Sport × Sustainabilityーサステナブルなスポーツ産業活性化ー 太陽光発電システムを活用した地域密着型プロスポーツクラブの 地域密着性向上と新たな収益システムの構築[†]

仲 道 由希子* 川 上 祐 司*

Improvement of Comprehensive Community Sports Club Utilizing Solar Power Generation System and Construction of New Profit System[†]

Yukiko NAKAMICHI* and Yuji KAWAKAMI*

1. は じ め に

近年、世界中で環境に配慮した取り組みが多く見受けられるようになった。日本に於いてもこの流れは例外ではなく、様々な場面で“SDGs”という言葉を見かけたり耳にする機会が増えてきている。この“SDGs”とは“Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）”の略で、2015年9月の国連サミットで採択された国連加盟国193か国による2016年から2030年までの国際目標で、17のゴール・169のターゲットで構成されている¹⁾。SDGsで設定されている目標は、「貧困を無くそう」「飢餓をゼロに」といった国際的な生活水準の向上から、「ジェンダー平等を実現しよう」といったものまである。その中でも環境に対しては、「気候変動に具体的な対策を」「海・森の豊かさを守ろう」そして「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」といった目標が挙げられている。また、「住み続けられるまちづくりを」「つくる責任つかう責任」といった今後も現在と同じような生活を継続できるようにするための目標もある。特に環境に対しての目標や「住み続けられるまちづくり」はスポーツ業界にも深く関わっており、

世界のスポーツ業界ではすでに多くのチームやスポーツブランドが取り組んでいる。

例えば、北米ナショナル・ホッケー・リーグ（以下、NHL）では、「NHL GREEN」²⁾が展開されている。「NHL GREEN」では「INNOVATE > TRANSFORM > INSPIRE」を掲げ、将来の世代の為に、ホッケーをする場所を保護する取り組みを行っている。目標を年ごとに設定しており、カーボン・オフセット活動とその達成率を開示している。また、NIKEでは、商品の75%に再生素材が利用されている³⁾。

日本では、「スポGOMI」⁴⁾という「ごみ拾い」を「スポーツ」とした取り組みが行われている。これは誰でも開催し、参加し、ボランティアとしても携わることができ、更に「東京2020 スポGOMI大会」という東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が主催するものも毎年行われている。

また、プロチーム単位であってもごみの分別などの取り組みは行われているが、今後はさらに力を入れていくべきではないか。なぜなら、スポーツがその地域や場所で展開できるのは快適な環境があるからである。スポーツと環境は密接な関係にあるため、将来の子供たちがス

[†] 原稿受付 2019年9月20日 原稿受諾 2019年10月31日

* 帝京大学経済学部 〒192-0395 東京都八王子市大塚359

* Faculty of Economics, Teikyo University, 359, Otsuka, Hachioji, Tokyo, Japan (192-0395)

スポーツを快適な環境で行えるためにも環境問題に対して真摯に取り組む必要があると考える。

2. 現 状 課 題

2.1 日本における環境問題の現状

まず、わが国の温室効果ガスの現状⁵⁾を構成比でみてみると、CO₂（二酸化炭素）が92.1%、CH₄（メタン）が2.4%、N₂O（一酸化炭素）が1.6%、代替フロン等4ガスが4.0%（2017）となっている。わが国においてはCO₂の割合が高く、これをいかに削減させるかが重要である。

更に私たちの生活に直接関わっているのは、運輸部門内でのCO₂排出の割合である。自家用車が46.2%、営業貨物車が19.9%、自家用貨物車が16.6%となっており、家庭部門内の割合では電気が48.6%、ガソリンが22.3%を占めている。また、地方別世帯当たり年間エネルギー種別CO₂排出量⁶⁾では関東甲信・近畿地方は全ての値が低く、その他の地域では電気による排出が高くみられる。北海道・東北・北陸の雪が降る地域では灯油による排出量も高めであり、比較的寒い地方は全ての値が高くなっていると考えられる。ガソリンや軽油に関しては、公共交通機関が発達している関東甲信・近畿地方以外は数値が高くなっている。

これらの割合からも分かるように、日常生活において電気・ガソリンの使用はCO₂の排出に大きく関わっており、無意識のうちに行為しているため一人一人が行動をしなければ環境破壊は止めることができない。また近年、気温の上昇など生活していく上での影響も始めている。単なる冷房の設定温度を上げるといったような省エネではなく、具体的な措置が必要と考える。

2.2 地域密着型プロスポーツチームの現状と在るべき姿

地域密着型プロスポーツチームの現状として、多くのチームで厳しい経営を余儀なくされている。まず、Jリーグの1チームの営業利益と一試合あたりの観客動員数を見てみると幾つ

かの特徴が露わになった。1つ目は、利益を出し観客動員数も多いのは都市圏チームであるという傾向が見受けられた。2つ目は、利益が赤字で尚且つ観客動員数も平均的または少ないのは地方チームであるという傾向が見受けられることである。

Jリーグの2018年度決算⁷⁾では、J1リーグで18チームのうち8チーム、J2リーグでは22チーム中5チーム、J3リーグでは14チーム中12チームが赤字を計上している。これらのチームの中には、「親会社の立場にある大企業からの損失補填が行われている（某チーム関係者談）」のが現状であり、プロスポーツチームの経営としては純粋な利益ではないと言えよう。また、都市圏チームでは大企業が、地方チームは地元企業がそれぞれの親会社としてチーム経営に従事するも、両者の企業規模は大きく違う。このままでは資金力の格差は拡大の一途を辿る上に、純粋な利益の追求はチーム自体が親会社から脱却しない限り不可能であると考えられる。チーム自体が純粋な利益を生み出すことができないという事は、チームの発展だけでなく、競技力そのものやスポーツ産業としての利益向上と発展を妨げることにもなる。更に、Jリーグチームの課題でもある、①新規ファンの獲得ができない、②観客数・ファン・サポーター数の減少、③赤字・利益の不透明という悪循環を断ち切ることもできないのではないか。

この現状打破をするためには本来あるべきチームの姿というものを考え、好循環を生み出すことが大切であると考えられる。そもそも地域密着型プロスポーツチームはその地域・環境があるから存在するものである。地域密着とは、その地域とチームとの間に信頼関係が成り立っており、チームはファン・サポーターをはじめとしたお客様に機会・場所・コンテンツを提供し、これらを通して信頼関係を育んでいるのではないだろうか。この信頼関係を強固なものにするという事は、①チームに対しての興味関心が高まる、②スポーツやチームに対しての価値が生まれることを自然に理解していく、③スポーツ

に対してお金を落とす人が増えるという好循環を生み出すと考える。果たして、現在、地域密着型プロスポーツチームは本当に地域密着ができているのだろうか。もしできているのなら、純粋な利益は創出されるはずである。

3. 課題解決提案

3.1 ファシリティ型太陽光発電モデル

そこで本論では「地域密着型プロスポーツチーム×自然エネルギー」を活用した「ファシリティ型太陽光発電モデル」を提案する。このモデルの目的は、①日常生活でCO₂の排出割合が高い地方のCO₂削減、②チームの新たな収入源の確保、③地域との信頼関係構築である。この信頼関係構築については、地域密着型プロスポーツチームによる環境問題解決は地域の関心を高め、信頼関係を構築しやすくてできるというメリットも考えられる。

図1にこのビジネスモデルを示した。既にプロスポーツチームが保有している（自治体が保有している場合には営業権を獲得する必要有）スタジアム等のファシリティの屋根または敷地にソーラーパネルと蓄電池を設置し、太陽光エネルギーを創り出すモデルである。先般の電力の小売全面自由化によるプロスポーツチームの

参入である。以下が当ビジネスモデルにおける3つの軸である。

3.1.1 電力供給

1つ目は電力供給である。これはファシリティに設置したソーラーパネルから発電した太陽光エネルギーを同チームのスポーツファシリティへの使用や、電力会社と提携し地域に供給したりすることである。契約者には電気を使えることに加えて、月額制度のカーシェア・マイカーリース契約をすることができる。これによるチーム側のメリットとしては余剰電力が競争入札制度に代わるため、電力卸売市場、工場・オフィスに売ることができるなど、発電した電力を余すことなく収益化し活用することが可能である。地域・環境へのメリットとしては、電力会社とスポンサーシップ契約を締結することにより、電気を低価格で供給することが可能となる。これは地域への恩返しであり、自然エネルギーなので発電される際、環境への負担がない。

3.1.2 カーシェア・マイカーリース

2つ目はカーシェア・マイカーリース制度である。これは、電力供給（3.1.1）契約者のみが契約できるものであり、月額制でEV車を使用することができる。ターゲットとしては車を保有していないが使う機会が多い若者層を想定しており、一定額を払うだけで、EV車に乗れて更に新車にも乗れる上に、車を保有するよりもコストが抑えられる。パーキング、カーシェア・マイカーリース、充電スタンドの企業とはスポンサーシップを締結し、地域内で幅広くサービスが利用できるようにする。

これらを行うチーム側のメリットとして、月額制（ストック型）なので、収益の予測がし易い上に、安定した収入を得やすい。地域・環境へのメリットとしては、EV車を普及させることができるということである。車を購入する際にEV車はまだ価格

図1 ファシリティ型太陽光発電モデル

が高いため、手を出しにくいですが、この制度により、車を保有するコストを節約しながらEV車を使用できる。多くの人が加入すればするほど多くのEV車を無意識に地域の人たちが使用するため、CO₂削減に大きな効果が期待できる。

また、加入者限定で試合日のスタジアム駐車場チケットを販売する。このチケットの活用により更なる収入源の確立のほか、Uber（ウーバー）等の配車アプリを使えばカーシェア・マイカーリースのEV車を使用して、他のファン・サポーターと乗り合いで使用することも可能にし、また、限定チケット購入者にも乗り合いによりお金が落ちる仕組みも作り出せる。

3. 1. 3 クラウドファンディングプラットフォーム

3つ目はクラウドファンディングプラットフォームである。これはスポーツチーム・クラブ限定(規模は問わない)でクラウドファンディングを立ち上げられるフォームである。ブロックチェーンベースのもので、環境保全やスポーツのための活動限定にする。

チームに対してのメリットはプラットフォームをチームが作った場合には手数料収入を見込め、これらの技術はマーケティングにも活用できると考える。また、ブロックチェーン技術によりクリアな資金の使用用途が分かるため、信用・信頼を得やすい。地域や環境に対してのメリットとしては小さいチームであっても資金調達が可能になり、子供たちや一般の方のスポーツにおける環境がより良くなることが見込める。また、環境保護への活動の活発化やスポーツチームに対する関心が高まるとも考えられる。

4. 想定効果

当ビジネスモデルによって既述のスポーツチームにおける現状の悪循環は払拭され、新たな好循環を生み出すことができると考える。まず、「①自然エネルギーの電力利用者やEV車

の利用が普及、②日常生活のCO₂を無意識に削減→環境破壊が穏やかになる、③スポーツにおける環境が持続する、④将来の子供たちも現在と同じように良い環境に囲まれながらスポーツができる」といった環境とスポーツに対しての好循環、そしてチーム側は「①試合日以外での収益を得られる、②クラブへの収益・利益が増加、③活動によりチームへの関心が高まる、④新たなファンの獲得」といったチームの好循環も生み出すことができる。これらの2つの好循環はチームとして、地域との信頼関係構築に繋がり、本当の地域密着型プロスポーツチームになることができる。また、将来の子供たちのために今と同じような環境でスポーツに関わってもらえる環境を作っていくことが可能である。このビジネスモデルは地域密着型プロスポーツチームの将来への持続可能性に対しての役割を明確化し、更に新たな収入源の確保にもなる。また、普及することによって、親会社といわれる存在を無くし、日本に於けるスポーツビジネスの発展にも繋がり、世界的にも環境にやさしいスポーツチームの新しい在り方を提示できるのではないかな。

参考文献

- 1) 外務省；「持続可能な開発目標」(SDGs)について, 2019年1月。
- 2) ナイキジャパンNIKE NEWS；ナイキプロダクトの75%に再生素材が使用されていたことを知っていましたか??, 2018年6月7日。
- 3) NHL.com NHL Green；<https://www.nhl.com/info/nhl-green>。
- 4) ゴミ拾いはスポーツだ；一般社団法人ソーシャルスポーツイニシアチブホームページ, <https://www.spogomi.or.jp/>。
- 5) 環境省；温室効果ガス排出量(速報値)2017年。
- 6) 環境省；地方別世帯当たり年間エネルギー種別CO₂排出量, 2015年。
- 7) Jリーグ；Jリーグ2018年度開示資料, 2019年7月23日。