

B リーグクラブの人気と課題

ー群馬クレインサンダーズの事例を中心にー

国内において、国民的スポーツとしてサッカーと野球が大きな人気を獲得しており、プロサッカーリーグである J リーグやプロ野球リーグであるセ・リーグ、パ・リーグが多く日本人に認知されている。一方、国内の団体競技のプロリーグとして 3 番目に誕生したバスケットボールリーグの B リーグは国内において J リーグやセ・リーグ、パ・リーグに肩を並べるような知名度や人気は獲得しているとは言い難い状況である。しかし、近年 2023 年に行われた FIFA ワールドカップで日本代表がアジア 1 位となるなどバスケットボールは国内に大きな変化と話題を与えている。2024 年のパリオリンピックへの出場の影響により、ますます国内のバスケットボールへの関心が集まると推測するが、B リーグは国内における認知と人気に課題がある。B リーグの認知と人気を上げるためには、B リーグに所属する 1 つ 1 つのクラブが知名度を向上させ、多くのファンを獲得することが必要であると考えられる。今回は、地元クラブである群馬クレインサンダーズに焦点を当て、B リーグのクラブ人気の格差をなくすことを目的とした。本論文では、B リーグ内の人気クラブと海外バスケットボールリーグの NBA で人気を獲得しているクラブや知名度の獲得に成功した事例を分析し、B リーグクラブが関心や人気を獲得するために必要な要素や取り組み、課題を明らかにした。また、上記の分析を踏まえ、群馬クレインサンダーズが現在よりも人気クラブになるために必要な施策や課題を提示した。

2023-24 シーズンの B リーグにおいて平均入場者数が多い 2 クラブと SNS のフォロワー数が最も多い 1 クラブの取り組みや成績等を分析した結果、優勝経験があることと多種多様な地域密着活動を行っており、地域活動に力を入れていること、8000 人から 1 万の収容人数を備えた規模の大きいアリーナをホームアリーナとしていることが共通していた。また、NBA で人気の獲得に成功したクラブは 1 年に 100 以上のイベントを開催し、ファンや地域との密着を強める活動をしていることやホームアリーナに話題になるような施策を行っていることなどが分かった。一方、地元クラブである群馬クレインサンダーズは B リーグのトップカテゴリである B1 での優勝経験はなく、2024 年の 1 月から 9 月までに行った地域密着活動の回数は人気クラブの約半分であった。群馬クレインサンダーズの課題は「地域との活動の少なさ」「ファンとの交流の少なさ」「B1 での優勝経験がない」ことであると考えた。マスコットキャラクターや所属選手による毎月の学校訪問やファンとのコミュニティイベントを開催し、地域貢献活動を増やすことやファンとのつながりを強めること、東地区や B1 で優勝することを群馬クレインサンダーズへの提言とした。