

スポーツチームを持つオーナー企業の特徴

Characteristics of companies which have sports team

1K10C097-6 岡島道雄

主査 武藤泰明先生

副査 日比恒平 先生

【目的】

近年、企業のスポーツ離れが進んでいる。1990年初頭バブル崩壊を境にし、日本の企業の多くが業績の悪化に伴い所有しているスポーツチームを手放すことになった。2008年にはアイスホッケーの名門である西武鉄道、さらに2012年には陸上長距離の名門であるS&B食品までもが企業スポーツから撤退した。日本の場合、トップ選手の多くを企業が所有している（企業スポーツ、プロスポーツ共に）という現状があり、企業がスポーツから撤退していく状態が続けば、スポーツにおける国際競争力の低下などの様々な問題が危惧される。

一方、経済情勢が安定しない中でもスポーツチームを所有し続ける企業や、プロ野球界に新たに参入してきたDeNA、楽天、ソフトバンクといった企業も存在している。また、多くの企業スポーツが休廃部に陥るなか、種目別に見れば陸上競技、とりわけ駅伝やマラソンなどの長距離種目に対して新規参入してくる企業が多いように感じていた。参入している種目ごとに企業の戦略や特徴などが異なるのではないかと考えたことが今回論文を執筆する動機である。目的はスポーツチームを所有するオーナー企業の特徴を種目別に検証することである。

【方法】

方法としては資料調査、文献調査を中心に行った。第1章ではスポーツビジネスの特徴を理解し、企業スポーツの成立の背景、日本のスポーツの現状などを分析した。

第2章では、第1章で述べた企業スポーツの現状をふまえて、企業がスポーツチームを持つことのメリットを分析した。

第3章ではプロスポーツを所有している企業の特徴を、プロ野球、バスケットbjリーグをもとに考察した。

第4章では実業団チームを所有する企業の特徴を陸上、ラグビー、卓球の3種目をもとに分析した。

第5章では第3章、第4章で分析した企業の特徴をまとめ、さらに今後の企業スポーツの在り方を考察した。

【結果】

本研究においては、スポーツチームを持つオーナー企業の特徴についての研究を行なったが、競技種目ごとに参入している企業の特徴を見つけることができた。卓球はベースが個人種目であり、団体戦などに出場する場合

でも保有する選手は5人程度で済む。そのため比較的低コストに抑えられるので比較的小さい企業でもチームを所有でき、また東京アートのように小規模の企業でもリーグ戦連覇などができることが分かった。陸上競技では近年、短距離ではなく駅伝やマラソンなどの長距離種目を持つ企業が増えている。過去15年で長距離種目に参入し、全日本実業団駅伝に参加するほどの成績を収めたチームは25チームあった。そのうちの17チームが女子チームであるなど女子チームを所有する企業の増加が著しい。理由としては女子が男子に比べて比較的低コストで済み、さらには世界レベルの大会で活躍できるからである。また新規参入する傾向がある業種としては成長産業である楽天、ソフトバンク、DeNAなどのようなIT新興企業であることが分かった。これらの会社はスポーツを通じ、大きな社会的信用を獲得した。

【考察】

経済不況のため、今後も企業がスポーツチームを手放していくことが予想される。保有選手数が多くなってしまいう実業団野球などは今後も姿を消していき、陸上の長距離種目のように低コスト、高メディアバリューを持つ種目を持つ企業が増えていくだろう。また、プロ野球に参入したソフトバンク、楽天、DeNAなどのような成長産業で資金力のある新興企業は自社ブランドイメージの向上のためスポーツ経営に力を入れていくだろう。

既存の企業スポーツの在り方も見直され、Jリーグやbjリーグのようなスポーツクラブが多く生まれるかもしれない。