

侍ジャパン 生き残りの処方箋

①

NPB、もっと前に

「単純に比較できる話か」。会議後、そう吐き捨てたオーナーもいた。確かに、プロ野球と米大リーグでは生い立ちが違う。1919年の八百長騒ぎを発端に集権化が進んだ米国に対し、日本はほぼ安穩。球団主体で運営を続けてきた。ただ、この10年で環境

は大きく変わった。積極的にお金をひき付けられた時代が終わった。テレビ放映権市場の崩壊で、球団経営は右肩下がり。事務的役割を果たしてきた日本野球機構(NPB)も赤字決算を続ける。代表の常設はこの流れに歯止めをかける要素となる。ただ、やっかいな

活動範囲への球団の思いは様々。利害が絡み合う中で事業を成功させるには先導役が不可欠だが、各球団を本場の意味で束ねる権限を持つ組織は日本球界にない。



大リーグの市場規模は膨らみ続けている(ワールドシリーズ開幕セレモニー) = AP

事業展開の主導役 期待

「世界のいい選手を集め、世界一のチームを決めるのが大リーグ」という発想がある。だからこそ、大リーグ機構(MLB)が全体の収入を増やし、様々な対策を講じて、魅力と憧れを造営する努力は欠かせない。視線の方向が国内ではなく世界だから、リーグビジネスを拡大していくことができた。

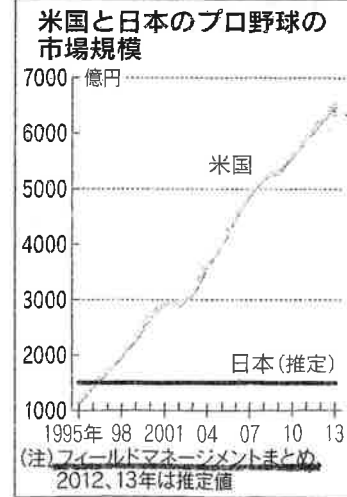
この会社の業務分野はオンライン事業、ビデオ放送やチケット、グッズの販売、各チームのサイト運営などを一手に引き受けている。売上高は500億円規模とみられ、ここだけで日本のプロ野球市場の3分の1程度に相当する。

日本では、パ・リーグが共同出資の事業会社を拠点にネット関連ビジネスを展開している。ただ、人気球団を抱えるセ・リーグを引き込めないのが、球界全体に与えるインパクトには乏しい。NPBが積極的に音頭を取らないと、暗闇に光は差し込まない。

「ヘッドの資料を提供したワールドマネージメント(東京都港区)によると、約6千億円とみられる米大リーグ市場のうちMLBの収入は2千億円ほど。けん引役は好調な放映権だが、注目は2000年に設立したMLBアドバンス・メディアの存在だ。

例えば、チケット販売は受け身体質からの脱却に筋道をつけるが、大事なのはこれからだ。MLBのセリーグ・コミッションナーは「来季は全体の収入を80億(約6500億円)以上にしたい」と話す。目標を明確にし、各事業の計画を練る。

NPBは事業部門を新設し、代表ブランドを磨くという。ただ、組織の立ち上げが決まって2カ月たった今もスタッフは決まっていない。将来をどう形作るのか。自身で戦略を示せないのなら、外部の経営のプロを活用するのも選択肢の一つだ。



渡辺岳史、北西厚一が担当しました。