

## 学位論文要旨

2007年より開始された東京マラソンを契機に、全国各地に市民マラソンが開催されており、市民マラソンの増加に伴い、イベント間の差別化が困難になっている。市民マラソンの開催効果に関心が集まる中、実証研究に基づく科学的知見の集積が重要な課題である。また、他の市民マラソン開催地であるディスティネーションと差別化を図るためには、戦略的にディスティネーションブランディングを推進することが必要である。

ディスティネーションブランディングの研究において重要とされるのは、理論的枠組みを用いた実証研究であり、イメージの転移およびディスティネーションブランドエクイティ理論の援用が近年注目を集め、欧米諸国において実証研究の知見が散見されている。しかしながら日本においては、これらの理論を用いた実証研究は市民マラソンを対象として実施されていない。

本研究の大局的な目的は、市民マラソンにおいてイメージの転移理論とディスティネーションブランドエクイティを援用し、赤穂シティマラソン大会の社会的効果を明らかにすることであった。本研究の目的を達成するために、欧米諸国で行われたスポーツイベントの効果に関する研究動向をシステムティックにレビューし、大局的かつ客観的に総括することを目的とした。システムティックレビューの結果、1) 経済、2) 社会、3) 環境へのポジティブおよびネガティブなイベント効果があることが明らかとなった。また、スポーツイベントの効果研究においては、理論に基づく実証研究が不足していることが示された。そのため、本論文では、スポーツイベントの社会的効果に焦点を当て、2つの理論に焦点を当て実証研究を行うこととした。

実証研究①として、Gwinner (1997) のイメージの転移理論を援用し、市民マラソンにおいてイベントイメージとディスティネーションイメージが参加者の満足度及び行動意図に影響を及ぼすかを明らかにすることであり、イベント経験による調整変数の影響を検証することであった。実証研究①の結果から、イベントイメージはディスティネーションイメージと満足度に影響を及ぼすことが明らかとなり、イメージの転移理論は援用可能であることが示された。次に、ディスティネーションイメージは満足度と行動意図に正の影響を与えることが示された。さらに、イベント満足度は行動意図に正の影響を及ぼすことが明らかとなった。要因間の関係性において、イベント満足度が行動意図に与える影響は、初参加者よりリピーターの方が強いことが示された。

次に、実証研究②として、本研究では参加者視点のディスティネーションブランドエクイティを援用し、イベント満足度がディスティネーションの認知、ディスティネーションイメージ、及びディスティネーションロイヤルティに与える影響を明らかにすることを目的とした。実証研究②の結果から、イベント満足度はディスティネーションの認知に正の影響を及ぼすことが明らかとなり、ディスティネーションの認知は、ディスティネーションイメージにおける「インフラストラクチャー」、「魅力」、「価値」、「楽しみ」に正の影響を及ぼすことが示された。また、ディスティネーションイメージにおける「楽しみ」はディスティネーションロイヤルティに正の影響を及ぼすことが明らかとなった。

本研究において、学術的貢献は3点ある。1点目に、欧米諸国で行われたスポーツイベントの効果に関する研究動向をシステマティックにレビューし、スポーツイベントの効果を明確に提示できた点が挙げられる。レビュー研究を通し、欧米諸国で実施されたスポーツイベントの効果を日本で明らかにできた点は、国内でのスポーツイベント研究の貢献に寄与できたと考えられる。

2点目は、市民マラソンを事例に、イメージの転移理論を援用できた点が挙げられる。国内の文献においてイメージの転移理論の重要性は度々述べられてきたが、実証研究はほとんど行われておらず、国内のスポーツツーリズム研究では等閑視されてきた。そのため、本研究の独自性として、市民マラソンを事例としたスポーツツーリズム研究においてイメージの転移理論を援用できたことに学術的な価値があると考えられる。

3点目に、市民マラソンの文脈において、参加者視点のディスティネーションブランドエクイティを構築できた点である。本研究では、近年ツーリズム領域で注目を集めるディスティネーションブランドエクイティの概念を発展させ、参加者視点のディスティネーションブランドエクイティを構築し、実証研究を行った点に本研究の独創性と発展性があったと考えられる。

最後に、赤穂シティマラソン大会を事例とした2つの実証研究から、市民マラソンの文脈において、イメージの転移理論およびディスティネーションブランドエクイティの援用が立証されたことが、本論文における研究意義である。