

Jリーググッズをどうみるか

(212号 1993.11)

当初は、Jリーググッズからスポーツビジネスを考えてみるという重いテーマだったが、市場にどれだけの商品が出回り、どれだけの利益があるのかを知るための資料もない。そこで、本稿では、こんなにも早く生活の中に溶け込んでしまった「身近なJリーグのグッズ」に目を向け、雑感を述べたい。

Jリーググッズ

Jリーグが、この4月から開幕した。わずか半年の間に、こんなにも受け入れられ、Jリーググッズが出回るようになった。身近な所では、子ども連の鉛筆、消しゴム、下敷き、等々。お気に入りのチームのグッズを集めることが楽しみの一つとなっている子どももいる。

少し大きいショッピングセンターや百貨店では、Jリーググッズを売るための特設コーナーが設けられている。そこには、Jリーグの各チームのグッズが売られている。応援するための、メガホン、チアホーン、プロモデルゲームシャツ（ここがプロ野球とは違うところで、応援団のほとんどがチームのユニフォームを着て応援している。）顔に塗るゲームペイント、ミサンガ、以上が応援には必要なものらしいが、その他にもフラッグ、タオル、ハンカチ、キャップ、トレーナー、Tシャツ、バンダナ、うちわ、オペラグラス（選手を見るためのもの）、コインケース、等々、特設コーナーに所狭しと並んでいる。

これらを見ていると、とにかく高価である。例えば、顔に塗るゲームペイント。チームごとに3色の組み合わせがあり、鹿島アントラーズなら、ブルー、レッド、グレイと塗る色が決まっている。絵の具のようなチューブに入ったファンデーション3色セットで何と、千五百円もする。また、写真に応援団（Jリーグの応援団はサポーターと呼ぶらしい）の応援風景が載っていたが、その中の数人の一般的な応援する服装を見ると、ゲームシャツ、ゲームペイント、フラッグ（M）、メガホン、で以上一万一千円。特設コーナーでは、多くIま中高生がこれらの商品を買っているが、小学生の姿も少なくない。

ミサンガ

手首にカラフルな糸で編んだ「ミサンガ」を巻いた小学生が目立つようになったのもJリーグが始まってからのことである。自然に切れると願い事が叶うと言うらしく、多くの子どもが手首に巻いている。「ミサンガ」については、多くの学校で、物議をかもし出しているところだが、それも見越して、すでに「テープミサンガ」という商品が、商品化されている。この商品の説明には次のように書かれてある。「学校で禁止されていたり、仕事の時につけていられない人に便利なワンタッチで取り外しのできるミサンガ。五百円。」

書店で

4月に開幕した所なのに、おびただしい数のJリーグ関係の書籍が店頭には並んでいる。児童書のコーナーにも一番多いのは、Jリーグの大百科、などの入門書である。そこには、各チームの選手の紹介、ファーストステージでの成績、各チームの特徴。応援の仕方、ファンクラブへの入会方法、更には顔にペイントする方法までも写真入りで、小学生にもよくわかるように細かく書かれてある。それらを立ち読みする小学生の姿が目につく。

どう考えるのか

否定的な側面のみを取り上げてきたが、Jリーググッズだけでどれだけ数の商品があり、どれだけの産業が成り立っているのか、測り知れない。Jリーグのタオルをつくり、町おこしを行っている市町村もあることから、その効果は大きいものであることは容易に想像できる。Jリーググッズ産業を支えているのは、もちろん、幅広い層に渡ってそれらを買っている消費者である。商品価値について問うこともなく、ブームに巻き込まれ、買ってしまっているという事実を、今一度、振り返らなくてはいけない。最後に、蛇足ではあるが、ついこの間の広島への修学旅行の時のこと、宮島のみやげ店にも、ブームに便乗してか、キーホルダーになったJリーグのグッズが置かれてあった。