

日米大学スポーツの放送環境の比較と UNIVAS に関する考察

1190468 後藤 隼瑛

高知工科大学経済・マネジメント学群

1. 概要

現在スポーツ庁を中心に、大学横断的かつ競技横断的統括組織 (UNIVAS ユニバス) の設立への動きが盛んになっている。これは年 1000 億円もの収入を誇るアメリカの National Collegiate Athletic Association (以下 NCAA) に倣ったものだが、ソフト・ハード共に、アメリカのそれとは未だ差がある。

本研究ではそんな UNIVAS の中でも特に放送分野に着目した。まずは 85% が放映権収入を誇る NCAA とそれに倣う形で始まる UNIVAS を文献調査で比較することで現在の放送体系を明らかにした。さらに文献調査から得られた視点をもとに、大学スポーツにかかわる人物にヒアリング調査を行うことで、現在の日本における大学スポーツの課題を明らかにした。その結果、現在の有名大学スポーツを運営している団体と UNIVAS の大学スポーツへの考えの違いを解消する必要がある。

2. 背景

スポーツの発展の背景には、メディアの深い関係がある。メディアは主に情報の伝達手段などを表す言葉だが、例えば野球では明治時代にアメリカから伝わり、メディアの力をもって急激に人気が高まった経緯がある (表 1)。

表 1 メディアの観点から見た野球の歴史

year	event	media
1904	早慶戦 決勝戦中止	各社新聞
1911	野球害毒論争	朝日、読売新聞
1915	全国優勝野球大会	大阪朝日新聞
1924	全国選抜中等学校野球大会	毎日新聞
1925	東京六大学野球連盟発足	ラジオ放送開始
1931	日米野球	読売新聞
1932	野球統制令	(宣伝、アマプロ禁止)
1934	第二回日米野球	読売新聞

明治時代に日本に野球が伝わった後、各社新聞社、ラジオといったメディアにより日本全国に知られるようになった。上記の 2 つの大会は今でも、春夏の甲子園大会として人気を集めている。

この他にも、毎日の新聞やニュースにもほぼ必ずスポーツ

コーナーが設けられていることや、放送時間の関係で「ラリーポイント制」や「大相撲の制限時間」のルールが変更されたことなどはスポーツとメディアが深く関わっている良い例である。

また、近年ではメディアでも特にスポーツを放送する権利である「放映権」に注目が集まっている。この放映権を資源として初めて強く印象付けたと言われているのが 1984 年のロサンゼルス五輪である。この大会は税金を 1 セントも使われずに行われた。放映権料の 450 億円をはじめとして協賛金やグッズのライセンスなどで費用を賄い、最終的には約 400 億円の黒字で終了し、その後の五輪商業主義の始まりと言われている。昨今では、J リーグと DAZN を運営する、パフォーミンググループが 10 年 2100 億円で放送契約を結ぶなど大きく話題になった。

この放映権をうまく使っているのがアメリカ大学スポーツの統括団体である NCAA だ。当初はルールと選手資格の統一のための団体だったが、商業的な発展が進み、一年間で約 1000 億円の収入があり、その 80% 以上が放映権となっている (図 1)。放映権収入はほとんどバスケットボールとアメリカンフットボールによるものに偏っているが、おおよそ日本では考えられない額である。

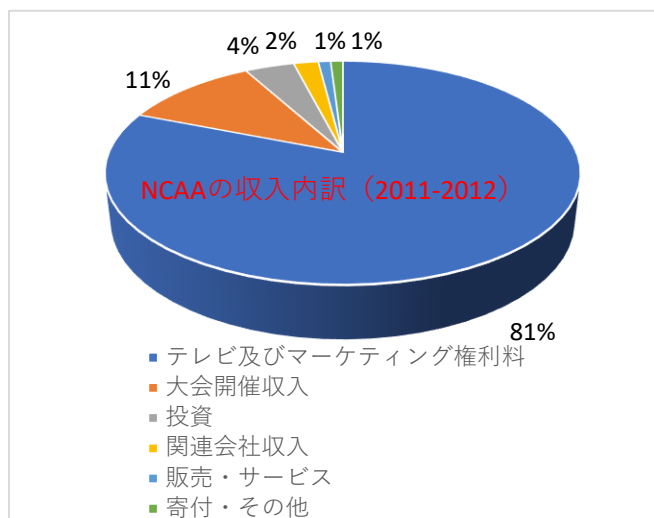


図 1 NCAA 収入内訳 (2011-2012)

図1のテレビ及びマーケティング権利料に当たるのが所謂放映権と呼ばれるものである。また次に続く大会関連収入もバスケットボール、アメリカンフットボールの決勝大会のチケットが多く含まれており、アメリカでの人気の高さが分かる。

また、NCAAでは1936年に大学スポーツの中継が始まっており、1947年には有料放送も開始されている（表2）。地方テレビ局の中には大学スポーツの中継が主な収入源になっている場合もあり、アメリカにおける大学スポーツの影響力を物語っている。

表2 アメリカ大学スポーツ中継の歴史

year	event
1936	エール大、放送開始
1947	ノートルダム大、有料放送開始
1950s	NCAA方針転換、統一ルールへ
1973	放送局によっては大学スポーツが収入源に 主要大学CFA結成、独自の放送契約を結び裁判に発展
	CFA勝利も同じ理由で裁判に敗北、1997年解散
2015	1000億円の収入のうち85%が放映権収入

このNCAAに倣い日本で設立されるのがUNIVASである。今まで競技横断的な統括組織がなかった日本において、安全安心な活動をはじめ、学業の充実や大学が持つスポーツ資源の有効活用等を目的としており、中にはNCAAのように映像配信や、大学対抗戦といった新たな試みも想定されている（図2）。

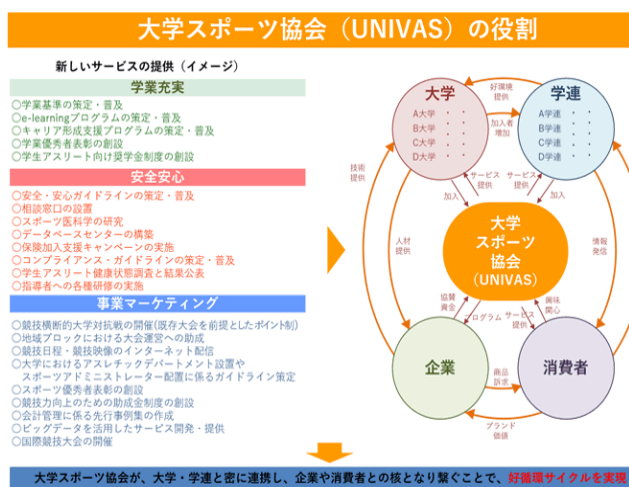


図2 UNIVAS の概要【出典：スポーツ庁資料】

UNIVAS は、「大学スポーツの振興により、『卓越する人材』を育成し、大学ブランドの強化及び競技力の向上を図る。も

って、我が国の地域・経済・社会の更なる発展に貢献する」を設立理念に、大学、学連、企業、消費者等の間に、それぞれをつなぐ役割を担う組織として、2019 年春の創設を目指している。

日本版 NCAA である UNIVAS が本家のように成長するためには、放映権が一つのポイントであると考えられるが、現状では日本における大学スポーツの放送環境に関する資料が乏しい。そのためにまずは、UNIVAS と NCAA を比較し現状を把握する必要がある。

3. 目的

本研究は以下の二つを明らかにし、UNIVAS による試合中継開始時の資料提供を目的とする。

- ①日米大学スポーツの放送環境を比較し、それぞれの視点からビジネスモデルを整理する
- ②ヒアリング調査を行い、大学スポーツ放送環境に関する現状と課題を明らかにする。

4. 研究方法

本研究は初めに日米大学スポーツに関わる書籍やスポーツ庁の資料から文献調査を行い、日米大学スポーツの放送環境を比較する。次に、日本の大学スポーツに関わる人物を対象にヒアリング調査を行い、それぞれの視点から整理するとともに、大学スポーツの現状を知る。最後にヒアリング調査から、それぞれの立場の整理し、UNIVAS の試合中継開始時の資料を作成する。ヒアリング調査はスポーツ放送関連企業を対象に2018 年 11 月 27 日に行った。

5. 結果

5.1.1 日米大学スポーツの放送環境調査

表3 日米大学スポーツの放送体系の比較

	アメリカ 	日本 UNIVAS 
価値の高い試合	バスケ・アメフトの決勝トーナメント等	箱根駅伝、六大学野球、甲子園ボウル等
権利元	NCAA	各団体が独自
一般の試合	定期試合等	定期試合等
権利元	カンファレンスと大学(連盟)	未整備(分散)

(河田,2018;ガーニー他,2018;宮田,2016;スポーツ庁,2018)

日米の大学スポーツの放送環境を比較すると、試合の価値による権利元の違いが大きいことが分かった。アメリカでは March Madness(三月の狂気)と呼ばれるほど全米が熱狂するバスケットボールやアメリカンフットボールの決勝トーナメントは統括団体である NCAA が、それ以外の定期試合などは各

次に既存の事業者との兼ね合いである。注目度の高い試合でしか放映権は成り立たないが、そういった競技、大会は既に何らかの放送メディアとの契約を結んでいる場合が多い。これをUNIVASが抱え込もうとすれば間違いなく軋轢を生むことになる。強権を利用して無理矢理UNIVASが権利を取り上げる

ことも不可能ではないだろうが、現実的などとはいえないだろう。

6. 対策と提案

ここまでの調査から現状、アメリカ NCAA のような放送体系を目指し整備を進めるのは難しいことが分かった。そこで UNIVAS が目指すべき放送体系について 2 つのポイントを検討した。

権利関係の保護

5.2.1 にて紹介した放映権を用いない放送体系を用いることにより権利関係の着地点を見つけられると考える。強い利益関係ではないため録画動画を規制する必要もなく、加盟連盟の競技だけを放送すればいい。UNIVAS はスポンサーの窓口としての役割も担うことができ、連盟としても UNIVAS に加盟するメリットの一つになり得る。

既存の事業者との兼ね合い

5.2.2 でも述べた通り注目度の高い競技、大会等には既にメディアとの契約が結ばれている場合が多い。この場合は無理に話を進めず、地道に交渉するべきと考える。箱根駅伝はその成り立ちからメディアが関連している。その他にも複数年契約を既に結んでいる団体もいることを考えると無理に話を進める必要はない。UNIVAS 設立準備委員会の出席者の発言にも、「既存権利者が胸襟を開けばうまく併存策は進行するだろうし、そうでなければ難航する。」と、今後の交渉が重要であることが示唆されている

7. 今後の課題

目的・ビジョンの明確化・共有

繰り返すが、そもそも UNIVAS の設立理念は以下のようになっている。

『大学スポーツの振興により、「卓越する人材」を育成し、大学ブランドの強化及び競技力の向上を図る。もって、我が国の地域・経済・社会の更なる発展に貢献する』

つまり、目指すべきところは金儲けではなく、人材育成である。要するに学生のための団体である。ここをはっきりとさせ、共有しなければならないはずだが、昨今ここの部分がぶれ始めていると指摘されている。それも今まで中心として活動していた筑波大学からだ。

同大学の永田学長や同客員教授の安田秀一氏が問題視して

いるのは、大会の開催や競技映像の配信などによるスポンサー料が、さも UNIVAS の権利として扱われている点だ。この二つは 2019 年度の収入の目標である 20 億円の中でも特に柱として期待されている。これらが本来権利を持つはずの運動部や選手を飛び越えてしまっているのである。

商業化がいけないとは思わない。だが商業主義はいかかなものかと思う。大学が何のために、誰のためにあるのかを考える必要があるのではないかな。

本研究では大学スポーツの放送環境に着目してきたが、加えて、学生も当事者意識を持つことが重要である事も分かった。私は幸運なことに在学中にアメリカの大学に行く機会があり、日本の大学スポーツとの違いを感じることができた。しかし、ほとんどの学生が現状の部活動に満足し、「そういうもの」と割り切っているように感じる。確かに、日本の学生は何もしなくても軽い気持ちで部活動に参加可能であるのに比べ、アメリカでは一定の学業成績を維持しないと部活動の参加資格すらない。スポーツすることに自信と誇りを持っているのだ。これでは日本の学生が NCAA の存在を知っても、「アメリカはすごい」程度にしか感じないのも無理はないのかもしれない。だがこれもアメリカがスポーツ大国であることの理由の一つなのだ。

是非、後輩、特に運動部の学生には現状に満足せず、より良い環境を求めて様々な活動に取り組んでほしいと思う。

この論文が、後の大学スポーツに少しでも貢献出来ることを祈っている。

引用文献

- [1] 河田剛、(2018)、『不合理だらけの日本スポーツ界』ディスカヴァー・トゥエンティワン
- [2] ガーニー、ジェラルド・ロピアーノ、ドナ・ジンバリスト、アンドリュー、(2018)、『アメリカの大学スポーツ - 腐敗の構図と改革への道』、(宮田由紀夫訳) 玉川大学出版部
- [3] 宮田由紀夫、(2016)『暴走するアメリカ大学スポーツの経済学』、東信堂
- [4] スポーツ庁、(2018)、『一般社団法人大学スポーツ協会 (UNIVAS) について』
- [5] 『日経 MJ』 2018. 11. 26 9 面