

特集：いま、注目を集めるスポーツビジネス

第4章

総合型地域スポーツクラブ

——きゅぽらスポーツコミュニティの取組み



一色 義直

東京都中小企業診断士協会

1. 総合型地域スポーツクラブの可能性

本章では、総合型地域スポーツクラブ（以下、総合型SC）の可能性に着目し、診断士の視点から検討を行った。日本では、スポーツ活動へのニーズやウォンツはあるが、社会がその場を提供していない可能性が指摘されている。その受け皿となるべき総合型SCについても、現状では期待されるほどの成果を挙げられていない。それは、総合型SC事業の経営の自立性・安定性が低いままにとどまっていることと無関係ではないと考えられる。

一方で、経営に工夫を重ね、一定の成果を挙げている事例もある。埼玉県川口市の総合型SC「きゅぽらスポーツコミュニティ」においては、ソーシャルネットワークングサービス（以下、SNS）を活用し、20～60代の幅広い世代の参加を集め、活動を拡大している。経営面でもさまざまな経営努力を通じて補助金、助成金への依存度を低減させている。

このような先進的事例を参考に、全国の総合型SCがさらに経営の自立性・安定性を高め、積極的な活動を展開して、地域、公共へ新たな価値を提供することを期待している。

2. 総合型SCとは

(1) 総合型SCの概要

総合型SCとは、地域住民が気軽にスポー

ツを楽しむ場であり、同時に地域住民が交流を深める場でもあると定義されている。現在、全国に約3,400（市町村数の約2倍）のクラブが存在し、その数は微増傾向にある。

これらの活動は、主に地域の小中学校のグラウンド、体育館、公民館などの公共施設を拠点として行われている。運営する主体はボランティアやNPOなどの民間組織、民間事業者である。また、活動拠点に近い小中学校の空き教室などに事務所や交流サロンを設けている例もある。

(2) 類似業種・組織との比較

よく比較される例として、民間フィットネスクラブ、旧来からの地縁型スポーツサークルがある。

民間フィットネスクラブは、総合型SCと比較して、明らかに高付加価値型のスポーツ活動施設である。全国に約4千施設存在すると言われ、クラブ数自体は総合型SCに近い。

しかし、一クラブ当たりの平均会員数は数倍～数十倍、一会員当たりの平均事業予算は数十倍あると見積もられている。また、事業の性質上、立地が人口集中エリアに限られるという傾向があり、総合型SCと直接的な競合関係にはないと考えられる。

旧来からの地縁型スポーツサークルとして、多くの地域に草野球、草サッカー、草テニス同好会などが存在している。これらのクラブも自主的な運営の下で、スポーツ活動と交流

を目的とした活動を行っており、外見上は総合型 SC との差異を見出しにくい。しかし、これらのクラブでは単一種目が行われ、競技レベルや世代が近い者により構成されていることが多い。このため、閉塞性、孤立性を帯び、時間の経過とともに活動が衰退していくことがあると指摘されている。

これに対し総合型 SC は、競技種目、競技レベル、年代を超越した人々の緩やかなつながりを企図しており、開放性、連携性を重視し、世代交代により長期的に存続できるモデルとして提唱されている面で違いがある。

このように、総合型 SC は民間フィットネスクラブ、旧来からの地縁型スポーツサークルとも異なる特徴があり、この2者の直接的な競合関係となるより、むしろ隙間を埋める役目を期待されるものと考えべきである。

(3) 行政や関連団体による推進

総合型 SC の理念は、1995年に文部科学省により提唱された。スポーツ基本計画において、「総合型 SC は、地域の人々に年齢、興味・関心、技術・技能レベル等に応じた様々なスポーツ機会を提供する、多種目、多世代、多志向のスポーツクラブである」と定義されている。また、スポーツ基本法において、「スポーツを通じて幸福で豊かな生活を営むことは、全ての人々の権利」、「スポーツは、人と人の交流及び地域と地域の交流を促進し、地域の一体感や活力を醸造するものであり、人間関係の希薄化等の問題を抱える地域社会の再生に寄与する」とうたわれている。

これらを根拠として、行政は関連団体とともに総合型 SC を創設、運営する者へ支援を行っている。しかし、支援の内容や成果については、地域により濃淡がある。

(4) 設立過程や会員意識の差異

総合型 SC の実施主体は地域住民、または民間組織であり、その成り立ちにはさまざまな形態がある。たとえば、①地縁型スポーツサークルが連携して総合型 SC に発展する例、

②地域で総合型 SC を作りたいという思いを持った人がゼロから作り上げる例、もある。経営主体や会員の意識は組織の成り立ちに強く影響されるため、ひと口に総合型 SC と言っても、その実態はバラつきが非常に大きい。

3. 現状と課題

(1) スポーツ活動における理想と現実

文部科学省の調査によると、日本において週1回以上のスポーツ活動をする成人の割合は、約40%と見積もられている。また、笹川スポーツ財団の調査によると、民間フィットネスクラブ、地縁型スポーツサークルや総合型 SC を利用してスポーツ活動を行う人の割合は、スポーツ活動をする人の1/3程度であり、残り2/3の人はこれらに所属せずにスポーツ活動を行っているといえられている。これらのことから、国民の大部分(80%以上)が総合型 SC を含むスポーツ施設やサークルを活用していないと捉えられる。

一方で、学生時代の運動部在籍率は中学校2年生で約70%、高校2年生で約50%と高い。これらのことから、日本人は潜在的にはスポーツ活動を好むが、何らかの理由により活動できておらず、理想と現実にギャップが生じていることが推測される。

(2) 総合型 SC の現状と課題

文部科学省から公表されている資料により、現状と課題について考察を行った。

総合型 SC は前述のとおり、その成り立ちによってさまざまである。会員数については、百人に満たないクラブが約24%もある一方で、千人を超えるクラブも約8%存在する。百～3百人の会員を抱えるクラブが、約45%と最も多い。

年齢構成についてもさまざまで、全体的には、義務教育終了までの子どもが約30%、15歳以上59歳までが約40%、60歳以上が約30%という構成である。

会費は約90%のクラブが徴収しており、そ

の金額は平均で767円/月にとどまっている。予算規模は年間百万円以下の団体がもっとも多く、約32%であるが、年間10百万円を上回る予算を誇る団体も15%を超えている。

アンケート調査によると、総合型SCの課題は多い順に、①会員の確保75.6%、②財源の確保68.1%、③指導者の確保63.4%、④会員の世代の拡大46.8%、⑤事務局員の確保35.3%、⑥活動拠点施設の確保34.8%、とある。

(3) まとめ

以上をまとめると、①日本ではスポーツ活動における理想と現実のギャップが存在しており、総合型SCの潜在的顧客の存在を示している、②総合型SCにおいては、各クラブごとに成り立ちなどの違いにより、状況の違いが著しい、③多くのクラブは低コストのボランティア型運営により、ようやく維持されている状況である、④民間フィットネスクラブに匹敵するような会員数を抱え、一定程度の財政規模を持つクラブも存在する、⑤ヒト、モノ、カネという組織を構成する基本的な経営資源については、共通して課題意識を持っている、⑥これらのことから、ビジネス手法により、総合型SCの経営改善に貢献できる余地は小さくない、と捉えられる。

4. 事例紹介

(1) きゅぼらスポーツコミュニティの概要

代表である石井邦知氏が2011年に埼玉県川口市を拠点として設立。首都圏ベッドタウンの川口市は人口の流出入が多く、人間関係が希薄となりがちな地域である。その状況に問題意識を抱いた石井氏は、「普段なかなか出会うことのない人同士が、スポーツやコミュニケーションを通じて気軽に出会えることや楽しく交流ができる機会を提供したい」という思いで、当クラブを設立した。活動6年目を迎える比較的新しいクラブで、専任の事務局員は代表の石井氏のみである。

ビジョンは、スポーツを通じて「人と人が

つながる仕組みを作ります」、「1人ひとりが役割を發揮できる機会を提供します」、「積極的な交流を図り、地域の新たな価値を生み出します」など明確で、Web、メールマガジンなどにより会員、地域住民、スポンサー企業や行政と共有されている。

拠点は、川口市内の公共施設体育館などの複数の施設を使用している。施設の確保において、行政から便宜を受けることはない。活動としては、10種類以上の種目を行っている。主にフットサル、バレーボール、バドミントン、卓球、バスケットボールで、これらは週1回～月1回、2時間/回程度行われている。そのほか(運動会、球技大会、体力測定、リレーマラソン、障害者スポーツなど)、多彩な企画を不定期に開催している。



参加者は、参加の都度参加費(1,000～1,500円程度)を支払うシステムであり、月額年額の会費は徴収していない。月平均150人が参加しており、多世代であり、女性も増えている。

予算規模としては、2015年の年間総収入は約4百万円であり、そのうち約60%が参加費収入、約25%がtotoなどの助成金であった。2016年は助成金なしで運営している。

(2) 特徴

参加希望者は、Facebook ページから参加登録を行うことができる。Facebook ページを使用しない者は、Web サイトやメールによる申し込みもできる。

団体では、スポーツ活動ごと(たとえば、

10月1日午前9時～11時のバレーボールなどにFacebookページを設けており、手軽に出欠登録ができる。Facebookページから参加予定者を閲覧できるため、知人の参加状況、他の参加者の属性などを確認しながら、参加の意思決定ができる。スポーツ活動後には、Facebookを通じて友人となるなど、自然に関係性を深めることができる。

また団体では、スポーツ活動の様子を画像や映像で撮影し、必要に応じてHP、YouTubeにアップしている。総再生回数は約9万回以上を誇る。団体に関心を持つ者は、手軽に活動の内容、競技レベルや参加者の属性を知ることができ、安心して参加できる。

さらに、定期的にメールマガジンを発行し、団体の理念や具体的なスケジュールを紹介している。登録者は400人を超える。

参加者は新規が多い。2015年の新規参加者は約400人に及んだ。参加者の集まりが良すぎて、早々に満員となる活動もある。クラブ運営時間は平日夜や土日であり、参加者の年齢構成は10～60代まで幅広く分布している。種目にもよるが、20～40代の参加者が多い。

参加者満足度を高めるために、競技レベルの異なる初対面の参加者同士がチームスポーツを楽しめるような工夫が随所に見られる。また、国際交流や異業種交流などの付加価値提供にも挑んでいる。これらは参加者の満足度向上につながっている。

(3) まとめ

以上をまとめると、①代表が明確な理念を持ち、それに賛同する者が集っている、②SNSやWebを活用して情報発信に努め、現役世代などの新規会員を多く獲得している、③運営面で参加者全員が楽しめるノウハウを保有し、実践していること、などが挙げられる。

代表はクラブ経営のほかに、平日昼間などの時間帯に、地域で小学生対象のスポーツ関連事業を受託するなど、ほかに収入源を持っている。また、障害者スポーツのボランティア支援、スポーツ以外の分野における地域活

動にも積極的に参加している。

このようなクラブ外での活動が、地域住民や行政から評価されており、代表やクラブの評判につながって好循環を招いている。

今後の課題としては、①新たな活動拠点の確保、②収益モデルの高度化、などが挙げられる。

5. おわりに

総合型SCの発展が待望される一方で、全体的にビジネス視点からは課題が多い。「きゅぼらスポーツコミュニティ」ではSNSを活用して、その都度参加者を獲得することにより、月会費、会員という常識を打ち破った。それにより、多くの新規、若い世代の参加者を獲得している。このような、既存の枠にとられないチャレンジが求められる状況にある。

なお、収益モデルの高度化については、多くのクラブの課題でもある。会費収入に依存せず、新たな収益源を開拓することが求められる。官民連携、生活サービス、ヘルスケア分野などとの連携の視点も有効であろう。

今後については、他の産業分野の成功事例も参考にして、実践が求められる状況にあると考える。

一色 義直

(いっしき よしなお)

慶応義塾大学卒業後、フィットネスクラブ・スポーツ小売業勤務を経て、関東ベッドタウンの地方自治体に勤務。2016年中小企業診断士登録。スポーツビジネス研究会会員。現在、地方創生、福祉・スポーツに関連する企業や団体を中心に支援を行っている。

