

# バレーボールVリーグにおけるホームゲーム実施と クラブ運営の研究

—V・チャレンジリーグを対象にして—

増 山 光 洋  
村 本 伸 幸  
柿 島 新 太 郎  
濱 口 純 一  
吉 田 康 伸

## 〈目 次〉

- 1 はじめに
- 2 研究方法
  - 2-1 インタビュー調査
  - 2-2 対象
  - 2-3 分析方法
- 3 結果及び考察
  - 3-1 各チームのホームゲーム運営の現状
  - 3-2 各チームのホームゲーム運営における課題
- 4 結論

# 1 はじめに

今日のトップスポーツをみると、様々な競技でチームがその所在を置く地域でのホームゲームが数多く展開されている。各競技種目の普及や地域に密着したクラブの存在価値を高めるうえでも非常に有益な取り組みであり、支援者やファンの獲得などホームゲーム実施のその有効性は極めて高い。バレーボールにおいても、トップリーグを運営する一般社団法人日本バレーボールリーグ機構（以下Vリーグ）のハンドブック（第9条11）によれば、Vリーグ機構所属の各チームはホームゲームを主管し、開催することが義務付けられている。これはVリーグの理念の一つでもある豊かなスポーツ文化の振興ならびに国民の心身の健全な発達に貢献するということの達成を目指すための重要な方策であるといえる。現行のVリーグは、主に実業団（企業型チーム）の集合体としてリーグ運営がなされているが、プロスポーツにおいてホームゲームは、クラブ運営に直結する役割を担っていることが指摘できる。松原(2008)によるとプロスポーツチームにとっての収入源はチケット収入、飲食物販収入、放送権料収入、スポンサー収入に大別することができる。そして、観客はチケットを購入してスタジアムに来場し、チームのグッズ商品や飲食物を購入する。スタジアムに大勢の観客が集まり、グラウンド上で繰り広げられる試合の放送を多くの視聴者が見ることを前提にスポンサー契約が結ばれ、収入源の全てに関わる存在がスタジアムであると述べている。また、間野（2007）は現在の日本におけるスポーツ興行の実態をみて、今後は集客による入場料収入の確保が重要であることを述べている。しかしながら、Vリーグのホームゲームにおいてそのような様相は決して多くはみられず、チケット収入やその他のグッズ収入などがあまり重要視されていないことがうかがえる。それは、リーグ所属の大半のチームが企業所属の実業団チームであることが原因の一つである。社内における広告宣伝目的による運動部の所有や福利厚生の一環として活動しているチームにおいては、そも

そも収入を会計することができないのである。企業において各運動部は、年度初めに必要年間経費が予算化され、それを消費しながら各社内事情によって課せられた目的達成のために活動を行っていく。よって、そのスポーツ活動によって収益をあげるといったプロスポーツの発想が極めて少ないことが指摘できる。企業はスポーツで利益をあげることが目的ではなく、商品やサービスを提供することやもの作りなど商業的基盤の保有によって成り立っている。その企業内スポーツの存在は、経営指針を左右する最も優先的な商業商品では全くもっていないのである。よって、企業は社内の経営状況を鑑み、運動部での支出が功をなさない、運動部保有の目的を達成したと判断すればチームの廃部や解散を迅速に決断する。昨今の経済不況の影響も強く受け、この企業運動部の休廃部、解散が後を絶たず、それに歯止めもかけられていないのが現状である。そんな中、一企業丸抱えから脱却し、プロスポーツを手本にチーム独自でクラブを運営していくといったクラブ型のスポーツチームが近年増え始めている。バレーボールにおいても例外ではなく、一企業に依存したスポーツチームの存在に危機感を目の当たりにしている関係者らによるクラブ型構想の着手が進められており、クラブ独自でスポンサーを募り、地域で支援者やファンを獲得し、さらにはイベントやホームゲーム運営を行い自ら収益をあげクラブ運営を行っていくといった試みも複数でている。本研究では、これらのように活動しているクラブチームを対象に、現在の活動と現状の課題を把握し、さらに各クラブがプロスポーツにおいては収益事業として重要視されるホームゲーム運営をどのような位置づけで実施、運営しているかを調査した。そこから得られた知見をもとに、今後のバレーボールリーグにおけるクラブチームが目指すべきホームゲーム運営の在り方を検討することを目的とした。

## 2. 研究方法

### 2-1 インタビュー調査

各チームにおけるホームゲーム運営の現状と課題、地域における取り組み、さらには今後のチーム運営の展望などについて各チーム事情に精通している理事、代表他フロントスタッフにインタビュー調査を行った。またインタビュー調査は半構造化インタビューとした。質問項目は以下である。

- 1) チームの地域活動
- 2) ホームゲームの現状と課題
- 3) ホームゲーム運営における収益率とその運用

### 2-2 対象

現行のVリーグ機構入社チームのうち、クラブ型でチーム運営を目指しているクラブは、国内トップリーグに属するV・プレミアリーグよりもその下部にあたるV・チャレンジリーグに多数みられる。よって、本調査では以下のV・チャレンジリーグ所属チームを対象とした。

- ・東京ヴェルディバレーボールチーム（男子：東京都）
- ・阪神デルフィーノ（男子：兵庫県）
- ・四国 Eighty8Queen（女子：香川県）
- ・近畿クラブスフィーダ（男子：大阪府）
- ・つくばユナイテッド Sun GAIA（男子：茨城県）
- ・KUROBE アクアフェアリーズ（女子：富山県）

### 2-3 分析方法

各チームに対するインタビュー調査及びヒアリングによって得られた結果

は、佐藤（2008）が『質的データ分析法 理論・方法・実践』で解説している質的データ分析法を用いて分析を行った。

### 3. 結果及び考察

#### 3-1 各チームのホームゲーム運営の現状

##### 1) 東京ヴェルディバレーボールチーム（男子：東京都）

2009/10シーズン東京ヴェルディバレーボールチームは、初の主管ホームゲームをクラブのホームタウンである東京都立川市立川泉体育館で行った。それまでは東京都協会に委託する形でのリーグ運営であったが、クラブとしての自立を目指し、自主運営の試みに至った。運営スタッフにはバレーボールチームとしての人的資源だけでなく、クラブの保有するサッカーチームに携わるスタッフを動員し、大会の円滑な運営に努めた。この点はこのクラブのメリットでもあり、すでにこのようなホームゲーム運営においてはサッカーJリーグ運営のノウハウを持ち合わせていることが、経験や知識といった面においても有効な資源となっている。一般的なV・チャレンジリーグにおけるホームゲームは、ホームゲームと称してはいるものの、サッカーやバスケットボールのそれに比べるとホームゲームという色合いは薄く、会場レイアウト等もチームカラーというものが反映されない運びが多い。東京ヴェルディバレーボールチームのホームゲームにおいては、サッカーチームのノウハウを投入し、チームカラーである緑色で会場を統一した。また、会場スタッフの着用ジャンパーなどにも同色をあしらった。これまでのバレーボールにおけるホームゲームにはないチーム横断幕などの演出も行き、バレーボールゲームのイメージを一新したといえる試みであった。主催は一般社団法人日本バレーボールリーグ機構とし、共催は公益財団法人日本バレーボール協会、主管として財団法人東京都バレーボール協会、東京ヴェルディバレーボールチーム、そして立川市の協力の下ホームゲームを開催した。2010年1

月16日と17日の二日間に渡りリーグ戦が行われ、参加チームはトヨタ自動車サンホクス（愛知県）、つくばユナイテッド Sun GAIA（茨城県）、警視庁フォートファイターズ（東京都）、東京ヴェルディバレーボールチーム（東京都）の4チームであった。ホームゲームイベントとして、立川市立第九小学校 Cute☆Girls と東京ヴェルディチアリーディングチームによるパフォーマンス、そして試合後には東京ヴェルディバレーボールチームの選手らによるバレーボール教室が開催された。会場によるさまざまな業務を遂行するスタッフについては、東京都協会スタッフと連携し、東京ヴェルディのスタッフがサポートを行う形態で運営はなされた。試合会場では入場者に対してマッチデイプログラム、チアスティック、エコバッグ、ホームタウンレポートが配布された。また企業向けの会場バナーがコートサイドに設置された。ホームゲーム実施までの広報活動として、バレーボール教室などを通してのチームイベントでの告知、WEBポスターの配布、多摩都市モノレール各駅でのポスター掲示、モノレール車内ポスターなどの試みがなされた。全体的な収支の面では支出が2,823,214円、収入が2,002,500円となり、支出の主な内訳は会場使用料や開催権譲渡金、広告費などであった。また、収入の主な内訳はチケット販売およびスポンサー収入となった。観客動員数については、二日間合計で980人と男子V・チャレンジリーグ平均入場者数からみてもクラブの集客努力成果が現れたといえる。

#### 写真1 多摩都市モノレール各駅に掲示された大会告知ポスター



## 2) 阪神デルフィーノ (男子：兵庫県)

阪神デルフィーノは2010年2月6日、7日の二日間にホームゲームを開催している。主管は阪神デルフィーノと兵庫県バレーボール協会、後援は尼崎市、尼崎市教育委員会ほか尼崎市体育協会、財団法人尼崎市スポーツ振興事業団であった。参加チームは近畿クラブスフィード (大阪府)、トヨタ自動車サンホークス (愛知県)、大同特殊鋼レッドスター (愛知県)、そして阪神デルフィーノ (兵庫県) の4チームであり、参加人数をみると選手375人、役員295人、観客動員数1,330人であった。収支では収入が1,331,400円、支出が1,331,400円で決算された。収入の主な内訳は助成金、チケット販売収入でほぼ全体をカバーしている。支出については開催分担金、大会旅費、印刷関係などとなっている。広報計画としてホームページやブログを活用した大会告知、CS放送、GAORA/SUPORA TVによる大会告知放送、地元駅前による大会告知、前週のV・プレミアリーグ女子尼崎大会にてホームゲーム大会の独自ポスターを作成し、館内にポスター50枚の貼り付け告知をしている。試合終了後には、ファンとのふれあいイベント、また地元大学生チアリーディングチームによるパフォーマンスなどのイベントが行われた。

## 3) 四国 Eighty8Queen (女子：香川県)

四国 Eighty8Queen は、2009/10シーズン1月と3月の2大会においてホームゲームを開催した。会場は2大会ともに高松市総合体育館にて行われた。共催、後援についても2大会ともに香川県教育委員会、香川県体育協会、高松市、高松市体育協会、四国新聞社であった。ホームゲーム実施に向けての準備には地元協会とチーム側の協力体制で組織を構築し、大会広報や告知においてはチームが主体となって地元新聞紙による広告掲載などを行った。チケットの販売方法、促進については地元協会とチームで分担して行われた。大会当日にはファンサービスとして「エイティエイツスタンプラリー」、「エイティエイツクイズラリー」などの企画を準備して、試合終了後には選手ら

によるサイン会も実施した。スタンプラリーやクイズラリーの参加者には参加賞と抽選プレゼント等を行い、地元ホームゲームらしいサービスが展開された。収支では1月大会で収入が1,290,000円、支出が1,698,652円であった。収入の主な内訳は入場料収入であり、支出については開催権譲渡金、会場使用料等となっている。また、3月大会では収入が760,600円、支出が1,024,074円であった。1月大会と同様に収入の主な内訳は入場料収入であり、支出は開催権譲渡金、会場使用料等である。あわせて支出の5分の1程度が役員などの旅費、交通費となっている。観客動員数については、1月大会が二日間合計で1,070人であり、3月大会については二日間の合計が937人であった。

#### 4) 近畿クラブスフィード（男子：大阪府）

近畿クラブスフィードは、2009/10シーズンの開幕戦でもあった1月9日、10日にホームゲームを開催した。会場は近畿大学記念会館とし、参加チームは東京ヴェルディバレーボールチーム（東京都）、きんでんトリニティブリッツ（大阪府）、警視庁フォートファイターズ（東京都）、近畿クラブスフィード（大阪府）であった。このホームゲーム企画段階においては、運営にあたり人件費の削減を図り、収益性の向上を目指した。通常では大阪府バレーボール協会から運営スタッフが派遣されリーグ戦実施準備がなされるのだが、ここにコストがかかってしまうことに着目したクラブは、これらの削減を目的として補助役員などは近畿大学バレーボール部を中心とした学生の動員によって実施された。これにより府協会役員の起用よりもコスト削減に成功した。また、チケットに関しても作成、印刷はチームで全て行いここにおいてもコスト削減に努めた。収支面においては収入が468,000円、支出が922,669円であった。収入はその内訳のほとんどが入場料収入である。支出は開催権譲渡金、会場使用料が主な内訳である。観客動員数は二日間で376人となった。ホームゲーム終了後には近畿クラブによる地域活動の一貫でもあるバレーボール教室が開催された。



## 5) つくばユニテッド Sun GAIA (男子：茨城県)

つくばユニテッド Sun GAIA は2009/10シーズン1月と3月の2大会においてホームゲームを開催した。1月、3月ともに茨城県バレーボール協会、つくば市体育協会、つくば市バレーボール連盟に共催を受けている。運営の補助役員などを各協会及び連盟から募り、スムーズな大会運営に努めている。運営体制については、すでにつくば市でのバレーボールリーグ開催が定着化してきているため、スタッフ等の配置や連携などといった流れについてもスムーズに行われている。大会の告知については茨城県内、つくばエクスプレス沿線地域へのチラシ広告、ポスターを作成して広報を行った。チケット販売については、チケットぴあでの前売りとつくばユニテッド Sun GAIA 関係先への前売りを精力的に行い、当日券も販売した。また、会場内での安全管理にも配慮し、ボランティアスタッフの警備担当が配置された。試合終了後には選手らによるサイン会、握手会、写真撮影会などといったイベントを行い、ファンとの積極的なコミュニケーションをとっている。すでにつくばユニテッド Sun GAIA の認知はつくば市を中心に茨城県内全域へと広がっており、このようなイベントの効果が実を結び始めているといえる。大会終了後には他の近隣市町村からも大会招致の動きがあり、2010/2011シーズンには茨城県土浦市でリーグ開催することがすでに決定している。つくば市のチームから徐々に茨城県のチームへとそのマーケットも拡大しつつあるといえる。収支では1月大会の収入が555,700円、支出が827,831円であった。収入の主な内訳は入場料収入となっており、支出では開催権譲渡金が最も割合が多く、次いで役員等の旅費、交通費となっている。3月大会では収入が1,450,500円、支出が1,445,936円と若干支出が収入を上回った。支出の主な内訳は開催権譲渡金、会場使用料等であり、また、1月大会の損失を3月大会決算とグロスで計上し、損益を算出している。チケット販売枚数は1月大会が二日間合計で394枚、3月大会では二日間合計が1,099枚となった。

## 6) KUROBE アクアフェアリーズ (女子：富山県)

KUROBE アクアフェアリーズは、2010年3月13日、14日の二日間でチーム拠点でもある黒部市総合体育センターにてホームゲームを開催した。共催、後援は富山県、黒部市、各教育委員会、各体育協会となっている。すでにホームゲームは毎年行われているため男子のつくばユナイテッド Sun GAIA と同様に大会準備、運営はそのノウハウも蓄積され、円滑かつスムーズに行われている。大会の広報や告知などは地元新聞やケーブルテレビを通じて広報をし、各市町村との連携によりポスターなどでの大会告知活動も行われた。チケットの販売は各市町村協会、地元協会員、選手所属企業を通じて販売促進が行われた。大会イベントでは地元ヨサコイの演舞、地元高校生のチアリーディング、モダンダンスなどの演出が行われ会場を大いに盛り上げた。また、現在では各試合で選手会場入場時にキッズエスコートの風景がみうけられるが、これをバレーボールで最初に導入したのは KUROBE アクアフェアリーズである。収支では収入が2,351,900円、支出が2,344,539円となっている。収入の主な内訳は入場料収入がほとんどであり、次いで行政からの補助金となっている。支出は役員報償費、会場借用料、開催権譲渡金などが主な内訳となっている。チケット販売枚数は二日間合計で1,940枚となった。

### 3-2 各チームのホームゲーム運営における課題

バレーボールV・チャレンジリーグ男女において2009/10シーズンは、8ゲームがクラブチームにより主管運営され、ホームゲーム大会が行われた。4チームについては1回の開催であったが、四国 Eighty8Queen とつくばユニテッド Sun GAIA については2回のホームゲームが主管開催されている。それぞれ行政、スポーツ振興財団、新聞社などが共催、協力および後援となっているが1チームについては共催、後援、協力などはなかった。ホームゲームの広報活動については、各チームにおいて様々な取り組みがなされバレーボール教室での告知、メディアを活用しての告知、公共交通機関へのポスター掲示、WEBを利用した告知などがその主であった。ホームゲーム当日のイベントでは、バレーボール教室、地元文化団体による演技などが行われており最も多いチームで6つのイベント、少ないチームでも2つのイベントが催された(表1)。

表1 各ホームゲームにおける共催・後援、広報活動およびイベント内容

	東京V	阪神	四国	近畿	つくば	KUROBE
共催 後援 協力	立川市	尼崎市教育 委員会振興 財団	高松市教育 委員会体育 協会四国新 聞社		市バレー連 盟体育協会	富山県黒部 市教育委員 会体育協会
広報 活動	WEBポス ター配布公 共交通機関 へポスター 掲示	ブログCS 放送PL大 会などでポ スター	チーム活動 での告知地 元新聞に告 知	近畿クラブ 内で告知	公共交通機 関へのポス ターチラシ 配布イベン トでの告知	地元新聞 ケーブルテ レビ各市町 村へポス ター
イベ ント	チームチ ア、地域小 学生による 演技バレー ボール教室	ファンとの ふれあい地 元大学生に よるチア リーダー ィング	クイズラ リースタン プラリーサ イン会来場 者へのプレ ゼント抽選	バレーボー ル教室	サイン会握 手会撮影会 地元文化団 体による演 技地元商店 出店スポ ーツイベント	地元文化団 体による演 技地元高校 生による演 技

また、各ホームゲームについての会場とその収容人数、大会の観客数、チ

チケット販売手段の一覧を表2に示した。会場はそれぞれホームタウンに設定した地域の公共施設を使用している。収容人数に対しての観客数を収容率として計算した。その結果最大で35%、最小で6%という結果であった。各チームチケット販売については、主にチームが主体となっていた。また、地元協会を窓口としたチケット販売を行っているクラブもあった。Vリーグ機構が販売方法として促しているチケットぴあオンラインについては6チーム中2チームが導入していた。

表2 ホームゲーム会場と収容人数、大会観客数およびチケット販売手段一覧

	東京 V	阪神	四国		近畿	つくば		KUROBE
実施日	1/16,17	2/6,7	1/16,17	3/20,21	1/9,10	1/23,24	3/20,21	3/13,14
会場	立川 泉市民 体育館	尼崎記念 公園総合 体育館	高松市総合体育館		近畿大学 記念会館	桜総合 体育館	つくば カピオ	総合体育 センター
収容人数 A	1,504	5,000	2,000		3,413	1,000	2,728	4,000
観客数 (人) B	980	1,330	1,417	937	376	637	772	1150
B/A	33%	13%	35%	23%	6%	32%	14%	14%
チケット 販売手段	ぴあ チーム 協会	チーム	チーム 協会		チーム	ぴあ チーム 協会		チーム 協会

次に収支について、収入では2,351,900円が最大で、最小は468,000円であった。収入は入場料収入が中心となっている。その他の収入についてはスポンサー料、物販、行政からの補助金となっていた。支出は最大で2,823,214円、最小で746,456円であった(表3)。支出の中心は会場費、開催権譲渡金、役員への日当、旅費、広告費などであったが、2大会については広告費がゼロとなっている。支出のかなりの割合を占める会場費だが1大会については会場費がゼロとなっていた。その他の費用は食費、消耗品費などであった。収支差額は8大会のうち5大会がマイナス決算、2大会がプラス決算であった。しかし、1大会については差額ゼロと報告がなされた。これについては行政よりマイナス分が補填され、その結果収支差額がゼロとなった。

表3 各大会における収支

	東京V	阪神	四国		近畿	つくば		KUROBE
実施日	1/16,17	2/6,7	1/16,17	3/20,21	1/9,10	1/23,24	3/20,21	3/13,14
入場料収入	1,852,000	626,900	1,260,000	740,600	424,000	482,500	1,405,500	1,919,800
プログラム収入	98,000	50,000	30,000	20,000	44,000	45,000	45,000	50,000
その他	52,500	654,500	0	0	0	28,200	0	382,100
<b>収入(円)</b>	<b>2,002,500</b>	<b>1,331,400</b>	<b>1,290,000</b>	<b>760,600</b>	<b>468,000</b>	<b>555,700</b>	<b>1,450,500</b>	<b>2,351,900</b>
会場費	514,400	0	1,044,735	446,957	383,436	15,536	466,930	382,754
開催権譲渡金	210,000	262,500	210,000	210,000	210,000	262,500	200,000	262,500
役員報酬旅費	424,780	245,820	230,400	230,400	180,640	203,811	114,500	532,132
広告費	922,200	278,000	76,800	0	0	84,360	84,360	210,000
その他	751,834	545,080	136,717	136,717	148,593	180,249	389,390	957,153
<b>支出(円)</b>	<b>2,823,214</b>	<b>1,331,400</b>	<b>1,698,652</b>	<b>1,024,074</b>	<b>922,669</b>	<b>746,456</b>	<b>1,255,180</b>	<b>2,344,539</b>
収支差額	(820,714)	0	(408,652)	(263,474)	(454,669)	(190,756)	195,320	7,361

マイナス収支となっている大会については、その原因として最大の収入源である入場料収入が不足していることがあげられる。支出の面でもコストを削減すべき点は考えられるが、今回の研究で明らかになった収容率をみれば、いずれもその半数に値する50%すら到達していないことがわかった。このことからいずれのホームゲームも観客数を増大させれば、収支がプラスに転じる可能性が高いといえる。例えば、東京ヴェルディバレーボールチームの立川泉市民体育館でのホームゲーム実施結果をみても、2日間で収入が2,002,500円に対し支出が2,823,214円と820,714円の損失が生じた。これを補うためには他項目からの補てんはそれほど見込めないことから、やはり入場料収入を増大させることが先決であることがいえる。そして、実際にはこの体育館の収容人数が2日あわせれば3,008席の座席数が準備できたのに対し、入場者数は2日あわせて980名であった。そして、その収容率は各日で算出すると約12%程度にとどまっている。これほど入場者数が確保できていない

とスポーツ興行としては運営が困難にならざるを得ない。つまり、損益分岐点を算出した場合、この大会については収容率を47%まで引き上げる必要がある。これが本来達成できていればチケット収入が約82万円さらに加わり、そこではじめて合計収支としては差額ゼロとなることが指摘できる。さらにそれでも収容率は53%の猶予を残し、1,594人の動員が可能である。仮に会場を2日間満席にした場合（収容率100%）、それでの入場料収益は約600万円となる。今大会の支出をみても、その差額は約320万円となり十分収益を得ることが可能である。加えて入場者数が増大すれば、それに伴ってプログラムやグッズでの収益も期待でき、スポンサーセールスにおいても強みになる。このようなホームゲームにおける収支予測を事前に検討し、それに向けたマネジメントが重要であることが指摘できる。プラスとなっている2大会のうち、1大会については行政より補助金をうけてのプラス収支である。自主興行という視点からホームゲームを分析すれば、補助金を受けていないホームゲームが最も興行的な成功を収めているといえるだろう。その1大会が興行的に成功した要因としては4点あげることができる。ひとつはホームゲーム運営組織の充実である。この大会を主管したつくばユナイテッド Sun GAIA については、これまで幾度もホームゲームが主管開催されており、地元協会との協力体制も強固なものとなっている。また、運営組織自体もホームゲーム運営を重ねることにより、組織として円滑な運営が行われている。さらに研究事業として筑波大学の学生が運営に参入していることも収支に影響を与えている。学生がボランティアスタッフとして参加することで人件費も削減されているからである。二つ目に年間のバレーボール教室の開催回数が参加述べ人数で最多ということがあげられる。あわせてバレーボールスクールの展開や下部組織（ジュニア）の保有により地域への露出を増やし、認知度を高めていることが観客動員数に影響を与えていると考えられ、収入事業の展開を可能にしているという側面もあることがいえる。三つ目に地域活動の充実という点があげられる。他のクラブチームと比較してもその回数、また地域活動の種類も豊富であり、これも地域での認知度を高める要因と

なっている。そして、最後にホームゲームイベントの充実が指摘できる。いわゆる企業、協会主導のホームゲームでイベントとされているのはサインボールの投げ込み、キッズエスコートといった程度である。しかし、つくばユニテッド Sun GAIA のホームゲームでは会場周辺にスポーツブスを設置し、地元クラブチームのバスケットボール、サッカーなどの体験コーナーや、会場でのアンケートラリー、地域商店の出店などそのイベントは多岐にわたっていた。以上の4点がホームゲーム運営を成功させた、他の地域、クラブにおける運営にも差別化を図ることに成功した要因と考えることができる。

## 4. 結論

本研究での調査結果から、以下の点が指摘できる。

- ①今後クラブ型チームが地域と連携し、様々な収益事業や地域活動を展開することが健全なクラブ運営の一助となる。
- ②バレーボールにおいては、ホームゲーム興行に対する集客力が顕著に不足している。

①については各クラブチームを一覧で比較すると、各チーム収入事業の少なさが明らかになっている。しかし、収入事業を幅広く展開するには地域への活動が重要であることがいえる。その点から収益事業のみならず、両輪としての地域活動を行うことが重要である。②では、観客数の増大に改善の余地が十分にあり、観客数が増大すれば収支上もプラスに転じる。しかし、現状では集客が少なく、それにともなって入場料収入が確保できていないため単純に施設使用料すらまかなうことができていない。

次に本調査の限界として横断的な調査であるということと、V・チャレンジリーグのみの調査にとどまったことが指摘できる。横断的な研究では時系列を追っての観客動員数の推移などを調査することはできない。縦断的な研究を行うことによって、よりホームゲームについてのモデルが精選されるで

あろう。また他競技、特に同じアリーナ種目であるバスケットボールやハンドボール、フットサルなどのホームゲーム運営との比較も今後の課題である。会場のキャパシティに限界のある（設置可能座席数）アリーナ種目と野球、サッカーのような3～5万人収容可能なスタジアム種目の競技を比較するのは一概に得策とはいえない。他のアリーナ種目がどのように運営されているかを調査し、比較することでまた新たな知見が得られるだろう。今後の提言として、各チームを含めたリーグ全体の改革が求められる。今回の研究では各チーム単位、大会単位での分析を行っている。その中で開催権譲渡金なる支出項目が大きな割合を占めていることが明らかになった。同じ実業団リーグであるJBLバスケットボールではすでに開催権を各チームに譲渡し、各チームがホームゲームを運営しやすい体制となっている。バレーボールにおいては、この開催権譲渡金がネックとなり、ホームゲーム開催を敬遠するチームが多数いることも事実である。つまり、ホームゲームを自主運営するためにお金を払わなければならない、採算があわなければその赤字分をクラブで補填しなければならない。よってこのリスクを背負ってまで自ら大会運営をクラブで受け持つという発想にはならないのである。実際、これらの発想によって大会は地方協会に委ねられ、その採算は取れていないのが現状である。バレーボールにおけるホームゲーム運営が各クラブにとってメリットのある、収益率の高い事業としてビジネスモデルが構築されれば今日のオリンピック大会のようにこぞって大会招致、運営主管に手をあげるクラブ、都市が出てきても全くおかしくないのである。これにはこれら大会を現行総括しているVリーグ機構のリーグ運営全体の見直しが必須となる。2010年世界バレーにおいて32年ぶりのメダル獲得に沸いた日本バレーボール。これまで顕著に休廃部が続いているチーム減少の中、今後発展するためには各クラブとVリーグ機構が現状のリーグ制度を改革し続け、国内リーグの競技レベルの向上、健全なクラブ運営モデルによるトップリーグ参入クラブの増加が必要ではないだろうか。



## 参考・引用文献

- 1) 池田孝博；大学を拠点とした総合型地域スポーツクラブの運営に関する諸問題，福岡県立大学人間社会学部紀要 Vol. 19, No. 1, 1-8,2010
- 2) 石坂圭三，間野義之；プロスポーツチームの地域における経済的価値評価，スポーツ産業学研究 20（2），159-171, 2010
- 3) 間野義之；プロスポーツリーグの経営を考える，日本体育学会大会号（54），70, 2003
- 4) 増山光洋；バレーボールのクラブ化-Jリーグクラブのバレーボール競技への取り組み-，育英短期大学研究紀要24,57-70,2007
- 5) 増山光洋，村本伸幸他；バレーボールにおけるクラブ型チームの現状-V・チャレンジリーグを対象に-，中央学院大学人間・自然論叢第32号 ,31-49
- 6) 松原孝臣；これが国内4大リーグの10年後の姿だ！プロスポーツの「未来予想図」，SMR SPECIAL，2008
- 7) 大久保英哲，櫻井貴志；企業スポーツチームの運営と指導に関する研究：企業バレーボールチームにおけるマネジメントを事例として（1），教育実践研究 35,23-31,2009
- 8) 大久保英哲，櫻井貴志；企業スポーツチームの運営と指導に関する研究-企業バレーボールチームにおけるマネジメントを事例として（2），教育実践研究36, 31-40, 2010
- 9) 清水秀雄；日本にFCバルセロナが生まれる日，ポプラ社,2011
- 10) 山本秀人，川西正志，前川峯雄；スポーツクラブの存続性とクラブ員の参加度に関する研究，中京体育学研究 22（1），51-62,1981
- 11) 山谷拓志；WizBiz Interview（#3）日本一が与える影響力 プロスポーツが地域の活性化になる，月刊ウィズビズ 25（2），10-13, 2010

