

トライアスロン及びエンデュアランス スポーツの参加者動向と将来性

原田宗彦(早稲田大学)



1兆2,603億円

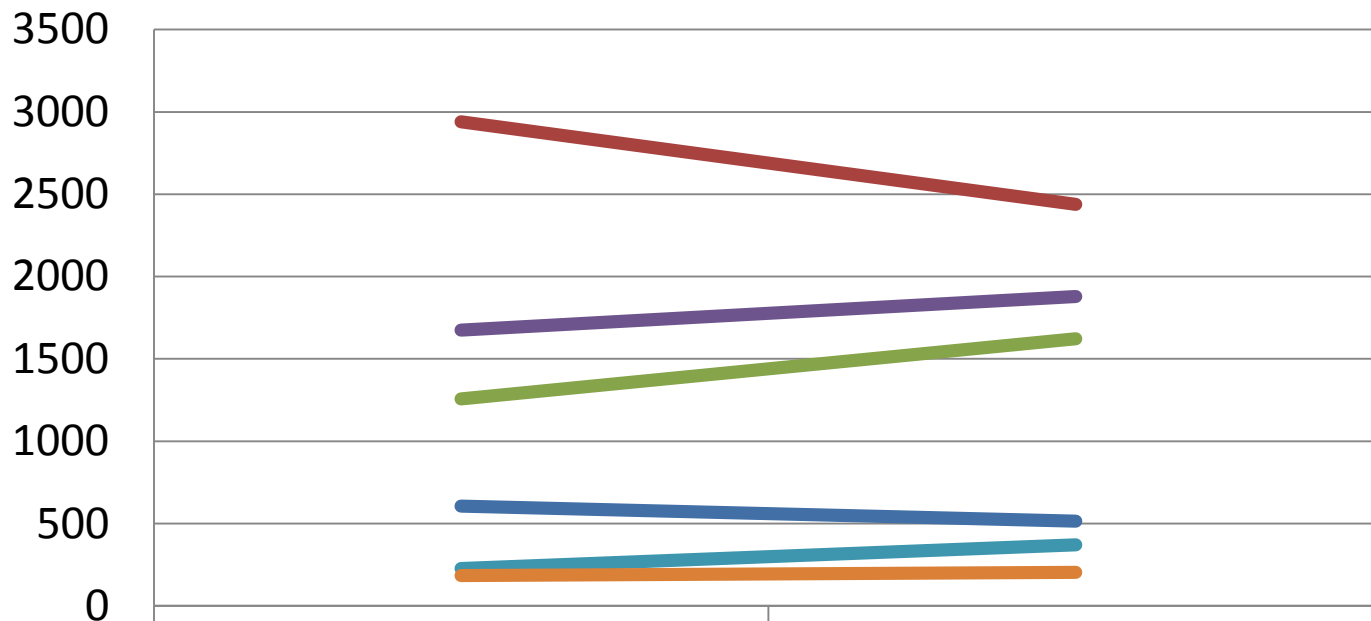
縮小するスポーツ用品市場

伸びる耐久性スポーツ用品市場

スポーツ用品：2007と2012の比較

矢野経済研究所、2013

億円



	2007	2012
— スキー・スノボ	605	515
— ゴルフ	2940	2438
— アウトドア	1256	1622
— シューズ	1675	1878
— サイクルスポーツ	226	370
— フィットネス	184	204

成長の背景

ヘビィデューティー

頑丈、重量感、男性向き、実用性、



ライトデューティー

軽量化、高機能化、携帯性と、新素材、
ファッション性、女性向き
(美ジョガー、山ガール)

アウトドアスポーツ市場の盛衰

衰退市場

登山
ワンダーフォーゲル
スキー
遠泳
キャンプ
バックパッキング



マストリーリズムの崩壊
イノベーションの枯渇

新興市場

- リバースポーツ
ラフティング、カヤッキング、
キャニオニング、カヌーイング
- スカイスports
熱気球、パラグライダー
- 持久系スポーツ
トライアスロン、トレイルラン、
MTB, ロードバイク
- アウトドアフィットネス
- ノルディックスポーツ

アウトドアスポーツ市場の背景

- 有望性: 豊かな自然資源

 - アクセス=LCC、高速道路・鉄道網

 - パウダースノーとコーラルリーフ

 - アウトドアスポーツへの社会化: 世代効果

- ライフスタイル化する「するスポーツ」

 - 伸びるアウトドア用品需要

 - アジア全体での隆盛

- ハイテクで贅沢な野外文明を楽しむ風潮

スポーツツーリズム とは？

スポーツで
人を動かす
仕組みづくり



スポーツツーリズム 推進基本方針(2011)

- ① 魅せるスポーツコンテンツ
づくりとスポーツ観光まちづくり
- ② 国際競技大会の積極的な
招致・開催
- ③ 旅行商品化と情報発信の推進
- ④ スポーツツーリズム人材
の育成・活用
- ⑤ JSTAの創設



- ・観光地域づくり委員会
- ・旅行商品造成委員会
- ・広報・情報発信委員会
- ・施設魅力化・規制緩和
委員会
- ・国際交流・大会等誘致
委員会
- ・人材育成委員会





JSTA JAPAN
SPORT
TOURISM
ALLIANCE

●
入会案内の
手引き



問い合わせ先：
一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
(JSTA) 事務局

〒169-8050 東京都新宿区西早稲田一丁目6番1号
早稲田大学120-1号館スポーツナレッジ研究所405号室内
TEL：070-6552-8630
E-mail：info@sporttourism.or.jp
URL：http://sporttourism.or.jp

ご入会について



会員メリット

- JSTA主催のシンポジウム、会議への参加
- JSTA主催のマッチング会への参加
- 各種シンポジウムへのご連絡
- JSTA公式HPでの掲載



年会費（年度）

- 法人会員 1口 30万円以上
(うち公益法人等 5万円以上)
- 自治体会員 1口 5万円以上
- 個人会員 1口 1万円以上

ご入会希望の方は、
下記メールアドレスまでお問い合わせ下さい。

✉ info@sporttourism.or.jp

法人会員及び自治体会員にあっては、法人又は団体の代表者として本法人に対してその権利を行使する「善代表者」を1名定め、善代表に届け出る必要があります。なお、個人会員は、所属する法人または団体としての権利行使や事業参加はできませんが、一般事業（商標などを含む）についてオブザーバー参加は可能です。本機構では、「入会申込書」を受理すると、前年の年費（入会及び協会情報による標準会における可否の決定、本人への通知）後、下記の年会費の請求書を送付いたします。年会費の納入が完了すると、会員として登録され、会員用紙の発行や各種委員会・事業への参加などの活動が可能となります。ただし、自治体が入会を希望される場合は、会費の納入の際でも会員として登録し活動も認められる場合があります。

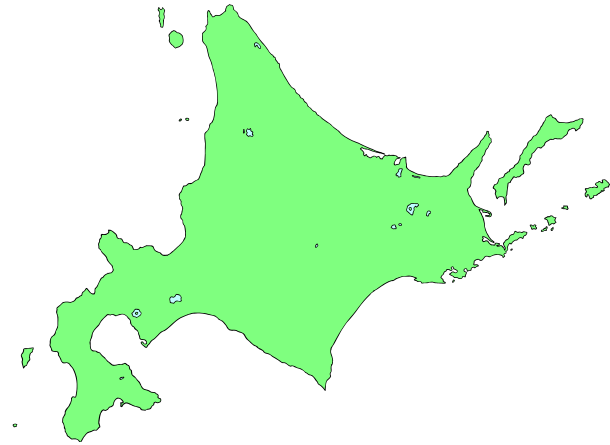
スポーツツーリズムの視点

- 35万人の参加者と300大会への増加
- 見るスポーツとしての可能性
- トライアスロンで人が動く＝自治体に経済的な波及効果が生まれる

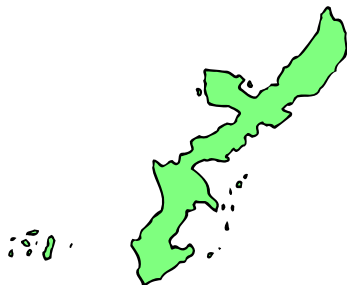


1大会約3000万円の
直接的な波及効果



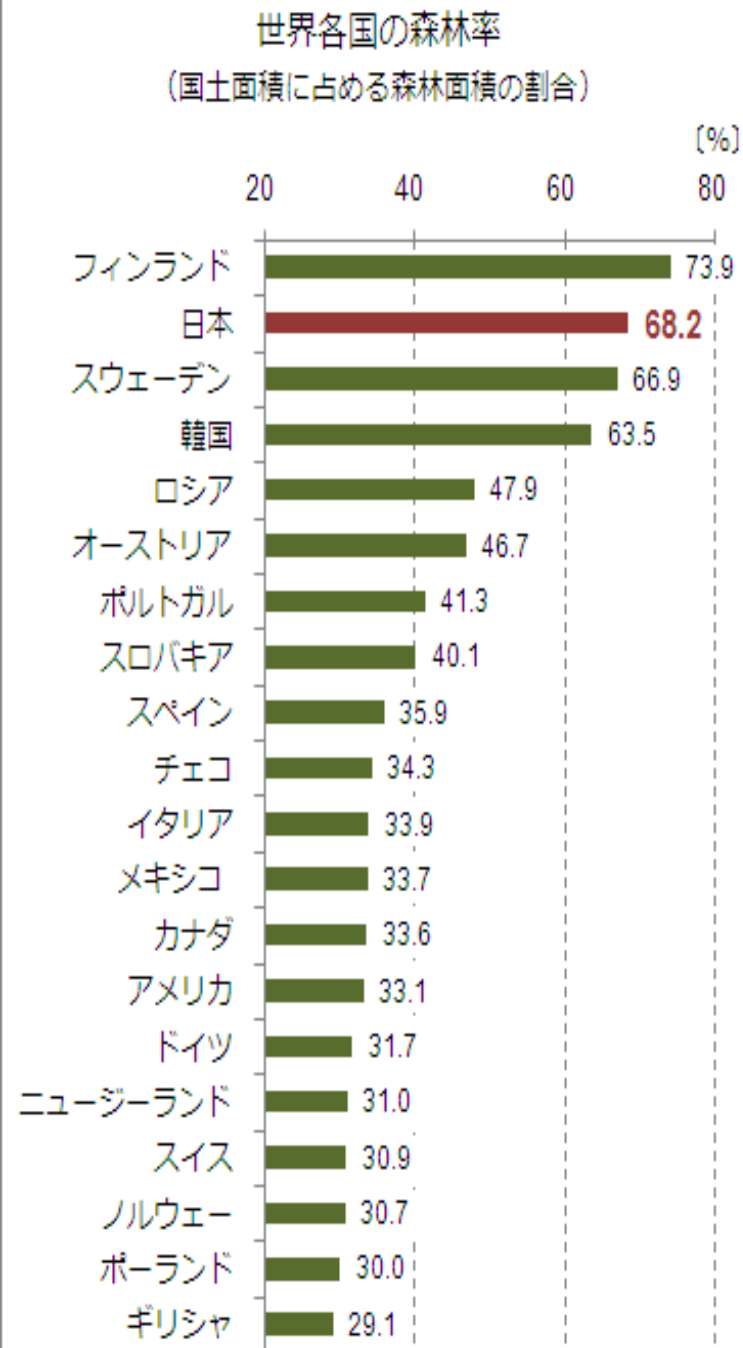


最北端である北海道宗谷岬(北緯45度52分)
から最南端の波照間島(北緯24° 02) =
西海岸のシアトル(47度30分)からアメリ
カ最南端のフロリダ州キーウェスト(北緯24
度33分)と同じ



豊かな自然資源

- アウトドアスポーツイベントの多様性
 - ・季節(春、夏、秋、冬)
 - ・場所(海、山、空、森、川・・・)
- 国土の68.2%が森林
フィンランドに次いで
世界で2番目の森林率
- ノルディックスポーツの可能性
(ウオーキング、スキーイング
ブレーディング、スノーシューイング)



島嶼部性

- 陸地の面積に比べてどの程度海岸線の距離が長いかを示す概念（海岸線の距離 ÷ 陸地の面積）
- 6000以上の島がある日本は、7000以上の島からなるフィリピンに次いで世界で2番目である



エンデュアランススポーツ の普及

どうマーケティングするか？



Endurance sports

●エンデュアランススポーツは、長距離や長時間行われる競技で、有酸素運動をとこなう。持久系スポーツとも訳される

●競技種目：クロスカントリー、デュアスロン、マラソン、トライアスロン、ウルトラマラソン
ヒルクライム、



ニューエンデュアランススポーツ

- エンデュアランスという言葉には、「耐える」「きつい」「長い」「苦しい」といったネガティブなニュアンスがともなう
- しかしスポーツ振興の立場に立てば、「克服」「成長」「訪問」「交流」「観光」というスポーツ参加のポジティブな面を強調すべき
- 新しい視点を備えた耐久性スポーツとしてのニューエンデュアランススポーツ(NES)の提唱

NESの特徴

- 個人で参加できる(手軽さ)
- いつでも参加できる(障壁の低さ)
- 「する」「見る」「訪れる」「挑戦する」「克服する」といった要素を備える(動機が多様性)
- ファッション性が高い(流行)
- 個人のライフスタイルと深く関わる(日常生活化)
- 環境意識を啓発する(環境志向)

キーワード



- ・エンデュアランススポーツ
- ・ライフスタイル化
- ・トランスファー促進のマーケティング



ビジネスとしてのトライアスロン

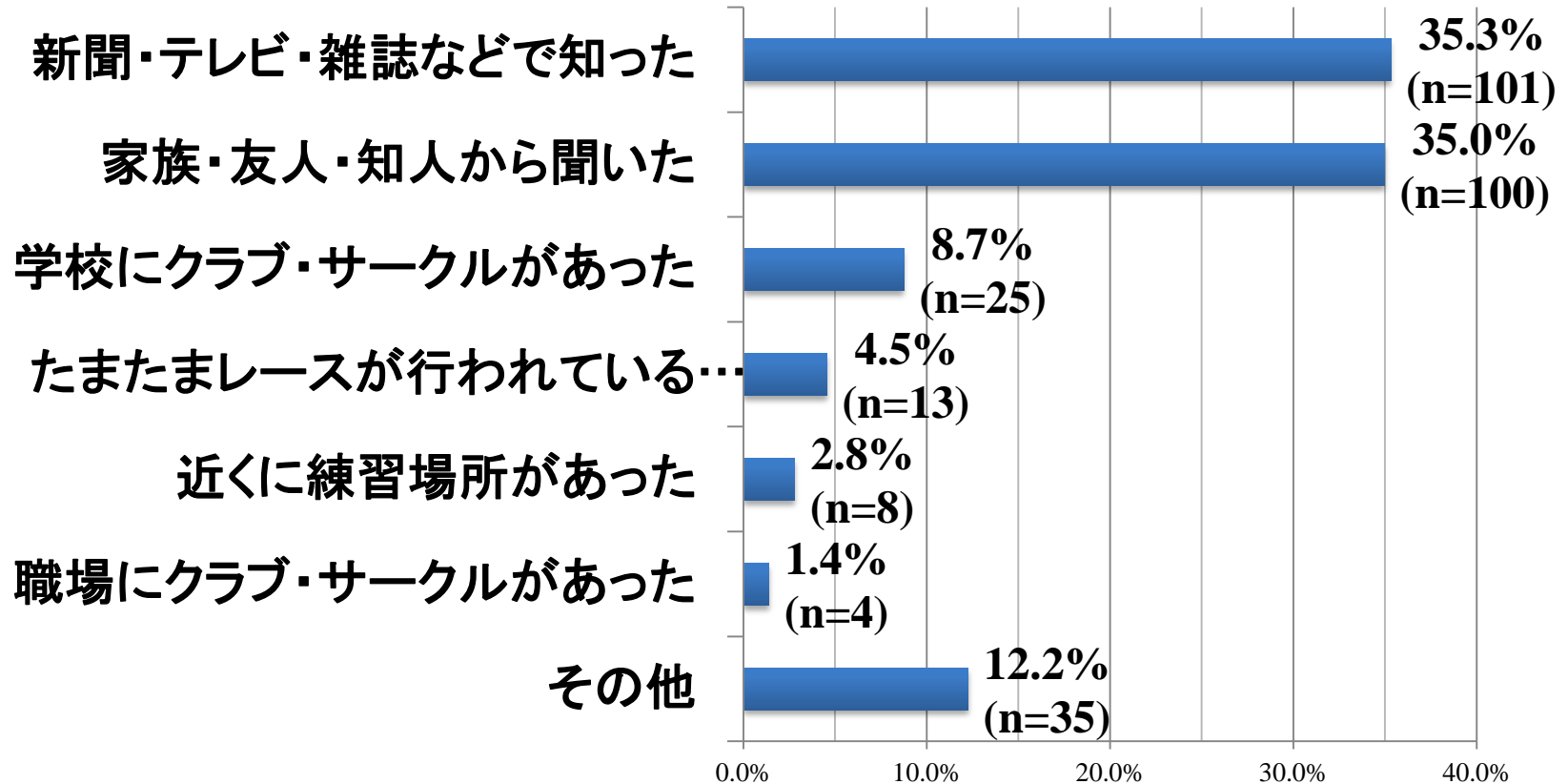
有望な市場

- 04年から09年：サイクルスポーツの国内出荷指数推移は154%の成長を見せる
- スポーツ自転車市場は2040億円で前年比3%増
(2012年レジャー白書)
- 30～50代の男性を中心に自転車愛好家が増加
- 大会参加者の持続的増加
- 年次調査によるマーケットの理解
- 2008石垣島TA大会の経済効果：5億8100万円
(おきぎん経済研究所)

トライスロン競技者の特徴

- 中学・高校の部活動にない
 - － 競技への社会化が比較的遅い
 - － 学校の先生が社会化エージェントでない
- 他競技からのトランスファーが多い
 - － 古い体育会的枠組みに縛られない
 - － 競技の境界性が低い(逆トランスファーもある)
- 健康志向(フィットネス)と環境志向(アウトドアスポーツ)の特徴を持つ

トライスロンを知ったきっかけ



トライスロン競技者の特性

- サンプルの平均年齢：37.3歳
- 男女比：76.5%対23.5% (n=284)
- 競技開始年齢：平均29.0歳
 - チームスポーツに比べるとはるかに遅い
- 競技年数：平均8.3年
- 自由裁量所得：53,034円 (サラリーマン平均45,600円)
- 同伴者数：平均3.9人 (3割は1人で参加)
 - 個人種目だがレース参加は社会行動

トリスロン競技者の行動的特性

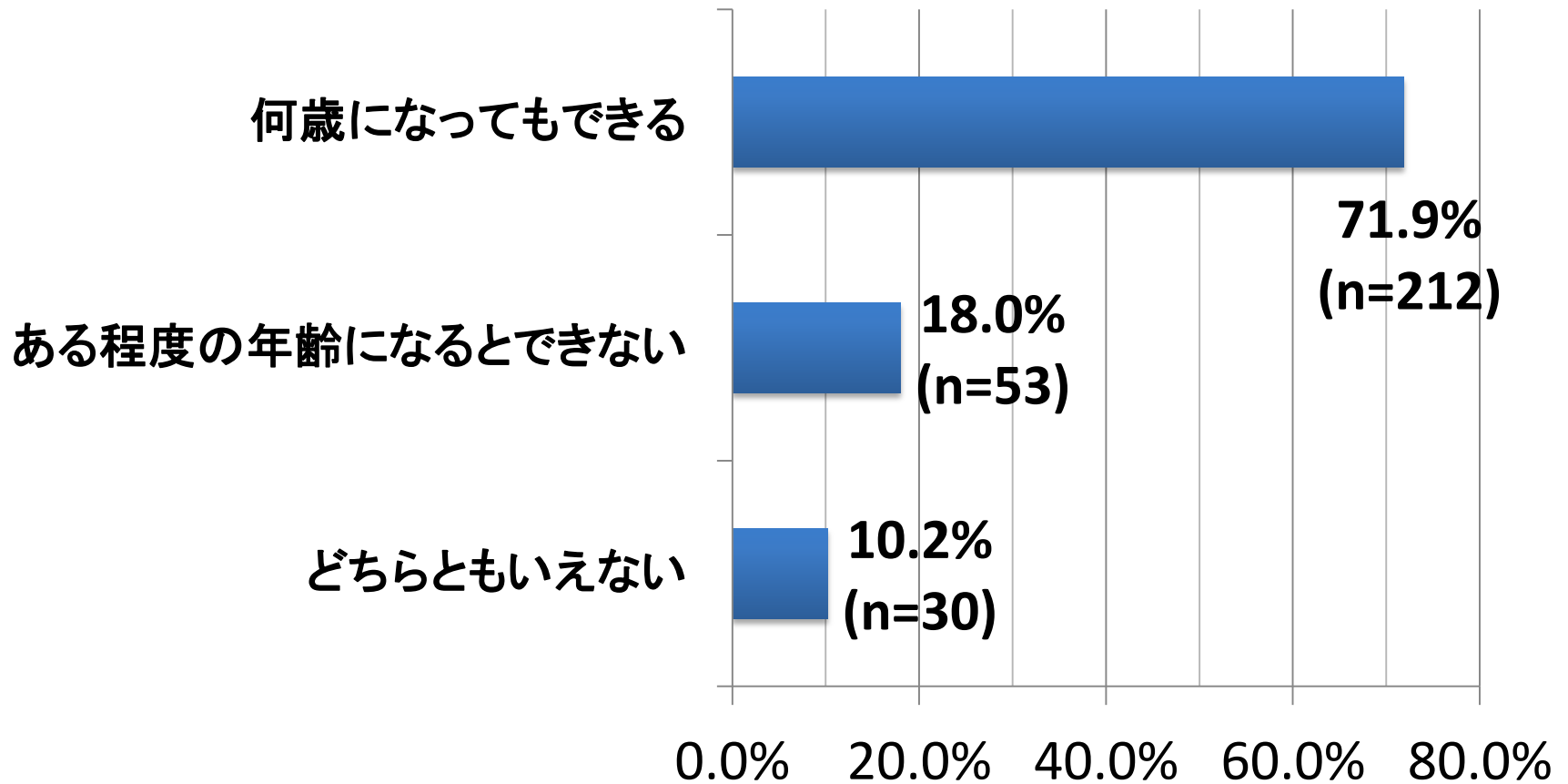
AGELESS: 脱年齢

CONTINUITY: 継続性

NO LIMITS: 無限界

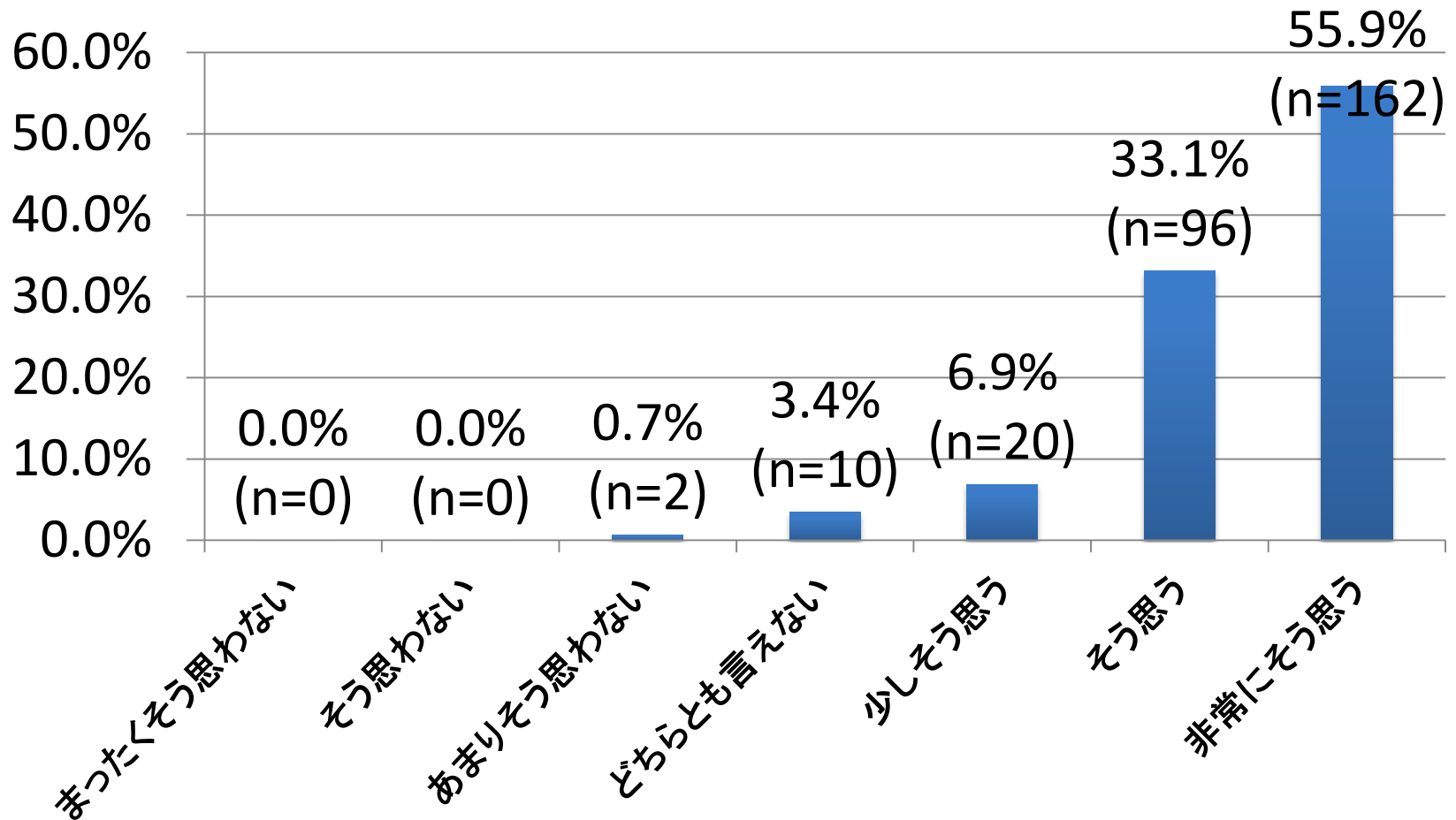
SOCIAL BEHAVIOR: 社会行動

脱年齢: Ageless



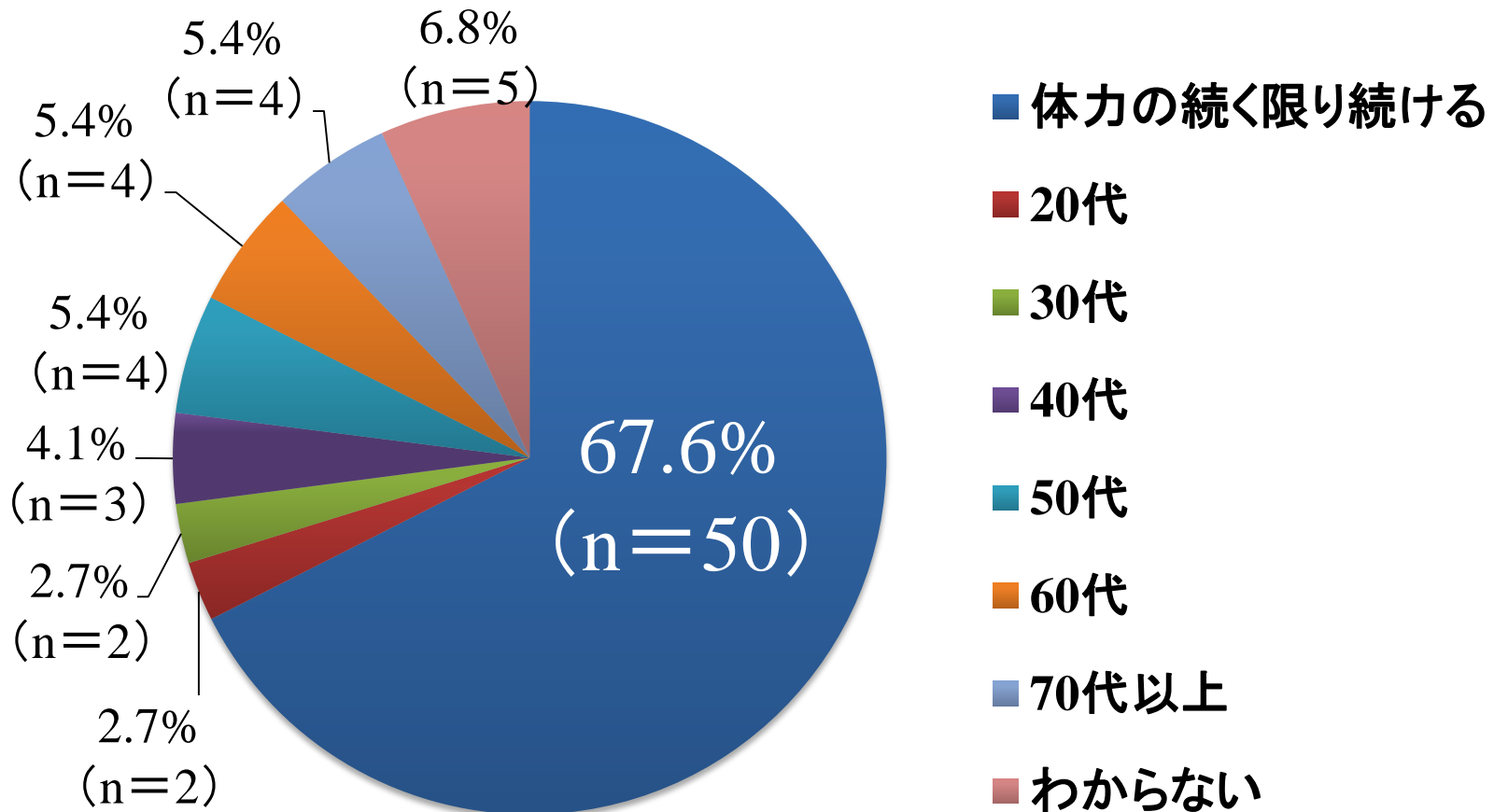
トライアスロンはいつまでできるスポーツですか？

継続性: Continuity



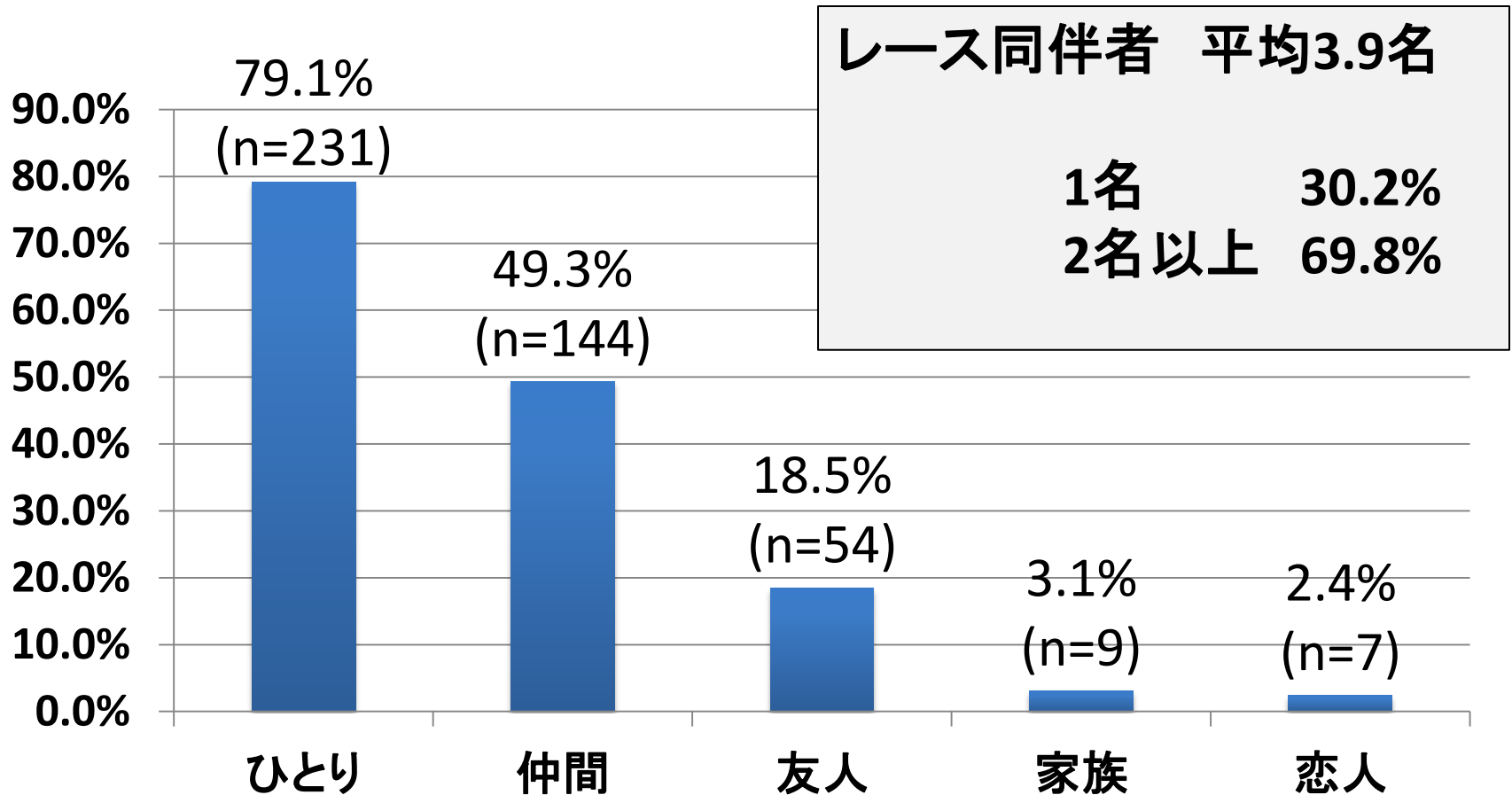
トライアスロンをこれからも続けますか？

体力が続く限り：No limits



トライアスロンをいつまで続けますか？

社会行動: Social Behavior



練習は誰と行いますか？(重複回答)

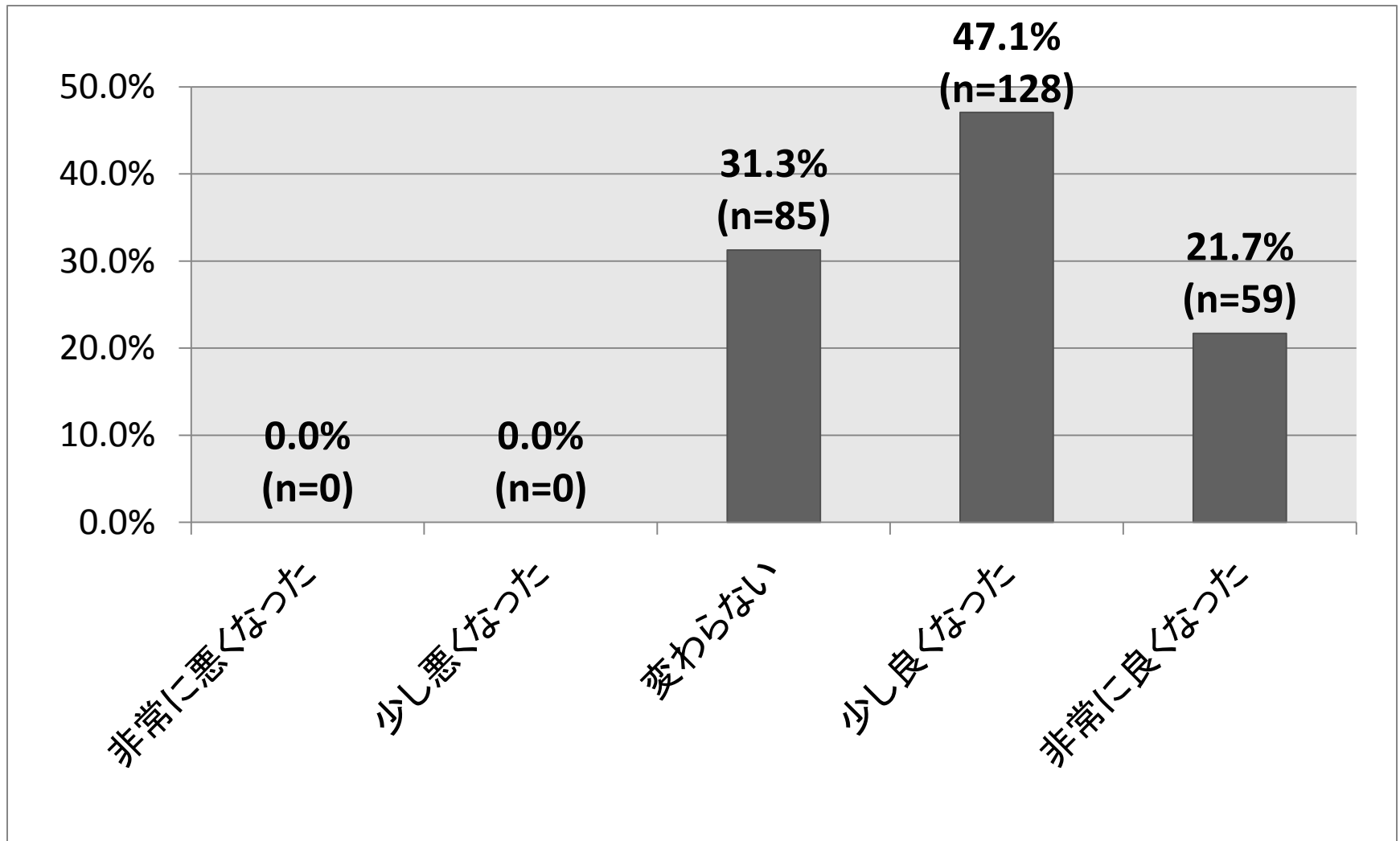
トライアスロンを始めた理由

年齢	1位	2位	3位
全体	興味・関心	友人	挑戦
29歳以下	興味・関心	家族	競技特性
30代	友人・挑戦	興味・関心	競技特性
40代	興味・関心	友人	フィットネス・ バイク
50歳以上	興味・関心	フィットネス	友人

トライアスロン参加者に共通する動機

1. 克服・挑戦・成長しようとする動機
2. 自分が目立ちたい、ブランド化したい動機
3. 達成感と成就感を味わいたい
4. **スポーツツーリズム：観光動機**
5. ネガティブな動機
6. 興奮し、熱中できるという感情発露の動機

イベント協賛企業へのイメージは？



市場分析

- 増加する中高年コアホートが好むスポーツ
ギア・スポーツ、ファッション、挑戦、エコ
年齢に関係ない“with aging”なスポーツ
年齢とともに変わる参加動機
挑戦・克服からツーリズムや健康へ
- 地域を活性化するスポーツ観光型イベント
発地型(いこうよ)観光から
地域主導型(おいでよ)観光へ(大社、2010)

2012年度調査

2012世界トライアスロンシリーズ横浜大会

調査対象: エリートレース観戦者・エイジレース参加者

調査日: 2012年9月29日

①回収数: 430部 (配布枚数600部、有効回答428部)

②回収数: 454部 (配布枚数500部、有効回答454部)

第32回横浜マラソン大会

調査対象: 大会参加者

調査日: 2012年12月2日

調査場所: 山下ふ頭ゴール周辺

③回収数: 584部 (配布枚数600部、有効回答542部)

トライアスロン用具費用(円)

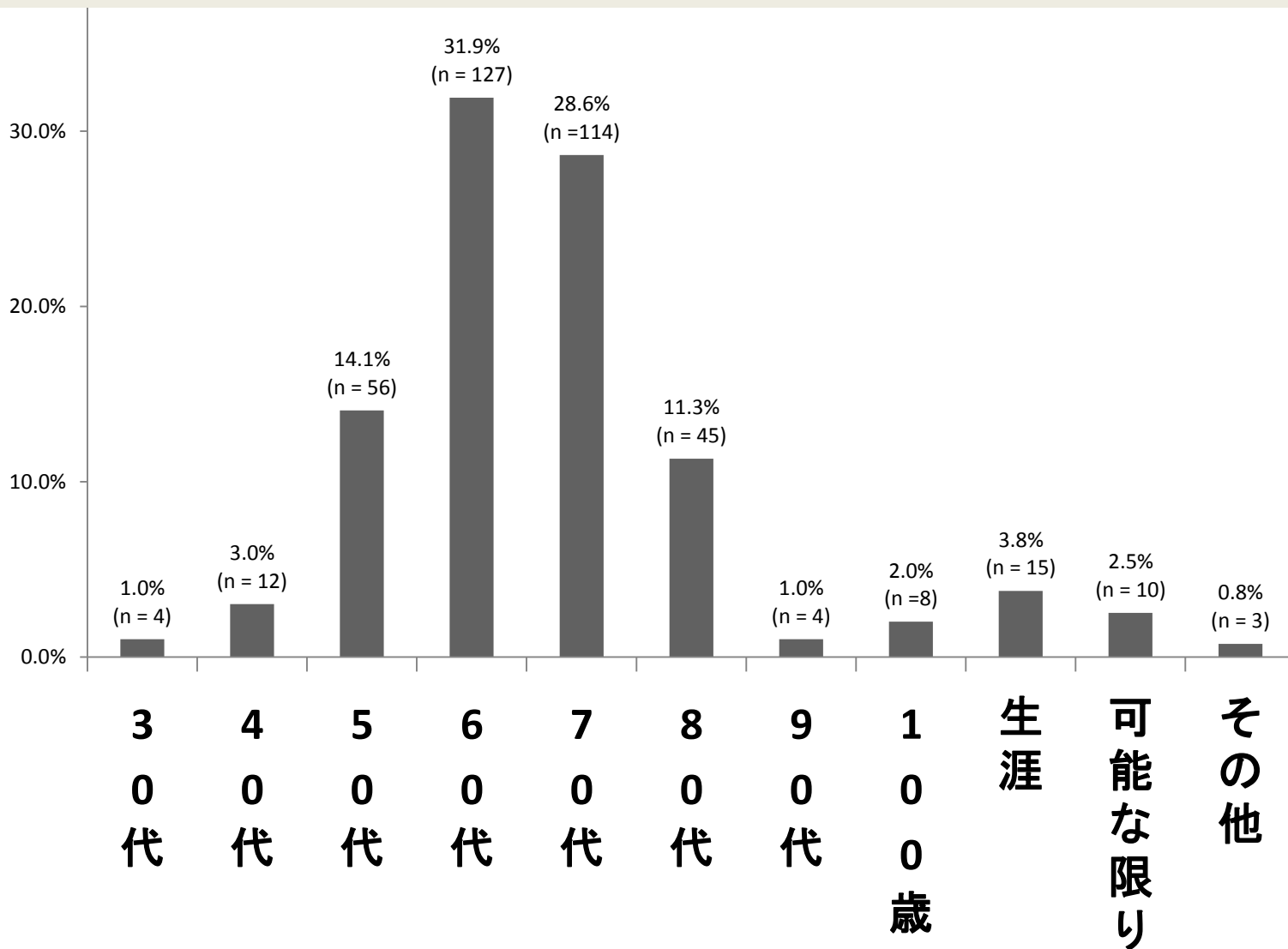
費目	2011	2012
バイク	435,574	385,973
ウェットスーツ	45,897	40,581
ランニングシューズ	25,045	12,459
1年間の消費額	392,170	351,247

●横浜大会2012 における2011調査と2012調査の経年変化

トライアスロン用具のブランド・メーカー

	1位	2位	3位
バイク	トレック (n = 42)	サーベロ (n = 26)	キャノンデール ジャイアント (各n = 25)
ウエット スーツ	アールスポーツ (n = 62)	2XU (n = 38)	オルカ ブルーセブン ティーン (各n = 33)
ランニング シューズ	アシックス (n = 112)	アディダス (n = 78)	ニュートン (n = 63)

トライアスロンの継続希望者(全体の96.9%)に聞いた継続可能年齢(横浜2012)



タイプ1: 流行追随型

勝利志向よりも自己目標の達成に重きを置く生涯スポーツ型

- ・全体の38.0%(男性87.0% 女性13.0%)
- ・平均年齢=44.0歳
- ・競技開始年齢=40.5歳
- ・競技年数=3.6年
- ・過去3年間の大会出場回数=3.0回
- ・1年間の用具使用費=323,306円

タイプ2: エリート型

競争志向、勝利志向でトップを目指す
エリート型

全体の13.1%(男性85.4% 女性14.6%)

平均年齢=38.4歳

競技開始年齢=33.2歳

競技年数=5.4年(最長)

自由裁量所得=53,815円(最高)

1年間の用具使用費=426,086円(最高)

同伴者数=1.7人



タイプ3:エイジ型

競争志向と生涯スポーツ志向の両方を持つ一般エイジ型

全体の48.9%(男性92.2% 女性7.8%)

平均年齢=42.7歳

競技開始年齢:38.4歳

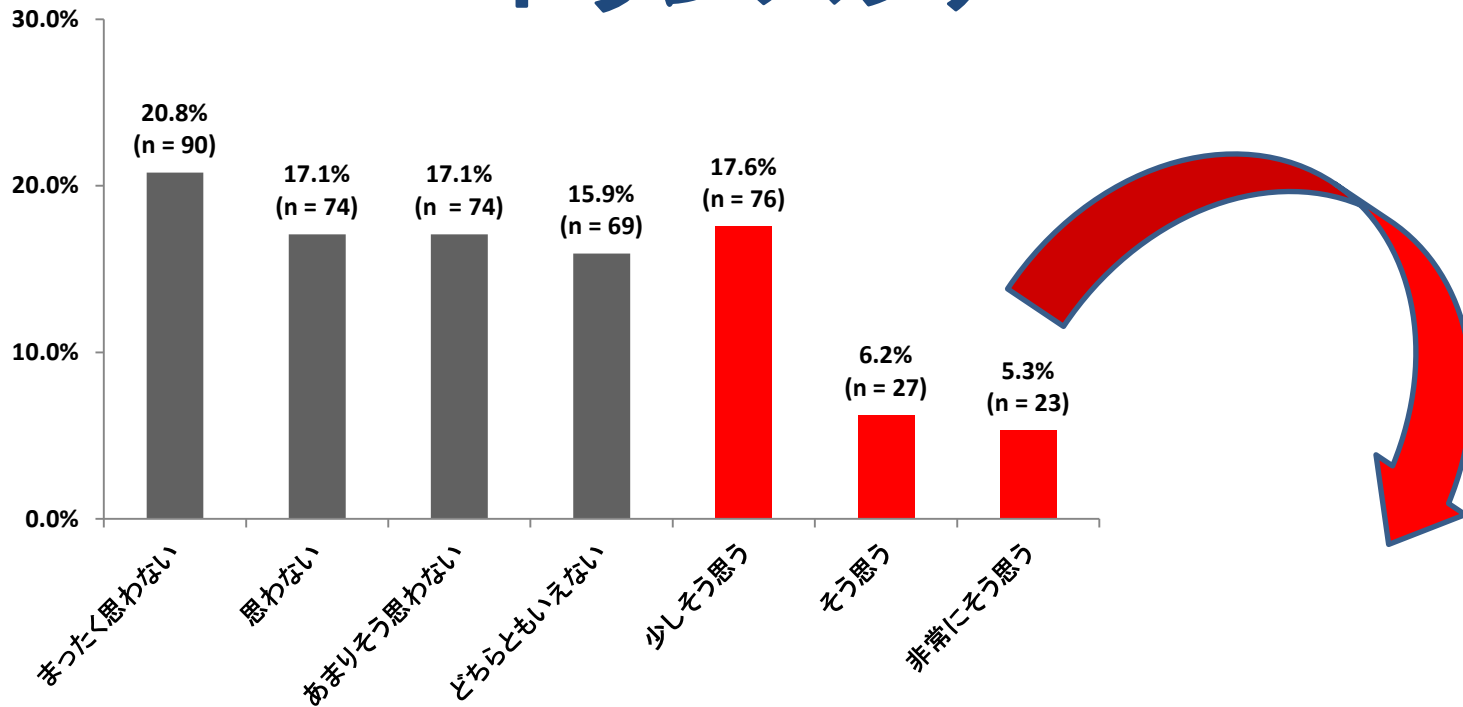
自由裁量所得・競技年数=タイプ1とタイプ2の中間

1年間の用具代:381,903円



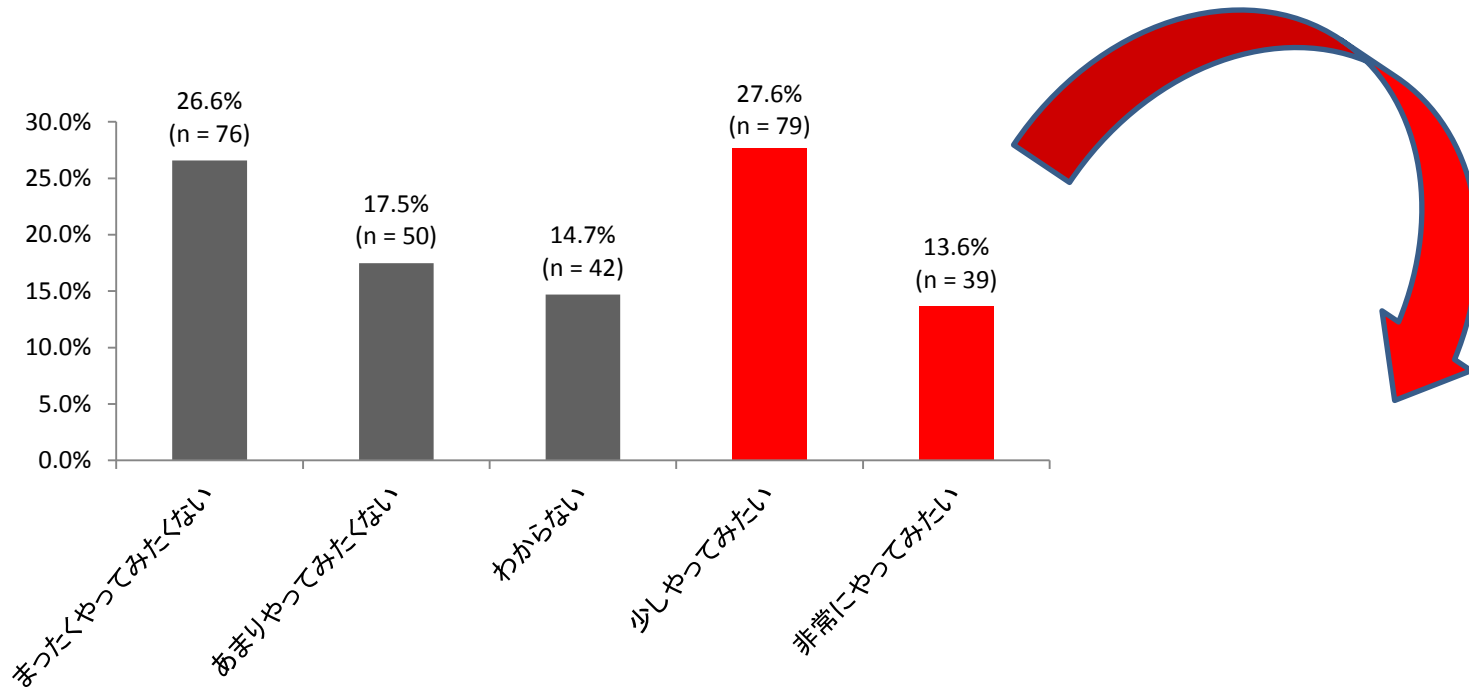
トランスファー： トライアスロンへの社会化

横浜マラソン参加者からの トランスファー



マラソン参加者で、トライアスロンに参加していない人 (N=461) の **29.1%** (N=126) が大会参加希望。理由のベスト3は、「とにかく一度はやってみたい」「達成感を得たい」「楽しそう」

横浜大会エリート観戦者からの トランスファー



観戦者 (n=392) に占めるトライアスロン参加者の割合は29.3% (n=115) で、70.7% (n=277) は未経験者だが、そのうち41.2% (n=118) は参加に積極的

トライアスロン参加の3大障壁

水泳 費用 時間

体力 自転車 年齢

さらなる普及に向けて

- マラソン大会との裏表開催
- 海外からの誘客
 - マラソンジャパン(2013年7月@ソウル)
- JSTAとの連携
- 初心者向け大会へのドアtoドアのサポート
- 世界のメッカへ