宿泊施設・合宿団体・旅行会社間の関係からみた スポーツ合宿地の存続形態

—山梨県山中湖村平野地区を事例に—

渡 邊 瑛 季*

Sustaining Sports Training Camps Using Accommodation-Team-Travel Agent Relationships: The Case of Hirano, Yamanakako Village, Yamanashi Prefecture

Eiki WATANABE*

[Received 7 March, 2018; Accepted 16 March, 2020]

Abstract

The sustainability of sports training camps is studied in terms of accommodation-team-travel agent relationships in Hirano District, Yamanakako Village, Yamanashi Prefecture. Relationships among the abovementioned three factors involved in sports training camps in Hirano are analyzed using reservation methods, which are divided into two types: reservations through travel agents and direct reservations with accommodation facilities in Hirano. Intermediaries are divided into two types: travel agents with links to sports training camps and those with links to teachers handling school club activities. Historically, travel agents have been important intermediaries in Hirano: in the 1950s, a young man managing accommodation for those coming to Hirano for fishing established travel agents in Tokyo in order to attract teams to a tennis training camp, leading to the development of Hirano as a tennis training camp area. Regional conditions in Hirano, geographical accessibility to the Tokyo metropolitan area, cool summer climate, and accommodation and sports training facilities all contribute to attracting sports teams for a first-time visit. At the same time, travel agents in Tokyo play an important role in attracting not only new guests but also repeat visitors. Thus, trust and cooperation between travel agents and accommodation facilities or teams is of critical importance. Repeat visits through travel agents are based on interdependence and cooperation between accommodation facilities and travel agents for regular visits by teams, as well as trust between travel agents and teams based on the travel agents' sales methods. On the other hand, repeat visits with direct reservations are seen to be based on cooperation between teams and accommodation facilities to facilitate adjustments before training camps are held. In conclusion, there is a strong sense of interdependence, trust, and cooperation among accommodation facilities, sports teams, and travel agents in the Hirano district. These relationships can be explained not only from the viewpoint of business economics but also in terms of their reciprocal nature, which contributes to the sustainability of sports camps.

* 宇都宮共和大学シティライフ学部

* Faculty of City Life Studies, Utsunomiya Kyowa University, Tochigi, 320-0811, Japan

Key words : sports camp, sports tourism, host-guest relationship, reservation method, travel agent, Yamanakako Village in Yamanashi Prefecture

キーワード : スポーツ合宿地, スポーツツーリズム, ホスト-ゲスト関係, 予約方法, 旅行会社, 山梨県山中湖村

I. 序 論

1) 研究の課題

1980年代以降, スポーツが先進国を中心に観光資源としてみなされるようになった(Ritchie and Adair, 2002; 工藤・野川, 2002)。スポーツを主目的とする観光形態は, スポーツツーリズムと呼ばれ, その受入地域へ一定の経済波及効果をもたらしている¹⁾(Neirotti, 2003; Kurtzman, 2005)。スポーツツーリズムには, スポーツイベントへの参加や観戦, スキー観光, スポーツ博物館への訪問などさまざまな形態がみられるが(木村, 2009), スポーツ合宿はスポーツツーリズムの1つの形態といえる。スポーツ合宿地は, 日本では首都圏外縁部(とくに長野県・山梨県・千葉県)など大都市周辺地域の高原避暑地や沿岸部を中心に, おもに1950年代以降に発達してきた。1980年代以降は, 航空交通の発展や宿泊施設・スポーツ施設の整備の進展に伴って, 北海道, 高知県, 宮崎県, 鹿児島県, 沖縄県など大都市から遠隔の地域にも発達した。

スポーツ合宿地は観光地理学においても重要な分析対象と認識され, その地域的性格や景観的特性, 形成過程, 宿泊施設の経営形態などの合宿地の実態が詳細に分析された(山本ほか, 1981; 山村, 1994; 佐々木, 1998; 新藤ほか, 2003; 井口ほか, 2006; 須山, 2010)。呉羽(2009)によれば, 東京大都市圏外縁部のスポーツ合宿地の形成は, 農家や漁家が集落単位で宿泊業に進出したことが契機とされている。農家や漁家は, 1950年代から1980年代にかけて, 所有する農地や漁獲物の干し場をグラウンドやテニスコートなどのスポーツ施設や宿泊施設建設用の用地に転換し, スポーツ合宿を受け入れる体制を整えた。そのため, スポーツ合宿地には農地とスポーツ施設, 宿泊施設

が混在する景観があらわれた。宿泊施設は家族労働力に基づいて経営される民宿であるが, 労働力数が限られるため, 事業開始時の宿泊定員は数十人規模の小さなものであった。しかし, 1980年代以降にスポーツ合宿の受入が増加すると, 農業や漁業を縮小したり, 施設を100人以上受入可能な規模に増築したりするなどの対応がなされた。また, 1990年代以降は北海道, 九州地方, 沖縄県など大都市から離れた地域にスポーツ合宿地が形成されていった。須山(2010)は鹿児島県奄美大島において陸上競技を中心とするスポーツ合宿の誘致に, 地元自治体の政策と自治体が委嘱した2人のアドバイザーの大きな影響があったことを指摘した。アドバイザーは企業・大学スポーツ界に幅広い人脈を有し, 合宿団体の要望を聞取ってホストに伝達したとされる。

総じて, スポーツ合宿地の形成は, 大都市からのアクセス, 農漁家による宿泊施設やスポーツ施設の整備を契機とし, 近年では人的ネットワークの影響が大きくなっている。

ゲスト²⁾である合宿団体の行動に関する研究も盛んになってきている。具体的には, 合宿団体の目的地決定過程(Maier and Weber, 1993; Morgan, 2007; Higham and Hinch, 2009; Hodge *et al.*, 2009; 押見ほか, 2012)やプロ野球キャンプを訪問する観客の再訪意図(朴ほか, 2012)などが分析されている。これらの研究では, 一流アスリートのチームの場合, 合宿地決定には, 高地トレーニングの施設などの施設の有無, チームの練習に対する価値観や文化が大きく関係することが明らかにされている。一方, 日本の学生アマチュアチームの合宿地の決定過程は一流アスリートチームとは異なっている。押見ほか(2012)は, ゲストがスポーツ合宿を手配する際に, エージェントを利用していることを指摘している。ここで

のエージェントとは、旅行会社、ゲストの指導者の知人を指している。旅行会社は、合宿を一度だけ手配するだけでなく、合宿が終了するとすぐに次の合宿についてゲストとある程度打ち合わせをする。このような旅行会社の営業手法によって、同一の合宿地への継続的来訪が実現しているという。Maier and Weber (1993) も合宿地決定には、合宿団体のマネージャーあるいはスポーツ合宿というニッチ市場をターゲットとした旅行パッケージ商品が情報源になっていると述べている。以上から、スポーツ合宿地の決定に関わる規定因は、練習に対する価値観や文化だけでなく、旅行会社が造成した旅行商品にもある。したがって、スポーツ合宿の実施において、エージェントの役割を考察する必要性は高い。

このように、旅行会社などのエージェントの介入やその役割が、合宿地の決定過程において重要であると示唆されている。しかしながら、スポーツ合宿の成立におけるエージェントの役割はほとんど究明されていない。押見ほか (2012) は、ゲストへの調査に基づいてエージェントを必要とするゲスト側の背景を指摘しているにすぎず、ホストがエージェントを必要とする理由や、エージェントからみたゲストやホストとの関係についてはまったく分析されていない。また、ゲストやホストがエージェントを必要とする地域的要因についても、分析がなされていない。

観光の成立には、宿泊施設や観光者だけでなく、空間的に分散したこれらをつなげる主体である「媒介者」の役割が不可欠とされる (Leiper, 1979; 安村, 1996; 呉羽, 2014)。2000 年代以降、媒介者を加えた 3 主体間の関係に着目した研究がはじまり、旅行会社などを媒介者として位置づけたツーリズムの成立モデルが概念的に示されるようになった (Yamamoto and Gill, 2002; Neirotti, 2003; Pearce, 2008; 二宮, 2009; Song, 2012)。しかしながら、これらの研究はツーリズムの成立モデルを概念として提示するに留まっており、三者の主体間にみられる具体的なやり取りは述べられていない。また、三者の主体について調査した数少ない研究である小島 (2009) は、

カナダにおける日本人向け旅行者を「媒介部門」と呼び、その展開過程を明らかにしたが、旅行者と受入先にあたる宿泊施設との具体的なやりとりには触れられていない。

媒介者とは、旅行会社や、目的地において宿泊、交通、食事などの手配を行うツアーオペレーターが代表的であり、彼らはゲストの旅行手配やホストの集客手段として利用され、ゲストと宿泊施設を結びつける上で重要な役割を果たしている (Hall and Page, 2014)³⁾。これは、旅行会社などの媒介者の拠点 (本店、支店) がゲストと同じ場所にあることに起因する (安村, 2001)。ゲストが媒介者である旅行会社を利用した場合、ブリトン (1999), Buhalis (2000), Bastakis *et al.* (2004) などが指摘するように、予約時にその収益源である手数料が生じる。手数料額の設定権は旅行会社側にあることから、結果として宿泊施設の利幅の縮小につながり、宿泊施設は設備更新のための資金を十分に確保できない。結果的にゲストの嗜好変化や人的資源への投資に対応できなくなり、観光地域としての持続にも影響を及ぼしているといわれている。

福井 (2015, 2017) は、群馬県の草津温泉を事例に、インターネットの宿泊予約サイトを媒介者と位置づけ、それらが個々の宿泊施設の経営戦略とどのような関係にあるのかを実証的に明らかにした。その結果、宿泊施設の規模や、経営条件、経営能力により、旅行会社、直接予約、インターネットの利用割合が異なり、インターネットの利用拡大が宿泊施設の個人旅行者の獲得を促し、地域主導の観光発展が促進されていることを示した。

以上のように、旅行会社は、宿泊施設とゲストを媒介する重要な役割を担っている。また、インターネット予約の普及によって既存の旅行会社と宿泊施設との関係性は変化している。そのため、集客における旅行会社への関与の程度は、宿泊施設の経営だけでなく、観光地域の存続にも影響を及ぼしうることが考えられる。福井による研究は群馬県の温泉地を対象にしてなされたものであり、旅行会社やインターネットと宿泊施設の関係は、地域的条件、またツーリズム形態によって異なっ

ていることが想定される。よって、スポーツ合宿地においても旅行会社との関係性を考察することは有益である。

2) 研究の目的と方法

本稿は、宿泊施設・合宿団体・旅行会社間の関係性を考察することで、スポーツ合宿地の存続形態を明らかにする。これら三者間の関係性を示すものとして合宿団体の予約方法に着目する。一般的に、合宿団体は宿泊施設の予約方法を自由に選択できる。つまりゲスト優位の状況である一方、予約という行為は、合宿団体と宿泊施設および旅行会社との関係性を示すもので、その種別が宿泊施設の経営や観光地域の存続を左右することもある。したがってスポーツ合宿地に来訪する合宿団体の予約方法を分析することで、宿泊施設の経済的また社会的に置かれた状況を理解することができる。なお、本稿では、宿泊施設をホスト、スポーツ合宿の団体をゲストとして、旅行会社もしくはゲストやホスト以外の第三者を媒介者として定義する。

本稿の研究対象地域は、1950年代からスポーツ合宿地として発展してきた山梨県山中湖村平野地区とする。II章では、スポーツ合宿地としての平野地区の発展過程を述べ、宿泊施設経営の前提となる地理的条件を明らかにする。III章では、合宿団体の属性と予約方法の特性を示す。その上で、各宿泊施設の受入状況を鑑み、合宿団体の予約方法が宿泊施設の経営をどのように規定するかを分析する。IV章では、合宿団体の予約方法を、主要な媒介者となっている旅行会社の営業戦略から理解する。その上で宿泊施設と合宿団体、合宿団体と旅行会社、旅行会社と宿泊施設のそれぞれの関係性を考察する。

なお、現地での調査は聞き取り調査を主として、2013年6月から11月にかけて行った。その対象は山中湖平野旅館民宿組合、その加盟宿泊施設、合宿団体である。

II. スポーツ合宿地としての 山中湖村平野地区の発展

山中湖村は、山梨県南東部に位置し、山中湖を

取り巻く山中、旭日丘、長池、平野の4地区から構成されている⁴⁾。これら4地区のなかでも平野地区は、スポーツ合宿をとくに積極的に受け入れている。平野地区には2010年現在469世帯1,253人が居住している。

1) スポーツ合宿地としての形成過程

平野地区へのテニス合宿の誘致の端緒は、この地区にある釣り宿の子息が旅行会社⁵⁾を東京で設立したことにある(山村, 1994; 佐々木, 1998)。その釣り宿は、所有する広大な平地を生かし、すでに大学生の自動車部⁶⁾の合宿を先駆的に受け入れていた。彼は、1955年までにテニスコートを平野地区に敷設し、旅行会社経由で学生を送客し、釣り宿の発展を企図した。一方、平野地区の農家は、1960年頃から山中湖畔で増加しはじめた企業保養所(渡邊, 2015)の誘致のため東京を訪れていた。その際に、日本体育協会をはじめとする競技団体の全国本部が入居する岸記念体育会館を訪れ、民宿でのテニス合宿受入の提案を受けたことも重要な契機となった。また、平野地区におけるテニス合宿の増加には、全国的なテニスブームの影響もあった。1957年に当時の皇太子が正田美智子さんと長野県軽井沢町でテニスを通じて出会い、1959年に御成婚され、「ミッチーブーム」と呼ばれるテニスブームが生まれた(丸山, 2009)。こうしたブームに乗って全国的にテニス人口が増加し、平野地区でも、釣り客や、スケート客、自動車部などの合宿を受け入れていた数軒の民宿を中心に、ソフトテニスの合宿を受け入れはじめた。

一方、平野地区で多数を占めていた農家では、1958年頃から養蚕や林業からダイコン作や稲作に転換しはじめた。しかし、シンクロ病(佐々木, 1998)や連作障害のために、1974年頃にはダイコン作は消滅し、農家は、このダイコン作で得た利益などを資金源として、先の民宿に追従する形で宿泊業に進出しはじめた。その際、広大なダイコン畑がテニスコートに転用された(山村, 1994)。このような経緯で、平野地区の大半の世帯が民宿経営に参画した。

1980年代初頭には、民宿がグラウンド、体育

館、ハンドボールコートなどを設置し、テニス以外のスポーツの合宿を受け入れるようになった。1980年代中盤には、アメリカンフットボールがブームになり、そのグラウンドがある程度確保されると、平野地区はアメリカンフットボールの合宿地として知られるようになった⁷⁾。この時期には、グラウンドや体育館などの新規設置のみならず、数百人規模の収容が可能な宿泊施設の建設も進んだ。このような設備投資が進んだのは、それまでに得た収益をもとに、他の宿泊施設との差別化や経営規模拡大を企図した宿泊施設があらわれたためである。1980年代には第2次テニスブームが到来したことで、さらにテニスコートが増加し、1987年時点で宿泊施設87軒、テニスコート1,082面、グラウンド67面、体育館25棟となった(佐々木, 1998)。ところが、1990年代前半に、全国的にテニスブームが下火になると、平野地区でもテニス目的の来訪者が減少しはじめた。

2) スポーツ合宿地としての性格

平野地区の住民が経営する民宿で構成される山中湖平野旅館民宿組合(以下、旅館組合)には、2013年現在93軒が加盟する。旅館組合に加盟するほぼすべての施設がスポーツ施設を所有し、家族経営で合宿を受け入れている。2013年9月の時点で、平野地区にはテニスコートが1,004面、グラウンドが78面、体育館が21棟、ハンドボールコートが32面分布する。合宿団体は原則として宿泊する宿泊施設の所有するスポーツ施設を利用する。

北と東を丹沢山地に、南西を山中湖に囲まれた平野地区には範囲に約9 km²の平地が広がっている(図1)。山中湖畔沿いの集落には宿泊施設が多く分布しており、その北東にクレーのテニスコートが、さらにその北東に土のグラウンドが分布している。テニスコートは区画によって面数が異なる。これは、分散していた農地を血縁や地縁⁸⁾を利用して他の土地と交換、分合しあい、各宿泊施設がテニスコートを可能な限り集約した結果である。グラウンドは、テニスコートの整備より遅い1980年代以降に造られたため、集落からもっとも離れた位置に分布している(図1)。ハ

ンドボールコートは1990年代以降にテニスコートを転換してつくられたため、点在している。2006年には、山中湖村営の「山中湖交流プラザきらら」が平野地区に開業した。グラウンド1面、サッカー場(人工芝)1面、芝生広場、野外ステージ、テニスコート(砂入り人工芝のオムニタイプ)5面などを有し、スポーツ合宿でも利用されるほか、さまざまなイベントが開催されている。

他のテニス合宿地と比較して、平野地区は、東京大都市圏⁹⁾との近接性に優れ、かつ夏季に冷涼である。とくに東京都多摩地域や神奈川県からは自動車で1時間30分から2時間で到達でき、滞在時間を長くとることができる。また、山中湖村にはスポーツ合宿の受入に対応した民宿が100軒以上集中しているが、平野地区内では宿泊施設間で宿泊料やスポーツ施設利用料に大きな差異はみられない¹⁰⁾。宿泊料は合宿団体の年齢層によって異なり、1人あたり1泊3食で5,000円台後半から9,000円台である。スポーツ施設の利用料金はテニスコートが1日1面4,000円台、体育館とグラウンドが1日1か所約1～2万円である。

III. 平野地区でのスポーツ合宿における 宿泊施設・合宿団体・旅行会社間の関係形成

1) 合宿団体と旅行会社との関係

1-1) 合宿団体の特徴

平野地区に来訪する合宿団体の特性を明らかにするため、合宿団体に対して2013年8月24日(土)、25日(日)、29日(木)の3日間、聞き取り調査を実施した¹¹⁾。聞き取りの対象は各団体の監督や顧問教員などの指導者、主将、マネージャーのいずれかである。対象とした団体は、平野地区に集中する施設の特徴を考慮し、テニスコートとグラウンドを利用する種目を中心に、現地で無作為に抽出した。その結果、55団体から回答を得た。

本稿では予約方法に着目して合宿団体の特性を考察するため、調査対象の55団体を、宿泊施設の予約方法と来訪回数に基づいて分類した(表1)。来訪回数ははじめて平野地区に来訪した合宿団体の「新規」と、平野地区に2年以上継続

図 1 平野地区における宿泊施設およびスポーツ施設の分布 (2013 年). 土地区画を示しているため、テニスコートとハンドボールコートはその面数を示していない. 現地調査および 2 万 5000 分の 1 地形図「御正体山」により作成.

Fig. 1 Distribution of accommodations and sports facilities in Hirano district, 2013. The lines used on tennis and handball courts are the boundaries of the lands, not the number of courts. Author's field survey and 1:25,000 scale Topographical Map.

表 1 平野地区に来訪する調査対象とした合宿団体の属性 (2013 年).

Table 1 Attributes of teams in Hirano district, 2013.

類型	予約種別	合宿団体数 (n = 55)	合宿団体の属性					
			大学生		中学・ 高校生	小学生		一般
			テニス・ ソフトテニス	左記以外		サッカー 野球	ソフトボール	
I	旅行会社経由・新規	5	1	1	1	2	0	0
II	旅行会社経由・リピーター	21	15	3	2	1	0	0
III	直接予約・新規	3	0	1	1	0	0	1
IV	直接予約・リピーター	26	12	1	2	10	1	0

聞き取りにより作成.

Author's interviews.

して来訪している合宿団体の「リピーター」に分類した。すなわち、予約方法と来訪回数の組み合わせに基づいて、4つの類型Ⅰ～Ⅳに分類した。このうち、類型Ⅳの「直接予約・リピーター」が26団体でもっとも多く、次いで類型Ⅱの「旅行会社経由・リピーター」が21団体となっている。一方で、新規顧客にあたる類型Ⅰと類型Ⅲはそれぞれ5団体、3団体と少ない。したがって、平野地区に来訪する合宿団体の多くはリピーターで、旅行会社経由と直接予約の双方の予約方法に二分されることがわかる。

1-2) 予約種別と合宿団体の属性との関係

もっとも数の多い類型Ⅳ「直接予約・リピーター」には、大学生13団体、中学生・高校生2団体、小学生11団体が含まれる。このなかでも、大学生のテニス・ソフトテニスのサークルが10団体、小学生のサッカー・野球のクラブが10団体を占める。一方、類型Ⅱ「旅行会社経由・リピーター」には、大学生18団体、中学生・高校生2団体、小学生1団体が含まれ、類型Ⅳと比べると、大学生の合宿団体がやや多く、小学生の合宿団体が少ない。このように、平野地区に来訪する合宿団体は、テニス・ソフトテニスの大学生サークルと、小学生のサッカー・野球クラブのリピーターがほとんどである。前者は、合宿団体によって旅行会社経由と直接予約のいずれかの予約方法に二分されるのに対し、後者は、旅行会社経由よりも直接予約のパターンが多い傾向にある。これは、小学生のクラブの場合、指導者や父兄が合宿を自ら手配でき、旅行会社の介在は不要になるためである。

以上から、平野地区に来訪する合宿団体、とくに大学生はリピーターであっても旅行会社を利用して合宿を手配しており、団体と旅行会社に強固な関係を築いていることが示唆される。類型Ⅱ「旅行会社経由・リピーター」の21団体中16団体は、10年以上にわたって継続して平野地区で合宿をしていると回答しており、旅行会社と合宿団体の間に継続的な取引関係があると考えられる。ただし、直接予約の合宿団体であっても、初年来訪時には旅行会社を利用していた場合も多い

表2 平野地区における旅行会社経由予約の割合別の宿泊施設の労働力数（2013年）。

Table 2 Labor force of accommodations in Hirano district by proportion of reservations from travel agents, 2013.

旅行会社経由の 予約の割合	該当宿泊 施設数 (n = 77)	家族 労働力数 (平均)	夏季の臨時的 労働力数 (平均)
0%	10	2.6	2.0
1～33%	26	2.8	4.4
34～66%	20	2.7	5.8
67～100%	19	2.6	6.4
不明	2	-	8.0
平均		2.7	5.3

「-」は不明であることを示す。
聞き取りにより作成。

Author's interviews.

ため、現在直接予約であっても、かつて旅行会社との関係を有していた合宿団体も存在する。

2) 宿泊施設と旅行会社との関係

宿泊施設の経営形態の特徴を整理するため、聞き取り調査の協力が得られた77軒の宿泊施設の経営上の特徴を、予約方法の割合別に分析する¹²⁾。合宿団体の予約方法は、旅行会社経由の予約、直接予約、その他（旅館組合からの紹介など）の3つに大別されるが、実際には旅行会社経由の予約と直接予約の2つではほとんどの予約を占める。そのため、旅行会社経由の割合が大きい宿泊施設は、直接予約の割合が小さい宿泊施設とみなせる。

旅行会社経由の予約割合と、宿泊施設の経営形態との関係を検討するため、本稿では、宿泊施設をその予約割合から0%、1～33%、34～66%、67～100%の4つに分類した。なお、旅行会社経由の予約割合の平均値は、41.1%である。

2-1) 旅行会社経由の予約割合と宿泊施設規模との関係

平野地区の宿泊施設は、家族経営を基本とし、夏季の繁忙期には大学生や近隣住民を臨時雇用している。家族労働力数は平均2.7人で、旅行会社経由の予約割合にかかわらず、ほぼ同じ人数である（表2）¹³⁾。一方、夏季の臨時的労働力数は、

表 3 平野地区における旅行会社経由予約の割合別の宿泊施設収容能力とスポーツ施設数の平均数（2013 年）。

Table 3 Average capacities of accommodations and sports facilities in Hirano district by proportion of reservations from travel agents, 2013.

旅行会社経由の 予約の割合 (%)	該当宿泊 施設数 (n = 77)	宿泊施設		スポーツ施設				
		客室数	収容定員 (人)	種類数	テニスコート 面数	グラウンド数	体育館数	ハンドボール コート面数
0%	10	11.1	62.5	1.4	7.2	1.0	0.0	0.0
1～33%	26	17.7	105.4	2.1	11.4	1.9	1.0	2.5
34～66%	20	21.0	127.6	2.5	13.1	1.5	1.3	2.2
67～100%	19	19.5	115.3	2.0	11.7	1.6	1.5	4.5
不明	2	27.5	145.0	2.5	6.5	3.0	3.0	2.0
平均		19.3	111.1	2.1	10.0	1.8	1.4	2.2

聞き取りにより作成。

Author's interviews.

旅行会社経由の予約割合が 67～100%帯で平均 6.4 人ともっとも多く、34～66%帯が平均 5.8 人、1～33%帯が平均 4.4 人と続き、旅行会社経由の予約の割合が大きいくほど、臨時的労働力数が増える傾向にある。

旅行会社経由の予約割合は、宿泊施設の収容能力とスポーツ施設の所有数とも関係する。調査対象の 77 軒の宿泊施設の収容定員は最大 300 人、最小 20 人である。また、77 軒中 41 軒が収容定員 100 人以上で、200 人以上の宿泊施設も 10 軒ある。旅行会社経由の予約割合と収容能力との関係をみると、旅行会社経由の予約割合 34～66%帯の宿泊施設が、平均客室数、平均収容定員とももっとも多く、それ以外の予約割合の宿泊施設では、34～66%帯よりも小さい値を示している（表 3）。つまり、平野地区において収容能力が大きい宿泊施設は、旅行会社経由の予約と直接予約をそれぞれ 50%前後の割合で受ける傾向にある。一方、収容能力が小さい宿泊施設は、34～66%帯の宿泊施設に比べ、旅行会社経由の予約割合が大小どちらかに偏る傾向にある。

同様に、スポーツ施設の種類数や所有数についても、旅行会社経由の予約割合が 34～66%帯の宿泊施設で多く、それ以外の宿泊施設で少ない傾向にある。調査対象とした 77 軒のすべての宿泊施設がテニスコートを所有し、宿泊施設によってはグラウンドや体育館、ハンドボールコート

などを所有している。テニスコート¹⁴⁾、グラウンド¹⁵⁾、体育館、ハンドボールコートなどのスポーツ施設をそれぞれ 1 種類と数えた場合の種類数は、34～66%帯でもっとも多く、平均 2.5 種類である。一方で、旅行会社経由の予約の割合が 1～33%と小さかったり、逆に 67～100%と大きかったりすると、スポーツ施設の種類数は少なくなる。この傾向は、テニスコート面数にもあてはまる。体育館数とハンドボールコート面数については、67～100%帯でもっとも数値が大きい。そのなかでもハンドボールコート面数は平均 4.5 と突出している。つまり、ハンドボールコートを多く所有する宿泊施設は、旅行会社経由の予約を多く受けているが、これは中高生の部活動の合宿団体が旅行会社経由で予約するためである。なお、旅行会社経由の予約割合が 0%の宿泊施設は、直接予約のみで経営が成立している宿泊施設である。これらの宿泊施設は平均収容定員が約 60 人と少なく、また所有するスポーツ施設も 10 面弱のテニスコートのみであることが多いため、リピーターである数団体の来訪で経営が成立している。

以上から、収容能力が大きい宿泊施設は、旅行会社経由予約と直接予約とがおおよそ半分の割合になっている、また所有するスポーツ施設の種類・所有数が多いという特徴がある。逆に、収容能力が小さい宿泊施設は、旅行会社経由の予約の割合

が大小どちらかに偏り、またスポーツ施設の種類・所有数も少なくなる傾向にある。

収容能力が大きい宿泊施設の経営者は、旅行会社経由と直接予約のどちらかに予約割合が偏らないようにしていることが多い。それは、旅行会社経由の予約方法に偏った場合、客室稼働の面で旅行会社に主導権を握られることと、旅行会社に支払う送客手数料が経営を圧迫することを危惧しているためである。一方で、直接予約に偏った場合、旅行会社との付き合いが薄れ、とくに大人数の合宿団体のキャンセルが生じた際に、新規の合宿団体の誘致が困難になるリスクがある。合宿の受入時期は年間数か月間に限られているため、収容能力の大きい宿泊施設において大人数のキャンセルが出ることは、経営上、非常に大きなリスクである。これを避けるため、大規模宿泊施設の経営者は、旅行会社との取引関係を一定程度維持していると考えられる。

2-2) 合宿実施時期と予約種別との関係

次に、宿泊施設における合宿団体の滞在期間と表1で示した予約種別との関係についてみる。図2は、データが得られた宿泊施設について、上段に合宿団体の滞在期間、下段に予約種別との割合を利用団体（新規・リピーター）ごとに示したものである。図2aの宿泊施設(1)は、宿泊定員300人で、旅行会社経由の予約割合が48%、直接予約が50%を占める。7月20日から8月25日まで、「直接予約・リピーター」の割合が50%を超えている¹⁶⁾。8月上旬は、大学生の夏季休暇開始時やお盆前となり、合宿に参加する学生が集まりやすい。平野地区でももっとも学生団体の予約・利用が入る合宿時期である。合宿団体側は事前に宿泊施設に人気時期への移動希望を伝えておくことで、この時期に合宿時期を移動させることもできる。毎年利用する宿泊施設が固定化され、旅行会社を通して予約する必要性を感じなくなった合宿団体が、直接予約になり、この人気時期に徐々に合宿時期を移動させていく。多数の合宿団体がこうした行動をとるため、「直接予約・リピーター」が集中する。「直接予約・リピーター」の団体は、宿泊施設から旅行会社に対して手数料を

支払う必要がなく、宿泊施設の経営にとって重要な存在である。利用団体と合宿日程が固定化されれば、旅行会社を通した予約の必要性はなくなり、「直接予約・リピーター」が生まれる。多くの宿泊施設の経営者は、客室稼働率を安定させるため、長年にわたって継続的に来訪する可能性がある団体を優先して受け入れる経営方針であり、新規顧客ではなく、類型II「旅行会社経由・リピーター」を「直接予約・リピーター」に次ぐ重要な顧客として優先して受け入れている。学生の夏季休暇が徐々に終了していく8月下旬から9月中旬においては、8月上旬に比べて人気がない時期であるため、旅行会社経由の予約が増加し、合宿団体数も減少していく。

このように宿泊施設(1)は、時期により、合宿団体の獲得に用いる予約方法を使い分け、旅行会社経由の予約と直接予約のどちらにも偏らない経営を志向している。2つの予約方法を使い分けることで、合宿団体の獲得機会を増加させ、突然のキャンセルによる客室稼働率の低下をも防いでいる。また、合宿団体の利用時期を徐々に希望日程に移動させていくという手法をとることで、リピーター化を促している。利用する宿泊施設が固定化されると、旅行会社への予約が必要なくなり、直接予約に変わることもある。現在は直接予約である合宿団体も、平野地区ではじめて合宿を行った際は、旅行会社による予約であった場合が多い。

宿泊施設(2)は、収容定員110人で、平均すると旅行会社経由の予約が5%、直接予約が92%を占める。この宿泊施設は、平野地区南部にある山中湖交流プラザきららで行われる音楽イベントのスタッフ用の宿泊施設となっている。そのため、大会やイベントにともなう宿泊施設となる日が15日あった。8月26、27日の高校美術部の活動と大学のゼミ合宿、9月14日のジョギングクラブの利用以外は、すべて「直接予約・リピーター」の合宿団体であった。宿泊施設(2)は「直接予約・リピーター」の合宿団体や大会関係者の宿泊を優先的に受け入れるとともに、空室がある日程に旅行会社からの送客も受け入れることで、客室稼働率を高めている。

図 2 事例宿泊施設における合宿受入状況と予約種別 (2013 年). b の 8 月 2 日と, c の 9 月 28 ~ 29 日の宿泊者数は不明. 聞き取りにより作成.

Fig. 2 Examples of accommodations' running and reservation-accepted methods, 2013. The number of guests on August 2nd in b and September 28-29th in c is unknown. Author's interviews.

表 4 調査対象とした合宿団体の平野地区への来訪理由 (2013 年)。

Table 4 Reasons teams visited Hirano district, 2013.

類型	予約種別	合宿団体数 (n = 55)	恒例行事 だから	冷涼 だから	居住地から の距離が 近いから	スポーツ施設の 数・種類が充実 しているから	他の合宿団 体と試合が できるから	費用が 安いから
I	旅行会社経由・新規	5	0	2	1	0	0	0
II	旅行会社経由・リピーター	21	19	7	1	4	3	1
III	直接予約・新規	3	0	1	1	0	1	0
IV	直接予約・リピーター	26	18	16	5	4	2	1

複数回答。

聞き取りにより作成。

Author's interviews.

宿泊施設(3)は、収容定員 70 人で、平均して旅行会社経由の予約が 20%、直接予約が 60%を占める。少人数の一般のテニスサークルを多く受け入れているため、彼らがお盆の時期や 8、9 月の週末に 1～3 泊するパターンがみられる。彼らはおもに 1980 年代に第 2 次テニスブームを経験した者であり、テニスを通じて仲間との親睦を深める目的で平野地区に来訪する。彼らは「直接予約・リピーター」または「直接予約・新規」であり、旅行会社を利用していない。彼らの利用以外の日では、おもに旅行会社経由で高校生や大学生の合宿団体を受け入れている。

宿泊施設(2)と(3)は、収容定員が比較的少なく、「直接予約・リピーター」となっている団体によって満室になりやすい。よって、多数の旅行会社との取引を必要とせず、旅行会社をリピーターの予約キャンセルなどで空室が発生した場合における新規合宿団体の獲得手段のひとつとして利用している。また、収容定員が少ないことを逆手にとって、一団体による貸切利用を認めたり、スポーツ合宿を受け入れず美術部や大学のゼミといった静かで集中できる場を求める団体のみを受け入れる期間を設けたりして収容定員の多い他の宿泊施設ではできない取り組みを行うことで、合宿団体のリピーターを確保している。

以上より、平野地区のスポーツ合宿においては、経営戦略上、旅行会社からの予約が多く、宿泊施設で必要不可欠になっており、宿泊施設と旅行会社との関係は、密接であるといえる。

3) 宿泊施設と合宿団体との関係

3-1) 合宿団体の平野地区への来訪理由

合宿団体の平野地区への来訪理由(表 4)は、来訪回数によって大きく異なっている。「新規」の場合、予約方法にかかわらず「冷涼だから」「居住地からの距離が近いから」という地域の地理的条件が来訪理由としてあげられた。一方、「リピーター」の場合、「恒例行事だから」を 37 団体、「冷涼だから」を 23 団体があげた。一方、その他の「必要なスポーツ施設がある、スポーツ施設の数が多い」などをあげた団体は少数であった。したがって、リピーターの場合、冷涼な気候や、居住地からの距離といった地理的条件よりも、平野地区での合宿そのものが恒例行事となっていることがもっとも重要な来訪理由になっているといえる。とくに費用面を来訪理由としてあげた合宿団体は非常に少なかった。「直接予約・リピーター」は、平野地区に定宿を有し、宿泊施設との間に個別の関係を築いて毎年合宿を実施していると考えられる。一方、「旅行会社経由・リピーター」については、毎年同じ旅行会社を経由して宿泊施設を予約することで、平野地区で継続的に合宿を実施している。

なお、III 章 1-2) 節で述べたように、「直接予約・新規」と「旅行会社経由・リピーター」の合宿団体は、平野地区ではじめて合宿を実施した際には、直接予約ではなく、旅行会社経由での予約であった可能性がある。こうした合宿団体は、毎年同じ宿泊施設での合宿を継続するなかで、旅行会社を

通す必要性を合宿団体が感じなくなり、直接予約に切り替えたと考えられる。

3-2) 合宿団体の新規予約からリピーター化へのプロセス

「直接予約・新規」の数は、リピーターに比べると決して多くはないものの、旅行会社の送客手数料を削減できるため、宿泊施設の経営には非常に重要な存在である。一方、新規の合宿団体にとっても、平野地区の地理的条件、すなわち東京大都市圏への優れた近接性と、夏季の冷涼な気候、宿泊施設やスポーツ施設数の多さは魅力である。宿泊施設所有のグラウンドが集中する合宿地は東京大都市圏では山中湖村のほか、山梨県鳴沢村、千葉県白子町、茨城県神栖市に限られる。千葉県や茨城県は気候条件的に夏季の合宿には不向きで、合宿地として夏季には選ばれにくい。とくにハンドボール専用のコートを有する合宿地は東京大都市圏ではこの平野地区にはほぼ限られる。全国的に公共施設のグラウンドを斡旋する宿泊施設は多いものの、予約や費用の面で合宿団体が終日貸し切って利用することは難しい。一方、宿泊施設所有のスポーツ施設は一日中占有的利用ができ、人気が高い。さらに平野地区は、東京都や神奈川県との近接性に優れるため、出発地からの移動時間が短くて済み、数泊の滞在でも練習時間を長く確保することができる。なお、合宿地の情報は旅行会社のウェブサイトから得られるため、それを見た者が宿泊施設に直接予約するケースもある。以上の理由により、新規の直接予約がみられる。しかし、大半の合宿団体はこうした諸条件を自ら調べて手配することはあまりない。とくに平野地区を訪れる合宿団体の多くは、旅行手配の経験が少なく、自ら調べて来訪するケースは少ない。また、昨今ではOTAと称される対面販売を要しないインターネット上での旅行会社での宿泊予約が主流となってきたが、インターネット上での合宿地に関する情報はいまだ限られており、合宿地や宿泊施設に関して豊富な情報を有している旅行会社の役割が重要である。

ただし、リピーター化の過程において、合宿団体が旅行会社による予約の必要性を認識しなくな

る場合がある。たとえば、長年同一団体を指導する高校部活動の顧問教員は、平野地区で合宿を開始した初期には、旅行会社を通して宿泊施設を予約していたが、毎年同じ宿泊施設を利用するという理由で、旅行会社を通す必要性を感じなくなり、直接予約に切り替えた（表5のA）。宿泊施設は、数年以上継続して来訪しているリピーターに対して、次年度の来訪を想定し、その時期に他の新規の予約を入れないでおくことが多い。つまり、合宿団体は、宿泊施設側に継続的な来訪を暗黙裡に了解されているのである。これによって、日程、予算、使用するスポーツ施設などの個々の合宿団体の希望条件を毎年事前に調整する労力が削減される。

小学生や中学・高校の合宿団体の場合は、監督や顧問教員などの指導者あるいは保護者が合宿を手配している。監督や顧問などの指導者は、交替することが少なく、数年間は継続して務めることが多い。そのため、合宿の手配担当者も固定されやすい。したがって、とくに2回目以降の訪問の場合、旅行会社が介在する必要性は少なく、宿泊施設と直接やり取りして合宿を手配する傾向にある。合宿団体側の合宿手配担当者が固定されることは、宿泊施設側にとっては、連絡をしやすくなることにつながり、直接のリピーターの獲得にもつながる。

このようにして合宿団体、宿泊施設ともに合宿の予約に関わる労力が低減されるなかで、旅行会社を介した予約の必要性がなくなる。直接予約が継続して確立されると、平野地区での合宿がその合宿団体の恒例行事と化していく。このように、合宿団体と宿泊施設の間には、双方にとって省力的に合宿を成立させるための協力的な関係があるといえる。この傾向はリピーターほど顕著となる。

IV. 宿泊施設・合宿団体・旅行会社の関係からみたスポーツ合宿地の存続

本章では、宿泊施設・合宿団体・旅行会社間の関係をそれぞれ考察することで、平野地区がスポーツ合宿地としてどのように存続しているのかを示す。

表 5 平野地区に来訪した合宿団体による旅行会社への予約経緯の事例。

Table 5 Cases of guests having reservations made by travel agents to visit Hirano district.

団体 記号	校種	種目	継続来訪 年数	現在の 予約種別	経緯
A	高校	バレーボール	30	直接予約・ リピーター	1983年に初めて山中湖村で合宿を行った時は、旅行会社を通しての予約だった。しかし、その後も同じ宿泊施設で合宿を継続するようになり、また経営者も我々の継続的な来訪を想定しているため、旅行会社を通す必要はなくなった。
B	大学	テニス	25	旅行会社経由・ リピーター	毎年7月初頭になると、旅行会社の営業担当が菓子折りを持って部室に来ており、宿泊施設やバスの手配をはじめ、何でも要望を聞いてくれる。宿泊施設と合宿日は固定しているが、定宿が予約できないこともあった。
C	大学	アメリカン フットボール	-	旅行会社経由・ リピーター	予約を行う5月頃、大学に旅行会社の営業担当が数社来るため、旅行会社を通している。そうすると、バス手配の手間が省け、また別個の手配より費用が下がる。部で決めた合宿の予算に合うよう、宿泊施設への価格交渉を旅行会社に依頼することもある。
D	大学	テニス	1	旅行会社経由・ 新規	2012年までは30年以上長野県山ノ内町で合宿していたが、サークルの人数が減少して長野県までの移動費用が高くなるため、旅行会社に近場を紹介してもらった。
E	小学校	野球	1	旅行会社経由・ 新規	昨年は他の地域で合宿していたが、施設が汚く、合宿場所を変えることにし、旅行会社に山中湖村を紹介してもらった。過去に山梨県鳴沢村で合宿したこともあったが、そこはサッカー専用になってしまった。
F	大学	テニス	1	旅行会社経由・ 新規	毎年合宿地を変えている。2012年は栃木県矢板市で合宿していたが、旅行会社の紹介で2013年は山中湖村になった。

継続来訪年数は2013年時点。

「-」は不明を示す。

各合宿団体への聞き取りにより作成。

Author's interviews to each teams.

1) 宿泊施設と旅行会社間の依存・協力関係

宿泊施設が旅行会社との取引を必要としてきた理由は4点ある。1点目は、宿泊施設から合宿団体への直接的な営業が困難であるためである。平野地区で合宿を受け入れる宿泊施設は民宿であり、家族経営が基本である。そのため、人的・経済的コストの面から、個別の宿泊施設での営業活動が困難となっている。よって、その経営において旅行会社の役割が重視されてきた。営業ノウハウに乏しい宿泊施設も、独自に複数の宿泊施設が共同で宣伝活動を行っている例も一部あるが、主要な集客方法ではない¹⁷⁾。

2点目は、合宿団体における予約等の手配担当者の交代である。平野地区に多く来訪する大学

生団体の多くはサークルであり、合宿の手配を学生で行っている。大学生の合宿団体には「合宿係」¹⁸⁾と呼ばれる合宿担当の学生が存在する。合宿係は固定されず毎年交代し、特定の人物が合宿手配を継続して担当することはない。合宿担当者の交代は、その嗜好の違いによって利用する宿泊施設や合宿地そのものを変える可能性を生む。宿泊施設は、このような担当者変更による未訪問を回避し、前年からの継続的な来訪を促すため、旅行会社によるつなぎとめを必要としている。旅行会社が宿泊施設と合宿団体の間に介在することで、同一の宿泊施設または合宿地での合宿の実施が促される。宿泊施設は、旅行会社によって、合宿団体をつなぎとめ、継続的な来訪を実現させている。

3 点目は、規模が大きい宿泊施設の存在である。とくに収容定員が多い宿泊施設が客室稼働率を上げ、またさまざまな種目の合宿団体を獲得するためには、旅行会社との取引が必要である。

4 点目は、閑散期やリピーターのキャンセルにともなう客室稼働率の向上のためである。夏季の合宿シーズンである 7 月下旬から 9 月においても、7 月下旬から 8 月中旬は繁忙期であり、直接予約のリピーターが多い。しかし、8 月下旬以降は学生の夏季休業が終了することや、日中でも 20℃ を下回る日が増えることから、集客が困難となる。リピーターからキャンセルが出る場合もある。既述のとおり、このような場合のリスクを回避し、客室稼働率を上げるために、宿泊施設は旅行会社との取引を必要とする。

以上から、多くの宿泊施設で旅行会社との取引が必要となっている。旅行会社との取引は新規合宿団体の獲得とリピーターの維持だけでなく、個々の宿泊施設では実施することのできない営業活動を、合宿団体と同じ出発地側にある旅行会社に補完させている。換言すれば、宿泊施設は旅行会社を営業機能として利用しているともいえる。一方で、このことは宿泊施設が合宿団体の継続的来訪を直接的にコントロールできないことにもつながっている。旅行会社はあくまでも、さまざまな合宿地の宿泊施設との取引関係を持ちながら合宿団体の要望を聞いており、平野地区の宿泊施設の意向を優先的に通すわけではない。つまり、宿泊施設が旅行会社を営業機能として利用しても、合宿団体の継続的来訪には必ずしも結びつかないこともある。

宿泊施設が収益を増加させる方法として、旅行会社に支払う送客手数料を削減する方法がある。そのためには、旅行会社経由の予約による合宿団体を減らし、直接予約の合宿団体を増加させる必要がある。これは、旅行会社経由の予約で来訪している合宿団体を、直接予約に切り替えさせれば実現できる。しかし、宿泊施設は、旅行会社との信頼関係を保つため、旅行会社経由の予約から直接予約に切り替えたいという合宿団体からの申し出がない限り、直接予約に切り替えることはない。

また、直接予約が増加すると、旅行会社との付き合いが薄れ、突然のキャンセルが出た場合の送客がなされない可能性があり、これを宿泊施設は危惧している。一方で、旅行会社経由の予約に偏重すると、旅行会社への送客手数料の支払いが宿泊施設の経営を圧迫する。したがって、宿泊施設は予約方法が旅行会社経由または直接予約の一方に偏ることも危惧している。つまり、宿泊施設は旅行会社との取引を毎年一定程度必要と認識している。結果的に、平野地区の宿泊施設は、旅行会社に一定程度依存する関係にある。

一方、旅行会社は、自社の顧客を維持するために、平野地区の宿泊施設を必要としてきた。夏季のテニス合宿の場合、東京都心から自動車により片道約 2 時間で到達できるおもな合宿地は、山梨県の山中湖村の他に、富士河口湖町や鳴沢村、静岡県伊東市（伊豆高原）、長野県の軽井沢町、群馬県の片品村などがある。このなかでも山中湖村は富士河口湖町と並んでテニス合宿向けの民宿が多く、東京からの交通費が低廉で済むことから、選択肢としてあがりやすい。また、平野地区の宿泊施設は学生の合宿を数十年以上にわたって受け入れている実績があり、旅行会社としても勧めやすい。平野地区のおもな顧客である大学生のテニスサークルは、普段の練習では使用しないクレータイプのテニスコートでもよい、あるいは雑魚寝でもよいなど、スポーツ施設や就寝環境などハード面へのこだわりがあまりない。むしろ夜間にコンパを実施することが多く、それにより騒がしくなることを平野地区のほとんどの宿泊施設が承知している点も重要ともいえる。

また、来訪可能性を高めるための宿泊施設と旅行会社の連携も重要である。旅行会社側が提示した日程と宿泊施設の空室状況が一致しない場合に、宿泊施設から旅行会社に対して代案を提示している。例えば来訪日や、利用するテニスコートの面数を調整することで受入が可能である旨を旅行会社に伝達し、合宿団体の来訪可能性を高めている。また、多数の旅行会社と取引せずに、少数の旅行会社と連携し、互いに協力しながら合宿団体を囲いこむ営業戦略をとっている宿泊施設もある。

る。このように、宿泊施設と旅行会社は、空室数を最小化しつつ、限られた合宿シーズンと収容人数で最大限の合宿団体を継続的に受け入れられるようにするために、互いに協力する信頼関係のもと成立している（図3）。

2) 旅行会社と合宿団体間の信頼・協力関係

平野地区の宿泊施設との取引がある旅行会社の多くは合宿の斡旋を基幹事業とする中小規模の企業である¹⁹⁾。こうした旅行会社は、合宿団体ごとに専任の担当者を置き、合宿団体との対面接触での打ち合わせや電話でのコミュニケーションを重視し、顧客である合宿団体に対するきめ細やかなサービスを行っている。ひとつの合宿団体を10年以上にわたって担当する社員もおり、そのような社員は合宿団体内ではまるでOBのような存在となり、新入部員勧誘の時期に差し入れを渡すなどして年に何度も合宿団体側と顔を合わせて信頼関係を築いている。こうした営業手法により、大手企業との差別化をはかり、合宿団体からの信頼を得ている。

旅行会社は合宿の実施前に打ち合わせのため、合宿団体に旅行会社のオフィスに出向くよう要請する。合宿団体は、遅くとも夏季の合宿が行われる2か月前までに、旅行会社のオフィスに出向き、30分から数時間にわたって打ち合わせを行う。それは、旅行会社が合宿団体の要望を丁寧に聞き取るためだけでなく、個別の宿泊施設の情報の提示や、旅行保険の加入手続きといったオフィス内でしか行えない業務があるためである。それゆえ、合宿手配を手掛ける中小規模の旅行会社は、東京都内の大学の至近、あるいは交通利便性の高い新宿駅や渋谷駅周辺に立地している。

旅行会社は、合宿団体がはじめて合宿を行う場合、および目的地または宿泊施設を変更したい場合、練習内容、費用、使用設備、参加人数などの諸条件の実現をもっとも重視する。そのため、目的地の選定は最重要項目ではない。こうしたなかで平野地区に適した合宿団体は、合宿にかけられる費用が限られ、競技力の向上よりも、宿泊施設内での懇親会などで仲間との親睦を深めることを重視する大学生のテニスサークルが多くなる²⁰⁾。

図3 宿泊施設と旅行会社間の依存・協力関係。

Fig. 3 Dependence and cooperative relationships between accommodations and travel agents.

旅行会社も、合宿地や宿泊施設が制限されるなかで、顧客を維持しなければならない。旅行会社は希望がすべて実現できない可能性が高いことを合宿団体には伝えている。そのため、合宿団体は何かの点で妥協を求められる。

旅行会社の営業担当者は、リピーターに対しても熱心に営業を行う。それは、合宿団体としてはリピーターであっても、合宿担当者の学生が毎年代わるため、合宿地や宿泊施設変更の可能性もあるためである。とくにサークル合宿の目的地選定には、顧問教員が関与しないことが多く、前年と同じ宿泊施設への来訪を促すうえで、旅行会社の営業担当者の介在がとくに重要な役割をもつ。また、合宿団体はウェブサイト内で合宿の手配を完了させることはほとんどない。それは、合宿の実施における日程、人数、利用するスポーツ施設、部屋割り、交通手段などの調整がウェブ上では困難なためである。

たとえば、表5のB、Cのように、毎年5～7月にかけて旅行会社の営業担当者が大学に来訪し、事前に学生に日程などの要望をたずねる。旅行会社のなかには合宿終了後、数日以内に電話で合宿係の学生にトラブルの有無や予定通りの合宿ができたか確認することもある。また、次年度合宿担当者の学生と旅行会社の営業所において可能な限り早く直接顔合わせをすることで、自社の継続的利用につなげているという。

リピーターが旅行会社を継続して利用する理由は、合宿手配にかかわる時間的労力を削減するた

めでもある。とくにバス等の現地への移動手段の手配が宿泊手配と同時に行為れ費用が低減されることは大きなメリットである。また、旅行会社が、団体に代わって宿泊施設に対して費用を予算内におさめるなどの交渉を行うことも、旅行会社利用のメリットとしてあげられている（表5のC）²¹⁾。さらに、旅行会社に依頼することで、合宿団体の条件に合う他の合宿地にも容易に変えることができる（表5のD・E）。一方で、旅行会社の交渉や努力にも当然限度があり、合宿団体側にも妥協が求められる。例えば貸切バスの料金の値上げによって、合宿地を変更する、あるいは団体の人数の減少によって宿泊施設の貸切利用が困難になるといった制約が生じた場合に、合宿団体はそれを了承して妥協案を受け入れる必要が生じている。

以上のように、旅行会社は平野地区におけるスポーツ合宿を成立、存続させている重要な媒介者であり、宿泊施設への新規合宿団体の送客のほか、リピーターの継続的な送客にも寄与している。合宿団体は、旅行会社に対し、合宿地また宿泊施設の選定や交通手段の手配、合宿地の変更や宿泊施設側への交渉などを担わせており、一定の信頼を寄せている。また、信頼関係があるからこそ、費用面での制約に対して旅行会社から提示された条件での妥協ができるといえる。旅行会社は、独自の営業手法に基づいて、個々の合宿団体と信頼関係を形成しつつ、必ずしも希望条件にはそぐわない場合でも協力を求めることで、合宿団体の平野地区への送客をつなぎとめているのである（図4）。

3) 宿泊施設と合宿団体間の信頼・協力関係

宿泊施設は、合宿団体のリピーター化を目指す経営戦略をとっている。そのために、合宿団体との個別的な関係を形成することに注力してきた。

平野地区の主要な顧客である大学生の団体は、顧問教員が合宿地選定に関与しないことが多い。また、小学生のチームであっても、選手の保護者が合宿地選定を担当する場合は、6年生の選手の保護者が担当するなど、毎年手配者が代わる。なかには、中学高校の部活動のように、顧問教員が合宿手配を担当するため、数年以上手配者が代わ

図4 旅行会社と合宿団体間の信頼・協力関係。

Fig.4 Trust and cooperative relationships between travel agents and teams.

らない例もあるが、平野地区では少数例である。このように、合宿の手配から実施までのマネジメントを担う者が合宿団体側で固定されていない点、平野地区に来訪する合宿団体の特徴である。このことは、合宿地や利用宿泊施設が比較的容易に変更される可能性を生む。

こうした変更のリスクを回避するために、宿泊施設は、III章3-2)節で述べたように、合宿団体の申し出がない、あるいは簡単な口約束程度であっても、次年度以降も来訪する可能性が高いと判断した団体に対しては、前年度と同条件での合宿を実現することを暗黙裡に了承している²²⁾。宿泊施設は合宿団体を信頼し、当該合宿団体が来訪した日程にはなるべく他の予約を入れない、また費用、利用する部屋数、テニスコートなどの施設に対する希望を次年度にも反映させるなど、リピーター化を促すための優遇策をとっている。

このような優遇策を受けて、前年度と同様の合宿が実現されるため、合宿団体も手配や調整にかかる労力を削減でき、宿泊施設との個別的な関係が形成される。こうした個別的関係が長年の来訪により固定化され、合宿団体と宿泊施設との間に協力的関係が形成されていく。合宿団体は、リピーターとして優遇策を受けるだけでなく、宿泊施設からの協力依頼を受けることがある。例えば、他の合宿団体との兼ね合いから例年通りの日程や施設の利用が難しくなり、日程変更などの依頼があった場合に、宿泊施設の協力に応じるのである。数十年以上にわたって来訪するリピーターであってもこのような協力的な行動がみられる（図5）。

図 5 宿泊施設と合宿団体間の信頼・協力関係。
Fig. 5 Trust and cooperative relationships between accommodations and teams.

4) 宿泊施設・合宿団体・旅行会社の三者間関係

スポーツ合宿は、一般的な観光に比べ、その旅行市場規模は決して大きくない。また、合宿地の立地場所や宿泊・スポーツ施設の限定、また合宿団体の同時期における合宿地への集中的来訪など、スポーツ合宿地側にもさまざまな制約がある。また、種目ごとに使用するスポーツ施設が当然異なり、合宿団体によって人数、合宿予算、スケジュールなどが異なる。

宿泊施設は集客のために旅行会社に依存しつつも、限られた日程や空室を最大限に利用するために、代案を提示し、旅行会社仲介の協力を得てきた。一方、旅行会社は合宿団体の要望を最大限受け入れつつ、スポーツ合宿地や宿泊施設が有する諸条件とすり合わせ、合宿団体と交渉し、合宿団体もそれに応じてきた。旅行会社を介さずに合宿団体と宿泊施設が直接予約で結びついた場合には、宿泊施設は彼らを重要な顧客として優遇しつつも、他の合宿団体との兼ね合いから日程をずらすなどの協力を求め、合宿団体もそれに応じてきた。

以上のように、宿泊施設、旅行会社は、合宿団体に対してこうした制約に理解を求めながら、合宿団体との間に個別的な信頼関係と協力関係を形成し、囲い込みを図っている。とくに、平野地区に来訪する大学生サークルの手配者は毎年代わることから、合宿団体の継続的来訪を誘導するために、旅行会社が仲介に入り、宿泊施設と協力する関係があると考えられる（図 6）。

V. 結 論

本稿は、スポーツ合宿地である山梨県山中湖村

図 6 平野地区における宿泊施設・合宿団体・旅行会社間の関係。
Fig. 6 Relationships among accommodations, teams, and travel agents in Hirano district.

平野地区における宿泊施設、合宿団体、旅行会社の関係性を合宿団体の予約方法に着目して考察することで、スポーツ合宿地として平野地区がどのように存続してきたのかを示した。

1950年代に釣り宿の子息がテニス合宿受入のために、東京で旅行会社を設立したことを契機に、旅行会社による送客を前提とした宿泊施設の経営モデルがつくられ、他の宿泊施設も合宿を取扱う旅行会社と取引することが必要視された。この点が平野地区の合宿地としての成立の契機であった。

その後、団体来訪の初期段階では、出発地との近接性や、夏季の冷涼な気候、スポーツ合宿に対応した宿泊施設とスポーツ施設の集中といった平野地区の地理的条件が大きく寄与し、新規の顧客を獲得していった。リピーターとして継続的に来訪させる段階では、旅行会社による団体の再来訪を企図した営業手法、また前年と同条件での来訪の暗黙の了承、契約が存在することで、宿泊施設側は安定した集客を獲得していった。また、この積み重ねによって、平野地区での合宿は恒例行事化していく。その際に、基盤となったのは、合宿団体と旅行会社または宿泊施設との強固な信頼関係である。

旅行会社を介した継続的来訪は、合宿団体への直接の営業が困難な宿泊施設が、旅行会社を介させて合宿団体側の合宿担当者をつなぎとめることで実現していた。一方、直接予約による継続的

来訪は、合宿団体と宿泊施設の調整作業の省力化をメリットとして成立していた。よって、平野地区には、宿泊施設・合宿団体・旅行会社間における強い依存関係、信頼関係、協力関係が存在する。そのため、三者の関係は単なる旅行の手配という経済的な取引関係だけでは説明できず、互酬的性格が強い。このことが、平野地区のスポーツ合宿地としての存続に寄与している。

ある団体のスポーツ合宿が同一の目的地で継続的に行われることについては、これまで地域の地理的条件のみで説明されてきた。しかし本稿では、合宿団体の来訪においても、その地理的条件に加え、旅行会社の役割が重要であることを明確化した。スポーツツーリズムの一形態であるスポーツ合宿が、同一地で継続的に行われているのは、旅行会社による継続的送客が毎年着実に行われているためである。旅行会社によるリピーターの継続的な送客は、既存の旅行商品を再供給するという旅行会社の経営にみられる再帰性 (Yamamoto and Gill, 2002; Pearce, 2008; 小島, 2009) を示すものである。

押見ほか (2012) は、合宿団体が旅行会社を継続的に利用する要因として、合宿終了直後に旅行会社の営業担当者が来年度の合宿担当学生と会って簡単な引継ぎがなされること、過去の合宿における合宿地や費用などの実績を踏まえた手配を行うことといった旅行会社による継続的利用を促す営業手法をあげており、これは本研究でも同様であった。本稿で明らかになった点は、宿泊施設が旅行会社を必要とする理由、旅行会社と合宿団体や宿泊施設との具体的な関係、また旅行会社の介在が必要となる地域的要因である。家族経営の宿泊施設が集中する平野地区では、宿泊施設による合宿団体への直接的な営業が困難である。また、重要な顧客である大学生の合宿団体の合宿地決定者が毎年代わる。以上の2点から、宿泊施設、合宿団体は旅行会社を必要とせざるを得ない構造にある。すなわち、合宿地決定者が毎回変わる合宿団体を、同一の合宿地あるいは宿泊施設に毎年結びつける継続性は、旅行会社が担保しているといえる。

本稿は、これまで観光地理学においてほとんど検討されてこなかった特定のスポーツ合宿地の成立に関係する宿泊施設・合宿団体・旅行会社間の関係を示した。しかし、他のスポーツ合宿地ではホストの条件、媒介者の有無やその役割も異なると考えられる。そのため、平野地区のスポーツ合宿地における三者の関係性の一般性を検討する実証的研究が今後求められる。観光地理学においても媒介者に着目した研究が増えることで、ゲストとホストを結びつける実態や条件がより鮮明になり、観光の成立要因の解明にも寄与すると考えられる。

謝 辞

現地調査に際し、元山中湖村役場の高村高夫様、山中湖平野旅館民宿組合の天野明徳様をはじめ、平野地区の宿泊施設の皆様、合宿のため来訪されていた皆様ならびに東京都内の旅行会社の社員の皆様から多大なる御協力を賜りました。また、本稿の作成にあたり呉羽正昭教授をはじめ筑波大学生命環境系の先生方から終始御指導を賜りました。末筆ながら以上を記して感謝いたします。

本稿は2014年2月に筑波大学大学院生命環境科学研究科地球科学専攻へ提出した修士論文に加筆・修正したものであり、その骨子は、2014年日本地理学会春季学術大会 (国士舘大学) および経済地理学会2014年度関東支部4月例会 (第29回修士論文発表会, 明治大学) にて発表した。なお、本研究には、2014年度笹川スポーツ研究助成奨励研究「首都圏外縁農山村地域におけるスポーツ合宿地域の成立システム」 (研究代表者: 渡邊瑛季, 課題番号: 140B2-005) および公益財団法人ヤマハ発動機スポーツ振興財団2015年度スポーツチャレンジ研究助成「日本におけるスポーツツーリズムの空間的構造の解明」 (研究代表者: 渡邊瑛季) による研究助成金の一部を使用した。

注

- 1) 例えば加藤・葉 (2010) は、秋田県鹿角市で開催されたスキーマインターハイに、参加した選手、指導者、競技役員2,513人によって、秋田県内に直接経済効果1,000万円、間接効果を含めて約2億6000万円の経済波及効果をもたらしたと推計している。
- 2) 本稿はスミス (1991) と同じ立場をとり、観光地域において観光産業に従事する者をホスト、観光地域に来訪する者をゲストと呼称する。

- 3) Lubbe (2000) は intermediary の分類として, Retail travel agent, Tour wholesaler, Speciality channeller, General sales agent (GSA) の4つをあげている。
- 4) これら4地区の名称は, 山中湖村の大字ではないが, 行政や住民が日常的に用いている。「平野」は, 大字と地区名双方で用いられるが, それぞれの領域は一致しない。本稿における「平野地区」とは, 4地区のなかの1地区の領域を指す。
- 5) この会社は現在でも合宿の取扱を基幹事業とする旅行会社として東京で営業しており, 平野地区で5月と8月に開かれる小中学生対象のソフトテニス大会の企画や運営にも携わっている。
- 6) 東京にある私立大学の学生の自動車部は, 平野地区で自動車を乗り回して遊んでいた。彼らは東京からの近接性に優れ, 広大な空き地と民宿があるために平野地区に來訪していた。
- 7) 関東学生アメリカンフットボール連盟(KCFA)は, 夏季の合宿地として山中湖村を加盟する大学に推奨している。これは, 総合病院が山梨県富士吉田市や富士河口湖町など比較的近隣にあって頭部の外傷の治療に迅速に対応できるためである。
- 8) 多くの住民が長田, 天野, 羽田姓であることから示されるように, 平野地区には住民間に密接な関係があるため, 土地の交換, 分合に伴う交渉が比較的容易であった。
- 9) 総務省の「平成23年社会生活基本調査結果」によれば, 東京都, 神奈川県, 千葉県には計148.5万人, 大阪府, 京都府, 兵庫県には計67.5万人のテニス参加者がいる。
- 10) 合宿の手配を基幹事業とする複数の旅行会社のパンフレットによると, 全国的に合宿を受け入れる宿泊施設の宿泊料は5,000円~1万円程度に設定されていることが多く, 合宿地内で宿泊料の差はほとんどないのが一般的であるといえる。
- 11) 平野地区での合宿の最繁忙期は, 聞き取りによれば8月盆直前の週(2013年の場合, 8月4~10日)である。しかし, この時期はリピーターが多く, 収集したデータに偏りが生じる可能性があるために避けた。また, 聞き取りによれば平野地区に來訪するゲストの滞在期間は, 5~6泊と1~3泊とに大きく分かれ, また小学生や社会人のクラブは土曜日と日曜日に來訪することが多い。こうしたゲストの行動特性を考慮し, 土曜日, 日曜日, 木曜日を調査曜日に選定した。なお, 天気は24日と25日が曇り, 29日は晴れであった。
- 12) 予約方法の割合は, ある宿泊施設に來訪した全合宿団体数を分母にした時, そのうち何団体がどの予約方法を用いたのかを示すものである。
- 13) 経営者を含む家族労働力数は1~5人で, 1~2人の場合は経営者の夫婦, 3人以上の場合はその子世代や親世代も業務を担っている。
- 14) 調査時において調査対象とした宿泊施設のテニスコートのサーフェスはオムニコート6面以外すべてクレイコートである。クレイコートはハードコートなどに比べ長時間の練習でも足腰への負担が少なく,

また平野地区の場合, 雨天でも水はけがよく, 降雨直後短時間で使用可能になる。

- 15) 1992年にJリーグが発足し, 2000年前後に全国的なサッカーブームが到来した。平野地区でもサッカーや野球の合宿需要が高まった。同地区では, 宿泊施設の滞在者は, 合宿期間中そのグラウンドを占有的に利用できる。これは, 数時間単位で借用しなければならない公共施設のグラウンドとは異なる点である。また平野地区はサッカー, 野球人口が多い東京大都市圏と近接しているため, グラウンドへの需要が増大している。
- 16) ただし, 7月下旬から8月上旬は, 平野地区で開催される東日本医科学学生体育大会の参加者が宿泊する時期である。これら学生や旅行会社が主催して平野地区で行われるテニスなどの大会は, 大会事務局を通して各宿泊施設にゲストが割り当てられる方法がとられているため, 本稿の分析の対象外とした。
- 17) 合宿の予約において, ウェブサイト経由の予約は一般的ではない。これは, 予約の確定は電話で行うことや, 既述のように合宿の実施までにゲストと直接調整しながら決めていく事項が多いためである。
- 18) 「合宿係」は, 大学生の団体において合宿の日程や場所を差配する専任担当者であり, 毎年団体内で代わる。部活動では4年生, サークルでは3年生が担当することが多いが, 就職活動の時期によっては2年生が担当することもある。
- 19) 勤務経験のある者への聞き取りによれば東京都内には約15社あるとされる。
- 20) 筆者の複数の旅行会社への聞き取りによる。
- 21) 中学・高校の部活動の顧問教員が毎年旅行会社を利用して予約している例も多い。これは, 合宿地や宿泊施設は毎年同じであっても, 学校や所管の教育委員会が旅行会社を通すよう求めていることがおもな背景にある。
- 22) 宿泊施設は, 帰り際に来年度もこの宿泊施設で合宿をしたいなどと申し出るなど, リピーターになると予想がつく合宿団体に対して, その情報を旅行会社に伝達し, 営業をかけるよう促している。また, 合宿団体の新入生が決まり, 夏季の合宿の予約が入りはじめる5~6月頃に合宿団体に直接電話あるいは旅行会社を通して, 今年度の合宿は昨年度を踏襲するのか確認するといった内容をやりとりする。

文 献

- Bastakis, C., Buhalis, D. and Butler, R. (2004): The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean. *Tourism Management*, **25**, 151-170.
- ブリトン, S. 著, 畠中昌教・滝波章弘・小原文明訳 (1999): ツーリズム, 資本, 場所—ツーリズムの批判的な地理学にむけて。空間・社会・地理思想, **4**, 127-153. Britton, S. (1991): Tourism, capital and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, **9**, 451-478. [Britton, S.; Hatanaka, M., Takinami, A. and Kohara, T. trans. (1999): Tourism, capital and

- place: Towards a critical geography of tourism. *Society, Space and Geographical Thought*, **4**, 127-153. (in Japanese). Britton, S. (1991): Tourism, capital and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, **9**, 451-478.]
- Buhalis, D. (2000): Relationships in the distribution channel of tourism: Conflicts between hoteliers and tour operators in the Mediterranean region. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, **1**(1), 113-139.
- 福井一喜 (2015): 群馬県草津温泉の宿泊業におけるインターネット利用の動態—宿泊施設の経営戦略に着目して—. 地理学評論, **88**, 607-622. [Fukui, K. (2015): Dynamics of introduction of the internet by accommodations in Kusatsu Onsen, Gunma Prefecture from the viewpoint of corporate strategy. *Geographical Review of Japan Series A*, **88**, 607-622. (in Japanese with English abstract)]
- 福井一喜 (2017): 温泉観光地における受給接合と情報流通の再編—群馬県草津温泉における宿泊業のインターネット利用の分析から—. 地学雑誌, **126**, 595-615. [Fukui, K. (2017): Reorganization of information distribution and supply and demand at a spa resort: Focusing on an analysis of internet use by the accommodation industry at Kusatsu Onsen spa resort in Gunma Prefecture. *Journal of Geography (Chigaku Zasshi)*, **126**, 595-615. (in Japanese with English abstract)]
- Hall, M.C. and Page, S.J. (2014): The supply of recreation and tourism. in *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space* edited by Hall, M.C. and Page, S.J., Routledge, 89-139.
- Higham, J. and Hinch, T. (2009): *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity*. Butterworth-Heinemann.
- Hodge, K., Lonsdale, C. and Oliver, A. (2009): The elite athlete as a 'Business traveler/tourist'. in *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity* edited by Higham, J.E.S. and Hinch, T.D., Elsevier, 88-91.
- 井口 梓・小島大輔・中村裕子・星 政臣・金 玉実・渡邊敬逸・田林 明・トム=ワルデチュク (2006): 九十九里浜における観光の地域的特性—白子町中里地区のテニス民宿を事例に—. 地域研究年報, **28**, 127-166. [Iguchi, A., Kojima, D., Nakamura, Y., Hoshi, M., Jin, Y., Watanabe, H., Tabayashi, A. and Waldichuk, T. (2006): The spatial characteristics of tennis minshuku on the Kujukuri Coastal Area in Chiba Prefecture: Example from Nakasato Community of Shirako Town. *Annals of Human and Regional Geography*, **28**, 127-166. (in Japanese with Chinese abstract)]
- 加藤清孝・葉 聡明 (2010): スキーインターハイが開催地域にもたらす経済効果の推計. スポーツマネジメント研究, **2**, 47-56. [Kato, K. and Yeh, T. (2010): Estimating the impact of the inter-high school ski championship on the host city's Economy. *Japanese Journal of Sport Management*, **2**, 47-56. (in Japanese with English abstract)]
- 木村和彦 (2009): スポーツ・ヘルスツーリズムの対象と事例. 原田宗彦・木村和彦編: スポーツ・ヘルスツーリズム. 大修館書店, 47-62. [Kimura, K. (2009): Elements and case of sports and health tourism. in *Sport & Health Tourism (Supotsu Herusu Tsurizumu)* edited by Harada, M. and Kimura, K., Taishukan Shoten, 47-62. (in Japanese)*]
- 小島大輔 (2009): カナダにおける日本人向け旅行業の展開過程. 地理学評論, **82**, 604-617. [Kojima, D. (2009): Changing supply system of Japanese tourism to Canada. *Geographical Review of Japan Series A*, **82**, 604-617. (in Japanese with English abstract)]
- 工藤康宏・野川春夫 (2002): スポーツ・ツーリズムにおける研究枠組みに関する研究—“スポーツ”の捉え方に着目して—. 順天堂大学スポーツ健康科学研究, **6**, 183-192. [Kudo, Y. and Nokawa, H. (2002): A study of framework for sport tourism research: How seize an idea of 'sport' at sport tourism?. *Journal of Health and Sports Science Juntendo University*, **6**, 183-192. (in Japanese with English abstract)]
- 呉羽正昭 (2009): スポーツ民宿の発達. 斎藤 功・石井英也・岩田修二編: 日本の地誌 6 首都圏 II. 朝倉書店, 124-125. [Kureha, M. (2009): Development of sports minshuku. in *Regional Geography of Japan 6: Shuto Ken II (Nihon No Chishi 6: Shuto Ken II)* edited by Saito, I., Ishii, H. and Iwata, S., Asakura Publishing, 124-125. (in Japanese)*]
- 呉羽正昭 (2014): 日本の観光地理学研究におけるフィールドワークに関する一考察. 人文地理学研究, **34**, 95-106. [Kureha, M. (2014): A discussion on field work in geographical studies of tourism in Japan. *Studies in Human Geography*, **34**, 95-106. (in Japanese)]
- Kurtzman, J. (2005): Economic impact: Sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, **10**, 47-71.
- Leiper, N. (1979): The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, **6**, 390-407.
- Lubbe, B. (2000): *Tourism Distribution: Managing the Travel Intermediary*. Juta and Company Ltd.
- Maier, J. and Weber, W. (1993): Sports tourism in local and regional planning: Case of the Middle-mountain region of Upper Franconia. *Tourism Recreation Research*, **18**(2), 33-43.
- 丸山浩明 (2009): 避暑別荘地として発展した軽井沢. 斎藤 功・石井英也・岩田修二編: 日本の地誌 6 首都圏 II. 朝倉書店, 383-387. [Maruyama, H. (2009): Karuizawa: Developed as a summer resort. in *Regional Geography of Japan 6: Shuto Ken II (Nihon No Chishi 6: Shuto Ken II)* edited by Saito, I., Ishii, H. and Iwata, S., Asakura Publishing, 383-

387. (in Japanese)*]
- Morgen, M. (2007): 'We're not the Barmy Army!': Reflections on the sport tourist experience. *International Journal of Tourism Research*, **9**, 361-372.
- Neirotti, L.D. (2003): An introduction to sport and adventure tourism. in *Sport and Adventure Tourism* edited by Hudson, S., The Haworth Press, 1-25.
- 二宮浩彰 (2009): 日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相: スポーツ・ツーリズム動的モデルの構築. 同志社スポーツ健康科学, **1**, 9-18. [Ninomiya, H. (2009): The aspects of the sport tourism in Japan: Construction of the dynamic model in sport tourism. *Doshisha Journal of Health and Sports Science*, **1**, 9-18. (in Japanese with English abstract)]
- 押見大地・原田宗彦・佐藤晋太郎・石井十郎 (2012): スポーツチームの合宿地選考における意思決定プロセスの検討: 高校・大学スポーツチームに着目して. スポーツ産業学研究, **22**, 9-27. [Oshimi, D., Harada, M., Sato, S. and Ishii, J. (2012): Destination decision making process in selecting sports training camps: Focusing on high school and university sports teams. *Journal of Japan Society of Sports Industry*, **22**, 9-27. (in Japanese with English abstract)]
- 朴 永晔・秋吉遼子・稲葉慎太郎・山口志郎・山口泰雄 (2012): 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, **1**(1), 150-159. [Park, Y., Akiyoshi, R., Inaba, S., Yamaguchi, S. and Yamaguchi, Y. (2012): Action research of community development by the sport tourism: Aiming to make Nago City, Okinawa a sport tourist town. *SSF Journal of Sport for Everyone*, **1**(1), 150-159. (in Japanese with English abstract)]
- Pearce, D.G. (2008): A needs-functions model of tourism distribution. *Annals of Tourism Research*, **35**, 148-168.
- Ritchie, B. and Adair, D. (2002): The growing recognition of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, **5**, 1-6.
- 佐々木 博 (1998): 観光と地域. 二宮書店. [Sasaki, H. (1998): *Tourism and Region (Kankou To Chiiki)*. Ninomiya Shoten. (in Japanese with English abstract)*]
- 新藤多恵子・内川 啓・山田 亨・呉羽正昭 (2003): 菅平高原における観光形態と土地利用の変容. 地域調査報告, **25**, 19-45. [Shinto, T., Uchikawa, K., Yamada, T. and Kureha, M. (2003): Changing tourism and land use in Sugadaira-Kogen. *Chiiki Chousa Houkoku*, **25**, 19-45. (in Japanese)*]
- スミス, V.L. (1991): 序論. スミス, V.L. 編, 三村浩史監訳: 観光・リゾート開発の人類学—ホスト & ゲスト論でみる地域文化の対応. 勁草書房, 1-24. Smith, V.L. (1989): Introduction. in *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* edited by Smith, V.L., University of Pennsylvania Press, 1-21. [Smith, V.L. (1991): Joron. in *Hosts and Guests: The anthropology of Tourism* edited by Smith, V.L., translated by Mimura, H., Keiso Shobo, 1-24. (in Japanese)*. Smith, V.L. (1989): Introduction. in *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* edited by Smith, V.L., University of Pennsylvania Press, 1-21.]
- Song, H. (2012): *Tourism Supply Chain Management*. Routledge.
- 須山 聡 (2010): 奄美大島におけるスポーツ合宿定着の地域的条件—新たなツーリズムの模索—. 平岡昭利編著: 離島研究 IV. 海青社, 110-124. [Suyama, S. (2010): Regional condition on establishing sports camps in Amami-Oshima island. in *Isolated Islands IV (Rito Kenkyu)* edited by Hiraoka, A., Kaiseisha Press, 110-124. (in Japanese)*]
- 渡邊瑛季 (2015): 山梨県山中湖村における保養所の特徴とその変容. 地学雑誌, **124**, 979-993. [Watanabe, E. (2015): Changing characteristics of Hoyoyo in Yamanakako Village, Yamanashi Prefecture. *Journal of Geography (Chigaku Zasshi)*, **124**, 979-993. (in Japanese with English abstract)]
- Yamamoto, D. and Gill, A.M. (2002): Issues of globalization and reflexivity in the Japanese tourism production system: The case of Whistler, British Columbia. *Professional Geographer*, **54**, 83-93.
- 山本正三・石井英也・田林 明・手塚 章 (1981): 中央高地における集落発展の一類型—長野県菅平高原の例—. 人文地理学研究, **5**, 79-138. [Yamamoto, S., Ishii, H., Tabayashi, A. and Tezuka, A. (1981): A type of settlement development in the central highland: The case of Sugadaira Highland. *Studies in Human Geography*, **5**, 79-138. (in Japanese with English abstract)]
- 山村順次 (1994): 観光地の形成過程と機能. 御茶の水書房. [Yamamura, J. (1994): *The Development Process and Function of Tourist Region (Kankochi No Keisei Katei To Kino)*. Ochanomizu Shobou. (in Japanese)*]
- 安村克己 (1996): 観光社会学の現状と課題. 社会学評論, **47**, 366-377. [Yasumura, K. (1996): Issues of a sociology of tourism. *Japanese Sociological Review*, **47**, 366-377. (in Japanese with English abstract)]
- 安村克己 (2001): 社会学で読み解く観光—新時代をつくる社会現象. 学文社. [Yasumura, K. (2001): *Tourism Reading in Sociology: Social Phenomena Creating a New Era (Shakaigaku De Yomitoku Kanko: Shin Jidai Wo Tsukuru Shakai Gensho)*. Gakubunsha. (in Japanese)*]

* Title etc. translated by E.W.