

日本バスケットボール新リーグにおける市場拡大

同志社大学 スポーツ健康科学部スポーツビジネス B

○五島渉 青木美穂 高石彩斗 渋谷大山

1. 緒言

2016 年秋に開幕する男子のプロバスケットボールリーグ『ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ』通称 JPBL。それまでの bj リーグ、NBL、2 リーグ並立状態を危惧した FIBA からの指令を受け川淵代表率いる『JAPAN2024 TASKFORCE』が統合に成功させたのは記憶に新しい。新たに始まるこのリーグはクラブライセンス制度や 1 部 2 部 3 部の 3 つのカンファレンスに分けるなど J リーグが行う政策をモチーフとし、リーグが掲げる 3 つのミッション（世界に通用する選手、チームの輩出）（エンターテインメント性の追求）（夢のアリーナ）の達成を機とした市場拡大を目論んでいる（B リーグ公式サイト）。

だが、この新リーグについてバスケット経験者やバスケット好きな人を除いた世間一般にはあまり興味を抱かれていないのが現状だ。日本のバスケットボールプレイヤーを 1 人も知らないということもざらである。そもそもプロバスケットボールといわれても、J リーグやプロ野球とでは人気に圧倒的な開きがあることは周知の事実だろう。その中で組織が提唱する政策が上手くいきリーグ市場拡大に繋がるかというやや懐疑的にならざるを得ない所があるのも確かだ。

そこで、私たちは圧倒的成功を収め近年成長著しい MLS（メジャーリーグサッカー）における成功事例、現役の bj リーグ球団代表へのインタビューを通してバスケットボール新リーグにおいてより市場拡大の手助けとなるような政策を提案する。

2. 研究結果

(1)MLS の成功事例

以下の図 1 が示すように、ベッカム選手加入後の観客動員数は大きく伸長。07 年の加入後はホームゲームで約 20%増、アウェーゲームは約 45%も増加しており、MLS 全体の平均値の押し上げにも貢献している（THE DUGOUT）。

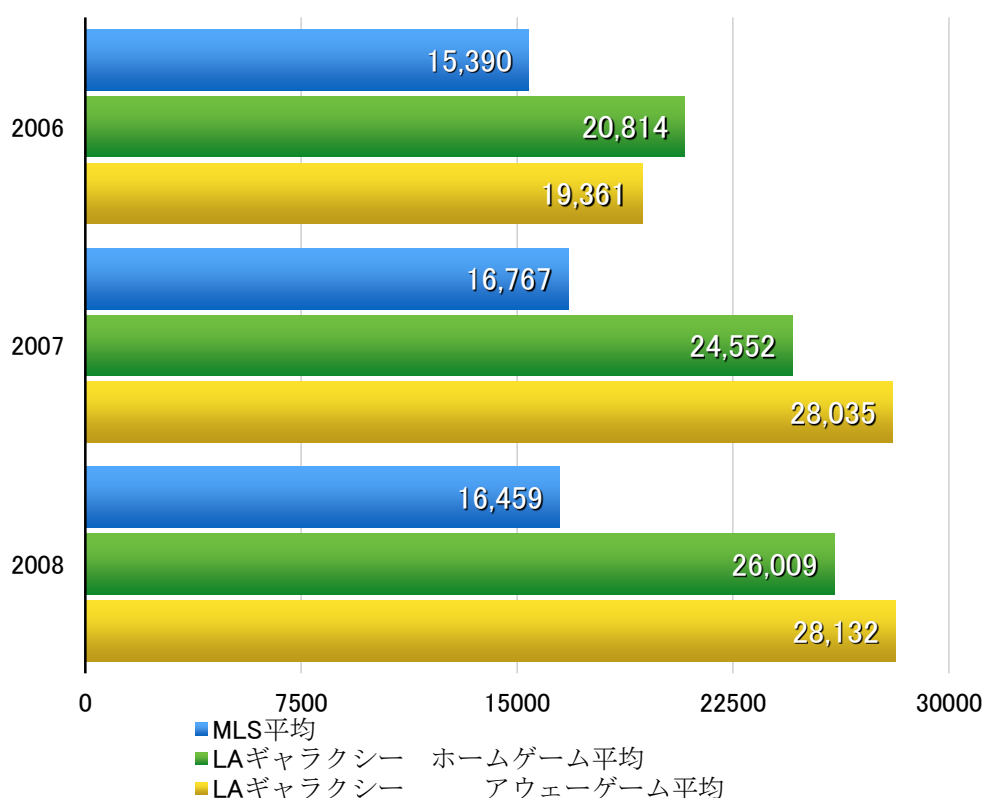
また LA ギャラクシー公式サイトへの訪問者数もベッカム選手が加入する以前は毎月前年 103%で推移していたにもかかわらず、デビューを果たした 2007 年 7 月は前年の 400%にも上る約 15 万のページビューを記録した（THE DUGOUT）。

そしてベッカム選手が 2007 年に入団して以降、MLS では 7 チームが新設され、今後も

4チームの創設がすでに決定され、専用のホームスタジアムを有していたチームもわずか5チームから現在は13チームに拡大。さらにMLS平均観客数も2012年は18,807人を記録。これは同時期のNBA(17,319)とNHL(17,126)を上回り、世界のサッカーリーグではリーグ・アン（フランス）やエールディヴィジョン（オランダ）を抑えて、7番目に高いリーグになる（THE DUGOUT）。

図 1

ベッカム選手加入後の観客動員数の推移



THE DUGOUT (<http://www.the-dugout.jp/tdmw131428-beckham2.html>) より筆者作成

また、ベッカム効果"はしばしばグッズ販売や観客数増加だけにスポットライトが当てられるが、副次的な効果ベッカムの存在が最盛期にあるスター選手の加入を後押ししていることも確かだ。ロビー・キーンの入団に始まり、ティエリ・アンリやラファエル・マルケスらビッグプレイヤーのニューヨーク入りはリーグ全体のステータスをワンランク引き上げた。ベッカムの退団発表後もランパードやカカーの移籍報道が相次ぐなど、MLSの注目度が高まっている証拠といえる（THE DUGOUT）。

(2) 現状調査としてbjリーグバンビシャス奈良の球団代表である加藤氏にインタビュー調査を行った。

質問内容	解答
新リーグの市場拡大を考えたときどのようなことが必要になるのか	新しく日本バスケット協会に就任した川渕氏は、スポーツリーグの市場拡大においてメディアが6割関係しておりメディアをどのようにうまく利用し人々に知ってもらうかが重要である。
新リーグ設立に際してどのような不安要素をもっているのか。	まず有名選手が少ないこと、1部2部の成長速度の差、経営体力の差、アリーナの問題
bjリーグでの現在の市場について。	中央メディアに扱われにくいため、知ってもらう機会が少ない。

この質疑応答から周囲だけではなく、現場の声としても有名選手の不足、或いはメディアの注目を集めることができていないことが分かる。また、その環境作りが出来ていないことも確かだ。

3. 政策提言

以上の調査から私たちはリーグの発展には有名選手の存在が不可避だと考えた。だが、ただ単に有名選手、例えば現役のNBAのスタープレイヤーを日本のチームに移籍させるというのは非現実的なものに思える。そこで私たちは、金銭的にも名実も共に安定した全盛期を過ぎたスタープレイヤーにフォーカスした。輝かしい実績を持つ彼らを日本に呼ぶことができれば、メディアの注目・世間の興味を集めることが期待され、これがリーグの市場発展へと繋がるのは間違いない。

ただここで、疑問が浮かぶ。「どのようにしてそのスタープレイヤーを呼ぶのか？」いくら全盛期を過ぎたとはいえ金銭的に余裕のある彼らを金銭面の条件から招聘するのは厳しいだろう。そこで契約の条件を工夫し、より外国人選手がプレーしたくなるような政策を3点提言する。

(1) 家族、家庭のサポート

まず、その選手の周りの環境を整える必要がある。具体的には、ホームスタジアムからアクセスが良い家、車の提供、娘・息子の学校等の手配。それに加えて、選手そして家族にストレスを感じた生活をさせないために他チーム或いは他競技の外国人選手家族との交流

(食事会等) を援助する活動も行う。

(2) 引退後のセカンドキャリアを保証する

アメリカのプロスポーツ選手は桁外れに高い年俸で知られている。特に NBA での平均的キャリアは 4.8 年、平均年俸は約 5 億円、生涯賃金約 20 億円強だ。しかし、驚くべきことに 5 年以内に 60% の選手が自己破産をしている。破産した有名 NBA 選手としては、アレン・アイバーソン、アントワン・ウォーカー、カート・シリングなどが挙げられる。現役時代に巨額の資金を獲得していても、選手たちのセカンドキャリアまで保証されていないのが現状である (MintLifeBlog)。

ここからも分かるように、スポーツ選手にとって現役引退後の人生、いわゆるセカンドキャリアはとても大切なものになってくる。そこで、あらかじめ契約の際にその選手の引退後の仕事まで保証することでより魅力的な条件になるのではと考える。企業スポーツに代表されるような形で仕事をしてもらうことに始まり、そのままチームのコーチ・スカウトとして、あるいは日本の良さを各国バスケットボールリーグへと伝えるパイプとして。その形は多種多様であり、それを彼らがセカンドキャリアとしてこなせる環境を整える。

(3) プレシーズンマッチの開催

日本の良さを生で伝えることが出来るプレシーズンマッチの開催は外すことは出来ないだろう。現に、発足当初の J リーグに当時サッカー界のスター選手であったジーコが来たのは、81 年のトヨタカップで来日した際に日本の良さを肌で感じたのが大きかったとあるインタビューで答えている。

また、NBA のチームでも実際にアジアツアーと称して中国等を回っているチームはあり、その足を日本にまで伸ばしてもらう努力を企業等の協力も得ながらする必要がある。

参考文献

B リーグ公式サイト <http://www.bleague.jp/>

スポーツビジネス 最強の教科書 著平田竹男

スポーツ白書～スポーツの指名と可能性～ 笹川スポーツ財団

MintLifeBlog <http://blog.mint.com/how-to/from-stoked-to-broke-why-are-so-many-professional-athletes-going-bankrupt-0213/?display=wide>

THE DUGOUT <http://www.the-dugout.jp/tdmw131428-beckham2.html>