

「Jリーグ誕生」がもたらしたもの」

1993年5月15日に開幕した日本プロサッカーリーグ（「Jリーグ」）の誕生は、日本サッカー界のみならず、日本のスポーツ文化や社会に大きな変化をもたらす出来事であった。「日本サッカーの水準向上」という点では、それまでワールドカップに出場すら叶わなかった男子日本代表（「サムライブルー」）は、いまや出場常連国となり、2022年カタール大会では1次リーグで強豪ドイツ、スペインに勝利し、2大会連続でベスト16に進出するまでに成長した。また、今大会のメンバー26名のうち19名を「海外組」が占めていることが表すように、数多くの日本人選手がドイツ、イングランド、フランス、スペインをはじめとしたヨーロッパ諸国のリーグでプレーするようになっている。さらに、オリンピックについては28年ぶりの出場となった1996年アトランタ大会以降、7大会連続で出場を果たし、2012年ロンドン大会と2020年（2021年）東京大会ではベスト4という結果を残すまでに至っている。こうした中で、近年やや陰りは見えるものの、男子日本代表に対する注目度は未だに高く、「企業ナショナリズム」といわれる現象に巻き込まれながら、いまや一つの巨大ビジネスと化している。一方、「サッカーの普及促進」という点では、日本サッカー協会の「サッカー選手登録数」はJリーグ開幕以降増加傾向にあり、また、Jリーグの入場者数はコロナ禍前の2019年度にははじめて1100万人に到達し、J1の平均観客数は2万人を超えるまでになった。

Jリーグや男子日本代表の活躍に大きな注目が集まる一方で、女子サッカーはこの30年の間、着実に歩みを進めてきた部分もあるものの、さまざまな課題を抱えている。例えば、Jリーグが誕生する準備段階でリーグ参加の条件に「ファームチーム、2種、3種、4種のチームを保持すること」という項目が設けられたが、そこに女子は入っていなかった。また、女子日本代表（「なでしこジャパン」）は、2011年のワールドカップ優勝、2012年ロンドンオリンピック銀メダルという輝かしい実績だけでなく、ワールドカップでは1995年大会でベスト8、オリンピックでは種目としてサッカー女子がはじめて採用された1996年アトランタ大会に出場し、2004年アテネ大会ではベスト8、2008年北京大会ではベスト4と結果を残してきた。しかしながら、国内リーグ（「なでしこリーグ」）の人気は停滞気味であり、加えて、2016年リオオリンピックの出場権を逃すなど、代表強化の面でも課題を抱えつつある。この状況を打開すべく、2021年9月12日に女子プロサッカーリーグ（「WEリーグ」）が開幕した。1年目にあたる2021-22シーズンでは1試合平均の観客数では目標を大きく下回り、経営面での課題が浮き彫りになったものの、WEリーグの誕生が今後、女子サッカーの普及や代表強化という面でどのような変化をもたらすのか、注視していく必要があるだろう。

Jリーグがもたらしたのは、競技力向上や競技の普及、ビジネスといった面での「成功」だけではない。Jリーグの「サポーター文化」は、日本のプロスポーツに新たな応援スタイルを生み出したといわれている。加えて、Jリーグの理念である「地域密着」とその具体策である「ホームタウン活動」は、日本におけるプロスポーツ（チーム、クラブ）と地域社会の関係性を変えただけに留まらず、「シャレン！」の取り組みに象徴されるように、スポーツを通じて社会に変革をもたらそうとしている。さらに、こうした志向が、「女子サッカー・スポーツを通じて、夢や生き方の多様性にあふれ、一人ひとりが輝く社会の実現・発展に貢献する」という理念を掲げているWEリーグのみならず、2000年代以降に誕生したプロスポーツリーグの運営にも波及している点も興味深い。

本シンポジウムでは、Jリーグが開幕してから30年という時間が経過した中での日本サッカー界の「現在地」について考えるとともに、Jリーグが導入した「サポーター文化」、「地域密着」といった概念や「スポーツを通じた社会課題の解決」といった志向が日本のスポーツ文化や社会にいかなる変化をもたらしてきたのかについて議論する。この作業を通じて、今後のサッカー（Jリーグ、WEリーグ）に関する社会学的研究の可能性や方向性に

ついて検討してみたい。

登壇者

シンポジスト:高橋 義雄 (筑波大学)

松橋 崇史 (拓殖大学)

今井 純子 (公益財団法人日本サッカー協会理事/女子委員会副委員長)

指定討論者:有元 健 (国際基督教大学)

司 会 :金子 史弥 (立命館大学)

Jリーグの誕生と変容 —環境との相互作用の視点から—

高橋 義雄

(筑波大学大学院人間総合科学学術院 准教授)

日本体育協会のアマチュア規定の見直しから、1986年にはプロ選手の登録が認められ、日本リーグ活性化委員会が89年にはプロ化の方向を打ち出した。そしてワールドカップ出場を果たせない日本サッカーリーグの関係者に、リーグのプロ化とワールドカップの日本招致への期待が膨らんだ。1985年のプラザ合意を受け、前川レポートによる内需拡大による国内投資の高まりは、企業が見返りを考えずに文化・芸術活動を支援する企業メセナの風潮をつくり、実業団サッカーチームの関係者をチームのプロ化へと駆り立てた。その後の責任企業の業績に依存したクラブ経営は、景気後退とともに地方の経営者の手に渡り、スポーツ興行が中央から地方、大企業から中小企業、地方新聞社や地銀もスポーツ興行ビジネスに参入する時代になった。1998年のワールドカップ出場、2002年の日韓開催で選手の国際移籍も盛んになり、通信技術の発達もあいまって、Jリーグもグローバルな市場に組み込まれていった。2012年には、Jリーグが自らアジア戦略をスタートさせている。これまで、地域密着を掲げて10クラブからスタートしたJリーグは、2023年シーズン開始時点で、日本国内の41都道府県に本拠地を置く60クラブが参加するまでになった。それぞれのクラブには、ファン（サポーター）がおり、サポーターはファンコミュニティを形成している。Jリーグは、発足から観戦者のデータを蓄積してきたリーグでもあり、ファンの研究がなされてきた。今後は、放送から通信にシフトする時代、DAZNやABEMAのサッカー視聴への影響、コロナ禍後のサッカー観戦にみられる変化も慎重に検証する必要がある。

本報告では、Jリーグが組織の内外の環境といかに相互作用しながら、現在の形として生き残ってきたのかを議論していきま。

Jリーグと「地域密着」の30年と今後の展望

松橋 崇史

(拓殖大学)

今では一般的な用語になった「地域密着」は、Jリーグが30年前の創設時に提示した「キャッチコピー」であり、暫くはJリーグが持つイノベーティブな要素を現すものであった。創設時を振りかえる時、「地域密着」を打ち出してクラブ名に親会社の企業名ではなくホームタウン名を冠する必要性は、クラブの公益性を高めて、例えば、公共のスタジアムを優先的に利用し、かつ、その改築・修繕等を促すために求められた、と説明される（広瀬、2012）。1990年代中盤・後半のJリーグバブルの収束、日本経済の不況とそれに伴う一部クラブの経営危機、そして、経営規模の小さなクラブが所属するJ2（ディビジョン2）の創設を経て、2000年代に入ると「地域密着」が、クラブの経営戦略上の重要な柱となっていく（松橋・金子、2007）。クラブ経営を支える責任企業の存在感が薄くなる中（ないしは、薄めようとする中）で、観戦者数の増加や協賛金収入の増加を意図すれば、自ずと、ホームタウン地域へのマーケティング活動が盛んになる。そして、J2所属のクラブに代表された経営規模のスリム化は「地域コミュニティに応援してもらえればプロクラブの経営が成り立つ状況」を生み出し、他種目も含めてプロクラブ数増加に拍車をかけていくことになる。一方、クラブ経営上の成果が少なければ経営資源に限られる中で地域貢献活動を展開し続けることは難しく、類似する経営規模のJクラブでも地域コミュニティとの付き合い方には濃淡が存在する（山本・中西、2022）。社会貢献を促進しようとする中で、Jリーグは、「Jリーグを使おう！社会のために。」をキーワードに地域コミュニティからJクラブへのアプローチを創出するため「シャレン！」を推進してきた。本発表では、Jリーグ・Jクラブと地域コミュニティとの関係の変遷を振り返ると共に、スポーツビジネスの発展の中で、Jクラブでも事例数が増えてきた自前でサッカースタジアムを建設することや、地元自治体と相互の連携を強めていこうとすることが、今後のJクラブと地域コミュニティとの関係に与える影響を検討したい。

広瀬一郎（2012）サッカービジネスの基礎知識—「Jリーグ」の経営戦略とマネジメント.東方出版.

松橋崇史・金子郁容（2007）スポーツ組織マネジメントにおける地域コミュニティ戦略—Jクラブの事例研究—. スポーツ産業学研究, 17(2), pp39-55.

山本悦史・中西純司（2022）プロスポーツチームと自治体の公民連携の一側面—プロスポーツチームと自治体の公民連携の一側面—. スポーツ産業学研究, 32(1), pp97-116.

Jリーグが築き上げた土台の上に新たな可能性を開く

～WE リーグ～

今井 純子

(公益財団法人日本サッカー協会理事／女子委員会副委員長)

Jリーグ創設は、当時ワールドカップ出場が遠かった日本サッカーに大きな変化をもたらすべく決断され、2002年ワールドカップ招致等と合わせ、大きく発展する契機となった。そこから1994年ドーハの悲劇を経て、1998年フランス大会でワールドカップ初出場、以後7回連続の出場を果たし、新たな景色に向け挑み続けている。育成チームの設置、普及や地域密着の活動等、様々な面でホームタウンでの発展の核となっている。当初10チームが現在は60チーム、全国に広がり、日本のサッカーシーンが大きく変化した。

女子サッカーは男子サッカーとは全く異なる歴史を辿っている。困難な時期を経て、それでもサッカーを自分達もやりたいという情熱的な女性達によって道が切り開かれ、つながれ、現在世界に広がり、大きく発展し始めている。

日本女子サッカーは2011年ワールドカップ優勝、その後思うような結果を出せずにいるが、世界のトップレベルにとどまり続け、発展の好循環への契機を得るべく、プロ化に踏み切った。女子サッカーを大きく発展させていくための軸である強化、育成、普及はもちろん、女性活躍社会の牽引、日本に「女性プロスポーツ」を根付かせるといった社会的な意義をもたせ、女子サッカーばかりでなくサッカー全体、さらにスポーツ、社会にも影響を与えられるようなリーグに成長させていくことを目指す。