

トリプルミッションモデルに基づく横浜FC経営試行の成果に関する研究

トップスポーツマネジメントコース
5006A319-3 小野寺裕司

研究指導教員： 平田竹男教授

2006年11月26日、日本プロサッカーリーグ・J-LEAGUE ディビジョン2(以下、J2と表記)所属の横浜FCがリーグ第51節で優勝を決め、翌2007年シーズンからのJ-LEAGUE ディビジョン1(以下、J1と表記)への昇格を果たした。

2005年はJ2所属の全12クラブ中11位であり、さらにはJ2に所属していた2001年からの5年間で全て8位以下に終わっていた横浜FCが、一気にリーグ優勝へと躍進を遂げたことは、シーズン開幕前における大方の予想を覆すものであった。

2005年6月に、横浜FCにおいて新株発行が行われ、私が代表を務める㈱フィートエンターテイメントが50%の株式を取得し、横浜FCの経営に参画することとなった。

経営参画企業の社長として横浜FCのクラブ経営に携わるにあたって、私の念頭には常に、「クラブという文化装置によって社会に何をもたらすのか」という経営理念に基づいて、「勝利」「普及」「市場」という3要素(トリプルミッション)をいかに良好に循環させるか、という目的意識が存在した。

いかに低迷していたクラブをJ1昇格へと導くことができるか、また、同じ横浜市内にJ1に所属する横浜F・マリノスが存在する中で人気を博するクラブとなり、クラブ経営を安定させることができるか、という点を解明するにあたって、このトリプルミッションモデルを適用すべきだと考えたのである。

手探りの状態ではあったが、経営参画後のこの2年足らずの間に起こった出来事、ならびに、私が参画後に行った新たな試行を記述し、その効果を検証することが、今後のJリーグのクラブ経営においても役立つのではないかと考えた。

そこで、本研究では、横浜FCを対象として、現時点で考えられるいくつかの経営戦略を試行し、その効果を検証しようとした。

その検証に当たっては、1999年から2006年までの各種経営手法を時系列的に記述し、特に2005年以降に起こった変化について、その要因を考察しようとした。

本論文においては、第1章の緒言で、前述の「トリプルミ

ッションモデル」を紹介し、それをうまく循環させていくことが、スポーツクラブビジネスを健全に進める上で非常に重要であることを論じた。

第2章においては、私の経営参画前の横浜FCのクラブ史を、前身の横浜フリューゲルス設立経緯からさかのぼり、横浜フリューゲルスの消滅と横浜FCの誕生、J2昇格、成績不振、そして私の経営参画までの歴史をまとめるとともに、経営参画を決めるに至った横浜FCの持っていた魅力についてまとめた。

研究方法としては、1. 第3章において私が横浜FCの経営参画後の2005年と2006年に行った試行について列挙し、かつ主にその手法を記述し、2. 第4章ではその試行の結果の細部について言及し、3. これらの試行が第5章で示した横浜FCのトリプルミッションにどのような影響をもたらしたのかを考察した。

第5章におけるクラブ試行の評価指標として、トリプルミッションの観点から、「勝利」には順位を、「普及」には観客動員数を、「市場」には収入をあてはめた。

第6章では、経営参画後の各試行がトリプルミッションのどの要素に影響したのかを考察し、J1に昇格する2007年シーズンに向けての方針についてまとめた。このまとめを行ったことによって、試行の大部分はトリプルミッションの「勝利」に向かっていたことが明らかになったと同時に、それによって2006年にJ1昇格を果たすことができたということ、また「普及」や「市場」に向かっていた施策は限られていたことも明らかになった。

以上のような論文構成によって、横浜FCという1つのクラブ経営を通じて、手探りの試行の数々であったが、スポーツマネジメントの一角に触れることが出来たものと私は考える。

しかし、6章においても挙げたように、横浜FCにおける全ての試行が全てのクラブに応用出来るかについては未だ不確かであり、これを今後の課題の一つであると考ええる。

最大の課題は2007年シーズン以降にトリプルミッションの「勝利」、「普及」、「市場」の各項目を循環させることによって最大化させていくことができる試行を立案し、施行していくことであろう。