

# Bリーグの集客数を増やすために ～必要とされる集客改革～

同志社大学 スポーツ健康科学部 庄子ゼミ スポーツビジネスA  
研究メンバー ○坂間 大樹 山田 海  
                    矢島 貴大 三浦 和憲  
発表メンバー ○坂間 大樹 山田 海



① 研究背景

② 緒言

③ 現状

④ 取材調査

⑤ 政策提言

⑥ 今後の課題

⑦ 参考文献

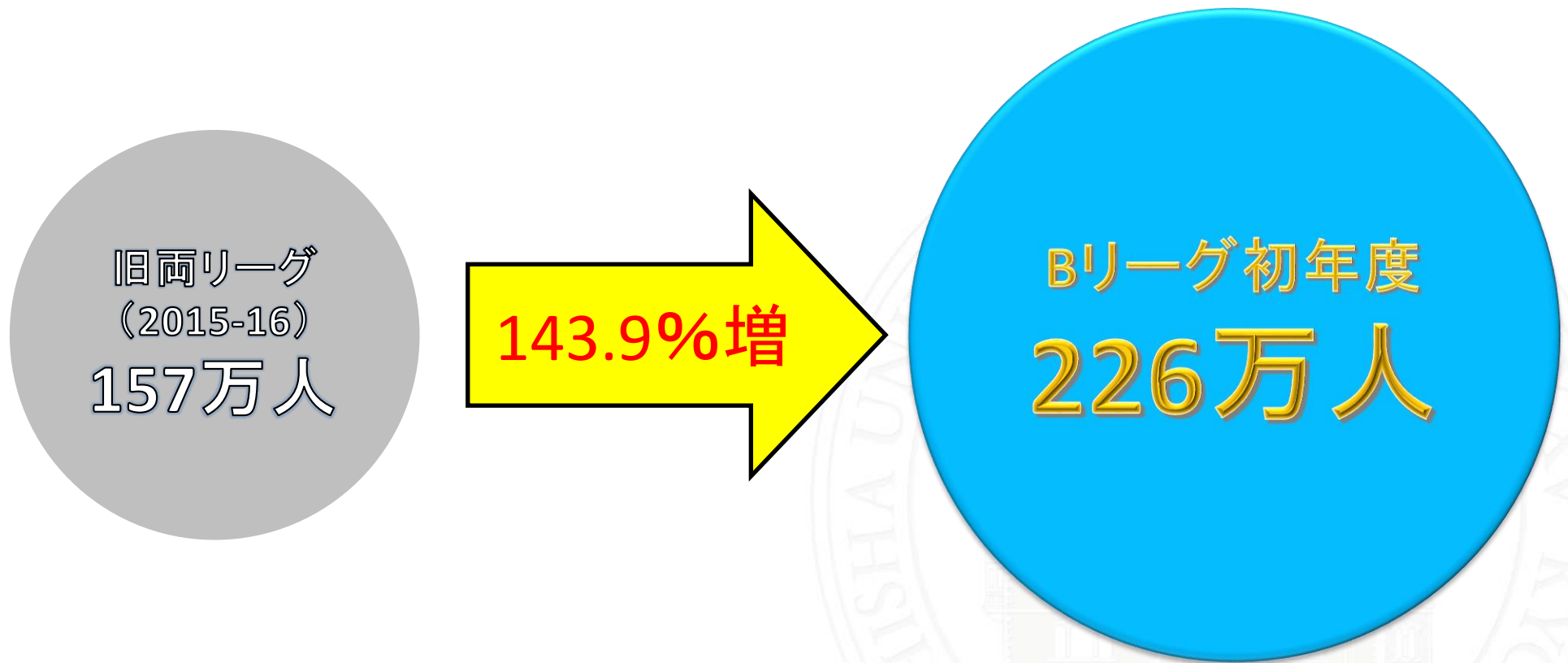
旧bjリーグ

旧NBLリーグ



※Bリーグホームページより

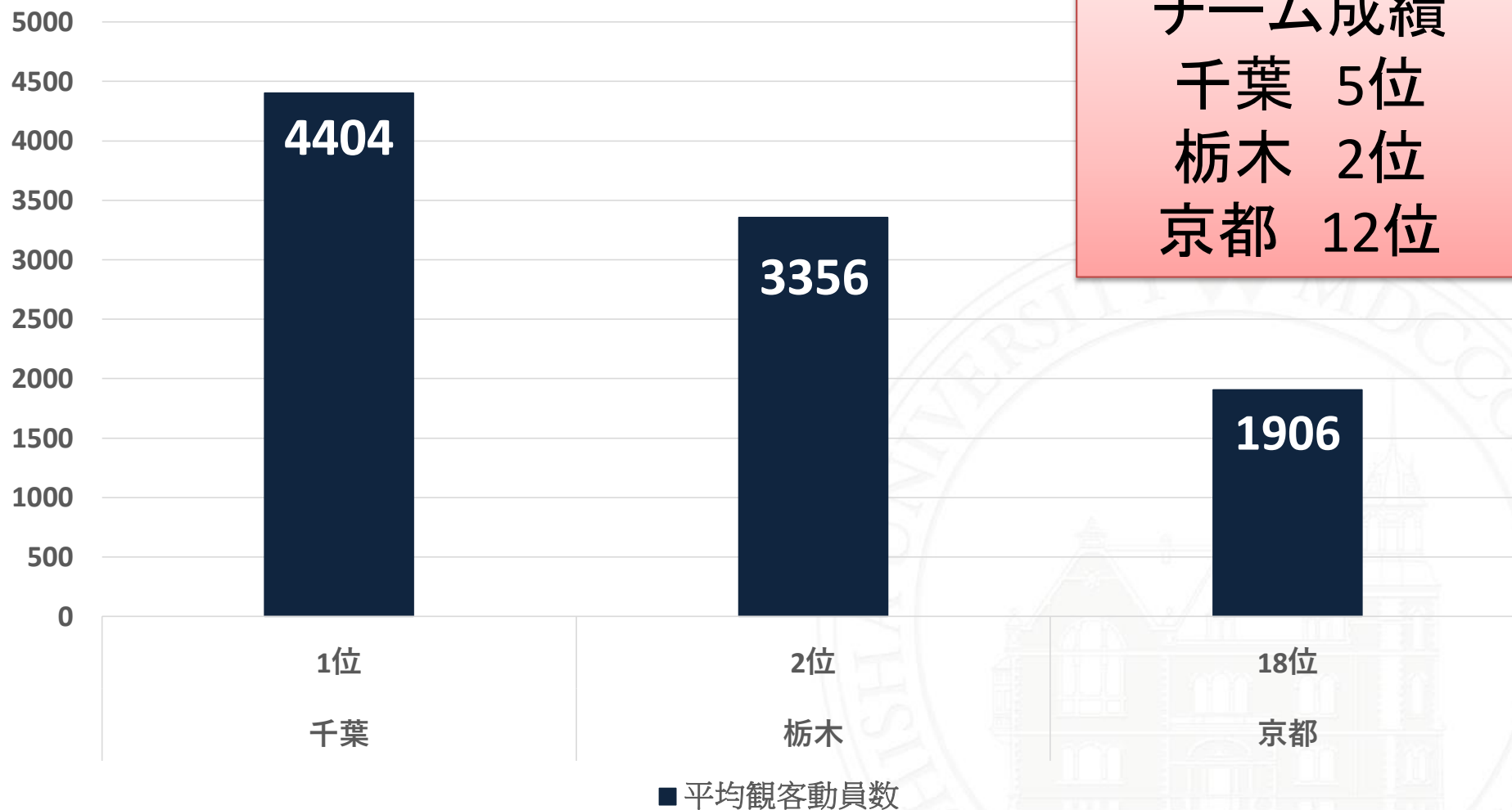
## 総来場者数が大きく上昇



**Bリーグ初年度のチーム別平均  
観客動員数はどれくらいか？**

# 緒言

平均観客動員数



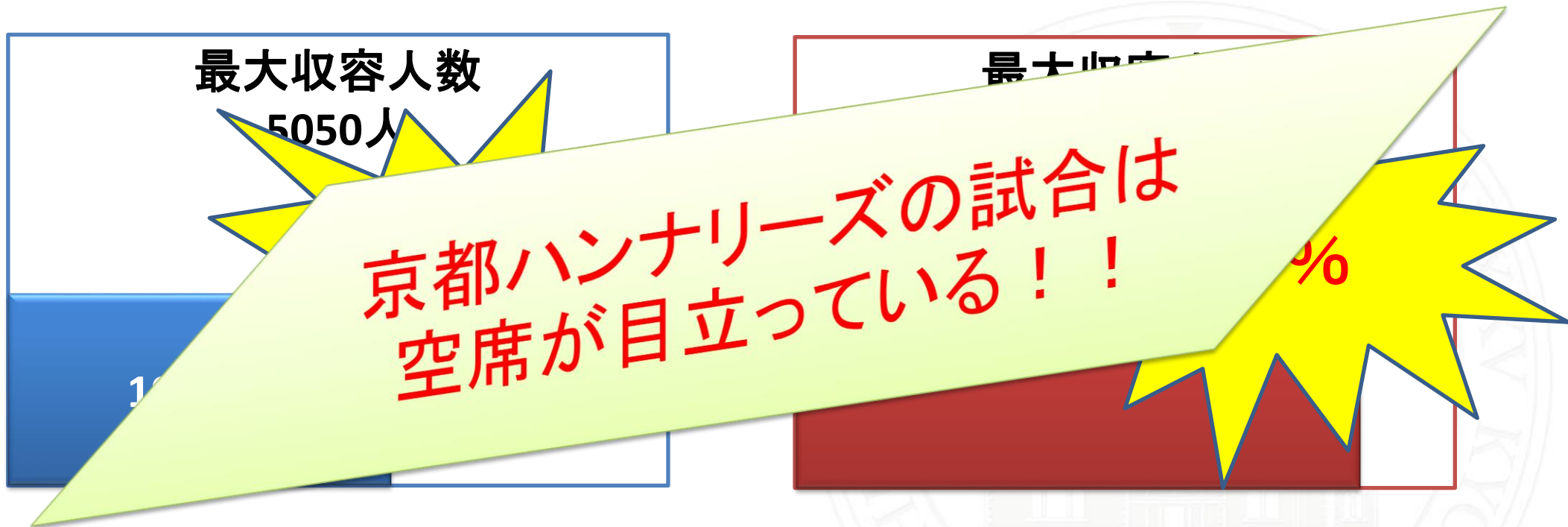
※Sports Navi plus「【Bリーグ】観客動員数・入場者数ランキング(30節終了時)」のデータを基にグラフを作成。

# 座席稼働率はどれくらいか？

# アリーナの座席稼働率の比較

京都ハンナリーズ

千葉ジェッツふなばし





空席は目立つが・・・

京都のBリーグになっての来場者数は  
どうか？

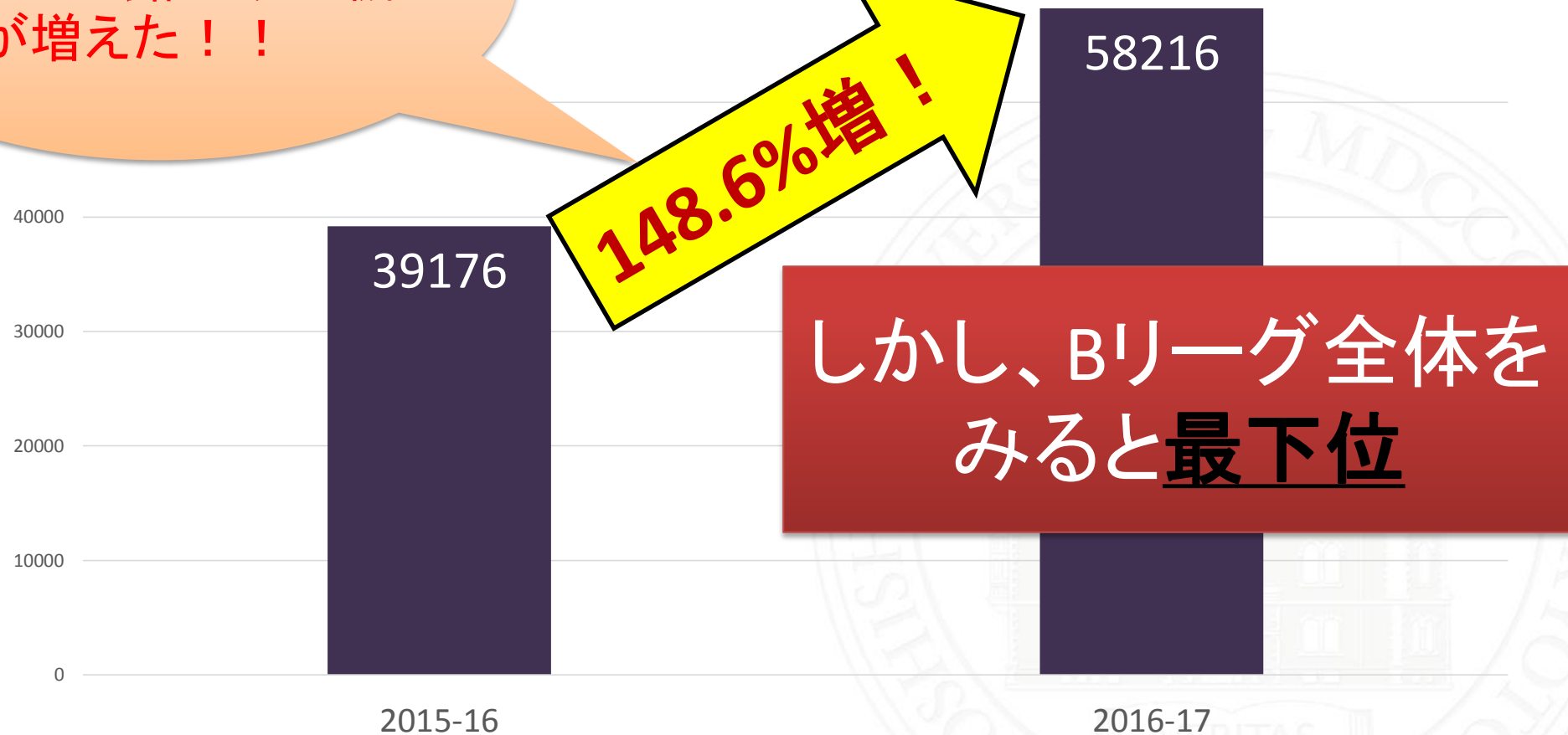


※京都ハンナリーズサイトより

# 現状

来場者数

Bリーグになってメディアに露出する機会が増えた！！



※京都ハンナリーズ提供資料を基に作成

京都ハンナリーズの集客対策にはどんなものがあるのか？

## 集客対策①

- 西京極駅を利用する人を対象にチケット割引(昨シーズン)
- 学割・団体割
- 京都府内の小学生を開幕戦無料招待
- Twitterで情報拡散

フォロワー数が  
2.4倍に！

## 集客対策②(地域振興)

—区民デーや市民デー(昨シーズン)

—右京区と京都フローラと連携し、右京区のスポーツ振興のための**パートナーシップ**協定締結



※朝日新聞デジタル 2017/8/31記事より、写真を引用

<http://www.asahi.com/articles/photo/AS2017083001566.html>

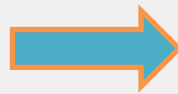
## 京都ハンナリーズへの取材



※京都ハンナリーズサイトより

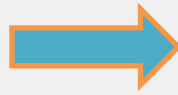
## 京都ハンナリーズ 営業担当 T氏への取材

Bリーグになってどう  
なったか？



選手のプロ意識が向上した。そのおかげで、選手とファンの交流機会が増えた。観客数に対し敏感になり、選手自身が集客のために広告活動を行うようになった。選手が様々なメディアに露出するようになった。Bリーグになって認知度が上がった。

2016-17と2017-18の  
運営目標について



2016-17シーズン:「年間6万人集客」  
しかし、中盤に観客数が減ってしまったため  
目標に届かなかった。  
2017-18:「年間約8万人集客」

## 京都ハンナリーズ 営業担当 T氏への取材

•Bリーグになったの不安や期待は？



観客の増加とスポナビライブの導入により、  
人員が足りないという不安。派遣のバイトやボランティアを活用。  
選手の移籍が増え、旧bjリーグチームが成長。2020東京に向け代表チームの強化を期待。

•試合に来ている観客の層は？



30～40歳代男性が主な客層。シーズン後半になると女性客が増え、終盤は女性客の割合が半分以上に。

しかし、学生観戦者は少ないまま。



## 京都ハンナリーズへの取材からわかる2つの課題

- 人員不足
- 学生の集客数が少ない

これはBリーグ全体でも同じことが  
言える  
(T氏インタビューより)

## 葦原一正氏によると

(公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボール  
リーグ理事・事務局長)

Bリーグの基本方針として**入場者数**を大切にしている。  
集客力に応じて配分金の増減が左右される。  
各チームのチケット購入サイトにてチケットが購入された場合、  
**SNSの公式アカウントのフォロワー数が増えた場合、配分金に上  
乗せされる。**

※HIP「リーグ売上10倍増。Bリーグを牽引する葦原一正氏が挑戦する日本スポーツビジネス革命」 <http://hiptokyo.jp/hiptalk/bleague/3/> より引用し筆者がまとめた。

# 学生団体の設立

学生の  
学生による  
Bリーグと学生のための団体

# 学生団体の設立目的①

チームがある  
地元の大学

提携

Bリーグ

## 学生団体の設立目的②

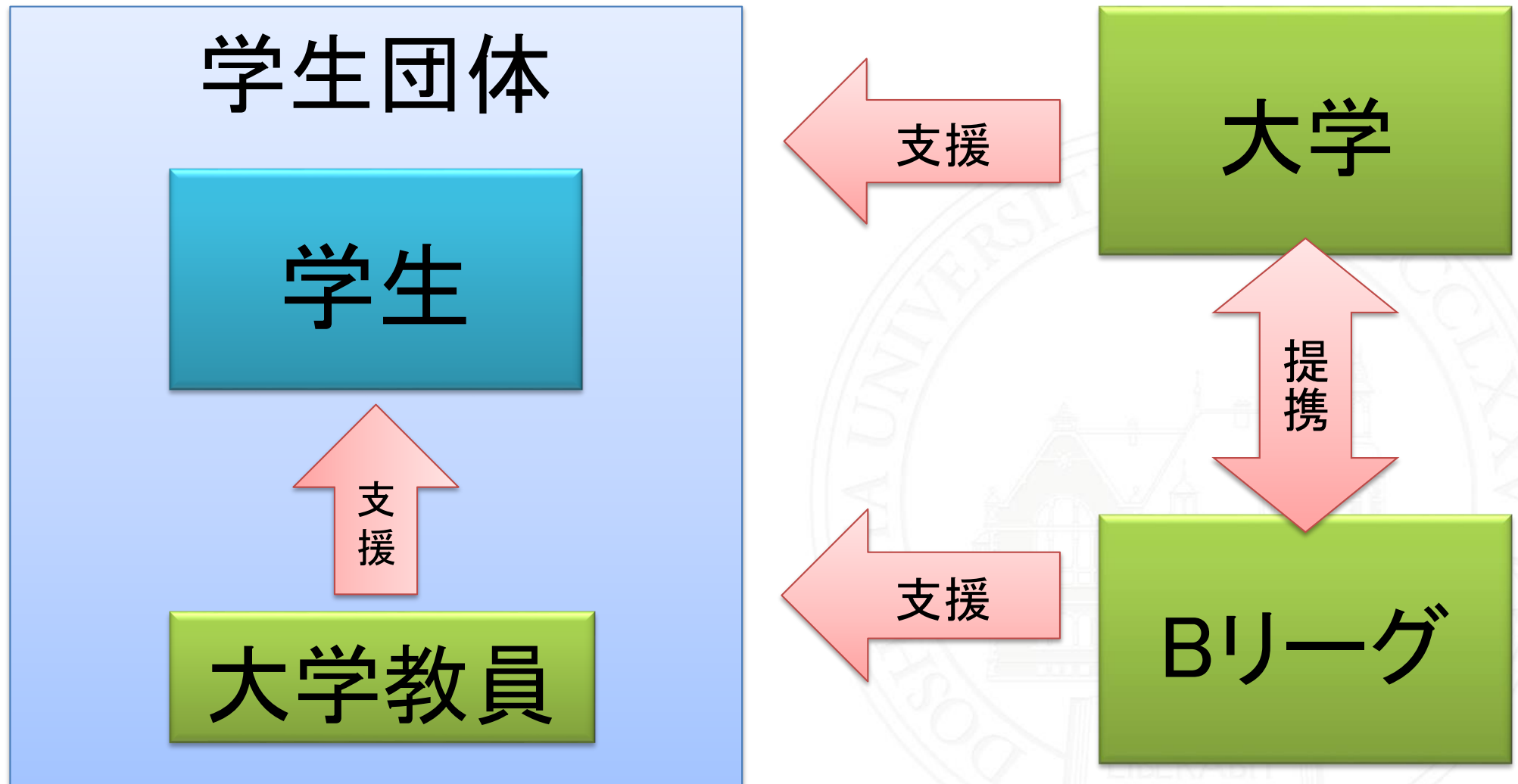
学生がバスケットボールに積極的に参加し、  
Bリーグを盛り上げるため



※京都ハンナリーズ公式Twitterより引用



## 学生団体とかかわる人たちの構図



## 具体的な活動

—**学生主体**でBリーグの1節のイベントを企画

Ex.学生デー(学生が試合会場でパフォーマンス、学生を観戦招待など)

—リーグと連携して学生インターン募集を積極的に宣伝

→バスケットボールに参加できる環境を作る

学生団体

社会的な公認を得た団体を目指す！！



## 社会的に公認された団体にする理由

様々な人からの**支援**を得るため

対象：企業、地元の人たち など

支援内容：資金援助、活動の場の提供 など

(例)

学生が考えたBリーグのイベントを行う場所の提供。

## 社会的公認団体にすることにより

活動に重み

→ 学生がプロ意識に近いものを持ちながら活動できる環境が整う。

永続的な団体へ

→ 卒業生との連携ができる。様々なつながりを持つことができる。

## 団体に関わることのメリット

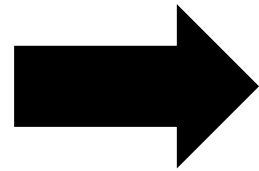
学生：**プロリーグ運営への参加**が貴重な体験となる

大学：**「団体支援」**が大学の宣伝になる

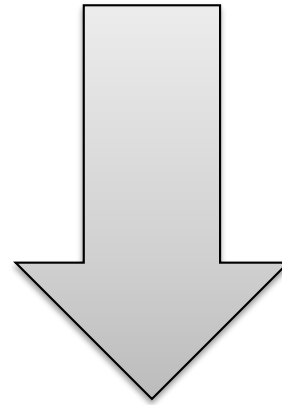
大学教員：Bリーグの**データを収集**しやすくなる

Bリーグ：**学生との連携、学生集客アップ**のきっかけになる

Bリーグ  
大学提携



公認された学生団体へ



学生団体の拡大

地域支援

企業支援

A大学  
学生団体



B大学  
学生団体

各大学に設置された学生団体間の交流ができる！！

C大学  
学生団体



D大学  
学生団体

学生団体の最終目標

学生の集客数アップ

※背景写真 Bリーグ公式サイトより引用  
<https://www.bleague.jp/>

- BリーグにはB1リーグだけでなくB2・B3リーグもある
  - 学生団体をB2・B3リーグにも合わせて拡大する必要がある。
- 学生客を増やすためには席の増設も必要になる可能性がある
  - 課題に対して、Bリーグチームが占めるウエイトが高い。
  - しかし、学生がチーム運営に関して勉強する題材となる。



京都ハンナリーズ公式ホームページ <https://hannaryz.jp/>

京都ハンナリーズ（2017）「B.LEAGUE 京都ハンナリーズクラブガイド」（取材時に提供していただいた資料）

HIP（2017）「リーグ売上10倍増。Bリーグを牽引する葦原一正氏が挑戦する日本スポーツビジネス革命」 <http://hiptokyo.jp/hiptalk/bleague/3/>

船橋アリーナ 公益財団法人船橋市文化・スポーツ公社 <http://www.f-bunspo.or.jp/arena/>



朝日新聞デジタル <http://www.asahi.com/articles/photo/AS20170830001566.html>

京都ハンナリーズ公式ホームページ <https://hannaryz.jp/>

京都ハンナリーズ公式Twitter <https://twitter.com/kyotohannaryz>

Bリーグ公式ホームページ <https://www.bleague.jp/>

---

ご清聴ありがとうございました