

イベント終了報告書

****アンケート結果と分析****

イベント名 : かながわレクリエーション大会2023
開催日時 : 2023年9月24日(日)10:00~15:00
会場 : 県立スポーツセンター 藤沢市善行7-1-2
主催 : 神奈川県 / 特定非営利活動法人神奈川県レクリエーション協会
来場者数 : 52名
アンケート対象 : 33名(来場者中協力頂けた方)

		ページ
INDEX	1 総括	2
	2 個別集計1	3
	3 個別集計2	4
	4 来場者分析	6
	5 ビリヤードへの興味	7
	6 このイベントにおいてビリヤードを試すきっかけ	8
	7 ビリヤードの印象・魅力(複数回答)	9
	8 料金についての意見分析	10
	9 ビリヤードプロ団体・プロ選手の認知度	11
	10 ビリヤードプロ団体・プロ選手の認知度と料金に関する意見の関係性	12
	11 ビリヤードへの興味と料金に関する意見の関係性	14

1. 総括

本調査結果を踏まえた総括に先立ち、調査データの信頼性についていくつかの前提条件を明確にしたいと思います。参加者52名のうち小学生以下の子供が含まれていたためアンケートが取れない人数がいました。そして、本データは分母が少なく、特に10代以下および20代といった若年層の参加が低い(本大会の当日は藤沢市民祭りという大きなイベントも同日行っていて若年層の参加が昨年よりも減少しました)ことから、偏った結果を示している可能性があります。この為、今後も継続して調査やイベント企画を実施し参加層を広げ、より多様な意見を取り入れる。このような積み重ねが信頼性を高める条件となります。

本データの分析から、特筆すべきは、男女間での料金に対する感覚の違いです。女性の約7割がビリヤード料金を「安い」と感じていることが明らかになりました。これは一般的な消費行動においても女性が美容院や趣味、自己啓発に対してより多くの予算を割いているという個人的な感覚とも一致します。この洞察は、料金設定やプロモーション戦略を考える上で有益な情報になりうるのではないかと感じます。

また、女性の集客に関しては、競技性や勝敗の追求よりも、ビリヤードを上達させるためのレッスン提供や、社交・コミュニケーションの場としての利用、さらには自己啓発の一環としてのアプローチが効果的と考えます。本調査から女性は趣味や自己投資にお金をかける傾向にあることが窺えるため、ビリヤードを単なるゲームではなく、スキルアップや個人的成長、リラクゼーションの手段として位置づけることができれば、新たな女性顧客層の獲得が見込めそうです。

ビリヤードの楽しさをより広く伝えるためにも、レッスンプログラムやイベントの企画を通じて、ビリヤードの「体験」そのものに価値を見出す女性の方々へアプローチすることが、普及活動の大きな鍵となります。

加えて、本イベントを支えていただいたすべての協賛企業様への感謝の意を表します。

神奈川県ビリヤード協会としては、来年もビリヤードの普及活動を積極的に継続し、レクリエーション大会を通じて更に多くの方々にビリヤードの魅力を伝えていく所存ですので、今後とも、皆様の変わらぬご支援とご助力を賜りたく、心よりお願い申し上げます。

2023. 11. 7 神奈川県ビリヤード協会

2. <個別集計1>

設問1	今回のビリヤード体験はいかがでしたか？	
1	非常に楽しかった	24
2	楽しかった	9
3	普通	0
4	あまり楽しくなかった	0
5	全く楽しくなかった	0

設問2	ビリヤードをやったことはありますか？	
1	初めてだった	18
2	以前に何回かやったことがある	15
3	定期的にプレイしている	0

設問3	ビリヤードに興味はありますか？	
1	強く興味がある	12
2	少し興味がある	18
3	中立	3
4	あまり興味がない	0
5	全く興味がない	0

設問4	性別	
1	男性	20
2	女性	13
3	その他	0
4	回答しない	0

設問5	年齢層	
1	10代以下	4
2	20代	3
3	30代	2
4	40代	6
5	50代	5
6	60代以上	13

設問6	職業	
1	学生	4
2	経営者・役員	0
3	会社員	10
4	パート・アルバイト	4
5	公務員	2
6	自営業	3
7	自由業	1
8	専業主婦・主夫	2
9	医師	0
10	士業(公認会計士・弁護士・税理士・司法書士)	0
11	家事手伝い	0
12	定年退職	0
13	無職	7
14	その他()	0

設問7	このイベントでビリヤードを試すきっかけとなったものは何ですか？(複数回答)	
1	スタンプラリーのため	16
2	マンガ・アニメの影響	0
3	試合・レッスン・チュートリアル動画	2
4	ゲームの影響	1
5	テレビの影響	2
6	有名人や友人の影響	1
7	SNS (Twitter, Instagramなど)	1
8	その他(※)	10

3. <個別集計2>

設問8	ビリヤードをお店でやらない理由は何ですか？(複数回答)	
1	アクセスの難しさ	1
2	場所がわからない	8
3	費用がかかると思う	4
4	興味が無い	0
5	難しそうだから	4
6	お店に入りづらい	13
7	他の趣味や興味が優先	4
8	きっかけが無い	12
9	一緒に行く人がいない	4
10	教えてくれる人がいないと無理	3
11	特に理由はない	6
12	その他()	0

設問9	ビリヤード場のプレイ料金は1人1時間600~800円が相場です。3時間パックを行っているビリヤード場では300円ほど割引されることが多いです。料金についてどう思いますか？	
1	すごく安い	2
2	わりと安い	14
3	普通	14
4	わりと高い	2
5	すごく高い	1

設問10	ビリヤードに対するあなたの印象や魅力的な部分をおしえてください。(複数回答)	
1	非常にポジティブ	3
2	ややポジティブ	9
3	中立	4
4	ややネガティブ	1
5	非常にネガティブ	0
6	ショットの技術	7
7	ゲーム戦略	4
8	友人や他の人々との交流	2
9	リラックス・ストレス解消	7
10	カッコ良い	6
11	知的	7
12	エレガント・高級	4
13	庶民的	0
14	専門的で敷居が高い	7
15	アクセス可能で手軽	1
16	その他()	0

設問11	ビリヤードのプロ団体やプロ選手を知っていますか？	
1	はい、良く知っている	2
2	何となく聞いたことがある	5
3	いいえ、まったく知らない	25
4	無回答	1

<考察>

アンケート結果を見ると、参加者の多くがビリヤードを楽しんでおり、多くが初めてか何回かの経験者であることがわかります。ここから、普及活動の戦略をいくつか企画することができます。

初心者へのアプローチ強化:

親しみやすい環境を提供し、初心者が楽しみながらビリヤードを学べる場を作ることで継続的な関心を促進できると考えられます。

入店障壁の軽減:

お店に入りづらいと感じている人が多いので、初心者や一人でも気軽に入れるようなキャンペーンや環境づくりが重要です。例えば、初心者歓迎の時間帯を設けたり、ソーシャルイベントを開催するなどです。

料金体系についての意識:

料金に関しては「普通」または「わりと安い」と感じている人が多いものの、割引があることを知らない人もいるかもしれません。そのため、料金プランの詳細やお得な情報をより積極的に宣伝することが必要です。

プレイの魅力の強調:

ショット技術やリラックス・ストレス解消としての魅力を感じる人がいるので、これらを前面に出したマーケティング戦略を検討します。プレイの楽しさや上達する喜びを伝えることで、関心を持ってもらえる可能性があります。

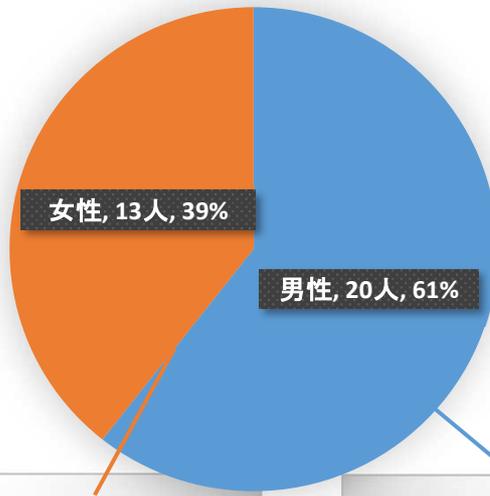
プロ団体や選手の認知度向上:

プロ団体やプロ選手をほとんど知らないという人が多いため、プロ選手の試合を観戦するイベントの開催や、プロ団体との協働を通じた認知度の向上を図ることが必要です。

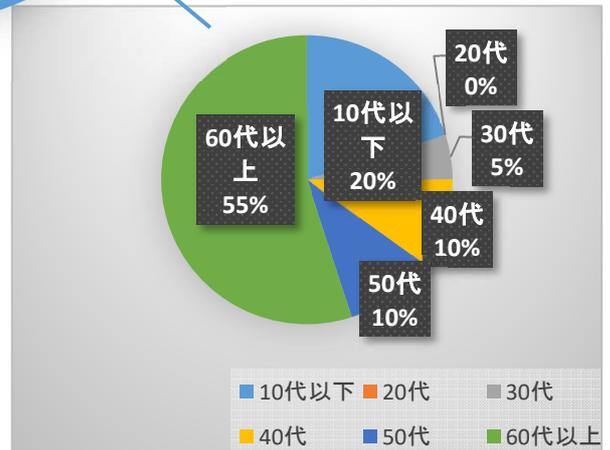
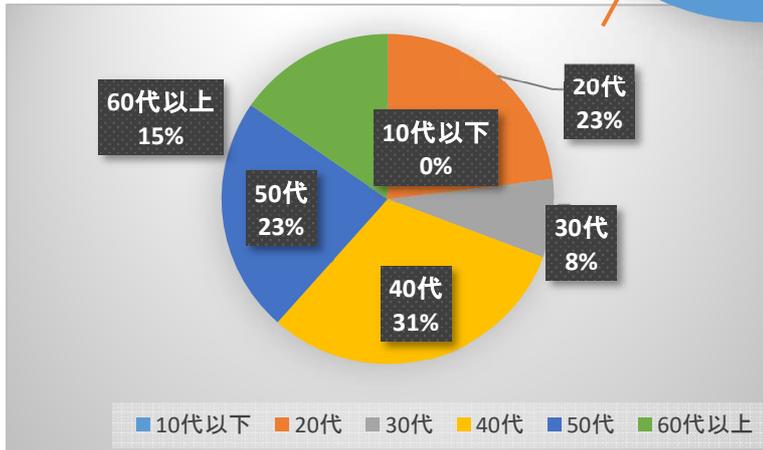
これらの戦略を通じて、ビリヤードの普及とプレイヤー基盤の拡大に寄与できればと考えます。

4. <来場者分析>

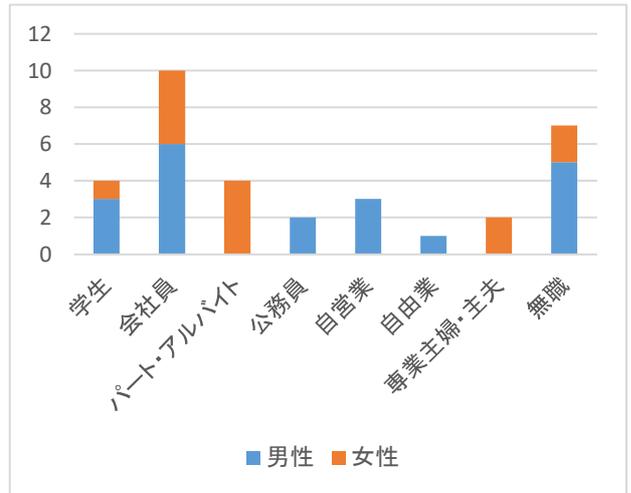
女性	
10代以下	0
20代	3
30代	1
40代	4
50代	3
60代以上	2
計	13



男性	
10代以下	4
20代	0
30代	1
40代	2
50代	2
60代以上	11
計	20



職業	男性	女性	計
学生	3	1	4
経営者・役員	0	0	0
会社員	6	4	10
パート・アルバイト	0	4	4
公務員	2	0	2
自営業	3	0	3
自由業	1	0	1
専業主婦・主夫	0	2	2
医師	0	0	0
士業(会計士・弁護士・税理士・司法書士)	0	0	0
家事手伝い	0	0	0
定年退職	0	0	0
無職	5	2	7
その他()	0	0	0
計	20	13	33

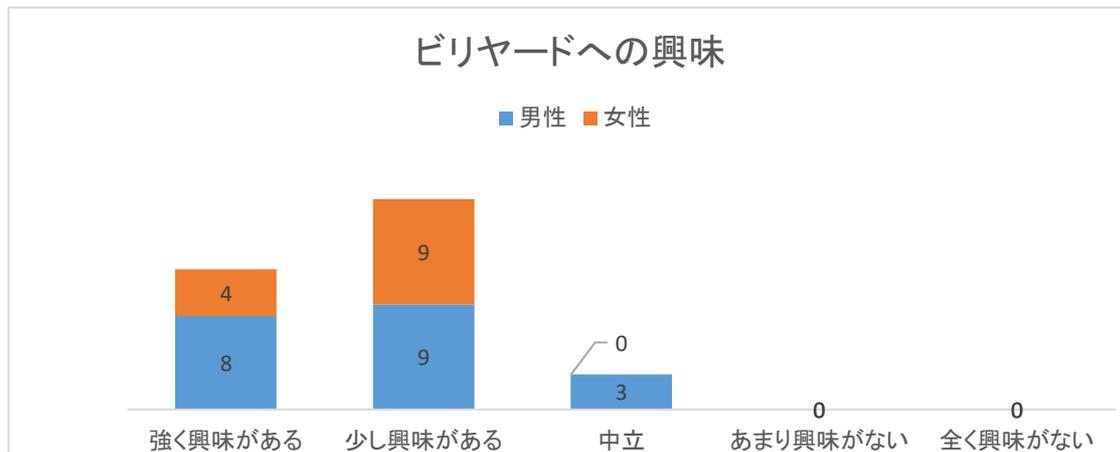


<考察>

これらの情報は、ビリヤードをターゲットにする際のマーケティング戦略を立てるのに役立つと考えられます。例えば、会社員や学生に対して平日の夜間や週末にイベントを開催するなど、ターゲット層のライフスタイルに合わせたプロモーションを展開するなど。また、男性が全体の来場者の約60%を占める一方で、女性も約40%となっており、ビリヤードが性別にかかわらず楽しまれていることが分かります。このことから、男女共にアプローチしやすいマーケティング活動やイベント企画が効果的であると言えるかもしれません。特に女性専用のビリヤードイベントやクラスを設けることで、より多くの女性が参加しやすい環境を作ることも検討できます。

5. <ビリヤードへの興味>

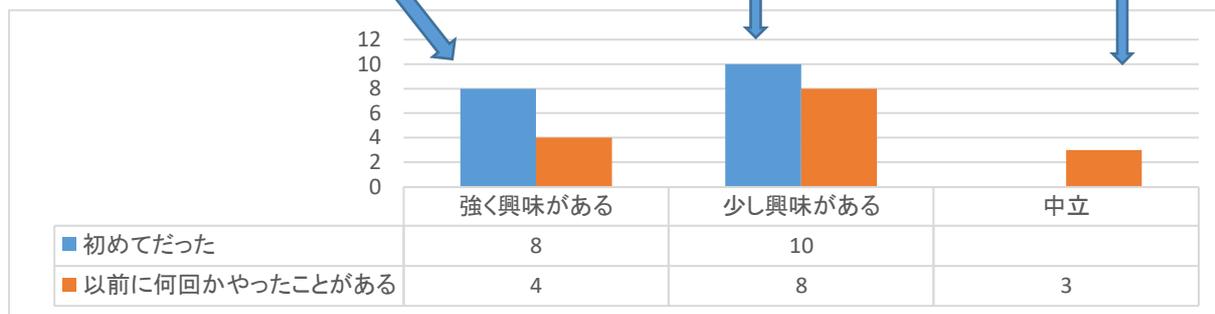
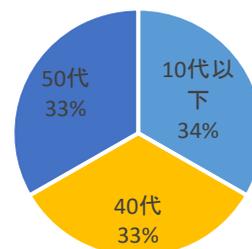
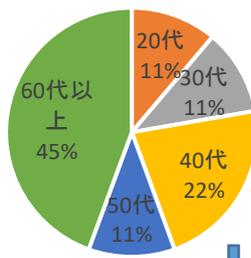
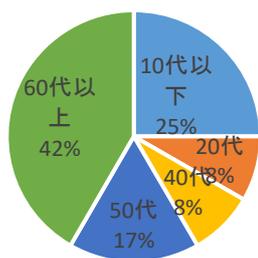
	男性	女性	計	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代以上
強く興味がある	8	4	12	3	1		1	2	5
少し興味がある	9	9	18		2	2	4	2	8
中立	3	0	3	1			1	1	
あまり興味がない	0	0	0						
全く興味がない	0	0	0						
計	20	13	33						



強く興味がある

少し興味がある

中立



<考察>

ビリヤードへの強い興味は年代が高いほど増加する傾向がありそうです。

ビリヤードに対してある程度の興味を示しているのは男女ともに半数以上であり、広く普及しているスポーツであることが示唆されています。

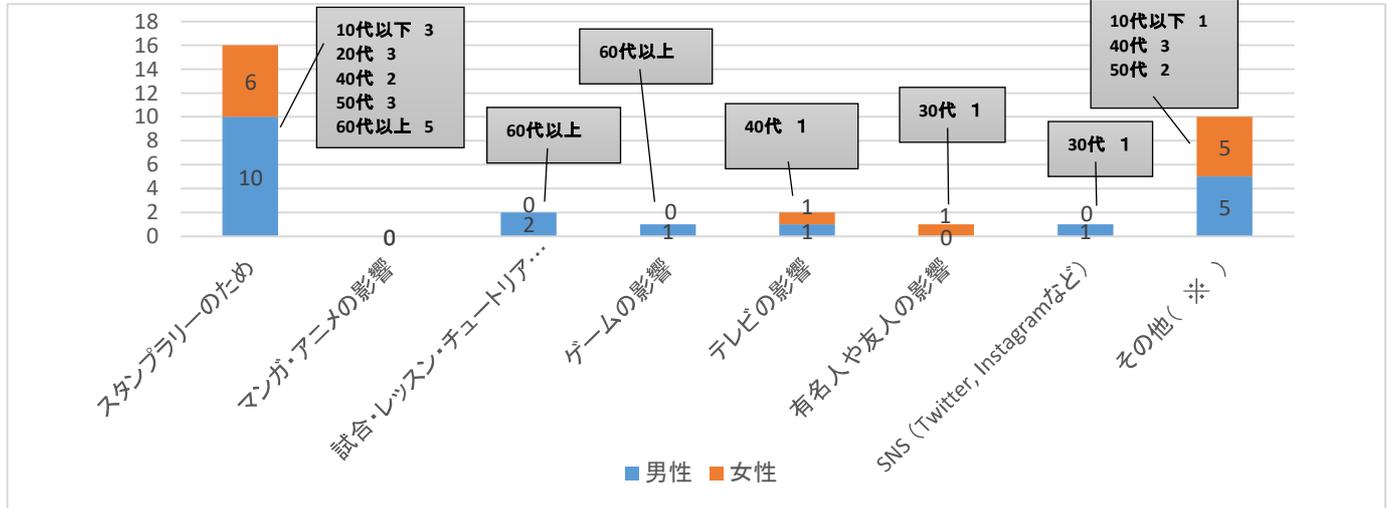
マーケティング活動では60代以上の強い興味を持っている層をターゲットにすることが有効である可能性があります。全体的には「少し興味がある」と答えた層が最も多いため、この層を引き込むための活動が実は重要であると考えられます。

年代別の興味の違いに基づいて、様々な年齢層に適したプロモーションを行うことが必要と考えられます。

6. <このイベントにおいてビリヤードを試すきっかけ>

	男性	女性	計
スタンプラリーのため	10	6	16
マンガ・アニメの影響	0	0	0
試合・レッスン・チュートリアル動画	2	0	2
ゲームの影響	1	0	1
テレビの影響	1	1	2
有名人や友人の影響	0	1	1
SNS (Twitter, Instagramなど)	1	0	1
その他(※)	5	5	10

※ その他
 昨年楽しかった
 誘われたから試してみた
 試したかった
 子供がやりたいと言った
 たまたま
 何となく昔やったのを思い出して



<考察>

このイベントでビリヤードを試すきっかけとなった理由を見てみると、以下のようなデータが得られました。

スタンプラリーのため:

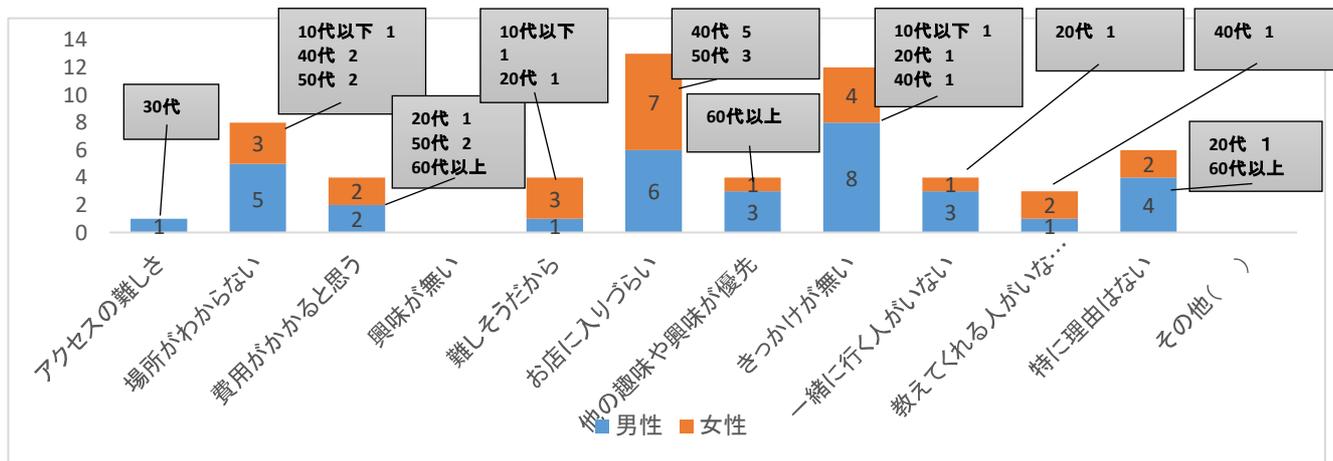
これが最も多くの方がビリヤードを試した主要な理由であり、全体の約48%の方がこれに該当します。男性が女性よりもわずかに多い(男性10人、女性6人)。

その他:

「その他」の選択肢を選んだ人は全体の約30%であり、男性と女性が等しく(男性5人、女性5人)。具体的には、「昨年楽しかった」、「誘われたから試してみた」、「試したかった」、「子供がやりたいと言った」、「たまたま」、「何となく昔やったのを思い出して」という理由が含まれます。

これらのデータから、特にスタンプラリーといったイベント固有の要素が大きな動機付けとなっているが、それ以外の項目においては残念ながらビリヤードをためすきっかけとなる影響が少ないことがわかりました。

7. <ビリヤードをお店でやらない理由(複数回答)>



<考察>

グラフから読み取れることは、ビリヤードを行わない理由は年代によって異なる傾向があるということです。アクセスの難しさや場所がわからないは幅広い年代に共通しており、特に若い世代はコストや興味の欠如を理由に挙げています。このデータを基に施策を立てる際には、ターゲットとする年代に応じた対策を考慮する必要がありそうです。

「難しそうだから」という理由について、特にビリヤードを試してみたいと思っているが技術的な側面で躊躇している人々に対して、教育やアクセシビリティを改善することで対応することが良い方法だと考えます。例えば、初心者が基礎から学べるクラスを提供し、ビリヤードが初めての人でも気軽に学べる環境を作る。手軽に試せる機会を提供できる環境を作る。さらに、ゲーム化要素を導入し、スコアを競ったり、達成度に応じてバッジを得たりするなど、つまりゲームの要素を取り入れることで、楽しみながらスキルを上げるモチベーションを提供する。また、学校やコミュニティセンターとも協力してビリヤードを紹介し、より広い層に届けるなど。

このようにビリヤードが難しそうと感じる人々に対しては、教育的なアプローチと親しみやすいプロモーションを実施することで、スポーツへの参入障壁を下げるのが良いと考えます。

人々が「きっかけがない」「一緒に行く人がいない」「教えてくれる人がいない」と感じている場合、ビリヤードを一人で始めることに対する心理的な障壁があるということということがわかります。

一人で新しい場所に行くのは勇気がある行為であり、特にスキルベースのアクティビティでは、初心者は特に不安を感じているものと考えられます。これに対応するためのいくつかのアイデアは以下の通り。

「一人でも楽しめる」ようなキャンペーンの実施:

ビリヤード場で一人でも楽しめることを前面に出した宣伝を行う。スタッフが一对一で基本を教えてくれるサービスをアピールするなど。

初心者歓迎のイベントを増やす:

初心者専用のクラスや、ビリヤードの基本を教えるワークショップを定期的で開催する。初心者が気軽に参加できる「ソーシャルナイト」を設け、経験者が初心者にアドバイスを提供する機会を作る。

友達を誘って割引になるプロモーション:

既存の顧客が新しい顧客を連れてきた場合に割引を提供するプロモーションを行う。グループ割引や初回無料プレイなどを設けることで、友人同士での来店を促す。

ソーシャルメディアでのコミュニティの形成:

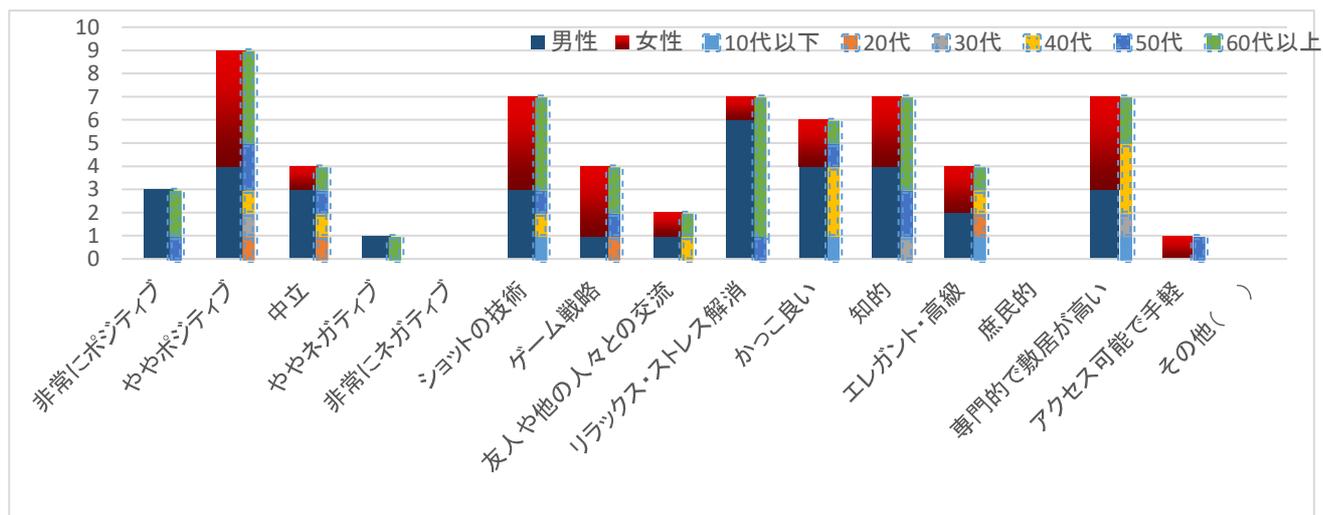
ソーシャルメディアを活用して、ビリヤードを楽しむコミュニティを形成し、一人でも参加しやすいイベント情報を共有する。

ビリヤードメンター制度の設立:

経験者が初心者のメンターとなり、ルールや技術を教える制度を作る。

こうしたアイデアの他にも、ビリヤード場をもっと気軽に、そして一人でも楽しめる場所としてのイメージを強化する必要があると考えられます。

8. <ビリヤードの印象・魅力(複数回答)>



	性別		計	年齢内訳					
	男性	女性		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代以上
非常にポジティブ	3	0	3					1	2
ややポジティブ	4	5	9		1	1	1	2	4
中立	3	1	4		1		1	1	1
ややネガティブ	1	0	1						1
非常にネガティブ	0	0	0						
ショットの技術	3	4	7	1			1	1	4
ゲーム戦略	1	3	4		1			1	2
友人や他の人々との交流	1	1	2				1		1
リラックス・ストレス解消	6	1	7					1	6
かっこ良い	4	2	6	1			3	1	1
知的	4	3	7			1		2	4
エレガント・高級	2	2	4	1	1		1		1
庶民的	0	0	0						
専門的で敷居が高い	3	4	7	1		1	3		2
アクセス可能で手軽	0	1	1					1	
その他()	0	0	0						

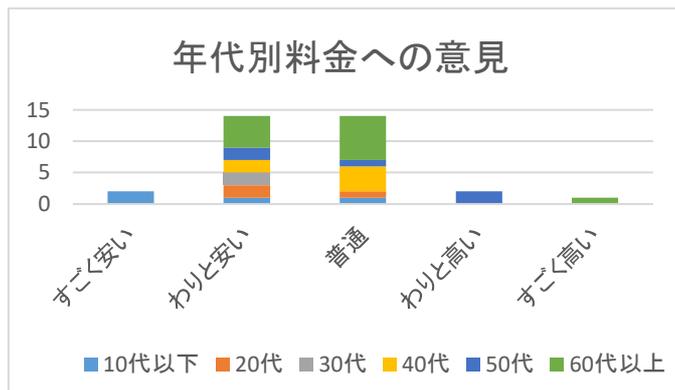
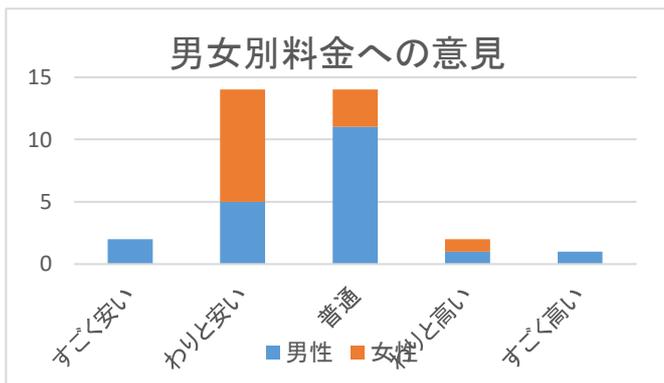
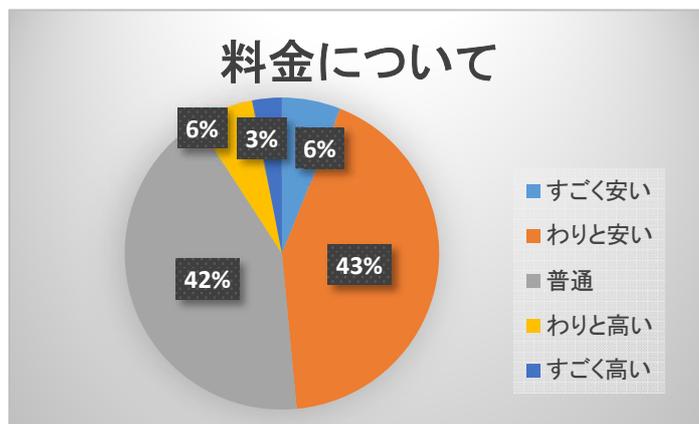
<考察>

このデータから、ビリヤードは年齢や性別によって様々な魅力を持つスポーツであることがわかります。特にリラックスやストレス解消としての魅力が多く層に共通して評価されている一方で、専門性やエレガンスを感じる層もあり、その多面性が伺えます。また、この情報はビリヤード関連の施設や商品のプロモーションにおいて、ターゲット層に合わせたマーケティング戦略を考案する際に有用になると考えられます。

9. <料金についての意見分析>

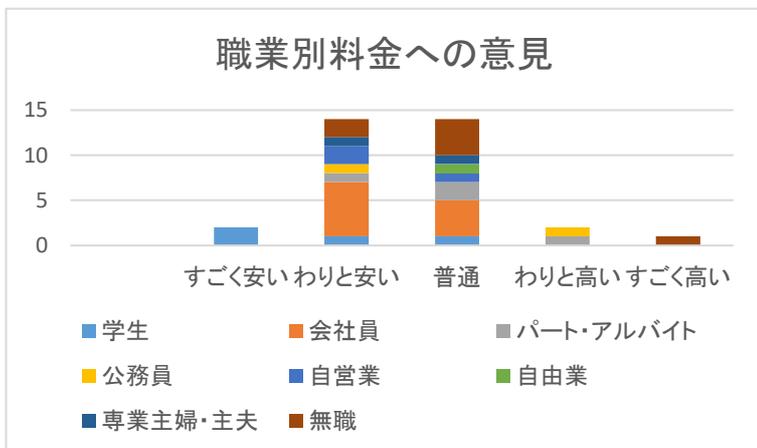
すごく安い	2
わりと安い	14
普通	14
わりと高い	2
すごく高い	1

料金設定条件
1人1時間600~800円



	すごく安い	わりと安い	普通	わりと高い	すごく高い
男性	2	5	11	1	1
女性	0	9	3	1	0

	すごく安い	わりと安い	普通	わりと高い	すごく高い
10代以下	2	1	1	0	0
20代	0	2	1	0	0
30代	0	1	1	0	0
40代	0	4	1	1	0
50代	0	1	4	0	0
60代以上	0	5	6	1	1



職業	すごく安い	わりと安い	普通	わりと高い	すごく高い
学生	2	1	1	0	0
会社員	0	6	4	0	0
パート・アルバイト	0	1	2	1	0
公務員	0	1	0	1	0
自営業	0	2	1	0	0
自由業	0	0	1	0	0
専業主婦・主夫	0	1	1	0	0
無職	0	2	4	0	1

<考察>

料金についての全体的な意見分析:

「わりと安い」と「普通」が最も一般的な反応で、特に若年成人の間で「わりと安い」が多く、「普通」は中年成人の間で多い反応です。

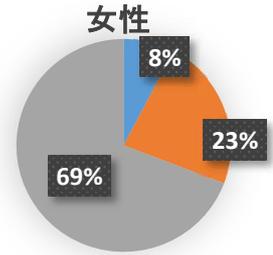
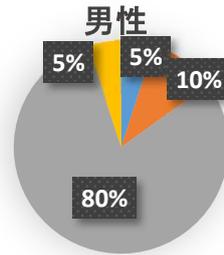
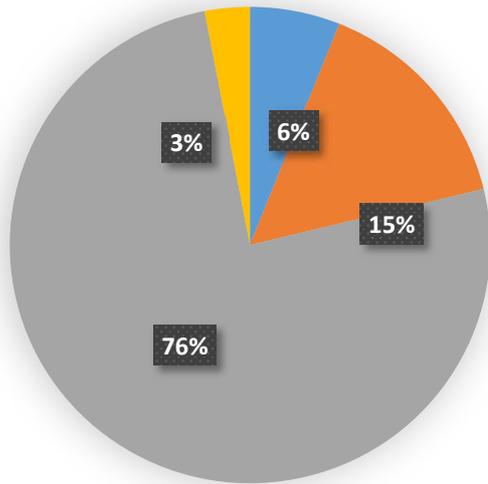
これらのチャートから、ビリヤードの価格設定は大部分の人にとって手頃が平均的であり、高いと感じている人はほとんどいないということが分かります。これは、料金が幅広い顧客に受け入れられる競争力のあるレートで設定されていることを示しており、新しいプレイヤーにビリヤードを促進するためのマーケティング戦略に有利な情報になると考えられます。

10. <ビリヤードプロ団体・プロ選手の認知度>

	全体	性別		年代別					
		男性	女性	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代以上
良く知っている	2	1	1	1					1
何となく聞いたことがある	5	2	3		2		1	1	1
まったく知らない	25	16	9	3	1	2	5	2	12
無回答	1	1							1

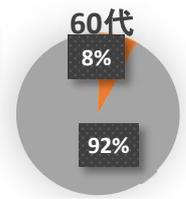
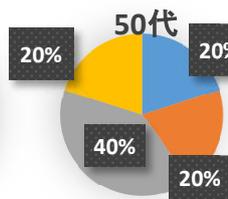
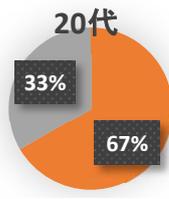
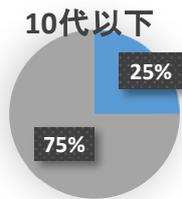
ビリヤードプロ団体・プロ選手の認知度(全体)

	性別認知度	
	男性	女性
良く知っている	5%	8%
何となく聞いたことがある	10%	23%
まったく知らない	80%	69%
無回答	5%	0%



- 良く知っている
- 何となく聞いたことがある
- まったく知らない
- 無回答

	年代別					
	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代以上
良く知っている	25%	0%	0%	0%	20%	0%
何となく聞いたことがある	0%	67%	0%	17%	20%	8%
まったく知らない	75%	33%	100%	83%	40%	92%
無回答	0%	0%	0%	0%	20%	0%



<考察>

この調査結果から、ビリヤードのプロ団体やプロ選手に関する認知は非常に限られているということがわかります。ビリヤードをプロのスポーツとして促進するためには、これらの団体や選手のマーケティングや情報提供を強化する必要があると考えられます。

ビリヤードのプロ団体やプロ選手の認知度を高め、ビリヤードをプロのスポーツとして促進するためには、以下のようなアプローチが考えられます。

SNSとデジタルマーケティング:

プロ選手がSNSを活用して自らの練習や試合の様子を公開。試合のライブストリーミングやハイライトをYouTubeなどで配信。InstagramやTwitterでビリヤードの魅力を短いクリップや写真を通じて紹介。

コラボレーションとインフルエンサーマーケティング:

人気のあるスポーツ選手やタレントとコラボしてビリヤードのイベントを開催。インフルエンサーを通じてプロビリヤード選手のストーリーを紹介。

イベントの開催:

ファンミーティングや体験イベントを通じて、直接ファンと触れ合う機会を提供。学校や大学でのビリヤード教室やデモンストレーションの開催。

メディアとの連携:

テレビ番組への出演やドキュメンタリーの制作。スポーツ雑誌やウェブサイトでの特集記事の掲載。

教育と啓蒙活動:

ビリヤード教室やワークショップの実施。学校の体育の授業でビリヤードを取り入れる提案。

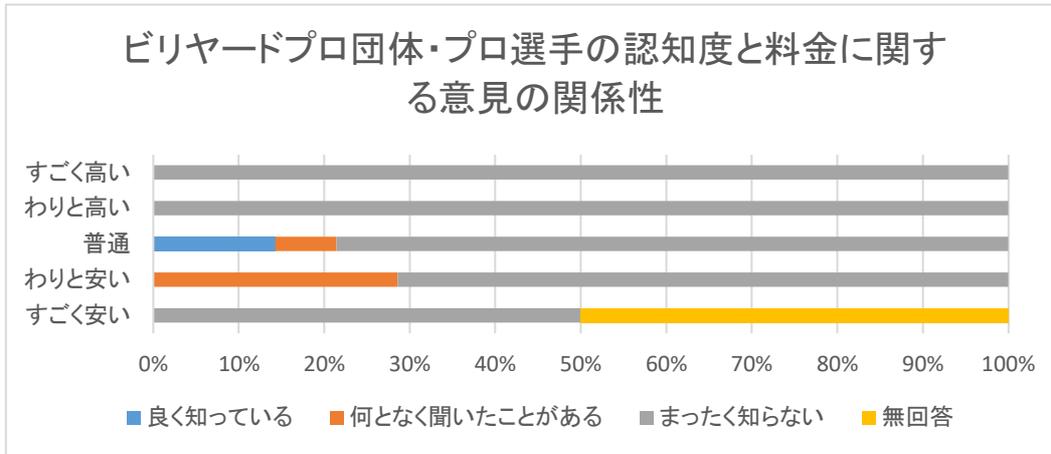
パートナーシップの拡大:

スポーツ用品メーカーとの提携を深める。企業スポンサーを獲得して大会の開催や選手の支援。

これらの施策を通じて、プロビリヤード選手や団体の存在感を高め、より多くの人々にスポーツとしてのビリヤードを認識してもらい、関心を持ってもらう活動を行うことが必要と考えられます。

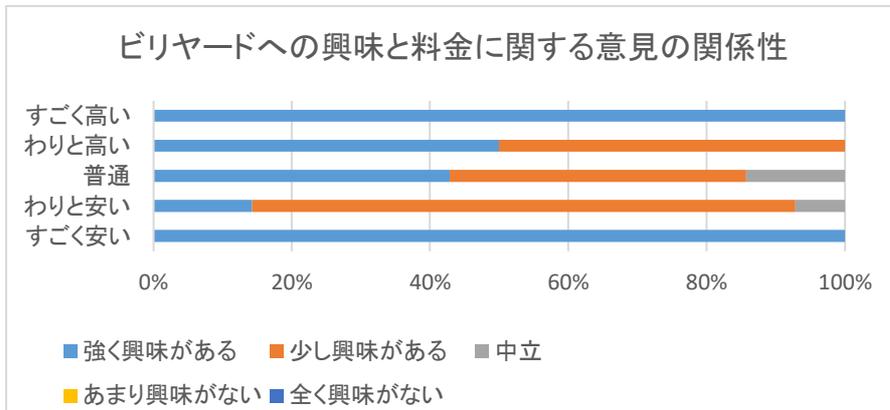
11. <ビリヤードプロ団体・プロ選手の認知度と料金に関する意見の関係性>

	すごく安い	わりと安い	普通	わりと高い	すごく高い
良く知っている			2		
何となく聞いたことがある		4	1		
まったく知らない	1	10	11	2	1
無回答	1				

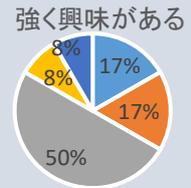


<ビリヤードへの興味と料金に関する意見の関係性>

	すごく安い	わりと安い	普通	わりと高い	すごく高い
強く興味がある	2	2	6	1	1
少し興味がある		11	6	1	
中立		1	2		
あまり興味がない					
全く興味がない					



- すごく安い
- 普通
- すごく高い
- わりと安い
- わりと高い



<考察>

ビリヤードプロ団体・プロ選手の認知度:

ビリヤードに「とても興味がある」層の間で、プロ団体やプロ選手に対する認知度が高い一方で、「興味がない」層では認知度が非常に低いことがわかります。

ビリヤードプロ団体およびプロ選手の認知度の低さは、ビリヤードがまだマイナースポーツであるという現実を反映しています。一般的なスポーツであれば、プロ選手の名前や大会は、たとえ競技自体をしない人々にも広く認知されています。例えば野球、サッカー、バスケットボールでは、プロ選手やリーグがポピュラーカルチャーの一部となっており、ビリヤードもこのような他のスポーツのプロモデルに倣えば、その魅力を広く伝えることができると考えられます。

現在のビリヤード産業が直面している課題の1つは、プロ選手や団体の知名度を高めることであるとも言えます。これは、ビリヤードの認知度を上げる上で不可欠です。プロの選手や試合の宣伝を通じて、ビリヤードが単なる娯楽ではなく、スキルと競技性を要するスポーツであることを一般の人々に知ってもらうことが、業界にとっては重要な一歩と捉えることができます。

ビリヤードへの興味の度合い:

ビリヤードへの興味は、「よく知っている」層では強く、「まったく知らない」層では弱い傾向にあります。ビリヤードの魅力を広めるためには、体験型のイベントや初心者向けの教育プログラムなどを通じて、ビリヤードの知識を普及させることが重要と考えられます。

これらのデータから、ビリヤード業界は店舗のアクセシビリティ、清潔感の強化、プロ団体や選手の認知度向上、そして初心者やビリヤードに興味を持っていない人々へのアプローチの改善が必要であると言えます。プロモーションやマーケティング戦略にこれらのポイントを組み込むことで、より幅広い人々にビリヤードを楽しんでもらうことができると考えられます。

神奈川県ビリヤード協会は、今後もビリヤードの普及活動を継続すると同時に、体験型イベントや初心者向け教育プログラムなどを通じて、これらの課題に取り組んで参ります。これらの活動が、ビリヤードに対する関心を広げ、プロ団体や選手の知名度を上げるきっかけになればと思います。