

1 研究の背景

1993年にオリジナル10と10クラブで開幕したJリーグは1999年にJ2、2014年にはJ3が開幕し、2019年シーズン開始時点で、日本国内の38都道府県に本拠地を置く55クラブが在籍している。クラブの本拠地を「ホームタウン」と呼びはJクラブと地域社会が一体となり、スポーツが生活に溶け込み、人々が心身の健康と生活の楽しみを享受できる町を意味している。村井チエアマンは「日本サッカー界全体に恩恵をもたらすような輝くクラブを、J1の中に作っていくことは中長期視点では絶対に必要でしょう。」と述べている。Jリーグは地域密着を掲げてこれまで取り組んできた。Jリーグではホーム＆アウェー方式が取られている。人気のあるチームと対戦をすれば観客数が上がりスタジアムはより一層熱狂することだろう。また入場料収入の増加も見込むことができチームに利益をもたらすこととなる。このようにホームタウンだけが盛り上げるのではなくアウェイゲームでも席が満員になるような全国的に人気のある「ビッグクラブ」の存在が重要である。

2 研究の目的

本研究の目的はJリーグ各クラブのアウェイゲームの観客数を明らかにすることで、Jリーグにおける全国区クラブの特徴について示唆を得ることとする。

3 研究方法

相手チームによって異なる観客数算出の方法として畔蒜（2012）の「Away club

Popularity Indux（アウェイクラブ人気指数）」（以下、API）を参考にした。

対象シーズン：1993年～2019年

また、Jリーグクラブの中にはクラブ名を変更したクラブもあるが、本稿では2019年時点のクラブ名で統一した

上記の方法から以下2点の分析を行う。

① アウェイクラブ観客数最上位と最下位
畔蒜（2012）は2010年までしか算出していなかったため、2018年までの差を明らかにした。

② アウェイ観客数上位5クラブの選出
アウェイ観客数上位5クラブを抽出し、その5クラブの傾向からJリーグ27年の人気クラブの傾向を探る。

③重回帰分析

従属変数をAPI、独立変数をリーグ戦、天皇杯、カップ戦の順位とした

4 研究結果

① アウェイクラブ最上位と最下位の差
1993年から2019年の各シーズンにおいて、「アウェイクラブ人気指数」が最も高いクラブは、東京ヴェルディ、鹿島アントラーズ、ジュビロ磐田、浦和レッズ、セレッソ大阪、ヴィッセル神戸の6チームとなっている。また最も低いクラブは1993年から2019年の各シーズンにおいて最もアウェイ人気指数が低いクラブは12クラブであった。サンフレッチェ広島、湘南ベルマーレ、ガンバ大阪、アビスパ福岡、コンサドーレ札幌、セレッソ大阪、京都パープルサンガ、大分トリニータ、ヴィッセル神戸、大宮アルディージャ、ベガルタ仙台、ヴァンフォーレ甲府とな

っている。差は 10000 人から 15000 人で推移していることが多く、2014 年からは 10000 人を切ることも多くあった。最新の 2019 年ではその差はまた開いている。

② アウェイ観客数上位 5 クラブ

J リーグの開幕した 1993 年は正の値を算出したクラブは 4 チームとなっている。それ以外のシーズンは 5 チーム存在している。シーズンごとに特徴があり 1993 年から 1995 年までは東京ヴェルディの存在が目立ち、1996 年から 2003 年までは鹿島アントラーズとジュビロ磐田の存在が目立つ。2004 年からは浦和レッズとガンバ大阪が 1 位、2 位に立つ割合が増えてきている。2015 年以降も浦和レッズの存在は目立つがその値は減少してきている。

5 考察

① 人気を持ち続けるクラブ

浦和レッズ、鹿島アントラーズ、ガンバ大阪の 3 クラブがあげられる。この 3 チームは常にトップ 5 に名を連ねており常に人気があるチームと言える。

② 一時的な人気に終わったクラブ

東京ヴェルディ、ジュビロ磐田があげられる。東京ヴェルディは 1993 年から 1995 年で「アウェイ人気指数」トップになっている。ジュビロ磐田も 1999 年、2001 年、2002 年、2003 年と「アウェイ人気指数」トップに立っている。

③ 外国人スター人気を得たクラブ

セレッソ大阪、ヴィッセル神戸である。セレッソ大阪は 2014 年にでトップになっているが、それ以前にトップ 5 になったことは 3 度だけである。ヴィッセル神戸は 2019 年にトップになるも過去に 4 度 API で最低値を出している。

④ API と順位の相関

API とリーグ、天皇杯、カップの順位での相関を算出してみたが重相関係数が 0.28 と有意な値ではなかったが、回帰式を当てはめてみると、リーグ戦で 14 位であった場合でも天皇杯、カップ戦と優勝することで API を正の値にすることが明らかとなった

6 結論

本研究では全国的に人気なクラブの特徴を 27 シーズンを通して J リーグにおいて観客動員数を増やすクラブの特徴を明らかにすることを目的とした。

研究結果から浦和レッズ、鹿島アントラーズ、ガンバ大阪の 3 チームがそのようなクラブであることが明らかとなった。また、全国的な人気を得るために欠かせない要素としてリーグ戦、カップ戦、天皇杯と継続して優勝争いをしている事が 1 つとしてあげられる。

近年ではセレッソ大阪やヴィッセル神戸のように外国人スター選手の獲得によりクラブが人気を得たケースも明らかとなった。

回帰分析では R^2 の値が低く有意とは言えないものの、リーグ戦で 14 位までに入り天皇杯、カップ戦のどちらかで優勝することが API を正の値にさせることが明らかとなった。

J リーグ 27 年の傾向は、API 最大値、最小値の差は縮まってきており、API の最大値も 10000 人を超えることは少なくなってきたおり、クラブ間の人気は拮抗してきていると言える。2010 年とそれ以降では J リーグでは観客数を増加させるクラブが少ないままであった。