

V.LEAGUE のアカデミー創設が所属チームへの愛着形成に及ぼす影響

宮本 レナ

1. はじめに

1.1 研究背景

V.LEAGUE¹ DIVISION1男子の総入場者数は、コロナ禍による入場者数の規制があったシーズンを除いて増加傾向にある。1シーズン当たりの試合数が増加している一方で、1試合当たりの平均入場者数は減少傾向にある。

図表 1 DIVISION1男子 来場者の推移



出典: バレーボール Vリーグ コーポレートサイト [2]をもとに筆者作成

2024-25シーズンからは新たな国内リーグ『S-V.LEAGUE』が新設され、クラブライセンスの基準として各チームにユース選手を育成できるアカデミー²チームの保有が必須となる[3]。日本経済新聞によると、2023年12月20日時点で、男子はDIVISION1の全10チームを含む14チーム、女子はDIVISION1の全12チームを含む15チームの計29チームがライセンス申請し、来春の理事会で交付するチームが決定される見込みだ[5]。

アカデミーを推進する動きが見られる中、V.LEAGUEが行っている取り組みとして、2015年度に創設されたV.LEAGUEジュニア選手権[6]が挙げら

れる。この取り組みは、V.LEAGUEに加盟するアカデミーチームの中学生を対象にしたトーナメント大会であり、バレーボール人口減少への対策やV.LEAGUE加盟チームのアカデミーの創設・育成促進への取り組みの一環として創設された。

2023年度は一般社団法人ジャパンバレーボールリーグ機構(日本バレーボールリーグ機構)主催のもと、予選大会を岐阜メモリアルセンター(岐阜県岐阜市)にて、日本一決定戦を、男子はエントリオ(愛知県稲沢市)にて、女子は小真木原体育館(山形県鶴岡市)にて開催した。この大会では、男子は19チーム、女子は22チームの計41チームが出場した。

日本バレーボールリーグ機構は、V.LEAGUEの観戦者数や競技人口の減少傾向に危機感を持っており、その打開策としてV.LEAGUE加盟チームのアカデミー創設を推進している。これらの取り組みはアカデミーの創設・発展によるV.LEAGUE全体の活性化を目指していると考えられる。

1.2 研究目的

以上の研究背景を踏まえ、本研究では、V.LEAGUE全体の活性化の一助として期待されているアカデミーに着目し、スポーツチームのアカデミー過程が、アカデミー選手の所属チームへの愛着形成に及ぼす影響を明らかにしたうえで、V.LEAGUEおよびS-V.LEAGUEの持続的な観戦者の向上やアカデミーチーム新設の可能性に繋げることを目的とする。

2. 先行研究

2.1 クラブ型構想³を強めるチームの事例[7]

実業団チームが多く在籍する国内のバレーボールリーグの中で、プロスポーツ的側面を持つクラブ型構想を進めるチームが増加する現状から、クラブ型構想を進めるチームの活動やホームゲームの運営状況について調査を行ったところ、収入事業が不足しており、ホームゲームの入場料収入だけでは設備使用料すらまかなえない事態が明らかとなる。スポー

¹ V.LEAGUEとは[1]国内最高峰のバレーボールリーグであり、1967年からスタートした「日本リーグ」が前身となる。1994年には「Vリーグ」に、2006年には「V・プレミアムリーグ」に名称を変更しており、現在の「V.LEAGUE」に変更されたのは2018年である。本研究では、現在の国内バレーボールリーグのことを指すため、「V.LEAGUE」と表記する。

² 本研究では、若手選手の育成・強化を目的に設けたスポーツチームの下部組織のことをアカデミー[4]として扱う。競技の普及を目的とした活動は「クリニック」として表記し、アカデミーとは別の活動として扱う。

³ クラブ型構想[7]とはプロスポーツをもとに、一企業から脱却し、チーム独自で経営するスポーツチームの構想である。

ツチームがクラブ型構想を進めるうえで、地域と連携した活動の展開がチーム存続の一助として挙げられる。

2.2 観戦者を対象とした地域愛着構造の事例

井澤ら[8]の研究では、スポーツチームは地域密着型経営を行う傾向から、チームが地域に対して社会的な存在感や役割を果たすことで地域愛着の形成に貢献することを明らかにした。スポーツチームの本拠地に在住する現地観戦者に行ったアンケートをもとに分析したところ、彼らは地域同一性・依存性が構成されており、多次元の地域愛着構造が明らかとなった。

2.3 サッカーにおける現地観戦者の行動プロセス

堂前ら[9]の研究では現地で試合を観戦するサッカーファンを取り上げ、脳科学を交えた消費者行動モデルが提案された。消費者の行動プロセスは情報発信、認知・共有、共感、期待、観戦、評価・整理の6つのステージから構成されており、サッカーチームの運営で活用する際には共感が最も重要であることが明らかとなった。

3. 本研究の新規性と仮説

3.1 新規性

先行研究では、スポーツチームが本拠地の社会的な存在感や役割を担うことが観戦者の地域への愛着形成に大きく貢献することが明らかとなった。特にクラブ型構想を進めるチームでは、本拠地との連携がチーム存続の一助となることも明らかとなった。また、現地で観戦する消費者の行動プロセスにおいて、共感というステージが最も重要であることも明らかとなった。

一方、セカンドホームのような本拠地とは別の地域におけるチームへの愛着の形成については明らかになっていない。また、観戦者よりもチームに対しての共感を得る機会が多いアカデミー所属の選手に着目した研究も行われていなかった。

これらを踏まえ、スポーツチームのアカデミー運営に着目し、アカデミー選手の共感の獲得とそれによる所属チームへの愛着形成について明らかにする。また、本拠地と他地域でのトップチームへの愛着形成の相違について調査する。

以上の2点を本研究の新規性とする。

3.2 仮説

新規性を踏まえ、以下の仮説を立てた。

アカデミー所属の選手はトップチームをより身近に感じることができるため、共感を得やすく、かつ所属チームへの共感によってトップチームへの愛着が形

成されると考える。また、本拠地から離れていても、所属チームへの共感という点においては地域差が存在しないため、トップチームへの愛着形成に地域差はないと考える。

4. 研究方法

4.1 本拠地以外でのアカデミー展開の事例

會津Jr.BLAZERS[10]は2021年4月に会津で誕生した、男子バレーボールチームで、会津初のV.LEAGUE加盟のアカデミーである。会津若松市の中学男子を対象に活動しており、現在は会津若松市を中心に、市外の選手も在籍している。男子のDIVISION1に所属する「日本製鉄堺ブレイザーズ」をトップチームとして持つ、パートナーシップスクールでもある[11]。V.LEAGUE加盟チームの多くが本拠地あるいは本拠地を置く県内でのアカデミー創立をする中で、本拠地以外の地域にアカデミーを展開する数少ない事例である。

当アカデミーチームは市内の企業・公共団体の援助のもと、「會津ジュニアブレイザーズカップ」やバレーボールクリニックを開催し、福島県内のバレーボール普及および強化を行っている。また、前述のV.LEAGUEジュニア選手権への出場やトップチームの本拠地へ遠征するなど県外にも活動の範囲を広げている。

4.2 インタビュー概要

本拠地とは別の地域でアカデミーが展開されている會津Jr.BLAZERSの運営スタッフと所属選手を対象にインタビュー調査を実施した。

当アカデミーチームの代表とマネージャーには、活動地域に対する広報活動や所属選手とその家族へのアプローチ、今後のチーム運営の発展やビジョンについてインタビュー調査を行った。

所属選手には、所属チームの活動への共感とトップチームである日本製鉄堺ブレイザーズへの共感やトップチームおよび所属チームへの愛着形成やバレーボールを始める前後での競技に対する関心の変化についてインタビュー調査を行った。

現在、本拠地以外の地域にアカデミーチームを展開する事例が少数であるため、定量調査をするに十分なサンプル数がないことに加え、選手の共感や愛着が形成される過程を深掘りできることや数値化できないアカデミーにおける活動へのモチベーションや感情についても考察できることからインタビュー調査を選択した。

調査対象は會津Jr.BLAZERSの代表1名、マネージャー1名と選手A⁴、選手B⁵の計4名。調査方法は事

⁴ 中学3年生。中学入学時に競技を始める。クリニックをきっかけにアカデミーを知り、入団時にトップチームの存在を知る。

⁵ 中学2年生。小学6年生の時に競技を始める。クリニックをきっかけにアカデミーチームを知り、小学6年時にトップチームの存在を知る。

前に実態を把握するアンケートをGoogleフォームで実施し、回答をもとに対面またはオンラインにて半構造化インタビューを行った。

調査期間と調査項目は以下の通りである。

調査期間:2024年1月15日から2月3日

調査項目:アカデミーチームの地域貢献活動・広報活動の現状、所属選手とその家族へのアプローチ方法、チームの今後の展望 等(運営スタッフ)

競技を始める前後でのバレーボールへの関心の変化、所属チームの活動に対する共感、退団・選手引退後のバレーボールへの関わり方 等(所属選手)

5. 調査結果

運営スタッフへのインタビュー調査

【地域貢献活動・広報活動の現状】

地域貢献活動としては、會津ジュニアブレイザーズカップを毎年開催し、県内のバレーボールの普及と強化を行っている。この活動にはトップチームの選手を呼び、トップ選手と交流する機会を設けている。大会部門参加の告知は市外の中学校やバレーボールチームにも行っている。また、個人のレベルアップを目的としてクリニックも同時に開催している。活動に参加した人の中には実際にアカデミーへ入団したケースも多く、バレーボールの普及やアカデミーの広報活動としての効果を実感している。

他にもトップチームのホームで前座試合を予定しているが、トップチームのファンに向けたアプローチは視野に入れておらず、地域を超えたアカデミーチームへの愛着形成は現時点では考えていないが、バレーボールに夢を持てるようにするためにSNSを用いたアカデミーの活動内容の広域的な広報活動を検討している。

【所属選手とその家族へのアプローチ】

所属選手へは技術面の向上だけでなく、アカデミーチームならではの経験や環境の提供を行っている。これは部活動では経験できない、トップ選手との交流やトップチームのホームへの遠征などが挙げられる。所属選手へ人間形成の糧となる経験や環境を提供し、選手自らが「何を求めるか」を考えさせ、主体的に獲得していく姿勢を育成している。

家族へはチームの方針や指導者のコンセプト、チームの生い立ちなどをまとめた「ブレイザーズファイル」を入団時に配布し、丁寧な説明を行っている。中には名産品の起き上り小法師の「七転び八起き」にかけた表現をしており、馴染みやすさも心掛けている。意識改革と構造改革を目標としており、チームのコンセプトや目標を忘れないためにも文字に起こし、ファイルとして配布している。

所属選手だけでなく、OB選手へのアプローチも行っており、退団後も進学先の高校と交流を行っている。またキャリア形成の相談も受けており、チームス

タッフを目指すOB選手をトップチームのホーム遠征に帯同させた事例もある。

【チームの展望・ビジョン】

現在は上部組織が存在し、そのパートナーシップスクールという立ち位置だが、将来的には独立してトップチームからアカデミーチームまでの一貫体制を会津または東北に築くことを展望として挙げる。アカデミーについては、現在、中学生のみを対象としているが、将来的には小学生、高校生、Aチームといった複数のカテゴリー保有や企業のサポートのもと、バレーボールで生計を立てられる体制を整え、地元でのプレイ機会の創出を目標としている。

しかし、現状として、会津や東北をホームとする際に集客や収益への期待値が低いだけでなく、ホーム周辺の施設やスタッフの不足、体育館の確保などの課題が挙げられる。アカデミーの発展に関しては、会津の指導者不足が課題として挙げられる。バレーボールを指導するに当たって、コーチや審判の資格取得が必要となるが市内の有資格者が極めて不足している状態である。現在のアカデミーにおいても、指導者不足を感じている。

一方、トップチームが第4のホームとして東北を挙げられたことや会津の強みである観光業から、実際にホームになった際のスポーツによる外部性が期待できる。

選手へのインタビュー調査

【競技を始める前後での関心の変化】

両選手ともバレーボールを始めたことによって、試合を観戦する機会が格段に増えた。日本だけでなく、海外の試合も観戦するようになった。また、試合を観戦の際、競技未経験の時はただ見ているだけであったが、競技経験以降はプレイについてプレイヤー視点で考えて観戦するようになった。しかし、会津周辺で試合を観戦できないという点から現地での観戦経験は極めて少ない。現地での観戦意欲は非常に高く、現地の迫力や選手のアップ姿を見たいといった現地観戦ならではの経験に関心が高い。また、バレーボールに関する消費の変化として、選手Bは自分たちが掲載された雑誌を購入するようになったと回答。一方、応援グッズへの興味はなかった。

【共感の獲得】

指導者が掲げる目標とチームの目標がマッチしており、普段の活動から目標を意識して活動している。個人的な目標を持ちつつも、指導者・チームの目標に共感していると回答。トップチームに対しては共感よりも憧れに近い感情を抱いている。トップ選手との交流から、少なからず身近に感じてはいるが、憧れが強まったと回答。

所属チームでの学びについては、普段の生活でも生きてると実感しており、礼儀・意識改革といったチームの方針に強く共感していると回答。

【退団・選手引退後のバレーボールへの関わり方】

選手引退後のビジョンとしては、両選手ともに競技を長期的に支えたいと回答。会津の指導者不足の課題を受けては、セカンドキャリアとして指導者に関心を持っている。その要因として、指導者人材の増加が競技レベルの向上や活性化への期待値が高いことが挙げられる。また、地元に対して強い愛着が形成されており、選手引退後であれば地元でのバレーボール普及に関心が高く、会津でのトップチームの新設は望ましいと回答。

退団後の選手としてのビジョンについては、選手Aは勉強面を考慮した進路を選択。バレーボールは今後も続け、学業と競技の両立を目指す。選手Bは現時点での明確なビジョンはない。両選手とも、競技のレベルアップを望み、より強くなれる環境を望むため、地元を離れることも視野に入れている。

6. 結論と考察

調査結果から、チームの積極的な意識改革がアカデミー選手に身についており、それによって所属チームに強い共感を生み出すことが分かった。一方、アカデミー選手はより身近な存在に共感を得るため、トップチームよりも所属チームに強い共感を持ち、トップチームへは憧れや関心といった感情のほうが強い傾向にある。選手キャリアの形成においては、地域への愛着よりもレベルの高さも求める。一方、選手引退後は地元の競技普及に関心が強く、地域への愛着が強い傾向にある。観戦においては、競技経験後から観戦機会が顕著に増加したが、現地観戦となると、遠方での開催が障害となっている。

このことから地域を超えたアカデミーの展開は、トップチームへの関心や憧れといった感情を生み出すことができる。しかし、所属チームや活動地域ほどの強い愛着の形成は期待できないと考えられる。アカデミーの地域を超えた展開によって、トップチームへの愛着の地域差を完全に埋めることはできないと考えられる。今回、調査対象としたアカデミーチームはトップチームから独立した活動も多数展開しているため、トップチームへの所属意識が弱い傾向にあると考えられる。

なお、地域を超えたアカデミーチームの展開はバレーボールを密に関わる習慣がない地域での普及という点で、大いに効果的であると考えられる。そのため競技の普及という目的であれば、他地域でのアカデミー展開は有効的であると考えられる。

7. 今後の課題

本研究において共感による所属チームへの愛着の形成が明らかになった一方、本拠地で展開されているアカデミーチームと他地域のアカデミーチームとの愛着や共感の強さについて比較することは叶わなかった。本拠地でのアカデミーチームの愛着や共感

の程度を明らかにし、本研究の調査結果と比較することで、トップチームへの地域差による愛着の度合いを明らかにすることができると考えられる。

本研究の調査で会津のホーム発展の障害が明らかとなった。周辺設備や人材不足、体育館へのアクセスといった障害の打開策の提示にも目を向けて研究する必要がある。現時点で、ホームの体育館へのアクセスの課題に対し、シャトルバスを運行するチームも存在する。その取り組みをもとに、地域のバス会社とのコラボレーションによるシャトルバスの運行といった打開策も考えられる。これらのスポーツによる地域への外部性の検証。

以上の2点を研究課題とする。

謝辞

ご多忙の中、調査にご協力いただきました會津 Jr.BLAZERSの皆様に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] バレーボール Vリーグ オフィシャルサイト 『トップリーグヒストリー』
vleague.jp/about/history
- [2] バレーボール Vリーグ オコーポレートサイト 『来場者データ』
<https://vleague.or.jp/about/visitor.php>
- [3] バレーボール Vリーグ コーポレートサイト 『記者会見資料』
https://vleague.or.jp/user_files/uploads/news/2022-23/20230426_%E8%A8%98%E8%80%85%E4%B9%A%E8%A6%8B%E8%B3%87%E6%96%99.V.LEAGUE_REBORN.pdf
- [4] ベガルタ仙台オフィシャルサイト 『アカデミーに(チーム)について』
<https://www.vegalta.co.jp/academy/about.html>
- [5] 日本経済新聞 2023年12月20日
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOKC20A-WW0Q3A221C2000000/>
- [6] バレーボール Vリーグ オコーポレートサイト 『Vリーグジュニア選手権』
https://vleague.or.jp/public/vleague_junior.php
- [7] 増山光洋、村本伸幸、柿島新太郎、濱口純一、吉田康伸(2012) 『バレーボール Vリーグにおけるホームゲーム実施とクラブ運営の研究—V・チャレンジリーグを対象として—』
- [8] 井澤悠樹、出口順子、長谷川健司、清川健一(2023) 『観戦者行動研究における地域愛着構造の再検討—バレーボール・Vリーグ観戦者を対象として—』
- [9] 堂前力真、大槻明(2018) 情報知識学会誌 2018 『スポーツ・ファン・マネジメント研究』
- [10] 會津 Jr.BLAZERS
<https://www.aizujr-blazers.com/>
- [11] 日本製鉄堺プレイヤーズ公式ページ 『スクール』
<https://www.blazers.gr.jp/web/school/>