



Jリーグの観客動員数

大島聖哉 山崎太陽 木村輝昌

飛世洸明 加藤亮汰

目次

- 1 研究内容紹介
- 2 研究の意義
- 3 先行研究紹介
- 4 モデルの説明
- 5 推定するモデル
- 6 分析方法
- 7 推定結果
- 8 政策提言
- 9 まとめ



研究内容紹介

Jリーグの観客動員数を向上させるには？

Jリーグの観客動員数増加要因について分析

研究内容紹介

スポーツ経済学

スポーツ産業
資源配分、市場構造、経済活動を分析
経済的要因（年俸など）を考察

産業組織論

研究
産業内の企業の行動、市場構造、競争
戦略

Jリーグのクラブ経営、ライセンス制度
リーグ全体の競争環境
が観客動員数に与える影響を分析

研究の意義

社会的意義：地域経済の活性化と地方創生への貢献

- 地域経済の再生や地方創生が重要な政策課題
- 経済効果創出や地域住民の一体感醸成に大きく貢献

政策的意義：公共投資の有効性検証と科学的アプローチ

- 自治体による多額の公共投資が増加
- 「スタジアム建設が本当に地域経済に貢献しているのか」という政策的な問い

先行研究紹介



辻和真・二宮浩彰（2013）

「Jリーグのスタジアム集客率からみた入場者数の決定要因」
『スポーツ産業学研究』 26巻 1 号, pp.73-91



庄子博・間野義之・野村好男（2011）

「Jリーグシーズンチケット購買率の距離減衰率と競合クラブの関係性」
『スポーツ産業学研究』 21巻2号, pp207-215



福田拓哉(2009)

「Jリーグ・イレブンミリオンプロジェクト達成に向けた課題」
『新潟経営大学紀要』 15巻、 pp.131-148

先行研究との違い①

辻・二宮（2013年）

- 成績要因 屋根の有無、収容人数
- 魅力要因 地元出身選手数、ダービー戦
- 環境要因 天候、KO時間
- データ 2013年

本研究

- 成績要因 過去10年間データを使用
- 魅力要因 代表選手の有無
- 環境要因 なし
- データ 2015年～2024年

先行研究との違い②

庄子他（2011年）

- 対象クラブ G大阪、C大阪、横浜FM、湘南
- シーズンチケット購買率の距離減衰率が近接したクラブの存在に影響されるかを検証

本研究

- 対象クラブ 過去10年間J1リーグに在籍していたクラブ全30チーム
- 平均観客動員数に影響を与える要因を研究

先行研究との違い③

福田（2009年）

- 被説明変数 スタジアムの集客数
- 説明変数 平均順位、スタジアム情報（収容人数、アクセス時間）
- データ 2002年～2007年J1、J2リーグのデータを使用

本研究

- 被説明変数 平均観客動員数
- 説明変数 平均順位、スタジアム情報、ホームタウン人口
- データ 2015年～2024年J1リーグのデータを使用

Jリーグの観客動員数の現状



<https://aboutj.league.jp/seasonreview2024/topics/attendances/>

平均観客動員数に影響を与えるか考察



人件費

影響あり



J1リーグ年間順位

影響あり



ホームタウン人口

影響あり



同じホームタウンの競合

影響あり



天皇杯歴代優勝チーム（2015-2024）

影響なし

平均観客動員数に影響を与えるか考察



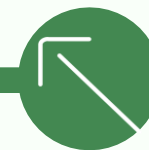
明治安田J1リーグ優勝（2015-2024）

影響あり



スタジアムの改修・新設

影響なし



J1昇格の有無（2015-2024）

影響あり



日本代表選出選手

影響あり

Jリーグについて

1

設立と目的

Jリーグは、日本サッカーの強化と地域スポーツの振興を目的として、1991年に設立された日本初のプロサッカーリーグ

2

リーグ構成

現在、全国41都道府県に60クラブが存在し、J1、J2、J3の3つのカテゴリに各20クラブが所属してるが、1993年には10チームで開幕

3

クラブライセンス制度

Jリーグに参加を希望するクラブは、ドイツと同様に、定められた基準を充足してクラブライセンスの交付を受ける必要がある。これはリーグ戦参加のための資格要件

クラブライセンス制度について

クラブライセンス制度はJリーグの持続的な発展を支える重要な仕組み

導入目的

サッカーの競技水準や施設水準の持続的な向上、クラブの経営安定化、財務能力・信頼性の向上が主な目的。これにより、より魅力的で信頼されるスポーツを目指す

ライセンスの種類

- J1クラブライセンス：J1・J2・J3リーグ参加可能
- J2クラブライセンス：J2・J3リーグ参加可能
- J3クラブライセンス：J3リーグのみ参加可能

審査機関

J1・J2ライセンスは独立した第三者機関（FIB）が審査し、J3ライセンスはJリーグ理事会が決定

J1・J2には上訴制度もある

Jリーグの魅力

Jリーグは、単なるプロスポーツリーグに留まらない、多様な魅力がある

地域密着型のクラブ

各クラブは地域に根差し、地元サポーターと共に成長。また、ファン感謝祭や公開練習など、選手と地域の交流が深く、地域活性化に貢献している

選手の育成

Jリーグは若手選手の育成に力を入れ、多くの才能ある選手がプロへの道を進んでいる。将来の日本代表選手を応援し、成長過程を見守る機会が豊富

Jリーグの現状の問題点

Jリーグは多くの魅力を持ちながらも、いくつかの課題に直面してる

→ 露出の減少と視聴者離れ

テレビでの露出が減り、特に若年層は海外リーグに魅力を感じ、Jリーグから距離を置く傾向が見られる。これにより、一般層へのアプローチが難しくなっている。

→ 財政的課題

DAZNでの放送が中心となり、広告収入からサブスクリプション収入へのシフトが十分に機能していない現状がある。これがスポンサー収入やクラブ経営に影響を与えている。

→ 競争力と選手流出

若手選手が早期に海外へ移籍することで、リーグ全体の競争率が低下する懸念がある
また、クラブ数の増加により、1クラブあたりの配分金が減少傾向にある。

→ ファン層の高齢化

サポーター層は中高年が多く、若年層や女性ファンの取り込みが喫緊の課題となっている
若者離れが顕著に進んでいるため、新たなファン層の開拓が求められる。

問題点に対し行っていること

Jリーグはこれらの問題に対し、多角的な戦略でファン層の拡大とリーグの活性化に取り組んでいる

社会貢献・SDGs活動

子ども・福祉・環境といったテーマに取り組み、クラブの存在意義を高め、地域との連携を強化

チケット戦略

家族連れ、カップル、女性、一人観戦者など、多様なニーズに合った観戦プランを提供し、幅広い層の集客を目指している

デジタル戦略

公式アプリやSNS、YouTubeなどを駆使し、ファンとのつながりを強化し、試合への来場を促進している

コラボ・マーケティング

有名アニメ、ゲーム、アーティストとのコラボグッズやイベントを展開し、新たなファンの獲得を図っている

Jリーグの観客動員数の問題点

1

スタジアム基準の課題

J1では15,000人以上、J2では10,000人以上の入場可能数がクラブライセンスとして求められているが、これは最低限の基準に過ぎない。実際の観客動員数は大きく変動し、基準を満たすスタジアムも限られている。

2

スタジアム不足と改修費用

Jリーグ全体でスタジアム数が不足しており、既存のスタジアムも国立競技場を除けばライセンス基準を完全に満たしているところは少ない。地方のスタジアムでは莫大な改修費用や修繕費が必要となり、根本的な解決が困難である。

何を最適化しているか

観客数

チームやリーグ全体で、試合ごとの平均観客数を増やすことが最終的な目標。

最適化しているのは誰か

→ クラブ運営

チケット価格の調整や、人気の選手を起用するなど、具体的な施策を展開。

→ リーグ運営

試合日程の調整、テレビ放映権の管理、プロモーション活動を通じて、リーグ全体の魅力を高めている。

モデルの説明：観客動員数に影響を与える要因分析

1

被説明変数

年間平均観客動員数（入場者平均値）

2

説明変数

- ・ 年数、チーム名、チーム人件費
- ・ 前年度順位
- ・ 各種ダミー変数

□ 先行研究にはない独自のダミー変数を導入し、より詳細な分析を目指す。

推定するモデル

```
Call:lm(formula = log(Average) ~ factor(Year) + factor(Team) + log(Cost) +  
factor(Ranking) + Hometown  
+ Syoukaku + sutadium + population + Jking + Tking + Sblue, data = Book1)
```

モデル導出の背景

01

目的

Jリーグの年間平均観客動員数に影響を与える要因を定量的に分析し、効果的な戦略立案に貢献する。

03

データの正規性

観客数をlog変換することで、データの正規性を確保し、モデルの精度を高める。

02

手法

線形回帰モデルを採用し、多角的な視点から年間平均観客動員数の変動を捉える。

04

考慮される要因

年度、チーム、前年度順位、スタジアム、選手構成など、複数の要因を包括的に考慮する。

説明変数の詳細: 年間平均観客動員数に影響を与えるダミー変数



天皇杯優勝ダミー

天皇杯を優勝したチームを1
それ以外を0



J1昇格ダミー

J1リーグに昇格したチームを1
それ以外を0



スタジアムダミー

スタジアムが改修・新設されたチームを1
それ以外を0



J1リーグ優勝ダミー

J1リーグで優勝したチームを1
それ以外を0



ホームタウンダミー

ホームタウンが重複するチームを1
それ以外を0



日本代表ダミー

日本代表に1人でも選ばれたチームを1
それ以外を0

データソース：年間平均観客動員数分析に用いる変数

明治安田J1リーグの年間順位表

- 前年度のチーム成績が年間平均観客動員数に与える影響を分析。

J1年間平均観客動員数

- 被説明変数として、各チームの年間平均観客動員数を使用。

ホームタウン人口

- チームの地元市場規模が年間平均観客動員数に与える影響を分析。

チーム人件費

- チームの戦力強化への投資が年間平均観客動員数に与える影響を分析。

分析方法：J1リーグ年間平均観客動員数の要因分析

目的

1

J1リーグ各チームの年間観客動員数に影響を与える要因を明らかにする。

目的変数

年間観客動員数の平均（Average）の対数。

手法

2

重回帰分析を用いて、複数の変数間の関係性を統計的に検証する。

説明変数

4

年度、チーム、順位、人件費、ホームタウン状況、スタジアム改修・新設状況、J1優勝、天皇杯優勝、日本代表選手在籍。

データの説明①：基礎データの選定



基準データ 年間平均観客動員数：2015年～2024年度



J1リーグ年間順位 2015年～2024年度



J1年間平均観客動員数 年間平均データ



ホームタウン人口 各チームのホームタウンの人口データ



チーム人件費 2015年度～2024年度の財政データ

データの説明②：ダミー変数の詳細

- 天皇杯歴代優勝チーム（2015年～2024年度）：優勝チームに1、その他に0
- 明治安田J1リーグ優勝（2015年～2024年度）：優勝チームに1、その他に0
- J1に昇格したか（2015年～2024年度）：昇格チームに1、その他に0
- ホームタウンが重複しているか：重複チームに1、その他に0
- スタジアムが改修・新設されたか（2015年～2024年度）：該当チームに1、その他に0
- J1チームから日本代表に選ばれたか（2015年～2024年度）：選出チームに1、その他に0

推定結果①: Jリーグ観客動員数への影響要因分析

Jリーグの観客動員数に対する様々な要因の影響を分析した結果は以下の通りです。

	Estimate	Std.Error
2016	0.1306*	0.05886
2017	0.1711*	0.06501
2018	0.1797*	0.07074
2019	0.1665*	0.08295
2020	-0.1140***	0.07144
2021	-0.8674***	0.07052
2022	-0.1655*	0.06606
2023	0.08383	0.06896
2024	0.1256	0.07562

推定値と標準誤差を示しており、Jリーグの観客動員数の変動要因を把握するための基礎データ

推定結果①: 2016-2019年の観客動員数の推移

2016年: +0.1306

(10%水準で有意)

基準年と比較して、観客動員数に有意なプラスの影響が見られた。

2017年: +0.1711

(10%水準で有意)

前年を上回るプラス効果で、観客動員が着実に増加。

2018年: +0.1797

(10%水準で有意)

この期間で最も高いプラス効果を記録

2019年: +0.1665

(10%水準で有意)

高いプラス効果を維持

推定結果①: 2020-2022年の観客動員数の推移

2020年: -0.1140

(1%水準で有意)

COVID-19パンデミックの影響が始まり、観客動員数に明確なマイナス効果が現れた。

2021年: -0.8674

(1%水準で有意)

この期間で最も深刻な落ち込みを記録。無観客試合や入場制限が強く影響したと推測される。

2022年: -0.1655

(10%水準で有意)

規制緩和の動きは見られたが、依然として観客動員数は基準年より低い水準。

推定結果①: 2023-2024年の観客動員数動向

2023年: +0.0838

(有意ではない)

規制緩和と社会活動の正常化により観客数は回復傾向にあった

2024年: +0.1256

(有意ではない)

回復が継続していることを示唆

推定結果②: Jリーグ観客動員数への個別要因分析

	Estimate	Std.Error
hometown	0.1268*	0.06280
syokaku	-0.03649	0.09429
population	0	0
Jking	0.2243*	0.09023
Tking	-0.09598	0.08135
Stadium	-0.1109	0.06429
Sblue	0.02391	0.03606
cost	0.09774***	0.08397

推定結果②: ホームタウンとスタジアムの影響



ホームタウン効果

地域人口被りのあるチームは約13%増 (10%水準で有意)



スタジアム改修/新設の影響

若干の負の影響 ($p=0.09$)

推定結果②: J1優勝とその他の要因

J1優勝

観客数が増加 (10%水準で有意)

人件費

必ずしも観客増に繋がらず

日本代表選手

影響は限定的

天皇杯優勝

直接的な影響は限定的



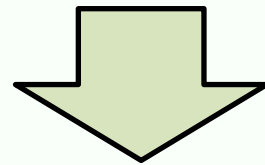
社会的に興味深い点

COVID-19の影響

地域密着とブランド力

タイトル獲得の効果

意外な限定的影響



持続的な成長戦略を練ることが可能に

Jリーグの観客動員数を増やすには: 地域密着の重要性



地域密着型マーケティングの強化



ファン基盤の拡大と定着



マーケティング効果の向上



観戦体験の多様化と経済的支援

Jリーグの観客動員数を増やすには ：人気チームのブランド力と好循環



地域に根ざしたクラブ運営と連携

学校・教育機関との連携

- ・ 小中高校への巡回授業と選手訪問
- ・ 学校、クラス単位での試合観戦の招待
- ・ 地域枠での奨学金受給者や育成枠の設定

地域イベントや文化との連携

- ・ ホームタウンデーの実施
- ・ 移動観戦イベントの企画
- ・ 文化行事へチームブース出展

効果的な広報・デジタル施策と自治体との連携強化

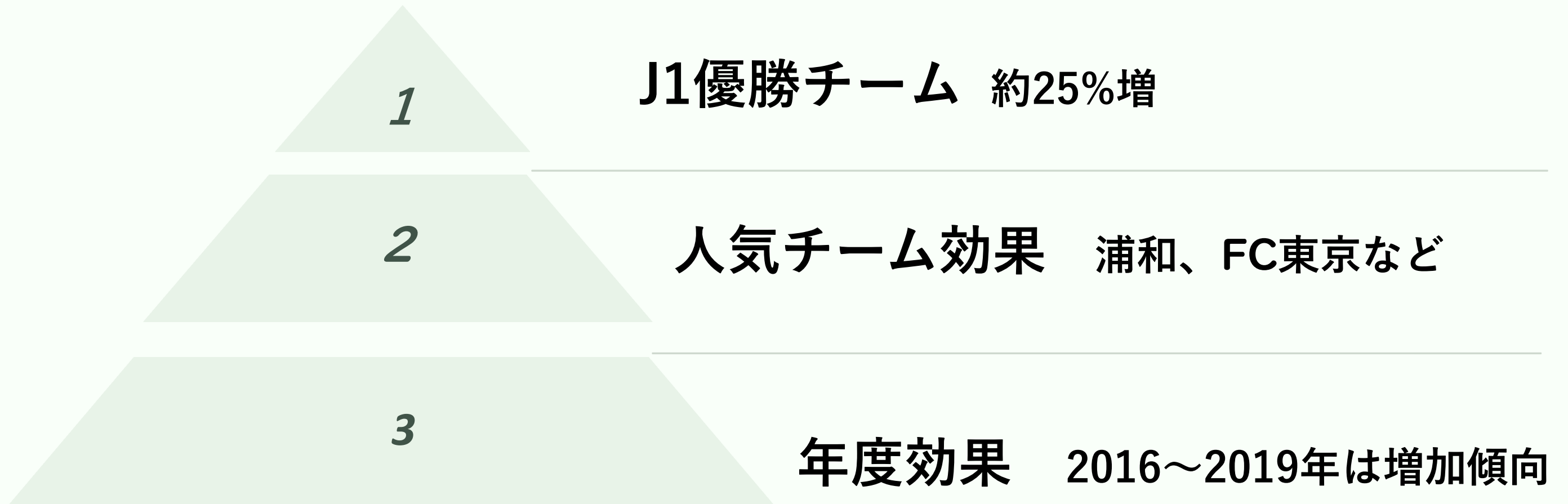
広報・デジタル施策

- 特別なコンテンツの制作
- ターゲットに合わせた情報提供
- ファン参加型SNS企画と連動した来場クーポンや来場特典の提供

自治体との包括連携

- 公式ホームタウン協定の締結
- 地域活性化プロジェクトへ参画
- 行政補助金・税制優遇の活用と共同プロモーション

まとめ：観客動員数の主要な要因の分析



ホームタウンが重複する地域は、地域の関心が高まる可能性があり
一方で、スタジアム改修・新設は一時的に観客を減少させる傾向あり
コロナ禍は観客動員に非常に大きな減少の影響を与えた

まとめ：観客動員数に有意でなかった要因

観客動員への影響が**限定的**

人件費

年間順位

日本代表選手の所属

天皇杯優勝

ホームタウンの人口

まとめ：観客動員数を増やすために

地域密着が重要

政策：地域に根ざしたクラブ運営と連携

効果的な広報・デジタル施策と
自治体との連携強化

人気チーム

好循環を作る

ブランド力の向上

優勝できればさらに観客動員数増



参考文献

本プレゼンテーションの作成にあたり、以下の資料を参考にいたしました。

- 明治安田J1リーグ年度別年間順位表<https://www.jleague.jp/standings/2024/>
- 日本代表招集メンバー
<https://www.jfa.jp/samuraiblack/20230615/member.html>
- ホームタウン一覧 [jclub_hometown.pdf](#)
- チーム人件費（J1にいたときのみ）
<https://cieloazul310.github.io/jclub-financial-table/club/nagoya/>

参考文献

引き続き、以下の資料を参考に本プレゼンテーションを作成いたしました。

- クラブライセンス交付規則

https://www.jleague.jp/docs/aboutj/clublicense2014_01.pdf

- 2023年度 クラブ決済一覧

https://aboutj.jleague.jp/corporate/assets/pdf/club_info/j_kessan-2023.pdf

- Jリーグの仕組み | はじめてのJリーグ | : Jリーグ.jp

<https://www.jleague.jp/special/beginner/jleague.html>