

アジア地域との連携による 日本男子ゴルフツアーの発展策に関する研究

トップスポーツマネジメントコース

5010A323-2 角原 聡

研究指導教員：平田 竹男 教授

筆者は、主に日本国内のゴルフトーナメントにおける運營業務に従事してきた。そうした中、試合数や大会規模が縮小傾向にある男子ゴルフツアーにおいて、新たなビジネスモデルを考察する必要性があるのではないかと考えに至った。世界のゴルフトーナメントを概観すると、近年経済発展が著しいアジアにおけるゴルフトーナメントが、その存在感を増大している。

そこで本研究は、アジア地域との連携による日本男子ゴルフツアーの発展策について研究をした。

【Ⅰ.序論】

第1章では背景、目的を述べた。まず、背景においてアジアにおけるゴルフツアーと日本男子ツアーの現状を捉えた。世界のゴルフトーナメントに占めるアジアの割合は、賞金総額地域別割合において20%、地域別開催数の割合では24%を占め、近年、世界のゴルフ界におけるアジアの存在は大きくなっていることがわかる。一方、世界6大ツアーの1つでもある日本の男子プロゴルフツアーは1980年代後半に賞金総額、試合数ともに米国ツアーに次ぐ世界第2位のツアーへと成長をとげた。しかし、1990年代後半のバブル経済の崩壊や、2008年のサブプライム問題に端を発する世界同時不況の影響などもあり、試合数は減少の一途をたどり、1990年に44試合を数えたツアーも2010年には25試合という状況である。その一方で、日本男子ツアーにおいては、石川選手をはじめとする実力や話題性を兼ね備えた選手が出現したことで、国内ツアーを盛り上げるだけでなく、世界のゴルフビジネスから注目されている。

こうした背景をもとに、本研究はアジアにおける日本男子ゴルフツアーの発展策を検証することを目的とした。

【Ⅱ.手法】

第2章は研究手法である。上記の目的を達成するため、欧州PGAツアー、アジアツアー、ワンアジアツアーに関して、試合開催数や賞金額について分析をした。また、近年発展著しいアジアのゴルフツアーの中でも、日本と同様に大きな経済力を持ち今後の発展が予測される中国のゴルフ市場について分析をした。最後に日本男子ツアーの発展策として試合数の拡大を考察するにあたり、世界6大ツアー及びワンアジアツアーを基に、世界のツアースケジュールの関係について調査を行った。

【Ⅲ.結果】

第3章は研究分析における結果を述べた。欧州PGAツアーについては試合数・賞金総額ともに拡大を続け、世界第2位のツアーに成長をとげている。その一因として他ツアーとの共同開催が挙げられる。その共催トーナメントとして、中国を中心としたアジア地域での共催トーナメントの割合が大きいことがわかる。

また、アジア地域を拠点としてトーナメントが開催される、アジアツアー、ワンアジアツアーにおいても、その試合数、賞金額とも増加傾向にあることがわかった。その要因として、アジアツアーにおいては、欧州PGAツアーをはじめとする他ツアーとの共催トーナメントが大きな要因となっている。また、ワンアジアツアーに置いては、特に中国開催の依存度が高く、開催エリアに中国をもつ意味合いは非常に大

きい。

また、将来の中国におけるゴルフの発展予測をするにあたり、日本とイギリスにおける所得とゴルフ人口の関係を分析した。これについては大きな関係性があることがわかった。

そして、世界の男子ゴルフツアーにおけるスケジュール調査では、米国 PGA ツアーや欧州 PGA ツアーにおいて、年間約 50 試合にも及ぶスケジュールとなっており、その特徴的な拡大戦略における発展が垣間見える。また、日本男子ツアーにおいては、ツアー開幕戦が 4 大メジャーの 1 つマスターズトーナメントの翌週からとなっており、2 月から 3 月がオープンウィークとなる一方で、夏から秋にかけて、開催が集中するという状況となっている。

【IV.考察】

第 4 章はこれまでの知見を踏まえて考察を述べた。日本の男子ゴルフツアーにおける今後の発展策として、発展著しいアジア地域との連携が重要であると位置づけた。そうしたなかで、アジア地区における新規トーナメントの実施や、アジアンツアーとの共同開催におけるトーナメントの実施は、スポンサーメリットを創出し、新たなサービスを供給することにつながると考える。そのなかでも、今後のゴルフ人口の分析やマーケット予測から中国での開催が有効だと考えた。それを裏付けるかのように、すでに中国では、1 試合の賞金総額において日本ツアートーナメントの最高賞金を上回るトーナメントや、国際的なイベントが開催されている。開催時期については、現状のトーナメントスケジュールから鑑みるに、2 月から 3 月の開催が年間スケジュールからも、また、選手にとっても有効な期間であるという考察を行った。ただ、この施策には難題もある。現在のアジアンツアーとワンアジアの関係から、アジアンツアーとの共催トーナメントを中国において、実施できない可能性がある。

そこで、以下を本研究のまとめとした。世界のゴルフビジネスは世界ランキング上位者や、話題性と実力を兼ね備えたほんの一握りの選手を中心に動くという側面がある。現在、日本ツアーには石川遼選手や池田勇太選手をはじめ、可能性を秘めた選手が出現し、世界のツアーや、ゴルフビジネス関係者はこうした日本人選手やツアーに興味を示している事も事実である。また、経済発展が著しいアジア市場が日本の近隣に存在しており、その地理的環境も日本ツアーにとっての好条件の 1 つである。さらには、5 年後の 2016 年夏季オリンピックにおける正式種目化も決定した。

まさにこの好機に日本ツアーが世界のマーケットにどのような戦略をもって臨むかが重要であると考ええる。また、日本がアジアのゴルフ市場に進出し、他のツアーと共催をして発展戦略をとることで、アジアンツアーやワンアジア、中国ゴルフ協会をはじめとするアジアのゴルフ関係団体と関係構築を行うべきであり、その重要な役割を、日本ゴルフツアーは担えると考ええる。

今後の日本ツアーの発展策を講じる事は、現在のツアーを支えて頂いているトーナメント主催者が存在し、国内でのツアーが存続するうえではじめて有用となる。日頃から日本ゴルフツアーを支えて頂いているトーナメント主催者のゴルフ界に対する多大な貢献には感謝の念を抱くとともに、今後の研究課題として、これまでの日本ゴルフトーナメントにおけるビジネスモデルを再考することで、収支構造の改善を図り、新たなスポンサーメリットの創出が必要と考える。

