

スポーツツーリズムによる地域活性化のアクションリサーチ

－沖縄県名護市のスポーツ観光のまちづくりを目指して－

朴 永晃*

秋吉遼子** 稲葉慎太郎** 山口志郎*** 山口泰雄**

抄録

近年、スポーツを目的に旅行するスポーツツーリストが増加しており、観光立国の実現に向けて、2008年に観光庁が設置された。観光庁(2010)は、「観るスポーツ」、「するスポーツ」、「支えるスポーツ」の3分類に関するスポーツ観光を推進している。沖縄県名護市は、「するスポーツ」と「みるスポーツ」の両方の立場からスポーツツーリストが集まっており、スポーツ観光によるまちづくりの可能性を秘めている。さらに、名護市を対象に研究者が直接介入するアクションリサーチにより、スポーツツーリズムを通じた地域活性化とスポーツ観光によるまちづくりの有効性を提唱することができる。

そこで、本研究は沖縄県名護市におけるスポーツツーリストの実態を把握するとともに、スポーツツーリズムによる地域活性化の効果を明らかにすることを目的に、関係者へのインタビュー調査、名護市民に対する質問紙調査、名護・やんばるツーデーマーチの県外参加者、及びプロ野球キャンプの県外観戦者に対する質問紙調査を実施した。関係者へのインタビュー調査の結果、地域住民がスポーツイベントに参加することで、地域住民の健康が増進され、また、県外参加者が増えることで名護市のイメージが向上され、最終的に、地域活性化に結び付けられるという強い意向がみられた。名護市民に対する質問紙調査の結果、地域住民がスポーツツーリズムによって得られる社会的効果と経済的効果を多く受けるほど、スポーツツーリズムに対する支持が高くなることが明らかになった。さらに、プロ野球キャンプの県外観戦者に対する質問紙調査の結果、名護を訪れる回数が多く、キャンプのサービスが良くなり、名護のイメージが良いと、再び名護市を訪れようと思う気持ちが強くなることが明らかになった。

キーワード：スポーツツーリズム、地域活性化、まちづくり、アクションリサーチ、名護市

* 大阪経済法科大学地域総合研究所 〒581-8511 大阪府八尾市楽音寺6-10

** 神戸大学大学院 〒657-8501 神戸市灘区鶴甲3-11

*** 笹川スポーツ財団 〒107-6011 東京都港区赤坂1-12-32

Action Research of Community Development by the Sport Tourism

- Aiming to Make Nago City, Okinawa a Sport Tourist Town -

Young-kyung Park*

Ryoko Akiyoshi** Inaba Shintaro** Shiro Yamaguchi*** Yasuo Yamaguchi**

Abstract

The number of sport tourists who travel for the sport purpose is increasing. Therefore, the Japan Tourism Agency was established in 2008 to promote tourism as a major industry. The Japan Tourism Agency (2010) is promoting the sport tourism in three classifications of “the sport to see”, “the sport to play”, and “the sport to support.” In Nago City Okinawa has the possibility of the city planning by sport tourism as sport tourists have gathered there from the position of both “the sport to play” and “the sport to see”. Furthermore, Nago City proposes the validity of the city planning by the community development and sport tourism according to the direct intervention action research. This research is to grasp the sport tourist’s condition in Nago City as well as clarifying the effect of the community development by sport tourism. This questionnaire surveys were conducted to the participants from the outside of Nago City and “NAGO YANBARU 2DAY MARCH 2011,” and spectators of a professional baseball spring training. As a result of the interview investigation to the persons concerned, the health of a local resident in Nago City has improved by joining the sport event, and because of the increase number of participants from outside of Nago City the image of Nago City itself has improved. Finally, the strong relationships between sport tourism and community development were identified in this study. The answers from residents in Nago City showed that it was clear that more benefits socially and economically they get from the sport tourism, more they support it. In addition, spectators of a professional baseball spring training from outside of Nago City said that if the service of a spring training becomes improving the image of Nago is also getting better the feeling to visit Nago City again becomes stronger.

Key Words : Sport Tourism, Community Development, Urban Development
Action Research, Nago City

*Osaka University of Economics and Law 6-10 Gakuonji, Yao city, Osaka, Japan, 581-8511.

**Graduate School, Kobe University 3-11 Tsurukabuto, Nada-ku, Kobe city, Japan, 657-8501.

***Sasakawa Sports Foundation 1-12-32 Akasaka, Minato-ku, Tokyo, Japan, 107-6011.

1. はじめに

近年、スポーツを目的に旅行するスポーツツーリストが増えている。オリンピックや各種目の世界大会、FIFA ワールドカップなどの観戦ツアーだけでなく、スポーツイベントに参加することを目的とした参加型のスポーツツーリストも増加している(野川、1992)。スポーツイベントは、企業がスポンサーとなってプロの選手やトップアスリートなどが参加する大規模なスポーツイベントから、一般市民を対象とした地域レベルのイベントがあるが、地域活性化や知名度の向上、あるいはイベントの開催による経済効果を期待して開催されている(原田・山崎、1998)。また、山口ら(1999)も、スポーツイベントの開催による経済効果、観光産業の振興、さらに地域振興の促進という側面を期待して開催されていることを明らかにしている。

野川(1994)はスポーツツーリズムの経済効果に関して、イベント開催における経済効果の高さや建設効果、及び間接効果を考慮すると非常に多額の経済効果を開催地にもたらすと報告している。スポーツツーリズムは、スポーツ振興に寄与するだけでなく、その地域社会にもたらす文化的・経済的な効果が大きいことが指摘されている(野川、1994; Standeven & De knop, 1999; Yamaguchi, 2002)。実際に、経済効果、観光産業の発展、地域活性化を期待し、スポーツイベントやウォーキング大会を開催する自治体は少なくない。上記の研究から、スポーツイベントの成功が開催地にさまざまな利益をもたらすといえるが、スポーツイベントを成功させるにはある程度の集客が必要である。イベント開催地では観光資源を併用し、活用することが必要であるという山口(2000)の指摘を考慮すると、「開催地の魅力」も重要となってくる。開催地の魅力に着目した研究として、服部・山口(2001)の研究、野川・工藤(1997)の研究、Yuan & MacDonald(1990)の研究があげられる。これらの研究で、開催地の魅力は、集客に多大な影響を与えることが明らかになった。

国内でも多くの参加型のスポーツイベントが開催されているが、特にリゾート・観光地として注目されている沖縄県では多くの参加型のスポーツイベントが開催されている。沖縄県は本土復帰以降、入域観光者数が約10倍に達し、平成15年には過去最高の508万人を記録した。市民マラソン大会、トライアスロン、水上スキー、ヨットレース、フィッシング、ウィンドサーフィン、ビーチバレーボールなど多くの参加型スポーツイベントを開催している。

その沖縄県の県庁所在地である那覇市から60km北上した所に位置する沖縄県名護市では、毎年8月に「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」、11月に「ツールド・おきなわ」、12月に「名護・やんばるツーデーマーチ」、2月に「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプと

「NAGO ハーフマラソン」が開催されている。そのため、全国から「するスポーツ」と「みるスポーツ」のスポーツツーリストが来訪する。したがって、名護市は、スポーツ観光によるまちづくりの可能性を秘めている。名護市を対象に研究者が直接介入するアクションリサーチにより、スポーツツーリズムを通じた地域活性化とスポーツ観光によるまちづくりの有効性を提唱することができ、また、沖縄県における新たなスポーツ観光開発のモデル事例として、スポーツツーリズムのプログラムを開発することができるという点で意義があると考えられる。

本研究の特色は、以下の4点である。1点目は、インタビュー調査と質問紙調査を併用した質的・量的研究を行うことである。2点目は、「するスポーツ」と「みるスポーツ」の参加者両方をスポーツツーリストとして捉え、実態を把握することである。3点目は、スポーツツーリストと住民の両方の観点からスポーツツーリズムによる効果の検証を行うことである。4点目は、スポーツツーリズムの効果について、ネガティブな効果を含め、包括的に地域活性化への影響を検証することである。

2. 目的

本研究の目的は、沖縄県名護市におけるスポーツツーリストの実態を把握するとともに、スポーツツーリズムによる地域活性化の効果を明らかにすることである。

3. 方法

上記の研究目的を達成するために、以下4つの質的・量的研究方法を用いる。

3-1. 名護市産業部商工観光課の担当者との打ち合わせ及びインタビュー調査(2011年8月)

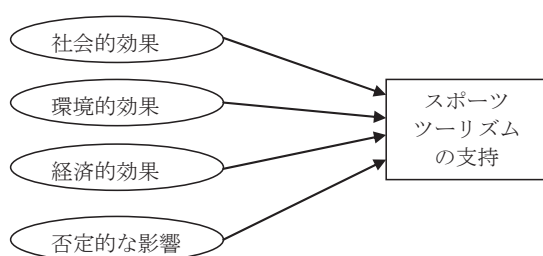
調査対象である沖縄県名護市は、観光産業に力を入れており、1年を通してスポーツやお祭りを含めた様々なイベントを行っている。そのため、名護市産業部商工観光課の担当者に対し、スポーツ観光のまちづくりに関するビジョンを聞くとともに、スポーツ観光のまちづくりを啓発する。そして、スポーツツーリズムによる地域活性化について、アクションリサーチを行うことを交渉する。加えて、スポーツツーリズムによる効果について、インタビュー調査を行い、関連資料の収集を行った。

3-2. 名護市民に対するスポーツツーリズムの効果に関する質問紙調査(2011年10月)

スポーツツーリズムは、スポーツ振興に寄与するだけでなく、その地域社会にもたらす文化的、経済的な効果が大きいことが注目されている(野川、1994; Standeven & De knop, 1999; Yamaguchi, 2002)。しかし、スポーツツーリズムの効果を地域住民が認知

しているか否か検証している研究は少ない。地域のサポートなしに、地域における持続可能なツーリズム産業を発展させることは困難である (Andereck & Vogt, 2000)。そのため、多くのスポーツツーリストが来訪する沖縄県名護市において、ホストである名護市民の視点からスポーツツーリズムの効果を検証することは、スポーツツーリズムを通じた地域活性化とスポーツ観光によるまちづくりの有効性を提唱することができる。本調査の目的は、沖縄県名護市の住民が、スポーツツーリズムの効果をどのように認知しているかを明らかにすることである。

2011年10月に、名護市在住の20歳以上の成人1,000名を住民基本台帳から系統抽出法を用いてサンプリングを行い、郵送調査法を用いた。また、回収率を高めるため、催促状を郵送した。調査項目は、個人的属性、スポーツイベントの認知度、スポーツイベントの関与、スポーツツーリズム(スポーツ観光)の効果、スポーツツーリズム(スポーツ観光)の支持である。スポーツツーリズム(スポーツ観光)の効果に関する項目は、アメリカのインディアナポリスの住民を対象に実証的研究を行い、スポーツツーリズムの効果として「社会的効果」、「環境的效果」、「経済的效果」、「否定的な影響」を示した Hritz & Ross(2010)の15項目と Andereck & Vogt(2000)の3項目を採用した。スポーツツーリズム(スポーツ観光)の効果に関する項目については、妥当性と信頼性を検証する必要があるため、プレ調査を行った。プレ調査は、2011年8月7日と8日に、名護市在住の20歳以上の成人109名に対し、自記入式による質問紙調査を行った。スポーツツーリズム(スポーツ観光)の効果に関する18項目についてSPSS18.0とAmos18.0を用いて信頼性と妥当性の検証を行った結果、本調査でもそのまま採用できると判断し、18項目そのまま使用することとした。本調査の回収数は325票、有効回答数は320票であった。本研究における仮説モデルは、「スポーツツーリズムによる効果はスポーツツーリズムの支持に影響を及ぼす」と設定し、共分散構造分析により検証した(図1)。



【スポーツツーリズムの効果】

図1. スポーツツーリズムの効果に関する仮説モデル

3-3. スポーツツーリストに対する質問紙調査

本調査は、沖縄県名護市を訪れるスポーツツーリストの再訪意図に影響を及ぼす要因を明らかにすること

を目的に行った。本調査で対象とするスポーツツーリストは、2011年12月に沖縄県名護市で開催された「第24回名護・やんばるツーデーマーチ」(するスポーツ)の県外参加者と、2012年2月に行われたプロ野球「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプ(みるスポーツ)における県外観戦者とした。

3-3-1. 「名護・やんばるツーデーマーチ」

県外参加者(2011年12月)

最近、健康づくりへの関心が高まるに伴い、年齢や性別にとらわれず参加できる生涯スポーツに注目が集まっている。その中でも、手軽に実施できるスポーツとしてのウォーキングは、身近であるというだけでなく、いつでもどこでも誰とでも行えるという点で親しみやすく継続しやすい活動と言える。ウォーキングイベントが各地で開催されており、多数の参加者が見られる。内閣府の調査(2009)によるとウォーキングは、今後行ってみたい運動・スポーツ種目のトップである。

「名護・やんばるツーデーマーチ」は、日本一早い桜の開花で知られる名護市周辺で開催される2日間のウォーキングイベントで、今回が24回目である。県内外のウォーカーが参加、自然に親しみ、青い空に語りかけ、親善と友情を深める中で心と身体への健康づくりを目的として実施されている。名護市21世紀屋内運動場をスタート・ゴールにやんばると呼ばれる名護市を含めた近隣市町村をめぐる5キロから40キロまでのコースが設定され、参加者は体力にあったコースを選び完歩を目指す。今回は、ウォーキング実践による「六つの徳行」(環境、観光、教育、暮らし方、健康、交流)を広めることを目的に、「ウォーキングの『六つの徳行』名護宣言の普及」をテーマに掲げている。

本調査の目的は、「名護・やんばるツーデーマーチ」の県外参加者の再訪意図に影響を及ぼす要因を明らかにすることである。本調査は、2011年12月10日、「名護・やんばるツーデーマーチ」を完歩した参加者に対し、配票回収法による質問紙調査法を用いた。調査項目は、個人的属性(7項目)、宿泊日数(1項目)、支出(2項目)、大会満足度(12項目)、Funk et al. (2007)を参考に目的地イメージ(6項目)、Kaplanidou & Vogt (2007)を参考に再訪意図(3項目)と過去の訪問(2項目)である。名護市内と沖縄県内からの参加者を含めて総配布回収数347票、有効回答数274票(79.0%)であった。そのうち沖縄県外からの観戦者である143名を分析の対象とした。分析方法は、単純集計、探索的因子分析、及びパス解析を行った。仮説モデル(図2)は、以下の5つの仮説から成り立っている。

- 1.過去の訪問は、目的地イメージに影響を及ぼす。
- 2.大会満足度は、目的地イメージに影響を及ぼす。
- 3.過去の訪問は、再訪意図に影響を及ぼす。

- 4.大会満足度は、再訪意図に影響を及ぼす。
- 5.目的地イメージは、再訪意図に影響を及ぼす。

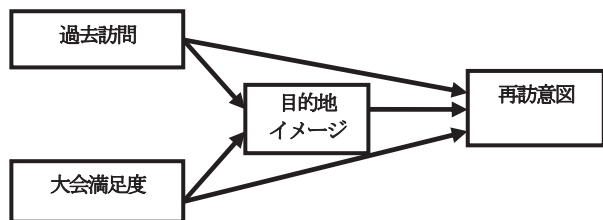


図2. 県外参加者（するスポーツ）の再訪意図に関する仮説モデル

- 4.キャンプ・クオリティは、再訪意図に影響を及ぼす。
- 5.目的地イメージは、再訪意図に影響を及ぼす。

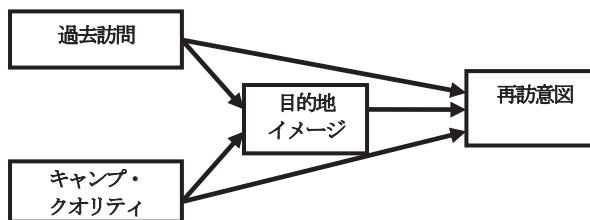


図3. 県外観戦者（みるスポーツ）の再訪意図に関する仮説モデル

3-3-2. 「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプの県外観戦者（2012年2月）

スポーツ合宿やスポーツキャンプに着目し、スポーツインフラの整備と宿泊施設を充実させ、スポーツ合宿やスポーツキャンプのメッカを目指す自治体が増えつつある（野川、2011）。その代表的な例として、沖縄県や宮崎県があげられる。1979年から沖縄県名護市でキャンプを開催している「北海道日本ハムファイターズ」は、斎藤祐樹選手が入団したこともあり、昨年2011年のスプリングキャンプには、約35,000人（1日平均約1,600人）の観客と、例年以上のマスコミが集まった。地域を活性化させるためには、継続的に地域を訪れるリピーターが必要である。本調査の目的は、「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプにおける県外観戦者の再訪意図に影響を及ぼす要因を明らかにすることである。

2012年2月4日の「北海道日本ハムファイターズ」ファンの集いに参加した県外観戦者と、5日と7日の日ハムキャンプを観戦していた県外観戦者に対し、自記入式による質問紙調査を行った。調査項目は、個人的属性（7項目）、キャンプ観戦回数（1項目）、宿泊日数（1項目）、支出（2項目）、Ko et al. (2011)を参考にキャンプに関するサービス・クオリティ（以下「キャンプ・クオリティ」）（21項目）、Funk et al. (2007)を参考に目的地イメージ（6項目）、Kaplanidou & Vogt (2007)を参考に再訪意図（3項目）と過去の訪問（2項目）である。名護市内と沖縄県内からの観戦者を含めて全体の回収数は261票、有効回答数は256票であった。そのうち沖縄県外からの観戦者である171名を分析の対象とした。分析方法は、単純集計、探索的因子分析、及びパス解析を行った。仮説モデル（図3）は、以下の5つの仮説から成り立っている。

- 1.過去の訪問は、目的地イメージに影響を及ぼす。
- 2.キャンプ・クオリティは、目的地イメージに影響を及ぼす。
- 3.過去の訪問は、再訪意図に影響を及ぼす。

加えて、(財)沖縄観光コンベンションビューローを訪ね、プロ野球キャンプに関する情報収集を行った（2月6日）。

4. 結果及び考察

4-1. 名護市産業部商工観光課の担当者とインタビュー調査（2011年8月8日）

インタビュー調査は、名護市産業部商工観光課の担当者2名に対して、約1時間程度行った。インタビュー内容は、「名護・やんばるツーデーマーチ」、「北海道日本ハムファイターズ」キャンプ、及び名護市の今後のスポーツ観光に対するビジョンであり、全て許可を得た上でICレコーダーに録音した。

4-1-1. 「名護・やんばるツーデーマーチ」

「名護・やんばるツーデーマーチ」は、今年で25回目を迎える。主催は、2年前に名護市観光協会から名護市産業部商工観光課に変更され、実施されている。実行委員は、名護市観光協会、地域新聞社、教育委員会、婦人会、校長会、沖縄ウォーキング協会などで構成されている。大会の準備は、約6ヶ月前から計画を立て、9月から本格的に活動をしている。大会宣伝と広報活動は、ポスター、チラシ、ホームページなどを活用しており、日本ウォーキング協会に依頼して、各都道府県に参加依頼をしている。大会運営費は、市の補助金430万円と参加費180万円であり、地域のシューズメーカーとオリオンビールなどから実物協賛を受けている。支出は、コース看板設置、参加者への記念品、お弁当、ボランティア、スタッフの人件費などである。ボランティア活動は、基本的に市職員が担当しているが、名護市婦人会、交通安全協会、JC、名桜大学、地域子供会などが参加している。ボランティアは、会場設置、各ブース補助、セレモニー、準備体操などである。今後は、地域の少年野球チーム、幼稚園、小学校、中学校に授業の関連として参加できるように、依頼をする計画である。

大会の開催を通じて期待することは、県外参加者の増加により観光客が増えること、ならびに市内/県内の地域住民が多く参加して健康が増進され、地域が活性

化されることである。経済効果としては、市内/県内のマリンスポーツ、オリオンビール工場などの観光施設の利用に伴う効果を期待している。社会的な効果として、地域の婦人会（名護市5支部）がボランティア活動の一環として会場、コース全般をきれいにするクリーン作戦を行っている。また、名護市は山と海があり、県内/地域の参加者が積極的に参加し、地域のイメージ向上に役立つことが期待される。教育的な効果としては、名護市子ども会、少年団が参加し、「参加してとても楽しかった」「車に乗って見ることは全く違う感じ」「私たちの地域にこんなに素晴らしい所があったな」などの地域を理解する機会を提供することができ、さらに普段歩く機会がない子供たちに歩く機会を提供して健康増進に役立っているという。環境的な効果としては、大会の前後に公園を整備したり、道路の清掃をしたり、環境整備に役立っている。

4-1-2. 「北海道日本ハムファイターズ」の キャンプ

名護市は、1979年に、日本のプロ野球史上初の合宿キャンプ地として知られている歴史深い所である。キャンプ開催の期待としては、県外の観光客誘致による地域活性化が主な目的であり、昨年実施されたキャンプの経済効果が1億6,000万円ほどだった。キャンプに関する広報・宣伝活動は、球団がメインで担当しているが、名護市でも、練習試合のスケジュール、臨時駐車場の運営状況、練習の状況などをホームページに掲載し、継続的に広報している。キャンプにかかる名護市の経費は、昨年の時点で520万円、その中でシャトルバス運営費（球場と名護市のターミナル間）、臨時駐車場の運営費、及び周辺警備による費用が主である。キャンプ誘致による地域住民の反応は非常に肯定的であり、積極的な面が見られる。特に、昨年はダルビッシュ選手、斎藤選手などの効果が大きく、記念品などの人気があり、宿泊施設と飲食店、地域のお土産の販売が多かった。また、選手たちと握手をしたり、写真撮影をしたりファンサービスが提供された点や野球教室が開催された点が特に印象的な部分だった。

経済的効果としては、特定の選手の人気とチームの成績が改善されたことにより参加者が増えたことで、かなりの効果があったようである。社会的効果としては、全国のTV、ラジオ、新聞社などのマスメディアが多く参加して名護市のイメージが向上されたことである。教育的効果としては、好きな選手を目の前で見ることや指導をうけることができたことである。環境的効果としては、5~6年前から球団と協議し、2012年2月に完成予定の屋内競技場の建設、駐車場整備を行ったことである。また、総合運動公園周辺にて協力会（名護市協賛企業）が主となり花鉢などの環境整備やゴミ処理などにも大きな効果があった。改善点として

は、駐車場の拡大、駐車場周辺の混雑に起因する渋滞被害、臨時駐車場周辺のゴミ回収の問題などが改善されなければならない点で取り上げられた。

4-1-3. 名護市の今後のビジョン

名護市振興計画は、2013年から5~10カ年計画を推進するため準備をしている。この中には海外観光客の積極的な誘致の一環として、中国、韓国などの観光客にビザ免除などの特典を中心とした海外誘致戦略も計画中である。これにより、市民の生活向上と雇用促進効果、様々な波及効果を期待している。また、宿泊、飲食だけでなく、第1次産業から第3次産業に至るまで、多角的な政策を準備している。

観光振興計画には、沖縄は観光客のリピーター率が非常に高いため、さまざまな歴史体験、国際会議、学会が可能なコンベンション活用計画、スポーツコンベンション活用計画、リゾートウェディングなど観光メニューの作成が重要である。昨年1年間、沖縄スポーツコンベンションの年間経済効果は5.5億円であった。

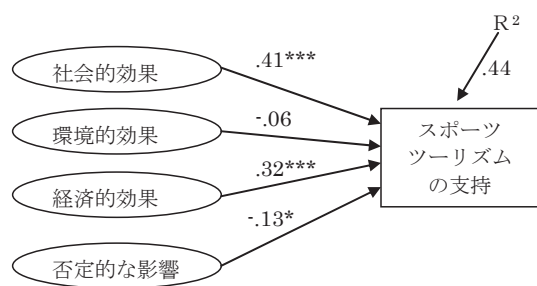
4-2. 名護市民に対するスポーツツーリズムの 効果に関する質問紙調査（2011年10月）

サンプルの特性は、男性が40.8%（127人）、女性が59.2%（184人）であり、平均年齢は、50.27歳であった。名護市で開催されているスポーツイベントやスポーツキャンプについて、最も認知度が高かったのは、「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプであった。また、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」（17.6%）に参加している人が最も多く、観客としては「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプ（63.9%）が最も多かった。スタッフやボランティアとして携わったことがあるのは「ツールド・おきなわ」（15.0%）が最も多かった。

名護市民のスポーツツーリズム（スポーツ観光）に対する態度は、全般的に好意的であった。特に「スポーツ観光は、地域のイメージを向上させる」については9割以上の人同意し、「スポーツ観光は、名護市の文化的イメージにプラスの影響を与える」についても8割以上の人同意した。また、スポーツツーリズム（スポーツ観光）の否定的な影響である「スポーツ観光は、交通渋滞、騒音、汚染を生じさせる」については、3割以上の住民が「そう思う」傾向にあることが明らかになった。スポーツツーリズム（スポーツ観光）には、否定的な影響が伴うと感じつつも、名護市がスポーツツーリズム（スポーツ観光）を推進することに対して、名護市民の4人に3人は支持することが明らかになった。

スポーツツーリズム（スポーツ観光）の支持に及ぼす影響を検証するため、仮説モデルを検証した。モデ

ルの適合度は、 $\chi^2/DF=2.14$ 、 $GFI=0.90$ 、 $AGFI=0.86$ 、 $CFI=0.93$ 、 $RMSEA=0.06$ であった。AGFIが基準値 (Hair et al., 2010) を下回ったものの、他の適合度指標は基準値 (Hair et al., 2010) を上回ったことから、仮説モデルはデータに適合していると言える (図 4)。以上のことから、「スポーツツーリズムによる効果はスポーツツーリズムの支持に影響を及ぼす」という仮説モデルは支持された。



【スポーツツーリズムの効果】

図 4. スポーツツーリズムの効果に関する仮説モデルの検証

本調査のまとめとして、スポーツツーリズム (スポーツ観光) によって得られる効果や影響を、住民は「社会的効果」「環境的効果」「経済的効果」「否定的な影響」の 4 要因で認知しており、さらに「社会的効果」と「経済的効果」を受けるほど、また「否定的な影響」を受けないほど、スポーツツーリズム (スポーツ観光) を支持することが明らかになった。

4-3. 「名護・やんばるツーデーマーチ」の 県外参加者に対する質問紙調査

(2011 年 12 月 10 日)

サンプルの特性は、性別は男性が 57.1%、女性が 42.9%と男性参加者の割合が高い。年代は 60 代が最も多く (48.3%)、次いで 70 代 (29.4%)、50 代 (9.8%) の順であり、50 代以上の中高年齢層が 90%以上を占めている。「名護・やんばるツーデーマーチ」に 10 回以上参加しているリピーターは、約 10%であった。休暇で名護を訪れた回数は、平均 3.01 回であり、スポーツイベントやスポーツ観戦を目的に名護を訪れた回数は、平均 2.12 回であった。大会の満足度について、最も満足している傾向にあったのは、ゴール後に出される「オリオンビール (ジュース)」であり、最も満足していない傾向にあったのは、「コースの案内標識」であった。そして、約 87%の参加者が、大会全体に満足している傾向にあった。また、約 7 割の参加者が、来年も「名護・やんばるツーデーマーチ」に参加しようと思っていることが明らかになった。

図 5 は、県外参加者の再訪意図に関する仮説モデルの検証結果を示している。仮説モデルを検証するために、まず大会満足度に関して、主因子法による探索的因子分析を行った結果、「運営全体」と「付帯プログラム」の 2 因子が抽出された。次に、仮説モデルを検証するためパス解析を行った結果、媒介変数である目的地イメージに影響を及ぼしているのは、大会の満足度の「運営全体」と「付帯プログラム」であった。すなわち、大会の運営全般とウォーキング以外のプログラムやサービスに関して満足すると、名護市のイメージが良くなる。次に、従属変数である再訪意図に影響を及ぼしているのは、大会満足度の「運営全体」のみであった。すなわち、大会の運営全般に対して満足すると、今後また名護市を訪れようという気持ちが強くなる。目的地イメージが再訪意図に影響を及ぼさない理由として、日本マーチングリーグウォーカー認定規定があると考えられる。日本マーチングリーグとは、全国 16 のウォーキング大会で構成されており、「名護・やんばるツーデーマーチ」もこの 1 つである。(社) 日本ウォーキング協会に会員登録をし、日本マーチングリーグ加盟大会を完歩することで、メダルなどの様々なインセンティブがもらえる。「名護・やんばるツーデーマーチ」の県外参加者は、(社) 日本ウォーキング協会に登録している人が多いことから (山口, 2010)、県外参加者は、インセンティブをもらうことを目的に、「名護・やんばるツーデーマーチ」を完歩していると推察される。そのため、県外参加者は「名護・やんばるツーデーマーチ」への参加がメインであり、他の事にはあまり興味を持たないのであろう。山口 (2000) は、スポーツツーリストは、イベント参加だけではなく、地域文化、史跡、及び自然に対する関心が高いと述べているが、強い外発的動機づけ (extrinsic motivation) でスポーツイベントに参加しているスポーツツーリストは、この特性にあてはまらない傾向にあることが示唆された。以上のことから、仮説 2 は支持され、仮説 4 は一部支持され、仮説 1、仮説 3、及び仮説 5 は棄却された。パス解析の結果、独立変数が媒介変数である目的地イメージを説明する精度は 17%であり、独立変数と媒介変数が従属変数である再訪意図を説明する精度は 19%を示した。

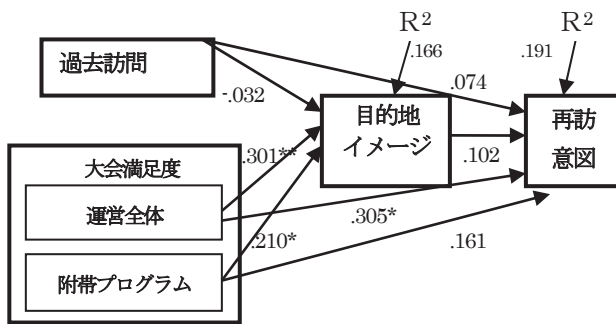


図5. 県外参加者（するスポーツ）の再訪意図に関する仮説モデルの検証

仮説モデルを検証するためパス解析を行った結果、大会満足度が高いほど、名護市のイメージが良くなる。また、大会満足度が高いと、名護市を再訪しようという気持ちに直接影響することが明らかになった。

4-4. 「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプにおける県外観戦者に対する質問紙調査 (2012年2月)

サンプルの特性は、男性が33.3% (57名)、女性が66.7% (114名) であり、30代~50代で約7割を占めた。サンプルの居住地は、北海道が圧倒的に多く (65.9%)、ファンである割合も高い (87.0%)。つまり、北海道に住んでいる「北海道日本ハムファイターズ」のファンが多くキャンプ観戦に来ている。名護市内に宿泊している観戦者が多く (71.3%)、キャンプ観戦における飲食、お土産、観光にかかる費用の平均は、40,085円であった。キャンプ・クオリティ (1:「そう思わない」~4:「そう思う」) について、最も評価が高かったのは、「ファイターズの選手のプレイは素晴らしい」 (3.75) であり、次いで「ファイターズの選手のプレイに興奮する」 (3.61)、「キャンプ会場で同伴者と充実した時間を過ごした」 (3.58) であった。一方、最も評価が低かったのは、「キャンプ会場の施設はきれいでよく整備されている」と「キャンプ会場内での案内表示は十分な数である」 (2.53) であった。

図6は、県外観戦者の再訪意図に関する仮説モデルの検証結果を示している。仮説モデルを検証するために、まずキャンプ・クオリティに関して、主因子法による探索的因子分析を行った結果、「会場」「楽しみ」「観戦者」「情報提供」及び「時間」の5因子が抽出された。次に、パス解析を行った結果、媒介変数である目的地イメージに影響を及ぼしているのは、過去の訪問、キャンプ・クオリティの「会場」「楽しみ」「観戦者」「情報提供」であった。すなわち、名護市の訪問回数が多く、キャンプ会場、キャンプでの楽しみ、他の観戦者、及びキャンプに関する情報提供についての評価が良くなると、名護市のイメージが良くなる。次に、

従属変数である再訪意図に影響を及ぼしているのは、過去の訪問、キャンプ・クオリティの「楽しみ」と「観戦者」、及び目的地イメージであった。すなわち、名護市の訪問回数が多いと、今後また名護市を訪れようという気持ちが強くなる。さらに、キャンプでの楽しみが増え、他の観戦者を好意的に感じるほど、今後また名護市を訪れようと思う気持ちが強くなる。以上のことから、仮説1、仮説3、及び仮説5は支持され、仮説2と仮説4は一部支持された。パス解析の結果、独立変数が媒介変数である目的地イメージを説明する精度は49%であり、独立変数と媒介変数が従属変数である再訪意図を説明する精度は37%を示した。

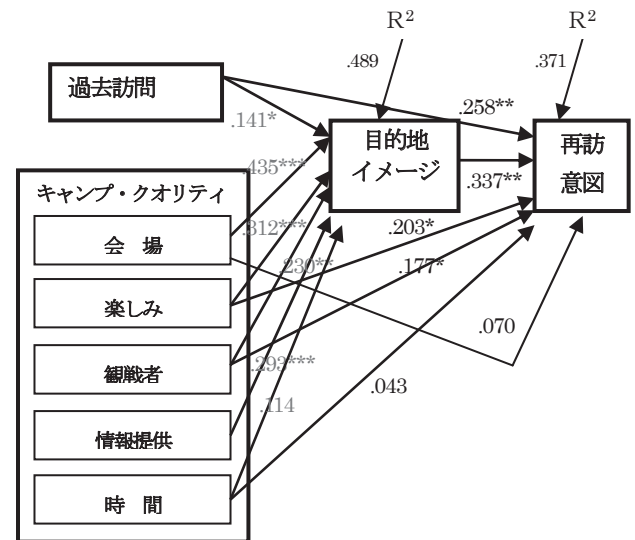


図6. 県外観戦者（みるスポーツ）の再訪意図に関する仮説モデルの検証

本調査の目的は、沖縄県名護市を訪れた県外観戦者（みるスポーツ）の再訪意図に影響を及ぼす要因を明らかにすることであった。仮説モデルを検証するためパス解析を行った結果、名護市を訪れた回数も多く、キャンプのサービスが良いほど、名護市のイメージが良くなる。加えて、名護市を訪れる回数も多く、キャンプのサービスが良く、名護市のイメージが良いと、名護市をまた訪れようと思う気持ちが強くなることが明らかになった。

5. まとめ

本研究の目的は、沖縄県名護市におけるスポーツツーリストの実態を把握するとともに、スポーツツーリズムによる地域活性化の効果を明らかにすることであった。分析の結果、以下4点の結果が導き出された。

1. 名護市関係者へのインタビュー調査の結果、地域住民がスポーツイベントに参加することで、地域住民の健康が増進される。また、県外参加者が増えることで名護市のイメージが向上され、最終的に、

地域活性化に結び付けられるという強い意向がみられた。

2. 名護市民に対する質問紙調査の結果、スポーツツーリズム（スポーツ観光）によって得られる効果や影響を、住民は「社会的効果」「環境的效果」「経済的效果」「否定的な影響」の4要因で認知している。さらに「社会的効果」と「経済的效果」を受けると、さらに「否定的な影響」を受けないほど、スポーツツーリズム（スポーツ観光）を支持することが明らかになった。

3. 「名護・やんばるツーデーマーチ」の県外参加者に対する質問紙調査の結果、大会満足度が高いほど、名護市のイメージが良くなる。また、大会満足度が高いと、名護市を再訪しようという気持ちに直接影響することが明らかになった。

4. 「北海道日本ハムファイターズ」のキャンプの県外観戦者に対する質問紙調査の結果、名護市を訪れた回数が多く、キャンプのサービスが良いほど、名護市のイメージが良くなる。加えて、名護市を訪れた回数も多く、キャンプのサービスが良く、さらに名護市のイメージが良いと、名護市をまた訪れようと思う気持ちが強くなることが明らかになった。

以上の結果から、名護市や名護市民は、名護市で行われているスポーツイベントやスポーツキャンプに来訪する沖縄県外からの人に対し、スポーツツーリズム（スポーツ観光）による効果や、ひいては地域活性化につながることを期待していることが明らかになった。また、沖縄県外から名護市に来訪する「するスポーツ」と「みるスポーツ」のスポーツツーリストは、スポーツイベントに満足すると、ならびにスポーツキャンプに対する評価が良いと、再度名護市を訪れようという意思を持つ。地域のサポートなしに、地域における持続可能なツーリズム産業を発展させることは困難であることから（Andereck & Vogt, 2000）、名護市や名護市民が一体となり、名護市を活性化させるために、スポーツイベントやスポーツキャンプをまちづくりの重要なツールと捉え、持続的に、ならびに戦略的に行う必要があると言える。

このように、本研究を行うことでスポーツ観光のまちづくりへの基礎資料を得ることができた。そして、スポーツ観光のまちづくりに向けての促進材料となり、さらなる波及効果も期待できるだろう。

参考文献

Andereck, K. L. & Vogt, C. A. (2000) The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research* 39(8): 27-36.
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.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010) *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, Prentice Hall: NJ, USA.

原田宗彦・木村和彦編 (2009) *スポーツ・ヘルスツーリズム*. 大修館書店: 東京.

原田尚幸・山崎利夫 (1998) スポーツイベントにおける広報活動—トライアスロン大会に関するイメージについて. *鹿屋体育大学紀要* 19: 35-42.

服部愛子・山口泰雄 (2001) 海外ウォーキングイベントに参加するスポーツ・ツーリストの旅行動機に関する研究. 修士論文 神戸大学.

Hritz, N. & Ross, C. (2010) The Perceived Impacts of Sport Tourism, An Urban Host Community Perspective. *Journal of Sport Management* 24: 119-138.

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.

川西正志 (研究代表者) (2000) 第12回全国スポーツ・レクリエーション祭参加者調査報告書. PALS (Promotion of Active Life-Style) 研究プロジェクト成果報告書. 鹿屋体育大学.

川西正志 (研究代表者) (2000) 第2回いぶすき菜の花ツーデーマーチ参加者調査・実験結果報告書. PALS (Promotion of Active Life-Style) 研究プロジェクト成果報告書. 鹿屋体育大学.

Klenosky, B. D. (2002) The "Pull" of Tourism Destinations: A Means-End Investigation, *Journal of Travel Research*: 384-395.

Ko, Y. J., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011) Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality* 21(3): 304-322.

松本耕二・野川春夫 (1990) ホノルルマラソン完走者の満足度要因の分析. *レクリエーション研究* 23: 38-39.

内閣府大臣官房政府広報室 (2009) *体力・スポーツに関する世論調査報告書*.

野川春夫 (1992) *スポーツ・ツーリズムに関する研究—ホノルルマラソンの縦断的研究—*. 鹿屋体育大学学術研究紀要 7: 43-55.

野川春夫 (2011) 地域活性化をもたらすスポーツ施策—スポーツ力を地域力に—. *月刊自治フォーラム*

616 : 5-7.

野川春夫 (研究代表者) (1990) 地域活性化におけるスポーツイベントの総合研究調査報告書. 平成元年鹿屋体育大学研究特別経費研究成果報告書. 鹿屋体育大学.

野川春夫 (研究代表者) (1994) スポーツ・ツーリズムと経済効果に関する研究. 平成5年度文部省科学研究費 (一般研究 C) 研究成果報告書, 鹿屋体育大学.

野川春夫・工藤康宏 (1997) スポーツ・ツーリストのイベント参加を規定する要因に関する研究—Push factor と Pull factor に着目して—. 鹿屋体育大学学術研究紀要 17 : 65-72.

佐々木土師二 (1996a) 「旅行者行動の心理学」に向けて (2), 関西大学社会学部紀要 28 (2) : 27-68.

佐々木土師二 (1996b) 「旅行者行動の心理学」に向けて (3). 関西大学社会学部紀要 28 (3) : 41-73.

Standeven, J. & De knop, P. (1999) SPORT TOURISM. Human Kinetics, USA.

社団法人日本ウォーキング協会 HP

<http://www.walking.or.jp/rally/japan/index.html>

(2012年2月24日)

山口泰雄 (2000) 生涯スポーツとイベントの社会学—スポーツによるまちおこし— (第2版). 創文企画 : 東京.

Yamaguchi, Y. (2002) Sport Tourism, Sport Volunteer and Sport For All. *Journal of Asiana Sport For All* 1:29-36.

山口泰雄 (研究代表者) (1991) 地域活性化におけるスポーツイベントの社会経済的研究. 平成3年度文部省科学研究費 (一般研究 : C) 研究成果報告書. 神戸大学.

山口泰雄 (研究代表者) (2010) 第23回名護・やんばるツアー・マーチ参加者調査報告書. 神戸大学.

山口泰雄・谷口幸一・川元克秀・長ヶ原誠・青木高 (2000) 高齢者の運動と生活満足度に関する調査研究報告書. (財)健康・体力づくり事業財団.

Yuan, S. & MacDonald, C. (1990) Motivational Determinates of International Pleasure Time. *Journal of Travel Research Summer*: 42-44.

この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。