

bjリーグのトリプルミッションについての研究

A study on triple mission model of the bj league

1K05B083

指導教員

主査 武藤泰明先生

黒田 大貴

副査 倉石平先生

序章：

日本のバスケットボール人口は、女子も含めると、国内のメジャースポーツである野球、サッカーをも凌ぐ数である。しかし、プロスポーツとしての発展は、サッカー、野球に対して大きな遅れをとっている。プロ化が本格的になり、プロスポーツとしての認識をされるようになったのは近年の話である。つまり、これまでは大学生のプレイヤーが大学卒業後には競技を辞めてしまっているという状況が続いていたということである。こうした状況の中、バスケットボールプレイヤーの受け皿として誕生したのが国内初のプロバスケットボールリーグである「bjリーグ」である。このbjリーグがスポーツビジネスとして成功できるか、成功するためにスポーツビジネスのトリプルミッションである「勝利」、「普及」、「市場」を備えているのか。過去の他のスポーツのプロリーグの成功事例と比較しながら考察していくことを目的とした。

第一章：

スポーツにおける「勝利」とは、試合での成績である。日本のバスケットボールのこれまでの国際試合での成績は決して良いとは言えない。アジアでの成績だけを見ても国際競技力は低いと言える。ここでは、バスケットボールの日本への導入の経緯から代表チームの国際大会での成績を鑑み、それに対する財団法人日本バスケットボール協会の変革を述べていく。また、代表チームのメンバーは、国内のトップリーグの選手で構成されるため、トップリーグの選手の国際競技力の向上が必要である。そして、トップリーグの有望な選手の

確保には、雇用制度の充実が欠かせない要素である。今後の代表チームへ選手を輩出する可能性のあるbjリーグはどのような労使関係を形成しているのかも述べていく。

第二章：

この章ではバスケットボールという競技が国内でどのように普及していったのか、普及していくには国内でバスケットボールの認知度が向上するきっかけとなる事項があったのかを競技者人口の増減の動向とバスケットボールの歴史事項との因果関係から調べていく。また、地域密着型の普及を図ることが可能な総合地域スポーツクラブについて新潟アルビレックスを成功事例として挙げる。四十七都道府県に各一チームずつの地域チームを作り、完全ホームタウン制を推進していくためにも新潟アルビレックスは成功モデルとして扱えると考えたためである。

第三章：

スポーツビジネスには、ビジネスモデルとして多くの成功モデルがあるが、bjリーグが商業的成功を勝ち得るにはどのようなタイプのビジネスモデルが適切かをこの章で考察していく。国内のスポーツビジネスモデルだけでなく、アメリカのマイナーリーグの成功モデルも事例に挙げていく。bjリーグは国内ではマイナーリーグであるが、アメリカではメジャーリーグだけでなく、マイナーリーグにも独自のビジネスモデルで成功してきた例が多く見受けられるためである。また、bjリーグは「エンターテインメント」をリーグの真骨頂として取り上げているた

め、アメリカのマイナーリーグで実際に行われているエンターテインメントの手法を例に取り上げていくことにする。

終章：

bjリーグというプロリーグが発足するまでバスケットボールリーグのプロ化への関心がなかったが、競技者人口や普及具合、さらに国際大会での成績から考えると、あまりにも遅いのではないのかと

考えるようになった。バスケットボールという競技自体は国内でもメジャースポーツである。この競技に対する研究は実技面でもなされていくだろう。今後も全国にbjリーグに参入してくる新規チームは増えると推測できるが、バスケットボール界でbjリーグがどのような役割を果たしていくのか、というスポーツビジネスの視線からさらなる断続的な研究がなされることを期待する。