、その他の階層の順位は一定ではない。同じく94年の年齢階級別(Age)でみるとスポーツ支出(Se)で平均を超えるのは35～44歳の層で、スポーツ係数(S)では35～39歳を頂点に30～49

歳の層で平均を上回り、エンゲル係数に比べ平均を上回る層の広がりが見られる。

このようにスポーツ係数は、心身活動と経済活動の両面が特に活発化する中間層で最もウェイトが大きく、所得と運動欲求の大きさを背景に、しかし単純に所得の多少による豊かさを反映するものではなく、よりスポーツを楽しみたいという価値観のなかで幅広く規定されている。(表2)

5. スポーツ係数でみるスポーツ消費の4大伸長期

家計調査のなかのスポーツ消費の流れをスポーツ係数を中心にみると、次の4つの大きな伸長期が浮かび上がってくる。(図4)

(1)58年～62年の時期

初めは、スポーツの庶民娯楽化の芽生えともいえる58年～62年であり、東京オリンピックに向けて好景気が続くなか、人々のスポーツ熱が高まりをみせた時期である。スポーツ支出は57年の683円から64年の2,303円へと3.37倍に膨らみ、スポーツ係数でみても57年の21.75から64年の43.15と約2倍になる。品目別の支出の中心はスポーツウェアなどの「スポーツ用品」が半数を占め、これに「運動靴」と「運動用具」が半々

「家計調査年報」をもとに作成

図4 スポーツ係数の対前年比伸び率の推移

で続いている。「サービス」が登場するのは62年の統計からである。

(2) 69年～71年の時期

次が、69年～71年の時期で、GNPの大きな成長のなかで、72年には娯余暇開発センターが発足するなど本格的なマスレジャー化が進み、球技種目を中心としたスポーツが盛んになる。都市化によるストレスや運動不足解消を目的にスポーツの健康志向が強まり、一方で土地ブームやレジャーブームを背景にゴルフ場やボウリング場などスポーツ施設の建設が相次ぎ、スポーツ用品の技術開発が進み、74年に日本スポーツ用品工業協会が発足するなど、ハード面での充実時期でもある。この時期のスポーツの主役は20歳に達した団塊の世代たちであろう。

スポーツ支出は69年の4,009円から71年には5,953円へと、57年の8.7倍に膨らみ、スポーツ係数も47.46から56.71へと、対前年比伸び率でも年々10%前後の高成長を示す。支出の中心で

ある「スポーツ用品」の構成比は次第に減少し、逆にスポーツ施設の新設ブームで「スポーツ施設使用料」の増加が著しく、69年の4.18から12.09へ、翌72年には17.84まで拡大し、この間に3～4倍にも増加している。また、球技ブームを反映して「ボール」が70年に最高の1.53を示している。

(3) 77年～85年の時期

3つめは、77年～85年にかけてで、73年の第一次オイルショックで一時景気は停滞しスポーツ支出の落ち込みにも反映するが、省エネルギー・省資源が生んだ新たな価値観や、76年には平均寿命が世界一になるなど高齢化が進み、ハイテクノロジーによるストレスも生まれ、新たな健康志向や気晴らしの欲求がスポーツの意味をさらに変えていく。一方でエンゲル係数は30%を下回り、84年には衣食住の占める割合が消費支出全体の50%を割り、逆に教育、医療、余暇への支出が増加する。余暇時間の拡大のなか

図5 スポーツ支出とスポーツ係数の推移

人々の生活充足感が急速に高まった時期である。スポーツ施設ではフィットネスクラブの建設が相次ぎ、サービス産業の就業者数は74年に5割を超え、スポーツ用具や用品では高度な新素材開発やより高いファッション性が求められるようになる。CM ゼッケンや広告の規制緩和、冠スポーツイベントなどスポーツの商業主義化が顕著になり、スポーツのソフト面での充実が加速する。いわゆるニューファミリーといわれる団塊の世代一家がこの時期の主役であろう。

スポーツ支出は75年の9,972円から85年の36,331円まで3.6倍の伸びをみせ、57年当時と比較すると53倍にも膨らんでいる。スポーツ係数も年々伸長し、77年の59.15から85年には110.85と約2倍になり、57年の約5倍となる。スポーツ係数が100の大台に乗ったのがこの時期の83年である。各品目が大きな伸びを示すなか、特に「スポーツ月謝」と「スポーツ施設使用料・観覧料」の〈サービス〉が急伸し、85年には「運動靴」「運動用具」に代わって「スポーツ用品」に次ぐ勢力となる。

(4)88年～91年の時期

4つめは、88年～91年のバブル経済のなかでレジャー活動が大型化し、ニュースポーツなど

が一層活発になる時期である。円高、国際化、女性の社会進出、あるいはリゾート法の施行などで、時間消費型のレジャーが盛んになり、人々のスポーツ活動にも大型化複合化の傾向がみられる。若者や中堅層でのスポーツ活動が活発化する一方で、生涯スポーツ振興や第1回レクリエーション祭の開催など、高齢者を含めた幅広い層のためのスポーツへ本格的に目が向けられ始める。一時の成長期に比べると前年比伸び率の幅は縮小するものの金額レベルでの伸びは大きい。スポーツ支出では88年の41,153円から91年の51,771円へと1.3倍に成長し、57年時点の約76倍まで拡大する。スポーツ係数は117.80から131.89へ1.2倍の伸びとなる。品目別で特に目立つのは「ゴルフ用具」で89年に「運動用具」の43%を占め、91年もこれに次ぐ高い割合を示す。(図5、表3、表4、表5、表6、図6)

6. スポーツ係数の変数要因にみるスポーツ消費の特徴

具体的なスポーツ係数の変数要因の分析を以下に試みる。因みに、対象となるデータは、家計調査のなかのオリンピック開催年に注目して集計したものである。

表3 スポーツ消費の4大伸長期(1958~1962)

「日本スポーツ産業年鑑'83」(総合ユニコム社),「レジャー白書'94」(財余暇開発センター),「スポーツビジョン21 スポーツ産業報告書」(1990年10月 通産省産業政策局)をもとに作成

表4 スポーツ消費の4大伸長期(1969~1971)

[illegible]

表5 スポーツ消費の4大伸長期(1977~1985)

	76	77	78	79	1980	81	82	83	84	85
GNP(億円)	1,664,170	1,855,300	2,044,750	2,218,250	2,400,990	2,574,170	2,706,690	2,820,780	3,010,480	3,215,560
消費支出(円)	2,097,484	2,285,961	2,420,575	2,576,363	2,766,812	2,880,163	3,038,024	3,114,247	3,195,829	3,277,373
スポーツ支出計(円)	11,217	13,521	15,827	17,817	24,142	26,389	30,369	32,618	34,533	36,331
スポーツ係数	53.48	59.15	65.39	69.16	87.26	91.62	99.96	104.74	108.12	110.85
スポーツ支出の内訳(円)										
運動靴	2,485	2,955	3,153	3,490	4,082	4,217	4,661	4,848	4,971	4,931
運動用具	2,856	3,058	3,391	3,410	3,561	3,728	4,037	4,242	4,299	4,558
スポーツ用品	5,023	6,506	8,196	9,024	9,884	10,695	12,318	13,362	13,931	14,416
サービス	853	1,002	1,087	1,893	3,053	3,380	4,308	4,443	4,738	5,743
スポーツ月謝	—	—	—	—	3,562	4,369	5,045	5,723	6,614	6,683

表6 スポーツ消費の4大伸長期(1988~1991)

	86	87	88	89	1990	91	92	93	94
GNP(億円)	3,358,380	3,504,790	3,737,310	3,990,460	4,274,690	4,544,870	4,674,130	4,703,530	4,731,770
消費支出(円)	3,316,493	3,371,326	3,493,468	3,592,205	3,734,084	3,925,358	4,003,931	4,022,955	4,006,086
スポーツ支出計(円)	36,921	37,611	41,153	43,192	46,301	51,771	53,411	55,516	52,296
スポーツ係数	111.33	111.56	117.80	120.24	124.00	131.89	133.40	138.00	130.54
スポーツ支出の内訳(円)									
運動靴	4,847	4,962	4,985	5,228	5,395	5,871	6,174	5,740	5,806
運動用具	4,288	4,062	4,818	5,035	5,301	6,090	5,693	6,681	5,721
スポーツ用品	14,814	14,349	15,265	15,759	17,399	18,774	19,315	19,319	17,901
サービス	5,627	6,524	7,384	7,738	8,530	10,731	11,402	12,574	11,936
スポーツ月謝	7,345	7,714	8,701	9,432	9,676	10,305	10,827	11,202	10,932

(1)年齢とスポーツ消費

スポーツを若い世代だけのものとはせず、幼児期から老年期まで生涯にわたって楽しむことができるようにスポーツの生活化を図るという「生涯スポーツ」の観点から、スポーツ消費と年齢の関連をみる必要がある。なお、家計調査では、世帯主の年齢階級区分として、「～24歳」から「64歳～」までを10区分しており、本稿はこの年齢階級区分に従い年齢別の分析を試みるものとする。

一般的にみて、年を追うごとに「スポーツ係数」の値は各層共に増加の傾向を示しているが、「～24歳」の層は88年に一時減少、「25～29歳」の層も減少こそしないものの、84年と88年は横ばいとなっている。

「スポーツ係数」が100を超える年齢層は年々増え、80年は「35～39歳」と「40～44歳」の2グループだったが、92年には、「～24歳」から「45歳～49歳」に至る年齢層全てにおいて100を超えている。特に92年は、「35～39歳」の係数236、「40～44歳」の207と係数は200台に乗り、平均の133からみても極めて高いものとなっている。

「スポーツ係数」がもっとも高い年齢層の推移をたどると、80年と84年は「40～44歳」だったものが、88年と92年は「35～39歳」と、若い年齢層に中心が移っている。また、一番構成比の小さい層は、80年84年の「55～59歳」の層から、88年92年には、「65歳～」の層に替わっている。

92年には、スポーツ係数でみると、平均を上回る層として新たに「25～29歳」の層が加わる。60歳以上の高齢者世帯は、年金や貯蓄を取り崩す生活のため、経済的スポーツ意欲は低下せざるを得ないにも係わらず、92年のスポーツ係数をみると特に「60～64歳」の層は82.22と、50歳以上全体で比較してもその値は低いとはいえない。高齢者の生きがい志向や健康・体力維持志向の強さのあらわれとみられる。こうした「スポーツ係数」で示される若年層及び高齢者層の動きは、時代と共にそれぞれがスポーツ意欲を高めてきた結果といえよう。その意味では、今

表7 世帯主年齢別スポーツ係数の推移

年 齢	1980	1984	1988	1992
～24歳	50.41	94.04	75.23	108.21
25～29歳	58.37	98.08	98.27	135.72
30～34歳	84.67	③122.19	③154.92	③172.85
35～39歳	②127.92	②173.36	①193.64	①235.56
40～44歳	①139.90	①173.45	②185.84	②207.32
45～49歳	③ 94.95	106.63	112.56	142.41
50～54歳	52.94	59.21	68.06	84.29
55～59歳	32.09	51.01	61.58	78.46
60～64歳	37.39	56.11	74.39	82.22
65歳～	45.32	52.91	56.83	65.35
平 均	87.26	108.12	117.80	133.40

「家計調査年報」（総務庁統計局）をもとに作成

表8 世帯主年齢別の消費支出・スポーツ支出・スポーツ係数 <1992>

年 齢	スポーツ支出 (円)	消費支出 (円)	スポーツ係数
～24歳	32,295	2,984,456	108.21
25～29歳	43,590	3,211,805	135.72
30～34歳	58,743	3,398,561	③ 172.85
35～39歳	① 89,859	3,814,652	① 235.56
40～44歳	② 88,038	4,246,490	② 207.32
45～49歳	③ 68,233	② 4,791,203	142.41
50～54歳	40,751	① 4,834,880	84.29
55～59歳	34,175	③ 4,355,468	78.46
60～64歳	29,955	3,643,129	82.22
65歳～	20,159	3,084,983	65.35
平 均	53,411	4,003,931	133.40

出典：「家計調査年報」総務庁統計局

後「生涯スポーツ」を充実させ、すべての年齢層がより快適なスポーツライフを楽しむために、精神的スポーツ意欲と経済的スポーツ意欲の調和といった視点が、今後十分に論議されるべき課題である。（表7、表8）

(2)スポーツ消費の奢侈性

生活価値観や生活構造の変化は豊かさの基準を変えてきたといわれ、様々な支出が単なる贅沢といった水準で括られなくなってきている。スポーツ支出においても、かつては贅沢や高級

のあかしとされてきたゴルフやアスレチッククラブ会員権などは、既にその印象は薄い。スポーツ支出への比重増加は生活の豊かさと質の高さを示すものであるが、はたしてその豊かさは贅沢の象徴なのだろうか。必需品とは違い随意的といわれるスポーツ支出だが、支出弾力性値の推移を概観し、その奢侈性を探ってみる。

家計調査において奢侈品(=贅沢品)とは、「用途分類項目の支出弾力性」の値が1を超える項目がこれに当たるとされる。すなわち値が

1を超えるものは弾力性財として奢侈品に、値が1を超えないものは非弾力性財として必需品に位置づけられる。そこでスポーツ支出の各項目が該当する中項目の支出弾力性値を拾いその推移をみると、常に1より大きい品目は「スポーツ月謝」と「スポーツ施設使用料・観覧料」で、86年以降ほぼ常に1より小さい品目は「運動用具類」、近年1を超えているのは「運動靴」となる。

このことから、「運動用具類」は必需品に位置

図7 スポーツ支出の各項目毎の支出弾力性値の推移(全国)

算出方法: 年間収入階級別結果によると、消費支出とその内訳の間には、ほぼ直線関係がみられる。そこで、まず、消費支出をX、その内訳をYとし、1次式 $Y = aX + b$ を仮定して、縮小二乗法によって係数a(限界性向)及びb(切片)を計算した。この際、2,000,000円未満の階級及び15,000,000円以上の階級は計算から除き、各階級の調整集計世帯数をウェイトとして考慮した。

次に、支出弾力性を平均の消費支出に対する弾力性として計算した。すなわち、平均の消費支出を Δ 、またその内訳を Ω とすれば支出弾力性は $a / (\Omega / \Delta)$ となる。

づけられ、「スポーツ施設使用料・観覧料」も年々限りなく必需品の領域に近づいているといえる。「月謝」も大きな傾向としては奢侈性が低くなってきており、全体的にスポーツ支出の贅沢性は稀薄になりつつある。そのなかで「運動靴」の弾力性のみが僅かながら年々上昇している。贅沢品云々というより、スポーツ支出による豊かさが生活必需品の性格を強めてきた結果であろう。(図7)

7. 結 論

我が国のスポーツ産業は幾たびかの社会、産業の構造変化と景気循環を経て、「体育からスポーツへ」という意識転換を背景に、大衆娯楽から健康・レジャーへの変遷という舞台のなかで大きく成長してきた。スポーツ産業とは本来、スポーツが有する様々な次元の機能を具現する膨大な市場であり、しかも生活文化という個人の生活意識に深く関わる分野だけに、需要サイドからの視点が必要とされている。本稿は、家計調査を用い消費支出全体に占めるスポーツ支出の割合を示す「スポーツ係数」という指標をもとに、スポーツの個人消費という視点からその変遷と課題を明らかにしてきた。64年の東京オリンピックを最初のエポックとして、高度経済成長とオイルショックを経て、スポーツ係数が100の大台に乗った83年頃を境に、本格的なスポーツ消費と産業形成が進んできたが、もはやスポーツ消費の奢侈性は稀薄となり、支出のウェイトは中間層を中心に、若年層と高齢者層への幅広い広がりもみせてきている。このなかで、「生涯スポーツ」の推進、スポーツ振興のための所得別や年齢別による優遇措置、スポーツ価格の健全化、地域間のスポーツ価格差の是正など、様々なテーマもみえてきている。

今後ともスポーツ産業は名実ともに国民の生活の豊かさと質の高さを意味するものとして成長し続けることが望まれており、本稿が提唱する「スポーツ係数」はエンゲル係数に代わる新しい豊かさの指標として、今後も家計調査の時系列的継続性のもとに我が国のスポーツの充足

度を量り続けることにより、よりきめの細かい新たな政策展開の指標としての位置づけを担うものといえよう。

参 考 文 献

- 1) スポーツ関連資格ベスト・ガイド, 大栄出版編集部編, 1994年12月.
- 2) 情報メディア白書'94, '95, 電通総研.
- 3) テキストブック 家庭経済学, 江見康一, 伊藤秋子編, 有斐閣ブックス, 1994年4月.
- 4) 90年度国民生活時間調査, NHK放送文化研究所.
- 5) 体力・スポーツに関する世論調査. 1994年.
- 6) プロのためのスポーツマーケティング, 広瀬一郎 著, ㈱電通, 1994年4月.
- 7) 消費生活経済学, 伊藤セツ, 森ます美, 川島美保, 居城舜子, 姉齒 暁 共著, 光生館, 1993年3月.
- 8) 生涯学習と社会教育計画, 岩井龍也, 国生 寿, 吉富啓一郎 編著, 学文社, 1992年5月.
- 9) 現代用語の基礎知識 1995, 自由国民社.
- 10) 視聴率30年, ㈱ビデオリサーチ, 1993年3月.
- 11) 1992ACR 東京30km圏, ㈱ビデオリサーチ.
- 12) 東京ドームビッグエッグ白書89~93, ㈱後楽園スタジアム.
- 13) 余暇・レジャー総合統計年報'95, ㈱生活科学情報センター編集, ㈱食品流通情報センター.
- 14) 1993年家計簿からみたニッポン, 家計消費研究会編, 1993年8月.
- 15) 最新 国民生活キーワード, 川本 敏 編, 財団法人経済調査会, 1992年9月.
- 16) 「遊び」の値段 レジャー料金の国際比較, 経済企画庁物価局編, 1992年4月.
- 17) 国民生活白書 平成4, 6版, 経済企画庁.
- 18) 平成7年版 日本経済の現況, 経済企画庁調査局編, 1994年12月.
- 19) 統計つれづれ草 経済統計用語の解説, 経済統計研究会編, 1993年3月.
- 20) 消費経済と生活行動, 小谷正守, 出石康子 編著, ミネルヴァ書房, 1993年10月.
- 21) 現代スポーツ大系③現代社会とスポーツ, 講談社, 1984年6月.
- 22) 1991年度版世界大催事記イベントコンベンション情

- 報④スポーツ, 三井造船.
- 23) 企業のスポーツ支援活動, 文部省体育局, 1991年.
 - 24) 国際競技大会の開催実績に関する調査報告書, 文部省体育局競技スポーツ課, 1994年6月.
 - 25) 我が国の体育・スポーツ施設, 文部省体育局生涯スポーツ課, 1993年3月.
 - 26) 「全国スポーツ・レクリエーション祭」報告書, '88~'93, 文部省体育生涯スポーツ課.
 - 27) 体育・スポーツ指導実務必携 平成6年版, 監修: 文部省体育局, ぎょうせい, 1994年4月.
 - 28) 現代スポーツ論—スポーツの時代をどうつくるか—, 中村俊雄, 出原泰明, 等々木賢治 著, 大修館.
 - 29) 日本経済の基礎知識 日本経済研究センター編, 日本経済新聞社, 1992年1月.
 - 30) 公認スポーツ指導者名簿 No.1~5 '78~'87, 日本体育協会.
 - 31) 日本テニス協会70年史, 1992年4月.
 - 32) 現代スポーツの様相, 大橋道雄, 木下茂昭, 服部豊示, 真栄城勉, 宗方 保, 室星隆吾 共著, 学術図書出版社, 1992年.
 - 33) 日本プロサッカーリーグ発表データ, 1994年.
 - 34) 出版指標年報74, 79, 83, 88, 93, 出版科学研究所.
 - 35) イミダス 1994, 集英社.
 - 36) 日本スポーツ産業年鑑'83, 総合ユニコム社.
 - 37) 家計調査年報, 総務庁統計局, 1957~1994年.
 - 38) スポーツ振興対策の現状と問題点, 総務庁行政監察局編, 1990年6月.
 - 39) 社会生活基本調査報告, 総務庁統計局, 1991年.
 - 40) 日本の統計 平成元年, 平成7年版, 総務庁統計局編.
 - 41) スポーツ文化の変容, 杉本厚夫 著, 世界思想社, 1995年5月.
 - 42) 大学スポーツ人口(振興の現状)'65, '71, '77, 体協.
 - 43) 大学スポーツの現状と振興策について'65, '71, '77, 体協.
 - 44) 中体連データ83~94, 体協.
 - 45) 全国ふるさと創世一億円データブック, 地方自治政策研究会編, 1989年1月.
 - 46) スポーツインストラクターへの道, 東京書店スポーツ・レジャー編集部編, 東京書店, 1993年1月.
 - 47) 景気を読む経済指標, 通商産業大臣官房調査統計部統計解析課統計指標研究会編, 1994年7月.
 - 48) スポーツビジョン21 スポーツ産業研究会報告書, 通商産業省産業政策局編, 1990年10月.
 - 49) 平成5年 特定サービス産業実態調査速報, 通商産業大臣官房調査統計部, 1994年7月.
 - 50) 平成4年 特定サービス産業実態調査報告書 フィットネスクラブ編, 通商産業大臣官房調査統計部.
 - 51) 平成4年 特定サービス産業実態調査報告書 ボウリング場編, 通商産業大臣官房調査統計部, 1993年12月.
 - 52) かんばれ日本経済, 読売新聞社, 1994年11月.
 - 53) ニューススポーツ辞典, 日本レクリエーション協会, 1991年出版.
 - 54) 日本レクリエーション協会加盟団体要覧 94年度版.
 - 55) スポーツ安全協会要覧, 日本スポーツ安全協会, 1993年3月.
 - 56) レジャー白書84~95, 余暇開発センター.
 - 57) 都道府県高体連加盟校状況82~94, 全国高等学校体育連盟参考資料, 1995年3月1日.