

アメリカにおける男子サッカーの不人気及び発展に関する研究

A study of unpopularity and development of the men's soccer in America

1K04B040-1

荻原 史暁

指導教員

主査 友添秀則先生

副査 杉山千鶴先生

序章 本研究の動機と目的

老若男女を問わず世界中の多くの人々に愛されているサッカーであるが、スポーツ大国アメリカではあまり人気がない。それはなぜなのだろうか。そんな素朴な疑問から、なぜアメリカで男子サッカーの人気が低いのかその原因をできる限り明らかにし、今後のアメリカサッカー界繁栄の一助となるような論文を書きたいと思い、この研究を行うことにした。

本研究の目的は以下の3点である。

- なぜアメリカで男子サッカーの人気が低いのか、その要因を明らかにする。
- 他の人気スポーツのマーケティング活動とアメリカ最大のプロサッカーリーグ・Major League Soccer (以下「MLS」と記す。)のマーケティング活動を比較し、MLSの活動に問題がないか検討する。
- 以上を踏まえ、今後アメリカの男子サッカーが人気を獲得するために進むべき道を明らかにする。

第1章 サッカーの起源と歴史

サッカーの起源については様々な見解があり、昔からサッカーのようなボールゲームは世界各地で楽しまれていたという。そして1863年にイングランドのパブリックスクールの代表者らによって、近代サッカーが誕生した。

19世紀後半のイギリスは世界中のあらゆる場所に進出する大英帝国であったので、サッカーは瞬間に世界中に広まっていき、競技人口および国際的な認識が最も高いスポーツへと発展していった。

第2章 アメリカにおける男子サッカー

アメリカ人がサッカーを嫌う理由として、「アメリカ人の不正、不平等を忌み嫌う思想」、「アメリカ人のスポーツ観戦の仕方」、「アメリカ人のスポーツ観戦の視点」、「アメリカ人のナンバーワン主義」の4つを挙げた。ヨーロッパ系スポーツであるサッカーとアメリカ人の思想、気質は根本的に相容れないものなのである。

MLSは、「シングル・エンティティ・システム」や「サラリーキャップ制度」などを採用しており、「戦力の均衡」と「リーグ経営の安定化」を図っている。また、フランチャイズエリアの拡大を「エクспанション」と称し、チーム数の増加、専用スタジアム建設の工夫に力を入れている。さらに Soccer United Marketing (以下 SUM と記す。)によるマーケティング活動は、MLSの海

外戦略、放映権契約の多様化、胸広告という新しい取り組みなど実に多岐にわたっており、SUMはMLSの更なる発展、ブランド力強化に努めているのである。

第3章 成功したプロスポーツリーグのマーケティング活動

プロスポーツリーグとして大成功を収めた言える National Football League (以下 NFL と記す。)と Jリーグは、そのマーケティング活動において共通する部分が多岐に多い。両リーグとも「明確なビジョン」のもと、「戦力の均衡」、「健全な財政状態の維持」を図ることでゲームの価値を最大限に高めようとしている。また「地域に密着したチーム作り」をし、「将来の顧客」、「熱狂的なファン」の獲得を目指している。その他にも「海外戦略」、「次世代の育成」、「ブランド力の向上」などのために、様々な活動を精力的に行っているのである。

第4章 アメリカにおける男子サッカーが人気を獲得するために

今後 MLS が人気を獲得し、ビジネスとして成功するためにはどうすればいいのか。MLS が人気を獲得するためには、アメリカにおけるサッカーの「普及」と MLS の「集客力」を上げることが考えればよい。アメリカにおいてサッカーは十分に「普及」しているので「普及」という点に問題はない。そして「集客力」においても、まだまだ伸びる余地はあるものの、MLS のマーケティング活動と NFL や Jリーグのそれは共通する部分が非常に多く、特に大きな問題点は見当たらない。MLS の向かっている方向は決して間違っているのではなく、MLS が高い人気を獲得するのは時間の問題であるのだ。まだリーグ開幕から11年と歴史の浅い MLS は無限の可能性を秘めているのである。

終章 今後の課題

MLS が人気を獲得するのは「時間の問題」と述べたが、今後サッカーというスポーツがアメリカ人の心を掴む日は本当に訪れるのだろうか。「アメリカ人は根本的にサッカーというスポーツを好まない」という非常に大きな問題が MLS に大きくのしかかっている以上、少し疑問が残る。この根本的な問題に対して MLS が今後どういった展開を見せるのかが今後の大きな課題なのである。