

マラソンイベント開催による村の地域活性化に関する研究
—うるぎトライアルRUN参加者の支出による検討—

大 勝 志津穂

愛知東邦大学

マラソンイベント開催による村の地域活性化に関する研究 —うるぎトライアルRUN参加者の支出による検討—

大 勝 志津穂*

目次

1. はじめに
2. スポーツイベントによる地域活性化について
3. 売木村について
4. うるぎトライアルRUNについて
5. 調査方法
6. 調査結果
 - (1) 個人的属性
 - (2) マラソン大会参加に関わる情報
 - (3) 個人支出額
 - (4) 大会運営費
7. 考察
8. まとめ

1. はじめに

近年、多様なマラソン大会が開催され、地域活性化の手段として期待されている。原田(2011)はスポーツイベントによる地域活性化の可能性として、大都市マラソンやトライアスロン、ヒルクライムレース、さらにトレイルランといった耐久性スポーツが、近年参加者数も増加しており人気が高まるとしている。

一方、人口減少や高齢化などの進行が著しい地方においては、地域外の人を積極的に受け入れ、地域力の維持や強化を図っていこうとする取り組みがある。総務省が実施する地域おこし協力隊である。平成21年度から実施されており、平成27年度は2,625人の隊員が、673の自治体で様々な活動を行なっている(総務省, 2015)。長野県売木村で行われている「走る村うるぎプロジェクト」もそのひとつであり、売木村の地形を生かしたアウトドアスポーツを推進し、地域の活性化に繋げようとする取り組みである。うるぎトライアルRUNは、「走る村うるぎプロジェクト」の活動のひとつであり、売木村の知名度を高めるとともに、地域住民がマラソン大会に参画しながら地域外の人々をもてなし、村の活性化につなげようとする取り組みである。売木村で実施されるマラソンイベントは、2016年で3回目となり、2016年大会はこれまでの経験を踏まえ、「日本一過酷」と銘打って臨んだ大会となった。

* 愛知東邦大学経営学部

本研究では、この地域活性化を目指す売木村で行われる「うるぎトライアルRUN」に着目し、このマラソンイベントが地域に与える効果について、経済的視点から検討することを目的とした。具体的には、うるぎトライアルRUN参加者が消費した金額により、村への地域活性化効果を検討する。

2. スポーツイベントによる地域活性化について

スポーツイベントは、大会規模と参加形態によって分類できる。大会規模では、国際レベル、全国レベル、地方・地域レベルがあり、参加形態には、自ら「する」形で参加する場合と観客として「観る」形で参加する場合、スポーツボランティアのような「支える」形で参加する場合がある。大会規模や参加形態により地域活性化の効果には違いがあると考えられる。

地域活性化の定義について大西（2013）は、「地域活性化とは地域に何らかの付加価値をもたらす状態である」としている。経済的な側面に焦点が当てられる場合が多いが、社会的な側面の効果にも着目する必要がある。所得の向上による定住人口の維持・増加は、地域活性化の基礎的条件であるとしている。原田（2002）は、オリンピックやユニバーシアードのような国際レベルのメガ・スポーツイベント開催が地域活性化に果たす役割を4つあげている。①道路や公園、スポーツ施設などの社会資本を蓄積する機能、②スポーツ・ツーリストの活発な消費活動を誘導し、地域経済を活性化する機能、③地域の連帯性を向上する機能、④都市のイメージを向上する機能である。

地域活性化の効果について本郷（2013, 2015）は、スポーツ振興による地域活性化効果として、経済的効果と社会的効果をあげている。経済的効果とは、物やサービスの生産・消費に関わる効果であり、金額として捉えることが可能な効果である。一方、社会的効果は、経済的効果以外のすべての効果であり、ソーシャルキャピタルの蓄積につながる人の意識に関わる内面的効果が中心となると述べている。丸山（2012）は、マラソン大会の経済に与える影響には、経済効果と経済波及効果の2つの側面があると述べている。経済効果は、マラソン大会に関連したお金の流れであり、参加者が宿泊や食費等に消費した額や、大会を実施するための警備や記録計測などの運営費など地方自治体が支出した額も含まれるとしている。一方、経済波及効果は、マラソン大会によって生じた需要が地域全体および各産業の生産額や付加価値額、雇用者数への程度影響したのかを示すものであると述べている。このように、スポーツによる地域活性化効果の内容を概観すると、おおよそ経済的効果と社会的効果に分けて捉えることができ、経済的効果には経済効果と経済波及効果の2つがあることがわかる。

そこで、スポーツイベントの経済的効果に着目した研究をみると、参加者の支出から経済効果を検討した研究が多く見られる（工藤・1998、中島ら・2010、大塚ら・2012、二宮ら・2014、江頭・2016）。さらに、マラソンイベントの報告書においても、参加者や主催者の支出額から経済効果を明らかにしたものがみられる（赤穂シティマラソン実行委員会・2016、野川・2010）。参加者の支出については、交通費、宿泊費、飲食費、お土産代、大会参加費や大会参加に向けて購

入したスポーツ用品に関わる金額を直接聞く方法と、既存データから参加者の支出額を予測する方法がみられる。また、経済波及効果については、産業連関分析を用いて算出している研究（中島ら・2010、大塚ら・2012）やMICE経済波及効果測定モデルを用いて分析した研究（二宮ら・2014、赤穂シティマラソン実行委員会・2016）がみられる。

本研究では、大会規模を鑑み経済的効果のうち経済効果のみを検討する。先行研究を参考に、個人支出として「宿泊費」「交通費」「飲食代」「お土産代」「総支出額」について、直接参加者から支出額をたずねる方法を採用した。また、大会運営の収支については、実行委員への聞き取り調査を実施した。

3. 売木村について

長野県売木村は、信州最南端の村のひとつである。東と北は阿南町、西は羽根村・平谷村、南は愛知県豊根村に接し、愛知県最高峰の茶臼山北麓に位置する（図1）。1000m～1300mの山々と、売木峠、平谷峠、新野峠など4つの峠に囲まれた小さな盆地で構成されており、村面積の88%を森林が占めている。また、天竜奥三河国定公園の中心をなす茶臼山高原をはじめ、豊かな自然が村の特徴である。この村の特徴を生かして、農業体験、スポーツトレーニング・合宿、サイクリング、キャンプなど様々な山里体験を実施している。



図1. 売木村の位置

平成27（2015）年度の国勢調査によると、売木村の人口は575人、288世帯である。平成22（2010）年から平成27（2015）年の5年間の人口増減では、81人の人口減となっている。村の平均年齢は55.6歳、人口割合をみると、15歳未満が11.0%、15歳～64歳が44.0%、65歳以上が45.0%となっており、全国平均と比較しても高齢化率の高い村といえる。

4. うるぎトライアルRUNについて

うるぎトライアルRUNは、売木村地域おこし協力隊の一員であった重見高好氏が始めたマラソン大会である。売木村でマラソン大会が開催されるのは、2016年で3回目となる。2014年は「第1回売木村マラニック大会」、2015年には「うるぎ絶景マラニック大会」という名で開催され、2016年は「うるぎトライアルRUN」として「日本一過酷なフルマラソン大会」と銘打って開催された。「日本一過酷」と銘打った背景には、プロデュース全体に関わる重見氏の存在と、村の地形によるところがある。重見氏は、2014年白山・白川郷100kmウルトラマラソン優勝、2014年第8回神宮外苑24時間チャレンジ・ウルトラマラソン優勝、2016年台湾・南横ウルトラマラソン

(120kmの部) 優勝など多くのウルトラマラソンの大会で優勝する国内屈指の現役のウルトラマラソン選手である。2016年11月には、IAU 24時間走アジア-オセアニア選手権大会に日本代表として参加し準優勝している。すなわち、プロデュース全体に関わる重見氏と“過酷”のイメージがぴったり重なるのである。また、売木村は自然が多く準高地の地形にある。マラソンコースは、平地だけでなくハイキング道や林道を走るものになっており、トレイルランの要素も含まれている。マラソンの累積標高数は、フルマラソンでは約1700m、ハーフマラソンでは約600mにもなる(図2)。これらの要素を含んでいるため「日本一過酷」と銘打って、他のマラソンとの差別化を図っている。

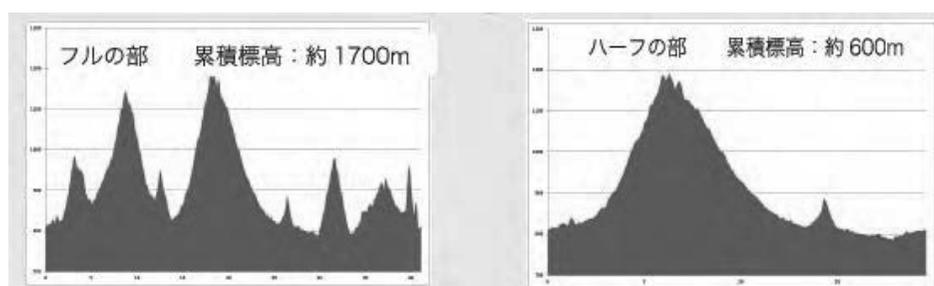


図2. 各部門の累積標高

うるぎトライアルRUNの概要を表1に示した。開催日は、2016年10月9日(日)である。種目は、フルマラソン、ハーフマラソン、ノルディックウォーキングの3種目であり、参加費は、フルマラソンが5000円、ハーフマラソンが3500円、ノルディックウォーキングが2000円である。また、前日には、参加者と重見氏、村民との交流会が行われている。

参加募集人数は、フルマラソンの部とハーフマラソンの部を合わせて200名、ノルディックウォーキングの部15名である。当日の参加人数は、フルマラソンの部105名、ハーフマラソンの部104名、ノルディックウォーキングの部13名であった。

表1. うるぎトライアルRUN概要

種目	参加費	定員	制限時間	参加資格	参加賞	当日参加者数
フルマラソン(42.195km)	5000円	合計	7.5時間	高校生以上	ランニンググッズ・特産品*抽選	105名
ハーフマラソン(20.0975km)	3500円	200名	5.0時間			104名
ノルディックウォーキング(6km)	2000円	15名	2時間			13名

5. 調査方法

本研究は、うるぎトライアルRUN参加者の大会への支出金額を明らかにすることによって、売木村への地域活性化効果を検討するものである。そこで、参加者に対して直接配布回収による質問紙調査を実施した。調査は、大会の受付が実施された大会前日と大会当日に実施した。調査の趣旨を説明し、承諾を得られた参加者にのみ調査を依頼した。回収数は96枚、有効回答数は94枚(97.9%)であった。調査項目は、個人的属性、参加種目、同伴者、情報入手経路、宿泊の有無、

支出額である。

6. 調査結果

(1) 個人的属性

分析対象者の個人的属性を表2に示した。性別では、「男性」が63.8%となり6割以上を占めた。年代では、「40歳代」が34.0%で最も多く、次いで「50歳代」が29.8%となり、平均年齢は47.7歳となった。職業では、「会社員」が最も多く60.6%と6割を超えた。居住地は、「愛知県」が80.9%と8割を超え、隣接する県から多くの人が参加していることが明らかとなった。売木村のある「長野県」は5.3%であった。マラソン年数では、「5年未満」が最も多く36.2%、次いで「10年以上」が35.1%となった。平均マラソン年数は9.6年であった。1年未満の初心者から、40年のベテランの方まで、幅広い層の人々が参加していることが明らかとなった。

表2. 個人的属性 (n=94)

	n (%)		n (%)	
性別	男性	60 (63.8)	会社員	57 (60.6)
	女性	34 (36.2)	自営業	10 (10.6)
年代	10・20歳代	5 (5.3)	主婦	8 (8.5)
	30歳代	15 (16.0)	公務員	6 (6.4)
	40歳代	32 (34.0)	無職	5 (5.3)
	50歳代	28 (29.8)	学生	2 (2.1)
	60歳代	13 (13.8)	教員	1 (1.1)
	70歳以上	1 (1.1)	その他	5 (5.3)
	平均年齢	47.7歳 (±11.45)		
居住地	愛知県	76 (80.9)	マラソン年数	
	長野県	5 (5.3)	5年未満	34 (36.2)
	その他	13 (13.8)	5年以上10年未満	27 (28.7)
			10年以上	33 (35.1)
		平均年数	9.63年 (±9.96)	

(2) マラソン大会参加に関わる情報

マラソン大会参加に関わる情報について表3に示した。参加種目をみると、「フルマラソン」が47.9%、「ハーフマラソン」が44.7%となった。大会への同伴者としては、「友人」が41.7%と最も多く、次いで「ひとり」が24.0%となった。4割の人が「友人」と参加する一方で、2割の人が「ひとり」で参加している実態は、他の調査結果と同様の傾向であった（平成21年度日本国内におけるマラソンイベントの活性化に向けた基礎データの収集、赤穂シティマラソンランナー調査報告書）。大会情報の入手経路としては、「友人・知人からの紹介」が最も多く51.0%、次いでブログやTwitter、Facebookなどの「SNS」が18.8%、「ホームページ」が14.6%となった。

表3. マラソン大会参加に関わる情報 (n=94)

	n (%)		n (%)	
参加種目	フルマラソン	45 (47.9)	前泊の有無	
	ハーフマラソン	42 (44.7)	前泊する	45 (47.9)
	ノルディックウォーキング	7 (7.4)	前泊しない	49 (52.1)
同伴者	友人	40 (41.7)	前泊地 (n=45)	
	ひとり	23 (24.0)	売木村内	31 (68.9)
	同好会・サークル	18 (18.8)	売木村外	4 (8.9)
	家族・親戚	15 (15.6)	車中泊	4 (8.9)
	その他	1 (1.0)	無記入	6 (13.3)
大会情報の入手経路	友人・知人からの紹介	49 (51.0)	後泊の有無	
	SNS	18 (18.8)	後泊する	14 (14.6)
	ホームページ	14 (14.6)	後泊しない	80 (84.4)
	事務局からのDM	12 (12.5)	後泊地 (n=14)	
	スポーツショップ	2 (2.1)	売木村内	11 (78.6)
	雑誌	0 (0.0)	売木村外	1 (7.1)
	その他	14 (14.6)	無記入	2 (14.3)

次に宿泊の有無については、前泊と後泊について聞き、宿泊すると回答した人には、宿泊地をたずねた。その結果、前泊すると回答した人は47.9%、後泊すると回答した人は14.6%であった。

前泊も後泊もすると回答した人は13人（13.8%）おり、後泊する9割以上の人が前泊もしていることが明らかとなった。宿泊地としては、約7割の人が売木村に宿泊していることが明らかとなった。長野県塩尻市で開催されるマラソン大会の結果をみると、宿泊した人は県外者では約46%であり、県内者はいなかった。本研究では、県内者・県外者の区別は行っていないが、宿泊者の割合でみると、約半数が宿泊しており、同様の傾向がみられたと言える。

（3）個人支出額

表4には、参加者個人がうるぎトライアルRUN参加において支出した金額の概要を示した。個人支出の項目として、「宿泊費」「交通費」「飲食代」「お土産代」「総支出額」についてたずねた。「宿泊費」のみ「宿泊をした」と回答した46名の値となっている。それ以外の項目は、分析対象者全員（94名）のものである。

「宿泊費」は最小値が0円、最大値が20,000円、平均値は7,078円であった。宿泊ありの回答者のみで0円が最小値になるのは、車中泊の人も含まれているからと思われる。「交通費」は最小値が0円、最大値が50,000円、平均値は3,931円であった。「飲食代」は最小値が0円、最大値が10,000円、平均値は2,055円であった。「お土産代」は最小値が0円、最大値が16,000円、平均値は2,213円であった。「総支出額」は最小値が0円、最大値が70,000円、平均値は11,945円となり、うるぎトライアルRUN参加者は、平均総額として一人当たり1万円程度を支出していることが明らかとなった。参加者が222名であるので、本大会で動いたお金として約222万円あったことが計算から推測される。

表4. 個人支出の概要

	n	最小値	最大値	中央値	平均値	標準偏差
宿泊費	46	0円	20,000円	6,100円	7,078円	5435.64
交通費	94	0円	50,000円	2000円	3,931円	7459.16
飲食代	94	0円	10,000円	2000円	2,055円	2101.73
お土産代	94	0円	16,000円	1500円	2,213円	2899.29
総支出額	94	0円	70,000円	8000円	11,945円	12758.82

（4）大会運営費

大会運営の収入については、実行委員からの聞き取りと参加費からおおよその金額を算出した。その結果、当日の参加者数から参加費を計算すると91万5000円となり、おおよそ100万円の収入があることがうかがえた。それ以外にも企業や団体からの協賛があり、現金以外にも物品提供により大会が運営されている。物品提供としては、参加賞の景品や各部門3位までの賞品、エイドステーションでの食事や飲料の提供、完走者全員に無料で提供される食事や手作りの完走メダルなどがある。完走者全員に無料で提供される食事は、売木村の特産品を使った食事や売木村の飲食店からの提供によるものである。支出については、詳細なデータは公表できないが、おおよそ100万円であることを実行委員からうかがうことができ、収入と支出がほぼ同じであることがわかった。この大会の参加費は他のフルマラソン大会と比較すると安く、必要最低限の収入と、村

民の協力体制によって運営されていることがうかがえた。

7. 考察

本研究では、マラソン大会による地域への経済的効果について、参加者の支出金額を元に検討することを目的とした。調査の結果、一人当たりの支出額は、宿泊費7,078円、交通費3,931円、飲食代2,055円、お土産代2,213円となり、総額では約1万円程度支出していることが明らかとなった。今大会の参加者は222名だったので、単純計算で約222万円が今回のうるぎトライアルRUN参加者によって動いた金額となる。

ここではまず、他のマラソン大会で算出されている支出額と比較し、うるぎトライアルRUN参加者の消費傾向を検討する。同じ長野県内で開催されている塩尻ぶどうの郷ロードレース大会を対象とした調査結果（中島ら・2010）では、県内参加者の交通費は1,000円程度、飲食費が1,300円程度、宿泊費は0円となっている。県外参加者では、交通費は3,000円程度、宿泊費は7,000円程度、飲食費が2,500円程度である。京都マラソン2012を対象とした調査結果（二宮ら・2014）では、日帰り参加者の交通費は7,066円、飲食費は1,336円、宿泊参加者の交通費は21,444円、宿泊費は6,763円、飲食費は4,961円となっている。土産・買物費をみると、日帰り参加者も宿泊参加者も3万円を超えている。しかし、その内訳をみると「旅行中」の土産・買物費は、日帰り参加者928円、宿泊参加者2,018円となっており、3万円を超える土産・買物費の多くが、旅行前の準備費やウェアやシューズなどのスポーツ用品で占められていることがわかる。赤穂シティマラソンの結果（赤穂シティマラソン実行委員会・2016）では、交通費・旅行代金（ツアー代金・宿泊費含む）が5,741円、飲食費・お土産代・観光費用が2,844円、総額として一人平均8,586円が消費されていることが報告されている。このように個人の支出額をみると、うるぎトライアルRUN参加者も他のマラソン大会と同様の消費傾向をしていることがうかがえる。

では、うるぎトライアルRUN開催による村への経済効果を高めるにはどのような方法が考えられるであろうか。まず、マラソン大会における村への直接効果として考えられるのは、「宿泊費」である。宿泊費を上げるには、参加者を増やし宿泊者を増やすか、参加者数を変えずに宿泊率を上げるかの2つだと考えられる。今大会の参加者は222人であり、他のマラソン大会と比較するとかなり小規模な大会である。募集人数を増やすことが一つの案である。しかしながら、この大会は、村役場を中心とした実行委員会と村民が協力して作り上げる小規模でアットホームな雰囲気が良さでもある。参加人数を増やすことにより、この大会の良さがなくなると、他の大会との差別化ができない恐れがある。どこまで参加者を増やししながら、この大会の良さを維持できるのかを実行委員は見極める必要があるだろう。

もうひとつは、宿泊率を上げる方法である。今回の調査では、約半数の人が宿泊していたが、この割合を上げることである。今大会の参加者の多くは、県外者であるが近隣の愛知県から参加しており、宿泊しなくても参加できる状況にある。宿泊を伴う遠隔地域の参加者を増やす取り組みが求められるだろう。野川（2010）の調査結果によると、マラソンイベント参加の重要な情報

源として「月刊誌 (29.1%)」「RUNNET*1 (25.3%)」「ロコミ (24.7%)」となっている。成ら (2012) の塩尻ぶどうの郷ロードレースの調査結果では、県内者は「友人・知人からの紹介」が半数以上であるが、県外者では「HP」が半数を超えている。すなわち、開催地域に近い参加者は、友人・知人の紹介やロコミで参加を決めるが、遠方の参加者はインターネットによって情報を得ることが推測される。インターネットを通じた参加者が増えることによって県外者の参加者が増加する可能性もあるので、うるぎトライアルRUNあるいは売木村ホームページの充実と多様な媒体を使用した広報活動が求められるのではないだろうか。また、宿泊者を増やすためには、前日のイベントの充実も考えられる。今大会でも、前日に重見氏や村民と参加者との交流イベントが開催されている。塩尻ぶどうの郷ロードレース大会でも同様の提案がなされている。これらのイベントにおいて村のアットホームな雰囲気と村民のおもてなしが参加者の高評価につながれば、ロコミで交流イベントへの参加者も増え、前泊する参加者も増加する可能性がある。

最後に、近隣地域の村との協同開催の検討である。売木村近隣には、根羽村、天龍村、豊根村などの村がある。これらの村と協同してこの地域一帯の活性化につながるイベント開催の検討をするのである。近年では、スポーツコミッションの組織化が推奨されている。周辺地域が協力・協同して自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進に取り組むことも、地域活性化の手段のひとつとして考えられる。

8. まとめ

本研究では、うるぎトライアルRUN開催による村への地域活性化効果について、経済的視点から検討した。その結果、参加者は一人1万円程度の支出をしており、試算すると今大会で約222万円のお金が動いたことが推測された。直接的な村への経済効果としては、主として「宿泊費」が考えられるが、本調査では約半数の人が宿泊しており、そのうち約7割の人が村に宿泊していた。この「宿泊費」を増やすためには、前日のイベントを充実すること、他のマラソン大会との差別化を明確にし、遠方からの参加者を増やすことなどの方策を取ることが今後求められるだろう。

大会運営の収入をみると、おおよそ100万円程度の収入と、企業や団体からの協賛により運営されていることが明らかとなった。うるぎトライアルRUNは、他の大会と比較すると参加者も少なく小規模であるが、大会参加費は安く、アットホームな手作り感あふれる大会である。村長自ら、手作りの完走メダルを一人一人に直接かけるセレモニーも行われるほどである。大会参加者を増やすこともマラソン大会を発展させ、地域への経済効果を考えると重要なことだと思われる。しかしながら、村民と一緒に作りあげアットホームな雰囲気を大切にするこの大会において、どこまで参加者を増やすかは、他の大会との差別化を図る上でも重要な課題になると思われる。

最後に、本研究では、経済的観点から地域活性化について検討したが、地域活性化には社会的効果もある。大会ボランティアのほとんどが村民である本大会では、経済的効果よりも社会的効果がより重要であると思われる。今後は、村民の大会に対する意識や行動の変化に着目してい

きたい。

謝辞

本研究のアンケート調査に協力いただきましたうぎトリアルRUN参加者の皆様、快くアンケート調査の実施を許可いただきました村長清水様や重見様、さらに、アンケート調査の実施に協力してくれた大勝演習の2年生、3年生に深く感謝いたします。

注)

*1) RUNNETとは、「日本最大級！走る仲間のランニングポータル」と言われるインターネットサイトである。大会情報や大会結果・写真が掲載されたり、ランナーのための知識や様々な情報が掲載されたりしている。

参考文献

- 赤穂シティマラソン実行委員会（2016）赤穂シティマラソンランナー調査報告書．流通科学大学人間社会学部スポーツマーケティング研究室編集．
- 江頭満正（2016）スポーツツーリストとエクスカージョニストの経済効果比較：小江戸川越マラソンを事例に．尚美学園大学総合政策研究紀要 27. pp.89-105.
- 原田宗彦（2002）スポーツイベントの経済学—メガイイベントとホームチームが都市を変える．株式会社平凡社. pp.48-65.
- 原田宗彦（2011）スポーツイベントによる地域活性化—アウトドアスポーツとスポーツツーリズムの視点から．Joyo ARC 43 (496). pp.6-11.
- 本郷満（2013）スポーツによる地域活性化—中国地域経済白書2013より．中国電力(株)エネルギー総合研究所エネルギー地域経済レポート472. pp.1-8.
- 本郷満（2015）スポーツによる地域活性化．体育の科学 65 (2). pp.119-123.
- 工藤康宏（1998）スポーツ・ツーリストの観光行動と経済効果に関する研究．上智大学体育31. pp.15-26.
- 丸山智由（2012）経済・産業・貿易 環境・エネルギー 市民マラソン開催による経済効果と今後の課題．Best value (28). pp.12-15.
- 中島弘毅・成耆政・鈴木尚通・大塚貴史・葛西和廣・竹内信江・田中正敏（2010）地域スポーツイベントにおける経済波及効果の計測と地域活性化戦略の構築：「第1回塩尻市ぶどうの郷ロードレース」の分析を中心に．地域総合研究11 (1). pp.97-133.
- 二宮浩彰・松永敬子・長積仁（2014）都市型市民マラソンの参加者がもたらす経済波及効果の推計：京都マラソン2012ランナー調査に基づいた分析．生涯スポーツ学研究vol.10 No.1・2. pp.31-40.
- 野川春夫（2010）平成21年度日本国内におけるマラソンイベントの活性化に向けた基礎データの収集 [全体報告書]．順天堂大学スポーツ健康科学部スポーツマネジメント学科生涯スポーツ国際比較研究室．
- 大西孝之（2013）スポーツ産業の振興による地域活性化：概念の整理と検討．環境と経営：静岡産業大学論集 18 (2). pp.97-109.
- 大塚貴史・成耆政・鈴木尚通・中島弘毅・葛西和廣・竹内信江・田中正敏（2012）地域スポーツイベントにおける経済波及効果及び健康増進に及ぼす影響：「第2回塩尻ぶどうの郷ロードレース」の分析を中心に．松本大学研究紀要10. pp.13-44.
- 総務省（2015）地域おこし協力隊の概要．http://www.soumu.go.jp/main_content/000405085.pdf（2017年2月4日参照）

成着政・竹内信江・中島弘毅・鈴木尚通・葛西和廣・田中正敏（2012）地域スポーツイベントの開催による地域活性化戦略の構築：「第3回塩尻ぶどうの郷ロードレース」のアンケート調査結果の分析．地域総合研究13（1）．pp.73-94.

山本公平・松本耕二（2016）離島におけるスポーツ振興による地域活性化の一考察—トライアスロン大会の事例を中心に—．広島経済大学研究論集第38巻第4号．pp79-92.

受理日 平成29年3月29日