



# USインサイト

2019年9月号

ニューヨークでは週末になるとスポーツウェアを来た人を多く見かけます。ジムへ行く人、公園へ行く人もいますが、スポーツ観戦に向かう人が多いように感じます。米国の人気スポーツといえばアメフト、野球、バスケット、アイスホッケーですが、最近ではサッカーの人気も高まっており、これらを五大スポーツと呼ぶ声もあるようです。スポーツ人気には様々な背景があり、スポーツはビジネスとして捉えられている側面もあります。今回は、米国のプロスポーツ市場について考察します。

さて、今月は以下のテーマでお送りいたします。

米国のプロスポーツ市場

千葉銀行ニューヨーク支店

## 1. はじめに

米国では生活の一部としてスポーツが浸透しています。米国のスポーツの市場規模は 5,000 億ドル相当と言われ、これは世界のスポーツ市場の 3 分の 1 以上のシェアを占めています。スポーツ大国である米国では、観戦のみならず生活の一部として自ら参加する人も多く、スポーツが国民の日常生活に取り入れられています。

## 2. 日・米のプロスポーツについて

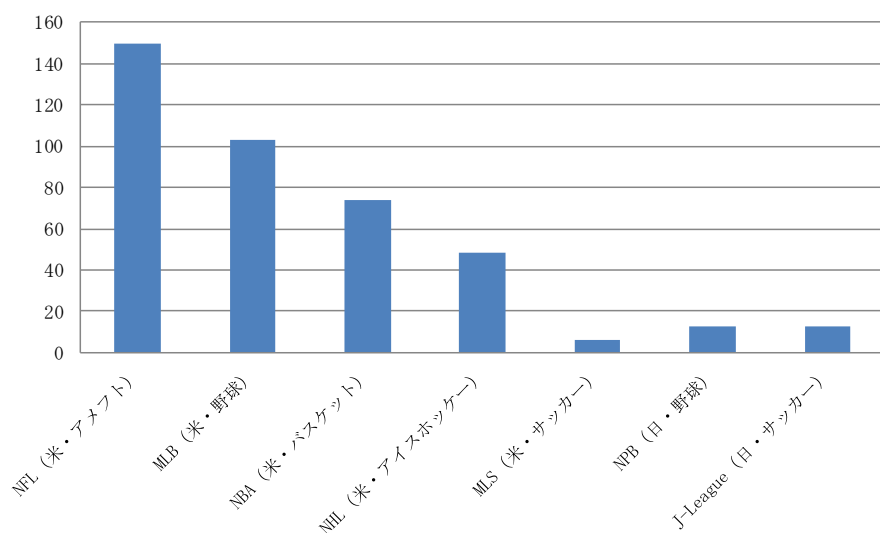
米国のプロスポーツ市場にはどのような特色があるのか、日本の代表的なプロスポーツである野球、サッカーとの比較を交えてみていきます。

### (1) スポーツ別売上規模

日・米のスポーツ別売上規模は右記グラフの通りであり、米国ではアメフトの売上規模が他を圧倒しています。世界で最も人気のスポーツであるサッカーは、若年層を中心に人気が高まっていますが、4 大スポーツであるアメフト・野球・バスケット・アイスホッケーに比べると、まだ売上規模は小さいといえます。

日本では 2 大人気スポーツである野球とサッカーの売上規模は同程度です。日本の名目 GDP が米国の 1/4 程度であることを踏まえても、米国のスポーツ市場がいかに大きいかということがわかります。

スポーツ別売上高 (単位:億ドル)



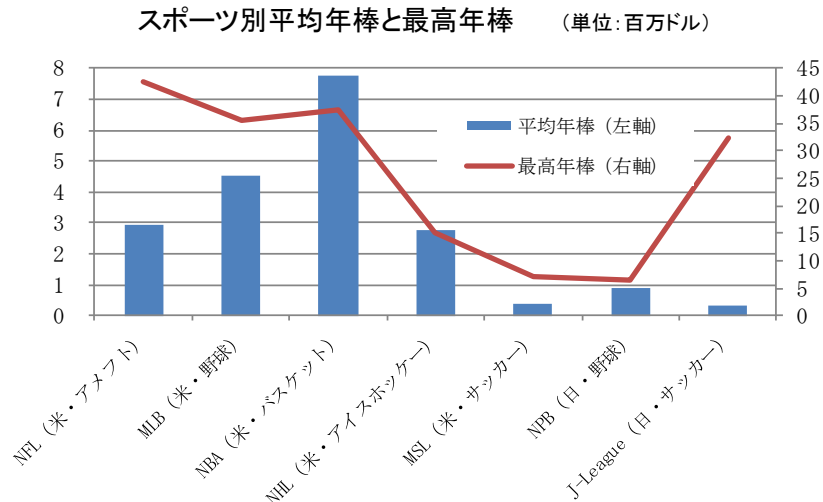
注: 数値については NFL、NHL は 2017-2018、NBA は 2016-2017、MLB、JLeague は 2018、MLS は 2017、NPB は 2016 年シーズンを利用

出所: Chicago Tribune, Forbes, Statista, Baseball Federation of Japan, 日本プロサッカーリーグ

## (2) プロスポーツ選手の待遇

### ① スポーツ別の年俵

同じ野球でも、両国の平均年俵には4倍以上の格差があります。J-League（日・サッカー）の最高年俵も高水準ですが、これはヴィッセル神戸がFCバルセロナから獲得した世界的な有名選手の影響です。これら外国人選手を除くと、最高年俵は1.5百万ドル（1ドル=100円換算）程度であり、米国のアメフト、野球、バスケットの最高年俵（40百万ドル程度）とは大きな開きがあります。



出所：Statista, Bleacherreport, Nikkansports, Soccer-money.net

### ② スポーツ別年金制度

#### スポーツ別の年金制度

競技名	年金			401K	補足説明
	金額(ドル)	受給要件	受給開始年齢		
NFL	21,360(年間)～+3,000～5,640(月間)	3年	55歳	○	-
MLB	34,000(年間)～	43日間	62歳	-	10年以上の在籍で年間100,000ドル以上
NBA	56,988～195,000(年間)	3年	62歳	○	11年以上の在籍で最大年間195,000ドル
NHL	～45,000(年間)	160試合	45歳	-	160試合未満の場合は、カナダ法に基づく金額を受給
MLS	なし			○	-
NPB	※12,000(年間)	10年	55歳	-	2012年に年金制度廃止。※1ドル=100円換算。
J-League	なし			-	-

出所：Investopedia

米国のプロスポーツには年金制度が設けられています。特にMLBとNBAは金額も高水準です。一方、NPB（日・野球）では2012年に年金制度が廃止されています。米国で制度が充実している要因の一つとして、米国プロスポーツチームの売上・収益力の高さが考えられます。

### 3. 米・プロスポーツチームの業績

次に米・プロスポーツチームの業績をみていきます。

#### (1) 資産価値ランキング

##### プロスポーツチームの資産価値ランキングトップ 10

順位	所属	国	チーム名	資産価値(百万 <sup>ドル</sup> )	売上(百万 <sup>ドル</sup> )	営業利益(百万 <sup>ドル</sup> )
1	NFL	米国	Dallas Cowboys	5,000	950	420
2	MLB	米国	New York Yankees	4,600	668	29
3	サッカー	スペイン	Real Madrid	4,240	896	112
4	サッカー	スペイン	Barcelona	4,020	824	-37
5	NBA	米国	New York Knicks	4,000	443	155
6	サッカー	イギリス	Manchester United	3,810	795	238
7	NFL	米国	New England Patriots	3,800	600	240
8	NBA	米国	Los Angeles Lakers	3,700	395	147
9	NBA	米国	Golden State Warriors	3,500	401	103
10	NFL	米国	New York Giants	3,300	519	142
10	MLB	米国	Los Angeles Dodgers	3,300	549	95

出所：Forbes

米・ビジネス誌 Forbes の調査によると、世界のプロスポーツチームの資産価値ランキングのトップ 10 に名を連ねる 11 チームのうち、8 チームが米国のチームです。トップ 50 でみても、42 チームが米国のチームです。内訳としては、NFL が 26 チーム、NBA が 9 チーム、MLB が 7 チームランクインしており、残りの 8 チームはヨーロッパのサッカーチームとなっています。米国のスポーツチームは、売上・収益力の高さを要因として資産価値が高いことがわかります。

#### (2) 収入源

4 大スポーツであるアメフト、野球、バスケットボール、アイスホッケーは、試合のテレビ放映権、広告料、入場料、グッズ売上が主な収入源となっています。例えば、アメフトの優勝決定戦である「スーパーボウル」の経済効果は 153 億<sup>ドル</sup>に及びます。全米で 1 億人以上が視聴し、テレビ CM の広告料は 30 秒で 5 百万<sup>ドル</sup>に上ります。

### (3) 新たな収入源として期待されるスポーツ賭博

2018 年、米国でスポーツ賭博が合法化されました。これまで同賭博は連邦法 PASPA (Professional and Amateur Sports Protection Act) により違法とされてきましたが、これが憲法違反だとする司法審査が最高裁で確定したため、スポーツ賭博が合法かどうかは州政府が各自判断することになりました。この判決を受け、州によっては合法化に向けた法案の審議を進めています。また、NBA、NHL、MLB がスポーツ賭博事業者 MFM Resorts とスポンサー契約を締結したほか、NFL も、賭博事業者 (Caesars) とスポンサーシップ契約を結びました。AGA (米国ゲーミング協会) と Nielsen の試算では、スポーツ賭博により米国 4 大スポーツ合計で 42 億ドルの増収効果があると予想しています。

## 4. 米国の大学スポーツ市場と日本の取り組み

米国のプロスポーツ市場が発展している要因の一つとして大学スポーツが盛んなことが挙げられます。米国の大学スポーツは、4 大プロリーグに匹敵する人気を誇り、商業面でも成功を収めています。特に NFL と NBA は、ドラフトによる指名が可能な時期をそれぞれ高卒 3 年目以降と 19 歳としていることもあり、若手有力選手は大学スポーツを経由してプロ入りすることが一般的となっています。大学スポーツの歴史は長く、商業的成功の要因には、NCAA (National Collegiate Athletic Association) という組織の存在が大きいとされています。

### (1) NCAA

NCAA は米国で 100 年を超える歴史を持つ組織であり、1900 年台初期に、スポーツ中の死亡事故や学業への悪影響が社会問題化したことにより、当時のルーズベルト大統領がスポーツの適切な運営管理を求めて発足させました。

NCAA は統括組織として、各種競技大会の運営管理や、大学および学生アスリートの管理・指導・支援等を行い、1,000 以上の大学が加盟しています。

### (2) 商業的側面

NCAA は大学間競争の促進などにより競技としての魅力を高めて大きな収益 (約 10 億<sup>ドル</sup>) を上げており、その約 8 割はテレビ放映権等が占めています。収益は加盟大学に配分され、大学教育やスポーツ振興に再投資されています。

なかでもバスケットの決勝ラウンドは「March Madness」と呼ばれ、決勝ラウンドを放映する CBS ネットワークのオンライン CM の売上高は 2,500 万<sup>ドル</sup>とも言われています。また、試合期間中に開催される著名アーティストを招いたミュージックフェスティバルは、多数の有名企業がスポンサーにつくことでも知られています。

### (3) 日本での動き

日本でも NCAA をモデル参考に、社団法人大学スポーツ協会（通称 UNIVAS）が 2019 年 3 月に設立されました。国公立大学と競技団体が主な構成員となる大学横断的かつ競技横断的な統括組織で、現状では 222 の大学と 34 の競技団体が加盟しています。

UNIVAS は「大学スポーツの振興により、卓越性を有する人材を育成し、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。」を設立理念として、「学業の充実」、「学生たちの安全・安心の確保」、「事業マーケティング」を柱に、学生アスリートたちにより良い環境の提供を目指しています。

また、UNIVAS の新たな取組として、「事業マーケティング」に取り組んでおり、大学スポーツの振興を通じた経済的価値の拡大も目指さしています。これまで既存のマスメディアでは放送される機会の少なかった試合も含めて映像配信をするとともに、配信前にパートナー企業の広告も流しています。また健康診断、スポーツテストの結果などビッグデータを提供して企業の商品開発に活用する取組みも進めています。こうした「事業マーケティング」を通じて、UNIVAS は 2019 年度の収入目標を 20 億円としています。

## 5. おわりに

米国ではスポーツが産業として成熟しています。今後は、スポーツ人気の高まりやスポーツ賭博の合法化等の影響により、さらなる市場の拡大が期待されます。米国スポーツ市場がどのような変化を遂げていくのか、今後も注視したいと思います

#### 【参照ウェブサイト】

・ Plunkett Research, Ltd.

<https://www.plunkettresearch.com>

・ Chicago tribune

<https://www.chicagotribune.com>

・ Forbes

<https://www.forbes.com>

・ statista

<https://www.statista.com>

・ wsn

<https://www.wsn.com>

・ Baseball Federation of Japan

<https://www.baseballjapan.org>

・ J-League

<https://www.jleague.jp>

・ Bleacherreport

<https://bleacherreport.com>

・ Nikkan Sports

<https://www.nikkansports.com>

・ Soccer-money.net

<https://www.soccer-money.net>

・ Investopedia

<https://www.investopedia.com>

以 上

※ ここに掲載されているデータや資料は、情報提供のみを目的としたもので、投資勧誘等を目的としたものではありません。投資等の最終決定は、ご自身の判断でなされるようお願いいたします。また、弊行は、かかる情報の正確性や妥当性については、責任を負うものではありません。

※ 本レポートに関するお問い合わせは、市場営業部海外支店統括グループまでご連絡下さい。  
(tel:03-3231-1285 email: kaigai\_tokatsu@chibabank.co.jp)