

Jリーグにおけるアウェイ戦での人気をもたらすクラブの特徴
スポーツビジネス領域

5018A001-8 荒木 優麻

研究指導員 平田 竹男 教授

1 研究の背景

1993年にオリジナル 10 と 10 クラブで開幕をした 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。村井チェアマンは「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 Index(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いため、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のクラブの特徴を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。