

アメリカにおけるスタンドアップパドルの発展と普及に関する研究

トップスポーツマネジメントコース
5013A313-0 河合 辰巳

研究指導教員：平田 竹男 教授

1. 背景

筆者はスタンドアップパドル（以下 SUP とする）のレースが盛んなアメリカに 2010 年より頻繁に遠征をし、競技に参戦しつつ、発展と普及の状況も観察してきた。この地域の現在における SUP のレースの発展と普及には目を見張るものがある。日本においても大会の参加者は増え続けているが、現在日本では世界トップクラスの選手が集まる国際大会はない。国際大会の開催は競技の発展と普及には欠かせないと考えている。

しかしながら、なぜアメリカにおいてこれほどに SUP が急激に普及を遂げたのか、その過程は不明である。

2. 目的

アメリカにおいて、SUP 愛好者が急激に増加している要因を解明し、日本における SUP の発展と普及に向けた施策を明らかにする。

3. 研究手法

1) SUP の発展状況

(1) アメリカを中心とした世界における SUP の発展の過程分析をするため、WEB や文献による調査とインタビュー調査を行った。

WEB や文献による調査では、次の 5 項目、①世界で発行されている SUP 専門誌の創刊時期②大手メーカー 2 社が発売したボードのモデルの数③世界中で開催された SUP のレース数④世界最高峰のレースであるバトルオブザパドルの年度毎の各クラス参加者数⑤SUP の競技スタイルを競技ごとに、競技の方法、開催場所を調べた。

(2) インタビュー調査

対象はカリフォルニアのサーフボードメーカーのオーナー、大手サーフブランドの元マーケティング・ディレクター等 8 名で、3 つの項目について対象者と研究者 1 対 1 の半構造的インタビューを行った。インタビュー内容の分析は、会話のうち発展に関する内容が含まれている部分をコードとして抜き出して、そのコードから発展に関する要素を抽出した。

2) 日本における SUP

(1) 日本全体の普及状況の調査

日本で開催された SUP のレース数の調査と日本におけるボード卸売業者オーナーとトッププロ選手等、5 名にインタビュー調査をした。インタビュー項目、実施方法、分析方法はアメリカと同

様にした。

(2) 三重県熊野市での普及について

三重県熊野市役所市長と同観光スポーツ交流課スポーツ交流係の担当者等、筆者が 2013 年 6 月 22 日に開催した SUP の体験会の参加者等、7 名を対象に、参加前と参加後に 3 つの半構造的インタビューを行った。インタビュー項目、実施方法、分析方法はアメリカと同様にした。また、同市の新鹿小学校 4 年生から 6 年生の生徒 20 名に対してマリンスポーツに対する関心度と、2014 年度の SUP 国際大会開催地である新鹿海水浴場についての意識を調査するためアンケートを実施した。

4. 結果

1) SUP の発展状況

全世界で発行されている専門誌 10 種類以上の内、4 種類がアメリカにて発行された。世界でのレース開催数は、図 1 のように世界的に増加していることがわかった。しかし、圧倒的にアメリカでの開催数が多く、アメリカが主体となって発展したことが確認できた。世界の代表メーカー 2 社の販売モデル数も増加していることがわかった。世界における代表的な大会は内陸の海に面していない湖や川のエリアでも開催され、多くの参加者を集めていることがわかった。バトルオブザパドルは順調に参加者数が増加していることがわかった。さらに、海、湖、川、などにおいて長距離や短距離のレースが行われ、波を利用したレースや波に乗る競技、風を背中から受け風波に乗るレース、激流の川を下る競技など、多種多様な競技スタイルが広がっていることがわかった。

2) 日本における SUP

日本においていくつかの動きが起きているが、そのほとんどはアメリカの影響を受けて発生したものであることが確認できた。アメリカと同様に日本においても SUP の愛好者の人口の増加と共に SUP のレース数も増加していることがわかった。

新たな大会の開催が決定するには、まず主催者側に積極的な担当者があり、トップが開催に前向きなことが重要であり、主催者側の担当者と何度も面談し、かつコミュニケーションを円滑に継続することが重要であることが確認できた。そしてインタビューの整理によって発展への要素が抽出された。熊野市の小学生へのアンケート調査からは自分たちが大人になる未来において、新鹿海水浴場がきれいで海水浴が可能で、大勢の観光客

が来て賑わう場所であることを望んでいることが確認できた。

5. 考察

アメリカにおける SUP はレース競技に注力し、簡単で比較的 안전한スポーツであったからこそ急激な発展を遂げたと考えられる。普及と同時に市場も拡大し、SUP の代表的なメーカーが多種多様のデザインのボードを販売するに至った。アメリカにおいては今後も世界における普及をリードしていくと思われる。代表的なメーカーはほとんどがアメリカのメーカーであり、市場もアメリカが最も大きい。日本における SUP の発展と普及を考えると、やはりアメリカと同じくレース競技に注力すべきであろう。

レース競技はフラットウォーター（静水）であれば特別な技術や経験が必要なく、誰でも簡単に参加可能であるし、カヌーやマラソンやロードバイクの大会のように数百人が同時に参加することが可能だからである。一方、SUP の競技の一つであるウェイブパフォーマンスを例に挙げると、波に乗るという高い技術も持っていないと参加することが難しく、採点競技であるため観戦者にとってどこでどのような理由で勝敗が分かれたのかわかりにくい。SUP はカヌーのように、波がなくても漕いで進むことができるため、レースという競技が成り立ち、波の有無によって開催決定が左右されることはない。そのため、ほぼ確実に大会が成立するというメリットがあり、企業側にとっては大会へのスポンサードへのリスクが低いと言える。このような理由から、アメリカでは、多くの大会主催者はウェイブパフォーマンス競技ではなく、レース競技に注力するようになっていったと推察される。特に 2008 年にカリフォルニアで第一回のバトルオブザパドルが開催されてからはアメリカの SUP シーンは急速にレース競技に傾倒していった。その結果、現在 SUP はアメリカ全土において、マラソンやロードバイクのような健康に良い持久系のスポーツとして定着している。

また、フラットウォーターで SUP を行えば、波がある場所で行うサーフィンよりも、遥かに安全かつ簡単であるため愛好者が増えたと考えられる。

さらに、同時に多くの人に参加できること、結果と順位がわかりやすいレースの開催回数が増えることは、競技の発展と普及に効果的であることが示唆された。

SUP はアメリカのカリフォルニアを中心として発展し、全米各地に普及していった。日本においても町興しをしたいと強い願望を持つ地方自治体と共同でレースを開催することが普及への足掛かりになるのではないかと考える。地方自治体と一緒に大会と体験会を開催し継続することが重要である。継続には地域で指導するイン

ストラクターの養成も必須であり、ボードの保管場所も必要である。一方で、国際大会開催には選手と関係者以外の観光客を世界から誘致する戦略も必要であろう。

6. 結論

アメリカにおける SUP はレース競技に注力したからこそ急激な発展を遂げたということが明らかとなった。

日本においても普及のためにレースに注力し、簡単で比較的 안전한スポーツであることをアピールすることが発展につながると思われる。また、このスポーツの素晴らしい魅力を伝えるためにも、地方自治体と協力し、大会や体験会の開催などの普及活動を継続し、町興しと絡めた普及活動を実施し継続していくことによって、地域の方々に愛されるスポーツになることが必要である。こうした活動の継続が、日本における SUP の発展と普及を促していくと考える。

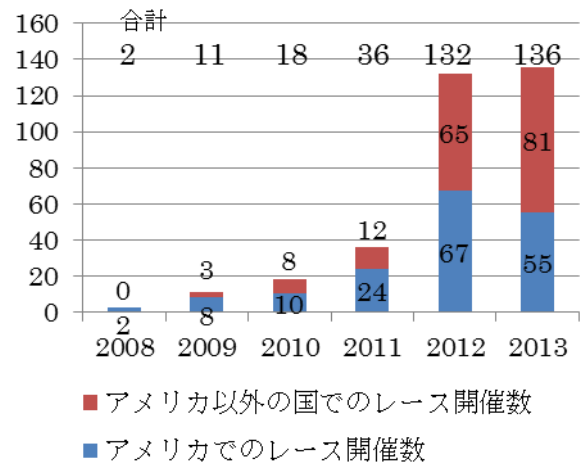


図 1 世界でのレース開催数

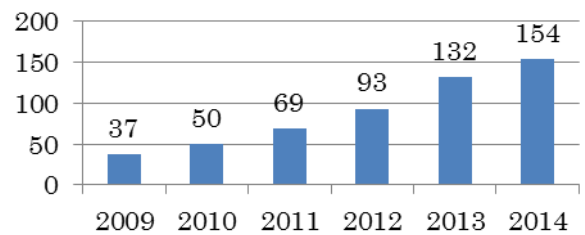


図 2 代表メーカー 2 社の販売モデル数合計

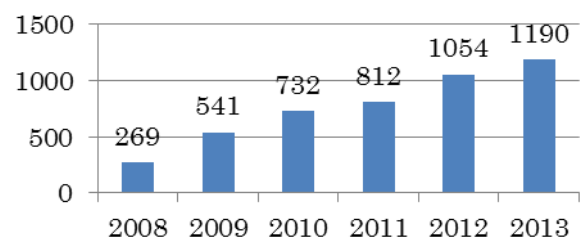


図 3 バトルオブザパドルの延参加人数