

# スポーツイベント運営における広報活動 —トライアスロン大会に対するイメージについて—

原田 尚幸\*, 山崎 利夫\*

## Promotion of a Sports Event

— The image of a Triathlon —

Naoyuki HARADA\* and Toshio YAMAZAKI\*

### Abstract

When regional sports events are held by either local governments or public bodies, it is necessary to convey to the participants a clear concept of the event. This paper focuses on the image of a sports event as a key concept in the promotion of the event. Posters, pamphlets and other PR material can then promote this image. The purpose of this research was to obtain information about the promotion of a sports event through its central image.

Data for this research were collected from a total of 309 triathletes participating in the 12th Ibusuki Triathlon held in Ibusuki City, Kagoshima Prefecture, in May 1997. The image of the event was evaluated by the Semantic Differential Method. An analysis of the data enforced the Principal Component Analysis (Varimax rotation) in order to structuralize the event's image. In the findings, four factors emerged: "appearance", "level of difficulty", "familiarity" and "expenses". These findings are valid for the promotion of a sports event.

**KEY WORDS:** *Sports Event, Public Relations, Triathlon, Image*

### 緒 言

地方レベルのまちづくりを意図したイベントの開催は、単なる集客以上の効果をもたらすことが指摘されている<sup>2)</sup>。スポーツを対象としたイベントは、スポーツが持つ明るさや爽やかさといったイメージを売り物にして開催され<sup>3)</sup>、企業が自社製品や企業自体のイメージの向上を狙ってイベントのスポンサーとなるケースもある<sup>2)</sup>。近年スポー

ツイベントは、地域の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多くの地域で開催されている。これらのスポーツイベントには、企業がスポンサーとなってプロ選手や世界レベルのトップアスリートを集めて開催する大規模なイベントから、地方自治体や公共団体が主導して一般市民が参加する地域レベルのイベントがある<sup>3)</sup>。

地方自治体や公共団体が主導する地域レベルの

\*鹿屋体育大学スポーツ経営・管理学講座 National Institute of Fitness and Sports in Kanoya

スポーツイベントでは、イベントのコンセプトを明確に伝え多くの参加者の動員を図る必要がある<sup>32)</sup>。このため、イベントのコンセプトやイベント開催の告知、参加者の募集といった情報の伝達は、スポーツイベント運営における重要な広報活動として位置づけられる。さらに、イベントの宣伝広告やパンフレットが、実際に参加して認知したイベントのイメージと合致していれば、参加者(特に初参加者)の満足度が高くなることが報告されている<sup>3)</sup>。そこで本研究では、地方自治体や公共団体が主導するスポーツイベントの広報活動におけるキーワードのひとつとして、スポーツイベント参加者がそのイベントに対して抱いているイメージに着目した。

参加者が抱くスポーツイベントに対するイメージを明らかにすることは、参加者の募集案内やイベントのコンセプト、開催を告知するポスターやパンフレットの作成に関する情報を得ることが可能であると推察される。さらには、イベントのネーミングやキャッチフレーズ、イメージキャラクターが市民の参加促進に影響を及ぼすことから<sup>10)</sup>、これらの選定に際して参加者のイベントに対するイメージに関する情報が役立つものと考えられる。

そこで本研究では、地方自治体や公共団体が主導して開催する一般市民参加型のスポーツイベントとして第12回指宿トライアスロン大会を対象イベントとした。トライアスロンは、2000年のシドニーオリンピックの正式種目として採用されることが決定されており、近年多くの大会が開催されるようになってきた。このことは、大会の開催数が1987年に36大会であったのが1997年には104大会(いずれもジュニアの大会も含むがデュアスロン大会は除く)に増加していることからもうかがえる<sup>24) 25)</sup>。

指宿トライアスロン大会は、1986年から開催されており、1997年の大会で12回目を数える。指宿トライアスロン大会の広報活動の現状は、テレビで選手とボランティアの募集及び交通規制を告知しているのをはじめ、地方新聞、『月刊トライアスロン』、地元広報誌『市政だより』や日本トライアスロン協会機関紙『JTU ニュース：(現)

JTUマガジン』において大会開催の告知と選手の募集を行っている。その他では、各都道府県トライアスロン協会の支部や前年度の指宿トライアスロン大会参加者に対して、大会の開催と選手の募集を知らせるダイレクトメールを送付している。

本研究の目的は、第12回指宿トライアスロン大会の参加者を対象にトライアスロン大会に対するイメージを明らかにすることにより、スポーツイベント運営における広報活動に関する情報を得ることにある。

## 先行研究

まず、スポーツイベントの運営に関する研究を概観すると、山口ら<sup>29)</sup>が全国規模のスポーツイベントであるスポーツ・レクリエーション祭の参加者を対象にして、自己負担金額に関する報告とイベント評価と開催県の再来志向との間に有意な相関がみられることを報告している。県レベルのスポーツイベントについては、萩ら<sup>3)</sup>が生涯スポーツイベントの参加者を対象に参加動機やイベント評価、参加継続意欲に関する報告を行っており、地域イベント活性化の方策として、広報活動の充実、高齢者や人的交流を意図したプログラムの充実が必要であると述べている。野川ら<sup>16)</sup>は、生涯スポーツイベントにおける参加者のイベントに対する評価と参加継続意欲との関連について報告しており、イベント運営に対する評価と参加継続意欲との間には正の相関があること、及び参加継続意欲を規定する要因が年齢によって異なることを報告している。

マラソン大会に関する研究では、野川ら<sup>16)</sup>が参加者の大会運営に対する満足度において、ボランティアの対応やトイレの設置場所と数が重要であると報告している。長ヶ原ら<sup>1)</sup>は、マラソン大会に携わるボランティアの継続意欲についてボランティアやスポーツに対する個人的関心に基づく参加動機の方がボランティア活動の継続意欲を強く規定すると報告している。菊池ら<sup>9)</sup>は、マラソン大会開催地の経営者に対する調査結果を報告しており、大会の開催による地域ビジネスへの影響が認められたものの業種によって差があること、及

び大会から直接的に恩恵を受けている業種ほど大会に対する関心が高い傾向にあると述べている。さらに野川ら<sup>15)</sup>は、ホノルルマラソンと国内のマラソン大会参加者の大会運営に対する満足度を比較し、ボランティアの対応に対する高い評価とトイレの設置場所と数に対する低い評価が両大会に共通した結果として報告している。

トライアスロン大会に関する研究では、太田ら<sup>16)</sup>が参加者の満足要因に関する研究としてボランティアの対応に対する評価が高かったことを報告している。山口の参加者によるイベント評価に関する報告<sup>30)</sup>では、地元住民の心のこもったサービスが評価されて宿泊施設の満足度が高かったと述べている。萩ら<sup>4)</sup>は、参加者の大会参加経験別イベント評価について報告しており、初参加者は辛口のイベント評価をする傾向にある反面、リピーターのイベント評価は好意的になる傾向があると指摘している。

続いて、イメージに関する研究についてであるが、これまで様々な対象のイメージに関する研究が報告されてきた。その研究対象は、国家、地域、都市、企業、商品、人物、場所、空間、現象、言語、そして運動など多岐にわたっている。本研究と関連するスポーツのイメージに関する研究について概観すると、浦田<sup>26)</sup>が女子短大生と女子大生を対象にスキーに対するイメージについて報告しており、経験者より未経験者の方がスキーに対して否定的なイメージを持っていること、及び技術の上達によって良いイメージを持つようになると述べている。久保<sup>11)</sup>は、大学生を競技志向と健康レクリエーション志向の2群に分類してスポーツに対するイメージを比較した。その結果、活動性や競争性が共通のイメージとしてあるものの、競技志向の学生はスポーツを苦しいイメージで捉えていると指摘している。辻ら<sup>26)</sup>は、サッカー部に所属する男女学生と一般の男女学生の4群におけるサッカーに対するイメージを比較・分析した結果、性差及び経験差により違いがみられたが、その違いは性差よりも経験差によるところが大きく、情緒的意味体系にも強く影響を与えていると述べている。さらに辻ら<sup>27)</sup>は、日本と英国のサッカー選

手を対象にサッカーに対するイメージの比較結果を報告しており、日本の選手が英国の選手よりもサッカーをダイナミックで危険なスポーツであり、難しく複雑なものとして捉えていると述べている。三戸ら<sup>13)</sup>は、大学生の体育・スポーツに対するイメージを測定し、体育の授業に比べスポーツの方が明るさ・楽しさ、道徳性、芸術・科学性を強くイメージしていると報告している。しかしながら、わが国のスポーツイベントに対するイメージに着目した研究は、報告されていないのが現状である。

水島<sup>12)</sup>によれば、生活・文化・社会に関するイメージは、現実の認知にもとづきながら、その人の態度、関わり方と相互に影響し合っており、イメージの多様性はその人の性格や過去の体験に依存しているとのことである。また、企業イメージなどという場合は、企業に対する態度、期待、総体的な印象などを意味している<sup>22)</sup>。したがって本研究では、「参加者の現実の認知、及び過去の参加経験などによって形成されたトライアスロン大会に対する態度、期待、総体的な印象」をトライアスロン大会に対するイメージとして定義する。

## 研究方法

### 1. 調査対象

本研究では、スポーツイベントに対するイメージを明らかにするために、1997年5月18日に鹿児島県指宿市において開催された第12回指宿トライアスロン大会(Aコース: スイム1.5km, バイク42km, ラン10km, Bコース: スイム0.39km, バイク16.8km, ラン4.2km.)の参加者を調査対象とした。

### 2. 調査方法

調査は、指宿トライアスロン大会の参加者が受付を済ませた直後に、留置法による質問紙調査を実施した。その結果得られた有効サンプル数は、トライアスロン大会全参加者554人中の55.8%にあたる309人であった。

### 3. 調査内容

調査内容は、サンプルの個人的属性、大会参加

回数, 指宿トライアスロン大会に対するイメージの形容詞対19項目である。本研究では, イメージを測定する手法として多くの研究で用いられているOsgoodら<sup>18)</sup>が提起したSD (semantic differential) 法を用いてトライアスロン大会に対するイメージを明らかにしようと試みた。トライアスロン大会に対するイメージの測定では, 指宿トライアスロン大会を刺激概念として, 井上ら<sup>6)</sup>や前述した体育・スポーツ関連のイメージに関する先行研究<sup>11) 13) 26) 27) 28)</sup>で用いられた形容詞対を参考にしながらトライアスロン大会の特性を考慮した上で19項目の形容詞対を選定した。そして, 岩下<sup>8)</sup>と末永<sup>29)</sup>のSD法に関する尺度(形容詞対)の選定を参考にして, 中央を「どちらでもない」とし, 両極に向かってそれぞれ「やや」「かなり」「非常に」という限定詞を質問紙に記入し, 7段階の双極性尺度を用いてイメージを測定した。なお, データの分析にあたっては, 肯定的形容詞に7, 否定的形容詞に1を配点した。

#### 4. 分析方法

データの分析では, 指宿トライアスロン大会に対するイメージ因子を明らかにするために主成分分析(バリマックス回転)を実施した。因子の解釈は, 固有値が1以上であり, 形容詞対の因子負荷量が.400以上になることを基準とした。この結果, 基準を満たさなかった形容詞対(親切な-不親切な), 及びひとつの形容詞対だけで1因子を構成した形容詞対(経済的な-不経済な)を排除した17項目で再度主成分分析(バリマックス回転)を実施した。

#### 結果及び考察

表1は, サンプル全体の属性を示したものである。これによると, 性別では男性が85.8%, 女性が14.2%となっており, 男性の参加者が8割以上を占めていた。年代別では, 30代が最も多く34.6%であり, その他では40代が29.9%, 20代が24.7%であった。本研究で得られたサンプルの年齢構成は, 9割近くが20代から40代の参加者であり, 平均年齢は36.1歳であった。職業は, 会社員36.4

%, 公務員26.5%, 自営業6.0%, 学生4.0%とサンプル全体の6割が会社員と公務員であった。居住地では, 鹿児島県内から参加した人が39.0%, 鹿児島県外からの参加者が61.0%となっており, 県外からの参加者が多くなっていた。指宿トライアスロン大会への参加経験は, 初参加者が32.0%, 過去に参加経験のあるリピーターが68.0%となっており, 平均参加回数は3.2回であった。山口<sup>30)</sup>と萩ら<sup>4)</sup>が報告したサンプルに占めるリピーターの割合と比較すると(それぞれ58.1%と55.4%), 指宿トライアスロン大会はリピーターの割合が高い大会であるといえる。

表1 サンプル属性

性別 (n=309)	男性	85.8%
	女性	14.2%
年代 (n=309)	10代	2.6%
	20代	24.7%
	30代	34.6%
	40代	29.9%
	50代	6.2%
	60代	2.0%
平均年齢(n=308)		36.1歳
職業 (上位4業種, n=302)	会社員	36.4%
	公務員	26.5%
	自営業	6.0%
	大学生	4.0%
居住地 (n=305)	鹿児島県内	39.0%
	鹿児島県外	61.0%
参加経験 (n=309)	初参加者	32.0%
	リピーター	68.0%
平均参加回数(n=309)		3.2回

表2は, 指宿トライアスロン大会への参加経験と参加者の居住地を比較した結果である。これによると, リピーターでは鹿児島県内と県外からの参加者の割合に大きな差はみられなかった。しかしながら, 初参加者を居住地別に比較すると, 初参加者の約8割近くが鹿児島県外からの参加者であった。このことから, 指宿トライアスロン大会は, 鹿児島県外からの初参加者が多い大会であるといえる。

図1は, 指宿トライアスロン大会をイメージす

表2 参加経験と居住地の比較

	初参加者(n=98)	リピーター(n=207)
鹿児島県内	21.4%	47.3%
鹿児島県外	78.6	52.7
計	100.0	100.0

※  $\chi^2 = 18.77, p < .01, d.f. = 4$

る形容詞対の各平均値を図に示したものである。図の左側には、肯定的な形容詞を、右側には否定的な形容詞を配置した。これによると、最も平均値の高かった形容詞対は「明るいー暗い (5.93)」であり、以下「参加しやすいー参加しにくい (5.62)」「親しみやすいー親みにくい (5.48)」の順となっていた。また反対に最も平均値の低かった形容詞対は「安価なー高価な (3.37)」であり、その他では「楽なー苦しい (3.78)」「割安なー割

高な (3.81)」「激しくないー激しい (3.85)」があげられた。

表3は、指宿トライアスロン大会に対するイメージを構成する因子を明らかにするために実施した主成分分析の結果を示したものである。分析の結果4つの因子が抽出され、全分散に対する累積寄与率は53.5%であった。そして、各因子の信頼係数(Cronbachの $\alpha$ 係数)を算出した結果、第1因子が.701、第2因子が.726、第3因子が.716、第4因子が.638となっており、各因子の安定度は高いといえる。

分析によって抽出された各因子に着目すると、まず第1因子において高い因子負荷量を示した形容詞対は、社交性やおしゃれさ、派手さや明るさといったトライアスロン大会の外見に関する内容であったことから「外見因子」と命名した。第2

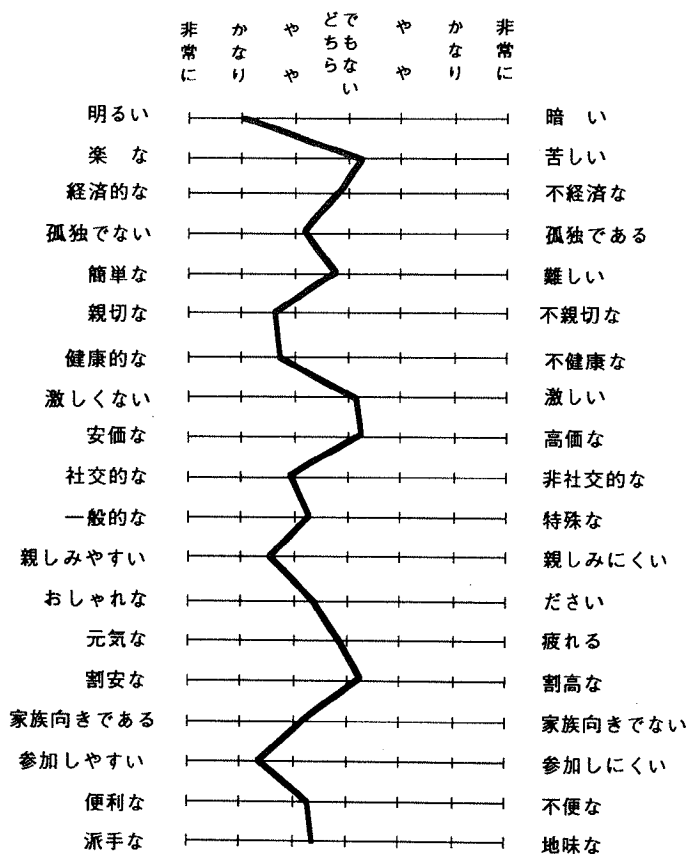


図1 指宿トライアスロン大会のイメージ

表3 指宿トライアスロン大会に対するイメージの主成分分析の結果(バリマックス回転後)

尺度内容	因子負荷量				Cronbach の $\alpha$ 係数
	F1	F2	F3	F4	
<b>【外見因子】(FAC1)</b>					
10. 社交的な-非社交的な	.743				.701
13. おしゃれな-ださい	.736				
19. 派手な-地味な	.696				
1. 明るい-暗い	.639				
7. 健康的な-不健康な	.509				
<b>【挑戦水準因子】(FAC2)</b>					
2. 楽な-苦しい		.731			.726
8. 激しくない-激しい		.704			
5. 簡単な-難しい		.672			
14. 元気な-疲れる		.635			
11. 一般的な-特殊な		.569			
4. 孤独でない-孤独な		.554			
<b>【親近感因子】(FAC3)</b>					
17. 参加しやすい-参加しにくい			.807		.716
18. 便利な-不便な			.759		
16. 家族向き-家族向きでない			.578		
12. 親しみやすい-親しみにくい			.532		
<b>【費用因子】(FAC4)</b>					
15. 割安な-割高な				.884	.638
9. 安価な-高価な				.700	
固有値	3.53	3.36	1.44	1.06	
寄与率(%)	20.6	18.7	8.2	5.9	
累積寄与率(%)	20.6	39.3	47.6	53.5	

因子は、トライアスロン大会に対する楽しさや激しさ、難易度や特殊性に関する形容詞対の因子負荷量が高い値であったことから「挑戦水準因子」と命名した。第3因子は、参加のしやすさや便利さ、親しみといった参加者とトライアスロン大会との間の立地的、心的距離を示す内容であったことから「親近感因子」と命名した。そして第4因子は、高い因子負荷量を示した形容詞対がトライアスロン大会に対する金銭的内容を示していることから「費用因子」と命名した。抽出された4つの因子は、イベントを衆知させるための広報手段として、大会のポスターやパンフレットの作成、あるいは大会のキャッチフレーズやスローガンに用いるこ

とが可能であると推察される。

## 結 語

本研究の目的は、地方自治体や公共団体が主導して開催する一般市民参加型のスポーツイベントとして、第12回指宿トライアスロン大会の参加者を対象にトライアスロン大会に対するイメージを明らかにすることにより、スポーツイベント運営における広報活動に関する情報を得ることにあった。参加者の属性から指宿トライアスロン大会の参加者の特性として、リピーターが多く鹿児島県外からの初参加者の割合が高かった。そして、指宿トライアスロン大会のイメージを構成する因子

として、「外見因子」「挑戦水準因子」「親近感因子」「費用因子」が抽出された。また本研究では、設定した形容詞対以外に「指宿トライアスロン大会」と聞いてイメージされる言葉を自由回答方式で尋ねたところ、「南国（15人）」「楽しい（13人）」「温泉（10人）」「青い空・海（10人）」「トライアスロンシーズン始めの大会（9人）」「夏（6人）」といった回答が得られた。

以上の結果を踏まえ、指宿トライアスロン大会の広報活動において考慮すべき具体策を提案すると、まず鹿児島県外からの参加者を対象にした広報活動では、この大会が比較的挑戦レベルの低い初心者向けの大会としてアピールすることが考えられる。また、ポスターやパンフレットの作成においては、本研究で明らかになった各因子を参考にして、青い空と青い海をバックに楽しそうに競技をする参加者、及び地元の人々の声援などを背景に、『トライアスロンシーズンの開幕を告げる南国指宿トライアスロン大会』といったキャッチフレーズを用いることが有効ではないかと推察される。

最後に、今後の研究課題としてイベント運営におけるイメージ研究の可能性について述べたい。まずひとつ目は、イベントに対するイメージを把握することは、運営側として参加者のパフォーマンスをいかに演出すればよいかという情報をもたらしてくれることである。この参加者のパフォーマンスの演出という考え方は、生活者が様々な場面を意識し、また他人を意識し、まるで映画の主人公になったように自分を演じようとして行動・消費する「シーン・ムーブメント<sup>2)</sup>」を基盤としている。したがって、イベントに対して参加者が抱いているイメージ通りのシーンを演出することにより、参加者の満足度が高まるのではないかと推察される。

そして2つ目は、スポーツイベントに対するイメージと開催地である指宿市のイメージが相互に影響していることである。本研究の自由回答で得られた「南国」や「温泉」といった言葉は、単にトライアスロン大会だけでなく開催地である指宿市のイメージも含んでいると考えられる。スポー

ツイベントと開催地のイメージがどのように影響しているかを明らかにすることは、まちづくりにおける戦略的イメージ・マネジメント<sup>10)</sup>の観点からも重要である。

今後は、これらのイメージに関する研究の可能性について、実証的なデータの蓄積が望まれる。

## 謝 辞

本研究のデータ収集にあたり、指宿トライアスロン大会実行委員会（実行委員長：池水明彦氏）の皆様にご多大なご協力を賜りました。ここに記して感謝の意を表します。

## 引用・参考文献

- 1) 長ヶ原 誠・山口泰雄・野川春夫・菊池秀夫: スポーツイベントのマネジメントに関する研究(2)ーボランティアの継続意欲の視点からー. 鹿屋体育大学研究紀要: 6, pp.69-75, 1991.
- 2) 電通マーケティング戦略研究会編: 感性消費理性消費. 日本経済新聞社, 1985.
- 3) 萩 裕美子・野川春夫・柳 敏晴・國本明德: 生涯スポーツイベントのマネジメントに関する研究(1)ー県レベルイベントの運営評価ー. 鹿屋体育大学学術研究紀要: 10, pp.1-10, 1993.
- 4) 萩 裕美子・國本明德・松本耕二: 全国レベルスポーツイベントのマネジメントに関する研究ートライアスロン参加者の大会の大会参加経験から見たイベント評価ー. 鹿屋体育大学学術研究紀要: 12, pp.27-39, 1994.
- 5) 原田尚幸・守能信次: JML大会の大会運営に関する研究. 江橋慎四郎編 ウォーキング研究Ⅱ. 不昧堂出版, 1997.
- 6) 井上正明・小林利宣: 日本におけるSD法による研究分野とその形容詞対尺度構成の概観. 教育心理学研究: 33(3), pp.253-260, 1985.
- 7) 石原武政・石井淳蔵: 街づくりのマーケティング, 1992.
- 8) 岩下豊彦: SD法によるイメージの測定. 川島書店, 1983.
- 9) 菊池秀夫・野川春夫・山口泰雄・長ヶ原 誠: スポーツイベントのマネジメントに関する研究(3)ー地域活性化の視点からー. 鹿屋体育大学研究紀要: 6, pp.77-84, 1991.
- 10) コトラー P.・ハイダー D.H.・レイン I.: 井関利明監訳前田正子・千野 博・井関俊幸訳: 地域のマーケティング. 東洋経済, 1996. <Kotler, P.,

- Haider, D. and Rein, I. (1993) *Marketing Places*. Simon & Schuster, Inc. >
- 11) 久保正秋: 体育・スポーツにみられる競技志向に関する基礎的研究—スポーツに対するイメージを変数とした考察—. 東海大学紀要体育学部: 18, pp.45-50, 1988.
  - 12) 水島恵一: 人間性心理学体系第9巻イメージ心理学. 大日本図書, 1988.
  - 13) 三戸範之・浦井孝夫: 大学生の体育・スポーツの意識に関する研究—興味・関心及びイメージについて—. 秋田大学教育学部研究紀要教育科学部門: 48, pp.81-90, 1995.
  - 14) 野川春夫・菊池秀夫・山口泰雄・長ヶ原 誠: スポーツイベントのマネジメントに関する研究(1)—イベント参加者の視点から—. 鹿屋体育大学研究紀要: 6, pp.57-67, 1991.
  - 15) 野川春夫・山口泰雄・松本耕二: スポーツイベントへの評価に関する比較研究—ホノルルマラソン VS 指宿菜の花マラソン—. レクリエーション研究: 25, pp.35-37, 1991.
  - 16) 野川春夫・萩 裕美子・國本明徳・松本耕二: 生涯スポーツイベントのマネジメントに関する研究(2)—イベント運営評価と継続意欲の関連について—. 鹿屋体育大学学術研究紀要: 10, pp.11-23, 1993.
  - 17) 岡本包治: イベントによる地域活性化 [企画・運営]. ぎょうせい, 1992.
  - 18) Osgood, C. E., Suci, G. J. and Tannenbaum, P. H.: *The measurement of meaning*. Univ. of Illinois Press, 1957.
  - 19) 太田 繁・太田あや子・大橋理恵・野川春夫・萩裕美子・松本耕二: トライアスロン参加者の満足要因の分析. レクリエーション研究: 25, pp.38-39, 1991.
  - 20) 佐々木 康: スポーツ・イベントと経済効果. 原田宗彦編, スポーツ産業論入門. 杏林書院, 1995.
  - 21) シュレイバー A. F.: 野口智雄訳: 顧客をつかむ新イベントマーケティング. 時事通信社, 1996.  
<Schreiber, A. F. (1994) *Lifestyle and Event Marketing: Building the New Customer Partnership*. MacGraw-Hill Inc.>
  - 22) 外林大作・辻 正三・島津一夫・能見義博編: 誠信心理学辞典. 誠信書房, 1981.
  - 23) 末永俊郎編: 社会心理学研究入門. 東京大学出版会, 1987.
  - 24) トライアスロン'87 GUIDE BOOK: 全国トライアスロン大会ガイド, pp.73-78, 1987.
  - 25) トライアスロン GUIDE BOOK '97: 1997 RACE SCHEDULE, pp.111-112, 1997.
  - 26) 辻 浅夫・中桐伸吾・宮村茂紀: 大学生のサッカーに対するイメージについて. 京都体育学研究: 5, pp.15-24, 1990.
  - 27) 辻 浅夫・中桐伸吾: サッカーに対するイメージについて—日本と英国のサッカー選手の比較—. 京都外国語大学研究論叢: 41, pp.462-477, 1993.
  - 28) 浦田憲二: スキーに対するイメージとスキー体験との関連—女子大生について—. 日本体育学会代36回大会号, p.601, 1985.
  - 29) 山口泰雄・野川春夫・菊池秀夫: 地域活性化に及ぼすスポーツイベントの研究. 日本体育学会第42回大会号, p.145, 1991.
  - 30) 山口泰雄: いぜなトライアスロン(1): 「生涯スポーツ」のイベント入門⑨. 体育科教育: 41(1), pp.63-66, 1993.
  - 31) 山口泰雄: いぜなトライアスロン(2): 「生涯スポーツ」のイベント入門⑩. 体育科教育: 41(2), pp.66-69, 1993.
  - 32) 湯澤 明: イベント戦略入門. 産能大学出版部, 1992.