

令和2年1月24日
遠藤富士夫

『スポーツビジネス15兆円時代の到来』森 貴信 平凡社新書

1. この本を選んだ経緯:

私が前回担当したのは4年前の2016年冬、選択した課題図書はイギリス人から見た異文化の日本を題材としたものでした(「ニッポン社会」入門 - コリン・ジョイス)。世界から見た日本、日本から見た世界、その違いの議論、さらに、直面する少子高齢化の問題への対応、海外からの人材受け入れと協調する国造りの実現可能性を始めとした異文化対応について、ご一緒に議論する機会をいただきました。その後、その年6月に英国国民投票による全く予想外のEU離脱が決まり、同様に大方の予想に反し11月にはトランプ大統領政権が誕生しました。以来、資産格差によるポピュリズム・ナショナリズムを背景とした分断が世界中に波及し、残念ながら、その状況は今後も継続しそうです。

昨年秋に日本国中が盛り上がったラグビーワールドカップが開催されました。今年はいよいよ東京オリンピック・パラリンピックが開催されます。来年2021年5月より、5万人の参加者が見込まれるワールドマスターズゲームズ関西も17日間の日程で開催されます。この3つの世界的な大型イベントラッシュのある3年間は「ゴールデン・スポーツイヤーズ」と呼ばれているそうです。

聞くところによると、うつ病患者にはTVニュースは良くないようです。暗いニュースがほとんどで、精神的には負担になるようです(われわれも?)。一方、スポーツニュースに関して言えば、大谷、大坂、八村などを筆頭に型破りの日本人プレーヤーが国内外で様々な競技での活躍を報ずる、元気の出る内容がここ数年増えてきており、個人的にはこういったニュースはむしろ精神衛生上は良いのではないかと感じています。

日本の高度成長時代が終わり、失われた20年を経て、今後の国のあり方を考えると、従来型のモノづくりに頼り過ぎず、GAFA, AI, などを意識しながら、日本型のソフトコンテンツによるグローバルで競争力のあるビジネスへの移行が考えられます。一つの解答として、『One Team』のコンセプトを織り込みながら『スポーツビジネス』への傾倒が理に適っているかと思い、この本に辿り着きました。

ここに添付した、日経昨年12月30日のラグビーワールドカップの記事のように、①国中が想定外の日本代表の大活躍などで盛り上がった ②海外から40万人に登る訪日客に

よる地域経済を主体とした文化的、人的、金銭的な貢献 ③モノ消費からコト消費へと移行しつつある訪日客を将来のイベント、スポーツイベントで国・地方が潤える観光立国を目指す、等々が進んでいく少子高齢化社会への一助となるのではないのでしょうか。

折しも、政府の「日本再興戦略2016－第4次産業革命に向けて」の中でスポーツビジネスを有望成長市場5つの内の一つとして位置付けられました。個別には、次期オリンピックに採用が議論されている、eスポーツが東京都の肩入れで今月開催され、今後も拡大が見込まれます。そして、観戦より参加するスポーツ・ヘルスツーリズムの活発化など、多様なスポーツを巡るビジネスチャンスの増大が期待されます。第三者の観客としての観点のみならず、身近なスポーツの背後にある種々の利害当事者の立場を学び、発展が望まれるスポーツビジネスが、果たして国民全体の利益となり得るのかこの本を参考に考えて見たいと思います。

メディアで取り上げられる主なスポーツと各選手たち：

スポーツ： 野球、サッカー、ラグビー、卓球、バドミントン、バスケットボール、柔道、陸上、相撲、フィギュアスケート、スキージャンプ、カーリング その他多数
(参考：東京オリンピック 33競技 339種目)

アスリート： 大谷翔平 八村塁 大阪ナオミ 錦織圭 松山秀樹 石川亮 渋野日向子 桃田賢斗 久保健英 羽生結弦 瀬戸大也 石川佳純 伊藤美誠 高梨沙羅 井上尚弥 阿部詩 サニブラウン・アキーム その他大勢

2. この本の概要：

はじめに

スポーツは一部の優秀なアスリートのもので、スポーツ好きな自分たちは試合の結果を観客として見ているだけだった。そしてスポーツはよく知っているようで実は知らない世界。身近なようで遠い世界。スポーツと普段の生活が想像以上に密着する時代が迫っている。これからのスポーツはアスリートのものだけではない、自分たちにもっと身近に関わってくる。

第一章 スポーツビジネスは有望か

これからは少子高齢化で人口減となり、日本の企業はどこも新規事業を創出する必要に迫られている。一方、消費者は(訪日観光客も)「モノ消費からコト消費」へと思い出や体験を楽しむ方に消費の重点がシフトしている。コトはスポーツを始めとして広がりや体験の強さから、繰り返し楽しめる。政府が241枚に亘る『日本再興戦略2016－第4次産業革

命に向けて』をまとめた。その中で、スポーツ産業として「新たな有望成長市場の創出」の一つとして登場、数値目標として、2015年5.5兆円から、2025年には市場規模15兆円を目指す。

「新たに講ずべき具体的施策」

A. スタジアム・アリーナ改革(コストセンターからプロフィットセンターへ)

B. スポーツコンテンツホルダーの経営力強化、新ビジネス創出の促進

例えば、日本版 NCAA(National Collegiate Athletic Association)創設。

C. スポーツ分野の産業競争力強化

「体育」「ボランティア」「アマチュアリズム」→「スポーツの産業化

(プロフェッショナリズム)」

2015年 スポーツ庁発足

「スポーツ産業を我が国の基幹産業へ成長させる」戦略策定される。

『未来投資戦略2017』2025年までに20か所のスタジアム・アリーナを実現。

第二章 マネジメント論

Jリーグを見ても、親会社から天下りで2~3年ごとに社長が変わり、これまでスポーツビジネスに全く関係がなかった人がいきなり社長になる弊害がある。元日本代表監督岡田武史曰く「選手がプロになった。次に審判がプロになった。次は経営者の番である。」

モノカルチャーで育った天下りの経営者と、さまざまなタイプの職員が働くカオス組織であるスポーツ組織とは相性が悪い。原則としてコストセンターから、良い人材を投入してプロフィットセンター化すべきである。反面「プロの経営者」は、競技から引退してその競技の周辺にいるような人ではダメである。「社長が変わって組織が変わった」一例として、スポーツ・地域創生を2番目の柱と掲げるジャパネットたかた、その創業者で引退した高田明前社長が改革した、JリーグのV・ファーレン長崎がある。

Jリーグクラブの経営では、せっかく得た資金をパフォーマンスの不確実な「お金を使っていい選手を連れてくる」ことでなく、一番は「経営者に投資する」ことが王道である。スポーツビジネスの利害関係者(ステークホルダー)は①スポンサー②地方自治体③メディア④サポーター⑤親会社 などがあり通常のビジネスより多岐に亘る。Jリーグは経営者の重要性を理解し「スポーツヒューマンキャピタル(SHC)」を設立し、独自に経営者の育成を開始した。

第三章 スタジアム論

広島カープがスタジアム改革によって球団の売り上げが3倍になった。スポーツビジネスでは生産と消費が同じ場所で同時に行われる特徴があり、スタジアム・アリーナでの「ライブ性」が魅力の源泉。日本は競技者のため、欧米は観客のためのスタジアム。スタジアムは市や県が所有・運営し、ビジネスの視点から使い勝手がよくないのが実情。2003年「指定

管理者制度」発足以来、スポーツチームによる運営に自由度が増した。スタジアム改革の原点は2004年東北楽天ゴールデンイーグルスの発足であった。2012年 DeNA が横浜ベイスターズの経営主体となった際、観客の属性を調べ、30～40代のアクティブなサラリーマンをターゲットと定め、“大きな居酒屋”をコンセプトとした。さらにスタジアムを街に開放する「コミュニティボールパーク」構想を発表した。一方、政府は未来投資計画2017で、2025年までに20か所のスタジアム・アリーナの実現を目指し、地域経済好循環システムを構築する狙いを見せる。そこには防災機能も併設した「複合的な施設」によって人と街の再生を図る。コストセンターからプロフィットセンターへの改革と、「地域の誇り」としての存在まで高めていくことが理想。

第四章 スポーツ業界のキャリア論

「野球が好きだから」「チームが好きだから」と応募する人と、ビジネス面でのプロフェッショナルを必要とする採用とのミスマッチが数多くあった。ようやく、徐々にスポーツ業界の外側から入って、活性化に活躍する人材も増えてきた。他方、アスリートの引退後の「セカンドキャリア」の問題。現役時代の活躍次第で、解説者、指導者への道はある。但し、例えば、野球の場合、高校野球には毎年 5 万人の選手、プロはそのうちせいぜい100人、確率0.2%。更に、その先に活躍できるのはせいぜい10人、0.02%。注意点はアスリートとしての競技能力と社会人としての業務能力とは当然別物であり、競技関係者を中心に構成されている協会や連盟のマネジメントが、相撲協会のように、必ずしもうまく回っていない事例が多い。

第五章 地方創生論—スポーツは地方創生に有効か

ヨーロッパの人が、住む街を誇りに思う3つの要素があるとすれば、大学がある、音楽がある、そしてスポーツがある。」リーグが提唱してきた、スポーツクラブを中心とした心地良いコミュニティがある街が日本で少しずつ増えている。クラブの本拠地の人々が主体的にクラブを盛り上げ、結果としてスポンサー企業の業績に左右されない持続可能なクラブが発展する鍵と考えた。この「地域密着コンセプト」は、野球界へと繋がれ、日本ハムファイターズ、埼玉西武ライオンズ、横浜ベイスターズなどが例として挙げられる。

地方創生とスポーツとの相性はとても良い。スポーツは地域の人を元気にするソフトであり、コンテンツである。老若男女、世代を問わず地元のチーム・個人を通しスポーツを身近に感ずることができる。街の規模に応じて、楽しめる競技を選ぶことができる。スポーツの中の人でも、外の人でも、一緒になって主体的に実践することで、一歩進んだ「スポーツと地方創生」の新たな道筋が作られる。

おわりに

スポーツそのものより、スポーツを通じて何をするかが重要となる。スポーツを使って、試行錯誤しながら、一人でも多くの人々が参加し、どんどん笑顔になっていく人が増える、それがスポーツに魅せられた筆者の願いである。

杉並区に関わるスポーツの話題：

リニューアルしビーチコート等を備えた永福体育館を、イタリアのビーチバレーボールチームのオリンピック前の練習場所として提供する。

杉並学院高校(旧菊華学園)石川遼 蘭田峻輔 出身校

国学院久我山 野球、サッカー、ラグビー、

阿佐ヶ谷南口 ちゃんこ『田中』

日大理事長 アメフト問題

(日大相撲部出身 住まい 妻実家)

都立杉並高校 北島康介スイミングスクールから水泳部へコーチ派遣

Sunny Side Up - 北島が一時所属したマネジメント会社、次原悦子社長

レバノンでの日本メディアに対するゴーン記者会見を仕切る

中田英寿所属 PR 会社 高井戸近辺在住？