

# 経営と健康

第2回

## プロ野球チームのビジネス

講師 一龍斎貞花

第1回お読みいただいた方から、「随分プロ野球に詳しいね」と仰って頂きました。

今やプロ野球は、ビジネスだけでなく地域社会にどう貢献するかも大切なこと。貢献するか否かが経営面にも関係するといつても過言ではない。

北海道北広島市に2023年開業を目指す日ハム本拠地。球場、ホテル、商業施設を備えたボールパーク。

現在の札幌ドームは、使用料年間約13億円。ファンサービスに制約もあり自前の球場を考え、北広島市はいち早く誘致を表面し、固定資産税免除などの支援を表明。3万5千人収容、建設費500億円、天井開閉式天然芝。JR新駅建設も想定。センター後方の壁は全面ガラス、左翼上段に世界初の天然温泉露天風呂、36・7ヘクター

ルという広大な敷地を活かした公園、キャンプ場も。プロモーション動画が公開から一日で再生回数17万回を超えたという。

竹中工務店が、東京ドーム、名古屋ドームなどを建設しているが、ここは大林組の施工。電材品も大量に使用されています。

これだけではない、大事な災害対策。一人人は収容出来、食糧、水、毛布など常備し地域の防災拠点という。地域への貢献が図られるという。

ビジネスとしては、ソフトバンクは、球場、ホテルを。DeNAは球場を所有。利益面だけでなく自前だから遠慮なくボールパーク化を進めている。楽な観覧車設置。広島は左翼と三塁側スタンドの間を空けて、広島駅、新幹線から眺められるように、客席もいろいろ工夫を凝らしている。かつて阪神

が勝てば優勝という、中日―阪神戦、翌日の阪神戦に向かう新幹線の車中から巨人選手が身を乗り出して眺めた中日球場。この試合中日が勝ち、翌日巨人が勝って9連覇を達成。

東京ドームは巨人所有の球場ではないが、外野席パーティールーム、料理、ドリンク代を含め15人で30万円。年間契約のスイートルームとは別に、いろいろの催しに利用してもらおうというわけ。

新球場に併せて駅、当然と思うがナゴヤドームは、オープンから一年後に地下鉄駅、しかも出口は近くない。地域と球団が一体でなかったからだろう。普通では考えられないこと。

だがそのナゴヤドームも、今年五月「日本照明賞受賞」省エネ評価とドーム球場として日本初のフルカラー照明も含めた、ドーム全体で光の演出

が可能で、光と映像、音響を融合させた演出も可能という。コンサートや催しに有効。いかにドームを借りてもらうかが経営を左右する。省エネ対策はLED電球へ切換え。当初外野手の中にはLEDは光が強くて打球が見づらいつつ選手もいたが、今やそういう声はほとんど聞かれなくなった。まだ切換えていない白熱灯のままの球場もある。金銭面を考えれば早く切換えるべきだと思いますがね。

メジャーは、子どもを楽しませるボールパーク化盛ん。レイズは、球場内にプール、エイが泳ぎ、触ることが出来る。

アストロズは、ホームランを打つと



蒸気機関車が外野席を走る。TVでもよく紹介されている。

ブレーブスは、大人も子どももトマホークチョコップを振って応援。

レンジャースは、51cm約2740円の長大なホットドッグ、試合中によつと完食ではなかるうか。

マリリンズは、レフトすぐうしろにナイトクラブ。肉体美を誇る女性の接客、野球観戦が主かわからない。

ドジャーズのピーナッツ売り子の、ピーナッツ投げが有名だったが、今もやっているだろうか。45年前ドジャースタジアムで観戦した際、外野電光掲示板に、ウエルカム〇〇とツアー名が紹介された時はうれしかった。日本では観られない親子ゲーム、選手とその子どもたちのゲーム。子どもが打つとわざとエラーしたり、捕りに行かなかつたり総てホームインさせ、母親たちは一・三塁ライン横で応援。日本じゃクレームをつける人もいるかもしれない。終わると練習無しですぐ試合開始。アスレチックスのオークランドでは、ホームランを打つと火花が上がった。メジャーでは45年以上前から火花を上げていた。試合は決着がつくまで延々と続くので、早めに外へ出たがタクシーがなかなか来なくて困った。

駅に近い球場は便利。ナゴヤドームは、球場前でタクシーに乗ると大渋滞、メーターがどんどん上がる。幹線道路まで出て拾わなければ大変。

大相撲国技館前の道路は、終了後30分は交通規制でスムーズ化を図っている。

### プロ野球の社会貢献

「がんばろう神戸」をうたい、イチロー選手を先頭に一丸となつて優勝したオリックス。神戸地震の被害者に大きな勇気を与えた。

「野球の底力を見せましょう」 楽天嶋主将の言葉は、東日本大震災被害地のみならず日本中に大きな感動を与え、選手たちはバスで、学校、地域を激励に廻り、子どもたちの姿を見つけると、山崎武司選手がバスを止めると、予定外の小学校へも。こんな大変な時に野球をやつていいだろうか。イヤ自分たちの出来ることは野球、頑張つて激励しようと、マー君田中投手の活躍。星野監督のもと日本シリーズで巨人に勝つて日本一に輝き、復興へ大きな希望をもたらしました。これらこそ、プロ野球の社会貢献と言えましょう。

元気を、勇気を与えたばかりか、東北のファンを獲得。楽天がなかった時代、東京ドームへの観戦ツアーも多かった福島も、楽天ファンが多くなつた。

巨人人気最大だった当時福島で巨人戦となれば、地元TV局は放映を計画。外野席にカメラ設置、席数はわずかにもかわらず、興行の権利を持つ親会社の新聞社が、TV局に150席買えと、カメラ1台にそれほどの席確保の必要はありませんと断るも、いやならカメラ設置を許可しないというごり押しもあり、巨人の試合が無ければこんな苦労をしなくても済むという内輪話もあつたほど。巨人は放送権料だけでなく、強硬営業政策があつた。観客席の少ない地方球場での開催は、ファン獲得、要望に応えてのサービスという名目がある反面、右のような圧力や、売り興行もあつた。勧進元がチケット販売に必死で、取引先に割当てたり、お得意様に招待券を配布。これはあらゆる興行も同じです。

メジャー選手は喜んでサインをする。日本へ帰つたメジャー経験者ほとんどサインをする。松坂(中)が、ファンに腕を引っ張られて故障というのも、ファンに囲まれサインしたから。

与田監督(中)は、評論家時代自費で毎年メジャー視察に行つており、メジャー選手のファンサービスを見ているのでパ・リーグのコーチ時代も勿論、監督に就任するや「ファン大切」を語り、キャンプでもどんどんサインをしていた。ベンチでも先頭に立つて声を送つていたり、コメントをお願いしたところ、快く応じて頂き、紹介するやファンは感激、大喜びだった。

王貞治さん(ソフトバンクホークス会長)が少年時代、巨人選手にサインを求めたが誰もしてくれない。最後にただ一人ニコニコしながらサインしてくれたのが与那嶺選手(巨・中日監督)でした。もし誰もしなかったら王さんは阪神に入ったのではないかと思ひ、王さんに申し上げたことがある。ニヤツと笑われました。中日二軍選手にレクチャーを依頼された時、このことを言いサインの大切さを話しました。ベンチでの野次がうるさいと落合監督から巨人へトレードされ、巨人の三塁コーチを務めた大西さんは覚えていてくれました。だから王さんは求めに応じサインされるんです。プロ野球ビジネス論もう一話おつき合い下さい。