

# 沖縄県、スポーツ観光に関する研究 －スポーツ観光の意識調査とモデルの検証－

朴 永炅

## A Study on the Impact of Sports Tourism in Okinawa Prefecture －Survey of attitudes and model-based test on tourism among residents of Nago City－

Young-Kyung PARK

### 目 次

- 1. はじめに
  - 2. 研究方法
    - 2-1. 調査の概要      2-2. 分析方法と仮説モデルの設定
  - 3. 結果と考察
    - 3-1. サンプルの個人的属性
    - 3-2. 単純集計
    - 3-3. 男女による関与と期待感についての比較分析
    - 3-4. 認知度の差異による関与と期待感についての比較分析(t検定)
  - 4. スポーツ観光の効果に関するモデルの検証
  - 5. 名護市のスポーツ観光の推進に関する意見(自由記述)
    - 5-1. 支持群      5-2. 不安群      5-3. 要望群
  - 6. 結論及び考察
  - 7. 論議及び今後の課題
- 参考文献

**キーワード：**地域活性化、スポーツ観光とモデル、地域と観光効果

## 1. はじめに

本研究の目的は、沖縄県名護市の住民が、スポーツツーリズムの効果をどのように認知しているかを明らかにすることである。

近年、スポーツを目的に旅行するスポーツツーリストが増えている。オリンピックや各種目の世界大会、FIFAワールドカップなどの観戦ツアーだけでなく、スポーツイベントに参加することを目的とした参加型のスポーツツーリストも増加している（野川、1992）。スポーツイベントは、企業がスポンサーとなってプロの選手やトップアスリートなどが参加する大規模なスポーツイベントから、一般市民を対象とした地域レベルのイベントまでであるが、地域活性化や知名度の向上、あるいはイベントの開催による経済効果を期待して開催されている（原田・山崎、1998）。また、山口ら（1999）も、スポーツイベントは、経済効果、観光産業の振興、さらに地域振興の促進という側面を期待して開催されていることを明らかにしている。

野川（1994）はスポーツツーリズムの経済効果に関して、イベント開催における経済効果の高さや建設効果、及び間接効果を考慮すると非常に多額の経済効果を開催地にもたらすと報告している。また、須田（1994）は、スポーツイベントは、おおそ開催地になる地域社会のアイデンティティと地域住民の連帯、自信、プライドを高め、住民と地域社会のきずなを深め、両者の一体化を強めるほか、地域社会の認知度、知名度の向上やイメージアップに貢献すると指摘している。実際に、経済効果、観光産業の発展、地域活性化を期待し、スポーツイベントやウォーキング大会などを開催する自治体は少なくない。スポーツイベントの成功が開催地にさまざまな利益をもたらすことが証明されてきたといえるが、これにはある程度の集客が必要なのはいうまでもないことである。集客に必要な要素の一つとしてイベント開催地がどんな場所であるかということが挙げられるだろう。イベント開催地では観光資源を併用し、活用することが必要であるという山口（2000）の指摘を考慮すると、「開催地の魅力」も重要となってくる。開催地の魅力に着目した研究として、服部・山口（2001）の研究、野川・工藤（1997）の研究、Yuan & MacDonald（1990）の研究では、開催地の魅力は、集客に多大な影響を与えることが明らかにされている。

国内でも多くの参加型のスポーツイベントが開催されているが、特にリゾート・観光地として注目されている沖縄県では多くの参加型のスポーツイベントが開催されている。沖縄県は本土復帰以降、入域観光者数が約10倍に達し、平成15年には過去最高の508万人を記録した。さらには、地域の特性を活かして市民マラソン大会、トライアスロン、水上スキー、ヨットレース、フィッシング、ウィンドサーフィン、ビーチバレーボールなど多くの参加型スポーツイベントを開催している。本研究では中でも沖縄県名護市に注目することにした。名護市では、毎年8月に「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」、11月に「ツールド・おきなわ」、12月に「名護・やんばるツーデーマーチ」、2月に「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」と「NAGO ハーフマラソン」が開催されており、全国から「するスポーツ」と「みるスポーツ」のスポー

ツツーリストが数多く来訪する。スポーツツーリズムは、スポーツ振興に寄与するだけでなく、その地域社会にもたらす文化的、経済的な効果が大きいことが注目されている（野川、1994；Standeven & De knop, 1999；Yamaguchi, 2002）。しかし、地域のスポーツツーリズムの効果を地域住民が認知しているか否か検証している研究は少ない。地域のサポートなしに、地域における持続可能なツーリズム産業を発展させることは困難である（Andereck & Vogt, 2000）。名護市は産業集積が乏しい地域にとってはスポーツ観光は地域の命運を決定づける舞台として機能をもつと考えられるが、そのパフォーマンスとしての観光客の集客や満足度には地域住民の意識や関与が密接に影響することが考えられる。名護市民はスポーツ観光をどのように意識しているのだろうか。本稿では、アンケート調査を実施し、沖縄県名護市の住民が地域におけるスポーツ観光をどのように認知し、これによる効果をどのように位置づけ、また、どのような問題意識を抱いているのかを明らかにすることを試みる。

本研究により、スポーツツーリズムを通じた地域活性化とスポーツ観光によるまちづくりの有効性を提唱することができ、また、沖縄県における新たなスポーツ観光開発のモデル事例として、スポーツツーリズムのプログラムを開発することができるという点で意義があると考え、また、ホストである名護市民の視点からスポーツツーリズムの効果を検証することは、スポーツツーリズムを通じた地域活性化と観光によるまちづくりの有効性を提唱することができる。なお、本研究で述べるスポーツ観光とは、開催されているスポーツイベントやスポーツキャンプへの参加者、または観戦者による観光や地元住民との交流などのさまざまな活動をいう。

## 2. 研究方法

### 2-1. 調査の概要

本調査は、2011年10月10日19日～2012年1月23日に、名護市在住の20歳以上の成人1,000名を住民基本台帳から系統抽出法を用いてサンプリングを行い、郵送調査法を用いた。また、回収率を高めるため、催促状を郵送した。

質問内容は、個人の属性、単純集計、性別による比較、スポーツイベントとキャンプの認知度と比較、スポーツ観光の効果、モデルの検証、スポーツ観光の推進に関する意見も考察した。スポーツツーリズム（スポーツ観光）の効果に関する項目は、スポーツツーリズムの効果を「社会的効果」「環境的效果」、「経済的效果」、「否定的な影響」に分類したHritz & Ross（2010）の15項目とAndereck & Vogt（2000）の3項目を採用した。これらの項目については、妥当性と信頼性を検証する必要があるため、プレ調査を行った。プレ調査は、2011年8月7日と8日に、名護市住民の20歳以上の成人109名に対し、自記式による質問紙調査を行った。SPSS11.5とAmos18.0を用いて信頼性と妥当性の検証を行った結果、本調査でもそのまま採用できると判断し、18項目そのまま使用することとした。本研究における変数とその操作定義は、表1の

とおりである。

表 1. 変数と操作定義

変数名	操作定義	尺度	
関与	スポーツイベントと スポーツキャンプの関与	1. はい	2. いいえ
認知度	スポーツイベントと スポーツキャンプの認知度	1. 全く知らない 3. だいたい知っている	2. 少し知っている 4. とてもよく知っている
スポーツ 観光の効果	スポーツ観光効果 4因子それぞれの総和	1. とてもそう思わない 3. どちらでもない	2. そう思わない 4. そう思う 5. とてもそう思う
スポーツ 観光支持	スポーツ観光支持の 総和	1. とてもそう思わない 3. どちらでもない	2. そう思わない 4. そう思う 5. とてもそう思う

## 2-2. 分析方法と仮説モデルの設定

分析方法としては、単純集計、t検定、クロス集計、因子分析、相関分析、自由記述に対してはKJ法によって分類した。本研究における統計的なデータ処理には、SPSS11.5 for WindowsとAmos18.0を併用して、共分散構造分析を行った。

本研究の仮説モデルは、「スポーツ観光による効果はスポーツ観光の支持に影響を及ぼす」と設定した。仮説モデルは、図1である。

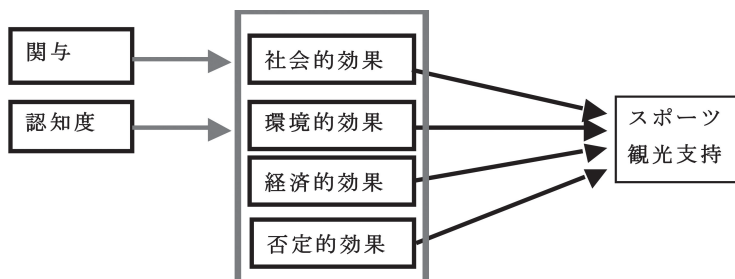


図 1. スポーツ観光の効果に関する仮説モデル

## 3. 結果と考察

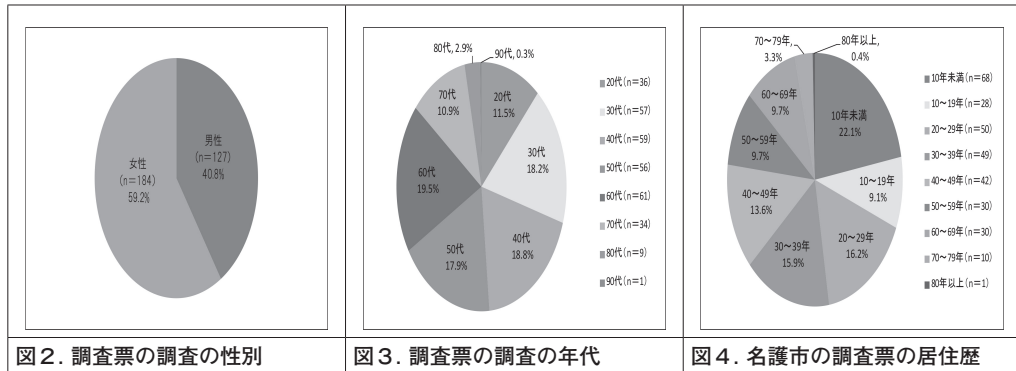
### 3-1. サンプルの個人的属性

回収した質問紙は325部であり、有効回答数は320部であった（有効回答率32%）。

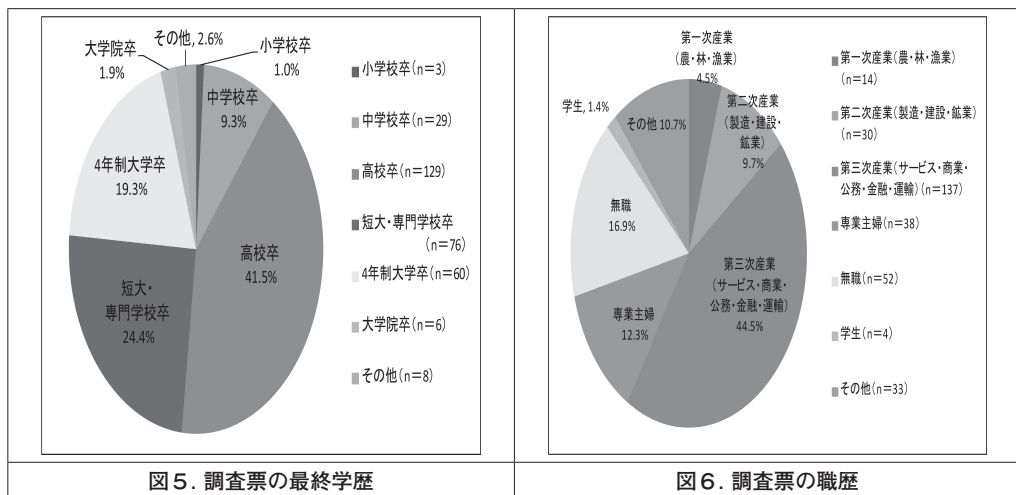
サンプルの属性は、図2～図6に示した。サンプルの性別は、「男性」が40.8%（127人）、「女性」が59.2%（184人）であった（図2）。サンプルの年代は、「60代」が19.5%（61人）で最も多く、次いで、「40代」が18.8%（59人）、「30代」が18.2%（57人）、「50代」が17.9%（56人）であった。20代から70代まで比較的サンプルの割合が類似していた（図3）。サンプルの名護市の居住歴は、



「10年未満」が22.1%（68人）で最も多く、次いで、「20～29年」が16.2%（50人）、「30～39年」が15.9%（49人）となっていた（図4）。



サンプルの最終学歴は、「高校卒」が41.5%（129人）と最も多く、次いで、「短大・専門学校卒」が24.4%（76人）、「4年制大学卒」が19.3%（60人）であった（図5）。サンプルの職業は、「第三次産業（サービス・商業・公務・金融・運輸）」が44.5%（137人）で最も多く、次いで、「無職」が16.9%（52人）、「専業主婦」が12.3%（38人）となっていた（図6）。

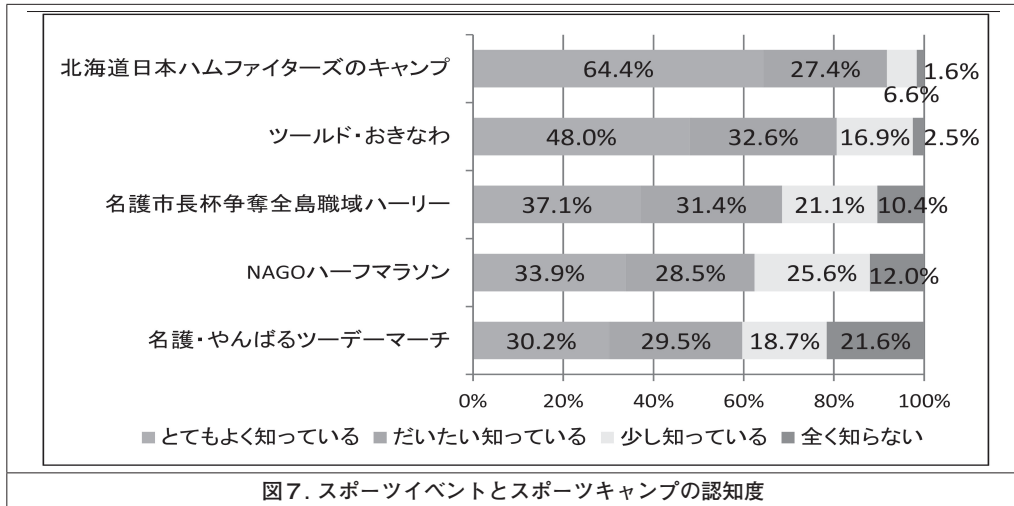


## 3-2. 単純集計

### 3-2-1. スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度

名護市で開催されているスポーツイベントやスポーツキャンプの認知度について、最も認知度が高いのは、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」であり、約65%の名護市民が「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」を「とてもよく知っている」と回答した。次いで、認

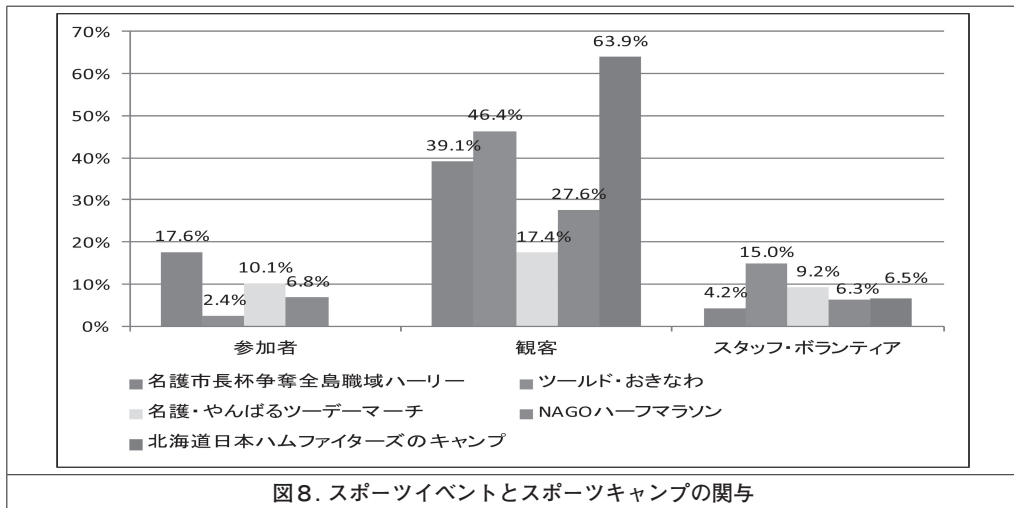
知度が高かった順に「ツールド・おきなわ」、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」、「NAGOハーフマラソン」、「名護・やんばるツーデーマーチ」と続き、「名護・やんばるツーデーマーチ」については、名護市民の5人に1人は全く知らないという結果となった。



### 3-2-2. スポーツイベントとスポーツキャンプの関与

名護市で開催されているスポーツイベントやスポーツキャンプの関与について、全体的にみると、スポーツイベントやスポーツキャンプを「観戦しに行っている」人が多かった。スタッフやボランティアとしてスポーツイベントやスポーツキャンプに「携わったことがある」人は、「ツールド・おきなわ」を除き、名護市民の1割にも満たないことが明らかになった（図8）。

参加者としての関わり方を見ると、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」（17.6%）が最も多く、次いで「名護・やんばるツーデーマーチ」（10.1%）、「NAGOハーフマラソン」（6.8%）、「ツールド・おきなわ」（2.4%）であった。観客としての関わり方は、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」（63.9%）が最も多く、次いで「ツールド・おきなわ」（46.4%）、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」（39.1%）、「NAGOハーフマラソン」（27.6%）、「名護・やんばるツーデーマーチ」（17.4%）となっていた。スタッフやボランティアとして携わったことがある人は、「ツールド・おきなわ」（15.0%）が最も多く、次いで「名護・やんばるツーデーマーチ」（9.2%）、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」（6.5%）、「NAGOハーフマラソン」（6.3%）、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」（4.2%）であった。



### 3-2-3. スポーツ観光の効果

スポーツ観光の効果について、全体的にみると、社会的効果が最もあると思われており、次いで、環境の効果、経済的效果、否定的な影響となっていた（図9）。各効果についてさらに細かくみると以下ようになった。

社会的効果の中でも最も効果があると感じているのは、「スポーツ観光は、地域のイメージを向上させる」（91.8％）であり、次いで「スポーツ観光は、名護市の文化的イメージにプラスの影響を与える」（85.5％）であった。環境的效果に関しては、「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」（67.0％）であり、次いで「スポーツ観光により、道路と公共施設は高い水準を維持できる」（64.5％）であった。経済的效果に関しては、「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」（68.7％）であり、次いで「スポーツ観光は、名護市においてさらに雇用を促進する」（50.9％）となっていた。否定的な影響に関しては、「スポーツ観光は、交通渋滞、騒音、汚染を生じさせる」（34.2％）と感じている人が最も多く、次いで「スポーツ観光の施設を整備するための費用は、地域開発事業としてはかかり過ぎる」（22.2％）であった。「名護市におけるスポーツ観光の推進を支持する」については、75.4％の人が支持する傾向にあった。

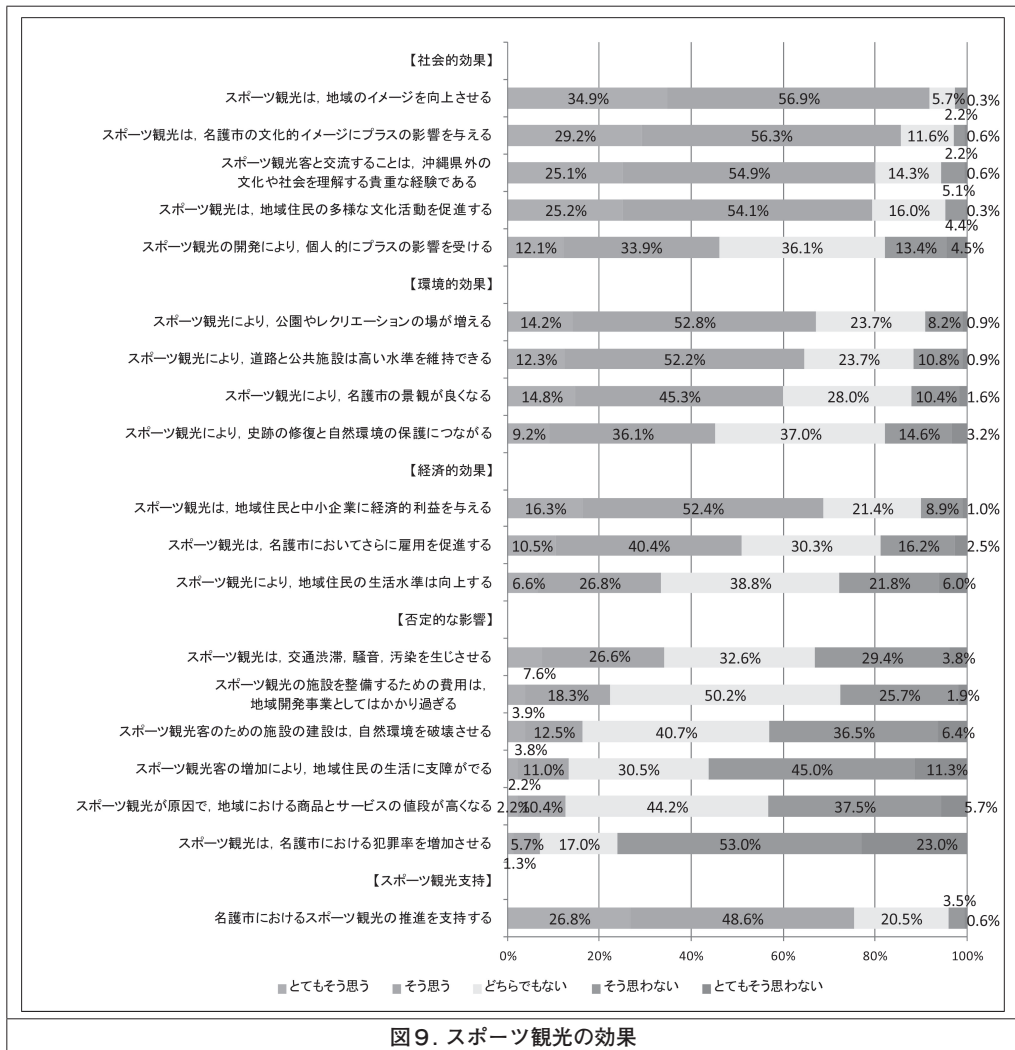
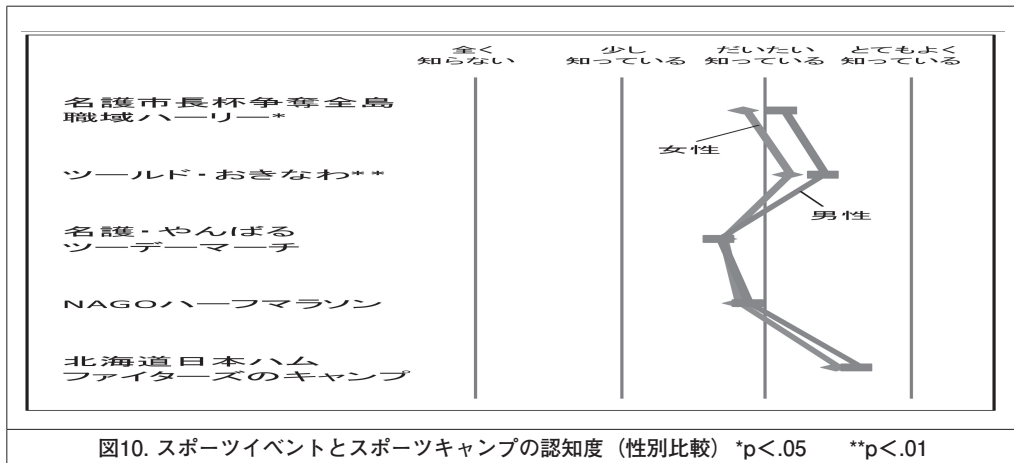


図9. スポーツ観光の効果

### 3-3. 男女による関与と期待感についての比較分析

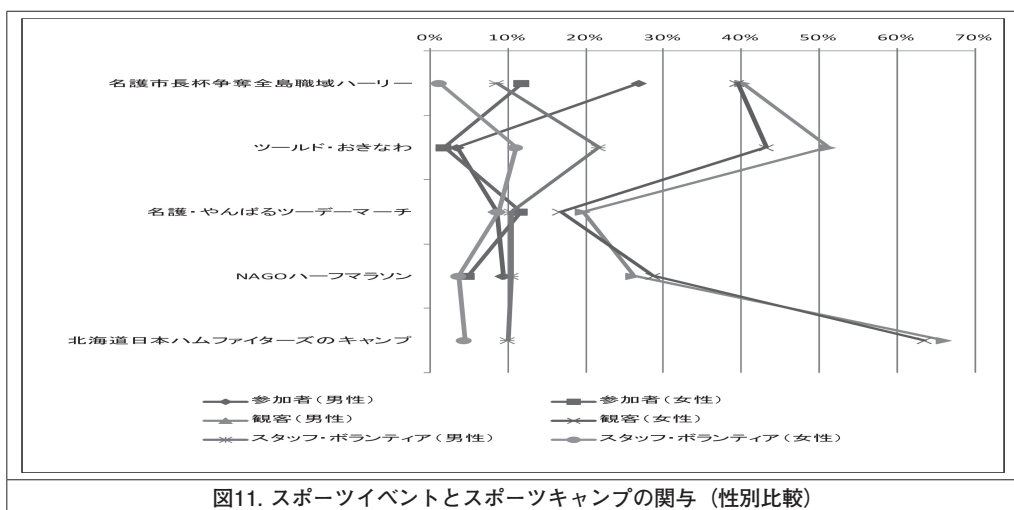
#### 3-3-1. スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度

スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度を性別で比較した結果、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」は5%水準で、「ツールド・おきなわ」は1%水準で有意な差がみられた。すなわち、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」と「ツールド・おきなわ」については、女性より男性の方がよく知っていた。「名護・やんばるツーデーマーチ」、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」及び「NAGOハーフマラソン」の認知度については、性別による有意な差は見られなかった（図10）。



### 3-3-2. スポーツイベントとスポーツキャンプの関与

スポーツイベントとスポーツキャンプの関与について、性別で比較した結果、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」では、女性より男性の方が参加したことがある人が多く（ $p < .01$ ）、さらに、女性より男性の方がスタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった（ $p < .01$ ）。「ツールド・おきなわ」では、女性より男性の方がスタッフやボランティアとして携わったことがある人が多かった（ $p < .05$ ）。「NAGOハーフマラソン」では、女性より男性の方がスタッフやボランティアとして携わったことがある人が多かった（ $p < .05$ ）。「名護・やんばるツーデーマーチ」と「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」では、性別による差異はなく、男性と女性が同じような割合で関与していた（図11）。



### 3-3-3. スポーツ観光に対する効果

スポーツ観光の効果について性別で比較した結果、社会的効果の「スポーツ観光客と交流することは、沖縄県外の文化や社会を理解する貴重な経験である」と、環境的効果の「スポーツ観光により、史跡の修復と自然環境の保護につながる」において5%水準で有意な差がみられた(図12)。すなわち、男性より女性の方が、スポーツ観光客と交流することは、沖縄県外の文化や社会を理解する貴重な経験であると思っており、スポーツ観光が史跡の修復と自然環境の保護につながると思っていた。

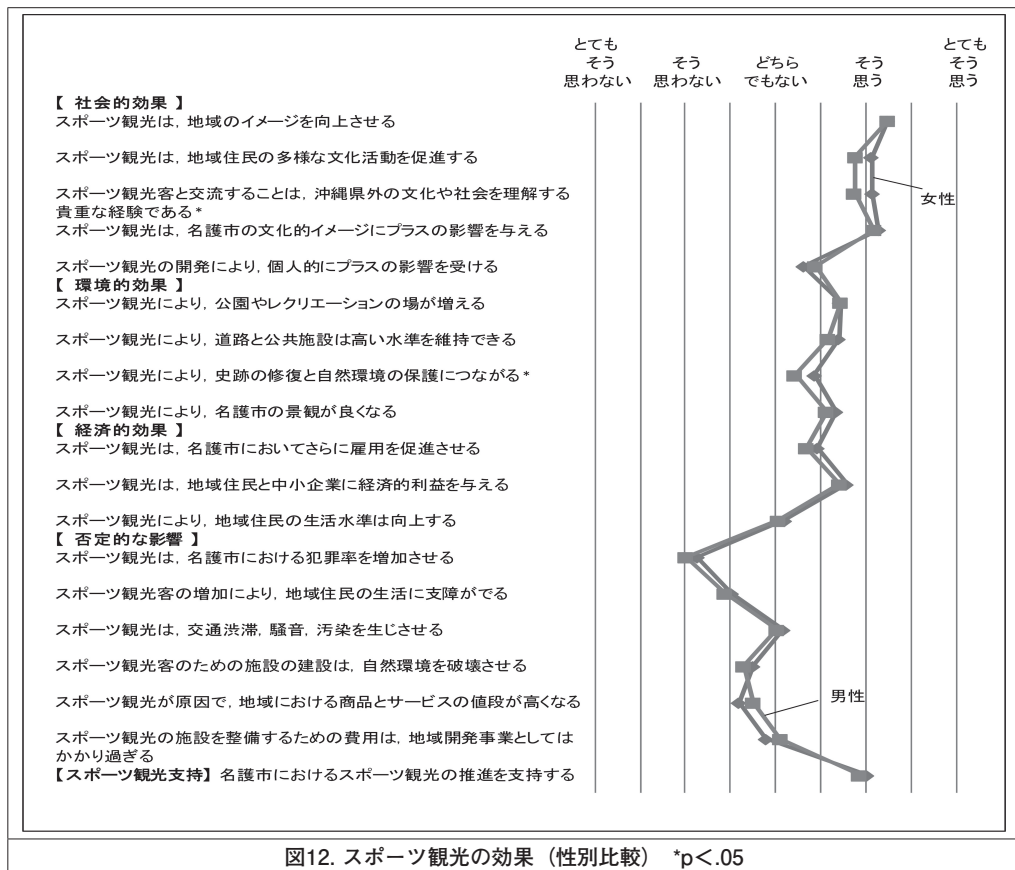


図12. スポーツ観光の効果（性別比較） \* $p<.05$

### 3-4. 認知度の差異による関与と期待感についての比較分析（t検定）

スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度について、「全く知らない」を1点、「少し知っている」を2点、「だいたい知っている」を3点、「とてもよく知っている」を4点とし、5つのスポーツイベント・スポーツキャンプの点数を合計した（最小：5点、最大：20点）。サンプル全員の認知度の平均が15.34であったことから、15点以下を「低認知群」（ $n=156$ ）、16点以上を「高認知群」（ $n=157$ ）に分類し、各々の項目で比較した。

### 3-4-1. スポーツイベントとスポーツキャンプの関与について

スポーツイベントとスポーツキャンプの関与について、認知度別で比較した結果、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」では、低認知群より高認知群の方が、参加したことがある人と観に行ったことがある人が多く ( $p<.001$ )、さらに、スタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった ( $p<.05$ )。「ツールド・おきなわ」では、低認知群より高認知群の方が、参加したことがある人が多く ( $p<.05$ )、観に行ったことがある人とスタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった ( $p<.001$ )。「名護・やんばるツーデーマーチ」では、低認知群より高認知群の方が、参加したことがある人が多く ( $p<.01$ )、観に行ったことがある人も多かった ( $p<.001$ )。さらに、低認知群より高認知群の方がスタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった ( $p<.01$ )。「NAGOハーフマラソン」では、低認知群より高認知群の方が、参加したことがある人が多く ( $p<.01$ )、観に行ったことがある人も多かった ( $p<.001$ )。さらに、低認知群より高認知群の方がスタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった ( $p<.01$ )。「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」では、低認知群より高認知群の方が、観に行ったことがある人が多かった ( $p<.001$ )。さらに、スタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった ( $p<.05$ ) (図13)。

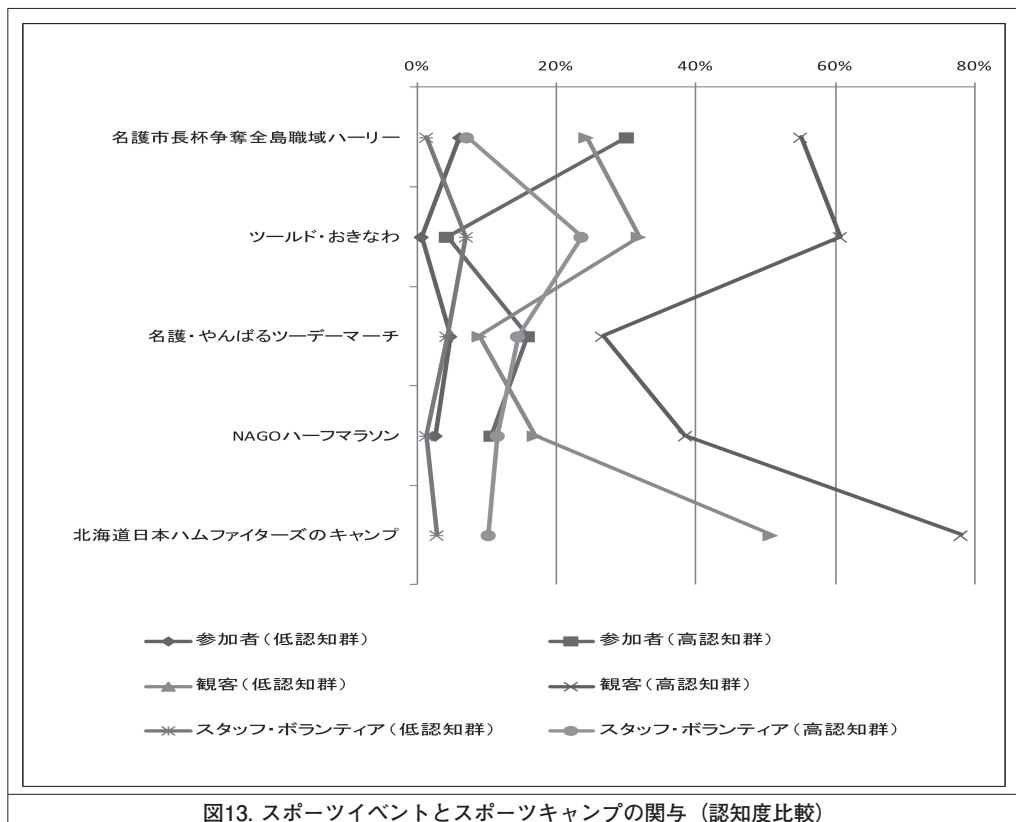


図13. スポーツイベントとスポーツキャンプの関与 (認知度比較)



### 3-4-2. スポーツ観光への期待感について

スポーツ観光の効果について認知度で比較した結果、社会的効果のすべて（「スポーツ観光は、地域のイメージを向上させる」、「スポーツ観光は、地域住民の多様な文化活動を促進する」、「スポーツ観光客と交流することは、沖縄県外の文化や社会を理解する貴重な経験である」、「スポーツ観光は、名護市の文化的イメージにプラスの影響を与える」、「スポーツ観光の開発により、個人的にプラスの影響を受ける」）、環境的効果の「スポーツ観光により、史跡の修復と自然環境の保護につながる」と「スポーツ観光により、名護市の景観が良くなる」、否定的な影響の「スポーツ観光は、名護市における犯罪率を増加させる」と「スポーツ観光客のための施設の建設は、自然環境を破壊させる」において、統計的に有意な差がみられた（図14）。すなわち、低認知群より高認知群の方が、スポーツ観光を推進することで、社会的効果が得られ、史跡修復、自然環境の保護、及び景観が良くなると感じていた。さらに、低認知群より高認知群の方が、スポーツ観光を推進することは、犯罪率の増加と自然環境の破壊につながらないと思っていた。そして、名護市におけるスポーツ観光の推進についても、低認知群より高認知群の方が、推進を支持していた。

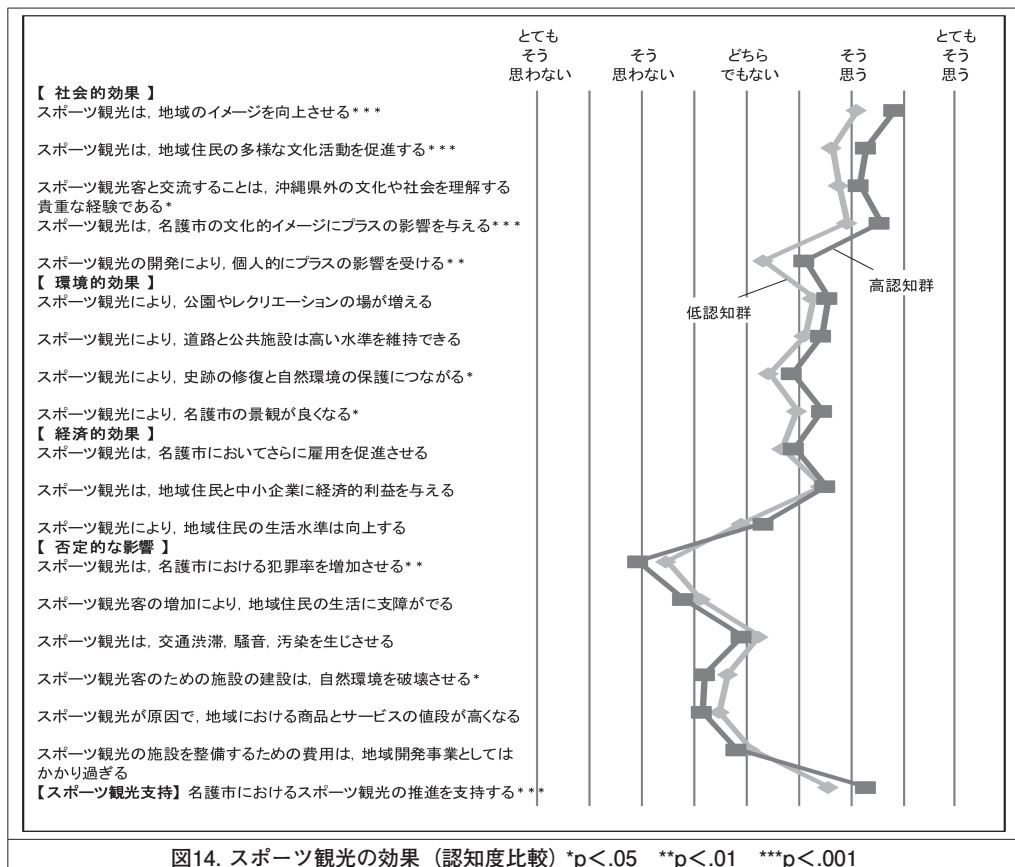


図14. スポーツ観光の効果（認知度比較） \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

#### 4. スポーツ観光の効果に関するモデルの検証

SPSSとAmosを併用して共分散構造分析による仮説モデルの検証を行った。図15は、スポーツ観光の効果に関する検証結果を示している。

近年、スポーツを目的に旅行するスポーツツーリストが増加しており、観光立国の実現に向けて、2008年に観光庁が設置された。観光庁（2010）は、「観るスポーツ」、「するスポーツ」、「支えるスポーツ」の3分類に関するスポーツ観光を推進している。スポーツ観光とは、各地域で開催されているスポーツイベントやスポーツキャンプへの参加者、または観戦者による観光や地元住民との交流などのさまざまな活動をいう。すなわち、スポーツを「観る」「する」ための旅行に加え、スポーツを「支える」人々との交流や、旅行者が旅先でスポーツを体験できる環境の整備形態である。特に観光分野では地域活性化の起爆剤として期待されるし、スポーツ施設の整備や様々な競技の大会や合宿に適した条件が問われる。また、スポーツ観光の効果とは、「観るスポーツ」と観光、「するスポーツ」と観光、「支えるスポーツ」である。ビジターの観戦者が周辺地の観光を楽しみ、観光客が滞在プランの一つとして競技観戦も加えることで、旅そのものの充実のほか、各競技の振興、そして地域活性化を目指す。スポーツチームの地域経営や市民ボランティアとしての大会支援、地域や国を挙げての国際競技大会・キャンプ（スポーツ合宿）の誘致により、交流人口の拡大、地域活性化、地域・国の観光魅力の効果的発信を目指すのである。

野川（2011）は、スポーツ合宿やスポーツキャンプに着目し、スポーツインフラの整備と宿泊施設を充実させ、スポーツ合宿やスポーツキャンプのメッカを目指す自治体が増えつつあると報告している。その代表的な例として、沖縄県や宮崎県があげられる。1979年から沖縄県名護市でキャンプを開催している「北海道日本ハムファイターズ」は、齊藤祐樹選手が入団したこともあり、2011年のスプリングキャンプには、約35,000人（1日平均約1,600人）の観客と、例年以上のマスコミが集まった。地域を活性化させるためには、継続的に地域を訪れるリピーターが必要である。本研究の舞台である名護市は、「するスポーツ」と「観るスポーツ」の両方の立場からスポーツツーリストが集まっておりスポーツ観光によるまちづくりの可能性を秘めている。産業集積の乏しい名護市において、スポーツ観光は、地域の命運を決定づける舞台としての機能をもつと考えられるが、そのパフォーマンスとしての観光客の集客や満足度には、地域住民の意識や関与が密接に影響することが考えられる。

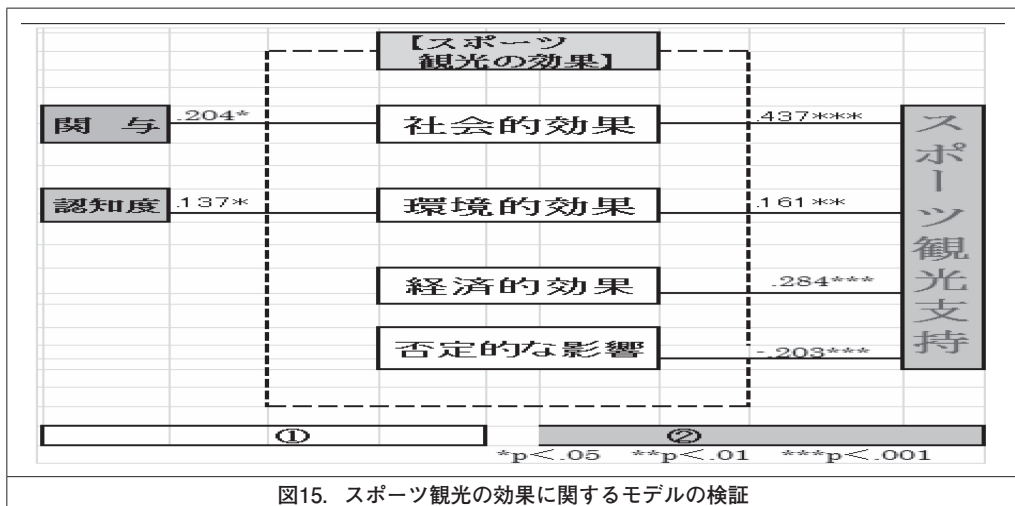
まず、本モデルの独立変数であるスポーツイベントと、スポーツキャンプの認知度と関与が従属変数である、スポーツ観光の効果に及ぼす影響について分析した結果、スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度が環境的效果に影響を及ぼし、さらに、スポーツイベントとスポーツキャンプの関与が社会的効果に影響を及ぼすことが明らかになった。山口ら（1991）によると、スポーツイベントは、経済的效果、観光産業の振興、さらに、地域振興の促進という側面を期待して開催されていることを明らかにしている。つまり、スポーツイベントとスポーツキャ

ンプについてよく知っている人ほど、スポーツ観光が名護市の施設や自然環境に良い影響を及ぼすと感じていた。また、スポーツイベントやスポーツキャンプに関わっている人ほど、スポーツ観光が、名護市のイメージ向上などの社会的な側面に良い影響を及ぼすと感じていた。

次に、スポーツ観光の効果がスポーツ観光の支持に及ぼす影響について分析した結果、スポーツ観光の効果と言われる社会的効果、環境的效果、経済的效果、及び否定的な影響が、スポーツ観光の支持に影響を及ぼすことが明らかになった。すなわち、スポーツ観光を推進することで、社会的効果、環境的效果、及び経済的效果が得られ、さらに、否定的な影響が少ないと感じている人ほど、スポーツ観光の推進を支持するということである。また、スポーツ観光の効果の中で、社会的効果がスポーツ観光の支持に最も強い影響を及ぼすことが明らかになった<sup>1)</sup>。

※1) 図中の数値は、値が大きいほど、強い影響を及ぼすことを示している。

本モデルのまとめとして、スポーツ観光によって得られる効果や影響を、住民は「社会的効果」「環境的效果」「経済的效果」「否定的な影響」の4要因で認知しており、さらに「社会的効果」と「経済的效果」を受けるほど、また「否定的な影響」を受けないほど、スポーツツーリズム(スポーツ観光)を支持することが明らかになった。これは、「スポーツツーリズムは、スポーツ振興に寄与するだけではなく、その地域社会にもたらす文化的、経済的な効果が大きいことが注目されている」(野川、1994; Standeven & De knop, 1999; Yamaguchi, 2002) という先行研究と同様の結果であり、名護市住民のスポーツイベントとスポーツキャンプの関与と認知度及びスポーツ観光の効果がスポーツ観光の期待に影響を与えていると考えられる。以上のことから、「スポーツツーリズムによる効果はスポーツツーリズムの支持に影響を及ぼす」という仮説モデルは支持された。



## 5. 名護市のスポーツ観光の推進に関する意見（自由記述）

次は、名護市のスポーツ観光の推進に関する意見を自由記述方式でまとめたものである。自由記述はKJ法により分類し、大きく分けて「支持群」「不安群」「要望群」の3つに分類することができた。また、それぞれの群の中においていくつかの小分類ができた。

### 5-1. 支持群

自由記述の中には、スポーツ観光の推進を様々な理由で肯定的にとらえている意見が多くみられた。それらの意見をまとめて「支持群」と名付けた。またこの支持群の中でも、支持する理由によって「観光による効果」「青少年への効果」「知名度の向上・イメージアップ」「住民参加」「環境」「その他」の5つのグループに小分類することができた。表2は述べられていた理由を性別年代ごとにまとめたものである。

#### 5-1-1. 観光客による効果

スポーツツーリズムによって名護市を訪れた観光客が消費することによる経済効果を期待する意見だけにとどまらず、新しく観光客を誘致するために公共施設を増設することや、観光客を一日でも長く滞在させるための施策に対する意見が挙げられていた。また、「スポーツ観光を推進することは、名護にとって大事なことと考える。特に多くの人（県外も含めて）が出入りする事によって、人々の交流が行われ、他の文化を知ると同時に生活にも潤いがでるし、生活水準が高くなると思う」（女性、70代）というような、スポーツ観光で訪れた人と地元の人との交流を願う声も多くみられた。これらの意見をまとめて「観光客による効果」と分類した。

#### 5-1-2. 青少年への効果

名護市はプロ野球のキャンプ地となっていることから、プロ野球選手と青少年との交流によってもたらされる効果について多く意見が挙げられていた。一方で、スポーツ振興を行うことで青少年の育成につながる、というような意見も寄せられていた。これらの意見をまとめて「青少年への効果」と分類した。

#### 5-1-3. 知名度の向上・イメージアップ

スポーツ観光を推進することによって全国的な知名度が上がることを期待する意見が見られた。そのことによって、「住民の気持ちも盛り上がり市のためにボランティア等頑張れるのでは」（女性、30代）という意見も見られた。また、「『スポーツ』と聞くと、健康的・明るいというイメージなので、名護＝スポーツが盛んというイメージが出来ればとてもいい事だし、スポーツの行事で多くの人が参加者や観戦客として名護に集まると町が活性化されると思う」（女性、30代）というような意見も見られた。これらの意見をまとめて「知名度の向上・イメージアップ」と分類した。

#### 5-1-4. 住民参加

今までは参加したことはないが、これからは参加したいという意見や、ボランティアなどを

してみたいという意見があった。また、実際にイベントに参加することによって「これまでに訪れた事がない場所やお店を歩き、マラソンと違い、訪れようという名所も知れ、これまでにないスポーツ観光だと思いました」（女性、30代）というような経験をした人もいた。これらの意見をまとめて「住民参加」と分類した。

#### 5-1-5. 環境

イベント開催時には道路や環境が整い、とても良いと思います（女性、50代）という意見があった。また、十字路の商店街を使っことは良いと思います（女性、30代）との意見や、日ハムのキャンプ時、駐車場とグラウンドの間に専用バスを無料で使った事は大変うれしいし、駐車違反もなくよかった（このような気遣いが必要と思う）（男性、70代）という意見もみられた。これらの意見をまとめて「環境」と分類した。

#### 5-1-6. その他

その他として、スポーツ観光を支持する（男性、60代）との意見や、スポーツ観光によりもっと住みやすくキレイな名護市になるといいと思う。そしてこのアンケートを通じて、名護市に住む私達もスポーツイベントやキャンプにもっと興味を持ち、積極的に関わっていきいと思いました（男性、20代）との意見もみられた。また、名護市をアピールするためにもスポーツ観光に力を入れてもっと名護市を発展させて景気をつけてください（女性、60代）というような意見も見られた。これらの意見をまとめて「その他」に分類した。

表2. 名護市スポーツ観光の推進の支持群の内訳

項目	女性年代									男性年代									合計
	20	30	40	50	60	70	80	計		20	30	40	50	60	70	80	計		
1 観光客	1		3	1		1		6		2			1				3		9
2 青少年		1	2			1		4			1		1	1	1		4		8
3 知名度		2	1	2				5			1						1		6
4 住民参加	1	1	1			2		5									0		5
5 環境		1		1				2							1		1		3
6 その他	1	1		1	4	2		9	2	1	1		1	2			7		16
計	3	6	7	5	4	6	0	31	2	3	3	0	3	4	1		16		47

#### 5-2. 不安群

自由記述の中には、スポーツ観光の推進に対して様々な理由で否定的な意見も多くみられた。これらの意見をまとめて「不安群」と名付けた。さらにその理由ごとに「日常生活への悪影響」「イベント」「その他」の3つのグループに分類することができた。表3は述べられていた理由を性別年代別にまとめた内訳である。

##### 5-2-1. 日常生活への悪影響

交通規制がしんどいかな。生活の邪魔にならなければ良い（女性、40代）。車で移動が多い中で、交通渋滞や駐車している車両の問題が気になる（女性、40代）との意見と県外からの参加者は、車道に自転車で車の間を走行する、球場周辺での見学者の歩行者は左右見ずにあた

りまえのように横断する等、危険行為に目に余るものがあります。モラルのある参加方法等、安全に楽しく地域の活性化が一番に経済的な要素が大切だと思います（女性、50代）との意見により交通制限や事故などの心配をしている意見が見られた。これらの意見をまとめて「日常生活への悪影響」と分類した。

## 5-2-2. イベント

名護市での観光について、市民が中心になって行うイベントがほとんどなく、行政に頼った事業が多い（男性、40代）との意見や関係団体等の人達にとってはイベントでも市民一般まで広がっている感じはない。市民全体をどうまきこむかが課題（男性、30代）との意見も見られた。また、県内の他の地域の催しと似たり寄ったりな上、他より地味な印象（日ハムキャンプ以外）（女性、30代）との厳しい意見も見られた。これらの意見をまとめて「イベント」と分類した。

## 5-2-3. その他

その他として、名護市には観光協会があるが、ほとんど機能していない。過去に「やんばるツーデーマーチ」を積極的に行っていたが、近年、協力もしなくなっている（男性、40代）との意見や、現在建設中のドーム、名護湾の環境に悪い。海岸とか。金がかかっていると思う。一球団の為か市民の為かわからない（女性、60代）、また、スポーツ観光の推進は支持しますが、それに伴う自然環境破壊があるならNO!!です。子供達、未来の事を考えると私は自然環境の保護は重要だと思います（女性、40代）との環境に対する厳しい意見も見られた。また、行政などは今後イベントを継続するのであれば、道路整備の際にイベントを考慮した自転車道やマラソン道の整備も含めて公共整備をしてもらいたいと思います。（男性、40代）との意見や行政などは今後イベントを継続するのであれば、道路整備の際にイベントを考慮した自転車道やマラソン道の整備も含めて公共整備をしてもらいたいと思います（男性、40代）など行政の取り組みを指摘する声も見られた。これらの意見をまとめて「その他」に分類した。表3は名護市スポーツ観光の推進の支持群を表示している。

表3. 名護市スポーツ観光の推進の理由群の内訳

項目		女性年代									男性年代									
		20	30	40	50	60	70	80	計	20	30	40	50	60	70	80	計	合計		
1	日常生活			3	1				4			1			1		2	6		
2	イベント		2						2		1	1					2	4		
3	その他		1	2		2			5			3					3	8		
計		0	3	5	1	2	0	0	11	0	1	5	0	0	1	0	7	18		

## 5-3. 要望群

自由記述の中にはスポーツ観光の推進に対する要望に関する意見も多くみられた。これらの意見をまとめて「要望群」と名付けた。また、その要望の内容ごとに「環境整備」「イベント・事業」「広報・宣伝」「競技普及」「連携・協働」「その他」の6つに分類することができた。表



4は述べられていた理由を性別年代別にまとめた内訳である。

#### 5-3-1. 環境整備

名護市にスポーツ観光に来たついでに観光客が利用しやすい他の観光地、飲食品、土産物屋が周辺にもっとあれば良いと思う（女性、30代）との意見や自転車専用道路を引いた方が良いと思う（男性、60代）、スポーツ観光における設備をきれいにしたい（清掃、道路の整備等）（男性、60代）、文化遺産や史跡を周るコースを多く開発してほしい（男性、80代）との意見みられた。県・市にぜひやって欲しいということで、スポーツ観光をすすめるには、名護市への道路環境を整備する必要があると思う。特に58号線ではイベントがある時など不便をきたしているし、道路の草は伸び放題で、観光立県と言っているには、この面の整備が重要課題である（女性、70代）との意見も見られた。これらの意見をまとめて「環境整備」と分類した。

#### 5-3-2. イベント・事業

イベントと事業につて、子供から老人まで参加できるイベントもあるとよい（今はどちらかというと体力に自信がない人は参加しづらい）。暑い日の日中はイベントに参加しづらいので涼しい時間帯のイベントもあるとよい（女性、30代）との意見や、イベント時は、学校行事として子供達が参加するような形を作りたい。そのことで、親も関わることになる（女性、20代）との意見も見られた。また、スポーツ観光で子供達との交流、または子供達を交えてのイベントを多くしてほしい。大人向けのイベントより子供重視です（女性、40代）との意見があった。これらの意見をまとめて「イベント・事業」と分類した。

#### 5-3-3. 広報・宣伝

広報・宣伝に関して、アピールが少ない。もっと宣伝や呼びかけをしてほしい（女性、50代）との意見や観光の分野をもっと整理し、解りやすく市民に伝えるべき。ワンストップ運動を広げて欲しい（女性、60代）、また、地域住民に対してもっと幅広く広報してほしい（女性、50代）との意見が出された。一方、ボランティアをやってみたいと思うことがありますが、大きく募集されていないのか、気付かないのか、いつの間にか募集が終わってしまいます。名護市の広報（市内報）が月に1回だけで配られるタイミングによっては募集を終了してしまっているので、もっと分かりやすい募集や広報だったと思います（女性、40代）との意見が見られた。これらの意見をまとめて「広報・宣伝」と分類した。

#### 5-3-4. 競技普及

競技普及に関しては、マリンスポーツの普及、サイクリングロードの整備（女性、60代）や、もっと競技を出来るだけ多くしてほしいです（男性、60代）との意見が見られた。さらに、障がい者の参加推進・企画・情報提供（女性、70代）や、障がい者の参加促進・情報提供・企画（女性、50代）の意見もあった。これらの意見をまとめて「競技普及」と分類した。

#### 5-3-5. 連携・協働

地域との連携、商業とのリンク、市のハンドリングのなさ（女性、60代）や行政が中心で市



民が自由に事業に結びつくスポーツ観光が望ましい（男性、40代）との意見があった。また、もう少し地域住民が協力できる体制を作ったり、また企業の協力してもらい宣伝活動や支援も行っていくとよいと思います（女性、60代）との意見や名護市に住んでいても、わからないイベントが多い。小中高、大学、専門の学校でもっと力をいれて取り組んだ方がいいと思う（男性、20代）との意見があった。これらの意見をまとめて「連携・協働」と分類した。

#### 5-3-6. その他

その他として、スタッフの雇用を名護市民に優先させて欲しい（男性、20代）との意見やスポーツ観光等の観光客の受入れについて、もっと積極的な対応を多方面から考えていく必要があるのでは（商品開発、観光地の開発・サービス等々）（男性、70代）との意見があった。また、名護市全体が良くなるスポーツ観光の推進を望みます。一部の人間だけが参加したり、経済効果の恩恵が団体の上層部の関係者が優遇されるような事がないよう全体的効果を感じられる推進をしてもらいたいと思います（男性、40代）などの意見が見られた。これらの意見をまとめて「その他」に分類した。

## 6. 結論と考察

本研究の目的は、沖縄県名護市の住民が、スポーツツーリズムの効果をどのように認知しているかを明らかにすることであった。分析の結果、以下の結論が出された。

1) 単純集計の結果、スポーツイベントやスポーツキャンプについて、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」の認知度が最も高く、参加者としては「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」が最も多かった。観客としては、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」が最も多く、スタッフやボランティアとして携わったことがある人は、「ツールド・おきなわ」が最も多かった。スポーツ観光の効果に関しては、社会的効果が最もあった。特に、約9割の名護市民が、スポーツ観光は地域のイメージを向上させると感じていた。また、名護市民の4人に3人は、名護市におけるスポーツ観光の推進を支持していた。

2) 認知度で比較した結果、スポーツイベントとスポーツキャンプの関与について、「名護市長杯争奪全島職域ハーリー」、「ツールド・おきなわ」、「名護・やんばるツーデーマーチ」、「NAGOハーフマラソン」では、低認知群より高認知群の方が、参加したことがある人、観に行ったことがある人、スタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった。さらに、「北海道日本ハムファイターズのキャンプ」においても、低認知群より高認知群の方が、観に行ったことがある人と、スタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多かった。スポーツ観光の効果に関しては、低認知群より高認知群の方が、スポーツ観光を推進することで社会的効果が得られ、史跡の修復や自然環境の保護、及び景観が良くなると感じていた。さらに、低認知群より高認知群の方が、スポーツ観光を推進することは、犯罪率の増加と自然環境の破

壊につながらないと感じていた。名護市におけるスポーツ観光の推進についても、低認知群より高認知群の方が、推進を支持していた。

3) スポーツ観光の効果に関して、スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度が環境的效果に影響を及ぼし、さらに、スポーツイベントとスポーツキャンプの関与が社会的効果に影響を及ぼしていた。さらに、社会的効果、環境的效果、経済的效果、及び否定的な影響が、スポーツ観光の支持に影響を及ぼしていた。

4) 女性の観光推進数は40代が最大であり、次に30代と50代が最も多い、50代は第4位である。ゆえに、30代から60代の間の観光意識は旺盛な時期である(図16)。男性の観光推進数は40代が最大であり、次に70代で、第3位は60代が最も多い、20代は第4位である。サンプルの個人的属性について、男性が40.8%、女性が59.2%は、共に40代には最大であるあることが確認された(図17)。名護市の居住歴は10年未満が多く、最終学歴は高校卒が最も多い。職業は、第三次産業(サービス・商業・公務・金融・運輸)に勤めている人が多い。

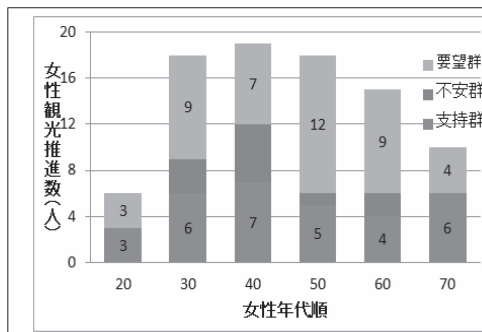


図16. 女性の観光推進数と年代との関係

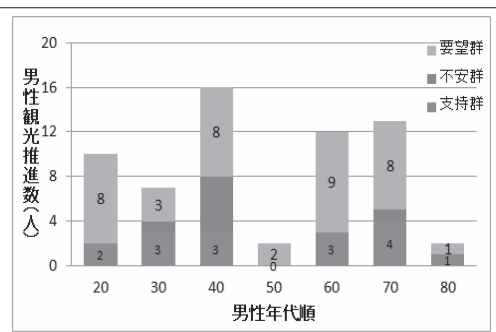
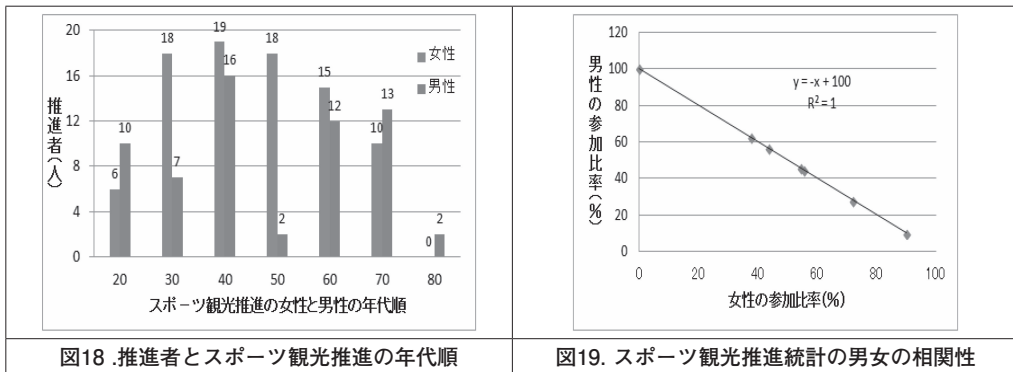


図17. 男性の観光推進数と年代との関係

性別で比較した結果、スポーツイベントとスポーツキャンプの認知度に関して、「名護市長杯争奪全島職域ハリー」と「ツールド・おきなわ」は、女性より男性の方がよく知っている。スポーツイベントとスポーツキャンプの関与について、「名護市長杯争奪全島職域ハリー」では、女性より男性の方が、参加したことがある人とスタッフやボランティアとして携わった経験を持つ人が多い。「ツールド・おきなわ」と「NAGOハーフマラソン」は、女性より男性の方がスタッフやボランティアとして携わったことがある人が多い。スポーツ観光の効果に関して、男性より女性の方が、スポーツ観光客と交流することは、沖縄県外の文化や社会を理解する貴重な経験であると思っており、スポーツ観光が、史跡の修復と自然環境の保護につながっていると思っている。

図18は推進者とスポーツ観光推進の年代順を示したものであり、男性より女性が多いのは、30～60代である。一方、女性より男性が多いのは、20代、70代と80代である。図19はスポーツ観光推進統計の男女の相関性である。このことから、女性と男性関係において一定の法則性が見られた。



5) スポーツ観光の効果に関するモデルの検証の結果、スポーツツーリズム（スポーツ観光）によって得られる効果や影響を、住民は「社会的効果」「環境の効果」「経済的效果」「否定的な影響」の4要因で認知している。さらに「社会的効果」と「経済的效果」を受けるほど、「否定的な影響」を受けないほど、スポーツツーリズム（スポーツ観光）を支持することが明らかになった。

これは、「スポーツツーリズムは、スポーツ振興に寄与するだけではなく、その地域社会にもたらす文化的、経済的な効果が大きいことが注目されている」（野川、1994；Standeven & De knop, 1999；Yamaguchi, 2002）という先行研究と同様の結果である。

6) スポーツ観光の推進に関する意見や要望は、「支持群」、「不安群」と「要望群」に分類できた。「支持群」の女性要望群は31名と男性要望群は16名で、計47名で、要望群より少なく、不安群より多かった。「不安群」の女性要望群は11名と男性要望群は7名で、計18名で、支持群と要望群より少なかった。「要望群」の女性要望群は44名と男性要望群は39名で、計83名で、支持群と不安群より多く最も多かった。支持群は、「観光客による効果」「青少年への効果」「知名度の向上・イメージアップ」「住民参加」「環境」に対して期待する声が聞かれた。「不安群」は、「日常生活への悪影響」「イベント」に関する不安の意見がみられた。要望群は、「環境整備」「イベント・事業」「広報・宣伝」「競技普及」「連携・協働」に関する要望が聞かれた。表4は自由記述の内容を性別年代別にまとめた表である。

表4. 名護市スポーツ観光の推進の調査結果

項目	女性年代									男性年代									合計
	20	30	40	50	60	70	80	計		20	30	40	50	60	70	80	計		
1 支持群	3	6	7	5	4	6	0	31		2	3	3	0	3	4	1	16		47
2 不安群	0	3	5	1	2	0	0	11		0	1	5	0	0	1	0	7		18
3 要望群	3	9	7	12	9	4	0	44		8	3	8	2	9	8	1	39		83
合計	6	18	19	18	15	10	0	86		10	7	16	2	12	13	2	62		148

以上の結果から、名護市や名護市民は、名護市で行われているスポーツイベントやスポーツキャンプに来訪する沖縄県外からの人に対し、スポーツツーリズム（スポーツ観光）による効果や、ひいてはそれらが地域活性化につながることを期待していることが明らかになった。

## 7. 論議及び今後の課題

本研究の特色は、以下の2点である。1点目は、スポーツツーリズムのホストである住民の観点からスポーツツーリズムによる効果の検証を行うことである。2点目は、スポーツツーリズムの効果について、ネガティブな効果を含め、包括的に地域活性化への影響を検証することである。その結果を基に、今後、名護市がスポーツ観光によるまちづくりを行うためにスポーツ観光の推進モデルと提言を提案する。図5は、名護市におけるスポーツ観光の推進をまとめたものである。

まず、第1点目は、スポーツイベントやスポーツキャンプに関する情報発信を積極的に行うことである。本研究において、スポーツイベントやスポーツキャンプについてよく知っている人ほど、スポーツイベントやスポーツキャンプに、参加者、観戦者及びスタッフとして関わっていることが明らかになった。さらに、スポーツイベントやスポーツキャンプについてよく知っている人ほど、スポーツ観光によって良い効果が得られると感じており、名護市のスポーツ観光の推進を支持する結果となった。以上の結果を踏まえると、地域のサポートなしに、地域における持続可能なツーリズム産業を発展させることは困難であることから、スポーツイベントやスポーツキャンプの日程、コースや会場案内、参加申込方法などの情報を名護市民へ積極的に発信していくことが重要であるといえる。

特に、スポーツイベントやスポーツキャンプの中で、最も認知度が低いのは、「名護・やんばるツーデーマーチ」である。この大会は、ふだん運動やスポーツをしていない人でも実施しやすいウォーキングのイベントであり、5～40kmまでのコースが設定してある。当日参加も可能であることから、「参加しやすさ」を名護市民にアピールする必要があるだろう。筆者は、名護市におけるスポーツツーリストの実態を把握するとともに、スポーツツーリズムによる地域活性化の効果を明らかにすることを目的に、関係者へのインタビュー調査、名護市民に対する質問紙調査、名護・やんばるツーデーマーチの県外参加者、及びプロ野球キャンプの県外観戦者に対する調査を実施した。その中で、名護・やんばるツーデーマーチ参加者を対象として、2006年から毎年質的及び量的研究を行っている。2011年12月に開催された第24回大会の参加者（完歩者）調査の結果、県内参加者より県外参加者が多く、大会運営とコース、コースの案内表示及び、観光についての情報・サービスの問題点が指摘されている。この結果と同様に、今回の自由記述でも、「県外からの参加者が多く、地元のイベントでありながら参加しにくい様な雰囲気です。名護市がスポーツを推進する…を目的とありますが、かたよった方々が中心と



2点目は、スポーツイベントやスポーツキャンプへの名護市民の関与を高めることである。本研究において、スポーツイベントやスポーツキャンプに関与しているほど、スポーツ観光によって社会的効果が得られると感じていることが明らかである。さらに、スポーツ観光によって社会的効果が得られると感じるほど、スポーツ観光の推進を支持する結果となった。すなわち、スポーツイベントやスポーツキャンプに関与することが、名護市のスポーツ観光の推進を支持することにつながる。そのため、名護市民に、スポーツイベントやスポーツキャンプへの参加や観戦を促すとともに、スポーツイベントやスポーツキャンプにスタッフやボランティアとして携わってもらうよう、さまざまな団体への声かけが必要である。

一方、スポーツツーリストを受け入れる側である沖縄県名護市の地域住民のスポーツ活動を「するスポーツ」「みるスポーツ」「支えるスポーツ」の観点から明らかにする目的をもって、2013年2月に名護市住民の成人1,000人を対象に、サンプリング調査を行った結果、スポーツツーリストを受け入れる地域の住民は、運動やスポーツを週に1～2回程度行っているが、地元地域で行われているスポーツイベントへの参加や、スタッフ及びボランティアとして関わることはあまりしていない傾向が見られたとの報告から、スポーツツーリストを受け入れる地域の住民がスポーツを実施することで、地域スポーツに関わり、さらにスポーツ観光効果の認知度が高まり、地域愛着が強くなると考えられる。

さらに、沖縄県外から名護市に来訪する「するスポーツ」と「みるスポーツ」のスポーツツーリストは、スポーツイベントに満足し、加えてスポーツキャンプに対する評価が良いと、再度名護市を訪れようという意思を持つ。地域のサポートなしに、地域における持続可能なツーリズム産業を発展させることは困難であることから (Andereck & Vogt, 2000)、名護市や名護市民が一体となり、名護市を活性化させるために、スポーツイベントやスポーツキャンプをまちづくりの重要なツールと捉え、持続的に、ならびに戦略的に行う必要があると言える。

今後の課題として、本研究はスポーツ観光の問題などについて所見を整理し、スポーツ観光の関連資料についてデータを回帰方程式によって勾配と決定係数を解明し、国際化時代に相応すべく、スポーツ観光の内容をまとめることができた。しかし、短時間の調査であつたため、未解明の事項が少なくない。ゆえに、本稿は、沖縄県名護市のケーススディであるため、今後実証研究を蓄積していく必要がある。最後に、地元地域で開催されているスポーツイベントに参加している住民は、無作為抽出された地域住民よりも、地域に対するQOLが高く、地域に対する愛着も強いことが予想されるため、地域住民をいかにスポーツイベントに呼び込むかが、スポーツツーリズムを通じたまちづくりを行う上で重要な課題となるだろう。

#### 付 記

本研究は、2011年度笹川スポーツ研究助成「課題番号11-2-013研究代表者 朴永晃」を受けて実施したものである。



## 参考文献

- 秋吉遼子・朴永晃他：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スポーツ政策研究第2巻1号, 144-151, 2013.
- Andereck K. L. & Vogt C. A. (2000) The Relationship between Residents' Attitudes toward toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research* 39 (8) : 27-36.
- 原田尚幸・山崎利夫：スポーツイベントにおける広報活動—トライアスロン大会に関するイメージについて—, 鹿屋体育大学紀要 19 : 35-42, 1998.
- 服部愛子・山口泰雄：海外ウォーキングイベントに参加するスポーツ・ツーリストの旅行動機に関する研究. 修士論文 神戸大学, 2001.
- Hritz N. & Ross C. (2010) The Perceived Impacts of Sport Tourism : An Urban Host Community Perspective. *Journal of Sport Management* 24 : 119-138.
- Kaplanidou K. & Vogt C. (2007) The Interrelationship between Sport Event and Destination Image and Sport Tourists' Behaviours. *Journal of Sport & Tourism* 12 (3-4) : 183-206.
- 川西正志ら：第12回全国スポーツ・レクリエーション祭参加者調査報告書. PALS (Promotion of Active Life-Style) 研究プロジェクト成果報告書. 鹿屋体育大学, 2000.
- 川西正志ら：第2回いぶすき菜の花ツーデーマーチ参加者調査・実験結果報告書. PALS (Promotion of Active Life-Style) 研究プロジェクト成果報告書. 鹿屋体育大学, 2000.
- Klenosky, B. David : The "Pull" of Tourism Destinations : A Means-End Investigation, *Journal of Travel Research*, : 384-395, 2002.
- Ko Y. J., Zhang J., Cattani K. & Pastore D. (2011) Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality* 21 (3) : 304-322.
- 文部科学省 (2012) : スポーツ基本計画.
- 松本耕二・野川春夫：ホノルルマラソン完走者の満足度要因の分析. *レクリエーション研究*, 23 : 38-39, 1990.
- 内閣府 (2009) : 体力・スポーツに関する世論調査報告書.
- 野川春夫ら：地域活性化におけるスポーツイベントの総合研究調査報告書. 平成元年鹿屋体育大学研究特別経費研究成果報告書. 鹿屋体育大学, 1990.
- 野川春夫：スポーツ・ツーリズムに関する研究—ホノルルマラソンの縦断的研究—, 鹿屋体育大学学術研究紀要7 : 43-55, 1992.
- 野川春夫：スポーツ・ツーリストのイベント参加を規定する要因に関する研究—Push factorとPull factorに着目して—, 鹿屋体育大学学術研究紀要, 17 : 65-72, 1992.
- 野川春夫ら (1994) スポーツ・ツーリズムと経済効果に関する研究. 平成5年度文部省科学研究費 (一般研究 : C) 研究成果報告書. 鹿屋体育大学.
- 朴永晃ら：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スポーツ政策研究第1巻1号, 150-159, 2012.
- 笹川スポーツ財団 (2010) : スポーツライフ・データ2010—スポーツライフに関する調査報告書—.
- 佐々木土師二, 「旅行者行動の心理学」に向けて (2), 関西大学社会学部紀要, 28 (2), 27-68, 1996a.
- 佐々木土師二, 「旅行者行動の心理学」に向けて (3), 関西大学社会学部紀要, 28 (3), 41-73, 1996b.
- Standeven, J. and De knop, P. (1999) : *SPORT TOURISM. Human Kinetics*, United States of America.
- 山口泰雄ら (1991) 地域活性化におけるスポーツイベントの社会経済的研究. 平成3年度文部省科学研究費 (一般研究 : C) 研究成果報告書. 神戸大学.
- 山口泰雄ら：高齢者の運動と生活満足度に関する調査研究, (財) 健康・体力づくり事業財団, 2002.
- 山口泰雄：生涯スポーツとイベントの社会学—スポーツによるまちおこし— (第2版). 創文企画. 東京, 2000.
- Yamaguchi, Y. (2002) : Sport Tourism, Sport Volunteer and Sport For All. *Journal of Asiana Sport For All* 1, 29-36.
- Yuan, S., MacDonald, C. : Motivational Determinates of International Pleasure Time., *Journal of Travel Research*, Summer, 42-44, 1990.