

## 武道ツーリズムの発展に向けた基礎的研究

—外国人の日本文化と武道への興味およびツーリズム動機に着目して—

中山健<sup>1)</sup>・村上雷多<sup>1)</sup>・神崎浩<sup>1)</sup>・天川彰子<sup>2)</sup>・大石洋史<sup>3)</sup>・  
石井健太郎<sup>4)</sup>・八木原綾音<sup>4)</sup>・池田篤史<sup>4)</sup>・藤本淳也<sup>1)</sup>

2022年10月31日受付 2022年12月29日受理

### A fundamental study on the development of budo tourism:

Focusing on interest in Japanese culture and budo, and motivations for tourism, among foreigners

Takeshi Nakayama<sup>1)</sup>, Raita Murakami<sup>1)</sup>, Hiroshi Kanzaki<sup>1)</sup>, Akiko Amakawa<sup>2)</sup>, Hiroshi Oishi<sup>3)</sup>,  
Kentaro Ishii<sup>4)</sup>, Ayane Yagihara<sup>4)</sup>, Atsushi Ikeda<sup>4)</sup>, Junya Fujimoto<sup>1)</sup>

#### Abstract

The purpose of this research was to classify foreigners according to their interest in Japanese cultural phenomena and compare their motivations for budo or sport tourism. An online survey was conducted between 10 December 2021 and 21 January 2022. We obtained 216 valid responses. The survey consisted of 53 items in total including interest in budo, motivations for budo or sport tourism, and interest in Japanese cultural phenomena. First, the subjects were divided into 3 clusters of high, medium, and low for interest in Japanese culture based on cluster analysis. Next, ANOVA was conducted to compare the interest of the 3 groups in budo and their motivations for budo or sport tourism. It was found that the group showing high interest in Japanese cultural phenomena had higher scores for interest in budo than the medium and low interest groups. In the motivation for budo or sport tourism, the high interest group showed higher values than the low and medium interest groups for items related to interaction with others and favorite events. These results suggest possibilities for the provision of budo or sport tourism programs to groups with a high interest in Japanese culture.

**Keywords:** Foreigner, Japanese culture, Motivation for tourism, Budo tourism

**キーワード:** 外国人 日本文化 観光動機 武道ツーリズム

## 1. はじめに

2007年1月の観光立国推進基本法の施行以来、観光立国推進基本計画が策定され訪日外国人を対象とした消費動向調査などが積極的に行われた。官民挙げてのインバウンド振興策により、訪日外国人旅行者数は、2005年の670万人からコロナ禍以前の2019年12月時点では3,188万人に増加した。訪日外国人の観光形態のひとつとしてスポーツをする（みる）ことを主目的とするスポーツツーリズムがある。その中でも、近年では、武道に特化した武道ツーリズムが注目を集めている。スポーツ基本法に基づき2022年3月に策定された第3期スポーツ基本計画では、今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む12の施策のうちのひとつとして、スポーツによる地方創生、まちづくりが掲げられた。この施策内では、武道ツーリズムも含めたスポーツツーリズムのさらなる推進が掲げられた。このことは、2025年までにスポーツ市場規模を5.5兆円から15兆円にするという第2期スポーツ基本計画の目標を引き継いだ第3期スポーツ基本計画の目標に関連する。

スポーツ庁は、フランス、オーストラリア、中国、アメリカ、イギリスの各国で過去3年以内に訪日経験のある20歳から69歳の男女を対象に武道ツーリズムへの興味に関わる調査を実施した（スポーツ庁、2020a；2020b）。その結果、どの国の調査においても日本の文化や伝統に触れる機会を持ちたいという回答者が高い割合を示し、また武道を体験することを通して日本の文化や伝統に触れたいという意向においても高い値を示した。2020年、スポーツ庁は武道ツーリズム推進方針（スポーツ庁、2020c）を発表した。そこでは、「武道が日本発祥であることの国際的認知の向上」、「武道によるインバウンド誘客の促進と地域活性化」、「武道体験を通じたファン層等の拡大による日本の精神・文化の国内外への普及・発信」が掲げられた。

上記の需要側に関するデータの蓄積の一方で、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構と武道に関する月刊誌『月刊秘伝』編集部は、同誌の道場ガイド登録道場に対して、ウェブおよび郵送による調査（武道ツーリズム事業者に関するアンケート調査2020）を実施し、315の道場から回答を得た。その結果、武道ツーリズムへの関心において、「とても関心がある」と「関心がある」に回答した道場は約74%であった。また、半数以上の事業者が国内客向けのプログラムを実施していた。

武道ツーリズムに対する需要側および供給側の関心の高まりが示されているものの、武道も含めスポーツツーリズムへの関心に関する需要側データについては、上記で調査対象となった国以外の人々も含めて、さらなる蓄積が必要であるといえる。旅行サービスも含め消費者の購買行動を説明するモデルとして、AIDMAモデルおよびAISASモデルなどが提唱されている<sup>注1)</sup>。AIDMAはAttention（注目）、Interest（関心）、Desire（欲求）、Memory（記憶）、Action（行動）の、AISASはAttention（注目）、Interest（関心）、Search（検索）、Action（行動）、Share（共有）の、消費者の購買行動に至る各段階の頭文字を用いたモデル名称である。

AIDMAは広告効果モデルとして提唱され、消費者の購買行動が、広告の効果により時間を追って生起することを説明するものであるが、Action（行動）の後が想定されていない受動的なモデルと考えられる。一方、AISASは、インターネットが普及した現代における消費者の購買行動を説明するモデルであり、Action（行動）、Share（共有）の段階により、消費者の購買行動が新たなAttention（注目）を生み出す能動的なモデルと考えられる。両モデルにおいてAttention（注目）、Interest（関心）は、購買行動の土台となっている。消費者の様々な事象に対するAttention（注目）に着目した場合、

それらを定量的に把握する際には認知の有無や程度を測定することが考えられる。一方で、Interest（関心）に着目した場合、それらを定量的に把握する際には、当該事象に対する興味の有無や程度を測定することになる。消費者の購買行動をAIDMAやAISASに基づいて段階的に把握するのであれば、より行動次元に近い段階で、消費者の欲求を把握する必要がある。Interest（関心）に着目することは、その後続く各モデルの段階に対して有益な情報を提供することに繋がると考えられる。

本研究の目的は、これらAIDMAモデルおよびAISASモデルにおけるInterest（関心）の段階に着目し、日本文化への興味により外国人を分類し、分類された群間で武道・スポーツツーリズムの動機の差異について明らかにすることであった。

## 1. 1. 先行研究の検討

国内において報告されたスポーツツーリズム研究については、その研究動向について系統的なレビューに基づいた報告がなされている（伊藤・Hinch, 2017；小松・原田, 2022）。また、武道ツーリズムに関しても、国内外の研究を比較することで武道ツーリズムの取り扱いに関して国内外で視点が異なることが報告されている（山川, 2022）。

伊藤・Hinch（2017）は、オンラインデータベースであるCiNii（Articles）とJ-Stageを用いて、「スポーツ」と「ツーリズム」および「スポーツ」と「観光」を検索語として、2016年5月までに発表された国内のスポーツツーリズム研究について検索を行った。その結果、52編の論文がレビュー対象として抽出され、先行研究の分析枠組みを基にした8視点（①論文数、②出版年の動向、③掲載学術雑誌の分野、④研究対象としたスポーツツーリズムの種類、⑤研究対象の地域、⑥研究のアプローチ法、⑦研究手法、⑧研究テーマ）から内容分析を行った。

①論文数や②出版年は1991年から2000年代の約20年間で19編、2010年代には33編が発表された。③掲載学術誌では大学紀要に37編、それ以外ではスポーツ科学分野9編、観光学分野3編、残り3編が地理学、社会学での発表であった。④研究対象となったスポーツツーリズムは、スポーツ参加を目的とするアクティブ型17編、イベントへの参加型16編、イベント観戦型9編、その他10編であり、⑤研究対象の地域は41編が国内であった。⑥研究のアプローチ法は、41編が実証研究、10編が文献研究、1編が概念研究であり、⑦研究手法は、事例研究18編、質問紙調査法16編、面接法3編、観察法1編などであった。⑧研究テーマは、「社会・文化」37編、「経済」7編、「環境」5編の3つの主要テーマに分けられた。

伊藤・Hinch（2017）では、分析対象となったスポーツツーリズムの多くが、アクティブ型とイベント型に分けられることが報告された。さらに、Gibson（1998）が提唱したスポーツミュージアム等を巡る郷愁型のスポーツツーリズムに、Ramshaw and Gammon（2005）が追加した文化遺産を巡るようなスポーツツーリズムの報告は、国内のみならず世界的にも限られることを指摘した（伊藤・Hinch, 2017）。同様の指摘は、小松・原田（2022）の報告においてもなされている。小松・原田（2022）は、観光経営学的な視点から「スポーツツーリズム」を検索語として2019年度までのスポーツツーリズム研究の動向の把握を試みた。その際、観光経営学における「経営環境、事業戦略、事業成績の3要素間の関係」（Chang and Katrichis, 2016）を研究テーマの分類に用いた。その結果、国内のスポーツツーリズム研究は、「地域事例」と「参加者行動」を主とした経営環境へ偏向していることが明らかに

された。また、研究の限界として、「スポーツツーリズム」のみを検索語として用いたため、スポーツツーリズムの関連語彙と認識される「アウトドアスポーツ」、「スノースポーツ」、「サイクリング」、「武道」と関連する文献を抽出できなかったことを指摘した。

山川（2022）は、武道ツーリズムに関する国内外の研究動向を把握するための文献研究を行った。その結果、日本国内における武道ツーリズムの研究は、インバウンド旅行者へのマーケティング対応という観点で研究が方向づけられていることを指摘した。そして、武道ツーリズムの実践主体の中心となる旅行者像に関しては、国内では一般的な観光旅行者が想定されているのに対して、海外の研究では武道経験を持つ学習者の旅行者を想定する内容が多かったことを報告した。また、分析対象となった武道ツーリズム研究の文献数が少ない現状はあるものの、武道ツーリズムの定義に関してさらなる議論が必要であることも合わせて指摘した。

先行研究の検討の結果、武道ツーリズムを主題とした研究は、量的にも質的にも蓄積段階であることが確認された。

## 1. 2. 用語の取り扱い

### 1. 2. 1. 武道・スポーツツーリズムについて

井上（2004）は、武道について、「古来の伝統文化ではなく、明治中期以降に武術や武芸が『近代化』される過程で形成された近代文化」であり、1945年以降、武道がスポーツ化していったことを歴史社会的な手法を用いて明らかにした。

Hinch and Higham（2011）は、スポーツツーリズムを「一定の期間生活圏から離れ、独自のルール、優れた身体能力に基づく競争、遊び戯れるという特徴をもつスポーツの要素を含む旅行」と定義した。本研究で取り扱う武道ツーリズムにおける武道は、Hinch and Higham（2011）が定義したスポーツツーリズムにおけるスポーツの要素を含むものである。そのため、本研究では、Hinch and Higham（2011）のスポーツツーリズムの定義に包摂されるツーリズム形態のひとつとして武道ツーリズムを取り扱う。オンライン調査においては、調査対象者に武道またはスポーツツーリズムという問い方をした。

### 1. 2. 2. 日本文化について

本研究では文化について、ギデンズ・サットン（2017）の「知識、習慣、規範、法律、信念などを含んだ、生活のあり方。個別の社会、あるいは社会集団を特徴づけるもの」という定義に従い、日本の社会、あるいは日本の社会集団を特徴づけるものとした。オンライン調査では、日本の社会あるいは日本の集団を特徴づける事象について設問した。

## 2. 研究方法

### 2. 1. 調査期間・調査対象・調査方法

2021年12月10日から2022年1月21日までの期間で、典型法により有意抽出した外国人（想定母集団8,044人）を対象にオンライン調査を実施した。回答回収数230件、有効回答数は216件であった<sup>註2)</sup>。本調査は、大阪体育大学が受託したスポーツ庁「令和3年度スポーツによるグローバルコンテンツ創出事業：武道ツーリズム」の取り組みの一環として実施された。

調査対象者の内訳は、大学コンソーシアム大阪に加盟する40大学の外国人留学生7,273名、大阪国際

交流センターの日本語教室に通う71名、旅行代理店のコーディネーターが保持するメーリングリストに登録された700名であった。本研究では、それぞれの機関担当者から個人へのメール配信により、調査票にアクセスしてもらうように依頼した<sup>注3)</sup>。

## 2. 2. 調査内容

調査項目は、人口統計学的要因（5項目）、武道・スポーツツーリズムの動機（9項目）、スポーツ経験（3項目）、武道経験（4項目）、武道種目への興味（6項目）、日本での観光経験（4項目）、日本文化の事象への興味（22項目）の計53項目であった。調査項目は日本語版と英語版を作成し、回答者にはどちらか一方へ回答してもらうように依頼した。英語版調査項目は、先に作成した日本語版調査項目を英国出身の英語を母語とする外国語教員とともに訳出した。オンライン調査では、質問項目に移動する前のトップページにおいて、武道を「剣道や柔道のような『Japanese martial arts』とした。

武道・スポーツツーリズムの動機（9項目）は、Nishio et al. (2016) のSports Fan Motivation Items 10項目を参考に作成した。Nishio et al. (2016) の測定尺度は、複数の項目群から探索的因子分析と確認的因子分析を経て、信頼性および因子的妥当性が確認された4要因（社会化、達成、リラックス、ゲーム）からなる。Nishio et al. (2016) の4要因を参考に、質問項目（表2参照）は社会化、達成、リラックス、ゲームの4要因 計9項目で構成した。社会化とリラックスとの要因を構成する質問項目はNishio et al. (2016) と同様であったが、達成とゲームの要因では武道またはスポーツのための旅行に関する言い回しに変更した。

達成要因を構成する項目は、Nishio et al. (2016) の研究では、① Feel achievement of my favourite team、② Feel proud of my favourite team、③ Feel achievement of my favourite playerであった。本研究では、武道またはスポーツのために旅行をするとしたらという条件下における動機について回答を求めた。その為、特定のチームや選手における達成感や誇りではなく、お気に入りの武道やスポーツにおける達成感や誇りに関する2項目を設定した。

さらに、ゲーム要因では、Nishio et al. (2016) の研究では、① Enjoy high level of skill、② Watch high level gamesであったが、本研究では、①高いレベルで武道やスポーツをすること、および②高いレベルの技術を楽しむことの2項目を設定した。

回答者には、各項目に「1.全く関わらない」から「7.とても強く関わる」の7段階評定で回答を求めた。

武道種目への興味は、柔道、剣道、空手、なぎなた、居合道、合気道の各種目について「0.それについて知識がない」もしくは「1.全く興味がない」から「7.とても興味がある」までの7段階評定で回答を求めた。

日本文化の事象への興味は、筆頭著者とスポーツ科学（主として社会科学系）を専攻する大学院生3名とで協議し質問項目を作成した。具体的には、前述の日本文化の定義に基づき、日本の文化を伝統—現代、静的—動的の2軸で交差させ、表れた4象限に当てはまる文化事象22項目について、「1.全く興味がない」から「7.とても興味がある」の7段階評定で回答を求めた。その事象について知らない場合は、「0.その文化形態に知識がない」を選択してもらった。文化事象22項目は、マンガ、アニメ、盆栽、侍、緑茶、書道（習字）、武道、茶道、華道、かわいいこと、コンピュータゲーム、着物、ラーメン、和食、宗教、日本建築、日本庭園、日本彫刻、自然の風景、伝統芸能、四国巡礼、日本発祥のスポーツであった。



## 2. 3. 分析手順

分析対象者の特性を把握した後、武道・スポーツツーリズムの動機の測定尺度の妥当性および信頼性を確認した。妥当性を確認するために探索的因子分析および確認的因子分析を行い因子的妥当性の観点から確認した。信頼性は、測定尺度の内的整合性の観点から確認するためにCronbachの $\alpha$ 係数を算出した。次に、日本文化の事象への興味（22項目）に対する回答を基にWard法による階層クラスター分析を行い、分類されたグループ間の特徴を確認した。次に分類されたグループ間で武道・スポーツツーリズムの動機の要因毎および項目毎で平均値を比較した。

## 3. 結果および考察

### 3. 1. 分析対象の特性

分析対象の性別は、男性103人（47.7%）、女性108人（50%）、その他5人（2.3%）、年齢の範囲は、10歳台2人（0.2%）、20歳台（63.7%）、30歳台（27.4%）、40歳台（6.5%）、50歳台以上（1.4%）、平均年齢は、28.67（ $\pm 6.91$ ）であった。職業は、学生133人（61.6%）、民間企業従業員47人（21.8%）、自営業15人（6.9%）、公務員9人（4.2%）、その他12人（5.6%）であった。国籍は、中国93人（43.1%）、アメリカ合衆国31人（14.4%）、ベトナム（8.8%）、インドネシア10人（4.6%）、韓国9人（4.2%）、その他73人（24.9%）であった。調査時点での居住地は、日本の国内が177人（81.9%）、国外は39人（18.1%）であった。分析対象は、アジア圏に属する国・地域からの出身者が多くを占めた。2021年6月時点での在留外国人のうち、中国、ベトナム、韓国からの出身者が6割近くを占めており（出入国在留管理庁、2021）、分析対象の類似した傾向が確認できた。

日本での一般的な観光経験は、あり154人（71.3%）、なし62人（28.7%）であった。日本での武道・スポーツツーリズムの経験は、あり9人（4.2%）、なし207人（95.8%）であった。

表1に武道種目への興味について、その平均値と標準偏差を示した。最も高い値を示したのは順に、剣道4.34（1.99）、空手4.20（1.85）、柔道3.73（1.86）、合気道3.62（2.04）、居合道3.18（2.01）、なぎなた3.11（1.90）であった。質問項目の種目を知らないと回答した者は、柔道13人（6%）、剣道20人（9.3%）、空手15人（6.9%）、なぎなた48人（22.2%）、居合道45人（20.8%）、合気道30人（13.9%）であった。

表1 武道種目への興味

| 項目      | 平均値 <sup>1)</sup> | 標準偏差 <sup>2)</sup> | 質問の種目を知らない回答者 |
|---------|-------------------|--------------------|---------------|
| 1. 柔道   | 3.73              | 1.86               | 13人           |
| 2. 剣道   | 4.34              | 1.99               | 20人           |
| 3. 空手   | 4.20              | 1.85               | 15人           |
| 4. なぎなた | 3.11              | 1.90               | 48人           |
| 5. 居合道  | 3.18              | 2.01               | 45人           |
| 6. 合気道  | 3.62              | 2.04               | 30人           |

<sup>1)2)</sup>その種目を知らないへ回答した者を除いた値

### 3. 2. 測定尺度の性能（武道・スポーツツーリズムの動機）

測定尺度の性能を確認する前に、日本で武道またはスポーツのために旅行を行う場合、それに関わる動機について、質問項目への回答の平均値を確認した。その結果を表2に示した。9項目中8項目が、平均値で4点台を示した。「1. 高いレベルで武道やスポーツをすること」は3点台半ばと、測定尺度の中で最も低い値を示した。山川（2022）は、国外における武道ツーリズム参加者は、武道種目の修行者という傾向が強いのに対して、国内では一般的な観光旅行者が想定されていることを指摘している。本研究では、分析対象者の武道経験も含めて、一般的な外国人観光旅行者の傾向を示す結果となったと考えることができる。

表2 日本での武道・スポーツツーリズムの動機

| 項目                              | 平均値  | 標準偏差 |
|---------------------------------|------|------|
| 1. 高いレベルで武道やスポーツをすること           | 3.41 | 1.82 |
| 2. 私のお気に入りの武道やスポーツをすることで達成感を感じる | 4.16 | 1.95 |
| 3. 私のお気に入りの武道やスポーツの誇りを感じる       | 4.14 | 1.98 |
| 4. 高いレベルの技術を楽しむ                 | 4.30 | 1.79 |
| 5. 身体的にくつろぐ                     | 4.63 | 1.76 |
| 6. 精神的にくつろぐ                     | 4.89 | 1.75 |
| 7. 他の参加者と出会う                    | 4.28 | 1.83 |
| 8. 社会的な交流を楽しむ                   | 4.62 | 1.81 |
| 9. 他の人と満足感を共有                   | 4.50 | 1.77 |

次に、測定尺度の9項目を用いて4因子に設定した探索的因子分析（最尤法、プロマックス回転）を行った。その結果、測定項目は、Nishio et al. (2016) の研究で報告された4因子では、解を求めることができなかった。そこで、項目間の相関関係などを確認しながら、3因子で同様の探索的因子分析を行ったところデータの当てはまりが良かった。この3因子は、Nishio et al. (2016) の研究で報告されたゲーム因子と達成因子を統合したゲーム・達成因子、社会化因子、リラックス因子であった。探索的因子分析で得られた3因子構造を確認するために確認的因子分析を行った。確認的因子分析では誤差相関をつけず、誤差変数から観測変数への非標準化パス係数を全て1に固定した。その結果を図1に示した。モデルの適合度は、 $\chi^2=52.44$  (df=24, p<.001)、GFI=.949、AGFI=.905、RMSEA=.074、CFI=.981、AIC=94.44であった。因子負荷量は、全ての質問項目が.700以上であった。因子間の相関係数は、ゲーム・達成因子と社会化因子間で.543、ゲーム・達成因子とリラックス因子間で.632、社会化因子とリラックス因子間で.629であった。

測定尺度の内的整合性を確認するために、Cronbachの $\alpha$ 係数を算出した。その結果、測定尺度全体での $\alpha$ 係数は.913であった。尺度を構成する要因毎ではゲーム・達成が.894、社会化.929、リラックス.888であった。全てにおいて.800以上の値を示した。

確認的因子分析の結果、モデル全体の評価指標である $\chi^2$ 値からはモデルを採択することができな

かったが、適合度指標である GFI (.900 以上)、AGFI (.900 以上)、CFI (1.00 に近いほど良い) はそれぞれ基準を満たすものであった。RMSEA (.05 以下で当てはまりが良く、0.1 以上であれば当てはまりが悪い) と AIC (値が小さいほど良い) はそれぞれあてはまりが悪いとはいえない値であった。内的整合性を確認するための Cronbach の  $\alpha$  係数を算出では、基準である .800 以上を尺度全体および因子毎で上回る値であった。

以上のことから、Nishio et al. (2016) を参考に作成した武道・スポーツツーリズムの動機測定尺度は、妥当性と信頼性を備えていると判断した。

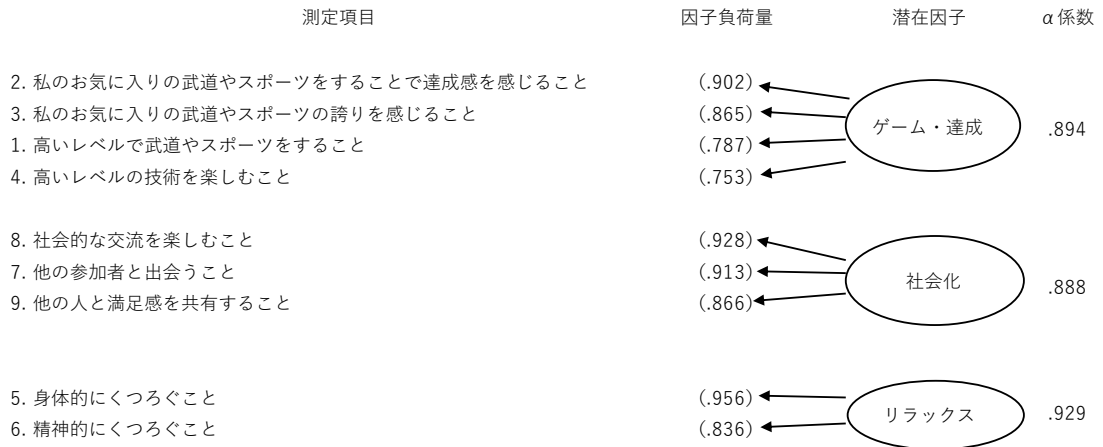


図1 武道・スポーツツーリズムの動機測定尺度確認的因子分析結果

### 3. 3. 日本文化の事象への興味

表3に日本文化の事象への興味について、質問項目の知識がない回答者を除いた平均値を示した。4点台後半から5点台と相対的に高い値を示した項目は、日本建築 (4.81)、日本庭園 (4.82)、アニメ (4.95)、ラーメン (4.99)、和食 (5.07)、自然の景観 (日本三景など) (5.19) であった。一方で、武道以外の日本発祥のスポーツ (駅伝や競輪など) (3.12) は3点台前半を示し、質問項目に対する知識のない回答者の割合が最も多い項目であった。

日本の建築や庭園また自然環境に関する項目と食に関する項目とで興味の高さを示す結果となった。スポーツ庁 (2020a, 2020b) の調査においても食や四季の体感など日本の自然環境に関する外国人の興味の高さが報告されており、類似した結果を示した。



表3 日本文化の事象への興味

| 項目                           | 平均値 <sup>1)</sup> | 標準偏差 <sup>2)</sup> | 質問項目の知識がない回答者 |
|------------------------------|-------------------|--------------------|---------------|
| 1. 漫画                        | 4.53              | 2.02               | 14人           |
| 2. アニメ                       | 4.95              | 1.99               | 16人           |
| 3. 盆栽                        | 3.35              | 1.76               | 14人           |
| 4. 侍                         | 3.68              | 1.83               | 15人           |
| 5. 緑茶                        | 4.20              | 1.98               | 3人            |
| 6. 書道または習字                   | 3.67              | 1.87               | 5人            |
| 7. 武道                        | 3.92              | 1.86               | 16人           |
| 8. 茶道                        | 4.21              | 1.81               | 7人            |
| 9. 華道                        | 3.68              | 1.92               | 12人           |
| 10. かわいい (cute) こと           | 4.42              | 2.04               | 12人           |
| 11. コンピュータゲーム                | 4.09              | 2.19               | 12人           |
| 12. 着物                       | 4.58              | 1.93               | 8人            |
| 13. ラーメン                     | 4.99              | 1.85               | 12人           |
| 14. 和食                       | 5.07              | 1.72               | 15人           |
| 15. 宗教                       | 3.24              | 1.96               | 10人           |
| 16. 日本建築                     | 4.81              | 1.70               | 11人           |
| 17. 日本庭園                     | 4.82              | 1.72               | 10人           |
| 18. 日本の彫刻                    | 4.00              | 1.77               | 13人           |
| 19. 自然の景観 (日本三景など)           | 5.19              | 1.76               | 21人           |
| 20. 伝統芸能 (歌舞伎や能など)           | 4.27              | 1.80               | 10人           |
| 21. 四国巡礼 (お遍路)               | 3.75              | 1.90               | 26人           |
| 22. 武道以外の日本発祥のスポーツ (駅伝や競輪など) | 3.13              | 1.75               | 27人           |

<sup>1)2)</sup> それに興味がないへ回答した者を除いた値

### 3. 4. 日本文化の事象への興味による類型化

日本文化の事象への興味に関する質問項目への反応傾向を用いて、分析対象者をWard法による階層クラスター分析により類型化した。分析の結果、分析対象者は3つの解釈可能なクラスターに分かれることが確認された。表4にクラスター分析によって類型化された3つのグループによる日本文化の事象への興味に関する項目への回答の平均値の比較結果を示した。全ての項目においてクラスター間での有意差が認められた。その後、多重比較を行い、クラスターの解釈を行った。

クラスター3は、全ての項目において残りの2つのクラスターよりも高い値を示した。このことからクラスター3を日本文化に対する高程度興味群と命名した。一方で、クラスター2は、全ての項目において2つのクラスターよりも低い値を示した。このことからクラスター2を低度興味群と命名し

た。そして、クラスター1は、全ての項目において2つのクラスターが示した値の間に位置する値を示した。このことからクラスター1を中程度興味群と命名した。

表4 3クラスターにおける日本文化事象への興味

| 項目                          | Cluster 1   | Cluster 2  | Cluster 3  | F値        | 事後比較                       |
|-----------------------------|-------------|------------|------------|-----------|----------------------------|
|                             | 124人(57.4%) | 31人(14.4%) | 61人(28.2%) |           |                            |
| 1. 漫画                       | 4.11(2.00)  | 1.32(1.44) | 5.98(1.14) | 75.314*** | C2<C1<C3***                |
| 2. アニメ                      | 3.49(1.95)  | 1.58(1.60) | 6.26(1.01) | 68.563*** | C2<C1<C3***                |
| 3. 盆栽                       | 2.74(1.74)  | 2.06(1.69) | 4.48(1.55) | 28.832*** | C2, C1<C3***               |
| 4. 侍                        | 3.07(1.78)  | 1.71(1.51) | 5.02(1.54) | 46.059*** | C2<C1<C3***                |
| 5. 緑茶                       | 3.80(1.91)  | 3.06(2.26) | 5.38(1.50) | 20.617*** | C1<C3***, C2<C3**          |
| 6. 書道または習字                  | 3.23(1.75)  | 2.45(2.01) | 4.90(1.55) | 26.687*** | C2<C1†, C2, C1<C3***       |
| 7. 武道                       | 3.38(1.91)  | 2.00(2.19) | 4.97(1.44) | 29.509*** | C2<C1**, C2, C1<C3***      |
| 8. 茶道                       | 3.81(1.85)  | 2.74(2.17) | 5.30(1.21) | 25.292*** | C2<C1*, C2, C1<C3***       |
| 9. 華道                       | 3.09(1.95)  | 2.10(1.75) | 4.97(1.47) | 32.783*** | C2<C1*, C2, C1<C3***       |
| 10. かわいい(cute)こと            | 4.10(2.13)  | 2.55(2.43) | 5.16(1.77) | 16.402*** | C2<C1*, C1<C3**, C2<C3***  |
| 11. コンピュータゲーム               | 3.89(2.22)  | 1.71(1.18) | 4.92(2.26) | 23.501*** | C2<C1***, C1<C3*, C2<C3*** |
| 12. 着物                      | 4.19(1.90)  | 2.74(2.42) | 5.70(1.44) | 27.746*** | C2<C1*, C2, C1<C3***       |
| 13. ラーメン                    | 4.75(2.06)  | 2.48(2.06) | 5.75(1.33) | 30.943*** | C2<C1<C3***                |
| 14. 和食                      | 4.73(1.96)  | 2.26(2.09) | 5.95(1.04) | 44.493*** | C2<C1<C3***                |
| 15. 宗教                      | 2.71(1.94)  | 2.26(1.96) | 4.28(1.75) | 17.466*** | C1<C3***, C2<C3***         |
| 16. 日本建築                    | 4.48(1.87)  | 2.77(2.14) | 5.64(1.25) | 27.433*** | C2<C1**, C2, C1<C3***      |
| 17. 日本庭園                    | 4.48(1.85)  | 2.68(2.05) | 5.80(1.12) | 34.950*** | C2<C1<C3***                |
| 18. 日本の彫刻                   | 3.38(1.90)  | 2.61(1.99) | 5.11(1.27) | 27.438*** | C2, C1<C3***               |
| 19. 自然の景観(日本三景など)           | 4.76(2.21)  | 2.23(2.10) | 5.80(1.38) | 32.982*** | C2<C1<C3***                |
| 20. 伝統芸能(歌舞伎や能など)           | 4.10(1.82)  | 1.84(1.69) | 5.15(1.42) | 38.859*** | C2<C1<C3***                |
| 21. 四国巡礼(お遍路)               | 3.33(2.16)  | 1.32(1.16) | 4.25(1.88) | 22.584*** | C2<C1, C3***, C1<C3*       |
| 22. 武道以外の日本発祥のスポーツ(駅伝や競輪など) | 2.40(1.78)  | 1.74(1.69) | 3.92(1.85) | 20.226*** | C2, C1<C3***               |

†p<.10 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

近年では、欧米人の中に、無宗教型スピリチュアル (Spiritual But Not Religious 以下、SBNR) 層に属する人々が散見されるようになってきていることが報告されている。SBNR層は、宗教的ではないけれども心の安寧を求めて、東洋思想に興味を持ち禅や瞑想などを実践する人々のことを指す。国内におけるSBNR層の旅行として熊野古道を巡ることやお遍路の実践などが旅行関連のホームページで報告されている (The Kansai Guide, 2021)。Lipka and Gecewicz (2017) は、米国では成人の約4分の1 (27%) が、SBNR層であることを報告している。クラスター3 (高程度興味群) に分類された人々は、残りの2つのクラスター群と比較して、宗教も含めて日本の文化事象全般に高い興味を示した。この群は茶道やお遍路などのSBNR層が興味を示すとされている日本の文化事象に高い興味を示しており、厳密にはSBNR層であるとは言えないものの、SBNR層に関連する傾向を示していると考え

ことができる。

表5には各クラスター間で性別や年代などの属性およびツーリズム経験、スポーツ経験、武道経験、および武道種目への興味の比較結果を示した。

性別、年代、日本での観光経験および武道ツーリズム経験、スポーツ歴、武道経験に有意差は確認されなかった。一方で、武道種目への興味においては、全ての種目においてクラスター3（高程度興味群）が有意に高い値を示した。特に剣道は5点台の値を示した。クラスター2（低度興味群）とクラスター1（中程度興味群）との間では、武道種目への興味に有意差は確認されなかった。

表5 3クラスターにおける属性および武道歴などの比較

| 項目             |        | Cluster 1   | Cluster 2  | Cluster 3  | $\chi^2$ 値/F値                |
|----------------|--------|-------------|------------|------------|------------------------------|
|                |        | 124人(57.4%) | 31人(14.4%) | 61人(28.2%) |                              |
| 性別             | 男性     | 61(49.2%)   | 14(45.2%)  | 28(45.9%)  | $\chi^2=2.923$ df= 4         |
|                | 女性     | 61(49.2%)   | 15(48.4%)  | 32(52.5%)  |                              |
|                | その他    | 2( 1.6%)    | 2( 6.5%)   | 1( 1.6%)   |                              |
| 年代             | 20歳台以下 | 84(68.3%)   | 15(48.4%)  | 40(65.6%)  | $\chi^2=8.244^\dagger$ df= 4 |
|                | 30歳台   | 31(25.2%)   | 10(32.3%)  | 18(29.5%)  |                              |
|                | 40歳台以上 | 8( 6.5%)    | 6(19.4%)   | 3( 4.9%)   |                              |
| 調査時点での日本国内への居住 | はい     | 104(83.9%)  | 26(83.9%)  | 47(77.0%)  | $\chi^2=1.377$ df= 2         |
|                | いいえ    | 20(16.1%)   | 5(16.1%)   | 14(23.0%)  |                              |
| 日本での観光経験       | はい     | 93(75.0%)   | 20(64.5%)  | 41(67.2%)  | $\chi^2=2.024$ df= 2         |
|                | いいえ    | 31(25.0%)   | 11(35.5%)  | 20(32.8%)  |                              |
| 日本での武道ツーリズム経験  | はい     | 4( 3.2%)    | 2( 6.5%)   | 3( 4.9%)   | $\chi^2=.766$ df= 2          |
|                | いいえ    | 120(96.8%)  | 29(93.5%)  | 58(95.1%)  |                              |
| 過去のスポーツ歴       | はい     | 91(73.4%)   | 22(71.0%)  | 38(62.3%)  | $\chi^2=2.411$ df= 2         |
|                | いいえ    | 33(26.6%)   | 9(29.0%)   | 23(37.7%)  |                              |
| 武道経験           | はい     | 32(25.8%)   | 11(35.5%)  | 17(27.9%)  | $\chi^2=1.158$ df= 2         |
|                | いいえ    | 92(74.2%)   | 20(64.5%)  | 44(72.1%)  |                              |
| 柔道への興味         |        | 3.71(1.81)  | 3.11(2.22) | 4.07(1.73) | 2.501 <sup>†</sup>           |
| 剣道への興味         |        | 4.17(1.88)  | 3.19(2.19) | 5.21(1.76) | 11.276***                    |
| 空手への興味         |        | 4.12(1.86)  | 3.40(1.95) | 4.69(1.67) | 4.722*                       |
| なぎなたへの興味       |        | 2.86(1.85)  | 2.64(1.92) | 3.87(1.81) | 5.709**                      |
| 居合道への興味        |        | 2.82(1.86)  | 2.56(1.85) | 4.23(2.02) | 10.327***                    |
| 合気道への興味        |        | 3.33(1.98)  | 3.29(2.31) | 4.33(1.89) | 4.848**                      |

<sup>†</sup>p<.10 \* p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

### 3. 5. クラスター間における武道・スポーツツーリズムの動機の比較

表6に3クラスター間における武道・スポーツツーリズムの動機測定尺度に対する回答の平均値の比較結果を因子毎および項目毎に示した。各因子は、因子を構成する項目への反応の得点を合算して使用した。

全ての因子および項目においてクラスター3（高程度興味群）が他のクラスターよりも高い値を示した。因子毎では、「ゲーム・達成」因子において、クラスター3（高程度興味群）が、クラスター1（中程度興味群）よりも有意に高い値を示し、またクラスター2（低度興味群）よりも高い値を示し有意傾向が確認された。次に「社会化」因子では、クラスター3（高程度興味群）が、クラスター1（中程度興味群）よりも有意に高い値を示したが、クラスター2（低度興味群）との間では有意差は確認されなかった。最後に、「リラックス」因子では、全ての群間で有意差は確認されなかった。

項目毎では、全ての項目においてクラスター3（高程度興味群）が他のクラスターよりも高い値を示した。特に、「6. 精神的にくつろぐこと」、「8. 社会的な交流を楽しむこと」、「9. 他の人と満足感を共有すること」で5点台の高い値を示した。

表6 3クラスターにおける武道・スポーツツーリズム動機

| 因子および項目                         | Cluster 1   | Cluster 2   | Cluster 3   | F値      | 事後比較           |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|---------|----------------|
|                                 | 124人(57.4%) | 31人(14.4%)  | 61人(28.2%)  |         |                |
| <b>ゲーム・達成因子</b>                 | 15.27(6.69) | 14.94(7.42) | 18.07(5.54) | 4.264*  | C1<C3*, C2<C3† |
| 2. 私のお気に入りの武道やスポーツをすることで達成感を感じる | 4.01(1.96)  | 3.81(2.04)  | 4.64(1.85)  | 2.749†  |                |
| 3. 私のお気に入りの武道やスポーツの誇りを感じる       | 3.98(1.98)  | 3.61(2.21)  | 4.75(1.74)  | 4.576*  | C2, C1<C3*     |
| 1. 高いレベルで武道やスポーツをすること           | 3.17(1.84)  | 3.45(2.03)  | 3.89(1.59)  | 3.218*  | C1<C3*         |
| 4. 高いレベルの技術を楽しむ                 | 4.12(1.86)  | 4.06(1.89)  | 4.79(1.50)  | 3.197*  | C1<C3†         |
| <b>社会化因子</b>                    | 12.95(5.01) | 12.39(5.95) | 14.82(4.47) | 3.567*  | C1<C3*         |
| 8. 社会的な交流を楽しむ                   | 4.41(1.77)  | 4.45(2.23)  | 5.11(1.58)  | 3.293*  | C1<C3*         |
| 7. 他の参加者と出会う                    | 4.19(1.83)  | 3.94(2.08)  | 4.64(1.67)  | 1.864   |                |
| 9. 他の人と満足感を共有                   | 4.35(1.76)  | 4.00(2.09)  | 5.07(1.49)  | 4.960** | C2, C1<C3*     |
| <b>リラックス因子</b>                  | 9.35(3.34)  | 8.87(4.17)  | 10.20(2.72) | 2.017   |                |
| 5. 身体的にくつろぐ                     | 4.59(1.73)  | 4.29(2.28)  | 4.90(1.51)  | 1.329   |                |
| 6. 精神的にくつろぐ                     | 4.77(1.74)  | 4.58(2.21)  | 5.30(1.40)  | 2.474†  | C1<C3†         |

†p<.10 \*p<.05 \*\*p<.01

日本の文化事象に高い興味を持つ者の武道・スポーツツーリズムの動機得点が高いことは、スポーツ庁（2020a；2020b）がフランス、オーストラリア、中国、アメリカ、イギリスを対象国として実施した調査の結果と同様の傾向を示したと考えることができる。スポーツ庁（2020a；2020b）の調査では、どの調査対象国においても日本の文化や伝統に触れる機会を持ちたいという回答者が高い割合を示し、また武道を体験することを通して日本の文化や伝統に触れたいという意向においても高い値を示した。

本研究においてもクラスター3（高程度興味群）は、武道種目に対して他のクラスターよりも有意に高い興味を示しており、また武道・スポーツを通じた他者との交流などに高い動機を有することから武道・スポーツツーリズムの潜在的な消費者として想定できると考えられる。このことは、日本各地にある道場や武道関連施設において武道種目の普及および商業的な発展と、さらにはスポーツによる地方創生やまちづくりの可能性も示唆するものであるといえる。

#### 4. 本研究の限界と課題

本研究にはいくつかの限界がある。第一に、調査対象のサンプリング方法である。本研究では、典型法による有意抽出を行った。そのため、本研究の結果について、調査対象を超える外国人集団で議論することはできない。民間の社会調査会社を利用し、在留外国人の割合に合わせ割り付けサンプリングを行えば、在留外国人を母集団に想定した議論が可能であった。また、インバウンドの外国人旅行者を対象に武道・スポーツツーリズムの動機を測定する場合には、国・地域別の入国者の割合に対応したサンプリング方法の検討が必要である。

第二に、日本文化への興味を測定する項目である。本研究では、日本の社会、あるいは日本の社会集団を特徴づけるものという本研究で用いた定義に基づき、日本の文化を伝統—現代、静的—動的の2軸で交差させ、表れた4象限に当てはまる文化事象について協議し、質問項目を作成した。質問項目に用いた文化事象以外に日本の社会あるいは、日本の社会集団を特徴づける文化事象について検討を重ねる必要がある。その際、外国人の視点は、重要であると考えられる。例えば、欧米の外国人において近年増加傾向が指摘されているSBNR層は、宗教的ではないが、精神世界への関心が高い。彼ら/彼女らが考える日本文化を特徴づけるものは、日本人研究者では気づかない視点を提供するものと考えられる。

また、第三に、武道・スポーツツーリズムの動機の測定方法についてである。本研究では、調査において「武道のための旅行」ではなく、「武道またはスポーツのための旅行」と設問した。そのため、武道のみのための旅行に対する動機は測定できていない。本研究では、井上（2004）に基づき、武道を近代スポーツ文化として扱った。そのため、武道のみのための旅行という商業的な関心に対する消費者の欲求を把握できたとは言い難い。この点に関しては、武道ツーリズムの定義も含めて、さらなる検討が必要であると考えられる。

#### 5. まとめ

本研究は、消費者の購買行動を説明するモデルとして提唱されているAIDMAモデルおよびAISASモデルの構成要素であるInterest（関心）に着目し、日本文化の事象への興味により外国人を分類し、分類された群間で武道・スポーツツーリズムの動機の差異について明らかにすることを目的とした。

クラスター分析の結果、分析対象者は日本文化の事象への興味の強さにより3群（高・中・低）に分類された。日本の文化事象へ高い興味を示すグループは、他のグループに比べ、武道への興味が高かった。さらに、武道・スポーツツーリズムの動機では他者との交流やお気に入りの種目に関わる項目で高い値を示した。

日本文化へ高い興味を示す外国人は、潜在的な武道・スポーツツーリズム消費者と考えられ、彼ら



/彼女らに対して、武道に特化したスポーツプログラム提供の可能性が示唆された。

また、武道ツーリズムに関するこれまでの需要調査では把握されなかった外国人の武道ツーリズムの動機と日本の文化事象への興味との関連が明らかとなった本研究の結果が基礎となり、今後の武道ツーリズム、さらにはスポーツによる地方創生、まちづくり施策の発展も示唆された。

## 注

- 1) 消費者の購買行動を説明するモデルとしてAIDAがある。岩本（2017）は、AIDAが19世紀後半のセールスマンシップ教育に端を発し、現在に至るまでAIDAモデルの類型が数多く提唱されたことを報告している。本研究で取り上げたAIDMAモデルおよびAISASモデルもAIDAの系譜に連なるモデルであり、国内において消費者の購買行動を説明するとして頻繁に言及されている。
- 2) Keeter et al. (2017) は、米国における電話法による調査の回答率は、1997年の36%から下がり続け、2012年に9%台となってから2016年の間では安定して9%台であったことを報告した。日本国内においても、典型的な社会調査手法である訪問面接法、電話面接や郵送法などを用いた社会調査実施の困難が指摘され、その代替手法としてオンライン調査が注目されているものの回答率の低さやデータの偏りに関する懸念が報告されている（吉村, 2020a）。

萩原ら（2018a；2018b）は、標本抽出台帳より無作為抽出した調査対象を半分に分割し、郵送法による調査とオンライン調査との比較社会調査を実施した結果、郵送法での回答率が6割程度であったのに対し、オンライン調査は2割から5割であったこと、しかし、両調査法にデータの偏りが確認されなかったことを報告した。一方で、吉村（2020b）は、オンライン調査では標本抽出台帳から抽出した調査対象とモニター登録した調査対象との間で、データの偏りが大きかったことを報告した。

本研究では、民間調査会社のモニター登録者を対象とした調査ではなく、有意抽出した外国人を調査対象とし、調査依頼は、調査対象者が関わる学校や機関の担当者よりメール配信により行った。回答率が低い可能性として、調査対象者がセキュリティ管理とプライバシー情報漏洩への懸念を有していることや依頼メール自体が届いていないという可能性が考えられた。

- 3) 本研究は、筆頭著者の所属機関において研究倫理審査委員会の承認を得ていないが、調査対象者に関する各機関への調査依頼時に、個人が特定できる情報を収集しないこと、回答協力は任意であること、収集されたデータは報告書や学術論文として公表される場合があることについて、用紙で説明した上で調査許可を得た。また、調査対象者に対しては、各機関より配信される依頼メールに上記同様の趣旨の文章を記載した。

## 文献

- Chang, W. J. and Katrichis, J. M. (2016) A literature review of tourism management (1990-2013) : A content analysis perspective. *Current issues in tourism*, 19 (8) , 791-823.
- Gibson, H. J. (1998) Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport management review*, 1, 45-76.
- ギデンズ・サットン：友枝敏雄・友枝久美子訳（2018）ギデンズ社会学コンセプト事典。丸善出版株式会社：東京，177-178。< Giddens, A., & Sutton, P. W. (2017) ESSENTIAL CONCEPTS IN SOCIOLOGY 2/E. Polity Press Ltd: Cambridge. >
- 萩原潤治・村田ひろこ・吉藤昌代・広川裕（2018a）住民基本台帳からの無作為抽出によるWEB世論調査の検証①。放送研究と調査，68（6），24-47。
- 萩原潤治・村田ひろこ・吉藤昌代・広川裕（2018b）住民基本台帳からの無作為抽出によるWEB世論調査の検証②—郵送調査との回答分布の比較—。放送研究と調査，68（9），48-79。
- Hinch, T. and Higham, J. (2011) *Sport tourism development* (2nd ed.) . Channel view publication.

- 出入国在留管理庁 (2021) 令和3年6月末現在における在留外国人数について. [https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/13\\_00017.html](https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/13_00017.html) (アクセス日2022年10月1日)
- 井上俊 (2004) 『武道の誕生』, 吉川弘文館. 東京, 189.
- 伊藤央二・Tom Hinch (2017) 国内スポーツツーリズム研究の系統的レビュー. 体育学研究, 62:773-787.
- 岩本昭憲 (2017) オムニチャンネル時代のNew AIDAモデルとその理論的展開—コミュニケーション・ポートフォリオ・マネジメンター—. 日本マーケティング学会カンファレンス・プロシーディングス vol.6, 362-374.
- スポーツ庁 (2020a) 2019年度「武道ツーリズムに関する海外ニーズ調査報告書」(フランス、オーストラリア、中国の調査結果). [https://www.mext.go.jp/sports/content/20200330-spt\\_stiiki-000005408-08.pdf](https://www.mext.go.jp/sports/content/20200330-spt_stiiki-000005408-08.pdf) (アクセス日2021年10月10日)
- スポーツ庁 (2020b) 2019年度「武道ツーリズムに関する海外ニーズ調査報告書」(アメリカ、イギリスの調査結果). [https://www.mext.go.jp/sports/content/20200330-spt\\_stiiki-000005408-07.pdf](https://www.mext.go.jp/sports/content/20200330-spt_stiiki-000005408-07.pdf) (アクセス日2021年10月10日)
- スポーツ庁 (2020c) 武道ツーリズム推進方針. [https://www.mext.go.jp/sports/content/20200330-spt\\_stiiki-000005408-05.pdf](https://www.mext.go.jp/sports/content/20200330-spt_stiiki-000005408-05.pdf) (アクセス日2021年10月10日)
- スポーツ庁 (2022) 第3期スポーツ基本計画. [https://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/sports/mcatetop01/list/1372413\\_00001.htm](https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/1372413_00001.htm) (アクセス日2022年12月31日)
- Keeter, S., Hatley, N., Kennedy, C., and Lau, A. (2017) What low response rates mean for telephone surveys. <https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/12/2017/05/12154630/RDD-Non-response-Full-Report.pdf> (アクセス日2022年12月6日)
- 小松雅樹・原田宗彦 (2022) 観光経営学視点からみた国内スポーツツーリズム研究動向に関する考察. スポーツマネジメント研究, 14 (1), 3-24.
- Lipka, M., and Gecewicz, C. (2017) More Americans now say they're spiritual but not religious. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/09/06/more-americans-now-say-theyre-spiritual-but-not-religious/> (アクセス日2022年12月10月4日)
- Nishio, T., Larke, R., Heerde, H. V., and Melnyk, V. (2016) Analysing the motivations of Japanese international sports-fan tourists. *European sport management quarterly*, 16 (4), 487-501.
- Ramshaw, G. and Gammon, S. (2005) More than just nostalgia? Exploring the heritage/sport tourism nexus. *Journal of sport tourism*, 10, 229-241.
- 杉山元康 (2021) 先哲たちの事例・経験に学ぶ「武道ツーリズム」事始め! 「武道ツーリズム事業者に関するアンケート調査2020」結果報告. 月刊秘伝8月号, 70-74. [https://webhidden.jp/budo-tourism/BudoTourism2020\\_Data.pdf](https://webhidden.jp/budo-tourism/BudoTourism2020_Data.pdf) (アクセス日2021年10月10日)
- The Kansai guide (2021) Spritual KANSAI シリーズブログ1: SBNR視点でみる関西の価値 <https://www.the-kansai-guide.com/ja/article/item/16060/> (アクセス日2022年1月10日)
- 山川拓也 (2022) 『武道ツーリズム』の再定義に向けての序説—関連既存研究の国内外比較からの示唆—. 流通科学大学論集—人間・社会・自然編—, 34 (2), 65-78.
- 吉村治正 (2020a) ウェブ調査における回答率向上のための謝礼の影響について. 奈良大学大学院研究年報, 25, 1-13.
- 吉村治正 (2020b) ウェブ調査の結果はなぜ偏るのか—2つの実験的ウェブ調査から—. 社会学評論, 71 (1), 65-83.