

短報 Short Report

## 徳之島の闘牛における観客の動向と今後の可能性

石川菜央<sup>1</sup>

### Characteristics of the spectators watching Tokunoshima Island's bullfighting event and scope for tourism

Nao ISHIKAWA<sup>1</sup>

**要旨：**本稿では、徳之島の闘牛大会における観客を対象に、彼らが闘牛とどのような関わりを持ち、どこから、いかなる動機で大会に足を運んでいるのかを2回のアンケート調査の結果をもとに解明した。その結果、観客層は、大きく分けて牛主の関係者＝特定の牛主の応援者、闘牛ファン＝特定の牛の応援者の2つがあることが分かった。大会に来た回数では10回以上と答えた回答者が最多で、リピーターが多かった。全国闘牛サミットの記念大会では初めて来た観客が多く、こうした他の開催地との連携などの工夫が、新たな観客の誘致につながるといえる。初めての観客からは闘牛の雰囲気になじめないとの記述もあった。さらなる観客を獲得するために、初めての観客に「応援したい牛」や「応援したい牛主」を持たせるための工夫を提案した。

**キーワード：**文化、伝統行事、闘牛、観客

**Abstract:** The purpose of this study was to clarify why people visit Tokunoshima Island to watch the native bullfighting event. I twice administered a questionnaire to visitors and tourists who had watched the event. This questionnaire included questions on their lifestyles, hometowns or home countries, and why they came to watch the event. The spectators could be classified into two groups: one that cheers particular bull owners and one that cheers their favorite bulls. More than half of the respondents had attended the event more than ten times, suggesting that repeat spectators play an important role in the success. Many spectators first watched the event during the National Bullfighting Summit hosted by the island, so to attract more tourists to bullfighting events, it is important to seek the cooperation of other bullfighting hosts and experiment with new approaches. Some of the spectators who watched the event for the first time felt awkward because they did not share the islanders' enthusiasm, so when encouraging new visitors, it is important to devise specific means of entertaining them.

**Keywords:** Bullfighting, Culture, Spectators, Traditional event

### I. はじめに

本稿の目的は、徳之島の闘牛大会における観客に着目し、彼らがどこから、どのような動機で参加しているのかを解明すること、その結果をもとにさらなる観客を獲得するための課題と対策を提案することである。

日本の闘牛は、牛同士を闘わせて先に逃げた方を負けとする伝統行事である。岩手県久慈市、新潟県中越地方、島根県隠岐、愛媛県南予地域、鹿児島県徳之島、沖縄県（本島、石垣島、与那国島）の6か所で行われている。筆者は、牛の持ち主であり飼育者でもある牛主、闘いで牛をけしかける勢子、彼らの家族や近隣居住者などの担い手に着目し、各地で闘牛が存続す

る要因を解明してきた。

多くの闘牛開催地が担い手不足に悩む中、徳之島では闘牛が盛んに行われ、若手の後継者が続々と誕生している。そこで石川（2008）では、徳之島における闘牛の意義を追及し、島において闘牛が存続している要因を分析した。そして、要因の1つとして、島内から多数の観客が入るため、闘牛大会が興行として成功していることを述べた。島では闘牛大会の多くが島民の入場料だけで黒字となっており、行政の支援や観光化による島外からの観客がいなくとも、運営が可能である。この点は、保存すべき文化財として行政から経済的支援を受けている他地域の闘牛とは大きく異なる

<sup>1</sup> 広島大学総合博物館客員研究員；Visiting Fellow, Hiroshima University Museum

り、徳之島の闘牛の特徴と言える。石川（2008）では、牛主を中心に、牛主とその支援者との関係に焦点を置いたため、観客一人一人の分析は不十分であった。聞き取りでは、観客の9割が島民と帰省客、1割が沖縄の牛主で、観光客は1割に満たないと言われている。本当に9割が島民と帰省客なのか、帰省客や観光客はどこから来るのか、また1割に満たないと言われる観光客は、何をきっかけに闘牛大会を見に来たのか、そうした分析に関してはこれまで行われてこなかった。そこで本研究では、闘牛大会にて観客にアンケート調査を行い、彼らの年齢や居住地などの属性、闘牛との関わり、大会に来た動機などの解明を行う。その結果をもとに、今後、さらなる観客を動員するためには何が課題かを指摘し、その対策を提案する。

なお、一般に「闘牛」という言葉は複数の意味で使われる。本稿では、混同を避けるために、牛同士を闘わせる行為を「闘牛」、闘牛用の牛を「牛」、闘牛大会を「大会」と表記する。

## II. 大会の概要とアンケート調査

徳之島は鹿児島県の南にある奄美諸島のほぼ中央に位置する。徳之島町、伊仙町、天城町の3町からなり、人口は約27,000人である。徳之島では、約1,000年前から牛を農耕や運搬、さとうきびの圧搾などに用いた。そうした使役牛を闘わせて娯楽とするようになったのは、700~400年前からと言われる。現在、全島一チャンピオン決定戦が行われる全島大会とその他の大会を合わせて毎年約15回の大会が行われ、約400頭の牛が闘牛用に育てられている。闘牛協会によれば、年間約40,000人の観客が訪れる大会は、島最大の行事である。大会の収支について、全島大会を例に簡単に紹介する。牛の出場料として牛主に事前に支払う契約金が合計で約500万円、宣伝や会場整備などの諸経費に300万円ほどかかる。入場料は1人3,000円なので、2,700人以上の観客が入れば黒字となる。

アンケート調査は2回行った。1回目は2008年1

月3日に、徳之島町亀津にある伊藤観光ドームで行われた全島大会、2回目は2008年5月4日に、天城町平土野にある平土野闘牛場で行われた全島大会である。どちらも約3,000人の観客が入った。なお平土野闘牛場における大会は、全島大会と第11回全国闘牛サミットの記念大会を兼ねて行われた。闘牛サミットとは、全国の闘牛開催地が持ちまわりで主催者となる行方会議である。1年に1度行われ、闘牛関係者と行政担当者が集まり、闘牛の振興についての情報交換を行う。

アンケート用紙は、大会が行われている間に、筆者が観客席を歩いて一人一人に手渡しで依頼し、その場で回収した。1回目の調査では340人、2回目の調査では387人から回答を得た。

## III. 観客と闘牛との関わり

### 1. 回答者の基本的な属性

まず性別は、1月（1回目の調査）は、男性が207人（71%）、女性が83人（29%）である。5月（2回目の調査）は、男性が206人（68%）、女性が96人（32%）である（図1）。1月と5月でほぼ同じ割合である。年齢構成は、1月で多い順に20代（60人）、40代（53人）、50代（49人）、30代（44人）、60代（21人）である。5月では、同じく多い順に、50代（72人）、40代（68人）、60代（63人）、30代（56人）、20代（49人）となった（図2）。全体の傾向としては20代~60代までの各世代が同じくらいの割合で回答した。60

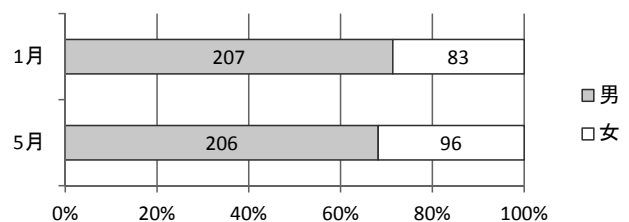


図1 回答者の性別

資料：アンケート調査

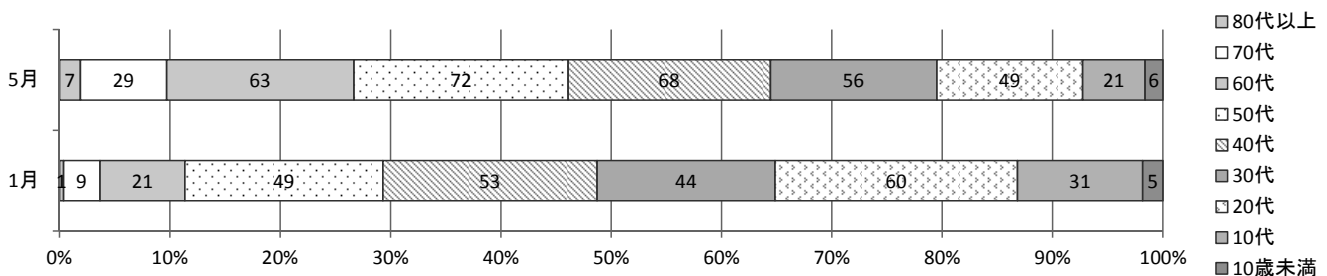


図2 回答者の年齢

資料：アンケート調査

代の回答者は5月が約18%と、1月の約8%よりも多くの割合を占めた。

### 2. 回答者と闘牛との関わり

2回の調査ともほぼ半数の回答者が、「家族・親戚・友人・近所のいずれかが牛主である」と応え、闘牛との関わりの中で最も多かった(図3)。観客の中には、牛主や勢子ではなく、牛主に近い人物として闘牛に間接的に関わる人たちが最も多いことが分かった。大会を興行として成功させるためには多数の入場者が必要である。その半数を牛主の応援に来る人々が占めていることになる。こうした、牛と直接には関わらないが、牛主を応援するために入場する人々が、大会の運営には不可欠である。

その他の関わりとしては、2つの大会に共通して、多い順に、牛主であり自分で牛の世話をしている人、牛主ではないが、牛の世話を手伝っている人、勢子、牛のオーナーであった。出場した牛が20頭として、各牛に最低でも3名の勢子が必要であるため、闘牛場にいる牛主と勢子の数は、実際にはもっと多いはずである。しかし、アンケート調査を行ったのが、大会の最中であったため、多くの牛主や勢子は、土俵の中で勢子をしていたり、出場する牛の待機小屋で牛と一緒に出番を待っていたりして、観客席にはいなかったと考えられる。

### 3. 大会に来た理由

2つの大会に共通して、最も多かった理由は、「闘いを見たい牛が出場する」ことであり、1月では161人(35%)、5月では175人(30%)を占めた(図4)。

次に多いのは、「牛主である、またはその関係者なので」、1月では147人(32%)、5月では135人(23%)であった。

2で示した回答者と闘牛との関わりと異なり、特定の牛主の関係者だからではなく、牛の闘いを見るために来ている人が多い点に注目したい。天城町に住む37歳の男性(建設業)は、「自分は牛主ではないが、闘牛を見るのが正月の楽しみだから来た」、伊仙町に住む49歳の男性(公務員)は、「関係者ではないが、牛を見るのが好き」と記述している。徳之島では、大会で牛の闘いそのものを楽しむ人々のことを「闘牛ファン」と呼ぶ。それぞれの牛は骨格や角の形、体力などの身体的特徴と、根性などの性格や得意とする闘い方(持久戦、速攻型など)が異なっている。闘牛ファンの多くは、各牛の個性を熟知している。そして大会の広告を見て2頭の牛を闘わせた時にどのような展開になるのかを予想し、面白そうだったら足を運ぶ。特定の牛の闘いを見たいということは、それぞれの牛を前もって区別しているということである。「家族や知り合いの牛が出るから」というのがやや受身的な関わり方であるのに対し、「闘いを見たい牛がいるから来た」というのは、大会を見るということに関して、積極的な関わり方であると言える(表1)。

5月の調査では「闘牛サミットの記念大会なので」が3番目に多い理由であった。それ以外の選択肢は、両大会とも、多い順に「家族や友人などに誘われたので」、「観光のため」、「魅力的な異性を求めて」であった。観光のためと答えた回答者は、1月で33人

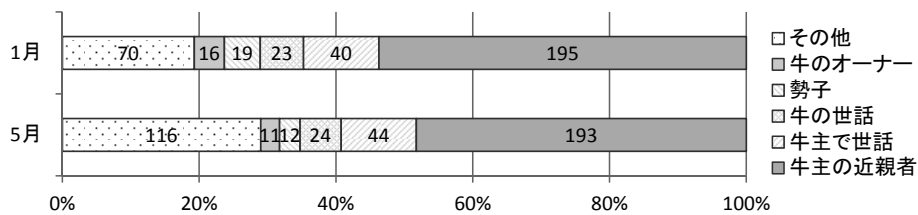


図3 回答者の闘牛との関わり

資料：アンケート調査

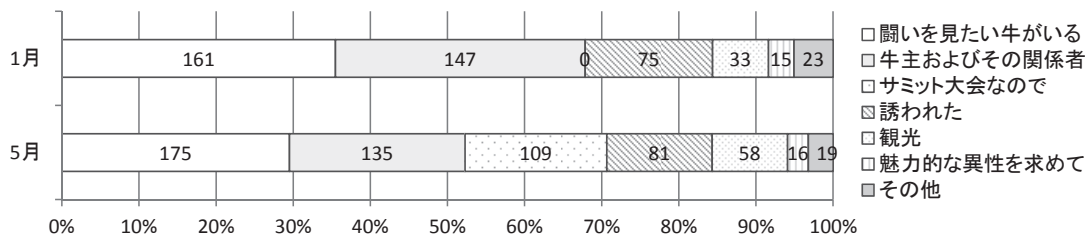


図4 闘牛大会に来た動機

資料：アンケート調査

表1 大会に来る動機ごとの属性

大会に来た動機	時期	性別		年齢				居住地	
		男性	女性	～20代	30～40代	50～60代	70代～	島内	島外
牛主の近親者なので	1月	114	52	57	48	44	8	184	53
	5月	136	54	53	83	90	15	206	49
闘いを見たい牛がいる	1月	113	26	37	51	33	3	153	34
	5月	142	36	46	65	86	24	199	39

数字は人数  
資料：アンケート調査

(7.2%)、5月で58人(9.7%)である。石川(2008)における聞き取り調査でも、観光客は1割に満たないと言われており、アンケート調査はこの割合を裏付けるものとなった。5月の大会で観光のためと答えた割合がやや多くなっているのは、次の項で見ると、闘牛サミットのために初めて大会を見に来た観光客が多くなっていることと関連がありそうである。

選択肢の中に「魅力的な異性を求めて」を設定したのは、以前の聞き取り調査で20代の牛主が「男は勢子ができる」と女にもてる。いい男もいい女もみんな闘牛場にいる」と発言したことを受けてである。1月の調査では、20～30代の回答者15人がこの項目に該当すると答え、このうち男性が7人、女性が3人であった(5人は性別未回答)。同じく5月の調査では15人中男性が8人、女性が3人であった(4人は性別未回答)。他の動機と比べると数の上では少ないが、異性を目的として会場に足を運ぶ観客も存在することが分かった。一方、徳之島町に住む女性(年齢未回答)は「男は牛と女を並べると、牛を選ぶ」と記述している。こうした記述からは、異性との出会いを求めて闘牛場に行くというよりも、異性そっちのけで牛に熱中する男性の姿をイメージすることができる。

4. 大会に来たのは何回目か

両大会とも、半数以上の回答者が「10回以上」と答えた(図5)。具体的には1月の大会で235人(75%)、5月の大会で214人(59%)であり、リピーターの割合が高い。1回見たら終わりというのではなく、年中行事のように繰り返して訪れる人が多いことが、大会

の入場者数の安定につながっていると考えられる。両大会とも次いで多い順に「2～5回目」、「初めて」、「6～9回目」であった。初めてと答えた回答者の割合は、1月で7%、5月で15%であり、5月の方が割合が高かった。これは、3でも述べたように5月の大会が闘牛サミット記念大会であったことと関連がある。例えば、初めてと答えた回答者の中には「サミット大会に合わせて観光ツアーで来た」と答えた回答者が複数いた。普段は闘牛の宣伝をしない行政も、全国闘牛サミットが島内で行われる時には、大会に対し補助金を出したり、公式ウェブサイトで宣伝をしたりする。そのため島外に住んでいる人々も、徳之島の闘牛のことを目にする機会が多くなると考えられる。

5. 闘牛は好きか

両大会とも「大好き」と答えた回答者が最も多く、1月では203人(61%)、5月では204人(55%)であった(図6)。ついで多かったのが「どちらかという好き」で、1月で96人(29%)、5月で116人(31%)であった。「大好き」と「どちらかという好き」を合わせると両大会とも9割近くの回答者が「好き」と答えた。観客として大会に足を運んでいる時点で、闘牛に対し何らかの好意や期待を抱いているのは自然なことである。それでも筆者が以前に他の闘牛開催地において同様のアンケート調査を行った時と対比してみると、闘牛への好感度は高い。例えば、岩手県久慈市における大会では、同じ質問に対する回答で最多だったのは、「どちらかと言うと好き」で246人中94人(38%)、「どちらでもない」と答えた回答者も51人

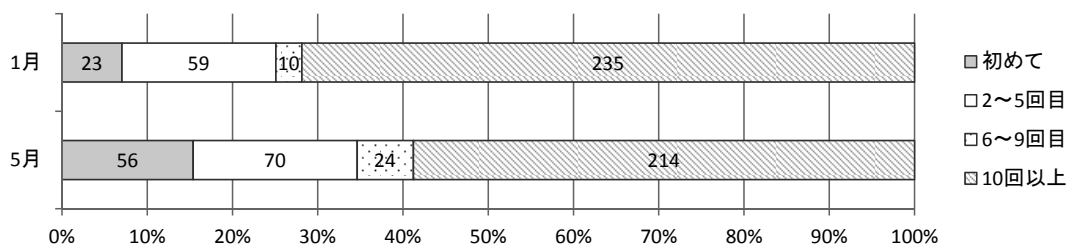


図5 大会に来たのは何回目か

資料：アンケート調査



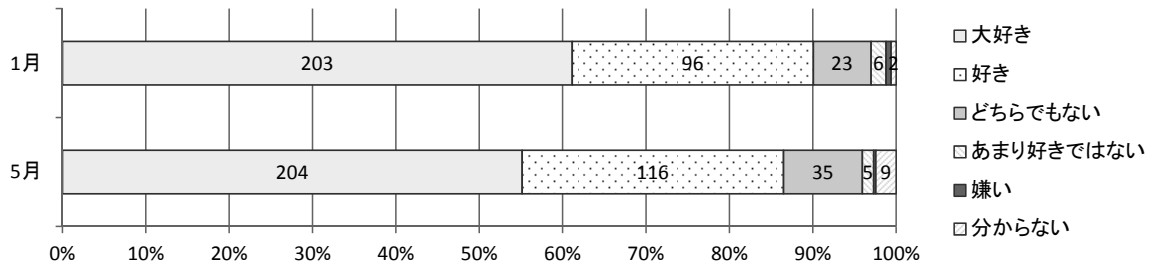


図6 闘牛に対する好感度

資料：アンケート調査

(21%)いた(石川 2009a)。他地域と対比することで、徳之島における観客の闘牛に対する熱意をうかがうことができる。

また、他の項目と関連させて述べると、1月では「大好き」と述べた回答者203人のうち171人(84%)、5月では204人中149人(73%)が、今までに10回以上大会に来たことがあると答えた。闘牛を愛好する気持ちが強く、何度も大会を訪れる観客が多いのが徳之島の特徴である。例えば、徳之島出身で大阪市に住む35歳の男性(会社員)は、「徳之島に帰省して、青い海とハイビスカス、そして闘牛を見ると、胸が熱くなります。他の地域、国の闘牛は見たことはありませんが、徳之島の闘牛が一番エキサイティングすると思っています」と述べる。5月のアンケートでも、伊仙町に住む50代の男性(農業)は、「闘牛は体にすごく良く、ストレス、疲れ解消になる」と答えている。一方で、闘牛に初めて来た人の「闘牛は好きか」という質問に対しては回答が分かれた。1月では、初めて来た23人のうち回答の多い順に、「どちらかという」と好き」が10人、「どちらでもない」が6人、「大好き」と答えたのは5人、「嫌い」が1人、「分からない」が1人であった。「嫌い」と答えた茨城県から来た27歳の女性は「友人に誘われて、徳之島名物を見てみたいと思って来た。人間のつまらない欲のために闘っている牛がかわいそうだと思った。それでも頑張っている牛はなんて健気なのかと泣けてきた」と記述している。初めて見る闘牛に対する戸惑いの声は、5月のアンケートにも見られる。例えば、鹿児島県奄美市から観光ツアーで参加し、闘牛への好感度を「どちらでもない」と解答した30代の女性(職工)は、「あまり入れ込めないものですね。牛主とか勢子だけのもののような感じです。どの土地でも言えますが、地元の祭りは地元だけが盛り上がりすぎるので、観光客はひいてしまうのだと思います」と記述した。初めて闘牛を見た観客が戸惑う理由の一つに「入り込めない」がある。確かに実際の牛の闘いでは、牛同士が同じ力で押し

合って静止しているように見える時間が長く、常に息を飲むような攻防戦が繰り広げられるわけではない。何の予備知識もなしに闘牛自体を見て楽しむのは、初めて見る人には難しいと言える。牛に関する事項だけではなく、牛主や勢子たちが、日常生活でどのように闘牛と関わっているのか、どのような思いで牛を育てているのか、など人間側の事情を知っているかどうかでも闘牛への入り込みやすさは変わってくる。

### 6. 観客の居住地

観客の居住地を徳之島出身者の割合とともに示した(図7, 図8)。1月では、居住地に関して回答があった309人中230人(74%)、5月では354人中(74%)が徳之島に住んでいる。大会を運営する上で、島民が観客として重要な役割を果たしている。しかし、闘牛が徳之島に住んでいる者だけに行われているわけではないことは、島外からの観客も約26%を占めていることから指摘できる。具体的には関西、九州、関東、中部から来ている。関東よりも北から来たと答えた回答者はいなかった。島出身者の割合はほとんどの地域で半数以上を占めている。これは、徳之島の島民の転出先が、関西や九州、関東に多いことと関連がありそうである。徳之島へ帰省した時の楽しみとして、闘牛が愛好されている様子うかがえる。島民と島出身者の全体に占める人数と割合は、1月で277人(90%)、5月では312人(88%)で、石川(2008)における、観客は島民と帰省客が約9割を占めるとの言及を裏付けることができた。島外居住者で徳之島出身ではない回答者の大会に来た動機では、最も多いのが1月で「家族や友人、親戚に誘われたから」、次いで「観光のため」、1月では順に「家族や友人、親戚に誘われたから」、次いで「家族や友人、親戚に関わる牛が出るから」であった。島外から観光客が来ている多くの地域には、徳之島出身者が含まれているので、「誘われた」と答えた人は、家族や友人として島出身者と関係がある可能性が高い。

石川(2008)の調査結果である、沖縄の牛主が観

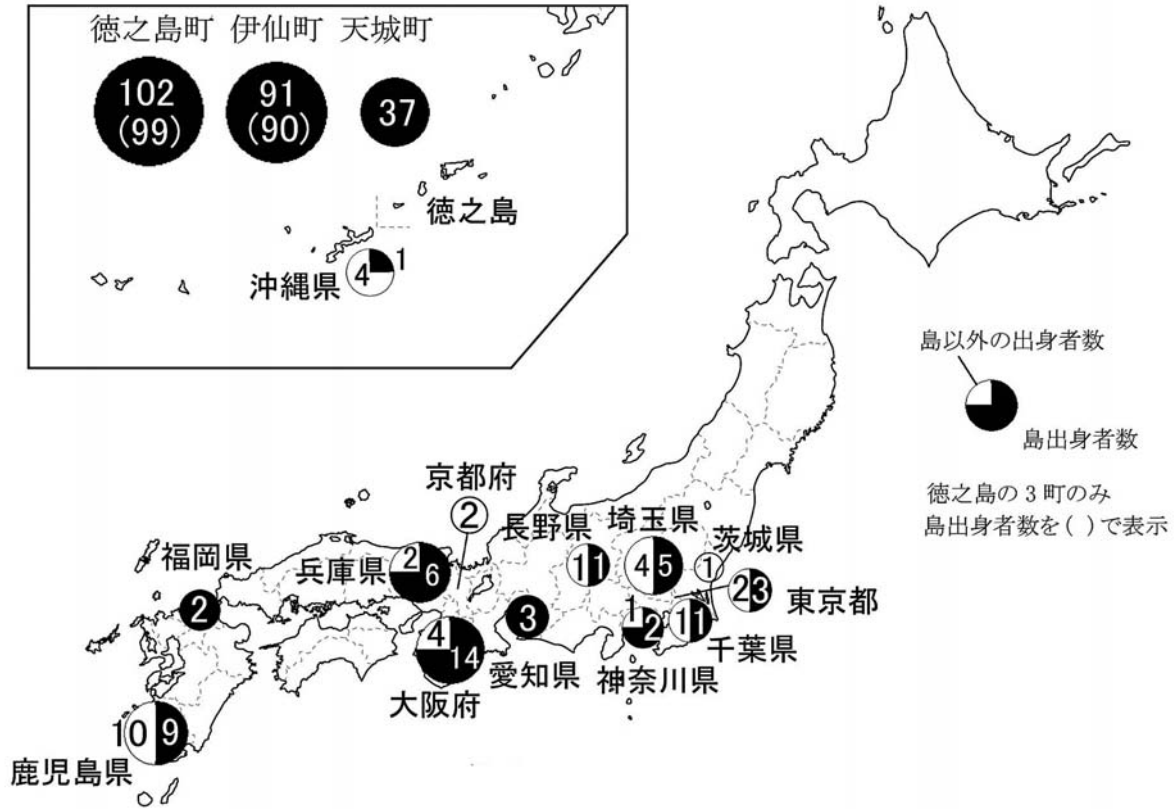


図7 2008年1月1日の大会における観客の居住地

資料：アンケート調査

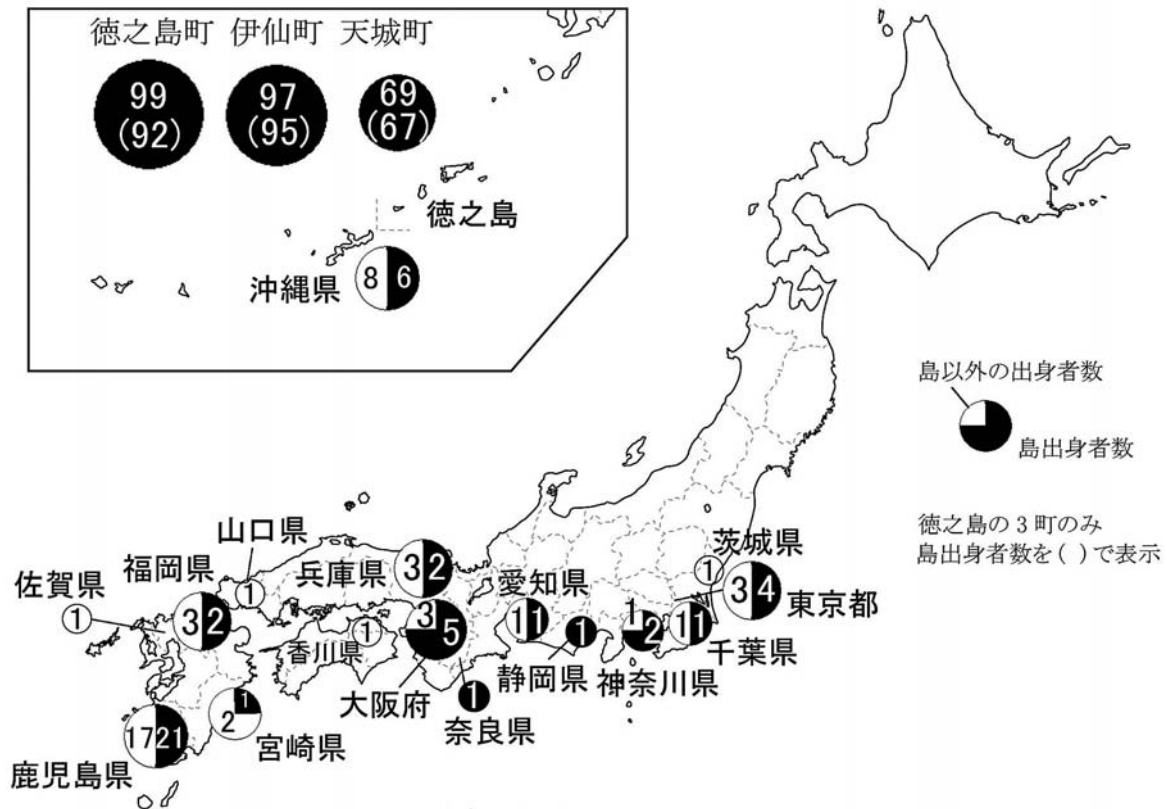


図8 2008年5月4日の大会における観客の居住地

資料：アンケート調査

表2 居住地ごとの闘牛との関わり

居住地	時期	動機		10回以上の来場者
		牛主の近親者	特定の牛	
島内	1月	61% (166)	51% (139)	73% (198)
	5月	52% (198)	31% (116)	65% (246)
沖縄	1月	40% (2)	20% (1)	80% (4)
	5月	44% (7)	31% (5)	44% (7)
その他	1月	49% (51)	31% (32)	51% (53)
	5月	38% (62)	26% (43)	31% (50)

( )内は人数  
資料：アンケート調査

客の約1割を占めるという点については本調査では、1月で5人(2%)、5月で16人(4%)であり、1割を下回る結果となった(表2)。徳之島と沖縄では、牛の転売が盛んに行われておりそれに合わせて牛主同士の行き来も頻繁にある。しかし、両地域ともに1月、5月の同じ時期に毎年大会があるため、日程が重なった時には自分の地域を優先すると考えられる。沖縄出身で、闘牛史上に名を残す名牛である「八重山酋長」が徳之島に転売され、徳之島の全島一チャンピオンに挑戦した大会では、沖縄県から大勢の観客が「酋長」の応援に駆けつけた(石川2009b)。沖縄県からの観客は大会の日程や出場牛の顔ぶれによって変動する可能性がある。

#### IV. おわりに

本稿では、徳之島の大会における観客に着目し、彼らが闘牛とどのような関わりを持ち、どこから、いかなる動機で参加しているのかを解明することを目的とした。そして大会における2回のアンケート調査をもとに、分析を進めた。

まず、回答者と闘牛の関わりでは「家族・親戚・友人・近所のいずれかが牛主である」と答えた人物が最も多く、牛主や勢子だけではなく、彼らを応援するために訪れる人々が観客の最多を占めることが分かった。牛と直接に関わる人々だけではなく、応援という形で間接的に関わる人々が観客として参加し、入場料の面で大会の運営を支えている。大会に来た理由では、前述の闘牛との関わりとは異なる結果が出た。「牛主である、またはその関係者なので」よりも、「闘いを見たい牛が出るから」がトップであった。闘いを見たい牛や好みの牛がいるということは、程度の差はあっても回答者は大会に出る個々の牛を区別して認識していることになる。前述した、牛主を応援するために闘牛を見るという動機はやや受身的である。親しい牛主が牛を出場させなければ、わざわざお金を払って大会

には行かないという観客もいそうである。これに対し、牛主とは関係なく特定の牛の闘いを見たいという動機は、牛の闘いそのものに対する強い関心から来ている。このように、徳之島の闘牛では、牛主との社会的関係で観客になる人々と、牛の闘い自体を見たくて足を運ぶ人々の2つの層がある。この2つの層が存在することは、安定した入場者数の継続にも役立っていると言える。

大会に来るのが何回目か、という質問には2大会とも「10回以上」の回答が最多であった。また、闘牛が「大好き」と答えた回答者の7割以上が10回以上来ていた。闘牛が好きで、何度も大会に訪れる熱狂的なファンが多いことが、徳之島の闘牛の特徴である。その割合は、1月は235人(75%)、5月の大会で214人(59%)であり、異なる結果であった。この背景として、5月の大会は全国闘牛サミットの記念大会であったために、宣伝が大々的になされ、普段は大会に行かない島民や他地域からのツアー客が増加したことが考えられる。島民のための娯楽として根強い人気を誇る闘牛を、これから先、観光資源としても盛り上げていくのであれば、他地域への宣伝や、こうした他の闘牛開催地域との交流など島民にとっても目新しい試みが必要である。

ただし、闘牛を見たことのない人に足を運んでもらうだけでは、不十分である。初めて来た観客の中には、闘牛の雰囲気に対し疎外感を感じ、戸惑っていることを表明する回答者もいた。こうした観客がリピーターになったり、知り合いに大会を見ることを勧める可能性は低い。他地域における祭りなどの伝統行事では、予備知識がなくても見ているだけで美しさや躍動感が観客を楽しませるものが多くある。これに対し、闘牛では牛の闘い自体を見て楽しむには、個々の牛の区別、技や闘い方の知識などかなりの熟達した知識が必要である。島内からの観客でさえ、特定の「牛」ではなく、特定の「牛主」を応援するために来ている観客が多数



を占めており、初めて来て牛の闘い自体をどのように楽しめば良いのか戸惑う観客がいても不思議ではない。どの牛が勝っても自分には関係ないという中立の立場で何組もの勝負を長時間見ていれば、退屈してしまう可能性もある。これを解決するために筆者が提案したいアイデアが一つある。それは初めての観客にも「応援したい牛」あるいは「応援したい牛主」を持ってもらうことである。もともと闘牛の観客には、闘牛そのものに熱中する「闘牛ファン」と、知り合いの牛主の牛が勝つことを応援して盛り上がる観客の2つの層がある。観光客にも、どちらかの層に入ってもらうのである。筆者は、京都から何回も闘牛を見に来ている男性にインタビューをしたことがある。彼は、闘牛とは何の関わりもなく、日本とスペインの闘牛の違いも知らなかったが、たまたま闘牛に関心を持ち、インターネットの闘牛専用の掲示板に書き込みをした。その結果、牛主と知り合いになり、初めて徳之島を訪れた時には、牛主と血縁者、近隣居住者や友人が夕食を共にする「前祝い」にも出席し、当日は牛主の応援団として参加した。今では、牛主の知り合いも増え、牛を飼っている人たちの屈託のなさや温かい人間関係が魅力で島に来ているという。彼の場合、牛主と個人的に知り合いになったことで、初めて島に来た時点で、どの牛を応援するのかを決めることができた。このように、闘牛と直接関わる人たちに共感することで、大会をより楽しむことができるようになる。しかし、全ての観客に旅行に出る前から牛主との交流を勧めるのは難しい。そこで、出場する牛の飼い主や世話をしている人物について、彼らの闘牛との関わりや、牛への思い入れ、印象的なエピソードなどを掲載可能な範囲でまとめて、希望者に配布してはどうだろうか。これを読むことで、予備知識のない観客にも、牛主や

牛への個人的な関心や思い入れが生まれるはずである。大切なのは、観客が闘牛に関わる人たち個々の生の物語を知ること、自分とは関わりのない単なる見世物から、一步踏み込んで担い手の世界に自分を引き付け、闘牛を見ることである。

アンケートでは、初めて闘牛を見る観客でも、島出身者と知り合いであったりして、大会に来る前から、何らかの形で闘牛にまつわる様々なエピソードに触れている人物が多かった。もし、徳之島における闘牛の担い手たちが大会の入場者数を増やすことを目指すのであれば、徳之島出身者からの紹介に加えて、全国からの多種多様な観客に生の闘牛の魅力を感じてもらい、そこから更に口コミで宣伝してもらうことが必要である。

### 【謝辞】

本研究は、財団法人福武学術文化振興財団による平成20年度「歴史学・地理学研究支援助成」および平成22年度科学研究費補助金（若手研究B、課題番号21720300）による成果の一部である。

### 【文献】

- 石川菜央（2008）：徳之島における闘牛の存続と意義。地理学評論, 81, 638-659.
- 石川菜央（2009a）：全国闘牛サミットの開催地における意義—岩手県久慈市の「第12回全国闘牛サミット」を事例に。広島大学総合博物館研究報告, 1, 45-51.
- 石川菜央（2009b）：つながる！わかる！闘牛の世界。野中健一編：『わくわく生き物地理学』たまさや, 14-17.  
 （2011年8月31日受付）  
 （2011年11月18日受理）