



OFFICIAL NEWS LETTER

J.LEAGUE

30 Sep. 2014 Vol.220

J.LEAGUE™ NEWS



© J.LEAGUE PHOTOS

サンフレッチェ広島



© J.LEAGUE PHOTOS

柏レイソル



2014 J.LEAGUE YAMAZAKI NABISCO CUP SEMI-FINALS



© J.LEAGUE PHOTOS

川崎フロンターレ



© J.LEAGUE PHOTOS

ガンバ大阪



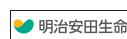
準決勝進出を果たした4チーム。写真は各チームの準々決勝ホームゲームより

2014 Jリーグヤマザキナビスコカップ4強決定

柏レイソル、川崎フロンターレ、ガンバ大阪、サンフレッチェ広島が準決勝に進出

2014 Jリーグヤマザキナビスコカップは決勝トーナメントがスタート。ホーム&アウェイによる準々決勝が9月3、7日に行われ、昨年に続く2連覇を目指す柏レイソルをはじめ、川崎フロンターレ、ガンバ大阪、サンフレッチェ広島が準決勝に勝ち進んだ。準決勝は広島 vs 柏、川崎F vs G大阪のカードで、第1戦が10月9日(木)、第2戦が同12日(日)に開催される。また、こししの決勝は11月8日(土)、埼玉スタジアム2002が舞台となる。(2ページに関連記事)

J.LEAGUE™ TOP PARTNERS



柏レイソルは、昨年の準決勝でも勝っている横浜F・マリノスに2-1、3-1と2戦2勝の成績で、2連覇に向けて前進した。第1戦は1-1のスコアで迎えた74分、昨年の決勝でMVPに輝いたFW工藤壮人が勝ち越し点をマーク。横浜FMに先制を許した第2戦では同点ゴールを蹴り込み、FWレアンドロの逆転ゴールをアシストする活躍を見せた。レアンドロは「工藤から最高のボールが来たので、あとは決めるだけだった」とチームメートのアシストをたたえた。

共に初優勝を目指す川崎フロンターレとセレッソ大阪の対戦は1勝1敗の成績となり、川崎Fが2試合合計5-4のスコアで競り勝った。アウェイの第1戦はMF大島僚太の1得点、1アシストの活躍などで3-1の勝利。一度は勝ち越した第2戦は、C大阪の粘り強い戦いに2-3と逆転負けを喫するも、1点差を守って逃げ切った。

関西のライバル対決は、1勝1分でガンバ大阪に軍配が上がった。ヴィッセル神戸との相性もいいFW宇佐美貴史が活躍し、今回も2試合で1点ずつをマーク。1-1で引き分けた第1戦では先制点を挙げ、3-0で快勝した第2戦ではチームの2点目を決めた。神戸はFWマルキーニョスが決めて第1戦を引き分けに持ち込んだものの、第2戦はなかなか得点チャン

スをつくることができなかった。

アウェイゴールルールによる決着にもつれ込んだのが浦和レッズ vs サンプルチェ広島。広島のホームゲームだった第1戦はスコアレスドロー。第2戦は浦和がMF阿部勇樹の34分の先制点で幸先のいいスタートを切ったが、広島もMF野津田岳人が39分、FW佐藤寿人が48分に決めて逆転。準々決勝突破に少なくとも2点が必要となった浦和は71分、DF槇野智章が同点とするも、勝ち越し点は生まれず。アウェイゲームで挙げた得点数で上回った広島が、準決勝に進出。佐藤は第2戦終了後、「ここ(埼玉スタジアム2002)にまた決勝のチームとして戻ってき

たい」と話した。

また、準決勝第1戦は19時、同第2戦は16時、決勝は13時5分にそれぞれキックオフされることが決まった。決勝はフジテレビ系列で全国に生放送される。



©J.LEAGUE PHOTOS

工藤と共に横浜FMとの第1、2戦で得点を決めた柏のレアンドロ

2014 Jリーグヤマザキナビスコカップ 決勝トーナメント

【準々決勝・準決勝】表右側のチーム：第1戦ホームチーム/左側のチーム：第2戦ホームチーム 【決勝】表左側のチームをホームチーム扱い



※会場の都合により、準決勝第1戦は広島のホームゲームとし、第2戦は柏のホームゲームとする。



U-15 Jリーグ選抜 ブラジルキャンプ

U-15 Jリーグ選抜が、ことして17度目の開催を迎えた「日伯友好カップ」に出場した。同選抜は2005年より同大会に毎年参加しており、今回が10度目の出場となった。日伯友好カップはフラメンゴ、SCコリンチャンス、ボタフォゴ、パルメイラスといったブラジルの強豪クラブのアカデミーチームが参加し、同国内でテレビ中継される注目度の高い大会である。

フルミネンセ、サントスFCなどと対戦した予選リーグは1勝2敗という成績で、惜しくも決勝トーナメントへは進めなかったものの、ブラジルのチームの試合運びのうまさや、ボールに対する執着心を目の当たりにして、自分たちとの違いを感じる絶好の機会となった。大会終了後には主催者の元日本代表監督、ジーコ氏が参加選手を激励。予選リーグ敗退の悔しさを今後の選手生活に生かすべく、選手たちは気持ちを新たにしました。

また、大会後はリオデジャネイロのマラカナンスタジアムでブラジル全国選手権のボタフォゴ vs サントスFCを観戦。ここのFIFAワールドカップ決勝も開催した舞台上のレベルの高いサッカーと本場の雰囲気を感じ、試合や大会参加とは違った国際経験を積むことができた。



初戦のフルミネンセ戦を前にしたU-15 Jリーグ選抜



大会会場のジーコフットボールセンター。救急や警察の車両も常駐する万全の体制だった



大会を終えた選手たち。有名なコルコバードの丘に登り記念撮影

U-15 Jリーグ選抜 ブラジルキャンプ 参加メンバー

<スタッフ>

	氏名	所属
団長	村山 勉	Jリーグ
監督	坪倉 進弥	横浜F・マリノス
コーチ	大柴 克友	ヴァンフォーレ甲府
GKコーチ	土肥 洋一	東京ヴェルディ
トレーナー	益 賢明	平成医療学園専門学校
主務	茂木 剛史	Jリーグ

<選手>

ポジション	氏名	クラブ	ポジション	氏名	クラブ
GK	藤本 諒哉	セレッソ大阪		山田 康太	横浜F・マリノス
	高山 颯斗	モンテディオ山形		住田 将	名古屋グランパス
DF	柳澤 周作	栃木SC		芝本 蓮	ガンバ大阪
	橋岡 大樹	浦和レッズ		仙波 大志	サンフレッチェ広島
	八方 伶央	湘南ベルマーレ		池田 修志	ギラヴァンツ北九州
	入間川 景太	ヴァンフォーレ甲府		大宮 颯志	大宮アルディージャ
	大西 航輝	京都サンガF.C.		横本 啓吾	ジェフユナイテッド千葉
	前川 智敬	ヴィッセル神戸		岩城 大助	横浜F・マリノス
MF	梶谷 岳良	川崎フロンターレ		霧 尚基	大分トリニータ

Report

レポート

現地視察報告 アメリカサッカーは新たなステージへ(上)

新しい「サッカー大国」を目指して

アメリカサッカーがいま、活気づいている。2014 FIFAワールドカップブラジルでは2大会連続のベスト16入りを果たし、FIFAランキングは17位(9月18日発表時)。1996年にスタートした国内リーグ、メジャーリーグサッカー(MLS)も盛況だ。多くの部分でJリーグと似通うMLSの現状や取り組みについて、現地視察を行った中西大介Jリーグ常務理事の報告から、今号と次号の2回に分けてJリーグの将来の姿を探りたい。

朝日新聞社 編集委員 潮 智史

アメリカのサッカー熱が高まっている。8月2日にミシガン州で行われたマンチェスター・ユナイテッド(イングランド) vs レアル・マドリッド(スペイン)の親善試合は、アメリカのサッカー入場者記録を塗り替える10万9318人を集めた

なぜ、アメリカなのか

JリーグとMLSのスタートは3年違うが、1部リーグのクラブ数や各クラブの収入規模、平均入場者数など多くの点で似ていることが分かる(下表参照)。

さらに、サッカー界全体に枠を広げれば、代表チームの人気の高いことや、国内では後発のプロスポーツであること、欧州を頂点とした国際マーケットにおいて選手が流出する立場にあること、代表チームの実力、ワールドカップの実績で中堅国に位置することなど共通点は多い。

一方、両者の違いとして挙げられるのは、スポーツビジネスという点でアメリカには野球(MLB)にとどまらず、アメリカンフットボール(NFL)、バスケットボール(NBA)、アイスホッケー(NHL)などのプロスポーツの先駆者的存在や経験があることだ。

また、両リーグを比較してみると、J1～J3までの間で昇降格があるJリーグに対して、MLSには昇降格がなく、その分、投資対象として企業やスポンサーからの参画を促しやすいといった特徴があるといえる。

JリーグとMLS基本情報

Jリーグ		MLS
1993	開始年	1996
10→18 (J2、J3含めて51)	クラブ数 (開始年→現状)	10→19 (2015は21クラブ)
ホーム&アウェイ 2回戦 1ステージ制	大会方式	東西カンファレンスでの レギュラーシーズン 10クラブによるプレーオフ
J2、J3、昇降格あり	ガバナンス	シングルエンティティー 2部なし、昇降格なし
①10～60億円 ②554億円 ※2013年	クラブ収入規模 ①単一 ②合計	①15～48百万ドル(約15～50億円) ②494.2百万ドル(約500億円) ※2013年、フォーブス社調べ
1万7226人	平均入場者数 (2013年)	1万8608人
日本 48位	FIFAランキング (2014年9月)	アメリカ 17位
天皇杯、ナビスコカップ	その他大会	US Open Cup

※JリーグはJ1ベース

SUMの存在

アメリカがかつて「サッカー不毛の地」と呼ばれたのはすっかり過去のものだ。1996年のMLS創立以降、一時、入場者数やチーム数の減少に至った。それに歯止めをかけて経営面での回復を図った転換点は、2002年のサッカーユナイテッドマーケティング社(SUM)の設立に負うところが大きい。

SUMは、MLSクラブのオーナーに出資を義務づけて設立されたもので、アメリカでサッカーの価値を高めることを目的に国内の主要サッカーコンテンツのマーケティングを一元管理する組織として存在している。

特徴的なのは、SUMがアメリカ代表チームをはじめとするアメリカサッカー連盟の放映権やスポンサー権と、MLSの放映権やスポンサー権の両方を管理して、権利料を両者にもたしている点だ。

代表チームと国内リーグという両輪をSUMというマーケティング専門会社が管理することでサッカー界全体の価値を上げて、収入を拡大し、投資も推進している。結果的に、現時点ではMLSのスポンサー企業26社とアメリカ連盟の同じく20社で、10社が重複している。そして、スポンサー更新率は90%に達しているという。



MLSオールスターにも多くの入場者が詰め掛けた

また、SUMはメキシコ代表チームのアメリカ国内でのマーケティング権や北中米カリブ海サッカー連盟の大会運営権、欧州クラブのアメリカにおけるマーケティング権なども保有しているのは興味深い点だろう。

サッカー先進国への取り組み

中西常務理事によると、SUMの資産価値は約600億円程度といわれているという。そして、SUMの株式売却によって得た約150億円の再投資先として集中的に投下しているのが、①デジタルマーケティング、②スカウティング、③選手育成の三つの分野になる。

①では、MLSの一部門としてMLSデジタルを設立して、リーグだけでなく各クラブの公式ホームページ運営やコンテンツ作成、さらに自前のテレビスタジオの設置まで行っている。直接、映像や情報を発信しており、総勢約50人のスタッフを抱えて全試合を網羅している。

②は国際的なスカウティング網の拡充などに充てられ、チームにとらわれずにリーグ全体としてどのような選手を獲得するかという視点に立っている。MLSは戦力均衡のために、1クラブ当たり原則約3億1千万円(契約は30人まで)のサラリーキャップ制が導入されており、各クラブが選手を獲得する際の補助金にも使われている。一方で07年に特別指定選手制度(Designated Player Rule)を導入。クラブはサラリーキャップの範囲外で最大3人まで、選手を獲得できる。

③はフランスサッカー連盟と提携して各クラブのアカデミー部門のコーチをフランスに送り、ライセンス取得や欧州視察に投資されている。また、フランス連盟から指導者をアメリカに招いて各クラブで巡回指導を行っている。

次号では、MLSが成長した三つの要素を紹介しながら、Jリーグにどう生かすかという視点で中西常務理事の考えを伺っていく。