

ウォーキングイベント県外参加者の特性 —リピーターと初参加者—

西村久美子(神戸大学大学院)、服部可奈子(神戸大学)、山口泰雄(神戸大学)、神吉賢一(神戸大学)

1. はじめに

近年は科学技術の進歩や交通網の発達により、行動範囲は拡大され、我々は日常生活に多に利益を被っている。しかしその代償として慢性的な運動不足が問題となり、人々の健康や生涯スポーツに対する関心が高まっている。あらゆるライフステージにおける活動的な生活は人々の希望であり、安全で手軽にできる「ウォーキング」は活動的な生活の基礎となる。またウォーキングは日常的な運動としてだけでなく、生涯スポーツとして誰にでも手軽に参加できるウォーキングイベントとして注目されている。本年3月21日、22日には明石海峡大橋が開通し、それを記念したブリッジ・ウォーキングが企画されたが、このイベントには定員16万人に対し、2倍以上の35万人が応募し、ウォーキングイベントへの関心の高さが窺える。

「200kmを4日で歩く」を目標に1987年にオランダのナイメーヘン市ではじまったフォーデーマーチを参考に、日本では1978年に歩く大会として第1回スリーデーマーチが群馬県の新町で、そして加古川では市制40年を記念し、1990年から「2日にわたって歩くイベント」として加古川ツーデーマーチが開催され、毎年多くの参加者を集め、本年で9回目をむかえる。加古川ツーデーマーチに関しては、天野ら(1993)、神吉ら(1993)、土肥ら(1994)、岡田ら(1994)、山口ら(1992、1994)が継続的な調査研究を進めている。

県外参加者についての先行研究では、県内参加者との比較から、県外参加者はウォーキングや登山関係のクラブ所属率が高く、日常歩行時間も長い。また高齢で単独参加が多く、スポーツツーリストといえる。遠方からの参加者ほど長い距離に参加し、日常的な歩行習慣も長く、健康や自然に対する期待ならびに満足度も高い、との報告がなされている。また、県外参加のリピーター(継続参加者)は規則的ウォーカーで、全国を渡り歩き、スポーツツーリスト(野川、1992; 山口、1992)である場合が多い。その為イベントの比較検討も十分で、それぞれのイベントに対する評価も厳しく、目の肥えたウォーカーであるともいえる。

さて、イベントの成功要因はそうしたリピーターの確保が大きく影響してくるといわれるが、リピーターの確保においてすぐれた例が日本におけるテーマパークの発祥の東京ディズニーランド(以下TDL)である。1997年度は来園者数が創業以来初めて下降したとはいえ、これまで驚異的なのびを示してきた。TDLはその来園者の75%がリピーターでしめられているが、常に来園者を飽きさせず、そこに行けばそれだけの楽しみが必ず味わえるという期待を与え続けるTDLの方針は、イベントへの参加者や固定層を増やし、イベントを活性化させていく上で非常に大切な要点であると考えられる。

加古川ツーデーマーチの参加者数は、発足当初の7,733人から昨年度の21,859人と連続的に右上がりであり、成功しているイベントの一つと評価できるであろう。この加古川ツーデーマーチをリピーター比率からみると、例えば第2回加古川ツーデーマーチ(山口ら、1992)と第2回富士五湖ラベンデーマーチ(高峰ら、1993)の比較では、富士五湖15%、加古川43%と、加古川が高率で、こうしたリピーターの参加率の高さが加古川ツーデーマーチの参加者数ののびを反映していると考えられるのではないだろうか。

山口ら（1992）の研究ではウォーキングイベントのリピーターの特性は、1)リピーターは男性が多く、中高年が中心で、県外参加者はリピーターが初参加者を上回っている。2)リピーターは単独男性の参加者が1/3を占め、種目の距離が長くなるほど、リピーター比率が高まる。3)リピーターは日常的な歩行時間が長く、自己の体力に自信を持ち、他のイベント参加経験も多い。4)リピーターは初参加に比べ、自然志向が強く、コースに対して厳しい評価をし、次のイベントへの再来志向も強い、と報告されている。この様なリピーターの特性は県外参加者とも共通項が多いが、これまでのリピーターの研究では県外参加者に焦点を絞ったものは少なく、本研究ではそうした県外参加者に焦点を絞り、リピーターと初参加者の対比により、両者の特性を明らかにすることを目的とした。

2. 研究方法

- 1)調査対象：第8回加古川ツデーマーチ参加者の県外参加者（N=111）
- 2)調査場所：ゴール地点である加古川市役所内
- 3)調査期日：1997年11月8日
- 4)調査方法：完走者の中から県外参加者を選別し、質問紙を調査員が配布・回収した。
- 5)調査内容：参加者の性別・年齢・居住地などの個人的属性、参加のコース（km）、大会についての満足度、ウォーキングイベントに対する関心・参加状況
- 6)分析方法：収集したデータは、有効な回答を単純集計の後、参加回数別にクロス集計および χ^2 検定により分析した。大会についての満足度は4段階評価（1＝満足した、2＝まあ満足した、3＝あまり満足しなかった、4＝満足しなかった）の平均値をt検定。

3. 結果および考察

今回の第8回加古川ツデーマーチにおける県外参加者を対象とした質問紙調査により以下のことが明らかになった。

県外参加者の居住地は近畿が最も多く、次いで関東、中国、四国、東北と続く。近畿圏が多いのは交通の便を考えれば当然のことといえるが、関東からの参加者数は関東圏におけるウォーキングイベントの知名度とそれに対する関心の高さが原因と推察できる（近畿 38.7% $n=43$ 、関東 29.7% $n=33$ 、中国 12.9% $n=14$ 、中部 11.7% $n=13$ 、九州 3.6% $n=4$ 、四国 1.8% $n=2$ 、東北 0.9% $n=1$ 、外国 0.9% $n=1$ ）。また、本大会では県外からの初参加者は52%で、男女による違いはなく、リピーターは近畿と中国地方からの参加が多かった。参加コースについては第1日目、第2日目両日とも初参加者、リピーターのどちらも25kmが大半をしめる。大会への評価ではトイレの数・場所についての満足度がやや低いが、総じて満足している様子が窺え、さらにイベントへの関心度は、宿泊を伴う日本各地の大小様々な大会への参加をはじめとし、過去における海外イベント参加率（リピーターが26.4%）をみても、ウォーキングイベントに対する関心の高さが表われている。

県外者のみを対象にした本研究においては、先行研究（山口ら、1992）とは異なり、リピーターと初参加者との間において有意な差は見られなかったが、これについては2つの理由が考えられる。まず1つ目には、県外参加者であるため、初参加者自身がこの大会への参加は初めてであっても、ウォーキング（イベント）経験者で、その評価水準やバックグラウンドに共通性があったのではないかという可能性である。2つ目には、この加古川ツデーマーチ自体が開催8回目を迎えており、なおかつ先行研究からみてもリピーターの参加が多いという事実から考察して、こ

の大会自体が初参加者からもリピーターからもともに一定条件を満たす内容となっていたという可能性が考えられる。

今回の調査は、ツーデーマーチの第1日目という条件下においての調査であり、非常に限定されたものであるが、ツーデーマーチに対する両者の満足度は高いと思われ、このことはこの大会の参加者数の右上がり現象をよりよく説明していると考えられる。強いていえば初参加者、リピーターとも「トイレの場所と数」に対する満足度が他と比べるとやや低く、初参加者の「参加者との交流」満足度が多少低かったが、こうした点は改良の余地が見られるという理解とともに、初参加者の「参加者との交流」に対する期待度の高さをも示していると考えられるべきではないだろうか。

表1. 初参加者とリピーターの特性

		初参加者数 (%)		リピーター数 (%)		
個人的属性	性別	男	37 (64.9%)	34 (69.4%)	$\chi^2=2.41$ ns	
		女	20 (35.1%)	15 (30.6%)		
		計	57 (100%)	49 (100%)		
	年齢	30才以下	3 (5.4%)	2 (4.3%)		
		40代	3 (5.4%)	2 (4.3%)		
		50代	19 (33.9%)	17 (36.1%)		
		60代	29 (51.8%)	20 (42.5%)		
70才以上計		2 (3.6%)	6 (12.8%)			
計	56 (100%)	47 (100%)	$\chi^2=2.74$ ns			
参加のコース	第1日目	15K	10 (17.2%)	5 (10.2%)	$\chi^2=1.00$ ns	
		25K	26 (44.9%)	25 (51.0%)		
		30K	12 (20.7%)	12 (24.5%)		
		40K	10 (17.2%)	7 (14.3%)		
		計	58 (100%)	49 (100%)		
	第2日目	10K	5 (9.6%)	0		
		15K	2 (3.8%)	3 (7.1%)		
		25K	38 (73.1%)	32 (76.2%)		
		40K	7 (13.5%)	7 (16.7%)		
		計	52 (100%)	42 (100%)		
大会に対する満足度	コース	1.41	1.47	ns		
	給水・給食	1.53	1.44	ns		
	トイレの数・場所	2.09	1.92	ns		
	開催日	1.35	1.50	ns		
	大会の運営	1.44	1.42	ns		
	参加者との交流	1.80	1.54	ns		
	ボランティアの対応	1.31	1.35	ns		
	参加賞 全体的な満足	1.57 1.56	1.51 1.60	ns ns		
イベントへの関心	今後の国内での宿泊を伴うウォーキングイベント参加予定	有 49 (87.5%) 無 7 (12.5%) 計 56 (100%)	有 42 (85.7%) 無 6 (14.3%) 計 48 (100%)	$\chi^2=0.00$ ns		
	過去における海外ウォーキングイベント参加の有無	有 9 (15.5%) 無 49 (84.5%) 計 58 (100%)	有 14 (26.4%) 無 39 (73.6%) 計 53 (100%)	$\chi^2=1.39$ ns		

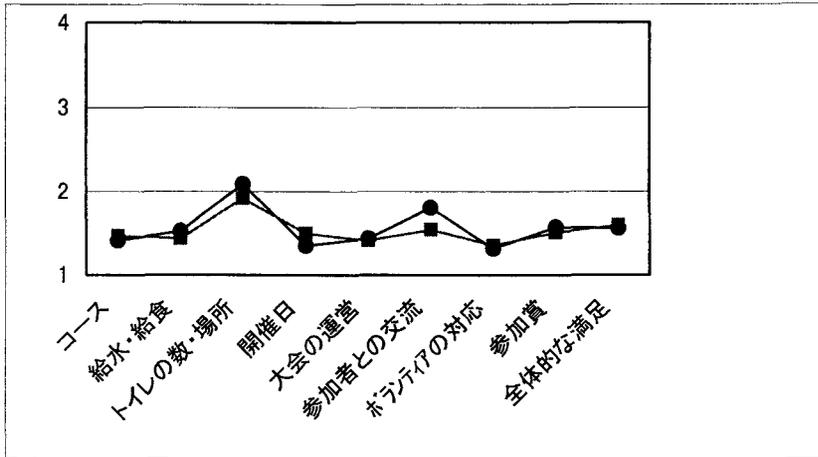


図1. 大会に対する満足度 (● = 初参加者、■ = リピーター)

4. まとめ

本研究の目的はウォーキングイベントにおける県外参加者を対象に、リピーターと初参加者を比較・対照することにより両者の特性を明らかにすることであった。その結果、県外参加者の場合には、リピーターと初参加者の間には際だった差はなく高い等質性がみられた。

- 1) 両者とも50代、60代の中高齢者の参加が多く、性差による違いはない。
- 2) 両者とも参加コースは25kmが大半をしめている。
- 3) 大会への評価は、「参加者との交流」に対し若干の違いがあるが、両者とも総じて満足度が高い。
- 4) 両者ともウォーキングイベントへの参加が積極的である。
- 5) 両者とも海外イベントを含みウォーキングイベントに対する関心が高い。

イベントについては、その参加人員に物理的な制約等があることは見逃せない事実ではあるが、イベントを継続的に成功に導くための重要な要因はリピーターの確保である。主催者サイドが常に参加者の意見をイベントに反映させ、惜しまず改善の努力をすることが、ウォーキングのファンを増やし、またそのことが開催地の活性化にも大きな役割を果たせるものと考えられる。

参考文献

- 1) 野川春夫 (1992)、ウォーカーの特性について —日本スリーデーマーチ参加者調査—ウォーキング研究、pp32-43
- 2) 神吉、山口、天野、岡田 (1992)、ウォーキングイベントの参加者研究 (1) —ウォーカーの期待と満足—日本体育学会第43回大会号A、p171
- 3) 天野、山口、神吉、岡田 (1992)、ウォーキングイベントの参加者研究 (2) —ウォーカーの社会的背景—日本体育学会第43回大会号A、p170
- 4) 山本貞美ら (1995)、ウォーキングの生活化をめざして —瀬戸内倉敷ツーデーマーチから、中央構造線踏査行まで—ウォーキング研究Ⅱ、pp88-102
- 5) 山口ら (1992)、ウォーキングイベント参加者研究 (3) —リピーターの特性—日本体育学会第43回大会号A、p172
- 6) 山口泰雄、リピーターの継続要因を探る、体育科教育、42(3):58-61,1994
- 7) 高峰ら (1993)、ウォーキング大会への初参加者と再参加者を特徴づける動機とその評価 ウォーキング研究Ⅱ、pp23-31