

博士学位論文審査報告書

大学名 早稲田大学
研究科名 スポーツ科学研究科
申請者氏名 弓田 恵里香
学位の種類 博士（スポーツ科学）
論文題目 スポーツイベント参加者の意思決定プロセス：消費者知識の精通性に着目して
The Decision Making Process of Sport Event Participants : Focusing on Familiarity of Consumer Knowledge

論文審査員 主査 早稲田大学教授 原田 宗彦 博士（Ph. D.）（ペンシルバニア州立大学）
副査早稲田大学准教授 作野 誠一 博士（学術）（金沢大学）
副査 早稲田大学教授 松岡 宏高 博士（Ph. D.）（オハイオ州立大学）

本論文は、「なぜスポーツイベント参加者は、同じイベントに参加し続けるのか？」という疑問を、消費者研究やツーリズム研究で重視される消費者知識の概念を用いて解明することを目的としている。他の選択肢があるにも関わらず、たとえ遠方であっても毎年同じイベントに足を運ぶ参加者がいるが、その意思決定プロセスに関しては、十分な知見が得られている訳ではない。よってスポーツイベント参加者の消費者知識と意思決定の関係性を明らかにすることによって、継続性と再参加者の確保を課題とするイベント主催者に対して、マネジメント面での新しい知見を提供することが可能となる。

本論文では、目的の達成に向けて、研究ⅠとⅡを設定している。研究Ⅰでは、スポーツイベント参加者の精通性知識を「消費場面」である大会精通性と「消費場所」である開催地精通性の両側面から概念化し、測定尺度の開発を行った。調査対象は、スポーツイベントによって地域活性化を目指す地域で開催されたマラソンイベントの参加ランナーであり、予備調査として、宮城県柴田町で開催された柴田さくらマラソンと宮城県仙台市で開催された仙台湾国際ハーフマラソンでアンケート調査を行った。本調査では、福島県二本松市で行われたロードレース参加者を対象とした。分析の結果、2因子6項目の精通性に関する測定尺度の有用性が確認され、以後の分析に使用することが可能となった。

研究Ⅱでは、参加者の精通性レベルの高低が、意思決定プロセスにどのような影響を与えるかを確認するとともに、満足度および行動意図と精通性の関係を調べた。データは、秋田県男鹿市で実施された日本海メロンマラソンで行ったアンケート調査から抽出した。それぞれの分析には、地元参加者を除き、開催地以外から参加している参加者のデータを用いた。

精通性レベルの高低群の参加状況に関しては、高群が低群に比べて再参加者の割合が有意に高いことが明らかにされた。また参加動機については、大会精通性と開催地精通性共に高群の方が低群よりも開催地経験因子の平均値が高く、開催地でのさまざまな経験を求めていることが明らかになった。

ツーリストの意思決定プロセスにおける情報探索やデスティネーションイメージ評価に

においても、高群が低群に比べてより多くの情報を探索していることが示され、デスティネーションイメージも有意に高い評価を行っていることが明らかとなった。満足度と行動意図についても、精通している参加者ほど大会及び開催地に満足する傾向にあり、大会への再参加や開催地への再来訪意図も高いことが分かった。満足度と行動意図の関係性に精通性が与える影響については、多母集団同時分析を実施し、その結果、高低群のパス係数に有意な差は見られず、スポーツイベント参加者の精通性は、この2変数間の関係性には影響を与えないことが示された。

本論文では、一般消費者やツーリストにおいて重視される消費者知識の概念を用いてスポーツイベント参加者の意思決定プロセスを検証したが、その結果、精通性は意思決定において重要な判断材料となる情報や、デスティネーションイメージと関係性があり、購買後の意思決定で重視される満足度や行動意図とも関係性があることが明らかにされた。しかし、ツーリストを対象とした研究 (Horng et al., 2012) とは異なり、スポーツイベント参加者の精通性は満足度と行動意図の関係性には影響を与えないことも明らかにされた。

なお、本論文の内容に関連する原著論文は下記の通りである。

弓田恵里香、原田宗彦 (2015) スポーツイベント参加者のデスティネーションイメージが評価、満足度、行動意図に及ぼす影響：参加型スポーツイベントのスポーツツーリストに着目して。観光研究, Vol. 27 (1) :101-113.

本論文では、スポーツイベント参加者の精通性と意思決定の関係性について幾つかの新しい知見を得ることができた。第一に、参加者はどのスポーツイベントに参加するかを検討する際、「消費場面」であるマラソン大会と「消費場所」となる開催地の両側面を認知しているが、精通性の高い参加者ほど、情報探索が盛んであることが判明した。よって、主催者や開催地は、参加者が意思決定するための判断材料となる情報を提供することの重要性が示唆された。

第二に本論文では、スポーツイベント参加者特有の精通性と意思決定の関係性が明らかにされた。一般に、レジャーやアウトドアを楽しむスポーツツーリストは、いつ・どこで・何をするかなど、計画段階から選択肢が多く自由度も高い。しかし、スポーツイベント参加者の場合、イベントの開催日時や場所や内容は、主催者によってあらかじめ決められており、必ずしも現地の情報にすべて精通した上で意思決定を行うという状況ではない。またマラソンのように、スポーツ消費特有の感動や達成感という感情的側面が、(知識を含む) 認知的側面よりも強くレース直後の評価に影響する可能性も高い。その一方で、精通性と満足度及び行動意図の関係性は確認されており、今後調査を実施するタイミングを工夫するなど研究方法を再検討することで新たな結果が得られる可能性はある。

このように、精通性と意思決定の関係性において、さらなる検証が必要となるが、本論文では、これまで未着手だったスポーツ消費者の消費者知識に着目した点と、精通性が情報探索やデスティネーションイメージ評価、満足度や行動意図と関係性があることを示した点において高く評価される。

以上のことをふまえ、本論文が博士 (スポーツ科学) の学位を授与するに十分値するものと認める。

以上