

韓国のスポーツ関連諸環境の現況考察

入江省熙

1. はじめに

競技力向上によるメガスポーツ（オリンピック、ワールドカップサッカー、世界規模の国際大会等）を中心とした一部特定のエリート選手の育成が至上最大のスポーツ関連事業の成功課題であった韓国は1988年のソウルオリンピックを機に大きな転換期を向かえたといえる。1948年の近代政府樹立以降、政治的な民主化への道のりと体育振興は共にその様相を変えながら発展を成し遂げてきているといえる。1962年の「国民体育振興法」の制定により、大韓体育会を中心としたスポーツ関連諸基礎的な基盤整備が始まった。以後、様々な政府主導の政策が展開され、近年では競技力向上はもちろん、スポーツ産業の育成、生涯スポーツの充実、スポーツ関連従事者の専門家（国家資格である“スポーツ経営士”）育成・奨励等がなされている。

また、各種スポーツ組織においては、効果的な管理をシステムとして理解するための努力をしている。そのためには、関連するすべての環境の整備が必要不可欠のものとなる。特に、スポーツ・マネジメント先進国といえるアメリカにおいては、長期にわたる環境整備の努力により、その成果を高く上げ、各種スポーツ界において、組織運営や管理、選手育成等その完成度を高度化させているといえる。

日本においては、これから抜本的な環境整備に注目しようとしている。遅れている気はしているものの、これ以上遅くならないうちに全力で取り組んでもらいたい。2020年の東京オリ

ンピックの開催が決まったことは、これらの発展に大きな力となれるであろう。しかし、その環境整備においてアメリカ型の輸入版ではなく、日本独自型の完成を目指したい。

そこで、独自の取り組みを日本よりは早めに行っていると思われる韓国の現状を分析することにしたい。韓国では1982年に体育部（政府の機構として組織された日本の“省”に相当する）が早くから設置され、文教部（日本の文部科学省に該当）が管轄する。1993年にはその機能を拡大し、文化体育部に、1998年には文化観光部に再編され、現在では、文化体育観光部（Ministry of Culture, Sports and Tourism）を設置し、国策として政策を展開している。

韓国では各種スポーツ競技において“勝利至上主義”傾向がある。もちろん、勝負は勝つために一連の取り組みをおこなうのである。施設の充実、優秀な指導者の招聘、卓越な選手の確保、有能なスポンサーとの提携等々もそのためにおこなわれる。しかし、熾烈な勝負の世界においては勝者よりも敗者の方がはるかに多い結果となる。勝利を得たものだけが多くのものを得るわけではないであろう。敗者側にとっても残された課題と敗因分析から多くのものを学び大きな成長への収穫へとすすめられる。だからこそ、このようなスポーツだけが持つ独特の特殊性が学校教育においても各種スポーツ競技が課外活動を超えるレベルで行われていても教育の一環としてその効果が認められている理由もそこにあるといえる。また、企業活動においてもスポーツを通じた企業活動が勝利することに

よる宣伝効果を超える効果がともなうから多くの企業が多くの競技に参加しているといえる。

その努力の一環としての役割を担うための研究にこれから努めたい。これまでの独自の論理を有効な理論として成文化したい。これを確実な研究として完成するために、アメリカの先進事例の研究・分析また、日本と類似環境にあるといえる韓国の諸事情を理解するとともに、日本における環境整備および、意識転換の一役を果たすところに本研究の目的をおきたい。そのためにこの度は、韓国におけるスポーツ・マネジメント関連諸現況分析を中心におこなうものとする。具体的には、スポーツ産業を全般的に検証する。歴史的には1960年代から今日までと文化体育観光部によるスポーツビジョン2018年までを“参加するスポーツ”と“観覧するスポーツ”の両側面から検討をおこなうものとする。また、規模の検証においては、その大きさを確認するために日本とアメリカを比較の対象とし、若干の比較検討をおこなう。韓国のスポーツ関連諸市場は民間主導というより政府による努力が著しいため、政策的な発展段階をいくつかの年代別に定義し、検討をおこなうものとする。そのなかでも、“スポーツ経営管理士”という国家資格についても中身を確認することにしたい。このようななれば1988年のソウルオリンピックを機に大きな成果となり、スポーツマーケティングの具体的な民間による展開が実現されることとなるため検討の対象とし関連する部分に限って検証をおこなう。以上の取り組みは関連する法的環境の整備とも深く関係するため、関連する法案の整備にも着目しておく。最後に、文化体育観光部による今後の四つの柱で出来ている戦略を確認するところまでを検討の範囲とする。また、この内容については、今後の展開を追って検証することにし、残された研究課題とする。

2. スポーツ産業の現況

近年、韓国におけるスポーツに関連する一連の動向は国策の次元におけるダイナミックな展開をみせている。“体力は国力”というスローガンは1960年代から広く韓国では使われている。1982年に実業団野球をプロ化し、1983年（創設は1980年）には国技ともいえるサッカーをプロ化(Kリーグ)した。政策的な取り組みは、文化体育観光部（スポーツ省）を政府機構の改編により発足させた。以降、1986年アジア大会開催、1988年ソウルオリンピック開催、2002年日・韓ワールドカップ共同開催。2018年には平昌（ピョンチャン）冬季オリンピック・パラリンピックの開催を予定している。

まずは、韓国のスポーツ省である文化体育観光部におけるスポーツ産業に対する定義について述べよ。2011年体育白書では、「スポーツ産業は、スポーツ活動に必要な用品と設備そしてスポーツ競技、イベント、講習会等のような有・無形の財貨やサービスを生産・流通させ付加価値を創出する産業である。」と定義している。スポーツの産業的な観点での区分は“参加するスポーツ”と“観覧するスポーツ”である。つまり、参加するスポーツとは、フィットネスクラブ、水泳、サッカー教室、ボーリング、ゴルフ、テニス等直接参加できる場合のことをいう。一方、観覧スポーツとは、プロスポーツである野球、サッカー、バスケットボール、テニス、各種格闘技、自動車レース等とアマチュアスポーツであるが、観覧スポーツの重要な一角にあるのはオリンピック競技である。つまり、スポーツ産業とは、スポーツ活動と関連する経済活動をいう。

韓国における2009年度現在一般国民を中心とするスポーツクラブ等による生活スポーツ活動への参加現況は、同好会クラブと呼ばれる団体が、9万7,697団体の会員数308万1,436人で、これは前年対比2,622団体、会員数9万6,183

人増加で300万人を突破した。1998年には、3万1,257団体、会員数117万3,837人だったのが約10年で3倍となった。参加スポーツの種類も118種目にのぼる。もっとも多くの会員数を確保しているのがサッカーの48万8,489人で、続いてテニス22万9,656人、ボーリング22万3,466人、山登り18万6,196人の順である。なかでもサッカー同好会は早朝サッカークラブを筆頭に全国的にほとんどの町にそのクラブがあるのが特徴である。

また、実質的な韓国におけるスポーツ産業のGDP対比も年々増加傾向(表1参照)にあり2009年現在3.18%である。しかし、注目度や重視度はそれ以上のものであるといえる。2018年予定されている平昌(ピョンチャン)冬季オリンピック・パラリンピック開催による経済効果は64兆9,000億ウォンであると韓国経済研究院は推察している。

ここでは、関連するデータを実験室をアメリカや日本の資料と比較してみることにする。2008年韓国の労働研究院は、韓国内スポーツ産業のうち

最も高い比率であるスポーツサービス業は13兆170億ウォンの49.4%であるとした。これは、プロスポーツ市場が大半を占めているものである。全体的なスポーツ産業の中での比率は1.42%と微弱であるがスポンサーシップ、ライセンス、選手管理、各種契約等スポーツ産業の原動力としてその重要性を増していくに違いないといえる。プロ野球は600万ファンに支えられ2010年度の入場収益は410億ウォンに上る。KBO(韓国プロ野球委員会)は、マーケットシェアを高めていくために10球団(2011年8月現在9球団¹⁾)に、また、プロサッカーも2008年江原(カンウォン)FCに続いて2010年光州(クァンジュ)FCを創設し、上位12チーム²⁾によるKリーグクラシックとKリーグチャレンジとし、入れ替え戦を導入した。

アメリカのスポーツ産業は、2008年度4,106億ドルでそのうち、4大スポーツであるプロ野球(MLB)、バスケットボール(NBA)、アメリカンフットボール(NFL)、アイスホッケー(NHL)が全体の収入のうち約4%とそれほど

〈表1〉スポーツ産業規模の年度別推移

区分	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
スポーツ産業規模(ウォン)	19兆6,507億	22兆3,642億	23兆2,698億	26兆3,614億	33兆4,439億
GDP(ウォン)	847兆9千億	915兆9千億	901兆2千億	1,023兆9千億	1,050兆
GDP対比スポーツ産業比率	2.24%	2.44%	2.58%	2.57%	3.18%
増加率(%)	-	13.81%	4.05%	13.29%	26.8%

出所：文化体育観光部(2010)、2010年度スポーツ産業経営情報

〈表2〉日本、米国、韓国のスポーツ産業の規模比較

	日本	韓国	米国
GDP	368兆3,076億円	1,023兆9千億ウォン	14兆2,646億ドル
スポーツ産業	11兆2,000億円	26兆3,614億ウォン	4,106億ドル
GDP対比スポーツ産業比率	3.04%	2.57%	2.88%

出所：韓国労働研究院(2008)

大きいとはいえない割合である。しかし、これは日本や韓国の規模とはケタ違いである。

3. スポーツ政策および国家資格

国策としてスポーツ産業を育成させてきている韓国の政府次元による政策の展開を文化体育観光部は以下のような時代別に区分し、整理している。

① 1990年以前のスポーツ産業育成政策

韓国では、スポーツ産業を1980年代から1990年初まで“体育産業”と称していた。スポーツ施設業者やスポーツ用品製造業者、スポーツ関連各種サービス業はほとんどが小規模の零細業者であった。政府からの理解や支援は微々たるものであった。つまり、スポーツは余暇を活用するためのものでその消費活動は非生産的なものであると認識されていた。経済的な発展における核心産業でないため新たな投資や研究開発の対象ではなかった。しかし、1990年代に入り政府はスポーツ商品を経済環境の世界的な情勢の変化からスポーツ産業を政策の対象とし、利潤創出のための先端産業化を軸とする主要産業と位置付けることとなる。

② 第1次国民体育振興五ヶ年計画（1993～1997年）

主要政策課題は五つの領域に分けられ推進された。生活体育の凡国民的拡散、エリートスポーツの持続的育成、国際体育協力増進、体育科学の振興、体育行政体制の補強がそれである。

③ 第2次国民体育振興五ヶ年計画（1998～2002年）

主要政策課題は六つの領域で推進された。

一つ、生活体育参加環境を構築し、地域共同体中心の体育活動要件を造成。

二つ、世界上位圏競技力の維持及び生活体育と専門体育の連携強化。

三つ、国際交流力量強化及び南北体育交流促

進。

四つ、2002年FIFA日韓ワールドカップサッカー大会の成功による国家発展の再跳躍機確保（大会準備運営体制構築、競技場等大会施設確保、競技運営、開会式等大会運営の段階的準備、凡国民的大会参加雰囲気造成及び政府による全面的支援）。

五つ、体育産業の国際競争力強化（体育産業の研究開発、体育脆弱地区に対する民間体育施設の優先的融資支援、民間体育産業の成長のための規制緩和推進、体育サービス消費者の權益及び安全保護のための措置模索）。

六つ、競争力ある体育科学の発展追究及び体育行政の能率向上を目指した。

④ スポーツ産業育成対策（2003～2008年）

主に六つの領域から政策は推進された。

一つ、生活体育の活性化による国民の生活の質の向上。

二つ、科学的訓練支援を通じた専門体育の競技力向上。

三つ、スポーツ産業を新たな国家戦略産業として育成（スポーツ産業関連企業への競争力強化支援、スポーツ産業専門人材養成、スポーツ産業振興関連法³⁾の基盤構築）。

四つ、国際体育交流協力を通じた国のイメージの再考。

五つ、体育科学の振興及び情報化。

六つ、体育行政システムの革新と体育振興財源拡充がそれである。

⑤ スポーツ産業ビジョン（2008～2011年）

これは、七つの領域から推進された。

一つ、体育活動参加環境改善。

二つ、体育の親和的教育環境推進。

三つ、一緒に共有する体育活動。

四つ、世界の中のスポーツコリア。

五つ、スポーツ産業の競争力強化（プロスポーツの自力での生存のためのスポーツマー

ケティング活動の強化、スポーツ用品の高付加価値化及びu-スポーツ社会の構築、スポーツ産業専門人材養成・支援体系構築、民間体育施設の利用環境改善)。

六つ、エリートスポーツの国際競争力強化。

七つ、体育行政システムの先進化を図った。

⑥ 2009～2013 スポーツ産業中長期計画 (2008年計画樹立)

五つの推進戦略のもとに15の推進課題を設定した。

一つ、スポーツ用品の代表ブランド育成 (中小ブランドの流通網及び内需基盤拡大、10大グローバルブランド育成及び輸出促進、認証支援体系確立及び商品化支援)。

二つ、スポーツ融合新サービス創出 (未来型新規スポーツコンテンツの技術開発、u-スポーツインフラ及びビジネス活性化、母体ファンド助成によるマーケティング会社の育成及び創業支援)。

三つ、プロスポーツ競争力再確認 (プロ球団地域縁故制及び競技場長期賃貸制度導入、市場拡大のためのアジアリーグ制導入、プロ球団のマーケティング及び経営支援のための制度改善)。

四つ、地域スポーツ産業の需要創出及びインフラ構築 (韓流スポーツ観光商品育成、地域スポーツ観光インフラ助成、民間体育施設経営活性化)。

五つ、スポーツ産業振興基盤構築 (スポーツ産業振興組織体系構築、スポーツ産業統合情報網構築、スポーツ産業専門人材養成)を現在協力に推進している。

韓国におけるスポーツ関連産業は上述のような経緯からも大きく成長してきていることがわかる。大きな国際大会の自国開催と選手の活躍は、生活体育の底辺拡大に大きく影響を及ぼす結果となり全国民を巻き込む結果となった。こ

のようなスポーツ産業による経済的諸活動は国益と直結したことはもちろん、国民健康のためのスポーツ振興政策とも調和をすることとなり、国家政策的な取り組みが必然的なものとなったといえよう。そして、政策的なスポーツ産業の育成のために文化体育観光部(スポーツ省)の設置また、国家試験である国家公認資格証つまり、“スポーツ経営管理士”の資格が制度化された。その概要は以下のように要約される。

[概要]

* スポーツ経営管理士の任務

スポーツ産業の飛躍的成長のためにスポーツ産業を主導・発展することが主な任務である。2005年にスタートしたスポーツ経営管理士の資格は、スポーツ産業振興法の施行とともに実施され、具体的には主な仕事として、スポーツイベントの企画・運営、スポンサーシップ・広告主誘致、プロ及びアマチュアスポーツ団体のスポーツマーケティング、スポーツコンテンツの商品化、スポーツ施設の会員募集及び管理、公共及び民間スポーツ施設の運営・管理等スポーツ産業・経営全般の業務である。

* 国家試験の内容

筆記試験：スポーツ経営論、スポーツ産業論、スポーツマーケティング論、スポーツ施設論等が主な対象範囲である。

実技試験：スポーツマーケティング、スポーツ施設経営実務で行われる。

受験資格：大学卒業者または、卒業予定者。専門大学校(専門学校)卒業後、受験希望分野にて実務経験2年以上従事者。

産業技士水準の技術訓練課程を履修後、受験希望分野にて実務経験2年以上従事者。

受験希望分野が属する同一職務分野にて4年以上従事者。

外国における同一種目において、該当する資格を取得した者。

***実施所管及び合格基準**

施行部署：韓国産業人力公団

教育機関：4年制大学、スポーツ経営学科、スポーツマーケティング学科、体育学科、社会体育学科、体育系列学科及びスポーツ産業関連大学院。

試験科目：一次筆記（各科目100点）：スポーツ経営論、スポーツ産業論、スポーツマーケティング論、スポーツ施設論。

二次実技（100点）：スポーツマーケティング及びスポーツ施設経営実務。

検定方法：一次筆記：選択式各科目25問、計100問（150分）。

二次実技：記述式、15～24問（3時間）。

合格基準：一次筆記は、各科目40点以上、全科目平均60点以上。

二次実技は、60点以上。

***出題傾向**

スポーツ組織の効率的運営管理に必要な組織、人事、マーケティング、財務等に関する専門知識の有無。スポーツ施設に適合する運営技法や各種法令の適応能力また、会員の効率的な管理に対する知識と能力の有無。

***進路及び展望**

公共機関及び総合体育施設、プロスポーツ団体、各種競技団体、教育機関等。

4. スポーツマーケティング

韓国におけるスポーツマーケティングの創生は、意外とその歴史が浅く最近のことである。1980年代初めにプロスポーツ⁴⁾が始まるが関心が薄くまた、レベルもプロレベルとはいえないことから苦戦を強いられる。1990年代に入りその関心は一気に高められる。女子ゴルフの

LPGA ツアーに参戦していたパクセリが4大メジャーであるUSオープンに優勝。これにより、契約企業である三星（サムスン）の企業認知度は6%上昇したといわれている。一般的にいわれている企業の認知度を1%上昇させるためには2,500万ドルがかかるといわれている。したがって、約1億5,000万ドルの効果を創出したといえる。韓国内では三星のゴルフ衣類ブランドであるアストラは、売り上げが50%上昇したといわれている。当時の三星とパクセリ選手との契約は、10年間で、契約金8億ウォン、年俸3億ウォン、教育およびマネージャー費用5億ウォン、滞在費等合計約27億ウォンといわれているから三星側は間違いなくスポーツを通じたマーケティング（Marketing through sport）効果をしっかりと出せたといえる。つまり、一人の選手の世界的な活躍により企業とその企業の製品は一瞬にして世界的な企業、世界的な製品になったといえる。その後LAドジャースで活躍したパクチャンホ⁵⁾（後にオリンピックにも在籍）等へと続く。

そもそもスポーツマーケティングそのものの始まりはそれほど昔のことではなく1984年のLAオリンピック⁶⁾を機に世界的な広がりをみせたといわれている。IOC（国際オリンピック委員会）の大きな戦略の柱の一つでもある公式スポンサー（official sponsor）という制度はスポーツマーケティングの成功を握るカギの一つであるともいえる。

韓国では1986年アジア大会、1988年ソウルオリンピックを機に土台が形成され、本格的には2002年の釜山（プサン）アジア大会、日韓ワールドカップサッカー大会が行われた頃からスポーツマーケティングがなされるようになったとの見解が主流である。これらの活動による効果は後に三星電子がTOP（The Olympic Partner）オリンピックスポンサーシッププログラムへの参加につながり、現代自動車はワー

ルドカップサッカー大会スポンサーシッププログラム (International Soccer-4IS-4) に参加するなど多くの企業がスポーツ収益事業⁷⁾へと進出しその活動を拡大することからスポーツマーケティングの本格的な出現及び社会文化的な主要原動力になったといえる。

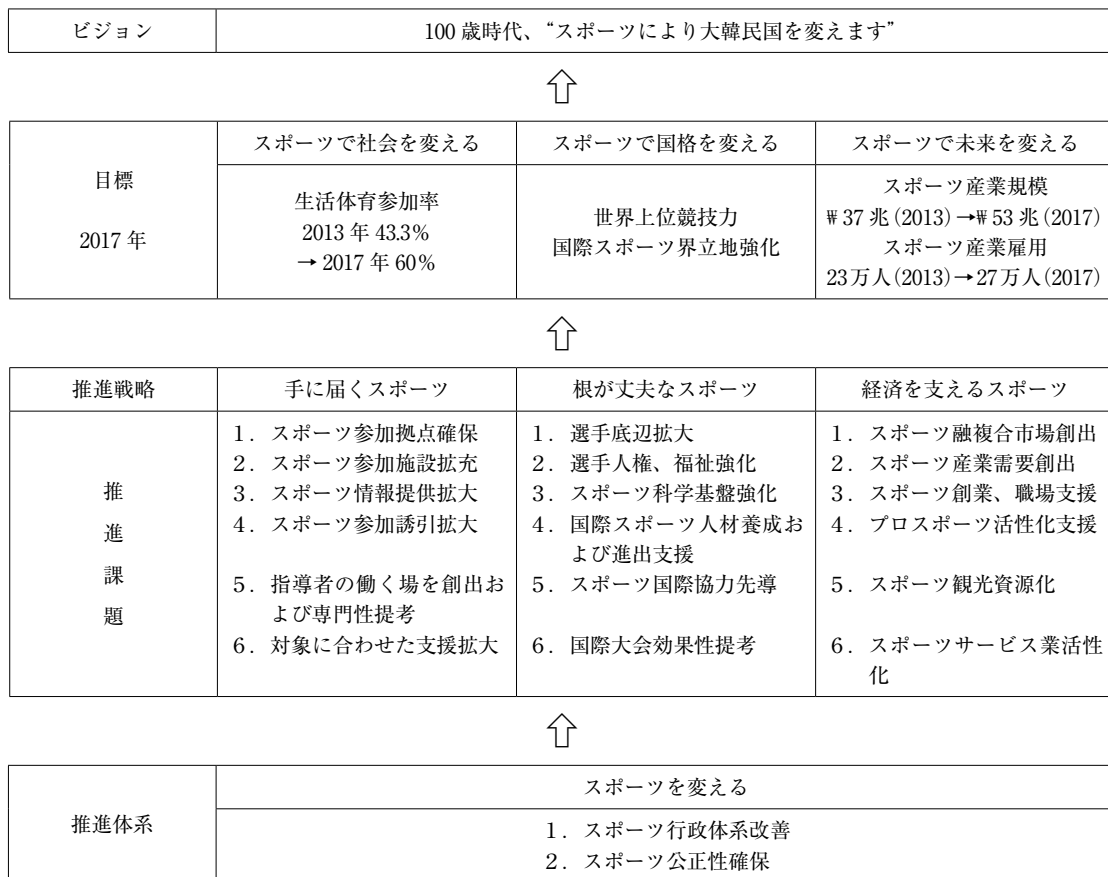
さらに韓国政府は、スポーツ産業を単純に消費産業との定義から外貨獲得および雇用創出のための21世紀国家戦略産業として育成するために「スポーツ産業振興法」が制定されスポーツ産業支援センターが設置された。

1986年のアジア大会と1988年のソウルオリンピックにてスポーツマーケティングという存在が具体的に知られることから1994年の広島でのアジア大会に韓国初、「第一企画」がア

ジアンゲームのロゴとマスコットのライセンス契約をし、他の企業にもスポーツマーケティングを広めるきっかけとなった。

5. おわりに

韓国は、民間主導型というより政府による政策展開が主に大きな成果へとつながっているといえる。現在の文化体育観光部の今後の政策の目標を戦略および推進課題を中心に検討することで本考察のおわりにする。“スポーツビジョン2018”とスローガンを掲げそのビジョンを「100歳時代、“スポーツにより大韓民国を変えます”」としている。そのための2017年までの目標は、以下のように三つの柱となっている。



以上のような目標を達成させるために細部推進課題として四つの戦略を立てている。その詳細は以下のものである。

戦略1：手に届くスポーツ→“スポーツで社会を変える”

- (参加拠点) “総合型スポーツクラブ”を造成し、多種目の指導者、プログラム One Stop 支援 (2013年現在9か所テスト運営を2017年には229か所にする)。
- 既存の学校単位で運営された“学校スポーツクラブ”との連携を強化し、外縁拡大。
- (施設) 体育施設配置計画樹立義務化による施設配置効率性提考、老人ホーム・廃校・廃派出所等既存施設を活用した“小規模体育館”を2017年までに900か所および世帯統合・文化統合施設造成。
- (情報開放) 生活体育コールセンター2013年の316,800コールから2017年422,400コールを通した One Stop 情報提供、体育施設指導(体育施設DB)構築2013年約4千から2017年5～6万余りに拡大し、民間にスポーツ施設・プログラム等情報開放拡大。
- (参加動機) 国民体力認証制導入により、拠点体力センター(2013年の14か所から2017年68か所)にて医療・栄養・健康体力統合管理サービス提供。
- 認証目標：2013年49,280名から2017年1,004,576名
- (指導者) 生活体育指導者配置拡大(2013年2,460名→2017年3,330名) および2015年体育指導者資格改編に向けて指導者専門性強化(2017年には13,000名規模に)。
- (対象に合わせた政策) 幼少年、学生、一般人、老人、女性、障害者等対象に合わせた参加拡大誘導、低所得層対象スポーツ教室支援拡大(2017年680か所)。

戦略2：根が丈夫なスポーツ→スポーツで国格

を変える

- (選手育成) 体育英才育成(2013年730名→2017年900名) 拡大、夢と希望の青少年拡大(2013年1,820名→2017年3,300名) にピラミッド型の体系に転換。
- (選手福祉) 学生選手の授業義務化による体育重点学級運営および科学的訓練支援、運動部指導者教育強化、引退後に対する進路教育拡大等
- (スポーツ科学) 地域別スポーツ科学拠点センター(2017年17か所) 設置により科学化支援対象拡大(国家代表→地域選手) 鎮川(ジンチョン)、泰陵(テヌン)、太白(テベック) 選手村(ナショナルトレーニングセンター) の機能強化
- (国際人材) 国際スポーツ専門人材養成および国際スポーツ機構臨時職員進出拡大(2013年→2017年国際機構役員、88→115名、障害者21名→27名等)
- (国際交流) 国際競技大会等を機に南北交流拡大、開発途上国スポーツ支援拡大(合同訓練100→150名)、ドリームプログラム支援拡大(2013年39カ国163名→2017年45カ国180名)、テコンド師範派遣拡大(2013年19名→2017年80名)。
- 2014年仁川障害者アジア競技大会の南北合同入場、2015年光州ユニバーシアード大会南北単一チーム構成推進。
- (国際大会) 国際大会誘致基準および国庫支援基準強化(2014年法改正)、平昌(ピョンチャン) オリンピック・パラリンピック等主要国際大会成功開催準備。

戦略3：経済を支えるスポーツ→スポーツで未来を変える

- (市場創出) 個人のスポーツ活動情報をDB化開放、実感型仮想スポーツコンテンツ開発支援(仮想スポーツ市場を3兆5億ウォン以

上に成長)により融複合市場創出。

- (需要創出)開放型中継サイト(アマチュアおよび非人気スポーツを2017年までに3,560大会中継)構築、コンシューマーレポート発刊(スポーツ用品比較分析、トレンド提供等)。
- (創業/職場支援)スポーツ企業確認制を導入し、創業支援センター(2017年までに300企業)を通して経営・財務等創業力量提考支援、職場支援センター運営(2017年までに2万件の仕事斡旋、2,000名就労目標)。
- (プロスポーツ活性化)プロスポーツの収益構造改善のための競技場賃貸、委託運営およびプロ市民球団支援のための法的根拠確立。スポーツ代理人制度導入。
- (スポーツ観光)地域の既存イベントの中から名品スポーツイベントを選定支援、レジャースポーツ施設および運営基準確立、オリンピックコンプレックス造成。
- (スポーツサービス業)無形資産(放送中継権、広告権等)価値評価体系を設ける。また、金融機関による貸し出し支援およびマーケティング業専門化支援。

戦略4:公正なスポーツ→スポーツを変える

- (スポーツ行政体系改善)体育、競技団体運営規定全面改善および評価還流強化。
- (スポーツ公正性確保)スポーツ公正委員会(仮称)設置。

上述のような政府によるスポーツ振興政策は、基本的に「体力は国力」と掲げて以来その本来の狙いはさらに密度を濃くし、その適用および応用の幅も広げてきているといえる。競技力向上のために多彩な補償金制度、手厚い年金制度や徴兵免除等の生活安定・保証のためのものも多く整備されている。また、少子化、高齢化は日本より深刻ではあるが、早々に

底辺拡大に取り組みまた、財源の確保も多くの成果を实らせ様々な方面から支援がなされているといえる。

国家代表選手の育成には三つの大きな専用選手村(ナショナルトレーニングセンター)においてまた、韓国体育科学研究院(KISS: Korea Institute of Sport Science)を筆頭に科学的な管理がなされている。反面、生活体育のための多くのプログラムも一般国民のために実質的にきちんと運用されている。法的な整備も時代の変化に合わせて改編を繰り返しながらスポーツ界全体の運用に大きな柱となっている。

なお、遅れをとっていた障害者スポーツは、大韓障害人体育会(KOSAD: Korea Sports Association for the Disabled)、韓国パラリンピック委員会(KPC: KOREAN Paralympic Committee)をも1988年のソウルオリンピックを境に大きく整備されそのまま発展してきている現状にある。さらに、近年中央集権から地方分権へと移行した諸改革は大きなチャンスを生かす結果となり人口が集中している都心部よりも基本的なインフラは驚くほどに整備されている現状がある。

2020年東京オリンピック・パラリンピックを控えている日本は、スポーツを専門に扱うスポーツ省を設置する必要は充分にあるといえる。多くの点において類似した環境をもつ韓国と日本のスポーツでの世界における役割をまた、国内のスポーツ界の発展的な未来を考えたときに韓国における近年のスポーツ関連の諸動向の検証は必要十分であるといえるでしょう。

本考察は、個々の論点を明確にしたうえで比較研究へとすすむ必要性を強く感じ、以後の研究の方向として模索する所存である。また、マーケティング関連諸活動に焦点を当てた研究をおこなう思いは切実なものとなった。

【註釈】

1) 現在の韓国のプロ野球9球団と縁故地

- 斗山ベアーズ (Doosan Bears) ソウル特別市
- LG ツインズ (LG Twins) ソウル特別市
- 起亜タイガース (Kia Tigers) 光州広域市
- 三星ライオンズ (Samsung Lions) 大邱広域市
- ロッテ・ジャイアンツ (Lotte Giants) 釜山広域市
- ハンファ・イーグルス (Hanwha Eagles) 大田広域市
- SK ワイバーンズ (SK Wyverns) 仁川広域市
- ネクセン・ヒーローズ (Nexen Heroes) ソウル特別市
- NC ダイノス (NC Dinos) 慶尚南道昌原市

2) 現在の韓国のプロサッカー14クラブとホームタウン

- 浦項スティーラース 慶尚北道浦項市
- 済州ユナイテッドFC 済州特別自治道西帰浦市
- 釜山アイパーク 釜山広域市
- 蔚山現代FC 蔚山広域市
- FC ソウル ソウル特別市
- 城南一和天馬 京畿道城南市
- 全北現代モータース 全羅北道全州市
- 全南ドラゴンズ 全羅南道光陽市
- 水原三星ブルーウィングス 京畿道水原市
- 大田シチズン 大田広域市
- 大邱FC 大邱広域市
- 仁川ユナイテッドFC 仁川広域市
- 慶南FC 慶尚南道昌原市
- 江原FC 江原道江陵市

3) 「スポーツ産業振興法」は、2007年にスポーツ産業育成のために文化体育観光部が中心となり、中長期計画を設けスポーツ産業振興計画を基に、スポーツ産業の競争力を強化および具体的に実現するために制定された法律である。

骨子としては、政府はスポーツ産業専門人員養成機関に対し、大統領令により必要経費

が支援できるようにした。また、その関連施設に対しても資金調達が容易に行われるようにした。特に、知事が該当自治団体の地方産業団地等にスポーツ関連企業や工場を直接管轄する場合政府は協力しなければならないことを明記した。また、国有財産であっても売却が可能となる根拠規定を設けた。スポーツ産業関連の専門的な人材の養成のためのスポーツ産業振興院の設立・支援が可能となる規定を設けた。

4) 韓国におけるプロスポーツの規模

	プロ野球			
	試合数	入場者数	一試合平均入場者数	客席占有率
2007年	517	4,410,340	8,531	41.81%
2008年	518	5,636,191	10,881	53.3%
2009年	549	6,347,538	11,562	56.6%
2010年	547	6,236,626	11,402	58.0%
2011年	548	7,154,378	13,055	65.7%

	プロサッカー			
	試合数	入場者数	一試合平均入場者数	客席占有率
2007年	254	2,746,749	10,814	26.7%
2008年	253	2,945,400	11,642	28.7%
2009年	256	2,811,648	10,983	29.0%
2010年	210	2,703,323	12,873	29.4%
2011年	283	3,030,586	10,709	34.9%

出所：体育科学研究院（2012）

2012年現在野球、サッカー、バスケットボール（男・女）、バレーボール（男・女）、ゴルフ（男・女）、ボクシング、囲碁の7種目、10団体が組織されている。種目別には、サッカー15球団、野球9球団、男子バスケットボール10球団、女子バスケットボール6球団、男子バレーボール7球団、女子バレーボール6球団等で構成されている。

5) 朴賛浩 (Park Chan-Ho) バク・チャンホ：韓

国初メジャーリーガーである。LA ドジャース (1994-2001)、テキサス・レンジャーズ (2002-2005)、サンディエゴ・パドレス (2005-2006)、ニューヨーク・メッツ (2007)、LA・ドジャース (2008)、フィラデルフィア・フィリーズ (2009)、ニューヨーク・ヤンキース (2010)、ピッツバーグ・パイレーツ (2010)、オリックス・バファローズ (2011)、ハンファ・イーグルス (2012) と引退までに多くの球団でプレーする。1997年には、LA・ドジャースで野茂秀雄とともに14勝をあげ最多投手となる。もちろん、韓国ではスーパーヒーローでアメリカ進出7年目には韓国の一プロ球団の年間運営費に相当する契約金を受け取っていた。それは、当時の韓国の年間プロ野球の観客 (250万人) 入場収入よりも多かった。メジャーリーグでの成績は、16年間で124勝98敗であった。このような世界での活躍は、韓国内にスポーツマーケティングを出現させ加速化させた大きな要因の一つであるといえる。

- 6) 主な IOC のオフィシャルスポンサーは、
 1964年の東京オリンピック (ミズノ、アシックス)
 1972年ミュンヘン (アディダス)
 1984年 LA (コンバース、ブラザーミシン)
 1988年ソウル、2004年アテネ、2008年北京では：国内企業のブランドが参入し、大会後国際企業へと躍進する結果となる。
- 7) 2005年4月に三星電子は5年契約 (5,000万パウンド) をチェルシーとの間で成立させた。したがって、ユニフォームにサムソンモバイルブランドの広告と競技場での広告、クラブや選手のイメージを活用した広告の展開等が可能になった。

カンホジョン・イジュンヨップ (2013) 『現代スポーツ経営学』
 ベックウヨル (2013) 『スポーツ産業論』
 イジョンハック (2012) 『スポーツマーケティング』
 キムドキュン (2011) 『スポーツマーケティング』
 イハックジュン (2011) 『スポーツによる世相読み』
 文化体育観光部 (2011) 『2010 体育白書』
 文化体育観光部 (2010) 『2010 年度スポーツ産業経営情報』
 韓国労働研究院 (2008)
 キムウォンジエ (2006) 『スポーツコリア』
 チェキテ他共著 (2005) 『スポーツ経営管理士』
 大韓スポーツ経営研究所 (2005) 『スポーツ経営管理士』
 シンジョンフン社編集部 (2005) 『スポーツ経営管理士』
 林雲鶴 (2005) 『グローバルスポーツマーケティング』
 韓国スポーツ産業・経営学会編 (2005) 『スポーツ経営管理叢書』
 体育科学研究院 (2003) 『スポーツ産業論』 “スポーツ産業の意義”
 キムビョンシク (2002) 『スポーツマーケティング』
 文化体育観光部 HP <<http://www.mcst.go.kr/main.jsp>> (2013年12月30日アクセス)
 KBO (韓国野球委員会) <<http://www.koreabaseball.or.kr/>> (2013年12月30日アクセス)
 Kリーグ公式 HP <<http://www.kleague.com/>> (2013年12月30日アクセス)
 平昌冬季オリンピック組織委員会 HP <<http://www.pyeongchang2018.org/>> (2013年12月30日アクセス)
 大韓障害人体育会 HP <<http://www.sports.kosad.or.kr/>> (2013年12月30日アクセス)

【参考文献およびインターネット資料】

キムヨンクック・イキョンスク (2013) 『スポーツマーケティングの理解』