

プロサッカークラブにおける地域密着度に関する研究

A Study on Community Relationship Scale of Professional Football Club

1K03B137-0 永井紘

指導教員 主査 木村和彦 先生 副査 原田尚幸 先生

【緒言】

昨年のプロ野球問題でも頻りに耳にした「地域密着」という言葉。プロスポーツクラブと「地域密着」はいまや切っても切れない関係にあると言える。

この「地域密着」という概念を初めてスポーツ界に明確に持ち込んだのは1992年に開幕した日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）である。しかし、開幕して10年以上経過した今、地域密着化に成功したクラブは浦和・新潟など地方クラブに限られ、東京・横浜・大阪・名古屋など大都市ではなかなか地域に密着しきれていないと言われている。そもそも地域密着とは何かということが今までは曖昧であり、地域密着度を測る可視的な尺度もなかった。

本研究では「地域密着」を定義した上で、今まで数値化できなかった日本プロサッカーリーグに所属するチームの地域密着度を数値化することを目的とし、地域密着型プロクラブのありかたを検証する。

【方法】

地域密着度を測る尺度はクラブが提供するサービス、つまり out put 項目 5 つ（小学校巡回サッカー教室参加のべ人数・栄養教室などの講演会参加のべ人数・サッカー以外のスポーツチーム所持数・年間動員数／ホームタウン人口・ホームスタジアム収容率）と地域資源を取り入れる in put 項目 5 つ（スポンサーのうちホームタウン内企業の割合・地元出身選手割合・自クラブユース出身選手割合・ファンクラブ会員数／ホームタウン人口・入場料収入）の計 10 項目とした。調査方法は下表の通り。

結果は 2005 年 J1 所属クラブ・J2 所属クラブ別に Microsoft Office Excel 2003 を使って出した標準偏差を用いて標準得点を算出し、最終評価は全 10 項目の平均値を採用した。

なお、本研究では地域密着を「地域名を冠した名を持ち、恒常的に施設やイベントを通じたクラブと市民の相互的な活動を継続していること」と定義した。

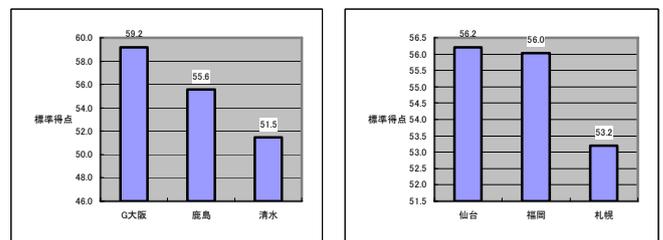
項目	調査方法
小学校巡回教室のべ参加人数	各クラブに質問紙を郵送
栄養教室などの講演会のべ参加人数	各クラブに質問紙を郵送
サッカー以外のスポーツチームの所持数	各クラブに質問紙を郵送
年間動員数／ホームタウン人口	Jリーグ公式サイト・各自治体ホームページより作成
ホームスタジアム収容率	Jリーグ事業会議配布資料より作成
ホームタウン内スポンサーの割合	各クラブに質問紙を郵送
地元出身選手割合	各クラブホームページより作成
自クラブユース出身選手割合	各クラブホームページより作成
ファンクラブ会員数／ホームタウン人口	各クラブに質問紙を郵送
入場料収入	Jリーグ公式サイトより作成

【結果】

2005 年度 J1 所属クラブの中で、最も総合得点が高かったのはガンバ大阪の 59.2 であった。特にサッカー以外のスポーツチームを所持していることや、ユース上がりの選手が非常に多いこと、スタジアム収容率が高いことなどが要因である。この年にリーグ初優勝を飾ったことも大きな影響があったと考えることができる。

J2 所属クラブの中ではスタジアム収容率・入場料収入などで他クラブを圧倒したベガルタ仙台が 56.2 でトップだった。圧倒的な強さでこの年に昇格を決めた京都パープルサンガだが、47.9 と平凡な得点に終わったが、京都に次ぐ 2 位で昇格を決めたアビスパ福岡は 56.0 と J2 で二番目の好成績であった。

下図の左は J1 所属クラブ上位 3 クラブの総合評価の数値、右は J2 所属クラブ上位 3 クラブの総合評価の数値である。



【まとめ】

J1 クラブではやはり東京・横浜など大都市を本拠地とするクラブが苦戦した。（ガンバ大阪は優勝した上に、吹田市という小さな市をホームタウンとしているために好成績を残したと考えられる。）大都市ではライバルとなるレジャーが多く、また地元意識が希薄なことが要因と考えられるが、見方を変えれば人口が多い分ファンになってもらえるチャンスも多いので、地元商店街にチームフラッグを掲げてもらうなどの地道な努力が求められるだろう。

J2 クラブは総じて全体的なレベルアップが必要であり、具体的には out put、つまりクラブが提供するサービスの質・量の改善が急務であると言える。中でも新興クラブは J1 所属経験のあるクラブと比較するとファンクラブ組織や下部組織など組織が未整備である感が否めないため今後の発展が求められるだろう。