

Jリーグクラブと地域貢献活動に関する実証研究  
～新しい価値のホームタウン活動の提案～

帝京大学 大山ゼミ B

○高橋 駿介      市村 友希      昆野 洋祐      武藤 博和      蛭田 智輝

1. 緒言

1-1. はじめに

Jリーグ開幕時に提唱した「地域密着」のもと、クラブと地元地域が繋がることを期待した。さらに、Jリーグは1996年より各クラブに対しホームタウン活動を実施する事を義務付けている。私たちは、ホームタウン活動を通してクラブのホームタウンにおける貢献度を高めたいと考える。なぜなら、ホームタウン活動を行うことで、選手が商店街などに直接出向き、地域住民やファン・サポーターにとってより身近な存在になりさらに応援したいという意識が表れる。またクラブ側は、選手を含めてチームの知名度上昇にも繋がり、より地域に密着した活動を行うことができ、地域とクラブが良好な関係を築くことができるというメリットが挙げられるからである。現在、様々なホームタウン活動が行われている。しかしその様々な活動のどれが効果的なのかが検証されていなかった。そこで私たちが活動割合と貢献度との相関関係を統計分析した。

表 1

活動対象者	ファン・サポーター	スポンサー・株主	不特定	地域住民	小学生以下	中学生以上	保護者	高齢者	その他
相関関係	0.17	0.06	-0.12	0.04	-0.02	-0.05	-0.04	0.06	0.1
活動割合	25.0%	6.0%	9.9%	11.0%	31.0%	3.2%	2.5%	2.9%	7.1%

結果、表1からファン・サポーターに向けて行っている活動は回数の割合も高く、貢献度との相関関係も高い傾向（赤字=高い、青字=低い）が表れた。しかし、小学生以下に向けた活動は、割合が高いものの相関関係が見受けられない傾向が表れた。そこで私たちが着目したのは、割合が低く、相関関係の傾向が高い高齢者に向けた活動である。私たちは、統計分析をした結果に基づいてホームタウン活動の今までにない新しい価値を提案し、地元が好きで健康な高齢者に向けて「ヘルシニア（ヘルシー×シニア）」を生み出していきたいと考えるものである。

1-2. 研究目的

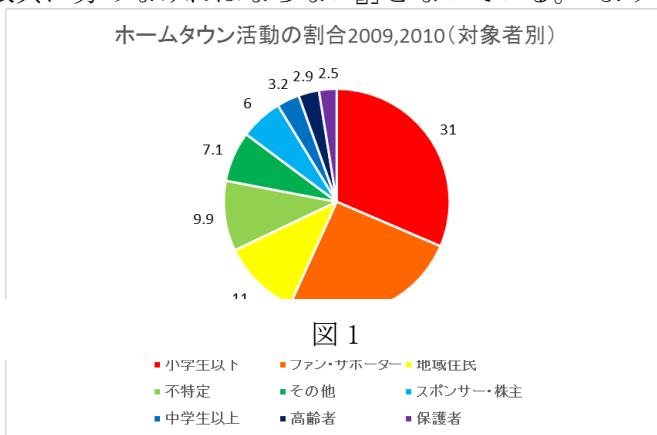
本研究の目的は2つある。1つ目は、これまでにJリーグが提唱してきた「地域密着」という言葉に対して、各クラブがどのようなホームタウン活動を行ってきたのかを明確にするためである。2つ目は、さらにホームタウン活動の歩みがどういったものであったのかを把握し、ホームタウン活動の新しい価値を提案することである。私たちがJリーグの各クラブのホームタウン活動を分析し、高齢者をターゲットにしたホームタウン活動の新しい価値を提案することで、高齢化が進む日本に目を向け、今以上に地域と一体となり、J

リーグの発展および日本スポーツ界の発展に寄与すると考えられる。スポーツ文化の振興を理念に掲げるＪリーグにとって、スポーツ界への貢献は重要である。

## 2. ホームタウン活動の現状

Ｊリーグに所属する各クラブは百年構想を具現化するために様々な活動を実践する義務が定められている。Ｊリーグ規約によれば、「Ｊリーグ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』となっている。つまり、ホームタウン活動とは「地域社会と一体となり、人々の心身の健康と生活の楽しみ」を増進させていく活動である。

今までのホームタウン活動の現状を把握するため、2009、2010年のホームタウンレポートから、活動対象者の割合を出したところ、図1のようにファン・サポーター



に向けた活動が全体で31%の割合を占めている。次いで、小学生に向けた活動が多い。ホームタウン活動のおよそ半数をこの二つの対象者で行われている。

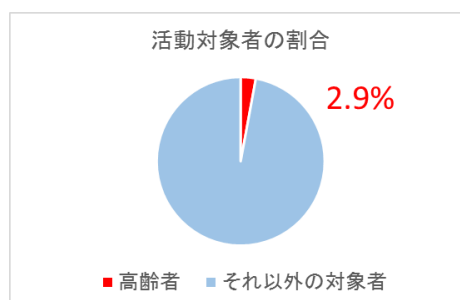
## 3. 結果と考察

### 3-1. 研究方法

私たちは、①2009、2010年のＪリーグホームタウンレポートをもとに各クラブが誰に（対象者）、何を（活動ジャンル）行ったかの詳細なデータをまとめ、また②2009～2012年のＪリーグ観戦者調査の「Ｊリーグとコミュニティ」という項目から各クラブのホームタウンに対する貢献度を示す4つの設問をまとめ、この2つのデータの統計分析を行いホームタウン活動の結果と地域における貢献度との相関関係があるのかの実証研究を行った。

### 3-2. 結果

①と②のデータを統計分析した結果、全体的にファン・サポーターに向けた活動の割合が高く、相関関係も高い傾向があるという結果が出た。そのことから、ファン・サポーターに向けた活動は



続けていくべきだと考えられる。しかし、小学生以下に向けたサッカー教室と学校訪問の割合が高いものの、相関関係が見受けられないという結果が出た。その中で私たちは、図2のように活動の割合は低いが、相関関係が高い傾向にある高齢者に向けた活動に着目することにした。

### 3-3. 考察と提案

図3は、総務省統計局に掲載されている高齢者の「スポーツ」の種類別行動者率を表した

図2

グラフであり、この図によると、平成18年から、平成23年にかけてウォーキング・軽い体操は他のスポーツに比べて、圧倒的に高齢者に人気の運動であることが分かる。道具や場所を必要としないため、取り組みやすい運動であることから、高齢者の方々に人気の運動であると推察できる。

そこで、私たちは、地元地域を楽しく歩くことで、地元地域を深く知り、地元地域をも

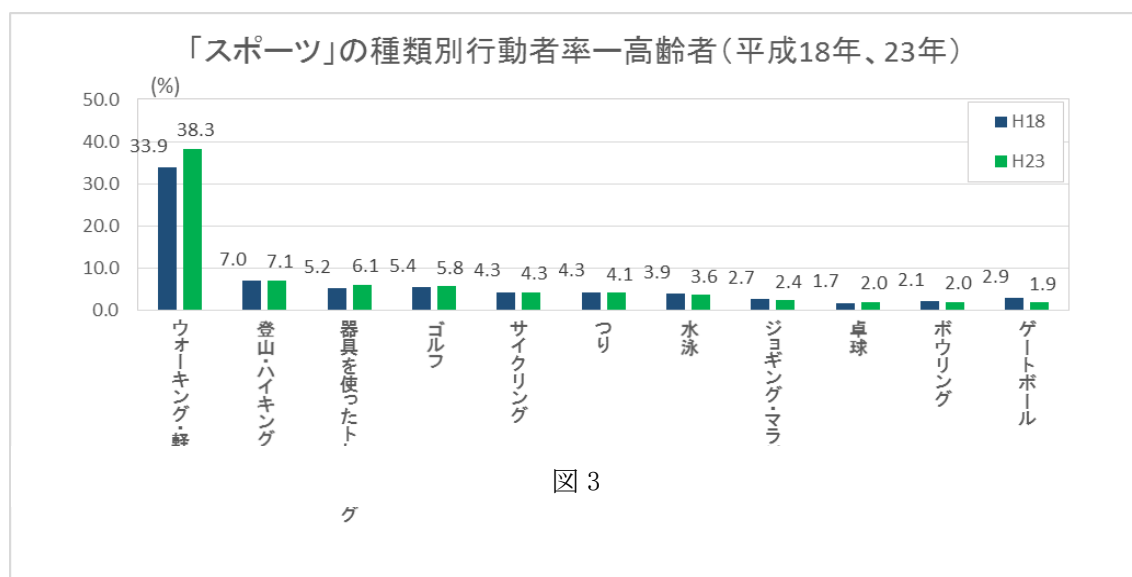


図3

っと好きになる。というホームタウン活動を提案することにした。この活動を提案するメリットは、「低コスト」で「楽しむ」ことができ、さらに「実現性」があるという点が挙げられる。内容としては、地域の商店街や文化遺産などを始めとした、それぞれの地域に特徴のあるポイントを選手たちと歩いて巡り、高齢者の方々しか知らない場所を教えたり、地元地域での思い出話をしたりすることで、若い選手たちは地元地域に対して、新たな面での愛着を持つことができる。また高齢者の方々は、若い選手しか知らないであろう場所を教えてもらうことで、今まで長い間暮らしてきた地元地域の新しい一面を見ることができるようではないか、と考える。私たちは最終的にこの新しいホームタウン活動を提案し、地元が好きで健康な高齢者に向けた「ヘルシニア(ヘルシー×シニア)」を生み出していきたいと考える。

#### 4. まとめと今後の展望

Jリーグは開幕から今年で22年目に突入した。かつては、プロ野球が全国の人気を独占していた日本であったが、今やサッカーは野球に引けをとらないまでに人気を得ることに成功した。Jリーグが開幕した1993年より男子小学生が将来なりたい職業ランキングで、「サッカー選手」という職業は、現在もなお1位または上位を獲得し続けた。サッカーは日本全体、及び日本人に染み付いているといえるだろう。さらには、Jリーグは2001年シーズンより入場者数は平均で1万5千人を上回り続け、2009年には世界第6位を記録。たった20年たらずで世界でも指折の入場者数を見せるサッカーリーグとなった。このように日本でサッカー文化が根を張ることができたのは、少なからずJリーグが過去20年間にわたって行ってきたホームタウン活動やその他の多数の活動が寄与したものであるといっても過言ではない。

「地域密着」というJリーグが作り出した新しい風潮に、他のスポーツも乗り始めている。プロ野球のパ・リーグやセ・リーグの一部の球団や、BリーグやFリーグのチームにもチーム名に地元の地域の名を入れる風潮が出てきている。地域クラブは、親企業や責任企業の補助は一切ない。地域クラブが発展し、成功させるためには、Jリーグのホームタウン活動をお手本にした地域活動を行うべきである。

今後、私たちは今回研究してきたデータを元に、これからJリーグが行うべきホームタウン活動のさらなる効率化を探り、どのようにすれば、より地域に必要とされるJリーグクラブとなれるのか。更には、それを他のスポーツが参考の一例として提供できるように、深く掘り下げて研究を行っていききたい。

#### <参考文献>

- ・ Jリーグサマリーレポート (2009～2012)
- ・ Jリーグホームタウンレポート (2009、2010)
- ・ Jリーグ.jp (<http://www.jleague.jp/aboutj/hometown/>)
- ・ 総務省統計局 (<http://www.stat.go.jp/data/topics/topi635.htm>)