

タイ国籍Ｊリーガーの活躍がタイ本国における Ｊリーグの認知拡大に与えた影響

スポーツビジネス研究領域
5020A073-9 LI CHENGLONG

研究指導教員：平田 竹男 教授

1. 背景

2012 年Ｊリーグはアジア戦略を本格的に実行し始め、2012 年 2 月にタイプレミアリーグを皮切りに計アジア 7 か国とのパートナーシップ協定の締結を行っている。また、Ｊリーグにおいて 2014 年から既存の一般外国籍選手枠 3 名、アジア枠 1 名に加えて新たに「Ｊリーグ提携国枠」2 名が設けられ、提携国枠の選手がＪリーグでプレーしやすい環境に整備された。さらに 2016 年からは提携国枠の選手は外国籍扱いではなくなり、2019 年からはアジア枠が撤廃され最大 5 名まで外国人選手が出場可能となった。このようにＪリーグはアジア戦略を掲げて以降、提携国を含めたアジア人選手がプレーしやすい環境が整備された。アジア枠では 6 ヶ国、提携国枠ではタイ、カタールの 2 ヶ国、計 8 ヶ国の選手がＪリーグに在籍している。特に提携国の中ではタイ国籍選手の人数が最も多い状況であり、2017 年 1 名、2018 年 3 名、2019 年 3 名、2020 年 3 名、2021 年 2 名が在籍している。

Ｊリーグのアジア戦略が期待する効果として、提携国枠の選手がＪリーグで活躍し、本国で話題になることで放映権収入やスポンサーやグッズ収入といった収益を得ることであることが考えられる。そこで、現在最も活発に活動をしているタイ国籍選手の活躍に対する効果検証をすることに意義があること考えるが、先行研究から本制度改定による効果検証が十分に行われていない状況であった。

2. 研究目的

本研究はタイ国籍選手がＪリーグで活躍することによってタイ本国での話題や放映環境にどのような影響を与えているかを明らかにすることで、今後のＪリーグのアジア戦略推進に対する示唆を得ることを目的とする。

3. 研究方法

1) Ｊリーグにおけるタイ国籍選手の活躍状況とタイ本国での話題の関係性

タイ本国での話題の抽出方法として Google Trends 値を採用した。検索地域をタイに設定し、検索トピックを「Ｊ１リーグ」とした。Google Trends 値の検索の性質上、1 年以上の期間で話題の検索を行った場合、月単位での抽出になることから、本研究では 2017 年から 2021 年シーズンを単年での抽出を行い週単位の Google Trends 値を用いて分析を行っ

た。本研究で用いたデータ Google Trends 値は 2022 年 1 月 9 日に抽出したデータとする。本研究ではタイ国籍選手の活躍度を測る方法として、タイ国籍選手の「試合出場」、「得点」、「アシスト」、「タイ国籍選手同士の対戦」の 4 項目とし、各項目が該当する週と該当しない週の Google Trends 値の平均値を比較した。

2) タイ国における Ｊ１リーグの報道環境の調査

文献調査により 2012 年からのタイにおけるＪリーグの放映環境の変遷と、Google Trends 値の 2012 年 1 月から 2021 年 12 月 31 日までの変遷をまとめた。

4. 結果

1) Ｊリーグにおけるタイ国籍選手の活躍状況と Google Trends 値の関係性

表 1 はタイ国籍選手の試合出場、得点、アシスト、対人選手同士の対戦の 4 つの条件の Google Trends 値の平均値を比較した結果である。2017 年から 2021 年シーズンの期間において、「試合出場」、「得点」、「アシスト」、「タイ国籍選手同士の対戦」の 4 項目のいずれもが高いシーズンは 2020 年シーズンのみであった。その次に 2019 年シーズンが「タイ国籍選手同士の対戦」を除いた 3 項目の平均値が高い結果となった。項目別には、「出場」では 2017 年シーズンが最も高い結果となり、「得点」では 2019 年シーズン、「アシスト」では 2020 年シーズン、「タイ人同士の対戦」も 2020 年シーズンが最も高い結果となった。

表 1 タイ国籍選手の各項目と Google Trends 値の関係性

シーズン	出場			得点			アシスト			対戦		
	出場	非出場	差	得点	非得点	差	アシスト	非アシスト	差	対戦	非対戦	差
2017	77	17	60	N/A	N/A	-	54	79	▲25	N/A	N/A	
2018	61	30	31	63	59	4	57	58	▲1	56	62	▲6
2019	53	35	18	61	49	12	55	49	6	49	53	▲4
2020	57	22	35	65	56	9	65	55	10	91	55	36
2021	53	32	21	43	58	▲15	50	60	▲10	61	58	3

次に、各年度において各項目の独立サンプルの T 検定を行った。2017 年シーズンに、タイ国籍Ｊリーガーは 1 人のみで、「得点」の該当週がないため、「出場」と「アシスト」項目に対して、分析を行った。「出場」において 1%水準で有意差が見られたが、「アシスト」においては有意差が見られなかった。2018 年シーズンに、「出場」において 1%水準で有意差が見られたが、「得点」、「アシスト」、「タイ国籍選手同士の対戦」においては有意差が見られな

かった。2019 年シーズンに、「出場」において 1%水準で有意差が見られたが、「得点」、「アシスト」、「タイ国籍選手同士の対戦」においては有意差が見られなかった。2020 年シーズンに、「出場」と「タイ国籍選手同士の対戦」において 1%水準で有意差が見られたが、「得点」、「アシスト」においては有意差が見られなかった。2021 年シーズンに、「出場」において 1%水準で有意差が見られたが、「得点」、「アシスト」、「タイ国籍選手同士の対戦」においては有意差が見られなかった。

2) タイ国における J1 リーグの放映環境

①タイ国内の放映環境の変遷

タイ本国における J1 リーグの報道環境及び放映権の変遷は以下の表 3 の通りである。

表 2 タイ国内の J リーグ放映環境の変遷

契約期間	放映権獲得	放映形態	チャンネル	放映頻度
2012年3月 ～2017年5月	GMM	ケーブルテレビ (2012年3月～) 地上波TV放送 (2012年6月～)	GMM Sport1 GMM Football Plus GMM	週3試合 週2試合
2017年6月 ～2020年1月	TRUE VISIONS	地上波TV放送 (2017年6月～)	True Sport HD2 True Sport HD3 True Sport 6	毎週土日 午後2時、5時
2020年2月～現在	SIAMSPORT	ライブ配信	You Tube、Facebook	累計視聴回数
2020年7月～現在	MCOT	地上波TV放送	公共放送	6000万回

タイ国内での J リーグの放映権を獲得した企業は 3 度変更があった。まず 2012 年 3 月よりタイの GMM 社が J リーグの放映権を獲得し、週 3 試合ケーブルテレビで放映され、6 月より週 2 試合地上波 TV で放映された。次に 2017 年 6 月より放映権をタイ大手ケーブル TV 会社である TRUE Visions 社が獲得し、毎週土日の午後 2 時と 5 時に地上波 TV で放映された。そして、2020 年 2 月より放映権をタイの TV 放映局である SIAMSPORT 社が TRUE Visions 社の時から約 5 倍の放映権料で獲得し、YouTube と Facebook でライブ配信が行われ 2020 年シーズンは累計 6000 万回の視聴数を獲得したと報じられている。また、同年度の 7 月よりタイの国営放送である MCOT においても地上 TV で放送がされた。

②タイ国籍選手の在籍前後の Google Trends 値

図 1 は、タイにおいて J リーグの放映が開始された 2012 年 1 月から 2021 年 12 月までの Google Trends 値の変遷である。2017 年にタイ国籍選手が J リーグに在籍して以降、Google Trends 値が増加する結果となった。特に 2018 年が Google Trends 値が最も高く 51.2、次に 2019 年が 46.1 となっていた。

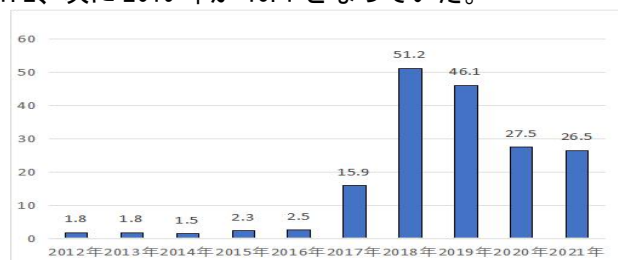


図 1 Google Trends の平均値の推移(2012-2021)

5. 考察

1) 2017 年タイ国籍選手初の J リーガー誕生の影響

2012 年からタイでは J リーグの放映が開始されていたものの、実際に Google Trends 値が大幅に上昇したのは 2017 年以降であった。つまり、チャナティップ選手がタイ国籍選手初の J リーガーとなった年である。実際に 2017 年の選手出場の Google Trends 値が非出場の週と比較して高い結果にあるように、同選手の活躍状況はタイ本国でも注目を集めていたことが考えられる。

2) 2019 年タイ国籍選手の J リーグ優勝

2020 年に J リーグの放映権を SIAMSPORT 社と国営放送の MCOT が取得したことにより、J リーグは放映権料収入の増加だけでなく、オンライン配信と地上波 TV 放送による露出機会が拡大に成功し、J リーグのアジア戦略においても大きな効果のひとつである。この背景にもタイ国籍選手の活躍があり、2018 年にチャナティップ選手が J リーグベスト 11 に選出、2019 年にティーラトン選手がタイ国籍選手として初めて J リーグの優勝経験をしており、Google Trends 値においても高い結果を示していたことから、タイ国内での J リーグの注目度を高め、2020 年の契約更新のタイミングで大型契約が決定したものと推察される。

3) タイ国籍選手のトリプルミッション

2017 年、2020 年の 2 つの転換点から、タイ国籍選手の J リーグでの活躍が本国での話題の増加に寄与し、更に放映環境の向上へと発展した。つまり、タイ国籍選手の「勝利」と起点に、タイ本国における J リーグの「普及」「資金」へとトリプルミッションが好循環した事例と言える。アジア戦略のもと、提携国において J リーグが話題になりビジネスとして拡大させるためには、同国の選手が主力メンバーとして試合に出場することに始まり、更に優勝争いや個人タイトルを獲得するような活躍することが、好循環のきっかけになることを意味する。

6. 結論

J リーグにおけるタイ国籍選手の活躍は、タイにおける J リーグの露出機会の拡大と放映権料の増加といった「勝利」を起点に「普及」と「資金」のトリプルミッションが好循環した J リーグのアジア戦略がもたらした成功事例のひとつである。

今後 J リーグのアジア戦略をさらに加速させるためには、提携国を拡大させるだけでなく、各国のエース級の選手が J リーグでプレーし活躍しやすい環境を作ることが当該国からの注目を集めマーケットの拡大に繋がる。