

2009-2010年のNFLシーズン年間チャンピオンを決める大会スーパーボウル、ニューオーリンズ・セインツ対インディアナポリス・コルツ。この試合がきっかけで私はNFLの大ファンになった。ワンプレー事に緻密な戦略を立てて敵陣に攻めていく姿、必死に自陣に攻め込まれないよう守備をする姿に心を掴まれた。そんなアメリカンフットボールの最高峰に位置づけられるNFL。日本ではマイナーなスポーツのイメージであるが、アメリカでは人気ナンバーワンのスポーツである。スーパーボウルは毎年全米が盛り上がり、テレビの視聴率はその年の最高視聴率を記録する程である。では何故NFLがここまで人気があるのか。この人気の要因にはNFLの徹底されたマネジメントシステムとメディア戦略にあった。NFLはチームの戦力を均等にするにより、毎年どこのチームが優勝するのか、毎試合どちらのチームが勝つのかをワクワクしながら観ることができ、ファンの人数に偏りが出たり、フランチャイズが大都市に集中することを防ぐことができ、プロスポーツビジネスにとって重要な地域との良好な関係を築くことができた。また、リーグの人気や質の更なる向上のため、近年大きなメディアでもあるテレビ業界とお互いが「win-win」な関係になるよう長年かけて良好な関係を築くことによって、より一層多くのファンを獲得してきた。

アメリカで不動の人気となったNFLの次なる課題として国際戦略が挙げられる。NFLは1991年から「グローバルフットボール構想」を提唱し、様々な戦略の元海外への市場開拓を進めてきたが、上手く機能していない。この「グローバルフットボール構想」について考える。NFLの人気は実は日本で徐々に拡大しつつある。私たちが日本において接するNFLはおおよそ次のような状況であるといえる。テレビではレギュラーシーズンゲーム、プレイオフゲーム、スーパーボウルやプロボウルを含め、約170試合が地上波（録画放送）、BS放送やCS放送、近年では動画配信サービスDAZN等でも放映され、スポーツニュースや新聞で結果が伝えられるようになった。また日本のチームの中からNFLの下部組織であるNFLヨーロッパリーグで活躍する日本人選手が登場している。さらに、高校のアメリカンフットボールを題材にした漫画「アイシールド21」が評判となり、アニメーションとしても放映されることにより、高校のアメリカンフットボール部の部員が増加傾向にある。これら日本の現状、また近年多様化しているメディアとの関係を基に、私なりに今後のNFLの「グローバルフットボール構想」を考えていく。