

評論 2008年の北海道経済

11月 ● 北海道日本ハムファイターズ、コンサドーレ札幌、レラカムイ北海道 東原 文郎

2008年は北海道プロスポーツ界にとって輝かしい年になる…ハズだった。北海道に移転後、定着どころかむしろ道の顔として成長し、梨田監督を迎え日本一返り咲きを狙う日本ハムファイターズ。プロスポーツ界では珍しい女性社長が辣腕を揮い、日本代表クラスの秀逸な選手たちが集ったレラカムイ北海道。そして、三浦監督のもと J2 優勝、悲願の5年ぶり J1 昇格を決めたコンサドーレ札幌。それぞれが新たなステージに立ち、躍進を誓った年であったのだと想像する。

だが、結果は表1のようになった。ファイターズはリーグ制覇を逃し、コンサドーレは4勝しかできず、残り数節を残して早々と J2 への降格を決めた。レラカムイは昨シーズンよりも善戦はしているものの、結果として順位の変動が生じる予感はない。各チームとも、シーズン前に期待した躍進を遂げることができなかった年となってしまった。

一方、北海道や札幌市をホームタウンとするスポーツチームが負けて「残念！」と多くの道民や市民が感じたのだろうか。もしそうであるならば、逆説的に喜ばしいことでもある。なぜなら、それぞれのスポーツチームが文化として定着しつつあるという証左であるからだ。スポーツ（勝/敗）に伴う喜怒哀楽を関係者と共有し、交感すること。むしろこれが、プロスポーツチームがホームタウンを持つことの意味であろう。

実際の観客動員数を見てみよう（表2）。ファイターズとコンサドーレは堅調な伸びをみせている。またレラカムイも、07-08シーズンでは2位以下に約1,500人の差をつけた堂々の1位(2,986人)を記録した。これだけをみれば、各チームは北の大地に着実に根を張り枝を広げつつあるといえよう。

何といてもプロスポーツの成否は観客動員である。入場料収入はもとより、多くの人が集

表1 道内プロスポーツ3チームの成績

チーム名	2007年	2008年
北海道日本ハムファイターズ	・ペナントレース優勝 ・パ・リーグ優勝 ・日本シリーズ敗退	・ペナントレース3位 ・クライマックスシリーズ2nd敗退
コンサドーレ札幌	J2：優勝 (27勝10分11敗、J1昇格)	J1：最下位(18) (4勝6分24敗、J2降格)
レラカムイ北海道	07-08シーズン最下位(8) (8勝27敗) (勝率=.229)	08-09シーズン最下位(8) (6勝16敗) (勝率=.273) ¹⁾

¹⁾ 2008年12月20日現在。Japan Basketball League HP (<http://www.jbl.or.jp/>) より。

評論 2008年の北海道経済

表2 道内プロスポーツ3チームの観客動員数

チーム名	2007年	2008年
北海道日本ハムファイターズ	ホーム 72 試合 延べ 1,833,054 人、平均 25,459 人	ホーム 72 試合 延べ 1,873,931 人、平均：26,027 人 (2.2% ↑)
コンサドーレ札幌	ホーム 20 試合 延べ 290,676 人、平均 12,112 人	ホーム 17 試合 延べ 247,305 人、平均 14,547 人 (20.1% ↑) ²⁾
レラカムイ北海道	主催 16 試合(JBL2007-2008シーズン) 平均 2,986 人 ³⁾	未公開

まるからスポンサーも手を挙げる。集まった資金で選手や監督を獲得する→強化する→話題性を演出する→人が集まる→スポンサーがつく→……。リーグ経営であってもチーム経営であっても、プロスポーツのキモ(肝)は観客動員なのだ。こうした好循環が創られれば、当該チームは勝っても負けても地元のシンボルであり続けることができるのである。

ところで、なぜここに来て観客動員が気にされるようになったのか。これにはわが国全体の経済構造の変化が背景にある。そもそもわが国の「観るスポーツ」、観戦型のスポーツ興業は大相撲を除き大手企業の福利厚生システムに大きく依存していた。いわば、大企業の余剰資金で運営されていたため、観客動員など気に留める必要がなかったのである。ところが90年代のバブル崩壊に端を発した低成長期に入ると、スポーツチームを持っていた企業が相次いでスポーツからの撤退を宣言した。特にバスケットボールやバレーボール、野球などのチームスポーツは、陸上など個人スポーツに比べ維持費がかかり過ぎるため、休廃部が後を絶たなかった。結果として、スポーツチームやリーグはい

わゆる「独立」が促されることとなる。こうして各チームやリーグは上述の観客動員を軸とした好循環を回すために、運営から「経営」にシフトすることになったのである。

スポーツリーグやチームは経営的独立と共に、盤石の資金的根拠を失った。選手・コーチ、マネジメント(フロント)スタッフといった当事者にはご愁傷様だったが、スポーツは同時に、ホームタウンと、満員のスタジアム(を夢見る姿勢も含む)を手に入れた。比較的大企業が少なく、経済規模の小さい北の大地にプロスポーツチームが3つもでき、一年中週末ごとに友人・家族と連れだって出かけ、まさにコートサイドで一喜一憂できるようになったのも、こうした経済の地殻変動の恩恵によるものなのかもしれない。

それでは、観客動員が順調なので、北海道に本拠を置く3つのプロスポーツチームは09年以降も安泰と言えるだろうか。そう断じるにはまだ早いだろう。2008年を不本意な成績で終えた三者には、三様の到達すべき目標があつて然るべきである。08年の観客動員数を各チームが所属するリーグの文脈に置き換えてみて、道のプロスポーツチームが辿るべき道、方向性を探ってみよう。

まずは表3、図1をご覧ください。表3は昨年のセ・パ両リーグのチーム別延べ観客動員数、1試合平均観客動員数、前年比、順位の関係を示したものの、図1はそのうち1試合平均観

²⁾ Jリーグ HP (<http://www.j-league.or.jp/data/2/?league=j1&genre=attendance>) より筆者算出。

³⁾ 道新スポーツ HP (<http://www.hokkaido-np.co.jp/cont/rerakamuy-1nenme/19179.html>、2008/03/05) より。

評論 2008年の北海道経済

表3 プロ野球 2008 レギュラーシーズンの観客動員数と順位

セ・リーグ					パ・リーグ						
チーム	試合	観客動員数	1試合平均	前年比	順位	チーム	試合	観客動員数	1試合平均	前年比	順位
阪神	72	2,976,754人	41,344人	▼5.3%	2	ソフトバンク	72	2,250,044人	31,251人	▼2.5%	6
巨人	72	2,876,274人	39,948人	▼1.2%	1	日本ハム	72	1,873,931人	26,027人	△2.2%	3
中日	72	2,427,805人	33,720人	△1.6%	3	ロッテ	72	1,601,632人	22,245人	△2.8%	4
広島	72	1,390,680人	19,315人	△23.2%	4	西武	72	1,413,583人	19,633人	△29.3%	1
ヤクルト	72	1,281,714人	17,802人	▼3.9%	5	オリックス	72	1,266,765人	17,594人	△11.4%	2
横浜	72	1,129,954人	15,694人	▼8.3%	6	楽天	72	1,149,061人	15,959人	△2.8%	5

客動員数と順位の関係を図示したものである。表1で確認した観客動員前年比2.2%増の意味は、こうして日本のプロ野球という文脈に照らして考えられるべきだろう。パ・リーグでは6チーム中2位のファイターズも、セ・リーグを合わせると12チーム中5位にまで下がることが分かる。老舗球団に交じってまずまずの集客を保っているともいえなくもないが、同時に、阪神、巨人、ソフトバンクといった超人気球団に比べると、延べにして約40万から100万人以上の遅れをとっているとも言える。

次に、図2を見ていただきたい。今度は、昨

年のJリーグのチーム別1試合平均観客動員数と順位との関係を折れ線グラフにして示したものである。これによれば、Jリーグの場合、観客動員数はかなりの確率で勝ち点=順位に比例すること、また、浦和と新潟に関しては成績と無関係に多くの観客を動員していることが分かる。

ここで、図1も合わせて注目したいのは、阪神、巨人、ソフトバンク、浦和、新潟に共通する「勝敗に依存しない集客メカニズム」である。スポーツはそもそも勝敗をつけることで成立するため、そこから目を逸らすことは許されない。

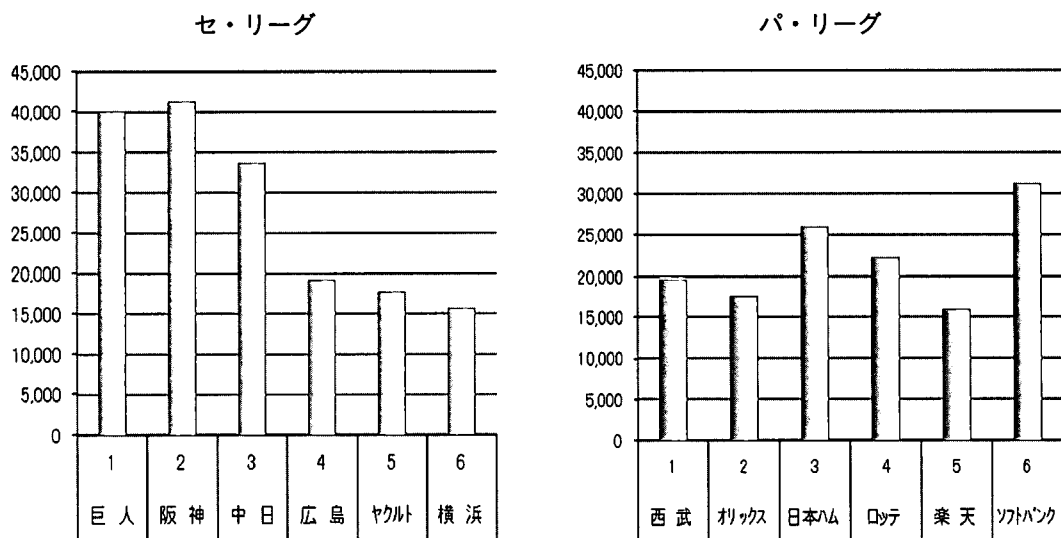


図1 プロ野球 2008 レギュラーシーズンの1試合平均観客動員数と順位

評論 2008年の北海道経済

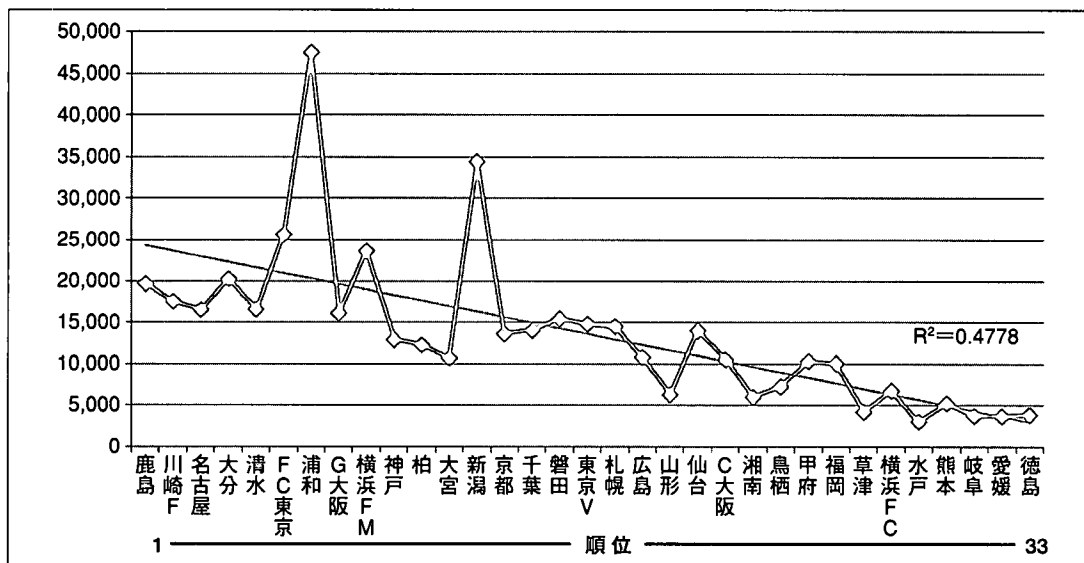


図2 Jリーグ2008レギュラーシーズンの1試合平均観客動員数と順位

だが、勝敗に依存し、勝てば応援し、負ければ離れる、そんな集客メカニズムであるならば、果たして本当の意味でスポーツが文化として定着したと言えるのだろうか。少なくとも筆者が想定する文化としてのスポーツではあり得ないのである。

こうした観点から考えると、第一にコンサドーレが、観客動員の新たな仕組みづくりを迫られそうである。観客動員の詳細を見ても、J2降格が決まってからの対浦和戦(28,901人、札幌ドーム)、対鹿島戦(26,220人、札幌ドーム)に頼った感は否めない。つまり、地元ファンがJ1最後の雄姿を睨に焼き付けるべくドームに詰めかけたのではなく、優勝争いをする相手サポーターが大入り(他チームと比較すればそれほどでもないのではあるが)を支えたのである。コンサドーレ札幌の公式HPには、今も「日本一のサポーター」を自負する2003年発表の強化計画が提示されているが⁴⁾、現状を鑑みれば「今

は昔…」と評さざるをえない。このまま何も手を打たないなら、勝敗依存メカニズムの中、09年以降も厳しいクラブ経営を迫られることになるだろう。

ファイターズについても、現状に満足せず、更なる集客が期待される。わが国のプロ野球は、アメリカメジャーリーグにトップ選手を引き抜かれ、まさに窮地にあるが、セ・パ交流戦、クライマックスシリーズなど次々と新システムを導入し、ファンのプロ野球離れをリーグや機構全体で食い止めようという努力を続けている。戦力とのバランスを見ながらではあるが、地元選手の囲い込みなど、道民アイデンティティと結び付けるような展開がカギとなるだろう⁵⁾。

他方、これまでの議論からすれば、唯一レカカムイだけが、勝敗に依存しない集客システムを築きつつあると思われるかもしれない(図3)。だが、図3を注視すると、JBLにおいては

⁴⁾ コンサドーレ札幌公式HP (<http://www.consadole-sapporo.jp/club/pdf/kyouka.pdf>) より。

⁵⁾ 選手たちが「FIGHTERS」ではなく「HOKKAIDO」のロゴが入ったユニフォームを着、道民なら1,500円で入場できる「道民デー」という企画は好評を博した。

評論 2008年の北海道経済

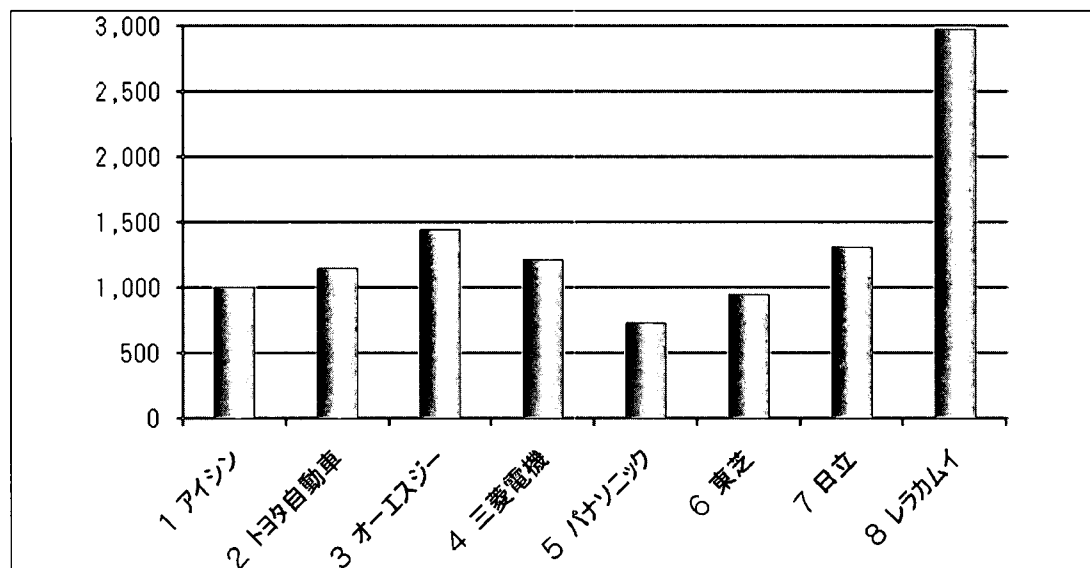


図3 JBL 2007-2008 レギュラーシーズンの1試合平均観客動員数と順位⁶⁾

他チームが観客動員を意識していないだけで、レラカムイがスポーツチームとして阪神や巨人のような突出した集客力を持つわけでは決していないことがわかる。

レラカムイの所属するJBLはもともと集客に依存しない、従来の企業スポーツの枠組みで成り立っている。その存在意義としては大企業の福利厚生、社員のモラル向上が優先され、リーグやクラブを適正に（身の丈に合わせて）経営するという発想はない。一方、そもそも大企業が少なく、大口のスポンサー収入が見込めない北海道では、テレビ放映料もなく、入場料収入に頼らざるを得ないという背景がある。だから、レラカムイが通常のプロスポーツチームのような集客努力、それによるスポンサー獲得を目指したため、他チームに比して圧倒的な観客動員を達成したのである。

しかしながら、大企業がいとも容易く支出する人件費に支えられた他チームの高額選手たち

と渡り合うことは至難である。将来的には改善するとの見込みもなくはないが、少なくとも現状では、結果がすべてを物語ってしまっている。では、どうすればよいか。

周知の通り、わが国にはbjリーグというもう一つのプロバスケットボールリーグがあり、Jリーグに似た地域密着型の経営を旨としている。1試合平均3,000人ほどの集客力を維持し、サラリーキャップを導入して身の丈に合った経営でリーグ・チームの存続を優先している⁷⁾。レラカムイはむしろこのbjリーグに親和性が高いように思われる。ただ、日本バスケットボール協会は、bjリーグに登録する選手を日本代表選手として認めないなど、規制をかけることでスター選手のbjリーグへの流出を止めている。これがネックになり、レラカムイも日本代表クラスのスター選手を確保するためにJBLに参加し、高額人件費をねん出せざるを得なくなっているものと想像できる。

⁶⁾ 脚注3に同じ。なお、レラカムイ以外は35試合中21試合を消化した昨年12月23日までの数字。

⁷⁾ bjリーグHP (<http://www.bj-league.com/html/declaration.html>) より。

評論 2008年の北海道経済

今後、この不況で大企業といえども選手の年棒を維持できなくなったり、あるいは最悪の場合、休廃部からリーグ続行不能という事態に陥るかもしれない。そのような時、レラカムイはどう振る舞うのだろうか。2007-2008シーズンはJBLに参加していたOSG フェニックスが、2008-2009シーズンより浜松・東三河フェニックスとしてbjリーグに参加しているという事実は、レラカムイがこれから進むべき道の一つを暗示しているようにも感じられる。

ともあれ、道に本拠を置く3つのプロスポーツチームの今後に、大いに期待したい。これがあるから、札幌を離れたくない、北海道に帰って来たい、などと言われるようになればいい。そして、勝っても負けてもスタジアムやアリーナに足を運び、ダグアウト裏で、ゴール裏で、コートサイドで、熱狂し、喜怒哀楽を共にしたい。北海道に本当の意味でのスポーツ文化が定着する日が来るまで。