

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

1K06B035

指導教員 主査 木村和彦先生

上村俊介

副査 堀野博幸先生

【緒言】

筆者は、幼い頃からサッカーに興じ、現在に至るまで20年近くサッカーに触れ合ってきた。

筆者が小学生のころ、幼心ながらに、なぜJリーグのクラブ名には地名が入っているのだろう？という疑問を抱いたことを今でも良く覚えている。そして、その理由が、クラブ名に地名を入れることが社団法人日本プロサッカーリーグによって定められていることに起因するということを経験し、初めて知った。

日本プロサッカーリーグでは、各クラブに対して概念的な形ではあるものの、既述の通り、地域密着を推進している。

しかしながら、そのクラブ間で集客力や人気、イメージ等の部分で差が生じてしまっていることは否めない。確かに、これらの部分はクラブの成績に影響される面も多分にあるだろう。だが、筆者には、この差を生んだ理由がクラブの成績だけでなく既述の地域密着の部分におけるクラブ間の差が影響しているような気がしてならない。

そこで、筆者は、概念的な意味でのみ示されることの多かった地域密着というものを数値にすることで可視化し、その結果からJリーグにおける地域密着の現状や地域密着の現在と過去の差異の検証をしていきたいと思う。

よって、本研究の目的は(1)現在、Jリーグに参入している各クラブの地域密着指数の可視化(2)各クラブの地域密着指数とリーグ成績との相関を探ること、の2点と言える。

【研究方法】

上記の目的を明らかにする為に、本研究では、Jリーグの公式ホームページ及び各クラブへの郵送方式による質問紙調査を用いて情報を収集した。調査内容は、地域密着度を測る尺度として妥当であると考えられる「output」項目5項目、「input」項目5項目の計10項目である。

【結果】

2008年度の順位と総合得点とで回帰分析を行った結果、J1では順位と総合得点との間に相関は見られなかったものの、J2には順位と総合得点との間に相関が見られた。

【考察】

J2で順位と総合得点との間に相関が見られたのは、J2はJ1に比べメディアへの露出が少ないことが原因ではないかと考えられる。メディアへの露出が少ないということは、

1 試合があまりテレビで放送されないため放映権料が入らず、必然的にクラブの収入源が少なくなってしまう。

2. クラブや選手がファン、もしくはファンになる可能性を秘めている一般の人々との接点が極端に少なくなる。

ということが考えられる。これは、J2クラブはファンクラブ収入やグッズ収入の急増が見込めないため、唯一、可能性の残されている入場料収入の増加のために巡回教室や講演会に力を入れ、草の根活動を広げ、クラブのファンを増やし、試合を見に来てくれる人を増やす。J1に

くらべて資金力が弱く思いきった補強もしにくいため、自前の選手を育てる。という特徴を生むと考えられる。

この結果は今後 JFL から J リーグに参加を目指すチームにとっても大変有益なものになるのではないだろうか。

つまり、今後 J リーグ参入を目指すチームはまず巡回教室や講演会などの out put とユース出身選手を増やすために下部組織を強化する input の両方の取り組みを行っていくべきだと考えられる。