

ラグビーが「地域密着型」になるためには

早稲田大学 文化構想学部 文化構想学科 社会構築論系
2022年度 グローバル・アジア研究ゼミ所属
小泉 怜史 (1T190361-8)

目次

【序章】

- (1) はじめに
- (2) 研究目的 研究方法

【第一章】 日本ラグビー界のいま

- (1) 競技人口から見る傾向
- (2) 年代別のラグビー事情
- (3) ラグビーのイメージについて
- (4) 日本ラグビー界における現状の課題

【第二章】 ラグビー国内リーグの比較

- (1) 「ジャパンラグビートップリーグ」と「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の違い
 - 1 目的の違い
 - 2 参入チームから見る違い
 - 3 カテゴリー分け
- (2) 企業スポーツとプロスポーツの違い
- (3) 運営方法の違い

【第三章】 「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」が地域密着型になるために

- (1) 地域密着型とは
- (2) 「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の地域密着の現状
 - 1 ホームスタジアム
 - 2 観客動員数
 - 3 ホームタウン
- (3) 自身の実体験をもとに
- (4) 地域密着型になるためには

【第四章】 他リーグとの比較

- (1) 他競技の国内リーグとの比較
 - 1 サッカー (Jリーグ)
 - 2 バスケットボール (Bリーグ)
 - 3 野球 (NPB)
 - 4 ラグビー (JAPAN RUGBY LEAGUE ONE)
 - 5 総括
- (2) 海外ラグビーリーグ (プレミアシップ) との比較

(3) 他リーグを比較して見えること

【第5章】 統括

(1) まとめ

(2) 終わりに

序章

(1) はじめに

筆者は5歳からラグビーというスポーツに出会った。ラグビーを全く知らない方たちのために少し歴史について触れたいと思う。ラグビーは、1820年から30年の間頃にイギリスで始まったとされている。一番有名な話として挙げられるのが、1823年にイギリスのラグビー校でウェブ・エリス少年がフットボールの試合中にボールを手に持って走ったことがラグビーの発祥といわれている。その後、初めてのルールが作られたのは1845年。当時のイギリスでは、フットボールが盛んであったが、共通のルールが定まらない中で行われており、しっかりとしたルールを取り入れたのが、現在のラグビーのルールの原型とも言われている。日本に初めてラグビーが伝わってきたのは、1874年である。イギリスの船員が横浜でラグビーを行ったことがきっかけとなっている。その後、1899年に現在の慶應義塾大学の英語講師が学生に伝えたことによって、日本で最初のラグビー部が創設されることとなった。こうした中で、現在のラグビーの概要としては、

一チーム15名ずつで行う球技である。「ボールの争奪 (contesting possession)」と「プレーの継続 (maintaining continuity of play)」という2つの基本原則が存在し、前者は、「キックによる開始と再開、スクラム、ラインアウト、ラック、モール、そしてタックル」により、後者は、「ボールをパスしたり、持って走ったり、キックしたりすることや、ラックおよびモールを形成」したりすることにより行われる。

1

現在、私の通っている早稲田大学で、早稲田大学ラグビー蹴球部に所属をしてラグビーを続けている。競技歴は来年で18年にもなる。この長い年月の間に、ラグビーは多くの変化を遂げてきている。

2015年にイングランドで開催されたラグビーワールドカップでは、世界ランキング3位(2015年)の南アフリカ(通称スプリングボックス)相手に、24年間ラグビーワールドカップで勝利を手にする事ができなかった日本代表(通称ブレイブブロッサムズ)が劇的な勝利を収めた。地元の新聞では、「ラグビー史上最大の

¹ 財団法人 日本ラグビーフットボール協会 (2006) 4 頁

奇跡」と伝えられたほどの衝撃だった。その結果、ラグビーに対する人気が一気に上昇し、それに伴って認知度も上がったといえる。続いて、2016年のリオデジャネイロオリンピックでは、1924年のパリオリンピック以来に、ラグビーがオリンピック種目として復活した。オリンピックでは、7対7で行われる7人制ラグビー（通称セブンス）で行われる。そこで、セブンス日本代表は、強豪国ニュージーランドに勝利を収めた。これにより一気に認知度と人気度が上がった。それに加えて、2019年に日本で開催されたラグビーワールドカップでは、アイルランドやスコットランドなどの強豪国に勝利を収め、日本ラグビー界史上初のベスト8進出を果たした。2015年・2019年のラグビーワールドカップ、2016年リオデジャネイロオリンピックで今までに考えられないほどの素晴らしい結果を残したラグビー日本代表の活躍により、日本国内では、空前的ラグビーブームが起き、国民的スポーツの球技で挙げられる、野球・サッカーに続いて人気になったといえるだろう。

そこで、国内のラグビー人気に火が付いたと同時に世界と戦うための強化を目的とし、今まであった国内最高峰のラグビーリーグ「ジャパンラグビートップリーグ」から昨年、プロ化を目指し、新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」を創設した。しかし、新リーグになり一年が経つが、まだまだいろいろな面で課題が多く出ている。その課題を解決するにあたり、キーワードとなるのがプロ化を行う時に取り入れた「地域密着型」である。このキーワードをもとに、今後どのようにリーグを進めていくべきかを考察していきたい。

また、来年から私自身が卒業後に、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」に参戦するチームに入団予定のため、今後私がどのような環境でラグビー人生を歩んでいくのかを知り、将来への不安を解消できればと考えた。

（2）研究目的 研究方法

本論文の研究目的は、昨年より新しく始まった新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」において、多くの課題に帳面している中、「地域密着型」という新しい考え方をすることで課題解決につながるのではないかを検証していくことが目的である。また、来年から私が身を置く環境への理解や不安を取り除いていきたい。

研究方法として、参考文献の調査と先行研究の比較、私自身の経験から見える考え方、アンケートの3つを軸に考察していく。

第一章 日本ラグビー界のいま

まず、日本ラグビーがどのような発展を遂げてきたかについて少し触れようと思う。私が生まれる前の90年代前半までは、ラグビーはものすごく人気のあるスポーツであった。当時の社会人の人気の試合チケットは、アイドルのコンサートチケットを手に入れるより難しいといわれたほどだ。また、高校ラグビー部の名門、「伏見工業」をモチーフにしたドラマ『スクール☆ウォーズ～泣き虫先生の7年戦争』が大ヒット。平均視聴率は15%台をたたきだしていた。しかし、その後のラグビー人気は低迷期に入ってしまった。二度と人気が復活することはないと思われていた時に、2015年・2019年のラグビーワールドカップでの日本代表の大活躍により、日本国内では、人気度・認知度ともに大幅に上昇した。例えば、ワールドカップで活躍した日本代表選手のメディアでの露出が増え、世間の人たちに見られる機会が増えた。ほかには、2019年ユーキャン新語・流行語大賞に、2019年のラグビー日本代表のスローガンである「ONE TEAM」が年間大賞に選ばれた。それ以外にも、埼玉パナソニックワイルドナイツ所属の稲垣選手の「笑わない男」、「ジャッカル」、「にわかファン」、「4年に一度じゃない、一生に一度だ」などの言葉もノミネートされていた。これらのように、私たちの目に見える形で、ラグビーが世間に浸透してきているのが分かる。

しかし、二度のワールドカップを経て、国内での人気度と認知度は高まったが、果たしてそれは世界各国と比べてどうなのだろうか。いま現在の日本ラグビー界がどこに位置しているのかを少し見ていきたいと思う。

(1) 競技人口から見る傾向

まずは表1を見ていただきたい。これは、「World rugby year in review 2021」に載っている資料を参考にしている。「World rugby year in review 2021」とは、国際競技連盟のWorld Rugbyが年に一度、その年に行った国際大会の結果や試合のレビュー、各国で行われた普及活動などの年間報告書である。表1では、この中に記載されている世界各国の競技人口とWorld Rugbyが出している世界ランキングのデータをもとに比較していこうと思う。総人口については、主に外務省の数値を参照する。

表1 競技人口と世界ランキング

世界ラ ンキン グ	国名	総人口 (推定) 単位： 人	競技人 口 単位： 人	普及率
1	アイル ランド	5,120,000	44,257	0.009
2	フラン ス	67,900,000	191,126	0.003
3	南アフ リカ	57,780,000	550,637	0.010
4	ニュー ジーラ ンド	5,040,000	84,279	0.017
5	イング ランド	67,080,000	1,925,000	0.029
6	スコッ トラン ド	5,100,000	42,474	0.008
7	ウェー ルズ	3,130,000	46,879	0.015
8	アルゼ ンチン	45,380,000	86,326	0.002
9	オース トラリ ア	25,750,000	75,851	0.003
10	日本	125,500,000	183,402	0.001

この表の中で扱われている競技人口とは、「World rugby year in review 2021」の中で、現在認められているチームの一員として、2021年シーズン中に行われた試合に出場している選手という定義で計算された人数である。そこから国の総人口を割

った数値が最後の欄（普及率）に書かれているものである。この情報から読み取れることは、日本の人口がこの表の中では、一番多いのにも関わらず普及率は最下位であることが分かる。また、傾向としては、世界ランキングの上位に位置するのは、ヨーロッパとオセアニアが大半を占めている。なぜ普及率が高いのか、ニュージーランドを例に考えてみる。まず、ニュージーランドでは国技のスポーツとしてラグビーが普及しているため、普及率はイングランドに続いて2番目の普及率がある。実際に、ニュージーランドに少しほど行ったことがあるが、町にはH型のラグビーポールが普通の広場に多くあり、休日にはラグビーをしている人が多くいるという風景が常にあった。また、テレビ放送では、一つチャンネルがラグビーを独占して放送している番組もあった。このように、常にラグビーに触れることのできる環境があるというのが普及率の高い要因の一つであると考えられる。普及率の高さが、競技力の高さに少なくとも比例している読み取ることができる。

（2）年代別のラグビー事情

現在大学でラグビーを続けている同期の選手たちに、いつからラグビーを始めたのかについて調査してみた結果、半数以上の選手が小学生のころから始めているということが分かった。私自身も5歳からラグビーに出会ったのだが、その背景には父親が大学生のころにラグビーをやっており、それがきっかけで始めた。小学生のころから始めていると答えてくれた選手は8割方、父親の影響であると答えていた。そこには、父親が子供の時にテレビでやっていた『スクール☆ウォーズ～泣き虫先生の7年戦争』の影響は絶大だったといえるだろう。小学生や幼稚園生がラグビーを行う環境として、ラグビースクールが各都道府県の地域別に点在している。私の住む神奈川県には、麻生ラグビースクール・海老名ラグビースクール・田園ラグビースクール・藤沢ラグビースクール・横浜ラグビースクール・大和CCラグビースクール・グリーンラグビースクール・厚木ラグビースクール・私の出身である相模原ラグビースクール・茅ヶ崎ラグビースクール・鎌倉ラグビースクール・横浜YCラグビースクール・川崎市ラグビースクール・秦野ラグビースクール・横須賀市ラグビースクール・逗子葉山ラグビースクール・さがみ・南ラグビースクール・小田原ラグビースクール・平塚ラグビースクール・湘央ラグビースクール・西湖ラグビースクール・横浜ブルズラグビースクール・神奈川DAGSラグビースクール（中学生になると、麻生ラグビースクールとグリーンラグビースクールが合併する）の計23チームが神奈川県ラグビーフットボール協会にチーム登録をしている。私が幼少期のころは、15チームしかなかったが、ワールドカップ後にラグビーをやりたいという子供が急増し、チーム数を増やすことになったという話を関係者の方から聞いた。

次に中学生の年代についてだが、中学生になると私立に進むか公立に進むかで、ラグビーの進路が違って来る。公立に進んだ場合、幼少期から通っているスクールに継続して通う。私立に通った場合は二つの選択肢がある。一つは、進んだ私立の学校のラグビー部に入部をする。二つ目は、私立の学校のラグビー部に入部をしながら休日はラグビースクールに通う。大体はこの二つになる。私は、私立に通い、平日はラグビー部で活動し、休日はラグビースクールでラグビーをしていた。

高校に進むと、多くの学校にラグビー部が存在するので選択肢が増えてくる。私の通っていた東京都でラグビー部があったのは、63校もあった。また、東京都にある私立の強豪校のラグビー部に所属していたが、初めてラグビーをするという人が二人いた。このように、高校からラグビーを始める人が増え、大学でも続ける人たちが多くなる。

大学になると、ラグビーの競技力が非常に高まっていく。そのため、高い志を持った選手が多くいるのが大学ラグビーになる。また、注目度や人気度も高くなるため、私の所属している早稲田大学ラグビー蹴球部では、多くのファンの方が応援をしてくださっている。大学の中で最も有名な試合の早明戦や早慶戦では、多くのメディアでも取り上げられ、25000人弱を収容できる秩父宮ラグビー場が観客で満員になるほどの人気である。

大学を終え、大半の選手は引退をするが、社会人になってから国内のラグビーリーグでプレーを続ける選手もいる。比率でいえば、私の所属する早稲田大学ラグビー蹴球部では、同期が30名いる中で、5名がラグビーリーグでプレーを続ける。他大学でも同じような割合である。

ここから言えることは、幼少期にラグビーをできる環境というのが未だに整備することができていないために、高校でラグビーをできる環境が増えたとしても、それまでに野球やサッカーなどをしていたらなかなかほかのスポーツに移ることはないので、より早い時期にラグビーに触れることのできる仕組みを作る必要があるだろう。また、大学から社会人になるにあたってラグビーをやめていってしまう人たちが多いというのも課題として挙げられる。

(3) ラグビーのイメージについて

現在、ラグビーにおけるイメージはどのようなものがあるのか、世間の人たちにインタビューを行った。対象は、ラグビーに関わりのなさそうな男性ではなく、女性に20名ほどに行った。なぜ、女性に限定したのかというと、ラグビーでは、圧倒的に女性よりも男性の方が競技人口は多い。また、激しいコンタクトを伴うことから「男性のスポーツ」と思われがちである。そのため、現在、国内における女子

ラグビー選手の競技人口は、昨年の3月で5123人。ここ10年近くで10倍になったといわれている。海外の強豪国では、イングランド・オーストラリア・ニュージーランドでは約1万人いると言われている。同じフットボールで日本女子サッカーの競技人口は、2019年度で28598人ある。ラグビーと比べて約6倍近くの競技人口を占めている。なので、女性がどのようなイメージを抱いているのか気になったからだ。またジェンダーの観点からも見てみたかったからだ。結果としては、「マッチョ」「がっしり」「体でかそう」「野獣みたいで怖そうだけど、心は優しい」といった外見に関する回答が多かった。そのほかには、2015年ラグビーワールドカップで、五郎丸ポーズで一躍有名になった五郎丸歩さんや現在インフルエンサーとして活躍されているノッコン寺田さんと答えてくれた方が数名いた。ここから見えることは、やはりラグビーに未だ触れたことのない人だと怖いイメージを持ってしまうということだ。そのため、ラグビーに対して「怖いスポーツ」という先入観が植え付けられてしまっている。まずは、このイメージを払拭しなければ、ラグビーの発展につながらないと思う。その一方で、ラグビーに対する認知度は着実に上がってきているという実感した。2015年と2019年のラグビーワールドカップ以降、メディアでの露出が増えたことがきっかけで、ラグビーに関する機会が増えたのだと考えられる。よって、ラグビーが持つ負のイメージを変えられる段階には来ていると言える。これからどのような成長を遂げるのか楽しみである。

(4) 日本ラグビー界における現状の課題

ここまで、いろいろな視点から日本ラグビー界の現状について考えてきた。課題について整理すると、日本国内のラグビー普及率が今後のラグビーの発展で重要になってくると考える。表1で比較してみた通り、日本の普及率は0.1%しかない。世界と戦っていく中で、ラグビーの競技力と競技人口の向上は必須であるが、今のままでは、世界の強豪国とは大きな差がある状態である。これらを改善するために、最初に行わなければならないことは、環境を変えることだ。2015年・2019年のラグビーワールドカップで世間におけるラグビーの認知度というのは非常に高まってきている。しかし、いざラグビーに触れてみたいと思ったときに、ラグビー場が近くにない、サッカーゴールは近くの公園にはあるけど、ラグビーポールが公園に備え付けられているところがない。などのラグビーのできる環境の少ないために普及率が伸び悩んでいるのだと考える。また、ラグビーはコンタクトスポーツだから、遊びなのに痛いことしたくないなどのラグビーが気軽にできないスポーツだと思われてしまっていることも原因の一つだと考えられる。ラグビーもタックルを行わないルールで楽しく遊ぶことのできるタッチフットというものがあるので、そう

いったものを発信していくことで、野球やサッカーのように気軽に楽しんでもらえることで改善が見込めるのではないかと考える。

このラグビー普及率を改善することでラグビーの競技力向上にもつながる。そうすれば、世界と戦える競技レベルまで引き上げることが可能になるだろう。こうして、日本ラグビーの発展のために、昨年「ジャパンラグビートップリーグ」から「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」へとリーグが変わった。今後の日本ラグビー界がどのように変化していくのか楽しみである。次の章では、「ジャパンラグビートップリーグ」と「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」について考察していく。

第2章 ラグビー国内リーグの比較

(1) 「ジャパンラグビートップリーグ」と「JAPAN RUGBY LEGUE ONE」の違い

昨年、「ジャパンラグビートップリーグ」から、「JAPAN RUGBY LEGUE ONE」にリーグが変わった。まずは、二つのリーグの違いについて述べていく。初めに互いのリーグ創設にあたって作られた目的や目指すものについて比較していく。

1 目的の違い

「ジャパンラグビートップリーグ」では、一つのビジョンを掲げていた。以下のように日本ラグビーフットボール史に記されている。

1. 日本協会の求める理想(ビジョン)

ラグビー競技を誰からも愛され、親しまれ、楽しめる、人気の高いスポーツにする²

また、活動目標が「ジャパンラグビートップリーグ」の規則に記載されている。以下のようにになっている。

第1条〔ジャパンラグビー トップリーグの活動目標〕 ジャパンラグビー トップリーグ（以下「JRTL」という）の活動目標を以下の通り定める。

(1) 日本ラグビーのトッププレーヤーを育成し強化する ①日本ラグビーのトップチーム同士による切磋琢磨により、プレー水準を高めトッププレーヤーの質を相乗的に高める。また、グローバルレベルで活躍できるプレーヤーの育成を目指す。 ②最高峰のリーグで実践する事により、プレーヤー、指導者、その他関係者の意識を向上させる。(2) 日本ラグビーの水準向上に貢献する ①JRTLで得られる強化ノウハウや戦略・戦術を集約・蓄積し、草の根の普及活動から日本代表強化活動までフィードバック できる仕組みを構築する。

² 日本ラグビーフットボール協会 日本ラグビーデジタルミュージアム

<https://adeac.jp/jrfu/text-list/d100000/ht000980> (2022年10月28日閲覧)

②競技上の戦略・戦術、審判技術や医療体制等、ラグビー全般の各種技術レベル向上、および競技運営レベルの国際化を 目指し、その実現に向けての施策の場として貢献する。 ③欧州および南半球の強豪リーグとの交流を積極的に 図ることで、日本ラグビー全体のレベル向上に貢献し、世界の強豪リーグに並 べて認知されるリーグを目指す。 (3) ラグビーファン拡大への牽引役となる ①「感動を呼ぶ白熱したレベルの高いゲーム」を数多く実施することで、より 多くのファンがラグビーを楽しめる環境を提供す る。 ② J R T Lを通じて、 ラグビーの魅力により多くの人々に認知される機会を増やしていく。 ③ダイ ナミックなプレーを見る興奮、魅力ある会場の雰囲気を通じて、ラグビー観戦 の楽しさを人々に伝える。 (4) 企業のスポーツ振興への貢献、地域との協働 によるスポーツ振興を達成する。 ① J R T L加盟チーム（以下「チーム」と いう）およびプレーヤーへの支援など、企業によるスポーツ振興への貢献を達 成できる 環境を整備する。 ② J R T L開催地域、またはチーム活動地域にお けるスポーツ文化振興を目指した関係構築活動を支援する。³

一方、昨年「ジャパンラグビートップリーグ」より新しくなった「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」は、一つのバリューと一つのビジョン、4つのミッションを掲げた。

VALUE

みんなのために FOR ALL

日本ラグビーが育んだ「多様性の尊重」と「包摂の精神」を、普遍的価値として 伝承し発展させていく。

VISION

あなたの街から、世界最高をつくろう。

リーグを取り巻くすべてを、世界最高の名に相応しいクオリティに作りあげ、心 躍る体験が、日常に溢れる風景を実現する。

MISSION

³ ジャパンラグビー トップリーグ規約 <https://www.top-league.jp/wp-content/uploads/2021/01/kiyaku20210122.pdf> (2022年10月28日閲覧)

1. ファンが熱狂する非日常空間の創造

だれもがラグビーを夢中になって楽しみ、興奮と感動を共有できる環境をつくる。

2. 日本ラグビーの世界への飛躍

日本ラグビーの質と技量の常なる向上を図り、世界に、ラグビーの新たな魅力と驚きをひろげる。

3. 地元の結束、一体感の醸成

だれもがそれぞれの立場で参加でき、強いつながりを感じる環境・文化を醸成する。

4. 社会に貢献する人財の育成

ファン、チーム、企業、地域とひとつになり、社会に貢献し、世界に羽ばたく人間を育てる。⁴

ここから読み取れることは、前者は、ラグビーが国内でより人気なスポーツになること。企業スポーツリーグの中で、日本ラグビーの競技力向上を目的としている。後者は、世界をスタンダードに日本ラグビーの発展、地域や地元との関係性が重要視されている。これらの変化は、日本が2015年・2019年ワールドカップで世界と渡り合えるレベルに達したことで、より競技力を向上させるための仕掛けである。また、企業スポーツリーグからプロスポーツリーグへと変わったことで、地域との一体感、いわゆる地域密着がより大切になってくると読み取ることができる。

2 参入チームから見る違い

企業スポーツリーグからプロスポーツリーグに変わった、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」で一番変化した点というのが、参加チームの名前である。なので、二つのリーグの参加チームの名前を比較していく。

表2 DIVISION1

新リーグ	旧リーグ	ホームタウン
埼玉パナソニックワイルドナイツ	パナソニックワイルドナイツ	埼玉県（主に熊谷市）
静岡ブルーレヴス	ヤマハ発動機ジュビロ	静岡県（主に磐田市）

⁴ JAPAN RUGBY LEAGUE ONE 公式サイト [LEAGUE ONE とは] <https://league-one.jp/content/about/>（2022年10月28日閲覧）

東芝ブレイブルーパス東京	東芝ブレイブルーパス	東京都府中市、調布市、三鷹市
トヨタヴェルブリッツ	トヨタ自動車ヴェルブリッツ	愛知県豊田市、みよし市、名古屋市
三菱重工相模原ダイナボアーズ	三菱重工相模原ダイナボアーズ	神奈川県相模原市
リコーブラックラムズ東京	リコーブラックラムズ	東京都世田谷区
NECグリーンロケッツ東葛	NECグリーンロケッツ	千葉県我孫子市、柏市、松戸市、流山市、野田市、鎌ヶ谷市、印西市、白井市
クボタスピアーズ船橋・東京ベイ	クボタスピアーズ	東京都江戸川区、中央区、千葉縣市川市、船橋市、千葉市、市原市、成田市
コベルコ神戸スティーラーズ	神戸製鋼コベルコスティーラーズ	兵庫県神戸市
東京サントリースャンゴリアス	サントリースャンゴリアス	東京都港区、府中市、調布市、三鷹市
花園近鉄ライナーズ	近鉄ライナーズ	大阪府東大阪市
横浜キャノンイーグルス	キャノンイーグルス	神奈川県横浜市

DIVISION2

新リーグ	旧リーグ	ホームタウン
浦安 D-Rocks ※1	NTT コミュニケーションズ シャイニングアークス東京ベイ浦安	千葉県浦安市
釜石シーウェイブス RFC	釜石シーウェイブス RFC	岩手県釜石市
清水建設江東ブルーシャークス	清水建設ブルーシャークス	東京都江東区

豊田自動織機シャトルズ愛知	豊田自動織機シャトルズ	愛知県
日野レッドドルフィンズ	日野レッドドルフィンズ	東京都日野市、八王子市および周辺地域
三重ホンダヒート	Honda HEAT	三重県

DIVISION3

新リーグ	旧リーグ	ホームタウン
NTT ドコモレッドハリケーンズ大阪	NTT ドコモレッドハリケーンズ	大阪府大阪市
九州電力キューデンヴォルテクス	九州電力キューデンヴォルテクス	九州地方（主に福岡県）
クリタウォーターガッシュ昭島	栗田工業ウォーターガッシュ	東京都昭島市
中国電力レッドレグリオンズ	中国電力レッドレグリオンズ	広島県
マツダスカイアクティブズ広島	マツダブルーズマーザーズ	広島県

このように、それぞれのチームが新リーグに変わるタイミングで、チーム名が大きく変わっている。その理由としては、新しいリーグに参入するにあたって条件があったからだ。

参加条件には5つの条件があったがその中で、2つの項目が大きく作用している。

2. チーム名称

- チーム名に地域名を取り入れること。
- 企業名をチーム名に入れることについては任意とする。

3. ホームエリア

- 2021年シーズンからのホームエリアを決定すること。⁵

⁵ JAPAN RUGBY LEAGUE ONE 公式サイト 新リーグに関する参入要件の骨子について <https://league-one.jp/news/25>（2022年10月28日閲覧）

この二つの条件には、プロスポーツリーグならではの特徴である、地域との関係性が関係している。例えば、埼玉県にホームタウンを持つ埼玉パナソニックワイルドナイツは、埼玉という名前を入れている。また、ホームタウンを設置することでホームアンドアウェイ制度を導入した。これにより、同じ組み合わせでの試合がホームとアウェイで行われるようになり、単純に試合の回数が増え、シーズン期間が伸びた。よりラグビーファンに試合を見てもらう機会を増やすことができた。また、ホームタウンを持つことで地元のファンを増やすことができ、ラグビーを通して地域の一体感を生み出すことを狙っている。

3 カテゴリー分け

新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」に変わる前までは、サッカーでいう J1 は、日本ラグビーフットボール協会が主体の「ジャパンラグビートップリーグ」、J2 は日本ラグビーフットボール協会が主体ではない、関東ラグビーフットボール協会・関西ラグビーフットボール協会・九州ラグビーフットボール協会が主体となる「ジャパンラグビートップチャレンジリーグ」として分けられていた。そこで、新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」になるにあたって、運営する母体を統一し、24 チームを3つのカテゴリーに分けた。カテゴリーわけの審査基準として、指標となった競技力、事業性、社会性があり、審査委員会が評価し採点し、日本ラグビーフットボール協会が最終決定を行った。評価が高い順から、DIVISION1→DIVISION2→DIVISION3 に分かれている。審査基準の中でも、より重視されたのは、事業性と社会性であった。これらを行う目的として、同じレベルのチームと対戦するカードを作ることによって、拮抗したゲームをおこなうことができ、VISION にもあるように、ファンが熱狂することのできる非日常空間を作り出すことに繋がっている。

これらのように、「ジャパンラグビートップリーグ」と「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の違いについて触れてきたが、同じラグビーリーグではあるが根本的な目的の部分からカテゴリー分けまで大きな違いがあることが分かった。その中で、大きく違っているのは企業スポーツ（アマチュア）か、プロスポーツ（プロ）の違いである。次に、企業スポーツ（アマチュア）とプロスポーツ（プロ）について考えていく。

(2) 企業スポーツとプロスポーツの違い

ここでは、「ジャパンラグビートップリーグ」と「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」に変わるタイミングで企業スポーツ（アマチュア）からプロスポーツ（プロ）へと移行したので、その違いについて述べていく。

企業スポーツとは、企業スポーツは主に企業がスポーツ選手を企業の社員という形で雇用する形態のことを指し、スポーツを興行としてビジネスを展開しているところがプロスポーツとは大きな違いになってくる。また、大学内というサークルのような、スポーツの好きな社員が勤務時間外に自由にスポーツを楽しむ「企業内同好会」とも異なっている。そのほかに、プロスポーツよりも低コストで運営することができるメリットがある。そのほかに、所属している選手がワールドカップやオリンピックなどの大きな大会に出場し、優秀な成績を収めることができれば、企業の広告力アップにもつながる。社員としての契約形態になるので、セカンドキャリアの不安がないなどが挙げられる。逆にデメリットとしては、セカンドキャリアが保証されているが社会人としてのキャリアアップが難しいというところが挙げられる。企業スポーツのいい例として、2020年にTBSで放送されていた、主演は大泉洋の日曜劇場「ノーサイド・ゲーム」だ。その中で出てくる、大手自動車メーカー「トキワ自動車」のラグビー部は、まさに企業スポーツの一例である。

プロスポーツとは、チームに在籍する選手が会社員ではなく、個人事業主という扱いになる。スポーツをビジネスとして考えている。また、文部科学省では、このように説明されている。

プロスポーツは、「みるスポーツ」として幅広い年齢層に親しまれ、スポーツ全体の振興に寄与しています。とりわけ、青少年に対しては、スポーツに対する夢と感動を与え、自らがスポーツを行うきっかけとなることから、青少年の健全な育成やスポーツの裾野を広げる役割を果たすなど、その意義は、極めて大きいものがあります。

また、プロの競技者がオリンピック等の国際競技大会に参加できる競技が増加するなど、世界的にアマ・プロスポーツ間の垣根が低くなる傾向にあり、現在はプロスポーツにおける競技力の向上が我が国の国際競技大会における成績に直結しているといえます。⁶

⁶ 文部科学省 6 プロスポーツの役割

https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/athletic/070817/010.htm (2022年10月30日閲覧)

メリットとして、一番は競技力が企業スポーツに比べて、向上することが期待できる。また、地域社会とのつながりを重視するため地域との一体感が生まれる。デメリットは、試合に負け続けてしまうと、観客動員数は必然的に減ってしまい、運営が企業ではないので不確定要素によって売上に幅ができてしまうこと。以上が企業スポーツとプロスポーツの違いとして挙げられる。

企業スポーツとプロスポーツの違いについて触れたが、なぜラグビー界では長い間、サッカーの J1 やプロ野球のようにプロスポーツではなく、企業スポーツとしての運営が主流だったのかについて少し考えてみる。考えるにあたって、まずは、ラグビーが今までどのような運営形態をとってきたかについて述べていく。早稲田大学スポーツナレッジ研究会『スポーツ・エクセレンス—スポーツ分野における成功事例』（創文企画、2018年6月11日）に記述があった。以下のようになっている。

元来、対抗戦（定期戦）を基本としていたラグビーであるが、社会人レベルでは対抗戦とは別に地域ごとのリーグ戦が確立してきた。1980年代末には東日本、関西、西日本の3地域で社会人リーグが存在し、それぞれの大会形式には様々な変更があったものの、秋に各地域でのリーグ戦を行い、その上位チームが年末から新年にかけて全国社会人大会を行い、その優勝チームが大学選手権で優勝した学生の代表と日本選手権を争うという構図が続いた。世界のラグビー界は1987年にワールドカップが始まり、1995年にはプロ化が容認されるという大きな動きがあった。そして国内では1993年のJリーグ誕生という環境もあり、日本のラグビー界も2003年にトップリーグを発足させた。トップリーグは従来の3地域リーグから全国リーグに発展したものであるが、参加チームが企業内のクラブという形態は変わらず、先述したJリーグの3つの功策は寧ろ愛していない。企業のラグビー部がスピンオフし、オープン化したわけではなく、全国津々浦々にベンチャー型のクラブが生まれたわけでもない。トップリーグの誕生は、サッカーの世界でいうならば、1965年の日本サッカーリーグの発足と同じレベルである。各種のスポーツがリーグに触発されて、その枠組みを変更し、ラグビーもトップリーグを発足させたが、ラグビーだけは企業スポーツの枠組みのままであり、かつトップレベルにベンチャー型のクラブが出現しているわけではない。⁷

⁷早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・エクセレンス—スポーツ分野における成功事例』（創文企画、2018年6月11日）

こうして、サッカーなどのプロ化の流れに乗らず、企業スポーツを貫いたという歴史がある。そのほかにも、企業スポーツとして続けていた理由がある。それは、ラグビーチームを持っていた企業の多くは、日本を代表する大企業のチームで、大企業以外にも自衛隊や警察、市役所といった宮内庁が多かった。そういった大企業においてラグビーが特別な位置づけをして、企業経営に生かされていたからである。なぜ企業経営に生かされていたのかについて以下の引用文章から考えてみる。

同じフットボールであっても、日本ではサッカーとラグビーとアメリカンフットボールではかなりイメージが違う。チーム競技でありながら、スクラム、ラインアウトというセットプレーのあるラグビーはチームワークや団結心の象徴としてとらえられる。実際のチームプレーという点では、フィールド上の11人が動くアメリカンフットボールの複雑なサインプレー、あるいはピッチ上で誰からの指示も受けずに瞬時に判断を選手同士が行うサッカーのパスの方がより難易度が高いかもしれないが、スクラムという概念は全員が力を出して協力するという企業経営の象徴のように扱われてきた。さらにスクラムだけではなくモールやラックの密集プレーに参加するフォワードの選手は、パスプレーやランプレーでトライをあげるバックスの選手を支える縁の下の力持ちとして自己犠牲の象徴のようにとらえられ、これもまた企業経営には欠かせない愛社精神を育む際の象徴としてとらえられてきた。実際にはルール変更とそれを受けた戦術の変更で、現在のラグビーではバックスの選手もモールやラックに加わり、フォワードの選手もラインを形成することがある。そしてアメリカンフットボールにまで目を転じれば、ルール上、ボールを触ることができないポジションもあり、タッチダウンをあげることがルール上できないポジションの選手もいるが、ラグビーだけが自己犠牲に基づいたチームプレーを昇華させたかごとく扱われてきたのである。⁸

記述にもあるように、ラグビーという自己犠牲を主とするスポーツは他では見出すことのできない特別なもので、それは企業経営にも通ずるものがある。そして、チームが一丸となって攻めて守る姿勢というのは、会社に属するうえで、一つの成果に向かってグループ一丸となって行うことと似ているという観点から、企業に与えるメリットが大きいからだと言える。実際に、トヨタ自動車の人事部に勤務してい

⁸早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・エクセレンス ―スポーツ分野における成功事例』、(創文企画、2018年6月11日) 頁55-56

た荻野さん（2007年）という方は、トヨタ自動車は多くのスポーツクラブを社内
に有しているが、労働意欲と部署の一体感の醸成という観点からは、ラグビーが勝
利した時の影響が一番あると言う。また、企業とラグビーの関係性について、サン
トリーサンゴリアス時代に広報兼普及担当を務めていた田原耕太郎氏は次のように
語った。

「ラグビーを通じて得られる多様性、責任感、役割、チームワーク、規律、応用力
などの能力は、ビジネスで通用しないわけがありません。現役選手がラグビーで養
ったノウハウを職場でも活用して、会社の即戦力になる。こうなればチームの勝ち
負け以外にも会社がラグビー部を持つ価値が生まれます。こういうアプローチがで
きるのは企業スポーツの強みです」⁹

こうして、企業とスポーツを両立することによって生まれる好循環があったからこ
そ、ラグビーは企業スポーツとして確立されていったのだと考えられる。しかし、
近年、日本のラグビーの強化が進み、海外と渡り合うことのできるレベルになった
時代において、企業スポーツでは競技人口と競技力の向上やファンの獲得、収益な
どで物足りないと感じる部分がある。そこで、昨年より「JAPAN RUGBY LEAGUE
ONE」に再編成しプロ化を目指す動きがはじまった。

（3）運営方法の違い

「ジャパンラグビートップリーグ」と「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の運営方法
で明らかに変わった部分として、リーグ運営の独立化が挙げられる。「ジャパンラ
グビートップリーグ」では、運営主体が公式財団法人日本ラグビーフットボール協
会だったのが、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」になってから、一般社団法人ジャパ
ンラグビーリーグワンに変わった。これにより、今までの試合の興行権が完全に公
式財団法人日本ラグビーフットボール協会から、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」に
参加する各チームへと移ったこと。加えて、収入源がチームの母体となっている企
業からの支援が主だったのが、各チームが独立した事業として運営するようにな
り、チケット収入や集客などの役割を担うこととなった。こうした動きがあったた

⁹ VICTORY 企業スポーツはダメ」は本当か？ トップリーグにみる日本ラグビー
界のジレンマ <https://victorysportsnews.com/articles/32/original> （2022年10月27
日閲覧）

めに、「ジャパンラグビートップリーグ」に参加していたヤマハ発動機ジュビロというチームでは、運営をヤマハ発動機からヤマハ発動機の100%子会社を作り上げ、ラグビーに特化した事業会社を作ったという事例も出てきている。新しくできた会社では、①ラグビーチーム運営および試合の興行 ②スクール・大会・合宿などの普及事業 ③グッズ販売・飲食・施設管理等の自主事業 ④静岡県庁・県ラグビー協会と連携した社会事業を中心に事業を展開している。¹⁰

今後、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」に参加していくチームは、収入源を各チームで確保しなければならないため、ホストゲームでの観客動員数やファンの獲得が非常にシビアな問題になってくるだろう。そこで、「地域密着型」という言葉が非常に大事になってくる。次章では、この「地域密着型」というキーワードをもとに、今後の「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」がどのようにしていくべきかを考えていく。

【第三章】

「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」が地域密着型になる ために

(1) 地域密着型とは

地域密着型という言葉はスポーツ界ではよく使う。では、スポーツにおける地域密着型とは何か。日本で地域密着型という概念を取り入れ一時話題になったのは、1993年に開幕したプロサッカーリーグのJリーグだ。Jリーグは、Jリーグ発足前に存在していた日本サッカーリーグ（JSL）から、プロ化を目指した動きが進んだことによってできたリーグである。そのJリーグが提唱した考え方が「地域に根ざしたスポーツ文化の発展」である。では、なぜプロ化をするにあたって地域密着型という概念を取り入れたのだろうか。それは、Jリーグの原点をたどっていけば分かる。Jリーグの公式サイトに載っている「Jクラブの原点」に以下のように書いてある。

¹⁰ ヤマハ発動機 広報発表資料 ラグビー新リーグ参入に向けた新会社設立について ～地域に根差した事業化を進め、さらなる成長と価値向上を目指す～ <https://global.yamaha-motor.com/jp/news/2021/0623/corporate.html> (2022年11月1日閲覧)

Jクラブの原点は、ドイツにあります。1960年、東京オリンピックを4年後に控えたサッカーの日本代表チームは、西ドイツ（当時）のデュイスブルクにあるスポーツシューレ（シューレは「学校」の意）で、強化合宿を行いました。その施設で選手たちが目にしたのは、当時の日本のスポーツ環境とはおよそかけ離れた光景でした。白樺の林に囲まれた緑のピッチの上では、同じ施設に合宿中の子どもたちが元気にボールを追い、アリーナでは車椅子の人々が球技に興じる。それは驚きを通り越し、衝撃ともいえる体験でした。¹¹

このように、ドイツでは昔からスポーツが地域に根付いていた。なぜなら、どの町にもスポーツクラブが存在していたからだ。そして現在ドイツには、地域密着型スポーツとして確立されたプロサッカーリーグ「ブンデスリーガ」が存在している。こうして、ドイツに感銘を受けた日本は、自国でもドイツのような地域に根ざしたプロサッカーリーグを作るために、地域密着型という概念を取り入れたと考えられる。そして、これらを踏まえ独自の『Jリーグ百年構想』というものを作った。『Jリーグ百年構想』とは、

- ・あなたの町に、緑の芝生におおわれた広場やスポーツ施設をつくること。
- ・サッカーに限らず、あなたがやりたい競技を楽しめるスポーツクラブをつくること。
- ・「観る」「する」「参加する」。スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること。

誰もが気軽にスポーツを楽しめるような環境が整ってはじめて、豊かなスポーツ文化は育まれます。そのためには、生活圏内にスポーツを楽しむ場が必要となります。そこには、緑の芝生におおわれた広場やアリーナやクラブハウスがあります。誰もが、年齢、体力、技能、目的に応じて、優れたコーチのもとで、好きなスポーツを楽しみます。「する」「見る」「支える」、スポーツの楽しみ方も人それぞれです。¹²

¹¹ Jリーグ公式サイト About クラブの拡大とリーグ構造の変遷
<https://www.jleague.jp/aboutj/transition/> (2022年11月3日閲覧)

¹² 公益社団法人日本プロサッカーリーグ Jリーグ百年構想
<https://aboutj.jleague.jp/corporate/aboutj/100years/> (2022年11月3日閲覧)

以上のことから、サッカーにおける地域密着とは、サッカーチームのある町や地域でサッカーをしている光景が所々で見られ、多くの地元の人に触れてもらえる。その結果、地元のサッカーチームの応援に足を運んできてくれる。また、サッカーというスポーツを通して、世代を超えた人々の触れ合える機会を作ることによって、地域の一体感を深めていくことができる。などが地域密着の意義だと考えられる。

これまで、サッカーにおける地域密着型について触れてきた。こうした中で、ラグビーがプロ化を行う上で、地域密着型を取り入れた。その地域密着型の形は、サッカーを見習ってできている。そこで、サッカーから見て、ラグビーの地域密着型を成功させるための大切な要素が3つあると考えられる。一つ目は、スポーツに触れることのできる環境があること。これは、スポーツチームのある地域で、そのスポーツを行うことのできる環境を整備することによって、より多くの人に知らせ、体験してもらえ、普及ができる。二つ目は、ホームスタジアムを持つこと。ホームスタジアムを持つことで、地元の方々に実際に会場に足を運んで応援してもらい機会を作ることができる。その結果、地元の方のファンを獲得することができ、地域内のコミュニティの場としても活用することができる。加えて、試合会場のボランティアに参加してもらい、チームに参加するという意味で一体感を生み出すことが可能になる。三つ目は、ジュニアチームを持つこと。ジュニアチームというのは、プロのスポーツチームがあった場合、その下に組織される幼稚園から高校生までの、学年別に分かれたクラブチームを意味する。狙いとしては、若い世代の育成を行うことで競技レベルを上げるとともに、将来有望な選手には、そのままトップチームに入団してもらい、普及活動の一環としても活用することができる。

以上の三つの要素がラグビーの地域密着型で大切な要素になると考える。そして、この3つの要素を整備されたとき、ラグビーは、日本で野球とサッカーに並ぶ人気スポーツになっているだろう。

(2) 「JAPAN RUGBY LEGUE ONE」の地域密着の現状

ラグビーが新リーグになるにあたり、地域密着型を概念の一つとして取り入れてきた。地域密着型がラグビーの中でどれだけ行うことができているのか、三つの観点からみていく。

1 ホームスタジアム

スポーツの地域密着型からラグビーの地域密着型について考えてきた。その中で、今のラグビーが地域密着型になるために最も改善しなければならないのは、ホームスタジアムの確保である。表3で示したように、「JAPAN RUGBY LEGUE

ONE」に再編成されたことにより、各チームにホームタウンを設けることが義務となった。ホームタウンを設ける意味として二つの理由が挙げられる。一つ目は、ホームタウンを持つことでホームスタジアムを持つことになる。そこで、ホーム&ビジター制度を取り入れることによって、同じ対戦カードでホームとアウェイの2試合を行うことによって、試合数とシーズン期間を延ばすこと。二つ目は、ホームタウンを設置することによって、試合を見に来てくれる地元の方々を増やし、ラグビーファンを獲得することで、プロ化によって各チームが収入を生み出さなければいけなくなったので、入場料収入やグッズ販売の収入、もしくは情報料収入などに効果的である。しかし、ホームタウンは各チーム設置することはできたものの、ホームスタジアムを確保できていないのが現状である。現在各チームが定めているホームスタジアムが下記の表である。このホームスタジアムは、2021-2022 シーズンと 2022-2023 シーズンでホストゲームが行われた場所を示している。

表3 DIVISION1

新リーグ	ホームスタジアム
埼玉パナソニックワイルドナイツ	熊谷スポーツ文化公園ラグビー場
静岡ブルーレヴス	ヤマハスタジアム
東芝ブレイブルーパス東京	味の素スタジアム・秩父宮ラグビー場・駒沢オリンピック公園総合運動場陸上競技場
トヨタヴェルブリッツ	豊田スタジアム・パロマ瑞穂ラグビー場
三菱重工相模原ダイナボアーズ	相模原ギオンスタジアム
リコーブラックラムズ東京	秩父宮ラグビー場・駒沢オリンピック公園総合運動場陸上競技場
NECグリーンロケッツ東葛	柏の葉公園総合競技場

クボタスピアーズ船 橋・東京ベイ	江戸川区陸上競技場
コベルコ神戸スティー ーラーズ	神戸総合運動公園ユニ バー記念競技場・ ノエビアスタジアム 神戸・東大阪市花園 ラグビー場
東京サントリーサン ゴリアス	味の素スタジアム・ 秩父宮ラグビー場・ 駒沢オリンピック公 園総合運動場陸上競 技場
花園近鉄ライナーズ	東大阪市花園ラグビ ー場
横浜キャノンイーグ ルス	日産スタジアム・ニ ッパツ三ツ沢競技 場・秩父宮ラグビー 場

DIVISION2

新リーグ	ホームスタジアム
浦安 D-Rocks	ヨドコウ桜スタジア ム・駒沢オリンピッ ク公園総合運動場陸 上競技場・新潟市陸 上競技場・仙台市内
釜石シーウェイブス RFC	釜石鶴住居復興スタ ジアム
清水建設江東ブルー シャークス	江東区夢の島競技 場・
豊田自動織機シャト ルズ愛知	パロマ瑞穂ラグビー 場・ウェーブスタジ アム刈谷

日野レッドドルフィンズ	武蔵野陸上競技場・ AGF フィールド・ 太田市運動公園陸上 競技場
三重ホンダヒート	三重交通 G スポー ツの杜鈴鹿・

DIVISON3

新リーグ	ホームスタジアム
NTT ドコモレッド ハリケーンズ大阪	ヨドコウ桜スタジア ム・ヤンマースタジ アム長居
九州電力キューデン ヴォルテクス	ベスト電器スタジア ム・白浜スタジア ム・博多の森陸上競 技場・えがお健康ス タジアム
クリタウォーターガ ッシュ昭島	AGF フィールド・ 萩野運動公園陸上競 技場
中国電力レッドレグ リオンズ	Balcom BMW stadium・シティラ イトスタジアム
マツダスカイアクテ ィブズ広島	Balcom BMW stadium・福山通運 ローズスタジアム

表から読み取れることとして、ホストゲームを行うホームスタジアムがチーム数の割合に比べて少ないということ。その結果、駒沢オリンピック公園総合運動場陸上競技場は4チーム・秩父宮ラグビー場は3チームがホームスタジアムとして使用していることが分かった。ほかにも、地域が近いところにあるチーム同士で同じスタジアムを使用しているチームもある。自分たちだけのホームスタジアムとして使うことのできているチームは、23チーム中7チームという非常に少ないことが表からわかる。ホストゲームを自分たちの保有するホームスタジアムで行おうとしているのにも関わらず、各チームに専用のホームスタジアムが存在していないのが現状である。地域密着型を成功させるために最も重要なのは、ホームスタジアムを持つ

ことであるのに、なぜ専用のホームスタジアムを確保することが厳しいのだろうか。それは、日本国内にラグビーのできるスタジアムの数が圧倒的に少ないことが言える。コートが同じのサッカー専用スタジアムでラグビーができるのではないかという声があるのだが、できないのが現実である。できない理由は二つある。一つは、インゴールが確保できないため。インゴールというのは、ラグビーにおけるトライのできるエリアのことを指している。インゴールの広さは、横幅が68m～70m、奥行きは6m～22mと決められているが、サッカー専用スタジアムでは、その規定を確保することができない。二つ目は、芝を痛めてしまうため。サッカーと比べて、強度の高いラグビーは、スクラムなどで芝に大きなダメージを与えてしまう。そのため、サッカーとラグビーの試合を行っていくうえで、芝の状態を良い状態に保つためには、使用することを禁止しなければいけないのである。これらの理由によって、サッカー専用スタジアムをなかなか使うことができない。そのほかに、ラグビーチームがある地域が DIVISON1 で、埼玉県に1チーム・静岡県に1チーム・神奈川県に2チーム・愛知県に1チーム・千葉県に1チーム・兵庫県に1チーム・大阪府に1チーム・東京都に4チームとなっていて、首都圏にチームが固まっているのにも関わらず、関東近郊や東京近郊にスタジアムが少ないことも原因の一つとして挙げられる。東京都に4チームあるが、ラグビー場として使用できるのは、15000人の収容人数が確保できる、味の素スタジアム・秩父宮ラグビー場・駒沢オリンピック公園総合運動場陸上競技場の3つしかない。そのため、東京都をホームタウンとしているチームはこの三つに割り当てられるために必ず被りが出てしまう。そして、ラグビー専用スタジアムは秩父宮ラグビー場しかないため、ほかの競技場は、Jリーグとの兼ね合いにより、15000人の規模に満たない、補助会場で試合を行わなければいけないという事態も少なからずあるのが現状である。これらを解決するための策として、各チームが自治体との関係性をより濃くすることが最優先であると考えられる。そのためには、各チームの拠点とする地域の行政の首長と交渉をしなければならぬことは明白である。現にJリーグは、首長に趣旨を説明し協力を求めることで、優先的に貸してもらうことができている。ラグビーでも、埼玉パナソニックワイルドナイツが自治体と素晴らしい関係性を築けている良い一つの例である。埼玉パナソニックワイルドナイツでは、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」になるにあたって、ホームタウンが群馬県太田市から埼玉県熊谷市へ移転した。そこで、自治体と交渉を行い、熊谷スポーツ文化公園内に、クラブハウスと新しい天然芝のグラウンド・宿泊施設にカフェも建設した。また隣接する熊谷スポーツ公園ラグビー場をホームスタジアムとして使用できる。このように、自治体との関係性を濃くすることで、ホームタウンにおける課題は解決できると考えられる。

2 観客動員数

地域密着型を目指すということは、地域の方々にラグビーのチームがあることを知ってもらい、実際に試合会場に足を運んでもらうことがとても大切である。そこで、試合でどれだけの観客を動員できたのかを知ることで、それぞれのラグビーチームが地域密着型で成果を上げているのかを知ることができる。実際に昨シーズンの「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」での観客動員数と旧リーグ「ジャパンラグビートップリーグ」の2018-2019シーズンの観客動員数を比較していく。まず、昨シーズンの平均観客動員数は、4213人だった。その中で、一番観客動員数の多かった試合は、5月29日(日)に国立競技場で埼玉パナソニックワイルドナイツと東京サントリートリアスゴリアスの試合で33604人を記録した。一方の、旧リーグの平均観客動員数は、5253人だった。その中で、一番観客動員数の多かった試合は9月1日(土)に豊田スタジアムで行われたヤマハ発動機ジュビロ vs コカ・コーラ、トヨタ自動車 vs サントリートリアスゴリアスの試合で、31332人を記録した。この二つを比較してみた時に、まず、平均観客動員数が約1000人も違っている。また、最高観客動員数を比べた時に、一見「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の試合の数値の方が多いが、一位を決める試合だったからこの人数になるのは当たり前である。しかし、旧リーグは、リーグ戦の一試合で3万人越えを記録している。このように、明らかに旧リーグ「ジャパンラグビートップリーグ」の方が観客動員数を確保することができていると考えられる。ではなぜ、新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」になってから、観客動員数が減ってしまったのだろうか。その理由は、チームが地域にまだ根付いていないことや普及活動がうまくできていないという問題ではないところに原因があるからだ。それは、イメージを損なう事態が相次ぎ、リーグ自体の価値が高まっていないことが原因である。まず、昨年7月に発表された参入チームのディビジョン分けの段階で、審査委員会の最終報告と、日本ラグビーフットボール協会の最終結果が異なるという事態が発生した。その後、各チームには経緯などについての詳細な説明があったが、ファンには十分な説明がないまま1月のリーグ開幕を迎えてしまった。また、シーズン半ばの3月には、活動縮小の動きが相次いだ。同月16日には、NTTコミュニケーションズシャイニングアークス東京ベイ浦安とNTTドコモレッドハリケーンズ大阪の再編に伴う大阪の強化体制縮小が、同月30日には宗像サニックスブルースの5月末での活動休止が発表された。シーズン終盤を迎えた5月7日には新型コロナウイルス検査に対するリーグの安全意識の希薄さが、リコーブラックラムズ東京対NTTドコモレッドハリケーンズ大阪戦の試合開始2時間半前の中止発表という不手際を招き、リーグの信用を失墜させ、ファンを失望させてしまった。そのほかに、チームの名称が地域密着型を取り入れることによって、改名したことでチームの略称が分かりにくいということもあり、リーグとファンとの距離を感じてしまっていることやチケットの販売方法

が複雑でわかりにくいなどの声がたくさんある。しかし、このような事態が続いたのにも関わらず、イメージを回復させるための有効な改善策は講じられていない。また、チケットの販売方法や名称の問題においては、ファンに対してのヒアリングが行われていない。こういったことの積み重ねの結果、「ジャパンラグビートップリーグ」の時に、獲得したラグビーファンを手放してしまっているのが現状である。そして、観客動員数の減少という問題につながっているのだと考えられる。

3 ホームタウン

ラグビーを人気にするためには、ラグビーの普及活動がとても大切になってくる。現在、各チームでの地域密着型に対する動きというのは広まってきている。例えば、地域にある周辺の小学校へ出向きラグビー教室を開くことや、講演会やイベント活動、地域の清掃活動、ジュニアチームを創設することによって、地域の小中学生に向けてラグビーの指導を行うなどの活動が一段と増してきている。また、多くのチームでホストエリアを定めている地域とパートナーシップを締結している。最近では、「NTT コミュニケーションズ シャイニングアークス東京ベイ浦安（現浦安 D-Rocks）」が東京ディズニーリゾートを運営している株式会社オリエンタルランドと提携を結んだ。こうした活動により、より多くの方々にラグビーというものを知ってもらい、見に来てもらえる環境づくりがなされている。しかし、今のラグビー普及率では物足りないのが現状である。このような、地域密着型に向けた活動を各チームがしているのにも関わらず、普及率が上がらないのには、ほかに原因があると考えられる。それは、ラグビーチームが首都圏に集中してしまっているのが問題として挙げられる。現状では、リーグで首都圏にホームタウンを構えているチームは、東芝ブレイブルーパス東京・リコーブラックラムズ東京・クボタスピアーズ船橋・東京ベイ・東京サントリートサンゴリアス・清水建設江東ブルーシャークス・三菱重工相模原ダイナボアーズ・NEC グリーンロケット東葛・横浜キャノンイーグルス・浦安 D-Rocks・日野レッドドルフィンズ・クリタウオーターガッシュ昭島・埼玉パナソニックワイルドナイツの12チームである。そのうち、「東京」という名前がついているチームは、4チームも存在している。サッカーや野球の場合、全国各地域に幅広くチームが存在しているため、日本各地での普及活動が可能になっている。しかし、ラグビーの場合は、首都圏に一極集中してしまっているため、全国各地への普及活動ができておらず、ラグビーが日本国内で浸透することができていない。そのため、今後日本全国にチームを構えることが普及活動をより効果的に行う最善策であり、首都圏に固まるのではなく、地域都市にもチームを作ることが大切であると考えられる。ではなぜ、人口の多い首都圏ではなく、地域都市にチームを構えることに意味があるのでしょうか。まず、日本のプロスポーツの特徴として、多くのチームでは、企業が母体となっていることが多い。実際にラグビーも

企業がチームのオーナーとして成り立っている。プロ野球は、広島カーブを除いた11球団がオーナーが企業である。Jリーグも大多数のチームのオーナーは企業である。このようなプロスポーツのオーナーシップの特徴はほかの国ではあまり見られない。例えば、アメリカのプロスポーツは企業がオーナーにはならない。また、ドイツのプロサッカーリーグ、ドイツ・ブンデスリーガの多くは、地域スポーツクラブから生まれたものなので、それぞれの地域クラブは、非営利組織である。そのため、非営利組織と民間企業が共同で出資し商業法人としてトップチームを設立することがある。そこでは、議決権の過半数を地域クラブが持つことが定められている。つまり企業がオーナーになれないルールがあるのだ。こういった中で、日本のラグビーでは、事業資金の多くはオーナー企業に依存している。チームから見れば「スポンサー収入」、企業から見れば「広告宣伝費」に値する。よって二つの観点から、人口と経済規模の大きい地域ほどプロスポーツが成功しやすいと言える。また、大都市やその周辺に所在をしていれば入場料収入やオーナー企業以外のスポンサー収入も得られるため、チームの収入は大きくなる。そのため、多くのラグビーチームは首都圏に固まってしまっている。このように一見、首都圏でチームを持つ方がメリットばかりではないかと思うが、地域都市にチームを持つメリットとさほど変わらないのである。それについて、サッカーの話にはなってしまうが、早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・エクセレンス ―スポーツ分野における成功事例』、(創文企画、2018年6月11日)に載っている、Jクラブの観客数と都市人口の関係についての表を引用していく。

表1 Jクラブの観客数と都市人口の関係

J1	a. 2014年 年間観客数	b. 都市人口	c. a/b(%)
仙台	257,949	1,082,135	24
鹿島	300,310	67,885	442
浦和	603,770	632,127	96
大宮	183,791	632,127	29
柏	182,161	414,054	44
川崎F	283,241	1,475,300	19
横浜FM	392,496	1,863,084	11
甲府	206,904	193,123	107
新潟	390,648	810,514	48
清水	241,577	705,238	34
名古屋	284,474	2,296,014	12

G 大阪	250,738	374,526	67
C 大阪	367,651	2,691,742	14
神戸	255,185	1,537,860	17
広島	254,951	1,194,507	21
徳島	151,034	258,602	58
鳥栖	240,323	72,910	330
平均	285,130		

a と b の相関関係 0.423

b と c の相関関係 -0.565

J2	a. 2014 年 年間観客 数	b. 都市人 口	c. a/b(%)
札幌	232,255	1,953,784	12
山形	133,316	252,453	53
水戸	99,422	270,823	37
栃木	111,178	518,761	21
群馬	78,961	336,199	23
千葉	195,999	972,639	20
横浜 FC	108,064	103,452	6
松本	267,402	243,383	110
富山	89,596	418,900	21
磐田	184,261	167,260	110
岐阜	159,259	406,866	39
京都	157,911	1,474,570	11
岡山	176,477	719,584	25
讃岐	69,664	420,943	17
愛媛	80,228	515,092	16
福岡	106,303	1,538,510	7
北九州	76,072	961,815	8
長崎	101,611	429,644	24
熊本	147,046	741,115	20
大分	176,859	478,335	37
平均	137,594		

a と b の相関関係	0.020
b と c の相関関係	-0.569

つぎに、年間入場者数を都市人口で割ってみる。この数字が高ければ、地域住民の中で観戦に来る人の割合が高い。もちろん、ファンの中には何度もスタジアムに行く人がいる。つまり入場者数は「延べ人数」なので、厳密に言えば入場者数の割合ではないが、代替的な指標にはなるだろう。表のC列に示す。J1では、鹿島が442%で最大である。これについては、前述のように「地元」を鹿場町に限定しているため、数字が高めに出ているものと思われるが、鹿島の数値が高いことは直感に合致する。2位は鳥栖の330%で、おそらくこの理由は、鳥栖市（佐賀県）に久留米市（福岡県）が隣接していることである。鳥栖市の人口は7万人だが、久留米市は30万人を超えている。とはいえ、久留米市は鳥栖市とは別の県にあるので、久留米市はホームタウンではない。そう考えるなら、たとえ久留米市から入場者が来ているとしても、サガン鳥栖は集客で健闘しているということができるだろう。3位は甲府で、甲府市の人口より入場者数のほうが多い。以下、値は100%を下回るが、浦和、ガンバ大阪、徳島が続く。そして、このcと都市人口との相関係数は、J1では-0.565である。つまり、都市人口が少ないほど、観客の割合—ここでは観客密度と呼ぶことにする—が高い。この傾向はJ2でも同じで、相関係数は-0.569であり、J1と同様の結果になっている。

スタジアムによる収容人数の格差は、人口格差より小さい。だから、人口の少ない地域ほどこの顧客密度が高くなることは、直感に合っている。当たり前といえば当たり前ののだが、それが意味するのは、人口の少ない地域ほど、試合を見に来る人の割合が高いことであり、それだけ地元地域からチームが支持されているということになるのだろう。そして上に述べた仮説2にしたがうなら、ホームタウンはあまり大きくないほうがよいという結論が導かれるのである。¹³

本書の表は、Jリーグのホームページから各チームの2014年度の年間観客数と2015年の国勢調査速報を利用した都市人口をもとに作られている。その中で、ホームタウンを決める際に、原則としてホームページに記載されているホームタウンの中で、一番初めに名前の載っている地域をホームタウンとして考えている。引用部分にある仮説2は、「大企業にある企業チーム」を除けば、都市人口と観客数に

¹³ 早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・エクセレンス —スポーツ分野における成功事例』、(創文企画、2018年6月11日) 頁164-165

は関係が見られない。¹⁴というものである。これらを踏まえ、私の考えとしては、ラグビーも首都圏に固まるのではなく各地域に散らばった方がよいと考える。表の中にあるように、aとbの相関関係を見た時に、大都市にホームタウンを持つチームが多いので数値はかなり高いものになっている。よって、人口が高ければ観客数が多いことは明白である。なので、首都圏にいれば、人口の母体が大きいのでより多くの人に試合を見に来てもらえると考えるのが普通である。しかし、表が示すように、J2のように地方都市であっても観客は試合を見に来ることが分かった。J1とあまり変わらないどころかより多くの観客が見に来てくれているというデータも出ている。また、観客の中の地元の方々の割合というのは非常に高いものであると考えられるため、地域密着型を取り入れるうえでホームタウンの一体感というのは大切になってくる。そのため、地方にホームタウンを持つことは有効的であると考える。

(3) 自身の実体験をもとに

序論の部分で、私は5歳からラグビーをしているという話をした。5歳から私の地元の相模原市にある相模原ラグビースクールというところでラグビーをしていた。相模原ラグビースクールは、現在「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」のDIVISION1に所属する三菱重工相模原ダイナボアーズとの繋がりが深かった。三菱重工相模原ダイナボアーズは、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」になる前から地域密着型を意識した活動を行っていた。そこで、私の実体験をもとにどのようなことをしてきたかを遡っていき地域密着型で大切なことは何かを考えていこうと思う。まず、相模原ラグビースクールが練習をしていた場所は、三菱重工相模原ダイナボアーズが練習をしていたところで行っていた。時には、三菱重工相模原ダイナボアーズに所属する選手が教えに来てくれることもあった。中学生のころには、週に一回、トップレベルのコーチと所属する選手が主体となって、夕方の時間を使って、ラグビークリニックを行ってくれた。当時、三菱重工相模原ダイナボアーズに所属していた、元ウェールズ代表で2012年6月にイギリスのエリザベス女王により大英帝国勲章第五位『MBE』を授与され、ラグビーテストマッチトライ記録で世界歴代3位を記録したシェーン・マーク・ウィリアムズ選手によるラグビークリニックも行われた。ほかにも数多くの有名選手も来てくれ、ものすごく豪華な時間を過ごした。そのほかにも、スクールに向けてお祭りも開催されたこともあり、スクールとの関わりは非常に深かった。そういった関わりを持つことによって、スクール全体でも試

¹⁴ 早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・エクセレンス ―スポーツ分野における成功事例』、(創文企画、2018年6月11日)頁164参照

合を観戦しに行きたいという人たちは多く、実際に私も練習が終わった後にわざわざスクール全体でバスをチャーターし、応援に行った。深夜バスに乗り、大阪府にある花園ラグビー場まで行ったこともあった。また、チームのファンクラブ会員には、ほとんどのスクール生とその家族が入っていた。こうして、小さい時から三菱重工相模原ダイナボアーズに関わりを持っていたため、将来は三菱重工相模原ダイナボアーズでプレーをしたいという気持ちが芽生えた。この気持ちは、私だけではなく、多くのスクール生が同じことを思っていただろう。このスクールへの関わりというのが、地域密着型で大切な要素の一つである。現在、そのほかの新しく編成したラグビーチームでアカデミーを作ろうとしているが、あまり人数は集まっていないのが現状である。そこで、アカデミーを作るのではなく、その周辺にあるラグビースクールに対してアプローチするのが良いのではないだろうか。もともと、人数の多くいるラグビースクールで普及活動を行えば、競技力向上や地域住民との交流にもつながる。また私が体験したように、ラグビースクールとラグビーチームとの関わりが深ければ深いほど、そのチームを応援したいという気持ちが芽生えてくる。そうすれば、多くのファンを獲得できるチャンスにもなる。サッカーのようにユースを作るのは、まだリーグが始まって間もないため人も集まらず作ることはいかない。その前段階で、ラグビースクールにいる子供たちの競技力を向上させ、日本国内の競技力が上がった時にユースを作ればよいのではないかと考えた。

そのほかにスクールだけではなく、地域貢献活動にも大変力を入れていた。例えば、JR 横浜線にある橋本駅周辺の清掃活動や、毎年4月に行われる相模原市民桜まつりに、ブースを設けたりイベントを行ったりしていた。最近では、橋本駅の近くにあるアリオ橋本でイベント活動を行っている。また、ラグビー普及にも力を入れており、相模原市の各小学校にタグラグビー教室を開いたり、ラグビー体験教室を開いたりしていた。現在は、子供だけではなく大人向けのラグビー体験教室も開いている。その結果、私の周りにいるラグビーに全く関わりのない友人や近所の方々がラグビーに興味を持ち、三菱重工相模原ダイナボアーズを知っていることが多くなっていった。こういった実体験をもとに、地域密着型を取り組むうえで大切なことは、地元で愛されるチームになることだと考える。考えれば当然なことなのかもしれないが、なかなか難しい。まず、ラグビー界において何を変えるべきかについては、ホームタウンを分散させる必要があるし、絞る必要がある。前述でも述べたように、ラグビーは、首都圏に多くのチームが固まっている。特に東京にチームが多い。しかし、東京にチームが固まってしまうと、ラグビーの発展につながらず、ファンも獲得できない。私がお世話になった三菱重工相模原ダイナボアーズでは、神奈川県相模原市を拠点としており、限られたコミュニティの中で普及活動や地域貢献活動ができていたため、着実にファンも増え、そしてラグビーというスポーツが身近にあるため、知ってもらいことができ、その先には体験してもらってこ

とができているのだと思う。そして、ラグビーを通して、いろいろな方々との交流も増え、地域の活性化につながると考える。このように、地域を絞ることによって、地域住民との距離が縮まることでチームに対しても、地域に対しても良い影響が生まれて来るのではないだろうか。

(4) 地域密着型になるためには

ここまで、現在のラグビーがどれほど地域密着型になることができてきているのかについて、私が体験した地域密着型の形について触れてきた。これらを踏まえて、ラグビーが地域密着型スポーツになるために必要なことについて考えていく。まずは、地域密着型になる一番のメリットとして、今「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」で一番の課題として挙げられる、観客動員数の減少が解消できるだろう。地域密着型になるにあたって、まずは、ホームタウンを持つことが必須条件になってくる。ホームタウンを持つということは、チームが拠点とする地域が定められることを意味する。拠点とする地域が定められることによって、チームの活動する範囲が限られてくる。そうした中で、ホームタウンとしている地域で清掃活動や地域の小学校の登下校を見守るなどの地域貢献活動やラグビー教室やスクールへの普及活動に力を入れることによって、地元でラグビーチームがあることを知ってもらいことができ、のちに、チームの持つホームスタジアムで行われる試合を見に来てくれる地域の方々がたくさん出てくる。その後、一度見に来てくれた地域の方々が近所の方々に今度の試合を一緒に見に行かないかと誘う。こういった流れが、地域密着型になることで生まれる。これによって獲得したファンというのは、ただラグビーが好きなファンではなく、地元にあるラグビーチームが好きなファンが大多数を占めると考えられる。これが何を意味するかというと、試合を見に来る方たちは、何度も試合を見に来てくれるリピーターである。そして、そのラグビーチームが強くて勝つ試合が多くて見るのが面白いからではなく、にわかファンなのか、ラグビーを長いこと知っているからなどのラグビー歴というのは全く関係ないことで、純粹に地元にあるラグビーチームが好きで応援したいために来る観客が多いことを意味している。こうした構造というのは、ほかのスポーツでも同じことが言え、例えばヨーロッパのサッカーにしても、アメリカの野球・アメリカンフットボール・バスケットボール・アイスホッケーの4大スポーツでも、基本的には地元以外のファンはおらず多くのファンは地元の人たちが大半を占めている。こうした、観客の層というのはファンを獲得するうえでとても重要なことであると言えるだろう。そのほかのメリットとして挙げられるのは、ラグビーという一つのコミュニケーションをとるための核ができるという点である。最近では、近所の方々や地域の方々同士の交流というのがなくなってきてしまっている中で、地元にあるラグビーチームがあること

によって、一つ的话题を作ることができ、それによって地域の方々のコミュニティが形成される。そのコミュニティが地元にあるラグビーチームを応援する応援団であったり、試合をする時のボランティア活動をしてくれる団体などにつながることもあり、チームと地域との一体感にもつながると考えられる。また、ラグビーを始める子供が増え、競技人口の増加につながる点が挙げられる。その理由としては、地域密着型になるということは、その地域でラグビーチームが根付いているということである。だとすると、子供たちが何かスポーツを始めるときにラグビーをするという選択肢が増えることにつながる。そうすれば、必然とラグビーを始める子供たちは多くなり、競技人口の増加や将来的には競技力の向上にも直結してくる。そこで大事になるのは、いかに多くの子どもたちにラグビーに触れてもらい、知ってもらう必要がある。そして、最初はコンタクトスポーツであるため、怖いという感情を抱きがちだが、楽しくて魅力的なスポーツであることを伝えるために、普及活動に力を入れることが大切である。これらのほかにも地域密着型におけるメリットはたくさん挙げられるが、実際に地域密着型になるためには何が足りていなくて、どこを変える必要があるのかについて考えていく。現状、地域密着型になるために一番足りていないことは、ホームタウンを固定することである。現在、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」になるにあたってホームタウンを設置することを義務付けた。各チームがホームタウンを設置したのだが、表2で示したように、ホームタウンを一つの地域に定めているチームは、DIVISION1で埼玉パナソニックワイルドナイツ・静岡ブルーレヴス・三菱重工相模原ダイナボアーズ・リコーブラックラムズ東京・コベルコ神戸スティーラーズ・花園近鉄ライナーズ・横浜キャノンイーグルスの12チーム中7チーム。DIVISION2では、浦安D-Rocks・釜石シーウェイブスRFC・清水建設江東ブルーシャークスの6チーム中3チーム。DIVISION3は、NTTドコモレッドハリケーンズ大阪・クリタウォーターガッシュ昭島の5チーム中2チーム。DIVISIONごとに約半分は地域を絞ることができていない。他のチームは、複数の地域をホームタウンとして定めたり、チームのある都道府県を定めたりしている。このように、ホームタウンを定めようとしたときに、一つの地域に絞れないのは直ちに改善しなければならない問題である。再三論じているが、地域密着型をする上で最も大切になるのが、地域にラグビーチームが根付くことである。リーグ内で、一つの地域に定めることのできていないチームは、地域を定めている範囲が広すぎてどの地域に根付いているのかが明確ではない。そのため、地域貢献活動や普及活動を行ったとしても、あまり効果を発揮することができないのである。その点、地域密着型を取り入れているJリーグは、各チームがそれぞれ決まった地域をホームタウンとして定めているため、地域貢献活動や普及活動などの効果は絶大で、しっかりと地域に根付くことができています。しかし、このホームタウン問題で、ラグビーだけにおいて一番厄介なのが、チームが東京都に固まってしまっている

るということだ。その理由として、元々プロスポーツとして発展してきていないラグビーは、地域密着型という考え方ではなかった。そのため、地域ごとにチームを持っていただけではなく、会社がある地域にチームを持っていたことが挙げられる。その点、大企業が持つラグビーチームが多いため、東京周辺に固まってしまったと考えられる。東京都に固まっているチームの中で、チーム名に東京と入っているチームは、4チームもある。それでは、ラグビーを見る側からすれば、どのチームも東京都にあるチームだからどれを応援すればよいのか分からないことが予想される。これを改善するにはどのようにするのが良いのだろうか。まず簡単なのは、プロ化を行ったので、企業から独立法人化をしてチームをどこかの地域に移す方法が考えられる。そうすれば、地域を固定することができ、地域に根付いたラグビーチームを築くことができるだろう。だが、これが新リーグになるにあたって、できていれば今のように苦労はしないだろう。では、ほかに考えられることとして、東京都内でも、市や区で地域を分け、チーム名も東京ではなく地域名を入れることが一つ考えられる。現在、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」で、強豪チームの東京サントリーサンゴリアスと東芝ブレイブルーパス東京の定めている地域がほぼ一緒だ。その上、東京という名前までも同じである。これでは、地域の住民はどちらを応援すればよいのかわからなくなってしまう。両チームのダービーマッチは、地域が近いので多くの地域住民が見に来てくれるだろう。しかしそれ以外では、近くに2チームもあるせいで応援するチームを決めることができず、思い入れもないので地域の住民のファンを獲得することができないため、強豪チームであるのにも関わらず観客動員数が増えないことに繋がっていると考えられる。こうして、ホームタウンを確定することができれば、おのずとホームスタジアムも確保できるようになるだろう。新リーグになってまだ日は浅いが、まずはホームタウンでの活動を優先させるためにも、ホームタウンの確保が大切になってくる。

【第四章】他リーグとの比較

(1) 他競技の国内リーグとの比較

ラグビーがプロ化を行い地域密着型に力を入れることにあたり、ラグビーよりも早くプロ化を試み、地域密着型を取り入れているサッカー（Jリーグ）、バスケットボール（Bリーグ）、

野球（NPB）、ラグビー（JAPAN RUGBY LEAGUE ONE）を運営方法、チーム数、観客動員数、ホームタウン・スタジアムの有無、チームに企業名の有無、の5つの観点から比較していく。尚、観客動員数については、コロナウイルス感染症の影響により、それ前後の年の観客動員数を参考にしている。

1 サッカー（Jリーグ）

1993年よりも前に存在していた「日本サッカーリーグ」がプロ化を目指した動きの中で創設されたのが、日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）である。創設当時は、10クラブが加盟していた。

今では、J1からJ3まで合わせて58クラブある。運営方法としては、公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）が主催となって行われている。収益としては、各クラブに委ねられており、主にクラブを支援している企業や法人から支払われる「広告料収入」、チケットの売り上げを示す「入場料収入」、各クラブの関連グッズやユニフォームの売り上げを示す「物販収入」の3本柱で成り立っている。そのほかに、サッカーの試合などを放送するための権利を販売し得られる公衆送信権料、Jリーグのスポンサーから支払われる協賛金料、グッズの商品化権料などのJリーグだけの収入を各クラブに分配する「Jリーグ配分金」が支給される。次に、Jリーグの一試合当たりの観客動員数は、コロナ禍以前でJ1は約20000人、J2は約7000人、J3は約2400人となっている。ホームタウン・スタジアムの有無については、「Jリーグ規約」にホームタウンを持たなければいけないことが記されている。スタジアムに関しては、Jリーグ独自のクラブライセンス制度というものを設けており、各クラブが各カテゴリーに入るためにどれくらいのスタジアムを保有しなければいけないという基準が示されているため、各クラブはスタジアムを保有している。最後にチームの企業名の有無に関しては、企業名を入れているチームはない。

2 バスケットボール（Bリーグ）

元々日本には、実業団チームが多くを占めているJBLと、それに対してプロリーグを立ち上げたいと動いてできた新興独立リーグBJリーグの二つが存在していた。その状態が十年も続く中で、FIBA（国際バスケットボール連盟）から国際試合出場停止の処分が下されるなどしたため、2016年から2つのリーグを統合してできた新リーグBリーグを設立した。チーム数はB1からB2までで、36チームある。運営方法として、公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグが主催となって行っている。収益としては、Jリーグと同じように、主に「広告料収入」「入場料収入」「物販収入」「リーグ配分金」の4つである。Bリーグの一試合当たりの観客動員数は、B1で平均約3000人。一番観客の入っている千葉ジェッツでは、一試合当たり約5000人を動員している。B2では平均約1400人で、一番観客の

入っている仙台 89ERS で平均約 2500 人を動員している。ホームタウン・スタジアムの有無については、まずホームタウンは B リーグの第 22 条[B クラブのホームタウン（本拠地）]規約にあるように、

B クラブは、理事会の承認を得て特定の市区町村をホームタウンとして定めなければならない。ただし、次の各号の条件を満たし、理事会の承認を得た場合には、複数の市区町村または都道府県をホームタウンとすることができる。¹⁵

と記されている。ホームスタジアムに関しては、B リーグに参加するにあたって各チームがホームアリーナを保有していることが条件の一つに定められている。そして、チームの定めているホームアリーナを有する都道府県での活動を活動区域として、そのホームアリーナは B リーグが定めている要件を満たしていなければならない。最後にチームの企業名の有無は、企業名をいれているチームはあるが、チームの呼称には企業名を入れないこととなっている。

3 野球（NPB）

プロ野球は、創設 1934 年となっていて、日本国内の他のプロスポーツよりも歴史があるスポーツとなっている。現在は、セントラル・リーグ（通称セ・リーグ）とパシフィック・リーグ（通称パ・リーグ）の二つのリーグがあり、計 12 球団で行われている。運営方法としては、日本野球機構（NPB）が主催となって行っている。各球団の主な収益としては、他のプロスポーツ同様に「広告料収入」「入場料収入」「物販収入」の三つに加え、「放映権収入」がプロ野球の場合、割合が大きいと考えられる。次にセントラル・リーグの一試合当たりの観客動員数について、まずホームゲームの場合は約 35000 人。ロードゲームの場合は約 34000 人となっている。次にパシフィック・リーグのホームゲームの場合は、約 27000 人。ロードゲームの場合も約 27000 人となっている。ホームタウン・ホームスタジアムの有無に関して、まずホームタウンについては、ホームスタジアムの置かれている都道府県は「保護地域」と言われ、いわゆるホームタウンとして定められており、そのホームタウン内での独占的な試合興行権が認められている。それに伴って、12 球団がそれぞれ自分たちの球場

¹⁵ 公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ

B.LEAGUE OFFICIAL RULE BOOK 2022-23

https://www.bleague.jp/files/user/about/pdf/r-00_20221122.pdf（2022 年 12 月 7 日閲覧）

を持っていることとなる。最後にチームの企業名の有無に関して、広島東洋カープ以外はオーナー企業の名前が入っている。

4 ラグビー (JAPAN RUGBY LEGUE ONE)

前リーグ「ジャパンラグビートップリーグ」からプロ化を行うために2022年から新リーグ「JAPAN RUGBY LEGUE ONE」として始まった。運営方法としては、一般社団法人ジャパンラグビーリーグワンが主催となって行っている。DIVISION1 からDIVISION3 まで、計24チームで行われている。各チームの主な収益としては、どの国内のプロスポーツリーグと変わらず、「広告料収入」「入場料収入」「物販収入」が主になるだろう。「JAPAN RUGBY LEGUE ONE」の一試合当たりの平均観客動員数は、DIVISION1 で約4200人。DIVISION2 で約1600人。DIVISION3 で約850人となっている。ホームタウン・ホームスタジアムの有無については、今のところホームタウンを持つことはできているが、他のチームとかぶっていたり、複数持っているなどして特定のホームタウンを持つことはできていない。ホームスタジアムは、日本国内にラグビー場が少なくチームごとにホームスタジアムを持つことはできていない。最後にチームの企業名の有無に関しては、ほとんどのチームが企業名を入れている。

5 統括

3つの日本国内にあるプロスポーツリーグと「JAPAN RUGBY LEGUE ONE」を比較してみたが、どのスポーツリーグも、収益の内容部分ではさほど変わりはないと感じたが、日本国内で人気のあるサッカーと野球の場合、「放映権収入」の割合がほかに比べて高いと考えられる。比較していく中で、一番の違いといった部分は、一試合当たりの平均観客動員数だろう。やはり、人気のあるサッカーと野球は、20000人を超える観客動員数をたたき出している。バスケットボールの場合は、アリーナに収容される人数がB1の会場でだいたい5000人程度のアリーナで試合が行われる。その中で、3000人を動員していると考えると高い割合で観客が入っていると考えられる。他のスポーツに比べ、ラグビーの場合は、会場が大きいわりに観客が入っていないことから、非常に少ない割合になっていることが分かる。この、観客動員数が高い割合になるために最も必要なこととして、ホームタウン・ホームスタジアムの有無というところが関連していると読み取ることができた。ラグビー以外のスポーツリーグは、各チームが固定された地域をホームタウンとして活動している。しかし、ラグビーの場合は、ホームタウンを特定の地域に定めることができていない。同様にホームスタジアムでも同じ現象が起きていると考えられる。その結果、一試合当たりの観客動員数が物足りない数字になってしまっている。このように他のリ

リーグと比較してわかるように、プロスポーツリーグにおいて、ホームタウンとホームスタジアム問題は克服しなければいけないものだということが明白になった。逆に言えば、この問題を解決できた時には、そのプロスポーツリーグが成功する兆しが見えたという一つの目安になると考えられる。

(2) 海外ラグビーリーグ（プレミアシップ）との比較

次に、プレミアシップというイングランドにあるプロラグビーリーグが、地域密着型に特化しているのので、どのように活動しているのかを調べ、日本で何が実践できるかについて考えていこうと思う。まず、プレミアシップについて簡単に説明する。プレミアシップは、1987年に始まったイングランドのプロラグビーリーグである。全12チームが参加していて、試合はホーム&アウェー方式の総当りリーグ戦で行われている。上位4チームはプレーオフトーナメントで優勝を争う。そして、リーグ上位8チームは翌シーズンに行われる欧州チャンピオンズカップの出場権を手にすることができる。また、最下位のチームはRFUチャンピオンシップへ降格となる仕組みになっている。そして、プレミアシップの主催として、プレミアシップ・ラグビーが主体となって行っている。プレミアシップ・ラグビーは民間企業である。そのため、参加チームは、プレミアシップ・ラグビーから独立しており、ワールドラグビー・英国法・RFU (Rugby Football Union) で定められた規則の範囲内で活動をしている。

ここからはプレミアシップに所属するチーム、レスター・タイガースに焦点を当てて考えてみる。少しレスター・タイガースについて説明したいと思う。イギリスの都市人口28万人のレスター地方に拠点を持つクラブである。レスター地方には、ラグビーのほかにサッカーの有名クラブチーム、元サッカー日本代表の岡崎慎司選手が所属していたレスター・シティFCがある。レスター・タイガースの創設は1880年で、レスターフットボールクラブとして始まった。初代プレミアシップのチャンピオン。また、イングランド代表を多く輩出しており、名門強豪クラブである。次に、実際に現地に行き、ホームゲームで行われたレスター・タイガースの試合を観戦した私の経験について少し話そうと思う。まず、レスター・タイガースのホームスタジアムである、Mattioli Woods Welford Road Stadiumの周りには、レスター・タイガースのTシャツ・パーカー・マフラー・タオルなどのチームグッズを身に付けたファンが多くいた。道中にあるレスター・タイガースのグッズショップでは、長蛇の列ができていた。スタジアムまでに行くまでで驚きだったのが、見に来る観客の年齢層の幅が非常に広がったことと、女性や子供が多かったことだ。スタジアムのスタンド下にあるコミュニケーションバーでは、大人がビールを片手にラグビーの話をつづきながら話していた。スタジアム内では、キッズエリアも設けられ

ていた。ほかにもスタジアム内での工夫は、車椅子用の席が座席の最前列に設備されていて、バックスタンド側では、立見席があり、そこではテーブルを囲んでお酒を飲みながらラグビーファンが話をしながら見るという光景があった。このように、大人も子供も楽しむことのできる仕掛けがあるからこそ、幅広い年齢層の観客が見に来るのだろう。また、ハーフタイムには、地域住民の方が結婚式を行っていた。ラグビーグラウンドで結婚式を挙げたカップルなど今まで聞いたことも見たこともなかったので、地域住民のチーム愛は絶大なものなのである。ほかにも、色んなイベントをハーフタイムの時間を活用して行っている。こうしたいろいろな仕掛けがあるおかげで、毎試合スタジアムの席は満杯の状態になっている。ここに来る多くの観客は、地元住民だと考えると、地域密着型の一つ成功例である。

なぜ、ここまでレスター・タイガースというチームは地域の住民ものすごく愛されていて、応援をしてもらうことのできる地域密着型チームに成長していったのだろうか。それは、レスター・タイガースが持つ、一つのアイデンティティによるものだと考えている。そのアイデンティティとは、50マイル（約50km）の地元出身を主としてチームを構成し、地元ジュニアクラブから育ててきた選手がレギュラーの中心選手として、チームを強化するというものだ。地元出身の選手が多く在籍するチームは、地域の方々に応援されやすい。しかも、ジュニアチームから育成を行っていれば、なおさらである。そして、地域に根付いたスポーツチームを作るうえで、とても重要な項目の一つでもあるのだ。こうしたチームが、強ければ強くなるほど、観客動員数を確保することにもつながってくるのではないだろうか。また、会場内に車いす専用の座席が最前列で用意されている点も、健常者と障害者が一緒にラグビーを楽しむことができ、地元の多くの方々に見てもらいたいというチームの意志を読み取ることができる。こうした、地域を最優先に考えたチームの強化を行うことによって、地域住民の心をつかみ、応援される地域密着型チームへと成長していったのだろう。

（3）他リーグを比較してみても見えること

国内のラグビーリーグと国内にある他のプロスポーツリーグ、それに加えて海外のプロラグビーリーグについて比較してきたが、地域密着型で成功しているスポーツで共通している点が二つある。

まず一つ目は、ホームタウン・ホームスタジアムを所有していること。地域密着型を成功するうえで、重要なこととしてホームタウン・ホームスタジアムがあることというのは、再三述べている。やはり、ホームタウン・ホームスタジアムを持つことによって、地域を固定することができ、特定の地域に対してアプローチをすることができる。そうすれば、おのずと地域住民から応援される流れに繋がり、そのス

スポーツについて知ってもらい、競技人口の増加にも良い影響を与えることができるのだろう。それ以外にも、プロスポーツにおいて収益がチーム単位に変わることが特徴の一つとして挙げられるが、ホームタウン・ホームスタジアムを持てば、その範囲内で自由度をもって活動することができるので、運営の面でもメリットは大きいと考えられる。

二つ目は、子供世代に対する取り組みである。これは私が、ラグビーが地域密着型で大切なこととして、ジュニアチームを持つことに繋がってくる。ジュニアチームがあれば、その地域出身の選手が多く在籍する。そのジュニアチームで育成を行い、将来トップチームでプレーをできれば、地元の方々に応援されるような選手になるだろう。そういった選手が多く在籍すればするほど、地元のファンが増え、結果的に観客動員数の増加にもつながるだろう。ほかにも、スポーツの普及率を上げるために、子供世代はとても重要な存在である。そこで、しっかりとした普及活動を行うことで、各スポーツの魅力について知ってもらい、体験すること。このサイクルこそが、競技人口の増加で大切なことである。そして、このサイクルが行うために、地域密着型になることが必須条件だ。

【第5章】 統括

(1) まとめ

本論文では、国内のラグビーリーグが2022年からリーグが変わり、プロスポーツへと移行することになった中で多くの課題が出た。その課題を解決するための策としてリーグを立ち上げる際に、掲げられていた「地域密着型」というキーワードが新リーグにどのような変化をもたらし、そして「地域密着型」になるためにはどのようにすればよいのかについて考えてきた。

今の日本ラグビー界の課題として、日本国内のラグビー普及率が、海外の強豪国と比べてかなり低いことが挙げられる。これは、日本が今後世界と同等に渡り合っていく中で、普及率を上げることが必要不可欠になってくる。それを期待して、日本ラグビー界は、2022年に前リーグの「ジャパンラグビートップ」から「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」へと移行した。移行する中で、元々企業スポーツとして成り立っていたラグビーリーグが、プロスポーツリーグへと変わった。その結果、今までは日本ラグビーフットボール協会がチケットなどの興行権の主体だったが、それが各チームへと移った。それにより、各チームでの運営がリーグを盛り上げるために重要になった。しかし、スタートダッシュはうまくいかず、前リーグの一試合

当たりの観客動員数を大きく下回り、日本国内でのラグビー人気は段々冷めてきてしまっている。新リーグが発足するタイミングで、一般社団法人ジャパンラグビーリーグワン理事長の玉塚氏は、いくつかのフェーズに分けることで、「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」を段階的に成長させていきたいという風に言っていた。しかし、フェーズを分けるにしても観客動員数を減らし、ラグビー人気を冷めさせてしまっただけでは全く意味がない。そこで、新リーグを立ち上げる時に掲げた「地域密着型」にフォーカスを当てる必要があると私は考えた。なぜなら、何かを広めたいと思ったときに身近な存在からアプローチをかけていかなければならないからだ。だから、チームのある地域に根付いたラグビーチームに変化していく必要があると考えた。もし「地域密着型」が成功した時には、全国各地にラグビーチームがあり、それぞれの地域でラグビーというスポーツが盛んに行われ、地域のコミュニティではラグビーが中心となる。また、地元チームの試合がホームスタジアムであるときは、地域住民が多く駆け付け、スタジアムいっぱいラグビーファンが駆け付けるだろう。その結果、新リーグの一試合当たりの観客動員数は飛躍的に上がるだろう。そして、全国各地でラグビーの普及率が高くなり、競技力向上にもつながり、日本ラグビー界の発展に繋がる。こうした、好循環を生むことができるのが「地域密着型」である。将来、日本ラグビー界がサッカーや野球に続く人気スポーツになる日は、そう遠くはないだろう。

(2) 最後に

私は来年から、新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の参入チームに所属する予定で、これから自分の身を置く場所について深く知ることのできる機会になり、とても有意義な研究になった。本論文の目的としてあげていた、「来年から私が身を置く環境への理解や不安を取り除いていきたい」という点では、解消することができた。そして、本論文を通して変わらなければならないことが分かったので、私が所属予定のチームで意見を出し、より良い環境でラグビーができるように努めていきたいと考える。今後、進化を遂げていく日本ラグビー界の一員として活動できることを誇りに思い、発展に力を貸せるように精進していきたいと思う。最後に、本論文の執筆にあたり、グローバル・アジア研究ゼミにおいてご指導をいただいた金敬黙教授をはじめとして、ゼミの同期・後輩、インタビューを手伝ってくれた友人に深く感謝を申し上げる。

【参考文献】

大山 高『Jリーグが追及する「地域密着型クラブ経営」が未来にもたらすもの』、(青娥書房、2016年11月15日)

笹川スポーツ財団 『企業スポーツの現状と展望』(創文企画、2016年3月31日)

松野 将宏『現代スポーツの制度と社会的構成：スポーツ地域密着戦略』(東北大学出版会、2013年3月)

武藤泰明 『プロスポーツクラブのマネジメント 第2版』、(東洋経済新報社、2013年4月25日)

早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・ファン・マネジメント』、(創文企画、2016年6月10日)

早稲田大学スポーツナレッジ研究会 『スポーツ・エクセレンス ―スポーツ分野における成功事例』、(創文企画、2018年6月11日)

【参考 WEB サイト】

・産経新聞 ラグビーリーグワン 課題はブランド力向上 欠けたファン重視の姿勢-産経ニュース [https://www.sankei.com/article/20220608-](https://www.sankei.com/article/20220608-UYSTYA0OCVM2NEKGEIOYOGDFPQ/3/)

[UYSTYA0OCVM2NEKGEIOYOGDFPQ/3/](https://www.sankei.com/article/20220608-UYSTYA0OCVM2NEKGEIOYOGDFPQ/3/) (2022年10月9日閲覧)

・日本ラグビーフットボール協会 日本代表「ラグビーワールドカップ2015」南アフリカ代表戦 レビュー | 日本ラグビーフットボール協会 | RUGBY : FOR ALL

「ノーサイドの精神」を、日本へ、世界へ。 [https://www.rugby-](https://www.rugby-japan.jp/news/2015/09/20/14178)

[japan.jp/news/2015/09/20/14178](https://www.rugby-japan.jp/news/2015/09/20/14178) (2022年10月14日閲覧)

・ラグビー人気「低迷」していた単純な理由〜スクールウォーズ以後、なぜ学園ドラマで扱われなくなったのか? (高堀 冬彦)

<https://gendai.media/articles/-/45574> (2022年10月17日閲覧)

・神奈川県ラグビーフットボール協会 ラグビースクール 登録チーム

<http://www.rugby-kanagawa.jp/category/10/teams/> (2022年10月17日閲覧)

・関東ラグビーフットボール協会 第102回全国高校ラグビーフットボール大会 令和4年度 全国高校総合体育大会 東京都予選〈第一地区〉 [697-1.pdf](#)

[\(rugby.or.jp\)](#) (2022年10月18日閲覧)

・関東ラグビーフットボール協会 第102回全国高校ラグビーフットボール大会 令和4年度 全国高校総合体育大会 東京都予選〈第二地区〉 [697-2.pdf](#) ([rugby.or.jp](#))

(2022年10月18日閲覧)

- ・ JAPAN SPORT COUNCIL 施設案内 秩父宮ラグビー場
<https://www.jpnsport.go.jp/chichibunomiya/sisetu/tabid/61/Default.aspx> (2022年10月18日閲覧)
- ・ WORLD RUGBY 男子ランキング
<https://www.world.rugby/tournaments/rankings/mru> (2022年10月21日閲覧)
- ・ World Rugby Year In Review 2021
<http://publications.worldrugby.org/yearinreview2021/en/45-1/> (2022年10月21日閲覧)
- ・ ALL About 趣味 国内最高峰ラグビーがここに。トップリーグ紹介
<https://allabout.co.jp/gm/gc/434072/> (2022年10月21日閲覧)
- ・ JR 東日本 and E 企業とスポーツの新しい関係 企業スポーツの効果とは何か? <https://www.andemagazine.jp/2022/07/07/companies-sports-introduction.html>
(2022年10月24日閲覧)
- ・ 情報・知識&オピニオン imidas 廃部続出! 企業スポーツとは何か
<https://imidas.jp/jjikaitai/1-40-080-09-04-g315>
[- :-:text=%20%E4%BC%81%E6%A5%AD%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%84%E3%81%AF%E3%80%81%E7%A4%BE%E5%86%85%E3%81%AE%E5%B%E9%93%E6%A5%AD%E5%93%A1%E3%81%AE%E5%BF%97%E6%B0%97%E9%AB%98%E6%8F%9A%E3%82%84%E4%B8%80%E4%BD%93%E6%84%9F%E3%81%AE%E9%86%B8%E6%88%90%E3%81%AB%E8%B2%A2%E7%8C%AE%E3%81%97%E3%81%9F%E3%81%93%E3%81%A8%E3%81%A7%E9%9A%86%E7%9B%9B%E3%82%92%E6%A5%B5%E3%82%81%E3%81%9F%E3%80%82,%E9%AB%98%E5%BA%A6%E7%B5%8C%E6%B8%88%E6%88%90%E9%95%B7%E6%9C%9F%E3%81%AE%E5%8A%B4%E4%BD%BF%E7%B4%9B%E4%BA%89%E3%81%AE%E9%9A%9B%E3%81%AB%E3%82%82%E3%80%81%E5%94%AF%E4%B8%80%E3%81%AE%E5%8A%B4%E4%BD%BF%E5%8D%94%E8%AA%BF%E3%81%AE%E6%89%8B%E6%AE%B5%E3%81%A8%E3%81%97%E3%81%A6%E4%BC%81%E6%A5%AD%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%84%E3%81%AF%E6%9C%89%E5%8A%B9%E3%81%AB%E6%A9%9F%E8%83%BD%E3%81%97%E3%81%9F%E3%80%82%20%E3%81%9D%E3%81%AE%E5%BE%8C%E3%80%81%96%EF%BD%9E70%E5%B9%B4%E4%BB%A3%E4%BB%A5%E9%99%8D%E3%81%AB%E3%81%AF%E3%83%86%E3%83%AC%E3%83%93%E3%81%AE%E6%99%AE%E5%8F%8A%E3%81%A8%E7%9B%B8%E4%BF%9F%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%80%81%E4%BC%81%E6%A5%AD%E3%81%AE%E5%BA%83%E5%91%8A%E3%83%BB%E5%AE%A3%E4%BC%9D%E3%81%AE%E6%89%8B%E6%AE%B5%E3%81%A8%E3%81%97%E3%81%A6%E3%82%82%E8%AA%8D%E8%AD%98%E3%81%95%E3%82%8C%E3%82%8B%E3%82%](https://imidas.jp/jjikaitai/1-40-080-09-04-g315)

[88%E3%81%86%E3%81%AB%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%81%8D%E3%81%9F%E3%80%82](https://www.tbs.co.jp/noside_game_tbs/introduction/)

(2022年10月24日閲覧)

- ・TBS 日曜劇場『ノーサイド・ゲーム』 はじめに

https://www.tbs.co.jp/noside_game_tbs/introduction/ (2022年10月24日)

- ・TOYOTA INDUSTRIES CORPORATION SHUTTLES ラグビー部 チームコンセプト <https://sports.toyota-shokki.co.jp/rugby/concept/> (2022年10月25日閲覧)

・URAYASU D-Rocks TEAM ABOUT <https://urayasu-d-rocks.com/team/> (2022年10月25日閲覧)

- ・JAPAN RUGBY LEAGUE ONE (リーグワン) 公式サイト チーム一覧

<https://league-one.jp/content/team/2023> (2022年10月25日閲覧)

- ・THE ANSWER トップリーグとはどう違う？ 明らかになったラグビー新リーグ「リーグワン」の全容 <https://the-ans.jp/column/174020/> (2022年10月25日閲覧)

- ・九州電力キューデンヴォルテクス オフィシャルサイト チーム

<https://www.kyudenvoltex.com/team/> (2022年10月25日閲覧)

- ・中国電力レッドレグリオンズ ホームグラウンド アクセス

<https://rrrfc.red/homeground/> (2022年10月25日閲覧)

- ・マツダスカイアクティブズ広島 公式ホームページ チーム

<https://www.skyactivs.com/team.html> (2022年10月25日閲覧)

- ・VICTORY 「企業スポーツはダメ」は本当か？ トップリーグにみる日本ラグビー界のジレンマ <https://victorysportsnews.com/articles/32/original> (2022年10月27日閲覧)

- ・オリンピック公式サイト ニュース 7人制ラグビー「セブンズ」では2016年リオ五輪で男子日本代表が大金星。女子代表は平野優芽ら若手が躍動中

<https://olympics.com/ja/news/7%E4%BA%BA%E5%88%B6%E3%83%A9%E3%82%AF%E3%83%92-%E3%82%BB%E3%83%95%E3%83%B3%E3%82%B9-%E3%81%A6%E3%81%AF2016%E5%B9%B4%E3%83%AA%E3%82%AA%E4%BA%94%E8%BC%AA%E3%81%A6%E7%94%B7%E5%AD%90%E6%97%A5%E6%9C%AC%E4%BB%A3%E8%A1%A8%E3%81%8B%E5%A4%A7%E9%87%91%E6%98%9F-%E5%A5%B3%E5%AD%90%E4%BB%A3%E8%A1%A8%E3%81%AF%E5%B9%B3%E9%87%8E%E5%84%AA%E8%8A%BD%E3%82%89%E8%8B%A5%E6%89%8B%E3%81%8B%E8%BA%8D%E5%8B%95%E4%B8%AD> (2022年10月29日閲覧)

- ・ラグビーリパブリック ヤマハ発動機ジュビロが生まれ変わる！新チーム名称は「静岡ブルーレヴズ」 <https://rugby-rp.com/2021/06/23/domestic/67367> (2022年11月1日閲覧)

- ・パナソニック スポーツ ラグビー お知らせ ワイルドナイツが太田市・大泉町・熊谷市とラグビーを通じた地域振興協定を締結
<https://panasonic.co.jp/sports/rugby/info/2020/210108134600001.html> (2022年11月14日閲覧)
- ・パナソニックホームズ株式会社 企業情報 ニュース プレスリリース 埼玉県が管理する都市公園における民間施設整備「パナソニック ワイルドナイツ」の新たな拠地施設を建設請負
<https://homes.panasonic.com/company/news/release/2020/0806.html> (2022年11月14日閲覧)
- ・ラグビーリパブリック 2019 新リーグ名称は「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」3部構成のチーム分け決定 <https://rugby-rp.com/2021/07/16/domestic/68601> (2022年11月14日閲覧)
- ・SPAIA 来年1月開幕ラグビー「リーグワン」、地域密着狙うも首都圏に一極集中 <https://spai.jp/column/rugby/15162> (2022年11月20日閲覧)
- ・JSPORTS コラム&ニュース サッカーフットサルのコラム ハイレベルな戦いが楽しみなリーグワン。「地域密着」を確立するにはチームの愛称の扱いが課題？
<https://news.jsports.co.jp/football/article/20190310222447/?p=3> (2022年11月24日閲覧)
- ・Yahoo!ニュース クラブライセンスは何のため!? サッカー、バスケットと似て異なるラグビーの審査を問う (大島和人)
<https://news.yahoo.co.jp/byline/oshimakazuto/20211021-00264208> (2022年11月24日閲覧)
- ・笹川スポーツ財団 ラグビーの歴史・沿革
https://www.ssf.or.jp/ssf_eyes/dictionary/rugby.html (2022年11月28日閲覧)
- ・HALF TIME ラグビーの歴史を解説！起源と発展、そして日本へはどう伝わった？? <https://halftime-media.com/sports-market/rugby-history-1/> (2022年11月28日閲覧)
- ・J SPORTS リーグワン チーム紹介 <https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/> (2022年12月2日閲覧)
- ・Jリーグ.jp ニュース 2022 Jリーグ クラブ編成
<https://www.jleague.jp/news/article/21358/> (2022年12月6日閲覧)
- ・サッカーキング Jクラブ経営を支える“3本柱” サポーターも知っておくべき収益構造の基礎知識 <https://www.soccer-king.jp/news/business/20170911/639321.html> (2022年12月6日閲覧)
- ・公益社団法人日本プロサッカーリーグ Jリーグクラブ 経営ガイド2022 PowerPoint プレゼンテーション (jleague.jp) (2022年12月6日閲覧)

- ・ B.LEAGUE ニュース Monthly Marketing Report [PowerPoint プレゼンテーション \(bleague.jp\)](#) (2022年12月7日閲覧)
- ・ 公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ
B.LEAGUE OFFICIAL RULE BOOK 2022-23
https://www.bleague.jp/files/user/about/pdf/r-00_20221122.pdf (2022年12月7日閲覧)
- ・ 日本野球機構 (NPB) オフィシャルサイト 2019年度 セントラル・リーグ選手権試合入場者数 https://npb.jp/statistics/2019/attendance_cl.pdf (2022年12月07日閲覧)
- ・ 日本野球機構 (NPB) オフィシャルサイト 2019年度 パシフィック・リーグ入場者数 https://npb.jp/statistics/2019/attendance_pl.pdf (2022年12月7日閲覧)
- ・ JAPAN RUGBY LEAGUE ONE (リーグワン) 公式サイト NTT ジャパンラグビーリーグワン 2022、総入場者数のお知らせ <https://league-one.jp/news/1488> (2022年12月7日閲覧)
- ・ ラグビーリパブリック プレミアシップ (England) <https://rugby-rp.com/league-category/premiership> (2022年12月9日閲覧)
- ・ プレミアシップラグビー プレミアシップラグビーについて
<https://www.premiershiprugby.com/about-premiership-rugby/> (2022年12月9日閲覧)
- ・ Report from Europe 連載 After2012 オリンピック・パラリンピックから見える風景 8 ヨーロッパのスポーツ戦略—地域密着型のスポーツ <https://mol-medicalonline.jp.waseda.idm.oclc.org/library/journal/download?GoodsID=an4spmee/2014/002603/006&ame=0025-0028j&UserID=54.253.8.229> (2022年12月9日閲覧)
- ・ 一般社団法人日本トップリーグ連携機構 所属リーグ ニュース レスタータイガースの成功理由とは 日本トップリーグ連携機構海外研修レポート (6)
<https://japantopleague.jp/archives/1233> (2022年12月13日閲覧)
- ・ 外務省 HP アイルランド共和国基礎データ
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/iceland/data.html - section1> (2022年12月14日閲覧)
- ・ 外務省 HP フランス共和国基礎データ
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/france/data.html - section1> (2022年12月14日閲覧)
- ・ 外務省 HP 南アフリカ共和国基礎データ
https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/s_africa/data.html - section1 (2022年12月14日閲覧)
- ・ 外務省 HP ニュージーランド <https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/nz/data.html - 01> (2022年12月14日閲覧)

- ・外務省 HP 英国 <https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/uk/data.html - section1> (2022年12月14日閲覧)
- ・外務省 HP アルゼンチン共和国
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/argentine/data.html - section1> (2022年12月14日閲覧)
- ・外務省 HP オーストラリア連邦
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/australia/data.html - section1> (2022年12月14日閲覧)
- ・総務省統計局 人口推計 (2021年10月1日現在) 結果の要約
<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/2021np/index.html> (2022年12月14日閲覧)
- ・Sin-Cos Group スコットランドの基本情報
<http://sin-cos-group.com/sincos/scotland/kihon.htm> (2022年12月14日閲覧)
- ・ウェールズ日本人会 ウェールズの基本情報 <https://walesjapanclub.com/wales-basic-info/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 埼玉パナソニックワイルドナイツ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/wildknights/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 静岡ブルーレヴズ <https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/bluerevs/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 東芝ブレイブルーパス東京
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/bravelupus/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 トヨタヴェルブリッツ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/verblitz/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 三菱重工相模原ダイナボアーズ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/dynaboars/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 リコーブラックラムズ東京
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/blackrams/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 NECグリーンロケッツ東葛
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/greenrockets/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 クボタスピアーズ船橋・東京ベイ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/spears/> (2022年12月14日閲覧)
- ・JSPORTS チーム紹介 コベルコ神戸スティーラーズ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/steelers/> (2022年12月14日閲覧)

- ・ JSPORTS チーム紹介 東京サントリーサンゴリアス
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/sungoliath/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 花園近鉄ライナーズ <https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/liners/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 横浜キャノンイーグルス
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/eagles/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 浦安 D-Rocks <https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/d-rocks/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 釜石シーウェイブス RFC
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/seawaves/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 清水建設江東ブルーシャークス
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/bluesharks/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 豊田自動織機シャトルズ愛知
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/shuttles/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 日野レッドドルフィンズ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/reddolphins/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 三重ホンダヒート <https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/heat/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 NTTドコモレッドハリケーンズ大阪
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/redhurricanes/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 九州電力キューデンヴォルテクス
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/kyudenvoltex/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 クリタウォーターガッシュ昭島
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/watergush/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 中国電力レッドグリオンズ
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/redregulions/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ JSPORTS チーム紹介 マツダスカイアクティブ広島
<https://www.jsports.co.jp/rugby/league-one/team/skyactives/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ 埼玉パナソニックワイルドナイツ 公式サイト 試合日程・結果
<https://panasonic.co.jp/sports/wildknights/match/games/> (2022年12月14日閲覧)
- ・ 静岡ブルーレヴズ 公式サイト 試合日程・情報・結果 <https://www.shizuoka-blurevs.com/game?season=8&tournament=> (2022年12月14日閲覧)

- ・東京ブレイルーパーズ 公式サイト 試合日程・結果
<https://www.bravelupus.com/game/> (2022年12月14日閲覧)
- ・トヨタヴェルブリッツ 公式サイト 試合情報
<https://sports.gazoo.com/verblitz/schedule/2022/> (2022年12月14日閲覧)
- ・三菱重工相模原ダイナボアーズ 公式サイト 試合日程・結果
<https://dynaboars.mhi.com/fixtures-results/2023/> (2022年12月14日閲覧)
- ・リコーブラックラムズ東京 公式サイト 試合日程・結果 <https://blackrams-tokyo.com/game/index.html> (2022年12月14日閲覧)
- ・NECグリーンロケッツ 公式サイト 試合日程・結果
<https://green.necrockets.net/match/schedule/> (2022年12月14日閲覧)
- ・クボタスピアーズ船橋・東京ベイ 公式サイト スケジュール
<https://www.kubota-spears.com/schedule/> (2022年12月14日閲覧)
- ・コベルコ神戸スティーラーズ 公式サイト スケジュール
<https://www.kobesteelers.com/team/schedule/> (2022年12月14日閲覧)
- ・東京サントリーサンゴリアス 公式サイト 試合日程・結果
<https://www.suntory.co.jp/culture-sports/sungoliath/result/2022.html> (2022年12月14日閲覧)
- ・花園近鉄ライナーズ 公式サイト 試合日程&結果2022 <https://hanazono-liners.jp/shiaiyotei-kekka2022/> (2022年12月14日閲覧)
- ・横浜キャノンイーグルス 公式サイト 試合結果 <https://www.canon-eagles.jp/gameinfo/> (2022年12月14日閲覧)
- ・浦安D-Rocks 公式サイト 試合日程 <https://urayasu-d-rocks.com/game/> (2022年12月14日閲覧)
- ・釜石シーウェイブスRFC 公式サイト 試合日程・結果 <https://kamaishi-seawaves.com/game/> (2022年12月14日閲覧)
- ・清水建設ブルーシャークス 公式サイト 試合日程・結果 https://blue-sharks.jp/category/schedule-and-result/season_2022_2023/ (2022年12月14日閲覧)
- ・豊田自動織機シャトルズ愛知 公式サイト スケジュール&結果
<https://sports.toyota-shokki.co.jp/rugby/scheduleresult/2022/> (2022年12月14日閲覧)
- ・日野レッドドルフィンズ 公式サイト 試合情報 <https://hino-reddolphins.com/matches/> (2022年12月14日閲覧)
- ・三重ホンダヒート 公式サイト 試合日程&結果 <http://www.honda-heat.jp/game.html> (2022年12月14日閲覧)
- ・NTTドコモレッドハリケーンズ大阪 公式サイト 試合結果 <https://docomo-rugby.jp/game/game.html?id=254> (2022年12月14日閲覧)

・クリタウォーターガッシュ昭島 公式サイト 試合結果 <https://www.kurita-watergush.jp/news-matchresult/> (2022年12月14日閲覧)