

私とスポーツビジネスとの関わり

岡本 純

2023年4月27日

【私とスポーツビジネスのはじまり】

子供のころからTVコマーシャルが好きだった。

中学・高校・大学はサッカー部に所属、サッカー三昧の学生生活。
大学生になってもTV、TVコマーシャルへの興味は変わらずテレビ局や新聞社、広告代理店などメディア関連の仕事に就きたいと思い就職活動をした。

就職先は東京の広告代理店、入社当時は営業部門の配属。
車会社、航空会社、食品会社、船会社など様々な業種の企業を担当した。
日々担当する得意先企業の広告・宣伝の仕事をする中で
サッカーのプロ化を目指す動きがあり「サッカー経験者」ということで社内で声がかかった。

当時はJリーグもなく、国立競技場で試合をしても観客席はガラガラ。
日本代表の試合があってもチケットは売れず現在のような

「満員のスタジアムで、多くのサポーターの歓声を受けながらプレーする」

という環境ではなかった。

サッカーのプロ化への準備を進める中で、「スポーツでどのようにビジネスが出来るか」を考えながらJリーグの設立に向けて様々な準備を進めた。



1984年 日本サッカーリーグ (JSL)
釜本邦茂選手起用 駅張りポスター

【 日本国内 スポーツ競技 プロ化の歴史 】

-  ● 1936年 プロ野球 リーグ戦スタート
-  ● 1965年 Japan Soccer League 設立
-  ● 1993年 J-League (サッカー) 開幕
-  ● 2003年 Top-League (ラグビー) 開幕
-  ● 2016年 b-League (バスケットボール) 設立
-  ● 2018年 T-League (卓球) 設立
-  ● 2022年 Japan Rugby League One (ラグビー) 開幕
-  ● 2024年 ハンドボール プロリーグ開幕 (予定)

1. スポーツとは？
2. スポーツマーケティングとは？
3. スポーツでビジネスするってどんなこと？
4. スポーツの仕事とは？

スポーツとは？(スポーツの語源)

●スポーツというと、野球やサッカー、陸上や水泳、オリンピックを思い浮かべる人が多いのではないのでしょうか。このようなルールがきちりと整備されていて勝敗を争うスポーツを「**近代スポーツ（競技スポーツ）**」といいます。しかしこれがスポーツのすべてではありません。

●Sportsの語源はラテン語の**デポルターレ（deportare）**。

本来の意味は、「**気晴らしをする、休養する、楽しむ、遊ぶ**」などを意味していたのです。

スポーツが担ってきた役割とは？

- 宗教的 . . . 祭事の一環として、また儀式として
- 政治的 . . . 戦争など、闘争の代替物として
- 娯乐的 . . . 行う娯楽として、または観る娯楽として
- 教育的 . . . 近代国家における兵士教育と
特に産業革命以降は産業社会の成員にするための体育として
- 健康的 . . . 現代人の健康維持のため

スポーツとは： 【スポーツとの関わり方：「DO」（する）】

●プロスポーツ選手



●部活



●スポーツクラブ



スポーツとは： 【スポーツとの関わり方：Watch Sports（観る）】

●競技場



●TV



●ネット



スポーツとは： 【スポーツとの関わり方：Support Sports（支える）】

● スポンサー



● ファンクラブ



● ボランティア



マーケティングとは？

Marketing = Market + ing

マーケティングの定義

(日本マーケティング協会HP)

マーケティングとは、企業およびほかの組織（教育・医療・行政などの機関・団体）がグローバルな視野（国内外の社会・文化・自然環境）に立ち、顧客（一般消費者、取引先、関係機関、個人、地域住民）との相互作用を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動（リサーチ、製品、価格、プロモーション、流通、顧客、環境関係）である。

マーケティングの定義 (日本マーケティング協会)

スポーツクラブ

企業及び他の組織
(教育・医療・行政などの
機関・団体)



相互作用



顧客
(一般消費者、取引先、関係機関、
個人、地域住民)

・会員・スポンサー・サポーター
・行政・地域住民

基本的アプローチ

グローバルな視野
(国内外の社会、文化、
自然環境)

公正な競争を通じて行う
市場創造のための総合的活動

- ・リサーチ
- ・製品
- ・価格
- ・プロモーション
- ・流通
- ・顧客
- ・環境関係

【スポーツマーケティング（ビジネス）の「AIDMA（アイドマ）」】

Attention
注意・認知

Interest
興味

Desire
欲求

Memory
記憶

Action
行動

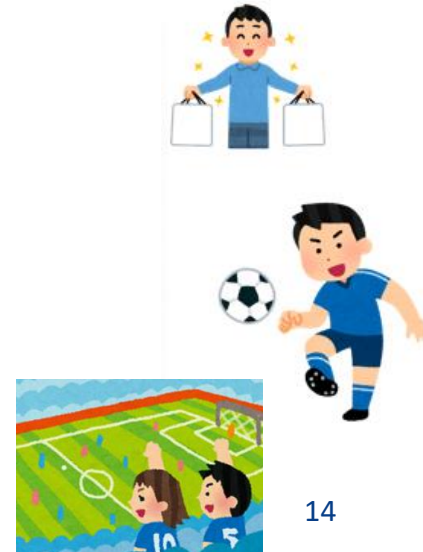
商品やサービスを
認知する

商品やサービスに
関心を持つ

商品やサービスへ
購買意欲がわく

商品やサービスを
記憶に留める

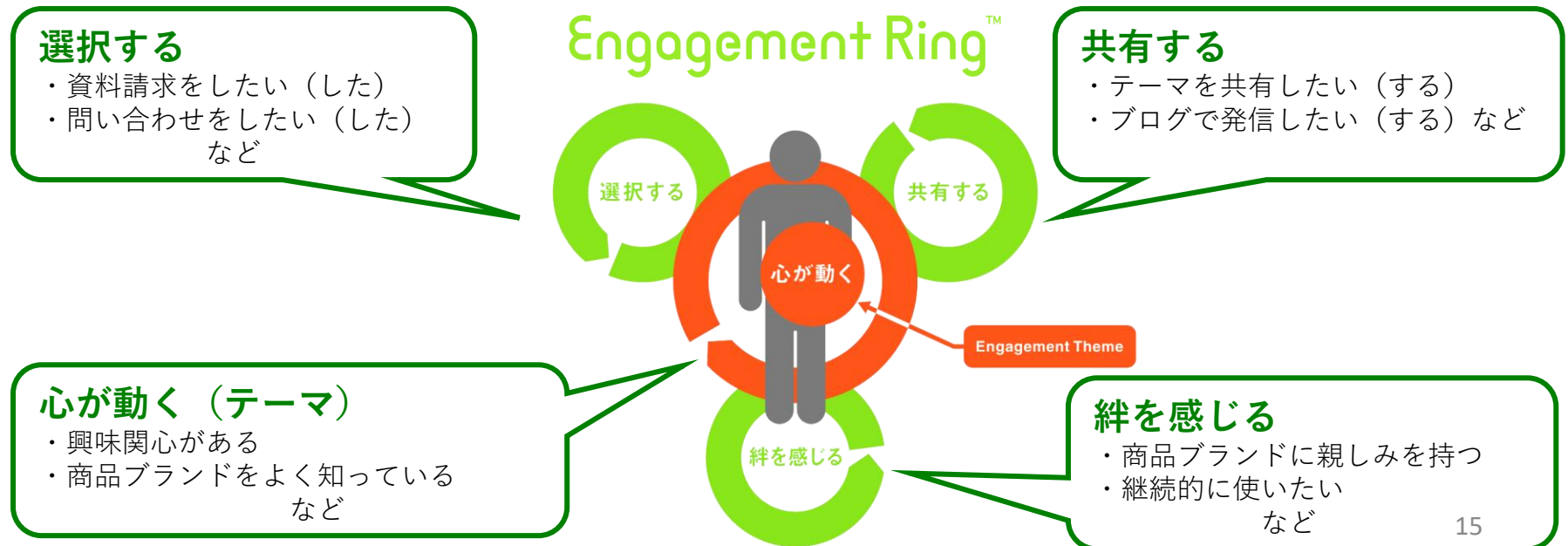
商品やサービスを
購入する



博報堂D Yの次世代型コミュニケーションモデル「Engagement Rings」

- ・生活者の情報体験の第一歩は、生活者が商品/ブランド/サービスの情報に、「**心が動く**」という出会い。「心が動く」とは“認知（Attention）”の意味だけでなく、情報に興味・関心をそそられること。
- ・その後の情報体験を、「**選択する**」「**共有する**」「**絆を感じる**」の3つに規定。これらは様々な順序、あるいは同時に起こるものと捉えた。
- ・3つの体験を誘発する最も重要な要素が、「**心が動く**」であり、4円の中心に位置する。生活者の情報体験を生み出す原動力がエンゲージメントテーマ。

<エンゲージメントリングとその行動（例）>



マーケティングの定義 (日本マーケティング協会)

スポーツクラブ

企業及び他の組織
(教育・医療・行政などの
機関・団体)



相互作用



顧客
(一般消費者、取引先、関係機関、
個人、地域住民)

・会員・スポンサー・サポーター
・行政・地域住民

基本的アプローチ

グローバルな視野
(国内外の社会、文化、
自然環境)

公正な競争を通じて行う
市場創造のための総合的活動

- ・リサーチ
- ・製品
- ・価格
- ・プロモーション
- ・流通
- ・顧客
- ・環境関係

- ① 無形性・不可視性
- ② 不可分性・同時性
- ③ 変動制・異質性
- ④ 消滅性・非貯蔵性

スポーツでビジネスをするってどうゆうこと？ スポーツマーケティングってナニ？

【スポーツマーケティング（ビジネス）の
「of」と「through」】

スポーツマーケティングの

「Of」 と 「Through」

① マーケティング (ビジネス) 「of」 スポーツ

➔ スポーツでお金を稼ぐ

●プロスポーツ選手



●スポーツクラブ



① マーケティング (ビジネス) 「through」 スポーツ ➔ スポーツを通じて金を稼ぐ

① 放映権収入



② チケット収入



③ グッズ収入



④ ファンクラブ・会員収入

⑤ スポンサー収入



【マーケティング（ビジネス） Through Sports

→ スポーツを通じてお金を稼ぐ】

JリーグYBCルヴァンカップを参考に：

塗り替える。
記録も、記憶も。

国立競技場で決まる、
30回目の王者。

2022 Jリーグ YBCルヴァンカップ決勝

10.22 [土] 13:05 KO @ 国立競技場

フジテレビ系列で全国生中継!

ギラヴァンツ北九州 ステークホルダーMap

国際サッカー連盟
(FIFA)

アジアサッカー連盟
(AFC)

文部科学省

日本サッカー協会 (JFA)

福岡県サッカー協会
北九州サッカー協

出資

登録
(チーム選手)

登録
(チーム選手)

●チーム
ギラヴァンツ北九州

(株) ギラヴァンツ北九州

出資

協定

●リーグタイトルパートナー
・明治安田生命

●リーグトップパートナー
・CANON
・AIDEM
・明治安田生命
・ROUTE INN HOTELS
・AEON
・EA SPORTS
・TAG HEUER
・マスターカード・ジャパン

●その他パートナー・サプライヤー
・朝日新聞
・ヤマザキビスケット
・富士ゼロックス
・アディダスジャパン
・モルテン
・日本スポーツ振興センター (TOYO)
・びあ
・Yahoo!

●ブロードキャスティングパートナー
・パフォーム (DAZN)

●株主
(89の個人及び法人/4,277株：以下は主要株主)
・TOTO株式会社
・株式会社安川電機
・株式会社ゼンリン
・株式会社井筒屋
・株式会社タカミヤ
・第一交通産業株式会社
・株式会社タカギ
・株式会社アノコ

●練習場
新門司球場
(指定管理者：ギラヴァンツ北九州)

●アカデミー
・U-18
・U-15
・U-14
・U-13

●スクール
・水巻校 (水巻町総合運動場公園多目的グラウンド)
・香月校 (香月中央公園)
・桃園公 (桃園運動場)
・行橋校 (行橋市サッカー場)
・日明校 (Foot-i 小倉)
・新門司校 (新門司体育施設)
・鞍手校 (鞍手町民グラウンド)
・エース八幡東校
・飯塚校 (穂波B&G海岸センターグラウンド)
・EFP門司校 (エコフットサルパーク門司)
・本城校 (本城陸上競技場<サブグラウンド>)

●スタジアム
ミクニワールドスタジアム北九州
指定管理者
(株) ウィンドシップ北九州
(H29.2.1~H44.3.31)

●スポンサー
・トップパートナー：7社
・プレミアムパートナー：7社
・オフィシャルパートナー：47社
・オフィシャルサプライヤー：3社
・サプライヤー：1社
・ゴールドスポンサー：24社
・シルバースポンサー：28社
・ブロンズスポンサー：115社
・アイアンズポンサー：140社

●ホームタウン
北九州

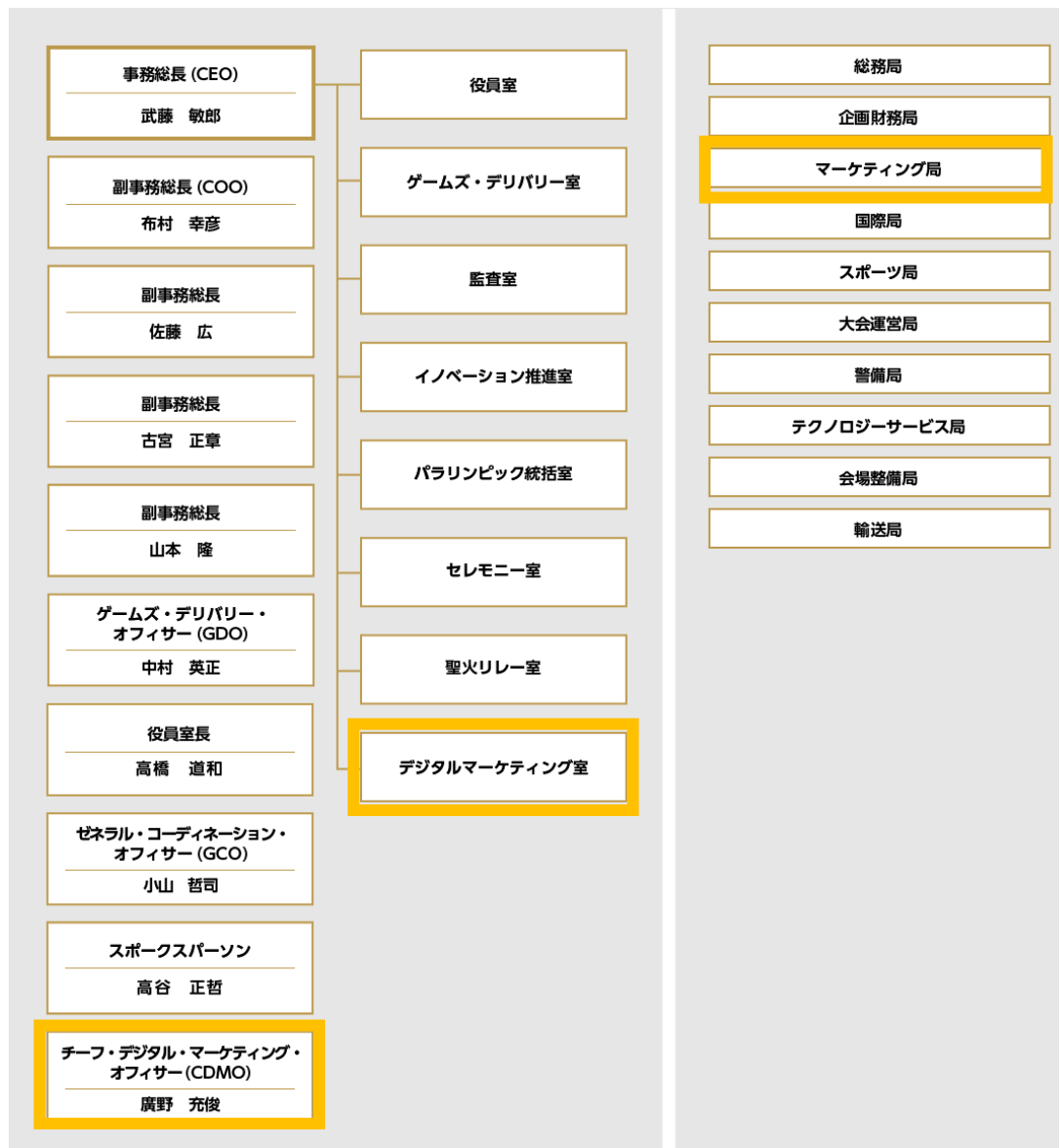
●フレンドリータウン
・水巻町
・中間市・芦屋町・岡垣町・遠賀郡
・直方市・宮若市・鞍手町・小竹町
・行橋市・豊前市・苅田町・みやこ町・吉富町
・上毛町・築上町

スポーツの仕事（参考事例）

～ 国際大会における組織図 ～

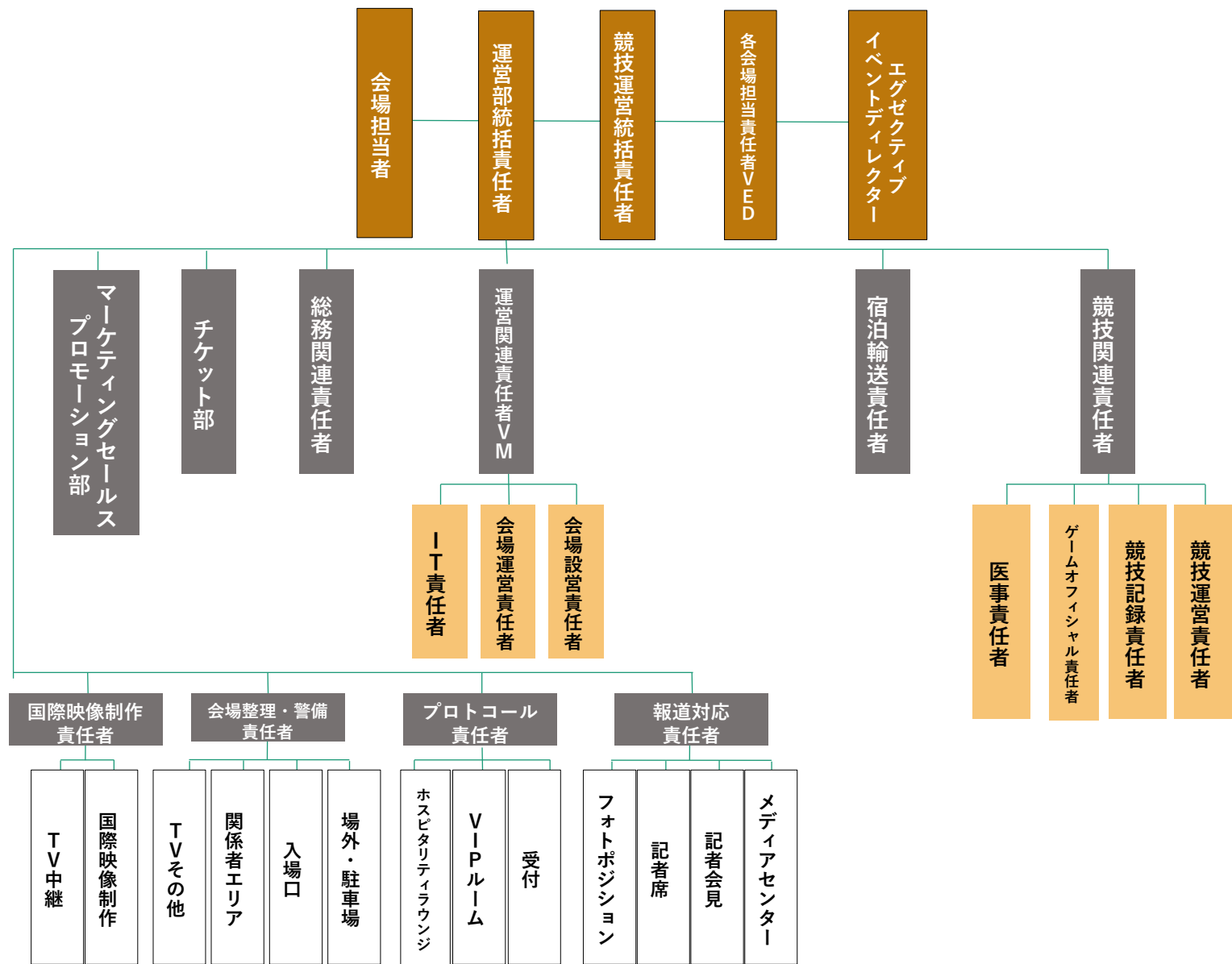
スポーツの仕事：

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 東京都ポータルサイトより



スポーツの仕事：

2006年FIBAバスケットボール世界選手権運営組織図



好きこそものの上手なれ！

Do! Watch! Support! Sports

学生時代に一生懸命に取り組んだスポーツ、私の場合はサッカーが思いもかけない「縁」で仕事となった。そして好きだった「メディア」を通して新しいものを発信する広告マンとなった自分が日本のサッカーを新しいステージに押し上げるチームに加われたことは夢のようだった。

高校生の今、大好きなこと、興味を持って取り組んでいることは数年後に思わぬ形で将来の自分の仕事につながることもある。

こんなことを気に掛けながら学生生活を過ごしてみてもはどうだろう！

- 自分を見つめ直す：自分の強みに気づく・自分の弱点に気づく
- **仕事は一人ではできない**： 仲間の強みを知る・仕事の中でのチームワーク
- 何にでも興味を持つ： アンテナの重要性
- 新しいものへの好奇心： ゼロから何かをおこす力をつける
- **自分の故郷への貢献**： 地域の新たな幸福度醸成

① スポーツ番組におけるTV視聴率

② スポーツの高視聴率番組の紹介