

北海道の ファイターズ

球団のブランド力を考えると、将来、北海道に「ファイターズ経済圏」ができるのではないかと考えている。

野球以外のスポーツ興行やコンサートを開いたり、現金払いでたまるポイント事業を立ち上げたり、道内のエンターテインメント（娯楽）事業を切り盛りするイメージだ。

例えば、カラオケ店で遊んだり、ガソリンを給油したりしたら「Fポイント」が加算され、別の娯楽で還元できる仕組みをつくらないだろうか。

米ボストンに好例

米大リーグ、ボストン・レッドソックスを所有する「フェンウェイ・スポーツ・グループ」が好例だ。2003年5月から13年4月まで、本拠地フェンウェイ・パークでチケットを完売した実績が信用となり、都市圏人口600万の

経営コンサルタント

並木裕太さん

なみき・ゆうた 外資系コンサルタント企業役員を経て、09年、「フィールドマネージメント」（東京）を設立。航空、自動車業界などで経営指導を行い、ファイターズとも契約。著書に「日本プロ野球改造論」。36歳。



「北海道の娯楽といえばファイターズというモデルができれば、それをヒントにプロ野球全体も成長できるはず」と語る並木裕太さん

（聞き手・渡辺徹也）

第5部 未来を語ろう

5

総合エンタメ企業目指せ

ボストンで開かれる多くのイベントを取り仕切っている。スポンサー獲得の高い能力を買われ、野球以外のスポーツ興行で広告代理業もこなす。NBA（全米プロバスケットボール）のスター、レブロン・ジェームズの代理人としてチームと交渉し、経営を助言するほどだ。本業で培ったノウハウを生かした多角化で収益を上げている。

ボストンに匹敵する540万人の北海道で年間200万人近くを集客するファイターズなら、レッ

ドソックスのような総合エンターテインメント企業になれるかもしれない。

若年層で野球離れ

プロ野球ビジネスは細っている。テレビ視聴率を年齢別に分析すると、高度成長期は各世代で高かったものが、若年層から野球離れが進み、今は50〜60代が中心だ。個人的には10年後にプロ野球が消えるという危機感すらある。

娯楽は多様化した。大人なら東

京デイズニールランドの1デーパスポート（1日券）は6千円ほど。映画は1800円。3時間のプロ野球観戦は、例えば日本ハムなら大体1500〜5千円。1時間あたりの単価ならプロ野球は割高だ。デイズニーよりも面白くない。生き残れない。

11年夏、日本野球機構（NPB）のオーナー会議で講演した。放映権交渉やITビジネスにリーグを挙げて取り組む米大リーグの例を引き、プロ野球も見習うべきだと説いたが、のれんに腕押し。加藤

閉塞感打ち破って

良三コミッションナー（当時）は腕組みしたまま身動きしなかった。球団ごとの収益はほぼ同じなのに、リーグ全体の収益は大リーグが日本の4倍にもなる。日本は共存共栄しようにも、それぞれの球団が既得権を手放しにくいから話が前へ進まない。この閉塞感をファイターズが打ち破ってほしい。

親会社に頼らない経営を目指すファイターズには、他球団との意識の違いを感じる。強さと娯楽を両立するチームづくりも優れている。大谷翔平の獲得では、ドラフト会議で予告指名。米球界挑戦の流れを覆し、二刀流で注目を集めた。

日本一に輝いた楽天イーグルスは創業当時、球界の慣習やタブー（禁忌）を知らないから、さまざまなことに挑戦できた。ファイターズは全てを知って挑戦している。「それ、ダメだったんだ」というのがイーグルス。「でも、やらなきゃダメでしょ」というのがファイターズ。これからも楽しみだ。