

スノースポーツマーケット活性化にむけた大学生におけるイメージおよび実施状況の把握
Understanding university student's image and experience of snow-sports for activating
snow-sports market.

1K07B094-0 酒井 達哉

指導教員 主査 中村 好男 先生 副査 岡 浩一朗 先生

【はじめに】

本研究で述べるスノースポーツとは雪上で行われるスポーツのことであり、スケート、カーリング等の総じてウィンタースポーツと呼ばれる競技ではなく、代表的なものでスキーやスノーボード等目的を絞ったものである。

【背景】

1980年代後半から90年代前半の異常ともいえるスキーブームが沈静化した後、日本国内のスノースポーツマーケットは縮小し続け、スキー場利用客数もほぼ一貫して右肩下がりとなっている。スキーにおいては参加人口が最盛期の半分を大きく下回っており、特に20代の若い世代における減少が顕著に見られる。また、スノーボードに関しても、スキーからスノーボードへシフトされ、参加人口が増加しているわけではなく、こちらも徐々に減少を続けている。つまり、スノースポーツの参加人口全体で急激な減少がみられる。

【研究目的】

90年代前半から衰退を辿ってきているスノースポーツ産業において、今後、数十年先までスノースポーツマーケットの活性化を図るためには、将来の顧客ボリュームを考えた場合、これから先マーケットの中心世代となる、現在の若い世代の参加が必須である。本研究では、大学生に焦点を当て、スノースポーツの実施状況やそれぞれの持つ、スノースポーツに対するイメージを把握し、スノースポーツマーケット活性化の糸口を探索することを目的とした。

【方法】

S県W大学の某キャンパス内で無作為に抽出した大学生117人を対象とし、2010年11月初旬にキャンパス内にて、スノースポーツ経験の有無、スノースポーツのイメージ等のアンケート調査を行った。また、得られた結果は解析ソフトSPSSを用いて、Mann-WhitneyのU検定を行った。

【結果】

調査の対象者は男性71人（平均年齢21.18歳）、女性46人（20.84歳）の合計117人（21.05歳）となり、男性が60.7%、女性が39%となった。スノースポーツの経験

の有無を見てみると、「経験がある」と回答した者は88人で全体の75.2%、「経験がない」と回答した者は29人で24.8%となった。また、経験者の中では「現在行っていない」と回答した者が62人(71%)と多く、その中でも「現在は行っていないが、また行きたいと思っている」と回答したものが48人と、経験者の内の半数を占めていた。未経験者に「スノースポーツをしてみたいか」という質問では「してみたい」と回答した者が、23人で未経験者の内の約8割と多かった。スノースポーツのイメージに関する項目では、「面白い」「自然を楽しめる」という項目において経験者は、未経験者より、有意に高かった。一方で、「一人ではできない」「爽快感がある」という項目においては、経験者は、未経験者より有意に高かった。また、「お金がかかる」「時間がかかる」「旅行という感じ」等は両者共通して高い数値を示す結果となった。

【考察】

本研究の対象者平均年齢21.05歳の親はスキーブームの世代であり、そのため、経験者が多くなったものだと考えられる。逆に考えると、スノースポーツをやらない現在の若い世代が親となった際に、子供をスキー場に連れて行かなくなり、負の連鎖を生むものと考えられる。しかし、全体的にスノースポーツに対して、好意的な回答が得られ、活性化への可能性も感じられる結果となった。今回の調査では、スノースポーツ実施を阻害する要因として、「お金がない」「時間がない」ということが明らかになり、スノースポーツを「旅行」として捉えている傾向があることから、「スキーリゾート」としての質の向上が必要ではないかという考察に至った。過去のスキーブームの時代のようにスキー場はゲレンデがあれば、人はやって来るという時代はどのように終わっているということ強く意識し、利用客に目を向けた「サービス業」としての経営、運営を強く意識することが重要になってくる。スキーリゾートがそのような価値の高いものとなれば、現在の若い世代が将来親となり、その子供のスノースポーツ経験につながると考えられ、スノースポーツマーケット活性化につながる糸口となるのではないだろうか。