

特集 講演録

「Bリーグの今後の展望と西宮ストークスの取り組み」



公益財団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ 理事
株式会社スマートバリュー 取締役兼代表執行役社長
渋谷 順氏

創業から93年、元々は町工場から始まり、今はIT会社へと変革した(株)スマートバリューを経営する傍ら、ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ（以下、Bリーグ）所属のプロバスケットボールチーム「西宮ストークス」のクラブオーナーを務めている。そのご縁もあってBリーグ理事にも就任しており、コロナ禍で非常に大変な時期ではあるが、島田チェアマンのリーダーシップの下、厳しい状況乗り越えるべく頑張っている。

本日の講演では、西宮ストークスやBリーグの取り組み紹介を通じて、コロナの影響を踏まえながらも、スポーツの魅力や価値、ソーシャルインパクトがどれくらいあるのかをお伝えしたい。

西宮ストークスの取り組み

西宮ストークスは、公共施設である「西宮中央体育館」を本拠地として、最大約2,500名の規模での興行を行っている。平均身長190cmの選手が徹底的に身体をぶつけ合う、迫力のあるバスケットボールの試合を非常に近い距離でファンの方々にご覧いただいている。

当クラブは2010年に設立し、当時は神戸の地に本拠地を構えていた。私自身は2015年よりスポンサーとなり、Bリーグの始まる2016年にクラブオーナーを引き受け、運営会社である(株)兵庫プロバスケットボールクラブを立ち上げてこれまで5年間運営してきた。兵庫の地にプロバスケットボールクラブは1チームだけであり、当時のクラブ設立

に対して強い感謝の気持ちを持って、「この灯を消すことなく、しっかりしたクラブにしていこう」という想いで取り組んでいる。

BリーグにはB1、B2に準会員であるB3を加えた計45クラブが所属しており、当クラブはB2でスタートした。初年度に優勝・昇格し、2017-18シーズンはB1で戦ったが、残念ながら1年で降格し、2018-19シーズンより再びB2で戦っている。2020-21シーズンはコロナ禍で収容人数を抑えた形で運営を行っているが、現在西地区では首位を走っており、今シーズンで何とかB1に上がろうという気持ちで頑張っている。

営業損益について触れると、優勝し

た1年目のシーズンは約1億円の赤字、2年目も約6,000万円の赤字と非常に厳しい状況であった。3年目は運営体制を見直した結果少し黒字化し、昨年度も黒字を見込んでいたが、最終的にコロナの影響により約3,600万円の赤字となった。5年目の今期もチケット収入が落ち込むなど非常に厳しい状況ではあるが、黒字確保に向けて選手だけでなく運営スタッフも懸命に取り組んでいる。ようやく体制が整ってきているので、次の5年間に向けて、西宮ストークスとしての事業をスケールしていきたいと考えている。

Bリーグの現状と将来構想

Bリーグは2016-17シーズンから始まり、現在5シーズン目を迎えている。「世界に通用する選手やチームの輩出」、「エンターテインメント性の追求」、「夢のアリーナの実現」の3つのミッションを掲げ、各チームがそれぞれ前に進めている。

Bリーグ自体の事業成果を申し上げますと、昨シーズンはコロナ禍により全体の1/3の試合が中止となり、入場者数は171万人に留まった（コロナがなければ277万人を見込んでいた）。営業収入は昨シーズンより少し純増ではあったが、本来であればもっと拡大する予定であった。また昨シーズンはB1・B2所属36クラブのうち黒字は11クラブで、残り25クラブは赤字と大変厳しい状況であったが、支えてくれているスポンサーやファンの方々のお力添えをいただきながら、前を向いて運営している。

2020年に発表したBリーグの将来構想では、「バスケットボールで日本を元気にします！」を掲げ、国民的スポーツとしての認知度向上、NBAに次ぐリーグとしての地位確保などを目

指している。ハードルの高い目標ではあるが、夢を持って取り組んでいこうと話している。Bリーグの競技レベルは、アジアのクラブ単位での大会で優勝するなど、この5年間でかなり高くなってきており、世界に通用する選手やチームの輩出へと繋がりがつつある。

次のステージに進むためには、アリーナに関して、ソフトとハードの一体運営が大前提であり、クラブ自らがアリーナを建設・経営することが最も理想的となる。また、他のスポーツと比べてファンの年齢層が若く、女性やファミリーの割合が多いことから、デジタルマーケティングやメディアカンパニー化を推進している。具体的には、観戦できなくなったチケットを転売できる公式セカンダリーマーケットの検討や、デジタルデータを活用してチケットの価格を試合ごとに変えるダイナミックプライシングの導入を始め、少しずつ拡大していくことを見込んでいる。

アジア戦略も本格稼働しており、台湾、中国、韓国、フィリピン、インドネシアの5カ国のアジア枠の選手獲得も含めて動いている。急成長を遂げるBリーグへのアジアからの関心は高く、今シーズン初頭にフィリピンの大学ナンバーワンだった選手がB1クラブに加入し、フィリピンでライブ配信したところ、多数の視聴者獲得につながった事例もある。また、競技の裾野をしっかりと広げるとともに、バスケットボールというスポーツを核に地域全体で価値を上げることにも試行しようとしている。

さらには、2026年を見据えた次の改革を検討しており、昇降格のないエクспанション型リーグへの移行や、クラブライセンス基準の引き上げなどを議論しながら進めている。

Bリーグの今後の展望

世界のスポーツリーグ・団体の売上と比較すると、日本のスポーツ界の売上規模は小さいが、まだまだ伸びしろがある市場と前向きに捉えている。特にバスケットボールは、ファンの年齢層の若さや競技人口の多さ、さらにはアリーナビジネスであることから、可能性・期待ともに高いマーケットであると考えている。

アリーナスポーツが持つ価値や魅力、ソーシャルインパクトは、他の産業と全く別物であると身をもって実感している。スポーツ協賛のニーズが、これまでのチーム支援、マーケティング活用から、社会基盤となったスポーツを活用して共創や課題解決と一緒にやっていくというモデルに変わってきていることから、そのことが分かる。

西宮ストークスをはじめとする全国のBリーグのクラブが競技やアリーナを軸にしながら、スポーツ産業の発展に資する活動を夢を持って続けていくことが重要だ。コロナ禍で難しいかじ取りではあるが、スポーツの魅力があるからこそ、運営側としてもやっつけると信じている。

ぜひ西宮ストークス、バスケットボールの魅力を感じていただける企業の皆様と、色々な場面で一緒にできる場面があればうれしく思う。

(2月24日 神戸スポーツ産業懇話会第9回特別公開セミナーより 文責：事務局)

〈お知らせ〉
4月3日(土)・4日(日)に、グリーンアリーナ神戸にて、バンビシャス奈良とのホームゲームを開催します。
万全の感染対策を実施しておりますので、ぜひこの機会に観戦にお越しください。
<https://www.storks.jp/>