

2019ラグビーワールドカップが事前キャンプ地に与えた社会的効果に関する研究

スポーツビジネス研究領域

5019A066-1 森田崇寛

研究指導教員：木村和彦教授

1.序論

近年、スポーツ合宿・キャンプ誘致を行うことによって地域活性化を期待する自治体が増加している。伊藤（2017）は、東京オリンピック・パラリンピック2020に向けて海外からのキャンプ誘致や事前キャンプなどの自治体間での誘致合戦が繰り返され、プロ野球やJリーグのプレキャンプおよび合宿に伴うスポーツ愛好者の旅行・行楽（日帰り）も年々盛んになっていると述べた。国もスポーツ合宿・キャンプ誘致に対して支援することを打ち出しており、スポーツ庁（2019）はスポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業を通してスポーツ合宿・キャンプ誘致に支援を行っている。

スポーツ合宿、キャンプ誘致が注目される中、2019年にラグビーワールドカップ日本大会（以下、「ラグビーW杯日本大会」と略す）が全国各地で開催された。大会開催に加えて、出場国が日本各地（55か所、61自治体）で事前キャンプを実施した（ワールドラグビー、2019）。ラグビーW杯日本大会終了後、総務省（2020）は大会開催地へのヒアリング、公認キャンプ地自治体に対してアンケート調査を行ったものの、事前キャンプ開催地の住民に対する調査は行われなかった。加えて、事前キャンプを受け入れた自治体では選手・チームとの交流イベント（ラグビー体験、公開練習など）が開催されたものの、交流イベントを開催したことによる効果は明らかにされなかった。海老原（1996）はイベント開催自治体における住民の反応についての議論が欠落していると指摘した。

Fredline（2005）はイベントの支持、反対の背後にある理由、ステークホルダー、地元のコミュニティのイベント成果を理解することも必要であると述べている。また広瀬（2004）はイベント主催者に対して、イベントの効果をエビデンスとして開催地域に提供することが重要であり、達成された成果の事後調査、評価、及び結果の公開

が必要となると指摘されている。そこで、事前キャンプ開催が地域住民や地域社会にどのような影響を与えているのか、地域住民や地域社会からどのように捉えられているのか把握する必要があると考える。

先行研究では、スポーツイベントの社会的効果におけるポジティブな効果として、経済活動の促進、開催都市への認知・イメージ向上、他地域との交流促進効果、異文化への興味増大、スポーツへの興味向上、スポーツ参加率の高まりが挙げられる（Kim and Petric,2005；Kaplanidou et al.,2013；Prayag et al.,2013；押見,2020）。ネガティブな効果として、交通渋滞の増加、犯罪率の上昇、開催経費の過負担が挙げられる（Kim and Petric, 2005；Kim et al.,2006；Prayag et al.,2013；Kim et al.,2015；押見,2020）。Kim and Petrick（2005）は、社会的効果に注意を払わなければ、地域住民のサポートを失う可能性があり、地域住民の社会的効果を重要視すべきだと述べている。またLorde et al.（2011）は、住民のサポートに対するイベントの影響を調査した研究は限られており、押見（2020）は社会的効果の認知や経験を意図や行動変数に結びつける検証も求められると指摘している。イベントへの支持について、Prayag et al.（2013）は、支持と総合的な態度が同じ意味で使用されていると指摘し、支持と総合的な態度を区別する必要があると述べている。また、事前キャンプに関する研究として、森田ら（2020）は東京オリンピック・パラリンピック2020競技大会の共生社会ホストタウン、先導的共生社会ホストタウン登録自治体におけるホストタウン事業の計画の内容を類型化し、その特徴を明らかにした。

2.研究目的

本研究の目的は以下の4点である。

①ラグビーW杯日本大会の事前キャンプ地における社会的効果を居住者の意識の側面から明らかにする。

②ラグビーW杯日本大会の事前キャンプ地における社会的効果は事前キャンプの総合的な態度に影響しているか明らかにする。

③事前キャンプの総合的な態度が、事前キャンプの支持に影響しているかを明らかにする。

④事前キャンプ関連イベント参加の有無によって社会的効果や態度に違いが出るのかを明らかにする。

3.研究方法

本研究ではラグビーワールドカップ2019 公認チームキャンプ地となった市町村を対象に、インターネット調査を実施した。調査対象者はインターネット調査会社に登録しており、公認チームキャンプ地となった市町村に居住している18歳以上を対象者とした。対象者の中からインターネット調査会社が無作為に500名を抽出した。調査項目について、事前キャンプの社会的効果尺度は押見(2020)総務省(2020)、杉山ら(2019)を参考に、「ラグビーへの興味・促進」(3項目)、「イメージ・認知度の向上」(3項目)、「多様性の理解・新たな機会の獲得」(4項目)、「経済活動の促進」(3項目)(以上、プラスの効果)「混乱・混雑の増加」(3項目)、「開催経費の過負担」(2項目)(以上、マイナスの効果)を設定した。事前キャンプの総合的な態度尺度はPrayag et al.(2013)より「事前キャンプの総合的な態度」(2項目)を設定した。事前キャンプの支持に関連する態度尺度として、Prayag et al.(2013)より「事前キャンプの支持」(2項目)を設定した。

4.結果と考察

2020年11月27日から11月29日までインターネット調査を行い、500名から回答が得られた。全ての回答に1と答えるなど、不備が見られた回答、信憑性が疑われる回答を除外し、最終的に333部の有効回答数を得ることが出来た。有効回答率は66.6%であった。

共分散構造分析によるパス解析を行った結果、ラグビーへの興味・促進は事前キャンプの総合的な態度へ正の影響を与えていた。つまり、ラグビーへの興味を強く感じた人ほど、事前キャンプの総合的な態度も肯定的に捉えていることが明らかになった。また、事前キャンプの総合的な態度は事前

キャンプの支持に正の影響を与えていた。この結果より、事前キャンプの総合的な態度が肯定的な人ほど、事前キャンプを支持することが明らかになった。一方で、経済活動の促進効果、イメージ・認知度の向上効果、多様性の理解・新たな機会の獲得効果と事前キャンプの総合的な態度間に有意な影響関係は認められなかった。また、混乱・混雑の増加効果、開催経費の過負担効果と事前キャンプの総合的な態度間に負の影響関係は認められなかった。

そして、事前キャンプの関連イベント参加の有無によって社会的効果、態度や支持に違いが出るのかを明らかにするため、平均値の比較を行った。その結果、経済活動の促進($p<.05$)、イメージ・認知度の向上($p<.01$)、多様性の理解($p<.05$)、ラグビーの興味・促進($p<.01$)、事前キャンプの総合的な態度($p<.01$)、事前キャンプの支持($p<.01$)の6項目で統計的に有意な差が確認された。いずれも、イベント参加者の方が不参加者よりも平均値が高い結果となった。この結果より、事前キャンプ関連イベントに参加した人が参加しなかった人よりも事前キャンプの社会的効果や事前キャンプの支持に影響していることが明らかになった。また、事前キャンプを実施する自治体では事前キャンプを誘致する際に、選手との交流イベント、公開練習といった事前キャンプ関連イベントを合わせて開催することで、より事前キャンプの効果を高めることが出来ると考えられる。

5.研究の限界と今後の課題

本研究における研究の限界として、居住者が5年未満の調査対象者において、事前キャンプ開催時に居住していたか把握できなかった。そして、質問項目において、逆翻訳プロセスを実施出来なかったことも課題である。また、一部の項目でCronbachの α 係数、AVEの基準を満たす数値ではなかった。そのため、妥当性が十分に認められる尺度を検討する必要がある。最後に回答の分布についてである。回答において、3「どちらとも言えない」が多くなった。回答者の中には、事前キャンプを開催したことを理解せずに答えた可能性が考えられる。今後の課題として、従来のメガ・スポーツイベントとは違う社会的効果の分析枠組みを検討する必要があると考えられる。