

各国代表チームの強化試合に関する研究 ～マッチメイクがトリプルミッション拡大に及ぼす影響～

トップスポーツマネジメントコース

5008A322-7 谷口誠

研究指導教員： 平田竹男教授

本研究では、代表チームの強化試合の設定方法について、サッカーとラグビーを題材として分析した。

競技の人気拡大にとって大きな要素の一つが代表チームの活躍である。代表チームが勝てばテレビ放映権料などが増え、収入が増加する。収入が増えれば、代表チームの強化に掛ける資金が増えるという好循環も生まれる。

日本でこの好循環に成功している競技がサッカーであり、失敗している競技の一つがラグビーである。

そして、代表チームの活躍のためには、各競技団体の代表戦の組み方、つまり「マッチメイク」がうまく行っているかどうかということが重要になる。

ラグビーのように人気、競技力の発展が停滞している競技がどのように代表戦のマッチメイクをすれば良いのかという問題について調べるのが本研究の目的である。

第2章では、研究方法を述べた。まず、アジアのサッカーと世界のラグビーの代表戦について、「試合の開催地」と「対戦相手」という要素に着目して調べた。また、日本のサッカーとラグビーのマッチメイクをトリプルミッションモデルの「勝利」「市場」「普及」に基づいて分析した。代表戦の視聴率や新聞記事数数の傾向も調査した。

トリプルミッションモデルの成功条件については、「勝利」が対戦相手の競技力の高さと海外での試合数の多さ、「市場」がテレビの視聴率、「普及」が観客数と視聴率、新聞記事数数の多さと定義した。

第3章では、アジアサッカー連盟(AFC)所属の46カ国のマッチメイクを分析し、各地域の特徴を俯瞰した。

また、AFC上位の9カ国のマッチメイクを分析し、開催地の傾向によって3タイプに分類した。3タイプとは、ホームの試合が70%以上を占める「ホーム中心型」、30%以上70%未満の「中間型」、30%未満の

「国外中心型」である。

対戦相手の傾向からは4タイプに分類した。4タイプとはまず、サッカーにおける欧州と南米のようなトップレベルの国と最も多く対戦する「最上位国型」である。近隣の国と最も多く対戦し、かつ近隣諸国の競技力が高い場合を「近隣諸国・競技力高型」、競技力が低い場合を「近隣諸国・競技力低型」とした。トップレベルの国以外の遠方の国との対戦が多い場合は「遠方諸国型」とした。

開催地による3タイプ、対戦相手による4タイプの組み合わせによって12のタイプを設定し、9カ国がそれぞれどのタイプに当てはまるかを示した。

日本は欧州・南米の国と最も多く対戦し、ホームと国外の試合のバランスがとれている「最上位国・中間型」となった。

また、ワールドカップ(W杯)を区切りとした4年間ごとに、9カ国が12タイプをどのように変化したかを分析した。

韓国と中国は02年日韓W杯を期に対戦相手が「遠方諸国型」から「最上位国型」へ移行したが、「06-10年」は「遠方諸国型」へ逆戻りした。日本は「98-02年」以降、一貫して「最上位国型」。日韓W後のマッチメイクは韓国や中国よりも日本の方が優れていることが示された。

第4章では、日本サッカー協会のマッチメイクについてW杯を区切りとした4年間ごとの推移を見た結果、02年日韓W杯後が視聴率、新聞露出で際だっていた。

また、マッチメイクの12タイプがトリプルミッションモデルの3要素を最大化する条件を定義した。

開催地については以下の通りである。「普及」「市場」は「ホーム中心型」「バランス型」「海外型」の順に効果が高い。「勝利」は逆の順番である。

対戦相手については、「勝利」は「最上位国型」、

「近隣諸国・ランク高型」、「遠方諸国型」、「近隣諸国・ランク低型」の順に効果が高い。「市場」「普及」は「遠方諸国型」が低く、他の3タイプが高い。

82年以降の日本の変遷を見たところ、94年から06年にかけてホームの試合の比率は横ばいだったが、06年以降は上昇した。「勝利」よりも「市場」「普及」への傾斜を強めていることが考えられる。

第5章では、日本など16カ国のラグビー協会のマッチメイクを分析した。日本は「遠方諸国・中間型」で、強豪国と比べて最上位国との対戦が極めて少ない。

第6章では、サッカーとラグビーの分析結果を比較し、日本のラグビーのマッチメイクが目指すべき方向性を考察した。

韓国・中国サッカーと日本ラグビーはいずれも「遠方諸国・中間型」に属し、一度は最上位国との対戦の比率を高めた経験を持つなど傾向が似ている。日本のラグビーが「最上位国型」へ移行するためには、韓

国、中国のサッカーの例が参考になると考えられる。

3カ国のサッカーが最上位国との対戦を増やした契機は日韓W杯の開催だった。したがって、日本ラグビーも現在誘致を進めている2015、19年のW杯が開催できれば、「最上位国型」のマッチメイクに移行する大きなチャンスになると言える。

また、「最上位国型」定着のためには、「最上位国型・国外中心型」のマッチメイクと、「遠方諸国・ホーム中心型」のマッチメイクをうまく組み合わせることが現実的な選択肢であることを示した。

この組み合わせを実現しているのがカナダのラグビーである。日本と似た地理的条件ながら、積極的に海外へ出て最上位国との対戦を増やしている。日本も見習うべき点が多いと言える。

本研究で明らかにしたマッチメイクの分析手法は、競技団体が現状と目的にふさわしいマッチメイクをするための一助になることができると考える。