

放映権一括管理の合理性

-スペインリーグ放映権管理システム移行に着目して-

スポーツビジネス研究領域

5015A026-3 滝本 純也

研究指導教員：武藤泰明 教授

【背景】

欧州サッカー5大リーグが欧州サッカーリーグ売上高全体に対して占める割合は非常に高く、2013/14シーズンで53%も占めているのが現状である。そしてその5大リーグは年々売上高を増加しており、その売上高の大部分を占めているのが放映権収入である(Evens & Lefevre, 2011)。

グローバルテレビジョンマーケットの発達により、放映権の市場規模は過去30年で大きく変化した(Evens & Lefevre, 2011)。近年、テクノロジーの発達によりスポーツコンテンツを見る環境が変化している。携帯端末を扱う会社がスポーツの放映権を購入するなど、スポーツメディアマーケットへの新規参入が促進している(並木, 2016)。これまで進んでいた放映権料の高騰は今後も続いていくことが予想され、収入の大部分を放映権料から得ている欧州サッカーリーグ、5大リーグにとっては放映権マネジメントについて考える重要性は増している。

Symanski (2006)によれば、スポーツ放映権の管理方法はリーグが全チームの放映権をまとめて管理し放送局と契約をする一括管理と各チームが放送局と契約をする個別管理に分けられる。

5大リーグの放映権管理方法はこれまで、

スペイン1部リーグ(以下、リーガ)を除く4つのリーグが一括管理の方法をとっていた。リーガは個別管理の方法を取りながらもリーマンショック以降自国の経済状況が破綻しているにも関わらず、売上高を全項目において伸ばしてきていた。しかし、2015年4月2016/17シーズンより放映権を一括管理にする法案を可決させ放映権管理システムを移行させることにした。

【先行研究】

Falconieri et al. (2004)によれば、放映権の一括管理と個別管理のテーマはスポーツリーグマネジメントにおいて重大なテーマの1つである。しかし、このテーマに関する研究は多くなく、現状のスポーツメディアマーケットを踏まえた研究は行えていない。また、スペインサッカーリーグマネジメントに関する先行研究では、多くが財務的な視点からアプローチしているものの、自国の経済状況とは関係なく売上高を伸ばしている背景について明らかにした論文は見当たらない。スペインサッカーリーグの放映権管理システムの移行のケースは、現在のスポーツメディアマーケットを踏まえつつ、放映権の個別管理と一括管理に関する議論を行う上で非常に有用なケースで

ある。欧州サッカー5 大リーグで最後の移行ケースとなるため大きな規模を誇るリーグをケースとした放映権管理の議論をする最後の機会であると考えられる。

【目的と方法】

本研究の目的は、リーマンショック前から以降にかけてのリーグ各クラブの財務状況に着目し、放映権一括管理の合理性について検討することを目的とする。

J. M. Gay (2009, 2012) が活用しているデータを用い、新しいデータに関しては自身で収集した。経年の変化とその変化に対する各項目の貢献度、さらには各クラブの格差について把握するため構成比、変化率、寄与度、相対的不平等指標の4つの指標を用い、分析を行った。

【結果】

数クラブデータが集められなかったクラブがあったため、4 カテゴリー(上位5クラブ、中上位5クラブ、中下位5クラブ、下位5クラブ)にわけ平均額を算出し、各シーズンのその値を用いて分析を行った。

まず初めに、営業収支の変遷をみると2013/14 シーズンが最も赤字クラブが少ない結果が見られた。構成比の変遷に関しては、もともと構成比の割合が高めであった放映権収入の割合がリーマンショック以降非常に高くなっていることが明らかとなった。特にその傾向は下位クラブに顕著に見られた。2007/8～2013/14 シーズン間の寄与度に着目すると全ての項目において、上位5クラブが最も高い結果となった。さらにその上位5クラブ各クラブの寄与度をみるとレアル・マドリード、FCバルセロナ、アトレティコ・マドリードの3クラブがいずれの項目も高い結果が見られた。相

対的不平等指標においては、2007/8～2013/14 シーズン間において、上位5クラブに相対する3つのカテゴリー全てにおいて総収入、試合収入、マーケティング収入、その他の収入の4項目は格差が開いていることが明らかとなった。一方で放映権収入に限っては格差が縮小している結果が明らかとなった。

【考察】

自国の経済状況に関わらず売上高が伸びていた理由は、レアル・マドリード、FCバルセロナ、アトレティコ・マドリードの3クラブの寄与度が高かった結果から、UEFAチャンピオンズリーグや海外からの資本投入など外因性のものによる可能性が考えられた。

全体的に売上高は伸びていたものの、リーマンショック以降リーグ内におけるクラブ間格差は広がっていた。さらに、この格差拡大は試合収入やマーケティング収入など自クラブの努力で稼いでいくものに顕著に見られた。放映権収入は、他の収入とは異なり最も利害関係が少なく他国でも行っているようにリーグで管理しやすい。さらに収入源も高額であることから、リーグにおける放映権収入による格差は縮小していたものの、放映権収入を用いてその他の格差を抑制させるという意味で合理性があったと考察された。また、格差緩和と共に下位クラブへの資本投下という合理性も確認できた。

個別管理をとることで世界的ビッククラブを生み出したリーグであったが、一括管理の方法をとることで今後どのような変遷を遂げていくか着目していく必要がある。