


在外研究員研究報告書

2018年5月8日 受付

所 属	スポーツ健康科学部	氏 名	二宮 浩彰	
職 名	教授			
研究課題名	スポーツイベント開催による社会経済効果			
研究期間	2017年3月28日 ~ 2018年3月27日			
滞在期間 ・滞在地 研究調査先	滞在期間	滞 在 地	研究・調査先	
	2017年3月28日 ~ 2018年3月27日	アメリカ合衆国	フロリダ大学	
研究費	306.6 326 万円	研究成果の概要	別記 4,000字程度	
発 表	題 目 名	発表学術誌名Vol. No.	発行年月日	
	1) 都市型市民マラソン参加者の DESTINATIONイメージ: 奈良 マラソン2014ランナーの居住 地別分析	同志社スポーツ健康科学, 第9巻, pp. 19-23.	2017年6月	
	2) 都市型市民マラソン参加者の 行動様式分析: 奈良マラソン2016 ランナー調査研究レポート	同志社スポーツ健康科学, 第9巻, pp. 31-42.	2017年6月	
	著 書 名	発 行 所 名	発行年月日	
	1) 『生涯スポーツ実践論』	市村出版	2018年4月	
	演 題	講演学会名	講演年月日	

2018年5月8日

在外研究員研究報告書「研究成果の概要」

スポーツ健康科学部 二宮浩彰

アメリカ合衆国のフロリダ大学ヘルス・ヒューマンパフォーマンス学部ツーリズム・レクリエーション&スポーツマネジメント学科 (TRSM) において、2017年3月末から1年間の在外研究の機会を与えていただいた。世界大学ランキングセンター2017の発表によると、TRSMはホスピタリティ・レジャー・スポーツ&ツーリズム分野で世界ランク第10位の高等教育研究機関であるとの評価を受けている。教育研究が活発に行われている研究機関にビジッティングスカラーとして在籍し、研究活動に携わったことで大いに刺激を受けることができた。

共同研究者として受け入れてくださったのは、大学院コーディネーターを務める Dr. Kyriaki(Kiki) Kaplanidou で、スポーツイベントのマネジメント研究領域において第一線で活躍している研究者である。Dr. Kiki が主催する iRISE (Innovative Research Initiatives in Sport Events) 研究センターには、スモールスケールイベントからオリンピックのようなメガイベントまでのマネジメント研究に関心をもつ若手研究者が所属している。iRISE メンバーは、スポーツイベントにかかわる最先端の実証研究に取り組んでおり、メンバーとの交流を通じて研究に役立つ多くの情報を得ることができた。

また、Dr. Ko Yong Jae が担当する大学院講義を聴講させていただき、アメリカの先進的なスポーツマーケティング研究について深く学ぶことができた。また、大学院生の上手なプレゼンテーションと活発なディスカッションにも感心させられた。

在外研究中に Dr. Kiki とは、都市型市民マラソン参加者のランニング関与とデスティネーション・イメージの分析枠組みについてのディスカッションを重ねることによって共同研究を行った。その成果として、The relationship of marathon participants' destination image perceptions and psychological behaviours from difference of running involvement というタイトルの研究論文を執筆することができた。

本研究論文においては、スポーツイベントへの実践的なインプリケーションを導くため、包括的なデスティネーション・イメージ尺度を用いた。デスティネーション・イメージについては、Kim et al.(2014)が用いたデスティネーション・イメージ尺度をベースとして測定を行った。天候を考慮して、雨天についての1項目をデスティネーションの天候次元に加えた。さらに、サービス産業の成長 (Government of Japan, 2014) を考慮して、レストラン、エンターテインメント、宿泊にかかわる3項目を加えた。また、利便性次元を再構成することによって、サービス次元を新たに加えた。それぞれの項目については、「強く賛同しない」から「強く賛同する」までの7段階評定尺を用いて測定を行った。地域愛着については、レジャー研究の文献 (Kyle et al., 2003; Kyle et al., 2004) を参考にして地域依存性と地域同一

性の2次元を採用して測定した。それぞれの次元について4項目を設定し、「強く賛同しない」から「強く賛同する」までの7段階評定尺を用いて測定を行った。スポーツイベント参加者の大会満足度については、100点満点の評価によって測定した。次のスポーツイベント参加にかかわる行動意図については、「強く賛同しない」から「強く賛同する」までの5段階評定尺度を用いて測定した。

マラソン参加者を対象としてウェブ調査を実施し、2,794の有効標本（回収率：19.4%）を得ることができた。本研究では、従属変数としてランニング関与を採用しているため、フルマラソンの完走経験がない参加者、ランニング歴が1年未満の参加者、ランニング頻度が5回未満/月の参加者をサンプルから除外した。また、本研究では、従属変数としてデスティネーション・イメージを設定していることから、スポーツイベント開催地である京都市に在住している参加者をサンプルから除外した。その結果、分析に用いたデータは1,731サンプルとなった。サンプルの構成は、男性が76.0%、女性が24.0%であった。年齢構成は、10-29歳が2.1%、30-39歳が11.9%、40-49歳が38.0%、50-59歳が35.4%、60歳以上が11.6%となった。

データの分析には、IBM SPSS Statistics Ver.24を用いた。フルマラソンのランニングタイムとランニング経験の関係を分析するために、クロス集計と χ^2 検定を行った。本研究では、ランニング関与の指標として、フルマラソンの完走タイムを用いることによって参加者を分類した。ランニングの関与レベルは、マラソン大会やランニングの経験による行動的関与の違いによって反映されることが分かった。デスティネーション・イメージ尺度と地域愛着尺度の信頼性について検討するため、クロンバック α を用いて内的整合性を分析した。両方の測定尺度において高い値を示し、内的整合性が高いことが分かった。ランニング関与が、マラソン参加者のデスティネーション・イメージの知覚、地域愛着、大会満足度、行動意図に及ぼす影響については、回帰分析を用いて分析を行った。

レジャー行動研究の命題(Havitz & Dimanche, 1999)によると、参加者の関与プロファイル尺度は、参加頻度にポジティブに関連することが分かっている。ランニング大会の先行研究においても、ランニング関与レベルは、ランニング関連の消費 (McGehee et al, 2003)、ランニング大会への年間参加回数 (Beaton et al., 2011; Funk et al., 2011)、参加する大会カテゴリー (Beaton et al., 2011; Funk et al., 2007)というようなマラソン大会やランニングの経験による行動的関与の相違に関連することが分かっている。本研究の結果としては、ランニング関与としてのマラソン完走タイムが、マラソン参加頻度、年間ランニング大会回数、ランニング歴、月間ランニング日数、月間ランニング距離によって反映されることが明らかになった。

本研究の主目的は、ランニング関与がマラソン参加者のデスティネーション・イメージの知覚と心理的行動に及ぼす影響を検討することであった。マラソン参加者を対象とした実証分析により仮説を検証した結果、以下の研究成果を得た。

第一に、スポーツイベント開催地のデスティネーション・イメージの知覚は、ランニング

関与の高群と低群ともに、開催地デスティネーションの地域愛着に影響を及ぼす。Kaplanidou et al.(2012)が議論しているように、地域愛着は一定のデスティネーション特性を高めることがある。レストランやエンターテインメントのサービス品質は、ランニング関与レベルの高群・低群ともに、地域愛着の予測因子となった。一方で、Moon et al. (2013)が提唱しているように、サービス品質の知覚は、デスティネーション・イメージの知覚にポジティブに関連していることが分かっている。本研究では、ランニング関与の高群・低群において、デスティネーション・イメージの気象条件について異なる結果が得られ、ランニング関与の高群によるデスティネーション・イメージが地域依存性に影響することが明らかとなった。さらに、レジャー研究の文献 (Kyle, et al.,2003; Kyle, et al., 2004) によると、地域愛着はマラソン大会に関係する活動関与の予測因子になりうることが分かっている。その逆に、ランニング関与の低群では、開催地デスティネーションの自然資源や金銭的価値が地域愛着に影響することが明らかとなった。

第二に、開催地デスティネーションの地域愛着がスポーツイベントの再参加意図にポジティブな影響を及ぼすのと同じように、開催都市のデスティネーション・イメージの知覚は、再参加意図に影響していることが明らかとなった。これは、デスティネーション・イメージと地域愛着が、同様にスポーツイベントのツーリスト行動に影響力があることを示している。先行研究 (Kaplanidou and Vogt, 2007; Mohan, 2009; Hallmann & Breuer, 2010; Kaplanidou & Gibson, 2010; Kaplanidou et al., 2012 ; Moon et al., 2013)によると、デスティネーション・イメージの知覚と地域愛着の知覚は行動意図の予測因子であることが分かっている。ランニング関与の高群においては、デスティネーション・イメージにおけるサービス品質は、再参加意図に影響を及ぼしている。ランニング関与の低群においては、デスティネーション・イメージにおける文化的遺産、金銭的価値、自然資源は、再参加意図に影響を及ぼしている。要するに、ランニング関与の高群にとってはマラソン大会の前後に提供されるサービスが重要である一方、ランニング関与の低群にとっては自然、文化、価値、利便性が重要であることが分かった。ランニング関与の高群にとっては地域依存性だけが再参加意図に影響を及ぼしているが、ランニング関与の低群にとっては地域依存性と地域同一性の両方が再参加意図に影響を及ぼしていることも明らかになった。これは、ランニング関与の低群は開催地デスティネーションへの愛着によってスポーツイベントの参加についての意思決定を下していることを示唆している。

第三に、スポーツイベントの満足度は、スポーツイベント開催地のデスティネーション・イメージの知覚とスポーツイベントへの再参加意図に影響を及ぼしていることが明らかになった。これは、スポーツイベントの経験をとおした満足度が、スポーツイベント参加者のデスティネーション・イメージ(Kaplanidou & Gibson, 2010; Moon et al., 2013)と再参加意図 (Kaplanidou & Gibson, 2010)に影響を及ぼすことを表している。本研究では、ランニング関与の低群だけで仮説が支持された。ランニング関与の低群では、スポーツイベントでの満足度がデスティネーション・イメージを高め、再参加意図の意思決定を導くであろうこと

が分かった。一方で、ランニング関与の高群では、スポーツイベントでの満足度は、デステイネーション・イメージや再参加意図に影響を及ぼさない代わりに、スポーツイベントの他の要因が関連しているのかもしれない。

以上のように、1年間のフロリダ大学での在外研究では、最先端のスポーツマネジメント研究と教育に接することができた。今後の研究と教育に還元できるように努めていきたいと考えている。

参考引用文献

Beaton, A.A., Funk, D.C., Ridinger, L., & Jordan, J. (2011). Sport involvement: A conceptual and empirical analysis. *Sport Management Review*, 14, 126-140.

Funk, D.C., Jordan, J., Ridinger, L., & Kaplanidou, K. (2011). Capacity of mass participant sport events for the development of activity commitment and future exercise intention. *Leisure Sciences*, 33, 250-268.

Funk, D.C., Toohey, K., & Bruun, T. (2007). International sport event participation: Prior sport involvement; destination Image; and travel motives. *European Sport Management Quarterly*, 7(3), 227-248.

Government of Japan. (2014). "Productivity of Service Industries" Cabinet office, 1-13.

Hallmann, K., & Breuer, C. (2010). Image fit between sport events and their Hosting destinations from an active sport tourist perspective and its impact on future behaviour. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 215-237.

Havitz, M.E. and Dimanche, F (1999). Leisure Involvement Revisited: Drive Properties and Paradoxes. *Journal of Leisure Research*, 31(2), 122-149.

Kaplanidou, K., & Gibson, H. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179.

Kaplanidou, K. Jordan, J.S., Funk, D., & Rindiger, L.L. (2012). Recurring sport events and destination image perceptions: Impact on active sport tourist behavioral intentions and place attachment. *Journal of Sport Management*, 26(3), 237-248.

Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination Image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12 (3/4), 183-206.

Kim, J., Kang, J.H., & Kim, Y.K. (2014). Impact of mega sport events on destination image and country image. *Sport Marketing Quarterly*, 23(3), 161-175.

Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., & Wickham, T. (2004). An examination of recreationists' relationships with activities and settings. *Leisure Sciences*, 26, 123-142.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship

between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of Leisure Research*, 35, 249-273.

McGehee, N.G., Yoon, Y., & Cárdenas, D. (2003). Involvement and travel for recreational runners in North Carolina. *Journal of Sport Management*, 17(3), 305-324.

Mohan, L.J. (2009). Effect of destination image on attendance at team sporting events. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 157-170.

Moon, K., Ko, Y. J., Connaughton, D. P., & Lee, J.H. (2013). A mediating role of destination image in the relationship between event quality, perceived value, and behavioral intention. *Journal of Sport & Tourism*, 18(1), 49-66.