

Tリーグにおける地域密着の現状と課題

1200433 熊本 啓吾

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 概要

本研究では2018年に開幕した卓球のTリーグの地域密着活動と経営安定化の現状について調査し、今後の課題について検討した。

先行・事例調査によってプロスポーツによる地域の活性化には、チームが地域密着活動によってその地域のシンボリックな存在になることが重要であることが分かった。さらに経営面では多数企業からの支援がリスク分散につながる事が分かった。一方でTリーグへの調査研究では、地域密着活動には各チームに大きな差がみられ、経営面においては少数企業による支援によるチームが存在することが分かった。さらに有名選手の存在が地域密着活動や経営面にも影響していることが分かった。最後にTリーグ発展のための本質的な課題として、協会との連携不足による組織構造の複雑さの解消を提唱した。

2. はじめに

現在地方では少子高齢化による人口減少や若年層の都市部流出等による衰退が問題視されており、日本の各地で様々な分野において地域活性化の取り組みがなされている。

その中でスポーツを活用した取り組みは健康寿命の延伸や新しいコミュニティを創造する効果があり、地域活性化に貢献すると考えられている [1]。現在はプロスポーツ分野においてもサッカーのJリーグをきっかけに、バスケットボールやバレーボール、そしてプロ野球においても地域に密着した取り組みが行われている。経営面からみるとプロスポーツチームの維持・運営は簡単ではないことから、地域に密着した活動を通して、地域からの支援を受けることで経営の安定化を図っていると考えられる。

そこで本研究では卓球を活用した地域活性化を理念に掲げているTリーグの地域密着活動の現状と課題について検討する。

3. 目的

Tリーグの地域密着活動の現状について調査し、地域活性化のためのプロスポーツの在り方とプロスポーツの経営の安

定化に関して考察し、Tリーグの今後の課題を検討する。

4. 研究方法

本研究では、まず先行・事例調査によって地域活性化のためのプロスポーツの在り方とプロスポーツの経営の安定化について調査した。次にTリーグ概要や課題等について一般社団法人Tリーグ広報江島彰弘氏に取材調査を行い、さらに各チームの活動状況とスポンサーとの関わりの詳細について、各公式サイト・公式SNSで報告されているものを抽出・集計し、課題を検討した。

5. 先行・事例研究

本章では先行文献・事例研究から地域活性化のためのプロスポーツの在り方とチームの経営安定化に関して検討した。

5-1 プロスポーツと地域密着活動

本節では日本のプロスポーツで初めて地域密着に取り組んだJリーグを例に、地域活性化のためのプロスポーツの在り方について検討する。

まずJリーグが地域密着を志向した背景と歴史について調査した。大山(2007)によると、Jリーグが打ち出した地域密着志向の背景には積極的に地域社会と関わるドイツのプロサッカーチームの存在があったと指摘している [2]。ドイツにおけるプロサッカーチームは、地域でスポーツ振興の役割を備えていた公共の総合型スポーツクラブが母体であることから、はじめから地域に根付いたプロスポーツチームであった。これを見た初代Jリーグチェアマンの川淵三郎によって、「地域に根差したスポーツクラブを軸としたスポーツ文化の振興」を理念にJリーグが開幕した [2]。

その背景を経て現在のJリーグでは「Jクラブはそれぞれのホームタウンにおいて、地域社会と一体となったクラブづくり(社会貢献活動を含む)を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければならない。」と記し、法人化やチーム名から企業名を外すことなどを義務付け、企業スポーツからの脱却を図った(本研究における企業スポーツとは企業の従業員で構成されたチーム形態を意味する)。そのうえで住民・行政・企業と協力しながら地域密着に取り

組むような運営方針を示した [3]。

実際に Jリーグにおける地域密着活動を意味するホームタウン活動では、表 1 で示すように活動ジャンルが広いことや

表 1 ホームタウン活動の活動ジャンル

大項目	活動ジャンル
スポーツ×健康	サッカー普及/地域スポーツ振興/食育/健康(介護予防を含む)/医療/その他
Jクラブ×地域振興	地域・産業・道路・交通/まちづくり/観光/交際交流/その他
Jクラブ×社会課題	環境/人権・ダイバーシティ/教育・啓発/復興支援/その他



図 1 ホームタウン活動の活動回数とその内容

図 1 で示すように 54 クラブで年間 2 万回以上の活動実績・活動頻度が高いことから、地域活性化に一役買っていることが推測される。

この Jリーグの成功例から、プロスポーツチームが地域活性化のために果たすためにはスポーツのエンターテインメント性以上に、地域と一体となり幅広い活動を行うことでその地域のシンボリックな存在になることが重要であると考えられる。

4-2 プロスポーツの経営安定化

次にプロスポーツの経営安定化について調査する。

日本のプロスポーツ経営には、企業スポーツの歴史が大きく関係している。日本では Jリーグが開幕するまでの長い間の企業スポーツが日本スポーツ界を牽引してきた。その中で企業スポーツは経営資源の 1 つ (広告塔) として欠かせないものになった。しかし、1990 年代のバブル崩壊により企業業績は悪化し、直接業績に効果をもたらすことはない企業スポーツはコストカットの対象になり、休廃部が相次ぐ状況に

追い込まれていった [4]。このことから企業スポーツの大きな問題は企業業績が影響してくることにあると考えられる。

図 2 は 1991 年～2008 年の企業スポーツの休廃部数を示している。図 2 に示すように、バブル崩壊後徐々に休廃部するチームは増えていき、1991～2008 年の合計で 324 チームに上ったと報告されている [5]。

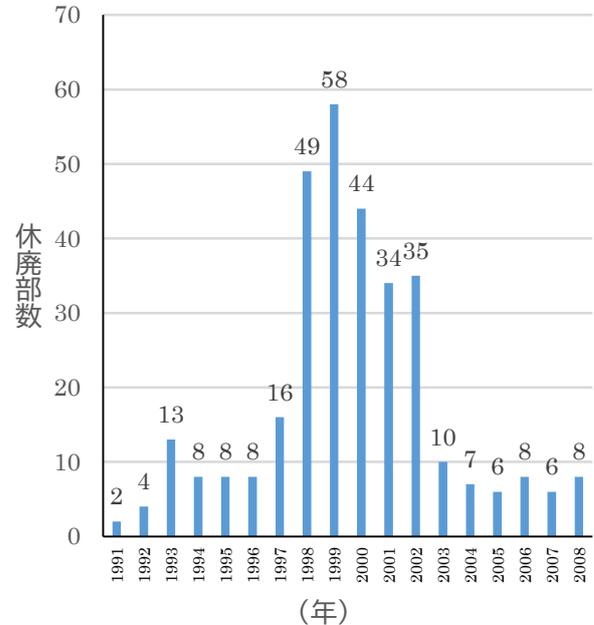


図 2 企業スポーツの休廃部数の推移 (1991～2008)

この企業スポーツと似たような経営形態に単独企業が主要株主になるケースが挙げられる。その場合、企業スポーツと同様に万が一業績が悪化した場合に真っ先に影響を受けることになる。現在でもプロ野球では広島東洋カープを除く全チーム、Jリーグにおいてもヴィッセル神戸や名古屋グランパスなどでも未だにこの方法によって経営されている。経営リスク分散の点からすると多数企業から支援を受けることが望まれる。

一方でドイツのプロサッカーリーグであるブンデスリーグでは地域密着型経営の意味として各チームの 51%以上の株式を母体である公共の総合型スポーツクラブを運営する非営利団体が保有しなければいけないと定められている。これにより日本のような主要株主が単独企業になることは一部の例外を除き存在しないとしている [2]。したがって自治体に公的資金によってチームの経営安定化をもたらす代わりに地域活性化の担い手として地域のシンボリックな存在として活動することがより重要となると考えられる。

現在の日本のプロスポーツにはドイツのような仕組みは整

っていないが、多数企業に支援されることで単独企業に左右されることはなくなると思われる。

4-3 事例調査

次に地域密着型クラブ経営に失敗したJリーグのチームと地域とともにクラブ経営に成功しているプロ野球球団の事例を調査し、それぞれの要因を検討する。

(1) 横浜フリューゲルス

このクラブはJリーグ設立当初から加盟しており、全日本空輸（ANA）と大手ゼネコンの佐藤工業の2社のスポンサーによって運営されていた。しかし、この後Jリーグで唯一消滅したクラブになってしまう。原因は間違った地域密着の取り組み方と少数企業に頼った経営が挙げられる。横浜市をホームタウンとしていながらも、全国の航空をカバーする全日空がスポンサーであったこともあり、鹿児島・熊本・長崎を「特別活動地域」として試合を行っていた。また横浜には横浜マリノスという別のチームがホームタウンとして活動していたこともあり、各地で活動する横浜フリューゲルスはどの地域においても定着せず、観客数を伸ばすことが出来ず、ファンの獲得に至らなかった。バブル崩壊後、スポンサーの1つであった佐藤工業が経営不振に陥り、出資を取りやめたことで全日空のみで運営することになったが、同様に経営不振であったため、支援を継続していくことが困難になり、クラブは消滅することになった〔6〕。地域に根差したクラブづくりを目指して開幕したJリーグであったが、実際には単独または少数企業に依存する体制は変わっていなかったことが明らかになった。

この例から広範囲に分散した活動と少数企業に依存する経営形態は困難を極めることが分かる。

(2) 広島東洋カープ

このチームはプロ野球球団で唯一親会社を持たない「市民球団」として現在も地域密着型経営がなされている。戦後復興のシンボルとして地元企業（中国新聞社・日本専売公社等）や地方自治体（広島県・広島市・呉市等）の出資により設立された。しかし当時は勝敗によって球団への報酬が決まっていたため、弱小であったチームは資金難に陥ったが、「樽募金」という形で市民から資金集めながら球団経営を行っていた〔7〕。

この例からカープが地域に根付いた要因として多くの地元企業からの支援と地域密着による固定ファンの獲得が大きな

要因だと考えられる。結果的に、初優勝した1975年から2018年まで44期連続黒字を達成し〔8〕、現在でも経営の安定化に成功しているといえる。カープといえば資金調達力が他チームより劣ることから、良い選手は年俸の良い他球団へ移籍することが多かったチームであったが、2016～2018年においてペナントレース3連覇を達成するなど現在ではセントラルリーグにおいて強豪の1つになっている。また、現在カープが使用しているマツダスタジアムの建設の際にも、市民から1億2千万円、地元企業から16億円以上の寄付金が寄せられたといわれている。

現在では戦後復興のシンボルとしてのイメージが弱まっているものの、未だにチームと地域は切り離せない関係になっていると考えられる。

5. 調査研究

インタビュー調査によってTリーグの概要や課題等について調査したあと、各チームの公式サイト・公式SNSを用いて地域密着活動と経営安定化の現状について詳細に調査した。

5-1 Tリーグ

2018年に開幕したTリーグは一般社団法人Tリーグが主催・運営するプロアマ併存の日本の卓球リーグである。現在はトップリーグにあたる「Tプレミアリーグ」に男女各4チームが参戦している。将来的には2部「T1」、3部「T2」…とカテゴリー分けを行い、地域の人が気軽に所属できるリーグを目指す構想になっている〔9〕。これはドイツの卓球のブンデスリーグのピラミッド型のリーグ構造を参考にしている。原則9月～翌3月の春秋制でシーズンを行っており、これは中国リーグの開催時期を避けることで、世界トップレベルの中国選手を呼ぶためだとされていた。しかし、中国側が派遣を拒否しているため、現在も呼ぶことには至っていない。また、当初は企業や大学が参戦している既存のトップリーグであった日本卓球リーグをベースに発足予定であったが、運営する日本卓球リーグ実業団連盟が合流を見送っている。しかし、日本卓球リーグに所属していながら個人的にTリーグのチームにも契約し参戦している選手も存在する。

表2がTリーグに参戦しているチームのホームタウンと所属選手人数を示している。

表2 Tリーグ チーム概要

チーム名	ホームタウン	人数
木下マイスター東京	東京都	9
T・T彩たま	埼玉県	11
岡山リベッツ	岡山県	12
琉球アスティータ	沖縄県	10
木下アビエル神奈川	神奈川県	10
トップ名古屋	愛知県	12
日本生命レッドエルフ	大阪府	11
日本ペイントマレッツ	大阪府	11

Tリーグは日本の卓球の競技力の向上及び卓球の普及を図ることにより、豊かなスポーツ文化の振興及び国民の心身の健全な発展に寄与するとともに、国際社会における交流及び親善に貢献すること（Tリーグ規約 第1章総則 第1条より）を目的に以下の3つの理念に基づいて運営されている。

- 1 世界 No.1 の卓球リーグを実現する
- 2 卓球のスポーツビジネス価値を高める
- 3 卓球を通じて人生を豊かにする

この3つの理念には、『どの地域の誰でもが「参加できる」「関われる」世界一開かれた地域密着型リーグシステムを実現する』、『卓球の普及により、地域の活性化および国民の健康寿命延伸に貢献する』というように卓球を通じた地域密着・地域貢献を行う姿勢が明記されている [9]。

また、Jリーグ同様ホームタウンを定めることにしており、同一県内であれば複数の市町村をホームタウンにすることも認めている。そのホームタウンにおいては、地域社会と一体となったチーム作り（社会貢献活動を含む）を行い、卓球をはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければならないとし、Jリーグ同様に地域に根差したクラブ経営を行わなければならない。

このことからTリーグは地域密着志向であることが分かる。

5-2 Tリーグの地域密着活動の現状

次にTリーグの地域密着活動の現状について調査・検討した。

5-2-1 調査概要

Tリーグの地域密着活動を調査するにあたり、本調査ではJリーグの「ホームタウン活動」を調査する方法を参考にし、以下の条件で、Tリーグの地域密着活動について調査した。調査では筆者が設定した期間内に男女8チームがTリー

グ公式サイト・クラブ公式サイト・公式 SNS で報告しているものを抽出・集計した。

- ・期間 2018年10月1日～2019年12月31日
- ・場所 ホームタウン及び活動区域内での活動を対象とする。また災害被災地への支援や国外等での社会貢献活動は、ホームタウンまたは活動区域外であっても対象とする。
- ・活動者 クラブに所属している選手・監督・関係者
- ・活動内容 グラフの都合上対象の活動に番号を付ける
 (対象) 1 地元企業イベント出演・店舗への訪問やコラボ
 2 地方自治体との連携
 3 卓球教室・学校訪問
 4 施設への寄付・寄贈、支援活動
 5 クラブ主催のファン・サポーター向けの行事
 6 独自の大会開催
 (対象外) プライベートの食事
 試合会場等によるファンサービス
 グッズの販売補助
 Tリーグの公式イベント
 スポーツに関する取材対応
 クラブと無関係の選手個人の活動

※卓球は個人スポーツの側面が強いため、本研究ではクラブとして活動したものを対象にした。

5-2-2 結果

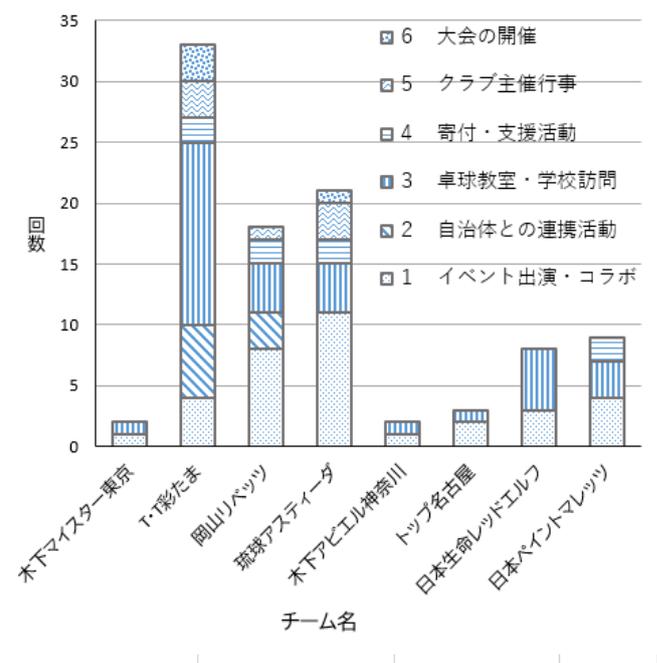


図3 チーム別地域密着活動回数とその内容

図3では各チームの地域密着活動回数とその内容を示している。図3で示すように、地域密着活動に積極的に取り組んでいるチームとそうではないチームには大きな差がみられた。その中でT・T彩たま・岡山リベッツ・琉球アスティーダの3チームは比較的頻繁に活動に取り組んでおり、また、T・T彩たまは1県5市との連携協定を締結し地域活性化やスポーツ推進に向けての活動、岡山リベッツは西日本豪雨被害の支援や中高生のアスリート事業への協力、琉球アスティーダは飲食店や鍼灸院とのコラボや大会を開催するなど他の5チームには見られない独自の取り組みが見られた。結果的に、Tリーグの中では地方に当たる埼玉・岡山・沖縄の3チームは工夫した取り組みを行っていたが、他の5チームに関しては活発な取り組みがほとんどみられなかった。

5-3 Tリーグの経営安定化の現状

次に各チームのスポンサー数から経営リスクについて検討した。

5-3-1 結果

表3 各チームのスポンサー数

チーム名	スポンサー数(地元スポンサー数)
木下マイスター東京	17(9)
T・T彩たま	29(17)
岡山リベッツ	21(20)
琉球アスティーダ	29(15)
木下アビエル神奈川	9(4)
トップ名古屋	3(3)
日本生命レッドエルフ	1(1)
日本ペイントマレッツ	1(1)

表3は各チームのスポンサー数と地元スポンサーの数について示している。表3から分かるように、全8チーム中3チームが単独または少数企業のスポンサーによって経営されており、経営安定化という面では不安が残った。しかし、その3チームのスポンサー全てが地元企業であり、地域密着という点では役割を果たしていることが分かった。男子の4チームに関しては地元企業を中心に数多くのスポンサーを得ることに成功しており、経営安定化に貢献していると考えられる。特に岡山リベッツに関しては1社を除き、地元企業からのスポンサーであり、より地域密着した経営の安定化が図られているといえる。

6. 考察

本調査によって、地域密着活動にはチームによって取り組み方に大きな違いがみられた。この結果にはチームの構成メンバーが大きく影響していると考えられる。卓球はマイナースポーツであるために世間的にも影響力のある選手はかなり限られている。

表4ではこれまでの調査結果と有名選手（世界ランキング日本人TOP3）の有無について示した。表4で示しているよ

表4 各チームのこれまでの結果と有名選手の有無

チーム名	地域密着活動	経営安定化	有名選手の有無 (世界ランク日本人TOP3)
木下マイスター東京	X	0	0
T・T彩たま	0	0	X
岡山リベッツ	0	0	X
琉球アスティーダ	0	0	X
木下アビエル神奈川	X	0	0
トップ名古屋	X	△	X
日本生命レッドエルフ	△	△	0
日本ペイントマレッツ	△	△	X

うにチームの地域密着活動と経営形態には有名選手の在籍が関係していると考えられる。木下マイスター東京は日本卓球界を代表する張本・水谷・丹羽の3選手が所属しているチームになる。また、最近まで行われていた2020年全日本選手権で張本選手を破り優勝した宇田選手も所属しており、現在のTリーグにおいて最も注目度を持ったチームだといえる。石川選手が所属する木下アビエル神奈川、そして平野選手・2020全日本選手権で優勝した早田選手が所属する日本生命レッドエルフにも同様のことが考えられる。有名選手が所属するチームには知名度があるため他チームよりファン・スポンサーを容易に獲得することにつながる。T・T彩たま・岡山リベッツ・琉球アスティーダの3チームは有名選手がいないため、地域でより様々な地域密着活動を行うことでファン・スポンサーの獲得に努めているということである。トップ名古屋・日本ペイントマレッツも有名選手はいないものの、地域密着活動自体も少ないことから、地元の少数または単独企業に頼り切った経営を行っていることが分かる。

このことから卓球がマイナースポーツであり、Tリーグ自体も世の中に浸透できていないため、各チーム自体が広告塔になれず、有名選手に頼らざるおえないといえる。よって、有名選手の存在が経営にも影響を与えていると考えられる。

本研究ではTリーグにおける地域密着活動の現状と経営安定化について調査してきたが、Tリーグ発展のための根本的な課題として現在のTリーグの価値が不透明であるという問題が存在する。これは日本代表の選考などは国際大会による世界ランキングや国内大会の成績によって決められるため、Tリーグの成績は一切関与していないことが要因であると考えられる。そのため特にトップレベルの選手はTリーグより国際大会などを優先している現状が挙げられる。これはファンの獲得にも影響していると考えられる。

また、Tリーグが出来るまで日本の卓球界を牽引してきた日本リーグは現在も活動しており、大学や高校を卒業する有望な選手達はTリーグに参戦せずに企業で働きながら卓球を続ける選手が多いことが現状である。

まだ開幕して2年目であり、チーム数が少ないことには仕方ない部分も多いが、このような協会との連携不足による構造の複雑さは競技の普及にも影響する。表5では、その典型例としてサッカーとバスケットボールにおけるプロリーグが開幕してから13年間の協会登録人口の推移を示した。

表5 サッカー・バスケットボールの協会登録人口推移

競技	協会登録人口の推移		増減数
サッカー	1993年 726,013人	2006年 881,880人	+ 155,867人
バスケットボール	2005年 604,673人	2018年 622,506人	+ 17,833人

表5で示すように、協会と一体化して立ち上げたサッカーでは、協会登録人口が開幕から13年間で約15.5万人増加している。一方で2つのプロリーグが存在するなど、協会とプロリーグが上手く一体化できていなかったバスケットボールは同じ13年間で約1.8万人しか増加していない。この結果からも組織構造の複雑さは今後の普及に大きな影響を与えるといえる。よって、Tリーグにおいても日本卓球協会や併存する日本リーグと連携し、より日本卓球界の象徴的な存在になるべきであると考えられる。

7. 今後の展望

今後はTリーグの各チームがさらに地域との密着活動を深め、その地域のシンボリックな存在へと成長し、地域の活性化

と経営の安定化をもたらすことで、プロスポーツリーグとして世に周知され、ひいては卓球がメジャースポーツへと発展していくことを願う。

謝辞

本研究の遂行と論文作成にあたり、ご指導・ご助言頂きました高知工科大学 経済マネジメント学群 林一夫教授に心より感謝し厚く御礼申し上げます。また、貴重なお時間をとってインタビュー調査にご協力いただきました一般社団法人Tリーグ 広報担当 江島彰弘様に感謝し、御礼申し上げます。

参考文献・参考 URL

- [1] スポーツ庁 第2期スポーツ基本計画
https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/1372413.htm
- [2] 「Jクラブの地域密着の意味変容 —ドイツモデルから大学とのパートナーシップによる独自の発展へ—」 早稲田大学大学院 スポーツ科学研究所 大山高 2017年
- [3] J.LEAGUE About J ホームタウン活動
<https://www.jleague.jp/aboutj/hometown/>
- [4] 日本労働研究雑誌「企業スポーツの現在を考える—変化する経営課題と企業スポーツの展望」 佐伯年詩雄
- [5] ・ダイヤモンドオンライン
「業績悪化で“休・廃部”が続出。不景気で切り捨てられる「企業スポーツ」の脆い体質」 谷口源太郎
<https://diamond.jp/articles/-/4920>
- [6] sports navi 「Jリーグ最大の「事件」 社会問題となったフリーゲルズ Jリーグを創った男・佐々木一樹 第5回」 2012年
<https://sports.yahoo.co.jp/column/detail/201209190003-spnavi>
- [7] 「プロ野球経営に関する研究」 佐藤雄也 2012年
- [8] 起業LOG 株式会社広島東洋カープの決算/売上/経常利益を調べ、世間の評判を徹底調査
<https://kigyolog.com/company.php?id=163>
- [9] Tリーグ公式サイト <https://tleague.jp/>
- 参考 URL 表・図 (筆者作成のものも含む)
- ・ Jリーグホームタウン活動調査 2018年版

https://www.jleague.jp/docs/about_j/hometown/2018-hometown.pdf

・Tリーグ公式サイト <https://tleague.jp/>

・木下マイスター東京 公式サイト

<https://kinoshita-meister.com/>

・岡山リベッツ 公式サイト

<https://okayama-rivets.com/>

・琉球アスティーダ 公式サイト

<https://ryukyuasteeda.jp/>

・木下アビエル神奈川 公式サイト

<https://kinoshita-abyell.com/>

・日本ペイントホールディングス 日本ペイントマレッツ

<https://www.nipponpaint-holdings.com/table-tennis/>

・公益財団法人 日本バスケットボール協会

<http://www.japanbasketball.jp/jba/data/enrollment/>

・公益財団法人 日本サッカー協会

https://www.jfa.jp/about_jfa/organization/databox/player.html