

大崎電気ハンドボールチーム OSAKIOSOL の トリプルミッション好循環を導くための施策に関する研究

トップスポーツマネジメントコース

5009A301-1 東 俊介

研究指導教員：平田 竹男 教授

【 .序論】

本研究は、日本におけるハンドボール競技のトップリーグである日本ハンドボールリーグ（以下 JHL）に所属する OSAKIOSOL（以下大崎）の戦績や経営面など様々な要素において、現状の問題点を抽出し、それらを改善していくための施策を考察した研究である。

JHL 加盟チームは事業収入を得ることを目的としていないため、チームを保有する企業本体の業績悪化を原因とし、1998 年から 2009 年において男女合わせて 30 チームから 14 チームへ減少している。わが国のハンドボールを取り巻く現状は非常に厳しく、トップリーグ、トップチームが縮小している競技に魅力を感じなくなった競技者や愛好者が減少し、今後ハンドボール競技自体が消滅する可能性も否めない。

この現状に基づき、本研究ではまず JHL に所属するクラブがどうすれば発展していけるのかを分析することが重要だと考え、研究対象として、日本ハンドボール界を代表するクラブであり、筆者が選手としてプレーし現在はマネジメントを行う立場で携わっている大崎を取り上げ、戦績や経営面など様々な要素において、現状の問題点を抽出し、それらを改善していくための施策を提示することを研究目的とした。

【 .研究手法】

本研究では大崎の問題点を抽出するため

に、平田・中村（2006）が提唱するトリプルミッションの概念に基づき 1．大崎のトリプルミッション分析、2．フランスリーグ（以下 LNH）所属クラブとの比較の 2 つの手法を用いた。

大崎のトリプルミッション分析に関しては、以下の分析を行うこととした。

1. 「勝利」・・・大崎の過去 10 年間の戦績やチームマネジメントについて分析を行い、JHL 所属の他クラブと比較して大崎の特徴、課題を抽出する。

2. 「普及」・・・ホームゲーム入場者数やファンクラブ活動などのデータを時系列で分析するほか、大崎電気の従業員及び本拠地の地域住民に対してアンケート調査を行い、大崎の知名度と求められる活動を把握する。

3. 「市場」・・・事業収入と事業支出の内訳を時系列で整理するほか、試合開催、ファンクラブ、グッズ販売などがどのような収支構造で行われているのかを分析する。また、人件費比率など、チームのマネジメントに関わる支出についても分析を行う。

【 .研究結果】

大崎をトリプルミッションの各概念に当てはめた結果、「勝利」については、2004 年以降成績は安定して上位にいるものの、競技レベルの高い JHL・全日本総合共に、

過去 10 年での優勝は一度だけであった。また、他クラブと比較してプロ選手が多いが、1 人あたりの得点は大同特殊鋼等に劣っていること、他クラブでは外国人選手が中心となって活躍しているが大崎は外国人選手を獲得していないこと、新人選手 1 人あたりの得点が少ないこと、個人タイトル獲得数が少ないことが明らかになった。

「普及」については、平均観客動員数は JHL の平均を上回っているが、ホームゲームが少なく、各地域協会が主催する第三地域での開催が多いこと、数少ないホームゲームの開催地も活動拠点から遠い体育館で行われていることがわかった。また、アンケート結果からは、大崎電気の従業員については、社内での活動への期待が高いこと、地域の人々については大崎のことを良く知っているのは 3 割以下で、ホームゲーム開催を知らない人が 7 割以上を占めること、大崎が地域でイベントを行うなら、半数の人が何らかの協力をして良いと考えていることがわかった。

「市場」については、事業支出に対する事業収入が少なく、入場料収入はほとんどないこと、事業収入の内訳はグッズ販売やファンクラブが半分以上を占めているが、赤字であること、年間の事業支出の 7 割以上を人件費が占めており、約 2 億円のほぼ全額を親会社の大崎電気が負担していることがわかった。

LNH 所属クラブとの比較からは、LNH のクラブは外国人選手を多く獲得しており、Montpellier 等トップクラブは欧州でもトップレベルの成績を残していることがわかった。また収入構造が大きく異なり、入場料、地域からの助成金、小口のスポンサーから収入を得ており、人件費は大崎と同程度であることがわかった。観客動員数は

LNH の平均は大崎より少し多い程度だが、多いクラブは 1 試合平均で約 3,000 人を集めていることがわかった。

【 .考察】

これまでの研究結果をもとに、トリプルミッションモデルで大崎を当てはめ、課題の抽出とそれに対する改善策を考察した。

「勝利」ではより効率的なチームマネジメントを行うこと、外国人選手の獲得と新人選手の有効活用を行うこと、「普及」では地域のスポンサー獲得、地域に対する普及活動の実施、ホームゲーム開催数の増加と活動拠点から近い体育館での開催、プロ選手によるハンドボール普及活動の実施を、「市場」においては入場料収入をはじめとした自力での収入を増やすことを改善策と考察した。

ここで重要なのは、自力での収入を増やした分、大崎電気からの支援を減らすのではなく、現在の資金に収入を上積みするモデルを構築し、より効率的にマネジメントを行うことでチームの強化と JHL 及び日本ハンドボール界全体のレベルアップに繋げることである。ハンドボールをより日本で普及させるためには、日本代表のオリンピック出場など世界大会での「勝利」が不可欠である。大崎が上記のステップで強くなり、市場が拡大し普及が進むことで、大崎のトリプルミッションモデルを好循環させるとともに日本代表のレベルアップが期待できるという結論に至った。

JHL を代表するチームであるべき大崎は、日本のハンドボール界全体を牽引する存在であり続け、日本のハンドボール界のレベルアップを常に視野に置いておく必要があるのではないかと筆者は考えている。