

[論文]

# 企業におけるスポーツチーム 保有価値の検証②

——バレーボール経験社員の人的資源の活用を事例として——

増山光洋  
柿島新太郎  
村本伸幸

- 〈目次〉
1. はじめに
  2. 調査方法
  3. 調査結果
    - 3-1 企業情報
    - 3-2 バレーボール経験社員の入社について
    - 3-3 チーム発足, 保有の可能性と社内業績への影響
    - 3-4 大会主催による社内外への効果
    - 3-5 質問紙調査結果 (表1)
    - 3-6 SWOT 分析結果 (表2)
  4. 考察
  5. まとめ

## 1. はじめに

2020年の年明けと同時に東京オリンピック・パラリンピックの開幕も目前といった雰囲気も漂い、スポーツの話題が日本社会に溢れ出し、国民の期待も益々盛り上がりを見せてきた。しかし、そこから間もなく誰もが予想しない新型コロナウイルス肺炎感染症（COVID-19）が全世界に蔓延し、我が国の社会にも甚大な影響を与えている。それは国民の日常を奪うだけでなく経済、産業、スポーツなども例外なく、目前に迫ったスポーツのメガイイベントでもあるオリンピック・パラリンピックでさえも前例のない1年延期といった措置がとられた。あわせて、国内におけるトッププロスポーツから学校部活動までもが活動の休止、大会の延期・中止等、スポーツ界全体でのサイクルも停止したといえる。世界各国が連携し、一刻も早くこの事態を克服して平和な日常を取り戻したそのあかつきには晴れてスポーツが日々の話題となり、我々国民を沸かしてくれると信じている。このように非日常的な状態が続くと企業はその維持・経営、雇用、社員の生活など様々なものを守らなければいけなくなる。かつてもバブル崩壊やリーマンショックなど社会経済的な影響が多くを揺るがせ、消滅させ、多くの削減を生んだ。その中でも真っ先に対象となった一つに筆者の先行調査でも指摘したスポーツがあり、現在もまたそうである。社員の士気高揚や広告宣伝といったスポーツを利用しての企業イメージアップなど、一定の役割を終えたと判断されたものは次々と消滅しいった。企業が運動部やスポーツチームを保有しなくなり支援に力を注ぐようになったのである。結局、企業にとってスポーツは全面的に企業利益を生むものではないため、かつては重視された福利厚生的一端を担うことよりも、より広告効果の高いものに経費を費やすことに移行していったのである。その結果、むろん社員の所属意識や帰属意識、仲間づくりなどのすべてが必ずしもスポーツではないが、今の若い世代の会社や社内での人間関係構築にも薄れが現れており離職、転職率に繋がっている。平成28年

度を対象とした厚生労働省が公表している新卒（新規学卒者の3年以内）離職状況によると、大学卒で32%、短大卒で42%、高校卒で39%、中学卒では62%を示し、特に小中規模の企業であるほどその率も高い数値を示している。これをみても永続して勤務、仕事に従事する人材が減少の一途をたどっていることがわかる。特にこの内でも1年以内の離職が目立つことから、企業側はいかに採用から1年目の社員の定着を目的としたやりがいや所属意識、環境整備など様々な方策が最重要とされている。

そこで、本調査では株式会社ロートピア（東京都港区）が一企業体として積極的に行っているバレーボール競技への取り組みに着目し、競技経験を有する社員の人的資源の活用や主催大会実施の実情を明確にすることで、今後の企業単位におけるチーム保有への可能性や主催大会開催の有用性、さらには所属、関係社員などへのスポーツがもたらす新たな効果について検証することとした。

## 2. 調査方法

企業情報、チーム保有の可能性および大会主催における社内外への効果について調査対象企業常務役員と大会運営担当者への聞き取り調査を実施した。また、調査対象企業である株式会社ロートピア（東京都港区）が年2回主催するバレーボールロートピア杯参加取引先企業4社を対象に質問紙（資料1）調査を実施し集計、さらには社内クラブとしての可能性について現状把握と課題抽出を目的にSWOT分析をした。

## 3. 調査結果

### 3-1 企業情報

商号：株式会社ロートピア

住所：東京都港区芝

設立：1983年9月10日

資本金：1億円（授權資本4億円）

事業概要：カーリース事業，カーリース事業資金融資，その他

事業内容：リース事業，メンテナンスパック事業，保証事業，融資事業，ロードピアフランチイズ本部事業，レンタカー事業

### 3-2 バレーボール経験社員の入社について

バレーボール競技経験社員は全て関係企業からの紹介人材であった。採用基準と競技経験は全く関係はないが、有能な人材を確保すべく採用活動を実施しているうえで競技経験社員のうち数名は偶然が重なったといえる。また、別途2名についてはバレーボールV2リーグチームに所属していた選手が引退後、正規雇用での転職活動をしている中で巡りあったもので人格ともに優れ企業戦力として採用に至った。よって、現時点までに意図的にバレーボール経験採用や主だって体育会出身者等に採用基準を絞っていたわけではなく、会社側と本人両者の意向や見解が一致したことが重なったことで、結果、大卒高卒問わず元バレーボール競技経験のある女子社員が雇用契約に至ったことがいえる。あわせて、関係企業からの紹介については、日頃から業務上のおつきあいから互いの業務内容や社内雰囲気などについて理解が深くあり、入社に向けての懸念は比較的少なく、人材マッチングもスムーズであったと考えられる。そして、その就業様態を観察しても、体育会系社員はそれまでの所属クラブ内での縦関係の構築や規律やマナーを重んじることなど、一般社会のスタートにおいて企業戦力として即時的な面が多くみられる。新入社員としても礼儀正しく、忍耐力、協調性も備えたすばらしい人材が多いことが見受けられ、社員教育に膨大な時間や経費を割くことなくいち早く先輩社員の力になることや、企業としても無駄なコストをかけることなく業績等に貢献できる人材として人的資源を確保することができると考える。

### 3-3 チーム発足、保有の可能性と社内業績への影響

バレーボール競技経験社員の全員が、バレーボール競技が好きで、生涯的にも趣味としても競技を続けたいとの意向をもっている。これはママさんや家庭婦人バレーボールなどにもその活発性がみられるように、バレーボールが生涯スポーツとして定着していることから、この競技の市民スポーツとしての潜在性をみることができる。日本の女性スポーツの中でも台頭している文化的象徴でもあり、世界的にも競技人口が多く、国内外の人気度をみても日本においても根づいている集団球技スポーツであるといえよう。そういう意味でも社内においてチームを結成し、保有することには大きな期待もある。しかし、そこには企業理念に則った明確なコンセンサスの構築が必要であり、広告宣伝や有能人材の確保、離職削減による安定的な就労環境づくりなど社内外から必須かつ理解、応援、支援されるものでなければならないと考える。バレーボール競技経験社員の大半は中学高校で全国大会出場やバレーボールトップリーグであるVリーグ経験などその競技歴には目を見張るものがあり、このスポーツ競技においてより高みを目指すことも女性アスリートとして奨励すべくその環境づくりも企業責務としたい検討事項の一つではある。だが、企業が取り組むべきは企業経営であり、多くの社員の生活を守っていくことである。そして、社員一人一人の雇用をしっかりと守り、幸せな人生につながるよう努めることが優先である。その上で企業が益々反映していくために最も重要な人的資源である社員の満足度を追求し続けることが必要であると考え。また、バレーボール競技経験社員の直接的な社内業績への効果を図ることは非常に難しく感じているが、これらの社員を抱えることによって次の3-4で述べる関係取引先を招いたスポーツイベントの実施については非常に有益な効果を発揮している。これは、むしろプライスレスな資源といえるものであり、日常業務だけでは関係構築できないような企業間距離関係を大きく縮められるような効果を実感し、その後の取引や業務関係においてもスムーズかつ円滑さを生み、なにごとにも代えがたいツールと

なっている。これはこれら社員のもつ特技がまさに社内業績に直結して貢献しているものであるといえる。

### 3-4 大会主催による社内外への効果

所属会社主催のスポーツイベントとしてのバレーボール大会の実施や、チームを結成しての市区町村などのバレーボール大会への定期参加はそれを望む社員達の余暇活動の提供、専門職として自身の力を発揮する企業貢献、会社所属へのモチベーション維持など社員としての定着観点からも非常に有意義だと考える。特に企業経営を行っていくうえで金融機関を交えたスポーツ交流の機会は取引親交の点やバレーボール経験社員を有効活用するうえでも主催大会の開催や継続は有益なイベントであると考えている。これも継続を重ねるうちに参加企業が増えつつあり、今後の継続開催へ熱望、さらには新規参加を要望されるなど、このバレーボール大会が様々な関係企業に周知され定着しつつあることが伺える。どの企業も変動する社会情勢の中、福利厚生事業としての社内活動やイベントの多くが縮小、社外においてもなかなか社員間交流の機会がもてないなどの声が聞かれる昨今、このようなスポーツイベントは人的交流の機会として非常に求められつつあるものであると感じられる。かつては企業の利益を社員に還元する目的で盛んに行われた社員旅行や社内運動会、スポーツイベントなども、これからは単独企業のみならず



多くの参加者を招き、大学生チームとのエキシビジョンマッチなども実施

社外に出して様々な人や企業が相まって交流する機会が必要であると考え  
る。まして、近年のみならず将来的に益々ITが発展するであろう今日、AI  
やロボットが台頭してくる未来に向けて人と人が顔をあわせて時を分かちあ  
える人的交流の機会、時間を共有できる場の提供の必要性は高まるものと考  
える。

### 3-5 質問紙調査結果（表1）

本調査対象が、年2回主催するバレーボールロートピア杯参加取引先企業  
4社（第9回大会参加企業）について質問紙（資料1）調査を郵送法にて実施  
し、集計した。すべての対象において回答を得た。

### 3-6 SWOT分析結果（表2）

調査対象における社内クラブとしての可能性や今後のスポーツ活用につい  
て現状把握と課題抽出を目的に4つの項目について分析し、以後の戦略や取  
り組み、着目点を導きだせるであろうSWOT分析を行った。また、本調査  
は日常的に我が国全体の社会経済が円滑にあり、その中での企業の在り方、  
スポーツ関与への可能性について検証を行ったが、2020年に猛威を振るった  
新型コロナウイルス感染症の感染拡大は世界経済をも止めうる現象であり、  
別途調査研究が不可欠な事象となるであろうことからここでは触れていな  
い。あえて本分析に加えるとするならば外部要因（脅威）もあたると捉えら  
れる。

## 4. 考察

近年、福利厚生事業の多くが縮小され企業内での社員間の親交やコミュニ  
ケーションが稀薄化する中、社員が学生時代に課外活動や趣味、興味から取  
り組んできた専門性を潜在的能力として社内で活かすことは有能人材の確保  
や離職率の削減に取り組む企業としては会社への所属意識、労働意欲、社員

表1 アンケート結果一覧

	A社	B社	C社	D社
1-(2)	20～50代	20～50代	20～40代	20～40代
1-(3)	11名	16名	5名	9名
1-(4)	社内同一部署内	営業所、部署も様々	同一営業所	営業所、部署も様々
1-(5)	15名	16名	0名	12名
1-(6)	1名	5名	1名	2名
1-(7)	レクリエーション	地方・都道府県大会	市区町村大会	全国大会
1-(8)	どちらでもない	どちらでもない	どちらでもない	どちらでもない
1-(9)	ない	ない	ない	ある
1-(10)	参加したい	参加したい	参加したい	参加したい
1-(11)	社内外問わず交流できるから		優勝したい	取引先との関係構築に有意義
1-(12)	9名	11名	5名	5名
1-(13)	楽しく過ごせた		雰囲気が良かった	交流が深まった
1-(14)	ない	ない	ない	ない
2-(1)	2回		4回	初参加
	部署異動後初めてのイベントとして		参加の知らせをもらって	関係企業からの評判を聞いて
2-(2)-①	とてもそう思う	とてもそう思う	とてもそう思う	とてもそう思う
2-(2)-②	とてもそう思う	とてもそう思う	とてもそう思う	とてもそう思う
2-(2)-③	とてもそう思う	とてもそう思う	ややそう思う	とてもそう思う
2-(2)-④	とてもそう思う	とてもそう思う	ややそう思う	とてもそう思う
2-(2)-⑤	とてもそう思う	とてもそう思う	ややそう思う	ややそう思う
2-(2)-⑥	ややそう思う	どちらでもない	どちらでもない	ややそう思う
2-(2)-⑦	とてもそう思う	とてもそう思う	とてもそう思う	とてもそう思う
2-(3)		参加者から遠いとの声有り		
2-(4)	ある	ある	ある	ある
2-(5)	ない	ない	ない	ない
2-(6)				

※質問紙を別紙（資料1）として添付

間交流など様々な要因に対して有効的に働くと考えられる。併せて本調査の事例のように体育会人材はそれまでの経験から組織に介入することにスピー



表2 SWOT 分析結果

内部要因	Strength (強み)	・現状の体育会系人的資源
		・安定的な選手（人材）雇用
		・CSR 活動の可能性
		・関連企業との連携強化
		・東京を拠点とした活動
	Weakness (弱み)	・活動環境
		・選手、社員の流動化
		・チーム保有の場合の経済性（運営費）、永続性
外部要因	Opportunity (機会)	・女性の社会進出促進
		・アスリート雇用による助成金制度の活用
		・体育会系人材の需要
		・セカンドキャリア支援
	Threat (脅威)	・社会全体の経済動向
		・スポーツ選手による不祥事（反社会的行為）などによるイメージの低下

ド感があり、一般的な新人社員教育や研修の費用を削減できるであろう利点の声も拾うことができる。これは時期早くに就労に取り組める企業メリットであり、その後の永続勤務にも期待ができる。いかに日本の学校部活動における人格、道徳、倫理観などの教育的指導が有能であり、社会進出を見据えた指導が施されているかが見受けられる。企業にとっては経費の削減と就労における即戦力としてこのような人材の歓迎意識も高まるだろう。少子化における若手人口の減少、大卒人口数もこの先減少していくことが推察される中、有能人材を確実に採用、確保していくことに企業も労力を費やさざるを得なくなる現状に一つの指標になることは間違いない。また、本事例においては偶然ではあるがバレーボール競技の経験がある社員が複数人となり、しかも、その競技実績も目を見張るものであることがあった。それらの人的資

源を活用して近年稀薄化している社内イベントを社外にも拡大してバレーボール大会を主催、運営している。これは3-5の質問紙調査結果からも関係企業から非常に高評価であり、いかにこのような人的交流の機会が一般社会において少ないか、また強く望まれているかが調査観察の中でも顕著に見受けられた。これらを企画、運営できるのも上述のような専門性やそのノウハウをもちあわせた社員が在籍してこその実現であり、通常業務とは全く無縁のこの活動も複数の参加者からも各職場関係に好影響、スムーズな就労環境構築に効果的など前向きな声は多い。取引先企業との関係がより深まり、互いにとって円滑なビジネスが遂行できることにスポーツが活躍している意義は大きいといえる。しかも、この主催大会の開催も回を重ね実績を積んでいるところではあるが、なにより企画から運営までをすべて主催者自らが行っていることに大きなコスト削減と主催大会運営の自由度が伺える。一般的にスポーツイベントを開催する場合は、専門業者にその準備から進行までも依頼したり、スポンサーを獲得して様々な声を拾いながら展開していくことがみられるが、本事例の場合は企画、案内から地域大学資源を活用した会場確保、運営、事後処理まで一手に自前で行っている。相応の知見やキャリアがなければそう安易に実行できるものではない。まったく業務とはかけ離れたスポーツイベントを作り上げられるのも社員の保有する経験や知見を活かした人材の活用だといえる。

そして、この人的資源をさらに有効に活用すべく発想に当然なるが、その一つがチームの保有である。一時期の企業チームの多くの休廃部を我が国のスポーツ界は受けてきたが、それは経営状況の悪化や予算の削減、一定の広告役割等を果たしたという目標達成などが例としてあげられる。その連鎖も鈍化した中、それを受けて新たに一企業に依存しないクラブ化、地域所有のチームなどへと変化してきている。しかし、まだまだ日本のスポーツは地域に頼れるほど自立してはならず、企業に依存している面も大きい。よって、改めて企業におけるスポーツチームを保有する価値を明確に見出していく必要がある。社員という人的資源はその企業に帰属する。その資源をどう活用

するか、社員の満足度を高めるのにスポーツが活かされる余地がどのような形態であるのか可能性を探る必要がある。多くの企業やクラブ型チームが存在することは日本のトップスポーツの活性や社会人世代におけるスポーツ追及の機会としても有益であり、日本特有の学校部活動の出口として、アスリート学生の競技継続においても非常に期待がもてる。バレーボールにおいても高卒、大卒選手のその後の競技継続を支援できるものとして様々な形態のチームが存在するもその数はまだまだ少ない。例えば現状のトップリーグにあたるVリーグチームでさえ、その所在は東海、関西地区に集中し、男女でも東北、北海道地区には2部リーグは存在するがトップリーグに参戦するV1チームはない。もっとバレーボールが発展するためにも、まずはカテゴリーは様々な全国都道府県各地に子どもたちが夢をもてるような、目標となるような、地域、スポーツ関係者多くの人々のシンボルとなるようなチームが存在することが重要である。3-6におけるSWOT分析にみられる株式会社ロートピアが社員人材資源を活かして仮にチームを発足、保有した場合の視点をみていくと、強みや機会の提供など社員にも会社にも多くのメリットが見込める。また、弱みや脅威といったマイナス面については会社経営圧迫や直接的な業務支障までの影響はみられないであろうことが推測でき、十分検討の余地をもてばデメリット面を抑えていくことも見込める。なにより社員が労働力であり、チーム運営諸経費に人件費を含む必要がないことは会社にもチームにも大きなメリットである。バレーボール選手が業務でも競技でも活躍できれば人的資源を重ねて運用できる双方に利点が生まれるであろう見通しがもてる。企業は一般的に広告を発信するにも多くの社員を抱え給与を支払い、別途高額の広告料をかけてテレビCMや看板広告などで社名や自社商品などのアピールをする。その広告効果は一概には表現できずここでは取り上げないが、スポーツ企画の実施やチームを保有して様々な活動を年間を通して展開するコストを考えてもその存在価値は大きいのではないだろうか。

また、別途システム構築が必要と考えられるものがSWOT分析の内部要

因の Weakness でも抽出されたスポーツにおける活動環境の確保である。スポーツ庁の「平成30年度体育・スポーツ施設現況調査」によると、我が国の公共・学校スポーツ施設は年々減少傾向にあり、それは主に学校施設を示し多くの廃校や学校プール施設の廃止が影響しているが、バレーボールで活用される体育館施設においても現在は全国で33,298個所となっている。これらの大半の施設での開放率も8割を越す中、運動・スポーツ需要は高まりをみせており需要に既存施設が追いついていない状況もある。スポーツ振興を考えても各クラブや企業が単独でスポーツ施設を保有することは容易ではない。本調査対象のような企業単位でもスポーツ需要を掘り起こしたときに「場」の確保、提供が受けられる体制づくりも非常の重要になっていることを指摘したい。

3-5のアンケート結果をさらに概観する。質問紙調査1-3参加人数の回答ではA社が11名、B社16名、C社5名、D社9名と回答されている。1-(6)ではバレーボール競技経験の有無についての回答であるが、A社が1名、B社5名、C社1名、D社2名という回答であった。全体では全参加者41名中バレーボール経験者は9名(21%)ということになる。参加者の多数が未経験者であることは、参加動機が「バレーボールだから」ではなく、「スポーツがしたいから」ではないだろうか。参加動機について明確に指摘はできないが、今後の調査研究の視座を得た結果となった。未経験者らが多数の参加者であったことは換言すればバレーボールに限定せず、幅広いスポーツ活動での企業交流、特にスポーツを「する」ことへのニーズがあるということがいえよう。「する」スポーツについて、令和元年度実施の「スポーツの実施状況等に関する世論調査(文部科学省)」では実施した種目の上位をウォーキング、ランニング(マラソン駅伝含む)、階段昇降、トレーニング、自転車、ゴルフ、体操といった個人で実施可能なものを報告している。一方でバスケットボールや野球、バレーボールといったチーム競技の実施率は下位となっている。チーム競技がなぜ実施率が低調となるのか、前述のように「場」の問題も当然にあるが、「スポーツの実施状況等に関する世論調査(文

部科学省)」ではスポーツの阻害要因上位に「仕事や家事が忙しいから」, 「面倒くさい」からをあげている。チーム競技を実施するには多くの「面倒くさい」が存在する。仲間を集める手間, 仲間の時間を調整する手間, 仲間が集まるための空間を抑える手間, これらがチーム競技の実施を阻害する要因であることは容易に想像できる。この「面倒くささ」を取り除くことができれば実施率, 参加率が向上することが見込める。今回のロートピアが企画したスポーツ交流会はこの「面倒くささ」を取り除き, チーム競技へのアクセスを容易にしたのではないだろうか。ロートピアがバレーボールに限らず幅広いスポーツ人材, 体育会系人材を採用することはステークホルダーのスポーツ機会の創造提供, 円滑な取引ツールの充実につながる事が期待できる。企業経営の観点では近年インテグリティが注目されている。コーポレート・ガバナンス, コンプライアンスと並び重要とされる考え方である。インテグリティとは日本語では誠実さと表現され, 岡部(2017)は「私利私欲をまじえず, 真心をもって人や物事に対するだけでなく, さらに相手の気持ちを裏切らないような対応」を意味すると述べている。インテグリティに欠く市場はやがて信頼を失い, いずれ縮小衰退する。このインテグリティを表現するツールとしてスポーツを捉えることは出来ないだろうか。スポーツを通じた人間交流は従業員を含めたステークホルダーの健康増進, 尊厳追及にも効果をもたらすだろう。インテグリティについて保有価値の検証までは至らないものの, 今後の研究課題としたい。

## 5. まとめ

本調査において, 企業が考えるスポーツのあり方について非常に実直な所見を得られたと考えられる。社員のスポーツ経験といった潜在的能力を活かした取り組みにより, 関係関連企業との円滑な業務遂行や関係構築が促進されることは非常に強みであるといえる。また, これらは事例のようなバレーボール主催大会に留まらず, まだまだ多くの可能性を見いだせると期待も高

まる。また、調査内にも企業におけるチーム保有に向けて弱みや脅威といったマイナス面にも着目したが、今後、2020年の新型コロナウイルス感染症拡大の猛威といった要因も加えてスポーツ全体も検証していかなければならない。冒頭でも触れたが企業のスポーツ離れは日本のスポーツ衰退に直結する。企業が抱える社員人材の潜在的能力をより有益に活用するためにそれがスポーツに繋がるものであれば、企業がいかにスポーツに参入していく動機をアプローチできるか、企業の強みや機会の提供を生みだしていけるかが今後のスポーツ界に求められる大きな課題として検証を継続していく必要があるであろう。

#### 参考・引用文献

- 岡部光明（2017）効果的なコーポレート・ガバナンスにとっての一要素—インテグリティの意義と役割—（日本金融学会発表論文）
- 増山光洋ほか（2015）企業におけるスポーツチーム保有価値の検証—バレーボールV・チャレンジリーグGSSサンビームスを事例として—中央学院大学人間自然論叢第40号，17-38
- 濱口純一・山中貞一郎ほか（2010）バレーボールにおけるクラブモデルの研究—Vリーグ参入チームを事例に—法政大学体育・スポーツ研究センター紀要第28号，7-16

#### 参考 WEB 資料

- 一般社団法人日本バレーボールリーグ機構 <https://www.vleague.jp/>
- 株式会社ロトピア <https://lotopia.net/>
- 厚生労働省 <https://www.mhlw.go.jp/index.html>
- スポーツ庁-文部科学省 <https://www.mext.go.jp/sports/>
- nipponn.com <https://Nippon.com/ja/in-depth/d00581/> 「企業スポーツを襲うコロナの荒波」
- 東洋経済 ONLINE <https://toyokeizai.net/articles/-/345431?page=2> 「今、体育会学生を企業がここまで欲しがる理由」

資料1 大会参加取引先への質問紙

先日は第9回バレーボールロートピア杯にご参加いただきありがとうございます。我が社における福利厚生事業にご参加いただきました取引先皆様との交流の機会として、より一層充実のバレーボール大会の主催を図るため、アンケート調査にご協力をお願いいたします。なお、このアンケートの結果は統計的に処理されるため、皆さんのプライバシーにかかわることはありません。安心してお答えください。

1. あなたについてお聞きします。(代表者様)

- (1) あなたのご所属先はどちらですか。( )
- (2) 今回参加メンバーのご年代にあてはまるカテゴリーに○つけてください。  
 1. 10代 ・ 2. 20代 ・ 3. 30代 ・ 4. 40代 ・ 5. 50代 ・  
 6. 60代 ・ 7. その他 [ ]
- (3) 今回ご参加の男女人数をお知らせください。  
 1. 男性 名 ・ 2. 女性 名 計 名
- (4) 今回ご参加のメンバーはどのような構成でしたか。  
 ( )
- (5) 質問(4)での今回の構成メンバー以外に御社内でもっと参加者を募ることができますか。また、できる可能性がある場合の予想人数を教えてください。  
 できる ・ できない  
 できる場合の予想人数 名
- (6) 質問(4)で今回の構成メンバーのうちバレーボール経験をお持ちの方は何名ほどいましたか。  
 名
- (7) 質問(6)でバレーボール経験のある方のご実績はどのくらいのレベルですか。  
 1. 全国大会 ・ 2. 地方大会 ・ 3. 都道府県大会 ・  
 4. 市町区村大会 ・ 5. レクリエーション 6. その他
- (8) 皆様は現在お勤めの会社での福利厚生事業(スポーツイベントなど)に満足していますか。

とても満足		どちらでもない		とても物足りない
5	-	4	-	3 - 2 - 1

(9) 御社での福利厚生事業（社員合同イベント等）などはありますか。また、ある場合はそれはどのようなものですか。その際費用徴収などあればわかる範囲でお答えください。

1. ある ・ 2. ない [ ( ) 円ぐらい

(10) バレーボールロートピア杯には今後ともご参加いただけますか。

1. 参加したい ・ 2. 参加したくない ・ 3. わからない

(11) 質問 (10) で参加したいと答えた方はその理由をお書きください。

[ ]

(12) 懇親会参加人数を教えてください。（名）

(13) 懇親会はいかがでしたか。

[ ]

(14) 懇親会についてご不便をおかけした点があったでしょうか。

1. ある ・ 2. ない ( )

### 2. 第9回バレーボールロートピア杯についてお聞きします。

(1) バレーボールロートピア杯への参加回数ときっかけは何でしたか。

[ ]

(2) バレーボールロートピア杯における下記の内容についてあてはまる番号に○をつけてください。

	とても思う	やや思う	どちらでもない	あまり思う	そう思わない
①バレー大会は楽しかったですか	5	-	4 - 3 - 2 - 1		



②大会の雰囲気はよかったですか	5	4	3	2	1
③大会のご案内や進行はよかったですか	5	4	3	2	1
④バレー大会は満足できるものでしたか	5	4	3	2	1
⑤会場スペースはよかったですか	5	4	3	2	1
⑥会場は移動に支障のない範囲内でしたか	5	4	3	2	1
⑦GSS 東京・ロートピアの選手に好感をもてましたか	5	4	3	2	1

(3) 質問(2)で2もしくは1に解答があった方は、その理由をご記入ください。  
[ ]

(4) 大会主催とは別にバレーボール教室・交流会などを実施したら参加の可能背  
はありますか  
1. ある      ・      2. ない

(5) これまでに今回のようなトップリーグチームも招いてのバレーボール大会等  
に参加したことがありますか。また、ある場合、差し支えなければその団体  
名をお答えください。  
1. ある      ・      2. ない      団体名 [ ]

(6) 質問(5)であると答えた方はそのときのイベントと比較して今回の大会は  
どうでしたか。自由にお答えください。  
[ ]

3. その他、ロートピア杯にご参加いただいた中でお気づきの点がありましたら  
ご記入ください。

ご協力ありがとうございました