

2011年度 修士論文

市民マラソン大会における他者行動と
大会満足度の関係に関する研究

A Study of relationship with other's behavior and event
satisfaction in Citizen Marathon

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科
スポーツ科学専攻 スポーツビジネス研究領域

5010A096-5

渡邊 健

Watanabe, Ken

研究指導教員： 原田 宗彦 教授

目次

第 1 章	研究背景	5
第 1 節	全国的なマラソン・ランニング人気と周辺マーケットの拡大	5
第 2 節	市民マラソン大会と地域活性化の関係	7
第 3 節	市民マラソン大会の課題	9
第 4 節	市民マラソン大会の課題克服のための大会満足度	10
第 5 節	問題の所在	10
第 6 節	研究目的	11
第 2 章	先行研究の検討	12
第 1 節	スポーツイベントの満足度に関する研究	12
第 2 節	サービス・マーケティング研究の中での対人関係	14
第 3 節	他者行動と大会満足度の関係	16
第 4 節	市民マラソン大会内における対人行動	17
第 3 章	研究方法	18
第 1 節	研究の定義	18
第 2 節	本研究のフレームワーク	19
第 3 節	他者行動事象の収集（予備調査①）	19
第 1 項	データ収集	19
第 2 項	インタビュー内容	22
第 4 節	他者行動事象の抽出（予備調査②）	23
第 5 節	他者行動事象のグループ化（予備調査③）	23
第 6 節	他者行動事象の項目化（予備調査④）	24
第 7 節	他者行動項目の選定（予備調査⑤）	25
第 1 項	データの収集	25
第 2 項	測定項目	29

第 3 項	まとめ	29
第 8 節	順序データの収集（本調査）	30
第 1 項	データの収集	30
第 2 項	測定項目	32
第 3 項	分析方法	32
第 4 章	結果	35
第 1 節	サンプル特性	35
第 1 項	人口統計学的特性	35
第 2 項	行動学的特性	36
第 2 節	他者行動項目結果	38
第 1 項	他者行動項目の特性	39
第 2 項	他者行動項目評価の性差による比較	41
第 3 項	他者行動の評価と大会満足度の相関関係	44
第 4 項	他者行動の有無による 2 群の大会満足度の比較	46
第 5 項	他者行動項目の有無を用いた重回帰分析	49
第 5 章	研究の考察	51
第 1 節	他者行動項目に関する考察	51
第 1 項	他者行動項目の検討	51
第 2 項	他者行動と大会満足度の関係	52
第 2 節	研究の限界と今後の課題	55
引用参考文献		58
付録		62
付録 1	予備調査に使用された質問紙	62
付録 2	本調査に使用された質問紙	65
謝辞		69

図表目次

図 1	研究のフレームワーク	19
図 2	市民マラソン大会内での対人関係としてインタビューに使用された資料	22
図 3	2011 成田 POP ラン大会パンフレット	25
図 4	よこすかシーサイドマラソン大会パンフレット	31
表 1	日本における近年の大規模マラソン大会の開催	6
表 2	地元の産業 PR を図っている主な市民マラソン	8
表 3	インタビューイ一覧	21
表 4	予備調査⑤の人口統計学的サンプル特性	27
表 5	予備調査⑤の行動学的サンプル特性	28
表 6	本調査の人口統計学的サンプル特性	36
表 7	本調査の行動学的サンプル特性	38
表 8	他者行動項目の単純集計表	40
表 9	『一緒に行った参加者』の他者行動評価における性差	41
表 10	『その他の参加者』の他者行動評価における性差	42
表 11	『大会スタッフ』の他者行動評価における性差	43
表 12	『沿道の人々』の他者行動評価における性差	43
表 13	他者行動の評価と大会満足度との相関関係	45
表 14	『一緒に行った参加者』の他者行動の有無による大会満足度の比較	46
表 15	『その他の参加者』の他者行動の有無による大会満足度の比較	47
表 16	『大会スタッフ』の他者行動の有無による大会満足度の比較	48
表 17	『沿道の人々』の他者行動の有無による大会満足度の比較	48
表 18	他者行動の有無と大会満足度の重回帰分析	50

第 1 章 研究背景

第 1 節 全国的なマラソン・ランニング人気と周辺マーケットの拡大

現在，日本では全国的なランニング・マラソンブームが起こっている．公共財団法人日本生産本部が行った調査（2010）によるとジョギング・ランニング人口は 2005 年から約 680 万人増加し，2810 万人と推計された．このマラソンブームの背景として，①用具に要する費用が少ない，②場所を選ばずに一人で楽しめる手軽さ，③高齢社会が加速する中で健康志向の高まり，④女性ランナーを中心としたウェアのファッション化など点が挙げられる（関東財務局・経済調査課，2011；価値総合研究所，2006；上代・野川ら，2011；読売新聞，2010）．

このようなランニング・マラソンブームも 2007 年に開催された東京マラソンの開催が契機となって，近年は奈良マラソンや，大阪マラソン，神戸マラソン，京都マラソンと全国で都市型の大規模マラソン大会開催の動きが加速している（表 1 を参照）．これらの大会の新たな特色として大阪マラソンでは森林保全やがん撲滅などチャリティーを行うことで大会に社会貢献の要素を付加しており，東京マラソンでは参加自体にチャリティー参加枠などを設置していることが挙げられる（産経関西，2011；笹川スポーツ財団，2011）．

表 1 日本における近年の大規模マラソン大会の開催

大会名	開催日	大会の特色
奈良マラソン	2010年12月5日	平城遷都1300年記念
大阪マラソン	2011年10月30日	大阪城,御堂筋,通天閣を結ぶ新たな祭りの創設
神戸マラソン	2011年11月20日	震災からの復興アピール
熊本城マラソン	2012年2月19日	熊本市政令指定都市化記念事業
京都マラソン	2012年3月11日	古都京都の新たな観光資産の創造
名古屋マラソンフェスティバル	2012年3月11日	女性だけの15,000人の大会
千葉アクアラインマラソン	2012年10月	海上に位置するアクアラインを走る

(坂牧,2011に筆者が加筆修正)

大規模な都市型マラソン大会だけではなく, 関東甲信越地方においては 2010 年に約 500 の大会 (ハーフ, 10 km 含む) が開催された (関東財務局・経済調査課, 2011)。規模の大小に関わらず日本全国で多くのマラソン大会が開催されている。

このようなランニング・マラソンの流行に伴い, ランナーを対象にした関連ビジネスもまた活況を呈している。矢野経済研究所 (2010) の調査においてランニングシューズの国内出荷規模は, 数量ベースで前年比 7.3%増, 金額ベースで前年比 7.7%増と大きく伸長していることが明らかとなった。スポーツシューズ全体では, 数量ベースが前年比 0.9%増, 金額ベースで前年比 0.1%増となっているため, スポーツシューズ市場の中でランニングシューズは有望な分野であることが伺えると述べている。また同研究所の調査 (2010) ではシューズだけでなく, ウェアに関しても陸上競技・ランニングウェアの 2009 年国内出荷規模数は金額ベースで前年比 19.7%増とスポーツアパレル市場において唯一の 2 桁成長を記録していることが明らかになった。調査結果から同研究所はランニング・ジョギングのブームの波を容易に感じるできると述べている。

ランニング・ジョギングが人気を博していることで, 新たなサービスも生まれている。季節を問わず皇居周辺はランナーで活気があり, 皇居を走るランナーをターゲットにした

ランニングステーションと呼ばれる、ランナー向けの施設が設置されている。サービスを展開している施設では更衣室、ロッカー、シャワー室などが完備され、通勤の前後にランニングを行うことができるようになっている。この新規市場に参入している企業はランニングステーションの運営を専門とした企業の他、スポーツ用品メーカー、衣料メーカーなどで各企業は自社ブランド発信の場が増えることにより、各種商品の販売促進につながることを期待している（関東財務局・経済調査課，2011）。このように、現在の日本ではランニング・マラソンのマーケットは新規サービスの誕生により年々拡大している。

第2節 市民マラソン大会と地域活性化の関係

全国的なランニング・マラソンのブームの中、市民マラソン大会を開催する自治体が大会の開催を通じた地域活性化に取り組んでいるのは既知のとおりである。その具体的事例として、レース名に地域的特色を冠する、コースを観光地周遊型に設計する、参加賞や会場へのブース出展を通じて特産品を提供するなど地域の活性化につながるような取り組みが行われている（関東財務局・経済調査課，2011； 価値総合研究所，2006）。実際に行われている大会例を表2に示した。

表 2 地元の産業 PR を図っている主な市民マラソン

特産品	時期	場所	概要
別海町パイロットマラソン	10月	北海道別海町	完走すると鮭一匹、参加賞に乳製品が贈られる。
雄物川まつたけマラソン	10月	秋田県横手市	参加賞に松茸ご飯、Tシャツ、特産品、各種目6位までに松茸が配られる。
果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大	6月	山形県東根市	参加賞にさくらんぼの他、さくらんぼ種飛ばし大会も行われる。
加須こいのぼりマラソン大会	12月	埼玉県加須市	全長100mを誇るジャンボこいのぼりの遊泳と本格的な手打ちうどんが有名、参加賞はこいのぼり絵入りタオル、手打ちうどんのサービスがある。
小川和紙マラソン	12月	埼玉県小川町	埼玉伝統工芸会館を発着するコースで、小川和紙等の伝統工芸品をアピールしている。参加賞に和紙製品。
鴻巣パンジーマラソン	3月	埼玉県鴻巣市	参加賞は花の種（パンジー、コスモス、ひまわり）、入賞するとパンジー等の花が贈られる。
庄和大風マラソン	5月	埼玉県春日部市	大会日前後には日本一の大風上げ祭りを開催、上位入賞者には風が贈られる。
富里スイカロードレース	6月	千葉県富里市	給スイカ所があり、走りながらスイカを食べることができる。
勝沼ぶどう郷マラソン	11月	山梨県甲州市	参加賞にぶどう、ワイン、お弁当で、会場でワインの飲み放題が楽しめる。
ぶどうの里ふれあいマラソン	9月	岡山県井原市	完走した後にぶどうの食べ放題やおにぎりなどがあり、地元各種団体の手作りの大会。
北栄町すいか・ながいも健康マラソン	7月	鳥取県北栄町	ゴール後には大栄スイカが食べ放題・長いものとする汁がサービス。
小豆島オリーブマラソン全国大会	5月	香川県内海市	オリーブをはじめとした地元特産品が食べ放題で、会場ではそうめんが食べ放題のサービス。
あくねボンタンロードレース大会	12月	鹿児島県阿久根市	日本一の生産量を誇るボンタンなど他の特産品（筍、ボンタン漬け）が参加賞になっている。

（価値総合研究所が作成したもの(2006)に筆者が加筆修正）

地域活性化につながる市民マラソン大会の短期的な効果として、大会の参加者（応援者含む）による飲食・宿泊需要がある（日本銀行宮崎事務所・日本銀行鹿児島支店，2010）。

同事務所の試算によると 2009 年に開催された国際青島太平洋マラソンを事例とした場合、大まかな経済効果の試算は 5.7 億円となっている。また、日本最大規模の市民マラソンと言われる東京マラソンでは 2011 年開催時の全国に与えるその経済効果は 240 億円と試算された（公益社団法人関西経済連合会・財団法人関西社会経済研究所，2011）。

また短期的な効果だけでなく、中長期的な効果として、マラソン大会参加者・応援者の満足度を高めることでマラソン大会以外の目的による地域への再訪率を伸ばすことや、メディアを通じた知名度向上を図り、ランナー以外の集客を狙うといったことが考えられる

（日本銀行宮崎事務所・日本銀行鹿児島支店，2010）。地域社会にとって市民マラソン大

会は人を呼び込むための契機として捉えられており、大会開催を活用した地域活性化が取り組まれている。

第3節 市民マラソン大会の課題

これまで述べたように、市民マラソン大会は全国各地で開催され、地域の活性化に資する効果が様々な研究で報告されているが、課題もまた指摘されている。関東財務局・経済調査課（2011）は市民マラソン大会の課題について①大会開催日の交通規制による市民生活への影響、②主催者側のキャパシティの限界により参加人数が制限される、③大会の乱立によるランナーの奪い合い、④経済効果が大会当日の短期的な需要増に留まっている、と指摘している。

日本銀行宮崎事務所・日本銀行鹿児島支店（2010）の調査では、短期的効果・中長期的効果の双方を意識した戦略的な取り組みが求められ、そのためには情報の受・発信力を強化していく必要があると述べられている。その一例として情報受信力の面では、参加者に対するアンケート調査の拡充などを通じて大会運営方法の改善や滞在中の消費需要の喚起、リピーター率の引き上げのためのヒントを得ていくことが重要であると提言された。情報発信力の面では、増加するマラソン大会の中での独自性や特色を創造、アピールしていくことが必要であると示唆された。

これらの研究背景により、各地で開催されている市民マラソン大会を活用し地域の活性化を促すためには、大会に参加した参加者・応援者の大会期間中の地域内消費を高めると共に、大会を通じて地域のファンを獲得、大会以外での地域への再訪問を促すような取り

組みが必要とされている。

第4節 市民マラソン大会の課題克服のための大会満足度

先節において、地域への再訪問を促すような取り組みが必要とされていると述べた。しかしながら野川・工藤（1997）は、スポーツイベントは一過性のものであり、無形のものであるため、常に一定の集客や社会経済効果は期待できないと述べている。したがって、スポーツイベントの開催における集客戦略や社会経済効果を効果的に生み出す大会運営には相当の運営努力が必要とされることが考えられる。その中で北村・川西ら（2000）は、地域における生涯スポーツイベントの成功のためには参加者の満足度が重要な要素の一つであり、参加者の高い満足度はリピーターを生み出し、やがて参加者の定着に至ることを示唆した。参加者の大会リピート率、また地域への再訪率を高めるための一施策として、参加者の大会満足度に着目し、満足度を高めるような施策が必要である。

第5節 問題の所在

これまで述べてきたように、市民マラソンを活用し地域活性化を促すためには、大会運営者や地域全体で参加者の満足度を高めるような施策を行う必要がある。近年のランニング・マラソンブームの背景には参加者の市民マラソン大会に参加する動機が多様化していることが挙げられ、その中で人の交流は注目を集めている（野川・工藤，1997；山口・佐々木ら，2011）。ボランティアの対応や沿道の応援は、これまでの先行研究から大会の参加者にとって大会魅力の一つであることが指摘されている（山口・佐々木ら，2011）。

しかしながら、これまでの先行研究では人の交流と満足度の関係について言及しているものはあるものの、具体的にどのような人との交流であるのかが明らかになっておらず、また実証的に研究されたものも皆無である。大会の満足度に影響することが示唆される市民マラソン大会の人の交流事象を明らかにすることは大会主催者のマネジメント戦略を考案するのに有益な情報として活用される可能性が考えられる。以上のことから、本研究は市民マラソン大会内における人の交流に着目することとする。

第6節 研究目的

本研究の目的は、市民マラソン大会の参加者が大会内で認知する他者行動を明らかにし、他者行動と大会満足度との関係性を明らかにすることとする。

また、主体の相違による他者行動と市民マラソン大会の満足度の関係性を比較検討することとする。

第2章 先行研究の検討

第1節 スポーツイベントの満足度に関する研究

これまでのレジャー・レクリエーション研究の中においてスポーツイベントの参加者を対象にした研究の蓄積は数多くある。その研究課題として参加者の観光行動や参加行動、参加動機、大会評価、またイベント参加者が地域にもたらす経済効果の研究などスポーツイベント参加者の特性を解明しようとする研究がある（工藤・野川，2003；野川・工藤，1997；山口・佐々木ら，2011；山本・松尾ら，1999）。参加者に着目するのは、スポーツツーリストとしての参加者が観光や土産物の購入、特産品やグルメを楽しむといった消費行動を伴うことで、開催地にもたらされる経済的効果が高いことが大きな一つの要因として考えられる（野川，1994；工藤・野川，2004；山口・佐々木ら，2011）。スポーツイベントを持続的に発展させていくためにもスポーツイベント参加者を対象とした研究の蓄積は今後必要であるということが考えられる（Okayasu et al.,2009；山口・佐々木ら，2011；小島，2011）。

スポーツイベントを持続的に発展させるためにはスポーツイベント、ひいては地域へのリピーターの確保が非常に重要である（野川，2007；松永，2009；山口，2010）。参加者のリピート意向を高めるためには満足度が大きな要因であるということは先行研究から明らかになっている。スポーツイベントの満足度に関する研究では、北村・川西ら（2000）がいぶすき菜の花マラソン大会参加者の大会満足度の研究を行っており、松本・野川（1991）はホノルルマラソン大会における完走者の満足要因についての研究を行っている。満足度

という変数はスポーツイベントへのリピート意向やロイヤルティ、地域への再訪意図にも影響することが考えられるため、本研究でも着目すべき変数であると考えた。

様々なスポーツイベントの研究の中で、市民マラソン大会の参加者の満足度の構造に関しては北村・川西ら（2000）の研究においては「ボランティアの対応」や「給水・ドリンクサービス」など開催地の人々による直接的なホスピタリティに対する満足度が高いと報告している。またホノルルマラソン完走者を対象にした松本・野川（1991）の研究では「レース日程」、「参加費」、「マラソンコース」、「ボランティアの対応」、「参加賞」、「運営全体」に関して満足度が高いと報告している。これらの研究より市民マラソンイベントにおける参加者の満足度は複数の要因が示唆される。

しかしながら、北村・川西ら（2000）はトイレの場所や数、コースに対しての満足度は以前の報告でも低い基準にあり、これはマラソン大会特有の課題と言え、改善するには限界があると述べた。また山口・佐々木ら（2011）は、ランナーたちは「沿道の応援」や「ボランティアの対応」に魅力を感じており、イベント主催者はランナーとボランティア及び市民が交流できる場を提供することが必要であるといえると述べている。したがって、市民マラソン大会参加者の大会満足度要因の中において、効果的に参加者の大会満足度を高めるために注目すべき要因というものが考えられる。そこで市民マラソン大会の課題を克服し、参加者の満足度を効果的に高めるためにはコースやトイレの数よりも人の交流に着目する必要がある。

第2節 サービス・マーケティング研究の中での対人関係

交流という言葉は非常に広義の意味を持つ。人などの交流，心などの交流，霊魂・死者との交流，外国・外国人との交流（藤本，2002）などの意味が含まれる。人の交流に関して，加藤（1969）は，人間は記号によって動き，人間と人間は記号を用いて互いに共感し合うことができる。この共感の過程がコミュニケーションといえ，人間関係はコミュニケーションの累積だと述べている。人間関係は社会や集団や組織の場あるいは個人的な場における，感情的な面も含めた人と人との関係であり，時として対人関係という言葉が用いられる。

サービス・マーケティングの研究ではこの対人関係についてサービスエンカウンターという言葉を用いている。芳賀（2004）はサービス提供者と顧客が直接接触し，サービスが生産・消費される局面をサービスエンカウンターと呼んでおり，近藤（1999）はサービスエンカウンターを顧客が，企業の提供するサービスに直接接する場面と定義づけている。芳賀（2004）はサービスエンカウンターには、直接的な人的相互作用に限定するものと，サービス提供組織の施設，機材，オペレーション全般と顧客との接触によるものの大きく2つに整理できると述べている。本研究では直接的な人的相互作用に限定するものをサービスエンカウンターとして採用し，研究を進めていく。これまでに着目されるのは，サービスエンカウンターがサービスのもつ4つの特性，すなわち無形性，変動性，不可分性，消滅性（一過性）によって生じ（中西，2000；芳賀，2004），Normann（1984）が主張した「真実の瞬間（moment of truth）」という概念の重要性が認められるからである。スポーツサービスを例におくと，サービスエンカウンターという「運動者とスポーツ経営体

とが会う双方向的な相互作用の場」は、質の高いスポーツサービスを生産し提供しようと努力するスポーツ経営体側にとっても、翻ってスポーツサービスの生産過程に協働的かつ主体的に参加しそれらを積極的に消費・享受していこうとする運動者側にとっても、スポーツサービスのトータル・クオリティや運動者満足度が決定される重大な「真実の瞬間」なのである（Normann,1984；中西，2000）。このように協働的な顧客の行動がサービスの品質に大きな影響を与えるのであれば、サービスエンカウンターにおける消費者の行動管理は単なるオペレーションの問題ではなく、サービスのマーケティング戦略においても非常に重要な要素なのである（芳賀，2004）。

サービスエンカウンターを研究対象とした数多くの研究がある。芳賀（2004）はサービスエンカウンターに関する既存研究を整理している。主なものとして、ホテルやレストラン、航空輸送の場面における、顧客からの視点によるサービスエンカウンターに対する満足・不満足の規定因の識別や、従業員からの視点による満足・不満足の規定因の識別（Bitner et al.,1990；Bitner et al.,1994）や、ラフティングの参加者を対象にしたサービスエンカウターの管理によって従業員のパフォーマンスと顧客の感情、満足の関係を明らかにした研究（Price et al.,1995）、サービスエンカウンターにおける非言語コミュニケーションの影響を明らかにした研究（Sundaram and Webster,2000）などがある。その中で芳賀（2004）は、既存のサービス・マーケティング研究を概観してみると、サービスエンカウンターにおける顧客の行動に関する研究は比較的少なく、サービスエンカウンターにおける顧客の行動管理に言及しているものの、ほとんどが顧客の教育の重要性が指摘されているのにとどまっていると述べ、顧客の行動管理の重要性は認識されているものの、それが

サービスのマーケティング・マネジメントやマーケティング戦略の枠組みの中に体系的に位置づけられるに至っていないのが現状であると示唆した。

第3節 他者行動と大会満足度の関係

先行研究においてはサービスエンカウンターにおける他者の行動に着目した研究が行われている。Martin (1996) はレストラン内やボウリング大会における参加者が認知する他者の行動を抽出し、その評価について研究を行っている。Gorse and Emmitt (2007) はグループミーティング内での他者のコミュニケーション行動について研究を行った。サービスエンカウンター場面における他者の行動マネジメントは重要であると認識されているため、このような他者の行動を明らかにすることはサービスエンカウンター場面のマネジメントに非常に有用な情報として蓄積されている。

しかしながら、本研究の対象となる市民マラソン大会においては参加者が認知する他者の行動には沿道の人々の応援なども含まれる。この対人関係はこれまでの先行研究とは明らかに異なり、サービスの提供者でもなければ、同じサービスを受ける顧客同士でもない。山口・佐々木ら (2011) の先行研究からランナーたちは「沿道の応援」や「ボランティアの対応」に魅力を感じていることが明らかとなっており、これらは参加者の大会満足度に影響を及ぼす可能性が十分に考えられる。したがって、これまでの先行研究とは異なる状況で他者の行動と大会の満足度との関係性を明らかにするためにも、実証的に新たな研究を行う必要がある。

第4節 市民マラソン大会内における対人行動

これまでの先行研究を基に，市民マラソン大会内で予測される対人関係について考察する．スポーツマーケティングの先行研究において顧客間（Customer-to-Customer）の関係についての研究が散見される．Huang and Hsu（2010）はクルーズ経験の中で“同じグループの参加者”と“グループ外の参加者（見知らぬ人）”との相互作用があると指摘した．Guenzi and Pelloni（2004）はフィットネスセンターにおける顧客同士と顧客とサービスプロバイダーとの関係を研究した．市民マラソン大会の参加者を顧客と考えると，参加者同士の対人行動が生まれることが推察される．本研究では『一緒に行った参加者』と『その他の参加者』を研究の対象にすることとした．

堺（1997）の研究や Guenzi and Pelloni（2004）の研究より，サービスプロバイダーとしての大会運営者や大会運営を担うボランティアとの対人関係が考えられる．また山口・佐々木（2011）らの研究で参加者の参加動機にもなっている沿道の応援者も，参加者の認知する対人関係の一つとして考えられる．したがって，市民マラソン大会を開催する大会の運営関係者はサービスプロバイダーとして考えられる．同様に，サービスを提供するボランティアもサービスプロバイダーとして考えられる．加えて，大会内における沿道の応援者と参加者の間には対人行動が生まれることが推察される．そこで本研究では大会の運営関係者とボランティアスタッフを統合し，『大会スタッフ』，そして『沿道の人々』を研究対象として設定した．

第3章 研究方法

第1節 研究の定義

本研究の研究対象期間について言及する。市民マラソン大会に参加する場合の参加者のようなツーリストの行動モデルは Driver and Tocher (1974) などによって明らかになっている。このようなツーリズムは出発から帰宅までの長い時間を消費するサービス商品である（原田・木村，2009）。その中における人的接触は広義の意味で市民マラソンイベント大会の参加に伴うエンカウンターと考えることができる。しかしマネジメントの可能性を考えると、移動手段や参加者の時間の使い方をコントロールすることは考え難い。そこで本研究における研究対象は大会当日の大会会場でのみ行われる人的接触とした。また、本研究における言葉の定義について、以下に列挙する。

- 『一緒に行った参加者』：調査対象者が大会会場に一緒に行った参加者仲間。
- 『その他の参加者』：調査対象者が大会会場で出会う、上記の「一緒に行った参加者」以外の参加者。
- 『大会スタッフ』：大会会場に出会う、大会の運営関係者やボランティアスタッフ。
- 『沿道の人々』：大会が開催されているレースの沿道にいる人々。

また本研究における他者行動とは、市民マラソン大会内の人的接触の中で参加者が認知する直接的、間接的な他者の行動と定義する。

第2節 本研究のフレームワーク

本研究の目的は市民マラソン大会の参加者に着目し、マラソン大会内での他者行動と大会の満足度との関係性について明らかにし、満足度に関する他者行動の主体の比較を行うことである。本研究のフレームワークは、以下の図の通りである。

1 他者行動事象の収集	予備調査① 臨界接触技法(Critical Incident Technique)を用いた半構造化インタビュー調査 対象:市民ランナー10名
2 他者行動事象の抽出	予備調査② インタビュー逐語録よりスポーツビジネスを専攻する博士後期課程の大学院生1名と修士課程の大学院生2名と筆者の計4名で抽出
3 他者行動事象のグループ化	予備調査③ 抽出された項目をスポーツビジネスを専攻する修士課程の大学院生3名によるKJ法により主体別にグループ化
4 他者行動事象の項目化	予備調査④ グルーピングされた他者行動の項目をスポーツマネジメントを専攻する博士後期課程の大学院生1名とワーディングの精査
5 他者行動項目の選定	予備調査⑤ 質問紙調査 調査場所: 2011成田POPラン大会
6 順序データの収集	本調査 質問紙調査 調査場所: よこすかシーサイドマラソン大会2011

図 1 研究のフレームワーク

第3節 他者行動事象の収集（予備調査①）

第1項 データ収集

市民マラソン大会内で起きる他者行動事象を収集することが本節の目的である。中西(2000)の研究ではサービスエンカウンターの特性を調査するために用いられる方法は、エンカウンター時に起こる異なった様態（現象）を十分に説明することができなければならないと述べられている。このようなサービスエンカウンターでの現象を研究する際に用

いられる研究手法として、臨界接触技法（Critical Incident Technique；以下、CIT と略す）がある。CIT は Flagman（1954）によって開発されたものであり、人間行動の観察データを収集し、実問題的な問題に対してアプローチする場合に有益となる方法であり、収集されたデータの類似性を判断して定性的に分類し、そして内容を定量化するという一連の手順で成り立っている（中西，2000）。この方法はサービスエンカウンターの特性を探求し、各サービスエンカウンターにおける満足・不満足を定性的に分析するのに最適な研究方法である（Bitner et al.,1985）。しかしながら中西（2000）は CIT という研究手法に対して、ある特定の臨界接触に焦点をあて、それに対する対象者自身の詳細な描写と説明を入手し、それに基づいて類似した臨界接触データを正確に解釈、分類することができるという構造化されたデータ収集法とデータ分類手順に強みがある一方で、観察データを研究者や面接者が主観的に解釈し分類しているという、カテゴリー化の信頼性と妥当性に関する批判（弱み）もあると述べている。この研究手法を開発した Flagman はこの研究手法を採用する上で、定性的かつ定量的価値のあるコミュニケーション・データを算出するために、5 つの構造的なステップで成り立っていると述べた。（1）研究対象となる活動や現象に関する一般的目標の設定、（2）観察者や面接者のための研究計画と実施要項の作成、（3）データの収集、（4）データの分析、（5）データの解釈と結果の報告である（Flagman, 1954）。中西（2000）はこの手順に準拠した CIT を研究手法として用い、スポーツサービスのデリバリーシステムにおける障害点を指摘した。

本研究において参加者の大会満足度に影響するような他者行動の事象を抽出するためには CIT を研究手法として用いることが適当であると判断し、市民ランナーを対象にした

CIT による半構造化インタビューを実施した。

インタビューは東京都練馬区を中心に活動するランニングサークルに所属する人々を対象に実施した。このサークルは 2009 年に発足し、ランニング初心者からウルトラマラソンを走るとような上級者まで約 60 名が所属していることから、多様なサンプルが確保されることが出来ると判断し調査協力を依頼した。インタビューイーは個人属性が偏らないように配慮し、性別・年齢・ランニング歴などを考慮した上で 10 名を選出した。インタビューイーのサンプル特性に関しては以下に示す。

表 3 インタビューイー一覧

No.	性別	年齢	職業	大会出場経験数	練習頻度(月)	競技年数
1	男性	53歳	有職(フルタイム)	30回	10回	3年
2	男性	32歳	有職(フルタイム)	10回	15回	3年
3	女性	30歳	有職(フルタイム)	10回	4～5回	2年
4	女性	53歳	有職(フルタイム)	22回	8回	3年
5	男性	34歳	有職(フルタイム)	4～5回	10回	1.5年
6	女性	35歳	有職(フルタイム)	4回	0回	2年
7	女性	44歳	有職(パートタイム/アルバイト)	7回	0回	3年
8	男性	36歳	有職(フルタイム)	10回	4回	4年
9	男性	32歳	有職(フルタイム)	52回	12回	12年
10	女性	39歳	有職(フルタイム)	4回	5回	1年

インタビューイーの人数については、ある領域での新たな視点や知見を得ることが出来るならば、対象者数といった量の基準は問題ではないという西條(2008)の指摘を考慮し、本研究においては 10 名で問題ないと判断した。1 回のインタビューは約 30 分～1 時間で、事前に打ち合わせた場所に筆者が訪問して行った。

第2項 インタビュー内容

インタビューに先立ち、インタビューイーには個人情報やプライバシーの保護などに関して説明し、研究への協力と会話の録音の了承を得た。その後、事前に作成した大会参加時の対人関係についてまとめた図を明示し、「あなたが参加するランニング/マラソン大会会場で、あなたの大会満足・不満足に影響するような行動はどのようなものでしたか」と質問し、その内容についてさらに「いつ・どこで・誰と・どのような状況で」といった質問を通して他者行動の収集を行った。インタビューに使われた図は以下に記載する。

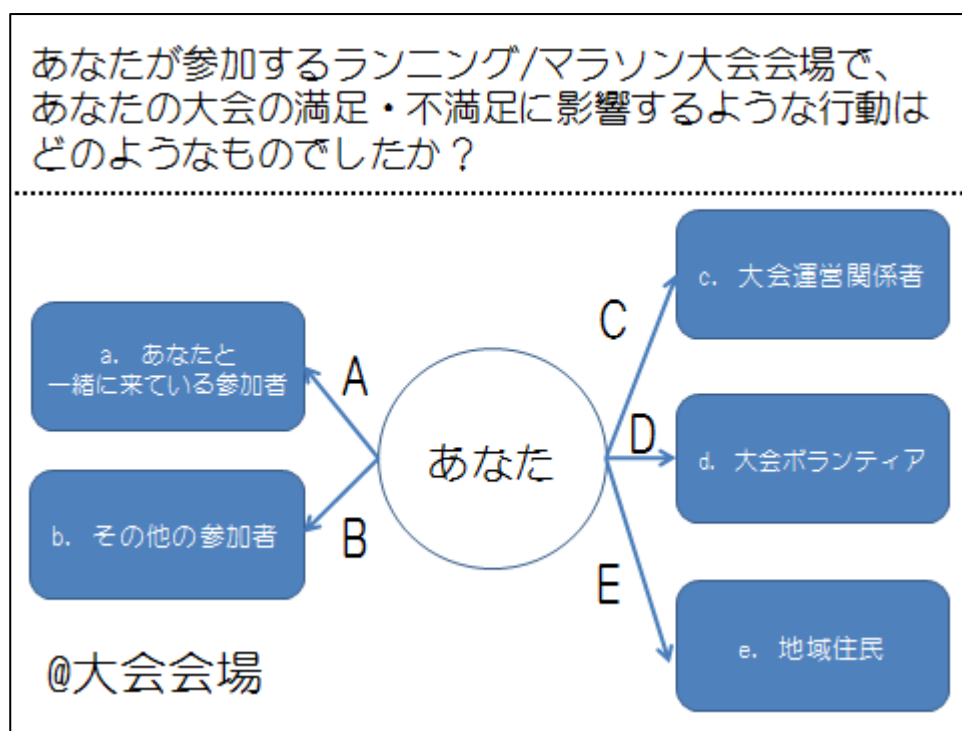


図 2 市民マラソン大会内での対人関係としてインタビューに使用された資料

インタビュー調査の段階では、インタビューイーに具体的な他者行動を想起してもらうために大会スタッフは大会運営関係者と大会ボランティアの2つに区別して図示している。また沿道の人々は地域住民として記載されているが、インタビューの際には地域住民の部分は沿道の人々であると注釈を述べて実施した。インタビュー実施後、録音されたインタビュー内容を基に逐語録を作成した。インタビューイーの個人情報やプライバシーの保護の観点から逐語録の作成は筆者のみで行った。

第4節 他者行動事象の抽出（予備調査②）

本項では具体的な市民マラソン大会内での他者行動を抽出することを目的とした。分析にあたって、スポーツマネジメントを専攻する博士後期課程の大学院生1名、スポーツビジネスを専攻する修士課程の大学院生2名と筆者を含めた計4名で実施した。具体的には予備調査①により得られた逐語録を基に、参加者の大会満足度に影響するような対人関係の行動の抽出を行った。その結果、『一緒に来ている参加者』27事象、『その他の参加者』33事象、『大会運営関係者』18事象、『大会ボランティア』10事象、『沿道の人々』15事象の他者行動を抽出した。

第5節 他者行動事象のグループ化（予備調査③）

本節では抽出された他者行動の事象において同じ意味を持つ事象のグループ化を行うことを目的とした。予備調査②において抽出された他者行動をその主体別にKJ法によって同じ意味のものをまとめるグループ化を行った。この工程に関してはスポーツマネジメン

トを専攻する修士課程の大学院生 3 名によって行った。主体ごとに、同じ意味を持つような事象をグループとして設定し、グループ化できない事象はそのまま独立させた。その結果、『一緒に来ている参加者』が 13 グループ、『その他の参加者』が 19 グループ、『大会運営関係者』が 11 グループ、『大会ボランティア』が 6 グループ、『沿道の人々』が 10 グループとなった。

第 6 節 他者行動事象の項目化（予備調査④）

予備調査③によりグループ化された他者行動事象についてスポーツマネジメントを専攻する博士後期課程の学生 1 名と筆者の計 2 名でワーディングの精査を行った。この際、予備調査③によってグループ化された他者行動について意味を損なわないように議論し、意味を損なわないと判断された場合は同じグループの他者行動事象を 1 つにまとめた。また、どこのグループにも属さなかった他者行動の事象もワーディングの精査を行い、参加者が理解しやすいように努めた。これまで、大会運営関係者と大会ボランティアとに区別していた大会スタッフはここで統合し、大会スタッフの他者行動としてワーディングの精査を行った。その結果、『一緒に行った参加者』13 項目、『その他の参加者』15 項目、『大会スタッフ』9 項目、『沿道の人々』9 項目となった。その後、専門家チェックとして専門家 2 名と最終的な項目に関する検討を行った。

第 7 節 他者行動項目の選定（予備調査⑤）

第 1 項 データの収集

本項では予備調査としてこれまで検討してきた他者行動項目に関して、ワーディングのチェックと本調査に使用する他者行動項目の選定を目的とした。

調査対象大会として、千葉県成田市で行われる 2011 成田 POP ラン大会を選定し、2011 年 11 月 6 日の同大会にて市民ランナーを対象とした質問紙調査を実施した。同大会は毎年ランナーズが発表している大会 100 撰に 3 年連続で選出されており、2011 年は第 25 回目を迎える大会である。ハーフマラソン、10 km の部、3 km の部があり参加総数は 5420 人であった。

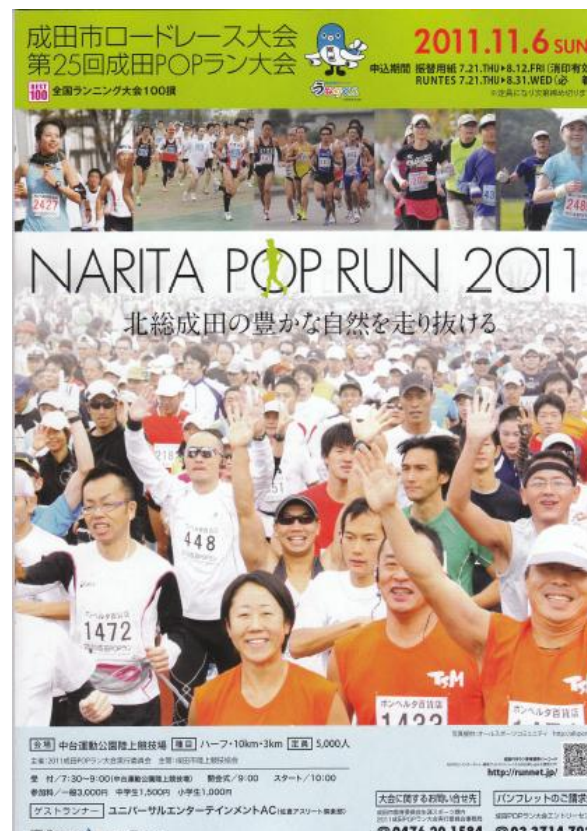


図 3 2011 成田 POP ラン大会パンフレット

調査の具体的な方法として、成田 POP ラン大会の参加者を調査対象に、競技終了後の参加者に回答を依頼して、その場で記入してもらう訪問留置法による回答者自記式質問紙調査を実施した。質問紙調査の回答者が母集団を代表するよう、有意抽出法をよく理解し質問紙調査に慣れたスポーツマネジメントを専攻する 8 名の大学院生を調査員とした。回答の依頼に際しては、競技終了直後では正確な回答が得られないことが予想されるため、着替えや軽食を済ませた後の落ち着いた状態になった所に依頼するように配慮した。質問紙は 300 部配布し、296 部の回収、283 部を有効回答として分析に使用した。なお、すべてのデータ加工及び統計解析には、SPSS version 18.0 for Windows を用いた。

サンプルの人口学的特性に関しては表 4 に示す。それぞれの項目を見てみると、性別は男性が 75.9%、女性が 24.1%であった。平均年齢は 39.49 歳で、最も多かったのが 40 代 (31.3%) で、その後 30 代 (28.1%)、20 代 (21.4%)、50 代 (12.5%) と続いた。参加者のうち 41.5%が独身者で、残り 58.5%が既婚者であった。既婚者のうち 85.4%の人は子どもがいる家庭であった。自由裁量所得の平均は 55,229.26 円であり、参加者の 65.8%が 10,001 円～50,000 円の自由裁量所得者であった。サンプルの喫煙状況に関しては、89.4%の人が非喫煙者であり、残りの 10.6%は喫煙者であった。

表 4 予備調査⑤の人口統計学的サンプル特性

項目		n	%	項目	n	%
性別	男性	214	75.9	自由裁量所得 (平均:55,229.26円)	0円	3 1.3
	女性	68	24.1		1~10,000円	20 8.7
	計	282	100.0		10,001円~50,000円	150 65.5
年代 (平均:39.49歳)	20代未満	3	1.1		50,001円~100,000円	41 17.9
	20代	60	21.4		100,001円~150,000円	4 1.7
	30代	79	28.1		150,001円~200,000円	8 3.5
	40代	88	31.3		200,001円以上	3 1.3
	50代	35	12.5		計	229 100.0
	60代	16	5.7	喫煙状況	喫煙者	30 10.6
婚姻状況	計	281	100.0		非喫煙者	253 89.4
	独身	113	41.5		計	283 100.0
	既婚	159	58.5	子どもの有無	子どもあり	134 85.4
	計	272	100.0		子どもなし	23 14.6
					計	157 100.0

表 5 はサンプルの行動学的特性である。それぞれの項目を見てみると、ランニング年数は平均で約 8.07 年であり、サンプル全体の 56.3%はランニング年数 5 年以内の参加者であった。ひと月の練習回数は平均で 15.22 回であったが、月に 1~5 回練習を行う参加者 (28.0%) が最も多く、続いて 6~10 回練習を参加者 (27.6%) が多かった。また、ひと月の練習 0 回という参加者が 6.3%存在した。これまでの大会参加回数は 1~5 回の参加者が最も多く 32.7%, 次いで 11~20 回の参加者が 17.7%, 6~10 回の参加者が 16.2%であった。

表 5 予備調査⑤の行動学的サンプル特性

項目		n	%	項目		n	%
ランニング歴 (平均:8.07年)	1年未満	30	10.8	成田POPラン大会への 参加 (n=278)	初参加者	114	41.0
	1～5年	126	45.5		複数回参加者	164	59.0
	6～10年	58	20.9		計	278	100.0
	11～20年	42	15.2	成田POPラン大会複数 回参加者の参加回数 (平均:4.77回)	2～5回	128	78.0
	21～30年	13	4.7		6～10回	24	14.6
	31年以上	8	2.9		11～15回	8	4.9
	計	277	100.0		16～20回	4	2.4
0回	17	6.3	計		164	100.0	
練習頻度 (平均:15.22回)	1～5回	75	28.0	成田POPラン大会への 同伴者数 (平均:4.54人)	1人	74	26.5
	6～10回	74	27.6		2～5人	152	54.5
	11～15回	32	11.9		6～10人	35	12.5
	16～20回	33	12.3		11～15人	8	2.9
	21～30回	32	11.9		16～20人	4	1.4
	31回以上	5	1.9		21～30人	2	0.7
	計	268	100.0		31人以上	4	1.4
大会参加数 (平均:24.82回)	0回	10	3.8		計	279	100.0
	1～5回	85	32.7	同伴者区分	ひとり	69	23.4
	6～10回	42	16.2		友人知人	147	49.8
	11～20回	46	17.7		家族	56	19.0
	21～30回	17	6.5		その他	23	7.8
	31～50回	27	10.4		計	295	100.0
	51回以上	33	12.7				
	計	260	100.0				

大会自体の参加に関しては、初めて成田 POP ラン大会に参加した人が 41.0%で、以前にも参加したことのある複数回参加者は 59.0%であった。複数回の参加者は 2～5 回の参加者が 78.0%を占めていた。大会への同伴者は約半数の参加者が 2～5 人（54.5%）であり、30 人以上のグループも散見された。また 26.5%の人は一人での参加という回答であった。その同伴者は多くが友人・知人（49.8%）であり、次いで家族と一緒に来ている参加者（19.0%）であった。

第2項 測定項目

測定項目には予備調査④で得られた他者行動に関する項目を採用した。具体的には『一緒にいった参加者』13項目、『その他の参加者』15項目、『大会スタッフ』9項目、『沿道の人々』9項目の計46項目を設定した。各項目の回答について、他者行動の有無に関する測定を「2:あった」、「1:なかった」のダミー変数として設定し、他者行動の評価を「否定的に感じる」から「肯定的に関する」を1点から7点までの得点を与え、等間隔であると仮定し、7段階リッカート尺度で測定した。

その他、サンプルの特性を明らかにするため、人口統計学的変数と、個人のランニング・マラソンに対する特性を明らかにする行動的特性、そして大会の満足度を測定する項目を設定した。（付録1参照）

第3項 まとめ

質問紙調査の結果、主体ごとの項目でばらつきはあるものの、全ての他者行動において認識されたことが確認された。しかしながら、主体ごとにポジティブな他者行動を表す質問項目とネガティブな他者行動を表す質問項目と混在しているため、主体別に比較する際にポジティブな項目とネガティブな項目の影響が相殺されてしまうという懸念があった。そこで本調査に向けて、各主体のネガティブな質問項目は削除し、ポジティブな意味を持つ質問項目のみで質問紙を作成することとした。その結果、他者行動に関する項目は、『一緒にいった参加者』13項目、『その他の参加者』11項目、『大会スタッフ』7項目、『沿道の人々』9項目の計40項目となった。

また沿道の人々の質問項目ではコースという言葉を使っていたが、選手にとってコースは走る場所であり、人がいる場所はコースの沿道であることを顧み、コースと沿道とのワーディングの再検討を行い、本調査では沿道が選手にとって認識しやすいと判断し、本調査では沿道という言葉を使用することとした。

第 8 節 順序データの収集（本調査）

第 1 項 データの収集

本節では本調査として分析に使用するデータの収集を目的とした。調査対象大会として、よこすかシーサイドマラソン大会を選定し、2011 年 11 月 20 日の同大会にて市民ランナーを対象とした質問紙調査を実施した。

同大会はランナーズが毎年発表している大会 100 撰に選出されており、2011 年は 36 回目の開催を迎える大会である。ハーフマラソン(定員:1500 名)、10 km の部(定員:2500 名)、5 km の部(定員:1100 名)、1.8 km ファミリーの部(定員:400 組 800 名)の計 5900 名の参加定員となっている。



図 4 よこすかシーサイドマラソン大会パンフレット

調査方法はよこすかシーサイドマラソン大会の参加者を調査対象にし、予備調査⑤の時と同様に、競技終了後の参加者に回答を依頼してその場で記入してもらう訪問留置法による回答者自記式質問紙調査を実施した。質問紙調査の回答者が母集団を代表するよう、有意抽出法をよく理解し質問紙調査に慣れたスポーツマネジメントを専攻する10名の大学院生を調査員とした。回答の依頼に際しては、競技終了直後では正確な回答が得られないことが予想されるため、着替えや軽食を済ませた後に落ち着いた状態になったところに依頼するように配慮した。質問紙は400部配布し、374部の回収、360部を有効回答として分析に使用した。

第2項 測定項目

測定項目には予備調査⑤で精査された他者行動に関する項目、『一緒に行った参加者』13項目、『その他の参加者』11項目、『大会スタッフ』7項目、『沿道の人々』9項目の計40項目を設定した。各項目の回答について、他者行動の有無に関する測定を「2:あった」、「1:なかった」のダミー変数として設定し、他者行動の評価を「否定的に感じる」から「肯定的に関する」を1点から7点までの得点を与え、等間隔であると仮定し、7段階リッカート尺度で測定した。

その他、サンプルの特性を明らかにするため、人口統計学的変数と、個人のランニング・マラソンに対する特性を明らかにする行動学的特性、そして大会の満足度を測定する項目として「本大会に関して、どの程度満足していますか」という質問文を設定し、「1:とても不満足」から「7:とても満足」までの7段階リッカート尺度で測定した。

第3項 分析方法

本研究における目的を明らかにするために、他者行動項目の単純集計による確認、また各他者行動項目の評価の特徴を明らかにするために男女2群における平均値の比較を行った。心理学における数多くの先行研究において男女の心理的性差について検討され、社会的行動においても性差が見られることが明らかになっている。(Hall,1984; Latene and Bidwell,1977)。したがって、本研究における他者行動項目においても大会のマネジメントに反映可能な男女の差が確認されることが考えられるため、分析を行うこととした。一般的に、2群の平均値の比較はt検定が用いられる。t検定を行う条件として、各群の母集

団は正規性が担保され、各群の等分散性が担保されていなければならない。まず正規性については十分に各群が大きければ正規性は保証される（山内，1988）とあるが、本研究では各質問項目によって群のサンプル数が異なり、またサンプル数自体も決して大きいとは言えない。Glass and Hopkins（1994）は正確な確率で述べるためには、群の小さな方で最低 20 人は必要だと述べている。したがって、本研究でも各群における少数群のサンプル数が 20 未満の場合、比較検討すべきではない質問項目として削除することとした。その結果、『一緒に行った参加者』が 11 項目、『その他の参加者』が 7 項目、『大会スタッフ』が 4 項目、『沿道の人々』が 6 項目となった。正規性の検討の後に各群の等分散性の検討を行った。t 検定においては 2 群の母分散が等しいことを帰無仮説とした Levene 検定を行うが、事前検定を行うことで第一種の過誤が生まれる可能性があるため、本研究では等分散を仮定しない t 検定（ウェルチ検定）を行うことによって、検定の多重性による第一種の過誤の危険性を回避し、平均値の差の検定を行うこととした。

その後、大会満足度との関係性を明らかにするために他者行動の評価と大会満足度との相関分析を行う。ここでの相関分析においてはピアソンの積率相関係数を採用した。各他者行動項目に関しては他者行動の有無を聞く質問において「あった」と答えたサンプルのみを抽出しているため各項目によってサンプル数のばらつきがある。一般的に、サンプル数が少なすぎる場合、その相関係数の値について議論すべきではないということが言われている。したがって、得られた相関係数が統計的に有意であるかを検証するために各他者行動項目の相関係数において無相関検定による検討を行った。なお、『その他の参加者』の質問項目である「ゲストランナーの隣で一緒に走った」は答えたサンプル数が 2 と少な

すぎたため分析からは除いた。

各他者行動の有無の 2 群における大会満足度の比較を行った。ここでも男女 2 群の平均値の比較による手順を踏み、各群における少数群の n 数が 20 未満の場合、比較検討すべきではない質問項目として削除することとした。その結果、『一緒に行った参加者』が 12 項目、『その他の参加者』が 8 項目、『大会スタッフ』が 6 項目、『沿道の人々』が 7 項目となった。その後、等分散を仮定しない t 検定（ウェルチ検定）を行うことによって、平均値の差の検定を行った。

また、従属変数を大会満足度、独立変数を他者行動の有無と設定し、ステップワイズ法を用いた重回帰分析を行うことによる因果関係の検討を行った。分析方法の選択において、他者行動項目は全 40 項目あるが、決定係数に寄与しない説明変数を省いた無駄のない予測モデルを構築したい場合は、自動化された変数選択法を利用する方が効率的である（村瀬・高田ら、2007）という指摘より、本研究ではステップワイズ法を用いた重回帰分析を採用した。なお、すべてのデータ加工及び統計解析には、SPSS version 18.0 for Windows を用いた。

第4章 結果

第1節 サンプル特性

本節では本調査で得られたサンプルデータを用いて、サンプル特性を人口統計学特性及び行動学的特性より明らかにする。

第1項 人口統計学的特性

本項では、人口統計学的特性についてサンプルを説明する（表6）。それぞれの項目を見てみると、性別は男性が 58.9%，女性が 41.1%であった。平均年齢は約 38.22 歳で、40 代（30.5%）、30 代（25.2%）、20 代（19.6%）の順であった。参加者の 45.2%が独身者で、54.8%が既婚者であった。既婚者のうち約 76.0%は子どもがいる参加者であった。職業は有職（フルタイム）が最も多く 77.7%であった。自由裁量所得の平均は 48484,5 円であった。サンプルの喫煙状況に関しては、89.9%の人が非喫煙者であり、残り 10.1%は喫煙者であった。

表 6 本調査の人口統計学的サンプル特性

項目		n	%
性別	男性	212	58.9
	女性	148	41.1
	計	360	100.0
年代 (平均:38.22歳)	20代未満	24	6.7
	20代	70	19.6
	30代	90	25.2
	40代	109	30.5
	50代	49	13.7
	60代	11	3.1
	70代以上	4	1.1
	計	357	100.0
既婚状況	独身	159	45.2
	既婚	193	54.8
	計	352	100.0
子どもの有無	子どもあり	133	76.0
	子どもなし	42	24.0
	計	175	100.0
職業	有職 (フルタイム)	278	77.7
	有職 (パートタイム/アルバイト)	27	7.5
	無職	14	3.9
	学生	34	9.5
	その他	5	1.4
	計	358	100.0
自由裁量所得 (平均:48,484.5円)	0円	2	0.7
	1～10,000円	28	10.0
	10,001円～50,000円	184	65.9
	50,001円～100,000円	55	19.7
	100,001円～150,000円	5	1.8
	150,001円～200,000円	4	1.4
	200,001円以上	1	0.4
	計	279	100.0
喫煙状況	喫煙者	36	10.1
	非喫煙者	320	89.9
	計	356	100.0

第 2 項 行動学的特性

表 7 はサンプルの行動学的特性である。それぞれの項目を見てみると、ランニング年数は平均で 6.50 年であり、サンプルの 68.0%はランニング年数 5 年以内の参加者で占めら

れていた。ひと月の練習回数は平均 9.20 回で、多くが月に 1~5 回練習しているような参加者（40.8%）であった。また少数ではあるが、ひと月の練習 0 回という参加者（4.6%）も確認された。

よこすかシーサイドマラソン大会への参加区分に関しては、10km の部の参加者が最も多く 45.8%、次いで 5km の参加者が 38.1%、そしてハーフの部の参加者が 15.8%となっている。よこすかシーサイドマラソン大会の参加に関して、初めて参加した参加者が 46.7%で、以前にも出場したことのある複数回参加者は 53.3%であった。複数回の参加者の多くは 5 回以下の参加者が 82.0%を占めていた。大会への同伴者は平均で 4.25 人、2~5 人の参加者が最も多く 48.0%であったが、20 人以上の同伴者を持つ参加者（1.1%）も散見された。また 24.5%の参加者は一人での参加という回答であった。同伴者の多くは友人・知人（51.6%）であり、家族（14.9%）や、その他としてランニングサークル仲間、職場仲間と回答した参加者も見られた。

表 7 本調査の行動学的サンプル特性

項目		n	%	項目		n	%
ランニング歴 (平均:6.50年)	1年未満	54	15.3	参加区分	ハーフの部	57	15.8
	1～5年	186	52.7		10kmの部	165	45.8
	6～10年	52	14.7		5kmの部	137	38.1
	11～20年	40	11.3		1.8kmファミリーの部	1	0.3
	21～30年	12	3.4		計	360	100.0
	31年以上	9	2.5	よこすかシーサイド マラソン大会の参加	初参加者	168	46.7
	計	353	100.0		複数回参加者	192	53.3
			計		360	100.0	
練習頻度(月) (平均:9.20回)	0回	16	4.6	よこすかシーサイドマラソン 大会複数回参加者の参加回数 (平均:4.53人)	2～5回	155	82.0
	1～5回	142	40.8		6～10回	22	11.6
	6～10回	84	24.1		11～20回	9	4.8
	11～15回	37	10.6		21～30回	2	1.1
	16～20回	39	11.2		31回以上	1	0.5
	21～30回	28	8.0		計	189	100.0
	31回以上	2	0.6		よこすかシーサイドマラソン 大会同伴者数(平均:4.25人)	1人	95
計	348	100.0	2～5人	168		48.0	
			6～10人	68		19.4	
			11～20人	15		4.3	
			21人以上	4		1.1	
			計	350		100	
			よこすかシーサイドマラソン 大会同伴者区分	ひとり		92	24.5
				友人知人	194	51.6	
				家族	56	14.9	
				その他	34	9.0	
				計	376	100.0	

第2節 他者行動項目結果

本節では、他者行動項目の結果について述べる。他者行動の項目は、『一緒に行った参加者』が13項目、『その他の参加者』が11項目、『大会スタッフ』が7項目、『沿道の人々』が9項目であり、本調査においても各質問項目において他者行動の有無とその評価について尋ねている。他者行動の評価のサンプル数については、他者行動の有無を聞く質問において「あった」と答えたサンプルのみを抽出している。また、各項目の出現率に関しては項目の全回答数と「あった」と答えたサンプル数の比率により算出されている。

第1項 他者行動項目の特性

他者行動の質問項目とその結果を表8に示す。『一緒に行った参加者』は全ての項目において平均値が6.0を超えており、参加者が非常に肯定的な評価をしているということが分かる。中でも「仲間でTシャツを揃えた」や「仲間から応援された」、「仲間が応援しているのを見た」という質問項目は平均値が6.5に近く、非常に肯定的に評価されていた。

『その他の参加者』は「顔見知りの人に挨拶をした」、「会場内で他の参加者に話しかけられたり、話しかけたりした」、「会場内で写真を撮ってもらった」が比較的肯定的な評価であることが伺える。『大会スタッフ』は「応援してくれた」、「レース中にハイタッチをした」、「会場の具体的な説明をしてくれた」が肯定的に評価をされており、『沿道の人々』に関しては「応援してくれた」、「沿道にたくさんの人たちがいた」、「これまで走ってきた距離や、次のエイドステーションまでの距離を教えてくれた」という項目に関して平均値が6.0を超えており、肯定的な評価をしていることが明らかとなった。

表 8 他者行動項目の単純集計表

	n	mean	S.D.	出現率 (%)
一緒に行った参加者				
1-1 仲間と一緒に大会に参加した	216	6.44	0.96	95.7
1-2 レースについてアドバイスしたり、もらったりした	104	6.07	1.01	45.8
1-3 レースの前後で一緒にストレッチをした	157	6.19	0.97	72.1
1-4 マラソン大会(全般)について情報交換をした	147	5.93	1.05	66.7
1-5 仲間の気分が高揚していた	146	6.00	1.10	66.4
1-6 仲間でTシャツを揃えた	31	6.48	0.68	14.2
1-7 仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった	82	6.22	1.02	35.8
1-8 レース中に荷物を預かってもらった	132	6.36	0.96	57.9
1-9 仲間から応援された	145	6.48	0.73	66.3
1-10 体調が悪い時、看病してくれた	22	5.95	1.17	10.0
1-11 仲間が応援しているのを見た	95	6.49	0.82	44.7
1-12 ゴール後に苦しみを分かち合った	155	6.24	1.05	71.7
1-13 会場で一緒に写真を撮った	85	6.42	0.86	39.6
その他の参加者				
2-1 会場内で他の参加者に話しかけたり、話しかけられたりした	87	5.95	1.16	31.0
2-2 グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た	240	5.69	1.27	83.0
2-3 顔見知りの人に挨拶をした	96	6.26	1.02	35.2
2-4 流行のウェアや靴を身につけている他の参加者を見た	199	5.66	1.26	73.3
2-5 仮装している他の参加者を見た	236	5.53	1.36	84.5
2-6 レース中に他の参加者からアドバイスをもらった	13	5.31	1.18	6.0
2-7 他の参加者のランニングフォームやストレッチを見た	179	5.55	1.17	67.5
2-8 レース中のつらい時に並走してくれた	26	5.96	1.31	9.9
2-9 ゲストランナーの隣で一緒に走った	2	5.00	1.41	1.5
2-10 他の参加者とゴール後に苦しみを分かち合った	47	5.85	1.20	17.6
2-11 会場内で写真を撮ってもらった	64	5.95	1.40	23.8
大会スタッフ				
3-1 会場の具体的な説明をしてくれた	130	5.97	1.03	45.0
3-2 サンプルを配っていた	36	5.64	1.05	15.6
3-3 レース前にテーピングをしてくれた	5	6.40	0.55	2.0
3-4 地元の特産品をアピールしていた	168	5.90	1.07	58.0
3-5 レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた	174	5.96	1.08	62.8
3-6 レース中にハイタッチをした	28	6.29	0.90	10.0
3-7 応援してくれた	247	6.34	0.93	86.3
沿道の人々				
4-1 沿道にたくさんの人たちがいた	262	6.24	1.01	93.1
4-2 大会の運営に積極的に協力していた	211	6.04	1.03	77.2
4-3 沿道で食べ物や地域の特産品を提供していた	51	5.90	1.17	21.0
4-4 写真を撮ってくれた	126	5.64	1.29	44.6
4-5 沿道で元気になる曲を流していた	6	6.00	1.26	3.0
4-6 沿道で郷土芸能を披露していた	8	5.25	1.28	3.0
4-7 ハイタッチをしてくれた	36	6.03	0.97	13.6
4-8 応援してくれた	254	6.38	0.91	90.7
4-9 これまで走ってきた距離や、次のエイドステーションまでの距離を教えてくれた	116	6.08	1.25	42.4

第2項 他者行動項目評価の性差による比較

本項では他者行動の評価について性差による比較検討をする。『一緒に行った参加者』に関しては11項目中9項目において統計的に有意な差が見られた(表9)。そのすべての項目において女性の方が男性よりも高い平均値を示していた。中でも「レースの前後で一緒にストレッチをした」や「仲間が応援しているのを見た」、「会場で一緒に写真を撮った」の3項目は0.1%水準で有意であり、女性の方が男性よりも一緒に行った参加者との行動を肯定的に評価しているということが明らかになった。

表9 『一緒に行った参加者』の他者行動評価における性差

一緒に行った参加者		n	mean	S.D.	t-value
1-1 仲間と一緒に大会に参加した	男性	121	6.39	1.00	-0.90
	女性	95	6.51	0.91	
1-2 レースについてアドバイスしたり、もらったりした	男性	52	5.75	1.03	-3.37
	女性	52	6.38	0.89	
1-3 レースの前後で一緒にストレッチをした	男性	83	5.93	1.02	-3.77
	女性	74	6.49	0.83	
1-4 マラソン大会(全般)について情報交換をした	男性	83	5.75	1.07	-2.41
	女性	64	6.16	0.98	
1-5 仲間の気分が高揚していた	男性	81	5.78	1.12	-2.81
	女性	65	6.28	1.02	
1-7 仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった	男性	42	5.90	1.10	-3.03
	女性	40	6.55	0.81	
1-8 レース中に荷物を預かってもらった	男性	74	6.20	1.01	-2.14
	女性	58	6.55	0.86	
1-9 仲間から応援された	男性	73	6.37	0.77	-1.78
	女性	72	6.58	0.67	
1-11 仲間が応援しているのを見た	男性	49	6.22	0.94	-3.55
	女性	46	6.78	0.55	
1-12 ゴール後に苦しみを分かち合った	男性	89	6.07	1.02	-2.38
	女性	66	6.47	1.06	
1-13 会場で一緒に写真を撮った	男性	44	6.09	1.01	-4.08
	女性	41	6.78	0.47	

注:t-valueはwelch検定の値である。

*p<.05,**p<.01,***p<.001

表 10 は『その他の参加者』に関して性差による他者行動項目の評価の違いを示している。ここでも有意差が認められた項目に関して、男性よりも女性の方が肯定的に評価することが認められた。中でも「仮装している他の参加者を見た」や「グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た」という項目はそれぞれ 0.1%水準、1%水準で有意であり、大会の参加中に女性の方が他のグループや、他の参加者の服装を気にかけているということが考えられる。

表 10 『その他の参加者』の他者行動評価における性差

その他の参加者			n	mean	S.D.	t-value
2-1	会場内で他の参加者に話しかけたり、話しかけられたりした	男性	45	5.78	1.04	-1.47
		女性	42	6.14	1.26	
2-2	グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た	男性	132	5.46	1.17	-3.12 **
		女性	108	5.97	1.33	
2-3	顔見知りの人に挨拶をした	男性	55	6.15	0.87	-1.23
		女性	41	6.41	1.18	
2-4	流行のウェアや靴を身につけている他の参加者を見た	男性	107	5.56	1.20	-1.17
		女性	92	5.77	1.32	
2-5	仮装している他の参加者を見た	男性	135	5.25	1.38	-3.70 ***
		女性	101	5.89	1.26	
2-7	他の参加者のランニングフォームやストレッチを見た	男性	97	5.32	1.11	-2.31 *
		女性	83	5.75	1.33	
2-11	会場内で写真を撮ってもらった	男性	36	5.58	1.40	-2.53 *
		女性	28	6.43	1.26	

注:t-valueはwelch検定の値である。

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

表 11 は『大会スタッフ』の他者行動評価についての性差を表わしている。ここで有意差が認められたのは「会場の具体的な説明をしてくれた」、「応援してくれた」の 2 項目であった。「会場の具体的な説明をしてくれた」という項目は女性の方が肯定的に評価している。「応援してくれた」という項目でも女性の方が肯定的に評価しているが、男性も平均値は高く、互いに肯定的な評価をしているということが明らかになった。

表 11 『大会スタッフ』の他者行動評価における性差

大会スタッフ		n	mean	S.D.	t-value	
3-1 会場の具体的な説明をしてくれた	男性	71	5.77	1.04	-2.41	*
	女性	59	6.20	0.98		
3-4 地元の特産品をアピールしていた	男性	98	5.59	1.16	-0.83	
	女性	74	5.74	1.21		
3-5 レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた	男性	100	5.97	1.01	0.56	
	女性	75	5.87	1.35		
3-7 応援してくれた	男性	146	6.25	0.97	-2.05	*
	女性	101	6.49	0.84		

注:t-valueはwelch検定の値である.

*p<.05

表 12 は『沿道の人々』に関する他者行動評価項目の性別による違いを表わしている.

ここでは 3 項目に性別による有意な差が見られた.「沿道にたくさんの人たちがいた」,「大会の運営に積極的に協力していた」,「写真を撮ってくれた」の計 3 項目である. ここでも男性より女性の方が他者行動項目に関して肯定的に評価しているということが平均値により推察される.

表 12 『沿道の人々』の他者行動評価における性差

沿道の人々		n	mean	S.D.	t-value	
4-1 沿道にたくさんの人たちがいた	男性	150	6.11	1.06	-2.43	*
	女性	112	6.41	0.92		
4-2 大会の運営に積極的に協力していた	男性	122	5.91	1.06	-2.16	*
	女性	89	6.21	0.97		
4-3 沿道で食べ物や地域の特産品を提供していた	男性	25	5.88	1.30	-0.13	
	女性	26	5.92	1.06		
4-4 写真を撮ってくれた	男性	74	5.43	1.22	-2.17	*
	女性	52	5.94	1.35		
4-8 応援してくれた	男性	145	6.31	0.92	-1.37	
	女性	109	6.47	0.90		
4-9 これまで走ってきた距離や、次のエイドステーションまでの距離を教えてくれた	男性	61	5.89	1.37	-1.78	
	女性	55	6.29	1.08		

注:t-valueはwelch検定の値である.

*p<.05

第3項 他者行動の評価と大会満足度の相関関係

本項では各他者行動の評価と大会満足度との相関関係を明らかにする。各他者行動の評価項目と大会満足度との間における相関関係で有意差が見られたのは、39 項目中 9 項目であった（表 13）。有意差が認められた 9 項目のうち 8 項目は大会満足度と強弱の差はあるが正の相関を示していた。残り 1 項目は強い負の相関を示していたが、サンプル数が 6 と少なく、その解釈は非常に限定的であることに留意した。主体別では『一緒に行った参加者』が 1 項目、『その他の参加者』が 1 項目、『大会スタッフ』が 1 項目、『沿道の人々』が 6 項目と『沿道の人々』と大会満足度との間に多く有意差が見られた。相関係数に関しては、『沿道の人々』の他者行動項目で「沿道で食べ物や地域の特産品を提供していた」（ $r=.42$ ）や、同じく沿道の人々の「ハイタッチをしてくれた」（ $r=.47$ ）において.40 を超える相関係数が観測された。

表 13 他者行動の評価と大会満足度との相関関係

	n	r
一緒にいった参加者	仲間と一緒に大会に参加した	187 .02
	レースについてアドバイスしたり、もらったりした	92 -.02
	レースの前後で一緒にストレッチをした	130 .00
	マラソン大会(全般)について情報交換をした	130 -.06
	仲間の気分が高揚していた	128 -.02
	仲間とTシャツを揃えた	28 .30
	仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった	68 .08
	レース中に荷物を預かってもらった	113 .02
	仲間から応援された	124 -.04
	体調が悪い時、看病してくれた	19 -.09
	仲間が応援しているのを見た	84 -.06
	ゴール後に苦しみを分かち合った	134 .12
	会場で一緒に写真を撮った	72 .30 *
その他の参加者	会場で他の参加者に話しかけたり、話しかけられたりした	73 .17
	グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た	202 .09
	顔見知りの人に挨拶をした	77 .18
	流行のウェアや靴を身につけている他の参加者を見た	168 .14
	仮装している他の参加者を見た	201 .10
	レース中に他の参加者からアドバイスもらった	11 .59
	他の参加者のランニングフォームやストレッチを見た	157 .20 *
	レース中のつらい時に並走してくれた	21 .20
	他の参加者とゴール後に苦しみを分かち合った	37 .02
大会スタッフ	会場で写真を撮ってもらった	53 .10
	会場の具体的な説明をしてくれた	114 .11
	サンプルを配っていた	28 .13
	レース前にテーピングをしてくれた	4 -.71
	地元の特産品をアピールしていた	146 .04
	レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた	151 .13
	レース中にハイタッチをした	25 .23
	応援してくれた	214 .17 *
沿道の人々	沿道にたくさんの人たちがいた	225 .02
	大会の運営に積極的に協力していた	182 .16 *
	沿道で食べ物や地域の特産品を提供していた	45 .42 **
	写真を撮ってくれた	106 .17
	沿道で元気になる曲を流していた	6 -.27
	沿道で郷土芸能を披露していた	6 -.86 *
	ハイタッチをしてくれた	31 .47 **
	応援してくれた	223 .14 *
	これまで走ってきた距離や、次のエイドステーションまでの距離を教えてくれた	104 .25 **

*p<.05, **p<.01

第4項 他者行動の有無による2群の大会満足度の比較

本項では他者行動の有無に関してあった群，なかった群の2群に分け，2群間の大会満足度の平均値の比較を行った結果である．表14は『一緒に行った参加者』の項目に関する結果を表わしている．「仲間が応援しているのを見た」という項目に関して，あった群はなかった群よりも5%の有意水準で大会満足度の平均値が高かった．また「仲間から応援された」という質問項目では，あった群の方がなかった群よりも平均値が5%水準で有意に高かった．

表14 『一緒に行った参加者』の他者行動の有無による大会満足度の比較

一緒に行った参加者		n	mean	S.D.	t-value
1-2 レースについてアドバイスしたり、もらったりした	あった群	102	5.45	1.23	-1.50
	なかった群	116	5.18	1.43	
1-3 レースの前後で一緒にストレッチをした	あった群	150	5.32	1.39	-0.03
	なかった群	67	5.31	1.26	
1-4 マラソン大会(全般)について情報交換をした	あった群	146	5.32	1.44	-0.26
	なかった群	71	5.27	1.13	
1-5 仲間の気分が高揚していた	あった群	144	5.39	1.4	-1.40
	なかった群	71	5.13	1.23	
1-6 仲間でTシャツを揃えた	あった群	33	5.73	0.98	-2.45 *
	なかった群	186	5.24	1.39	
1-7 仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった	あった群	75	5.19	1.5	0.90
	なかった群	144	5.37	1.24	
1-8 レース中に荷物を預かってもらった	あった群	125	5.43	1.22	-1.45
	なかった群	94	5.16	1.48	
1-9 仲間から応援された	あった群	145	5.49	1.24	-2.60 *
	なかった群	75	4.97	1.47	
1-10 体調が悪い時、看病してくれた	あった群	21	5.57	1.66	-0.76
	なかった群	195	5.29	1.31	
1-11 仲間が応援しているのを見た	あった群	99	5.55	1.14	-2.40 *
	なかった群	121	5.12	1.46	
1-12 ゴール後に苦しみを分かち合った	あった群	157	5.34	1.33	-0.66
	なかった群	62	5.21	1.36	
1-13 会場で一緒に写真を撮った	あった群	85	5.29	1.26	0.17
	なかった群	135	5.33	1.39	

注:t-valueはwelch検定の値である．

*p<.05

表 15 は『その他の参加者』の項目に関して有無の 2 群による平均値の差の検定を行った結果である。『その他の参加者』の中からは「他の参加者とゴール後に苦しみを分かち合った」という項目に関してあった群はなかった群よりも 5%の有意水準で大会満足度の平均値が高かった。

表 15 『その他の参加者』の他者行動の有無による大会満足度の比較

その他の参加者		n	mean	S.D.	t-value
2-1 会場内で他の参加者に話しかけたり、話しかけられたりした	あった群	88	5.41	1.22	-0.09
	なかった群	200	5.40	1.36	
2-2 グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た	あった群	236	5.44	1.29	-0.76
	なかった群	52	5.27	1.46	
2-3 顔見知りの人に挨拶をした	あった群	94	5.49	1.26	-0.69
	なかった群	191	5.38	1.35	
2-4 流行のウェアや靴を身につけている他の参加者を見た	あった群	206	5.34	1.39	1.48
	なかった群	78	5.58	1.12	
2-5 仮装している他の参加者を見た	あった群	243	5.43	1.28	-0.62
	なかった群	46	5.28	1.49	
2-7 他の参加者のランニングフォームやストレッチを見た	あった群	198	5.43	1.3	1.11
	なかった群	89	5.34	1.36	
2-10 他の参加者とゴール後に苦しみを分かち合った	あった群	47	5.77	1.09	-2.38 *
	なかった群	241	5.34	1.35	
2-11 会場内で写真を撮ってもらった	あった群	66	5.38	1.3	0.19
	なかった群	222	5.41	1.32	

注:t-valueはwelch検定の値である。

*p<.05

表 16 は『大会スタッフ』の項目に関して有無の 2 群による平均値の差の検定を行った結果である。『大会スタッフ』の中からは「大会の具体的な説明をしてくれた」という項目に関して、あった群はなかった群よりも 5%の有意水準で大会満足度の平均値が高かった。また「レース中にハイタッチをした」という質問項目ではあった群の方がなかった群よりも平均値が 0.1%水準で有意に高かった。

表 16 『大会スタッフ』の他者行動の有無による大会満足度の比較

大会スタッフ		n	mean	S.D.	t-value
3-1 会場の具体的な説明をしてくれた	あった群	136	5.58	1.23	-2.24 *
	なかった群	158	5.24	1.38	
3-2 サンプルを配っていた	あった群	42	5.64	1.23	-1.38
	なかった群	250	5.36	1.34	
3-4 地元の特産品をアピールしていた	あった群	168	5.46	1.33	-0.95
	なかった群	123	5.31	1.33	
3-5 レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた	あった群	186	5.40	1.3	-0.12
	なかった群	107	5.38	1.36	
3-6 レース中にハイタッチをした	あった群	30	5.80	0.66	-3.04 ***
	なかった群	263	5.35	1.37	
3-7 応援してくれた	あった群	257	5.37	1.35	1.09
	なかった群	37	5.59	1.14	

注:t-valueはwelch検定の値である.

*p<.05, ***p<.001

表 17 は『沿道の人々』の項目に関して有無の 2 群による平均値の差の検定を行った結果である。沿道の人々の中では、あった群となかった群の比較による統計的な差は確認されなかった。

表 17 『沿道の人々』の他者行動の有無による大会満足度の比較

沿道の人々		n	mean	S.D.	t-value
4-1 沿道にたくさんの人たちがいた	あった群	269	5.44	1.29	-1.32
	なかった群	22	5.00	1.51	
4-2 大会の運営に積極的に協力していた	あった群	220	5.49	1.23	-1.97
	なかった群	67	5.09	1.52	
4-3 沿道で食べ物や地域の特産品を提供していた	あった群	61	5.57	1.16	-1.21
	なかった群	228	5.36	1.35	
4-4 写真を撮ってくれた	あった群	124	5.25	1.52	1.74
	なかった群	164	5.53	1.11	
4-7 ハイタッチをしてくれた	あった群	39	5.72	1.12	-1.81
	なかった群	249	5.36	1.34	
4-8 応援してくれた	あった群	269	5.42	1.33	-0.58
	なかった群	21	5.29	0.96	
4-9 これまで走ってきた距離や、次のエイドステーションまでの距離を教えてくれた	あった群	125	5.44	1.322	-0.27
	なかった群	161	5.40	1.305	

注:t-valueはwelch検定の値である.

第5項 他者行動項目の有無を用いた重回帰分析

本項では大会満足度を従属変数，他者行動項目の有無を独立変数とした重回帰分析を用い，大会満足度と他者行動項目の因果関係を明らかにした（表 18）。

その結果，採択された他者行動項目のダミー変数は全 40 項目中 3 項目で、『沿道の人々』の質問項目であった。採択されたモデルにおいて「写真を撮ってくれた」のみでの大会満足度に対する調整済み重決定係数は 2%であり B 値は-.15 ($p<.05$) と有意差が見られた。これに「大会の運営に積極的に参加していた」を投入すると調整済み重決定係数は 4%に増加し，その時の B 値は.15 ($p<.05$) と有意差が認められた。また「写真を撮ってくれた」の B 値は-.18 ($p<.01$) と変化した。さらに「ハイタッチをしてくれた」を投入すると大会満足度に対する調整済み重決定係数は 5%と上昇し， B 値は.14 ($p<.05$) と有意差が認められた。それに伴い他の変数にも変化が生じ，「写真を撮ってくれた」の B 値は-.20 ($p<.01$) に，「大会の運営に積極的に参加していた」の B 値は.16 ($p<.05$) に変化した。モデルとデータの当てはまりのよさを表す F 値にも有意差が認められた。

調整済み重決定係数は 5%であり，大会満足度に対して他者行動項目は 5%程度しか説明していない。これに関して，大会満足度に影響する要因は他にいくつも存在し，説明力の低さは初めから予測されていた。重要なのは，市民マラソン大会内にて観測された他者行動の内，3 項目が大会満足度に直接的に影響する可能性が見られたことではないかと考える。

表 18 他者行動の有無と大会満足度の重回帰分析

		n=240					
		<i>r</i>	<i>BETA</i>	<i>t</i>	<i>R</i>	<i>adj R²</i>	<i>F</i>
1	(定数)			48.32			*
	【沿道の人々】「写真を撮ってくれた」	-.15 **	-.15	-2.37 *	.152a	0.02	5.63
	(定数)			29.60			**
2	【沿道の人々】「写真を撮ってくれた」		-.18	-2.72 **	.212b	0.04	5.58
	【沿道の人々】「大会の運営に積極的に協力していた」	.12 *	.15	2.33 *			
	(定数)			29.06			**
3	【沿道の人々】「写真を撮ってくれた」		-.2	-3.09 **			
	【沿道の人々】「大会の運営に積極的に協力していた」		.16	2.46 *	.250c	0.05	5.25
	【沿道の人々】「ハイタッチをしてくれた」	.09	.14	2.11 *			

a. 予測値: (定数)、Q9-4頻度。
b. 予測値: (定数)、Q9-4頻度、Q9-2頻度。
c. 予測値: (定数)、Q9-4頻度、Q9-2頻度、Q9-7頻度。
d. 従属変数 大会満足度

p*<.05, *p*<.01, ****p*<.001

第5章 研究の考察

第1節 他者行動項目に関する考察

本研究では、市民マラソン大会の参加者が大会内で認知する他者行動を明らかにし、大会満足度との関係性を明らかにすることであった。その結果、市民マラソン大会内で参加者が認知する他者行動が明らかになり、その他者行動の評価と大会満足度の関係について定量的に把握することができた。本研究の考察として次のような解釈を得た。

第1項 他者行動項目の検討

予備調査の市民ランナーによるインタビュー調査を基に、本調査で使用された市民マラソン大会内で参加者が認知する他者行動は『一緒に行った参加者』が13項目、『その他の参加者』が11項目、『大会スタッフ』が7項目、『沿道の人々』が9項目ということが明らかになった。他者行動の評価に関して性差による比較を行った所、男性よりも女性の方が他者の行動を肯定的に評価しているということが分かった。『一緒に行った参加者』の項目である「レースの前後で一緒にストレッチをした」や「会場で一緒に写真を撮った」、「仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった」など、一緒に行った仲間と一緒に何かをすることに対して、女性の方が肯定的な評価をしているということが明らかとなった。これは Late and Bidwell (1977) の女性の方が、明らかに男性よりも、人と一緒にいる確率が高いという親和動機の有意性や、Rands and Levinger (1979) の女性同士の方が男性同士よりも、身体の接触が頻繁に起こりやすいという身体接触における情愛

の表現の度合いなど、心理学による性差の特徴が市民マラソン大会内においても踏襲していることが示唆された。また、『その他の参加者』の「グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た」や、「仮装している参加者を見た」などの項目においても女性の方が肯定的に評価していることは、Hall（1984）の非言語的メッセージの表現と解釈の双方で、女性が有意にあるという先行研究結果と近似しており、近年のランニング・マラソンブームにおける参加動機の一つであるファッション性を評価していることが推察された。したがって、大会運営の立場においては女性が肯定的に感じるようなことが頻繁に大会内で起きるような参加者の動線の確保や、周辺イベントの実施などの仕掛けづくりを行うことが女性参加者の行動をマネジメントする上で効果的ではないかと推察される。一方、男性参加者の特徴として、有意差は見られなかったものの、『大会スタッフ』の「レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた」や「レース中にハイタッチしてくれた」などの項目において女性よりも評価が高かった。これは北村・川西ら（2000）の研究においてボランティアの対応が大会満足の一要因であると述べられているように、男性においては特に大会スタッフが行う行動について肯定的に評価しているということが分かった。したがって、ボランティアを含めた大会スタッフの行動というのは重要視されるべきであるということが明らかとなった。

第2項 他者行動と大会満足度の関係

本節では、他者行動と大会満足度がどのように関係しているのかを考察する。他者行動の評価と大会満足度の相関分析の結果では、『沿道の人々』の項目群において有意差が多く

認められた。中でも「沿道で食べ物や地域の特産品を提供していた」や「ハイッチしてくれた」などは相関係数が.40を超えており、大会満足度との間に相関関係が見られることが示唆された。因果関係までは特定できないが、これらの項目を意図的に発生させることによって、参加者の大会満足度が高まる可能性が考えられる。東京マラソンでは開催に合わせて、コース沿道で音楽演奏や・ダンス・民俗芸能など様々なパフォーマンスを行い、大会を盛り上げる「東京大マラソン祭り」を企画している。また、徳島マラソンではコース上に設定した応援ポイントにて歌や踊り、楽器の演奏などランナーを応援する沿道応援隊やいろいろな場所で応援したいという人達に向けた応援バス隊が企画されている。これらは開催地の住民や大会の応援者がランナーとして大会に参加せずとも、大会を盛り上げるために参画している事例であり、このような大会マネジメントの取り組みが参加者の大会満足度を高める可能性として考えられる。

他者行動項目をあった群となかった群の2群に分け、その2群間の大会満足度の比較を行った。有意差の見られた計8項目において、なかった群よりもあった群の方において大会満足度が高く、他者行動の有無が大会満足度に影響していることが考えられる。『一緒に行った参加者』の項目では、「仲間でTシャツを揃えた」、「仲間から応援された」、「仲間が応援しているのを見た」という3項目において、あった群の大会満足度の方がなかった群のそれよりも有意に高かった。したがって一緒に大会に参加した仲間からの応援は、参加者の大会満足度を高める効果があるということが示唆される。また、『他の参加者』の「他の参加者とゴール後に苦しみを分かち合った」という項目でも、あった群の方がなかった群よりも有意に大会満足度が高く、ゴール後に参加者同士がゴールをした達成感を感じ合

うことが可能となる仕掛けが大会満足度を高める可能性が示唆される。『大会スタッフ』の項目において「会場の具体的な説明をしてくれた」や「レース中にハイタッチをした」なども大会満足度に有意な差があり、大会スタッフの対応が重要なことが示唆された。大会スタッフの教育の徹底やエイドステーションにおけるスタッフのハイタッチの実施などによって参加者の大会満足度に影響するような行動を積極的に起こすように、スタッフが対応していくべきであろう。

大会満足度を従属変数とした重回帰分析では、他者行動の有無について3項目が最終的に採択された。従属変数の説明力を表わす調整済み決定係数の値は0.05と非常に小さい数値であるが、大会の満足度という総合的な評価を他者行動の有無のみで分析してことによるため、初めから予期されていたことである。また質問項目自体が全てポジティブな内容であったため、分散が非常に狭いものとなっている事も原因の一つだと考える。その内容を踏まえ着目すべきは、どの他者行動項目が大会満足度に影響しているかである。したがって、『沿道の人々』が「写真を撮ってくれた」、「大会の運営に積極的に協力していた」、「ハイタッチをしてくれた」の3項目は注目に値する他者行動であるということが考えられる。それぞれの変数で「写真を撮ってくれた」は大会満足度にネガティブな影響を与えており、「大会の運営に積極的に協力していた」、「ハイタッチをしてくれた」はポジティブな影響を与えている。ネガティブな影響を考察する上で、主観の入った推察になってしまうかもしれないが、見知らぬ応援者がいきなり写真を撮るのは少し抵抗があるかもしれない。しかし質問項目の評価自体は中央値よりも高いため否定的な評価ではない。したがって、事前にこのような人たちがカメラマンとして参加しているという事前認知を行うこと

によって、このネガティブな影響を減少させることが可能ではないかと考えられる。株式会社アールビーズが運営するランネットというウェブサイトでは大会の開催情報に加えて、この大会で写真を撮影していることを知らせるランフォトというサービスがあり、これらを周知させるような広報活動などが考えられる。ポジティブな影響に関しては沿道の人々が応援をして大会を盛り上げる重要なことから、市民が自発的にコースに立ち応援を行うよう、事前の広報活動は十二分に行うことが必要であると考えられる。また、ランナーと沿道の応援者がハイタッチなどを行ってもらえるようなコース設定などを設計する工夫が必要だということが考えられる。

第2節 研究の限界と今後の課題

本研究では、市民マラソン大会における他者行動と大会満足度の関係性における示唆を得た。しかしながら、他者行動の項目には更なる検討が必要であろう。

まず1点目に、本研究は他者行動の主体比較を目的としていたため、主体別に他者行動項目を設定している。しかしながら他者行動には、どのような因子があるのかなど検討を行うためには、主体別ではなく一つの他者行動として因子分析などを行う必要があるのではないかと考える。

2点目に、研究デザインの再検討の必要性である。本来参加者の認知する他者行動というのは偶然性が常に伴い、ある人には認知されたが、ある人には認知されなかったということが十分にあり得ることである。その偶然性をコントロールするために本研究では他者行動の有無について質問項目を設定した。その結果それぞれの項目においてサンプル数が

統一できなくなり、質問項目の信頼性・妥当性の検証を行うことが出来なかった。また、他者行動の評価と大会満足度の関係について共分散構造分析を用いた仮説モデルの検証などが実施できなかった。したがって、今後の研究においては研究デザインの再検討を行う必要があると言える。一つの大会で完結する研究デザインではなく、市民ランナーの過去の経験の他者行動と大会の満足度を測定することで、項目のサンプル数は確保されることが考えられる。他者行動の認知をコントロールし、他者行動の有無だけではなく、他者行動の評価を分析に取り入れることで、さらなる他者行動と大会満足度との関係性が明らかになるであろう。

3 点目に研究対象としての大会の選択である。本研究は数あるマラソン大会のうち、2 大会を研究対象として設定した。大会規模、参加人数、立地条件など大会によって様々な条件があるため、本研究が一つの事例研究であったことは事実である。特に東京マラソンのような大会規模の非常に大きなものは本研究に採用された多くの他者行動が確認されるであろうが、地方の小さな町で行われるような市民マラソン大会においては確認される他者行動も限定的であることが十分に考えられる。したがってマラソン大会の規模に応じて認識され得るであろう他者行動というのは決して同じではないということにも留意しておかなければならない。しかしながら、大会規模の大きさに関わらず確認される他者行動も考えられるため、研究者の研究テーマに従い研究対象となる大会規模を選択しなければならないと考える。

4 点目に定性的研究の可能性である。従来、人の交流に関する研究は定量的に研究するのが困難だとされてきた。しかしながら本研究では CIT という定性的な条件を定量的に用

いることのできる方法を採用して最終的に定量的に評価した。更なる研究の可能性として、大会の参加者に着目し、どのような他者行動を認知したのか、他者行動についてどのように感じ、どのように評価したのか、また他者行動があったことによる大会の満足度に影響はあったのかなど定性的に研究を行うことで他者行動と大会満足度との因果関係がさらなる確証高いものとなることが考えられる。

最後に、現在日本では全国各地で市民マラソン大会が開催されているが、各大会の大会運営者は大会参加者の把握を積極的に行う必要があるのではないか。大会参加者の動機や大会満足度評価など、大会参加者のニーズを把握し、ニーズに合致する大会運営を行うことによる持続可能な大会運営が今後もさらに強く望まれる。

引用参考文献

- Bitner, M.J., B.H. Booms, and M.S. Tetreault (1990) *The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents*. Journal of Marketing, Vol.54, April, 71-84.
- Bitner, M.J., B.H. Booms, and L.A. Mohr (1994) *Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint*. Journal of Marketing, Vol.58, October, 95-106.
- Bitner, M.J., Nyquist, J.D., B.H. Booms (1985) *The critical incident as a technique for analyzing the service encounter*. In T.M. Bloch, G.D. Upah, and V.A. Zeithaml (Eds.) , *Service marketing in a changing environment* (pp.48-51) . Chicago, IL: American Marketing Association.
- Driver and Tocher (1974) *Towards a behavioral interpretation of recreational engagements with implications for planning*. Ann Arbor, The University of Michigan Press, 9-31.
- Flagman, J.C. (1954) *The critical incident technique*. Psychological Bulletin, 51, 4, 327-357.
- Glass, G.V. and Hopkins, K.D. (1994) *Statistical methods in education and psychology (3rd ed.)* . MA: Allyn & Bacon.
- Gorse, C and Emmitt, S (2007) *Communication behaviour during management and design team meeting: a comparison of group interaction*. Construction Management and Economics, 25, 1197-1213.
- Hall, J.A. (1984) *Nonverbal sex differences: Communication accuracy and expressive style*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Huang, J., and Cathy H.C. Hsu (2010) *The Impact of Customer-to-Customer Interaction on Cruise Experience and Vacation Satisfaction*. Journal of Travel Research, 49, 1, 79-92.
- Latane, B. & Bidwell, L. D. (1977) Sex and affiliation in college cafeteria. Personality and Social Psychology Bulletin, 3, 571-574.

Martin, L (1996) *Consumer-to-Consumer Relationships: Satisfaction with Other Consumer's Public Behavior*. The JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS, 30, 1, 146-169.

Normann, R (1984) *Service management: Strategy and leadership in service business*. Chichester, UK John Wiley & Sons.

Okayasu, I., Nogawa, H., & Morais, D.B. (2009) *Operationalization of the resource investments construct of recreational sport event*. Event Management, 12, (3/4) , 209-223.

Paolo Guenzi and Ottavia Pelloni (2004) *The impact of interpersonal relationships on customer satisfaction and loyalty to the service provider*. International Journal of Service Industry Management, 15, 4, 365-384.

Price, L.L., Arnould, E.J., and Patrick Tierney (1995) *Going to Extremes: Managing Service Encounters and Assessing Provider Performance*. Journal of Marketing, Vol.59, No.2, April, 83-97.

Rands, M. and Levinger, G. (1979) *Implicit theory of relationship: An intergenerational study*. Journal of personality and Social Psychology, 37, 645-661.

Sundaram, D.S. and C. Webster (2000) *The Role of nonverbal Communication in Service Encounters*. Journal of Services Marketing, Vol.14, 5, 378-391.

価値総合研究所 (2006) 市民マラソンを通じた地域・産業振興～東京マラソンの概要と全国各地の事例～. 機関紙「Best Value」, Vol. 11.

加藤秀俊 (1969) 人間関係－理解と誤解－. 中公新書

上代圭子・野川春夫・宮崎朋子 (2011) 日本国内におけるマラソンイベントの現状. イベント学会第14回大会研究大会要旨, 106号室 第2グループ-2.

関東財務局・経済調査課 (2011) “走り”が生み出す経済効果 ～マラソンブームと市民マラソン大会－埼玉県内の例－. 経済調査レポート.

北村尚浩・川西正志・波多野義郎・柳敏晴・萩裕美子・前田博子・野川春夫 (2000) 生涯スポーツイベント参加者の大会満足度－菜の花マラソン参加者のスポーツライフスタイルによる比較－. 鹿屋体育大学学術研究紀要, 23, 25-31.

工藤康宏・野川春夫（2003）スポーツイベント開催に伴う補助的観光プログラムに関する研究．日本体育学会大会号（54）， 212

工藤康宏・野川春夫（2004）スポーツ・イベント開催に伴うサプリメント観光に関する研究．生涯スポーツ学研究， 2， 15-21.

公益社団法人関西経済連合会・財団法人関西社会経済研究所（2011）“新”近畿産業連関表および京・阪・神 市民マラソンの経済波及効果，調査研究プロジェクト，関西経済分析モデル.

公共財団法人日本生産本部（2010）レジャー白書:2020年の余暇人口減少への挑戦．第34号.

小島勇介（2011）参加型スポーツイベントの選好構造：市民マラソン大会へのコンジョイント分析の適用，早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 2010年度修士論文

近藤隆雄（1999）サービスマーケティング，生産性出版.

西條剛央（2008）ライブ講義・質的研究とは何か SCQRM アドバイス編．新曜社:東京.

坂牧政彦（2011）マラソンイベントのビジネスフィールド 東京マラソンの成功を背景に全国に広がる都市型大規模マラソンの舞台裏を検証する．イベント学会第14回大会研究大会要旨，106号室 第2グループ-1.

堺賢治（1997）スポーツイベントに関する研究：ボランティアの場合．愛媛大学教育学部保健体育紀要， vol. 1， 83-88.

笹川スポーツ財団（2011）スポーツ政策調査研究，Ⅱ．国内におけるスポーツ振興施策等に関する調査研究，Ⅱ-1 地方公共団体の状況に関する調査研究，（4）スポーツ振興財源の状況.

産経関西（2011）市民マラソン加速！！東京に続け 奈良、大阪、神戸、京都…。2011年2月24日版.

中西純司（2000）スポーツサービスのデリバリー・システムにおける障害点の診断：サービスクオリティーの改善をめざして．福岡教育大学紀要， 49， 5， 35-52.

日本銀行宮崎事務所・日本銀行鹿児島支店（2010）マラソン大会の経済効果．みやざきノート.

野川春夫（1994）スポーツ・ツーリズムと経済効果に関する研究．平成5年度文部科学省科学研究費（一般研究C）研究成果報告書．

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 factors と Pull factors に着目して．鹿屋体育大学学術研究紀要, 17, 65-72.

野川春夫（2007）スポーツ・ツーリズムのマネジメント．体育の科学, (1), 39-43.

芳賀康浩（2004）サービス概念の再検討 -サービス・エンカウンター研究のための予備的考察-．関東学院大学『経済系』, 第219集, 31-42.

原田宗彦・木村和彦（2009）スポーツ・ヘルスツーリズム．大修館書店

藤本直（2002）類語玉手箱 Ver7. 00, 電子類語辞典．

松永敬子（2009）日本におけるスポーツ・ヘルスツーリズムの現状と課題．龍谷大学経営学論集, 48, 4, 126-140.

松本耕二・野川春夫（1991）ホノルルマラソン完走者の満足要因の分析 -日本人完走者を対象として-．レクリエーション研究, 25, 38-39.

村瀬洋一・高田洋・廣瀬毅士（2007）SPSSによる多変量解析．オーム社．

矢野経済研究所（2010）スポーツアパレル市場に関する調査結果 2010.

矢野経済研究所（2010）スポーツシューズ市場に関する調査結果 2010.

山内光哉（1988）心理・教育のために統計法第2版．東京サイエンス社

山口志郎・佐々木朋子・山口泰雄・野川春夫（2011）マラソンランナーの参加動機とPush-Pull 要因に関する研究:NAHA マラソンにおける県内・県外参加者に着目して．神戸大学大学院人間発達環境学研究科研究紀要, 4, 2, 57-67.

山口泰雄（2010）一行簡潔法と図式化によるイベント・教室の質的評価．健康づくり：財団法人健康・体力づくり事業財団, 5 (385), 12-15.

山本教人・松尾哲矢・谷口勇一・吉田毅・多々納秀雄（1999）参加選手によるユニバーシアード福岡大会の評価．健康科学 21, 93-102.

読売新聞（2010/11/3）市民マラソン新時代-5, 関西4都切磋と連携．

付録

付録1 予備調査に使用された質問紙

2011 成田 POP ラン大会に参加された皆様へのアンケート

2011.11.6

早稲田大学 スポーツビジネスマネジメント研究室

このアンケートは今後の市民マラソン大会について基礎資料を得ることを目的に、本日参加されている市民マラソンランナーの皆様を対象に実施しております。ご回答は匿名で頂き、すべて統計的に処理致しますので、皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。

以上の趣旨を御理解頂き、率直な御回答をお寄せいただきますようお願い申し上げます。

Q1. あなた自身についてお聞かせください。

1. 性別	1. 男性 2. 女性											
2. 年齢	() 歳											
3. 郵便番号 (お住まい)	□□□-□□□□											
4. ご家族	1. 独身 2. 既婚 ⇒ お子様は 1. いる 2. いない											
5. ご職業	1. 学生 2. 主婦/主夫 3. 会社員 4. 公務員 5. 教職員 6. 医師/医療 7. 会社経営 8. 会社役員 9. 自営業 10. パート/アルバイト 11. 無職 12. 農林/水産 13. 弁護士/税理士 14. その他 ()											
6. 1ヶ月に自由に使える お金 (おこづかい)	() 円											
7. 現在の喫煙状況	1. 喫煙者 2. 非喫煙者											
8. ランニング歴	約 () 年											
9. 練習頻度 (月)	1 か月あたり、() 回											
10. 大会出場経験	<table border="0"> <tr> <td>ハーフマラソン未満 (5km/10km など)</td> <td>() 回</td> <td rowspan="5"> 出場大会 合計 () 回 </td> </tr> <tr> <td>ハーフマラソン</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>ハーフマラソン以上フルマラソン未満</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>フルマラソン (42.195km)</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>フルマラソン以上 (ウルトラマラソンなど)</td> <td>() 回</td> </tr> </table>	ハーフマラソン未満 (5km/10km など)	() 回	出場大会 合計 () 回	ハーフマラソン	() 回	ハーフマラソン以上フルマラソン未満	() 回	フルマラソン (42.195km)	() 回	フルマラソン以上 (ウルトラマラソンなど)	() 回
ハーフマラソン未満 (5km/10km など)	() 回	出場大会 合計 () 回										
ハーフマラソン	() 回											
ハーフマラソン以上フルマラソン未満	() 回											
フルマラソン (42.195km)	() 回											
フルマラソン以上 (ウルトラマラソンなど)	() 回											

Q2 本大会の参加は何回目の参加ですか。当てはまる番号を1つ選び、参加回数を記入して下さい。

1. 初めて (1回目) 2. () 回目

Q3 本日、あなたは合計何名で大会に参加しましたか。

自分も含めて、合計 () 名

Q4 本日あなたは誰と参加しましたか。当てはまる番号をすべて選んで下さい。

1. ひとり 2. 友人/知人/恋人 3. 家族 4. その他 ()

Q5 以下の質問について、当てはまる番号を1つ選んで下さい。

「本大会に関して、どの程度満足していますか？」

とても不満足 不満足 少々不満足 どちらでもない 少々満足 満足 とても満足
1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

次のページへ

Q6. 以下の項目は【あなたと一緒に来た参加者】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。
[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。
それぞれ一つずつ選んで下さい。 (本日、1人で参加された方はQ7へ)

(本大会において・・・)

あった なかった 肯定的に感じた どちらでもない 否定的に感じた

仲間と一緒に大会に参加した	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レースについてアドバイスしたり、もらったりした	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レースの前後で一緒にストレッチをした	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
マラソン大会（全般）について情報交換をした	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
仲間の気分が高揚していた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
仲間でTシャツを揃えた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レース中に荷物を預かってもらった	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
仲間から応援された	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
体調が悪い時、看病してくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
仲間が応援しているのを見た	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
ゴール後に苦しみを分かち合った	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
会場で一緒に写真を撮った	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1

Q7. 以下の項目は【大会に参加している他の参加者】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。
[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。それぞれ一つずつ選んで下さい。

(本大会において・・・)

あった なかった 肯定的に感じた どちらでもない 否定的に感じた

会場内で他の参加者に話しかけたり、話しかけられたりした	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
会場で混雑ができていたのを見た	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
顔見知りの人に挨拶をした	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
流行のウェアや靴を身につけている他の参加者を見た	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
仮装している他の参加者を見た	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レース中に他の参加者からアドバイスをもらった	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
他の参加者のランニングフォームやストレッチを見た	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
他の参加者が2～3人横並びで走っていた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レース中のつらい時に並走してくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
参加者でコースが渋滞していた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
ゲストラナーの隣で一緒に走った	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1

次のページへ

他の参加者とゴール後に 苦しみを分かち合った	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
他の参加者がルールを 守らない行動をしていた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
イベント会場内で写真を撮ってもらった	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1

Q8. 以下の項目は【大会スタッフ】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。

それぞれ一つずつ選んで下さい。

(本大会において・・・)

あった なかった 肯定的に感じた どちらでもない 否定的に感じた

会場の具体的な説明をしてくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
スポンサーがサンプルを配っていた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レース前にテーピングをしてくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
地元の特産品をアピールしていた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
レース中にハイタッチをした	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
応援してくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
コースでの選手誘導がはっきりしなかった	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
問題への対応が遅かった	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1

Q9. 以下の項目は【地域住民】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。

それぞれ一つずつ選んで下さい。

(本大会において・・・)

あった なかった 肯定的に感じた どちらでもない 否定的に感じた

コースにたくさんの方の人たちがいた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
大会の運営に積極的に協力していた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
コース上にエイドステーションを作って、 食べ物や地域の特産品を提供していた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
写真を撮ってくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
コース上で元気になる曲を流していた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
コース上で郷土芸能を披露していた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
ハイタッチをしてくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
応援してくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1
これまで走ってきた距離や、次のエイド ステーションまでの距離を教えてくれた	2 --- 1	7 -- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1

Q10. 以下の質問について、当てはまる番号を1つ選んで下さい。

「鑑じて、今大会にどの程度満足していますか？」

とても不満足 不満足 少々不満足 どちらでもない 少々満足 満足 とても満足

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

アンケートは以上になります。ご協力ありがとうございました。

付録 2 本調査に使用された質問紙

よこすかシーサイドマラソン 2011 に参加された皆様へのアンケート

2011.11.20

早稲田大学 スポーツビジネスマネジメント研究室

このアンケートは今後の市民マラソン大会について基礎資料を得ることを目的に、大会に参加されている市民マラソンランナーの皆様を対象に実施しております。ご回答は匿名で頂き、すべて統計的に処理致しますので、皆様にご迷惑をおかけすることは絶対にございません。

以上の趣旨を御理解頂き、率直な御回答をお寄せいただきますようお願い申し上げます。

Q1. あなた自身についてお聞かせください。

1. 性別	a. 男性 b. 女性										
2. 年齢	() 歳										
3. 郵便番号 (お住まい)	-										
4. ご家族	a. 独身 b. 既婚 ⇒ お子様は a. いる b. いない										
5. ご職業	a. 有職 (フルタイム) b. 有職 (パートタイム/アルバイト) c. 無職 d. 学生 e. その他 ()										
6. 1ヶ月に自由に使える お金 (おこづかい)	() 円										
7. 現在の喫煙状況	a. 喫煙者 b. 非喫煙者										
8. ランニング歴	約 () 年										
9. 練習頻度 (月)	1 か月あたり、() 回										
10. 大会出場経験	<table border="0"> <tr> <td>ハーフマラソン未満 (5km/10km など)</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>ハーフマラソン</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>ハーフマラソン以上フルマラソン未満</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>フルマラソン (42.195km)</td> <td>() 回</td> </tr> <tr> <td>フルマラソン以上 (ウルトラマラソンなど)</td> <td>() 回</td> </tr> </table>	ハーフマラソン未満 (5km/10km など)	() 回	ハーフマラソン	() 回	ハーフマラソン以上フルマラソン未満	() 回	フルマラソン (42.195km)	() 回	フルマラソン以上 (ウルトラマラソンなど)	() 回
ハーフマラソン未満 (5km/10km など)	() 回										
ハーフマラソン	() 回										
ハーフマラソン以上フルマラソン未満	() 回										
フルマラソン (42.195km)	() 回										
フルマラソン以上 (ウルトラマラソンなど)	() 回										

Q2. 本日の大会に関して、お聞かせください。

1. 参加区分	a. ハーフの部 b. 10km の部 c. 5km の部 d. 1.8km ファミリーの部
2. タイム	() 時間 () 分 () 秒
3. 参加回数 (本日も含めて)	a. 初めて (1 回目) b. () 回目
4. 大会参加の同伴者 (当てはまるものすべてに)	a. ひとり b. 友人/知人/恋人 c. 家族 d. その他 ()
5. 同伴者数	自分も含めて、合計 () 名

Q3. 本大会に関して、どの程度満足していますか。当てはまる番号を1つ選んで下さい。

とても不満足 不満足 少々不満足 どちらでもない 少々満足 満足 とても満足
1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

以降の項目では、あなたが本大会における他者の行動についてどのように感じているのかをお聞きます。
下の記入例を参考に、その後の項目にお答えください。

《記入例》		あった	なかった	肯定的に感じた	どちらでもない	否定的に感じた
(本大会において・・・)						
沿道の人が応援してくれた		2	1	7	6	5 4 3 2 1
ルールを無視している参加者がいた		2	1	7	6	5 4 3 2 1
※項目の出来事がなかった場合は、右の選択肢を選ばなくても構いません						

Q4-1. 以下の項目は【あなたと一緒に来た参加者】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。それぞれ一つずつ選んで下さい。 (本日、1人で参加された方はQ4-2へ)

(本大会において・・・)	あった	なかった	肯定的に感じた	どちらでもない	否定的に感じた
仲間と一緒に大会に参加した	2	1	7	6	5 4 3 2 1
レースについてアドバイスしたり、もらったりした	2	1	7	6	5 4 3 2 1
レースの前後で一緒にストレッチをした	2	1	7	6	5 4 3 2 1
マラソン大会(全般)について情報交換をした	2	1	7	6	5 4 3 2 1
仲間の気分が高揚していた	2	1	7	6	5 4 3 2 1
仲間でTシャツを揃えた	2	1	7	6	5 4 3 2 1
仲間とハイタッチや握手をするなどのスキンシップをはかった	2	1	7	6	5 4 3 2 1
レース中に荷物を預かってもらった	2	1	7	6	5 4 3 2 1
仲間から応援された	2	1	7	6	5 4 3 2 1
体調が悪い時、看病してくれた	2	1	7	6	5 4 3 2 1
仲間が応援しているのを見た	2	1	7	6	5 4 3 2 1
ゴール後に苦しみを分かち合った	2	1	7	6	5 4 3 2 1
会場で一緒に写真を撮った	2	1	7	6	5 4 3 2 1

Q4-2. 以下の項目は【大会に参加している他の参加者】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。それぞれ一つずつ選んで下さい。

(本大会において・・・)	あった	なかった	肯定的に感じた	どちらでもない	否定的に感じた
会場内で他の参加者に話しかけたり、話しかけられたりした	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
グループ単位で同じ格好をしている他の参加者を見た	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
顔見知りの人に挨拶をした	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
流行のウェアや靴を身につけている他の参加者を見た	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
仮装している他の参加者を見た	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
レース中に他の参加者からアドバイスをもらった	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
他の参加者のランニングフォームやストレッチを見た	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
レース中のつらい時に並走してくれた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
ゲストランナーの隣で一緒に走った	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
他の参加者とゴール後に苦しみを分かち合った	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
会場内で写真を撮ってもらった	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	

Q4-3. 以下の項目は【大会スタッフ】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。それぞれ一つずつ選んで下さい。大会スタッフは紺色（こんいろ）のスタッフウェアを着ていました。

(本大会において・・・)	あった	なかった	肯定的に感じた	どちらでもない	否定的に感じた
会場の具体的な説明をしてくれた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
サンプルを配っていた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
レース前にテーピングをしてくれた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
地元の特産品をアピールしていた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
レース中に食べ物・飲み物を提供してくれた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
レース中にハイタッチをした	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	
応援してくれた	2	-- 1	7	-- 6 -- 5 -- 4 -- 3 -- 2 -- 1	

Q4-4. 以下の項目は【沿道の人々】と【あなた自身】の間に起こった可能性がある出来事です。

[A]本大会でそれぞれの出来事がありましたか。また、[B]その出来事についてあなたはどのように感じましたか。

それぞれ一つずつ選んで下さい。

(本大会において・・・)	あった	なかった	肯定的に感じた	どちらでもない	否定的に感じた
沿道にたくさんの人たちがいた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
大会の運営に積極的に協力していた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
沿道で食べ物や地域の特産品を提供してくれた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
写真を撮ってくれた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
沿道で元気になる曲を流していた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
沿道で郷土芸能を披露していた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
ハイタッチをしてくれた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
応援してくれた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	
これまで走ってきた距離や、次のエイド ステーションまでの距離を教えてくれた	2	--	1	7--6--5--4--3--2--1	

Q5. 総じて、本大会にどの程度満足していますか。当てはまる番号を1つ選んで下さい。

とても不満足 不満足 少々不満足 どちらでもない 少々満足 満足 とても満足

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

Q6. 本大会に関して、ご意見や感想等ございましたらお聞かせください。

アンケートは以上になります。ご協力ありがとうございました。

謝辞

大学院に進学を決めた学部4年生の春。私は今、その時の自分に「その選択は間違っていた」と声を大にして言いたいと思います。それほどにも大学院の2年間は非常に充実した時間を過ごせました。

まず、外部の大学からの進学にも関わらず、研究室に快く迎えて頂いた原田宗彦先生。修士論文の指導はもちろんのこと、企業との共同研究や毎週金曜のフットサルなど大学生活における数多くの機会を与えて下さいました。何よりも厚く感謝申し上げます。

また、修士論文執筆にあたり副査を引き受けて頂いた、木村和彦先生、松岡宏高先生にも深く感謝致します。先生方のアドバイスにより、修士論文も更に改善することができました。

一介の大学院生の修士論文の調査に快く協力していただいた、大泉スマイルランナーズの代表の近藤さん、会長の山中さん、その他インタビューに協力していただいたスマランのメンバーの皆様、本研究は皆様の協力なしでは実現することが出来ませんでした。心より感謝申し上げます。又、急な連絡にも関わらず、質問紙調査を実施させて頂いた2011 成田 POP ラン大会、よこすかシーサイドマラソン大会の関係者の皆様、御協力ありがとうございました。今後、大会が更に発展するよう祈念致しております。

ここまでやってることができたのも、どんなにつらい時でも一緒に頑張る仲間がいたからです。私が研究の壁にぶつかった時、自分のことなど二の次で真摯に耳を傾け、アドバイスをしていただいた博士後期課程の石井十郎さん、押見大地さん、松井くるみ

さん、頼りになる先輩方のおかげで修士論文を執筆することが出来ました。本当にありがとうございます。同じ研究室の仲間として研究に協力してくれた修士課程 1 年の新井萌さん、飯塚啓太君、田中いづみさん、兵頭陽君、山下玲さんにも感謝申し上げます。

又、同じスポーツビジネスを研究する木村研究室、間野研究室、作野研究室、武藤研究室、松岡研究室の切磋琢磨してきた皆さん、原田研究室の OB・OG の皆さん、原田ゼミの後輩の皆さんをはじめ、私を支えてくださった全ての方々に感謝申し上げます。

そして何よりも、この 2 年間は同期 8 人と過ごしたかけがえのない時間です。ありがとうございました。荒井勇気君、上政頼昌弘君、中司雄基君、橋本拓哉君、本目みほさん、李芝菁さん、渡邊みさとさん、楽しい時は一緒に声を出して笑い、つらい時はみんなで励まし合い、お互いに切磋琢磨しながら成長することのできた、刺激的な 2 年間は今後も人生の糧となるでしょう。10 年後、20 年後、皆で集まった時に今と同じように笑顔で再会しましょう。

最後に、どんな時でも自分の意見を尊重してくれ、自分の進む道を応援してくれた両親、家族に感謝申し上げます。私はあなた達の息子であることを誇りに思います。

2012 年 2 月 23 日

渡邊 健