スポーツツーリストにおけるデスティネーションイメージに関する研究
～スポーツイベントの参加者に着目して～

Examining the Destination Image of Sport Tourists
～Focusing on the Sport Event Participants～

スポーツビジネスマネジメント領域
５００９A０４６－１　柴田　恵里香　　研究指導教員：　原田　宗彦

1. 背景

2003 年の時点で，世界のツーリズム市場の 10%にあたる 510 億ドル（5 兆 1 千億円）がスポーツツーリズムの市場であると原田（2009）は紹介しており，野川(2009)によると，スポーツツーリズムは数千億円ビジネスと呼ばれ，約 450 兆円に達する世界のツーリズム産業の中でも，もっとも成長著しい分野となっている．なお，スポーツツーリズムとは，スポーツやスポーツイベントへの参加，または観戦を目的として旅行し，目的地に最低でも 24 時間以上滞在することと定義されている（野川ら，1998）．そして，この現象の主体となるのがスポーツツーリストであり（工藤ら，2002），スポーツ活動を主目的としている彼らが訪れ，宿泊滞在を伴う旅行行動と結びつく魅力ある，幅広い利用者層を受け入れるハードとソフトを備えている場所がスポーツデスティネーションである（国谷ら，2004）．

ツーリストにとって，より魅力的なデスティネーションであるためには，その観光目的地への需要を創造するデスティネーションマーケティング活動が必要となるが（高橋ら，2010），Tasci et al.（2007）は，デスティネーションマーケティングの重要な側面のひとつがデスティネーションのイメージマネジメントだと述べている．スポーツデスティネーションにとっても，より魅力的な目的地となるには，消費者行動に強い影響力を持つイメージのマネジメントが重要であると考えられ，適切なデスティネーションイメージ（以下 DI とする）を形成し，マネジメントすることは，マーケティング戦略や効果的なポジショニングを行う上で極めて重要なことといえる（Echtner et al., 1993）．

2. 先行研究

DI の主な構成要素としては，認知的側面と感情的側面が挙げられ(Baloglu ら, 1999；Beerli ら, 2004)，様々な情報源や個人的属性がこれら側面に影響を与えていることも示されている（MacKay ら，1997；Baloglu ら, 1999；Beerli ら, 2004；Martin ら, 2008）．また，Echtner ら（1993）は DI の概念的枠組みを 3 つの次元を用いて説明しており，イメージを測定する尺度開発においては Walmsley ら（1998）が，地域の属性リストを作成するのではなく，構成概念を両極に置く SD 法など，より普遍的な構造やスキーマを用いて DI に着目する必要があると指摘している．

なお，Bigne ら（2001），Chi ら（2008），Chen ら（2007），Lee ら（2009），Alcaniz ら，（2009）による研究では，DI がクオリティ，満足，再来訪意図，口コミ意図に直接的，間接的な影響を与えていることが実証されている．しかし，スポーツツーリズムではツーリズム研究において重視されている DI を取り入れた研究は少なく，ツーリズム分野で開発されてきたイメージ測定尺度を採用しており（Lee ら，2005；Funk ら，2007），工藤（1998）が指摘するように，スポーツツーリストの視点から捉えたアプローチを反映させているとはいいがたい．

3. 研究目的

そこで本研究では，①スポーツツーリストの視点で捉えた DI の構成要因を明らかにし，②DI が，スポーツツーリストの滞在経験における総体的評価や満足，さらには将来的な行動意図にどのような影響を及ぼすかを検証することとする．

4. 研究方法

本研究ではまず，研究目的①であるスポーツツーリストの視点で捉えた DI の構成要因と，それらを測定できる尺度の開発に向け，キーワードの収集，新たな項目の精査と潜在因子の抽出，そして測定尺度の信頼性と妥当性の確認という 3 段階に分けて調査を実施した．その後，この測定尺度を用いて目的②である DI から総体的評価，総体的満足，行動意図への影響を構造方程式モデリング（Structural Equation Modeling: SEM）分析を用いて検証した．

5. 結果と考察

【キーワードの収集】

2010 年 5 月 29－30 日に長野県上田市菅平高原で開かれたアルティメット・フリスビーの 2010 ミックスアルティメット大会に参加した男女計 397 名のプレーヤーを対象に，国内で大会が主に開催される 4 カ所についてのイメージに関するキーワードを自由記述から得た結果，2261 の言葉が収集された．これらをスポーツマネジメント専攻の博士課程 3 名の協力を得て，親和図法に従い言葉を分類した．それらを SD 法に対応する項目に置き換え，既存尺度 6 項目（Funk ら，2007）に新たな 12 項目を加えることができた．

【項目の精査と潜在因子の抽出】

2010 年 7 月 24－25 日に静岡県富士市の富士川緑地

公園で開催された全日本社会人アルティメット選手権大会予選に参加した男女計 430 名にアンケート用紙を配布した結果，計 263 部（回収率 61.16%）を回収することができた．

このデータで探索的因子分析を実施したところ，18 項目から 4 因子 11 項目に集約され，因子名はそれぞれ「感覚因子」「雰囲気因子」「アクティビティ因子」「アクセス因子」となった．

【測定尺度の信頼性と妥当性】

調査 2 で得られた 4 因子 11 項目を用いて測定尺度の信頼性と妥当性を確認すべく，2010 年 8 月 28 日，9 月 2−4 日に大阪府堺市のサッカーナショナルトレーニングセンターで開催された全日本社会人および学生アルティメット選手権大会本戦の参加者男女計 673 名にアンケート用紙を配布し，289 部（有効回答率 42.94%）の回答を得ることができた．

確認的因子分析の結果，モデルの適合度指標は妥当な数値を示し（表 1），各因子はそれぞれの説明変数に有意な影響を与えていることが明らかとなった．

表 1　4 因子構造確認的因子分析モデル適合度指標

CMIN	CMIN/df	GFI	CFI	RMSEA
123.321	3.162	.916	.766	.090

一方のクロンバック α 係数は.77～.89 で内的整合性があると判断できる範囲ではあったが，因子内の各項目を削除した場合の結果に着目したところ，「雰囲気因子」の「広い−狭い」のみ項目が削除された場合，数値が.84 から.92 と再検討が必要とされる約.10（小塩，2008）も上昇していることが分かった．そこで，専門家との協議も踏まえ，「雰囲気因子」には 2 つの概念が内在している可能性が高いと判断し，次の調査では DI を 4 因子ではなく，5 因子構成であると仮定し調査を進めることとした．

【DI から総体的評価と満足，行動意図への影響】

上記の改善点を踏まえ，調査 4 では，2010 年 11 月 6−7 日に静岡県富士市の富士川緑地公園で開催された全日本学生新人アルティメット選手権大会に参加した男女計 1043 名を対象とし，アンケート用紙を配布した．その結果，711 部（回収率 68.17%）の回答を得ることができ，分析には無効回答を除いた 610 部（有効回答率 58.49%）を使用している．

確認的因子分析では，5 因子と仮定した今回のモデルが前回に比べ，適合度指標が改善していることが読み取れる（表 2）．

表 2　5 因子構造確認的因子分析モデル適合度指標

CMIN	CMIN/df	GFI	CFI	RMSEA
245.258	4.459	.944	.960	.075

新たに仮定した「風土因子」と「空間因子」においては，それぞれの説明変数へ有意な影響を及ぼしていることが示されたが，他変数との相関係数が類似していることから，より詳細な検討がこの 2 因子には必要と考えられ，今後の課題とする（図 1）．なお，信頼性 α 係数は.75～.90 と妥当な範囲に収まっていることから，内的整合性があると判断できた．

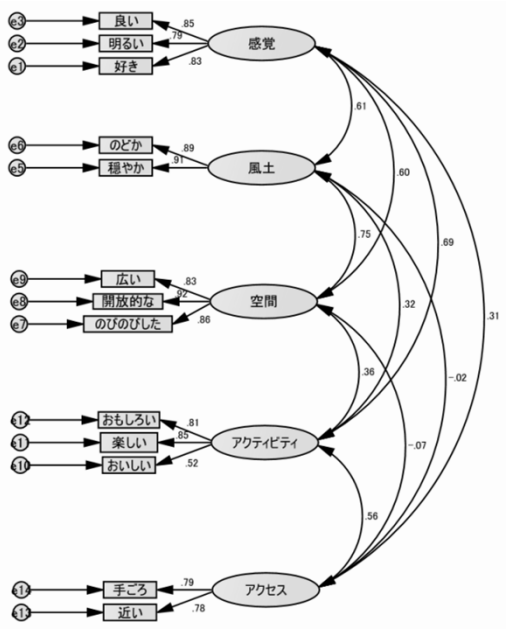

図 1　確認的因子分析

DI が他変数に及ぼす影響については，SEM 分析の結果から，DI は総体的評価，総体的満足，行動意図へそれぞれ有意な影響を及ぼしていることが分かり，また，行動意図へは総体的評価と満足を介して間接的な影響を及ぼしていることも理解できた（図 2）．

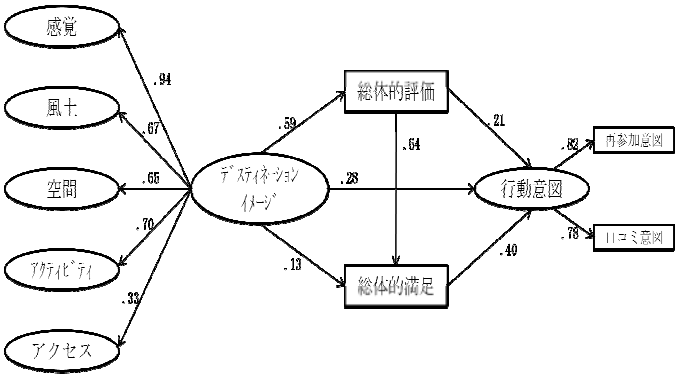

図 2　DI から行動意図への影響における SEM 分析

6. まとめ

スポーツツーリストにおける DI は，デスティネーションの多様な側面を含んだ 5 因子で構成されていることが理解できた．また，一般ツーリスト同様に，DI が評価や満足，行動意図の重要な先行要因となっていることも実証され，今後のスポーツイベントやデスティネーションマーケティングでは，イメージのマネジメントが重要な役割を果たすことが示された．