

ネパールと日本における野球統括組織の比較分析 —発展段階の視点から—

経営学部経営学科 岡田康太, 安井正也
マネジメント研究科マネジメント専攻 ○ラマビシヤル, 上野慧人

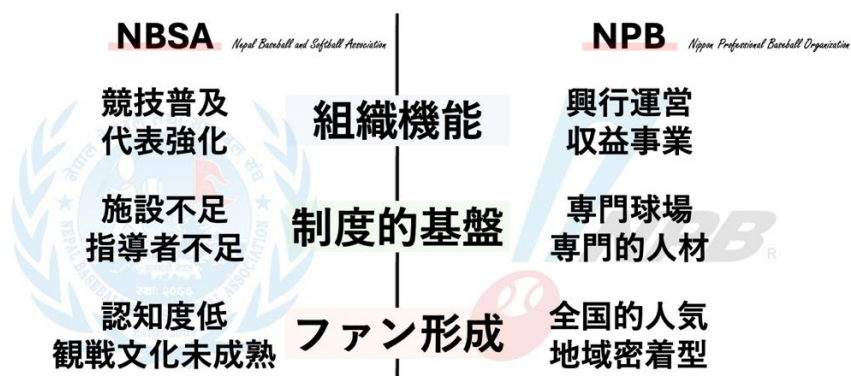
概要：ネパール野球ソフトボール協会と日本野球機構の比較分析を通じて、発展段階による組織機能および制度的基盤の差異を明らかにした。さらに、発展途上国において野球を普及・定着させるための課題と条件について考察した。

1. 研究目的

ネパールにおいては、クリケットが国民的スポーツとして広く普及している一方で、野球の競技基盤はまだ十分に整備されていない。近年は、ネパール野球ソフトボール協会 (Nepal Baseball and Softball Association) や NPO 法人日本アジア球友団ラリグラスを中心に競技普及に向けた取り組みが進められてはいるものの、競技人口や指導者、競技施設などには依然として課題が見られた。一方、日本では、日本野球機構を中心に野球がスポーツ産業として発展し、地域に根差したファン文化が形成されていた。しかしながら、発展段階の異なる野球統括組織を比較し、野球普及やファン形成の条件を検討した研究は十分に行われていなかった。

そこで本研究では、異なる発展段階にある野球統括組織の比較分析を通じて、ネパール野球ソフトボール協会と日本野球機構における組織機能および制度的基盤の差異を明らかにし、発展途上国における野球普及およびファン形成の条件を検討することを目的とした。

2. 結果・考察



分析の結果、NBSA は競技普及や代表強化を中心とした組織である一方、NPB は興行運営やファン形成を含むスポーツ産業として機能していた。また、指導者、競技施設、メディア露出などの制度的基盤の差異が、競技普及およびファン形成に影響を及ぼしている可能性が示された。これらのことから、発展途上国において野球を普及させるためには、競技環境の整備だけでなく、継続的なファン形成につながる組織的取り組みも重要であると考えられた。

3. 応用の可能性

本研究で整理した組織機能および制度的基盤の差異は、発展途上国における野球普及施策の立案や競技基盤の整備に活用できると考えられる。特に、組織機能、制度的基盤およびファン形成の観点から野球発展の条件を整理したことは、ネパールのみならず、野球の普及段階にある国や地域におけるスポーツ政策や競技団体運営への示唆を提供する。また、将来的な競技人口の拡大や観戦文化の醸成に向けた戦略を検討する際の基礎資料として活用されることも期待される。

その政策や広告に効果はあったのか？消費者行動モデルを援用した効果検証

経営学部経営学科 ○神田將志

概要：企業のプロモーションや広告、自治体の政策の効果を、施策接触前後の同一対象者への縦断調査と計画的行動理論（TPB）の援用により、因果関係に律して分析・可視化する効果検証モデルを提案する。企業・自治体との社会連携を通じた実装展開を目指す。

1. 研究目的

施策（政策・プロモーション・広告）の効果検証は、実施後の売上や参加者数といった結果指標のみでは、施策の「真の効果」は捉えきれないという課題を抱えている。EBPMを推進する行政においても、広告投資の説明責任を求められる企業においても、実装可能な効果検証の方法論確立は共通の要請である。本研究では、消費者行動研究で確立された計画的行動理論（Theory of Planned Behavior：TPB）を援用し、施策接触前後の同一対象者を対象とする縦断調査データを用いることで、施策が消費者の「行動意図」と「行動」に与えた因果効果を分解・可視化する検証モデルの構築を目的とする。

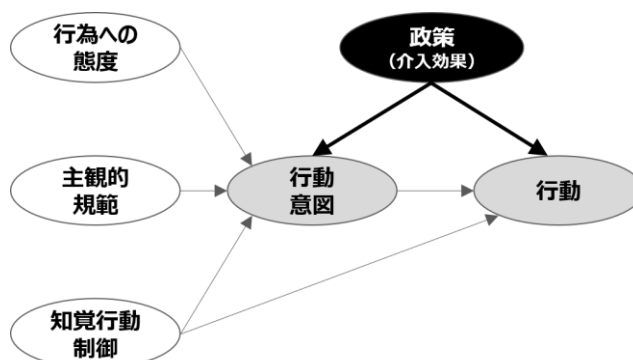


Fig. 1 TPB に依拠した介入効果検証モデル

2. 防災啓発の効果は持続するか—長期縦断調査による検証

本研究では、自治体による防災啓発（政策）を実証題材として取り上げ、岡山県の一般生活者において同一対象者に、2024年9月～2026年1月まで15か月追跡において実施した2時点の長期縦断パネル調査（両波完了 N=385）にクロスラグモデルを適用した。分析の結果、防災行動意図は15か月を経ても低下せず高水準で安定していた（ $\beta=.64$ ）にもかかわらず、意図は将来の行動を有意に予測せず、将来の行動を強く規定していたのは過去の行動であった（ $\beta=.62$ ）。すなわち「意識を高める啓発」は行動変容として効果を持たず、行動の鍵は意識ではなく過去行動（習慣）にあることが実証された。今回の実証においては、「効いた」だけでなく「効かなかった」を科学的に可視化できる点に、本効果検証モデルの独自の強みがある。

3. 応用の可能性

本モデルは、施策の前後で同一対象者にアンケート調査を実施できる環境があれば、様々な領域に応用可能である。自治体の政策評価・補助事業の効果検証、企業のマーケティング施策・広告のROI検証、公共キャンペーンや防災・環境・健康分野の行動変容施策の分析など、幅広い分野への実装が想定される。本研究の知見は、「意図を高める啓発」から「最初の行動を促し習慣として定着させる仕組み」へと、施策設計の重点をシフトすべきことを示唆する。企業・行政との共同研究、受託研究、調査設計アドバイザリー、講演・研修等の社会連携へ展開したい。

キーワード：効果検証／消費者行動／計画的行動理論／縦断パネル調査／EBPM

進水式は企業信頼と人材確保にどう貢献しうるか—来場者調査より—

経営学部経営学科 ○高橋良平

マネジメント研究科マネジメント専攻 西谷有司, 真鍋大暉, 土本莉子,
谷 友彰, 甲斐大和, 金 嘉保
尾道造船株式会社

概要：尾道造船の進水式来場者調査を通じて、産業公開イベントが海事産業理解、仕事魅力認識、企業信頼、就業先としての受容に与える可能性を検討する。それによって、採用広報や地域理解促進に資する企業公開イベントの活用可能性を探る。

1. 研究目的

海事産業では、技術継承や若年人材の確保が重要な課題となっている。しかし、地域住民や学生が造船業の現場、そこで働く人々の姿、企業が地域に果たしている役割を直接知る機会は限られている。本研究は、造船業における進水式のような自社事業の公開イベントが、来場者の地元産業理解、企業への信頼、造船業への誇り、仕事の魅力認識、さらには家族の就業先としての受容とどのように関連するのかを明らかにすることを目的とする。

特に、進水式を海事産業の魅力や企業姿勢を地域に伝える接点として捉え、人材確保に向けた可能性を検討する。

2. 研究内容

尾道造船(株)で実施された進水式(2026年2月・4月)の来場者を対象にアンケート調査を実施。進水式への評価の他に、来場者の意識として、「造船現場への関心」、「見学の地域・観光価値」、「企業評価」、「社員の誇り」、「造船業の仕事魅力」、「家族の就業先としての受容」について調査した。

Fig. 1 のとおり、相関分析では、造船現場を見ることの「興味深さ」は「観光資源性」や「地域経済貢献の認識」と関連していた。

また、「造船業の仕事にかっこよさややりがいを感じる評価は、「地元産業理解」や「社員の誇り」、「企業の透明性」と関連していた。

一方で、家族に将来就いてほしいという評価は、現場の興味深さや仕事のかっこよさよりも、「企業の社会的責任」、「企業好感」、「透明性」と相対的に強く関連していた。

観光・体験価値	関連項目	相関係数	p値
Q1 造船現場を見ることが興味深い × Q7 尾道の観光資源として魅力的		0.713	< .001
Q6 尾道の観光客誘致につながる × Q7 尾道の観光資源として魅力的		0.879	< .001
Q7 尾道の観光資源として魅力的 × Q8 地域経済への貢献になる		0.689	< .001

産業理解・仕事魅力	関連項目	相関係数	p値
Q3 地元産業への理解が深まる × Q14 造船業の仕事にかっこよさややりがいを感じる		0.785	< .001
Q12 社員が誇りをもって働いていると感じた × Q14 造船業の仕事にかっこよさややりがいを感じる		0.646	< .001
Q10 企業の透明性を感じる × Q14 造船業の仕事にかっこよさややりがいを感じる		0.561	< .001

就業先としての受容	関連項目	相関係数	p値
Q9 尾道造船の社会的責任を感じる × Q15 家族に将来就いてほしい		0.551	< .001
Q11 尾道造船の企業としての好感が高まった × Q15 家族に将来就いてほしい		0.491	0.004
Q10 企業の透明性を感じる × Q15 家族に将来就いてほしい		0.375	0.031
Q13 造船業が尾道市の誇りになっていると感じる × Q15 家族に将来就いてほしい		0.354	0.043
Q14 造船業の仕事にかっこよさややりがいを感じる × Q15 家族に将来就いてほしい		0.272	0.125
Q1 造船現場を見ることが興味深い × Q15 家族に将来就いてほしい		0.045	0.803

Fig. 1 来場者意識の相関

3. 応用の可能性

本研究の結果は、工場見学、地域向け公開イベントが、採用広報や地域理解促進の有効な接点となりうることを示唆している。ただし、人材確保に結びつけるためには、単に「迫力ある現場」を見せるだけでなく、企業の社会的責任、働く人の誇り、職場としての安心感、将来のキャリア形成を伝える工夫が必要である。今後は、海事関連企業や地域企業と連携し、公開イベントが学生・保護者・地域住民の就業魅力認識に与える影響を継続的に測定することで、採用活動、地域ブランディング、産業観光を結びつけた共同研究へ発展させたい。

MediaPipe を用いたバスケットボールのシュート動作解析と主観的認識の比較研究

マネジメント研究科マネジメント専攻 ○平野李孔

経営学部経営学科 石田恭生 情報理工学部情報理工学科 榊原道夫

情報理工学部情報理工学科 (卒) 桑谷 隼

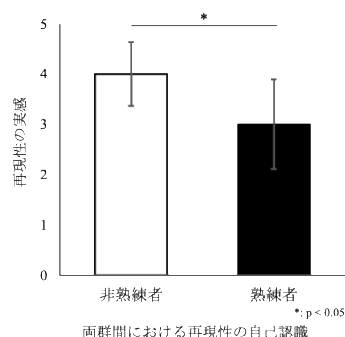
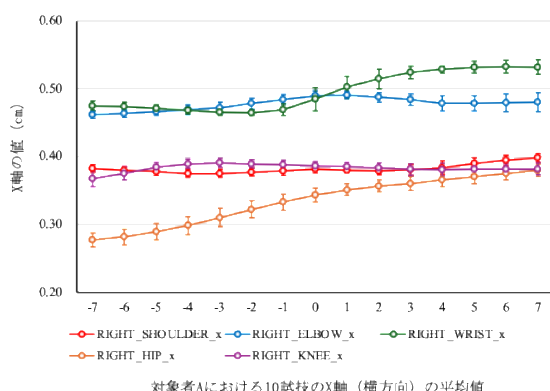
概要 : MediaPipe を用いた動作解析と主観的認識を照合し、両者の差異を検証した。非熟練者の過大評価と熟練者の過小評価の実態から、視覚的フィードバックの重要性が示唆された。

1. 研究目的

バスケットボールのシュート動作解明は指導の客観性向上に重要である。我々は先行研究において MediaPipe による動作解析によって熟練者の高い再現性を確認した。しかしながら、視覚的なフィードバックと自己認識には違いがある可能性が考えられる。このことから、本研究は、MediaPipe を用いた動作解析による評価と主観的認識の違いを明らかにすることを目的とした。

2. 本研究のシステム、方法及び結果

MediaPipe は、Google によって開発されたオープンソースの機械学習フレームワークである。AI を用いて動作中の関節位置のランドマークを検出することが可能である。解析は、動画を読み込みランドマークの座標の取得を行う。本研究では、大学生のバスケットボール経験者 12 名（熟練者群 6 名、非熟練者群 6 名）を対象に本システムを適用した。事前に Google フォームを用いたアンケートにより、フリースローの再現性に関する主観的認識やミスパターンを調査した。次に、各対象者に対しフリースロー 10 本ずつの実施を指示し、単眼カメラで側方から撮影し、MediaPipe により手首や肘関節などの時系列座標データを抽出した。このデータから、リリース直前の「手首と肘の座標の入れ替わり現象」を特定するとともに、複数試技の変動係数 (CV 値) から客観的な動作再現性を算出し、主観データとの比較分析を行った。解析の結果、熟練度を問わず対象者 12 名全員において、リリース直前に手首と肘の座標位置が入れ替わる共通の運動構造が一貫して確認された。また、CV 値による客観的再現性は熟練者群が有意に高い値を示した。しかしながら、アンケートによる主観的認識では両群間で明確な不一致が認められた。再現性の実感 (5 点満点) において、客観的再現性の低い非熟練者群の平均値が 4 点と高い自己評価を示したのに対し、実際の再現性が高い熟練者群の平均値は 3 点にとどまるという「逆転現象」が確認された。ミスパターンにおいても、非熟練者群の 50% が「毎回バラバラ」とした一方、熟練者群は「左右のズレ」など微細な感覚や具体的な傾向を的確に自覚していた。



3. 応用の可能性

本研究成果は、スポーツ指導において選手の主観評価と客観的データの差異を解消する視覚的フィードバックシステムの構築に応用可能である。AIによる動作解析により選手自身の認識の不一致を可視化して効率的に埋め、効果的なスキル向上や科学的指導の現場への普及に貢献する。