

## 4月例会報告

【日 時】4月25日(火)19:00～21:15 筑波大学附属高校3F会議室 → 21:40～2:00 カリンカ

【参加者】荒井義行(毎日新聞)、内田正人(B&D)、宇都宮徹壺(写真家)、鶴木恵介(横浜FC ソシオ・フリエスタ)、梅本嗣(横浜FC ソシオ・フリエスタ)、加納樹里(中央大学)、川井寿裕(文部省競技スポーツ課)、小金丸浩志(京華中高)、島原裕司(勁草書房)、田中俊也(自治医大整形)、中塚義実(筑波大学附属高校)、浜村真也(サポティスタ)、宮崎雄司(サッカーマニア編集・発行人)、両角晶仁(文部省)、渡部直也(M.C.A)

【新規参加者】遠藤隆彦(協同広告)、奥山敏之(文部省)、川村浩一郎(立教大学/同好会サッカー代表)、杉村宏道(F-NET)、半羽佳夫(4月まで毎日コムネット、5月から日本スポーツ企画出版)

【カリンカからの参加者】竹中嘉久、堀美和子

注)参加者は、所属や肩書を離れた個人の責任でこの会に参加しています。括弧内の肩書きはあくまでもコミュニケーションを促進するため便宜的に書き記したものであり、参加者の立場を規定するものではありません。

### サッカーくじについて(その3)

両角晶仁(文部省体育課スポーツ振興投票専門官)

本家サロンにおける両角氏のプレゼンは今回で3度目となる。過去2回は、法律ができるまでの経緯や国会での論点、くじの基本的な仕組みなどについての報告であった。「4月下旬なら公表できる部分がある」とのことで25日に設定したのだが、t o t oの記者発表が24日にずれ込み、ぎりぎりのタイミングとなった。

本報告は、当日の配布資料と発表内容、及びディスカッションを再構成し、発表者の確認を経て公表するものである。

### 1. 経過報告

#### 1) 昨年度の報告から今回まで

昨年2回、サロンで取り上げてもらったあと、8月に委託金融機関が決まり、具体的にどのようなくじにしていくかの検討が進められてきている。今年の10～11月に静岡県内で試験的に販売し、2001年度の1stステージより販売開始となっている。

3月下旬に、4月のサロンでのプレゼンの話が来たときに、下旬ならOKとのことで25日に設定した。本当は、くじの名称についての記者発表はもっと早く行う予定だったが、各方面との調整でずれ込み、昨日(24日)に発表、ぎりぎりのタイミングとなった。くじの話はトータルで決まっていないと発表できないため、広報活動において不十分な点があることは否定できない。

#### 2) t o t oについて

前日(24日)、マスコミ向けに記者発表した。配布資料はその際のもので、「スポーツ振興くじの概要」とあるものの中身は、去年の8月に大和銀行の提案内容を発表したものとそれほど大きくは変わっていな

い。現在までに決まっていることが書かれている。

くじの愛称は「t o t o」。「t o t o」のロゴのデザイナーは大貫卓也氏。サッカーボールの形、白と黒は勝ち負け、黄色は温かさや躍動感を表わしている。「For all sports of Japan」を必ず付記して使うことになっている。

## 2. メインテーマ：「13 試合 3 通り」の「3 通り」の内容について

くじの方法は、「13 試合 3 通り」でいくことが、保健体育審議会の答申や答申を基に制定した文部省令で定められている。対象試合の J リーグの試合形式からすれば、以下の 2 つの方法しかない。

A 案…「90 分以内勝ち」「90 分以内負け」「その他(延長 V ゴール決着又は引き分け)

B 案…「勝ち(V ゴール勝ち含む)」「負け(V ゴール負け含む)」「引き分け」

購入する側にとって魅力的なのはどちらか。あなたならどちらなら買ってくれますかということが、ここで議論したいテーマである。

検討の際の視点として、1) 購入者にとってどちらが分かりやすいか、2) どちらが当たりやすいか(当せん確率の問題)が挙げられる。当たりやすさも、①1~3 等まで含めて当たりやすいのはどちらか、②1 等が当たりやすいのはどちらか、の両面から考える必要がある。

### 1) 購入者にとってのわかりやすさ

保健体育審議会の「審議のまとめ」(平成 10 年 10 月)の中で、3 通りの内容については、「購入者にとってのわかりやすさや、J リーグの公式試合の実施方式等に留意しながら、発売までに実施主体が決定する」こととなっている。

平成 10 年は、J リーグが今の方式(同点の場合は V ゴール方式)で 3 年間やることを発表した年でもある。

### 2) 当せん確率

13 試合 3 通りというのは 159 万通りある。これは数字上の計算から出てきたものだが、実際の試合でみるとどうなるのか。データを分析してみた。

・ J リーグ 7 シーズン、2,046 試合の結果(ホーム側からみた場合)を A 案と B 案の分け方でみると、

A 案の場合…勝 41.69% / 負 36.75% / その他 21.55%

B 案の場合…勝 49.80% / 負 43.89% / 引き分け 6.30%

A 案の方が、3 つの選択肢の現れ方が分散される。B 案では勝ちが約 5 割。引き分けが出る確率は非常に小さい。

・ イタリアのトトカルチョ(A 案型)の場合、対象試合の結果(ホームページ上のデータより)によると、勝 44.76% / 負 21.63% / その他(セリエ A では「引き分け」に当たる)33.61% となり、セリエ A における「ホームの有利さ」と「引き分けも一つの戦術」ということが数字から伺える。

・ 95~96 シーズンのトトカルチョ結果(4 ヶ月程度の間のデータ)からは、以下のことがわかる

1 等当せん者(票)が 1 万票あったとき、配当金は 5 万 3 千円しかなかった。

(1 等が当たったからといって親戚中に声をかけたら出て行く方が多かったなどという笑い話もある)

逆に、この期間の最高は 6,500 万円。

勝／負／引き分けが均等に表れるとするなら選択肢は 3 つあるといえる。この時、当たる確率は 159 万分の 1 であり、仮に 10 億円売れた(単価 100 円)とすると、1 等は 6 票出る。1 等に 7 割配分すれば、配当金は 1 等が 5,600 万円、3 等は 3 万 8 千円。

しかし実際は延長が少ない。実際に現れる回数をもとに計算してみると、トトカルチョ型(A案)においては 2.59 が、Vゴール型(B案)においては 2.15 の実質的な選択肢の数という試算もある。従って、159 万分の 1 とはならない。

これらからわかるように、いくら当せん確率を議論しても、何十回、何百回と実施した上での平均値でしかない。実際には大きなばらつきがある。

・土～日で J 1 と J 2 が続いている節を対象として考えると、昨年度は 25 回あった。この中で、23 回引き分けがあったが、引き分けのない節もある。この場合、引き分けを全然付けなければ、当たることは当たる。しかし 1 等を当てようとする、違った付け方をしなくてはならない。

どちらが高額当せんになるかは、なかなか結論が出ない。

### 3) その他の意見

- ・試合が決着する前にくじの結果が確定することの是非
- ・リーグ戦における V ゴールシステムが果たして妥当か

これらも、どちらのくじがいかに関する論点となろう。以下、時間を取って、たっぷり議論していただきたい。

## <ディスカッション>

### 1. A案かB案か

・サッカー界のグローバルスタンダードからいうと、リーグ戦における V ゴールシステムはなじまない。サッカーくじがあるなしに関わらず撤廃すべきではないか。

今後なくなることを見越して、A案を押したい。

・2001 年は V ゴールはなくならないことは決まっている。V ゴールは各クラブが求めている面もあるのではないか。変わらないとは言い切れないが、変わるとしてもかなり後になるのではないか

・現行システムをそのまま使うのであれば B 案。試合での勝敗とくじでの勝敗が違っているのは混乱を招く。t o t o の普及・啓蒙段階では、リーグ戦のルールと同じでないといけないのでは・サポーターは、自分の応援しているチームの勝ちにつけるだろう。A 案では、自分のチームの勝敗とくじの勝敗にずれがあると購入動機が下がる

・サッカーくじ購入対象は、サッカーに関心のある人をコアとしながら、まわりを巻き込むものとしていきたい。とするなら、どちらの対象にとっても理解しやすいほうが良い。わかりやすさをメインとするなら B 案

・開催機構の J リーグが B 案を採用している。方向性として A 案があったとしても、くじのシステムが先行するのは、反対派に勢いを与えるだけ。当面スタートは B 案であり、A 案へ向けての方向性は、J リーグそのものに働きかけるのがいい

- ・くじの普及を考えると、ある程度の当たりやすさはあった方がよい
- ・購入者にとってのわかりやすさはやはりB案だろう。宝くじのように末等がない。1～3等以外はゼロ。毎回やってもかすりもしないときに、その人は買い続けてくれるのだろうか。より、当たりやすい方で始めるのが良いだろう。

#### 4. 大きなできごと—国際ショナル・フットボールフェスタについて

### 2. 販売方法について

- ・原則は対面販売だが海外に居住している人や外国人が購入する場合にはどうなるのか。インターネットの活用など視野に入れるべきではないか
- ・イタリアのくじは日本からも買える。違法性があるが摘発はされていない。
- ・日本では、くじに反対されている方々には電子的対面の概念がない。イメージできないのではないか。
- ・マーケットを広げるのであれば、そういうことも視野に入れる必要がある。医学界も電子カルテが認められるようになった。将来的にはカードの中に情報が収められるようになる(カルテの保存やレントゲンで撮った写真の保存のために病院は倉庫を作るのに大変だった)。このような時代の流れの中で、中国やアジアの人たちを視野に入れてやっていることをアピールするためにも必要では。
- ・韓国のサッカーくじでは、場合によってはやるかもしれない
- ・対面販売ということでは、官庁から厳しい指導を受けていた証券業界ですらインターネットトレードがさかんになっている。電子認証で特定できる。買いやすい方法を探してほしい
- ・対面かどうかは国会での約束であり、審議会レベルではない。インターネット販売が対面の一部であるかどうかは国会で議論してもらわなければならない。例えばコンビニで売らないということは審議会での話。従って審議会でもOKとなれば売れる。
- ・当面コンビニでは売らない。しかしスポーツ用品店では販売可能。コンビニだけが悪玉にされた観がある。
- ・コンビニで販売できない理由は、店員だけの問題ではない。たまり場となることや、PTAからの反対などが強かった。PTAは、コンビニで売ったら全国で不買運動をしようと言っていた。
- ・デビットカードは19歳未満をはじくための有効な手段となりうる。おやじのカードを暗証番号つきで子どもが買ったというケースは親子の問題。仮に当たったとしてもおやじの口座に振り込まれるだけ
- ・ローソンのロッピー。店員もわかっていない人もいる。Jリーグのチケット買いにいったついでにくじも買うというようになればおもしろい
- ・簡単に購入できる方法でないと広がっていかない。しかし、知的ゲームであることがテーマである。このあたりの着地点が難しい。

### 3. 収益配分について

- ・沢山売れたところに収益配分すべきという意見もあるが、そうすれば人口集積地域に偏ってしまう。収益配分については様々な意見がある。配分方法については、6月頃の「スポーツ振興計画の基本的あり方」に沿った形で話が進められていく。

この骨子はすでにできて公表されている。数値目標が示されることになる。その段階でスポーツくじの収益がどこに配分されていくかの議論が為されるだろう

・グラウンドの借り方、チーム運営のしかたの教育が必要ではないか。スポーツマネジメントができるような人材の育成にも投資してほしい。

・いつも収益の使途に話題が行ってしまう。少なくとも数百億以上の売り上げがないと収益配分はあり得ない。今のグループとの契約の5年間で少なくともペイしないと、次の話にいかない

#### 4. PRについて

- ・啓蒙・認知がまず最初。最低限のことをマスコミで報道してもらえればいいのか。
- ・これまで名前が決まっていなかったのが告知できなかった。PRは基本的には博報堂がベース。
- ・Jリーグの試合の告知があまりにもない。高齢者が多いようなところにポスターを貼って、試合の告知をする必要があるのではないか。ゲートボール会場を芝生にしたいという方もいるかもしれない。学校のグラウンドを芝生にという運動とセットで職員室にポスターを貼るとか…
- ・高校生には、卒業したら買ってくださいとPRするとか（笑）
- ・神戸市は小学校のグラウンドを芝生にという運動をやっている。兵庫県が一自治体にスポーツクラブをつくらうというのをやっている。兵庫県の計画は10年計画で援助は5年間。
- ・テレビや新聞にもっと取り上げてもらう必要がある。販売所にポスターがあるだけではだめ。
- ・新聞社が予想記事を書くことまでは良いだろう。毎日新聞では以前、競馬の予想記事も載せていた。それができる競馬記者がいた。逆に、そういう記者がいないとできない。
- ・最後の試合が終わる時間に合わせて、「今日のくじの結果はこうなりました」という超ミニ番組ができる可能性はあるかもしれないが、サッカー全体を盛り上げてくれる番組がほしい
- ・サッカーに興味ない方、J2に興味ない方でも、サッカーの導入部分でくじが役立つことはある
- ・高校生もほとんど知らない。知っていたとしても、否定的な部分ばかり。なぜそうなるのだろう。
- ・収益の使い途が出てこない、「あなたの町に芝生のグラウンドができますよ」というPRもできない。告知のタイミングが難しい。
- ・競技場でビラを配ってPR活動はしたが、一般の方に対するPRは非常に弱い。
- ・ハンドボールやアイスホッケーなど、サッカー以外の企業スポーツ選手の現状に光を当てるようなスポット番組をつくり、このような人にも売り上げが行きますよというのがPRできれば、他のスポーツの人の理解も得られるはず。サッカー以外の他のスポーツも巻き込んでPRする必要がある。
- ・アビスパの問題が出たようなときに、国会で質問するような議員が出て来るだろうと思う。
- ・くじの販売が決まれば、マスコミは黙っていても取り上げる。
- ・昨日のニュースはビジュアルしかなかった。ニュース性が不足していたのかもしれない。
- ・7月頃を目標に、販売チャンネルも含めてほとんど全て公表できるのではないか。発券端末機もできる。申し込み券も出せる。デビットカードの使いかた、会員登録の方法などほとんど決まるだろう。その段階で決まらないのは、具体的な販売店。

<中塚の感想・意見>

前日(24日)に記者発表があったにもかかわらず、一般紙もスポーツ紙も取り上げ方が小さかったこと

が気になっていた。92年1月のスクープ記事以降、準備は進行しているのにメディアの取り上げ方は縮小しているような気がしてならない。

だから、というわけでもないが、高校生はサッカーくじのことをほとんど知らない。知っている生徒も「Jリーグを盛り上げるためにやる」とか、「ギャンブルだということで反対されている」程度の認識でしかない。そして、少しでも知っている生徒の大部分は「何となく反対派」である。

"人の話を聞かない高校生"は、何も知らないし考えてもいない。"話を聞いている普通の高校生"は「へ〜」と思うだけ。伝わってくることをもとに一所懸命考えるのは、ごく一部の"まじめな高校生"である。彼らが拠り所とするのは新聞等のメディアから伝えられる情報であり、そこには、反対派が大きな声で繰り返し述べている意見が取り上げられている。賛成派・推進派は意見を言わない。その結果、世の中全て反対なのかと感じてしまう。

本当は逆なのではないか。いや、国民の大半が賛成しているというのも違う。本当は、"人の話を聞かない高校生"や"話を聞いている普通の高校生"と同様、大半が「どうでもいい」あるいは「何も考えていない」のだろう。スポーツを振興させるとはどういうことなのか、そのためにどのくらいのコストがかかるのか、現状ではどうなっているのか、なぜt o t oなのか…これらについてほとんど知らされていないし、考えたこともない。そして、スポーツ振興に役立つくらいの収益を上げるためには、大多数を占める「何も考えていない」人々に買ってもらう必要がある。なかなかやりがいのある仕事である。

賛成派・推進派が、私利私欲にとらわれることなく立場を超えて、きちんと意見を言うべきである。スポーツを考えてこなかった人にきちんと考えてもらうためにも。そして、"まじめな高校生"が、正確な、幅広い情報をもとにきちんと判断できるためにも。

ところで、初参加の杉村氏から、感想のメールが届けられたのでご紹介します(もちろん本人の承諾を得ています)。会員の機関誌である「サロン通信」では、会員の方々の意見も紹介していきたいと思います。また、メーリングリストもご活用下さい。

#### <サロン 2002 に参加してみても初参加・杉村宏道氏の感想・意見>

今回初参加となりましたが、少々感想を述べさせていただきます。

まず参加している方の身分に正直驚きました。(本当は気にしていけないのだが)

B&D、毎日コムネットと我が「F-NET」とあまりいい関係ではない方達が来ていて正直始めはビビりました。しかし会合が終わると B&D の方にきちんとご挨拶できてホッとしました。皆さんは身分や立場を気にせず会合に参加しているのだと気づきホッとしました。サロン 2002 以外での部分は気にしていないということです。純粋に勉強会として成り立っている事に感動いたしました。

内容についてですが、今回は「TOTO」についてだったのですが、私は会合内で発言はできませんでしたが、1つ気になった事があります。文部省はJリーグに頭が上がらないという事です。トトが売れる(認知される)にはまずJリーグの充実が大事だと思いました。買いやすくとか継続性などの前にまずサッカーに万人が興味を抱く事が先だと思いました。そうすれば自然にトトは売れる。しかしだんだん会合が進むにつれこのような意見は誰もがすでに承知しているその上でどうしようかといった事を議論している事に気づきました。A案、B案などと具体的に話し合えたのは良かったです。

今後私も Give する側に立ったときの事を考え日々感じた事をできるだけ文章化しておきます。生意気

な若造ですがひとつ今後ともよろしく願いいたします。

F-NET ～Futsal Football Network～ 杉村宏道