# 連載 ギラヴァンツは北九州に何をもたらすのかー第 10 回ー 入場者数最下位からの挽回に向けて

北九州市立大学都市政策研究所准教授 南 博

## 1. 2014年シーズンが開幕

ギラヴァンツ北九州にとってJリーグ加盟5年目となるシーズンが2014年3月2日に開幕した。昨シーズンは柱谷幸一監督のもと、中期的視点から若い選手らを育てていく姿勢で戦った。その結果、前半戦の成績は極めて厳しい状況であったものの、チーム内に戦術が浸透し始めた夏場からは勝率が高まって順位を少しずつ上げ、最終的には、J2の22クラブ中16位(13勝10分19敗)でシーズンを終えた。選手が大幅に入れ替わり、また予算面でも厳しい制約がある中で、チームとしてはある程度の成果を出したと評価できよう。しかしながら、シーズン最終盤近くになるまで下位リーグへの降格可能性も残る状況であった。

J2 からの降格制度が始まった 2012 年には FC 町田ゼルビア(入れ替わりで V・ファーレン長崎が昇格), 2013 年にはガイナーレ鳥取(入れ替わりでカマタマーレ讃岐が昇格)が J2 から去った。理想論でいえば下位リーグであろうが上位リーグであろうが, 地域の人々や企業が愛着をもって安定的にクラブを支える状況が形成されることが望ましいが、 現実に目を向けると、 J2 からの降格はクラブ経営にとってもファン・サポーターの心理面においても、 非常に大きなダメージとなることが懸念される。 ギラヴァンツは現在の本拠地の市立本城陸上競技場が J1 規格を満たさないため、 小倉駅新幹線口付近に新スタジアムが供用開始予定の 2017 年 3 月までは J1 に昇格できない制約がある。しかし、 着実に戦力を高め、 下位リーグ(J3)への降格の心配ではなく近い将来の J1 昇格へ希望がもてるような 2014 年シーズンとなってほしいものだ。

一方, ギラヴァンツにとっての昨シーズンの課題は, チーム成績よりも集客数の方が深刻であったといえよう。本連載でも過去数回, 集客面の課題と将来展望に触れているが, 今回は新たなデータをもとに改めてこの問題を扱い. 今後の改善策を考察する。

# 2. 2013 年シーズンの J リーグ各クラブの観戦者数の状況

2013 年シーズンのギラヴァンツの主催試合(市立本城陸上競技場で開催された 21 試合)の総入場者数は 6万 6,665 人であり、1 試合平均入場者数は 3,175 人/試合であった。これは J リーグ 40 クラブ中, 最も少ない人数である。J2 平均は 6,665 人/試合, J1 平均は 1万 7,226 人/試合であった。ギラヴァンツは 2010 年の J リーグ加盟以降、これまでも平均入場者数は下位に低迷していたが、最下位となったのは 2013 年シーズンが初めてである。なお、2013 年に平均 3,000 人台だったのはギラヴァンツ、ザスパクサツ群馬(3,571 人/試合)、愛媛 FC(3,950 人/試合)の 3 クラブのみである。また、対前年比増減率でみると、J2 で 2013 年の平均入場者数が 2012 年よりも減

少したのは、J1から降格してきた3クラブ(ガンバ大阪、ヴィッセル神戸、コンサドーレ札幌)を除くと、ギラヴァンツとモンテディオ山形の2クラブのみであった(図1)。ギラヴァンツは平均入場者数が少ないうえに減少傾向という、厳しい状況となっている。

2013 年シーズンは悪天候の試合は少なく、その他、特段のやむをえない減少理由も見当たらない。市民のギラヴァンツへの関心の低下や、スタジアムが魅力ある楽しい空間となっていないこと等に要因を見い出さざるをえない。

ギラヴァンツは北九州市の新ス

40,000 ◆浦和 35,000 -ズン 平均 30,000 横浜 FM ◆: J1 クラブ ○: J2 クラブ 新潟 入場者数 25,000 F東京 (人/試 20,000 1**5**,000 G大阪 神戸○ 10,000 長崎 山形○ 5,000 000 90 北九州○ -30% -20% -10% 0%10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%

対前年比 増減率

図1 Jリーグ40クラブの2013年シーズン平均入場者数と増減率

タジアムが使用できるようになる 2017 年を視野に J1 昇格を目指しているが、現状では入場者数 に関しても J1 には遠い状況といえよう。

# 3. 注目すべき徳島ヴォルティスの傾向

それでは、このように1試合平均入場者数が現状で3,000人台に止まるギラヴァンツ北九州が数年内にJ1に昇格するのは非現実的なのだろうか。

2013年シーズンを終え、J2加盟9年目の徳島ヴォルティスが2014年シーズンからのJ1昇格を決めた。2000年以降にJリーグに加盟した新興15クラブの中では、2番目にJ1昇格を成し遂げたクラブとなる(1番目は横浜FC)。ヴォルティスは特定の企業(大塚製薬)と強い関係がある点では、「市民クラブ」といえるギラヴァンツとは若干性格を異にするものの、近年にJリーグに加盟したクラブにとってはベンチマークに成りうる存在といえよう。

そのヴォルティスとギラヴァンツのJリーグ加盟後の平均入場者数および営業収入の推移を みると、Jリーグ加盟3~4年目の時点では、両項目ともギラヴァンツはヴォルティスに近い

表1 徳島ヴォルティスとギラヴァンツ北九州の平均入場者数等の推移比較

	クラブ名	項目	Jリーグ加盟後年数								
			1年目	2 年目	3 年目	4 年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目
	徳島ヴォルティス	平均入場者数(人/試合)	4,366	3,477	3,289	3,862	4,073	4,614	5,207	3,991	4,348
	(2005 年加盟)	営業収入(百万円)	596	636	634	638	759	854	967	1,050	未公表
	ギラヴァンツ北九州	平均入場者数(人/試合)	4,189	4,051	3,346	3,175					
	(2010年加盟)	営業収入(百万円)	495	521	682	未公表					

(注)2013年シーズンは、徳島ヴォルティスは9年目、ギラヴァンツ北九州は4年目に該当する。

(出所)」リーグ「Jクラブ個別情報開示資料」(毎年公表)等をもとに筆者作成

状況にある (表1)。ギラヴァンツの現状と同レベルであったヴォルティスは、加盟 5 年目以降に経営努力によって平均入場者と営業収入を増やし、戦力も充実させ(注1)、遂に 9 年目で J1 昇格を決めたのである。なお、J1 のサガン鳥栖も、1999 年の J リーグ加盟以降 6 年間は平均入場者数 3,000 人台に止まっていたが、14 年目にして J1 に初昇格した 2012 年シーズンは平均入場者数 1 万人を超え、2013 年シーズンも対前年比増の結果を出している。

ヴォルティス, サガンとも、クラブや周辺の人々が大変な苦労をして JI 昇格を成し遂げたものであり、それに追従するのは容易ではないが、ギラヴァンツも現状から挽回できれば数年のうちの JI 昇格も不可能ではないといえよう。ただし、ギラヴァンツは J リーグ加盟直後から 3 年連続で平均入場者数を減少させている。このような状態は 1990 年代のヴェルディ川崎(現・東京ヴェルディ)、ベルマーレ平塚(現・湘南ベルマーレ) に前例がある。しかし、当時両クラブの平均入場者数は 1 万人を超えるレベルにあった。ギラヴァンツが 2014 年シーズン以降も入場者数がさらに減少するような事態になれば、これまでの J クラブには前例がないような厳しい状況に陥ることになる。改善に向けて待ったなしの状態といえよう。

## 4. ギラヴァンツの観戦者の「チケット」問題

待ったなしの状態ではあるものの、入場者数の増加に向けては、まず地道で息の長い取り組みを進める事が肝要であり、2013年から始めている「選手による小学校訪問」などのホームタウン活動を強化し、地域から愛されるクラブとなっていく事が何より重要であろう。

一方, 昨シーズンまでの入場者の状況を分析するなどして, マーケティング等の視点から効果的な改善策を講じていくことも不可欠である。例えば, クラブの営業収入の主たる柱の1つとなるチケット販売に関する構造的な問題の解決および戦略的な改善策の推進が挙げられる。

表 2 は、2013 年 9 月 22 日、市立本城陸上競技場でのギラヴァンツ北九州 vs ファジアーノ 岡山で実施したスタジアム観戦者調査(注)によって明らかとなった、ギラヴァンツ応援者の 2013 年ホームスタジアム観戦試合数別の調査対象試合入場チケット種類である。ギラヴァンツ応援者合計でみると、チケット種類について、「チケットをもらった」とする回答者が最も 多い。「もらったチケット」(以下、招待券という)については、市役所による市民招待事業(市

衣2 ヤブリアング心技者の 2013 中ホーム (本城) 観戦数別・人場アグット性類											
チケット種類	シーズン	コンビニ, プレイガイド	スタジアムで	チケットを	その他・無回答						
2013 ホーム観戦数	チケットを購入	等で購入(※前売券)	購入(※当日券)	もらった							
1 試合 (n=36)	2.8%	16.7%	13.9%	50.0%	16.7%						
2~3試合(n=39)	0.0%	10.3%	2.6%	66.7%	20.5%						
4~5試合(n=32)	3.1%	21.9%	21.9%	50.0%	3.1%						
6~10試合(n=44)	34.1%	9.1%	25.0%	27.3%	4.5%						
11~15 試合 (n=39)	51.3%	12.8%	5.1%	23.1%	7.7%						
16~18試合(n=74)	66.2%	8.1%	2.7%	14.9%	8.1%						
無回答 (n=23)	8.7%	4.3%	8.7%	39.1%	39.1%						
合計 (n = 287)	30.7%	11.5%	10.5%	35.2%	12.2%						

表 2 ギラヴァンツ応援者の 2013 年ホーム (本城) 観戦数別・入場チケット種類

(出所)筆者作成

<sup>(</sup>注)調査対象時点で、2013年ホーム試合は18試合実施。網掛けは、ホーム観戦数別にみた最も多いチケット種類回答(ホーム観戦試合数が無回答は省略)。

政だよりによる公募, 自治会招待など), 子ども夢パス (小中高生対象) および大学生招待事業, スポンサー企業やファンクラブ会員に配布した招待券が活用されたもの等と推測できる。チケット種類については毎年全 J クラブを対象に実施されているスタジアム観戦者調査において他クラブと比較可能であり, ギラヴァンツは「チケットをもらった」とする回答が毎年 30% 超であり, アルビレックス新潟 (J1) と並び突出して多い状況にある。

ここで特に注目すべきは観戦試合数別にみた結果である。2013 年において 1~5 試合目の 観戦者については50%以上が招待券で入場している。それ以上の観戦回数になると、シーズンチケット(1年間分を一括購入するチケット)利用の観戦者の比率が大きく高まるが、11 試合以上観戦に来ている常連層においても招待券で入場している人は少なからず存在している。一方、恐らく一般的なスポーツ観戦において主流の手法であろう「コンビニ、プレイガイド等で(前売り券を)購入」や、「スタジアムで(当日券を)購入」とする観戦者は、全体的にギラヴァンツの試合会場では少数派である。

招待券であっても、市やスポンサーが肩代わりする形でチケット購入代金をクラブに収めるケースが大半と思われるが、ギラヴァンツの現状はプロスポーツ観戦のスタイルとして健全な状態とはいえない。さらに、招待券についてはアルビレックス新潟の優れた事例にあるように、来場のきっかけづくりとして戦略的に利用して観戦者数を増加させる効果が期待できるが、ギラヴァンツの招待券の運用が果たして効果的に行われているのか、クラブや招待者(特に市)による検証が必要であり、より効果的な招待券活用に向けた見直しが必要であろう。

## 5. おわりに

チケット問題の根本的な解決に向けては、「チケットを購入してでもスタジアムに行きたい」という動機を多くの人々にもってもらうことが極めて重要となる。そのためには、スタジアムが楽しく魅力的な空間であることが重要であり、クラブがスタジアムでのイベントや飲食環境の充実等を図るとともに、ファン・サポーターによるより一層楽しい応援の雰囲気づくり等も重要となろう。現在の本拠地の市立本城陸上競技場は、施設、アクセスなどの諸環境が厳しいという大きな制約があるものの、新スタジアムの完成まで待っている訳にはいかない。むしろ、新スタジアムに大勢の観客を集めるためには、完成までの向こう3年間の取り組みが極めて重要になってくる。地域が一体となって課題に取り組み、ギラヴァンツの当面の経営課題を乗り越えていくとともに、新スタジアムが地域にもたらす整備効果もより大きなものとするよう努力を続けていくべきだ。

#### 注

- (注 1) 2014 年にブラジルで開催される FIFA ワールドカップにおいて活躍が期待される日本代表・柿谷曜一朗選手 (セレッソ大阪) は、2009 年 6 月から 2011 年シーズンまで徳島ヴォルティスで活躍した (セレッソ大阪からのレンタル移籍)。
- (注 2) この調査はJリーグおよびギラヴァンツ北九州が公式に実施したものであり,北九州市立大学(担当:筆者)が実査協力者としてギラヴァンツ北九州の主催試合における調査実務を担った。