

フリークライミングの発展の可能性の検討

Examination of possibility of Free climbing progress

1K07B143-9 角田 大樹

指導教員 主査 中村好男 先生 副査 木村和彦 先生

【目的】

本論文では、そのマイナースポーツの一例として筆者が行っている「フリークライミング」を主な例として用い論述していくものとする。その「フリークライミング」をもとに普及、発展の可能性を検討し、その結果を元にフリークライミングの普及、発展のモデルを提案することを第一の目的とした。加えて、第二の目的について述べていく。年齢階級別「スポーツ」行動者率 平成8年、13年（総務省）によると、平成8年に比べ、平成13年の行動者率は全体的に減少傾向にあることがうかがえる。そうした中で、マイナースポーツの発展が実現すれば、スポーツ消費者の選択肢が増加し、スポーツ消費者の更なる増加、すなわち「スポーツ」行動者率の増加が望める。フリークライミングといったマイナースポーツがそのスポーツ機会創出の一端を担うと考えれば、国民の全体的な運動習慣の改善への寄与こととなると考える。以上2点を目的とし、クライミングの発展の可能性を検討することとした。

【方法】

本研究では、フリークライミング関連の文献、先行研究を収集し、同時にアンケート調査をクライミングジム PUMP でクライミングを行う消費者45人を対象に年齢・性別を定めることなく、初心者～競技者の幅広いクライマーを対象に行った。調査項目は基本属性（性別・年齢・経験年数）、運動習慣、運動経験、クライミングへの投資額の4点を行い EXCEL で集計を行った。また同時に他のスポーツにおける発展の変遷を調査し、そこからフリークライミングの発展の変遷との差異を比較し、フリークライミングの発展の可能性について検討するものとした。

【結果】

クライミングの改善点が4点みられた。①コンテンツとしての価値を高めていくこと。コンテンツとしての価

値を高めることにより、メディアとしての情報発信価値が高まる。②観戦者データの集積。大会ごとに観戦者の情報を集積・ニーズの反映を行っていくことが挙げられる。③地方への普及活動。毎回の大会ごとに普及の可能性を最大化することが望まれる。④情報配信。新たな観戦・消費動機の提案を行う装置としてアクセス数を増やし、それらによる広告の収益性を高めることが望まれる。

また、アンケート結果からは、フリークライミング消費者の運動習慣の8割が「定期的に運動をしている。また、6ヶ月以上継続している。」といった好ましい結果を示した。その他の「運動経験」では学生時代に運動部所属経験のない消費者が多かったために、運動経験の有無に関係なく取り組めるスポーツであることが示された。「クライミングへの投資額」においては、道具代、施設使用料が若干民間のフィットネスジムより高価であるために低価格化もしくは消費要求を高めるコンテンツを生み出すことが課題点と言えるだろう。

【考察】

以上のことから、クライミングの発展の可能性の十分にあることが確認された。ただし、問題点としては日本フリークライミング協会の「興行としての大会」といったとらえ方がなされていないことが挙げられる。理由として毎回無料の観戦料、観戦者のデータ収集の行われていない点が挙げられる。前章でも述べてきたが、4点の見方から日本のフリークライミングにおける更なる改善点が確認された。それらを改善していくことで更なるフリークライミングの発展、普及の促進が見込まれるものと思われる。

本研究の課題点としては、これらを実行として移していない点にある。これらを今後より具体的に研究し、日本フリークライミング協会へ提案し、実行していければと思う。

