

テニス経験者の、テニス観戦経験に関する研究

A study about the tennis watching games experience of the person who experienced tennis

1K07B049-5 鍛治 彩乃

指導教員 主査 木村和彦先生 副査 松岡宏高先生

1. 研究目的

日本のテニス人口は多く、テニスは競技、レジャー、体力作りの手段として様々な年代から親しまれているスポーツである。テニス界ではテニスのメディア露出や集客数を上げることよりも、「テニス愛好家」(オンコートプレイヤー)を増やすことに比重を置いているが、現在、テニスのメディア放映は減少傾向にあり、テニス大会の集客数も伸び悩んでいる。日本テニス協会の専務理事である渡邊康二氏は、テニス大会運営側の「観ていただく」「大会に注目してほしい」という工夫が必要であると述べているが、テニス大会の集客数は少なく、協賛金は選手のエントリーフィーであるという現状がある。

そこで、本研究ではテニス経験者の中で実際に会場に足を運んでいる人が少ないのではないかと考えた。実際には観戦する人はどれくらいいるのか、また観戦する、しない理由は何かを明らかにする。そして、テニス観戦者を増加させるには今後どういった方法をとるのが効果的かどうかを検討し、今後のテニス界のビジネスに役立てることを研究の目的とした。

2. 研究方法

調査方法 質問紙法

調査日 2010年9月28日～2010年11月7日

調査対象 最寄駅が武蔵関駅～井荻駅の間のテニス
クラブ会員・テニスコート利用者

回答数 165

3. 結果と考察

テニスは、10代～40代では競技として、50代以上は体力作りや健康のためにテニスを行う人が多く、テニスが老若男女問わずに親しまれるスポーツであることが明らかになった。しかし、去年から今年にかけて東レ・パン・パシフィック・テニス及びジャパンオープンの観戦経験のある人は3割であった。東レ・パン・パシフィック・テニスでは試合、選手の技術を目的に会場に足を運ぶ人が多く、観戦経験者の年齢層とプレー経験年数が高かった。また女性観戦者が多く、男性は知人の誘いやスケジュールが

空いているという理由で観戦に訪れる割合が高かった。ジャパンオープンはより選手の技術、選手の姿を見たい人、観戦者の年齢とプレー経験年数が低く、競技でテニスをプレーする人が多かった。またこちらは男性の割合が高かった。これらの結果により両大会の観戦者の属性の違いがみられたが、観戦理由において会場への距離、スケジュールとの関連性はみられなかった。

非観戦理由では「時間がない」「会場が遠い」というものが多かったが、このように回答した人は特に今後のテニス大会観戦意思が高かった。非観戦者の中でも観戦をしたいという人が大半を占めており、テニス経験者の観戦意思が高いことが明らかになった。

4. 結論

非観戦理由を「時間がない」「会場が遠い」としている人から観戦者層を増やすためには、会場に足を運んでもらうためのマーケティングが必要である。有明テニスの森に近い東京ビッグサイトでのイベントと連動した企画を行うなど、テニス界のみにこだわらない戦略を立てることも重要であるとする。また、会場には多くの施し物があるので、試合や選手以外で会場にて楽しめる空間をもっと宣伝していくことで会場に行きたいと思う人が増える可能性もある。さらに、東レ・パン・パシフィック・テニスとジャパンオープンでは観戦者の属性も異なるため、イベントごとにそれらを変化させることも集客につながるかと推測する。

また、両大会とも技術を見たい人が多かったため、選手のプロモーションや大会パンフレット内に、選手の技術についてのより詳しい説明を設けることも、観戦して技能を高めたい多くの観戦者の観戦意欲を向上させられる。

テニス経験者の中で観戦経験のある人は、直接観戦することに様々な魅力を感じて再観戦したいと考える。日本に多くいるテニス愛好者から観戦者を増やしていき、テニスの大会でテニスのビジネスを拡大することは、テニス界の発展に必要な不可欠であると考えた。