

プロスポーツによる地域循環型 システムの構築について

日本文理大学経営経済学部経営経済学科
スポーツビジネスコース 竹田ゼミ

プロスポーツと地域について（背景）

- ▶ 1993年Jリーグが発足した。Jリーグは、地域、行政、企業の三位一体でクラブを支えるビジネスモデルで我が国のプロスポーツ界にイノベーションを起こした。プロスポーツは大都市の経済圏でないと存在できないモノから、地方都市の経済圏でも存在できるモノとになった。
- ▶ Jリーグの成功により、多くの自治体がJクラブで地域活性化を、プロスポーツによるまちづくり、スポーツを中心とした取り組みが行われた。

課題（現状）

- ▶ Jリーグ発足から30年経つが、未だにプロスポーツにおける地域創生・まちづくりが求められるのか。
- ▶ それは、プロスポーツがその期待に応えられていないからである。
- ▶ アメリカの4大プロスポーツリーグのチームは人口100万人以上の大都市に存在する。
- ▶ わが国では、人口100万人以下の地方都市ではプロスポーツを支える経済基盤が弱いにもかかわらず、Jリーグ、Bリーグ、Fリーグのクラブ・チームは、人口100万人以下のホームタウンに存在する。

課題解決（発想の転換）

- ▶ 地方都市のプロスポーツチームは、存続自体が厳しい状況であると言わざるを得ない。
- ▶ 経済基盤の弱いプロスポーツチームが地域創生・まちづくりに寄与することは難しい。
- ▶ 地域、行政、企業がプロスポーツチームを支える（利用する）という視点で地域創生・まちづくりにつながる仕組みを構築する。

実施スキーム

- ▶ 我が国のプロスポーツチームは、地域に根差した、地域のシンボリックな役割を担っている。
- ▶ 特に、選手の影響力は強い。
- ▶ 選手が学校訪問、地域のスポーツイベント、スポーツ教室に参加し、試合のチケット、もしくは割引券を配布する。
- ▶ チケットをもらった人の何割かがスタジアムを訪れる。

実施スキーム

- ▶ スタジアムを訪れた人は、グッズや飲食等の消費を行う。
- ▶ チケットの半券で、チームのスポンサー企業の商品をお得に購入することができる。
- ▶ 仕組みは単純であるが、子供たち・地域の方は選手に会えてハッピー、チームは入場者が増えてハッピー、スポンサー企業は売り上げが増えてハッピーという地域循環型システムとなる。

実施スキーム

- ▶ 選手の学校訪問も、単なる訪問ではなく、体育の授業、給食を一緒に食べる（食育）、低学年対象の読み聞かせ（読書の推奨）等を行えば、教育にもつながる。
- ▶ プロスポーツチームを核にして地域創生・まちづくりを行うのではなく、地域、行政、企業を取り込んだ循環システムを構築することが必要である。
- ▶ この仕組みが構築されれば、経済基盤の弱い地方都市でもプロスポーツチームが地域創生・まちづくりに寄与することができると考えられる。