

## メガスポーツイベントの経済波及効果

### ーオリンピックをきっかけとしたスポーツ用品業界の動向ー

浅井健大

#### 1、はじめに

今日までオリンピックは、国家が「国威発揚」する機会として、あるいは都市が国際的な知名度を高め、都市間競争を勝ち抜く手段として期待されてきた。オリンピック開催は、従来より誇示されてきたオリンピック理念ではなく、都市や国の経済的、政治的力を増大させる効果により注目を集めてきたとも言える。日本においては、1964年のオリンピック東京大会を端緒として、伝統的にメガスポーツイベントの開催を都市のインフラ整備に用い、スポーツ振興の起爆剤としてきた。イベント誘致は工場誘致や観光業振興などと同様に、地域経済を活性化し、成長をもたらす手法の一つと位置づけられる<sup>1</sup>。しかしながら、メガスポーツイベント後の施設使用動向を調査してみると、その経済効果の全てが良い方向だけに働いているとは言い難い現状を目の当たりにする。

そこで、本稿では、オリンピックを題材として取り上げ、その後の経済効果の傾向を明らかにすることを目的とする。中でも詳細にまた顕著に変化動向が窺える、陸上競技に着目してみたい。

重要な先行研究としては以下の3つの研究が挙げられる。

- ・宮本勝浩、2014、『2020年東京オリンピック、パラリンピックの経済効果』、運輸と経済 74。
- ・福迫昌之、岩村聡、2014、『スポーツイベントによる地域経済波及効果に関する一考察』、東日本国際大学経済情報学部紀要 19。
- ・原田宗彦、2008、『メガスポーツイベントと経済効果ー数字に潜む問題点ー』、都市問題研究 60。

以上の3つの研究は本稿にとって、優れた先行研究となる。これらの研究はこれまで触れられてこなかったスポーツイベントと経済効果の関係性について、調査した優れた研究であると言える。しかしながら、先に述べてきたように、経済効果に関する研究の重要性は認められるものの、現在の体育学研究の中では、スポーツの経済効果に関する研究は、体系的に行われていないのが現状である。また、マクロ的視点に

関する研究は、主に官庁や民間の調査機関によって行われる「調査レポート」であり、事務レベルの業績で終わっている場合が多い。それゆえ、そこには仮説の検証もなく、経済波及効果の理論を構築しようとする体系的な試みも見られない。

そこで、本稿では、これまでの先行研究では踏み込めなかった具体的な事例、つまりはスポーツ用品業界に対し、オリンピック後にどのような影響がもたらされたのかについて考察することを課題とする。実際の地域への経済効果がどのように見られたかを示唆することは難しい。それらを可視的に示すことが本研究の意義となる。

したがって、本稿では、まず膨大な先行研究、調査研究からオリンピックと経済効果についてに概観し、その後、陸上競技スパイクの変化動向に着目することとした。

## 2、オリンピックの経済効果

まずは、メガスポーツイベントであるオリンピックと経済効果について、これまでに蓄積された研究を参考にしつつ、経済効果の全体像を概観することとする。

オリンピックに関しては、周知のように様々な場面において経済効果が期待されている。開催以前から論を進めるならば、準備期間もそれに含まれている。大会に使用されるスタジアム及び競技施設の建設や整備はもちろん、選手や観客が移動の際に使用する交通機関の設備投資に経済が活性化し、それに伴って雇用が創出される。開催期間中に目を移すと、観戦に訪れた来訪者により、宿泊や食事などの消費行動が見られるようになるため、現地のホテルや商店の売上げが飛躍的に伸びる。このようなことから、サービス業全般並びにオリンピック関連事業に伴った雇用が創出されることとなる。さらに、チケット販売、放映権料、スポンサー収入が挙げられる。開催後には、オリンピック開催地としての知名度向上に伴って、旅行客にも需要が生まれるだろう。

では、オリンピックの経済効果の実際はどのようなものであったのか。先行研究結果をまとめると、以下のようになる<sup>2</sup>。

オリンピック 6 大会分の経済効果を見てみると、どのオリンピックからも正の経済効果が確認された。例えば、バルセロナオリンピックに関しては、失業率が開催地域で 18.4%から 9.6%へ改善し、スペイン全体でも 20.9%から 15.5%へ改善している。また労働賃金が低いアテネでは非常に多く、2008 年の北京オリンピックに関しては、経済効果に関する明確な報告は出されていない。次に、経済効果の一役を担う投資が実際

にどのような分野で行われたのかについて見てみよう。「節約オリンピック」を掲げて行われた北京オリンピックだが、それでも約 3.4 兆円という多額の資金を用いて、様々な準備がなされた。例えば、独特な外観で有名なメイン会場の「鳥の巣」の建設においては 420 億円が費やされたという。また海外からの観戦客に対応するための国際線を増便し、それに伴い空港に国際線ターミナルを増設するなど、インフラの補強も行われた。空港だけでなく、北京市内の地下鉄においても、新たに 5 路線 50 駅が整備された。その他、大気汚染が懸念されたのを受け、都市環境建設の一環として、北京市内に広大な緑地が整備されるなど、波及的な効果もあった<sup>3</sup>。

ここまで論を進めてくると、オリンピックの経済効果を全て数値として読み解くことは、非常に難しいことがわかってくる。オリンピックの観戦チケットやオフィシャルグッズの収益はあくまでオリンピック委員会のものとなり、税金を用いてインフラ整備などに多額の投資を国や自治体が行っても、その投資額をチケット収入やスポンサー収入から直接回収できるわけではないからである。そこで、オリンピックの経済効果をマクロ的に確認してみたい。ロサンゼルス大会が行われた 1984 年、アメリカ経済にとってはそれまでの景気後退から回復過程にあったため、オリンピック特需は少なからずポジティブな影響を与えている。ロサンゼルスが位置するカリフォルニア州に関するいくつかの経済指標の推移を確認してみると、全ての変化がオリンピックによるものではないことは言うまでもない。しかし、雇用環境の指標としての失業率の推移を見ると、オリンピックが開催された 1984 年にカリフォルニア州はもちろんのことアメリカ全土において失業率が大きく改善している。オリンピック開催準備でのインフラ整備により、雇用創出効果があったことは想像に難くない。次に所得の指標として、実質可処分所得、実質個人可処分所得の推移を見てみると、どちらの指標も前年比で 1984 年に大きく増加している<sup>4</sup>。

雇用環境の改善に伴う所得の上昇があったものの、その後の反動減などもあいまって、所得が伸び悩んだ可能性を示唆することができよう。また、景気に敏感に反応すると言われる、建設関連指標を見ると、建設額がロサンゼルスオリンピック前で大きく伸びていることがわかる。以上のことから、1984 年のロサンゼルスオリンピック開催により、雇用・消費・インフラの面において、少なからずポジティブな経済効果があったと考えられる。

では日本ではどうだったのか。1964 年東京大会を例にとると、国立競技場や日本武

道館をはじめとする競技場、ホテルニューオータニ、ホテルオークラなどの宿泊施設、東海道新幹線、東京モノレールの開業、そのた多くのインフラ整備に多くの資金が投じられた。日本で開催されたそれぞれのオリンピックに関して、開催時の GDP を 100 とし、前後 2 年間の GDP を指数化してみると、1964 年東京と 1972 年札幌に関しては、開催 2 年前より開催後まで一貫した伸びが観察されるが、1998 年長野に関しては、オリンピック開催前で伸び、開催時以降では GDP の減少が観察することができた<sup>5</sup>。

### 3、メガスポーツイベントと陸上競技

ここまで、オリンピックとその経済効果を概観してきた。ここまでの議論は、多くの先行研究、調査研究でなされ、蓄積されてきている。そこでここから、個別具体的な陸上競技の経済効果はどのようなものであったのかについて考えてみたい。まず、世界陸上大阪大会の経済効果に触れ、そこから、オリンピックに焦点を移していくこととする。

世界陸上大阪大会の開催組織の中核は、国際陸上競技連盟、日本陸上競技連盟、大阪市、電通によって組織された。更に TDK、TOYOTA をはじめとする 26 社もの企業が名を連ね、多くの日本企業が運営を支えた。大阪市は、この大会を開催するために、総額 40 億円という巨額な資金を拠出している。先に述べたスポンサーなども含め全体で 97 億円と言われる大会開催費の実に約 4 割に相当する。それだけ、陸上競技に注目していたという表れであるとも捉えられよう。大阪市がこの大会を誘致した経緯の一つとして、オリンピックの招致に失敗した後のシティーセールス戦略の目玉としてスポーツイベントを誘致した側面もあったことは事実である。しかし、国際陸上競技大会の経済効果は顕著で、宮本（2008）は、総額 210 億円の経済効果を算出している。観客数は当初の試算を下回るなど、大会を懸念する声も大きかったが、陸上競技に対する関心の高さからメガスポーツイベントとしては数少ない、大会前、大会中、大会後いずれの視点から見ても、大幅な黒字という結果となった<sup>6</sup>。

このような状況下を踏まえた上で、次に陸上のスパイクに焦点を移し、オリンピックを主体とした製品開発について考えてみたい。

廣田（2000）によれば、一般に製品開発タイプはニーズプル型とテクノロジープッシュ型に分類できるという。前者は、顧客ニーズが製品開発の方向を規定するタイプであり、後者は技術が製品開発の方向を規定するタイプである。ここでは、ニーズプル型の

製品開発に着目することとする。マーケティングにおいては、機会の発見、すなわち顧客ニーズの理解が全ての出発点となる。マーケティングリサーチでは、ニーズをどのように知るかという議論が数多く行われてきたが、それらの議論に沿いつつ、本稿では、メガスポーツイベントが及ぼす影響を考察するために、オリンピックソウル大会とオリンピックバルセロナ大会における陸上競技スパイクのニーズの変化動向を分析してみた。

スポーツ製品のマーケティングでは、競技スポーツの分野では特に、実力のある選手と契約することが、マーケティング上有効であるとされている。スポーツ用品メーカーが製品を市場へ普及する方法として「頂上戦略」と呼ぶ方法である。これは著名選手に契約金を払って自社製品を着てもらおうもので、製品品質と信頼の向上及び海外への影響を意図している。メーカーがトップアスリートと契約するメリットは何であろうか。それは次の四項目である。第一は、契約選手が活躍することにより、消費者に対する企業、製品の知名度、製品開発水準の高さなど、消費者に良いイメージを形成できることである。第二は、契約選手の要望を取り込んで開発した製品を、契約選手モデルとして一般向けに販売できることである。第三は、製品に対する具体的ニーズを、契約選手から直接取り込めることである。第四は、契約選手の能力が高いほど、それに応えるため社内資源が集中される。そのため開発能力の向上につながることである<sup>7</sup>。今回、ミズノ株式会社を事例として取り上げ、ミズノの開発組織の顧客ニーズ理解がどのように変わるのかに注目した。特に変化が顕著に表れた1980年代半ばから1988年を分析した。図1、2に市場占有率の変化を円グラフとして示した。これに見られる大きな変化の第一は、陸上スパイク市場におけるミズノのポジション変化である。1980年代半ばまでのミズノ陸上スパイクシューズは、市場占有率は二位ながら、一位のA社に大きく引き離されていた。それが、1980年半ば境に躍進を見せたことがわかった。大きな変化の第二は、開発方法の変化である。具体的には、1987年にカールルイスという当時の世界記録を持つトップアスリートと契約を交わす。その後、それまで国内選手を中心とした意見を聞きながらの開発から、ルイスの意見を中心に聞く開発に変化した。

オリンピックソウル大会に向けて、本格的なルイス向けシューズの開発が始まった。ルイスはシューズの設計段階から関与した。担当者はまず、ルイスとの信頼関係を構築すべく、ルイスのニーズを積極的に受け入れる。ルイスとの信頼を形成するためにも、ルイスがレースに勝つこと、そしてシューズが勝つことに貢献できるような水準に達す

ることが必要であった。ルイスからニーズを聞き入れ製品化するうえで、開発担当者は注目すべき行動をとった。ニーズを製品に反映するにあたり、「なぜそのようにしたのか」ということを、その都度ルイスに伝えたのである。「どのようなニーズが、どのように製品として形になるのか」ルイスと開発スタッフは、この期間の製品を介したやり取りを通じ、相互理解を促進する。スパイクのピンの位置に関する要望がルイスから出た。ピンは選手の脚の力をトラック面に効率的に伝えるため、トラック面をしっかりとらえる役割を持つ。そのため、ピンの形状、位置、長さについては、ルール改正、トラック面の素材改良に併せて多くの革新が行われる。1988年国際陸上競技連盟のルール改正からピンの本数に関する変更が決定され、これらの改正内容もルイスのスパイク開発には重要な視点となった。

1988年、オリンピックソウル大会は、ベンジョンソンが一着、ルイス二着となるが、薬物使用判定でジョンソンが失格となり、ルイスは繰り上がりで金メダリストという結果となった。またルイスは、1992年、オリンピックバルセロナ大会では、走り幅跳び、4×100MRの両種目において金メダリストになった。

これらに見られるオリンピックでのカールルイスの活躍は、スパイクのみならず、それまで無名であったミズノ株式会社のスポーツ用品市場占有率を大幅に引き上げることとなった。これらの事実をきっかけとして、周知のようにスポーツ=MIZUNOというスポーツ界全体への経済効果及び発展に結実するのである。

#### 4、おわりに

以上の分析の結果は、以下のように評価できる。

本稿では、オリンピックの経済効果と題し、これまで先行研究では明らかにされてこなかった、実質経済効果を分析してきた。まず、オリンピックの経済効果に関する先行研究の蓄積をまとめ、概観し、次に世界陸上に焦点を移し、陸上競技イベントの経済効果を分析した。それらを踏まえ、陸上競技スパイクの製品開発と影響を分析した結果、オリンピックをきっかけとして、飛躍的な経済波及効果が認められたということができよう。

以上のように、オリンピックを通して、スパイクの売上、需要が高まるその事実は、これまでの膨大な先行研究の蓄積に加えて、実質波及効果を可視的に見るという一定の

成果として捉えられるであろう。しかし、一方では、経済効果の全体像の把握に加えて、陸上競技の単一種目のスパイクへの影響という部分に留まっているとも言える。この問題に関しては、今後他種目のスパイクやその他の用具への影響を検討していくことで解決することができよう。それは今後の課題としたい。

観客の消費効果	57 億
建設・施設修理費	13 億
観光効果	13 億
メディア滞在費	12 億
事前合宿・キャンプの経済効果	9 億
スポーツ用品の購買効果	7 億
アジアと海外からの観客の旅費	2 億
大会運営費	97 億

大阪市世界陸上予算報告書より作成。

寄付金収入(大阪市負担金を含む)	5090 百万円
事業収入(協賛金、入場料)	4128 百万円
助成金収入(団体、機関より)	100 百万円
IAAF/VIK(国際連盟より、物品提供換算など)	500 百万円
長期前受金収入	186 百万円

大阪市世界陸上予算報告書より作成。

事業費	8022 百万円
管理費	1476 百万円
予備費	162 百万円

大阪市世界陸上予算報告書より作成。

表4 事業費内訳	
チケット関連費	263 百万円
フードサービス関連費	497 百万円
式典/イベント費	757 百万円
スポンサー関連費	248 百万円
ア krediyteeshon 関連費	38 百万円
ボランティア関連費	204 百万円
情報通信費	494 百万円
施設改修関連費	962 百万円
輸送関連費	865 百万円
宿泊関連費	538 百万円
広報関連費	180 百万円
放送(HB)関連費	460 百万円
協議運営費	422 百万円
物品/物流関連費	70 百万円
IAFF 関連費	125 百万円
プロトコール関連費	52 百万円
警備費	295 百万円

大阪市世界陸上予算報告書より作成。

図 1

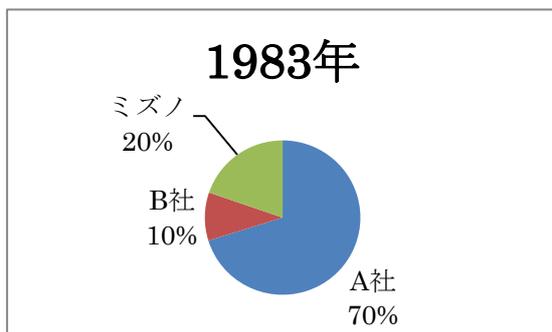


図 2

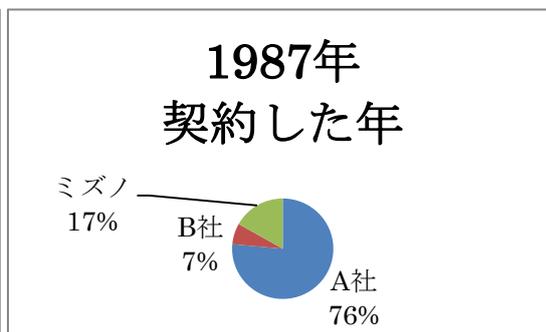


図 3

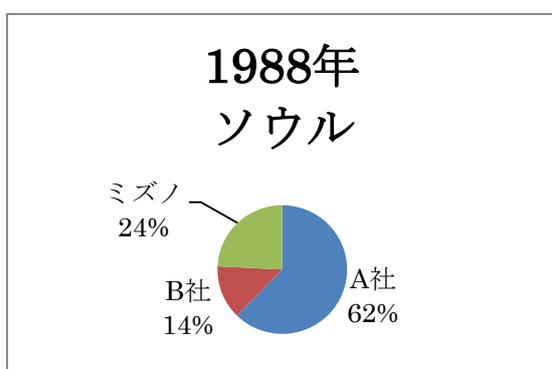


図 4

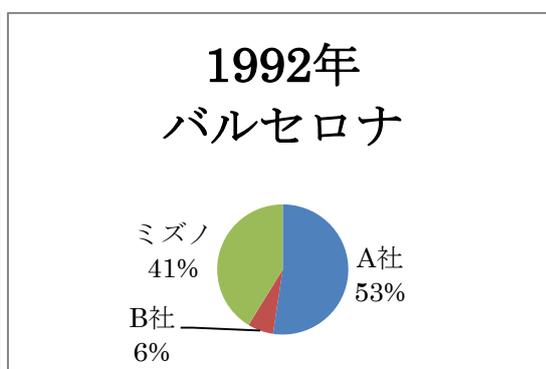


図 1～4 ミズノ RS 文献より作成。

参考文献・引用文献一覧

- ・宮本勝浩、2014、『2020年東京オリンピック、パラリンピックの経済効果』、運輸と経済 74。
- ・福迫昌之、岩村聡、2014、『スポーツイベントによる地域経済波及効果に関する一考察』、東日本国際大学経済情報学部紀要 19。
- ・原田宗彦、2008、『メガスポーツイベントと経済効果—数字に潜む問題点—』、都市問題研究 60。
- ・横山愛、小林昌平、金子共威、2009、『オリンピックの経済効果』、第 32 回法政大学学生懸賞論文。
- ・宮本勝浩、2008、『第 11 回 IAAF 世界陸上競技選手権大阪大会の経済効果の推定』、現代社会と会計
- ・大竹文雄、2013、『オリンピックの真の経済効果』、週間東洋経済。
- ・廣田章光、2000、『頂上戦略と製品開発』、国民経済雑誌 182

- 
- 1 原田宗彦、2002、『スポーツイベントの経済学』、平凡新書、5頁。
  - 2 横山愛、小林昌平、金子共威、2009、『オリンピックの経済効果』、第32回法政大学学生懸賞論文。
  - 3 大竹文雄、2013、『オリンピックの真の経済効果』、週間東洋経済。
  - 4 同上。
  - 5 前掲3。
  - 6 宮本勝浩、2008、『第11回IAAF世界陸上競技選手権大阪大会の経済効果の推定』、現代社会と会計、81-90頁。
  - 7 廣田章光、2000、『頂上戦略と製品開発』、国民経済雑誌182、17-33頁。

キーワード

メガスポーツイベント、オリンピック、インフラ整備、GDP、陸上競技、  
スポンサー、スパイク、経済効果、カール・ルイス、ミズノ

## 要約

日本においては、1964年のオリンピック東京大会を端緒として、伝統的にメガスポーツイベントの開催を都市のインフラ整備に用い、スポーツ振興の起爆剤としてきた。イベント誘致は工場誘致や観光業振興などと同様に、地域経済を活性化し、成長をもたらす手法の一つと位置づけられる。そこで、本稿では、オリンピックを題材として取り上げ、その後の経済効果の傾向を明らかにすることを目的とし、陸上競技に着目した。そこで、本稿では、これまでの先行研究では踏み込めなかった具体的な事例、つまりはスポーツ用品業界に対し、オリンピック後にどのような影響がもたらされたのかについて考察することを課題とする。実際の地域への経済効果がどのように見られたかを示唆することは難しい。それらを可視的に示すことが本研究の意義となる。したがって、本稿では、まず膨大な先行研究、調査研究からオリンピックと経済効果について概観し、その後、陸上競技スパイクへの影響に着目することとした。

本稿において、陸上競技スパイクの製品開発と影響を分析した結果、オリンピックをきっかけとして、飛躍的な経済波及効果が認められたといえることができるだろう。