

北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因の研究

—Push-Pull 要因に着目して—

Study on the factors that affect participation of Hokkaido Marathon

スポーツマネジメント研究領域

5011A317-0 大後茂雄

研究指導教員 間野義之 教授

1. 序論

公益財団法人日本生産本部（2011）によると、2010 年のジョギング・マラソン参加人口は、2570 万人に及ぶと報告されており、数値的には前年比マイナスではあるが高い数値を維持している。参加人口の増加に歩調を合わせるように、近年大都市大規模マラソンが開催されるようになった。代表的な大会は、東京マラソンや北海道マラソンなどで、日本陸上競技連盟が認めた「公認コース」で実施されている。特に北海道マラソンは、日本でそして世界で唯一真夏に開催される本格的なマラソン大会として行われており、2011 年度の大会で 25 回の開催実績を誇る。現在、国内で開催されているフルマラソンイベントの特徴を整理すると 3 つに分類される（表 1）。特にⅢ型のマラソン大会は、政令指定都市で開催され、参加者、応援者、ボランティアをあわせ数万人が集う大規模マラソンイベントとなり、地域活性化や観光振興につながっている（日本経済新聞、2010；山口、2010）。

表 1. マラソン大会を特徴別に分類（大会 IP より筆者が作成）

	I 型	II 型	III 型
参加者	トップ選手参加型	市民ランナー参加型	トップ選手+市民ランナー参加型
大会規模（参加数）	比較的小さい（数百人）	中程度（数百～数千人）	大規模（数万人）
大会目的	・日本代表選手選考 ・トップ選手レベル向上	・挑戦 ・体力向上 ・走ることの楽しみ	・日本代表選手選考 ・トップ選手レベル向上 ・挑戦 ・体力向上 ・走ることの楽しみ
主催・共催等	日本陸上競技連盟他	行政スポーツ振興課他	日本陸上競技連盟他 行政スポーツ振興課他
開催時期	冬	1 年中	冬（北海道マラソンのみ夏）
主な大会	・福岡国際マラソン ・別府大分毎日マラソン ・びわこ毎日マラソン ・横浜国際女子マラソン 等	・NAHAマラソン ・かすみがうらマラソン 他	・東京マラソン（2006 年開催） ・北海道マラソン（1987 年開催） ・大阪マラソン（2011 年開催） ・神戸マラソン（2011 年開催） ・京都マラソン（2012 年開催）
特等	日本トップの実業団選手及び競技レベルの高い一般市民ランナーが参加する。TV 放映有り。日本陸連公認コース。	市民ランナー向け大会。ゲストランナーとして元選手を招待する大会が多い。	トップ選手と市民ランナーが参加できる大会。大会規模も大きく年々参加者が増え、大阪マラソン、神戸マラソン等のように今後も大都市で開催される可能性が高い。
経済効果	小	中～大	大

このような背景から、Ⅲ型のマラソンイベントは、スポーツ立国戦略の基本的な考えである「する人（参加者）、観る人（応援者）、支える人（ボランティア）」の視点からスポーツ機会の創造に繋がる大会であると言える。継続的な大都市大規模マラソンを開催する事は、国際競技力強化の観点からトップアスリートの育成・強化、そして工藤ら（1998）はスポーツ振興や地域活性化の好循環の創出に繋がると述べている。

2. 先行研究の検討

参加者の参加動機に関する過去の研究では、「挑戦」、「体力・健康作り」、「豊かな生活」がランナーのランニングへの参加に関わる強い動機であると述べている（Clough et al,1990）。また、国内のスポーツツーリズム研究における参加動機を対象とした Push-Pull を用いた研究は、1990 年代に蓄積されたものの 2000 年代に入ってから殆どなされていない現状にある。ツーリズム研究において、Push 要因は「旅行を実施することに傾く動機」、いわゆる参加誘因。Pull 要因を「特定の行き先を決定する際の動機」、いわゆる魅力誘因と定義している（Dann,1981）。これまで Push-Pull を用いた先行研究では、Push-Pull それぞれの要因を別々の要素として扱い研究がなされてきた。しかし、マラソンイベント参加者の参加動機を解明するには、参加者自身の心理的な意思決定要因に着目した概念だけではなく、Push-Pull の枠組みのようにイベント自体や開催地域に依存する誘因といった観点からも同時に捉える必要があると考えられる。参加者の継続的な参加意欲を引き留めるには、いかに開催地域の魅力を引き出せるかが重要であると述べている（工藤、1998；山口、2010；北村、2010）。このように Push-Pull 要因を用いた研究はこれまでも行われているが、近年新規に開催されている大都市大規模マラソンの参加動機に関する研究はほとんど行われていない。

3. 研究方法

〔目的〕：本研究では Yoon&Uysal（2005）の先行研究の枠組みを用い大都市大規模マラソンである北海道マラソンの参加者の参加動機に影響を及ぼす要因について、Push-Pull に着目し構造方程式モデリングにより参加動機を明らかにすることを目的とする。北海道マラソン参加者の、(1)参加者デモグラフィクスを明らかにする、(2)参加動機測定尺度を開発しその信頼性と妥当性を検証する、(3)参加動機に影響を及ぼす関係モデルを開発し、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因を明らかにする(4)先行研究との比較検証を行う。

〔調査方法〕：調査は財団法人北海道陸上競技協会と共同で実施した。調査は 8 月 27 日（土）大会受付会場である札幌パークホテルにて受付に来場した参加者 3,500 名へ配布しレース終了後の内省とし後日郵送にて回収した。

4. 結果

(1)調査対象者のデモグラフィックスは（表 2）の通り.

アンケート回収率は 28.9%（有効回答数 n=954）

表 2. サンプルのデモグラフィックス

性別	男性	81.9 年齢	20歳代	3.1	会社員	49.2
(n=954, %)	女性	18.1 (n=954, %)	30歳代	14.2	公務員	19.9
			40歳代	30.2	教員	2.7
			50歳代	33.0	自営業	6.2
			60歳代	16.5	学生	0.4
			70歳代	3.0	主婦	5.5
			平均値	49.9	その他	16.1

(2)尺度開発と信頼性

参加動機に影響を及ぼす要因の尺度を開発するため、探索的因子分析を行い、Push 要因は 4 因子 8 項目（表 3）、Pull 要因は 3 因子 9 項目（表 4）を開発した。また、クロンバックのα係数は、Push 因子の「達成因子」のみ 0.715 と 0.8 を下回る結果となり尺度の信頼性が決して良いとはいえない値であるが、小塩 (2004) が指摘する.50 レベルは容易にクリアしているので問題なく扱えると判断した。

表 3. Push 要因確認的因子分析結果

因子名	項目内容	因子負荷量			
		1	2	3	4
アクセス因子	ps47手頃な交通費	1.034			
	固有値=3.14, 寄与率=31.41, α=0.872	0.761			
健康因子	ps43健康維持のため		0.933		
	固有値=1.67, 寄与率=16.72, α=0.872		0.820		
興奮因子	ps46テレビ中継ラジオ放送があるから			0.842	
	固有値=1.45, 寄与率=14.53, α=0.775			0.784	
達成因子	ps41自分への挑戦				0.860
	固有値=1.13, 寄与率=11.37, α=0.715				0.646
累積寄与率=74.04>50%		因子抽出法: ①最大法・プロマックス回転			

表 4. Pull 要因確認的因子分析結果

因子名	項目内容	因子負荷量		
		1	2	3
札幌で開催される大会	p149札幌の市街地で開催されるから	0.758		
	p148大会運営サービスの評判の良さ	0.730		
	p144大会の雰囲気の良い	0.682		
北海道因子	p141札幌市という都市が好きだから	0.682		
	p142北海道の食べ物の良さ		0.979	
	p141北海道の自然環境の良さ		0.861	
気候因子	p143北海道の歓迎ぶりの良さ		0.717	
	p146夏の暑いマラソンだから			1.025
	p145この大会の気候が好きだから			0.742
累積寄与率=73.02>50%		因子抽出法: ①最大法・プロマックス回転		

(4) 構造方程式モデリング（参加動機に影響する要因）

北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因について、Push-pull 因子をもとに構造方程式モデリングを行った。その結果図 1 のとおり Push 因子 (.27) に対し pull 因子 (.67) となり、参加者の参加動機に影響を及ぼす要因は Pull が強く影響している結果が得られた。適合度指標については表 6 の通りである。また、構造方程式モデリングの結果について表 7 に示す。

表 6. 構造方程式モデリング収束後指標

CMIN	有意確率	CMIN/DF	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
934.935	***p<.001	6.726	0.91	0.877	0.91	0.078

表 7. 構造方程式モデリング結果

潜在変数	変因	因子名	標準化推定値	R2乗	説明項目	標準化推定値	R2乗	χ2乗
参加動機 R2乗=.53	Push FI=.27	→ 達成因子	0.68	0.46	自分への挑戦 達成感を味わいたい	0.68	0.47	ns
		→ 健康因子	0.58	0.34	健康維持のため 体力向上のため	0.58	0.68	ns
		→ 興奮因子	0.47	0.22	トップ選手と同じコース テレビ中継・ラジオ中継	0.47	0.69	*
		→ アクセス因子	0.36	0.13	手頃な交通費 交通の便の良さ	0.36	0.69	*
		→ 札幌の大会因子	0.97	0.94	札幌の市街地で開催されるから 札幌市という都市が好きだから	0.97	0.40	ns
	Pull FI=.67	→ 札幌の大会因子	0.97	0.94	大会の雰囲気の良い 大会運営・サービスの評判良さ	0.85	0.72	ns
		→ 北海道因子	0.66	0.44	北海道の食べ物の良さ 北海道の自然環境の良さ	0.71	0.51	*
		→ 気候因子	0.49	0.24	北海道の歓迎ぶりの良さ 夏の暑いマラソンだから	0.38	0.97	*
					この大会の気候が好きだから	0.99	0.80	ns
					夏の暑いマラソンだから	0.80	0.65	*

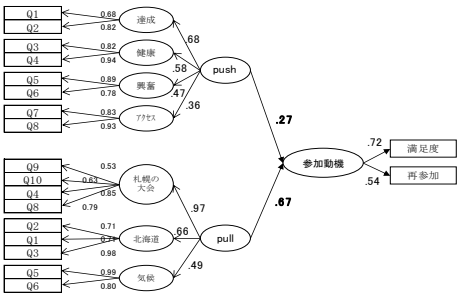


図 1. 構造方程式モデリング結果

5. 考察

本研究では、北海道マラソン参加者に対し、参加動機に影響を及ぼす要因を明らかにするため、ツーリズム研究である Yoon & Uysal (2005)の Push, Pull を用いたパス解析モデルを応用し、Push, Pull の 2 要因を用いた新たなパス解析モデルを開発し検証を行った。その結果、モデルの適合度指標は中程度であったが、今回の研究で開発した Push, Pull の 2 要因から構造方程式モデリングを用いて参加動機を明らかにするパス解析モデルは、参加動機を明らかにする上で問題なく扱えるレベルとなった（北海道マラソン参加者の参加動機は Pull 因子が参加動機に影響を及ぼす結果が得られた）。これまでの社会心理学研究におけるマラソンの参加動機に関する先行研究では、1 要因による研究が行われてきたが Mcgehee et al (1996)はツーリストの参加動機を一つの要因のみで考察する事は従来の研究結果から難しいと述べている。つまり今回のパス解析モデルは、今後のマラソン大会の参加動機を明らかにする手法として有効に活用できるものと考ええる事ができる。また、山口ら (2011)は Push-Pull を用いたクロス集計により参加地域別の参加動機を明らかにした。本研究においても同様の分析を行い比較した結果、表 5 に示すとおり先行研究と一部異なる結果が得られた。これは、NAHA マラソンがⅡ型の大会、北海道マラソンはⅢ型の大会で（表 1）、大会運営内容が異なるため生じた相違だと推測する事が出来る。

表 5. NAHA マラソン研究結果との比較

α	NAHAマラソン（沖繩）		本研究（北海道マラソン）	
	県内参加	県外参加	道内参加	道外参加
Push	○	-	○	○
Pull		○		○

6. 結論

本研究の結果、Push-Pull を用い構造方程式モデリングにより北海道マラソンの参加動機を明らかにするためのモデルを新たに開発するに至った。参加動機の究明は複雑な要素が絡み合うため、参加動機を明らかにする手法の一つに加えることができると示唆される。しかし、今回は北海道マラソンを対象とした研究であったため、今回の研究で得られた知見が全ての大会において同様の結果を示すとは限らない。以上のことから、今後同種大会の参加動機に関するエビデンスデータが蓄積されていく事が望まれる。