

Jリーグクラブ所在地域へのプロ野球チーム新規フランチャイズが

Jリーグクラブの観客数に与える影響

スポーツビジネス研究領域

5010A045-9

鈴木 直樹

研究指導教員:平田 竹男 教授

【序論】

本研究は、北海道と宮城県の2事例に焦点を当てJリーグクラブ所在地域へのプロ野球チーム新規フランチャイズがJリーグクラブの観客数に与えた影響を検証したものである。

日本のプロサッカーリーグであるJリーグは1993年に開幕したが、10クラブであったクラブ数は増加し続け、2011年には37クラブまで達した。

Jリーグが開幕する以前から、日本を代表する大衆スポーツとしてプロ野球が存在しているが、多くのJリーグクラブはプロ野球チームのフランチャイズ地域にホームタウンを置くことでJリーグに参入した。Jリーグクラブのホームタウンとプロ野球チームのフランチャイズ地域を概観してみると、多くのJリーグクラブのホームタウンがプロ野球チームのフランチャイズ地域と重なっていることがわかる。

また、Jリーグとプロ野球の年間スケジュールは、Jリーグが3月下旬から11月下旬、プロ野球が3月下旬から10月下旬であり、シーズン開催期間も重なっている。

さらに、それぞれのファン・サポーター層の重複も調査されており、Jリーグチ

ームサポーターのプロ野球チームファン率は90.1%、一方、プロ野球チームファンのJリーグチームサポーター率は66.4%であることが明らかにされている。

しかし、2004年の日本ハムファイターズの北海道へのフランチャイズ地域の移転、また、2005年の東北楽天イーグルスのプロ野球への新規参入に伴う宮城県への新規フランチャイズは、従来の本拠地におけるプロ野球チームとJリーグクラブとの関係性とは異なる。北海道にはコンサドーレ札幌、宮城県にはベガルタ仙台が、プロ野球チームがフランチャイズを行う前にホームタウンを置いていたためである。

【研究目的】

そこで、本研究では、2地域の事例（北海道、宮城県）を研究対象とし、Jリーグクラブ所在地域へのプロ野球チーム新規フランチャイズがJリーグクラブの観客数に与えた影響を検証することを目的とする。

【研究手法】

観客数の規定要因を探る研究は観戦需要研究と呼ばれており、その研究の多くで回帰式が用いられている。また、TV放送の有無やW杯開催の影響等といった特定の要因を検証する際にも回帰式を用い

た分析が用いられており、その特定の要因の影響を、複数の要因とともに検証している。

そこで、本研究では回帰式を用いて、複数の要因とともにプロ野球チームの新規フランチャイズが J リーグクラブの観客数に与えた影響を検証する。

本研究で用いる変数の設定に際して、本研究では、多くの先行研究に倣い J リーグの観客数に影響を与える要因を検証した河合・平田（2008）の分析モデルを倣った。

また、プロ野球チームフランチャイズが J リーグクラブの観客数に与えた影響を検証するために、河合・平田の分析モデルの説明変数から引用した 14 個の説明変数に加え、プロ野球チームのフランチャイズ以降のシーズンを「NPB フランチャイズ」、ホームクラブの試合が同一都道府県にフランチャイズしているプロ野球チームのホーム試合の開催と同一日であった試合を「NPB 試合」と定義し、新たに用いた。

以上のように毎試合における「観客数」（対数変換）を従属変数とし、上述の 16 個の説明変数を用いて、重回帰分析を行った。

サンプル数は、506 試合（札幌は 1998 年から 2010 年までの計 260 試合、仙台は 1999 年から 2010 年までの計 246 試合）であり、分析にあたっては SPSS18.0 for Windows を用いた。

【分析結果】

前述のとおり本研究は、プロ野球チームの新規フランチャイズが J リーグクラブの観客数に与えた影響を検証すること

を目的としたが、分析の結果、「NPB フランチャイズ」は「観客数」に影響を与えていない、また、「NPB 試合」は 1%水準で有意となり、「観客数」に負の影響を与えていたことが明らかになった。

なお、その他の説明変数に関しては、「移動距離」、「4 月開催」の 2 変数が 5%水準、「平日」、「雨」、「平均観客数 H」、「平均観客数 A」、「10 月開催」の 5 変数が 1%水準で有意となり、「観客数」に対して影響を与えていた。

【考察】

重回帰分析によって、複数の要因とともにプロ野球チームの新規フランチャイズが J リーグクラブの観客数に与えた影響を検証することができ、「NPB 試合」は「観客数」に負の影響を与え、「NPB フランチャイズ」は「観客数」に影響を与えていなかったことが明らかになった。

すなわち、J リーグクラブ所在地域へのプロ野球チーム新規フランチャイズは J リーグクラブの観客数に影響を与えなかったが、プロ野球チームのホーム試合と J リーグクラブのホーム試合の開催が同一日の場合、J リーグクラブの観客数は減少していたと言える。

従って、プロ野球チームの新規フランチャイズ地域に既に所在していた J リーグクラブは、「平日」や「雨」といった観戦状況の悪さや「4 月開催」や「10 月開催」といった日本国民の恒例行事を考慮するといった河合・平田が指摘した点とともに、プロ野球チームのホーム試合のスケジュールを考慮したうえで、試合スケジュールを構築する必要があると言える。