

Jリーグクラブにおけるローカル化戦略とビジネス化戦略が 財務パフォーマンスに与える影響

1230446 木下 佳祐
指導教員 上村 浩

研究背景

Jリーグの発足は日本サッカーの社会システムの構造を根本から変化させ、日本サッカーの世界水準へのレベルアップをもたらした。またビジネス規模も拡大しており、2022年度時点でJリーグの市場規模は約1376億円、また年間観客動員数も10142744人と、リーグの規模を拡大させた。しかしクラブ単体の経営に焦点を当てれば、多くのクラブは「クラブライセンス」を維持するために苦勞している。Jリーグにおけるクラブ経営は、古くて新しい問題である。

研究目的

本研究は、Jリーグクラブの経営戦略をローカル化とビジネス化の二つに分けて、そこから財務パフォーマンスとの関係性を分析し、各クラブのとるべき戦略を明らかにすることを目的とする。

研究方法

各クラブの決算・ホームタウン活動・スタジアム観戦者などを分析し、ビジネス化戦略・ローカル化戦略が効率的であるか考察をする。

分析結果

売上高の低いクラブはローカル化戦略が効果的であり、売上成長率は高いことが示された。また、売上高の高いクラブのビジネス化戦略は効果的であるが、ローカル化戦略は売上高の低いクラブに比べて効果的ではないことが分析結果より判明した。

考察・結論

J1クラブの営業収益6000万以下に限定すると「スタック・イン・ザ・ミドル」の状況と一致するという結果を得ることができた。また、その中で経常利益率が低いクラブ（本研究内のBグループ）の行うビジネス化戦略とローカル化戦略は効果的でない戦略であることが示唆された。戦略策定から実行までを「動的プロセス」として捉えるとBグループの現状はCグループからAグループへの移行期にある可能性が高い。このような移行期でのクラブの戦略策定は、ローカル化戦略かビジネス化戦略のどちらかに集中する必要がある。Bグループのクラブ（スタック・イン・ザ・ミドルに陥ったクラブ）は早急に適切な戦略を選択し集中していく必要がある。