

## News Release

# Jリーグ所属の全クラブをビジネスマネジメントの側面からランキングした、「J-League Management Cup 2015」を発表

公表された2015年の財務情報等を基にビジネスマネジメントを数値化  
J1：FC東京、J2：アビスパ福岡、J3：レノファ山口FCがそれぞれ首位に

デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー合同会社(東京都千代田区、代表執行役社長 烏野仁 以下、デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー)は、2016年7月にJリーグから公表された52クラブの2015年の財務情報を中心に、ビジネスマネジメント(以下、BM)において最も重要なテーマであるマーケティング、経営効率、経営戦略、財務状況を4つのステージに分けて数値化し、J1、J2、J3それぞれのランキングを発表する。2015年のBMランキングは、J1はFC東京、J2はアビスパ福岡、J3はレノファ山口FCがそれぞれ第1位となった。

デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザーは、本データ分析を活用いただくことで、クラブマネジメントの質の向上に寄与していきたいと考えている。また同時に、ベンチマークを含めたデータ分析が、発展途上のスポーツビジネスという領域を大きく発展させる有効なツールになると考えている。

### ※数値化方法

マーケティング、経営効率、経営戦略、財務状況に対して、デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザーが独自のKPI(Key Performance Indicators: 重要業績評価指標)を設定。各KPIは以下のとおり。

**マーケティング:**平均入場者数、スタジアム集客率、新規観戦者割合、客単価

**経営効率:**勝点1あたりチーム人件費、勝点1あたり入場料収入

**経営戦略:**売上高・チーム人件費率、販営費100万円あたり入場料等収入

**財務状況:**売上高、売上高成長率、自己資本比率

- ・上記KPIに基づいてリーグ別にランキングに応じたポイントを付与(J1の第1位は18ポイント、J2の第1位は22ポイント、J3の第1位は12ポイントで、順位が1つ下がるごとに1ポイント減らす)
- ・最終的に4つのステージの累計ポイントによってランキングする。
- ・BMポイントが同率の場合、マーケティング、経営効率、経営戦略、財務状況の順で順位が上のクラブを上位クラブとする。

## J1,J2,J3 の「J-League Management Cup 2015」ランキング結果

### ■「J-League Management Cup 2015」J1

順位	クラブ	BM ポイント	マーケティング	経営効率	経営戦略	財務状況
第 1 位	FC 東京	159	53	25	34★	47★
第 2 位	松本	141	45	27	31	38
第 3 位	川崎 F	139	59★	18	27	35
第 4 位	浦和	138	42	30★	27	39
第 5 位	山形	113	41	22	27	23

★:ステージ内首位、数字はポイント数

#### J1 1 位の FC 東京の勝因は人気選手を活用したマーケティング活動

FC 東京はマーケティング分野では第 2 位、経営効率分野では第 3 位、経営戦略、財務状況分野ではともに第 1 位と安定した成績を収め、第 2 位の松本に大差をつけての優勝となった。

好成績を牽引したのは人気選手を活用したマーケティング活動と考えられ、入場者数や新規観戦者割合に影響を与えるだけでなく、移籍金収入等によっても効率的な資金回収を実現しており、結果として財務数値も大きく押し上げることとなった。一方、スタジアム集客率等で課題も抱えていることから、今後も継続的に BM 施策を強化していくことが期待される。

### ■「J-League Management Cup 2015」J2

順位	クラブ	BM ポイント	マーケティング	経営効率	経営戦略	財務状況
第 1 位	福岡	179	70	23	40★	46
第 2 位	磐田	166	73★	23	21	49
第 3 位	札幌	151	55	30★	34	32
第 4 位	千葉	148	62	21	12	53★
第 5 位	徳島	139	48	15	35	41

★:ステージ内首位、数字はポイント数

#### J2 1 位は BM を徹底したアビスパ福岡

アビスパ福岡 はマーケティング分野で第 2 位、経営効率分野では第 8 位だったが、経営戦略分野では第 1 位、財務状況分野でも第 5 位と、昨シーズンの第 17 位から大きくジャンプアップしての優勝となった。

昨シーズンとの最も大きな違いは、徹底した BM 施策の遂行にあるものと考えられる。新たな責任企業が経営に参画したことにより、監督や選手といった FM 側も含めてクラブの財務情報等を共有する体制を整備し、FM と BM が一体となってクラブ経営に取り組んだことが大幅な V 字回復に繋がった。BM の強化が FM の強化に好影響を与えることを示す事例として、今後の動向も含め注目される。

### ■「J-League Management Cup 2015」J3

順位	クラブ	BM ポイント	マーケティング	経営効率	経営戦略	財務状況
第 1 位	山口	94	25	21★	22★	26
第 2 位	長野	92	30★	14	14	34★
第 3 位	町田	81	27	14	14	26
第 4 位	鳥取	70	24	14	17	15
第 5 位	琉球	67	18	9	17	23

★はステージ内首位、数字はポイント数

### J3 1 位は新規参入の勢いを活かしたレノファ山口 FC

レノファ山口 FC はマーケティング分野で第 3 位、経営効率、経営戦略分野ではともに第 1 位、財務状況分野では第 2 位となっており、第 2 位の長野を僅差でかわしての優勝となっている。

新規参入の初年度という状況を活かし集客数を JFL 時代の約 7 倍に増大させることに成功しているとともに、売上高も飛躍的に増加させている。参入初年度というアドバンテージを最大限活かした形となっているが、一方で経営者自らがキャッシュ・フロー経営を掲げつつ BM 施策を意識した活動を展開しており、FM 面でも参入初年度で J2 昇格を勝ち取っている点は注目に値する結果と言えるだろう。

2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、スポーツの振興が注目されているなか、Jリーグが英企業と 10 年間 2,100 億円のデジタル放映権を契約したと発表した。日本スポーツ界最大規模と言われる高額な放映権契約を今後 Jリーグがどのように活用していくのか、大きな注目を集めている。

一方で、Jリーグのビジネスはリーグだけで実施しているものではなく、加盟しているクラブにおけるビジネスの積上げに拠るところも大きい。今後クラブチームのマネジメントは、いかに強く、魅力的なフットボールを実現するかというフィールドマネジメントだけでなく、いかにビジネスとして収益を上げ、また事業拡大をするための原資を確保するかという BM にも比重を置いていくことが求められている。

その他詳細については、以下にて公表している。

<https://www2.deloitte.com/jp/ja/pages/consumer-business/articles/thl/j-league-management-cup-2015.html>

### スポーツビジネスグループ(SBG)について

チームの強化から観客・ファンの獲得、収益を最大化する商品サービスの開発、スタジアムの建設・運営管理など、スポーツビジネスを成功させるために解決すべき課題は数多く存在します。デロイトトーマツグループでは、財務会計、戦略、マーケティング・業務改革など、あらゆる分野のプロフェッショナルを擁し、スポーツビジネス領域におけるグローバルでの豊富な知見を活かしながら、全面的に事業支援を行う体制を整えています。

[www.deloitte.com/jp/sportsbusiness](http://www.deloitte.com/jp/sportsbusiness)

#### <サービスに関する 企業様からのお問い合わせ先>

デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社

スポーツビジネスグループ(SBG) 里崎

Tel: 03-6213-1180

Email: dtfasbg@tohmatu.co.jp

#### <報道機関の方からのお問い合わせ先>

デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社

コミュニケーション(広報) 山崎

Tel: 03-6213-1180

Email: dtfa.koho@tohmatu.co.jp

デロイトトーマツグループは日本におけるデロイトトウシュートーマツリミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームおよびそのグループ法人(有限責任監査法人トーマツ、デロイトトーマツコンサルティング合同会社、デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイトトーマツ税理士法人およびDT弁護士法人を含む)の総称です。デロイトトーマツグループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査、税務、法務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー等を提供しています。また、国内約40都市に約8,700名の専門家(公認会計士、税理士、弁護士、コンサルタントなど)を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイトトーマツグループWebサイト([www.deloitte.com/jp](http://www.deloitte.com/jp))をご覧ください。

Deloitte(デロイト)は、監査、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクマネジメント、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスをFortune Global 500®の8割の企業に提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約225,000名の専門家については、Facebook、LinkedIn、Twitterもご覧ください。

Deloitte(デロイト)とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイトトウシュートーマツリミテッド(“DTTL”)ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTLおよび各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL(または“Deloitte Global”)はクライアントへのサービス提供を行いません。Deloitteのメンバーファームによるグローバルネットワークの詳細は[www.deloitte.com/jp/about](http://www.deloitte.com/jp/about)をご覧ください。

Member of  
**Deloitte Touche Tohmatsu Limited**