

「フットボール」の目

「スポーツ産業」いろいろ 経済学へ ワールドカップに見るサッカービジネス

なぜサッカーは人々を夢中にさせるのか

二〇〇六年七月ドイツワールドカップという世界の祭りは終わった。国をあげて戦うという姿勢に、私たちが普段感じたことのない日本という国家の存在を思い起こさせる。グローバル化する世界において、ナショナルリズムのシンボルとすべき国旗と国歌への親近感を抱かせてくれるのは、ワールドカップを抜きには考えられない。



何万人という若者が、堂々と君が代を歌い日の丸を打ち振る姿は、感動的でもあった。

縦百五メートル、横六十八メートルの緑のフィールドに二十二人の選手が散り、動きを速めながらドラマチックなプレーを広げるスポーツ。そしてまた、サッカーはフットボールの強いスポーツといわれる。つまり、五体壮健な選手達が、手を使うことを禁じられ、手でボールを処理するという欲求不満の状態で競技を行うことで、より激しいエネルギーを発散させる。だからこそ、見ている私たちもついつい興奮してしまうのである。優勝をかけたフランスとイタリア戦において、ジダンの頭突きが問題になった。FIFA（国際サッカー連盟）が、今大会の最優秀選手としてジダンを選んだことの是非は別として、相手のマテラツィイに対して、普通ならパンチを見舞うところだろうが、そう

しなかったことにジダンの卓越したサッカーの技術がうかがわれる。いずれにしても、イタリアは芸術的な国家性をもつといわれるが、サッカーにおいては「戦争」ととらえ、勝負にこだわるが故に守備的サッカーが重視されてきた。汚い言葉で相手を挑発することなど当たり前のことなのかもしれない。それほどサッカーは人をエキサイティングにさせるものなのである。

巨大ビジネスになったサッカー

一八六三年にロンドンで生まれたサッカーは、一九世紀の終わりにはヨーロッパ大陸ばかりでなく、世界各国に広まりはじめた。

こうした動きを受けて、ワールドカップはオリンピックとならんで巨大産業化し、今や国境を越えたグローバルな産業として認知されている。スポーツイベントが巨大化した理由は、スポーツの持つ

商品価値がマーケティングの視点から開発され、「スポーツ収益の再販」というスポーツビジネスの仕組みが完成したからといえる。なぜ、サッカーの世界戦争であるワールドカップがこれほど注目を浴びるようになったのだろうか。その最大の理由は、サッカーが世界一の人気スポーツであり、プレー人口や観客数において、他のスポーツを圧倒しているからである。

一九九四年のアメリカ大会以前は、ビジネスというよりはむしろ国家の威信をかけた一大プロジェクトであり、現在のようにスポンサー企業や巨大メディア、そして経済効果といった問題に大きな関心が払われることはなかった。

同じ世界規模のイベントであるオリンピックに比べワールドカップは収益を上げやすい構造になっている。

その理由は、ワールドカップが

サッカーという単一種目の大会であり、スタジアムや宿泊施設等のインフラがすでに整備されている場合、すべての試合を満員にすることのできる観客動員力があれば、基本的に放映権料や企業協賛金がなくとも、入場料収入だけで収益をあげることが可能だといわれる。

ヨーロッパにおけるサッカー市場

もともとサッカーは労働者階級のスポーツとして認知されており、イングランドでは週末のストレスを発散させるためにサッカー場に集まるフリーガン問題がネットクになり女子供の来るところではないという雰囲気があった。

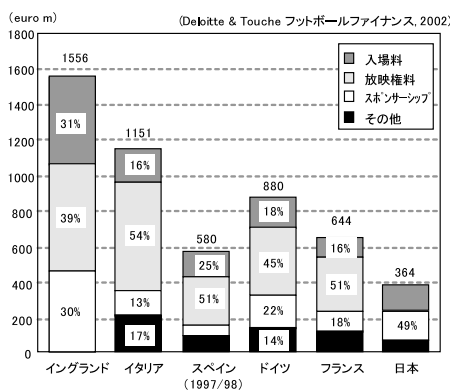
これに対して英国政府は、スタジアムの改修やフリーガン対策に本腰を入れ、「サッカーは健全なスポーツである」という新しいイメージを作りあげた。

ちょうどこの頃、オーストラリアのメディア王と呼ばれたマードックは、アメリカメジャーリーグの放映権確保に続いて、ヨーロッパのサッカーにも投資を始めた。有力なコンテンツを探していたマードック率いる衛星放送の

BスカイBが、プレミアリーグに着目し、独占放映契約を締結した。これが契機になり各クラブはユニフォームなどグッズ販売にも力を入れ、衛星放送による相乗効果で各クラブにカネが入るようになった。ついには、マンチェスター・ユナイテッドやチェルシーといった人気クラブが相次いで上場し、巨額の資金を手にするという現象

が起き、イタリアやスペインといった他のサッカー大国にも伝播していった。ヨーロッパのサッカー市場は、約七九二〇億円(二〇〇〇年)といわれており、日本のJリーグの市場規模は約四三六億円で、ヨーロッパ市場の五・五%に相当する。

ヨーロッパ主要クラブとJリーグクラブの収入



こうしたヨーロッパの少数のクラブを除いて、サッカークラブの運営は青息吐息なのである。

儲かる野球、儲からないサッカー

これに対し、日本における二大スポーツと言われる野球は見かけ以上に儲かっていると考えられる。その理由は、野球リーグが閉鎖的な独占体質であるのに対し、サッカーリーグは開放的で競争が熾烈だからである。サッカーでは昇格を目標として、無理をしても高額な優秀選手を確保しなければならない。それが財務体質が不安定化する要因である。サッカーの体質として、①地域を基本とした非営利組織としてのクラブ運営、②週一回の試合数(体力的限界による)による限定的な興行収入、③昇格・降格制度の

1999/2000シーズン 世界サッカークラブチーム収入ランキング

順位	クラブチーム名	国名	収入 (万ポンド)
1	マンチェスター・ユナイテッド	イングランド	117.0
2	レアル・マドリード	スペイン	103.7
3	バイエルン・ミュンヘン	ドイツ	91.6
4	ACミラン	イタリア	89.7
5	ユベントス	イタリア	88.4
6	ラツィオ	イタリア	79.4
7	チェルシー	イングランド	76.7
8	バルセロナ	スペイン	75.2
9	インテル	イタリア	68.9
10	ASローマ	イタリア	64.1
11	アーセナル	イングランド	61.3
12	ボルシア・ドルトムント	ドイツ	59.5
13	リーズ・ユナイテッド	イングランド	57.1
14	フィオレンティーナ	イタリア	54.2
15	グラスゴー・レンジャーズ	スコットランド	51.7

ある階層的なリーグ制、④スタジアム整備等の投資に対する自治体への依存、等が挙げられる。

地域との融合を目指すサッカー

野球と違って企業スポーツ的発想を否定する形でスタートしたJリーグは、地域に密着したスポーツ文化を育てるという理念を採用した。このため自治体や住民の共感が得やすい反面、財政的に厳しい状態が続いている。最近ではクラブをスポンサーとする企業は、間接的な地域支援というメセナの要素をマーケティング・プランに取り込むことで企業イメージを高めることができるようになり、クラブスポンサーの多角化が進んでいる。

テレビ視聴率の低迷など、人気にかげりが見えてきた野球と財務的な脆弱化に悩まされているサッカーとは、歴史的に見て異なるものがある。ビジネスをとるか文化をとるか問われれば、「文化のないところに豊かさは生まれぬ」という言葉を思い出ししてしまう。重要なことはファンを大切にすることでロイヤリティを高め、安定した経営に結びつけることが可能なのである。

(中小企業診断士 大塚慎二)