

2015 年度 修士論文

センスメイキングストラテジーを用いた地方自治体における
ノンメガスポーツイベントの社会的効果に関する研究：
市民マラソン大会に着目して

A study of non-mega sporting events' social impacts
at local governments using the sensemaking strategies
-Focus on citizen's marathon events-

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

5 0 1 4 A 0 2 0 - 4

田上 悦史

Tagami Yoshifumi

研究指導教員：原田 宗彦 教授

目次

第 1 章 緒言	6
第 1 節 スポーツイベントと持続可能性	6
第 2 節 スポーツイベントにおける地方自治体の役割	8
第 3 節 地方自治体のスポーツイベントの社会的効果に対する理解と 施策	9
第 4 節 社会的効果の測定と評価	11
第 2 章 先行研究の検討	13
第 1 節 ツーリズムインパクトのレビュー	13
第 2 節 社会的効果のレビュー	16
第 3 節 スポーツイベントの社会的効果と市民マラソン大会	19
第 4 節 センスメイキングストラテジー	22
第 1 項 概念の概要と定義	22
第 2 項 概念の特性	23
第 3 項 センスメイキングの戦略面	24
第 4 項 リサーチクエスションの設定	25
第 3 章 調査	26
第 1 節 調査概要	26
第 1 項 研究目的	26
第 2 項 調査方法と調査時期	26
第 3 項 インタビュー対象者の選定	26
第 4 項 予備調査	28
第 6 項 倫理的配慮	29
第 2 節 分析方法	29
第 1 項 分析の枠組み	29

第2項	研究1 内容分析	30
第3項	研究1 計量テキスト分析	32
第4項	研究1 デュアルコーディング	34
第5項	研究2 SCAT.....	35
第3節	調査結果（内容分析・計量テキスト分析）	37
第1項	情報探索	37
第2項	社会的効果全体の特徴別比較	42
第3項	社会的効果の各要素	45
第4項	行動	79
第4節	研究2（SCAT）	83
第1項	自治体1—K市	83
第2項	自治体2—D市	90
第4章	結論	100
第1節	研究1 から導かれる考察	100
第1項	社会的効果の特徴毎の比較	100
第2項	ポジティブ・ネガティブな効果	101
第3項	効果の制御性	105
第4項	情報探索・行動	106
第2節	研究2 から導かれる考察	106
第1項	開催年数	107
第2項	社会的効果の要素にみられた特徴	108
第3項	地方自治体におけるマーケティング	108
第3節	結果の総括	109
第4節	研究の限界と今後の課題	110
参考文献一覧		113

図表目次

図 1	情報探索の共起ネットワーク分析図	38
図 2	情報探索の階層クラスター分析図	39
図 3	社会的効果の特徴別（参加人数）	42
図 4	社会的効果の特徴別（開催回数）	43
図 5	社会的効果の特徴別（地域属性）	44
図 6	スポーツ参加の共起ネットワーク分析図	46
図 7	スポーツ参加の階層クラスター分析図	47
図 8	コレクティブアイデンティティの共起ネットワーク分析図	51
図 9	コレクティブアイデンティティの階層クラスター分析図	52
図 10	ウェルビーイングの共起ネットワーク分析図	56
図 11	ウェルビーイングの階層クラスター分析図	57
図 12	ソーシャル・キャピタルの共起ネットワーク分析図	61
図 13	ソーシャル・キャピタルの階層クラスター分析図	62
図 14	都市再生の共起ネットワーク分析図	65
図 15	都市再生の階層クラスター分析図	66
図 16	人的資源の共起ネットワーク分析図	70
図 17	人的資源の階層クラスター分析図	71
図 18	行動の共起ネットワーク分析図	80
図 19	行動の階層クラスター分析図	81

表 1	調査対象一覧	28
表 2	情報探索の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）	37
表 3	スポーツ参加の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）	45
表 4	コレクティブアイデンティティの頻出語	50
表 5	ウェルビーイングの頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語） ...	55
表 6	ソーシャル・キャピタルの頻出語	60
表 7	都市再生の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）	64
表 8	人的資源の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）	69
表 9	デュアルコーディング結果（ポジティブ・ネガティブ）	75
表 10	デュアルコーディング結果（効果の制御性）	78
表 11	行動の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）	79
表 12	自治体 K 市 SCAT により生成されたストーリーライン	84
付録	SCAT 分析表	

第 1 章 緒言

第 1 節 スポーツイベントと持続可能性

国内においては、スポーツイベントの持続可能性を高める必要に迫られている。

スポーツツーリズム推進連絡会議（2011）がまとめた「スポーツツーリズム推進基本方針」に、「今日では、全国各地の魅力的な都市・地域で開催されている市民マラソンなど、多くの国民が親しむ『する』スポーツが存在する。」と記載されるなどスポーツツーリズムを通じた国民のスポーツ振興が期待されている。加えて、現在日本各地では 2007 年に始まった東京マラソンの成功を受け、各地で市民マラソン大会の創設が相次いでおり（毎日新聞,2015）、スポーツイベントの市場規模が 2012 年度 3164 億円から 2013 年度 6769 億円へと倍増し（事業構想,2015）、フルマラソンの大会開催数は、2013 年度 62 大会から 2014 年度 73 大会までに増加するなど、地方都市の新規参入も止まらない（毎日新聞,2015）状況にある。

上記から国によるスポーツツーリズムへの支援とスポーツイベントの隆盛が伺えるが、スポーツイベントの持続可能性に大きな課題が出てきている。地域活性化を狙ったランニング・マラソン大会の乱立により、大会間、ひいては地域間の競争はますます激しくなっており（大嶋,2011）、
「すべての大会が順風満帆ではない。京都マラソンは 12 年 3 月の第 1 回大会で警備計画の見通しが甘く、約 2 億 3 千万円の赤字に。結局京都市が追加支出して穴埋めした。東京マラソンなど人気大会には参加申し込みが殺到するが、アクセスの悪い地方のハーフマラソン大会など、定員割れをを起こし申込期限を延長する大会も出ているという。（中略）一方で、都市型大会は各都道府県に出そろいつつあるのも事実で、スポンサ

一集めも難しくなっている（産経新聞,2015）」と、この内容からも大会の乱立に伴う課題が表出していることが伺える。また開催する際の効果にも課題がある。30年間続いた国際大会である天草国際トライアスロンについても以下のような理由で一度休止になった。「天草市長（65）は昨年12月の市議会で、〈1〉テレビ放映の視聴率が低迷し、PR効果が薄れている〈2〉ボランティア約1500人のうち約600人を占める市職員の負担が重い〈3〉補助金の精査が必要--などとして、休止の方針を明らかにした（読売新聞,2015）。」上記よりスポーツイベントのもたらす効果によりスポーツイベントが継続困難になってしまうケースがあることが伺える。つまりスポーツイベントが増加する一方、継続が困難になる一面も表出していると考えられる。

このようなスポーツイベントの継続が困難になるといった課題に対して、国内外のスポーツイベントで持続可能なイベントマネジメントに取り組む動きがある。ロンドンオリンピック・パラリンピックが「社会・経済・環境」を持続可能なイベントマネジメントの中心として捉えたISO20121という国際規格を初めて取得（IOC,2013）した。国内においても、2012世界トライアスロンシリーズ横浜大会」が、国内開催のイベントとして「ISO20121」を初めて取得（横浜市,2013）した。

そして地域におけるスポーツイベントの開催に際して、地方自治体は大きな役割を担っていると考えられる。これは国や地方自治体が大会を地域住民の健康増進だけでなく、町おこしのツールとしても活用したいとの思惑がある（産経新聞,2015）ことや、スポーツイベントに経済的援助・スポーツ施設の利用（Djaballah et al,2015）を与える点が指摘されていることから説明できる。

第2節 スポーツイベントにおける地方自治体の役割

まず現代では、人口減少社会における1つのソリューションとしてスポーツの役割が大きくなっている。日本は課題先進国（小宮山,2013）と揶揄される現状にあり、2040年には全国1800市区町村の半分以上が、存続が難しい消滅可能性都市に（日本創成会議,2014）ある状況である。わが国では、これまでに国体に代表されるスポーツ大会は、「体育」すなわち「教育」の実践の場として捉えられることが多かったことや、その後の行政の関与に伴って経済的効果と関連付けられがちで、それ以外の効果に対する考慮が少なかった（木田,2013）過去があり、また研究の文脈でもスポーツ振興は、社会体育論（菅原,1977）やコミュニティスポーツ論、生涯スポーツ（松村,1988）と社会での役割から個人の健康へと議論が移り変わっていった背景がある。

そして現在は、課題先進国として切迫している状況下の中で、これまでのスポーツ振興に加え、スポーツツーリズムへの期待は新たに表出しインナー効果からアウター効果への力点の移行（早稲田大学,2011）がみられている。現在、訪日外国人旅行者数（JNTO, 2015）が2015年11月推計で年間1,796万人に達し、累計で過去最高を更新している中で、定住人口1人の消費額は、外国人旅行者10人分、国内旅行者（宿泊）26人分、国内旅行者（日帰り）83人分に当たる（観光庁,2014）との試算されており、国や地方自治体は、スポーツと観光を戦略的に結びつけて、地域スポーツの振興と地域経済の活性化を図り始めた。現在、国は2020年東京五輪を1つの契機にスポーツと観光とをタイアップさせて、付加価値を創出するための仕掛けを作る（森岡,2011）スポーツツーリズムを推進している。

スポーツには観光振興としての役割も生まれ、組織が生まれている。

特に政令指定都市においては、シティセールスや観光・関連産業振興が重視されており、2020年の東京五輪に向けて、さらにこの動きは加速している。

具体的には地域外からの誘客を戦略的に推進する地方自治体の多くがスポーツイベント等の誘致を専門に行う地域スポーツコミッションの設立に向けて動き出している。スポーツによる地域経済活性化のための「触媒」となるような民間の非営利組織（原田・木村,2009）であるスポーツコミッションは、さいたま市や沖縄県など17の自治体に既に設置され、金沢市、札幌市など他にも設置の動きが広がっている（日本経済新聞,2015）。さらにスポーツツーリズムを推進するためには、観光地をマネジメントする組織であり、スポーツコミッションが連携を深めるべき組織として重要な役割を果たすDMO（Destination Marketing/Management Organization）との連携が重要になってくる（山下・原田,2015）。

上記まで述べてきたように地方自治体においては、スポーツを通して多面的な効果の創出に取り組んでいる。自治体がスポーツイベントの効果をマネジメントする際のタスク（Djaballah et al.,2015）として、(1) スポーツイベントがトリガーになるかもしれない様々な社会的効果を理解する、(2) 地域コミュニティが何に期待しているかを気づくこと、(3) ポジティブな効果を促進し、ネガティブな効果を最小にするために、イベント開催者へ期待を伝えること、の3点がある。地方自治体はこれらのタスクを実行する責務があり、スポーツがもたらす多面的な効果を大きくしていく必要がある。

第3節 地方自治体のスポーツイベントの社会的効果に対する理解

と施策

スポーツがもたらす多面的な効果を大きくしていく中で、地方自治体におけるスポーツがもたらす社会的効果についての理解は進んでいると考えられるが、施策には反映しきれていない現状がある。

まず地方自治体が定めるスポーツ振興計画においては、多くの自治体が社会的効果を含めた多くの効果への期待がなされている。スポーツのもたらす効用は、従来から、様々な領域から着目されてきたが、地域づくりの戦略として、スポーツを総合的に活用しようとする意識は、自治体関係者や住民にも、これまで必ずしも強くなかったが（北海道,2009）、スポーツイベントの効果に対する認識が変わりつつある（早稲田大学,2015）ことが報告されている。直接的に社会的効果に関する記載がなされている自治体のスポーツ振興計画には、運動・スポーツ、レクリエーション活動は、人間の身体的・精神的欲求を満たすとともに、健康維持・増進、青少年の健全育成、地域コミュニティの形成など、多くの社会的な効果をもたらす（足立区,2009）、従来の身体的,教育的効果に加えて社会的効果まで期待される（倉敷市,2011）、社会的効果を踏まえてスポーツ振興の計画を策定することには大きな意義がある（刈谷市,2014）、スポーツを振興することは、社会的効果を生み出す側面も有している（沖縄県,2013）などと既に多くの言及がなされている。また、社会的効果に類する用語でも、培ってきたスポーツに関する社会的な資産を共有し生かす（京都市,2011）、家族や地域集団、社会・経済・文化に対しても、スポーツは様々な価値や社会的便益をもたらす可能性がある（宝塚市,2010）、スポーツの多面的効果の中に社会的効果を含む（八王子市,2014）といった形で、地方自治体が期待あるいは認知している社会的効果に関する用語が記載されている。したがって地方自治体におけるス

スポーツ振興計画内で社会的効果について認知し、その効果に期待している様子が伺える。

また地方自治体における、スポーツイベントの社会的効果に関する記述についても、横浜市スポーツ振興基本計画策定における最終答申(2006)の中では、スポーツイベントが地域にもたらす効果として社会的・文化的効果として記述されており、「これまでの誘致活動や開催の理念の中でインフラ整備効果、経済的効果を強調することは少なく、もっぱら社会的・文化的効果を掲げてきた」と記述されている。

しかしながら、スポーツイベントの社会的効果に関して地方自治体の検証や評価が具体的に反映している形跡は見られない。全国の6割の自治体が、アウトカム評価を導入している(総務省,2014)との報告もあるが、政府と民間事業者がそれぞれの生み出す社会的効果を比較して、より社会的生産性の高い方が事業をおこなう選択をしている国に比べると、日本の行政の取り組みには更なる改善の余地がある(鶴尾,2015)。特にスポーツイベントにおいては社会的効果そのものの定義が明確でなかったこと、あるいは効果評価手法が確立されていなかったことなどから、あまり論じられることはなかった(木田,2013)と指摘されており、効果の検証や評価を行なうことで効果の可視化を行なう必要があると考えられる。

第4節 社会的効果の測定と評価

国内においては、スポーツ以外でも社会的効果測定はまだ議論の緒に就いたばかりで世界的にも先進的な立場にはおらず、国内での実践や研究が求められている。

まず海外における社会的効果の測定の概況を整理すると、海外では既に1970年代の始めから取り組まれており(Vanclay,2004)、特にオース

トラリアにおいては州と地方自治体でポジティブな経済、および社会的な成果を達成するための方法としてイベントに重点的に投資されている（Sherwood,2007）状況にある。

上記に述べた社会的効果の測定は、社会の負を解決し、正の効果を生み出す、そして変化を可視化するプロセスと結果を生み出すものである。多くの公共政策は、国全体では適度なインパクトを持つが、地域社会に対して大きな影響を与える（Dietz,1987）。その中で地方自治体が社会的効果の測定を用いることは、地域の成長から生まれた社会的な変化をマネジメントし、監視することが可能で、開発段階で早く潜在的な問題を確認し、修正することが可能になる（Summerville et al.,2006）。また社会的効果は、環境や学校、犯罪、リクリエーション、文化、経済発展、そして道路と交通機関に最も関心がある住民がさらに税金を払うことや新しい仕事の機会を作る中で政府の投資を応援することを厭わないという特性（Gursoy et al., 2002）や、社会的効果の測定が政策議論への住民参加を推奨することで意思決定プロセスにおける特に関心の強いグループの影響による政策議論の不均衡を減らし、住民に情報を知らせることができる特性（Dietz,1987）を活かすことができる。つまり、地域の発展には適切なイベント政策の開発と過小評価しない分析（Whitford,2009）を行い、本当に変化を生んでいるという証拠を見たがる利害関係者に示していく必要がある（エプスタイン・ユーザス,2015）。さらに木田（2013）は、社会的効果を如何に発揮させていくのか、について視点をあてていくこと、新たな公共事業による経済的效果を期待するのではなく、社会的効果をより発揮させるような施策や活動を展開していくことが重要であるとしている。

海外では既に検証されている国があるが、日本国内では、社会的効果

の議論はまだはじまったばかりである。日本においては、社会的な収益を定量的に評価する社会的インパクト評価の導入が検討（経済財政諮問会議,2014）されはじめた段階にあり、日本は、世界的に見ればそこまで先行していないのが実情である（鶴尾,2015）。

これまでスポーツイベントの現況とその持続可能性の議論、日本の地方自治体において社会的効果の認知や測定の状況について論じてきた。海外での実践や国内の状況を踏まえると、国内における社会的効果と、その前後のプロセスを示すことは、国内における社会的効果の測定の実践やその議論に必要不可欠であると考えられる。すなわち地方自治体について①どういった情報を集め参考にし、②どういった効果を認知し、③どういった行動をしているのかを明らかにすることで、事前にどういったことを把握し、地方自治体が社会的効果をどのように認知し、社会的効果をどのように発展させているのかを示すことができる。これらを明らかにすることは、まだ日本においては端緒にある社会的効果の測定の実施に貴重な示唆と知見を提供することができると考える。

第2章 先行研究の検討

第1節 ツーリズムインパクトのレビュー

地域における社会的効果に関する研究は、イベントインパクトの研究（Ntloko and Swar,2008）やツーリズムインパクトの研究（Ap and Crompton,1998;Nunkoo and Ramkissoon,2011;Long,2011;Woosnam,2012）、ツーリズムへの住民の態度（Choi and Murray,2010;Haley et al,2004;Huh and Vogt,2008;Gursoy, Jurowski and Uysal 2002）などツーリズムに関する研究が多くなされてきている。

まずツーリズムインパクトの評価の内容として、いわゆるトリプルボ

トムラインに沿った研究が多いと言われている。具体的には、観光が地域社会に及ぼす様々な影響の内容は「経済」「社会・文化」「環境」の3分野に集約されることが多いとされ(佐々木,2006)、そして経済、社会、環境の問題は、それぞれ相互に関連しあっている(谷本,2013)。またツーリズムインパクトには、地域社会や地域住民にとってポジティブな面(ベネフィット)とネガティブな面(コスト)があり、一般に、これら両面が共存(あるいは混在)し(佐々木,2006)これまで、インパクトの開発は、ポジティブとネガティブの両方で探られてきた(Madrigal,1995)。

次にツーリズムインパクトにおける地方自治体の役割について概説する。地方自治体の役割は、ツーリズムインパクトと地域にとって非常に重要な大きいものである。まず地方自治体は、観光開発の政策において最も重要な公共事業機関として、現在と未来のツーリズム政策の決定と実施をつなぐ役割を担うべきである(Choi and Murray,2010)ことから、地方自治体はローカルコミュニティのイベントや祭りをサポートする傾向にあり(Getz,1997)、地方自治体の職員はツーリズム開発の計画時期に、どう土地が開発されるのかについて頻繁に利害関係が対立することを経験する(Madrigal,1995)と指摘されている。ただ、地域社会のツーリズム資源はある程度限られた範囲のものであることから、対策として地域社会がツーリズム開発に取り組む時には、その地域がすでに持っている特徴的な資源(歴史・文化、自然・生態、風物・景観、技術・産業など多岐にわたる)を選択的・意図的に利用することもあれば、なんらかの特徴的な誘因を他地域にはない形で新たにつくり出して優位な吸引力にすることもある(佐々木、2006)。この主な役割を担うのが地域のツーリズム組織であるが、官営団体か非営利団体、コミュニティを基にし

た組織がプロデュースしている現況にあり（Getz,1997）、彼らに対して地方自治体は資源の追加提供なしで活動やツーリズム開発の計画を求めている状態にある（Page & Thorn ,1997）。

他にもツーリズムインパクト研究における特徴として、一般化と特定化のどちらを目指す研究があること、研究対象として事業者が不足していることが挙げられる。具体的には、ツーリズムのインパクトの研究においては、「一般化」と「特定化」の両方の立場の往来が期待されており（佐々木,2006）、ツーリズムのインパクトに関する「一般化」を指向したもので、このテーマへのアプローチにおける基本的枠組みを提供するものと、他方で、特定地域におけるインパクトや住民態度を具体的にとらえるケース・スタディにより、そこから得られる知見と基本的枠組みに関連づけることが、この分野の研究にとって必要なことであると述べられている。そしてさらに佐々木（2006）は、観光者や観光地域住民に加えて、観光サービス業の従業者・経営者、旅行業者、行政内の観光担当者などの観光事業者に関する心理学的研究も必要であり、そこには産業心理学的課題とマーケティング的課題が含まれているとしている。つまり多様なステイクホルダーにおけるツーリズムのインパクトの認知を図る必要があると考えられる。

上記までの議論をまとめると、以下の3点となる。（1）ツーリズムインパクトに関する研究は、社会的効果を含んだトリプルボトムラインをポジティブ・ネガティブの両側面から評価すること、（2）ツーリズムインパクトにおいて地方自治体は非常に重要な役割を担い利害関係を経験しながらツーリズム組織と共に限られた資源の中でツーリズム開発の計画を推進しないとイケない状況下にあること、（3）ツーリズムインパクトの研究においては、一般化・特定化のどちらかを目指した研究がなさ

れてきた傾向があり、とくに事業者に関する研究が必要であることの3点となる。

第2節 社会的効果のレビュー

以下に社会的効果に関する研究について、(1)社会的効果に関する小研究史(2)社会的効果の定義の議論(3)社会的効果に関する研究の特徴、の3点を整理する。

まず社会的効果に関する小研究史について整理した。社会的効果測定(Social Impact Assessment,以下 SIA)は約30年前より研究の蓄積があり(Vanclay,2004)、その歴史が始まったのは1969年アメリカのNational Environmental Policy Act(NEPA)であり、SIAの測定は当時環境的効果測定(以下 EIA)の多くに含まれていたとされている(Finsterbusch,1995)。Vanclay(2004)によると、SIAはEIAの要素で特に「環境」は広義に理解されており、EIAは包括的な枠組みの中で環境と社会課題を対象にしていたけれども、SIAの実施が不十分であったと指摘している。そして1970年代には米国内においても、国の環境政策行動の中に社会・経済的要素が含まれたのは終わり(Burdge,2003)、1980年以降は、高速道路、ダムそしてエネルギー施設の建設が劇的に減少したために、研究資金と研究者の力量の両方が劇的に減少したが、一方カナダ及び西ヨーロッパ、他の世界各国ではSIA実施が非常に増加した(Finsterbusch,1995)。そして現在は、SIAとEIAを兼ね備えているもしくは独立した測定がなされているのは少数である(Burdge,2003)とされ、英国内のEIA研究では、社会的効果は、ほとんど含まれていないと報告されている(Chadwick,2002)。このような変遷の背景には、社会経済システムのパラダイム(谷本,2013)があった。20世紀型産業社

会の確立時は経済成長が中心、環境・社会は与件だったものが、1970年代の新しい社会運動や80,90年代のグローバリゼーションにおける負の側面への批判により経済と環境・社会のバランスをとるようになった。そして2000年代以降は、持続可能な発展の追求の中で経済は環境・社会の中で成り立つというパラダイム・シフトが起きたことがあり、社会的効果の研究の変遷にも影響を与えたと考えられる。

次に社会的効果の定義を検討する。社会的効果については、全ての側面を詳細にすることは不可能である（Vanclay,2002）とされているものの、定義の検討はなされている。社会的効果は人々の幸福において大きな改善もしくは悪化、またはコミュニティの関心の中での大きな変化である（Dietz,1987）とされ、活動や投資によって生み出される社会的・環境的变化を指す（エプスタイン・ユーザス,2015）。そして社会的効果を評価する指標であるSIAは、特定のイベントから結果としてもたらされる社会的効果の評価と分析、確認するものだとして定義され（Dietz,1987）、SIAにおいても「社会」の概念を狭義または制限をする限界はない、としている。また多くの先行研究において「社会経済的效果」や「社会文化的効果」など重複する概念が使用されているが、Vanclay（2004）は狭義での概念解釈によりインパクトアセスメントの研究では100以上の異なるアセスメントのタイプが開発されているものの、概念過多の問題や実践や問題対処は変わっていないと指摘し、SIAは、これらを全てサポートしていると述べている。

そして社会的効果に関する研究の特徴を以下に述べる。まず社会的効果に関する研究の基礎になったキーワードは、地元住民、社会的効果、認知、態度の4つであり、（Deery et al.,2012）。そして、社会的効果にはツーリズムインパクトの研究と同様にポジティブ・ネガティブの2つ

の側面がある（Preuss,2007）。これは Ap（1992）が開発した社会的交換理論を用いることでポジティブとネガティブの認知の両方の説明を適応させることができ、そして個人あるいは集団レベルでの関係性を測ることができるようになった。近年の多くの研究が社会的交換理論を理論的枠組に用いている。

次に社会的効果の測定は、変化を捉える・プロセスを捉えることに主眼を置いている特徴がある。SIA は、活動の結果生じる社会的インパクトの変化を特定するためのものであり、ほとんどの組織が、アウトプットを測定している（エプスタイン・ユーザス,2015）が、SIA の研究において、経験された社会的変化のプロセスと社会的効果の間には、区別がない（Vanclay,2002）と指摘されている。また SIA の優れた潜在性が、意思決定でなくプロセスマネジメントにあることから SIA は、1 回で完結されるレポートではなく、プロセスとして見るべきであり（Vanclay,2004）、地域や国、グローバルな視点で、中期間（10-25 年）、長期間（25-50 年）、超長期間（50 年以上）の効果を、注意深く可能な限り評価、分析、確認をすべきである（Dietz,1987）といった指摘もなされている。

これらの指摘の背景に、多くのイベントのケースでは、政策を実施し、数年先まで続くものである（Dietz,1987）こと、社会的効果測定の目標が、個人とコミュニティと同様に政府や民間セクター組織を助けること、提案された政策、計画、プログラム、プロジェクトの結果による計画・非計画のコミュニティ・人口の社会的変化を表した社会的結果の可能性を理解し事前に対処すること（Burdge,2003）、の 3 点がある。上記に挙げた発生する社会的変化のプロセスを Vanclay（2002）は、7 つに分類しており、（1）デモグラフィックのプロセス、（2）経済的プロセス、

(3) 地理的プロセス、(4) 制度的及び法的プロセス、(5) 開放及び権限委譲プロセス、(6) 社会文化的プロセス、(7) その他のプロセス、としている。

上記までに社会的効果に関する研究について、(1) 社会的効果に関する小研究史では、40年以上の研究の蓄積があり、環境的効果の測定の中から社会的効果の測定が独立してきたこと、(2) 社会的効果の定義の議論では、変化を捉える点やその概念の広さ、そして関係する概念が過多である状況に対して全てをサポートすること、(3) 社会的効果に関する研究の特徴では、その研究の基礎となったキーワードやその背景となった理論的枠組みと、変化・プロセスを捉えることに主眼を置いていること、の3点を概説した。

第3節 スポーツイベントの社会的効果と市民マラソン大会

本節では、(1) スポーツイベントの社会的効果に関する研究、(2) 国内におけるスポーツイベントの社会的効果に関する研究、(3) 本研究での調査対象と用いる用語の定義について整理する。

まず過去10年間に於いてスポーツイベントの社会的効果に焦点を当てた研究は非常に多くなっており、注目は高まっているが(Inoue and Havard,2014; Balduck et al.,2011; O' Brien,2007,Chalip, 2006)。その傾向についてスポーツイベントの社会的効果に関する研究の研究対象と測定内容の観点から整理する。研究対象については、メガ・スポーツイベントを対象とした研究はこれまで多く行われてきたが(Kim et al., 2006; Prayag et al.,2013)、ノンメガ・スポーツイベント(ローカルスポーツイベント、スモールスケール・スポーツイベント含む)の効果については、あまり研究が行われていない(山口,2014)。しかしながらス

スポーツイベントは、サイズに関わらず開催地のコミュニティへ様々な効果と成果を引き起こすことから (Agha and Taks,2015)、徐々に研究対象へのフォーカスは小さなイベントへとシフトしている傾向がある

(Pereira et al.,2015;Taks et al.,2014; Gibson et al. , 2012 ; Balduck et al. ,2011)。次に測定内容について整理する。スポーツイベントの社会的効果を評価するには2つのアプローチがあり (Inoue & Havard,2014)、1つ目は個人や集団的な関心と、コミュニティのイメージ、コミュニティのインフラでの変化における認知的データを集めることによって得られる文化的、環境的、そしてインフラが関係したインパクト (Balduck, et al., 2011; Kim & Petrick, 2005) である。2つ目は、心理的効果 (Kim & Walker, 2012) や精神的な収入 (Crompton, 2004) など住民の心理的・感情的ステータス (Waite, 2003) におけるイベントの効果にフォーカスした評価である。

特に近年では主に経済 (Taks et al., 2011) ,ツーリズム (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012) ,社会 (Djaballah et al, 2015) などの研究が取り組まれはじめたものの、とりわけスポーツイベントの経済とツーリズムのインパクトの働きは、開催地のコミュニティにおいて、経済的な成長や持続的なツーリズムの成果があることを示しておらず

(Agha and Taks,2015) 多くの研究者は、イベントの社会的価値へ彼らの興味をフォーカスしている現況にあると指摘されている (Heere et al, 2013; Inoue & Havard, 2014; Kaplanidou et al., 2013; Taks, 2013)。具体的な項目としては、社会的結合 (Heere et al., 2013) ,ソーシャル・キャピタル (Gibson et al., 2014) は、信用や安全の感情をとらえるためにしばしば用いられる。そして地域住民のウェルビーイング (Agha and Taks,2015) には類する項目として QOL への貢献

(Walo et al., 1996) やネガティブな面では駐車場の減少、渋滞の増加、ゴミ (Baldock et al., 2011) がある。他にも地域への忠誠や誇り (Ziakos, 2010)、都市の再生 (Smith, 2012)、身体活動やスポーツの参加 (Craig & Bauman, 2014; Weed et al., 2009) のようなイベントのリターン (Preuss, 2007) に対する関心へシフトし始めたといえる。また Walo et al (1996) はスモールスケールイベントを開催する際にボランティアを使うことは、社会的、身体的、経済的ベネフィットを最大化すると指摘し、秋吉ら (2014) は、地域のサポートなしに持続可能にスポーツツーリズム産業を発展させることは困難としている。

国内におけるスポーツイベントの社会的効果に関する研究を概説すると、近年の国内におけるスポーツイベントの社会的効果の研究は山口ら (2015) や秋吉ら (2014) の研究などが散見される程度で、必ずしも多くない現状にある。

上記までの議論をまとめると、国内における地方自治体のノンメガスポートイベントの効果を検証する必要があるといえる。国内における地方自治体のノンメガスポートイベントの効果を検証することは、学術的な貢献並びに今後ノンメガスポートイベントの継続的な開催を検討している自治体やステイクホルダーへのインプリケーションとなる。したがって、本研究では国内における地方自治体のノンメガスポートイベントの効果を検証する。ここで本研究での調査対象と用いる用語の定義について下記に述べる。

本研究では多くの選手を集める主要大会で、限られた経済活動を起こし、国内で年に一度定期開催されるスポーツイベントの一部であり (Gratton et al, 2000)、大会数も多い市民マラソン大会に着目する。市民マラソン大会の選定については、「インナー・社会文化志向」, 「アウター・社

会経済志向」、「地域スポーツ志向」という 3 つの開催目的（田中,2013）で開催されている点、「商品の宣伝」、「企業・団体の宣伝」、「地域貢献」、「地域振興活性化」、「社会貢献/CSR」、「関係の構築」、「事業の一環」、「観光の誘致」といった目的で企業が市民マラソン大会にスポンサードしている点（荒井,2011）より、他のステイクホルダーからは経済的効果だけでなく、社会的効果が評価されていると考えられることから、本研究の対象として適切であると判断した。

そして本研究では以下の定義を用いる。市民マラソン大会については、「一般の人が参加でき、走行距離の単位が km で明確に示され、1 日で開会から閉会までをするランニングイベント」（上村ら,2014）を用い、スポーツイベントの社会的効果については、「生活の質、ライフスタイル、コミュニティ構造、行動パターン、個人及び集団の価値体系がイベントを通し変化すること（Taks,2013）」を用いる。また、本研究で指すノンメガスポートイベントについては、メガスポートイベントと対義的な意味を持つ広範な定義である（Taks,2013）。

第 4 節 センスメイキングストラテジー

第 1 項 概念の概要と定義

センスメイキングがワイク（2001）に、センスメイキングストラテジーは、Thomas, Clark, Gioia（1993）によって概念化されている。

センスメイキングの概念化では、「センスメイキング」（認識・理解）という現象に関心を持ち（池西ら,2007）、基本的には組織や社会のミクロレベルのインタラクションについて分析することに主眼においた理論構成（黒澤,2008）となっている。センスメイキング理論の出発点は、「行為者とその人の観察とは生来、切っても切れない関係にあり、その観察

は本人の視点、視界から理解されなければならない」という現象学の基本的過程を基盤としており（池西ら,2007）、またそのプロセスは、3つの部分に分けることができる（大室,2008）。このプロセスは、過去（PASTs）－今（NOWs）－未来（FUTUREs）（寺島,2013）や、情報探索と意味帰属と行為の相互作用（Thomas, Clark, Gioia,1993）、そして現在だけに限定せず、過去も未来も含めて考えていく（岡澤,2011）となどいった表現がなされている。さらにワイク（2001）は、センスメイキングとは「項目をフレームワークの中に置くこと」とであると述べ、この場合、フレームワークとは、「準拠枠」、すなわち「解釈を方向づける一般化された視点」と類似の概念であり、人が何ものかをフレームワークの中に置けば、それを「把握、理解、説明、帰属、類推、予想することができる」（小松,2013）というものである。したがってセンスメイキングとは「意味を形成することであり、「未知を構造化する」ということで、「あるフレームワークの中に異なるもの置くこと」と定義される（大室,2008）。

第2項 概念の特性

ワイク（2001）は、センスメイキングとは次のような特性を持つと述べている。1) アイデンティティ構築－私は誰なのか、という問い－に根づいた、2) 回顧的－自分が以前言ったことを振り返って“見る”－、3) 有意味な環境のイナクトメント－法律を制定するという意味をもち、主体が客体（環境）を創造するという含意がある－、4) 社会的－個人の意味形成は他者との関わりと密接に関連する－、5) 進行中の－意味形成を取り巻く状況も関心も常に変化する－、6) コンテキストや個人的気質によって抽出された手掛りが焦点となる、7) 正確性よりももっともらしさ主導の、プロセス。これら7つのすべての特性を大雑把ではあるが一つの連鎖として記述することが可能である、としている。ただしセンスメ

イキングする人は常に過去を振り返って焦点をあてているので、始まりというものは存在せず、常に流れの中にある進行中のプロセス（大室,2008）の中にある。

他にもセンスメイキングには多義性の削減、各ステップが必ずしも繋がらない点、同じパターンの省略といった特色も挙げられている。小松（2013）によれば、センスメイキングは意思決定の場合とは違って、不確実性の削減ではなく、多義性の削減に焦点を合わせる。しかしながら、センスメイキングは共通性より、違いを見つけるアプローチであり、上記で述べた3つのステップの情報探索と行為は必ずしも秩序正しい世界でのみ起こるとは限らない（岡澤,2011）。センスメイキングは常に異なる状況の中で起こっているものであり、いつも同じパターンに入るとセンスメイキングが省略され、特に企業におけるルーティンワークは意図的にセンスメイキングを省略する（大室,2008）という特性がある。

第3項 センスメイキングの戦略面

そしてセンスメイキング自体は社会的な問題から組織的な問題まで取り扱う、非常に多岐に渡る論点を含むものである（黒澤,2008）とされており、センスメイキングストラテジーもこれに内包されるものと考えられる。具体的な先行研究としては Gioia and Chittipeddi（1991）が、センスメイキング（sense-making）とセンスギヴィング（sense-giving）による大学組織の戦略的変革の研究を行い、組織のアイデンティティを変革する際に、変革を先導するトップ・マネジメントが、そうした自分たちの考えを組織的な意味へと作り上げようとして、個人的な意味を組織に提供するセンスギヴィング過程と、そうした変革へのイニシアティブに対するメンバーやステイクホルダーたちの反応から、実際に実現された組織的アイデンティティとしてのセンスメイキングを研究の対象と

していることがある(宇田川,2005)。またスポーツの文脈では Djaballah et al (2015) がフランスの地方都市におけるノンメガスポーツイベントを対象にした地方自治体の社会的効果の認知と戦略についてセンスメイキングアプローチを基に検証し、研究の課題として、①別の成果をもたらす可能性、②イベントの特徴ごとの比較ができなかったことを挙げた。

第4項 リサーチクエスションの設定

本研究では、これまでの先行研究のレビューにもとづき、センスメイキングストラテジーを用いて、地方自治体における市民マラソン大会の社会的効果の認知を検証するために、以下のリサーチクエスションを設定した。

RQ:1:地方自治体は、どのように市民マラソン大会に関する情報を集めているのか？

RQ:2 地方自治体は、どのような情報を参考にしているのか？

RQ:3 地方自治体は、どのような社会的効果の要素を認知しているのか？

RQ:4 地方自治体は、どのように社会的効果の要素のポジティブ・ネガティブの要素を認知しているのか？

RQ:5 地方自治体は、どのように社会的効果の要素の制御性を認識しているのか？

RQ:6 地方自治体は、センスメイキングプロセスに基づいて、市民マラソン大会の社会的効果の引用し、どのように行動しているのか？

RQ:7 イベントの特徴毎の比較を行なうとどういった結果をもたらすのか？

本研究は、社会的効果においてはほとんど研究対象とされてこなかった事業者に着目した研究で、また蓄積の浅いメガスポーツイベント以外のノンメガスポーツイベントを対象とした研究である。そして本研究で

は、Djaballah et al (2015) を参考に、日本では隆盛を極め、かつ多くの大会が行われている市民マラソン大会を対象に行ない、Djaballah et al (2015) の別の成果をもたらす可能性の検証と、イベント毎の特徴の比較を行なうために、Djaballah et al (2015) が設定したリサーチクエスションと課題を基に上記を提示した。

第3章 調査

第1節 調査概要

第1項 研究目的

本研究は、地方自治体の担当者が、どのように市民マラソン大会の社会的効果に関する情報を探索・解釈し、行動したのかを質的研究を元に明らかにすること、イベントの特徴ごとの比較と別の成果をもたらすのかを検討することを目的とする。そして本研究で地方自治体の担当者の情報探索、解釈、行動を明らかにすることは、スポーツイベントの持続可能性を高め、社会的効果を促進するスポーツイベントの利害関係者にとって重要である。また、社会的効果の研究において、蓄積の少ないノンメガスポートイベントと事業者を対象に、イベントの特徴ごとの比較を行なうことに意義がある。

第2項 調査方法と調査時期

調査方法は、地方自治体の担当者の認知をさらに詳細にたずねることができる半構造化インタビュー手法によるインタビュー調査を行った。調査時期は、2015年10月27日～11月19日である。

第3項 インタビュー対象者の選定

質的研究のアプローチでは情報に富んだケースによって可能となる深

い理解に価値を置くため、豊かな情報をもつケースを徹底して収集する
合目的的サンプリングが用いられる（谷津,2013）ことから、本研究にお
いてもリサーチクエスチョンに照らしあわせ、対象者をサンプリングし
た。具体的には、先行研究（Djaballah et al,2015）を参考に参加人数
5,000 人、大会回数 3 回以上、居住人口 65 万人から人口 15 万人の大会
を選定基準として設定し、25 自治体を選定された。25 自治体全てに調
査依頼を行い、1 自治体に予備調査を実施し、17 自治体へ本調査を実施
した（表 1）。調査場所は各地方自治体の所有施設内で行われた。サンプ
ル数については、ターゲットとなる経験を構成する必要かつ十分な要素
を見出すには、その経験について 10～50 の記述が必要（サンデロウス
キー,2013）とされていることから適合していると判断した。

インタビュー対象者の選定は、本研究の目的を果たすために、先行研
究（Djaballah et al,2015）を参考に、インタビュー対象者は各地方自治
体の市民マラソン大会においてイベント主催者と直接連絡をとり、スポ
ーツイベント関連の政策を実行している担当者に要請した。インタビュ
ー対象者は、マラソン大会の担当者を対象とし、マラソン大会に深く関
わる人物であった。

インタビューアーの選定は、インタビュー対象者とは無関係の人物で、
マラソン大会の担当者と同じようにスポーツの関与が高い大学院生が行
ったことから、語りの相互作用は促進できたと期待できる。

表 1 調査対象一覧

市名	大会回数	参加人数	地域区分	インタビュー協力者
A 市	回数高	人数多	3 大都市群	2 名
B 市	回数高	人数多	3 大都市群	2 名
C 市	回数高	人数多	3 大都市群	1 名
D 市	回数低	人数多	地方都市	1 名
E 市	回数低	人数多	3 大都市群	1 名
F 市	回数高	人数多	3 大都市群	1 名
G 市	回数低	人数多	3 大都市群	1 名
H 市	回数低	人数多	地方都市	1 名
I 市	回数高	人数多	地方都市	2 名
J 市	回数低	人数少	3 大都市群	2 名
K 市	回数低	人数少	3 大都市群	2 名
L 市	回数低	人数少	3 大都市群	2 名
M 市	回数高	人数少	3 大都市群	3 名
N 市	回数高	人数少	3 大都市群	1 名
O 市	回数低	人数少	3 大都市群	1 名
P 市	回数高	人数少	3 大都市群	1 名
Q 市	回数高	人数少	地方都市	2 名

第 4 項 予備調査

予備調査はインタビュー内容やインタビューの方向性を統一するため、予備調査で先行研究のインタビューガイドのチェックとインタビューを効率良く進めるためのトレーニングを行った。インタビュー対象者には研究の目的と概要、さらに個人情報やプライバシーは守られることを説明し、研究への参加と会話の録音の了承を得た。その後、本調査の目的、インタビュアーの個人的背景の説明からインタビューが実施された。なお収録された「語り」は、逐語録として、修正、変更を加えずに文字化された。

第 5 項 インタビューの流れ

本調査は 5 つの主な項目で構成された。質問の流れは、①社会的効果全般②社会的効果各要素③質問①、②であがった効果の制御性④情報探索⑤行動の流れで行った。それぞれの調査対象に対するインタビュー所要時間は、一団体あたり 60 分から 75 分程度であった。

第6項 倫理的配慮

本調査における倫理的配慮については、以下の通りである。該当の市民マラソン大会担当者宛に本研究の目的と資料の取り扱い方法について依頼文書と電話、口頭にて説明した。依頼文書には、研究の主旨説明を行い、対象者の自由意志で研究への協力ができること、調査に関する質問には常時応じる体制であることを示すために問い合わせ先を明記した。

面接時には、個人の対象者が特定されないようプライバシーと匿名性を厳守すること、インタビュー内容の正確性を保つために、メモを取ることと録音の許可を得て、答えたくない質問には答えなくとも良いこと、結果考察後の適切な時期にデータを消去することを伝えた。さらに得られた結果は、個人を特定できないように連結を不可能にした匿名化の処理を行なうこと、調査に用いた記録用の媒体である IC レコーダーのデータは、複製を絶対に行わず、研究結果は学会等で公表（発表・掲載）されることについて文書と口頭で説明を行った。結果として、対象になった 17 の地方自治体の担当者全員から同意が得られ、調査を実施した。

第2節 分析方法

第1項 分析の枠組み

本研究では、主に2つの分析方法により構成される。

研究1において、①地方自治体の担当者が、どのように市民マラソン大会の社会的効果に関する情報を探索・解釈し、行動したのか、をそれぞれの事象において、整理し明らかにする、②市民マラソン大会の社会的効果における特徴ごとによる違いを明らかにする、ために内容分析の方法の一種である計量テキスト分析を行った。②の特徴ごとの比較においては、参加人数、開催回数、地域属性についてそれぞれ分析を行なう。

研究2では、地方自治体の担当者がとった情報探索、解釈、行動の一連のプロセスを明らかにするために SCAT (Step for Coding and Theorization) を行った。研究2ではセンスメイキングストラテジーの各ステップのつながりと上記に挙げた特徴ごとの検証するために、社会的効果のカテゴリーに全ての文章が当てはまり、関東近郊で行なわれ開催回数が長い自治体と、地方都市で行われている開催回数が短い2自治体を対象とした。

第2項 研究1内容分析

以下に計量テキスト分析について説明する前に、内容分析の概要、定義、変遷と特性、手順、課題について整理する。

内容分析は主にコミュニケーション研究などで使われてきた手法であり、海外での内容分析の研究に目を向けると、社会学、言語学、文学、情報処理、歴史などの多くの分野で用いられてきている(上野,2008)。その特徴は、新聞や雑誌などの文字テキストデータを対象にして、特定の言葉の頻度、記事の全体的な分量(特定の問題に関する記事の長さなど)、あるいは最も頻繁に使われているキーワードの出現頻度などの形式的な側面を手がかりにして、コミュニケーションの内容やその意図、効果などについて明らかにしようとするところにある(佐藤,2008)。

上野(2008)は内容分析の定義を「内容分析は、調査で得られたデータ(記述的データ)をもとに記録単位で分析し、分類・命名することによってある事象を客観的に明らかにすることである。」と定義し、一般的に使う「内容を分析する」といった日常用語とは、「体系的な客観的な方法で分析する」といった点で大きな違いがあり、学術的に「内容を分析する」といった場合には、「内容分析の方法は、一定の手続きを得て(科学的手法を用いて)、デジタル化されたデータをもとに、眼に見える形に

して、推論できる状態にすること。」（上野,2008）と捕捉している。

内容分析の歴史は上野（2004）によると、1800年代後半に新聞の量的分析が始まったとされている。その後、1900年代初頭に新聞の量的分析が主流、小説の分析、会話の分析が行われ、2度の世界大戦とマスメディアの発達により、さらに急速に発展していった。1950年代には、コンピュータの発達に伴い、コンピュータを利用した最初の内容分析（約4000の民話の分析）が行われ、対象領域もジャーナリズムや広告などに拡大していった。1980年代には、クラスター分析やコンピュータを利用した内容分析について論じられ、1990・2000年代には、インターネットや Windows95 の登場とそれに伴うアプリケーションソフトも開発が進み、言語処理やインターネットの内容分析が登場し、現在では、コンピュータを利用した内容分析が主流となり対象者や対象物の情報量が増加していると述べている。

コンピュータを利用した内容分析の手順は①インタビュー内容のテキスト化、印刷物のテキスト化（テキスト化とはコンピュータへの文字入力をいう）、②形態素解析、③単語レベルでの解析、④統計処理：カテゴライズ（クラスター解析など）、 χ^2 乗検定、主成分分析、数量化解析と進む（上野,2004）。つまりこの分析方法は、「文脈（的意味内容）→コード（カテゴリー）→数値」ないし「文脈→語句ないし単文」という一方向的なデータの縮約が中心になる（佐藤,2008）。

また内容分析の課題として、データ以外からつくったカテゴリーや理論由来のカテゴリーを用いて手早く効率的にコード化することにより、テキストの内容が見にくくなり、テキストやその様々な側面の探索が不十分になってしまうおそれ、テキストの本当の深みに届くことができない可能性（フリック,2002）を抱えている。したがって、ケースの固有性

などが失われる側面がある。

第3項 研究1 計量テキスト分析

以下に計量テキスト分析の概要と個々の分析手法について記述する。

本研究では、内容分析の考え方を基盤にしつつ、自然言語処理のような近年の情報処理技術の進歩を取り入れた方法（樋口,2011）である計量テキスト分析を採用する。計量テキスト分析は、テキスト型（文章型）データを計量的に分析する方法として提案された方法であり、計量的・客観的に把握するために、計量テキスト分析のためのフリーソフトウェア「KHCoder」（樋口，2011）を利用する。本ソフトの利点としては、言葉や文書を分類の際に分析者の作成したコーディング基準に沿う Dictionary-based アプローチと、多変量解析による Correlational アプローチを組み合わせることによって、分析の客観性が向上しており、後者の Correlational アプローチには形態素解析エンジンである「茶筌」を用いている（岩田,2014）。また本研究は、計量テキスト分析の分析手順として、増田（2012）の手順を参考に頻出語の分析、共起ネットワーク分析、階層クラスター分析という異なる分析を行い、コーディングを行っていった。

以下に頻出語の分析、共起ネットワーク分析、階層クラスター分析について詳しく記述する。

まず頻出語の分析については、重要語がリストアップされる。これにより自治体が把握する社会的効果と構成する要素、また前後の情報探索と行動について限定的な姿ではあるが、切り出した。

次に、共起ネットワーク分析を通じて、単語のグルーピングと媒介する単語の探索を行った。本研究では、ノードを全体の5%以上のレビューに登場する単語数（吉見・樋口,2012）を設定し、リンクを Jaccard 係

数 0.1 以上の共起関係とし、分析を行った。さらに、各要素間の関連性というクラスターを確認するためにサブグラフの検出を行い、その際の指標はコミュニティネットワークの構築において一般的に用いられているモジュラリティを採用した（岩田,2014）。共起ネットワーク分析のグラフの見方は以下の通りである。

- ・ 語句の出現数が多いほど円が大きくなり、語句の出現数が少なければ円は小さい。

- ・ 実線で結ばれているのは Jaccard 係数が 0.1 以上あり、線が太くなるほど Jaccard 係数の値が高くなる（語句同士の関係性が強い）。

- ・ Jaccard 係数は以下の通りに説明が可能である（吉見・樋口,2012）。0 から 1 までの値をとり、2 つの単語について同じ文章中に同時に出現する（共起する）と関連が強いと見なし、その値は 1 に近づく。また、2 つの単語について同じ文章中に同時に出現しない（共起しない）と関連が低いと見なし、その値は 0 に近づく。任意の単語 X と単語 Y に関する Jaccard 係数（J）は次式で求められる。 $J = A / (A+B+C)$ 。ここで、A は単語 X と単語 Y 両方が同時に出現している文章数、B は単語 X のみが出現している文章数、C は単語 Y のみが出現している文章数を表す。KH Coder はこうした Jaccard 係数の値を自動的に計算し、単語間のネットワーク図を自動的に描画する。

- ・ Jaccard 係数の欠点として、単独での出現数が多い語句ほど他の語句との関係が薄くなる傾向があることが指摘されているが、本研究では出現数についてもフォローを行うことでこのデメリットを補う。逆に、Jaccard 係数が高いものの抽出語句の出現数が少ない場合は、共起ネットワークで用いる語句の最低出現数のラインを決めることによって淘汰することが可能となる。

・色の濃さが同じものでサブグラフというクラスターを形成している。相対的に強く互いに結びついている単語同士を自動的に検出してグループ分けを行い、ネットワーク図によって示すものである。それぞれの単語グループは色分けされ、緑色、黄色、青色、赤色他によって示される（下平・福田,2014）。前述したように、モジュラリティという指標によりサブグラフを検出している。

そして最後に、同様の単語数が頻出する設定で、階層クラスター分析を行った。階層クラスター分析は、それぞれの項目間の相対的な距離が図示され、どの単語とどの単語が近い関係にあるか、どの語がなかなか連結されないかなど、全体に位置づけた関係を把握することができる。クラスター化法には、広く一般に用いられており、アルゴリズムないし挙動がよく知られている Ward 法を採用した。なおクラスター数については、クラスター結合水準の値の変化や、ある種のデータ要約が目的なので数が多すぎないこと、また分析結果の解釈のしやすさなどを総合的に判断して設定した。

本分析では、内容を把握することを目的としているため、増田（2012）と同様に、固有名詞など特定の場所等を表す語を除いた名詞とサ変名詞を対象に分析を行っている。意味や特性に関する判断については、次項にて説明するデュアルコーディングで行なう。

第4項 研究1 デュアルコーディング

デュアルコーディング（井上,2014）は2人1組で1つのインタビューについて責任をもち、それぞれの発言に概念を割り当てる作業である。本研究においては、計量テキスト分析にて抽出された用語がある文章を対象に Dutton and Dukerich（1991）が行ったデュアルコーディングを行った。Djaballah et al（2015）が設定した社会的効果のポジティブな

効果・ネガティブな効果・支援した効果・明らかになった効果・制限した効果にコード化した。

手順としては2人のコード担当者は、インタビューについて別々に責任を持って発言を分類した。その後、確認のため2人で相互比較を行い、文章の分類について、互いに同意が得られるまで議論し、2人に認められなかった全ての文章を削除した。

第5項 研究2 SCAT

以下に SCAT の定義と概要、特性、本研究への適用方法と、分析手順、分析対象について記述する。

本研究では、SCAT を用い、質的データの分析を行なう。SCAT とは、マトリクスの中にセグメント化したデータを記述し、そのそれぞれに、〈1〉～〈4〉の4ステップのコーディングを行い、主に〈4〉で記述した構成概念を意味のつながりをもたせてストーリーラインをつくり、データの潜在的意味を再文脈化する（河合,2014）ものである。このストーリーラインの意は、コードを、意味のつながりをもたせて、一筆書きのように一筋につないだ（大谷,2011）分析方法である。

SCAT は、大谷（2011）により定式化された質的分析法（筒井,2015）、質的データ分析手法の1つ（河合,2014）であり、一つだけのケースのデータやアンケートの自由記述欄などの、比較的小規模の質的データの分析にも有効であるとされている。初学者が小さなデータにおいても、何らかの潜在的な意味を構造的に見出すことが比較的スムーズに到達できるように、また容易にコード化が行え、そこから理論化に進むことができるような手法を工夫し、一定の有効性を検証しながら発展させたもの（神村,2014）である。SCAT を用いた研究は現在までに、教育学，教育社会学，幼児教育学，養護教育，メディアリテラシー教育，日本語教

育，法曹教育，臨床心理学，医学教育学，臨床研究，薬学，看護学，スポーツビジネス研究，ヒューマンサービス研究など，じつに多様な領域で行われている（大谷,2011）。

SCAT の特性として、SCAT の表には、分析の過程が明示的に残る（大谷,2011）点が挙げられる。質的研究は、主観あるいは主体的解釈を積極的に用いるために、場合によってはきわめて恣意的なものになってしまう危険性も有しているが、SCAT のもつこうした特徴は、分析の恣意性を極力排除することにもつながるのではないかと考えられる（河合,2014）。

なお、SCAT では研究を発展させて論文化したりする際には、分析の根拠となるような「概念的枠組み」が必要である（大谷,2011）ことから、本研究では、コーディングの際には、分析の過程で浮上してきた「センスメイキングストラテジー」に関する 3 つのステップを概念的枠組みとして参照した。

分析の手順は以下の通りである。得られたテキストデータを発話者（対象者・筆者）ごとにセグメント化し、分析に必要なデータの準備を行った。次に、ステップコーディングによって、「センスメイキングストラテジーのプロセスの要因」をコードとして抽出した。その後得られたコード同士をつなぎ合わせ、ストーリーラインを作成し、センスメイキングストラテジーのプロセスについて検討を行った。なお、本研究においては、既存理論におけるプロセスの確認を行なうことから、理論生成を目的としていない。したがって、「3. ストーリーラインの作成」までを行った。分析には、福島・落合（2013）を参考に、筆者を含めた 2 名で別々にコードを抽出し、突き合わせて修正しながら行った。

第3節 調査結果（内容分析・計量テキスト分析）

第1項 情報探索

表2 情報探索の頻出語（名詞・サ変名詞 上位30語）

情報探索			
名詞	頻度	サ変名詞	頻度
大会	29	参加	14
マラソン	15	参考	10
コース	12	意見	7
情報	12	開催	6
お金	9	お願い	5
ボランティア	9	運営	4
ランナー	8	応援	4
アンケート	7	改善	4
イベント	7	関係	4
協会	5	協賛	4
効果	5	反省	4
高齢	5	影響	3
スポンサー	4	対策	3
課題	4	電話	3
球場	4	導入	3
近隣	4	配置	3
金額	4	評価	3
積極	4	連絡	3
スポーツ	3	お話	2
具体	3	サービス	2
市民	3	安心	2
視点	3	看護	2
事前	3	給水	2
社会	3	協議	2
場所	3	協力	2
体育	3	実現	2
地点	3	主催	2
都市	3	受付	2
年齢	3	収集	2
目標	3	浄化	2

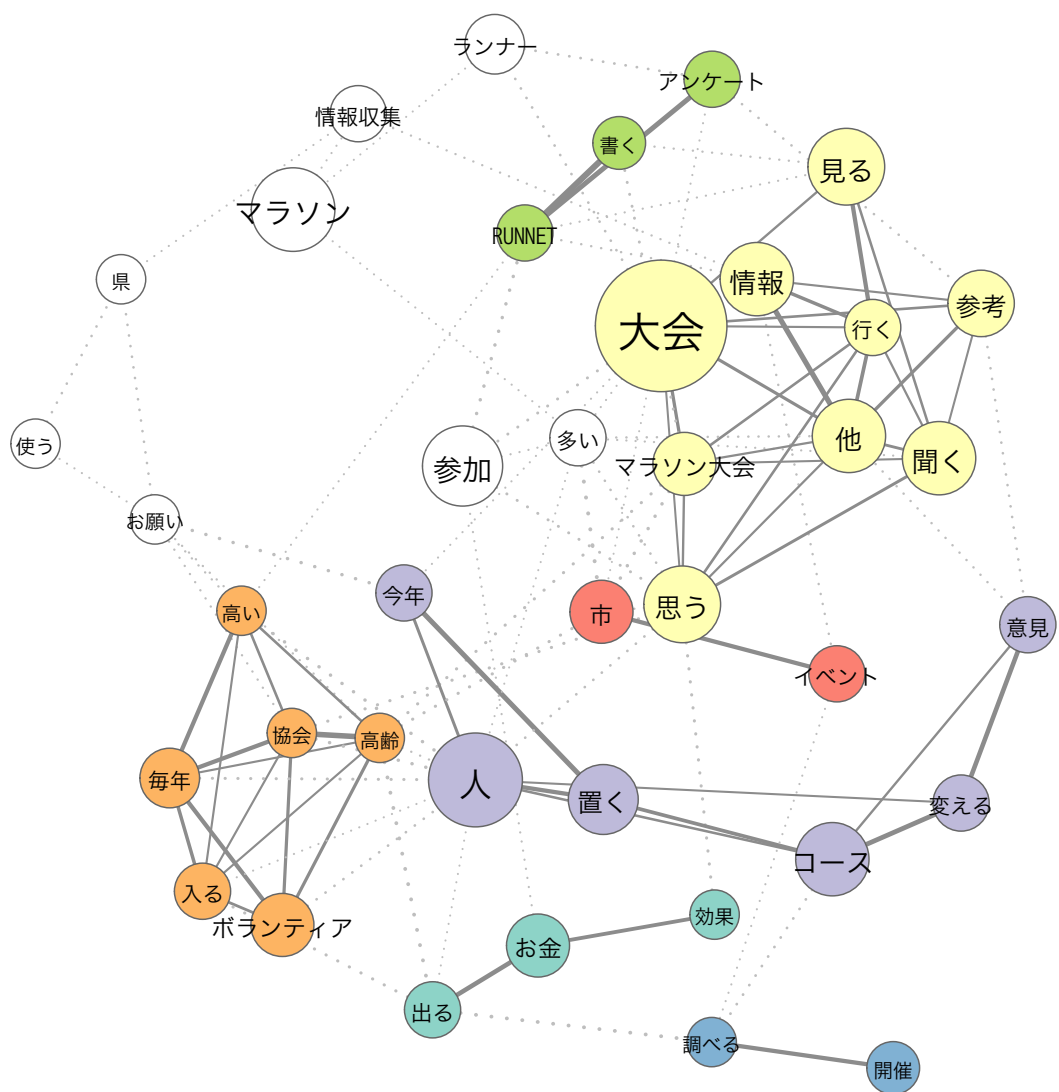


図 1 情報探索の共起ネットワーク分析図

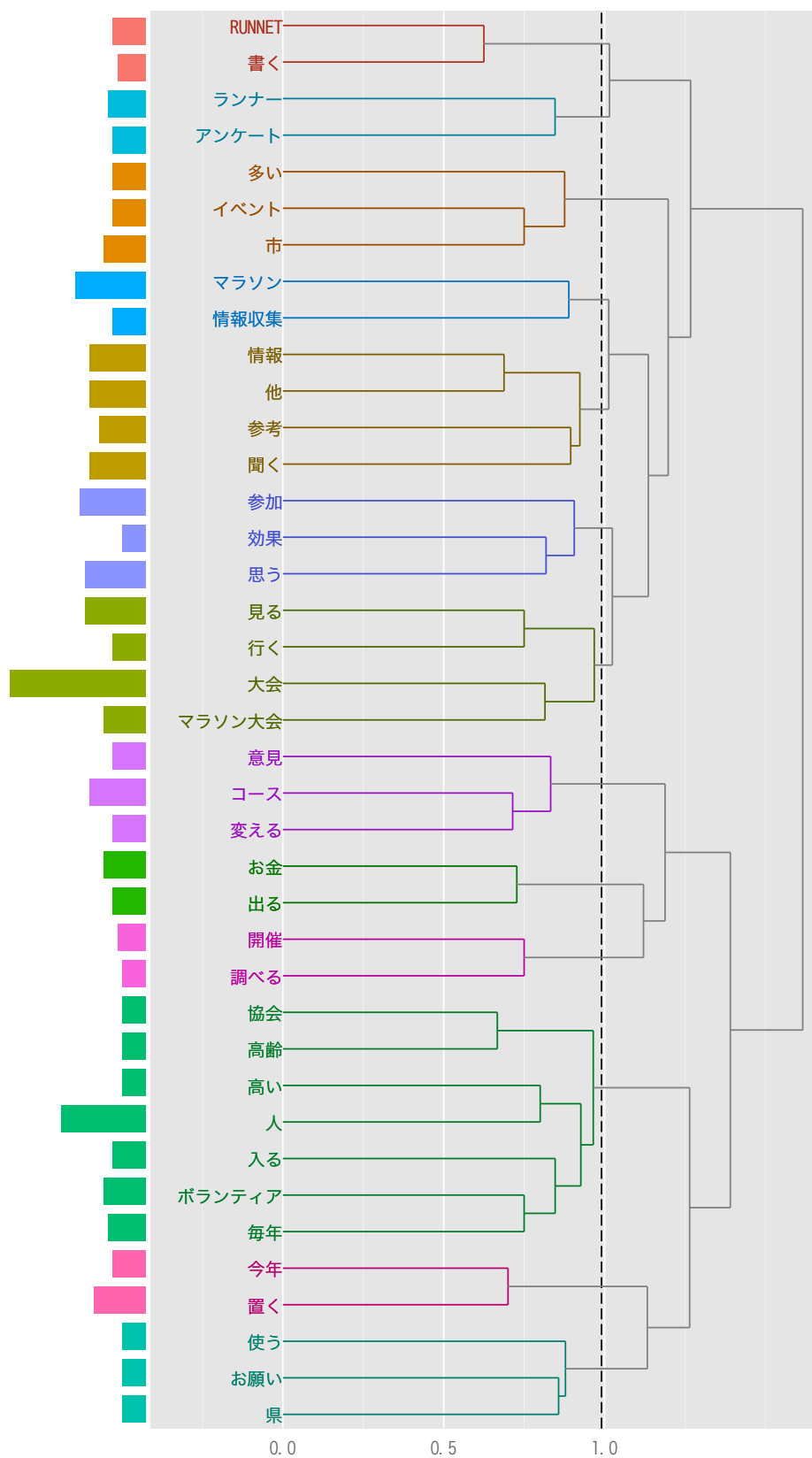


図 2 情報探索の階層クラスター分析図

まず頻出語からは、「コース（12）」「お金（9）」「ボランティア（9）」「ランナー（8）」「アンケート（7）」など情報源の対象として考えられる特徴的な語が抽出されている。また「意見（7）」「お願い（5）」「運営（4）」「改善（4）」などその情報の内容や特性を表す語が抽出されていることが伺える。

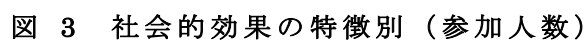
共起ネットワーク分析の図からは、RUNNET やアンケートといった参加者からの意見、他大会の情報を参考にしていること、コース変更に対しての意見、イベントの開催を調べる、ボランティアや協会が高齢である、といったものが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1については、「RUNNET」「書く」が集まっており、マラソンのポータルサイトである RUNNET への書き込みのことであることが伺える。クラスター2については、「ランナー」「アンケート」が集まっており、ランナーへのアンケートのことであると伺える。クラスター3については、「多い」「イベント」「市」が集まっている。市内・市外で同時期に行っているイベントに関する記述である。クラスター4については、「情報」「他」「参考」「聞く」などが集まっており、他の自治体の情報を参考にしている「政策参照」の様子が伺える。クラスター5については、「意見」「コース」「変える」などコース変更とその際の意見についてのことであると伺える。クラスター6については、「お金」「出る」が集まっている。具体的には、「スポーツ・レクリエーションの普及活動または整備、活用をするという課題、目標がありまして、そこで市からマラソン大会を応援するお金が出ている（M市）」というような資金面のことであると考えられる。クラスター7は、「協会」「高齢」「高い」「人」「ボランティア」「毎年」などが集まっており、大会を支える側の高齢化についての言及であ

ることが伺える。クラスター 8 は、「今年」「置く」が集まっている。具体的には「今年で言えば、距離表示を 1 キロ刻みにしてたんですけど、看板屋さんをお願いしているんですが夜置くので見えなくて違うところに置きちゃったり。(D 市)」など今年の施策に関する記述が多かった。クラスター 9 は、「使う」「お願い」「県」が集まっている。具体的には「県がやっている連絡協議会みたいなもので、顔は知っていたので、そのコミュニティを使って気軽に、どうしてた？みたいに聞いて、データをもらって実際にそれをお願いが来ている業者さんに対して、送る (C 市)」ということがある。

したがって上記の 3 つの分析から「参加者からの意見」「他大会や市内の他のイベントの情報」「人材の高齢化」をサブカテゴリーとした。

(1) 参加人数



42

(2) 開催回数

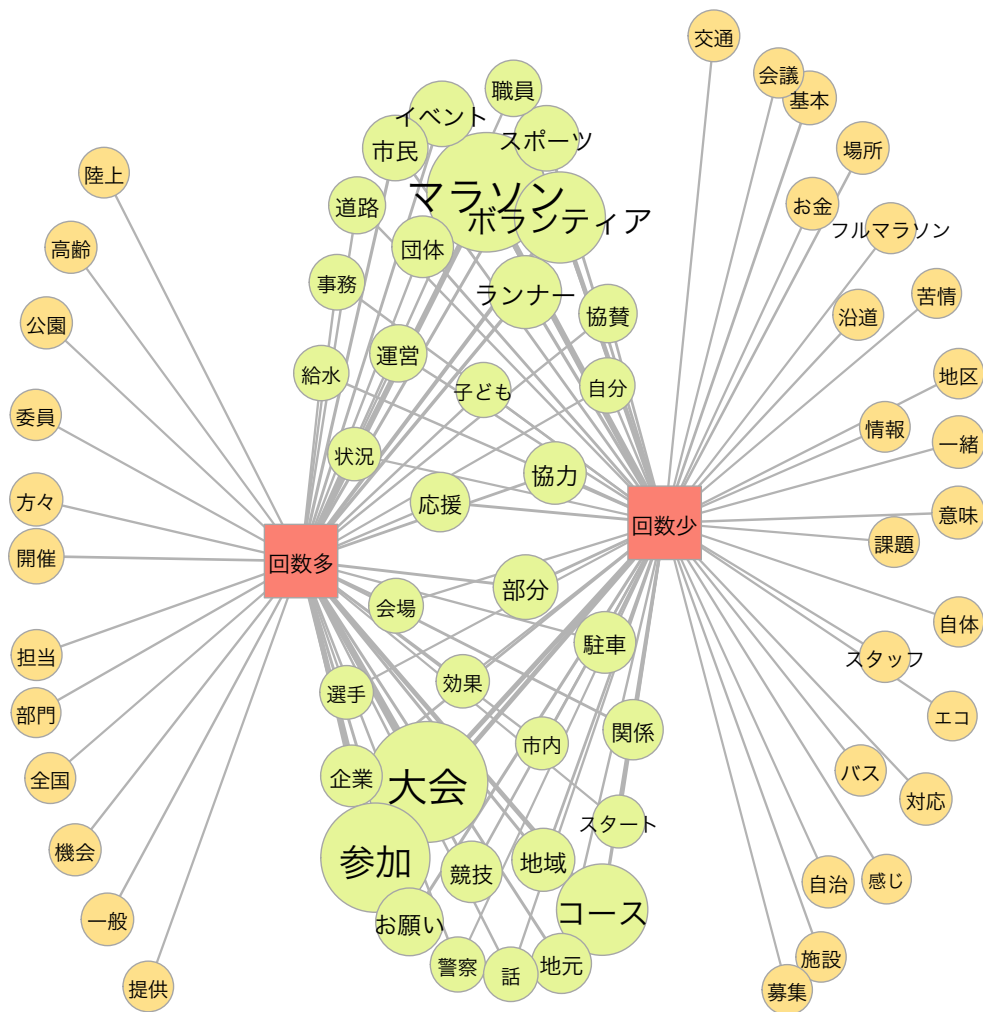


図 4 社会的効果の特徴別（開催回数）

外部変数として、開催回数（多・少）で2群に分けて語の抽出を行った。まず開催回数が多い群は「一般・方々・委員・高齢・担当」など人に関わる語が中心に抽出されている。対照的に開催回数が少ない群は、「課題・苦情」といったネガティブな語や「施設・交通・地区・沿道・場所」などの都市再生にまつわる語が多く抽出されている。

また開催回数が多い群と少ない群では、開催回数が少ない群が開催回数
の多い群に比べて、語の抽出が非常に多くなっている。

(3) 地域属性

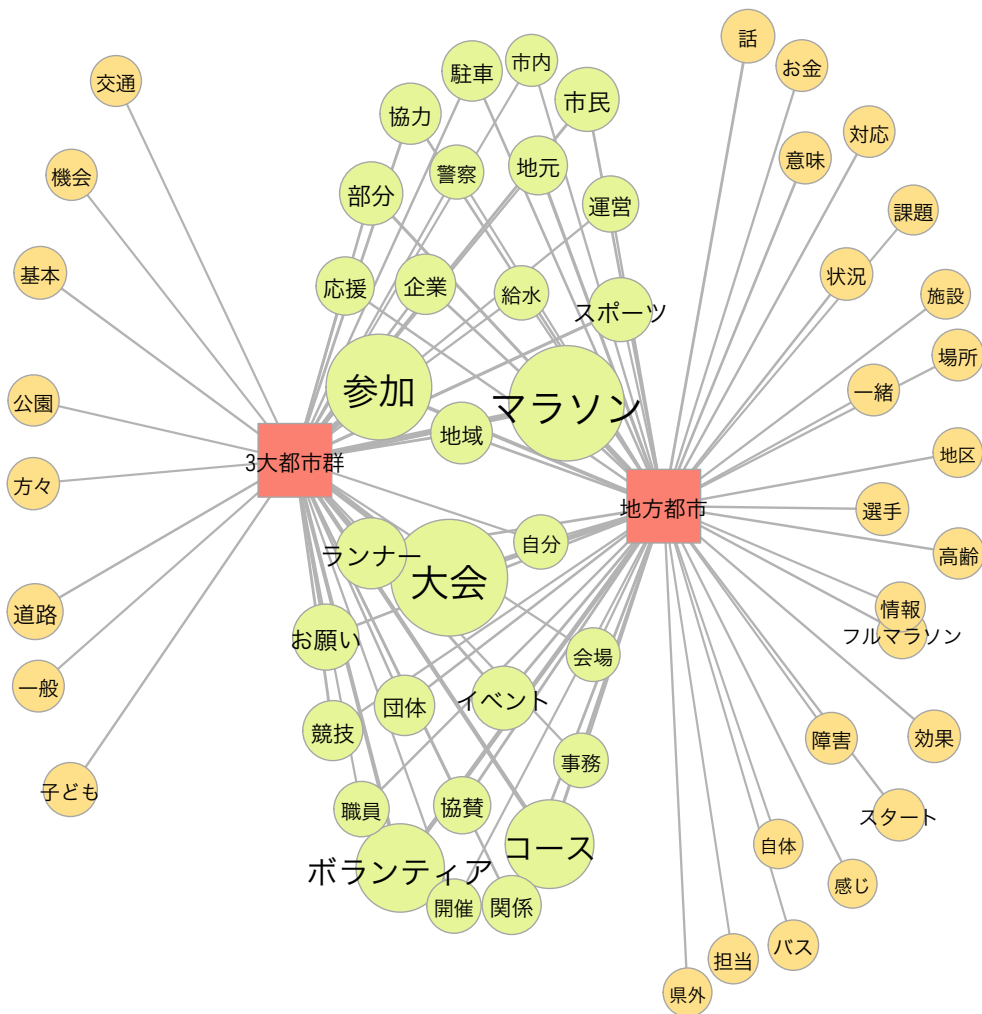


図 5 社会的効果の特徴別（地域属性）

外部変数として、地域属性（3大都市・地方都市）で2群に分けて語の抽出を行った。まず3大都市群が多い群は「一般・子ども・方々」など人に関わる語や「道路・交通・公園」などの都市再生に関わる語が中心に抽出されている。対照的に地域属性が少ない群は、「県外・情報」といった情報探索に関する用語や「高齢・課題・対応・地区」などの地方都市特有のワードが多く抽出されている。

また地域属性が3大都市群と地方都市群では、地方都市群が3大都市群に比べて、語の抽出が非常に多くなっている。

第3項 社会的効果の各要素

(1) スポーツ参加

表 3 スポーツ参加の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）

スポーツ参加			
名詞	頻度	サ変名詞	頻度
マラソン	40	参加	85
子ども	29	競技	18
大会	26	ランニング	11
ボランティア	25	増進	11
女性	24	お願い	8
スポーツ	22	運営	7
高齢	15	お手伝い	6
イベント	12	応援	6
学校	12	関係	6
団体	12	表彰	6
少年	11	話	6
フルマラソン	10	完走	5
ランナー	10	駐車	5
市民	10	トレーニング	4
年寄り	10	協力	4
部門	10	募集	4
小学生	9	意味	3
クラブ	8	一緒	3
協会	8	開催	3
コース	7	活動	3
教室	7	給水	3
状況	7	所属	3
年齢	7	振興	3
委員	6	練習	3
一般	6	サービス	2
車いす	6	フォロー	2
小学校	6	案内	2
人数	6	意識	2
体育	6	一貫	2
男性	6	影響	2

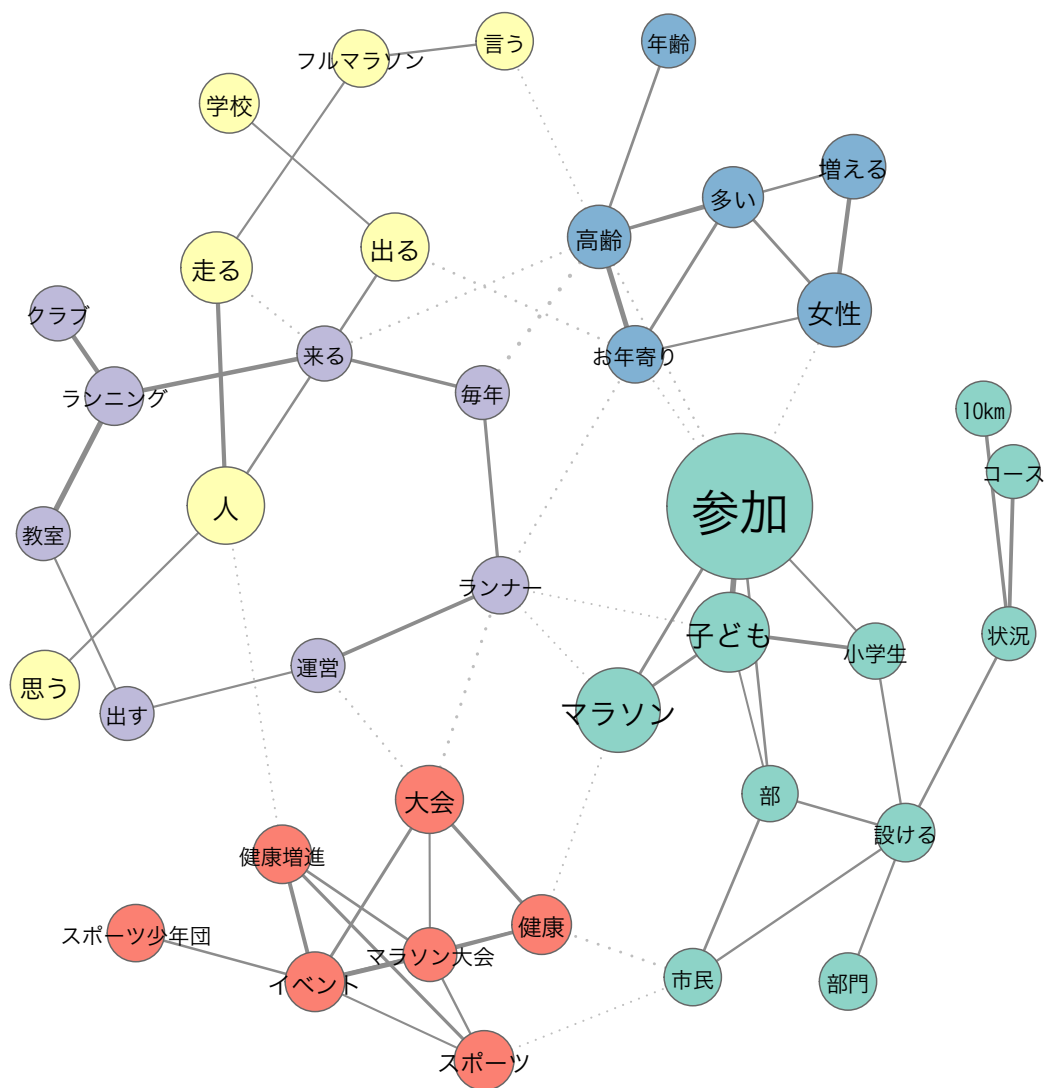


図 6 スポーツ参加の共起ネットワーク分析図

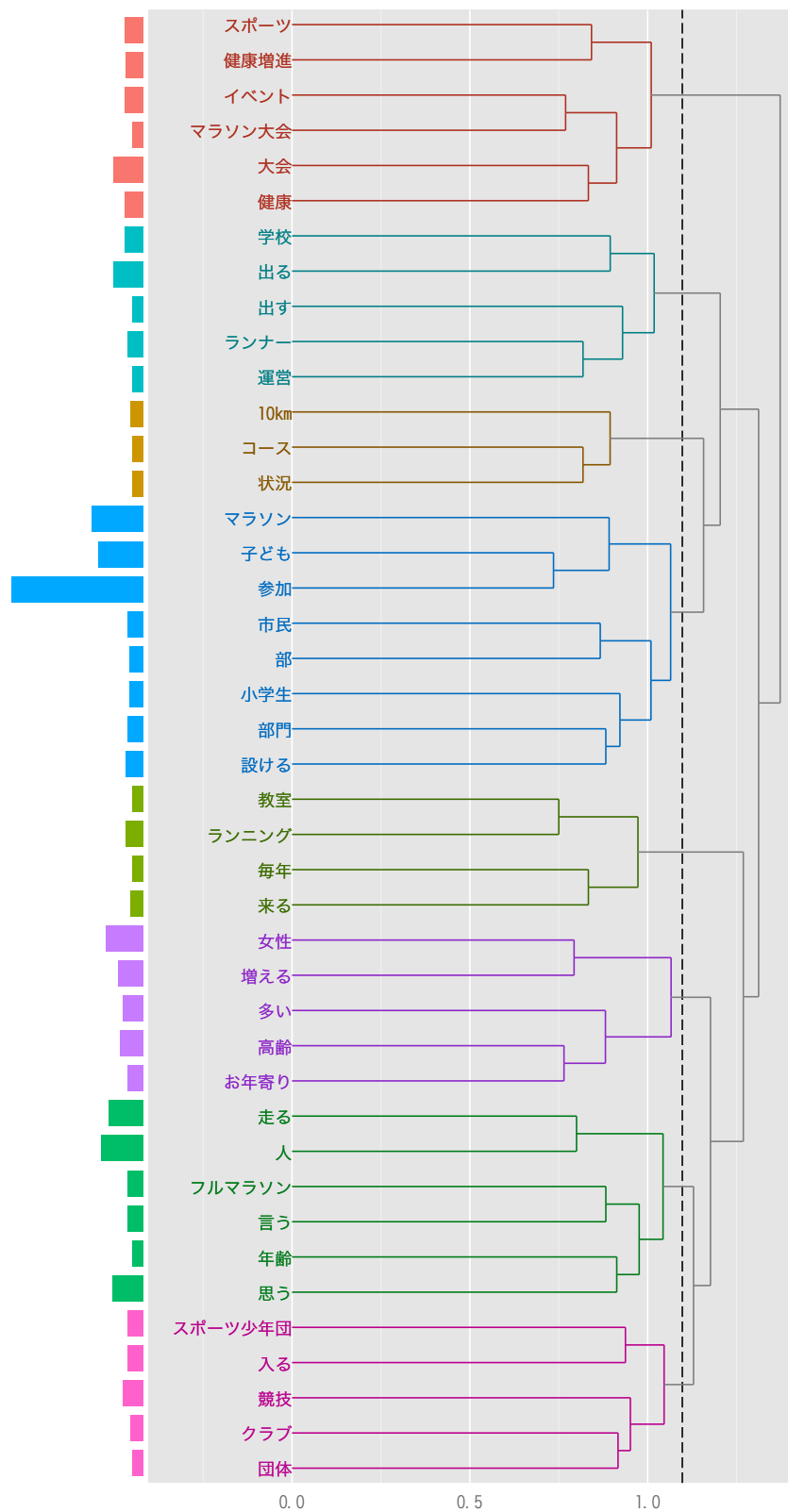


図 7 スポーツ参加の階層クラスター分析図

まず頻出語からは「子ども（29）」「女性（24）」「（お）年寄り（10）」「クラブ（8）」「増進（11）」など先行研究に関連する語句を確認された。

共起ネットワーク分析の図から先行研究（Djaballah et al.,2015）で示された子ども・女性・お年寄りの参加、健康増進などが代表的な回答として確認された。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1については、「スポーツ」「健康増進」「マラソン大会」から市民マラソン大会を通して、健康増進に取り組む、あるいは開催の目的としていることが伺える。クラスター2については、「学校」「ランナー」「出す」などが集まっており、「市内の小中学生には積極的に参加してもらえるように、小中学校を通してお願いをしている。（C市）」といった形で用いられていた。クラスター3は、「10km」「コース」などが集まっており、「うちの場合は、狭い橋あって、2000人の10kmのコースなんですけど、10kmが通るにはギリギリだった（I市）」といった形で、コース設定についての言及が多かったことが読み取れる。クラスター4は、「子ども」「市民」「小学生」「参加」など市民を中心に小学生や子どもに参加枠を設けていることが読み取れる。クラスター5は、「ランニング」「教室」「毎年」など、ランニング教室の定期開催について読み取ることができる。クラスター6は、「女性」「高齢」「お年寄り」「多い」「増える」と女性の参加、お年寄りや高齢者の参加状況が増加傾向、あるいは多いことが伺える。クラスター7は、「人」「年齢」「フルマラソン」など「最高年齢者賞ってフルマラソンと10kmを完走された一番ご高齢の方に特別賞を渡したり、結構完走した後には自分が最高年齢じゃないか、とか言ってくる方がいる（B市）」などの形で、年齢とフルマラソンへの挑戦にて用いられていた。クラスター8は、「スポーツ少年団」「競技」「団体」「クラブ」などが集まっており、

団体活動についての用語が集まっている。

したがって上記の3つの分析から先行研究 (Djaballah et al,2015) で示された「子どもの参加」「健康増進」「女性の参加」「お年寄りの参加」をサブカテゴリーとした。

(2) コレクティブアイデンティティ

表 4 コレクティブアイデンティティの頻出語

(名詞・サ変名詞 上位 30 語)

コレクティブアイデンティティ			
名詞	頻度	サ変名詞	頻度
大会	37	意味	6
マラソン	34	競技	6
選手	15	発信	6
陸上	14	イメージ	5
コース	10	運営	5
スポーツ	10	監督	5
市民	9	関係	4
イベント	7	公認	4
市長	5	参加	4
出身	5	抽選	4
ブランド	4	定着	4
交通	4	活躍	3
賞品	4	規制	3
都市	4	協力	3
トップ	3	設定	3
フルマラソン	3	認知	3
駅伝	3	復旧	3
苦情	3	優勝	3
県内	3	ランニング	2
最初	3	育成	2
思い	3	影響	2
地域	3	開催	2
地元	3	継続	2
中学生	3	担当	2
アイデンティティ	2	認識	2
アンケート	2	評価	2
スタッフ	2	復興	2
ハーフマラソン	2	問い合わせ	2
バス	2	オープン	1
バラ	2	スタート	1

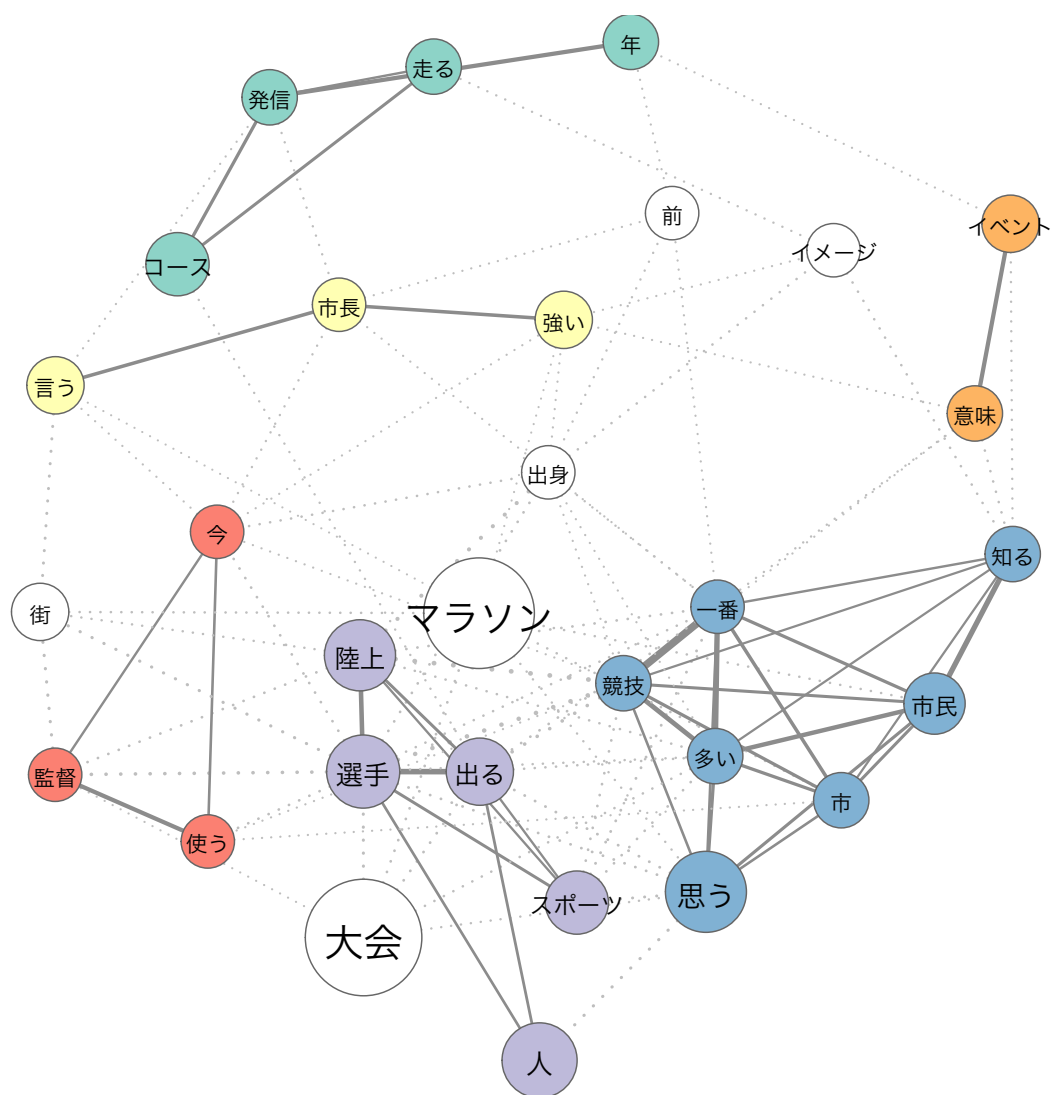


図 8 コレクティブアイデンティティの共起ネットワーク分析図

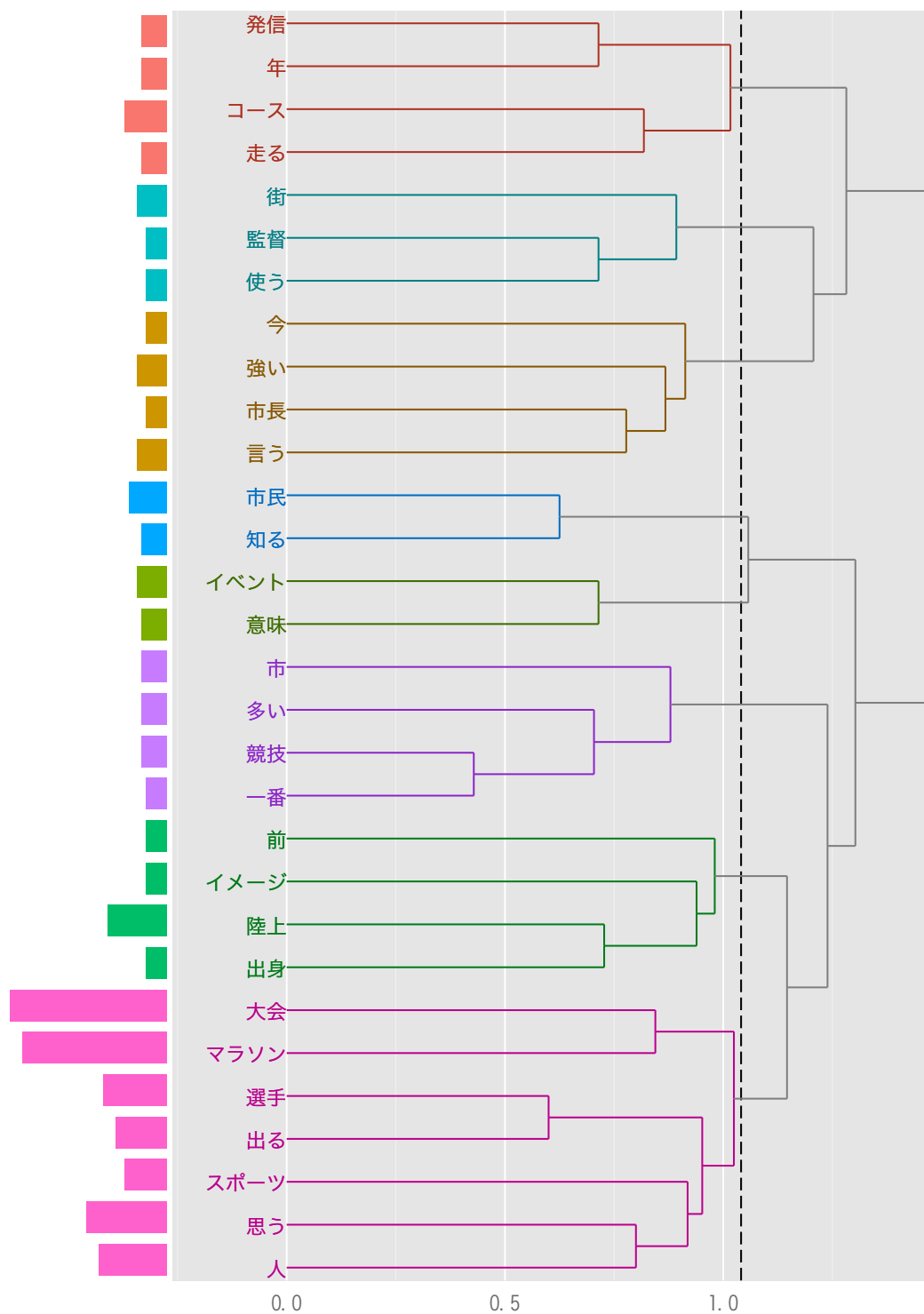


図 9 コレクティブアイデンティティの階層クラスター分析図

まず頻出語からは、「市長（５）」「監督（５）」「市民（９）」「地域（３）」「地元（３）」などのトップとボトムに関する語句の抽出が高く、また「意味（６）」「発信（６）」「イメージ（５）」「公認（４）」「定着（４）」など「認知（３）」に関する語句の頻出が特徴的だった。

共起ネットワーク分析の図から市民の認知、市民が一番行っている競技、市長の意向、街の陸上のイメージ、出身選手の影響などが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスタ分析を行った。クラスタ１については、「発信」「年」「コース」「走る」などコースを走ることによる大会のPR効果に関する用語が集まっている。実際には「今回は（景勝地）を走るコースで、（景勝地）を発信したいということで、（景勝地）のコースを設定したんです。（I市）」と用いられている。クラスタ２は、「街」「監督」などが集まっている。実際には「元々、B市は小出監督がいらっしゃるところで、いろんな選手が育ってところでもあるので、このコースは金メダルロードのある街、ということで、（B市）」と街と競技の有力者に関することが言及されている。クラスタ３は、「今」「市長」「強い」「言う」が集まっており、「見てもらうのはやっぱり（大会名）なんだという市長の強い気持ちが、伝わっているのかなという感じがしますね。（D市）」と市長の意向に関して用いられていることが伺える。クラスタ４・５は、「市民」「知る」と、「イベント」「意味」が集まり、それぞれ市民の認知と、イベントが持つ意味だと読み取れる。クラスタ６は、「陸上」「出身」「イメージ」などの用語が集まっており、具体的には「市の陸上が強いというイメージになっている。（M市）」などと用いられている。クラスタ７は、「選手」「出る」「マラソン」「大会」などが大会における選手の出場に関する語が分類されている。

したがって上記の3つの分析から市民の認知、市民が一番行っている競技、市長の意向、街の陸上のイメージ、出身選手の影響などが代表的な回答として抽出することができる。

(3) ウェルビーイング

表 5 ウェルビーイングの頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）

ウェルビーイング			
名詞	頻度	サ変名詞	頻度
ランナー	28	参加	21
マラソン	23	駐車	14
ボランティア	20	応援	12
大会	16	披露	11
交通	15	渋滞	10
イベント	10	規制	9
コース	10	スタート	7
トイレ	10	影響	7
会場	10	ストップ	6
苦情	10	給水	6
部分	10	お願い	5
文化	8	関係	5
地元	6	競技	5
道路	6	対応	5
スタッフ	5	話	5
会社	5	意識	4
効果	5	改善	4
自転車	5	啓発	4
太鼓	5	設置	4
地区	5	説明	4
グルメ	4	電話	4
ジャンパー	4	仮設	3
沿道	4	感謝	3
課題	4	希望	3
喜び	4	参画	3
警察	4	集中	3
地点	4	提供	3
エコ	3	配置	3
コップ	3	乱暴	3
スポーツ	3	連続	3

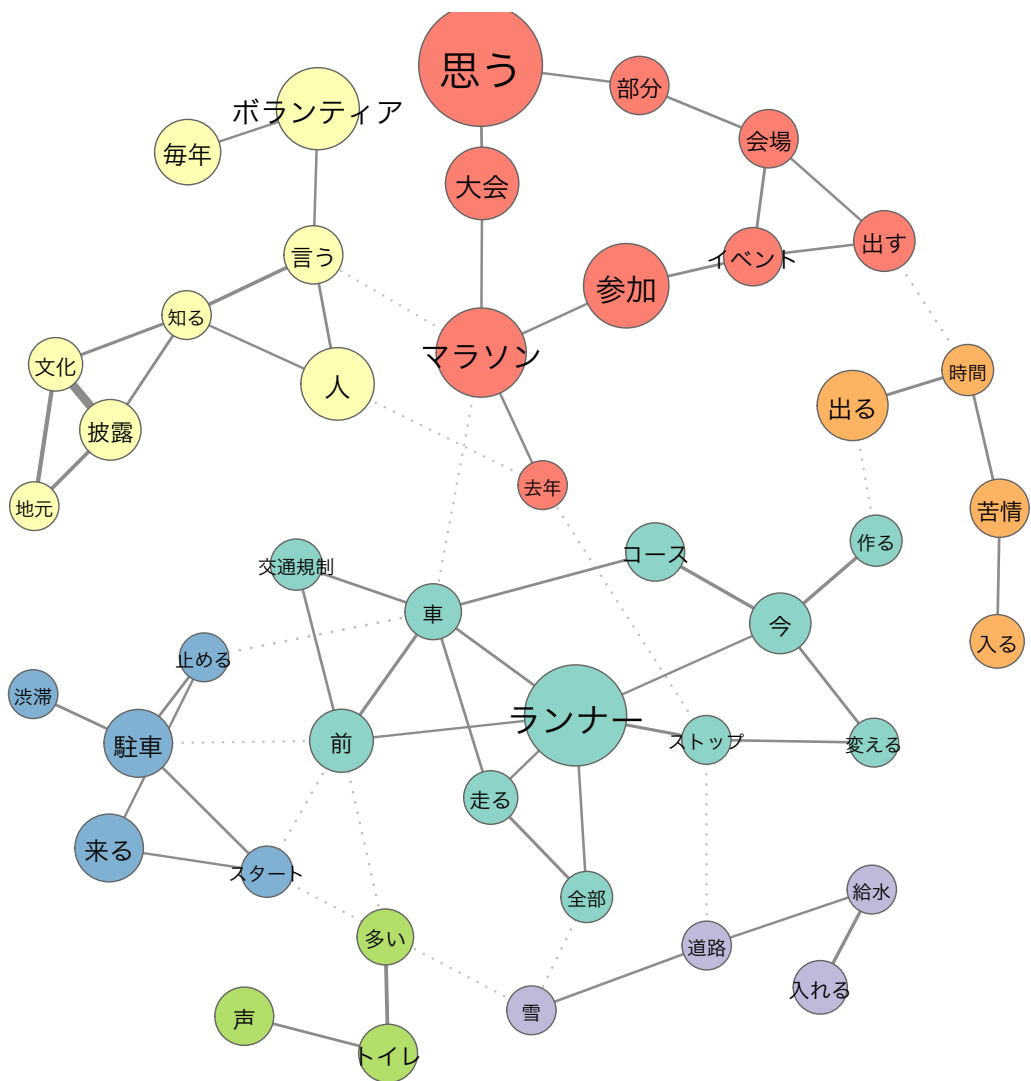


図 10 ウェルビーイングの共起ネットワーク分析図

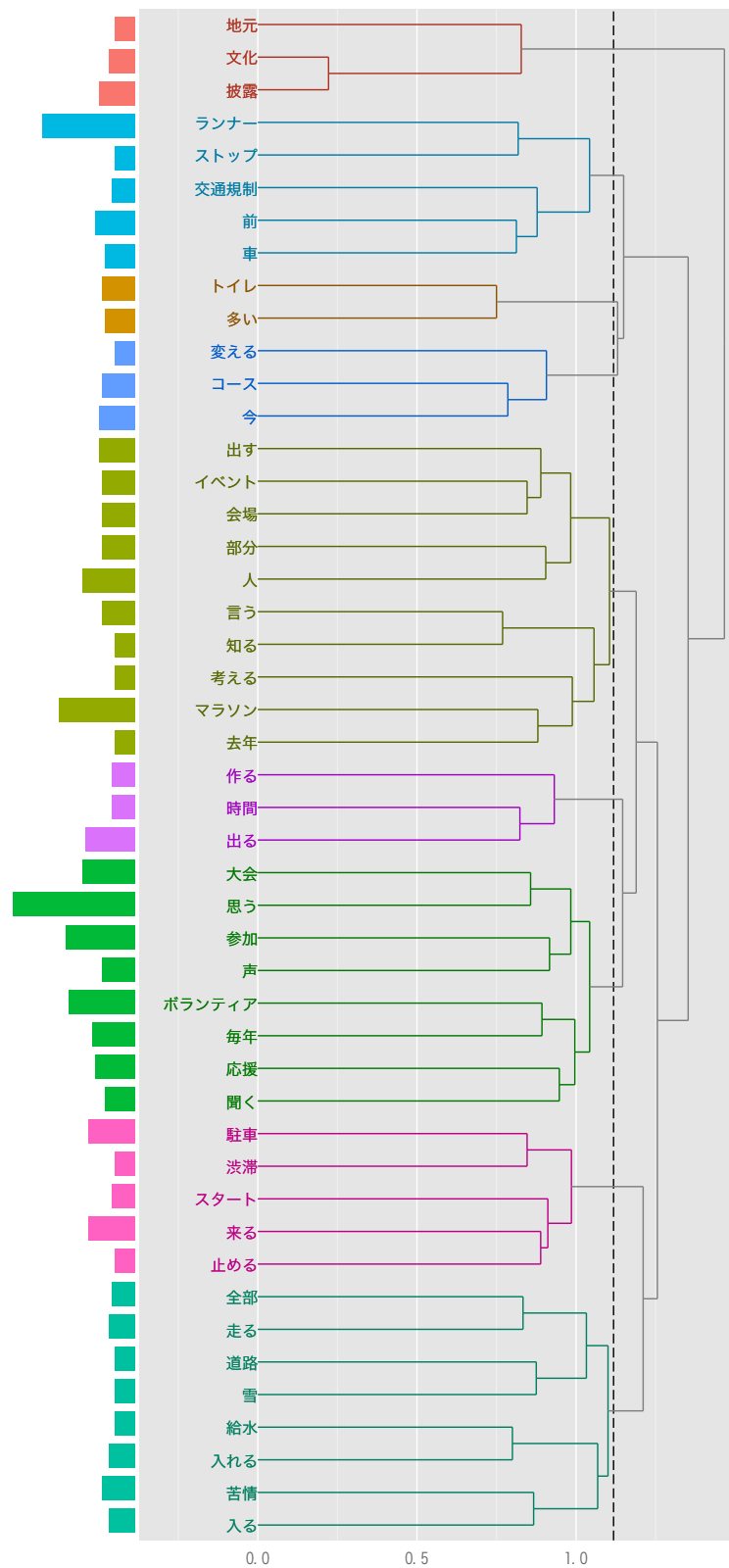


図 11 ウェルビーイングの階層クラスター分析図

まず頻出語からは、先行研究に関連する語句として「地元（6）」「文化（8）」「披露（11）」「苦情（10）」「渋滞（10）」「規制（9）」「乱暴（3）」などが確認された。

共起ネットワーク分析の図から先行研究（Djaballah et al.,2015）で示された地元文化の披露、駐車・渋滞問題、交通規制が、それ以外ではトイレの問題などが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1は、「地元」「文化」「披露」が集まっており、地元文化の披露が容易に読み取れる。クラスター2は、「ランナー」「ストップ」「交通規制」「車」など交通規制に関する用語が集まっている。クラスター3は、「トイレ」「多い」が集まっている。例えば「啓発はしているんですけど、トイレも十分に準備しているはずなんですけれども、直前になってスタート前にいきたいというランナーが多いので、それで待てない、と。（M市）」と、トイレに関する問題が読み取れる。クラスター4は、「変える」「コース」「今までは折り返していたのが、安心・安全な、車線も2車線確保できて、今まではランナーと車の対面交通だったんですけど、全てクリアしたので、大きなより安心・安全なコースを元に大会の拡充が図れたということ。（A市）」とコース変更による効果について読みとれる。クラスター5は、「イベント」「会場」「人」などが集まっている。例えば「イベント会場は人が入り乱れているし、宗教がらみの勧誘じゃないですけども、ビラを撒いていたんです。（I市）」など大会におけるイベント会場にすることが読み取れる。クラスター6は、「参加」「声」「ボランティア」「応援」などが集まっている。例えば「イベントに参加できる喜び、ボランティアに参加できる喜びみたいなのは、感じていただけていると思いますね。（M市）」や「ボランティア以外でも応援サポートの方でも、参画が広ま

ってきたなというのはありますね。(D市)」などがあり、ボランティアへの参加や応援への参加が読み取れる。クラスター7は、「時間」「作る」「出る」が集まっており、例えば「出れて嬉しいっていうのは今、市民枠を作っているんですけど、2000名の枠がインターネットで1時間きって全部埋まってしまいます。(K市)」や「どうしても交通規制の時間は長くなりますし、近隣の方が自宅から出られない、行きたい場所にいけない、遠回りしないといけない、という苦情はそれなりに受けてます(O市)」など時間と制約条件に関することが読み取れる。クラスター8は「駐車」「渋滞」「スタート」などの用語が集まっており、駐車・渋滞問題やそれに伴うスタートの問題が容易に読み取れる。クラスター9は、「全部」「道路」「雪」「苦情」などが集まっている。例えば「やっぱり歩行者の方も、自転車も全部含めてですけど、道が、ランナーが走っている時はそこ通れないので、大回りしないといけないですし、横断ができなくなってしまったことであるので、そういうところで苦情ですね。(O市)」や「例えば、仮設した道路上のテントが全部崩壊してるとか、フィニッシュ地点やスタート地点に仮設した机、イス全部雪で壊れてるとか。(D市)」、「その後、給水所から先に進むとゴミ箱を持って、座って、設置してくださっているんですけど、道路上にそのカップが落っこちてたり、ということはありませんよね。(K市)」など苦情やトラブルが読み取れる。

したがって上記の3つの分析から先行研究(Djaballah et al,2015)で示された交通規制、他に地元文化の披露、トイレの問題が抽出された。

(4) ソーシャル・キャピタル

表 6 ソーシャル・キャピタルの頻出語

(名詞・サ変名詞 上位 30 語)

ソーシャルキャピタル			
名 詞	頻 度	サ 変 名 詞	頻 度
大会	38	参加	34
マラソン	26	協力	13
障害	21	協賛	11
ランナー	19	活動	10
ボランティア	14	エントリー	9
市民	10	一緒	9
家族	9	応援	8
お金	8	招待	8
イベント	8	お願い	7
近所	8	信頼	7
選手	8	関係	6
伴走	8	給水	6
チャリティー	7	交流	6
企業	7	駐車	6
地域	7	運営	5
コース	6	寄付	5
機会	6	清掃	5
公園	6	伴奏	5
車いす	6	用意	5
職員	6	信用	4
ゴール	5	コメント	3
ゼッケン	5	挨拶	3
外国	5	施設	3
団体	5	実行	3
地元	5	対応	3
部分	5	担当	3
お客様	4	定着	3
学生	4	登録	3
基本	4	募金	3
子ども	4	スタート	2

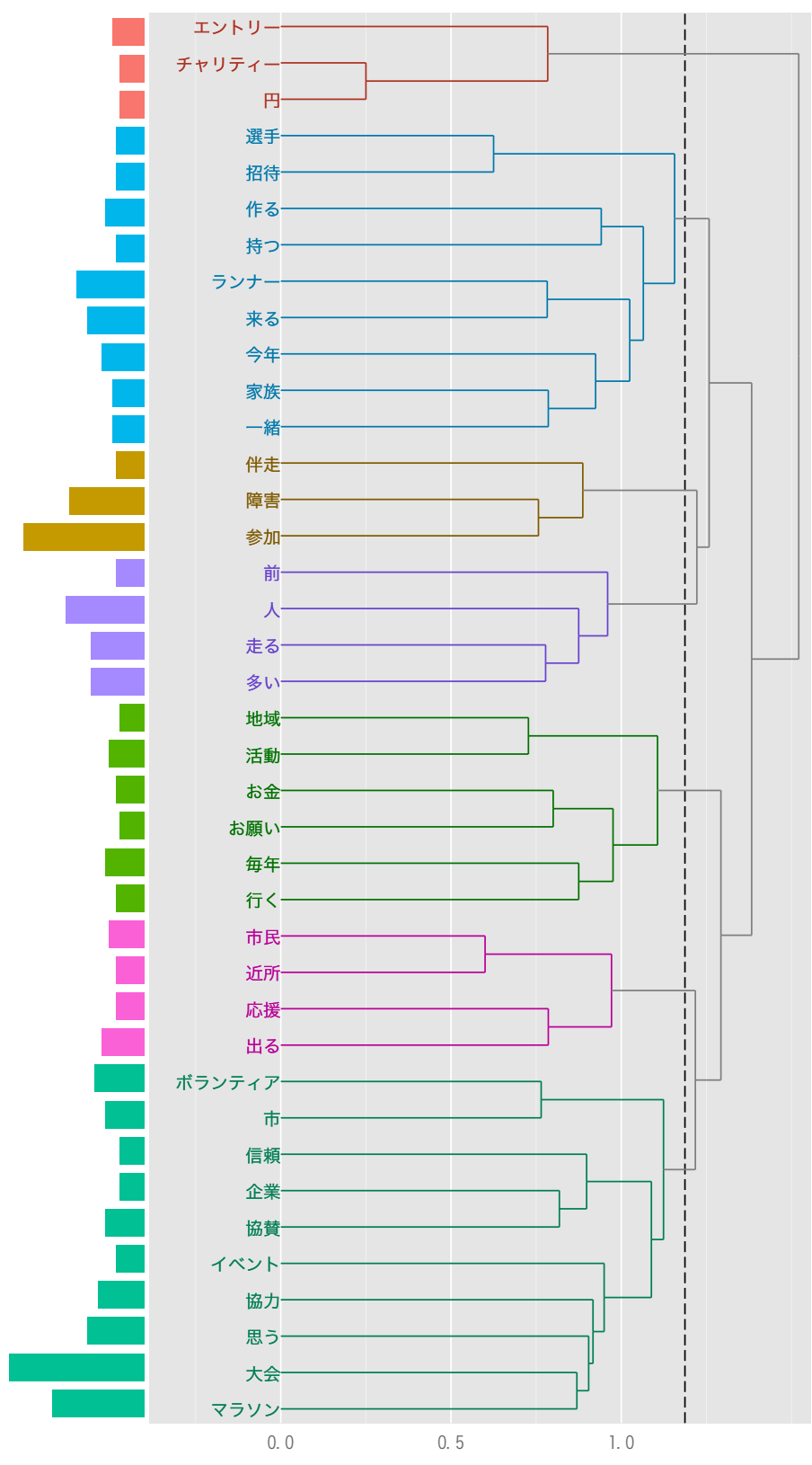


図 13 ソーシャル・キャピタルの階層クラスター分析図

まず頻出語からは、先行研究に関連する語句として「障害（21）」「車いす（6）」「家族（6）」「近所（8）」「市民（10）」「企業（7）」「外国（5）」「お客様（4）」「学生（4）」「子ども（4）」などのステイクホルダーの存在を確認できた。また先行研究に関連する語句として「チャリティー（7）」「応援（8）」「信頼（7）」「関係（6）」「寄付（5）」「信用（4）」「募金（3）」などが確認された。

共起ネットワーク分析の図から先行研究（Djaballah et al,2015）で示された家族、近所、市民のつながり、一般ボランティアとのつながり、企業の協力、チャリティーエントリーが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1については、「チャリティー」「エントリー」「円」のように、チャリティーエントリーそのものを表す用語が集まっている。クラスター2は、「招待」「選手」「ランナー」「家族」「一緒」などが集まっており、招待選手のことや家族での出場に関してのことだと伺える。クラスター3は、「障害」「参加」「伴走」など障害者の参加だと読み取れる。クラスター4は、「人」「走る」「多い」などの出走者に関する用語が集まっていることが伺える。クラスター5は、「地域」「活動」「お金」「お願い」などが集まっており、地域活動そのものへの言及や「全部お願い、謝礼一切無しです（C市）」など金銭のやりとりなしでの依頼に関して伺える。クラスター6は、「市民」「近所」「応援」など市民や近所からの応援が推測することができる語が集まっている。クラスター7は、「ボランティア」「企業」「協賛」「協力」「信頼」などの用語が集まっている。ステイクホルダーとの信頼関係や、協力・協賛関係が読み取れる。

したがって上記の3つの分析から先行研究（Djaballah et al,2015）

で示された家族、近所、市民とのつながり、一般ボランティアのつながりが、他に企業協力、チャリティエントリーが抽出された。

(5) 都市再生

表 7 都市再生の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）

都市再生			
名詞	頻度	サ変名詞	頻度
コース	40	整備	16
マラソン	24	施設	10
道路	15	変更	8
大会	14	お願い	7
公園	10	管理	5
看板	9	復興	5
お客	8	規制	4
場所	6	競技	4
キロ	4	工事	4
事業	4	スタート	3
中心	4	チェック	3
部分	4	意味	3
イオン	3	関係	3
エコ	3	参加	3
トライアスロン	3	送迎	3
バス	3	提案	3
フィニッシュ	3	復旧	3
会場	3	誘致	3
基本	3	予定	3
交通	3	話	3
国道	3	パトロール	2
アスファルト	2	レンタル	2
インフラ	2	案内	2
ゲーム	2	依頼	2
コスト	2	観光	2
モール	2	協力	2
ランナー	2	建設	2
ロード	2	宿泊	2
家族	2	整理	2
課題	2	設置	2

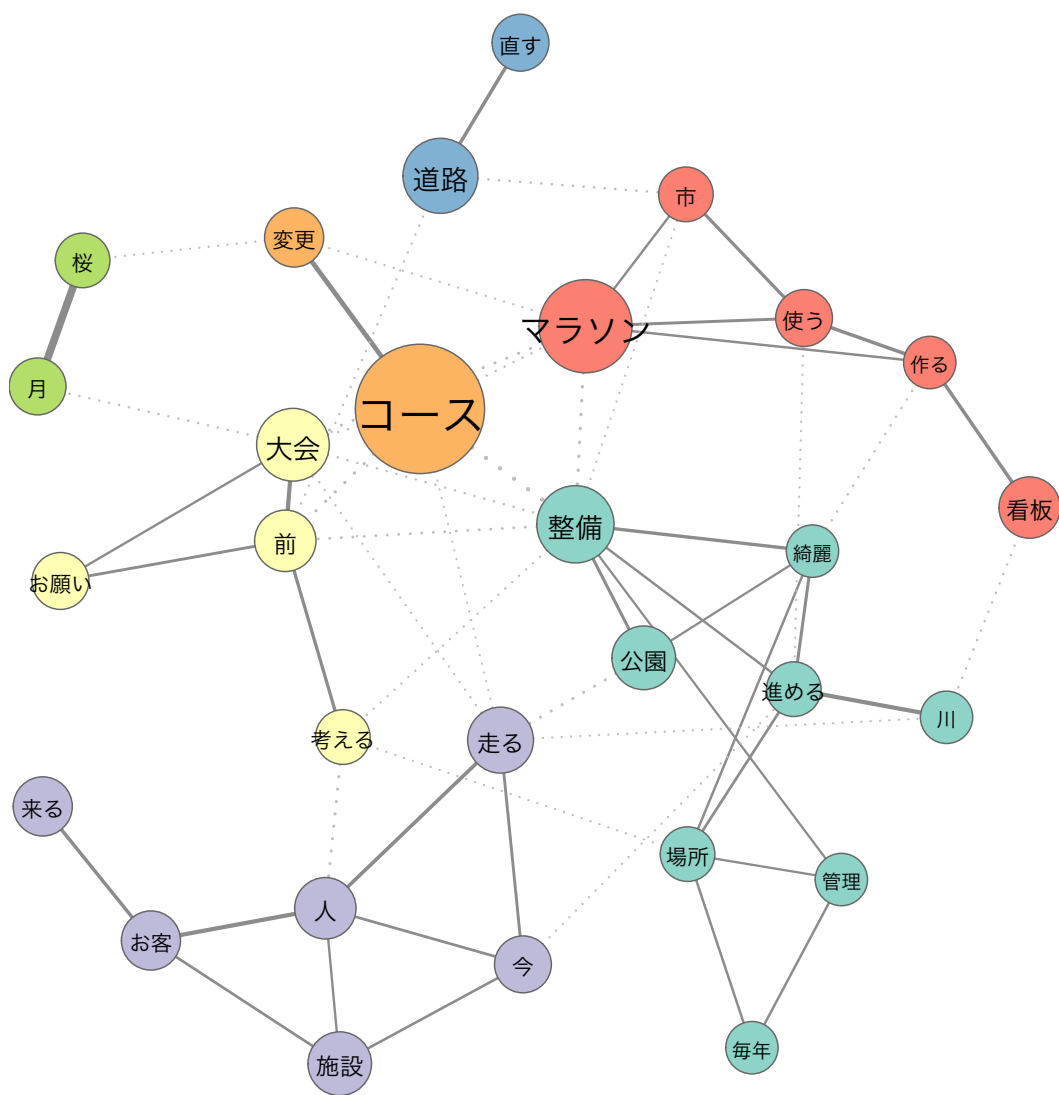


図 14 都市再生の共起ネットワーク分析図

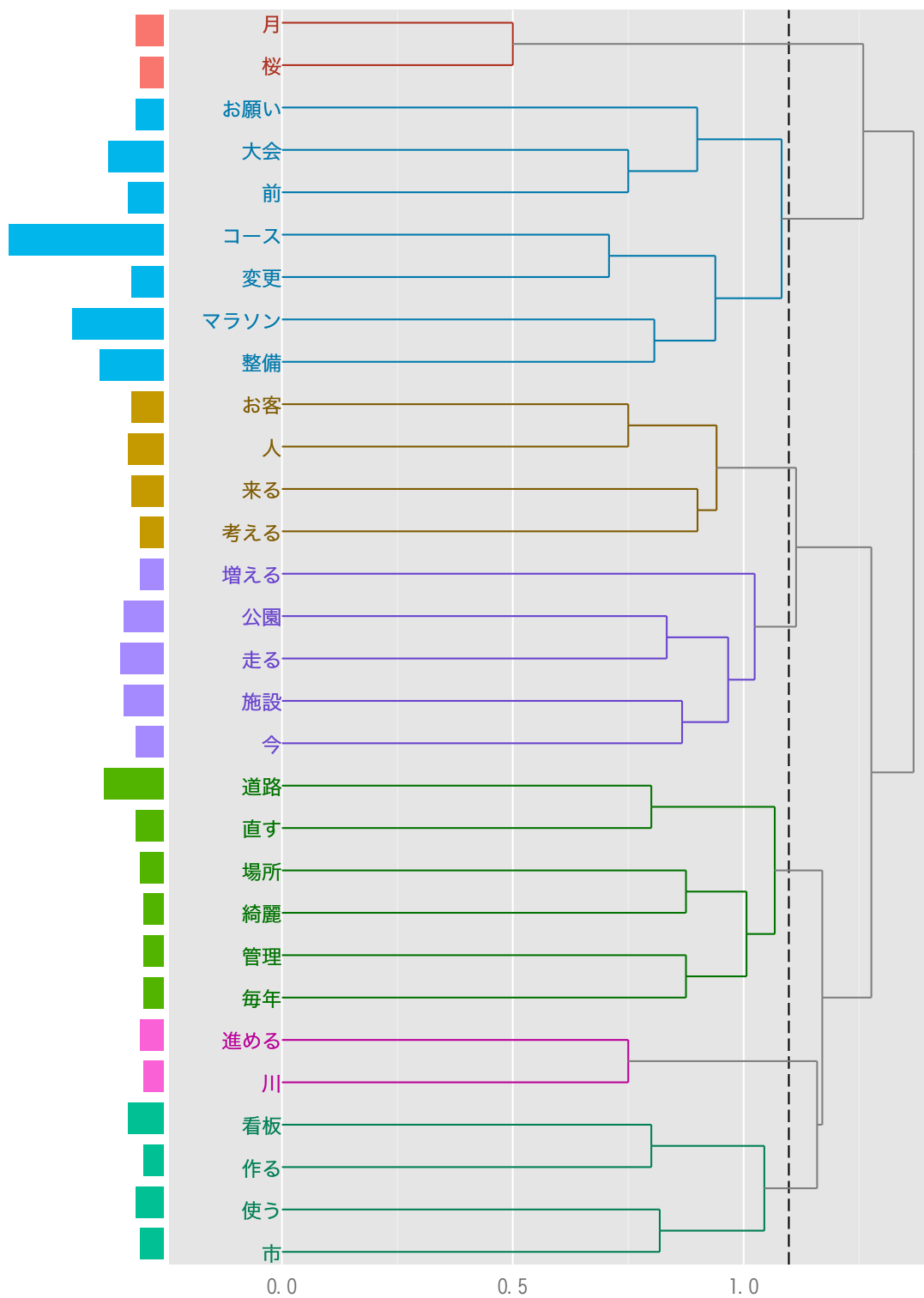


図 15 都市再生の階層クラスター分析図

まず頻出語からは、先行研究ではカテゴリー内容などに詳しい記述はないが、「道路（15）」「施設（10）」「公園（10）」「看板（9）」「バス（3）」「国道（3）」などとりわけ建築物や場、交通手段などに対する語句の頻度が高かった。また「整備（16）」「変更（8）」「管理（5）」「規制（4）」「工事（4）」「チェック（3）」など上記の維持管理に対する語句の頻度が高かった。

共起ネットワーク分析の図からコース変更、道路修繕、公園・施設整備といったものが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1について、「桜」「月」が集まっている。例えば、「2月にやっていたコースは特に桜のところは通ってなかったんですけど、その第10回大会の記念大会からこの3月の下旬大会に移動させて、それに伴ってコースを荒川の桜堤を通るコースに変更したんですよ。（G市）」などがあり、季節とマラソン大会開催の時期の関係性が読み取れた。クラスター2は、「大会」「前」「コース」「変更」「マラソン」「整備」などの用語が集まっている。例えば「うちのマラソンだと、思い当たる節はそんなにないんですけど、先ほどの道の話じゃないんですけど、コース設定、コースを変更しよう、というきっかけになったのが、袋小路にしてクレームもあったということで別の道をということで、ちょうど国道も（国道名）を整備をしているところだったんですよ。（O市）」などがあり、大会前のコース整備や変更の様子が読み取れる。クラスター3は、「お客」「人」などが集まっている。例えば「観光施設があって、逆に言えば、あの人たちは自分たちのお客さんが来れなくなっちゃうんですよ、1万人のお客さんがわーっとあふれかえるので。（D市）」などがあり、大会によって来る顧客により影響される他のインフラのことが読みとれる。クラスター4は、「公園」「施

設」などの用語が集まっている。例えば「こういった公園があるんだってことを知ってもらうためにも、この中を走らせることによって、この施設をもっと知ってもらえる。(N市)」などがあり、公園、施設の利用が読みとれる。クラスター5は「道路」「場所」「管理」などがあり、コースで使う道路の補修や管理が容易に読み取れる。クラスター6は、「川」「進める」が集まっている。例えば「川のランニングコースの整備を進めていて、I市マラソンもいずれそこで参加するということを計画されています。(I市)」など川を利用していることが読み取れる。クラスター7は、「看板」「市」などが集まっており、例えば「埋込み式の看板であったり、立てるものとか、横断幕もありますし、(中略)表示を消したりとかしてますね。(C市)」など看板の利用に関しての事が読み取れる。

したがって上記の3つの分析からコース変更、道路修繕、公園、施設整備が抽出された。

(6) 人的資源

表 8 人的資源の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）

人的資源			
名 詞	頻 度	サ 変 名 詞	頻 度
大会	50	競 技	23
ボランティア	48	お 願 い	21
マラソン	48	参 加	12
自 分	22	交 換	10
職員	18	実 行	10
団 体	17	協 賛	8
陸 上	16	経 験	8
部 分	15	仕 事	8
委員	14	組 織	8
事務	14	意 味	7
ノウハウ	13	運 営	7
協会	12	救 護	7
地 域	11	給 水	6
スポーツ	9	対 応	6
リーダーシップ	9	担 当	6
一 般	9	中 止	6
知 識	9	募 集	6
企 業	8	援 助	5
市 民	8	会 議	5
高 齢	7	広 告	5
情 報	7	提 供	5
陸 協	7	話	5
スタッフ	6	お 手 伝 い	4
課 題	6	エ ン ト リ ー	4
高 校 生	6	委 託	4
先 生	6	開 催	4
相 互	6	活 用	4
役 員	6	関 係	4
ス キ ル	5	強 制	4
高 校	5	説 明	4

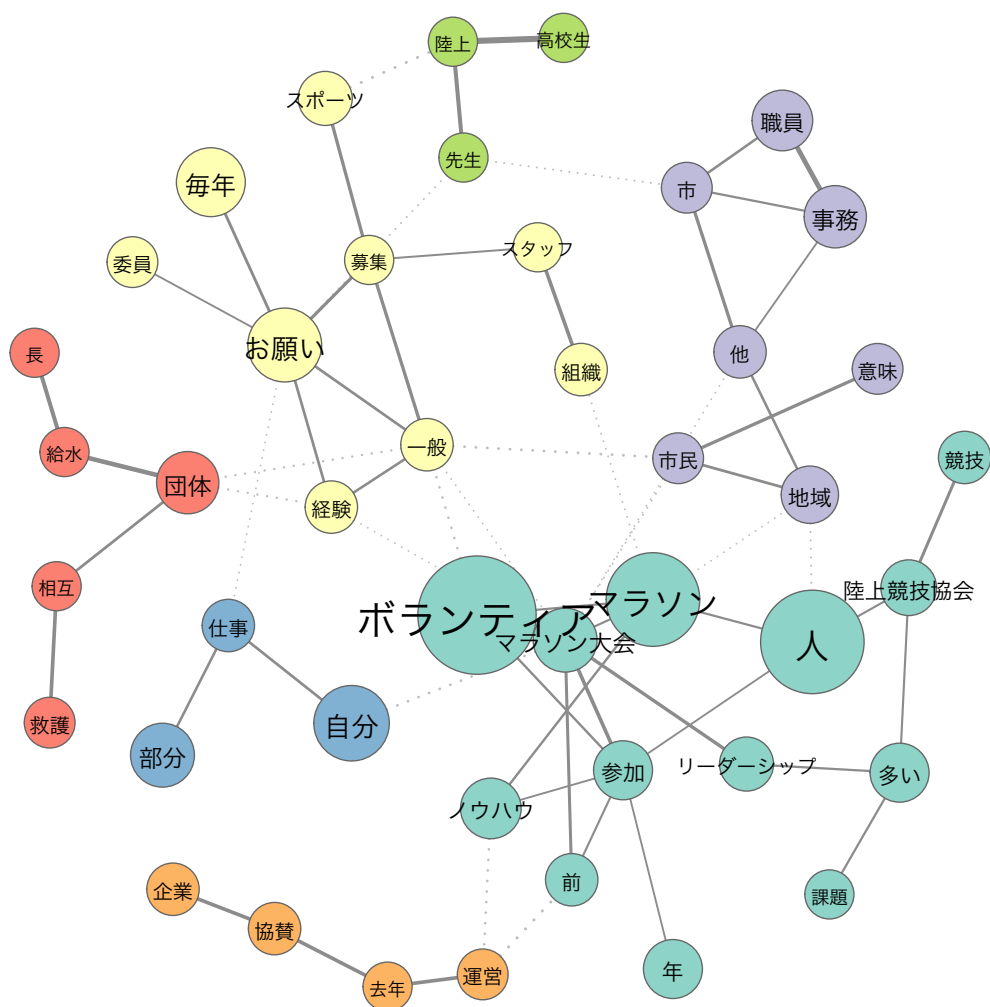


図 16 人的資源の共起ネットワーク分析図

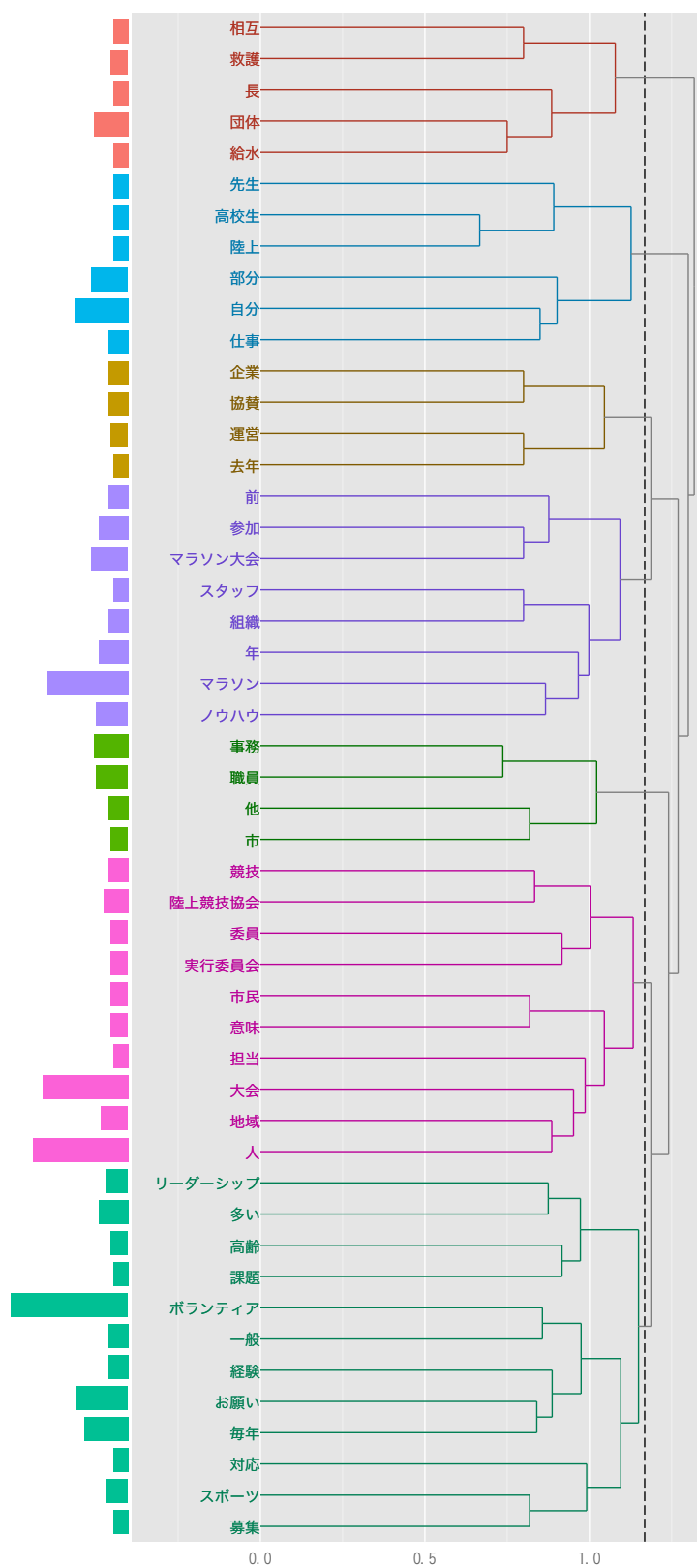


図 17 人的資源の階層クラスター分析図

まず頻出語からは、先行研究ではカテゴリー内容などに詳しい記述はないが、「職員（18）」「委員（14）」「協会（12）」「企業（8）」「市民（8）」「陸協（7）」「高校生（6）」「先生（6）」「役員（6）」などのステイクホルダーの存在を確認できた。また「ノウハウ（13）」「リーダーシップ（9）」「知識（9）」「情報（7）」「経験（8）」など人的資源の能力に関わる部分の記述も確認された。

共起ネットワーク分析の図からリーダーシップ、ノウハウの蓄積、企業協賛、相互援助、高校生の教育、などが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1は、「相互」「救護」「団体」「給水」などの用語が集まっており、「団体ごとに、給水所で一緒にやってみて、つながりが生まれるとかそういうのがありましたね。

（K市）」といったように給水や救護活動での団体参加や団体内での相互援助が伺える。クラスター2は、「先生」「高校生」「陸上」などが集まっており、「陸上の先生が生徒さんを連れて来て、高校生に完走証を出してもらったりとか、コースを誘導してもらったりだとか、そういったところをやってもらうことで、自分たちも大会出たいな、だとか、そういうところでも、実際に来年もマラソン大会にきて、この仕事をやりたいと言っている生徒さんもいるものですから（N市）」など大会役員への高校生参加が伺える。クラスター3は、「企業」「協賛」「運営」などが集まっており、企業協賛として運営を担っている意がそのまま伺える。クラスター4は、「事務」「職員」「市」などの用語が集まっており、市職員の事務のことについて容易に読み取ることができる。クラスター5は、「競技」「陸上競技協会」「実行委員会」「委員」「地域」「人」などが集まっており、運営団体に関することとそれを地域の人が担っていることが伺え

る。クラスター6は、「リーダーシップ」「多い」「高齢」「課題」「毎年お願い」などの用語が集まっている。例えば「結構高齢の方が多いので、社会的貢献という場では、マラソン大会はいい機会なのかなと思いますけど、リーダーシップに関してはバッチリです。(J市)」、「例年ボランティアの方をお願いする先はほとんど一緒に、来る方もほぼ一緒に、中学生は毎年入れ替わりますが、ボランティアも過去からずっとやられている方も比較的、多いんですけど、年齢的な部分だったりとか、たぶんこれから先少なくなっていくのではないかと、というのは課題です。(F市)」ということからリーダーシップがあること、ボランティアの高齢化、毎年行なうボランティア依頼などが読み取れる。

したがって上記の3つの分析からノウハウの蓄積、リーダーシップ、相互援助、競技団体、企業協賛、行政職員、青少年教育、一般市民が抽出された。

(7) ポジティブ・ネガティブな効果

スポーツ参加でポジティブな効果が15.7%を占めており、ネガティブな効果が1.7%を占めていた。ポジティブな効果は子どもの参加(4.5%)、健康増進(3.3%)、女性の参加(3.7%)、お年寄りの参加(2.5%)となっていた。ネガティブな効果は、子どもの参加(1.7%)だけ見られた。

コレクティブアイデンティティで、ポジティブな効果が5.0%を占めており、ネガティブな効果が1.2%を占めていた。ポジティブな効果は市民の認知(1.7%)、市民が一番行っている競技(0.4%)、街の陸上のイメージ(0.4%)となっていた。ネガティブな効果は街の陸上のイメージ(1.2%)だった。

ウェルビーイングで、ポジティブな効果が5.4%を占めており、ネガティブな効果が12.4%を占めていた。ポジティブな効果は、地元文化の

披露（8.3%）であった。ネガティブな効果は、交通規制（4.5%）、駐車問題（2.9%）、トイレ問題（1.2%）となっていた。

ソーシャル・キャピタルで、ポジティブな効果が19.0%を占めており、ネガティブな効果が0.0%を占めていた。ポジティブな効果は、家族、近所、市民の参加（0.8%）、ボランティアの参加（4.5%）、企業協力（2.1%）、チャリティエントリー（1.7%）となっていた。

都市再生で、ポジティブな効果が10.3%を占めており、ネガティブな効果が0.8%を占めていた。ポジティブな効果は、コース変更（2.9%）、道路修繕（2.1%）、公園・施設整備（4.1%）となっていた。ネガティブな効果は、コース変更（0.8%）となっていた。

人的資源で、ポジティブな効果が21.9%を占めており、ネガティブな効果が6.2%を占めていた。ポジティブな効果は、ノウハウの蓄積（5.4%）、リーダーシップ（2.5%）、相互援助（5.0%）、競技団体（2.5%）、企業協賛（0.4%）、行政職員（0.4%）、青少年教育（0.4%）、一般市民（1.7%）となっていた。ネガティブな効果は、ノウハウの蓄積（1.7%）、リーダーシップ（0.8%）、競技団体（1.7%）、行政職員（1.2%）、青少年教育（0.4%）、一般市民（0.4%）となっていた。

（8）社会的効果の制御性

先行研究（Djaballah et al,2015）を参考に社会的効果の制御性についても算出した。支援した効果はポジティブな効果が60.2%を占めており、ネガティブな効果が0.0%だった。明らかになった効果はポジティブな効果が37.4%を占めており、ネガティブな効果が82.4%を占めていた。制御した効果はポジティブな効果が2.3%を占めており、ネガティブな効果が17.6%を占めていた。

表 9 デュアルコーディング結果（ポジティブ・ネガティブ）

内 容		ポ ジ テ ィ ブ			ネ ガ テ ィ ブ		
		自 治 体 数	文 章 数 (%)	例 文	自 治 体 数	文 章 数 (%)	例 文
ス ポ ー ツ 参 加	(全体)	14	38	15.7	4	4	1.7
	子どもの参加	8	11	4.5	4	4	1.7
	健康増進	6	8	3.3	0	0	0.0
	女性の参加	5	9	3.7	0	0	0.0
	お年寄りの参加	4	6	2.5	0	0	0.0
コ レ ク テ ィ ブ アイデンティティ	(全体)	7	12	5.0	3	3	1.2
	市民の認知	4	4	1.7	0	0	0.0
	市民が一番行っている競技	1	1	0.4	0	0	0.0
	街の陸上のイメージ	1	1	0.4	3	3	1.2
	出身選手の影響	3	3	1.2	0	0	0.0
ウ ェ ル ビーイング	(全体)	25	13	5.4	12	30	12.4
	地元文化の披露	12	20	8.3	0	0	0.0
	交通規制	0	0	0.0	8	11	4.5
	駐車問題	0	0	0.0	6	7	2.9
	トイレ問題	0	0	0.0	3	3	1.2

今まで小学生が1年生から6年生まで走れる種別があったんですけど、今は高学年だけ。(J市)

来年のリオ五輪もほぼ出るだろうというところで、地域としてそういう活躍している選手が出ていた大会です。(N市)

交通渋滞ということで、ポイント・ポイントにボランティアやたくさんの職員を配置して、誘導しているんですけど、厳しいお言葉をいただくというところは、ありますね。(A市)

表 8 デュアルコーディング結果（ポジティブ・ネガティブ）の続き

内 容		ポ ジ テ ィ ブ				ネ ガ テ ィ ブ			
		自 治 体 数	文 章 数 （ % ）		例 文	自 治 体 数	文 章 数 （ % ）		例 文
ソーシャル・ キャピタル	（全体）	14	46	19.0	私達も清掃活動 をしていまし て、一週前に	0	0	0.0	
	家族、近所、市民とのつながり	7	2	0.8	（地元高）300 名くらいと（地 元大学）の学生	0	0	0.0	
	一般ボランティアのつながり	6	11	4.5	のボランティア 団体、（地元の スポーツクラ	0	0	0.0	
	企業協力	2	5	2.1	ブ）の方々に河 川敷の清掃活動	0	0	0.0	
	チャリティエントリー	3	4	1.7	をしてもらって いる。（M市）	0	0	0.0	
都市再生	（全体）	15	25	10.3	うちの方でも道 路課から簡易の	2	2	0.8	コースについ ては、陸連の
	コース変更	6	7	2.9	アスファルトを 借りて、1週間	2	2	0.8	公認があるの で、すぐに変 更というのは
	道路修繕	3	5	2.1	前になれば、ア スファルトを埋 めにいくという	0	0	0.0	できず、変更 するとなれば 見ていただか ないといけな いので。（H
	公園・施設整備	6	10	4.1	インフラ整備は いきます。（J 市）	0	0	0.0	市）

表 8 デュアルコーディング結果（ポジティブ・ネガティブ）の続き

		ポジティブ			ネガティブ		
内容		自治 体 数	文章数（%）	例文	自治 体 数	文章数（%）	例文
	（全体）	16	53	21.9	7	15	6.2
人的資源	ノウハウの蓄積	8	13	5.4	4	4	1.7
	リーダーシップ	4	6	2.5	2	2	0.8
	相互援助	9	12	5.0	0	0	0.0
	競技団体	6	6	2.5	3	4	1.7
	企業協賛	1	1	0.4	0	0	0.0
	行政職員	1	1	0.4	2	3	1.2
	青少年教育	1	1	0.4	1	1	0.4
	一般市民	3	4	1.7	1	1	0.4
	総計	17	187	77.3	17	55	22.7

表 10 デュアルコーディング結果（効果の制御性）

内容	ポジティブ				ネガティブ			
	自治体 数	文章数（%）		例文	自治体 数	文章数（%）		例文
支援した 効果	17	103	60.2	2月にやっていたコースは特に桜のところは通ってなかったんですけど、その第10回大会の記念大会からこの3月の下旬大会に移動させて、それに伴ってコースを荒川の桜堤を通るコースに変更したんですよね。（都市再生、G市）	0	0	0.0	
明らかになった 効果	12	64	37.4	60、70代の人数は10年前に比べて倍になっていますね。（スポーツ参加、Q市）	15	42	82.4	駐車場も今年はかなり混雑しまして、数年前だと道に止めたままスタートまで来てしまったと、警察に叱られて。（ウェルビーイング、N市）
制御した 効果	3	4	2.3	子ども達の参加っていうのは基本的に小学生以上が参加できまして、2km、5km、10km、ハーフマラソンと種目がある中で、2kmに限っては子どもたちだけですね（スポーツ参加、O市）	7	9	17.6	その代わり、我々が直接一軒一軒企業さん回って説明させていただくと、説明会開いて交通規制ありますのでということを理解していただいて。（ウェルビーイング、D市）
全体	17	171	100.0		15	51	100.0	

第4項 行動

表 11 行動の頻出語（名詞・サ変名詞 上位 30 語）

行動			
名詞	頻度	サ変名詞	頻度
コース	16	お願い	19
企業	16	協賛	19
マラソン	11	提供	13
事務	11	関係	11
大会	11	参加	10
ボランティア	9	協力	7
警察	8	説明	7
会社	7	担当	7
部分	7	挨拶	5
陸協	7	会議	4
業者	6	救護	4
地域	6	相談	4
お金	5	認識	4
オリーブ	5	納得	4
基本	5	変更	4
向こう	5	募集	4
市民	5	意見	3
自分	5	一緒	3
職員	5	応援	3
地元	5	駐車	3
コミュニケーション	4	調整	3
バス	4	理解	3
リーダー	4	連絡	3
感じ	4	話	3
協会	4	サポート	2
考え方	4	運営	2
体育	4	改善	2
団体	4	開催	2
無料	4	観光	2
スタッフ	3	関連	2

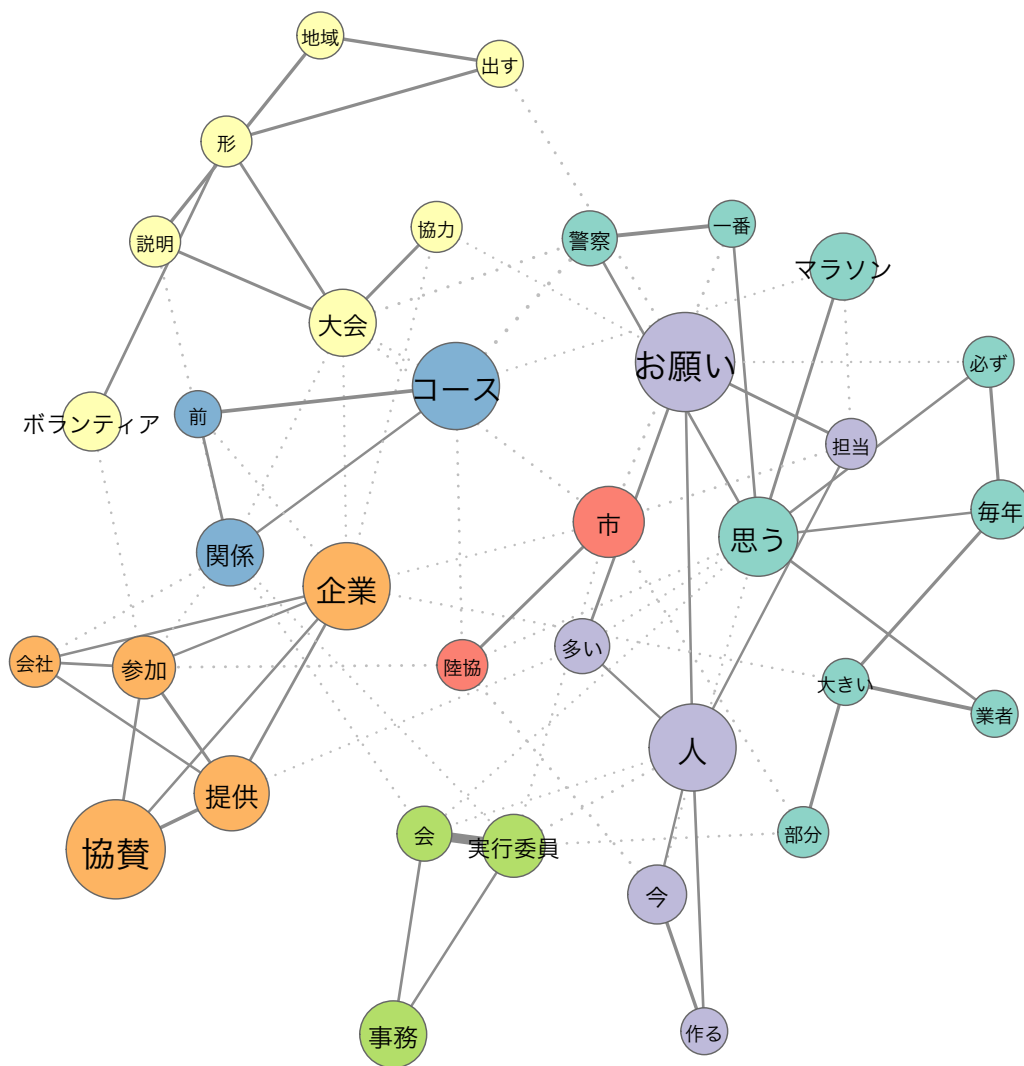


図 18 行動の共起ネットワーク分析図

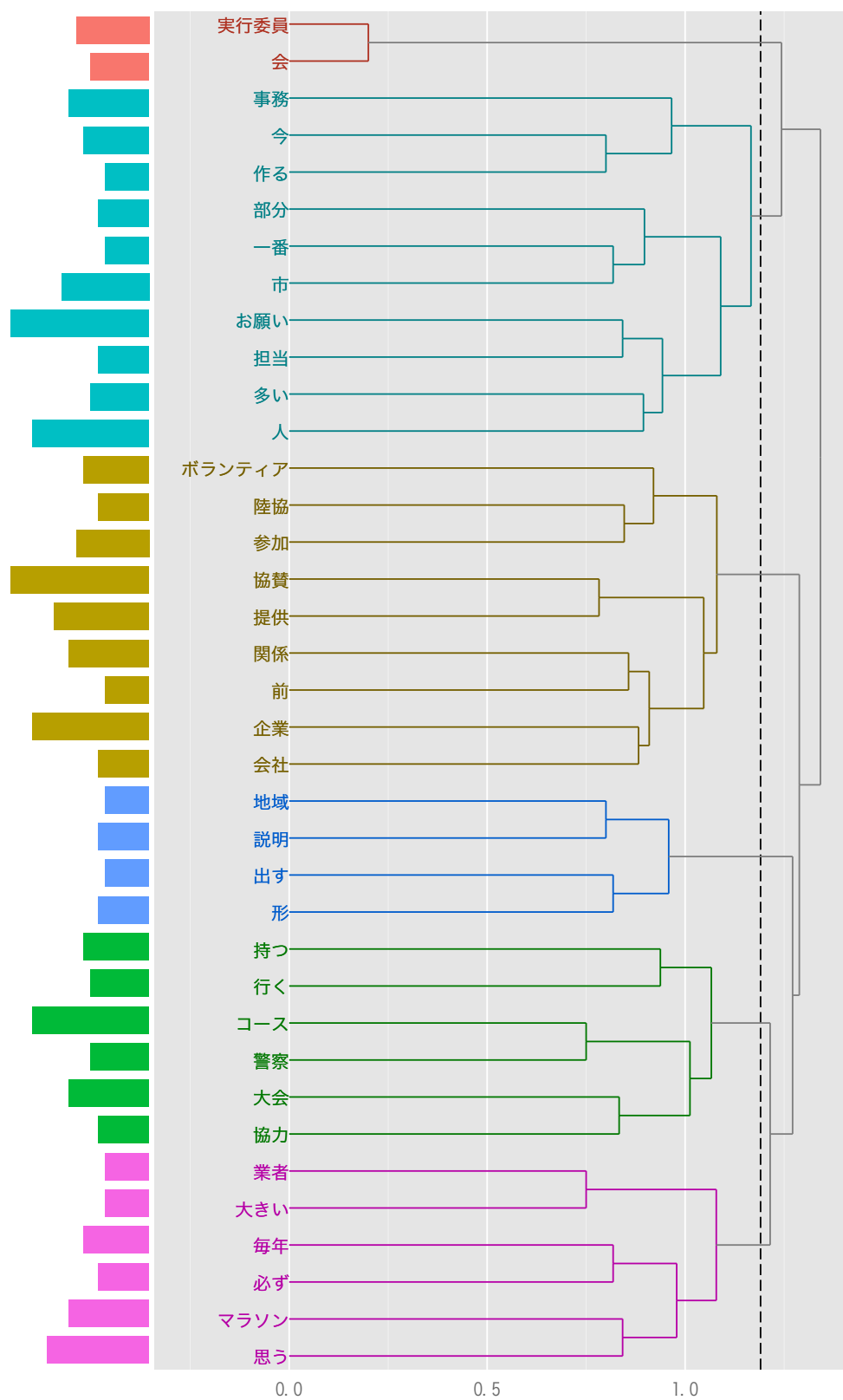


図 19 行動の階層クラスター分析図

まず頻出語からは、「コース（16）」「企業（16）」「事務（11）」「ボランティア（9）」「警察（8）」「会社（7）」「陸協（7）」など取り組む内容とステイクホルダーとして考えられる特徴的な語が抽出されている。また「お願い（19）」「協賛（19）」「提供（13）」「参加（10）」「協力（7）」「説明（7）」「挨拶（5）」「会議（4）」などステイクホルダーとの関わりの形態に関する語が抽出されていることが伺える。

共起ネットワーク分析の図から実行委員会の事務、協賛・提供・参加企業、ボランティア、警察への協力のお願ひ、業者、陸上競技協会との関わりが代表的な回答として抽出することができる。

また階層クラスター分析を行った。クラスター1は、「実行委員」「会」が集まっている。「実行委員会」の用語も抽出されているが、ほとんど同意義である、もしくは実行委員の会合などが読み取れる。クラスター2は、「事務」「市」「担当」などが集まっていることから、市における事務作業などが読み取れる。クラスター3は、「ボランティア」「陸協」「企業」「会社」というステイクホルダーと「参加」「協賛」「協賛」など提携・連携などの関わりを指す言葉が集まっていることから、関係団体との関わりを指していることが伺える。クラスター4は、「地域」「説明」などが集まっており、地域に対する説明、つまり地域に対する理解を求める文脈だと理解できる。クラスター5は、「コース」「警察」「大会」「協力」が集まっており、コース設定に際しての警察との折衝に関することだと読み取れる。クラスター6は、「業者」「毎年」「マラソン」が集まっている。継続的に委託する企業との関係があることが読み取れる。

したがって上記2つの分析より「実行委員会の事務作業」、「ステイクホルダーへの協力依頼」をサブカテゴリーとした。

第4節 研究2（SCAT）

2つのインタビュー対象自治体の基本的属性は表1-1に示す。センスメイキングストラテジーのプロセスを明らかにするために、各ステップだと考えられる要因をコードとして抽出した。本研究ではプロセスを明らかにすることが目的であることから、3ステップにつながらないコードは削除し、K自治体9ストーリーライン、D自治体20ストーリーラインが生成された。以下にその結果を記載する。なお文中のコードは、〈〉にて示すこととする。

第1項 自治体1-K市

まず「①他地域の政策を参照し、障害者スポーツの実施場所の不足を認知した結果、競技種目の増設に至った。」というストーリーラインは、〈他地域の政策〉〈障害者スポーツの課題〉〈競技種類の応接〉というコードから形成されている。これらは、「（他市名）さんで、車いすの競技をやっています」「そういう方の競技の場がなかなかない、数える程しかない」「今年始めて、4名の方に実際に参加していただいたんですけど、実際に走って、来年は一般に募集をかけれたらなあということでですね」というテキスト中の語句より他地域の政策を参照して、障害者スポーツの課題を認知して、競技種類の増設に踏み切っていると示唆される。

次に「②毎年同じボランティアが参加しており、人材の高齢化が浮き彫りになってきたため、ボランティアの制度改革を検討している。」というストーリーラインは〈ボランティア参加者の固定化〉〈高齢化〉〈参加者システムの新制度〉というコードから形成されている。これらは、「1300名のボランティアの方に今やっただいてるんですけど、今ある意味固定化されている」「ボランティアの高齢化という面でもやはり危惧していかなければならない」「もっと幅広くボランティアを募っていくシステムを作っていかな

表 12 自治体 K 市 SCAT により生成されたストーリーライン

K 市	①他地域の政策を参照し、<u>障害者スポーツの実施場所の不足を認知した結果</u>、競技種目の増設に至った。 ②毎年同じボランティアが参加しており、<u>人材の高齢化が浮き彫りになってきたため</u>、ボランティアの制度改革を検討している。 ③紙の記録証を発行を発行していたが、<u>大会コンセプトにそぐわないと判断し</u>、環境配慮によるペーパーレス化を行った。 ④2 大会レポートのロコミによると、<u>記録証デジタル化に対する不満がみられたが</u>、施策 2 年目につき経過観察を行った。 ⑤救急車の搬送経験を踏まえ、<u>専門家の意見を参考に救急体制改善の必要性を感じ</u>、連絡・運営体制を刷新した。 ⑥アナログ運営（紙面による申込）で、<u>運営の非効率性認知（手間がかかった）</u>、デジタルの活用（申込方法の変更）に至った。 ⑦大橋が建設されたことにより、<u>橋を活用した地域のイメージアップが可能と考え</u>、コース変更を行った。 ⑧20 年の連続開催において、<u>ボランティアの連続参加による大会への貢献を</u>、20 周年記念行事として表彰した。 ⑨地域団体に、<u>大会参加者をもてなしてもらうために</u>、協力を依頼した。
-----	--

（注）太字下線部が解釈のステップにあたり、前が情報探索を、後が行動を表している。

いといけない」というテキスト中の語句より同じボランティア参加者で固定化している状況があり、人材の高齢化が浮き彫りになり、参加者の制度改革を検討している状況にあると示唆される。

「③紙の記録証を発行していたが、大会コンセプトにそぐわないと判断し、環境配慮によるペーパーレス化を行った。」というストーリーラインは、〈紙の記録証〉〈大会コンセプトと紙での出力の違和感〉〈環境配慮行動〉というコードから形成されている。これらは、「エコマラソンちょっと紙をペーパーレスにしていこうというところで、記録証のダウンロードという形をとらせていただいている」というテキスト中の語句よりこれまで紙の記録証を発行してきたということと、大会コンセプトを踏まえた取り組みを行なう必要と実際の取り組みの差異に違和感があり、大会コンセプトと世論を踏まえた環境配慮行動としてペーパーレスを実行したと示唆される。

「④大会レポートのロコミによると、記録証デジタル化に対する不満がみられたが、施策2年目につき経過観察を行った。」というストーリーラインは、〈大会レポートにおけるロコミ〉〈デジタル化に対する不満〉〈施策2年目のため経過観察〉というコードから形成されている。これらは、「RUNNETの大会レポート」「走り終わったらすぐ自分たちの記録と走り終わったって記録証の方がほしい、っていうのが出てきています」「事務局の方に、話していくことはするんですけど、大きく変わるのか、っていうとまだこの取組は2年目とかなので、そこまで変わっていくというのはないのかな」というテキスト中の語句よりネットロコミによる大会レポートを見て、デジタル化によるダウンロード形態に対する不満の意見を認知しているものの、施策2年目のため経過観察という行動を起こしていると示唆される。

「⑤救急車の搬送経験を踏まえ、専門家の意見を参考に救急体制改善の必要性を感じ、インフラの整備と連絡・運営体制を刷新した。」というストー

リーラインは、〈救急車搬送の経験〉〈救急体制の不備〉〈インフラ整備〉〈連絡体制の刷新〉〈運営体制の刷新〉というコードから形成されている。これらは、「去年は救急車が 5 台ほど出た」「昨年やはり本部の医師の先生から出た意見をもらい」「あぜ道から救急車が入ってこられるように何箇所も入り口を作ったというところ」「救急車が今までは消防本部とかに連絡を入れてから、救急車の要請となっていたのが、ダイレクトに救急車へ要請ができる」「収容車も大名行列のようにランナーについていっていたんですけど、そこを GPS をもった本部がありまして、そこで一括して管理するようになって、定点で待機して収容車が待機して、どこどこに負傷者があって、どこどこの車が向かってください、っていう風な体制」というテキスト中の語句より前回大会で救急患者が発生したことを踏まえ、医師より救急体制の不備に対する指摘を受けた際により重要性を認知し、インフラの整備、連絡体制、運営体制の刷新を行ったと示唆される。

「⑥アナログ運営で、運営の非効率性を認知し、デジタルの活用に至った。」というストーリーラインは、〈紙面による申し込み〉〈運営の非効率性と負担〉〈申し込み方法の変更〉というコードから形成されている。これらは、「今までゆうふりっていうのではがきで申し込んで先着で入った方には、紙面でやりとりっていうのができていた」「手間が多くなるというところもあったので」「インターネットの一元化というところをやりまして」というテキスト中の語句より前回大会までの経験として申し込みがアナログな手段であったが、その手順によって起きる運営の非効率性と負担を認知し、それらの問題を解決するために申込方法のデジタル化を行ったと示唆される。

「⑦大橋が建設されたことにより、橋を活用した地域のイメージアップが可能と考え、コース変更を行った。」というストーリーラインは、〈橋の建設〉〈橋を活用した地域のイメージアップ〉〈コース変更〉というコードから

形成されている。これらは、「大橋ができたこと」「(地域の湖)」というものもあるもので、そこを浄化してきてだんだん綺麗になってきましたよ、この湖をみんなでもっと良くしていきましょうよ、ってところで」「八の字に走るようになってきました」というテキスト中の語句より橋ができたことを踏まえ、橋を活用した PR により地域のイメージアップを行なうためにコースの変更を行ったと示唆される。

「⑧20 年の連続開催において、ボランティアの連続参加による大会への貢献を、20 周年記念行事として表彰した。」というストーリーラインは、〈20 年の連続開催〉〈連続参加による大会への貢献〉〈20 週年の記念行事〉というコードから形成されている。これらは、「昨年 20 周年にちょうどになった」「ボランティアの 20 回連続やった」「表彰式みたいなことをやりました」というテキスト中の語句より 20 年の連続開催であることを踏まえ、これを 1 つの節目ととらえ、ボランティアの連続貢献に対して、20 週年の記念行事と銘打ち表彰を行ったと示唆される。

「⑨地域団体に、大会参加者をもてなしてもらうために、協力を依頼した。」というストーリーラインは、〈地域団体〉〈おもてなし〉〈協力依頼〉というコードから形成されている。これらは、「開会式での賑やかさもアトラクションとしてお願いする団体であったり、ブースも地域の中から出てきてもらって」というテキスト中の語句より地域の資源として地域団体があるという情報を把握した上で、会場に来る人をおもてなしするために、団体へと協力を申し入れたと示唆される。

表 12 SCAT により生成されたストーリーライン

D 市	① イベントの継続的な開催による定着化により、<u>イベントを支えるステイクホルダーの自主性と責任感の表出があり</u>、ボランティアにおいてはロイヤリティの高い参加者が増加している。 ② 外的要因によるコンセプトの構築とステイクホルダーの共通認識があり、<u>イベントにおける協力関係と必要性、理念の共有が発生し</u>、ステイクホルダーとの親密な関係構築が行われた。 ③ 啓発が短期間だったため、<u>苦情が発生したので、リスクマネジメントのために</u>、対策の改善を行い、実証した。 ④ 大手企業による大口の企業協賛の申し込みがあり、<u>大手企業からボランティアや競技への参加がみられるようになったが</u>、大手企業が求める費用対効果への対応が難しく、企業との交渉が難しい。 ⑤ 地元企業による継続的な企業協賛があり、<u>社会貢献に近い企業支援であることから</u>、効果に関する関心が低く容易にコミュニケーションがとることができる。 ⑥ 大会収益の維持拡大とマラソン大会の差別化に伴い、<u>スポーツイベントにおける自治体の役割が大きくなったことで</u>、スポーツイベントにおける関連業務の専門性と自治体にかかる負担が増大している。 ⑦ 東日本大震災の発生以降、<u>他都市マラソン大会より寄付を頂戴しており</u>、返礼として感謝状を発行している。 ⑧ 他都市開催の大会を視察し、<u>リスクマネジメントのために危機管理を学び</u>、実際に大会にもシステムを導入した。 ⑨ 大会開始当初から地元企業との継続的な協賛関係があるが、<u>近年は大手企業からの協賛もあり、地域密着とスポンサー収入の調整を図る必要がある</u>、その妥協案を検討している。 ⑩ 復興事業の進捗によりインフラの整備が進んでいるが、<u>毎年コースの変更を行なわねばならず</u>、警察や地域住民との折衝を行っている。
-----	--

(注) 太字下線部が解釈のステップにあたり、前が情報探索を、後が行動を表している。

表 12 SCAT により生成されたストーリーラインの続き

D 市	⑪ イベントにより、<u>関係のない観光施設が顧客を獲得できなくなることから</u>、マーケティングプランなどの対策・仕掛けを提案する。 ⑫ 降雪時の連絡体制が構築できておらず、<u>ボランティアへ迷惑をかけたことをきっかけに</u>、ボランティアとの関係構築を行なうようになった。 ⑬ ボランティアとの関係構築を行なうために、<u>人材の管理を簡易化し、ボランティアのアイデンティティを醸成することを目的に</u>、ボランティアである証である ID カードを発行している。 ⑭ 製薬会社がある工業地帯にコースを設定しており、<u>企業からの緊急時の対応と大会開催に対する不満の声があるが</u>、個別説明及び説明会を実施し、説明責任を果たしている。 ⑮ 市民ボランティアのリーダーシップ不足により、<u>全て事務局まで連絡が来て、対応できず苦情も増える悪循環に陥っていた</u>ので、現場で解決できるように、ノウハウを持つ市の職員を配置し、苦情が緩和した。 ⑯ 行政は短期間で人材が移動することから、<u>膨大な大会ノウハウの引き継ぎが難しいため</u>、委託先の自発性・能動性を引き出し、業務量の削減ができた。 ⑰ アナログな申し込み手続き故の課題であり、<u>大きな負担となっており</u>、インターネットを使ったデジタルな申し込みシステムへの推奨をしたところ、業務量の削減ができた。 ⑱ マーケティングにおける情報不足であるが、<u>運営資金の不足により</u>、マーケティングリサーチを行なうことができない。 ⑲ Feedback の収集としてネットの口コミにも対応が必要で、<u>距離表示が走りづらいという参加者の声を活用し</u>、距離表示を直し、コースの図面を作成し、コミュニケーションの円滑化を図った。 ⑳ 事務局とそれぞれの設営関係の団体が反省を行っていたため、<u>事務局のやり取りの負担が非常に大きかったことから</u>、外部委託をするために、部会制を導入した。
-----	---

(注) 太字下線部が解釈のステップにあたり、前が情報探索を、後が行動を表している。

第2項 自治体2-D市

「①イベントの継続的な開催による定着化により、イベントを支えるステイクホルダーの自主性と責任感の表出があり、ボランティアにおいてはロイヤリティの高い参加者が増加している。」というストーリーラインは、〈イベントの継続的な開催による定着化〉〈イベントを支えるステイクホルダーの自主性と責任感の表出〉〈ロイヤリティの高い参加者の増加〉というコードから形成されている。これらは、「7回目になる」「これは俺の業務なんだ」という感じで来てくれる」「必ず2000人くらいは応募してくれる」というテキスト中の語句より連続開催により地域においてイベントが定着したことで、ステイクホルダーにおける自主性や責任感が芽生え、ロイヤリティの高い参加者が多く参加している状況につながっていると示唆される。

「②外的要因によるコンセプトの構築とステイクホルダーの共通認識があり、イベントにおける協力関係と必要性、理念の共有が発生し、ステイクホルダーとの親密な関係構築が行われた。」というストーリーラインは、〈外的要因によるコンセプトの構築とステイクホルダーの共通認識〉〈イベントにおける協力関係と必要性、理念の共有〉〈ステイクホルダーとの親密な関係構築〉というコードから形成されている。これらは、「震災以降復興イベントになっていまして」「本当に地域密着というか、市民、企業、みんなに応援された大会で」「各企業から一団体30、40とかまとまった数字をポンポン出してくれていて、本当ありがたい」というテキスト中の語句より東日本大震災という外的要因により大会コンセプトが形づくられ、ステイクホルダー間で共通認識がなされていることから、理念の共有やステイクホルダーから高い理解を得られ、イベントに対して積極的な協力につながっていると示唆される。

「③啓発が短期間だったため、苦情が発生したので、リスクマネジメント

のために、対策の改善を行い、実証した。」というストーリーラインは、〈啓発活動〉〈リスクマネジメント〉〈実証と対策の改善〉というコードから形成されている。これらは、「大会の看板なんか 1 週間前に出してた」「県外から来るお客さんは 2 週間、3 週間前からいらしているので、全然聞いていないよ」「3 週間前から看板出させていただいて、周知を図っている」というテキスト中の語句より事前の大会啓発活動が短期間であったことから、大会に関係のないステイクホルダーに対して十分な啓発ができていなかったため、リスクマネジメントとして周知の徹底に努め対策の改善へつなげていると示唆される。

「④大手企業による大口の企業協賛の申し込みがあり、大手企業からボランティアや競技への参加がみられるようになったが、大手企業が求める費用対効果への対応が難しく、企業との交渉が難しい。」というストーリーラインは、〈大手企業による大口の企業協賛〉〈大手企業からボランティアや競技に参加する〉〈大手企業が求める費用対効果〉〈企業との交渉が難しい〉というコードから形成されている。これらは、「震災以降は大手の企業さんからの協賛が多くなりまして」「人も出し、ランナーも出す」「企業さんの広報部もやっぱりお金出してますんで、投資という風に見られちゃうので。その投資に見合った露出ができていないと、と言われるんですよね。」「経験がないと結構調整が難しいかも知れないですね。」というテキスト中の語句より大手企業が震災以降の協賛が増加しており、その形態としてボランティアとしての傘下や、競技者としての参加などがみられるようになったものの、費用対効果を求める大手企業との調整が難しいと示唆される。

「⑤地元企業による継続的な企業協賛があり、社会貢献に近い企業支援であることから、効果に関する関心が低く容易にコミュニケーションがとることができる。」というストーリーラインは、〈地元企業による継続的な企業

協賛〉〈社会貢献に近い企業支援〉〈効果に関する関心が低く、容易なコミュニケーション〉というコードから形成されている。これらは、「地元の企業に支えられてきた」「例えば地元の企業さんだと、協賛というよりは寄付なんです」「『これを用意しました。』『じゃあ今年もお願いします。』で。」というテキスト中の語句より地元企業に継続的に支えられており、その形態は社会貢献として解釈されており、地元企業との連携、コミュニケーションは容易であると示唆される。

「⑥大会収益の維持拡大とマラソン大会の差別化に伴い、スポーツイベントにおける自治体の役割が大きくなったことで、スポーツイベントにおける関連業務の専門性と自治体にかかる負担が増大している。」というストーリーラインは、〈大会収益の維持拡大〉〈マラソン大会の差別化〉〈スポーツイベントにおける自治体の役割〉〈スポーツイベントにおける関連業務の専門性と自治体にかかる負担〉というコードから形成されている。これらは、「どれだけの企業メリットを準備できるかが問われるんですけど、毎年こう厳しさが増してくる」「社会的効果かどうかはわかりませんが、復興ってことで、震災以降は大手の企業さんからの協賛が多くなりまして。いままでは地元の企業に支えられてきたこの（大会名）も、例えば、去年は（企業名）さん、（企業名）さん、（企業名）さん、今年は（企業名）さんが入ってくれてという感じで。我々テレビ局とかも何にも入っていないのに、これだけ上位ランクの協賛金額を出してくれている。で、人も出し、ランナーも出すということで、そういう意味では我々の大会自体も成長していかなくちゃいけないという時期に来てまして。例えば広告関係ですね、協賛してもらおうと効くではないので、どれだけの企業メリットを準備できるかが問われるんですけど、毎年こう厳しさが増してくるというか、我々自体もそういったところからどんどん刺激を受けて今までと違うことをどんどんしてい

かないといけないという。」「協賛していただいている企業さんのメリットもいろいろ考えながら、作っていかないといけない。」「我々自治体職員がやる様な仕事じゃ全然なくなってきた」というテキスト中の語句より大手企業を中心としたスポンサーシップマネジメントという大会収益の維持拡大やマラソン大会の競合の出現という供給拡大による他との差別化が要請されているという情報を元に、スポーツイベントにおける自治体の役割が大きくなっていると認知しており、協賛企業との契約条件の調整などのスポンサーシップマネジメントはもはや自治体の職員における通常業務ではないほどの負担に陥っていると示唆される。

「⑦東日本大震災の発生以降、他都市マラソン大会より寄付を頂戴しており、返礼として感謝状を発行している。」というストーリーラインは、〈東日本大震災が発生以降〉〈寄付活動〉〈返礼として感謝状を発行〉というコードから形成されている。これらは、「震災以降」「チャリティーで集まったお金を寄付いただいている」「感謝状をお渡ししている」というテキスト中の語句より東日本大震災以降、他大会からの寄付をいただくため、それに対して感謝状という形でお返しをしていると示唆される。

「⑧他都市開催の大会を視察し、リスクマネジメントのために危機管理を学び、実際に大会にもシステムを導入した。」というストーリーラインは、〈他都市開催の大会を視察〉〈リスクマネジメントのために、危機管理を学ぶ〉〈実際に大会にも体制を導入した〉というコードから形成されている。これらは、「(他都市名)も2回行ったので」「危機管理とか勉強させていただいて」「第5回大会に導入」というテキスト中の語句より他都市大会を視察することで、リスクマネジメントの危機管理体制を学び、大会へ体制を導入したと示唆される。

「⑨大会開始当初から地元企業との継続的な協賛関係があるが、近年は大

手企業からの協賛もあり、地域密着とスポンサー収入の調整を図る必要があり、その妥協案を検討している。」というストーリーラインは、〈大会開始当初からの継続的な協賛関係〉〈地元企業の協賛を更に拡大〉〈地元企業を一番に露出〉というコードから形成されている。これらは、「第1回からやってきたという自負」「大きくなってきたんだったら、地元でもっと支援しようか」「我々は地元の企業さんがクレジットでも一番最初に来ていただきます、優先でお願いします」というテキスト中の語句より大会開始当初から支援している企業との関係があり、更なる地元からの支援として拡大する意図を認知し、地元企業への露出を優先していると示唆される。

「⑩復興事業の進捗によりインフラの整備が進んでいるが、毎年コースの変更を行なわねばならず、警察や地域住民との折衝を行っている。」というストーリーラインは、〈復興事業の進捗によりインフラの整備が進む〉〈毎年コース変更を行なわねばならない〉〈警察や地域住民との折衝を行っている〉というコードから形成されている。これらは、「震災以降復旧復興事業がすごく進んでまして」「コースが作れないっていう課題は出てきてますね。毎年見直しなんですよ」「コースを変えるってなると、警察官が許可を出すか、あとそこにいる地域住民の了解を得なきゃいけないってことでものごく体力を要するんですね。」というテキスト中の語句より震災復興によるインフラ整備によりコース変更が余儀なくされ、毎年警察の許可、住民の了解を得ている、と示唆される。

「⑪イベントにより、関係のない観光施設が顧客を獲得できなくなることから、マーケティングプランなどの対策・仕掛けを提案する。」というストーリーラインは、〈関係のない施設〉〈顧客が獲得できない迷惑〉〈マーケティングプランなどの対策・仕掛け提案〉というコードから形成されている。これらは、「観光施設」「自分たちのお客さんが来れなくなっちゃう」「我々

としては色々提案をして、こうしようというふうに。あとは、館内にその 1 万人のお客さんと呼ぶ仕掛けを作ろうって提案をしています。」というテキスト中の語句よりマラソン大会により地域の観光施設が普段利用する顧客を獲得できないという損害を被ってしまうことから、マーケティングプランなどの対策や仕掛けを提案している、と示唆される。

「⑫降雪時の連絡体制が構築できておらず、ボランティアへ迷惑をかけたことをきっかけに、ボランティアとの関係構築を行なうようになった。」というストーリーラインは、〈降雪時のリスクマネジメントの不備〉〈ボランティアにおける連絡に関するインシデント〉〈関係構築〉というコードから形成されている。これらは、「降雪時の対応への準備不足」「大会開催に関する連絡がボランティアへ届かずパニックになった」「ボランティアへの対応を変更し、ボランティアをおもてなしするようにした」というテキスト中の語句より降雪時を想定したリスクマネジメントを怠っていたため、ボランティアに対して連絡がとれず、インシデントが発生してしまったことから、ボランティアへの労働対価を見直し、おもてなしを行っている、と示唆される。

「⑬ボランティアとの関係構築を行なうために、人材の管理を簡易化し、ボランティアのアイデンティティを醸成することを目的に、ボランティアである証である ID カードを発行している。」というストーリーラインは、〈関係構築〉〈人材管理における効率化〉〈やりがいの創出〉〈ボランティアの証である ID カードを発行〉というコードから形成されている。これらは、「それをいい加減やめよう、もっとお金使わかくちゃだめだということで、バッグにしたり。今年もちょっと違うバッグに変えようかなと思ってるんですけど。ボランティアさんも参画してよかった、大会事務所としても感謝している気持ちを伝えないといけないと思って。それは変わってきている部分だと思いますね。」「我々が管理しやすいっていうのもあるんですけど、

（大会名）の永久会員なんだというのを醸成できる」「今年からボランティアさんに ID カードを」というテキスト中の語句よりボランティアとの関係構築の必要性を踏まえて、ボランティアのやりがいの創出と人材管理における効率化を狙い、ボランティアの証である ID カードを発行したと示唆される。

「⑭製薬会社がある工業地帯にコースを設定しており、企業からの緊急時の対応と大会開催に対する不満の声があるが、個別説明及び説明会を実施し、説明責任を果たしている。」というストーリーラインは、〈製薬会社がある工業地帯にコース設定〉〈大会とは関係ない企業の緊急時の対応と、不満の声〉〈説明責任〉というコードから形成されている。これらは、「工業地帯には製薬会社さんが多い」「緊急ででなくちゃいけない、ということで（大会名）早く終わってくれ」「我々が直接一軒一軒企業さん回って説明させていただくのと、説明会開いて交通規制ありますのでということを理解していただいて。」というテキスト中の語句より製薬会社が付近にあるが、そこからの苦言を頂戴しており、対応として、説明責任を果たすべく説明会や企業を回って説明している、と示唆される。

「⑮市民ボランティアのリーダーシップ不足により、全て事務局まで連絡が来て、対応できず苦情も増える悪循環に陥っていたので、現場で解決できるように、ノウハウを持つ市の職員を配置し、苦情が緩和した。」というストーリーラインは、〈市民ボランティアのリーダーシップ不足〉〈苦情が増える悪循環〉〈ノウハウを持つ市の職員を配置〉というコードから形成されている。これらは、「市民ボランティアを長にした時のリーダーシップの不足が露呈」「多くの苦情が発生していた」「市の職員をボランティアの長とすることで苦情が緩和」というテキスト中の語句よりボランティアだけを長としたところ、苦情が増え、大会が運営できないと判断されたので、市の職員

をボランティアの長にしたところもあったと示唆される。

「⑩行政は短期間で人材が移動することから、膨大な大会ノウハウの引き継ぎが難しいため、委託先の自発性・能動性を引き出し、業務量の削減ができた。」というストーリーラインは、アナログな申し込み手続きが負担〈短期間での人材移動〉〈膨大な大会ノウハウの引き継ぎの難しさ〉〈委託先の自発性・能動性を引き出し、業務量の削減を実施〉というコードから形成されている。これらは、「役所の人間なので、3年ごとに異動なんですよ。4回やってきて、同じメンバーでやってきた人たちが5回目で交換されたんですよ。」「ノウハウがマラソンの準備だけでも相当すごいので引き継げない。

『毎年委託されているんだから皆さんが考えください。』と逆に行っているんです。『逆に我々に提案してください。』という風に去年からしているんですけど、自分たちで考えてくれるので確認とか指示をするだけで済むのでそれが楽ですね。自ら考えてくれるので、反省点も自ら考えて出してくれるので、我々に言うだけじゃなくて自分たちで活かしてくださいという形をとっているのだいぶ回ってきましたね」というテキスト中の語句より行政の短期間の人事異動システムにより膨大な大会ノウハウの蓄積が難しくなっており、業務委託先の自発性・能動性をこちらから作り出すことで、自分たちの業務量を削減したと示唆される。

「⑪アナログな申し込み手続き故の課題であり、大きな負担となっており、インターネットを使ったデジタルな申し込みシステムへの推奨をしたところ、業務量の削減ができた。」というストーリーラインは、〈アナログな申し込み手続きが負担〉〈インターネットを使ったデジタルな申し込みシステムへの折衝が必要〉〈課題解決による負荷効果〉というコードから形成されている。これらは、「郵便振り込みだと全国から来るんですけども、手打ちで入力しないといけないとか、すぐに情報が集まらないじゃないですか。

そういった意味では、時間がかかる、あとは入金間違えちゃったとか、エントリーの書き間違いしちゃったとかそういう不備確認がたくさんあって大変だとか。」「だからネットにしたいという思いがあって、それで SNS とか HP を活用した情報発信を充実させることによって、減らしていく」「そして今年はそのかいがあって 800 人くらい落ちて、1300 人が応募してきたんですよ、1 万人のうち。そういうのが効果として表れているかなと。」というテキスト中の語句よりアナログな申し込み手続きが負担によりインターネットを使ったデジタルな申し込みシステムへの折衝が必要となったことで、デジタル化に取り組んだ結果スポーツ参加人数があがったと示唆される。

「⑱マーケティングにおける情報不足であるが、運営資金の不足により、マーケティングリサーチを行なうことができない」というストーリーラインは、〈マーケティングにおける情報不足〉〈運営資金の不足〉〈マーケティング・プロセスの欠如〉というコードから形成されている。これらは、「情報収集に関しては、まだお金をかけられていないですね」「お金がもうカツカツなんですよ」「予算を確保できて、経済効果を図っていききたいなという思いもあるんですよ」というテキスト中の語句よりマーケティングにおける情報不足という状況を認知しているが、運営資金の不足という問題からマーケティング・プロセスに踏み込めていない、と示唆される。

「⑲マラソン大会同士の競争と差別化の必要性により Feedback の収集としてネットの口コミにも対応が必要で、距離表示が走りづらいという参加者の声を活用し、距離表示を直し、コースの図面を作成し、コミュニケーションの円滑化を図った。」というストーリーラインは、〈マラソン大会同士の競争と差別化の必要性〉〈Feedback の収集〉〈Feedback の活用〉〈コミュニケーションの円滑化〉というコードから形成されている。これらは、「毎年競争になるので、毎年変革していかなくちゃいけないというのがあって。」

「ランネットの書き込みには応えようというのがありますよね。」「距離表示を 1 キロ刻みにしてたんですけど、看板屋さんをお願いしているんですが夜置くので見えなくて違うところに置きちゃったり。違うところに置きちゃったので、立てる人も立てられなくてこれはもうだめだと。で、陸連の先生に相談したら『5 キロずつ見えていればいいんだよ。』ということで去年 5 キロにしたら、走りづらいという声をすごくいっぱいいただいたので今年はもう 1 キロに直そうと。」「今年はちゃんとコース図面を作れば誰でもここなんだと分かるので。」というテキスト中の語句より、マラソン大会同士の競争とそれに伴った差別化の必要性により、参加者のネットロコミに対応しよう距離表示を直し、的確においてもらうために、コース図面を作成してコミュニケーションの円滑化を図ったと示唆される。

「㊸事務局とそれぞれの設営関係の団体が反省を行っていたため、事務局のやり取りの負担が非常に大きかったことから、外部委託をするために、部会制を導入した。」というストーリーラインは、〈事務局とそれぞれの設営関係の団体が、反省を行う〉〈やり取りの負担が非常に大きい〉〈外部委託をするために、部会制を導入〉というコードから形成されている。これらは、「事務局業務のアウトソーシングを図るために部会制度を設立した。」「事務局とそれぞれの設営関係の団体が反省を行っていた」「コミュニケーションの多さだけでも大きな負担となっていた」というテキスト中の語句より事務局とそれぞれの設営関係の団体が、反省を行うことで、事務局のやり取りの負担が非常に大きくなっており、対策として外部委託をするために、部会制を導入したと示唆される。

第4章 結論

第1節 研究1から導かれる考察

第1項 社会的効果の特徴毎の比較

イベントの特徴ごとに明らかになったことについて、以下に考察する。

1点目に参加人数ごとの比較からは、人数の多い群には人的資源に関する語・都市再生に関する語が抽出され、参加人数が少ない群には、スポーツ部門に関する語が抽出された。これは、参加人数が増加するほど、より多くのインフラ、人的資源を使用すること、参加人数が減少するほど、限られた時間内で様々な時間枠数をより多く取ることができることから、このような傾向が表出したと考えられる。

2点目に開催回数については、開催回数が多い群において人に関わる語が中心に抽出され、開催回数が少ない群は、都市再生にまつわる語が多く抽出され、開催回数が少ない群が開催回数の多い群に比べて、語の抽出が非常に多くなっている特徴があった。これは、開催回数が多い群は、人的資源の高齢化や固定化にといった課題を、開催回数が少ない群は、開催回数が少ないためにコースの変更が多いことや地域の理解や認知がそれほど高くないことが起因していると考えられる。また、語の抽出数に関しては、短期間大会が長期間大会よりもマネジメントイシュー全体への取り組みへの程度が高かった（田中,2013）という報告からも、マネジメントイシューに関する言及が非常に多いということが考えられる。

3点目に地域属性については、3大都市群は、人に関わる語や都市再生に関わる語が中心に抽出されている。これは、3大都市群で、地方都市群に比べ居住人口が過密であることから、生活インフラの使用や大会に関係のない人々への配慮などに対しての言及が多い傾向にあると考え

られる。地方都市群は、情報探索に関する用語や地方都市特有の語が多く抽出されている。具体的には、同規模の大会が周囲にはないことや、県外の優れた大会の情報を集め参照している様子、地域で進む高齢化や地区意識の高さなどが背景にあると考えられる。地方都市群の方が、3大都市群に比べ、抽出語が多いことも人口減少社会や担当者の仕事量、地域内での限られた交友関係など様々なことが要因として検討することができる。そしてこれらの結果は、本研究で計量テキスト分析を使用したことにより、これまで手作業での内容分析では比較が難しかった、貴重な知見の提供が出来たと考えられる。

第2項 ポジティブ・ネガティブな効果

1点目に先行研究で生成されたサブカテゴリーが変更されたことがある。まず社会的効果の各要素を個別に見ていくと、まず人的資源とコレクティブアイデンティティについては、先行研究では明確に明示されていなかったサブカテゴリーが本研究では生成された。次にスポーツ参加は先行研究のサブカテゴリーが削除され、ウェルビーイングとスポーツ参加については、新しいサブカテゴリーが生成された。これらの背景として本研究は、市民マラソン大会を対象としていること、計量テキスト分析で一定の抽出基準を与え自動抽出した結果により、サブカテゴリーが生成されたことが起因している。恣意的な手作業での内容分析ではなく、検討過程を全て明示しながら一定の基準に沿った結果を示すことが計量テキスト分析の特徴である。

2点目に市民マラソン大会独特の項目であるトイレ問題とコース変更について、以下に考察する。

まずトイレ問題は、「啓発はしているんですけど、トイレも十分に準備しているはずなんですけれども、直前になってスタート前にいきたいと

いうランナーが多いので、それで待てない、と。(M市)」といったように、ランナーにおける問題として多くの言及があった。また「今は仮説のトイレとかを多く設置しているんですけども、でも昔からコースの途中で催してコースの草むらとか、陰に隠れて、とかでそういった苦情をいただきまして。(B市)」といった大会に関係ない近隣住民への迷惑につながることから、地方自治体の担当者が留意している点であることが伺える。次にコース変更については、主に都市再生に関する項目である。「コースを変更しよう、というきっかけになったのが、袋小路にしてクレームもあったということで別の道をとということで、ちょうど国道も整備をしているところだったんですね。(I市)」など道の整備状況が大きく関係していることがある。また他にも「種目が多くて、コースをたくさんとらなければいけないということで、負担を減らす意味があって、5kmをなくした。(I市)」とスポーツ参加にも大きな影響を与えるなど、社会的効果において様々な側面に影響を与える重要なファクターであると考えられる。

3点目にポジティブ・ネガティブな効果の両面があった項目についての検討を行なう。

スポーツ参加では子どもの参加があった。ポジティブな面では「子供たち向けには、(企業名)がゲストで来てくれて、子供たちと一緒に走って、終わった後はランニングスクールをやってくれているんですよ。(D市)」といったように子どもの参加機会を設けていることが挙げられている。ネガティブな面では「今まで小学生が1年生から6年生まで走れる種別があったんですけど、今は高学年だけ。そのコース設定と、お金の関係もちらっとあるんですけど、子どもの部分ははっきり言って、安くて赤字なんですよ。(J市)」と、子どもの参加枠は、赤字かつ参加枠

が減少している傾向が言及されている。

コレクティブアイデンティティでは街の陸上のイメージがあった。ポジティブな面では「長く続けるうちのマラソン大会もそうですし、先ほども話していた（有名監督）、（有名選手）など数多くの選手がメダルをとってますので、マラソンの街というような誼い文句を使っています。」とマラソン大会から派生して競技のイメージと街のイメージが重なり合っている様子が伺える。ネガティブな面では「J市の正月はマラソンってイメージをもたれていると思うんですけど、北側はそういったイメージは、ないかもしれない。」と街の中でコースに関係のない場所では、競技のイメージが根付いていないことが言及されている。

都市再生ではコース変更があった。ポジティブな面では「マラソンコースは河川敷にあるので、常設で陸連のコースがあるので、常時開放されていて、日常的に散歩で使われていたりとか、多々いまして。（M市）」とあり、マラソンコースを実際に多目的利用されている旨が報告されている例などがある。ネガティブな面では「コースについては、陸連の公認があるので、すぐに変更というのはできず、変更するとなれば見ていただかないといけないので。（H市）」といった形で、有事があつてコース変更をする際にも、日本陸連の公認を取る必要があるため、土地利用や道路使用などにおいても、臨機応変な対応ができなくなっている面がある。

人的資源ではまずノウハウの蓄積、競技団体、行政職員、青少年教育がある。まずノウハウの蓄積においてポジティブな面では「大会の何日か前になって説明しに行くんですけども、もう私やっているんでわかっていますよとか、中にはいらっしゃいますし、そういう部分はうちの運営側からしてもありがたい部分で、安心して任せられるという部分な

んですね。(O市)」があり、ノウハウが蓄積されることで、意思の疎通や説明が省略可されるという面などがある。ネガティブな面では「あとはボランティアで当日来られる方は、慣れているように見えるんですけど、やることが微妙に変わっていたりとかするんですけど、毎年やっている方は当日いけばいいんでしょう、という形でなかなか集まるのが難しかったりします。(I市)」と、変更点に対応できない、伝達できないといったことがあげられる。

競技団体のポジティブな面では「同じように陸上競技協会を通じて、他の地域から人を派遣してもらっているというのは聞きます。(P市)」と競技団体による専門的な人材確保など競技の円滑な運営などが挙げられる。ネガティブな面では「体育協会などで世代交代みたいなものとか、地区の支部とかでも団地支部みたいなところは、高齢で、なかなか人もだんだん集まりがなくなって、そういったところでは今後一般ボランティアとかを今後考えている。(F市)」と、人材の高齢化や人材不足などが指摘されている。

行政職員のポジティブな面では「これが一般ボランティアだと責任がないんですよね、『ダメだ。』で終わってしまうところを、今ここで自分ができることをなんとかしようとしてくれるので、市職員なんだろうなと思います。(D市)」と行政職員が持つ判断能力などについて言及されている。ネガティブな面では「いかんせん職員を全部配置できればいいですけど、そういうわけにもいきませんし、むしろ我々よりも経験年数が非常に長くなっていますから、若い職員が要望を出してもなかなか通らないというのはよく聞きますね。(M市)」など市民に対し時の意見や態度などで難しい面があることが挙げられている。

青少年教育のポジティブな面では「ボランティアとかは、あとは中学

生で参加していて、今は大学生で参加している子とかいますよ。(Q市)」など成長後への大会の関わりにつながるといったことが挙げられている。ネガティブな面では「逆にこれは大会に高校生たちに参加する機会を削いでしまっている可能性がある。(L市)」と、高校生年代のスポーツ振興の機会を阻害しているという言及がある。

4点目に高齢化がポジティブ、ネガティブの両面で、言及されている点について考察する。ポジティブな面では、スポーツ参加におけるお年寄りの参加が増加しており、「参加者からの声でも高齢者が増えているから、高齢の枠を増やして、っと。(Q市)」と言及されるなど、アクティブシニアの増加や健康増進などがあります。ネガティブな面では人的資源における人材の固定化が表出しており、「体育協会などで世代交代みたいなものとか、地区の支部とかでも団地支部みたいなところは、高齢で、なかなか人もだんだん集まりがなくなって、そういったところでは今後一般ボランティアとかを今後考えている。」と競技団体やボランティアなどにおいて、人材の固定化とその高齢化が挙げられている。

第3項 効果の制御性

社会的効果の制御性について、考察する。

まず1点目に支援された効果については、ネガティブな項目がなかった。この背景として、社会的効果の測定はそもそもネガティブな効果を減らし、ポジティブな効果を増進させるというコンセプトであり、またネガティブな効果を促進することにメリットはないと考えれることからネガティブにおけるサポートの項目が出なかったと考えられる。

2点目に明らかになった効果については、ポジティブな効果よりもネガティブな効果が多い結果となった。これは、渋滞や交通や、予測していないアクシデントなどが多く認知されていると考えられる

3 点目に制御された効果はポジティブな効果においては、特に参加人数やコース条件などの制約条件を受けていることで、制約されていると考えられる。ネガティブな効果については、対策を講じているものの、依然として解決できないといった事例が考えられる。

第4項 情報探索・行動

情報探索について考察すると、「参加者からの意見」では、アンケートや RUNNET に書かれた意見を取り入れ PDCA サイクルを回すための参考にしている情報だと理解することができる。「他大会や市内の他のイベントの情報」は、他都市で開催されるイベントを参照していることが伺え、政策を参照していることが伺える。「人材の高齢化」については、高齢化という社会問題を参照していると考えられる。

行動について考察する。「実行委員会の事務作業」については、直接市町村におけるマラソン大会の担当者が大会を実施する際の直接的なマネジメントを行っていると考えられる。「ステイクホルダーへの協力依頼」については、企業、地域住民、ボランティア、警察など様々なステイクホルダーに対して協力の依頼を行っている。また企業の協賛活動等も経済的協賛活動もあるが、その多くが人材や土地の無償提供なども含め社会的交換も多く見られた。地方自治体は、資源の制限があるため、社会的交換によるステイクホルダーとの調整により事業が執り行われていると考えられる。

第2節 研究2から導かれる考察

以下にセンスメイキングストラテジーのプロセスについて考察する。まず本研究においてセンスメイキングストラテジーのプロセスを確認することができた。以下に生成されたストーリーラインからの考察を行な

う。ただし、

第1項 開催年数

開催年数に関する考察を行なう。

まず本研究でも、研究1と同様に開催年数によってマネジメントイシューの数異なる可能性があることが示唆された。本研究で研究対象とした2つの自治体には、生成されたストーリーラインの本数において大きな差があった。この大きな差については、経年的にどうやって減っているのかを検証する必要がある。大室（2008）によると、センスメイキングは「省略」され、特にルーティンワークは意図的にセンスメイキングを省略していると考えられることから、大会年数が長いほど、ルーティンワークが増加し、センスメイキングされる現象が少ない傾向にあることが背景として考えられる。

次に開催期間の短長によって同じ社会的効果の要素の中で傾向が異なることが表出した。人的資源に関する言及においても、短期的な大会では「人材管理」「アイデンティティの醸成」が述べられ、長期的な大会では「高齢化」「連続参加による人材の固定化」が述べられていた。これは、短期的大会では、大会年数が浅いためにボランティアの管理と、ボランティアが抱くアイデンティティの醸成をどのように行なうのか、を認知し、長期的大会では、ボランティアが固定化することにより、人材の高齢化が進んでいることに対することを認知していることが伺える。都市再生に関する言及においても、短期的大会では「ステイクホルダーとの折衝の難しさ」「企業からの不満の声に対する説明」が述べられ、長期的大会では「救急体制の不備によるインフラ整備」「橋を活用した地域のイメージアップ」が述べられていた。これは、短期的大会は、ステイクホルダーの大会理解があまり進んでおらず、企業から大会開催に対して不

満の声が上がっていることを認知し、長期的大会については、これまで継続してきた体制による課題や街のイメージアップを認知していることが伺える。社会的効果に関する研究はこれまで大会の前後で図られる研究（Balduck et al., 2011）などは見られたが、毎年開催される大会の期間の短・長でのインパクトの要素の違いを検討した研究は、散見されなかったことから、意義のある知見を提供できたと考えられる。

第2項 社会的効果の要素にみられた特徴

まず2自治体に共通して、デジタル化とコンセプトに沿った施策を認知し、行動していた。デジタル化は、スポーツ参加や地域情報のPRに影響していた。コンセプトに沿った施策については、ステイクホルダーからの理解を得やすいことが考えられる。

次に都市・地方の違いについては、ソーシャル・キャピタルの醸成の違いが見られた。自治体1では、ソーシャル・キャピタルに関する言及はほとんど見られなかったが、自治体2では多くみられた。外的要因があったとはいえ、ステイクホルダーとの関係の深さに違いがあると考えられ、地方は都市に比べ濃い関係性にあると考えられる。

第3項 地方自治体におけるマーケティング

まずマラソン大会における差別化についてもストーリーラインが作成されていた。スポンサーシップマネジメントに関する言及もなされていたが、公共サービスにおけるマーケティング活動の様子が読み取れる。マラソン大会が乱立することで、大会間の競争につながっており、マーケティング志向での施策の展開につながっていると考えられる。

次にスポンサーシップマネジメントにより行政職員の負担が非常に大きくなっていることが伺える。これら大会の乱立と職員の業務量増を背景としたその他業務の効率化にもつながっていると考えられる。

第3節 結果の総括

本研究は、センスメイキングストラテジーを用いて地方自治体の社会的効果の情報探索、解釈、行動を明らかにする事を試みた。具体的には、質的研究法を用い、その中でも量的志向・質的志向の両側面から検証することを試みた。研究1では、情報探索、解釈、行動にそれぞれのステップにおいてどのような項目があるのかを包括的に分析した。研究2では情報探索、解釈、行動の各ステップのプロセスを検討するために、補完的にはあるが、検討を試みた。

リサーチクエスションに対しては以下のような結論となった。

「**RQ:1** 地方自治体は、どのように市民マラソン大会に関する情報を集めているのか?」、「**RQ:2** 地方自治体は、どのような情報を参考にしているのか?」については、「参加者からの意見」「他大会や市内の他のイベントの情報」「人材の高齢化」といったサブカテゴリーが生成されるなど、内容が明らかになった。

「**RQ:3** 地方自治体は、どのような社会的効果の要素を認知しているのか?」、「**RQ:4** 地方自治体は、どのように社会的効果の要素のポジティブ・ネガティブの要素を認知しているのか?」、「**RQ:5** 地方自治体は、どのように社会的効果の要素の制御性を認識しているのか?」については、6つのカテゴリーの中で、27カテゴリーが社会的効果の要素として生成され、またポジティブ・ネガティブな効果の面と、効果の制御性についても明らかになった。

「**RQ:6** 地方自治体は、センスメイキングプロセスに基づいて、市民マラソン大会の社会的効果を引用して、どのように行動しているのか?」については、「実行委員会の事務作業」、「ステイクホルダーへの協力依頼」

といったサブカテゴリーが生成されるなど、内容が明らかになった。

「RQ:7 イベントの特徴毎の比較を行なうとどういった結果をもたらすのか？」については、開催年数・参加人数・地域属性といった特徴別に検討を行った。それぞれ異なる分析手法で行ったものの、共通して得られた知見を整理すると、開催年数によって、効果の質が変化する点が示唆された。研究1では外部変数として開催年数を用いて検討したところ、人的資源に関する語や都市再生に関する語が主に抽出された。研究2では、人的資源の部分では短期な大会では「人材管理」「アイデンティティの醸成」が述べられ、長期な大会では「高齢化」「連続参加による人材の固定」が述べられていた。都市再生に関する言及においても、短期な大会では「ステイクホルダーとの折衝の難しさ」「企業からの不満の声に対する説明」が述べられ、長期な大会では「救急体制の不備によるインフラ整備」「橋を活用した地域のイメージアップ」が述べられていた。両研究で主に人的資源や都市再生に関わると考えられる事象が開催年数によって、効果が変化すると考えられる。

第4節 研究の限界と今後の課題

本研究における研究の限界と今後の課題を以下に整理する。

まず本研究は、質的研究であることから、個性記述的一般化および自然主義的な一般化を行えることはできるが、量的研究のように、無作為で統計的に代表するサンプルをとって可能になる大きな母集団の一般化を行なうことはできなかった。個性記述的な一般化とは、ケースの固有性や自然な状態に焦点を当てることによって他のケースに共通する普遍的なものごとを見出すことで、また自然主義的な一般化とは、十分な論拠を提供し、読み手が他のケースへの転移可能性について結論を引き出

すことであり、この2つに一般化では、各々のケースに関する包括的で深い理解を目指すという点が共通してある（谷津,2013）。今後の研究においては、上述した統計的手法を用いた一般化を目指すことも必要である。サンプルについても、全国1700以上ある自治体の中の17を対象としていることからより広範な対象に対して、更なる検証を行なう必要がある。

研究1については、各問いに対し得た上位5%のテキストのみで、分析を行っており、先行研究にあったサブカテゴリーがいくつか削除されている。本研究では極力手作業を加えること避けるために、行なわなかったが、前後の文脈を可視化し、考察することが可能であるKWICコンコーダンスによる検証を行なうことによってより細かい検討をすることが可能である。また本研究は、合目的的アプローチに沿って、かつ社会的効果があると考えられうるサイズの大会と地域が調査対象となっている。今後は自治体サイズ別の検証を行なうことにより、それぞれの効果を検証していく必要がある。計量テキスト分析による自治体サイズと社会的効果の要素のクロス集計を行なうことにより、自治体別の社会的効果の特徴を可視化できる可能性が考えられる。

研究2については、まず研究対象が2自治体であったため、また質問方法が1つの要素ごとに半構造化インタビューで調査を行ったため、全ての社会的効果の要素に対し、情報探索と行動のステップを確認するためのものではなかったことから、表出しなかった社会的効果の項目があったと考えられる。今後はマイクロモメントインタビュー法などを活用することにより、より詳細にプロセスを明らかにすることができると考える。また研究結果で出た大会の乱立と職員の業務量増と、その他業務の効率化、については、これらのプロセスを明らかにすることは本研究

では果たせなかったため、より詳細な検証が必要である。そして情報を知っているが、「制約要因」がありアクションできないストーリーラインも作成された。センスメイキングは認知する行為が条件になるが、認知しているものの、アクションに繋がられない項目があることから検討の余地があると考えられる。本研究では、ストーリーラインにならなかったものは除外していることも考えると、検証を進めていくべき事項だと考えることができる。そして本研究ではプロセスのつながりを確認するために、開催年数も異なり、地位属性も異なる最も社会的効果が当てはまる文章が多い 2 自治体だけで SCAT を実施した。研究 1 で使用した残り 15 自治体を含む、他の自治体における更なる検証も必要だろう。

最後に本研究は、自治体職員の認知を分析したことに留意する必要がある。あくまで自治体の市民マラソン大会の担当を対象にしたに過ぎず、体育協会や陸上協会などステイクホルダーごとに社会的効果の認知を検証していく必要があるだろう。

参考文献一覽

- ・ Agha, N., and Taks, M. (2015) A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10 (3) :199-216.
- ・ 足立区 (2009) 第二次足立区生涯スポーツ振興計画 (2016, January 6) Retrieved January, 6,2015, from https://www.city.adachi.tokyo.jp/sports/chiikibunka/sports/documents/d10200023_1.pdf
- ・ 秋吉遼子・稲葉慎太郎・山口泰雄 (2014) 沖縄県の住民とプロ野球キャンプ観戦者からみたスポーツツーリズムの推進に関する研究. *SSF スポーツ政策研究*, 3 (1) :64-71.
- ・ 荒井勇気 (2012) 市民マラソン大会におけるスポーツ・スポンサーシップの目的に関する研究.早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 2011年度修士論文.
- ・ Ap, J. (1992) Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*,19 (4) 665-690.
- ・ Ap, J. and Crompton, J. L. (1998) Developing and Testing a Tourism Impact Scale. *Journal of Travel Research*,37:122-130.
- ・ Balduck, A., Maes, M., and Buelens, M. (2011) The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre- and post-event perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11 (2) 91-113.
- ・ Burdge,R,J. (2003) The practice of social impact assessment background. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21 (2) : 84-88.
- ・ Chadwick, A. (2002) Socio-economic Impacts: Are They Still

- the Poor Relations in UK Environmental Statements? *Journal of Environmental Planning and Management*, 45 (1) :3-24.
- Chalip, L. (2006) Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11 (2) 109-127.
 - Choi, H.C., and Murray, I (2010) Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (4) 575-594.
 - Craig, C. L., and Bauman, A. E. (2014) The impact of the Vancouver Winter Olympics on population level physical activity and sport participation among Canadian children and adolescents: Population based study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 11 (107) :1-9.
 - Crompton, J.L. (2004) Beyond economic impact: An alternative rationale for the public subsidy of major league sports facilities. *Journal of Sport Management*, 18:40-58.
 - Deery, M., Jago, L., and Fredline, L. (2012) Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33 (1) :64-73.
 - Dietz. (1987) Theory and Method in Social Impact Assessment. *Sociological Inquiry*, 57 (1) 54-69.
 - Djaballah, M., Hautbois, C., and Desbordes, M. (2015) Non-mega sport events' social impacts : A sensemaking approach of local governments' perceptions and strategies. *European Sport Management Quarterly*, 15:48-76.
 - Dutton, E.J., and Dukerich, J.M. (1991) Keeping An Eye on the

Mirror: Image and Identity In Organizational Adaptation. *Academy of Management Journal*, 34 (3) 517-554.

・エプスタイン・ユーズ: 鵜尾雅隆ほか訳 (2015) 社会的インパクトとは何か―社会変革のための投資・評価・事業戦略ガイド. 英治出版: 東京.

・福島啓・落合甲太 (2013) 地域中小病院で働く研修医から見た初期研修の特徴と課題研修医へのインタビューの質的分析. *医学教育*, 44 (6) :407-413.

・Finsterbusch, K. (1995) In praise of SIA: A personal review of the field of social impact assessment: Feasibility justification, history, methods, issues. *Impact Assessment*, 13 (3) 229-252.

・Gibson, H. J., Kaplanidou, K., and Kang, S. J. (2012) Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15:160-170.

・Gioia, D. A., and Chittipeddi, K. (1991) Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation. *Strategic Management Journal*, 12: 433-448.

・Gursoy, D., Jurowski, C., and Uysal, M. (2002) Resident attitudes: A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29 (1) 79-105.

・八王子市 (2014) スポーツ推進計画 (2016, January 6) Retrieved January, 6, 2015, from <http://www.city.hachioji.tokyo.jp/kyoiku/sports/042841.html>

・Haley, A. J., Snaith, T., and Miller, G. (2004) The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32

(3) :647-668.

・ 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：東京.

・ Heere, B., Walker, M., Gibson, H., Thapa, B., Geldenhuys, S., and Coetzee, W. （2013） The power to unite a nation: The social value of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *European Sport Management Quarterly*, 13: 450-471.

・ 樋口耕一（2011）現代における全国紙の内容分析の有効性—社会意識の探索はどこまで可能か—. *行動計量学*, 38（1）：1-12.

・ 北海道（2009）平成21年度アカデミー政策研究スポーツ振興と地域づくり—スポーツで人と地域が輝く—（2016, January 6） Retrieved January, 6, 2015, from <http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/ssa/academy/21academymokuji.html>

・ Huh, C., and Vogt, C. A. （2008） Changes in Residents' Attitudes toward Tourism over Time: A Cohort Analytical Approach. *Journal of Travel Research*, 46:446-455.

・ 池西悦子・田村由美・石川雄一（2007）臨床看護師のリフレクションの要素と構造センスメイキング理論に基づいた' マイクロモメント・タイムラインインタビュー法' の活用. *神大保健紀要*, 23:105-126

・ 井上達彦（2014）ブラック・スワンの経営学. 日経 BP 社:東京.

・ Inoue, Y., and Havard, C. （2014） Determinants and Consequences of the Perceived Social Impact of a Sport Event. *Journal of Sport Management*, 28（3） 295-310.

・ IOC （2013） Final Report of the IOC Coordination International

Olympic (2016, January 6) Retrieved January, 6,2015, from
committeehttp://www.olympic.org/Documents/Games_London_2012/Final%20Cocom%20Report%20London%202012%20EN.pdf

・一般財団法人国際開発機構（2014）社会的インパクト評価促進に向けた現状調査と提言.平成 26 年度外交・安全保障調査研究事業費補助金（調査研究事業）対象事業「社会性評価基準の国際標準化に向けた戦略の研究」フェーズ II 報告書.一般財団法人国際開発機構:東京.

・岩田大佑（2015）プロスポーツにおける価値共創と価値崩壊：Jリーグ観戦者の言動に潜む二面性.早稲田大学大学院スポーツ科学研究科2014 年度修士論文

・事業構想大学院大学（2015）スポーツイベント誘致、最大の効果は「人」に宿る（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from
<http://www.projectdesign.jp/201508/sport-is-the-starting-point/002323.php>

・神村初美（2014）専門日本語教育にピア・ラーニングを用いる研究 :大学院の日本語教育専攻における四年間の実践研究を通して.首都大学東京博士（日本語教育学）学位論文,72.

・Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldhuys, S., and Coetzee, W. (2013) Quality of life, event impacts, and mega event support among South African residents before and after the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Travel Research*, 52 (2) : 631-645.

・刈谷市（2014）第2次刈谷市スポーツマスタープラン改定版（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from
<https://www.city.kariya.lg.jp/kankobunka/supotsu/oshirase/masutap>

urankai.html

- ・河田真理（2014）キリスト教ワーシップダンスにみる両義性：踊り手の内的体験と相互行為に着目して.お茶の水女子大学人間文化創成科学研究科博士（学術）学位論文.
- ・経済財政諮問会議 専門調査会「選択する未来」委員会（2014）未来への選択－人口急減・超高齢社会を超えて、日本発 成長・発展モデルを構築－.平成 26 年 11 月経済財政諮問会議 専門調査会「選択する未来」委員会：東京.
- ・木田悟（2013）地域社会を活かすスポーツによる社会的効果とは.スポーツで地域を拓く. 木田悟・藤口光紀・高橋義雄（編著）東京大学出版会：東京.
- ・Kim, H., Gurosy, D., and Lee, S.B. （2006） The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre and post games. *Tourism Management*, 27（1） 86-96.
- ・Kim, S.S., and Petrick, J.F. （2005） Residents’ perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26（1） 25-38.
- ・Kim, W., and Walker, M. （2012） Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review*, 15（1） 91-108.
- ・国土交通省観光庁（2014）観光に関する取り組みについて（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/jjkaigou/dai8/siryoul.pdf>
- ・国土交通省観光庁（2011）スポーツツーリズム推進基本方針（2016,

January 6) Retrieved January, 6,2015, from

<http://www.mlit.go.jp/common/000160526.pdf>

・小松陽一（2013）経済政策－企業戦略関係の分析フレームワーク.関西大学総合情報学部紀要情報研究,39: 21-36.

・小宮山宏（2007）「課題先進国」日本－キャッチアップからフロントランナーへ.中央公論新社：東京.

・倉敷市（2011）倉敷市スポーツ振興基本計画（2016, January 6）

Retrieved January, 6,2015, from

<http://www.city.kurashiki.okayama.jp/15256.html>

・黒澤壮史（2008）創発的戦略における活動の正当化.早稲田大学商学研究科紀要,67:37-49.

・京都市（2011）市民スポーツ振興計画（2016, January 6）

Retrieved January, 6,2015, from

<http://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/page/0000119732.html>

・Madrigal,R.（1995）Residents' perceptions and the role of government. Annals of Tourism Research, 22（1）:86-102.

・毎日新聞（2015）続々創設ランナー集め、山あり谷あり「フル」だけで154大会差別化競い、離島巡りや夜桜…（2016, January 6）

Retrieved January, 6,2015, from

<http://mainichi.jp/articles/20151128/ddf/041/050/014000c>

・増田正（2011）フランス地方議会の審議項目のテキストマイニング分析.地域政策研究, 13（2・3）17-30.

・松村和則（1988）生涯スポーツ，コミュニティスポーツを考える.森川貞夫・佐伯年詩雄（編著）スポーツ社会学講義.大修館書店：東京.

・森岡裕策（2011）自治体スポーツ行政と実務と課題. 菊幸一・斎藤健

- 司・真山達志・横山勝彦（編著）スポーツ政策論.成文堂：東京.
- ・日本経済新聞（2015）スポーツで人を動かそう地方にこそ「工夫の余地」（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from <http://www.nikkei.com/article/DGXMZO90978790W5A820C1000000/>
 - ・日本創成会議・人口減少問題検討部会（2014）ストップ少子化・地方元気戦略（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from <http://www.policycouncil.jp/pdf/prop03/prop03.pdf>
 - ・日本政府観光局（2015）報道発表資料（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from http://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/20151216.pdf
 - ・Ntloko,N.J. and Swart, K. （2008） Sport tourism event impacts on the host community: a case of redbull big wave Africa. South Africa Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation., 30（2）：79-93.
 - ・Nunkoo,R. and Ramkissoon,H,. （2011） DEVELOPING A COMMUNITY SUPPORT MODEL FOR TOURISM . Annals of Tourism Research 38:964-988.
 - ・O’ Brien, D. （2007） Points of leverage: Maximizing host community benefit from a regional surfing festival. European Sport Management Quarterly, 7（2） 141-165.
 - ・岡村純（2004）質的研究の看護学領域への展開—社会調査方法論の視点から—.沖縄県立看護大学紀要,5:3-15.
 - ・岡澤和世（2011）活動理論の応用.Journal of library and information science,25:13-33.
 - ・沖縄県（2013）沖縄県スポーツ推進計画（2016, January 6）

Retrieved January, 6,2015, from

<http://www.pref.okinawa.jp/site/bunka->

[sports/sports/documents/suishinkeikaku.pdf](http://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/sports/documents/suishinkeikaku.pdf)

- ・大室悦賀（2008）組織ポートフォリオとソーシャル・イノベーションの関係.京都マネジメント・レビュー,13:93-110.
- ・大嶋晃司（2012）スポーツイベントの地域間競争と価値変容—別府大分毎日マラソンを例に. SSF スポーツ政策研究,1（1）:82-90.
- ・大谷尚（2011） SCAT:Steps for coading and Theorization-明示的手続きで着手しやすく小規模データに適用可能な質的データ分析手法.-感性工学,10（3） 155-160.
- ・Page,S.J., and Thorn,K.J.（1997） Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand: Public Sector Planning Responses. Journal of Sustainable Tourism, 5（1）:59-77.
- ・Pereira, E. C. S., Mascarenhas, M. V. M., Flores, A. J. G., and Pires, G. M. V. S.（2015） Nautical small-scale sports events portfolio: a strategic leveraging approach. European Sport Management Quarterly, 15（1） 27-47.
- ・Pham Hong Long.（2011） Perceptions of Tourism Impact and Tourism Development Among Residents of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh, Vietnam . Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities, 3:75-92.
- ・Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., and Alders, T.（2013） London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. Tourism Management,（36） 629-640.

- ・ サンドロウスキー:谷津裕子ほか訳 (2013) サンドロウスキー質的研究をめぐる 10 のキークエスチョンーサンドロウスキー論文に学ぶ.医学書院:東京.
- ・ 産経新聞 (2015) 市民マラソン大会に新たな波旅行会社とタイアップ企画も増加の一方で差別化も (2016, January 6) Retrieved January, 6,2015, from <http://www.sankei.com/sports/news/150221/spo1502210053-n1.html>
- ・ 佐々木土師 (2006) 観光の社会心理学の構築に向けて.小口孝司 (編) 観光の社会心理学.北大路書房:京都.
- ・ 佐藤郁哉 (2008) 質的データ分析法原理・方法・実践.新潮社:東京.
- ・ 下平裕之・福田進治 (2014) 古典派経済学の普及過程に関するテキストマイニング分析ー リカード、ミル、マーティノーを中心に ー.人文社会論叢社会科学篇, (31) :51-66.
- ・ Smith, Andrew (2012) Events and urban regeneration: the strategic use of events to revitalise cities. Routledge, London.
- ・ 総務省 (2014) 地方公共団体における行政評価の取組状況 (平成 26 年 3 月 25 日公表) (2016, January 6) Retrieved January, 6,2015, fromhttp://www.soumu.go.jp/iken/83106_2.html
- ・ 菅原礼・望月健一・糸野豊編著 (1977) 現代社会体育論ーその理論と展開. 不味堂出版:東京
- ・ Taks, M., Christine,G.B., Misener,L., and Chalip, L. (2014) Evaluating sport development outcomes: the case of a medium-sized international sport event. European Sport Management Quarterly, 14 (3) :213-237.
- ・ Taks, M., Green, B.C., Chalip, L., Kesenne, S., & Martyn, S.

- (2013) Visitor composition and event-related spending. The International Journal of Event and Festival Management, 7:132-147.
- ・ Taks, M., Kesenne, S., Chalip, L., and Green, C. B. (2011) Economic Impact Analysis Versus Cost Benefit Analysis: The Case of a Medium-Sized Sport Event. International Journal of Sport Finance, 6 (3) : 187-203.
- ・ 宝塚市 (2012) スポーツ振興計画 (2016, January 6) Retrieved January, 6, 2015, from <http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/kyoiku/sports/1009250.html>
- ・ 田中浩基 (2014) 市民大会の大会規模・大会継続年数が運営におけるマネジメントイシューの取り組みに及ぼす影響. 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 2013 年度修士論文
- ・ 谷本寛治 (2013) 責任ある競争力-CSR を問い直す. エヌティティ出版: 東京.
- ・ 寺島健一 (2013) (57) 組織における「ゆらぎ」の考察—ゆらぎの生成と増幅における物語の役割—. 経営学論集, 84:1-12.
- ・ Thomas, J. B., Clark, S. M., and Gioia, D. A. (1993) Strategic sensemaking and organisational performance: Linkages among scanning, interpretation, action, and outcomes. Academy of Management Journal, 36:239-270.
- ・ 筒井香 (2015) スポーツにおける力み・空回りの背景要因: ポジティブな思考に着目して. 人間文化研究科年報, 30:83-93.
- ・ 上村将人・十代田郎・津々見崇 (2014) 市民マラソン大会の運営における地域資源の活用に関する研究. 都市計画論文集, 49 (3) :285-290.

- ・ 上野栄一（2008）内容分析とは何か－内容分析の歴史と方法について－.福井大学医学部研究雑誌, 9（1・2）:1-18.
- ・ 上野栄一（2004）内容分析の歴史と質的研究の今後の課題.富山医科薬科大学看護学会誌, 5（2） 1-18.
- ・ 宇田川元一（2005）戦略論研究におけるパースペクティブ分化に関する考察：戦略論研究の課題と新たな方向性.経営戦略研究, 3:3-17.
- ・ ウヴェ・フリック:小田博志ほか訳.:（2002）質的研究入門・「人間の科学」のための方法論. 春秋社:東京.
- ・ Vanclay, F.（2002） Conceptualising social impacts. *Environmental Impact Assessment Review*, 22: 183-211.
- ・ Vanclay, F.（2004） The triple bottom line and impact assessment: how do TBL, EIA, SIA, SEA AND EMS relate to each other? *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, 6（3）: 265-288.
- ・ Waitt, G.（2003） Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30（1） 194-215.
- ・ Walo, M., Bull, A., and Breen, H.（1996） Achieving economic benefits at local events: A case study of a local sports event. *Festival Management and Event Tourism*, 4（3） 95-106.
- ・ 早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室（2015）地方自治体におけるスポーツ施策イノベーション調査報告書.早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室：東京.
- ・ 早稲田大学・電通（2011）地方自治体におけるスポーツ施策イノベーション調査報告書 早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室株式会社電通ソーシャルスポーツ・イノベーションチーム：東京.

- ・ カール・E・ワイク：遠田雄志ほか訳（2001）センスメーカーキング・イン・オーガニゼーション.文眞堂：東京.
- ・ Whitford,M.（2009） A framework for the development of event public policy: Facilitating regional development.Tourism Management,30:674-682.
- ・ Wilson,R. （2006） The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. Managing Leisure, 11（1） 57-70.
- ・ Woosnam, K. （2012） Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. Journal of Travel Research, 51（3）:315-327.
- ・ 山口志郎・山口泰雄・野川春夫（2015） 市民マラソンのイベント効果が地域住民のイベントサポートに及ぼす影響:プリ・ポスト調査を用いた比較分析. SSF スポーツ政策研究,4（1）:140-148.
- ・ 山下玲・原田宗彦（2015） スポーツツーリズムのこれから. 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構（編）スポーツツーリズム・ハンドブック学芸出版社：京都.
- ・ 横浜市（2006）横浜市スポーツ振興基本計画の策定について（最終答申）第20期横浜市スポーツ振興審議会（2016, January 6）
Retrieved January, 6,2015, from
<http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/sports/shingikai/20/saisyutousin.pdf>
- ・ 読売新聞（2015）歴史30年大会危機「天草国際トライアスロン」主催の市休止方針（2016, January 6） Retrieved January, 6,2015, from <https://database-yomiuri-co->

jp.ez.wul.waseda.ac.jp/rekishikan/viewerYomiuriNewsStart.action?objectId=vA9ko9x0buD0ZedjesjDLnevR850e%2B5lZlFd1xxlttk%3D

"・吉見憲二・樋口清秀（2012）共起ネットワーク分析を用いた訳あり市場の考察：「カニ」と「ミカン」のユーザーレビューを題材として．早稲田大学大学院国際情報通信研究科国際情報通信研究センター紀要, 31-39.

・ Ziakas, V., and Costa, C.A. （2011） The use of an event portfolio in regional community and tourism development: Creating synergy between sport and cultural Events. Journal of Sport & Tourism, 16: 149-175.

付録

