

**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-**

スポーツビジネス研究領域

5014A020-4 田上 悦史

研究指導教員：原田 宗彦教授

1. 緒言

国内においては、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おり、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。スポーツイベントの開催に大きな役割を担う地方自治体がどのような社会的効果を認知し行動しているのかを第三者の立場から把握する事は、スポーツイベントの持続可能性向上を要請される状況下において重要な意味を持つ。

このような現状に対して、センスメイキングストラテジー (Thomas, Clark, and Gioia, 1993) を援用し、センスメイキングが持つ3ステップとそれぞれのステップをつなぐプロセスについて検討を行い、国内の地方自治体の担当者がどう情報を探索し、社会的効果を認知し、そして行動しているのかを検討する。また先行研究 (Djaballah et al, 2015) であげられた研究課題であるイベント特徴毎の違いを検討する。

2. 研究目的と意義

本研究では以下の2点を目的とする。

- 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、行動したのかを質的研究を元に明らかにすること
- ②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

研究意義として以下の2点が挙げられる。

- ①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、スポーツイベント開催に携わる利害関係者への重要なインプリケーションとなる。
- ②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ツイベント及び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は貴重な知見の提供といえる。

3. 研究方法

(1) 調査概要

調査は、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を実施した。

調査時期は、2015年10月27日～11月19日である。

(2) インタビュー対象者の選定

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、1自治体に予備調査を、17自治体へ本調査を各地方自治体の所有施設内で実施した。サンプル数は、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、10～50の記述が必要 (サンデロウスキー, 2013) なことから適合したと判断した。インタビュー協力者はイベント主催者と連絡を取り、スポーツイベント関連の政策を実行している担当者で、インタビュアーは、インタビュー対象者とは無関係の人物で、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。

(3) 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行動で行った。所要時間は、1自治体あたり60分から75分程度であった。

(4) 倫理的配慮

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、口頭にて説明し協力を依頼した。面接時には、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た。さらに結果は、データの複製を絶対に行わず、研究結果は学会等で公表されることについて文書と口頭で説明を行った。

(5) 分析方法

質的研究の質的・量的の両側面から分析を行った。

①研究1：計量テキスト分析とデュアルコーディング

各ステップ内を包括的に理解するために内容分析 (計量テキスト分析) にはフリーウェアのKH Coderを用いた。計量テキスト分析により、テキスト上位5%を基準に、コード化がなされた。

②研究2：SCAT(Step for Coding and Theorization)

各ステップのつながりをみるために SCAT を行った。対象は、関東近郊の開催回数が長い自治体と地方都市の開催回数が短い2自治体が対象である。

デュアルコーディングと SCAT は、筆者を含むスポーツビジネスを専攻する大学院生2名で行った。

4. 結果

(1)研究①計量テキスト分析・デュアルコーディング

情報探索では3つのサブカテゴリーが、6つの社会的効果の要素の中で27サブカテゴリーが、行動では2つのサブカテゴリーが生成された。また社会的効果のポジティブ・ネガティブの側面と制御性については表1、2に示す。またイベントの特徴毎の結果として参加人数、開催回数、地域属性別に示すことができた。

表1 社会的効果の各要素（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	(%)	自治体数	文章数	(%)
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	1	1	0.4	0	0	0.0
	行っている競技	1	1	0.4	3	3	1.2
	街の陸上のイメージ	3	3	1.2	0	0	0.0
ウェル ビーイング	出身選手の影響	25	13	5.4	12	30	12.4
	(全体)	12	20	8.3	0	0	0.0
	地元文化の披露	0	0	0.0	8	11	4.5
	交通規制	0	0	0.0	6	7	2.9
	駐車問題	0	0	0.0	3	3	1.2
ソーシャル・ キャピタル	トイレ問題	14	46	19.0	0	0	0.0
	(全体)	7	2	0.8	0	0	0.0
	家族、近所、市民とのつながり	6	11	4.5	0	0	0.0
	一般ボランティアのつながり	2	5	2.1	0	0	0.0
	企業協力	3	4	1.7	0	0	0.0
都市再生	チャリティエントリ	15	25	10.3	2	2	0.8
	(全体)	6	7	2.9	2	2	0.8
	コース変更	3	5	2.1	0	0	0.0
	道路修繕	6	10	4.1	0	0	0.0
	公園・施設整備	16	53	21.9	7	15	6.2
人的資源	(全体)	8	13	5.4	4	4	1.7
	ノウハウの蓄積	4	6	2.5	2	2	0.8
	リーダーシップ	9	12	5.0	0	0	0.0
	相互援助	6	6	2.5	3	4	1.7
	競技団体	1	1	0.4	0	0	0.0
	企業協賛	1	1	0.4	2	3	1.2
	行政職員	1	1	0.4	1	1	0.4
	青少年教育	3	4	1.7	1	1	0.4
	一般市民	17	187	77.3	17	55	22.7
	全体	17	187	77.3	17	55	22.7

表2 社会的効果の制御性

内容	ポジティブ			ネガティブ		
	自治体数	文章数	(%)	自治体数	文章数	(%)
支援した効果	17	103	60.2	0	0	0.0
明らかになった効果	12	64	37.4	15	42	82.4
制御した効果	3	4	2.3	7	9	17.6
全体	17	171	100.0	15	51	100.0

(2)研究②SCAT(Step for Coding and Theorization)

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、各ステップのつながりは確認された。

5. 考察

2つの研究を通して、開催年数によって、都市再生や人的資源の効果が変化することが示唆された。都市再生では、短期の大会ではスティックホルダーとの折衝に関心があったが、長期の大会は、体制の不備改善や地域のイメージアップなどに関心があった。人的資源では、短期の大会では人材やアイデンティティの管理に関心があり、長期の大会ではスタッフの高齢化や人材の固定化に関心があった。それぞれマネジメントイシューの変化や、市民マラソン大会への人口減少の影響が伺えた。