

授与機関名 順天堂大学

学位記番号 乙第 22 号

日本におけるウインドサーフィンの普及過程と普及戦略

(Diffusion Process and Strategy of Windsurfing in Japan)

平野 貴也 (ひらの たかや)

博士 (スポーツ健康科学)

論文内容の要旨

1980年代に拡大したレジャー・スポーツ市場は、現在もレジャー市場の中で大きな市場規模を占めている。ただレジャー・スポーツ活動が、我が国に普及し、定着する過程に必要な条件や規模拡大の契機となる普及戦略などについて明確になっていない。そこで本研究は、1980年代に参加者が増加したレジャー・スポーツであるウインドサーフィンに着目し、国内に普及する過程及び普及各期における普及戦略について明らかにすることを目的とした。

1974年から2010年を対象にマリンレジャー・スポーツおよびウインドサーフィンに関する文献調査を行った。ロジャース(2007)のイノベーション普及理論を援用し、5期に区分された普及過程について分析を行った。分析にはGatignon & Robertson(1985)が用いた市場性、浸透性、組織性の3指標に、露出性を加えた4つの指標を用いた。市場性にはボードの販売数、浸透性には販売店数の動向を用いた。組織性には各競技団体への登録者数を集計し、露出性には大宅壮一文庫に所蔵された雑誌と新聞全国4紙に掲載されたウインドサーフィン及びボードセーリングに関する記事の掲載数を用いた。

ウインドサーフィンの普及過程と普及戦略については以下の点が明らかになった

(1) 導入期には組織性、成長期には用品・用具の販売ルートが確立された市場性とメディアへの露出性、成熟期には製品イノベーションによる市場性と浸透性に関する普及戦略が有効であった。

(2) ウインドサーフィンにおける普及過程の特徴として、成熟期のシーズン型レジャー・スポーツから通年型レジャー・スポーツへの移行及び飽和期の競技団体登録者数の増加が挙げられた。

(3) 普及の継続には成熟期以降に多様なメディアを活用する必要がある。

(4) 普及過程を5期に分割することで、普及過程と普及戦略の関係性を検討することが可能となった。

(5) レジャー・スポーツの普及過程を分析する上でこれら4指標は有効であるが、4指標の関係性は単純な比例関係ではないことが明らかとなった。