

現代における大学生男女のギャンブル イメージ —競馬を中心に—

安藤ゼミ 泉歩花

目次

第1章 序論

- 第1節 はじめに
- 第2節 従来のギャンブルイメージ
- 第3節 従来の男女のギャンブル観
- 第4節 ギャンブルのメディア露出、
女性ファン層の増加について
- 第5節 研究の目的

第2章 アンケートによる調査

- 第1節 目的
- 第2節 方法
- 第3節 結果
- 第4節 考察

第3章 競馬経験者への聞き取り調査

- 第1節 目的
- 第2節 方法
- 第3節 結果
- 第4節 考察

第4章 全体的考察

第5章 総括

引用文献

参考文献

付録① アンケート調査

付録② 聞き取り調査質問一覧

謝辞

問題・関心

- ・ギャンブルのイメージは良くないものとされてきた。特に男性よりも女性の方がギャンブルに対して否定的であると考えられている。
- ・ギャンブル＝男性、危ないといった印象(照井(1995)、長島(2002))が一般的である一方で、男性であれば付き合い程度でパチンコならしょうがない(片岡(2005)とギャンブルに対する寛容さも男女によって、またはギャンブルの種類によって偏りがあった。

しかし、近年のメディア露出増加、女性ファン層増加等といった観点から、ギャンブルを取り巻く環境は今と昔では違っている。

→ギャンブルに関する研究は依存症関連のものがほとんどで、純粋にギャンブルのイメージ、イメージ形成の要因を調査した研究は少ない。

研究の目的

本研究では、現在公営ギャンブルで最も市場規模の大きい競馬を中心とし、現代の大学生・大学院生の持つギャンブルイメージを調査することを目的とする。

また、その中で、

・男女でギャンブルのイメージがどう異なるのか

・近年盛んに行われている女性ファン層獲得の試みがイメージ形成にどのような影響を及ぼしているのか

・イメージ形成の要因となるものは何か

を明らかにする。

調査概要

◆調査期間

第1回 2023年4月6日～2023年4月11日

第2回 2023年9月9日～2023年9月18日

◆対象者

大学生・大学院生 117人（男性：38人、女性：79人）

◆調査方法

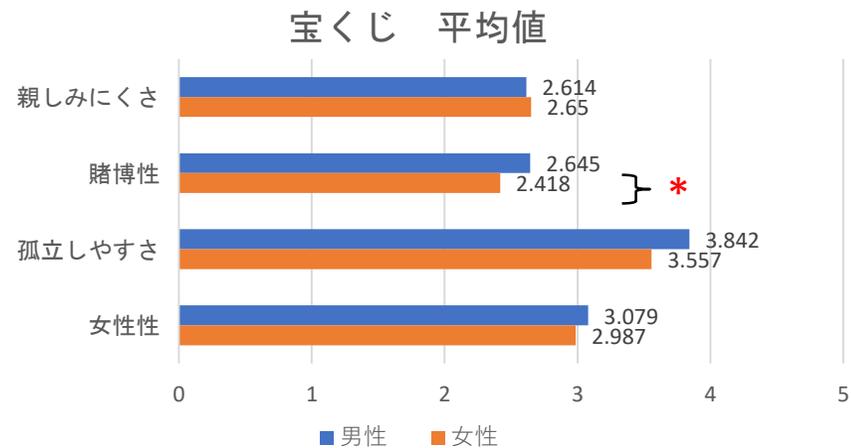
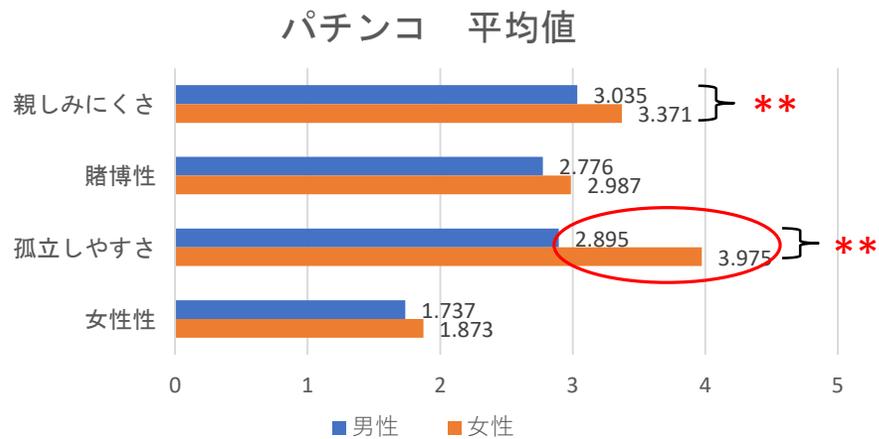
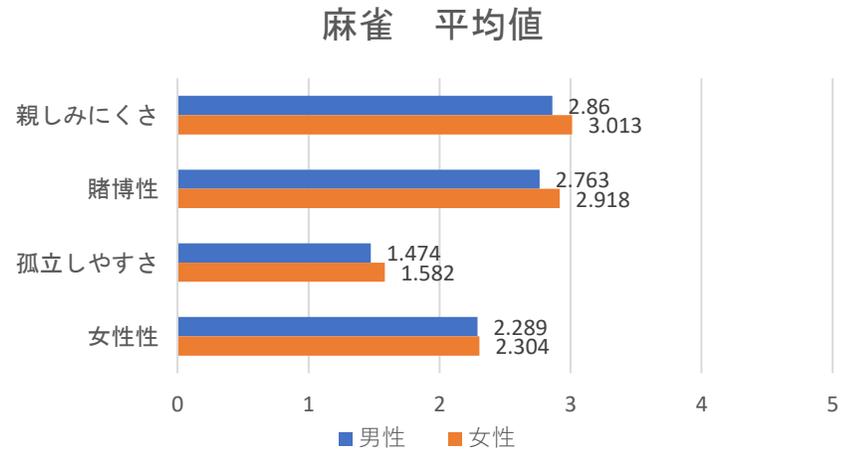
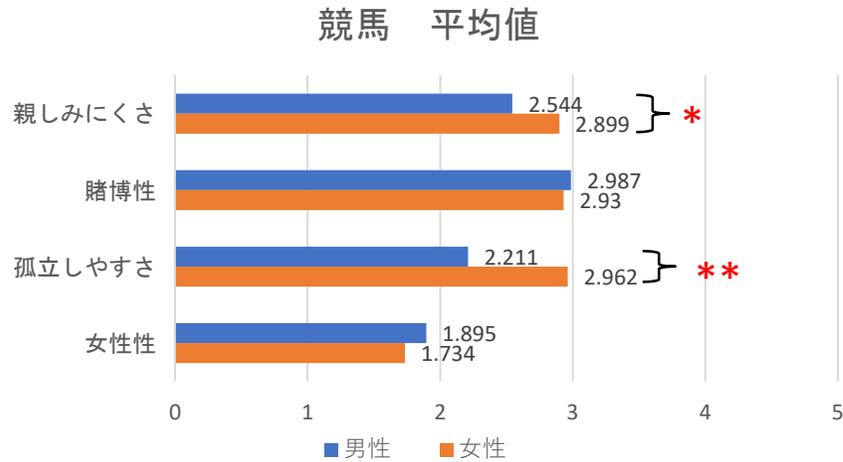
Google フォームを用いたアンケート調査

◆質問紙構成

- ・性別
- ・学年
- ・ギャンブル経験の有無
- ・4種類のギャンブル（競馬・パチンコ・麻雀・宝くじ）のそれぞれのイメージを問う項目
- ・UMAJ0の取り組みを画像で提示したのち再度競馬のイメージを問う項目
- ・競馬のイメージに関する自由記述

結果

回答者の性別によるギャンブルイメージ



結果

UMAJOに関する情報の提示による影響

- ・ 提示した3枚のUMAJOに関する画像（下画像）



(<https://jra.jp/umajo/sp/about/> より引用)



(https://nagoya.identity.city/chukyo_umajospot/ より引用)

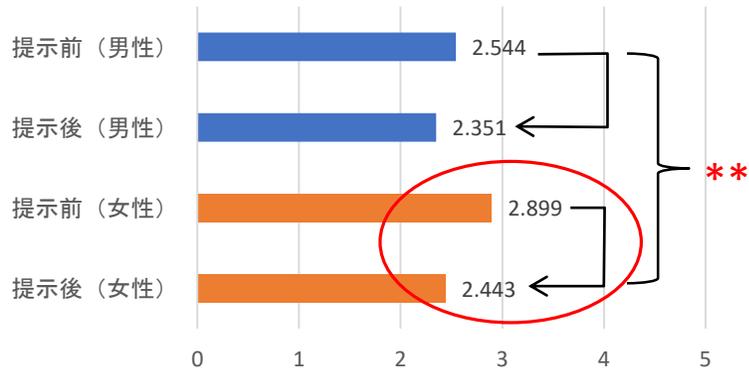


(https://www.youtube.com/watch?v=MJiKc_29mEI より引用)

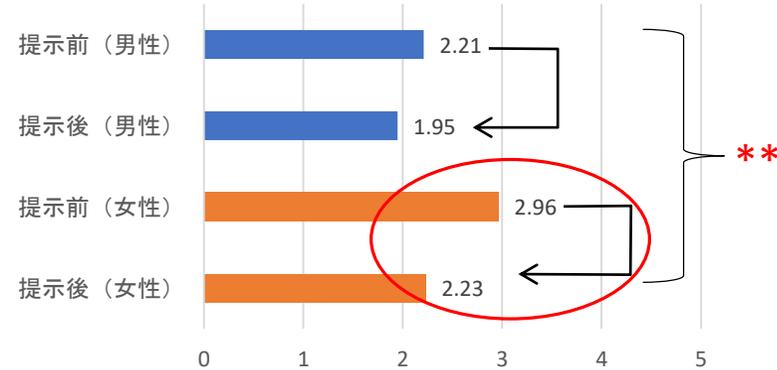
結果

UMAJOに関する情報の提示による影響

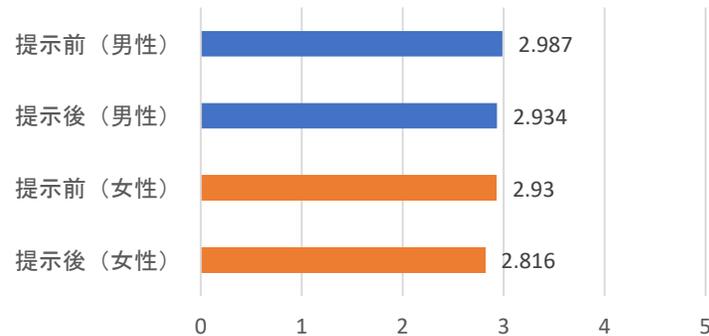
親しみにくさ



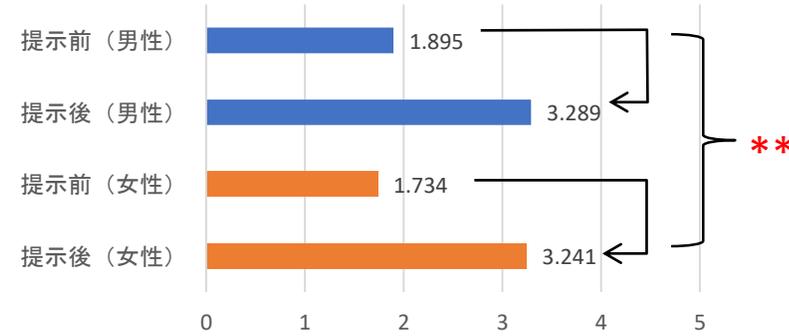
孤立しやすさ



賭博性



女性性



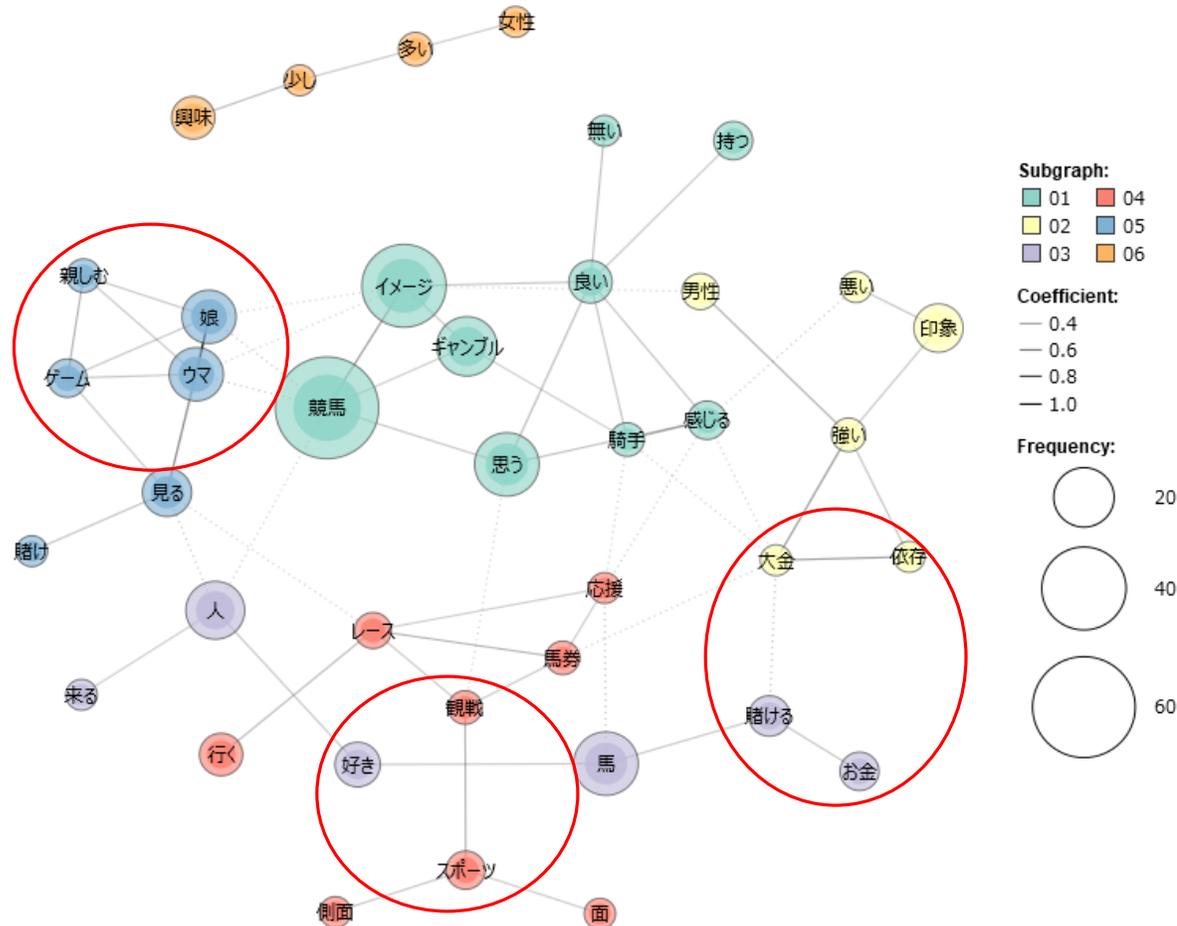
賭博性・孤立しやすさの
平均値⇒低くなった。
女性性の平均値⇒高くな
った。

UMAJOの提示前後で親しみに
くさ・孤立しやすさ・
女性性の平均値に有意差。

親しみにくさと孤立しや
すさ⇒**女性の方が**有意に
低下。

結果

競馬に対するイメージの自由記述における検討



KHコーダーを用いて自由記述を分析。

「ウマ娘」、「スポーツ」
⇒ポジティブな意見になりやすい。

「依存」、「お金」⇒ネガティブな意見になりやすい。

「男性が多く怖い」という男性に関するネガティブな意見は全て女性にのみ見られた。

考察

- ・ 競馬についてはギャンブルとしての認識が薄い宝くじと親しみにくさの差がほぼ無いことから、競馬＝ギャンブル＝悪とされていた時代に比べ競馬の否定的なイメージが和らいでいる。
- ・ パチンコは全体的にイメージが悪く、ギャンブルの中でもパチンコなら許されるといった風潮は現代の若者にはあまり感じられない

〈先行研究とは異なる結果となった〉

- ・ 公営ギャンブルの効果的なメディア露出に対し、パチンコはメディア露出の規制がある。
- ・ コロナ禍に対し、それに順応できたか否か。
- ・ 「ウマ娘」のコンテンツ力

考察

- ・ 現代においても女性の方がお金を賭けるギャンブルに抵抗を感じている。
- ・ UMAJOの情報を提示することによって、イメージが良くなった。特に女性は親しみにくさ・孤立しやすさのイメージが和らいだ。

→ 先行研究で述べられていたような、治安が良くない印象がUMAJOによって女性の居場所が作られた、安心できるという印象に変わったのではないか。

男性においても、自分たちの居場所が女性によって侵されるといったマイナスな感情は無く、女性性におけるポジティブなイメージがUMAJOを通して男性にも作用し、結果競馬に対するイメージが良くなったと考える。

ご清聴ありがとうございました。