

地域・地区ゴルフトーナメントを軸とした日本男子プロゴルフ界活性化に関する研究

トップスポーツマネジメントコース

5008A314-0 小山武明

研究指導教員： 平田竹男教授

本研究は、日本男子プロゴルフ界の現状を踏まえ、拡大・発展について方策を明らかにした研究である。

近年、高校生プロゴルファー・石川遼選手(17 歳)の活躍で注目を集めている日本男子ゴルフ界ではあるが、依然として世界との差は大きい。

人気選手の海外流失や若手、現役選手の正しい普及・発展と言う責務に立つ優秀な選手の養成の不振なども重なり、「賞金額」、「試合数」は最盛期に比べて低い状況が続いている。

また、日本ではツアーを管理する団体が機能せず、日本男子プロゴルフ界がイニシアチブ・主導権を取る事が出来ず、本来の役割を果たす事が出来ていない。そして放送権や主催権といった権利についても、TV局や広告代理店に握られているのが現状である。

一方で、世界を概観してみると米国ツアーや、欧州ツアーは不況の中でも試合数を減らすことはなく、米ツアーも欧州ツアーも協会側のイニシアチブで機能している。

そこで本研究では、日本ツアーが試合数を減らしてしまった原因を明らかにし、男子ゴルフ界活性化の施策を提言する事を目的として研究を進めた。

研究手法として、世界を代表する米国・欧州のプロゴルフツアーと日本ツアーの比較分析を行い、活性化のための施策を明らかにする手法を用いて研究を進めた。

3 ツアーを比較する際の比較項目として、「試合数の変化」「賞金額の変化」「選手層の変化」「マイナーの現状把握」「スポンサードの現状把握」の 5 項目に重点を置いた。

「試合数の変化」については1980年代から2008年度までの3ツアーの試合数に増減、「賞金額の変化」については3ツアーの1980年から2008年度までの賞金額の増減、「選手層の変化」については3ツアーにおける各選手の世界ランキング、「マイナーの現状把握」については3ツアーのマイナーの試合数と賞金

額、「スポンサードの現状把握」については3ツアーにおける1試合当たりのスポンサード数を指標と用い、検証した。

検証を行った結果、日本ツアーには、冠スポンサードの試合が多く、「1社冠スポンサード」による試合構築は危険を多く含む事が明らかになった。

そしてツアー試合数を減らすことなく、ツアー経営を存続させる為には、欧米ツアーで数多く見られる、地域・地区の企業や産業を多く含む、「複数スポンサード」や多くの協賛金を抱え込む試合構築が求められる事も判明し、日本ツアーの活性化には、「地域・地区トーナメント」の構築こそが重要であることを明らかにした。

次に地域・地区トーナメントにおける運営の成功要因を明らかにするため、「釧路湿原ゴルフトーナメント」、「北見オープンゴルフ選手権」、「フェニックスオープン」(米ツアー)の3つの事例検証を行った。

地域・地区トーナメントがビジネスとして成立することを確認するとともに、ビジネス上の成功要因を解明した。

また、地域・地区トーナメントは、ビジネスとして成り立つだけではなく、「地域活性化」、「放送権」、「ファーストキャリア」といったメリットが存在することも確認した。

最後に日本男子プロゴルフ界がイニシアチブをとっていくための施策として、地域・地区トーナメントを土台とした日本男子プロゴルフツアーの構築を提言した。

そのためには、現存する地域オープンと地区オープンをいかに共同開催にこぎつける事が出来るか、また新規に地域・地区トーナメントを日本男子プロゴルフ界の主導の下で、早急に試合構築が出来るかが、新たな地域トーナメントを土台とした日本プロゴルフツアーの構築につながると提言した。

更に新規の地域・地区トーナメントを全国各地に誕

生、育成し、ツアーへの昇格の施策を取れば、日本男子プロゴルフ界の主導権を握る事が出来る。その結果、ゴルフの普及、発展及び地域振興につながる考える。

具体的には、2008 年度に開催された 17 試合の地域オープン、5 試合の地区オープン(2009 年度より 1 試合・関西オープンがメジャー復帰)の共同開催による「日本ツアー」昇格とその主導権の獲得が鍵になる

と考えられる。

上記のように、地域・地区トーナメントを起爆剤に、日本男子プロゴルフ界がトーナメントの主導権を握り、トーナメントの安定供給、選手の管理が出来るツアーへ生まれ変わる事が可能であれば、日本男子ゴルフ界は筆者が願う世界第 2 位のツアーへ復活することになると確信する。