

# ゲートボールの普及 ～若者と競技者の融合を目指して～

阿部 新大 弘田 葉澄

(高知工科大学経済・マネジメント学群 前田研究室 3 回生)

## 1. はじめに (背景)

ゲートボール人口の減少に伴い、日本ゲートボール連合は、2018 年に「ゲートボール再生プロジェクト」および

ゲートボール “beyond2024” 構想を立ち上げた。この計画は、小学生の普及展開、大学スポーツへの展開、イメージ転換とブランディング、リメイク・リモデル、ネットやゲームへの展開、都道府県団体の再生に努め、競技人口の増加に繋げていくものである。

筆者らの所属する研究室も、本プロジェクトに協力をしており、高知県ゲートボール協会による体験会などにも積極的に参加してきた。その中で見えてきた課題としては、競技者の年齢層が高く、若い競技者が非常に少ないことに加え、若い人たちがゲートボールに参加できるようなブランディングが確立されていない事である。そこでゲートボールの競技人口を増加させるために、若い人たちにどのようにアプローチすべきかに焦点を当てた。

本研究の目的は「若い競技者を増やすためにはどうすればよいのか」を検討することである。

## 2. 方法

調査は、学生への「ゲートボールに対するイメージ変化」についてのアンケート調査と、競技者の「若者がコミュニティに入る事」についてのインタビュー調査によって構成された。学生へのアンケート調査は、2021 年 10 月 8 日～2021 年 10 月 13 日で行われ、ゲートボールを初めて実施する複数の学生に対して、実施前・実施後に行われた。内容は、堀本 (2020) で使用したゲートボールのイメージに関する 16 項目に加え、オリジナルの自由記述 1 項目を加えた。体験後はゲートボールを実際に体験しての感想や今後もやってみたいか、楽しかったか、周りに勧めたいかどうかの 5 項目を加え回答を求めた。競技者へのインタビュー調査は、2021 年 10 月 11 日に、高知県立春野総合運動公園で開催されたゲートボール体験にて行われ、項目としては「大学生とゲートボールをしてみてもうどうだったのか」「ゲートボールにはどのような魅力があるのか」「若者と高齢者の間でゲートボールのプレーにおいて違いを感じるか」「ゲートボールを普及するためにどうすればよいと思うか」などであった。

## 3. 結果

学生へのアンケート調査の結果、ゲートボールに対するイメージの内、最も変化した項目は「保守的」から「進歩的」であった。他にも、「古い」から「新しい」、「つまらない」から「楽しい」、「個人」から「チーム」、「のんびり」から「気ぜわしい」、というイメージの変化が見られた。

競技者へのインタビュー調査の結果、「大学生とゲートボールをしてみてもうどうだったか」という問いについては「第一に楽しかった。若い人が混じっても違和感や閉塞感は無かった。高齢者である私たちから見ても大学生は楽しそうに見えた。」という回答が得られ、「ゲートボールを普及していくためにはどうすればよいか」という問いについては、「ゲートボールは頭を使う楽しさは、見たり聞いたりするだけでは伝わりにくいため、まず若い人達にゲートボールを体験してもらうことが大事」という回答が得られた。

## 4. 考察・まとめ

本研究は、「若い競技者を増やすためにはどうすればよいのか」を検討することを目的に、アンケート調査とインタビュー調査を行った。学生のアンケート調査からはゲートボールに対してポジティブなイメージ変化が見られた。それは、ゲートボール未体験者のイメージがあまり良いものではないことが影響していると考えられる。競技者へのインタビュー調査の結果からは、既存競技者の若者に対しての違和感や閉塞感はなく、若者がゲートボールをすることを非常に前向きに捉えていることがわかった。

これらの結果から、学生は実際にゲートボールを行うことで満足感を感じており、競技者は若者とゲートボールをすることで充実感を感じており、またゲートボールの普及には若者の存在が貴重であると捉えていると考えられる。両者をうまくつなぎ、継続的なゲートボールのブランディングを構築するためには、実際に若者にゲートボールをプレーしてもらうということが必要であろう。

具体的な提案としては、高校生の体育の授業にゲートボール体験を組み込んでもらうことである。他には、既存競技者の中の若者とゲートボールを体験するイベントを開催することである。そうすることで、同じ年代の方たちとプレーをすることでより身近にゲートボールを感じることができ、若者の競技者増加に繋がるのが考えられる。