

# 「日本3.0」

Vol.28

サッカーから次の時代が見えてくる

text by Norihiko Sasaki

文 佐々木 紀彦

次の時代を読む大きなヒントは、スポーツにあります。

今後の日本を考える上で、とくに注目すべきはサッカーです。野球が日本や米国など世界の一部でしか人気がないのに対し、サッカーは世界全体で愛されています。日本企業や日本人が世界での成功を考える際に、日本サッカーの挑戦は大いに参考になります。

日本でもJリーグは一時期下火になりましたが、再び盛り上がりつつあります。その主な理由は3つあります。

第1に、2014年にJリーグのチェ

アマンに元リクルートエージェンツ社長の村井満氏が就任し、改革を押し進めたこと。第2に、村井チェアマンのリーダーシップもあり、英国の映像配信サービス「DAZN（ダゾーン）」と10年で2100億円もの大型契約を結べたことです。

この「ダゾーンマネー」により、優勝賞金が跳ね上がり、各チームがチーム補強にお金を積極的に投じるようになりました。節約の時代から、積極投資の時代へと切り替わるきっかけとなったのです。

第3に、楽天の三木谷浩史社長による大胆な投資です。国内では、スペイン人サッカー選手、アンドレス・イニエスタに対する3年総額100億円に上る投資が話題になりましたが、海外での投資額はさらに巨大です。

2017〜2018シーズンから、スペインのサッカークラブ「FCバルセロナ」のメインスポンサーの座を獲得。契約金額は4年間合計で2・2億ユーロ（約283億円）に上ります。

これらの理由により生まれたJリーグの追い風を確固たるものにするため

にも、一刻も早く日本サッカーをアジアの中心としなければなりません。

マネーの力では中国が圧倒的ですが、中国のサッカーは競争力が低いままです。中国マネーも生かしながらJリーグが強化を進めれば、日本サッカーはアジアの王者であり続けられます。

そのためにも、日本、とくに東京にビッグクラブが不可欠です。英国のロンドンには3つのビッグクラブがありますが、東京には強いチームがありません。ぜひ次の時代を創る企業や起業家には、ぜひ東京でのビッグクラブづくりに挑戦してほしいものです。

昭和、平成は、野球を通じて知名度向上を図る企業が主流でした。古くは、読売新聞（巨人）、朝日新聞（甲子園）、近年は楽天、DeNAなどが典型です。

しかし、ポスト平成の時代はサッカーにこそチャンスがあります。楽天だけでなく、最近、J2のゼルビア町田を買収したサイバーエージェントのように、サッカーを通して、アジア、世界へと名を売っていく企業が増えてくるのではないのでしょうか。



## Profile

NewsPicks COO（チーフコンテンツオフィサー）

1979年福岡県生まれ。慶應義塾大学総合政策学部卒業、スタンフォード大学大学院で修士号取得（国際政治経済専攻）。東洋経済新報社で自動車、IT業界などを担当。2012年、「東洋経済オンライン」編集長に就任。2014年7月からソーシャル経済メディア「NewsPicks」の編集長を務めた。2018年4月より現職。著書に「米国製エリートは本当にすごいのか?」「5年後、メディアは稼げるか」「日本3.0」がある