

日本男子プロゴルフトーナメントツアーの価値向上要因に関する研究

トップスポーツマネジメントコース

5009A328-6 丸山 高人

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トーナメントの現状について分析し、トーナメントの価値を向上させる要因に関する考察を行ったものである。

第1章では研究に至った背景と研究の目的を述べている。1990年代前半には40試合以上あった国内男子ツアーの試合数は年々減少する傾向にあり、2009年現在では年間24試合(2010年は25試合)となっている。トーナメント中継のTV番組視聴率もやはりピーク時から減少し続けていたが、2008年以降は上昇傾向にある。

試合数減少の要因はスポンサーの減少である。スポンサーが減少する大きな理由は経済状況の悪化による各企業の収益低下、広告宣伝費縮小である。では、この経済の状況が回復し企業の収益が改善した後に各企業はその広告宣伝予算をトーナメントに投じるのであろうか。筆者はここに一抹の不安と疑問を抱いた。企業が多額の広告宣伝費を使ってトーナメントをスポンサードするためにはすべてのステークホルダーが納得する「価値」がなければならないと考えた。

そこで、本研究においてはまず、トーナメントの価値を向上するための要因とは何かを分析することとした。そして、将来日本経済が回復した際にトーナメントへのスポンサードやトーナメントを利用した広告宣伝活動や販売促進活動を行うことを推奨するためにはゴルフ界は何をしなければなら

ないかを明らかにすることを目的とした。筆者が本研究を行っている2009年は折しも18歳の石川遼選手が史上最年少で国内男子ツアーの賞金王を獲得した年でもある。日本のゴルフ界に人気と実力を兼ね備えた若い選手が登場したことは今後のゴルフ界にとっても追い風であり、トーナメント再活性化には好機である。

第2章では上記目的を達成するための研究手法を述べた。まず、過去のトーナメントの来場者数とTV視聴率の推移を分析し、そこに出場選手がどのように関係し、影響しているかを検証した。また、各試合において過去に行われた観客に対するアンケート調査の結果を整理したほか、歴史、人気、権威、出場選手の質、賞金総額などあらゆる面から日本最高峰のトーナメントである「ダンロップフェニックストーナメント2009年」におけるアンケート調査を行った。そしてこれらの調査結果を補足するため、また、選手から見たトーナメント価値向上要因を分析するために、深堀圭一郎、片山晋呉の2名のトッププロのインタビュー調査を行った。

第3章では研究結果を述べた。過去のトーナメントの来場者数とTV視聴率の推移と、出場選手との関係性、影響の強さを検証した結果、過去に来日して国内トーナメントに出場したタイガー・ウッズ選手や、2008年以降の石川遼選手の事例から、選手がトーナメントの来場者数や視聴率に大きな影

響力を持つことが明らかになった。また「関西オープン」のアンケート結果では 57.4% の人が「石川遼選手が観たいから来場した」と答え 44% の人が「石川選手が出場していなかったら私は来場していなかった」と答えている。

さらに「ダンロップフェニックストーナメント 2009 年」におけるアンケート調査結果から、来場者の来場動機に「好きな選手やお目当ての選手の出場」が強く影響していることが明らかになった。

そしてダンロップフェニックストーナメント 2009 年のアンケート調査結果からは選手に関すること以外にも、トーナメントの価値を向上させる要素が浮き彫りになった。それは施設や運営に関することである。例えば駐車場、食事、おみやげ物、トイレ、イベントなどに関することであり、これらファシリティ & オペレーション要素は特に来場者の満足度を高めるためには非常に重要なものであることがわかった。

深堀圭一郎、片山晋呉の 2 名のトッププロのインタビューにおいては、選手がトーナメントの価値向上のためにどんなことを行い、どんな意識を持っているのかが浮き彫りになった。1 つは当然のごとく選手たち魅力的な「技」や「試合展開」を見せることである。そして言葉は異なるが 2 選手が意識していたのは選手の持つパーソナリティやキャラクターであった。成績や技術だけがよくても人間的に尊敬され、魅力のある選手でなければならないということを強調していた。

第 4 章では以上のような研究結果からトーナメントの価値を向上させる要素について考察を行った。アンケート調査の結果や関

係者へのインタビューなどから、筆者はトーナメントにはまず一つ目に出場選手の質や成績、人気などが非常に大きな影響を持つと考えた。また二つ目に選手と同様に施設、設備、環境、運営の要素が価値向上には重要であることであると考察した。さらに三つ目の要素としてトーナメントに高い理念や社会的意義が備わっていなければならないという意見を持った。すなわち今後、トーナメントの価値を向上させるにはトーナメントそのものが地域貢献や社会貢献に深く関わり、選手と同様に高い意識と理念を兼ね備えたものでなければ、企業からの賛同を得ることは難しいと考察した。

以上の研究から今後のトーナメント価値向上のためには 出場選手の質的向上、施設・運営ノウハウの向上、トーナメントの持つ社会的意義や高い理念を掲げることが重要な要素であるとし、さらに選手、ツアー機構、運営会社、TV 局などが共に高い意識と理念を掲げ、これらの要素を実行していくことでトーナメントの価値は最大化されスポンサーの獲得やゴルフ界の再活性化が実現していくと結論づけている。