

日本マス・コミュニケーション学会 第36期第7回研究会（放送研究部会企画）
「Jリーグの新メディア戦略から見えるもの～軸足を“通信”に移すプロスポーツリーグ」

日 時 : 2018年4月24日（火） 午後18:00～
場 所 : NHK放送博物館 4F「メディアラボ」
東京都港区愛宕2-1-1
報告者 : 黛 岳郎（NHK放送文化研究所）
討論者 : 川喜田尚（大正大学）
司 会 : 井上裕之（NHK放送文化研究所）

企画の意図

これまでプロスポーツのメディア戦略は放送事業者が中心に行い、スポーツ団体はテレビ中継を通じてビジネスを拡大してきた。しかし、それがいま、“通信”によって大きく変わろうとしている。スポーツの配信サービス「DAZN」を展開するOTTプレーヤー・パフォーム社は、その巨大な資金力を背景に、Jリーグ全試合の放映権を獲得した。日本のプロサッカーの試合は“放送”から“通信”に大きく軸足を移すことになったのである。

こうした新たなメディア戦略で変化するのは、試合を見るデバイスだけでない。競技が行われるスタジアムそのものまでも、この戦略によって大きく変わろうとしている。新戦略の影響が及ぶ裾野は大きく、多岐にわたる。

本研究会は、この大きな変化がどのようなものなのか、多角的な観点から考える。Jリーグ、OTTプレーヤー、通信事業者など、それぞれの立場のねらいや背景を明らかにしたうえで、新たなビジネス戦略の全ぼうを見ていきたい。また、Jリーグのクラブが拠点とする地元のテレビ局にはどのような影響があるのか、あるいはサッカー以外のプロスポーツリーグにも影響があるのかなども検討したい。さらに、スポーツは今後どのように見られるようになるのか、スポーツはどのように見られるべきなのか、という視点からも考えてゆきたい。

以上