

News Release

## 「Jリーグ マネジメントカップ 2021」を発表 J1の1位は2年連続3度目の川崎フロンターレ

Jリーグ所属の全クラブをビジネスマネジメント面からランキング。J2ではアルビレックス新潟が2連覇、J3は鹿児島ユナイテッドFCが4年ぶりの1位に

デロイトトーマツグループ（東京都千代田区、CEO：木村研一 以下、デロイトトーマツ）のスポーツビジネスグループは、日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）に所属するJ1、J2、J3の全クラブをビジネスマネジメントの側面から分析した、「Jリーグ マネジメントカップ 2021」を発表します。

今回の発表において、J1の1位は川崎フロンターレ、2位浦和レッズ、3位は鹿島アントラーズに、J2の1位はアルビレックス新潟、2位ジュビロ磐田、3位は松本山雅FCに、J3の1位は鹿児島ユナイテッドFC、2位FC岐阜、3位はガイナレ鳥取となりました。

「Jリーグ マネジメントカップ」はスポーツビジネスにおけるクラブのマネジメントにおいて、いかに試合に勝つかという「フィールドマネジメント（FM）」と同様に重要な、いかにビジネスとして収益を上げ、また事業拡大をするかという「ビジネスマネジメント（BM）」に焦点を当て、スポーツビジネスの一層の発展に向けて事業や経営といった観点からの関心と理解を広げることを目的にデロイトトーマツがまとめ毎年発表しているものです。今回で7回目となる「Jリーグ マネジメントカップ 2021」では、2022年7月にJリーグから公表された57クラブの2021年の財務情報など公開情報をもとに、BMにおいて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」の4つの視点で計12のKPIから分析しています。なお、ランキングはそれぞれのKPIをJ1、J2、J3の各リーグごとに算出したものです。

「Jリーグ マネジメントカップ 2021」の詳細については[特設ページ](#)もご確認ください。

### ■J1：川崎フロンターレがBM面でも強さを見せつけ2年連続3度目の1位!!

順位	クラブ	BMP 総計	マーケティング	経営効率	経営戦略	財務状況
1位	川崎フロンターレ	189	★49	15	★73	★52
2位	浦和レッズ	172	39	26	60	47
3位	鹿島アントラーズ	170	40	23	59	48
4位	横浜F・マリノス	158	47	29	58	24
5位	名古屋グランパス	152	43	23	55	31

※数字はポイント数。BMPはビジネスマネジメントポイントの略、★はディビジョン首位

Jリーグ マネジメントカップ 2021 の J1 は FM 面で圧倒的な強さを見せた川崎フロンターレが、BM 面でも他を寄せ付けない手腕を発揮し、1 位となりました。川崎は経営効率分野では苦戦したものの、マーケティング、経営戦略、財務状況の 3 分野で 1 位を獲得し、総計では 2 位の浦和レッズに 17 ポイントの大差をつけ見事 2 連覇を飾りました。昨シーズンに引き続きコロナ禍の影響で入場料収入は微増にとどまったものの、スポンサー収入の増加により売上高はコロナ禍前を超えて過去最高となりました。困難な状況でも助け合い、クラブを支えたいと考えるスポンサーが多かったことは、これまでクラブが地道に積み重ねて築いてきた関係性があったからこそといえるでしょう。新社長を迎えさらなる先を見据えて新境地へ挑んでいくクラブの今後の期待されます。

### ■J2：アルビレックス新潟が地元密着の強さを見せつけ大差で 2 連覇！！

順位	クラブ	BMP 総計	マーケティング	経営効率	経営戦略	財務状況
1 位	アルビレックス新潟	201	58	★33	★75	35
2 位	ジュビロ磐田	186	★64	23	63	36
3 位	松本山雅 FC	180	63	24	54	39
4 位	モンテディオ山形	170	45	29	62	34
5 位	栃木 SC	165	27	29	70	39

J2 の 1 位はアルビレックス新潟となりました。新潟は経営効率分野、経営戦略分野で 1 位、マーケティング分野で 3 位となり、総計では 2 位に 15 ポイントの大差をつけて堂々の 2 連覇を果たしました。Jリーグ有数の集客力を誇る新潟にとって、シーズンを通した入場制限は痛手でしたが、徐々にファン・サポーターの姿がスタジアムに戻りつつあります。一方で、広い新潟においてはまだスタジアムに足を運ぶことが叶わないファン・サポーターも多く存在している状況です。そこで新潟は、フロントスタッフはもちろん、選手・チームスタッフも一丸となり、ホームタウン活動や社会課題活動、SNS への出演などにも力を入れ、クラブや選手を身近に感じてもらえる取り組みを継続してきました。それが功を奏し、BM 面にも好影響を与え、クラブを強力に後押ししたものと推察されます。つながりを大切に地域とともに歩んできたクラブが、前を向いて挑んでいく姿が今後も注目されます。

### ■J3：鹿児島ユナイテッド FC が 2 位を僅差でかわし 4 年ぶりに 1 位に！！

順位	クラブ	BMP 総計	マーケティング	経営効率	経営戦略	財務状況
1 位	鹿児島ユナイテッド FC	117	★39	15	43	20
2 位	FC 岐阜	114	34	17	37	26
3 位	ガイナレ鳥取	114	23	22	★48	21
4 位	FC 今治	111	33	9	33	★36
5 位	カタレ富山	110	22	17	38	33

J3 の 1 位は鹿児島ユナイテッド FC となりました。鹿児島はマーケティング分野で 1 位、経営戦略分野で 2 位と、総計で 2 位の FC 岐阜を 3 ポイントの僅差でかわし、4 年ぶりに 1 位になりました。経営面では、限られたリソースの中で多くの課題に向き合わなければならない J3 において、鹿児島は様々な BM 施策にチャレンジしているクラブの代表格です。2021 年シーズンでは「ユニフォーム」をはじめとしたオリジナルグッズでのチャレンジが象徴的でした。クラブの意思を全面に反映した「薩摩切子」をイメージしたデザインのユニフォームや関連グッズは、県外へ鹿児島をアピールするとともに、県内でもさらに愛されるクラブとなるために進化を続けています。新たな練習拠点が完成し、FM 面へとつながる環境が整備され、クラブが更なる高みへと突き進めるか、この先の動向に関心が高まります。

## ■ランキングの算出方法

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 トーマツが独自の KPI（Key Performance Indicators：重要業績評価指標）に基づいて項目別にランク付けを行い、そのランキングに応じたビジネスマネジメントポイントを付与していきます。各 KPI は以下の通りです。

**マーケティング**：平均入場者数、スタジアム集客率、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、SNS フォロワー数、SNS フォロワー数増減率、グッズ関連利益額

**財務状況**：売上高、売上高成長率、自己資本比率

- ・上記 KPI に基づいてディビジョン別にランキングに応じたポイントを付与（J1 の第 1 位は 20 ポイント、J2 の第 1 位は 22 ポイント、J3 の第 1 位は 15 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

## ■デロイト トーマツのスポーツビジネスグループ（SBG）について

クラブやリーグ、協会等競技団体の経営基盤の強化から観客・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、多様な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つつ、あらゆる面から事業支援を行う体制を整えています。

[www.deloitte.com/jp/sports-business](http://www.deloitte.com/jp/sports-business)

デロイト トーマツ グループは、日本最大規模のプロフェッショナルサービスファームとして有する圧倒的な専門性・総合力と、データ・アナリティクスやデジタル・テクノロジーに関する最先端の実践的知見を融合することで、経済社会や産業の将来像を指し示し、その実現に必要とされる経営変革と社会イノベーションを加速させる「経済社会の変革のカタリスト」となることを目指しています。SBG の活動では、日本におけるスポーツビジネス領域での産業基盤の強化や、スポーツを核とした地域活性化モデルの構築などスポーツをハブとした「経済社会の変革のカタリスト」としての取り組みを推進しています。

### < 報道機関の方からの問い合わせ先 >

デロイト トーマツ グループ 広報担当 高橋・真木

Tel: 03-6213-3210 Email: [press-release@tohmatu.co.jp](mailto:press-release@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 アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（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、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社を含む）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・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約 30 都市以上に 1 万 5 千名を超える専門家を擁し、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) とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド (“DTTL”)、そのグローバル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れらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”) のひとつまたは複数指します。DTTL (または“Deloitte Global”) ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は [www.deloitte.com/jp/about](http://www.deloitte.com/jp/about) をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける 100 を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。Deloitte (デロイト) は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500® の約 9 割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来 175 年余りの歴史を有し、150 を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約 345,000 名のプロフェッショナルの活動の詳細については、([www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)) をご覧ください。

Member of  
Deloitte Touche Tohmatsu Limited