

# 学生賞受賞論文



## マラソンランナーの 縁起担ぎに関する研究 ～宿泊施設への提言～

九州国際大学 国際関係学部 柳生 遥香

国際関係学科観光ビジネスコース 福島ゼミナール 3年

### 第1章 はじめに

#### 第1節 研究の背景

2020年東京オリンピックの開催が決定し、アマチュアスポーツにもさらに注目が集まる。オリンピックの競技種目には、球技、陸上競技、水泳、体操など様々なものがあるが、アスリートはそれぞれ独自の縁起担ぎやジンクスを持っている。プロのアスリートを例に挙げれば、2015年北京で開催された世界陸上で、100m、200m世界記録保持者のウサイン・ボルト選手もレース前、必ず神に祈るポーズをする。この行動は彼にとっての縁起担ぎだと考えられる。しかし、世界で活躍するプロの選手だけでなく、アマチュアの中にも独自の縁起担ぎを行う選手は多い。アマチュアのアスリートはプロと比べると、専属のコーチやトレーナーがいるわけではない。練習メニューから生活習慣なども全て管理されているわけではない。自らが考えたトレーニングを限られた時間で行っているため、毎回結果も違えば、万全なコンディションで大会に挑めるわけではない。このような状況下において、アマチュア選手

は独自のジンクスや縁起担ぎで心身を安定させ、大会で良い結果を出すための方法として縁起担ぎを行っている。

ただ、ジンクスや縁起担ぎに拘るのは、野球やサッカーなどチームで戦う競技選手よりも、マラソンなど個人競技の種目に参加する選手の方が多いのではないだろうか。なぜならば、個人種目のアスリートの場合、試合までの練習や体調管理を行うのはアスリート個人であり、それらの責任もすべて当事者にあるため、個人競技の選手は精神的に不安定な状況になることが多いとも考えられる。

そのため、心身を安定させ、マラソンに参加してもらうためにも縁起担ぎに対するサービスが必要だと考える。例えば、マラソン大会前日に多くのランナーが宿泊するホテルや旅館において、ランナーに特化した縁起担ぎサービスを行うことで、ランナーにとって不安の解消になるのではないだろうか。いつもと同じように大会に挑める環境を宿泊施設が提供することは、アマチュアランナーにとって大きな役割を果たすと考える。

#### 第2節 研究の目的

市民ランナーに縁起担ぎに関するアンケートを実施したところ、約9割のランナーが縁起担ぎを信じると回答した。

アマチュア選手を対象としたマラソン大会は、通常、日帰りではなく、前日からその地へ出向きホテルや旅館に宿泊するランナーが多い。その理由は、受付やマラソン大会に関するイベントが大会の前日に行われること。大型都市で開催されるマラソン大会においては、日本のみならず海外からも多くのランナーが参加するため、かなりの混雑が予想され、選手受付は前日に実施している。遠方から来るランナーは必ず前日から宿泊し、翌日のマラソンに備えている。このようなことから、宿泊施設は前日から利用するランナーに対し、特別なサービスが可能なのではないかと考えた。例えば、アスリートは縁起担ぎを行っていると述べたが、宿泊施設を利用するランナーにとって宿泊施設での縁起担ぎ遂行は容易なものなのだろうか。自宅ではスムーズに行える縁起担ぎを、開催地の宿泊施設ではいつもと同じように行えるのだろうか。縁起担ぎを行うことはマラ

ソン大会に挑むランナーにとって不安を解消できる大切な行動であるため、宿泊施設での縁起担ぎに関する援助はランナーたちに求められていると考えた。

本稿では、ランナーたちが持つ縁起担ぎを明らかにするとともにマラソン大会の宿泊施設となるホテルが提供するおもてなしについて提言したい。

## 第2章

### アスリートと縁起担ぎの関係

#### 第1節 スポーツツーリズム

スポーツツーリズムとは、従来型の観光地をめぐる観光旅行とは異なり、ニューツーリズムのひとつと呼ばれている。ニューツーリズムとは、これまで観光資源として気付かれていなかった地域固有の資源を活用し、体験型や交流型の要素を取り入れた旅行形態を指す。環境に配慮したエコツーリズムや、農家体験が行えるグリーンツーリズムがあるが、その中でも震災後の日本復興に大きな力を発揮すると言われているのがスポーツツーリズムである。世界観光機構はスポーツツーリズムを「スポーツやスポーツイベントへの参加・観戦・応援を目的にして目的地を訪れ、少なくとも24時間以上その目的地に滞在する旅行」と定義している。よって、遠方から泊まりがけで参加する選手のみならず、付き添いや応援として来た選手の家族や友人たちもまたスポーツツーリズムの参加者といえる。

一般にスポーツツーリズムは以下の3つに分類される。野球やサッカーなど観戦を目的とする「観るスポーツ」、自らが競技に参加することを目的とする「するスポーツ」、そして、スポーツイベントの誘致・開催や、ボランティアを目的とする「支えるスポーツ」がある。

中でも、マラソンは参加型のイベントであり「するスポーツ」と言えよう。プロのランナーはもちろん、性別を問わず様々な年代の人々が参加でき、走ることを楽しんでいる。そのようなランナーを支えている人々も「支えるスポーツ」としてマラソン大会に参加しているのである。ボランティアとして運営側に立ち、ランナーたちが気持ちよく走れる環境を作り出している。また、ボランティアは

飲食産業や交通産業など様々な分野においてもマラソン大会を支えており、ランナーが宿泊するホテルもランナーを支える大きな役割を担っていると言える。宿泊施設でスムーズに縁起担ぎが遂行できれば、どれだけランナーは安心して大会に臨むことが出来るだろうか。縁起担ぎ遂行をお手伝いすることも1つの「支えるスポーツ」だと言える。

#### 第2節 マラソンと宿泊施設

マラソン大会開催にあたり、各地から多くのランナーが宿泊施設を利用する。トリップアドバイザーによると、ランナーが宿泊施設を選ぶ条件として、買い出しや食事がスムーズに出来ること、駅が近く交通の便が良いこと、スタートから近いといったことが挙げられている。また、那覇マラソンの際に利用したホテルでは、マラソン当日の食事メニューに炭水化物が多く並べてあり、サプリメントも提供されていたと言う。このことから宿泊施設においても、ランナーをサポートし、支えているといえよう。

日本におけるマラソンブームの火付け役となったのは、2007年から開催されたアジア最大級規模を誇る東京マラソンである。日本陸上競技連盟公認の大会として市民ランナーの参加が認められ、出場者のうち4割がフルマラソン未経験と初級ランナーが占めている。この東京マラソンの成功と盛り上がりを受け、全国各地でも様々なマラソン大会が開催され始めた。市民マラソンのブームを支える背景には、近年の健康ブームや節約志向を受けてランニングやジョギングに取り組む人たちが増加傾向にあることがあげられる。また、大手スポーツメーカーなどが、シャワールームや更衣室といった「走環境」を提供したことも、マラソンブームを作った一因と考えられる。

東京(東京マラソン)、大阪(大阪マラソン)、福岡(福岡マラソン)といった大型都市を始め、山口(下関海峡マラソン)や鹿児島(いぶすき菜の花マラソン)など地域に密着したマラソン大会も各地で行われている。大型都市で開催されるマラソン大会の中には、国際大会の選考レースになっている本格的な大会もあるが、それに比べて地方のマ

ラソン大会は、運営やボランティアは地元の市民であり、各地点に設置された給水や給食には地元の名産品が並ぶことがある。また、踊りや太鼓を使ったその土地ならではの応援もあり、ランナーはもちろん応援に訪れた人々にとっても旅の楽しみとなる。地方のマラソン大会は記録重視ではなく、市民や素人など誰でも気軽に参加できるため、初心者でも楽しみながら走る事が出来る。

一方で、マラソン大会を開催した地域では、長時間の交通規制における混雑や、ごみの問題、給水や給食の不足など様々な問題も起こっている。

#### 第3節 縁起担ぎ

縁起担ぎとは「積極的に幸運をつかむための働きかけ」といった意味が隠されている[知野久保, 2001]。似たような言葉でジンクスがあるが、ジンクスとは「偶然に起きた出来事を気にすること」を意味し、縁起担ぎとは異なる。つまり縁起担ぎとは良い結果を期待し、自らが積極的に行う行動であり、ジンクスとは偶然に起こることを指す。本研究ではスポーツ選手と縁起担ぎの関係性について明らかにしていく。

ここで縁起担ぎの例を挙げると、成績不振に陥っていたマラソン選手が、スタート前にたまたまジャンプをしたところ、その日の結果が良かった。その選手は、ジャンプという動作が良い結果をもたらしてくれたと考え、次回以降必ずスタート前ジャンプをするようになった。知野や久保(2001)はこれらを「目的志向的行動」の働きかけによるものと述べており、人間は目的遂行の過程で起こった出来事も結果に関与していると判断する。つまり、自発的に行う行動として、縁起担ぎは目的志向的行動のひとつであると言えるが、ジンクスは偶然の産物であるため、目的志向的行動ではない。

長田(1971)の研究によれば、運動選手のうち、男女の多くが縁起担ぎの対象として、「数字、服装、刃物、乗り物、道順、行動、場所」が多いことが明らかになっている。また、知野(1997)の調査では、15歳から30歳までの競技スポーツを行う男女212名のうち

58%に当たる122名が自覚しているジnkスや縁起担ぎがあると回答している。

ジnkスや縁起担ぎにこだわるアスリートの具体例を示す。某選手の出来事だが、普段はスパイクの紐を「ちょう結び」にするところ、この日はたまたま「ちょう結び」をさらに「固結び」にし、「赤いソックス」を履いて試合に出場した。するとその日の試合でベストタイムが出たという。何気なく行った動作ではあるが、その選手にとってベストタイムと「固結び」、「赤いソックス」が同時且つ鮮明に記憶された。それ以来その選手は試合のたびに同じ動作を繰り返すようになった。また、試合で優勝したときは、競技直前に友人から「いける!」と背中を叩かれていた。これもまた、優勝と背中を叩かれたことが同時且つ鮮明に記憶された。これらはこの選手自身が生み出した縁起担ぎであり、これらの動作を繰り返すことで結果が出ると信じ、選手自身が繰り返すことで習慣化していく。この繰り返しが、縁起担ぎが生まれるメカニズムといえよう。

Vyse (1997) が述べる「接近 (contiguity)」とは「何か特別なことをしたとき、同時に良いこと、あるいは悪いことが起こった場合、良い結果だったらその効果を信じ次のときも同じことをやろうとするし、悪い結果だったらそれを避けようとする」と定義づけている。良い結果をもたらした動作については自身の縁起担ぎとして記憶し、その動作に次回からも頼ろうとするが、反対に悪い結果をもたらした動作については次回以降回避しようとする。いずれにしても大会前の「接近」は鮮明に記憶していると言える。このことを日本人は縁起担ぎと呼ぶ。

### 第3章 課題の抽出

#### 第1節 縁起担ぎの四分類

縁起担ぎにはどのようなものがあるのだろうか。例えば、「試合の前日には必ずカレーライスを食べる」という人もいれば、「必ずお守りを身に着けて試合に挑む」という人もいる。これらの行動は、良い結果をもたらすため自発的に行う行動であり、「目的志向的行動」と述べ

たが、縁起担ぎとしての行動は人によって異なり、多種多様なのである。そこで筆者は、これらの行動を「身体的行動」、「身体的接触」、「習慣的摂取」、「高揚的摂取」の4つに分類した(図1)。

「身体的行動」とはアスリートが競技直前に走ったり、ストレッチを行うなど積極的に自分自身で体を動かし、選手自身が自発的に行うことで成立する縁起担ぎを示す。これに対し、衣類・装飾品・シューズ・お守りなど、試合時には必ず決まったものを身に着けたり、他者から背中を叩いてもらったりすることを「身体的接触」とし、両者は「自らが行う行動」と、「他者に行ってもらう」か「物を身に着ける」によって区別される。一方、アスリートには試合前や、試合当日の朝に必ず口にする食べものや、決められた睡眠時間や練習時間があり、日頃の生活習慣を縁起担ぎとして取り入れることが多いと考える。特に、体調管理の面から飲食物は意識していることが多いため、「習慣的摂取」の縁起担ぎを行っていると考えられる。また、さらに、摂取であっても試合前に気分を高揚させるために音楽を聴いたり、仲間と団陣を組んで気持ちを高めたりといった自発的行動は、試合前に一時的に行われることから「習慣的摂取」とは区別して「高揚的摂取」と名付けた。また、家族や友人、仲間からの応援も「高揚的摂取」に含まれる。

これらを「縁起担ぎの四分類」とし、図1に示した。本研究では、調査によってこれらの縁起担ぎの存在を明らかにするとともに、アスリートが最高のコンディションで試合に臨むために宿泊施設ができることを提言する。

#### 第2節 縁起担ぎの生成モデル

第1節で示したように縁起担ぎは4つに分類できるが、これらの縁起担ぎはどのような過程で誕生するのだろうか。

縁起担ぎとは、積極的に幸運をつかむために行う行為であり、結果を出すために自発的に行う行動のことを指すが、これに対し、ジnkスとは偶然に起こったことを言う。たまたま試合で赤い靴下を履いたときに優勝した選手は、それ

以来、試合の度に必ず赤い靴下を履くようになる。つまり、「赤い靴下を履く」という最初の行為は自発的ではなく偶然に行ったことなので、「ジnkス」といえる。だが、2回目以降の「赤い靴下」は、偶然ではなく、再び良い結果をもたらすことを期待して、自発的に行った行為であり1回目とは意識が異なる。つまり、これが選手自身がジnkスを縁起担ぎとして意識した瞬間といえよう。

アスリートが縁起担ぎを目的に、最初に行う行動を3つに分類した。

図2に示すように、無意識に取った行動を①「偶然」、周囲からの情報を聞き、実践することを②「評判」、すでに誰かが行っている行動を真似することを③「模倣」とした。(a) ①「偶然」とは、知野や久保(2001)が述べている「偶然行った出来事を気にする」ジnkスの定義に当てはまる。②「評判」とは、他者が行った行為で好成績を残したと評価されていることを指し、さらに、③「模倣」は、これらの行為に加え、テレビやネットで紹介されたプロのアスリートが行っている行動を真似たり、取り入れたりすることを指す。また、この2つの行動はランナー個人ではなく、ランナーを取り巻く周囲の人々、たとえば家族などが取り入れることも考えられる。食事のメニューに気を遣い、様々なところから情報を得て、献立を考える支える人々にとって「評判」や「模倣」は大きなヒントになるだろう。これら3つの行動を行った後、結果の良し悪しが明らかになる。これらの行動を自発的に行い、成績が良かった場合は、次回以降もこれらの動作を繰り返すことで習慣化させ、当人の縁起担ぎとして定着していくと考えられる。「偶然」(ジnkス)や「評判」、「模倣」が縁起担ぎへと変化し、さらに第1節で示した「身体的行動」「身体的接触」「習慣的摂取」「高揚的摂取」の4分類へと分離する。しかし一方で、これらの縁起担ぎを行ったにも関わらず、期待通りの結果が得られなかった場合は、「偶然」「評判」「模倣」の3つの行動が悪い結果に繋がったと考えられるようになり、選手はそれらの行動を次回以降は回避するようになる。

図1 縁起担ぎ4分類

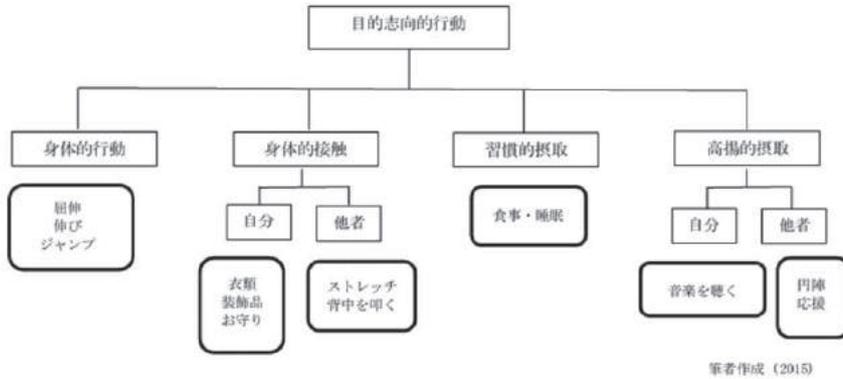
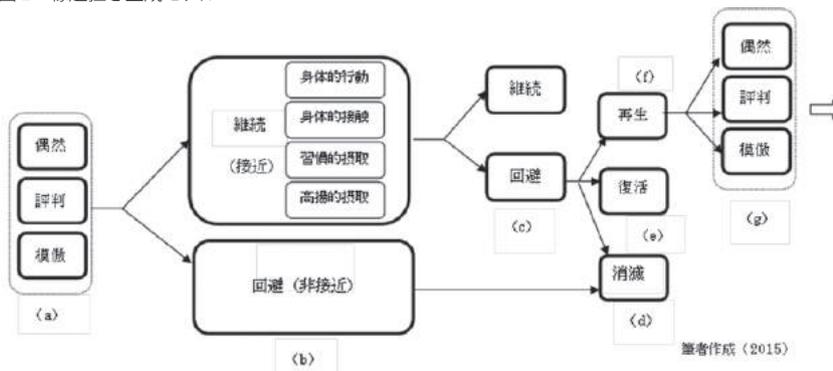


図2 縁起担ぎ生成モデル



縁起担ぎが継続や回避へと変化していく過程は、Vyse (1997) が述べる「接近 (contiguity)」の概念を援用すれば以下のように解釈できる。「偶然」「評判」「模倣」の3つから生まれた「縁起担ぎ行動」の結果が、良い成績へと繋がった場合、当事者はそれらが良い結果をもたらす行動だと信じるため、次回以降も繰り返し行おうとする。これらの行動を継続することは「接近」であり、逆に、悪い成績へと繋がった場合、この行動を行えば次回も悪い結果をもたらすかもしれないと信じ、次回以降は、回避するようになる。これは「非接近」といえよう。(b)

一方、縁起担ぎとして行っていた行動(いわゆる接近行動)が、悪い結果を導いてしまったときは、これらの行動は「回避」されるようになる。(c) ただし、回避はその後にも全くしない「消滅」(d)と、一定の期間をおいて再度、同じ縁起担ぎを行う「復活」(e)、そして、新たに全く別の縁起担ぎを生み出す「再生」(f)に分類される(図2)。「再生」は、次の段階として新たな「偶然」「評判」「模倣」へと誕生する。(g) この繰り返し縁起担ぎが回避され、再度生まれ変わり

継続していくメカニズムといえよう。

このようなランナーの縁起担ぎに関する意識を踏まえたうえで、ランナーを受け入れるホテルが提供できるサービスについて考察する。

### 第3節 問題提起

宿泊施設を利用するランナーの顧客満足度を上げるために宿泊施設側が提供できるサービスとはどのようなものがあるのだろうか。

第1節、第2節で述べたようにアスリートは、プロアマに関係なく様々な縁起担ぎを持っていると考えられる。特に、市民マラソンのようなアマチュアの選手は、プロのように過酷でかつ厳しいトレーニングを経て万全な態勢で参加するわけではない。少しでも記録を伸ばすべく仕事の合間に練習を重ねるが、練習の成果が毎回、確実に成果として現れるとは限らない。マラソン競技とは、他者と比較する競技ではなく、自身が持っている記録への挑戦、いわば過去の自分との闘いでもある。選手らは、常に、過去の自分と向き合い、「あのときは、赤い靴下だったから好記録が出た。」

「あのとき、記録が伸びなかったのはいつも使っているタオルを忘れたからだ。」と、自身の習慣や状態、あり方を振り返る傾向がある。このように市民ランナーにとっての「縁起担ぎ行動」は、練習不足を補完するものとして重要な意味的役割があると考えられる。

昨年、首都圏や地方都市で開催された参加人数5000人以上の大規模マラソン大会は全国で55箇所あり、参加人数は8千万人に上る(株計測工房調べ)。5000人以上のランナーをスタートさせるためには、ほとんどの場合、前日入りとなり宿泊する必要がある。しかし、ホテルが個々のランナーに対して、顧客からの要望がない限り縁起担ぎにまつわる特別なサービスを提供することはない。だが、第4章で示す縁起担ぎに関する調査によれば、何らかの縁起担ぎをしているランナーは少なくない。ニッチではあるが、ニーズは十分にあると考えられる。

そこで、これらのランナーに対して「縁起担ぎの商品化」が可能かどうか、大学の陸上選手や市民マラソンへの参加経験者を対象に調査を行った。

## 第4章 調査・分析

### 調査概要

アスリートの縁起担ぎを調査するため、質問紙によるアンケート調査を行った。調査対象としてマラソン経験のある一般ランナーを対象とし、縁起担ぎに対する考えを調査した。

#### 【調査】

実施日：2015年9月17日

時間：18:30～19:00

実施場所：韃ヶ谷陸上競技場(福岡県北九州市)

調査対象：マラソン経験者の一般ランナー(19歳～49歳)

調査人数：11名、うち11枚(男11名)が有効回答で、有効率は100%

#### 【調査結果・分析】

20代の若いランナーから40代後半のランナーまで幅広くアンケートを取り、11名のうち9名のランナーが縁起担ぎがあると回答した。

「身体的行動」による縁起担ぎは80%

のランナーが持っている」と回答。多い人で3つもしくは4つほどあり、行為としてはジャンプや屈伸に加え、足を叩くといったランナーがいた。このように「身体的行動」は、ランナー自らが競技直前に行う動作であり、各自が様々なやり方やこだわりを持っていると考えられる。

「身体的接触」による縁起担ぎもまた80%のランナーが行っていると回答。決まったユニフォームや靴下を身に付けたり、シューズも履き慣れたものを良しとする人、新しいものにこだわる人など人によって異なるが、この身体に触れる縁起担ぎについては、多くのランナーが同様に実践していることが分かった。頻度においては、「前回の成績で決める」、「時々行う」といった回答もあったが、「毎回行う」ランナーが圧倒的に多かった。

「習慣的摂取」による縁起担ぎもまた80%のランナーが行っていると回答した。中でも食事に関するこだわりが強く、「必ず食べているものがある」というランナーが多い。特におにぎり、うどん、もちといった炭水化物を摂取していることから、食事のメニューに関してはホテルでも提供しやすいサービスだと考える。

「高揚的摂取」による縁起担ぎは70%のランナーが行っていると回答。モチベーションを高めるために音楽を聴くという意見が多かった。しかし、試合会場で毎回聴くランナーは30%で、気分によって聴くか聴かないかを決めているランナーが20パーセント存在した。調査前は、モチベーションを上げるための行為として他者からの応援や応援者と円陣を組むなどを想定していたが、これらの行為を選択した人は一人もいなかった。このことは、「応援」を縁起担ぎと認識している人が少ないことを示しているといえよう。

一方、上記すべての行為を含めて「縁起担ぎをする」と回答した9名のうち、縁起担ぎを「目標達成のため」に行っているランナーが5名、「成績に繋げるため」に行っているランナーが2名だった。縁起担ぎを行うことで自身の定めた目標を達成できると信じているランナーや、好成績を狙ってゲンを担いでいるランナーが存在していることが分かった。

さらに、9名全員が、現在、縁起担

ぎとして行っていることは「継続する」と回答している。先行研究によれば、縁起担ぎは自発的に幸運を掴むために行う行動であるとされているが、毎回行うことでランナーはその都度、幸運を掴むというよりも習慣化した「当たり前」の行為として認識されているといえる。

自由記述においても「縁起担ぎ行動を行うこと自体が当たり前になっており、自分自身にとっては、それを縁起担ぎだと認識していない」という意見もあった。ランナーにとって試合前の縁起担ぎは重要な行為であるが、繰り返し行うことでそれらは確実に習慣化していくと考えられる。よって、習慣化しているからこそ、その行為ができないとランナーは大きな不安を抱えることになる。そこで、宿泊施設であるホテルが、この不安を取り除くようなサービスを提供できればより顧客からの支持が得られるのではないかと考えた。

## 第5章 まとめ

調査の結果から、「身体的行動」「身体的接触」「習慣的摂取」「高揚的摂取」の縁起担ぎは存在し、多くのランナーが実践していることが分かった。マラソン大会開催にあたり、多くのランナーが宿泊施設を利用する際、縁起担ぎサービスを提供することが出来れば、どれだけランナーの不安が解消され、張り切って大会に臨めるだろうか。

宿泊施設側が最も提供しやすい縁起担ぎサービスのひとつが「習慣的摂取」である。食べ物などは夕食や朝食のメニューに取り入れることができる。フルマラソンを走るランナーにとってマラソン前の炭水化物摂取は大きなエネルギー源となるため、麺類やご飯ものなど炭水化物のメニューを多めに取り入れたり、飲み物の種類を豊富に取り揃えるなどのサービスを提供することはランナーにとっても嬉しいサービスとなるだろう。また、高揚的摂取としては、音楽を聴くためのモバイル用の充電器なども用意しておくなど縁起担ぎ行動を補足するものやサービスがあるのではないかと。身体的接触に関しては、衣類やシューズへのこだわりが多く、他者との接触を

縁起担ぎとする声はなかったが、宿泊施設のスタッフが「頑張れ!」という思いを込めて手書きのカードを添えるサービスがあってもよいのではないだろうか。

顧客は、存在しないサービスについては想像できないため「不要」だと考えるかもしれないが、心がこもったホテルのおもてなしに気付けばそれはホテルを選択する際の動機づけとなり、いずれはあってあたりまえとなるに違いない。顧客が気付いていないあったらいいなあを形にするのがホテルが提供するサービスの基本だと考える。

また、観光庁は、ウォーキングやランニングなどのコース認定や紹介を通じて新たな観光資源を発掘することを目的に、「ランナーズインフォメーション研究所」事業を「一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構」に引き継ぐことを決定した。民間の視点を取り入れることにより、一層スポーツツーリズムの人気も高まっていくだろう。これにより大会や市民ランナーの人数が増え、ホテルの利用拡大も期待できる。

しかしながら、本研究で示した縁起担ぎをホテルのオペレーションに入れ込むことは、人的資源や費用の面でも多くの課題がある。そこで、実現するためにホテルに代わってこれらの縁起担ぎのサービスを行う外部団体を組織し、ホテルをサポートしていく方法が考えられる。

本研究では、縁起担ぎを切り口に新しいサービスを提言したが、今後は実現するための方策を、起業を含めて検討していきたい。

## 参考文献

### 【論文】

知野亨 (1997) 競技スポーツのジンクス・縁起かつぎに関する一考察. 東海大学卒業論文  
知野亨, 久保正秋 (2001) スポーツにおけるジンクス・縁起かつぎの原理的考察. 東海大学紀要体育学部 p.15-20

### 【書籍】

秋山哲男 (2010) 「観光のユニバーサルデザイン」学芸出版社. p.222  
松田岩男, 清原健司 (1966) スポーツ科学講座・6・「スポーツの心理」大修館書店 p302  
大島幸夫 (2006) 「市民マラソンの輝き」岩波書店 p248

長田一臣 (1971) 「競技の心理」道と書院 p.317

### 【web】

観光庁: <http://www.mlit.go.jp/kankochou/> (2015年9月23日)  
トリップアドバイザー: <http://www.tripadvisor.jp/> (2015年5月7日)