

2012年度 修士論文

アドベンチャースポーツの現状と展望に関する研究

～大会参加者を類型化し 地域の取り組むべき事項を検証する～

The present conditions and the prospects of the adventure sports

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 スポーツクラブマネジメントコース

5012A307-2

我部 乱

Ran Gabe

研究指導教員： 間野 義之 教授

目次

第1章 緒言	5
1. 1 研究の背景	5
1. 1. 1 地域における参加型スポーツイベントのスポーツツーリズムとの関わり	5
1. 1. 2 アドベンチャースポーツの位置づけ	5
1. 1. 3 アドベンチャースポーツの用語説明	6
1. 2 先行研究	7
1. 3 研究の目的	7
第2章 研究の方法	8
2. 1 本研究のフレームワーク	8
2. 2 予備調査1 (西丹沢アドベンチャートレイル in 山北)	9
2. 2. 1 調査対象 (大会参加者・地域住民)	9
2. 2. 2 調査方法	9
2. 3 予備調査2 (The4100D マウンテントレイル in 野沢温泉)	9
2. 3. 1 調査対象 (大会参加者)	9
2. 3. 2 調査方法	10
2. 4 スポーツ参加動機 (先行研究) との比較	10
2. 4. 1 キーワードの収集	10
2. 4. 2 質問項目の抽出	12
2. 4. 3 調査票の作成	12
2. 5 本調査 (上越国際トレイルフェス・エクストリームシリーズ)	13
2. 5. 1 調査対象 (大会参加者)	13
2. 5. 2 調査方法	14

2. 6 データの分析	15
2. 6. 1 記述統計	15
2. 6. 2 参加動機における探索的因子分析	15
2. 6. 3 信頼性の検討:Cronbach の α の係数	15
2. 6. 4 因子の平均値の相関分析	15
2. 6. 5 クラスタ分析	15
2. 7 参加者カテゴリーと行動学的特性との比較	16
2. 7. 1 比較事項 (性別、年代、情報収集方法、大会の情報収集法、レース同行者、 大会での消費額、大会参加頻度、練習頻度、練習相手)	16
2. 7. 2 クロス集計	16
2. 7. 3 平均の比較	16
2. 8 関係者のインタビュー調査	17
2. 8. 1 大会開催地域の関係者 (福島県檜枝岐村・神奈川県山北町・徳島県)	17
2. 8. 2 トップアスリートから見るアドベンチャースポーツにおける地域の役割	18
第3章 結果	18
3. 1 動機づけ尺度の因子の命名	18
3. 1. 1 内的要因	19
3. 1. 2 外的要因	21
3. 2 サンプルの特性	23
3. 2. 1 人口統計的特性 (性別、年齢、居住地)	23
3. 2. 2 行動的特性	26

3. 3 因子分析による動機づけ尺度の確認	28
3. 3. 1 探索的因子分析	28
3. 3. 2 信頼性の検証:Cronbach の α 係数	29
3. 3. 3 因子の平均値の相関分析	29
3. 4 クラスタ分析による参加者の分類	30
3. 5 参加者の行動学的特性との関連性	32
3. 5. 1 クロス集計による分析結果	32
3. 5. 2 平均の比較	35
3. 5. 3 各クラスターの特徴	36
3. 6 インタビュー調査から地域の課題や要望を抽出	37
3. 6. 1 大会開催地域の行政関係者のインタビュー	37
3. 6. 2 トップアスリートのインタビュー	38
第4章 考察	39
4. 1. 考察1 参加者行動と参加動機の類型化	39
4. 2. 考察2 イベントにおける地域のあり方の検証	43
4. 3. 考察3 参加者行動と地域の関連性の検証	44
第5章 結論	45
5. 1 まとめ	45
5. 2 研究の課題	46
引用・参考文献	47
謝辞	50

第1章 緒言

1. 1 研究の背景

1. 1. 1 地域における参加型スポーツイベントとスポーツツーリズムとの関わり

近年多くの自治体が地域活性化や町おこしの一環として、スポーツに関する積極的な取り組みを行なっている（木村, 2009）。スポーツツーリズムを、観光地である地域社会という視点から見ると、地域外から訪れる人々との交流を通じて、地域住民自らがその地域とスポーツの魅力を再発見し、「内発的发展」（※1）に貢献することが期待できると、木村（2009）は示している。

地域とスポーツイベントとの関連を見てみると、地域密着型のプロチームやクラブが観戦型の「見る」スポーツイベントだとすれば、多くの参加者を集めるスポーツ大会は、参加型の「する」スポーツイベントと呼ぶことができる（原田, 2011）。東京マラソンの影響もあって、ランニングブーム現象を起こす中、エンデュランススポーツ（※2）の関心の高まりが記された。その背景には、アウトドアスポーツが①手軽に楽しく、おしゃれに楽しむことができる、日常生活の延長線上の活動になったこと ②個人の健康やライフスタイルを具現化する「自己表現装置」になったことの2つの要因が挙げられる（原田, 2011）。

※1：地域の団体や個人が自発的な学習により計画を立て、自発的な技術開発をもとにして、地域の環境を保全しつつ資源を合理的に利用し、その文化に根ざした経済発展をしながら、地方自治体の手で住民福祉を向上させていくような地域開発（宮本, 1989）

※2：一般に長い距離を移動し長い時間をかけて行動する競技であり、クロスカントリー、マラソン、トライアスロン、ウルトラマラソンのように有酸素運動を伴うスポーツ

1. 1. 2 アドベンチャースポーツの位置づけ

アウトドアスポーツの中では、特に自然に内在するようリスクと向き合って行うスポーツ（risk-taking sports）のことを冒険的スポーツ（adventure sports）と呼んでいる。自然に内在するリスクというのは、様々な自然環境から受ける影響や、自然現象からの影響を受け、完全にはコントロールできない状況を言う。アドベンチャースポーツの特徴的な性質として、その特殊な環境に合わせた装備や技術を必要とし、行う人や状況の影響が

ら結果は常に不確かであるという（林, 2008）。参加型スポーツイベントの中でも、マラソンやトライアスロン、自転車のヒルクライムレースなどのエンデュランススポーツは応募者が増えており（原田, 2011）、その中でもトレイルランニングは、アドベンチャースポーツの1つで人気の高さが示されている。

また、ツーリズムの観点からしても、スポーツツーリズムの3つの領域の1つとして、自然環境で行なわれるスポーツ活動でもある「アウトドア・レクリエーション」が含まれ（Hall, 1992）、冒険要素が加えられたアドベンチャーツーリズムもこの領域に含まれるものとしている。二宮（2009）は、スポーツツーリズムの主要領域にアドベンチャーツーリズムも含め、日本のスポーツツーリズムの動的モデルとして提示した。

1. 1. 3 アドベンチャースポーツの用語の説明

「アウトドアスポーツ」は、屋外で行なうスポーツを総称しており、自転車やマラソン、サーフィンなど専用の施設を必要とせず、開催地の地理的特性を利用して開催される種目を言う（原田, 2011）。アドベンチャースポーツは、前述したように、自然に内在するリスクと向き合って行うアウトドアスポーツの一部であり、より自然へのリスクが伴うものとしている。林（2008）によると、アドベンチャースポーツの主なものでそのリスクが高い活動として挙げられるのは、海、川、湖などの水辺の活動としては、スキューバダイビング、ラフティング、ウインドサーフィン、ホワイトウォーターカヤック、シャワークライミングなどが挙げられる。森林や山岳地帯での活動としては、縦走登山、ロッククライミング、マウンテンバイクなどが挙げられ、トレイルランニングもこの中に含まれる。雪上氷上の活動としては、雪山登山やバックカントリースキーなどが挙げられ、空中で行うパラグライダーや地中で行うケービングなども含まれる。

本研究では、マラソンや自転車などのアウトドアスポーツ全般ではなく、その中でもより自然の内在するリスクと向き合ったアドベンチャースポーツを対象に研究を行なうものとする。その中でも、トレイルランニングは山岳マラソンと称され、2012年に日本全国で112大会が開催されている（Trail Running Magazine, 2012）。また、日本アドベンチャーレース協会によると、アドベンチャーレースは男女混合チームで自然の中に設定さ

れたコースをラン、マウンテンバイク、カヌー、カヤック、ラフティングなど様々なアウトドアアクティビティで踏破するアウトドアスポーツ競技であり、現在全国で15大会が開催されている。

1. 2 先行研究

参加型スポーツに関する研究は多くの研究者が行なってきた。野川（1992）は、ホノルルマラソンを対象に日本人参加者の実態を3大会に渡って調査し、その結果を報告している。大後（2011）は、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研究している。

アドベンチャースポーツに関する研究は、Kerr&Mackenzie（2011）による、アドベンチャースポーツアスリート（リバーサーファー、マウンテンバイカー、カヤッカー、登山家、パラグライダーパイロットの5名）を分析したアドベンチャースポーツ参加モチベーションの研究があり、参加者動機の多面性を明らかにしている。ただし、日本での先行研究はまだ少ない。スポーツツーリズムと関連したものでは、カナダ・ブリティッシュ・コロンビア州におけるアドベンチャーツーリズムのマーケティング報告（二宮, 2003）があり、アクティビティ単体の研究では、登山者をコンジョイント分析した研究（二宮, 2006）、クラスター分析を活用したものとしては、ラフティング参加者の参加動機を類型化した研究（上政頼, 2011）、ウインドサーファーを類型化してその測定指標を出した研究（二宮, 2006）などがある。

また、地域社会とスポーツイベントを関連した研究として、北村ら（1997）は、開催地住民による大会評価を測定し、参加型のスポーツイベントがもたらす社会的効果や地域活性化に及ぼす影響について明らかにしている。

1. 3 研究の目的

本研究は、アドベンチャースポーツの現状を理解し、今後の普及のために、密接にかか

わる地域の取り組むべき事項を検証することを目的とする。アドベンチャースポーツの中でも、エンデュランス系の代表格で一般の人にも参加しやすいとされるトレイルランニングと、アウトドアアクティビティが複合されたアドベンチャーレースの大会参加者をターゲットとし、①参加者の大会参加動機の要因を明らかにし、②その要因を用いて、参加者を類型化する。③類型化された参加者と地域の取り組みの関連性を検証する。この3段階において研究を行なうものとする。

第2章 研究の方法

2. 1 本研究のフレームワーク

本研究では、地域とアドベンチャースポーツ参加者の関連性を検証するための手順として、図1のプロセスにて研究を進めることとする。そのステップについて本章で述べるものとする。なお、データ分析の結果に関しては、次章で述べるものとする。

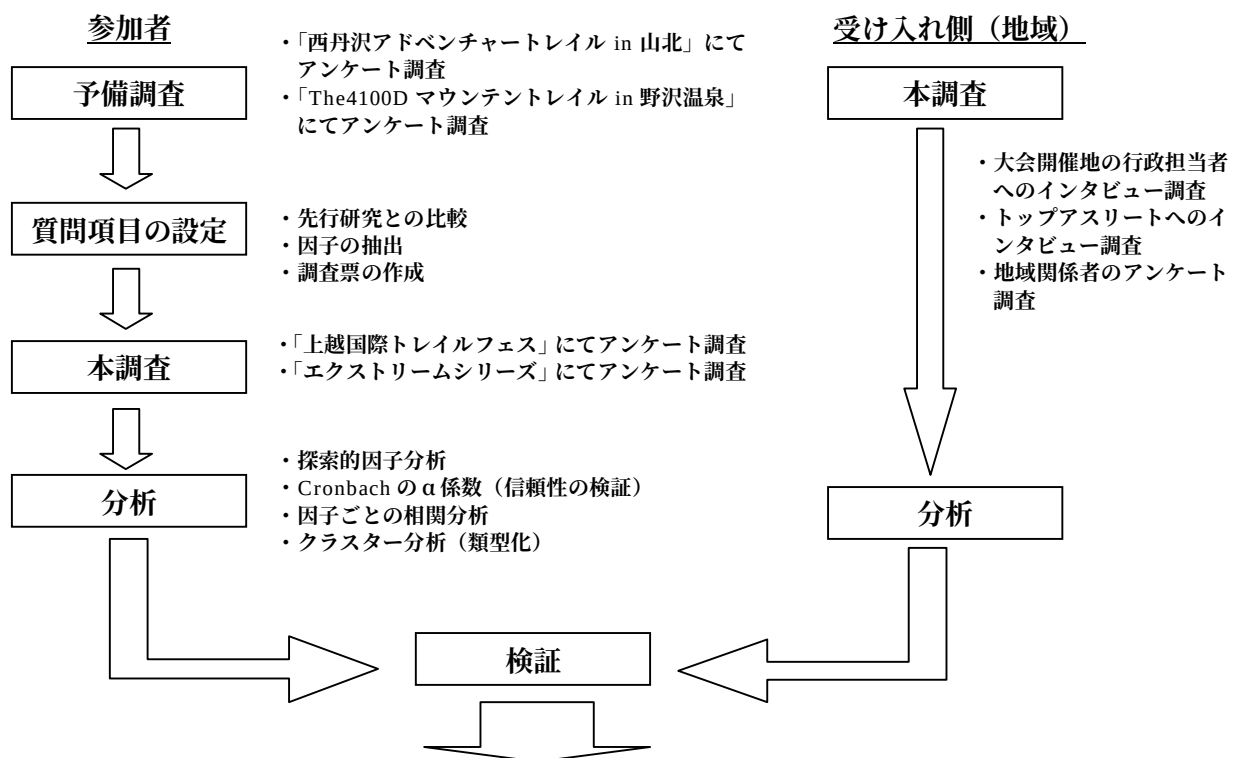


図1 本研究のフレームワーク

2. 2 予備調査1（西丹沢アドベンチャートレイル in 山北）

2. 2. 1 調査対象（大会参加者・地域住民）

大会参加者の類型化に入る前段階として、本調査の調査票作成における適合度合いを調査する必要があった。その中の予備調査として、トレイルランニングの2大会における参加者の意識調査を行うものとした。

最初の調査は、2012年6月2日（土）に神奈川県山北町にて開催された「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」にて、参加者へのアンケート調査を行った。なお、「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」は、2012年初開催の大会である。

併せて、大会関係者、地域住民に関して、トレイルランニングの大会を開催するにあたり、地域の要望、地域の活用法、今後の展開として求めるものをアンケート調査を行った。

2. 2. 2 調査方法

調査方法は、参加者386名に対し、大会企画運営会社である有限会社エクストレモ社の協力の元、インターネットにて行うものとした。調査期間は大会終了後の、6月18日（月）～6月24日（日）の7日間で実施した。調査票は、参加者がトレイルランニングやアドベンチャースポーツに参加する動機、何を求めているか、というキーワードを抽出するため、自由記述が多い内容となった。

また、地域関係者の意識調査に関しては、山北町観光協会の協力を得て、大会実行委員に配布し、その関係者も含めてアンケート調査を行った。関係者の対象は、山北町在住の町会議員、役場関係者、宿泊関係者、農林業、建設業、福祉関係などに従事する23名となった。調査票は、率直な意見を聞くために、自由記述が多い内容となった。

2. 3 予備調査2（The4100D マウンテントレイル in 野沢温泉）

2. 3. 1 調査対象（大会参加者）

予備調査1を踏まえて、質問項目を精査し調査票を作成した。予備調査1の「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」とは異なったタイプのトレイルランニングの大会における

参加者の意識調査を行うものとした。

長野県野沢温泉村を舞台にした「The4100D マウンテントレイル in 野沢温泉」は、2012年7月14日（土）～16日（日）に開催された。「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」との最大の違いは、山北町の大会が1日完結の47 kmのトレイルランニングの大会（制限時間10時間）に対して、野沢温泉の大会は、65 km、制限時間20時間、累積標高差4100 mという日本屈指のハードなトレイルランニングの大会でもあり、受付が本レースの前日7月14日（土）、表彰式も翌日7月16日（祝）と3連休を使った大会であるため、宿泊が必須条件であるというところに違いがあった。（大会HPより抜粋）

2. 3. 2 調査方法

調査方法は、参加者506名に対し、こちらも大会企画運営会社である有限会社エクストレモ社の協力の元、インターネットにおいて行った。調査期間は大会終了後の7月26日（木）～7月31日（火）の6日間にて実施した。調査票は参加者がトレイルランニングやアドベンチャースポーツに参加する動機、何を求めているかという予備調査1の項目に加えて、地域との関連性を問う内容となった。

2. 4 スポーツ参加動機（先行研究）との比較

2. 4. 1 キーワードの収集

2回の予備調査における、参加者の参加動機の妥当性を図るため、先行研究との比較を行った。アドベンチャー参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）によると、アドベンチャー参加者の動機づけの尺度を、

- ① goal achievement
- ② risk taking
- ③ social motivation
- ④ escape from boredom
- ⑤ pushing personal boundaries
- ⑥ overcoming fear
- ⑦ connecting with natural environment
- ⑧ pleasurable kinaesthetic bodily sensations

の8つで記しており、参加者の動機は多面的で多くの要因が含まれるとしている。

また、Milne&McDonald（1999）は、スポーツモチベーション研究の中で、

- ① Physical Fitness
- ② Risk taking
- ③ Stress reduction
- ④ Aggression
- ⑤ Affiliation
- ⑥ Social facilitation
- ⑦ Self esteem
- ⑧ Competition
- ⑨ Achievement
- ⑩ Skill mastery
- ⑪ Aesthetic
- ⑫ Value development
- ⑬ Self actualization

の13項目がスポーツのモチベーションと記している。

スポーツ参加者の動機研究で、Wankel&Berger（1990）は、スポーツおよび身体活動を通して得られるベネフィットを、

- ① 個人的楽しみ（スポーツ実施時の興奮、目標達成、技術向上を通して得られる楽しみ）
- ② 個人の成長（身体的および心理的な健康の維持・増進への効果を求めて）
- ③ 社会的調和（スポーツ活動を通して社会化する、あるいは社交の機会を求めて）
- ④ 社会的変化（スポーツ活動を通して周囲の人から認められる社会的地位の確立と向上）

の4つに分類しており、Challadurai（1994）は、スポーツ参加動機には、

- ① 楽しみの追求（Pursuit of pleasure）
- ② スキルの追求（Pursuit of skill）
- ③ すぐれた競技力の追求（Pursuit of excellence）
- ④ 健康・フィットネスの追求（Pursuit of fitness）

があると説明している。

また、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因研究（大後, 2011）では、北海道マラソン参加者の動機因子を

- ① 達成因子
- ② 健康因子
- ③ 興奮因子
- ④ アクセス因子
- ⑤ 札幌の大会因子
- ⑥ 北海道因子
- ⑦ 気候因子

の7つに因子を分けた。

動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化の研究（上政頼, 2011）では、みなかみ町のラフティングツアー参加者に対して調査を行い、ラフティングをする動機づけ要因を、

- ① 自然因子
- ② 能力因子
- ③ 逃避因子
- ④ 学習因子
- ⑤ 仲間因子
- ⑥ 休養因子
- ⑦ ガイド因子
- ⑧ リスクテイキング因子
- ⑨ 興奮因子
- ⑩ 好奇心因子
- ⑪ 指導因子

の11因子で記している。

2. 4. 2 質問項目の抽出

6つの先行研究の参加動機の質問因子から、参加動機の元となるキーワードを抽出した。方法として、前項の6つの先行研究に基づき、キーワードの数、他のキーワードとの関連性を見ながら行った。なお、記名式のアンケートのため、プライバシーの保護の観点から、筆者1名にて行った。その上で、先行研究から抽出された因子と、予備調査における参加動機からなるキーワードを抽出し、参加動機における因子と比較した。

2. 4. 3 調査票の作成

予備調査から抽出されたキーワードと、先行研究におけるスポーツの参加動機のキーワードを相互確認した。そのキーワードから、本調査における測定尺度として内的要因「達成感・充足感（1項目）」「自然（1項目）」「挑戦（1項目）」「トレーニング成果（2項目）」「仲間とのコミュニケーション（2項目）」「リフレッシュ・ストレス発散（1項目）」の6因子に加え、大学院社会人修士学生との議論の中から、「健康（2項目）」を合わせた、7因子10項目を設定した。

外的要因は、「コース（２項目）」「観光（３項目）」「アクセス（１項目）」「ホスピタリティ（１項目）」の４因子に加えて、大学院社会人修士学生との議論の中から、「日程（１項目）」を加えた、５因子８項目を設定した。参加動機の尺度として「全く当てはまらない」～「非常に当てはまる」までの７尺度における調査票を作成した。

2. 5 本調査（上越国際トレイルフェス・エクストリームシリーズ）

2. 5. 1 調査対象（大会参加者）

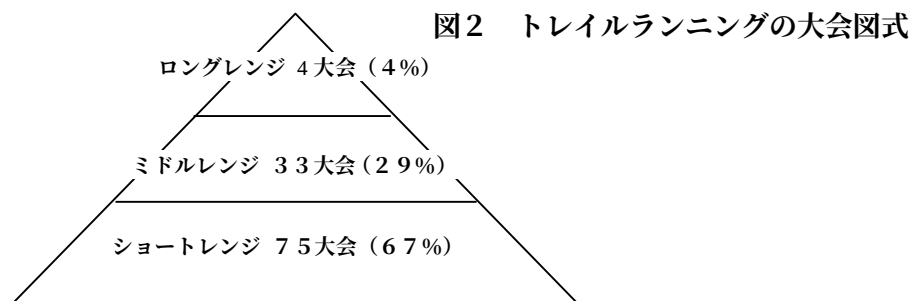
調査対象は、２０１２年１１月３日（祝）～４日（日）に新潟県南魚沼市上越国際スキー場にて開催された「上越国際トレイルフェス」参加者と、アドベンチャーレース「エクストリームシリーズ２０１２」全４戦〔那珂川大会（栃木県那須烏山市／２０１２年４月１５日（日））、奥多摩大会（東京都奥多摩町／２０１２年５月１２日（土））、尾瀬檜枝岐大会（福島県檜枝岐村／２０１２年６月２３日（土））、奥大井大会（静岡県川根本町／２０１２年９月８日（土））〕の参加者である。

「上越国際トレイルフェス」は、大会HPによると、２日間にわたるイベントで、１日目が親子やカップルで参加できるミニアドベンチャーレース。２日目が３５km～２５kmまでの３コースにカテゴリー分けされたトレイルランニングのレースとなり、予備調査の２大会に比べて、距離も短く様々なレベルの人が参加できることから、ファンレース的な意味合いが大きい。

Trail Running Magazine（２０１２）によると、トレイルランニングは、全国で２０１２年に年間１１２大会が開催されており、４０km未満のレースをショートレンジ。４０km～１００kmがミドルレンジ。１００km以上がロングレンジと定義され、図２のように表わされる。「上越国際トレイルフェス」は、全大会の６７％を占めるショートレンジの大会でもあり、一般のトレイルランニング対象者をターゲットとした大会として位置付けている。

「エクストリームシリーズ」は、３名１チームで行うアドベンチャーレースである。アドベンチャーレースは、マウンテンバイクやカヤックなどのアウトドアアクティビティを

駆使しながら、自然の中に制定された難コースをチームワークで突き進んでいくアウトドア競技と記されている（日本アドベンチャーレース協会 HP）。トレイルランニングと違い、マウンテンバイクやカヤックなどの道具の制約はあり、トレイルランニングほど手軽には参加できないとされている。「エクストリームシリーズ」は、福島県檜枝岐村、栃木県那須烏山市、東京都奥多摩町、静岡県川根本町の4市町村での開催であるため、関東地方在住の人をターゲットにしている大会である。全国に15大会アドベンチャーレースがある中で、他のレースに比べても参加者が多く、73.3%が関東地方とその境の県（福島県、新潟県、長野県、静岡県）で開催されており、2日間以上のレースも存在はするが3大会だけで、1日完結のレースが大半を占めることもあり、エクストリームシリーズが、アドベンチャーレースの代表的なレースであるといえる。



2. 5. 2 調査方法

調査方法は、「上越国際トレイルフェス」参加者501名の内、小学生を除く参加者に対し、ゴール後に調査票を配布した。調査は大会当日（2日間）のみ行った。「エクストリームシリーズ」の参加者308名（延べ人数は412名）に対し、こちらも大会企画運営会社である有限会社エクストレモ社の協力の元、インターネットにおいて行った。調査票は「上越国際トレイルフェス」と全く同じ調査票を活用した。調査期間はシリーズ最終戦（奥大井大会／2012年9月8日（土））から約1か月半経過したこともあるが、10月21日（日）～10月28日（日）の8日間で行った。

2. 6 データの分析方法

2. 6. 1 記述統計

本項では、サンプルの特性について述べる。大会参加者がどのような人たちで構成されているか明らかにするものとする。性別、年代、大会の情報収集方法、情報入手経路、大会参加頻度、大会における消費額、大会同行者、練習量、練習相手を明らかにするものとする。

2. 6. 2 参加動機における探索的因子分析

参加動機の尺度を検証するため、探索的因子分析を行った。探索的因子分析とは、観測変数と因子間に予め構造を仮定せず、全ての因子が全ての観測変数に影響を与えるものとして行う、因子分析の手法である（小田, 2007）。本研究では、アドベンチャースポーツの大会参加者の参加動機を測るため、最尤法、プロマックス回転を用いて探索的因子分析を行った。

2. 6. 3 信頼性の検討：Cronbach の α の係数

探索的因子分析で出た、アドベンチャースポーツの大会参加者の動機尺度の因子の信頼性を図るため、因子ごとに Cronbach の α 係数を算出した。小田（2007）は、一般に α が 0.7 以上であれば信頼性の高い尺度とみなされるとしている。

2. 6. 4 因子の平均値の相関分析

因子の平均値ごとに相関分析を行った。小田（2007）は、2つの変数が総合に関係していることを相関関係といい、そうした関係を分析することを相関分析という、としている。本研究において、探索的因子分析により抽出された因子について、平均値の相関分析を行った。

2. 6. 5 クラスター分析

本研究の目的である、アドベンチャースポーツの大会参加者を類型化するため、探索的

因子分析から割だされた因子を用いて、クラスター分析を行った。小田（2007）は、クラスター分析を分類基準が何もないときに、主に量的変数を用いて何らかの対象をいくつかの塊、グループに分類する探索的な分析方法であると説いている。本研究では、平方ユークリッド距離の ward 法による階層クラスターを設定し、SPSS Statistics ver20 用いて分析を行った。

2. 7 参加者カテゴリーと行動学的特性との比較

2. 7. 1 比較事項（性別、年代、情報収集経路、大会の情報収集方法、レース同行者、大会での消費額、大会参加頻度、練習頻度、練習相手）

4つに分かれたクラスターごとに、行動学的特性の比較を行った。比較事項は、性別、年代という個人情報に加えて、インターネットや口コミといった普段の情報収集経路とこの大会の情報収集方法を比較した。また、大会参加頻度として、トレイルランニング、マラソン（ロード）、アドベンチャーレースなどのアウトドアイベントを分類し、その参加頻度も計上した。それに伴い、この大会でのレース同行者、大会での消費額、練習頻度、練習相手も対象とした。

2. 7. 2 クロス集計

前項で求められた事項をクラスターごとにクロス集計を行った。小田（2007）はクロス集計を、カテゴリー変数間の分析するときに使われる最もポピュラーな方法と、説いている。ここでは、性別、年代、情報収集経路、大会の情報収集方法、練習相手、レース同行者、大会の消費額について、集計するものとした。

2. 7. 3 平均の比較

クラスターごとに大会参加頻度（トレイルランニング、マラソン、アドベンチャーレースなどのアウトドアスポーツ）、練習頻度、消費額について、平均値の比較を行った。

2. 8 関係者のインタビュー調査

2. 8. 1 大会開催地域の関係者（福島県檜枝岐村、神奈川県山北町、徳島県南阿波地域）

アドベンチャースポーツイベントを開催する地域の行政関係者にインタビュー調査を行った。

アドベンチャーレース「エクストリームシリーズ尾瀬檜枝岐大会」を開催する、福島県檜枝岐村は、福島県の西南端に位置し、約98%が林野を占める村で、役場所在地の標高が939m、東北最高峰の燧ヶ岳や会津駒ヶ岳など2000m級の山々に囲まれた山村である。平均気温は8℃と低く、平均降水量は1500mmを越え、最深積雪量は例年200cm前後の豪雪地帯である（檜枝岐村HP）。

福島県檜枝岐村役場の企画観光課H氏からは、村づくりを推進していく上で、アドベンチャーレースを取り入れたことによっておきた人との交流や、今後のアウトドアの観光施策についてインタビューを行なった。

トレイルランニング「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」を開催する、神奈川県山北町は、東京から西へ80kmの神奈川県の西部に位置し、豊かな自然の恵みに触れられ、丹沢大山国定公園と県立の自然公園が90%を占める町である（山北町HP）。

神奈川県山北町の山北町観光協会長S氏からは、トレイルランニングの大会を取り入れたことによっておきる知名度向上や、アウトドアの取り組みにおける自然の活用方法についてインタビューを行なった。

徳島県南阿波エリアは、徳島県の南部エリアのことをいい、阿南市、海部郡（美波町、牟岐町、海陽町）、那賀郡（那賀町）の5市町村をいう。黒潮おどる太平洋や、緑あふれる山林や田畑など、様々な自然の恵みをいただき、暮らす人は皆、逞しく素朴で人情の厚い人ばかりである（徳島県・徳島県観光協会HP）。徳島県南部総合県民局企画振興部N氏からは、アウトドアスポーツの観光振興における位置づけや、アウトドアスポーツを通じた人との交流についてインタビューを行なった。

これらのインタビュー調査を踏まえて、筆者と大学院修士学生3名とにおいて、インタビュー内容から要旨をまとめ、キーワード抽出を行った。

2. 8. 2 トップアスリートから見るアドベンチャースポーツにおける地域の役割

①プロトレイルランナー：I氏

プロトレイルランナーI氏から、トレイルランニングにおける地域の役割についてのインタビュー調査を行った。I氏は選手としてレースに出場する傍ら、長野県飯山市斑尾高原や福岡県北九州市平尾台などで大会をプロデュースしている、トレイルランニングの第一人者である。トレイルランニングのコンセプト、大会運営の在り方、トレイルランニングが地域に還元できること、についてインタビューを行った。

②プロアドベンチャーレーサー：T氏

プロアドベンチャーレーサーT氏から、アドベンチャースポーツにおける地域の役割についてのインタビュー調査を行った。T氏は選手として世界のレースに挑戦する傍ら、在住の群馬県みなかみ町のアウトドア事業の普及にも携わっている。また日本国内において長野県飯田市や岐阜県郡上市で大会をプロデュースしている、アドベンチャーレースの第一人者でもある。みなかみ町のアドベンチャースポーツやアウトドア事業の取り組み、アドベンチャーレースの今後の在り方、アドベンチャースポーツにおける人的交流について、インタビューを行った。

これらのインタビュー調査を踏まえて、筆者と大学院修士学生3名とにおいて、インタビュー内容から要旨をまとめ、キーワード抽出を行った。

第3章 結果

3. 1 動機づけ尺度の因子の命名

神奈川県山北町で開催されたトレイルランニングの大会「西丹沢アドベンチャートレイ

ル in 山北」と、長野県野沢温泉村で開催されたトレイルランニング大会「The4100D マウンテントレイル in 野沢温泉」において、参加者がトレイルランニングやアドベンチャースポーツに参加する動機、何を求めているかという質問を行い、キーワードを抽出した。両大会ともに大会終了後、インターネットにより質問回答を行った。「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」は、参加者386名の内、80名から回答を得た。「The4100D マウンテントレイル in 野沢温泉」は、参加者506名の内、56名から回答を得た。なお、回答の要旨をキーワード化し、基準値として10名以上の回答を得たものを要因として抽出した。

2回の予備調査と、アドベンチャー参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）、スポーツのモチベーション研究（Milne&McDonald, 1999）、スポーツ参加者の動機研究（Wankel&Berger, 1990）、（Challadurai, 1994）、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因研究（大後, 2012）、動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化の研究（上政頼, 2012）の6つの先行研究との比較から、動機づけ尺度を内的要因、外的要因の2つの要因に分け、内的要因は7つ、外的要因は5つの因子に分けた。その因子を元に本調査における調査票を作成した。

3. 1. 1 内的要因

① 第1因子：達成感・充足感

「達成感を味わいたい」の1項目から構成されている。予備調査からは最も多くの項目を抽出した。その上で、アドベンチャースポーツ参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）、スポーツのモチベーション研究（Milne&McDonald, 1999）の中に属する項目である。第1因子に構成された項目から、達成感や充足感を求めることが動機づけられている為、「達成感・充足感因子」と命名した。

② 第2因子：自然

「自然に触れたい」の1項目から構成されている。予備調査からは多くの項目を抽出した。その上で、アドベンチャースポーツ参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）、動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化研究（上政頼, 2011）の中に属する

項目である。また、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因研究（大後, 2011）の中でも、「北海道因子」という項目で、北海道の自然に関する質問項目がなされていた。第2因子に構成された項目から、自然に触れあえることを求めることが動機づけられている為、「自然因子」と命名した。

③ 第3因子：挑戦

「自分への挑戦」の1項目から構成されている。予備調査からは多くの項目を抽出した。その上で、アドベンチャースポーツ参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）の中に属する項目である。第3因子に構成された項目から、自身へのチャレンジが動機づけられている為、「挑戦因子」と命名した。

④ 第4因子：トレーニング成果

「トレーニング成果を試す」「過去の大会との記録の比較」の2項目から構成されている。予備調査からは多くの項目を抽出した。その上で、スポーツのモチベーション研究（Milne&McDonald, 1999）の中に属する項目である。また、スポーツ参加者の動機研究（Wankel&Berger, 1990）における「個人的成長」という項目も成果とみなし、第4因子に構成された項目から、日頃のトレーニングの成果を試すことが動機づけられている為、「トレーニング成果因子」と命名した。

⑤ 第5因子：仲間

「仲間や家族と一緒にになれる」「仲間ができる」の2項目から構成されている。予備調査からは基準値以上の項目を抽出した。その上で、アドベンチャースポーツ参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）、スポーツのモチベーション研究（Milne&McDonald, 1999）、動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化研究（上政頼, 2011）の中に属する項目である。第5因子に構成された項目から、仲間や家族とのコミュニケーションを大会を通して求めることが動機づけられている為、「仲間因子」と命名した。

⑥ 第6因子：リフレッシュ

「リフレッシュ・ストレス解消」の1項目から構成されている。予備調査からは基準値以上の項目を抽出した。その上で、動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化研究（上政頼, 2011）の中に属する項目である。第6因子に構成された項目から、大会を通してリフレッシュし、日頃のストレスを解消することを求めることが動機づけられている為、「リフレッシュ因子」と命名した。

⑦ 第7因子：健康

「体力向上」「健康維持」の2項目から構成されている。予備調査からのキーワード項目は基準値より低かったものの、大学院社会人修士学生の意見から取り入れた。また、スポーツのモチベーション研究（Miline&McDonald, 1999）、スポーツ参加者の動機研究（Wankel&Berger, 1990）、アドベンチャースポーツ参加者のモチベーション研究（Kerr&Mackenzie, 2011）、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因研究（大後, 2011）の中に属する項目である。第7因子に構成された項目から、日頃の健康維持を求めることが動機づけられている為、「健康因子」と命名した。

3. 1. 2 外的要因

① 第1因子：コース

「コースのバリエーションが豊富」「距離やレベルがちょうどよい」の2項目から構成されている。予備調査からは最も多くの項目を抽出した。第1因子に構成された項目から、コースからの景観や走りやすさ、起伏、バリエーションの豊富さを求めることが動機づけられている為、「コース因子」と命名した。

② 第2因子：観光

「おいしい食べ物が食べられる」「温泉に入れる」「レース以外の観光ができる」の3項

目から構成されている。予備調査からは多くの項目を抽出した。その上で、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因研究（大後, 2011）の中でも、「北海道因子」「札幌の大会因子」という項目で、北海道や札幌の観光に関する質問項目がなされていた。第2因子に構成された項目から、レースに付随する観光的要因を求めることが動機づけられている為、「観光因子」と命名した。

③ 第3因子：アクセス

「アクセスが良い」の1項目から構成されている。予備調査からは多くの項目を抽出した。その上で、北海道マラソンの参加動機に影響を及ぼす要因研究（大後, 2011）の中に属する項目である。第3因子に構成された項目から、地理的要因や交通事情が動機づけられている為、「アクセス因子」と命名した。

④ 第4因子：ホスピタリティ

「その地域の雰囲気や人が良い」の1項目から構成されている。予備調査からは基準値以上の項目を抽出した。その上で、動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化研究（上政頼, 2011）の中でも、「ガイド因子」という項目で、人との触れ合いに関する質問項目がなされていた。第4因子に構成された項目から、地域の雰囲気や、大会自体の雰囲気、人との触れ合いが動機づけられている為、「ホスピタリティ因子」と命名した。

⑤ 第5因子：日程

「日程的にちょうど良かった」の1項目から構成されている。予備調査からは抽出されていない項目であったが、大学院社会人修士学生の意見により、この項目を入れた。第5因子に構成された項目から、日程の合致や時間的要因が動機づけられている為、「日程因子」と命名した。

表1 質問項目（18項目）

因子名		項目
<u>内的要因</u>		
① 達成感・充足感	2	達成感を味わいたい
② 自然	3	自然に触れたい
③ 挑戦	1	自分への挑戦
④ トレーニング成果	6	トレーニング成果を試す
	7	過去の大会との記録の比較
⑤ 仲間	8	仲間や家族と一緒にになれる
	9	仲間ができる
⑥ リフレッシュ	10	リフレッシュ・ストレス解消
⑦ 健康	4	体力向上
	5	健康維持
<u>外的要因</u>		
① コース	11	コースのバリエーションが豊富
	12	距離やレベルがちょうどよい
② 観光	13	おいしい食べ物が食べられる
	14	温泉に入れる
	15	レース以外に観光できる
③ アクセス	17	アクセスが良い
④ ホスピタリティ	16	その地域の雰囲気や人が良い
⑤ 日程	18	日程的にちょうど良かった

3. 2 サンプルの特性

3. 2. 1 人口統計的特性（性別、年代、居住地）

本研究の本調査（上越国際トレイルフェス、エクストリームシリーズ）において、内的要因7因子10項目、外的要因5因子8項目からなる調査票（表1）を作成した。

上越国際トレイルフェスにおいては、参加者501名の内、小学生21名を除く480名に対し、ゴール後に調査票を配布し、その場で回答してもらい回収した。回収は303件、63.1%の回収率であった。エクストリームシリーズにおいては、参加者308名（延べ412名）に対し、インターネットによる調査票の配布を行った。10月21日（日）～28日（日）までの8日間に設定し、回収は58件、18.8%の回収率であった。合計で36

1 件のサンプルを得られたが、データのスクリーニングを行った結果、最終的に 3 1 6 件が対象となった。

参加動機の分析を行う上で、サンプルの人口統計的特性の性別、年代の 2 項目を設定した。それぞれの項目における結果を見てみると、性別が男性 70.3%、女性 29.7%。年齢は 3 0 代が 1 番多く 44.50%、次が 4 0 代で 27.44%であった（表 2）。居住地は、「上越国際トレイルフェス」（新潟県南魚沼市）が、地元新潟県からの参加者が 1 番多く、2 番目が東京都であり、首都圏（東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県）と新潟県を合わせて 76.3%を占めた。「エクストリームシリーズ」（福島県檜枝岐村、栃木県那須烏山市、東京都奥多摩町、静岡県川根本町で開催の 4 戦）は、東京都と神奈川県が 70.2%を占めた（表 3）。

表 2 サンプルの特性（性別・年代）

		N	%
性別	男性	222	70.30%
	女性	94	29.70%
年代	10 代	5	1.60%
	20 代	47	15.20%
	30 代	138	44.50%
	40 代	85	27.40%
	50 代	29	9.40%
	60 代	5	1.60%
	70 代	1	0.30%

表3 サンプルの特性(居住地)

	上越国際	EX シリーズ
秋田県	1	
宮城県	6	
山形県	5	
栃木県	4	
群馬県	5	
茨城県	4	4
埼玉県	27	5
千葉県	19	
東京都	45	30
神奈川県	28	10
新潟県	77	
長野県	5	
富山県	12	
石川県	5	
山梨県	2	
静岡県	3	
愛知県	3	2
岐阜県	3	
三重県		1
滋賀県	1	
大阪府	1	4
兵庫県	1	
岡山県		1
合計	257	57

3. 2. 2 行動的特性

行動的特性は、スポーツ消費者を対象とした研究において多く用いられている。本研究では、情報収集経路、大会の情報収集方法、大会参加頻度（トレイルランニング、マラソン、アドベンチャーレースなどのアウトドアイベント）、普段の練習頻度、練習相手、大会の同伴者、大会における消費額、の7項目を設定した（表4）。

それぞれの項目における結果を見てみると、大会の情報収集経路はインターネットによるものが多く、「大会HP」「スポンサーHP」「エントリーサイトHP」「他のインターネットサイト」を合わせて49.7%とほぼ半数を占めている。また普段の情報収集も1番目はインターネットによるもの（70.9%）であり、2番目は友人や知人の口コミ（22.2%）とほぼこの2項目で占められた。

大会参加頻度としては、トレイルランニング参加が一番多く、70.6%の人が1年間に1回以上出場していた。また、参加者の年間平均参加大会は3.36回となり、3カ月半に1度の割合で参加していることとなる。併せて、マラソン大会に1年間に1回以上出場している人も64.6%となった。マラソンの年間平均参加大会は4.04回となり、トレイルランニングの参加より多いことも示された。アドベンチャーレースを含むアウトドアイベントにおいては、1年間に1回以上出場している人も41.1%となった。年間平均参加大会は3.45回となり、トライアスロンや自転車の参加者も一部いることも示された。

また、普段の練習も、1名でやる人が57.1%となり、練習量も週平均84.15分であった。

大会の同伴者は、友人が26.0%、職場の仲間やチームの仲間が22.4%、恋人や夫婦などの家族が27.8%、1名参加が23.7%とほぼ均等に分かれた。

消費額は5,001円～10,000円が1番多く、1万円以内に60.3%が占められた。

表4 サンプルの特性

		N	%
どこで知ったか	大会HP	69	21.80%
	他の大会で	11	3.50%
	スポンサーHP	11	3.50%
	エントリーサイトHP	65	20.60%
	他のインターネットサイト	12	3.80%
	雑誌	5	1.60%
	友人や仲間	77	24.40%
	店のポスター	3	0.90%
	昨年参加	61	19.30%
	その他	2	0.60%
情報源	新聞や雑誌	15	4.70%
	インターネット	224	70.90%
	大会ポスター	4	1.30%
	友人や仲間	70	22.20%
	その他	3	0.90%
消費額帯	0 円	3	1.00%
	1～5000 円	87	29.50%
	5001～10000 円	88	29.80%
	10001～15000 円	40	13.60%
	15001～20000 円	35	11.90%
	20001～25000 円	11	3.70%
	25001～30000 円	21	7.10%
	30001～35000 円	2	0.70%
	35001～40000 円	4	1.40%
	45001～50000 円	4	1.40%
練習同行者	クラブやチームの仲間	40	14.20%
	友人	39	13.80%
	職場の仲間	9	3.20%
	恋人や夫婦	33	11.70%
	1 人	161	57.10%
レース同行者	クラブやチームの仲間	44	14.10%
	友人	81	26.00%
	職場の仲間	26	8.30%
	恋人や夫婦	87	27.90%
	1 人	74	23.70%

3. 3 因子分析による動機づけ尺度の確認

3. 3. 1 探索的因子分析

予備調査で行った、大会参加動機の12因子の妥当性を検証し、本調査における新たな因子の画一を図る為に、SPSS Statistics ver20を用いて、最尤法、プロマックス回転における探索的因子分析を行った。因子抽出では、固有値を1.0に設定し、因子負荷量は0.4以上を基準とした結果、4因子で52.84%が説明された。その中で、「アクセスが良い(0.311)」
「過去の大会との記録の比較(0.324)」の2項目の数値が極端に低かったため(表5)、2項目を除外して、再度探索的因子分析を行った。その結果13項目が、因子負荷量の絶対値0.4以上として残り、因子の妥当性も0.862と高い数値を示し、4つの因子に分かれた為、第1因子を「観光」、第2因子を「挑戦」、第3因子を「健康」、第4因子を「仲間」と名付けた(表6)。

表5 1回目の探索的因子分析後の共通性

	初期	因子抽出後
1 自分への挑戦	0.543	0.556
2 達成感を味わいたい	0.632	0.661
3 自然に触れたい	0.483	0.411
4 体力向上	0.676	0.772
5 健康維持	0.665	0.832
6 トレーニング成果を試す	0.489	0.392
7 過去の大会との記録の比較	0.454	0.324
8 仲間や家族と一緒にになれる	0.438	0.553
9 仲間ができる	0.506	0.688
10 リフレッシュ・ストレス解消	0.453	0.437
11 コースのバリエーションが豊富	0.396	0.378
12 距離やレベルがちょうどよい	0.451	0.418
13 おいしい食べ物が食べられる	0.62	0.688
14 温泉に入れる	0.522	0.579
15 レース以外に観光ができる	0.505	0.534
16 その地域の雰囲気や人が良い	0.532	0.569
17 アクセスが良い	0.429	0.311
18 日程的にちょうど良かった	0.514	0.409

因子抽出法: 最尤法

表6 2回目の探索的因子分析の結果

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	α 係数
13 おいしい食べ物が食べられる	0.852				0.839
14 温泉に入れる	0.841				
15 レース以外に観光ができる	0.771				
16 その地域の雰囲気や人が良い	0.700				
12 距離やレベルがちょうどよい	0.439				
2 達成感を味わいたい		0.924			0.767
1 自分への挑戦		0.861			
3 自然に触れたい		0.526			
6 トレーニング成果を試す		0.475			
5 健康維持			0.949		0.883
4 体力向上			0.847		
9 仲間ができる				0.823	0.768
8 仲間や家族と一緒にになれる				0.805	

因子抽出法: 最尤法

回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

3. 3. 2 信頼性の検討: Cronbach の α 係数

探索的因子分析により抽出した、4 因子の信頼性を検証する為、各因子の Cronbach の α 係数を算出した。その結果、「観光因子」は 0.839、「挑戦因子」は 0.767、「健康因子」は 0.883、「仲間因子」は 0.768 という結果となり、小田（2007）が指摘するように、 α が 0.7 以上であれば信頼性の高い尺度とみなされるため、内的整合性は十分にあると判断され、本研究で用いた尺度は使用可能と判断した。

3. 3. 3 因子の平均値の相関分析

因子ごとの平均と標準偏差、変数間の相関係数を表 7 に示した。小田（2007）が指摘する相関係数の絶対値の大きさが、0.4～0.2 であれば弱い相関、0.2～0 はほとんど相関なしとなっている為、因子ごとの全ての相関が低く、1%未満で有意差があると確認された。

表7 各変数の基本統計量と相関関係

	平均値	標準偏差	観光	挑戦	健康	仲間
観光因子	4.80	1.293				
挑戦因子	5.82	1.144	0.306**			
健康因子	4.77	1.583	0.398**	0.182**		
仲間因子	5.36	1.448	0.387**	0.465**	0.233**	

**p < 0.01

3. 4 クラスタ分析による参加者の分類

アドベンチャースポーツの大会参加者を類型化するために、クラスタ分析を行った。探索的因子分析によって抽出された4因子に対して、信頼性・妥当性を検証したうえで出された因子得点をもとに、平方ユークリッド距離・ward法による、階層クラスタ分析を行った。その結果、クラスタ数が4の場合、図3のデンドログラムからも示されるとおり、市場規模が均等でクラスタ間の距離が大きく出たため、本研究では4つのクラスタを採用することとした。

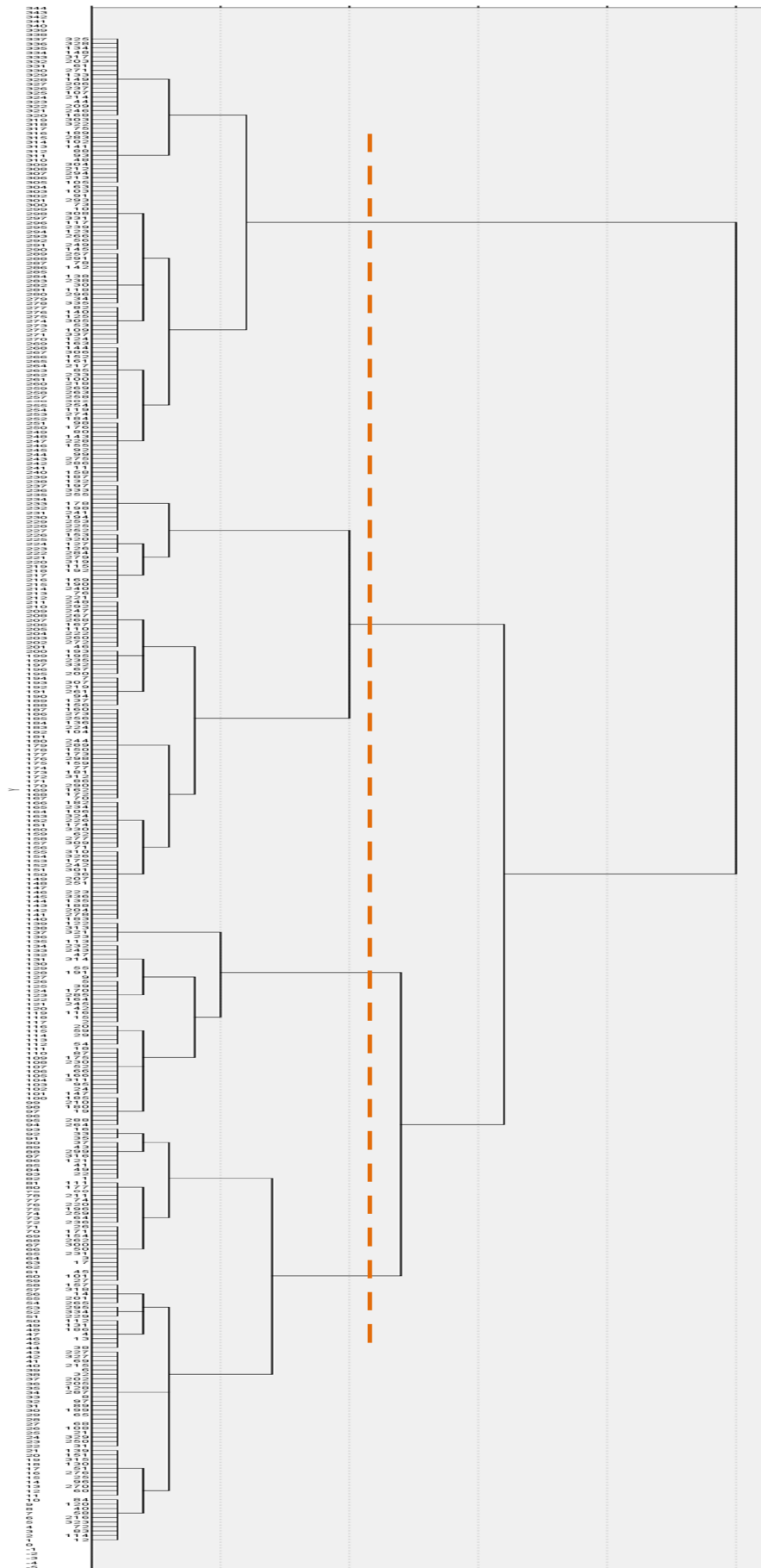


図3 デンドログラム

表8 各クラスターの因子得点と標準偏差

	観光因子	挑戦因子	健康因子	仲間因子
第1クラスター (N=97)	5.08 (1.159)	5.87 (1.133)	4.92 (1.564)	5.71 (1.087)
第2クラスター (N=90)	4.90 (1.211)	6.02 (1.022)	4.73 (1.535)	5.53 (1.200)
第3クラスター (N=42)	4.01 (1.724)	5.90 (1.380)	3.95 (1.685)	4.79 (1.923)
第4クラスター (N=87)	4.77 (1.131)	5.52 (1.113)	5.03 (1.496)	5.13 (1.642)

() 内の数字は標準偏差

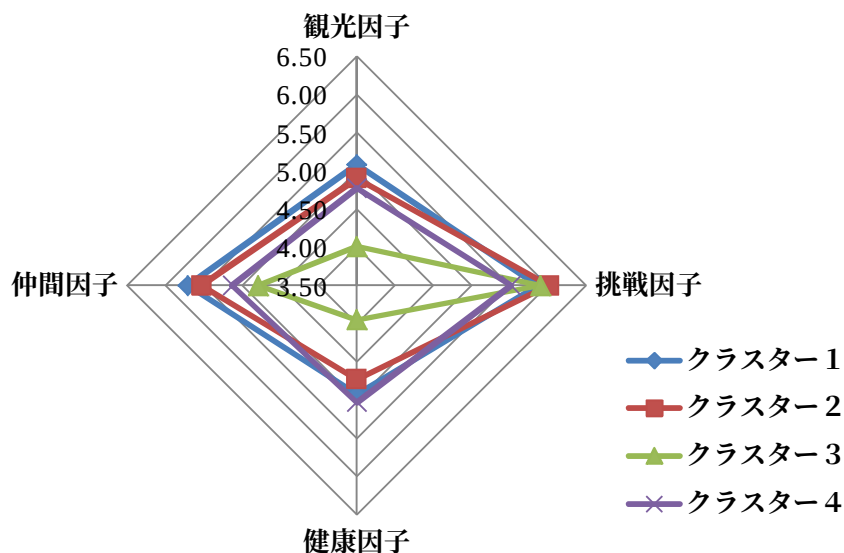


図4 各クラスターの特性

3. 5 参加者の行動学的特性との関連性

3. 5. 1 クロス集計による分析結果

クラスターごとに、性別、年代、大会の情報収集、情報経路、大会における消費額、練習相手、レース同行者のクロス集計を行ない、表9のように示された。

表9 各クラスターの属性①

表9 各クラスターの属性①			クラスター				合計	χ ²
			1	2	3	4		
			N=97	N=90	N=42	N=87	N=316	
			30/7%	28.4%	13.3%	27.5%		
性別	男性	度数	69	59	34	60	222	3.356
		クラスター の %	71.10%	65.60%	81.00%	69.00%	70.30%	
	女性	度数	28	31	8	27	94	
		クラスター の %	28.90%	34.40%	19.00%	31.00%	29.70%	
合計		度数	97	90	42	87	316	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
年代	10代	度数	1	2	1	1	5	17.17
		クラスター の %	1.00%	2.30%	2.40%	1.20%	1.60%	
	20代	度数	18	8	6	15	47	
		クラスター の %	18.80%	9.10%	14.60%	17.60%	15.20%	
	30代	度数	46	38	18	36	138	
		クラスター の %	47.90%	43.20%	43.90%	42.40%	44.50%	
	40代	度数	21	25	11	28	85	
		クラスター の %	21.90%	28.40%	26.80%	32.90%	27.40%	
	50代	度数	8	12	5	4	29	
		クラスター の %	8.30%	13.60%	12.20%	4.70%	9.40%	
	60代	度数	2	3	0	0	5	
		クラスター の %	2.10%	3.40%	0.00%	0.00%	1.60%	
	70代	度数	0	0	0	1	1	
		クラスター の %	0.00%	0.00%	0.00%	1.20%	0.30%	
合計		度数	96	88	41	85	310	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
どこで知ったか	大会HP	度数	17	22	11	19	69	27.523
		クラスター の %	17.50%	24.40%	26.20%	21.80%	21.80%	
	他の大会で	度数	5	1	3	2	11	
		クラスター の %	5.20%	1.10%	7.10%	2.30%	3.50%	
	スポンサーHP	度数	3	4	1	3	11	
		クラスター の %	3.10%	4.40%	2.40%	3.40%	3.50%	
	エントリーサイトHP	度数	22	25	8	10	65	
		クラスター の %	22.70%	27.80%	19.00%	11.50%	20.60%	
	他のインターネットサイト	度数	3	5	1	3	12	
		クラスター の %	3.10%	5.60%	2.40%	3.40%	3.80%	
	雑誌	度数	1	3	0	1	5	
		クラスター の %	1.00%	3.30%	0.00%	1.10%	1.60%	
	友人や仲間	度数	28	14	10	25	77	
		クラスター の %	28.90%	15.60%	23.80%	28.70%	24.40%	

	店のポスター	度数	1	1	0	1	3	
		クラスター の %	1.00%	1.10%	0.00%	1.10%	0.90%	
	昨年参加	度数	17	14	7	23	61	
		クラスター の %	17.50%	15.60%	16.70%	26.40%	19.30%	
	その他	度数	0	1	1	0	2	
		クラスター の %	0.00%	1.10%	2.40%	0.00%	0.60%	
合計		度数	97	90	42	87	316	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
情報源	新聞や雑誌	度数	7	5	0	3	15	22.166*
		クラスター の %	7.20%	5.60%	0.00%	3.40%	4.70%	
	インターネット	度数	68	68	35	53	224	
		クラスター の %	70.10%	75.60%	83.30%	60.90%	70.90%	
	大会ポスター	度数	3	1	0	0	4	
		クラスター の %	3.10%	1.10%	0.00%	0.00%	1.30%	
	友人や仲間	度数	18	15	6	31	70	
		クラスター の %	18.60%	16.70%	14.30%	35.60%	22.20%	
	その他	度数	1	1	1	0	3	
		クラスター の %	1.00%	1.10%	2.40%	0.00%	0.90%	
	合計	度数	97	90	42	87	316	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
消費額帯	0 円	度数	0	1	1	1	3	30.769
		クラスター の %	0.00%	1.20%	2.60%	1.20%	1.00%	
	1～5000 円	度数	23	28	11	25	87	
		クラスター の %	26.10%	32.60%	28.20%	30.50%	29.50%	
	5001～10000 円	度数	20	25	13	30	88	
		クラスター の %	22.70%	29.10%	33.30%	36.60%	29.80%	
	10001～15000 円	度数	12	10	5	13	40	
		クラスター の %	13.60%	11.60%	12.80%	15.90%	13.60%	
	15001～20000 円	度数	15	10	3	7	35	
		クラスター の %	17.00%	11.60%	7.70%	8.50%	11.90%	
	20001～25000 円	度数	4	4	2	1	11	
		クラスター の %	4.50%	4.70%	5.10%	1.20%	3.70%	
	25001～30000 円	度数	10	2	4	5	21	
		クラスター の %	11.40%	2.30%	10.30%	6.10%	7.10%	
	30001～35000 円	度数	0	2	0	0	2	
		クラスター の %	0.00%	2.30%	0.00%	0.00%	0.70%	
	35001～40000 円	度数	1	3	0	0	4	
		クラスター の %	1.10%	3.50%	0.00%	0.00%	1.40%	
	45001～50000 円	度数	3	1	0	0	4	
		クラスター の %	3.40%	1.20%	0.00%	0.00%	1.40%	

合計		度数	88	86	39	82	295	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
練習 同行者	クラブやチーム の仲間	度数	6	15	7	12	40	25.240*
		クラスター の %	6.80%	18.80%	17.90%	16.00%	14.20%	
	友人	度数	16	8	2	13	39	
		クラスター の %	18.20%	10.00%	5.10%	17.30%	13.80%	
	職場の仲間	度数	3	0	4	2	9	
		クラスター の %	3.40%	0.00%	10.30%	2.70%	3.20%	
	恋人や夫婦	度数	15	11	1	6	33	
		クラスター の %	17.00%	13.80%	2.60%	8.00%	11.70%	
	1 人	度数	48	46	25	42	161	
		クラスター の %	54.50%	57.50%	64.10%	56.00%	57.10%	
合計		度数	88	80	39	75	282	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
レース 同行者	クラブやチーム の仲間	度数	7	15	5	17	44	32.717**
		クラスター の %	7.20%	17.00%	12.20%	19.80%	14.10%	
	友人	度数	30	13	12	26	81	
		クラスター の %	30.90%	14.80%	29.30%	30.20%	26.00%	
	職場の仲間	度数	6	7	9	4	26	
		クラスター の %	6.20%	8.00%	22.00%	4.70%	8.30%	
	恋人や夫婦	度数	35	25	5	22	87	
		クラスター の %	36.10%	28.40%	12.20%	25.60%	27.90%	
	1 人	度数	19	28	10	17	74	
		クラスター の %	19.60%	31.80%	24.40%	19.80%	23.70%	
合計		度数	97	88	41	86	312	
		クラスター の %	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

*p < 0.05 **p < 0.01

3. 5. 2 平均の比較

大会参加頻度（トレイルランニング、マラソン、アドベンチャーレースなどのアウトドアスポーツ）、練習頻度、消費額をクラスターごとの平均値で比較を行ない、表 10 で示すとおりになった。

表 10 各クラスターの属性②

表 10 各クラスターの属性②			クラスター				平均
			1	2	3	4	
			N=97	N=90	N=42	N=87	
			30.7%	28.4%	13.3%	27.5%	
大会参加	トレイルラン	年 1 回以上参加している	63.9%	83.3%	73.8%	64.4%	70.6%
		人の割合					
		年間参加数	3.29	3.65	3.74	2.84	3.36
		標準偏差	2.432	2.939	2.732	2.507	2.676
	マラソン	年 1 回以上参加している	64.9%	64.4%	59.5%	66.7%	64.6%
		人の割合					
		年間参加数	4.11	4.29	4.24	3.64	4.04
		標準偏差	5.697	3.911	3.711	4.360	4.609
	アドベンチャーレ ースなどのアウト ドアイイベント	年 1 回以上参加している	34.0%	35.6%	45.2%	52.9%	41.1%
		人の割合					
		年間参加数	3.73	3.38	3.58	3.26	3.45
		標準偏差	6.216	3.139	1.895	2.760	3.892
練習量	週の練習時間	94.632	85.909	74.333	74.259	84.151	
	標準偏差	103.048	72.8745	34.3093	33.001	75.2513	
	消費額	14956.82	12279.07	11346.15	10630.49	12496.27	

3. 5. 3 各クラスターの特徴

① 第 1 クラスター

第 1 クラスターは、全体の 30.7% を占めた。項目ごとの因子得点がどの因子も平均より高く、平均値に近い形となっている。特に観光因子 (5.08) と仲間因子 (5.71) が他のクラスターに比べて高い。男性が 71.1%、女性が 28.9% となっている。

② 第 2 クラスター

第 2 クラスターは、全体の 28.4% を占めた。挑戦因子 (6.02) は 1 番高く、仲間因子 (5.53) も高い。男性が 65.6%、女性が 34.4% と女性の比率が高い。

③ 第 3 クラスター

第 3 クラスターは、全体の 13.3% を占めた。項目ごとの因子得点が全体的に平均よりは低い。その中でも挑戦因子 (5.90) は高い反面、他の因子は全て 1 番低い。男性が 81.0%、女性が 19.0% と男性の割合が非常に高い。

④ 第4クラスター

第4クラスターは、全体の 27.5%を占めた。項目ごとの因子得点は、他のクラスターと比較して健康因子（5.03）が高く、挑戦因子（5.52）が低い。男性が 69.0%、女性が 31.0%となっている。

3. 6 インタビュー調査から地域の課題や要望を抽出

3. 6. 1 大会開催地域の行政関係者のインタビュー

アドベンチャースポーツの大会を開催している、3地域の行政にインタビュー調査を行った。

アドベンチャーレース「エクストリームシリーズ尾瀬檜枝岐大会」を開催する、福島県檜枝岐村役場企画観光課H氏によると、「尾瀬という観光のベースがあるものの、新たなニーズの掘り起こしのために、アドベンチャーレースを取り入れた。人づくりが村づくりというように、地域の人々がイベントに関わりを持ちながら、主体となって取り組んできた。参加者と交流をしたり、村の人が同じところに集まったりすることができるということで、アドベンチャーレースは、地元の人たちと関わりのある場となることができて良かった。村自体は若返りを図らないといけなく、今後は精査しながら、村の特徴を出せるものとして絞っていく必要はある。」と言っている。このインタビューのキーワードとして「アドベンチャーレースを通して、人づくり村づくりを図る」とまとめた。

トレイルランニング「西丹沢アドベンチャートレイル in 山北」を開催する、神奈川県山北町観光協会会長のS氏によると、「山北町は知名度が低いため、イベントによって再訪につながるきっかけになって欲しい。自然があるのに使わないのはもったいない。いろいろな世代の人たちに来てもらうために、トレイルランニングの大会を開催した。」と言っている。このインタビューからキーワードとして「自然を利用しながら、町の知名度を上げ再訪につなげる」とまとめた。

また、山北町観光協会の協力を得て、大会実行委員やその関係者も含めたアンケート調

査を行った。関係者の対象は、町会議員、役場関係者、宿泊関係者、農林業、建設業、福祉関係など山北町在住の23名となった。調査票は、率直な意見を聞くために、自由記述が多い内容となった。大会を開催することで期待することは、「町の知名度アップ」と「経済効果」が大きく上げられた。自然が豊かでアウトドアスポーツに最適だということが共通認識としてある中で、課題としては、経済効果が限られ、日帰りランナーが増えることへの対応が挙げられた。また、要望としても、宿泊者が少ないため、家族で来て欲しい、自然をそのまま活用したイベントが良いという意見は多く出ており、自然を活用したイベントとしての評価はあるものの、経済効果が少ないというとらえ方をしている。

アドベンチャーレース「エクストリームチャレンジ in 四国の右下」を開催する、徳島県南部総合県民局N氏によると、「アウトドアスポーツを通して、南阿波地域の魅力を知ってもらう。その大きな目玉としてアドベンチャーレースを位置付けている。自然もそうだが田舎ならではの人の温かさ、四国にはお接待という文化があるように、そういう魅力をアウトドアスポーツのような体験型観光を通して知ってもらいたい。高齢化・過疎化している地域で、人と人とのつながるきっかけという意味で、アウトドアスポーツの効果や位置づけは大きく、地域のファンになってもらってファミリー層も増やしていきたい。交流人口を増やすことで経済活動が維持できるので、地域の人々が主体で地域に関わっていかないといけない。」と言っている。このインタビューからキーワードとして「アウトドアスポーツをきっかけに交流人口が増え、地域のファンになる」というまとめをした。

3つのインタビュー調査を踏まえて、アドベンチャースポーツを開催するメリットとして、「自然資源の発掘と活用」、「知名度向上」、「交流人口の増加」、という3つのキーワードが挙げられた。

3. 6. 2 トップアスリートのインタビュー

トレイルランニングとアドベンチャーレースのトップアスリート2名から、インタビュー調査を行なった。

プロトレイルランナーのI氏は、トレイルランニングのコンセプトとして、「フィールドに適した人数での大会運営で、レースのクオリティをあげる。その地域のフィールドを好

きになってもらい、レースをきっかけに足を運んでくれる。その結果リピーター増加に繋がる。フィールドを知ってもらうことで、地域の活性化にも繋がるとしている。また、トレイルランニングはアウトドアスポーツなので、競技性だけでなく、自然の中で遊ぶことをもっと前面に出すことを、トップレーサーにもやってもらいたい。」と言っている。

プロアドベンチャーレーサーT氏は、拠点としている群馬県みなかみ町を、「みなかみにはきれいな川があって、お客さんを楽しませようと事業者が工夫をしている。ただ反面、行政と事業者との間で意識の違いも指摘され、1つの方向性は見えているものの、横の連携がとれていない。これからまだ飛躍するステップなのではと思っている。アドベンチャーレースに関しては、興味を持つ人が増えて欲しいと思う。アドベンチャーレーサーは好奇心旺盛で前向きな人が多く、こういう人が日本を面白くしていくと思うので、アドベンチャーレースを通してそういう人を発掘していきたい。また、アウトドアスポーツの中でも、トレイルランニングにおいては、重要な切り口である。」と言っている。「アウトドアスポーツには地元の人との交流が大事。人間の学ぶものは全て自然の中にあり、自己責任と危機管理を自分でちゃんとできることが重要であると考えている。」とも言っている。アドベンチャースポーツの原点はまさに、「旅」であるとも指摘している。

第4章 考察

4. 1 考察1. 参加者行動と参加動機の類型化

本研究では、アドベンチャースポーツと密接な関係である受け入れ側の地域が、アドベンチャースポーツを通して地域活性化を目指すには、今後何をすべきかを検証するために、大会参加者の参加動機を明らかにし、類型化することで、参加者と地域との関連性を導き出すことを目的とした。

アドベンチャースポーツの中でも、人気のトレイルランニングの大会参加者を対象とした2回の予備調査を行ない、参加動機のキーワードを抽出した。その上で、他のスポーツや参加型スポーツの代表格でもあるマラソン大会、アドベンチャーの代表格でもあるラフ

ティング参加者における参加動機など、6つの先行研究と比較して、本調査に用いる調査票を作成した。

本調査では、アドベンチャースポーツの中でも一般の人も参加しやすい、トレイルランニングとアドベンチャーレースの参加者を対象とした。参加者（N=316）から回答を得た調査票を、探索的因子分析の結果、「観光」「挑戦」「健康」「仲間」の4つの因子に分かれた。Cronbach の α 係数で尺度の信頼性を算出したところ、全因子が0.7以上と高い値であった。更に各因子の相関分析を行ない、各因子の相関が低く、各項目ごとの有意差も確認された。

アドベンチャースポーツ参加者は、全体的に挑戦因子の数字が高いという共通性が見られた。これはアドベンチャースポーツが持つ特徴の1つで、己の葛藤や、自然などの様々な壁を克服してゴールを目指していくという、目標達成における度合いが高いことから考えられる。その中でも、クラスター分析により4つのタイプに分けられた。挑戦要素の中にも、開催地域を訪れることによる観光的な要素や、一緒に同じ目標に向かって行うことによって深まる仲間の要素。ストレス社会の中で生きていく人にとって、自然の中で運動することで、心も体も健康でい続けるという健康的要素も挙げられた。

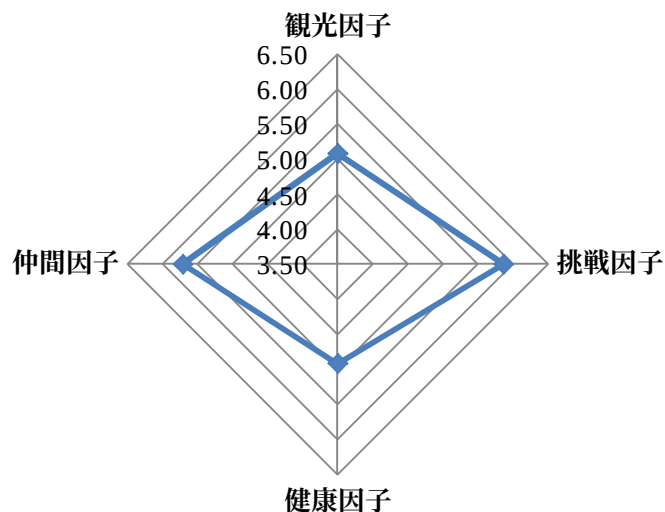
各クラスターの特徴を見ていくと以下のとおりとなる。

① 第1クラスター

第1クラスターは、全体の30.7%を占め、男性が71.1%、女性が28.9%となっている。年代は20代30代の割合が他のクラスターより高くなっている。恋人や夫婦（36.10%）の割合が多いのも特徴である。消費額も1番高く14956.82円になっている。練習も恋人や夫婦、友人などの割合が他のクラスターに比べて高くなっており、その影響か仲間因子(5.71)も1番高くなっている。また大会参加頻度もトレイルランニング（63.9%）とマラソン（64.9%）とほぼ差はなく、普段の練習量も1番多い（週平均94.632分）。

以上のことから、第1クラスターは、アドベンチャースポーツ参加者の全体の傾向に似ており、練習も1番しているが、夫婦や恋人、友人など近い人と一緒にやることが多い参加者といえる。仲の良い人とレースも観光も全て楽しむということが解釈でき、従って、

第1クラスターを「アドベンチャーフレンドシップタイプ」と命名した。



第1クラスターの特徴

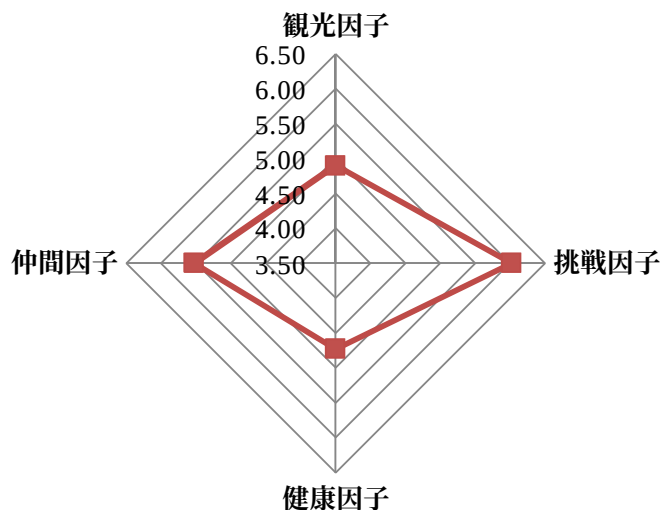
- ・全体的に平均値が高い
- ・全体の平均値と傾向が似ている
- ・平均年齢が全体より若い
- ・消費額は1番高い
- ・恋人や夫婦で大会に参加
- ・練習も恋人や夫婦の割合が高い
- ・練習量も1番多い
- ・仲間因子が1番高い

図5 第1クラスターの特性

② 第2クラスター

第2クラスターは、全体の28.4%を占め、その中でも男性が65.6%、女性が34.4%と女性の比率が高い。年代も全体的に40代以上の割合が多く、比較的高めといえる。消費額は12279.07円となっている。大会の情報はインターネットから仕入れるケースが多く、練習やレースはクラブやチームの仲間などと参加している傾向にある。トレイルランニング実施率が圧倒的に高く(83.3%)、トレイルランニングとマラソンの大会参加頻度は高い。挑戦因子(6.02)が1番高いのも特徴である。

以上のことから、第2クラスターは、女性が比較的多く、年齢も少し高めであり、インターネットから主に情報を収集し、同じランナー仲間を中心に活動している。アドベンチャースポーツというより、刺激のある冒険的ランニングに共感を持っているタイプと考えられる。同じランナーの仲間と一緒に、個人でレースに参加し、挑戦意欲が高く参加しているということが解釈できる。従って、第2クラスターを「アクティブランナータイプ」と命名した。



第2クラスターの特徴

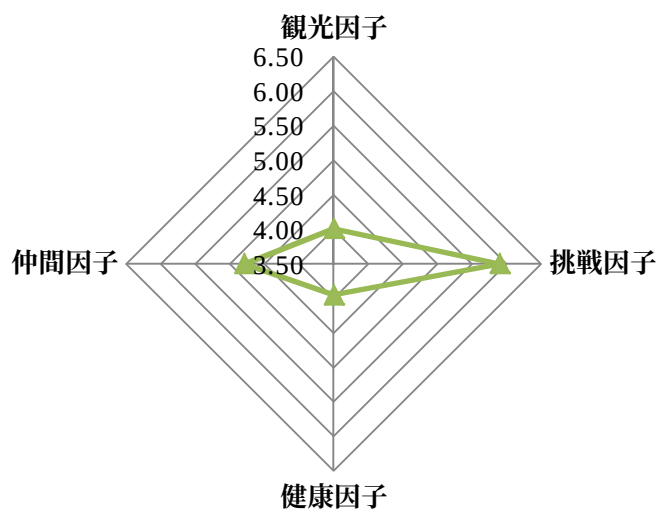
- ・女性が比較的多い
- ・年代が少し高い
- ・インターネットから情報収集
- ・チームやクラブ参加か1名参加
- ・トレイルランニング参加実施率高い
- ・大会にも1番参加している
- ・ランナー系が多いと考えられる
- ・挑戦因子が1番高い

図6 第2クラスターの特性

③ 第3クラスター

第3クラスターは、全体の13.3%を占め、男性が81.0%、女性が19.0%と男性の割合が非常に高い。年代の割合は平均とほぼ一緒といえる。消費額は11346.15円となっており、情報もインターネットからが多い。全体的に因子得点が低く、挑戦因子(5.90)以外は、他のクラスターと比べても1番低い。練習やレース参加も職場の仲間や1名の割合が他のクラスターより高い。仲間因子(4.79)が低いことから、初心者も多いとも考えられる。

以上のことから、第3クラスターは、男性が多く、練習も1人で行う人が多い傾向にある。誰かと一緒に楽しむというより、個人の達成感を最大限に求めていることが解釈できる。従って、第3クラスターを「ソロビギナータイプ」と命名した。



第3クラスターの特徴

- ・男性が多い
- ・インターネットから情報収集
- ・練習も1名が多い
- ・恋人や夫婦の割合が少ない
- ・個人の達成感を最大限求める
- ・トレイルランニングの参加率が高い
- ・全体的に因子得点が低い
- ・初心者も多いと考えられる

図7 第3クラスターの特性

④ 第4クラスター

第4クラスターは、全体の 27.5%を占め、男性が 69.0%、女性が 31.0%となっている。他のクラスターに比べても40代が多く、消費額は 10630.49 円となって一番低い。仲間因子 (5.13) は高くはないが、友人や仲間から情報を得ている人の割合が多い。練習や大会参加も、友人や仲間が多い傾向にある。リピーターが多いと考えられ、大会参加数も少ない。レースそのものの挑戦が大半だが、+αの部分も重要視していると考えられる。

以上のことから、第4クラスターは、レースそのものより、観光などの付随する部分を重視することを目的に参加した人ということが解釈できる。従って、第4クラスターを「アウトドアリピータータイプ」と命名した。

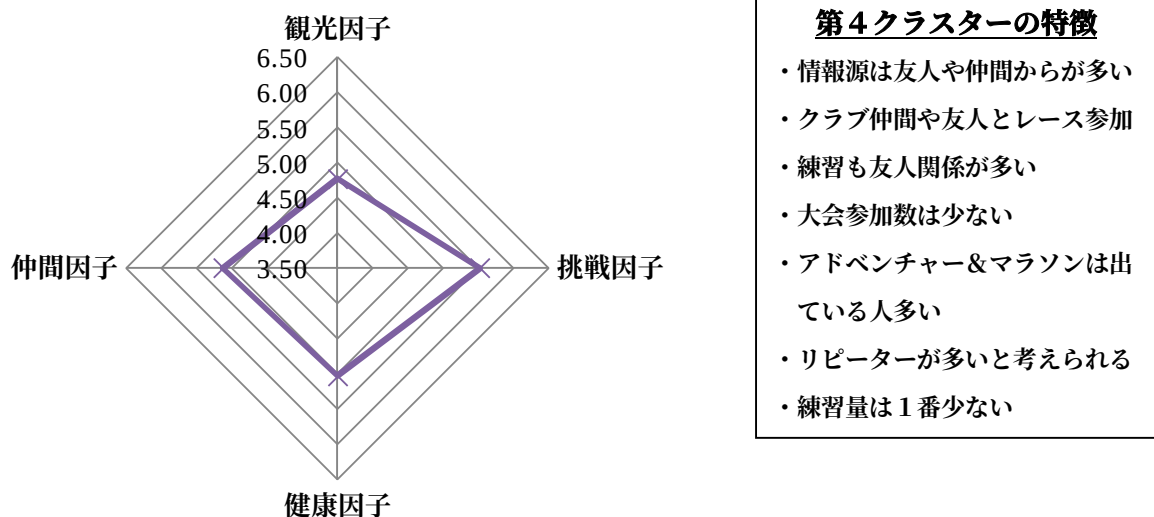


図8 第4クラスターの特性

4. 2 考察2. イベントにおける地域のありかたの検証

アドベンチャースポーツと密接に関係する地域側の共通する要望として「自然資源の発掘と活用」「知名度の向上」「交流人口の増加」の3つのキーワードが挙げられると判断した。行政関係者やトップアスリートのインタビューから、アドベンチャースポーツイベントを取り入れている地域ほど、高齢化や過疎化が進んでいる。そのため、人が地域に入ることによって経済効果だけでなく、地域住民のコミュニティを促進することによる地域活性化や、交流人口の拡大による社会的効果にも期待している。行政側も地域の人々が自ら行動することを求めている。また、地域の自然資源の発掘を行ない、地域の情報を発信していくこ

とで、観光施策の一環としての効果もある。イベントはあくまでもきっかけであって、継続し、自ら情報を発信していくことで知名度が向上し、再訪者が増え、地域のファンになっていくことで、観光振興の一環としての効果が見えてくる。その結果、経済効果だけでなく、地域資源を活かしたアドベンチャースポーツの振興という面での社会的影響にも繋がるとみている。

4. 3 考察3. 参加者行動と地域の関連性の検証

本研究の最終目的でもある、クラスター分析により類型化された参加者と地域との関連性を検証した。参加者と地域との共通事項を、参加者のクラスターごとに判別していくと、第1クラスター「アドベンチャーフレンドシップタイプ」の参加者は、恋人や夫婦で参加している人も多く、消費額も他のクラスターと比べて高い。観光因子も高いことから、経済効果や地域交流などをイベントに求めている地域にとって、1番メリットがある参加者と言える。受け入れ側の地域としては、大会自体にイベント性や様々な地域特有のアトラクションを設け、仲間や家族が参加しやすい環境を整えることが必要と考える。また、宿泊施設の充実を図ることも必要とされる。大型のホテルや宿泊施設といったハード面の充実よりも、落ち着いて過ごせる場があることが重要であると考え。その地域ならではの自然を活用したイベントやバリエーション豊富なアクティビティの提案していくことで、ファミリー層などの幅広い世代に対する観光施策にも繋がるうえ、レース以外での再訪の可能性も広がり、経済効果も生まれてくると言える。

第2クラスター「アクティブランナータイプ」の参加者は、女性の割合も多く、仲間因子も強いということで、チームやクラブ仲間と一緒に来て挑戦するというようにも見受けられる。アウトドア全般というよりは、ランナー系の人に多く見られ、コースの走り応えや景観の良さ、チャレンジ心旺盛なコースであればある程、評価が高くなると考える。ここに属する地域は、情報力のある女性が多いこともあり、インターネットで情報を常に発信し、ランナー仲間やグループをターゲットにすることで、地域独自の自然味あふれるコースを提供することが必要と考える。コースのメンテナンスも地域の人々が自ラ行い、大

会の情報以外にも四季折々のコースの様子などを地域から常に発信することで、仲間同士の口コミで更に広がる可能性もある。レース以外での再訪も期待できるうえ、地域の知名度アップに繋がると考えられる。

第3クラスター「ソロビギナータイプ」の参加者は、挑戦因子以外は低く、ビギナーもしくは1名参加が多い、とも考えられる。1名でも初心者でも共感できる、自然を活用した走りやすいコースや安全性が必要であると考え。併せて、電車などのアクセスが良く、日帰りで行きやすいところが良いと考えられる。このクラスターの参加者は、経験値が低く仲間との接点も少ないが、潜在的に、地域の印象次第でリピーターに繋がる可能性もある。その地域の特色や地元の人との触れ合いを大切に、将来を見据えて地域のファンになってもらうことが必要であると考え。

最後に、第4クラスター「アウトドアリピータータイプ」の参加者は、健康因子の割合が高く、挑戦因子が低い。アクセスが悪い地域でも、レース以外に温泉や食べ物、地域の人との触れ合い等の+αの要素が入り、1年に1回の特別な大会として、限られた予算の中で、自然や地域を楽しむタイプと考えられる。このタイプは、アドベンチャースポーツにはまっているというより、あくまでイベントはきっかけで、その地域に行くのが楽しみであったりする。地域のホスピタリティや人との触れ合いを強調していくことで、その地域が特別な場所であり、地域のファンになってもらうことが大切かと考える。地域にとっても交流人口が増え、地域対する帰属意識を創出することで、住民自身も地域の愛着心が増すと考えられる。仲間因子が高くない割に、チームで参加するアドベンチャーレースの参加者が多いことも特徴でもある。

第5章 結論

5.1 まとめ

本研究の目的でもある、アドベンチャースポーツ参加者と地域の関連性を検証し、アドベンチャースポーツの普及のために、地域がどうあるべきかを考えた。参加者の動機から

4つのタイプに類型化し、全体的に挑戦因子が高いという結果は出ている。ただ、参加者によっては、人との触れ合いやその地域の観光要素、仲間や家族との繋がりを求めて参加している人も多くなっている。動機には様々な要素があるが、大会やイベントを行う地域も、参加者の動機や要望、参加者の形態を明確に理解し、その地域にあった運営やマーケティングが必要となってくる。地域は、どこにでもある似たような自然をアピールするだけではなく、地域独自の特性をアドベンチャースポーツイベントに出すことによって、参加者の選択肢も増え、今後のアドベンチャースポーツの普及や発展につながっていくものと考えられる。

5. 2 研究の課題

本研究は、アドベンチャースポーツと言いながらも、トレイルランニングとアドベンチャーレースの参加者に限り行った。一概に他のアドベンチャースポーツと共通するかと言えば、その限りではない。また本調査を「上越国際トレイルフェス」や「エクストリームシリーズ」という、仲間や家族で参加しやすい大会で行なったこともあり、都内近郊の更にハードな大会とでは同じ結果になっていない可能性も示唆される。挑戦因子が高いということは共通事項として見えつつも、その他の要因に関しては更なる研究が必要であると感じる。

引用・参考文献

Chanlladurai,P. (1999) Managing organizations for sport and physical activity. Holcomb Hathaway.

大後茂雄（2011）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 に着目して～. 早稲田大学

エクストリームシリーズ・エクストリームチャレンジ in 四国の右下 大会HP：

<http://www.a-extremo.com/extreme/event.html>

Fornell,C. and Larcker,D.F.(1981) Evaluating structural equation models with unobservable error. Journal of Marketing Reseach,18(February), p39-50

Hall, C.M. (1992) Adventure, sport and health tourism, Weiler B. and Hall C.M, Special Interest Tourism, Belhaven Press:London, p141-158

原田宗彦・木村和彦編著（2009）スポーツ・ヘルスツーリズム. 大修館書店

原田宗彦（2011）スポーツイベントにおける地域活性化：アウトドアスポーツとスポーツツーリズムの視点から. JOYO ARC 2011 年 2 月号. 財団法人常陽地域研究センター

原田宗彦編著（2008）スポーツマーケティング. 大修館書店

檜枝岐村HP：

<http://www.hinoemata.com/>

上越国際トレイルフェス 大会HP：

<http://www.salomon-trail.com/joetsukokusai/index.html>

John H.Kerr & Susan Houge Mackenzie (2012) Multiple motives for participating in adventure sports. Psychology of Sport and Exercise 13. p649-657

上政頼昌弘（2011）動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化～みなかみ町におけるラフティング参加者に着目して～. 早稲田大学

観光庁（2011）スポーツツーリズム推進基本方針

北村尚浩・野川春夫・柳敏晴・川西正志・荻裕美子・前田博子（1997）スポーツイベントによる地域活性化への効果－開催地住民の評価に着目して－. 鹿屋体育大学学術研究紀要 第 17 号：p47-55

Milne,G.R. & McDonald, M.A. (1999) Sport marketing: Managing the exchange process.
Jones and Bartlett Publishers.

宮本憲一 (1989) 環境経済学. 岩波書店

日本アドベンチャーレース協会HP:

<http://www.adventure-race.net/>

二宮浩彰・菊池秀夫・守能信次 (2006) 専門思考化の概念枠組みによるウインドサーファ-の類型化とその測定指標. レジャー・レクリエーション研究第 56 号. p1-10

二宮浩彰 (2003) ブリティッシュ・コロンビア州におけるアドベンチャーツーリズムの経営動向とマーケティング政策についての報告. 大分大学 VBL 年報 4 巻. p73-83

二宮浩彰 (2006) 登山における参加者選好のコンジョイント分析: スポーツ・ツーリズム参加モデルの適用. 生涯スポーツ学研究 Vol.4. p7-14

二宮浩彰 (2009) 日本におけるスポーツツーリズムの諸相: スポーツツーリズム動的モデルの構築. 同志社スポーツ健康科学 創刊号. p9-19

西丹沢アドベンチャートレイル in 山北 大会HP:

<http://www.salomon-trail.com/nishitanzawa/index.html>

野川春夫 (1992) スポーツツーリズムに関する研究ーホノルルマラソンの継続的研究ー. 鹿屋体育大学学術研究紀要第 7 号. p43-55

小田利勝 (2007) ウルトラビギナーのための S P S S 統計解析入門. プレアデス出版

柴田恵里香 (2010) スポーツツーリストにおけるディスティネーションイメージに関する研究ースポーツイベントの参加者に着目してー. 早稲田大学

スポーツ学のすすめ (2008) 第 1 部第 3 章. びわこ成蹊スポーツ大学

社団法人スポーツ健康産業団体連合会 (2009) 第 5 回シンポジウム報告書: アウトドアスポーツを通じた地域活性化

The4100D マウンテントレイル in 野沢温泉 大会HP:

<http://www.salomon-trail.com/nozawaonnsen/index.html>

徳島県・財団法人徳島県観光協会（阿波ナビ）HP：

<http://www.awanavi.jp/>

Trail Running Magazine No.10（2012）. エイ出版社

涌井良幸・涌井貞美（2003）図解でわかる共分散構造分析. 日本実業出版社

Wankel, L.M & Berger, B.G.（1990）The psychological and social benefit of sport and physical activity. Journal of Leisure Research 22(2). P167-182

山北町HP：

<http://www.town.yamakita.kanagawa.jp/>

謝辞

論文作成にあたり、ご指導いただきました間野義之先生には、心から感謝申し上げます。
また、公開審査において、的確なアドバイスをいただきました木村和彦先生、松岡宏高先生、澤井和彦先生にもお礼申し上げます。

短い1年間でしたが、ともに切磋琢磨した同期の仲間がいたからこそ、充実した日々を過ごすことが出来、こうやって論文を書き上げることが出来たと思っております。本当に同期の仲間には感謝しています。また、舟橋弘晃さんをはじめ、間野ゼミ修士課程の皆さんには、毎度貴重なアドバイスをいただき、この場を借りてお礼申し上げたいと思います。
そして、仕事と学業の両立を陰で支えてくれた家族にも心から感謝したいです。

最後になりますが、私を支えていただいたすべての皆様に感謝の意を込めて謝辞といたします。