

英仏米のプロラグビーリーグから見たリーグワンの成長策

Development of Japan Rugby League One

Referring to Premiership Rugby, TOP14 and Major League Rugby

トップスポーツマネジメントコース

5022A310-1 五郎丸 歩

研究指導教員: 平田 竹男 教授

1. 背景

2019 年ラグビーW 杯日本大会(以下 RWC2019)開催において日本代表は史上初の決勝トーナメントに進出し、世界の強豪国と肩を並べるまでに成長を遂げた。RWC2019 の翌年、2020 年 6 月 29 日に JAPAN RUGBY LEAGUE ONE(以下、リーグワン)が新たに発足し、現役のオールブラックスの選手をはじめ世界のトップ選手が所属する世界でもレベルの高いリーグのひとつになっている。一方で、リーグワンは企業リーグからの脱却を目指し、前身のトップリーグではリーグにあった興行権がチームに移管され、プロスポーツと同様に、各チームが試合を主催し、チケット収入やスポンサー収入を獲得することが求められている。

筆者は元ラグビー日本代表であり、現在はリーグワン DIVISION1 の静岡ブルーレヴズに携わっているが、RWC2019 で高まったラグビーの人気を維持向上させるためには選手の受け皿であるリーグ及びクラブの活性化が必要不可欠であると考えている。現役時代には、SUPER RUGBY(ニュージーランド、オーストラリア、南アフリカ、アルゼンチン、日本の 5 カ国リーグ)のクイーンズランドレッズ(豪)、世界最高峰のリーグである TOP14(仏)の RC トゥーロンに所属した経験を持つが、ラグビー先進国と比較するとスタジアムの環境やファンの盛り上がり等、ラグビーを取り巻く環境はラグビーの実力以上に差を感じている。また、米国では 2019 年にプロリーグ Major League Rugby(以下 MLR)が発足し、新興リーグとして世界から注目を集まっている状況である。そこで、主要国のリーグの取り組みを参考にしながら、リーグワンの成長策を検討していくことを本研究の主眼とする。先行研究では Carlos et al.(2014)が仏国のラグビークラブのコストパフォーマンスについて、大西好宣(2017)がアメリカのラグビー界についての調査が行われているが、主要リーグの特徴を比較検討した研究は行われていなかった。

2. 研究目的

本研究は、ラグビーの世界最高峰リーグである英国 Premiership Rugby(以下、PR)と仏国 TOP14、新興リーグの米国 MLR の取り組みを参考に、リーグワンの成長策を提示することを目的とする。

3. 研究方法

1) PR、TOP14、MLR、リーグワンに関する調査

文献調査から PR、TOP14、MLR の①チームの分布、②スタジアム、③試合日程、④マーケティング活動、⑤ラグビーワールドカップの取り組みの調査を行った。

2) PR、TOP14、MLR、リーグワンに関する調査

3) PR のブリストル・ベアーズの運営母体である BRISTOL SPORTS 関係者へのインタビュー調査

4. 結果

1) リーグ構造(昇降格制度、チームの拠点)

PR、TOP14、リーグワンは昇降格制度があり、新規参入する場合は下位リーグから参入し、上位リーグを目指す形になる。一方、MLR の場合、昇降格制度はなく、一定の条件を満たせば MLR に参入することが可能であった。

PR は英国全土にチームの拠点があり、TOP14 はパリに 2 チームと南部に 12 チームであった。MLR の前身である PRO RUGBY は 2016 年に 5 チームで発足し、拠点はカリフォルニア州に 3 チーム、

コロラド州、オハイオ州と地域に偏りがあったことから 1 年で終了した。その反省から MLR は 2018 年の開幕年は西海岸と南部の地域の 7 チームで始まったが、2019 年にニューヨークとトロント(カナダ)、2020 年にクインシー(マサチューセッツ州)、ワシントン DC、アトランタ、2021 年にロサンゼルス(1 年で撤退)、2022 年にダラスと主に東海岸のチームが加わり 2022 年には 13 チームまで拡大した。リーグワンの 1 部は 12 チームあり、首都圏 8 チーム、関西 2 チーム、東海 2 チームと東名阪に集中していた。

2) 外国人選手枠

PR の外国人枠は 1 クラブ 2 名(2022-2023 年より 1 名へ変更)までとなっていたが、南アフリカ、サモア、フィジー、トンガ等の英連邦諸国や EU 加盟国の選手は外国人選手とみなされていなかった。TOP14 は、2010-2011 年までは外国人枠の制限がなかったがクラブの 55%以上は、フランス代表の資格がある選手であることが義務付けられた。両リーグの 2017-18 年シーズンの外国人比率は PR 41%、TOP14 が 43%、代表選手ではない選手も含めた多国籍な選手が所属するリーグであった。MLR には各チーム 10 名程度の外国人枠があったが、代表を引退した世界の名選手などが在籍していた。リーグワンの外国人枠は日本代表資格に繋がるカテゴリー A、B とは別に 3 名を上限に他国の代表選手が所属できるカテゴリー C がある。このカテゴリー C による南アフリカ、ニュージーランド、オーストラリア等の世界トップクラスの現役代表選手の活躍がリーグワンのレベルアップに貢献している。2022 年に南アフリカ代表に招集された選手の中で海外リーグに在籍する 15 人のうちリーグワン 9 人、TOP14 が 4 人、PR が 2 人とリーグワンが突出していた。

3) スタジアム

表 1 英仏米日のスタジアム環境

	英	仏	米	日
所属クラブ数	13	14	13	12
専用スタジアム	8/13	12/14	1/14	4/19
収容人数(最小)	8,500	12,500	2,000	5,050
収容人数(最大)	32,069	33,500	77,500	50,889
平均観客数	12,368	13,881	2,133	4,100

平均観客数は、TOP14 が 13,881 人、PR が 12,368 人、MLR が 2,133 人であった。リーグワンは、RWC2019 直後に行われた前身のトップリーグの 2019-2020 年シーズンの平均観客数が 11,366 人であったが、リーグワン開幕の 2021-2022 年シーズンはコロナ禍による人数制限の影響があったものの 4,100 人に減少していた。

PR と TOP14 のスタジアムはそれぞれ、収容人数は 8,500~32,609 人、12,500~35,500 人、ラグビー専用スタジアムは PR 13 ヶ所中 8 ヶ所(他 5 ヶ所は併用)、TOP14 は 14 ヶ所中 12 ヶ所だった。また、リーグ戦の決勝戦を大規模スタジアムで行っており、PR は 82,000 人収容のトゥイッケナムスタジアム、TOP14 は 80,430 人収容のスタッド・ドゥ・フランススタジアムを使用していた。MLR のスタジアムの収容人数は 2,000~77,500 人であり、ラグビー専用スタジアムは 14 ヶ所中 1 ヶ所であった。

リーグワンのスタジアム収容人数は、5,050~50,889 人であり、ラグビー専用スタジアムは 19 ヶ所中 4 ヶ所で、トヨタ V が瑞穂、東京 SG・BL 東京・東京 B R・SA 浦安の 4 チームが秩父宮ラグビー場を、パナソニックが熊谷ラグビー場を使用していた。また 8 ヶ所は球技

専用スタジアムで J クラブとの併用、残り 11 ヶ所は陸上競技場であった。ラグビー専用スタジアム以外では、J クラブ等の他競技との日程調整や J クラブと異なるスポンサー看板や、興行試合で必要となる全ての備品の搬入搬出を含めた設営面でも苦勞をしていた。

4) BRISTOL SPORTS の事例

BRISTOL SPORTS という企業はホールディングスという形で、PR のブリストル・ベアーズとサッカーの 2 部リーグのブリストル・シティ FC という 2 つのクラブを経営すると同時にアシュトン・ゲート・スタジアムも経営していた。両チームどちらかを優先するのではなく、チームによって異なるスポンサーの企業との調整を行いながらスタジアムを活用することや、チケットシステムを共通 ID 化することで収益化を図っており、ラグビーとサッカーの一体経営を行っていた。

5) 試合の日程と開催数 ※2021-22 シーズン

表 2 英仏米日の年間試合数

	英国	仏国	米国	日本
国内リーグ	24 (+2)	26 (+3)	16 (+3)	16 (+2)
国際リーグ	9	49	—	—
代表戦	11	11	5	7

英国と仏国は、国内リーグ、欧州リーグ、代表戦が同時に行われていた。国内リーグは PR が 10 ヶ月 24 試合、TOP14 が 10 ヶ月 26 試合で、欧州リーグと代表戦を含むと最大で、英国は 46 試合、仏国は 49 試合であった。PR では代表戦とリーグ戦を両立させる為のルールが設けられており、代表選手はシーズン終了後に最低 10 週間休息を取る等の規定があった。米国と日本はリーグ戦と代表戦の時期が分けられており、リーグワンが 1 月～5 月の 5 ヶ月 16 試合、代表戦が 6 月～7 月と 10 月～11 月に開催され、最大 25 試合であった。

6) マーケティング

PR と TOP14 のマーケティング活動はクラブが主導であった。リーグは放映権を一括管理する程度で、各クラブが独自にチケット販売やスポンサーセールスを行っていた。MLR は、初代チェアマンの Dean 氏が米国 5 大スポーツの Major League Soccer(以下 MLS)クラブの経営者であった経験から MLS を参考にシングルエンティティの形態を取りリーグ主導でマーケティングを行い 2018 年 ESPN、2020 年から FOX と放映権の契約を行っていた。後継の NBA のクラブ経営を熟知した George Killebrew 氏は、「The Rugby Network」という独自のオンラインサービスを立ち上げ、国内外に全試合ライブ配信、チケットの一括販売、スポーツベッティングが導入されていた。リーグワンはリーグが放映権を一括管理する一方で、マーケティング活動はチーム主導であったが、チームに興行のノウハウが少なく親会社の資金に依存している状況であった。

7) ラグビー W 杯

1987 年に第 1 回ラグビーワールドカップが開催されてから、英国(ウェールズ含む)は 3 回、仏国も 2023 年大会を含めると 3 回目の開催となる。米国は 2031 年に初開催となり 24 のホストシティのうち MLR のチームがある都市は 9 都市(1 ヶ所はカナダ)であるが、MLR のチェアマンから RWC2031 までに 28 チームに拡大を目指すという発言があった。

5. 考察

1) 英仏米の特徴とリーグワンの課題

英仏の特徴として①専用スタジアムの活用②代表戦と国内リーグの共存が挙げられ、また新興リーグの MLR は③昇降格がないリーグ構造と④リーグ主導のマーケティング活動が特徴であった。これらを踏まえリーグワンの発展策を述べていく。

2) リーグと代表戦の日程

リーグワンの試合数が少ないことはチケット収入や、スポンサー収入等チーム経営に直接的な影響を及ぼすことから、今後、リーグ戦と代表戦が共存できる形を検討することが望ましい。その為には PR のように、チームの活動と、代表の活動を兼務するためのルール作りをすることで、代表とリーグの活動が共存できる形を選手とリーグ、協会が対話し模索する必要がある。

3) ラグビー専用スタジアムの有効活用

日本の場合、試合会場の確保に苦勞していることが課題として挙げられる。そこでリーグワンの 1 部が 12 チームあり、拠点が東名阪に集中することから、ラグビーの聖地である秩父宮と花園に加えて RWC2019 を契機に整備された熊谷の 3 拠点を 1 節 6 試合を土日 1 試合ずつ行うようなセントラル開催にすることを提案する。この 3 拠点のセントラル開催が実現すれば、会場確保の課題だけでなく運営費等のコストの削減に繋がることや、運営ノウハウの蓄積にも繋がり経済的なメリットも期待できる。黎明期の J リーグは地方クラブが国立競技場でホームゲームを開催していた過去があり、スタジアム整備が進んだ現在では、ホームタウンでの試合が開催されていたように、リーグワンも段階的にホームタウンでの試合開催を考えることが望ましい。その為には、各ホストタウンにおける専用スタジアムの整備や、既存の球技専用スタジアムにおいても BRISTOL SPORTS のように J クラブ等との一体経営を行いながら収益化を図るような共存の方法も考える必要がある。

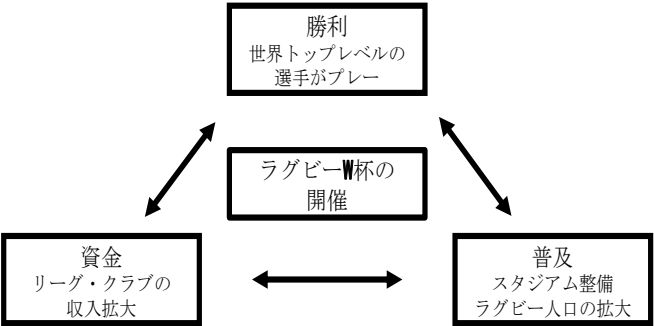
4) シングルエンティティの考え方

MLR はリーグとチームが共存・共栄を図るシングルエンティティの形態を取り、リーグ主導で放映権販売やデジタル施策を積極的に行うことで収益を獲得し、チームへ分配するような取り組みを行っていた。リーグワンの場合、興行権がチームに移行されたものの、チーム単独の経営力には限界があり、リーグ主導で国内外への放映権料の獲得交渉やチケットング等の ID 基盤の共有をするなど、リーグとチームが協力をした取り組みが必要である。

5) ラグビー W 杯再招致に向けた理念の設定

ラグビー W 杯は、英仏が複数回開催しているように再招致が十分に考えられ、日本協会も 2035 年以降の再招致の意志を表明している。そこで、次の招致に向けて理念を掲げることが重要である。RWC2019 では日本代表が世界と肩を並べることが大きな目標であったが、リーグワン開幕が RWC2019 の 2 年後になったことで盛り上がりを活かしきれなかったと言える。J リーグが 1993 年に発足し 2002 年日韓ワールドカップに向けて、サッカースタジアム等の環境整備が進んだ。米国も同様に RWC2031 開催に向けてスタジアム等の環境整備を進めようとしている。RWC2019 の成功から持続性がない状態へと後戻りしてしまわないようにする為にも、次のラグビーワールドカップ日本開催に向けてリーグワン各チームのホームタウンにおけるラグビーの普及とスタジアム整備を目標とすることで、リーグワンが活性化し日本ラグビー界全体が発展するような将来像を提案する。中学まではラグビーをやれても高校でラグビーができず先を目指したくても目指せない子どもたちに筆者自身接してきた。リーグワンのチームはトップ選手だけでなく、そうした子どもたちの受け皿にもなることも可能であり、ラグビーワールドカップ開催に向けて環境整備が進むことが何よりものレガシーとなると考える。

図 1 ラグビー W 杯再招致の理念



6. 結論

英仏米の事例から、リーグワンの成長策としてラグビー専用スタジアムの整備と活用、リーグ主導のマーケティング活動、代表戦と共存できる試合日程の 3 つを提示した。ラグビーワールドカップの再招致がこれらの実現可能性を高め、我が国のラグビー界の強化、資金、普及の好循環に寄与すると考えた。