

高知県がプロサッカーで成功するには

～アイゴッソ高知を例に～

1150388 朝日康介

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

プロサッカーリーグである J リーグは今年で 22 周年を迎え、全国各地で地域型のプロサッカーチームが増加している。しかし高知県は未だ J リーグに参入できていない。そこで、本研究では J リーグに加入しているプロサッカーチームが地域に与える効果はどのようなものであるかを検証し、次いで高知県の現状と照らし合わせることでプロサッカーチーム創造の必要性を解いた。さらに、本研究の例としたアイゴッソ高知の現状では、スタジアムそのものに問題があることが明らかになった。また、これは高知県のみならず日本のサッカー文化をも遅速させている要因であるという結論に至った。

2. 背景

開幕当初わずか 10 チームで始まった J リーグは、2014 年シーズン開始時点で日本国内の 36 都道府県に本拠地を置く 51 クラブ (J1 : 18、J2 : 22、J3 : 11) が入会している。この結果を後押しした一つの要因として考えられるものは、「J2」「J3」の導入である。J リーグに下部リーグを設けることで入会しやすくしたのである。とくに今年から始動した「J3」の導入は多くの地域スポーツクラブを前進させるきっかけとなった。そして現在 J チームのない都道府県は 11 県となっている。四国という狭い視野で見ると、もはや高知県だけ取り残されるという状況になってしまった。

そこで、これ程までに全国的に普及するプロサッカーチームは、地域にどのような効果をもたらすのか、そしてなぜ高知県には無いのかを明らかにすることとした。

3. 目的

本研究は、高知県の主な課題、すなわち地域活性化の促進のためにも、プロサッカーチームが必要であることを解き、さらに、それを具現化するための方策としてサッカースタジアムを充実することの意義について説くことを目的とする。

4. 研究方法

本研究は、まずプロサッカーチームが地域にどのような影響や効果を与えるのかを、J リーグ観戦調査とヴァンフォー

レ甲府のケーススタディを通して整理する。次に、高知県の現状とプロサッカーチームが地域に与える効果を照らし合わせることで、プロサッカーチーム創造の必要性を解く。最後に、本研究の例であるアイゴッソ高知でのヒアリング調査をもとに、課題を導き出すことで成功要因を提案するとともに、今後の J リーグの発展について検討する。

5. プロサッカーチームが地域に与える影響

実際にプロサッカーチームが地域にどのような影響を与えているのかを、J リーグ観戦調査とヴァンフォーレ甲府のケーススタディより明らかにしていく。

5.1 J リーグ観戦者調査

まず、地域の人たちはプロサッカーチームの活動についてどう感じているのかについて、J リーグ観戦調査の 4 つの質問項目をもとにまとめてみると、以下のようになる。

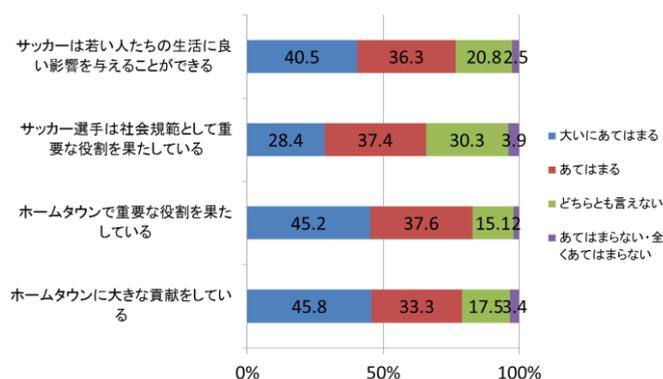


図 1.観戦者がサッカーチームに対して感じている事

この調査は 2013 年に J リーグが観戦者の約 14,000 人から 17,000 人に実施したものである。どの調査項目に対しても肯定的な回答が 50%を超えており、プロサッカーチームが地域になんらかの影響を与えているのかが見て取れる。

5.2 ヴァンフォーレ甲府のケーススタディ

では実際にどういった効果を感じているのかをヴァンフォーレ甲府のケースを元に検証する。ヴァンフォーレ甲府についてだが、甲府市の特徴として①母体企業・大企業が存在しない、②人口が少ない、③サッカー不毛の地という特徴が挙

げられる。また、強みとしては「自治体・企業・住民の連携が固い」ことや、「他の娯楽が少ない」ことがある。今回ヴァンフォーレ甲府を選んだ理由として、現在の高知県と同じ上記の①、②、③の状況でスタートしていることをポイントとした。ヴァンフォーレ甲府は今ではJ1に所属し、平均観客動員数も10,000人を超えるほどになっている。では実際にどのような相手にどういった効果を与えているのかを、日本経済研究所が2009年にクラブ、自治体、スポンサーを対象に行ったヒアリング調査をもとに見ていく。

効果の一つ目は、イメージアップである。県民が一体となっていることが全国に発信されることで県への良いイメージを築く効果が考えられることや、スポンサーに対しては信用効果やスポーツにより爽やかなイメージを与えている。二つ目は、イベント性である。地方都市において常時10,000人以上を集客するイベントが年間20回あるというインパクトは大きい。三つ目は、地域資源となることである。ヴァンフォーレはすでに「地域の資源」であり、「県民の大きな楽しみ」になっていると自治体が認識できるほど、交流や活動での成果を上げている。四つ目は、スポーツ文化・青少年の育成である。年間200回を超える学校訪問やサッカースクールによりスポーツ文化の付与に尽力し、サッカーを軸としたスポーツ振興を少しずつ成せている。

以上のヴァンフォーレ甲府にあるように、多かれ少なかれ他のプロサッカーチームも同じような結果が見て取れる。つまり、プロサッカーチームが地域に与える効果は、大きく分けると4つにまとめることができる。それは、①経済効果、②地域の一体感、③スポーツ文化・青少年の育成、④イメージアップ・認知度向上、以上の4つである。この4つは地域力の向上に貢献していることに集約される。それぞれ与える効果は違ってはいるが、結果として地域力、すなわち地域の原動力を高めているのである。社会貢献度が極めて高いことがわかる。よって、その社会貢献度の高さからソーシャルビジネスとしての体質を持つとも言える。

6 高知県の現状と課題

そもそも高知県にはプロサッカーチームが必要なのかを、前項で明らかになったプロサッカーチームが地域に与える効果と高知県の現状を照らし合わせることで明らかにしていく。

プロサッカーチームの必要性を解く

まず、地域の一体感についてだが、高知県の県民が一年を

通して一体となって地域を盛り上げることと言えば、よさこい祭りや各地で開催されるマラソン大会、食祭り、花火大会などが挙げられる。どのイベントも季節物であり、年に一回という希少性を売りにしている。よって一体感の向上という点には欠けている点がある。

次にスポーツ文化・青少年の育成だが、高知県の子供の運動能力と国民体育大会での近年の成績を見てみた。小学校は男子が35位、女子が28位であり、中学校は男子が39位、女子が45位という結果だった。さらに近年の国民体育大会の結果を見ると、2002年の高知開催での10位以降、2003年は30位、2004年は38位、2005年以降は全て40位代と長らく低迷が続いている。この2つのデータから、本県は全体的に見てもスポーツの成績が低く、スポーツを身近なものにするための環境づくりが必要であると考えられる。高知県の運動能力の向上を促進すること、ひいてはスポーツ文化を定着させることは必要不可欠であると言える。

イメージアップ・認知度向上については、高知県における他都道府県からの転入者数及び転出者数の推移に着目した。

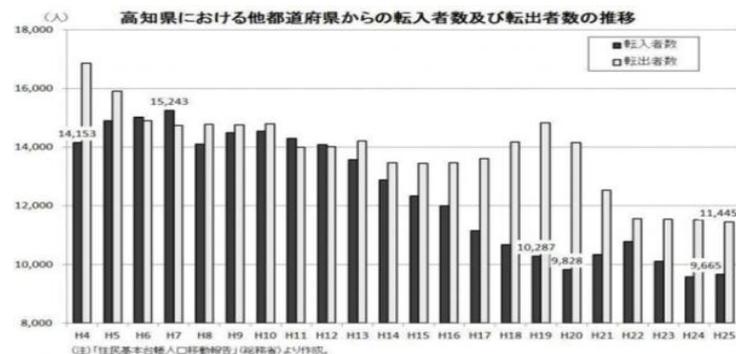


図2.高知県の転入者及び転出者の推移

高知県の高齢化率は2012年データでは30.1%と全国では秋田県に次ぐ2位となっている。今後も更に高齢化が加速すると言われている中、この転入者と転出者の動向は重要となってくると考えられる。少しでも転出者を減らし、1人でも多くの転入者を増やせるよう、魅力ある県、地域を目指していかなければいけない。

三つの課題、すなわち地域の一体感、スポーツ文化・青少年の育成、イメージアップ・認知度向上に着目してきたが、これらとプロサッカーチームが実際に地域に与えている効果と比較すると、どれも改善の余地が見込めることが分かる。高知に対する地元愛を引き出すきっかけとしては欠かせないと言い切っているのではないだろうか。その可能性をプロサ

サッカーチームは十分に秘めている。

アイゴッソ高知の現状～ヒアリング調査より～

前項で高知県はプロサッカーチームが必要であるということとを明らかにした。では今まで県内のサッカーチームはプロ化に向けて何もしなかったのかという疑問を抱き、県内のサッカーチームであるアイゴッソ高知でチームマネジメントを担当している事務局長の方にヒアリング調査を試みた。アイゴッソ高知は、南国高知 FC を前身とするサッカーチームであり、昨年から NPO 法人から株式会社化し、チーム名を改めるとともにチーム体制も一新し、県内で唯一プロ化に向けて歩みを進めたチームである。新たな体制で挑んだ今季は四国リーグ 2 位と結果が出せなかった。

ではなぜ高知は J リーグ参入に乗り遅れたのかを、南国高知 FC 時代の話をもとにまとめてみた。その原因は大きく分けて 2 つある。「きっかけ」と「動き」である。実はアイゴッソ高知が設立される前も、南国高知 FC が J リーグ参入を目標として活動していた。しかし一つ目の原因である「きっかけ」に欠けていた。簡単に言うと地域リーグで試合に勝てず、結果が出せなかったのである。しかし今まで一度も地域リーグで勝てなかったわけではなく、2001 年から 2005 年まで 5 年連続で四国リーグ優勝を果たしている。ここで 2 つ目の「動き」が出てくる。今度は「きっかけ」を得たにも関わらず、具体的に動こうとしなかったのだ。選手はアマチュア、マネジメント側も素人ばかりというチーム体制の不備、そして具体的な改善に乗りださなかったことが結果として J リーグ参入を遅らせた要因である。アイゴッソ高知は出発したばかりであり、今は地道な活動を行う時間とそれを続ける気持ちが今必要であり大事なことである。

では今後アイゴッソ高知が、プロサッカーチームとして高知県で成功していくには何が必要なのか。まずは「チーム体制を整える」ことである。プロサッカーチームが持つ効果を最大限発揮するには、チーム体制を整え、着実なクラブ運営を実現するため、チーム・クラブ運営事業の本質を示すビジネス・プロセスを構築しなければならない。クラブ運営において、クラブを取り巻くステークホルダーをどのようにファンとして取り込み、ファン・ロイヤリティを高め、長期的な関係を築くかが最も重要である。スポーツクラブの具体的なビジネス・プロセスは図 3 のようになっている。

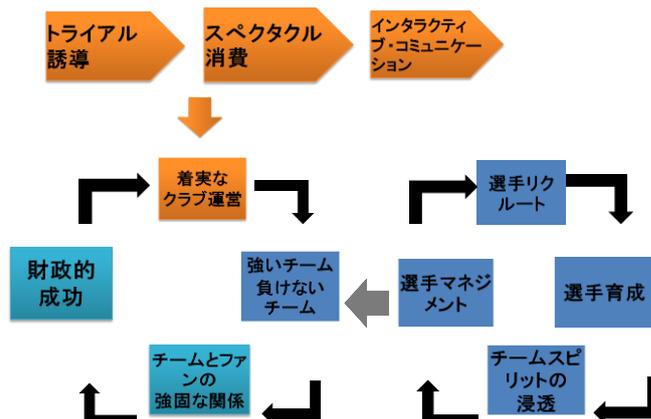


図 3. スポーツマネジメント P.125 より

図 3 より、着実なクラブ運営を実現するには、「トライアル誘導」、「スペクタクル消費」、「インタラクティブ・コミュニケーション」を実践しなければならない。簡潔に言うと、初めてのファンを獲得することである。しかし現在のアイゴッソ高知の現状では、これらを実践したところで最大限の効果、つまり新たなファンを得られないと考えられる。というのも、現在アイゴッソ高知が J リーグ参入に向けてホームスタジアムとして検討しているスタジアムは、春野陸上競技場というスタジアムであり、立地、様式など不備な点が多々ある。

そこで、着実なクラブ運営を可能とするためのスタジアムに求められる点を検証し、高知にはどのようなスタジアムが必要なのかを考えることとした。

7 サッカーチームにおけるスタジアムの重要性

7.1 スタジアムに求められる観戦環境

サッカー観戦に求められるスタジアムの条件とはどのようなものであるかを、J リーグが定める「スタジアムに求められる観戦環境」を元に、春野陸上競技場はどの程度満たしているのかを検証することとした。J リーグが定める「スタジアムに求められる観戦環境」とは、①快適性、②適合性、③安全性、この 3 つを軸としたスタジアムである。一つ一つを具体的にしながら、春野陸上競技場と比較していく。

①快適性に求められることは、「屋根の必要性」と「トラックの取り扱い」である。雨の多い日本では、天候に左右されずに試合を開催できるかが大きなポイントとなってくる。もう一つ重要なのは陸上トラックの有無である。トラックがあるかないかで試合の臨場感や雰囲気は大きく変わる。この 2 点を春野競技場と比較すると、屋根はメインスタンドの一部にしかなく、陸上競技場であるためトラックもある。よって快適性には欠けていることがわかる。

次に②適合性に求められることは、「周辺環境の適合性」と「地域社会との関係」である。周辺環境との適合性とは、交通量の増加や騒音、光害といったようなスタジアムが起す環境問題のことである。一方、地域社会との関係は、スタジアムは地域の財産であると認識させるなど、地域社会に何らかの利益や効果を与えることである。2つは対照的であるが、このバランスがとても重要である。春野競技場は、市街地にあるため周辺環境の適合性の面では問題ないが、地域社会との関係は場所的に孤立しているため、一部にしか効果を与えられていないことが考えられる。よって、適合性は完全に満たされていないということがわかる。

最後の③安全性に求められることは、「災害時に使用できるか」や「緊急医療体制の整備」が求められる。災害時に対応できる建設基準や避難等の対応とともに、スポーツの場であるため医療体制の施設計画は必須である。春野競技場内には医務室もあり AED の整備もある。また立地場所は高く災害には強い。しかし、市街地や住宅地から離れているため避難場所としては少々難点がある。よって安全性においても一部満たされていない。

ここまで3つの要点を軸とし春野陸上競技場の現状を見てきたが、このままではプロサッカーチームのホームスタジアムとしては成り立たないと言える。ではどうすれば改善されるのか、二つの点に注目した。それは「場所」と「雰囲気」である。

7.2 スタジアム構想

まず改善しなければいけないことは、スタジアムの立地場所である。現在の春野競技場では、公共交通機関もバスしかなく、あまりにも不便すぎて気軽に試合観戦に行くことが困難であるとともに、周辺地域への経済効果などが見込めない。そしてもう一つは雰囲気や臨場感に欠けることである。スポーツ文化が浸透していない高知県では、プロサッカーの試合を生で観たことない人がほとんどであると考えられるため、初めのインパクトはかなり重要なものであると考えられる。ピッチと観客席の距離が遠い陸上競技場では、プロサッカーの試合の醍醐味である一体感や臨場感といったものを十分に味わえない。

以上のことをふまえ、私はアイゴッソ高知が着実なクラブ運営を実現し、クラブ活動による地域活性化の促進を成すには、「サッカー専用スタジアム」を建設することを主張したい。

8 結論

プロサッカーチームの活動は社会貢献度が高く、ソーシャルビジネスという側面をもつということが明らかになったうえで、改めて成功とは何かを考えてみた。それは地域の人たちの観客動員数、すなわちスタジアムがサポーターで埋め尽くされることである。地域貢献活動をすればスタジアムに来てくれる、チームが強くなれば注目されスタジアムに来てくれるというように、社会貢献度は観客数に比例しており、最終的に試合に足を運んでくれることに帰属することがわかった。それは着実なクラブ運営無しには果たせない。したがって、プロサッカーチームにおけるスタジアムの位置づけは高知県だけではなく J リーグ全体で改善すべき点であり、スタジアムありきのサッカーチームであるという意識を浸透させなければならない。

少数のチームがスタジアムの建設や構想に乗り出しているように、徐々にスタジアムの見方は変わってきている。というより現在のスタジアムに限界を感じている。その点アイゴッソ高知はスタートが遅くとも、遅いなりに他のチームから学べることはたくさんある。その一つであり最も重要なことはスタジアムであることを、私は結論として導いた。

高知県はなぜプロサッカーチームがないのだろうかという疑問から始まった本研究だが、私自身、また周りの多くの人もお金がないことや地方だからということを口にした。それは違った。たしかに資金は重要である。しかしその資金を集められる力をプロサッカーチームは持っていることを実感した。そのためにも、地域全体でサッカーチームを応援する施策が必要なのではないか。スタジアム建設は、その施策になりえる可能性が十分あると思う。

参考文献

- ・「スポーツマネジメント」 生島淳
- ・「スポーツマネジメント」 原田宗彦・小笠原悦子
- ・「スポーツビジネス最強の教科書」 平田竹男
- ・「Jクラブの存在が地域にもたらす効果に関する調査」 株式会社日本経済研究所
- ・アイゴッソ高知 HP <http://www.nkfc.jp/>
- ・J リーグ HP <http://www.j-league.or.jp/>
- ・図 2.高知県の転入者及び転出者の推移 出典 URL <http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/111901/bunyabetu.html>