

<研究資料>

赤穂シティマラソンオンライン大会における のめり込みと参加意図の関連性

山口志郎^{1), 2)}, 伊藤央二^{3), 4)}

Relationships between event involvement and participation intention
at Ako City Marathon Online Event

Shiro Yamaguchi^{1), 2)}, Eiji Ito^{3), 4)}

Abstract

This study aimed to investigate the relationships between event involvement and participation intention at an online marathon in Japan. We administered an online questionnaire via e-mail to runners at the 10th Ako City Marathon Online Event held in Ako from February 20 to March 7, 2021. Data were collected from 122 runners who were at least 18 years old. To examine the relationships between event involvement and participation intention, a hierarchical multiple regression analysis was conducted with participation intention as the dependent variable, socio-demographics (gender, age, place of residence, family and household structure) as the independent variables in Step 1, and event involvement (attractiveness, centrality, social bonding) as the independent variables in Step 2. The findings showed that age was negatively related to the dependent variable. In Step 2, as in Step 1, age was found to be negatively related to participation intention, while attraction and social bonding for event involvement were positively related to participation intention. The coefficient of determination increased significantly when the event involvement was added as the independent variables, indicating its significance in explaining participation intention.

《Keywords》 event involvement, participation intention, Ako city marathon, online event

-
- 1) 流通科学大学人間社会学部 〒651-2188 兵庫県神戸市西区学園西町3-1
Faculty of Human and Social Sciences, University of Marketing and Distribution Sciences
3-1 Gakuennishimachi, Nishiku, Kobe, Hyogo, 651-2188, Japan
 - 2) ブリュッセル自由大学体育・理学療法学部
Faculty of Physical Education and Physiotherapy, Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 2, Brussels, 1050, BELGIUM
 - 3) 中京大学スポーツ科学部 〒470-0393 愛知県豊田市貝津町床立101
School of Health and Sport Sciences, Chukyo University
101 Tokodachi, Kaizu-cho, Toyota, Aichi, 470-0393, JAPAN
 - 4) 和歌山大学国際観光学研究センター 〒640-8510 和歌山県和歌山市栄谷930
Center for Tourism Research, Wakayama University
930 Sakaedani, Wakayama, 640-8510, JAPAN

1. 緒言

近年、スポーツ産業においてデジタル・トランスフォーメーション (Digital Transformation: 以下、「DX」) の流れが加速しており、2022年3月25日に策定された「第3期スポーツ基本計画」では、今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む12の施策の1つに「スポーツ界におけるDXの推進」が新たに設定された (スポーツ庁, 2022)。こうしたDX化が加速された背景には、2020年に発生した新型コロナウイルス感染症 (以下、コロナ感染症) により、人と人とのつながりや働き方、余暇の過ごし方、消費行動が大きく変化したことに起因する。また、クロスリアリティ (Extended Reality: XR) と呼ばれるVR (仮想現実) やAR (拡張現実)、MR (複合現実)、SR (代替現実) といったデジタル技術の発展や、インターネット上の3次元の仮想空間「メタバース」の活用がスポーツ産業において急速に進んだこともDX化を後押ししている。

他方、世界的なランニングブームを背景に、2010年代よりデジタル・ディスラプション (Digital Disruption) ^{注1)} が進行し、様々なデジタル技術がランニング市場に導入された (Kennelly and Filo, 2022)。2016年頃より、ウェアラブルデバイスのスマートウォッチが爆発的に普及したことが、現在のオンラインマラソンの基盤となっている (Kennelly and Filo, 2022)。ウェアラブルデバイスには、GPSが内蔵され、歩数や走行距離、心拍数、消費カロリーなどが測定される他、スマートフォンのランニングアプリ (例: Asics Runkeeper, TATTA) と連携させることにより、トレーニングの効果は最大化される。例えば、Asics Runkeeperは走行距離や速度、スプリット、ペース、カロリーなどワークアウトの記録が保存できる他、GPS追跡によるトレーニングをリアルタイムで可視化することができる (ASICS, n.d.)。また、一人一人の目標設定に応じてトレーニングメニューが提供され、個人の記録はアプリ内で仲間と共有される。こうしたウェアラブルデバイスやアプリケーションの進化が、今日のランニング市場を支えている。

そうした社会背景の中、2020年コロナ感染症の流行に伴い、市民マラソンは相次いで中止または延期され、その代替措置として普及したのがオンラインマラソンである。2020年3月に名古屋ウィメンズマラソンがTATTAを用いてオンラインマラソンを開催したのを皮切りに、その後全国各地に広まった (日本経済新聞, 2020)。オンラインマラソンは個人が遠隔で参加しながら、ウェアラブルデバイスで記録された走行距離やタイムをランニングアプリに保存し、そのデータを主催者に送付することで、完走を証明する仕組みである。オンラインマラソンは、コロナ感染症のリスクを軽減しながら、参加者がいつでもどこでも参加

することができ、アプリ上で参加者同士が走行距離やタイムを競うことができる点がメリットとして挙げられる。一方で、オンラインマラソンは個人が自由な時間や場所でランニングを行うため、イベントの非日常感や達成感が味わいにくい点から、参加者のモチベーションの維持が難しい点がデメリットとしてある。

本研究の対象イベントである第10回赤穂シティマラソンオンライン大会 (以下、赤穂オンラインマラソン) では、DISTRICT (ディストリクト) と呼ばれるアプリを使用し、参加者が兵庫県赤穂市の指定されたコースを、イベント期間中いつでも走ることができる大会方式を採用した。他のオンラインマラソンとは異なり、赤穂オンラインマラソンの参加者は兵庫県赤穂市を訪問し、各自の判断でイベントに参加することが求められたため、イベント期間中の参加回数も含め、どの程度参加者が赤穂オンラインマラソンにのめり込んでいたのかを把握することが重要であった。そのため、本研究ではレジャー学から発展し、昨今「参加型」スポーツイベントの文脈で検証され始めている、イベント参加に対するのめり込みの概念 (児嶋・伊藤, 2019; Ito and Hikoji, 2021) を測定することとした。本研究の実施にあたり、単に赤穂オンラインマラソンに対するのめり込みを測定するのではなく、次年度の参加意図 (再参加、口コミ含む) を含め検証することにより、次回大会の開催を検討する上での重要なマーケティングデータになることが想定される。よって、本研究では、イベント参加に対するのめり込みと参加意図の関連性を調査することとした。

これまでスポーツイベントを対象に、のめり込みに関する研究は実施されてきたが (児嶋・伊藤, 2019; Ito and Hikoji, 2021)、参加意図との関連性を検証した研究は行われていない。また、オンラインマラソンの研究はいくつか行われているが (藤田, 2021, 2022)、実際に参加したランナーから得られたデータをもとに実証研究を行ったものは皆無である。そこで本研究では、赤穂オンラインマラソン参加者のイベント参加に対するのめり込みと参加意図の関連性を検証することを目的とした。

2. 先行研究の検討

欧米のレジャー学において、余暇・レジャー活動へののめり込みに関する研究は1990年頃から着目され始めた (e.g., Havitz and Dimanche, 1990; McIntyre, 1989)。のめり込み (involvement) ^{注2)} とは、自己とレジャー活動の認知的な結びつきの強さ (程度) のことであり、個人がどの程度特定のレジャー活動に自分自身を捧げているかということを示す概念である (Kyle et al., 2003)。レジャー活動に対するのめり込みは、個人の欲求、目的、価値観がレジャー活動の性

質や便益と一致した場合に生じるとされている (Celsi and Olson, 1988). 例えば, Heo et al. (2013) はシニアオリンピックゲームズに参加した高齢者をのめり込み度に基づき高・中・低の3グループに分類し, のめり込み度の高いグループほど人生満足度が高いことを明らかにしている. 加えて, のめり込みの定義から容易に推察されるように, レジャー活動へののめり込みはその活動への行動意図にも関連していることが示唆されている. Kim et al. (1997) は, 野鳥観察関連活動 (野鳥観察, 野鳥観察場所への訪問, 野鳥観察イベントへの参加) を対象に調査を行い, のめり込み度 (特に行動的側面) が高まれば, それらの活動の行動意図も高まることを明らかにしている. エアロビクスプログラムの参照価格と情報伝達の関連性に着目した McCarville et al. (1993) の実験研究でも, 心理的側面ののめり込み度の高いグループと低いグループを比較し, 高いのめり込み度がエアロビクスプログラムの参加状況と将来的な参加意図の指標になりうることを報告している.

国内においてもスポーツへののめり込みの研究の知見は, スポーツ活動 (坂口・菊池, 2001) やスポーツ観戦 (井上ほか, 2018) など, さまざまな文脈で蓄積されてきた. そのなかでも本研究と同様に「参加型」スポーツイベントを対象にした研究では, マスターズ大会参加者のイベント参加へののめり込みと東アジア文化圏に特有な相互協調的幸福感 (社会や他者との協調を通して得られる幸福感: Hitokoto and Uchida, 2015) との関連性に焦点が絞られ, レジャー参加パターン間 (児嶋・伊藤, 2020) や大会レベル間 (Ito and Hikoji, 2021) で比較検討が行われている. 児嶋・伊藤 (2019) の研究では, 過去のスポーツ経験を基に4つのレジャー参加パターン (継続型, 追加型, 変更型, 開始型) 間で, 魅力 (イベント参加に関わる重要性や喜び), 中心性 (他の活動との比較に基づくイベント参加の価値), 社会的絆 (イベント参加を通じた他者との社会的つながり) ののめり込み3要因と相互協調的幸福感の関連性を検討している. 重回帰分析の結果から, 変更型を除き, 全体的に3要因ののめり込み度が高い大会参加者ほど, 相互協調的幸福感が高いことが報告されている. Ito and Hikoji (2021) は国内マスターズ大会参加経験者と国外マスターズ大会参加経験者間での比較を行い, のめり込みの魅力要因は両グループともに相互協調的幸福感にポジティブな関連性を示していたのに対し, 社会的絆要因は国内マスターズ大会参加経験者のみでポジティブな関連性を示していたことを明らかにしている.

このように, のめり込みの視点から幸福感との関連性は研究されてきたが, 「参加型」スポーツイベントにおいて非常に重要な参加意図との関連性は検討されていない. そこで, Kim et al. (1997) と McCarville

et al. (1993) の研究結果および児嶋・伊藤 (2019) と Ito and Hikoji (2021) ののめり込み3要因を踏まえ, 赤穂オンラインマラソンを対象とした以下の3つの仮説を設定した.

仮説1: 赤穂オンラインマラソンにおける魅力と参加意図にはポジティブな関連性がある.

仮説2: 赤穂オンラインマラソンにおける中心性と参加意図にはポジティブな関連性がある.

仮説3: 赤穂オンラインマラソンにおける社会的絆と参加意図にはポジティブな関連性がある.

3. 研究方法

3.1. 調査対象: 赤穂オンラインマラソン

赤穂シティマラソン大会 (以下, 赤穂シティマラソン) は, 「スポーツ都市宣言のまち」として市民の健康増進を図ると共に, 兵庫県赤穂市の魅力発信や全国のランニング・マラソン愛好家との交流, 市民と協働したまちづくりを推進するために, 2010年より大会が開催されている (山口・伊藤, 2020). 本調査を実施した第10回大会は, コロナ感染症の影響により, 通常の市民マラソンの開催が困難になったことから, コロナ感染症禍での「新たな日常」を目指すことを目的に, 通常の赤穂シティマラソンの一環としてオンラインマラソンが開催された. そのため, 大会名称は, これまでの赤穂シティマラソンを継承する形で, 「第10回赤穂シティマラソンオンライン大会」となっている.

赤穂オンラインマラソンでは, DISTRICT と呼ばれるフィットネスアプリを用いて, 赤穂市内の設定されたコースと競技種目に基づき, 参加者がイベント期間中にいつでも走行できる大会方式を採用した. 設定されたコースは, 赤穂市内のA) 千種川河川敷コース (1周約2.9km), B) 赤穂海浜公園コース (1周約2.8km), C) 赤穂城南緑地コース (1周約1.0km) であり, これらのコースは通常の赤穂シティマラソンのコースの一部が採用されている. 競技種目は (1) 60分完走, (2) 40分完走, (3) 20分完走であり, オプション種目としてプレイグラウンドマラソンが設けられた. プレイグラウンドマラソンとは, 赤穂市内のエリア内に点在するチェックポイントを回りながら課題をクリアしていきポイント数により順位を決める種目である. イベント開催期間中に, 参加者はエントリーした競技種目において設定された3つのコースを選択しながら走行し, 時間内に走った距離がアプリ上に記録される. 開催期間中であれば何回でも参加可能であり, 制限時間を設定し, 時間内に走った距離が記録される.

イベント日時は2021年2月20日から3月7日の15日間であり, コロナ感染症拡大防止の観点から,

参加資格は兵庫県及び岡山県備前市の居住者に限定された。その結果、申込者数は432名であり、出走者数は338名であった。一方、出走者の参加回数は1,123回であり、平均参加回数は3.32回であった。表1には、赤穂オンラインマラソンにおける申込者数、出走者数、及び参加回数を示した。

3.2. 調査概要

本研究では、赤穂オンラインマラソンの18歳以上の参加者を調査対象とした。本調査には、オンライン調査法を用いた。大会終了4日後に、赤穂シティマラソン大会実行委員会事務局より、全参加者に対して「第10回赤穂シティマラソンオンライン大会ご参加の皆様へ」というタイトルの電子メールが一斉送信された。この電子メールには、調査の趣旨とオンライン調査のウェブページのURLリンクが記載された。オンライン調査ウェブページのタイトルは、「第10回赤穂シティマラソンオンライン大会参加者調査」とし、冒頭の説明文には、「第10回赤穂シティマラソン大会オンライン大会に参加された皆様のご意見をお伺いし、今後のイベント運営の基礎資料を得ることを目的としています」といった文言を明記した。ウェブページの作成にはSurveyMonkeyを使用した。調査期間は2021年3月11日（木）から3月19日（金）の8日であり、回収数は126票、有効回答数は122票（有効回答率：96.8%）であった。

調査項目は、参加者の属性として年齢、性別、世帯・家族構成、職業、居住地（赤穂市内、赤穂市外）、過去の通常の赤穂シティマラソンへの参加回数、及びランニング経験年数を尋ねた。イベント参加に対するのめり込みに関して、先行研究（児嶋・伊藤, 2019; Ito and Hikoji, 2021）の3要因（魅力、中心性、社会的絆）各3項目を援用した。参加意図については再参加と口

コミを測定し、Koo et al. (2014) の尺度を参考に、「私は、将来赤穂シティマラソンに再び参加する」、「私は、友人もしくは家族に赤穂シティマラソンへの参加を勧める」の計2項目を設定した。のめり込みと参加意図の測定には、「全くそう思わない」から「非常にそう思う」までの5段階のリッカートタイプ尺度を用いて尋ねた。

3.3. 分析方法

はじめに調査対象者の属性について単純集計を行った。次に、のめり込みと参加意図の平均値、標準偏差、及びアルファ係数を算出した。最後に、のめり込みと参加意図の関連性を検証するために、参加意図を従属変数、属性における性別（ダミー変数：0 = 男性, 1 = 女性）、年齢（連続変数）、居住地（ダミー変数：0 = 赤穂市内, 1 = 赤穂市外）、世帯・家族構成（ダミー変数：0 = 独身, 既婚・子どもなし, 1 = 既婚・子どもあり）をStep 1の独立変数、のめり込みにおける魅力、中心性、社会的絆をStep 2の独立変数とした階層的重回帰分析を行った。分析には、IBM SPSS Statistics 23.0を用いた。

4. 結果

4.1. 調査対象者の属性

本研究における調査対象者の属性に関して、「男性」が80.3%（98人）、「女性」が19.7%（24人）となっており、男性が約8割を占めている。年齢については、「50歳代」が最も多く、次いで「40歳代」であり、平均年齢は48.5歳であった。世帯・家族構成に関しては、「既婚・子どもあり」が74.6%（91人）、「独身」が13.1%（16人）、既婚・子どもなしが12.3%（15人）となっており、既婚者が約9割を占めている。職業において

表1. 赤穂シティマラソンオンライン大会における申込者数、出走者数、及び参加回数

競技種目	申込者数	出走者数	参加回数	平均参加回数
20分男子	106名	74名	258回	3.49回
20分女子	56名	46名	91回	1.98回
40分男子	33名	22名	59回	2.68回
40分女子	12名	9名	14回	1.56回
60分男子	156名	130名	276回	2.12回
60分女子	58名	50名	117回	2.34回
プレイグラウンドマラソンのみ	9名	7名	308回	44.0回
合計	432名	338名	1,123回	3.32回

Notes. プレイグラウンドマラソン男子：申込者数298名、出走者数72名

プレイグラウンドマラソン女子：申込者数134名、出走者数46名

プレイグラウンドマラソン合計：申込者数432名、出走者数118名

は、「会社員」が51.2% (62人)と最も多く、次いで「公務員」が20.7% (25人)であった。居住地に関しては、「赤穂市内」が51.6% (63人)であり、「赤穂市外」が48.4% (59人)であった。今大会を含めたこれまでの赤穂シティマラソンへの参加回数については、「初参加」が26.2% (32人)と最も多く、次いで「2回目」が16.4% (20人)であり、平均参加回数は3.7回であった。ジョギング・ランニング経験年数については、「1年」が13.9% (17人)と最も多く、次いで「5年」と「10年」が11.5% (14人)であり、平均経験年数は8.7年であった。

4. 2. 仮説の検証

表2にはのめり込みと参加意図における単純集計の結果を示した。のめり込みのクロンバック係数は、魅力が.93、中心性が.87、社会的絆が.80であり、一般的な基準値である.70以上を上回ったことから (Nunnally and Bernstein, 1994)、のめり込み尺度の信頼性は確認された。一方、参加意図のクロンバック係数は.68とやや低い値を示しているものの、.60以上でも許容できる値ということが過去の先行研究 (Wim et al., 2008) でも示されていることから、参加

意図の信頼性は許容範囲とし、本尺度を用いて後の分析を行うこととした。

表3にはのめり込みの3要因(魅力、中心性、社会的絆)を独立変数に、参加意図を従属変数に設定した階層的重回帰分析の結果を示した。Step 1の重回帰分析のモデルは有意ではなかったが ($F = 1.45, n.s.$)、Step 2の重回帰分析のモデルは有意な値を示した ($F = 19.51, p < .01$)。Step 2の独立変数をみると、年齢 ($\beta = -.14, p < .05$) が参加意図に対してネガティブに関連していることが明らかとなり、またのめり込みにおける魅力 ($\beta = .62, p < .01$) と社会的絆 ($\beta = .17, p < .05$) が参加意図にポジティブな関連性を示した。一方で、のめり込みにおける中心性 ($\beta = .01, p > .05$) は参加意図に関連性がないことが明らかになった。よって、仮説1、3は採択され、仮説2は棄却された。

さらに、のめり込みを独立変数に加えることにより決定係数 (R^2) が有意に増加したことから、参加意図の説明におけるのめり込みの重要性が示された。なお、多重共線性の確認には、VIF (Variance Inflation Factor) を用いた結果、各変数においてVIFは5を超えなかったことから、多重共線性には問題がないと判断した。

表2. のめり込みと参加意図における単純集計の結果

	<i>M</i>	<i>SD</i>
魅力 ($\alpha = .93$)	3.96	.74
赤穂シティマラソンへの参加は最も楽しい活動の一つだ	4.04	.75
赤穂シティマラソンへの参加は私を最も満足させる活動の一つだ	3.93	.78
赤穂シティマラソンへの参加は私にとって重要である	3.90	.84
中心性 ($\alpha = .87$)	2.85	.89
赤穂シティマラソンへの参加は私の人生の中で中心的な役割を持つ	3.06	.96
他の活動に変えられないほど赤穂シティマラソンへの参加が好きだ	3.07	1.03
私の人生のほとんどが赤穂シティマラソンに参加することで形成されていると思う	2.43	1.01
社会的絆 ($\alpha = .80$)	3.20	.95
赤穂シティマラソンへの参加は友人と一緒にいる機会になる	3.25	1.17
赤穂シティマラソンへの参加を通じて多くの友人と知り合える	2.93	1.20
友人と赤穂シティマラソンの参加について話すことが楽しい	3.43	.98
参加意図 ($\alpha = .68$)	4.29	.67
私は、将来赤穂シティマラソンに再び参加する	4.48	.63
私は、友人もしくは家族に赤穂シティマラソンへの参加を勧める	4.09	.88

Notes. 本オンラインアンケート調査では、タイトルに「第10回赤穂シティマラソンオンライン大会参加者調査」、説明文に「第10回赤穂シティマラソン大会オンライン大会に参加された皆様のご意見をお伺いし、今後のイベント運営の基礎資料を得ることを目的としています」といった文言を明記している。

表3. 階層的重回帰分析の結果

独立変数	Step 1		Step 2	
	β	t 値	β	t 値
参加意図 (従属変数)				
属性				
性別 ^a	-.09	-.93	-.06	-.86
年齢 ^b	-.23*	-2.28	-.14*	-2.06
居住地 ^c	-.03	-.38	.02	.39
世帯・家族構成 ^d	.09	.93	.08	1.09
のめり込み				
魅力			.62**	7.26
中心性			.01	.11
社会的絆			.17*	2.25
R^2	.05		.55	
R^2 変化量	.50**			

Notes. * $p < .05$, ** $p < .01$

^a ダミー変数. 0 = 男性, 1 = 女性

^b 連続変数

^c ダミー変数. 0 = 赤穂市内, 1 = 赤穂市外

^d ダミー変数. 0 = 独身, 既婚・子どもなし, 1 = 既婚・子どもあり

5. 考察

本研究では、仮説1「赤穂オンラインマラソンにおける魅力と参加意図にはポジティブな関連性がある」および仮説3「赤穂オンラインマラソンにおける社会的絆と参加意図にはポジティブな関連性がある」において両仮説とも採択された。Ito and Hikoji (2021)によると、国内マスターズゲームズ大会参加者は、イベント参加に対するのめり込みにおける魅力と社会的絆が相互協調的幸福感にポジティブに関連していることを明らかにしている。本研究との従属変数の違いはあるものの、イベント参加に対するのめり込みの重要性が赤穂オンラインマラソンにおいて支持されたといえる。具体的には、自発的動機に関連する魅力 (Kyle et al., 2006) はもちろんのこと、周囲との関係性から自己を定義づける相互協調的自己観 (Markus and Kitayama, 1991) が共有される日本では、社会的絆もイベント参加にとって重要な要因となることが確認された (Ito and Hikoji, 2021)。

加えて、Kim et al. (1997) と McCarville et al. (1993) の研究結果同様、全体的にのめり込み度が高まれば、参加意図が高まることが示唆された。これは、「するスポーツ」においてランニングへののめり込みが人生満足度 (Sato et al., 2016, 2018) やイベント愛着 (岡安, 2021) に、そして「みるスポーツ」においてバスケットボールへののめり込みが行動意図に直接影響を与えることが明らかにされており (Chiu et al., 2019)、本研究ではそれらの先行研究を支持する結果に至った。つまり、イベント参加を通じて、ランナーが赤穂オンラインマラソンに魅力を感じ、友人との社会的絆を認識すれば、通常の赤穂シティマラソンに再び参加したい、通常の赤穂シティマラソンの参加を友人または家族に勧めたい、といった参加意図が高まる可能性がある。

対照的に、仮説2「赤穂オンラインマラソンにおける中心性と参加意図にはポジティブな関連性がある」は棄却された。イベント参加に対するのめり込みにおける中心性が参加意図に対して関連が示されなかった

理由として、参加者はあくまで通常の市民マラソンの代替としてオンラインマラソンに参加している可能性が示唆される。また、通常のマラソン大会とは異なり、開催期間中にいつでも参加できるといったオンラインマラソン特有の柔軟性が中心性に影響したのかもしれない。

6. 結 論

本研究の目的は、赤穂オンラインマラソン参加者のイベント参加に対するのめり込みと参加意図の関連性を検証することであった。本研究の目的を達成するために、赤穂オンラインマラソンに参加した18歳以上の参加者を対象に、オンライン調査を実施し、122名から有効回答を得て、分析を行った。先行研究の知見に基づき、仮説を設定し、階層的重回帰分析による検証を行った。オンライン調査の結果から、イベント参加に対するのめり込みにおける魅力と社会的絆が参加意図に対して、統計的にポジティブな関連性があることが明らかとなった。

この結果から、本研究における理論的な貢献として、イベント参加に対するのめり込みの概念を赤穂オンラインマラソンの文脈に適応できた点が挙げられる。これまでイベント参加に対するのめり込みに関する研究は、国内外のマスターズゲームズ参加者を対象に調査が実施されてきた（児嶋・伊藤, 2019, 2020; Ito and Hikoji, 2021）。しかしながら、他の「参加型」スポーツイベントにおいてのめり込みの概念の検証は行われてこなかったことから、本研究を通じて赤穂オンラインマラソンの文脈で検証できた点は理論的貢献にあたる。加えて、実践的意義として、コロナ感染症の影響により、オンラインイベントの需要が高まる中、赤穂オンラインマラソン参加に対するのめり込みと参加意図の関連性を実証できた点は本論文の重要な貢献といえる。

次に、本研究における主要な限界3点を述べることにする。1つ目の研究の限界として、本研究は赤穂オンラインマラソンにおけるケーススタディであるため、本研究で得られた知見が他のオンラインマラソンにおいて適応できるとは限らない点である。特に、本イベントで用いられたアプリ（DISTRICT）は他のランニングアプリ（例：Asics Runkeeper, TATTA）と異なり、参加者は現地を訪問しながら、指定されたコースをイベント期間中走行することを前提としている。そのため、今後は他のランニングアプリを用いたオンラインマラソンにおいて、イベント参加に対するのめり込みを測定する必要があるだろう。2つ目の研究の限界として、本研究における従属変数は再参加と口コミを含む参加意図を測定しており、実際の行動に基づく変数ではないという点である。したがって、今

後はオンラインマラソン終了後、参加者がランニングを継続しているか、また次年度の通常の赤穂シティマラソンまたはオンラインマラソンに再び参加したかなど、実際の行動変数を縦断的研究として検証することが望まれる。3つ目の研究の限界として、本研究におけるイベント参加に対するのめり込みを評価することの妥当性である。赤穂シティマラソンは今回のオンラインマラソンを含め過去に10回イベントが開催されているが、今回の調査対象者の平均参加回数は3.7回であり、比較的赤穂シティマラソンへの参加経験が浅いランナーが多い。また、オンラインマラソンとして赤穂シティマラソンが開催されたのは、今回が初めてであったことから、参加者によってはイベント参加に対するのめり込みを評価することが困難であった可能性がある。特に、「魅力」や「中心性」といった因子の項目を評価することへの妥当性は検討の余地が残されている。そのため、今後はイベント参加に対するのめり込みの質問項目を再検討すると共に、のめり込みを測定する際の対象イベントについても慎重に選定することが必要である。最後に、今後スポーツ界でのDX化はより進むことが予想されるため、本研究の知見がスポーツツーリズムの推進ならびにスポーツイベント主催者に寄与する一資料なれば幸いである。

謝辞

本論文の作成にあたり、多大なるご尽力を賜りました赤穂市教育委員会スポーツ推進課の皆様にご礼申し上げます。また、本論文の審査過程において有益なご助言をいただきました、査読者2名の先生方ならびに編集委員長の伊藤克広先生に感謝申し上げます。

注釈

- 1) デジタル・ディスラプションとは、デジタル・テクノロジーによる既存の産業を根底から揺るがし、崩壊させてしまうような革新的なイノベーションのことである（新倉, 2022）。
- 2) 国内の多くの研究では、involvementを関与と訳しているが、本研究では「のめり込み」と訳し、用語を統一した。関与は「ある物事に関係すること。かかわること。」（新村, 2018, p. 679）と非常に一般的かつ抽象的であるのに対し、のめり込むは本文で紹介したinvolvementの定義（Kyle et al., 2003）と合致する「ある物事に抜け出せないほど深く入り込む。」（新村, 2018, p. 2294）という意味を持つためである。

文献

- 赤穂シティマラソン大会実行委員会事務局 (n.d.)
<https://akocity-marathon.com/> (参照日:2023年5月11日)
- ASICS (n.d.) <https://runkeeper.com/ja/> (参照日:2023年5月11日)
- Celsi, R. L. and Olson, J. C. (1988) The role of involvement in attention and comprehension processes. *Journal of Consumer Research*, 15(2): 210-224.
- Chiu, W., Won, D., and Leng, H. K. (2019) The relationship between sport involvement, perceived event prestige, and the intention to attend annual spectator events: Moderating effects of gender and past experience. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(5): 1405-1421.
- 藤田美幸 (2021) オンラインスポーツツーリズムにおける参加動機と開催地への愛着に関する研究:『東北みやぎオンライン復興マラソン』と『名古屋ウィメンズマラソン2020』の事例から. *地域活性化研究*, 14: 135-141.
- 藤田美幸 (2022) バーチャルマラソン大会における健康スポーツ行動の関与度別の比較研究: ケーススタディ「微笑みの国を歩いて, 走って, 旅気分! Virtual Fun in Thailand」. *新潟国際情報大学経営情報学部紀要*, 5: 39-50.
- Heo, J., Stebbins, R. A., Kim, J., and Lee, I. (2013) Serious leisure, life satisfaction, and health of older adults. *Leisure Sciences*, 35(1): 16-32.
- Hitokoto, H. and Uchida, Y. (2015) Interdependent happiness: Theoretical importance and measurement validity. *Journal of Happiness Studies*, 16: 211-239.
- 井上尊寛・松岡宏高・吉田政幸・蔵榊利恵子 (2018) スタジアムにおけるスポーツ観戦関与. *スポーツマネジメント研究*, 10(1): 41-58.
- Ito, E. and Hikoji, K. (2021) Relationships of involvement and interdependent happiness between domestic and international Japanese masters games tourists. *Annals of Leisure Research*, 24(2): 262-268.
- Kim, S. S., Scott, D., and Crompton, J. L. (1997) An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 29(3): 320-341.
- Koo, S. K., Byon, K. K., and Baker, T. A. (2014) Integrating event image, satisfaction, and behavioral intention: Small-scale marathon event. *Sport Marketing Quarterly*, 23(3): 127-137.
- 児嶋恵伍・伊藤央二 (2019) レジャー参加パターン間におけるマスターズ大会参加者の大会参加へののめり込み度と相互協調的幸福感の関連性について: オンライン調査を用いた事例研究. *生涯スポーツ学研究*, 16(1): 11-20.
- 児嶋恵伍・伊藤央二 (2020) 国外マスターズ大会日本人参加者のレジャー参加パターン間における大会参加に対するのめり込み度と相互協調的幸福感について: アジアパシフィックマスターズゲームズ2018ペナン大会参加者に着目して. *イベント学研究*, 4(1): 27-38.
- Kennelly, M. and Filo, K. (2022) Virtual participatory sport events. In: Naraine, M. L., Hayduk III, T., and Doyle, J. P. (eds) *The Routledge handbook of digital sport management*. Routledge, pp. 76-90.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., and Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3): 249-273.
- Kyle, G. T., Absher, J. D., Hammitt, W. E., and Cavin, J. (2006) An examination of the motivation: Involvement relationship. *Leisure Sciences*, 28(5): 467-485.
- Markus, H. R. and Kitayama, S. (1991) Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98: 224-253.
- McCarville, R. E., Crompton, J. L., and Sell, J. A. (1993) The influence of outcome messages on reference prices. *Leisure Sciences*, 15(2): 115-130.
- 日本経済新聞 (2020) ITが変えるランニング: リモート大会で「密」回避・コースで「お絵描き」. 2020年10月3日日本経済新聞夕刊.
- 新倉佳樹 (2022) デジタル・トランスフォーメーション. *知能と情報*, 34(1): 33.
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994) *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- 岡安功 (2021) ランナーによるランニング関与の自己評価とイベント愛着の関連性: 市民マラソンの参加者に着目して. *スポーツ産業学研究*, 31(1): 53-63.
- 坂口俊哉・菊池秀夫 (2001) スポーツ活動における関与と測定尺度の開発: 日本語版 Involvement Profile の作成と検討. *スポーツ産業学研究*, 11(2): 11-22.
- Sato, M., Jordan, J. S., and Funk, D. C. (2016) A

- distance-running event and life satisfaction: The mediating roles of involvement. *Sport Management Review*, 19(5): 536-549.
- Sato, M., Jordan, J. S., Funk, D. C., and Sachs, L. S. (2018) Running involvement and life satisfaction: The role of personality. *Journal of Leisure Research*, 49(1): 28-45.
- 新村出編 (2018) 広辞苑第七版. 岩波書店: 東京.
- スポーツ庁 (n.d.) スポーツ界における DX の推進.
https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/jsa_00002.html (参照日: 2023 年 5 月 11 日)
- Wim J., Katrien W., Patrick D. P., and Patrick V. K. (2008) *Marketing research with SPSS*. Prentice Hall.
- 山口志郎・伊藤央二 (2020) 市民マラソンにおけるイベント満足度がディステイネーションの認知, イメージ, 及びロイヤルティに与える影響: 参加者視点のディステイネーションブランド・エクイティの構築. *スポーツ産業学研究*, 30(1): 13-30.

2023 年 2 月 20 日受付
2023 年 5 月 11 日受理