

学位審査結果報告書

学位申請者名	山口 志郎	学生番号	27049009	専攻名	観光学専攻
論文題目	市民マラソンにおける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の援用：赤穂シティマラソン大会の社会的効果に着目して				
論文審査及び最終試験の成績（表記は合格又は不合格とする。）				合格	

審査委員会

主査 加藤 久美



委員 野川 春夫



委員 伊藤 央二



[論文審査の結果の要旨]

本論は、ディスティネーションブランディングの研究において近年注目されている「イメージの転移」と「ディスティネーションブランドエクイティ」に注目し、スポーツイベントにおける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、スポーツイベント（シティマラソン）の社会的効果を明らかにすることを目的とした。本論では、社会的効果のみならず、環境的効果にも言及されているが、経済効果以外への注目、または、トリプルボトムラインの一要素としての経済効果への注目は、近年SDGsなどサステナビリティへの関心が増す中で重要な視点であると言える。

現在全国各地で開催される市民マラソンは、その多くにおいて地域活性化、観光振興を目的に、スポーツツーリズムの推進が図られている。しかし、それぞれがイベントとしての独自性を図る一方、開催数の増加によりイベント間の差別化が困難になってきている。他との差別化を図るためには、科学的知見に基づくスポーツイベントの開催効果を地域内外に発信し、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。本論は、この課題を出発点とした。先行研究の体系的レビュー（システマティックレビュー）により、経済、社会、環境のポジティブ・ネガティブなイベント効果があること、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などを明らかにし、これを受け、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た実証研究を中心とすることとした。実証研究の調査対象イベントとして、「名産品」や「観光地」といった“地域性PR目的”である市民マラソン「赤穂市民マラソン」を事例対象とした。

実証研究①では、Gwinner (1997) の「イメージの転移理論」を援用し、市民マラソンにおけるマ

ラソン参加者「イベントイメージ」と「ディスティネーションイメージ」の満足度および行動意図への影響およびイベント経験による調整変数の影響について検証を行った。結果、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確認された。また、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、イベント満足度は行動意図に正の影響を及ぼすこと、さらに、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。実証研究②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、イメージ、及びロイヤルティに及ぼす影響について検証した。結果、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、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。

市民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ことが確認された。

[最終試験の結果の要旨]

最終試験(2020年1月22日、13:00~15:00@CTR コモンルーム)では、候補者による研究概要説明の後、質疑応答がなされた。審査委員会では、本研究における学術的貢献を以下のように評価した。

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整理し、スポーツイベントの効果を示したことは、日本国内でのスポーツイベント研究の発展に寄与すると考えられる。また、市民マラソンを事例に、イメージの転移理論の援用については、その重要性は多くが言及しているものの、これまで実証研究がほとんどなく、国内のスポーツツーリズム研究では等閑視されてきた。よって、スポーツツーリズム研究において、本理論を適応したことには本研究の独自性であると認められる。さらに、市民マラソンにおいて、参加者視点での理論構築と検証は欧米諸国では一部実証されているものの、国内においては行われていないことから、本研究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たことに独創性と発展性が評価される。また、査読論文を体系的に取りまとめた学位論文は、博士課程の研究として評価できることで一致した。

一方で、以下の課題が指摘された。論文題目は「スポーツイベントの社会的効果：市民マラソンを事例とした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の構築」であったが、「市民マラソンにおける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の援用：赤穂シティマラソン大会の社会的効果に着目して」とする方が適切であると指摘された。また、事例選択の趣旨のより明確な記述、各実証研究の因果関係の説明、用語の整理、また、トリプルボトムラインへの注目など、現代の観光研究に関連する社会背景への言及、また表記的改善など、より完成度の高い

論文に仕上げるための提言がなされた。これらは、論文の質を損なうものではないことから、それぞれの課題について、修正が期日までになされ、審査員の確認が得られれば「合格」とすることで合意した。

候補者は期日までに修正の対照表を作成、また修正論文を提出した。その結果、指摘箇所に十分な対応がなされたことが確認され、審査委員会ではこの修正結果をもって「合格」とすることで合意した。以上。