

令和元年6月14日現在

機関番号：34310

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K01714

研究課題名(和文) スポーツツーリストの意思決定に影響を及ぼすスポーツデスティネーション・イメージ

研究課題名(英文) The influence of sport destination image to a sport tourist's decision making

研究代表者

二宮 浩彰 (Ninomiya, Hiroaki)

同志社大学・スポーツ健康科学部・教授

研究者番号：50284782

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、デスティネーション・イメージとマラソン参加者行動の関係を分析することを目的とした。マラソン参加者のデータは、京都マラソンのランナー調査ウェブサイトを通じて収集した。実証研究の結果、1)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、開催地デスティネーションへの地域愛着に影響を及ぼす、2)スポーツイベントの満足度は、開催地のデスティネーション・イメージとスポーツイベントへの再参加意図に影響を与える、3)開催地のデスティネーション・イメージは、スポーツイベントへの再参加意図に影響を及ぼす、ことが明らかとなった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

調査によって得られた有効標本を活用することで、同一サンプルの縦断的なデータを収集することが可能である。本研究では、同一サンプルに対して半年後に調査を実施することにより、スポーツイベント開催地に対するデスティネーション・イメージと地域愛着の変化を分析する枠組みを設定したことが学術的な特色である。また、スポーツデスティネーションを扱った先行研究では、スポーツツーリストの行動意図が分析されてきたが、本研究では、大規模なパネル調査を実施し、次大会へのエントリーの有無を調べることで、スポーツツーリストの意思決定による実際の行動を分析することができる。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study was to examine the relationship between the destination image and behaviours of marathon participants. The survey was conducted on marathon participants through the Kyoto Marathon runner survey website. The results of the empirical analyses for marathon participants showed that: 1) the perceptions of destination image where the sport event was hosted positively influenced place attachment with the host destination; 2) satisfaction with the sport event positively influenced the host destination image perceptions and intentions to participate again in a sport event; and 3) the host destination image perceptions positively influenced the intentions to participate again in the sport event.

研究分野：スポーツマーケティング

キーワード：スポーツツーリスト 都市型市民マラソン デスティネーション・イメージ 地域愛着 満足度 行動意図 縦断的データ 意思決定

様式 C-19、F-19-1、Z-19、CK-19（共通）

1. 研究開始当初の背景

健康志向が高まるなか、心身の健康を目的とした市民ランナーが急増している。これに連動して、ランニング愛好者が走る舞台となるマラソン大会を開催する自治体が増えている。関西地方では、10月25日に大阪マラソン2015（定員29,000人）、11月15日に神戸マラソン2015（定員18,000人）、12月13日に奈良マラソン2015（定員12,000人）、2月21日に京都マラソン2016（定員15,900人）と続いており、例年、4大会の都市型市民マラソンが開催されている。現在のところ、ランニングブームが続いていることもあり、いずれの都市型市民マラソンもエントリー希望者が多く（京都マラソンの抽選倍率4~5倍程度）、マラソン大会への参加者の確保はできている。しかしながら、ランナー向け情報サイト RUNNET で検索した結果、全国各地で年間300以上のマラソン大会が立て続けに開催されており、関西地方では4大会の都市型市民マラソンが競合する状況にある。持続可能なスポーツイベントの発展のためには、独自性のあるマラソン大会の開催都市であると認識されることによってランナーを惹きつけることが重要である。

2. 研究の目的

スポーツデスティネーションとは、都市型市民マラソンを例にすると、数万人規模の参加ランナーを集結させる魅力的な場所を指し、マラソン大会が開催される地域（都市）ということになる。本研究では、スポーツイベントが開催される地域（都市）のイメージと地域に対する帰属意識がスポーツツーリスト行動に及ぼす影響を実証的に解明することを目的としている。実証研究では、都市型市民マラソン参加者を対象とした大規模調査を実施し、さらに半年後にパネル調査による追跡をすることで同一サンプルの縦断的なデータを収集する。分析の枠組みとしては、スポーツツーリストがスポーツイベント開催地に抱くデスティネーション・イメージと地域愛着の変化を分析する枠組みを設定し、スポーツツーリストの意思決定メカニズムを明らかにする。

3. 研究の方法

(1)測定

マラソン大会やランニングの経験（マラソン参加回数、年間ランニング大会参加回数、ランニング年数、月間ランニング回数、月間ランニング距離）は順序尺度によって測定した。これらの5変数は、ランニング経験レベルを基礎として、低関与と高関与の参加者に分類した。

デスティネーション・イメージは、Kim et al. (2004) による7次元（都会、自然、文化、価値、安全、気候、利便）から成る20項目のデスティネーション・イメージ尺度を基礎として測定した。日本の気候を考慮に入れて、気候次元に雨天についての1項目を加えた。さらに、日本のサービス産業の成長を考慮して、レストラン、エンターテインメント、宿泊についての3項目を加えた。そして、利便次元を再構成して、サービス次元を追加した。各項目は、1 = 「全くそう思わない」から7 = 「かなりそう思う」の7段階リッカート尺度で測定した。

地域愛着は、先行研究(Kyle et al., 2003; Kyle, Bricker, Graefe, & Wickham, 2004)を参考にして地域依存性と地域同一性の2次元によって測定した。各次元は4項目から成り、1 = 「全くそう思わない」から7 = 「かなりそう思う」の7段階リッカート尺度で測定した。京都マラソン参加者による満足度は、100点満点で測定した。次大会への参加の行動意図は、1 = 「全くそう思わない」から5 = 「かなりそう思う」の5段階リッカート尺度で測定した。

Table 1には、デスティネーション・イメージと地域愛着の測定尺度の信頼性検定の結果を示した。

(2)データ収集

ウェブ調査は、イベント終了後の2017年2月21日から3月12日に実施した。京都マラソン実行委員会は、eメールと公式ウェブサイトを通じて、14,600人の参加者にウェブ調査のリンクを示して依頼した。京都マラソン2017ランナー調査によって、2,794の有効票本を得ることができた。

(3)データ選定

本研究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ため、京都市在住のサンプルを除外し、分析に用いたデータは2,202となった。

(4)データ分析

データは、IBM SPSS Statistics Ver.25を用いて分析した。Table 2は、低関与群に割り当てられた46.9%のランナーと高関与群に割り当てられた53.1%のランナーの行動特性を表した。マラソン参加者のデスティネーション・イメージ、地域愛着、満足度、行動意図におけるランニング関与の影響を検定するために回帰分析を用いた。

4. 研究成果

回帰分析の結果は、Table 3 に示した。スポーツイベント開催地のデスティネーション・イメージ次元は、高関与と低関与の両群において地域同一性の有意な予測因子であった。高関与群では、サービス次元、自然次元が地域同一性に影響を与えた。低関与群では、価値次元、文化次元、都会次元、安全次元、サービス次元、気候次元が地域同一性に影響を与えた。冬モテネーション・イメージ次元は、高関与と低関与の両群において地域依存性の有意な予測因子であった。高関与群では、サービス次元、気候次元、自然次元が地域依存性に影響を与えた。低関与群では、価値次元、気候次元、サービス次元が地域依存性に影響を与えた。

スポーツイベントに対する満足度は、低関与群においてスポーツイベントのデスティネーション・イメージにとっての有意な予測因子であったが、高関与群において有意な予測因子ではなかった。低関与群においてのみ、満足度がデスティネーション・イメージに影響を与えた。

スポーツイベントへの再参加の行動意図については、低関与群においてスポーツイベントに対する満足度が有意な予測因子であった。しかしながら、高関与群においては有意な差が見られなかった。低関与群においてのみ、満足度が再参加意図に影響を与えた。

スポーツイベントのデスティネーション・イメージ次元は、高関与と低関与の両群においてスポーツイベントへの再参加意図の有意な予測因子であった。高関与群では、サービス次元と自然次元が再参加意図に影響を与えた。低関与群では、サービス次元、価値次元、文化次元が再参加意図に影響を与えたが、利便次元は負の影響を与えた。

Table 1. Reliability of destination image scale and place attachment scale

| Scale Items | N = 1,731 | |
|--|-----------|-------|
| | Means | SD |
| Destination Image: Cronbach's α = .907 | | |
| Urban dimension: Cronbach's α = .658 | 15.63 | 2.994 |
| Urban1: Kyoto has an urbanized cities. | 5.30 | 1.267 |
| Urban2: Kyoto has a developed business industry. | 5.32 | 1.191 |
| Urban3: Kyoto has modern streets and buildings. | 5.01 | 1.357 |
| Nature dimension: Cronbach's α = .852 | 18.12 | 2.630 |
| Nature1: Kyoto has many opportunities to enjoy nature. | 5.80 | 1.101 |
| Nature2: Kyoto has beautiful natural scenery. | 6.26 | 0.898 |
| Nature3: Kyoto has many natural spectacles. | 6.06 | 0.986 |
| Culture dimension: Cronbach's α = .724 | 20.03 | 1.508 |
| Culture1: Kyoto has a rich cultural heritage. | 6.72 | 0.596 |
| Culture2: Kyoto has a unique culture. | 6.53 | 0.732 |
| Culture3: Kyoto has famous historical sites. | 6.78 | 0.535 |
| Value dimension: Cronbach's α = .671 | 13.07 | 3.032 |
| Value1: Kyoto's travelling cost is reasonable. | 5.04 | 1.349 |
| Value2: Kyoto's accommodation cost is reasonable. | 3.76 | 1.395 |
| Value3: Kyoto's facilities and attraction ticket prices are reasonable. | 4.27 | 1.146 |
| Safety dimension: Cronbach's α = .545 | 16.55 | 2.377 |
| Safety1: Kyoto is safe to travel. | 5.94 | 1.003 |
| Safety2: Kyoto's city and tourist sites are clean. | 6.29 | 0.838 |
| Safety3: Kyoto is safe from disease. | 4.32 | 1.375 |
| Climate dimension: Cronbach's α = .776 | 13.02 | 3.237 |
| Climate1: Kyoto is a place to enjoy good weather. | 4.45 | 1.411 |
| Climate2: Kyoto has pleasant weather. | 4.48 | 1.320 |
| Climate3: Kyoto has little rain. | 4.08 | 1.148 |
| Convenience dimension: Cronbach's α = .630 | 16.14 | 2.852 |
| Convenience1: Kyoto's transportation is well developed. | 5.47 | 1.327 |
| Convenience2: Kyoto has many shopping amenities. | 5.24 | 1.211 |
| Convenience3: Kyoto has good accommodation. | 5.43 | 1.222 |
| Service dimension: Cronbach's α = .675 | 16.30 | 2.774 |
| Service1: Kyoto provides good-quality service. | 5.50 | 1.164 |
| Service2: Kyoto has many restaurants with delicious food. | 5.84 | 1.116 |
| Service3: Kyoto has infrastructure for entertainment and leisure. | 4.96 | 1.277 |
| Place attachment: Cronbach's α = .923 | | |
| Place Identity dimension: Cronbach's α = .895 | 20.79 | 5.251 |
| PI1: Kyoto means a lot to me. | 5.46 | 1.397 |
| PI2: I am very attached to Kyoto. | 5.64 | 1.320 |
| PI3: I identify strongly with Kyoto. | 4.92 | 1.608 |
| PI4: I have a special connection to Kyoto. | 4.77 | 1.667 |
| Place dependence dimension: Cronbach's α = .896 | 19.16 | 5.561 |
| PD1: I enjoy running in Kyoto more than any other place. | 5.11 | 1.528 |
| PD2: I get more satisfaction from visiting Kyoto than from visiting any other place. | 5.10 | 1.522 |
| PD3: Running in Kyoto is more important than running in any other place. | 4.84 | 1.615 |
| PD4: I wouldn't run a marathon in any other place than Kyoto. | 4.12 | 1.698 |

Note. PI = Place Identity PD = Place dependence

Note. Each item was measured on 7-point scales where 1=low end of the scale and 7=high end of the scale.

Table 2. Running experience and running involvement level

| Running experience | | | N = 1,731 |
|--|-------|--|-----------|
| Frequency of marathon participation | | | |
| 2 to 9 times | Low | | 57.2% |
| 10 times or more | High | | 42.8% |
| Number of running events per year | | | |
| 1 to 4 times | Low | | 43.7% |
| 5 times or more | High | | 56.3% |
| Running history in years | | | |
| Less than 1 to 5 years | Low | | 38.1% |
| 5 years or more | High | | 61.9% |
| Running days per month | | | |
| 6 to 15 days | Low | | 65.6% |
| 16 to 31 days | High | | 34.4% |
| Running distance per month | | | |
| 0 to 100 km | Low | | 36.5% |
| 101 km or more | High | | 63.5% |
| Running Involvement Level | | | |
| Low-Low-Low-Low-Low | Low | | 9.5% |
| Low-Low-Low-Low-High | 46.9% | | 16.2% |
| Low-Low-Low-High-High | | | 21.3% |
| Low-Low-High-High-High | High | | 23.2% |
| Low-High-High-High-High | 53.1% | | 18.7% |
| High-High-High-High-High | | | 11.1% |

Table 3. Results of regression analysis for hypotheses tested

| Model | Running involvement High group | | | | | Running involvement Low group | | | | |
|---|-----------------------------------|-------|--------------|---------|--|----------------------------------|-------|--------------|--------|----------------|
| | B | SE | β | t | p | B | SE | β | t | p |
| H2a IV: Destination image dimensions DV: Place identity | | | | | | | | | | |
| (Constant) | 0.912 | 2.118 | | 0.431 | 0.667 | -3.940 | 2.170 | | -1.815 | 0.070 |
| Urban | -0.053 | 0.071 | -0.030 | -0.746 | 0.456 | 0.220 | 0.072 | 0.121 | 3.075 | 0.002 * |
| Nature | 0.267 | 0.074 | 0.133 | 3.604 | 0.000 * | 0.054 | 0.078 | 0.027 | 0.692 | 0.489 |
| Culture | 0.182 | 0.125 | 0.052 | 1.460 | 0.145 | 0.426 | 0.128 | 0.123 | 3.323 | 0.001 * |
| Value | 0.081 | 0.069 | 0.047 | 1.182 | 0.238 | 0.240 | 0.072 | 0.138 | 3.361 | 0.001 * |
| Safety | 0.058 | 0.088 | 0.026 | 0.654 | 0.513 | 0.266 | 0.094 | 0.120 | 2.821 | 0.005 * |
| Climate | 0.083 | 0.062 | 0.051 | 1.352 | 0.177 | 0.127 | 0.063 | 0.078 | 2.006 | 0.045 * |
| Convenience | 0.072 | 0.085 | 0.039 | 0.842 | 0.400 | -0.050 | 0.084 | -0.027 | -0.593 | 0.554 |
| Service | 0.486 | 0.089 | 0.260 | 5.433 | 0.000 * | 0.211 | 0.090 | 0.110 | 2.348 | 0.019 * |
| R ² = .208, Adjusted R ² = .201, F = 29.912, p < .001 | | | | | R ² = .246, Adjusted R ² = .246, F = 32.688, p < .001 | | | | | |
| H2b IV: Destination image dimensions DV: Place dependence | | | | | | | | | | |
| (Constant) | 0.969 | 2.296 | | 0.422 | 0.673 | -1.161 | 2.279 | | -0.509 | 0.611 |
| Urban | 0.013 | 0.077 | 0.007 | 0.163 | 0.870 | 0.127 | 0.075 | 0.067 | 1.686 | 0.092 |
| Nature | 0.242 | 0.080 | 0.112 | 3.013 | 0.003 * | 0.092 | 0.082 | 0.045 | 1.121 | 0.263 |
| Culture | -0.054 | 0.135 | -0.014 | -0.397 | 0.691 | 0.210 | 0.135 | 0.059 | 1.560 | 0.119 |
| Value | 0.115 | 0.075 | 0.062 | 1.537 | 0.125 | 0.267 | 0.075 | 0.148 | 3.549 | 0.000 * |
| Safety | 0.115 | 0.095 | 0.048 | 1.201 | 0.230 | 0.122 | 0.099 | 0.054 | 1.233 | 0.218 |
| Climate | 0.198 | 0.067 | 0.113 | 2.961 | 0.003 * | 0.225 | 0.066 | 0.135 | 3.391 | 0.001 * |
| Convenience | 0.120 | 0.092 | 0.060 | 1.305 | 0.192 | 0.007 | 0.088 | 0.004 | 0.077 | 0.939 |
| Service | 0.409 | 0.097 | 0.202 | 4.215 | 0.000 * | 0.248 | 0.095 | 0.125 | 2.618 | 0.009 * |
| R ² = .209, Adjusted R ² = .202, F = 29.965, p < .001 | | | | | R ² = .216, Adjusted R ² = .208, F = 27.668, p < .001 | | | | | |
| H3 IV: Satisfaction DV: Destination image overall | | | | | | | | | | |
| (Constant) | 129.063 | 0.535 | | 241.389 | 0.000 | 89.677 | 4.240 | | 21.149 | 0.000 |
| Satisfaction | 0.001 | 0.002 | 0.024 | 0.742 | 0.458 | 0.443 | 0.048 | 0.308 | 9.224 | 0.000 * |
| R ² = .001, Adjusted R ² = .000, F = .551, p = .458 | | | | | R ² = .095, Adjusted R ² = .094, F = 85.091, p < .001 | | | | | |
| H4 IV: Satisfaction DV: Intention to participate again | | | | | | | | | | |
| (Constant) | 4.734 | 0.023 | | 206.771 | 0.000 | 2.562 | 0.178 | | 14.372 | 0.000 |
| Satisfaction | 0.000 | 0.000 | 0.033 | 0.989 | 0.323 | 0.025 | 0.002 | 0.397 | 12.297 | 0.000 * |
| R ² = .001, Adjusted R ² = .000, F = .978, p = .323 | | | | | R ² = .157, Adjusted R ² = .156, F = 151.227, p < .001 | | | | | |
| H5 IV: Destination image dimensions DV: Intention to participate again | | | | | | | | | | |
| (Constant) | 3.291 | 0.290 | | 11.355 | 0.000 | 3.189 | 0.311 | | 10.263 | 0.000 |
| Urban | -0.012 | 0.010 | -0.054 | -1.238 | 0.216 | 0.010 | 0.010 | 0.042 | 0.947 | 0.344 |
| Nature | 0.023 | 0.010 | 0.091 | 2.288 | 0.022 * | 0.002 | 0.011 | 0.007 | 0.167 | 0.867 |
| Culture | 0.004 | 0.017 | 0.009 | 0.242 | 0.809 | 0.041 | 0.018 | 0.093 | 2.244 | 0.025 * |
| Value | 0.012 | 0.009 | 0.056 | 1.314 | 0.189 | 0.025 | 0.010 | 0.111 | 2.434 | 0.015 * |
| Safety | -0.001 | 0.012 | -0.003 | -0.062 | 0.951 | 0.006 | 0.014 | 0.021 | 0.436 | 0.663 |
| Climate | 0.001 | 0.008 | 0.004 | 0.096 | 0.924 | 0.006 | 0.009 | 0.028 | 0.635 | 0.525 |
| Convenience | 0.007 | 0.012 | 0.031 | 0.623 | 0.534 | -0.026 | 0.012 | -0.110 | -2.159 | 0.031 |
| Service | 0.053 | 0.012 | 0.220 | 4.293 | 0.000 * | 0.028 | 0.013 | 0.114 | 2.185 | 0.029 * |
| R ² = .093, Adjusted R ² = .085, F = 11.711, p < .001 | | | | | R ² = .057, Adjusted R ² = .048, F = 6.095, p < .001 | | | | | |

Note. IV=Independent variable DV=Dependent variable

様式 C-19、F-19-1、Z-19、CK-19（共通）

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕（計 5 件）

- 1) 都市型市民マラソン参加者のデスティネーションイメージ：奈良マラソン 2014 ランナーの居住地別分析. 胡威, 二宮浩彰, 備前嘉文, 庄子博人. 同志社スポーツ健康科学, 査読有, 9, pp. 19-23, 2017. 6.
- 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. 辻和真, 胡威, 二宮浩彰, 庄子博人, 備前嘉文. 同志社スポーツ健康科学, 査読有, 9, pp. 31-42, 2017. 6.
- 3) ランニング愛好者が都市型市民マラソン大会への参加を検討するにあたり生じる構造的制約, 備前嘉文, 二宮浩彰, 庄子博人, 生涯スポーツ学研究, 査読有, 13, pp. 29-42, 2017. 3.
- 4) 居住地からみた都市型市民マラソン参加者の消費行動：奈良マラソン 2014 の参加に伴う消費支出額の分析. 辻和真, 二宮浩彰, 庄子博人, 備前嘉文. 同志社スポーツ健康科学, 査読有, 8, pp. 23-31, 2016. 6.
- 5) 都市型市民マラソン大会への参加における制約とランニング活動動向の関係:個人内の制約と对人的制約からの検討. 備前嘉文, 二宮浩彰, 庄子博人. 生涯スポーツ学研究, 査読有, 12(2), pp. 16-23, 2016. 3.

〔学会発表〕（計 7 件）

- 1) 都市型市民マラソンにおける参加ランナーの給食の嗜好と課題：性別・年代別にみた給食に対する満足度の分析. 齋藤礼佳, 胡威, 松永敬子, 長積仁, 二宮浩彰, 日本生涯スポーツ学会第 20 回大会（名桜大学）, 2018. 11.
- 2) テキストマイニングを用いた京都マラソン 2018 における「ランナーの声」の分析. 大住翔, 胡威, 松永敬子, 長積仁, 二宮浩彰, 日本生涯スポーツ学会第 20 回大会（名桜大学）, 2018. 11.
- 3) テキストマイニングを用いた奈良マラソン 2017 における「ランナーの声」の分析. 増田翔太, 胡威, 庄子博人, 備前嘉文, 二宮浩彰, 日本生涯スポーツ学会第 20 回大会（名桜大学）, 2018. 11.
- 4) ランニング歴からみたランニング活動における動機づけの分析, 柴田美和, 胡威, 松永敬子, 長積仁, 二宮浩彰, 日本生涯スポーツ学会第 20 回大会（名桜大学）, 2018. 11.
- 5) 都市型市民マラソンにおける参加者のクチコミによる情報入手, 徐嘉楓, 胡威, 松永敬子, 長積仁, 二宮浩彰, 日本生涯スポーツ学会第 20 回大会（名桜大学）, 2018. 11.
- 6) 都市型市民マラソンの外国人ランナーにおけるデスティネーションイメージと再訪意図, 胡威, 二宮浩彰, 日本生涯スポーツ学会第 20 回大会（名桜大学）, 2018. 11.
- 7) The Influence of International Participants' Destination Image on Behavioural Intentions after a Japanese Marathon, Wei Hu, Hiroaki Ninomiya, Akira Harada, International Conference on Marketing, Tourism & Hospitality (Hong Kong), 2018. 8.

〔図書〕（計 1 件）

- 1) 「スポーツツーリズムの分類と諸事象：スポーツデスティネーションのイメージ戦略」二宮浩彰, 『季刊 観光とまちづくり』日本観光振興協会, 平成 30 年秋号（通巻 533 号）, pp. 17-19.

〔産業財産権〕

○出願状況（計 0 件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年：
国内外の別：

○取得状況（計 0 件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号（8桁）：

(2) 研究協力者

研究協力者氏名：

ローマ字氏名：

※科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。