

沖縄県の住民とプロ野球キャンプ観戦者からみた スポーツツーリズムの推進に関する研究

秋吉 遼子*
山口 泰雄** 稲葉 慎太郎*

抄録

2008年に発足した観光庁は、スポーツツーリズムに関する取り組みを推進している。沖縄県は、スポーツキャンプを積極的に誘致しており、スポーツとツーリズムを融合させた取り組みに関して先進的な自治体と言える。本研究の目的は、沖縄県民のスポーツツーリズムに関する効果の認知を明らかにするとともに、沖縄県におけるプロ野球キャンプの魅力把握することである。研究目的を達成するため、以下2つの量的、質的アプローチを用いた。1つ目は、沖縄県に在住している一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローの賛助会員に対してスポーツツーリズムの効果に関する質問紙調査を郵送法を用いて実施した(n=592)。仮説モデルの検証の結果、年齢が高く居住歴が長いほど地域愛着は強く、スポーツを実施することで地域スポーツに関わり、さらに年齢が高く、スポーツツーリズムの効果認知することで地域愛着が強くなる。また、地域愛着と生活満足度には関連があることが明らかになった。この結果は、昨年名護市民に対して行った調査結果と同様の結果を示した。2つ目の調査は、プロ野球キャンプの魅力について、県外観戦者に対してグラウンデッド・セオリー・アプローチを用いた(n=23)。プロ野球キャンプは、北海道日本ハムファイターズ1軍と中日ドラゴンズ1軍を対象とした。その結果、プロ野球キャンプの魅力として、『選手との関わり』、『沖縄の魅力』、『他者とのつながりから』、『チームに愛着がある』、『色々なキャンプを観に行ける』、『観戦による刺激』、『その他』から構成されていることが確認された。

キーワード：スポーツツーリズム、スポーツツーリズムの効果、プロ野球キャンプ、グラウンデッド・セオリー・アプローチ、沖縄県

* 神戸大学大学院人間発達環境学研究科博士課程後期課程 〒657-8501 兵庫県神戸市灘区鶴甲 3-11

** 神戸大学大学院 〒657-8501 兵庫県神戸市灘区鶴甲 3-11

A Study on the Promotion of Sport Tourism with Local Residents and Spectators of Professional Baseball Camps in Okinawa

Ryoko Akiyoshi *
Yasuo Yamaguchi** Shintaro Inaba*

Abstract

Since the office of Sport Tourism was established in the Japan Tourism Agency in 2008, considerable attention has been given to sport tourism in Japan. Okinawa is a popular tourist destination. Every February, Japanese and Korean professional baseball teams have spring training camps. The purpose of this study was to investigate the perceived impact of sport tourism and to explore spectators at professional baseball training camps in Okinawa. To achieve both goals, this study used two approaches. For the first approach, the study mailed questionnaire to 1,650 supporting members of Okinawa Convention & Visitors Bureau who lived in Okinawa. Of the 594 questionnaires that were returned, 592 were analyzed in this study. The questionnaire included six variables: personal attributes, sport and physical activities, sport tourism involvement, perceived impact of sport tourism, place attachment, and quality of life (QOL). The results indicated that 1) age was related to length of residence and recognition of the impact of sport tourism, while place attachment was influenced by length of residence, 2) Okinawa residents could become involved in local sport activities and could recognize the impact of sport tourism through sport and physical activities. In addition, it also became clear that recognition of the impact of sport tourism had significant effect on place attachment, and 3) place attachment was related to QOL. These results showed similar patterns to the investigation that we carried out for Nago residents in 2013. For the second approach, the method selected as most appropriate was a grounded theory approach (n=23). Two professional baseball teams, Hokkaido Nippon-Ham Fighters and Chunichi Dragons, were asked to collect data from spectators living in other prefectures but coming to the professional baseball training camp in Okinawa. The results indicated that the attraction of professional baseball training camp consists of player interaction, attraction to Okinawa, connection with others, team loyalty, professional baseball training camp of another team, outcomes of camp experience, and others.

Key Words : Sport tourism, Impact of sport tourism, Professional baseball training camp, Grounded theory approach, Okinawa

* Graduate School, Kobe University 3-11 Tsurukabuto, Nada-ku, Kobe-city, Hyogo 657-8501

** Graduate School, Kobe University 3-11 Tsurukabuto, Nada-ku, Kobe-city, Hyogo 657-8501

1. はじめに

国土交通省の外局として2008年に発足した観光庁は、スポーツツーリズムに関する取り組みを推進している。2011年には「スポーツツーリズム推進基本方針」が策定され、2012年に策定された「スポーツ基本計画」においても、スポーツツーリズムの推進が謳われている。

近年、スポーツキャンプやスポーツ合宿の誘致に力を入れる自治体が増えているが、その主たる要因は、経済効果が見込めるからである。特に、プロスポーツのキャンプを受け入れることで、多くの観戦者がキャンプ地を訪れることが推測され、経済効果が期待できる。わが国のプロ野球のキャンプ地として有名なのが、沖縄県と宮崎県である。観光産業が基幹産業である沖縄県は、2月は閑散期であることから、キャンプを誘致し、沖縄県を訪れる人を増やすねらいがある。このように、スポーツキャンプやスポーツ合宿の誘致が各自治体において積極的に行われており、各々の受け入れ件数や経済効果は、沖縄県スポーツコンベンション振興協議会やりゅうぎん総合研究所等によって報告されている。

しかし、実際にスポーツキャンプやスポーツ合宿の観戦者は、何が魅力でスポーツキャンプやスポーツ合宿を観戦しに来るのだろうか。神戸大学生涯スポーツ研究室(2013)は、Shonk and Chelladurai(2008)のモデルを援用し、北海道日本ハムファイターズ2013春季キャンプ(1軍)の観戦者に対して、北海道日本ハムファイターズ2013春季キャンプの魅力と観戦者の名護市への再訪意図に及ぼす影響を明らかにすることを目的に調査を行った。その結果、キャンプ地までのアクセスや球場よりも、キャンプ内容がキャンプの魅力に大きく影響し、また再訪意図にも影響を及ぼしていることが明らかになった。しかし、キャンプ内容の中身まで深く探求することができなかったこと、キャンプの魅力に関する他の要因についての検証が充分でなかったことから、本研究において、プロ野球キャンプの魅力を探索的に検証することとした。

また、スポーツツーリズムを推進する上で、欠かすことができないことは、地元住民の協力である。地域のサポートなしに“持続可能なスポーツツーリズム産業”を発展させることは困難である(Andereck & Vogt, 2000)。スポーツツーリズムの効果は、社会的効果、環境の効果、経済的效果、及び否定的な影響の4つに分類することができる(Hritz & Ross, 2010)。そのため、スポーツツーリズムの効果として、地域住民が社会的効果、環境の効果、及び経済的效果を認知しており、かつ否定的な影響が少ないと感じていると、持続可能なスポーツツーリズム産業を発展させやすいと考えられる。内部に

いる住民が誇りと愛着を持てるような魅力あるまちが、外部から訪れる者にとっても魅力ある観光対象となり、それこそが観光立国のキャッチフレーズである「住んでよし、訪れてよしの国づくり」ということになる(萩原, 2009)。そのため、地域住民のスポーツツーリズムに対する態度と地域に対する愛着を明らかにすることは、今後のスポーツツーリズムをツールとして地域活性化を狙う自治体にとって意義のあるものだと考える。

本研究では、沖縄県におけるプロ野球キャンプの魅力とスポーツツーリズムの効果に焦点をあてる。沖縄県は、スポーツとツーリズムを融合させた取り組みに関して、先進的な自治体と言える。2011年に「文化観光スポーツ部」が設置され、2013年には「沖縄県スポーツ推進計画」が策定された。その基本施策のひとつが「スポーツを活用した地域活性化の推進」であり、その中で「スポーツツーリズムの推進」が謳われている。また、「スポーツコミッション沖縄(仮称)」の設立に向けて準備が進められている。プロスポーツのキャンプも積極的に誘致しており、日本と韓国のプロ野球の球団が、2012年は15球団、2013年と2014年は16球団が沖縄県内でキャンプを行っている。

秋吉・山口・朴・稲葉(2013)は、沖縄県名護市の住民を対象に、スポーツツーリズムの効果の認知と地域愛着に関して、郵送法による質問紙調査を実施した。その結果、年齢が高く居住年数が長いほど、地域愛着は強い。また、スポーツを実施することで、地域スポーツに関わり、さらにスポーツツーリズムの効果の認知につながり、地域愛着が強くなる。そして、地域愛着と生活満足度(Quality of life, 以下QOL)には関連があることが明らかになった。そのため、本調査では調査対象の範囲を沖縄県全域に広げ、スポーツツーリズムの効果の認知や地域愛着について検証することとした。今後は、地域住民とスポーツツーリストの両面から、みるスポーツとツーリズムを結びつけた研究知見の蓄積が、社会的にも学術的にも求められる。

2. 目的

本研究の目的は、沖縄県民のスポーツツーリズムに関する効果の認知を明らかにするとともに、沖縄県におけるプロ野球キャンプの魅力を把握することである。

3. 方法

本研究では、上記の目的を達成するため、以下2つの量的、質的アプローチを用いた。

3-1. 沖縄県の住民に対するスポーツツーリズムの効果に関する質問紙調査

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー(Okinawa Convention & Visitors Bureau, 以下OCVB)の賛助会員で、賛助会員としての登録先が沖縄県内である550団体に対し、2014年1月に郵送調査法を用いた。OCVBの賛助会員は、沖縄県内の市町村自治体、観光協会、旅行会社、宿泊・観光施設関連企業等から構成されている。調査票は、1団体に対し3票送付し、3名の方に回答してもらうよう依頼書を同封した。加えて、回収率を高めるため2週間後に催促状を郵送した。全送付数は1,650票(550団体)、住所不明等の返送数は6票(2団体)、回収数は594票で、有効回答数は592票であった。調査項目は、スポーツ実施(内閣府, 2009)、地域スポーツ関与(秋吉ら, 2013; 朴・秋吉・稲葉・山口・山口, 2012)、スポーツツーリズムの効果の認知(Hritz & Ross, 2010; Andereck & Vogt, 2000)、QOL(Brown & Frankel, 1993; 山口・土肥・高見, 1996)、地域愛着(Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2003)、個人的属性を用いた。先行研究を参考に設定した以下の仮説より、秋吉ら(2013)と同様に、仮説モデルを設定した(図1)。

- H1. 年齢は居住歴と関連性がある
- H2. 年齢はスポーツ実施に影響を及ぼす
- H3. 年齢はスポーツツーリズムの効果の認知に影響を及ぼす
- H4. 年齢は地域愛着に影響を及ぼす
- H5. 居住歴はスポーツツーリズムの効果の認知に影響を及ぼす
- H6. 居住歴は地域愛着に影響を及ぼす
- H7. スポーツ実施は地域スポーツ関与に影響を及ぼす
- H8. スポーツ実施は地域愛着に影響を及ぼす
- H9. 地域スポーツ関与はスポーツツーリズムの効果の認知に影響を及ぼす
- H10. 地域スポーツ関与は地域愛着に影響を及ぼす
- H11. スポーツツーリズムの効果の認知は地域愛着に影響を及ぼす
- H12. 地域愛着とQOLは関連性がある

3-2. プロ野球キャンプの県外観戦者に対するインタビュー調査

本調査では、プロ野球キャンプの魅力を探索的に明らかにするため、グラウンデッド・セオリー・アプローチ(Grounded theory approach, 以下GTA)を用いた。GTAとは、一般的に「データに根ざした理論」や「データ対話型理論」と言われている。

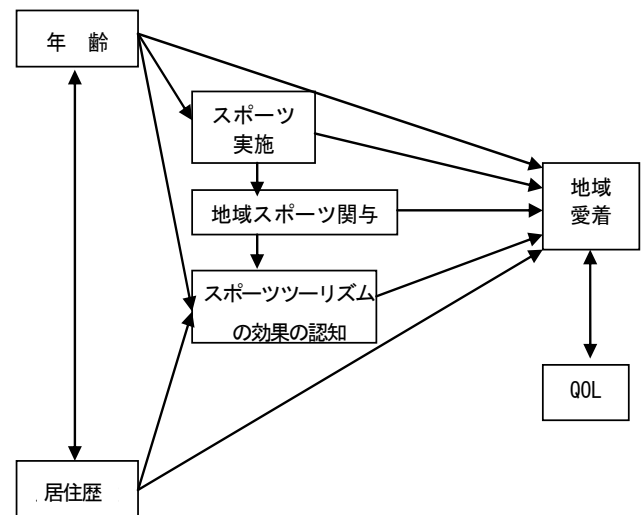


図1. スポーツツーリズムの効果の認知に関する仮説モデル

このタイプの理論はデータに根ざしているため、論理演繹的に導き出されてくる理論とは対照的に、現実の特定領域に関わりのある人々にもわかりやすく実際の応用にも役立つという特徴を持っている(グレイザー・ストラウス, 1996)。

本研究では、コービン・ストラウス(2012)に準じて調査を実施し、理論的サンプリングを行った。調査は、2月2日に北海道日本ハムファイターズ1軍キャンプの県外観戦者17名、2月3日に中日ドラゴンズ1軍キャンプの観戦者6名に対して行い、計23名に半構造化インタビュー調査を実施したところで、理論的飽和に達したことが確認された。調査員は2月2日が5名、2月3日が3名である。調査対象者1名に対し、インタビュー時間は10分から15分である。

GTAは、データ収集と分析が交互に行われるのが特徴の1つであることから、1回のデータ収集と分析を1つのステップとした。1つのステップの手順は、各調査員がインタビュー調査を実施し、調査終了後、調査員全員が1ヶ所に集合した。そして、各々のインタビューの回答を発表し、調査員全員で下位カテゴリーを生成した。下位カテゴリーが蓄積してきたら、徐々に上位概念であるカテゴリーとカテゴリーグループを生成していった。表1は、各々のステップの調査対象者を示している。なお、本研究ではステップ1~4を北海道日本ハムファイターズ1軍キャンプの県外観戦者に対して、ステップ5~6を中日ドラゴンズ1軍キャンプの県外観戦者に対して行った。ステップ2以降は、前のステップで生成されたカテゴリーとカテゴリーグループについて、新たにデータを追加することで、カテゴリーを精緻化することを目的に調査を実施した。

調査環境と回答しやすさを考慮し、調査内容は録音しなかった。そのため、Hoffart (1991) を参考に、調査員は、インタビュー調査の内容をできるだけ詳細にメモを取り、調査後すぐに、他の調査員もわかるように調査内容をノートに書き写した。質的研究の質を維持するため、分析の際はトライアングレーション (investigator triangulation) を行った (Thurmond, 2001)。

表 1. インタビュー調査の対象一覧

ステップ	人数	対象	性別	年齢	婚姻	同伴人数	居住地	観戦回数	ファン
1	1	A1	女性	55歳	未婚	4人	北海道	3回目	ファン
	2	I1	女性	58歳	既婚	1人	北海道	10回目	ファン
	3	S1	女性	69歳	既婚	5人	北海道	5回目	ファン
2	4	A2	男性	62歳	既婚	1人	北海道	2回目	ファン
	5	I2	女性	40歳	未婚	2人	北海道	5回目	ファン
	6	M1	女性	55歳	未婚	1人	北海道	4回目	ファン
	7	S2	女性	63歳	既婚	2人	北海道	2回目	ファン
3	8	A3	女性	46歳	未婚	1人	北海道	8回目	ファン
	9	I3	女性	49歳	既婚	1人	北海道	4回目	ファン
	10	I4	女性	46歳	未婚	4人	北海道	3回目	ファン
	11	M2	女性	22歳	未婚	1人	北海道	1回目	ファン
	12	S3	男性	63歳	既婚	1人	北海道	1回目	ファン
4	13	A4	男性	52歳	未婚	3人	北海道	9回目	ファン
	14	I5	女性	18歳	未婚	1人	北海道	1回目	ファン
	15	M3	女性	53歳	既婚	1人	北海道	4回目	ファン
	16	M4	女性	52歳	既婚	14人	北海道	20回目	ファン
	17	S4	女性	51歳	既婚	1人	北海道	5回目	ファン
5	18	A5	女性	38歳	既婚	1人	東京都	1回目	ファン
	19	A6	男性	55歳	既婚	1人	愛知県	10回目	ファン
	20	I6	女性	35歳	既婚	3人	愛知県	4回目	ファン
	21	I7	女性	34歳	既婚	1人	大阪府	1回目	ファン
6	22	A7	男性	35歳	既婚	19人	島根県	1回目	ファン
	23	I8	女性	34歳	未婚	1人	東京都	4回目	ファン

4. 結果及び考察

4-1. 沖縄県の住民に対するスポーツツーリズムの効果に関する質問紙調査

サンプルの個人的属性は、男性が 67.5%(396 人)、女性が 32.5%(191 人)であり、平均年齢は 39.2 歳であった。沖縄県の平均居住歴は 30.0 年であった。過去 1 年間のスポーツ実施頻度は、月に 1~3 日 (25.5%) が最も多かった。参加者、観戦者、及びスタッフやボランティアとして支援したことがある人が最も多かったスポーツイベントは、「NAHA マラソン」であった。

沖縄県のスポーツツーリズムの効果の認知について、最も効果があると感じているのは、社会的効果は「スポーツ観光は、地域のイメージを向上させる」、環境的効果は「スポーツ観光により、公園やレクリエーションの場が増える」、経済的効果は「スポーツ観光は、地域住民と中小企業に経済的利益を与える」、否定的な影響は「スポーツ観光は、交通渋滞、騒音、汚染を生じさせる」であった。この結果は、沖縄県名護市の住民を対象にした先行研究 (秋吉ら, 2013; 朴ら, 2012) と同様の結果を示した。

すなわち、地域の住民は、スポーツツーリズムは交通渋滞、騒音、汚染等の悪影響を与えると感じつつも、地域のイメージの向上や、公園やレクリエーションの場の増加、地域住民と中小企業への経済的利益等の良い影響を地域にもたらすと感じていることが読み取れる。また、「沖縄県におけるスポーツ観光の推進を支持する」については、88.8%の人が「とてもそう思う」もしくは「そう思う」と回答していた。すなわち、9 割近い住民が、沖縄県におけるスポーツツーリズムの推進を支持するということである。この結果は、先行研究 (秋吉ら, 2013; 朴ら, 2012) と比べるととても高い数値であり、スポーツツーリズムの推進にとっても好意的であると言える。その理由として、本研究の調査対象が OCVB の賛助会員であり、スポーツツーリズムや観光について好意的な態度をすでに持っていたこと、また、絶えずスポーツイベントが開催されている沖縄県全体を対象にしたことから、名護市より沖縄県全体の住民の方がスポーツツーリズムについて好意的な態度であったことの 2 点が推察される。

地域愛着(沖縄への愛着)については、「沖縄は私にとって大事である」と感じている人が最も多かった。QOL については、相対的に満足している人が多く、特に「友人や仲間との人間関係」について満足していた。

図 2 は、スポーツツーリズムの効果の認知に関する仮説モデルを検証した結果を示している。相関分析、単回帰分析、及び重回帰分析(ステップワイズ)を行った結果、仮説 1(年齢は居住歴と関連性がある)は支持され、仮説 2(年齢はスポーツ実施に影響を及ぼす)は棄却された。仮説 3(年齢はスポーツツーリズムの効果の認知に影響を及ぼす)は支持され、仮説 4(年齢は地域愛着に影響を及ぼす)は棄却された。仮説 5(居住歴はスポーツツーリズムの効果の認知に影響を及ぼす)は棄却され、仮説 6(居住歴は地域愛着に影響を及ぼす)は支持された。仮説 7(スポーツ実施は地域スポーツ関与に影響を及ぼす)は支持され、仮説 8(スポーツ実施は地域愛着に影響を及ぼす)は棄却された。仮説 9(地域スポーツ関与はスポーツツーリズムの効果の認知に影響を及ぼす)は支持され、仮説 10(地域スポーツ関与は地域愛着に影響を及ぼす)は棄却された。仮説 11(スポーツツーリズムの効果の認知は地域愛着に影響を及ぼす)は支持され、仮説 12(地域愛着と QOL は関連性がある)は支持された。

これらの結果をまとめると、年齢が高く居住歴が長いほど、地域愛着は強い。また、スポーツを実施する頻度が高いほど、地域スポーツに関わり、さらに年齢が高いほどスポーツツーリズムの効果の認知

知し、地域愛着が強くなる。そして、地域愛着とQOLには関連があることが明らかになった。

地域住民の年齢と居住歴が地域愛着に影響を及ぼすことは古くから実証されている(Goudy, 1982)。しかし本研究では、年齢は地域愛着に直接影響を及ぼさず、スポーツツーリズムの効果の認知を介して、地域愛着に影響を及ぼすことが明らかになった。

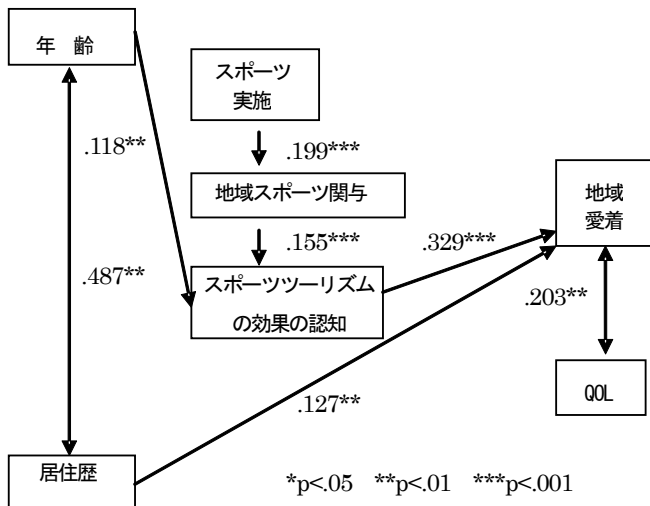


図2. スポーツツーリズムの効果の認知に関する仮説モデルの検証

4-2. プロ野球キャンプの県外観戦者に対するインタビュー調査

表2は、ステップ1~6のインタビュー調査によって得られたカテゴリーグループとカテゴリーを示している。なお、以下の文章では、カテゴリーグループを『』、カテゴリーを「」、下位カテゴリーを<>で表す。プロ野球キャンプの魅力として、『選手との関わり』、『沖縄の魅力』、『他者とのつながりから』、『チームに愛着がある』、『色々なキャンプを観に行ける』、『観戦による刺激』、『その他』が生成された。

『選手との関わり』は、「選手とふれあうことができる」、「選手を近くで見ることができる」、「特定の選手を見ることができる」、「選手を身近に感じる」、「選手の普段の姿を見ることができる」、「選手の技術や練習を見ることができる」の6つのカテゴリーから構成される。「選手とふれあうことができる」は<選手にサインをしてもらえる>、<札幌ではないふれあいがある>、<一緒に写真をとってもらえる>等の下位カテゴリーが含まれている。「選手を近くで見ることができる」は<選手を身近に見れるから>、<身近に見れる回数が(札幌)ドームに比べ多いから>、<近い距離で頑張ってる姿や疲れている表情を見られる>等の下位カテゴリーか

ら構成されている。「特定の選手を見ることができる」は<小笠原選手を近くで見たいので>、<いつも見られない選手の姿が見れるから>、<1人の選手をずっと追いかけているからです>等の下位カテゴリーから構成されている。「選手を身近に感じる」は<選手を身近に感じられる>や<毎年選手を近くに感じたい>等の下位カテゴリーを含んでいる。「選手の普段の姿を見ることができる」は<リラックスした顔とか違う一面が見れるから>、<選手同士の会話や選手の対応がわかる>、<選手の素の表情が見れる>等の下位カテゴリーから構成されている。「選手の技術や練習を見ることができる」は<基礎的な動きをしているところが見れる>、<連携プレイの際のコミュニケーションを含めた練習が見れる>、<練習しているところを見れるところ>等の下位カテゴリーを含んでいる。ふだんの札幌ドームでの試合観戦では、選手との距離は遠く、選手のパーソナルな部分まで知ることは難しい。そのため、選手を近くで見ることができ、なおかつサインをもらったり一緒に写真を撮ったりすることができるキャンプは、選手との物理的、心理的距離を近くすることができる特別な環境なのであろう。

次に『沖縄の魅力』については、「沖縄の自然と気候がいい」と「沖縄の観光と食べ物が楽しみ」のカテゴリーから構成されている。「沖縄の自然や気候がいい」は<暖かい所だから>や<きれいな海を見ると来てよかった>等の下位カテゴリーを含んでいる。「沖縄の観光や食べ物が楽しみ」は<沖縄の食べ物を楽しみにして癒されに来る>や<沖縄の食べ物の雰囲気が好き>等の下位カテゴリーから構成されている。プロ野球キャンプは、オリンピックやワールドカップ等のスポーツイベントと比べると規模が小さいことから、沖縄県外からの観戦者、いわゆるスポーツツーリストは少ない。しかし、沖縄県外からの観戦者から見たプロ野球キャンプの魅力に、このような沖縄の自然、気候、食べ物、観光等の『沖縄の魅力』が含まれていることから、キャンプを誘致している自治体は、地域の資源を有効活用し、キャンプの時間以外で沖縄県外からの観戦者が沖縄を満喫できるようなコンテンツ作りが求められるだろう。

『他者とのつながりから』、『チームに愛着がある』、及び『色々なキャンプを観に行ける』は、カテゴリーグループ名がそのままカテゴリーとなっている。『他者とのつながりから』は<母親の健康のため>や<友人から誘われたから>等の下位カテゴリーから構成されている。『チームに愛着がある』は<ファイターズを育てている一員のように感じるから>や<ファンだから>等の下位カテゴリー

ーを含んでいる。『色々なキャンプを観に行ける』は<読谷（二軍キャンプ）にもすぐ行けるので>や<他のチームも見れるから>等の下位カテゴリーから構成されている。

『観戦による刺激』を構成しているのは、「キャンプ観戦で感じる」と「キャンプを活力にする」である。「キャンプ観戦で感じる」は<楽しい>や<キャンプや試合に来ることで野球が分かるようになった>等の下位カテゴリーから構成されている。「キャンプを活力にする」は<札幌ドームの観戦に楽しみをつなげたい>や<1年間の活力にする>等の下位カテゴリーを含んでおり、キャンプ観戦が札幌に戻ってからの試合観戦の楽しみにつながることや、ふだんの生活に活力をもたらすということが明らかになった。

プロ野球キャンプの最大の魅力は、選手とのふれあいや、選手を近くで見ることができる等の『選手との関わり』であることが明らかになった。また、プロ野球キャンプの魅力として、『沖縄の魅力』という目的地の要因、また『色々なキャンプを観に行ける』という特定のキャンプ地以外の要因が含まれており、プロスポーツキャンプの観戦者特有の魅力要因であると考えられる。また、プロ野球キャンプの観戦者で、今回の調査対象である沖縄県外の観戦者は、キャンプの魅力として目的地要因を挙げていることから、今後スポーツツーリズムを通して地域活性化を狙う自治体にとっては、欠くことのできないターゲットであるだろう。

表2. 生成されたカテゴリー

カテゴリーグループ	カテゴリー
選手との関わり	選手とふれあうことができる
	選手を近くで見ることができる
	特定の選手を見ることができる
	選手を身近に感じる
	選手の普段の姿を見ることができる
	選手の技術や練習を見ることができる
沖縄の魅力	沖縄の自然と気候がいい
	沖縄の観光と食べ物が楽しみ
他者とのつながりから	
チームに愛着がある	
色々なキャンプを観に行ける※	
観戦による刺激	キャンプ観戦で感じる
	キャンプを活力にする
	その他

※ステップ5で新たに生成されたカテゴリーグループ

最後に、生成されたカテゴリーグループとカテゴリーを基に、プロ野球キャンプの魅力に関するモデルを示した(図3)。プロ野球キャンプの最大の魅力である選手との関わり、また、沖縄の魅力、チームに愛着がある、色々なキャンプを観に行けるといことが、プロ野球キャンプの魅力の要素であり、そ

の他に、他者とのつながりとその他の理由からプロ野球キャンプを観戦している。そして、プロ野球キャンプを観戦することで刺激を受け、キャンプ観戦を日頃の活力にしている。

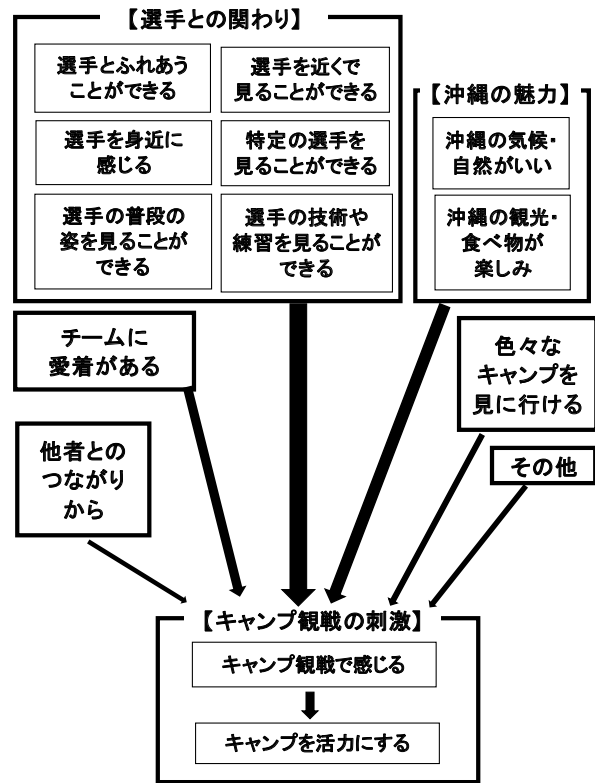


図3. プロ野球キャンプの魅力

5. まとめ

本研究の目的は、沖縄県民のスポーツツーリズムに関する効果の認知を明らかにするとともに、沖縄県におけるプロ野球キャンプの魅力を把握することである。分析の結果、以下2点の結果が導き出された。

- 1) スポーツツーリストを受け入れる沖縄県の住民は、年齢が高く居住年数が高いほど、地域愛着は強い。また、スポーツを実施する頻度が高いほど、地域スポーツに関わり、さらに年齢が高いほどスポーツツーリズムの効果を認知し、地域愛着が強くなる。そして、地域愛着とQOLには関連があることが明らかになった。
- 2) プロ野球キャンプの魅力として、選手との関わり、沖縄の魅力、チームに愛着がある、色々なキャンプを観に行ける、他者とのつながりから、観戦による刺激等が明らかになった。特にプロ野球キャンプの最大の魅力は選手との関わりであり、選手とふれあうことができる、選手を身

近に感じる、選手の普段の姿や練習を近くで見ることができること等が、キャンプ観戦の最大の魅力要因となっている。

本研究は、以下2点のインプリケーションを与えると考える。1点目は、沖縄県民のスポーツ振興に関して、「するスポーツ」だけではなく、「みるスポーツ」と「支えるスポーツ」についても振興していくことである。本研究の結果から、沖縄県民がスポーツを実施することで、地域のスポーツイベントを直接観戦したり、ボランティアとして携わるようになる。そして地域のスポーツイベントに携わることで、スポーツツーリズムに関する良い効果を認知することにつながる。そして、沖縄への愛着が強くなることが明らかになった。そのため、沖縄県民は多様な形でスポーツに携わることが、スポーツツーリズムへの態度を好意的にし、沖縄への愛着を強くする。

2点目は、プロ野球キャンプの観戦者は、特に選手とのふれあい等を理由に、沖縄に来ていることが明らかになった。そのため、キャンプ開催地の自治体は、プロ野球球団と連携し、選手と観戦者や地元住民がふれあうことができるような機会を設けることが、さらに、沖縄県外からのキャンプ観戦者を呼び込み、地元住民もスポーツツーリズムに対して好意的な態度を形成してくれるようになるのではないだろうか。

参考文献

- 秋吉遼子, 山口泰雄, 朴永昶, 稲葉慎太郎 (2013) スポーツツーリズムを通じたまちづくりに関する研究—スポーツツーリストが来訪する地域における住民のスポーツ活動の視点から—。SSFスポーツ政策研究, 2(1): 144-151.
- Anderech, K. L. & Vogt, C. A. (2000) The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, 39(1): 27-36.
- Brown, B. A. & Frankel, B. G. (1993) Activity through the Years: Leisure, Leisure Satisfaction, and Life Satisfaction. *Sociology of Sport Journal*, 10(1): 1-17.
- コービン ジュリエット・ストラウス アンセルム (操華子・森岡崇 訳) (2012) 質的研究の基礎 グラウンデッド・セオリー開発の技法と手順 (第3版). 東京: 医学書院.
- グレイザー B. G.・ストラウス A. L. (後藤隆, 大出春江, 水野節夫 訳) (1996) データ対話型理論の発見—調査からいかに理論をうみだすか—. 東京: 新曜社.
- Goudy, W. J. (1982) Further Consideration of Indicators of Community Attachment. *Social Indicators Research*, 11:181-192.
- 萩原愛一(2009)観光立国と地域活性化をめぐる。レファレンス, 704: 7-23.
- Hoffart, N. (1991) A Member Check Procedure to Enhance Rigor in Naturalistic Research. *Western Journal of Nursing Research*, 13(4): 522-534.
- Hritz N. & Ross C. (2010) The Perceived Impacts of Sport Tourism: An Urban Host Community Perspective. *Journal of Sport Management*, 24: 119-138.
- 神戸大学生涯スポーツ研究室 (2013) 北海道日本ハムファイターズの春季キャンプ観戦者に関する調査報告書.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & 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.
- 内閣府 (2009) 体力・スポーツに関する世論調査報告書.
- 朴永昶, 秋吉遼子, 稲葉慎太郎, 山口志郎, 山口泰雄 (2012) スポーツツーリズムによる地域活性化のアクションリサーチ—沖縄県名護市のスポーツ観光のまちづくりを目指して—. SSF スポーツ政策研究, 1(1): 150-159.
- Shonk, D. J. & Chelladurai, P. (2008) Service Quality, Satisfaction, and Intent to Return in Event Sport Tourism. *Journal of Sport Management*, 22: 587-602.
- Thurmond, V. A. (2001) The Point of Triangulation. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(3): 253-258.
- 山口泰雄, 土肥隆, 高見彰 (1996) スポーツ・余暇活動とクオリティ・オブ・ライフ—中高年齢者の世代間比較—. スポーツ社会学研究, 4: 34-50.
- この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。