

2018 年度 上智大学経済学部経営学科 網倉ゼミナール 卒業論文

プロ野球の 16 球団構想は可能か？

上智大学経済学部経営学科四年

A1542087

友田琢仁

2019 年 1 月 15 日

目次

- I はじめに

- II プロ野球界の現状
 - II-1 プロ野球概要
 - II-2 観客動員数推移と売上高
 - II-3 新球団設立に必要な条件
 - II-4 人口とスタジアム
 - II-5 プロ野球が地域に与える経済効果とは？

- III 仮説 16球団構想は可能なのか？

- IV 結論

- V 最後に

- VI 参考文献

I はじめに

今回取り上げるテーマとして野球を取り上げたのは、筆者が野球を好きだということももちろんあるのだが、日本のスポーツにおいて野球ほど多くのお金が動くスポーツは少ないと感じており、ビジネスの面から考えるとまだまだ開拓の余地があると感じている。そんな中で政府も前から唱えていた16球団構想というものが現実にはどれくらい可能であるかを調べたくなかったのが始まりである。地方の経済を活性化させるためにプロ野球球団を作るのは本当に適切なのか、また実現可能性について考えていく。

そもそも16球団構想とは？

14年の自民党が成長戦略の一環としてプロ野球球団を現状の12球団から16球団にすることを提案。地域創生、地方の活性化を目標に提案したものであり、新球団の候補地としては、静岡県、北信越、四国、沖縄県の4地域が「球団の空白地域」だと指摘しました。メジャーリーグはエクспанションによって球団数は増えて、日本でも福岡のソフトバンク、仙台の楽天、札幌の日ハムの3球団は、地域に根を下ろしたフライチャンズ戦略に成功しています。ならば、フランチャイズの空白の地域に、プロ野球チームを創設すれば、プロ野球のさらなる発展にも、地域の経済活性化にもつながるのではないかという発想のことである。なぜ一つ増やすのではなく、一気に四つも増やそうとしているかというのは、現在セ・リーグ6チーム、パ・リーグ6チームですが、これをどちらかに1球団だけ増やすと試合ができないチームが発生します。これは2球団、3球団の場合も同様です。両リーグ8球団ずつ、またはリーグを4つに分けて4球団ずつという仕組みが試合を円滑に回す数なのです。

デメリットとして考えられているのは、プロ野球のレベルが低くなることや、ファンの奪い合いになり、既存球団、新規球団ともに経営が厳しくなる、選手の確保はどうするのか、球場設備やインフラ面での課題が山積みであることなどが挙げられています。

II プロ野球の現状

II-1 プロ野球概要

現在プロ野球はセントラルリーグに所属する、広島東洋カープ、東京ヤクルトスワローズ、読売ジャイアンツ、横浜 DeNA ベイスターズ、中日ドラゴンズ、阪神タイガースの六球団。パシフィックリーグに所属する、埼玉西武ライオンズ、福岡ソフトバンクホークス、北海道日本ハムファイターズ、オリックスバファローズ、千葉ロッテマリーンズ、東北楽天ゴールデンイーグルスの六球団である。新規球団としては 2004 年に球界再編問題で起きた近鉄バッファローズとオリックスブルーウェーブの統合による、東北楽天ゴールデンイーグルスの新規参入があるが、それ以降新規球団の参入はない。日本全国を 7 地域区分で見たときに、北海道地方に 1 球団、東北地方に 1 球団、関東地方に 5 球団、中部地方に 1 球団、近畿地方に 2 球団、中国四国地方に 1 球団、九州沖縄地方に 1 球団である。次に各球団の概要について記述していく。

セントラルリーグ

広島東洋カープ（大株主：マツダ）

本拠地：MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島（33000 人収容）

東京ヤクルトスワローズ（親会社：ヤクルト）

本拠地：明治神宮野球場（31828 人収容）

読売ジャイアンツ（親会社：読売新聞）

本拠地：東京ドーム（45600 人収容）

横浜 DeNA ベイスターズ（親会社：DeNA）

本拠地：横浜スタジアム（30000 人収容）

中日ドラゴンズ（親会社：中日新聞）

本拠地：ナゴヤドーム（36650 人収容）

阪神タイガース（親会社：阪急阪神ホールディングス）

本拠地：阪神甲子園球場（47508 人収容）

パシフィックリーグ

埼玉西武ライオンズ（親会社：西武グループ）

本拠地：メットライフドーム（33556 人収容）

福岡ソフトバンクホークス（親会社：ソフトバンク）

本拠地：福岡ヤフオクドーム（38350 人収容）

北海道日本ハムファイターズ（親会社：日本ハム）

本拠地：札幌ドーム（42270 人収容）

オリックスバファローズ（親会社：オリックス）

本拠地：京セラドーム大阪（36154 人収容）

千葉ロッテマリーンズ（親会社：ロッテ）

本拠地：ZOZO マリンスタジアム（30119 人収容）

東北楽天ゴールデンイーグルス（親会社：楽天）

本拠地：楽天生命パーク宮城（30508 人収容）

球団名の歴史

長いプロ野球の歴史において現在の名前に至るまでには各球団様々な名前の変遷を経ている。ここでは戦後のプロ野球球団の名前の変化を追った。アメリカの球団名ではニューヨークヤンキースやボストンレッドソックスなど本拠地を置く都市名に愛称をつなげた形であるのに対して、日本の球団は福岡ソフトバンクホークスや千葉ロッテマリーンズなど地域名＋企業名に愛称をつなげているパターンがほとんどである。しかし戦前からある阪神タイガースや中日ドラゴンズは企業名と愛称のままである。戦後直後の球団保有する会社には新聞と電鉄が多かったことには理由があり、新聞にとっては野球報道というコンテンツが重要であり、野球人気の高まりが新聞拡張に直接影響していたため積極的に参入していた。電鉄は所有する土地の活用の一環としてグラウンドを整備し、球場を建て入場者を電車で運び、運賃を稼ぐという利点があった。

そしてプロ野球の経営は経済動向に影響されることが球団名の変遷からもわかると思う。初期は新聞や電鉄が中心であったが、広告宣伝の目的から、映画、食品、流通と変化し、現在は新聞2、鉄道2、IT3、食品3、リース1という体制である。ITの企業が球団を持つこと30年前は考えてもいなかったであろう。経済動向の変化によって本業の利益がなくなってきた企業は球団経営から撤退することは考えられる。

またこの球団名の変遷から私がカギになってくると感じたことは、フランチャイズ地を移転していることである。ソフトバンクの前身の南海ホークスは大阪に、日本ハムは東京に、ロッテは川崎に本拠地を構えていたが、それぞれフランチャイズ都市を移している。

このことによる地域経済への効果については後述する。

広島東洋カープ

広島カープ(1950年～1967年)

→広島東洋カープ(1968年～現在)

東京ヤクルトスワローズ

国鉄スワローズ(1950年～1965年途中)→サンケイスワローズ(1965年途中)→

サンケイアトムズ(1966年～1968年)→アトムズ(1969年)→

ヤクルトアトムズ(1970年～1973年)→ヤクルトスワローズ(1974年～2005年)

→東京ヤクルトスワローズ(2006年～現在)

読売ジャイアンツ

読売ジャイアンツ(1947年～現在)

横浜 DeNA ベイスターズ

大洋ホエールズ(1950年～1952年)→大洋松竹ロビンス(1953年～1954年)→

大洋ホエールズ(1955年～1977年)→横浜大洋ホエールズ(1978年～1992年)

→横浜ベイスターズ(1993年～2011年)

→横浜 DeNA ベイスターズ(2012年～現在)

中日ドラゴンズ

中日ドラゴンズ(1947年～1950年)→名古屋ドラゴンズ(1951年～1953年)

→中日ドラゴンズ(1954年～現在)

阪神タイガース

大阪タイガース(1946年～1960年)

→阪神タイガース(1960年～現在)

埼玉西武ライオンズ

西武クリッパーズ(1950年)→西鉄ライオンズ(1951年～1972年)→

太平洋クラブライオンズ(1973年～1976年)→クラウンライターライオンズ(1977年～1978年)→西武ライオンズ(1979年～2007年)

→埼玉西武ライオンズ(2008年～現在)

福岡ソフトバンクホークス

南海ホークス(1947年途中～1988年)→福岡ダイエーホークス(1989年～2004年)

→福岡ソフトバンクホークス(2005年～現在)

北海道日本ハムファイターズ

セネターズ(1946年)→東急フライヤーズ(1947年)→急映フライヤーズ(1948年)
→東急フライヤーズ(1949年～1953年)→東映フライヤーズ(1954年～1972年)
→日拓ホームフライヤーズ(1973年)→日本ハムファイターズ(1974年～2003年)
→北海道日本ハムファイターズ(2004年～現在)

オリックスバファローズ

阪急ベアーズ(1947年～1947年途中)→阪急ブレーブス(1947年途中～1988年)
オリックス・ブレーブス(1989年～1990年)→オリックスブルーウェーブ(1991年～2004年)
→オリックス・バファローズ(2005年～現在)

千葉ロッテマリーンズ

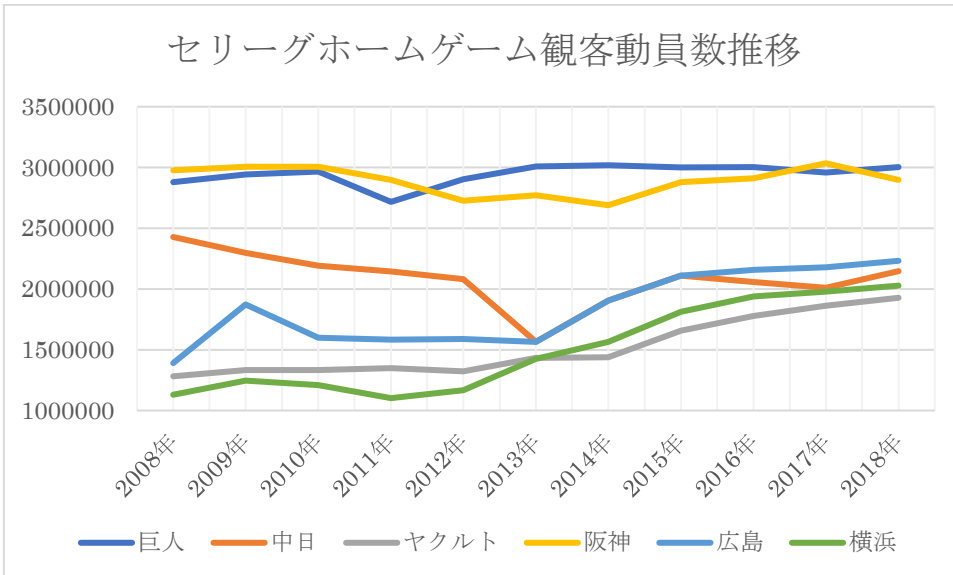
毎日オリオンズ(1950年～1957年)→大毎オリオンズ(1958年～1963年)
東京オリオンズ(1964年～1968年)→ロッテオリオンズ(1969年～1991年)
→千葉ロッテマリーンズ(1992年～現在)

東北楽天ゴールデンイーグルス

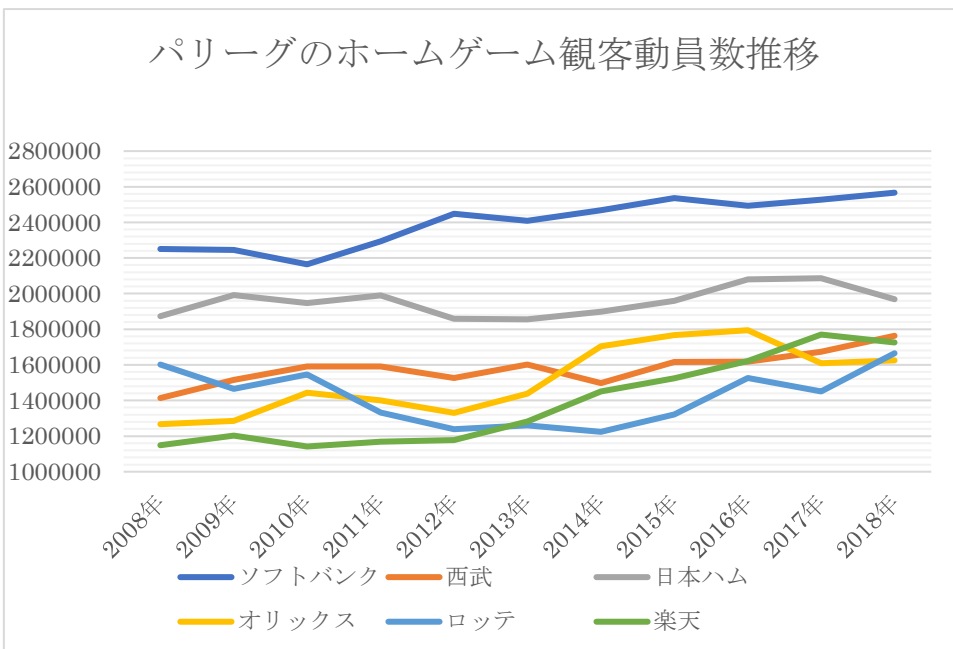
東北楽天ゴールデンイーグルス(2005年～現在)

II-2 観客動員数推移と売上高

ここ10年の観客動員数推移



(NPB 統計より作成)



(NPB 統計より作成)

2018年度は全858試合で25,550,719人、1試合平均で29,779人の観客を動員しました。セ・リーグは14,235,573人、パ・リーグは11,315,146（平均26,376人）で、セ・パ両リーグ共に過去最高を記録しました。セ・リーグでは特に、広島、ヤクルト、横浜の伸びが大きく、三球団とともに球団史上最多を更新しています。パ・リーグでは2005年以降の実数発表以来、西武、ソフトバンク、ロッテの三球団において球団新記録を記録しました。

昔セ・リーグは、巨人と阪神という二つの人気球団との試合に依存することが多く、それ以外では観客数が伸びず、赤字経営によって、親会社の負担になっていました。その結果2011年12月、DeNAがTBSから球団を買収し横浜DeNAベイスターズとなりました。その後は、順調に観客動員数を大きく伸ばし、現在は黒字経営、本拠地横浜スタジアムは連日満員に近い観客でにぎわっています。広島もカープ女子や、セ・リーグ三連覇などの要因もあり、大きく伸びています。巨人阪神に頼らず、自チームでの努力によって観客動員数を伸ばしていることが、自チームのみならずリーグ全体の観客動員をけん引していることがわかる。

パ・リーグは昔、人気のセ、実力のパと言われていたように、実力はあるが人気の面で大きく差をあげられており、閑古鳥が鳴くような状況でした。その後フランチャイズ地を地方に移し、地域密着を掲げた球団経営を行うことで徐々に観客動員数を伸ばしてきた背景があります。かつては巨人、ヤクルト、横浜、中日、阪神、日本ハム、ロッテ、西武、阪急、近鉄、南海と実に11球団が三大都市圏に集中していました。その後、2球団が福岡と札幌に移転し、楽天が仙台に誕生した。そして、その3球団はいずれも地域密着を掲げ人気球団になり、地域の経済の活性化にも一役買っています。

	売上高 (億円)	純利益 (億円)
ソフトバンク	274	9.2
西武	106	2.4
日本ハム	104	3.8
オリックス	82	?
ロッテ	91	-0.04
楽天	105	4.6

	売上高 (億円)	純利益 (億円)
巨人	253	14
中日	204	?
ヤクルト	165	-1.8
阪神	287	5.6
広島	211	7.6
横浜	181	0.6

会社四季報業界地図2017年版より、数字は2015年のものですがプロ野球球団は多くの球団で黒字経営を行っている様子がわかる。単独では経営できずに、親会社の宣伝広告費という名の支援がなければ成り立たなかった状態はだいぶなくなっていることがわかる。この表では赤字になっているロッテも2018年シーズンは7億円近くの黒字を出し、

その黒字を基にさらなる戦力の強化を目指しているとの記事が掲載されていた。

II-3 新球団設立に必要な条件

次に新球団設立にあたって最も参考になるであろう、楽天の設立にスポットを当ててみたいと思う。2004年公式戦の最中に表面化したオリックスブルーウェーブと近鉄バファローズの合併と、それに伴う球界再編問題が起きました。当時、球団経営は巨人をはじめとしたセの一部球団のみが黒字であり、巨人戦の放映権という経済的な恩恵もセの球団に限られ、パの球団はほぼ経営が成り立っていないと言われていました。実際、2004年9月に、選手会との労使交渉の場で選手会側の要望を受けて経営者側から出された近鉄、オリックスの2003年度の収支決算は、近鉄が約38億8千万円、オリックスは約37億円の赤字という状況でした。球団経営を一刻も早く撤退したい近鉄をオリックスが吸収する形で11球団となり、選手会の強い要望で2リーグ12球団維持が決定しました。これに伴い、楽天とライブドアの2社が名乗りを上げ、最終的に楽天が承認されました。最初の課題は選手の確保でした。この時に用いられたのが分配ドラフトという方式です。まず、外国人選手などいくつかの条件以外の25選手をオリックスが合併前のオリックス・旧近鉄選手の中から優先保有し、それ以外の選手をオリックスと楽天が交互に指名獲得しました。他球団から戦力外となった選手や無償トレードなどで選手を確保し、楽天は初年度の戦いに臨みました。球場は宮城県が所有していた宮城球場を使用しました。当時二万二千人程度の収容人数しかなく、それを楽天が30億円負担して二万八千人規模の球場に作り変えました。初年度は圧倒的最下位かつ、観客動員数も唯一100万人を割るなど、苦難のスタートとなりましたが、創立9年目で日本一となり、観客動員数も増やしています。

ちなみに球団を所有するにはいくつか条件があり、

- (1) 発行済み資本総額が1億円以上の「日本の法律に従って設立された株式会社」であること
- (2) 資本総額の51%以上を日本国籍を有する者が所有していなければならない
- (3) 野球試合興行を行うことが出来る規模の専用球場を所有している事
- (4) 預かり保証金： 25億円 (第36条の5・第36条の6)
- (5) 野球振興協力金： 4億円 (第36の7)
- (6) 加入手数料： 1億円 (第36条の8)

注) 野球協約第6章より引用

これらの条件を満たしたうえで既存の12球団のオーナー会議で承認される必要があり、その後正式に球団発足となります。

ちなみに2011年にDeNAがTBSより球団を譲り受けた年の売上高は約1127億円、営業利益が約561億円でした。楽天が参入してきたときの2004年の売上高は約456億円、営業利益は約150億円でした。共通点としては、両社とも売上高が特別大きかったわけではないが、利益をしっかりと上げ、なおかつIT企業で両社ともより一層知名度の向上という目的があったように思います。

II-4 人口とスタジアム

プロ野球球団がある県の人口

次に日本全国の県別の人口を調査したいと思う。プロ野球球団を作るにあたり、大きな収益源となるのは実際に球場に来てチケット代、飲食代などから得られる収入である。そもそも球場に来る人がいないと経営は見込めない、ここでは 200 万人以上の県を取り上げて図にした

	2017 年	人口	面積	人口密度
1	東京都	13,742,906	2,193.96	6,263.97
2	神奈川県	9,161,139	2,416.17	3,791.60
3	大阪府	8,831,642	1,905.14	4,635.69
4	愛知県	7,526,911	5,172.92	1,455.06
5	埼玉県	7,307,579	3,797.75	1,924.19
6	千葉県	6,255,876	5,157.61	1,212.94
7	兵庫県	5,502,987	8,400.94	655.04
8	北海道	5,320,523	78,420.79	67.85
9	福岡県	5,110,338	4,986.52	1,024.83
10	静岡県	3,673,401	7,777.42	472.32
11	茨城県	2,896,675	6,097.19	475.08
12	広島県	2,830,069	8,479.63	333.75
13	京都府	2,599,313	4,612.20	563.57
14	宮城県	2,322,024	7,282.22	318.86
15	新潟県	2,266,121	12,584.15	180.08
16	長野県	2,076,017	13,561.56	153.08
17	岐阜県	2,010,698	10,621.29	189.31

(https://uub.jp/rnk/p_j.html より作成)

上図の中で青く塗りつぶした県は現段階においてプロ野球球団がある県である。こうしてみるとやはり人口の多い県にプロ野球球団があることがわかる。プロ野球球団の大きな収入源は主にチケット収入であり、球団の差こそあれ、主に 75～90%を占められている。残りを、球場内の物品販売、放映権収入、グッズ販売収入（マーチャンダイジング：商品化権）、広告料などのスポンサーシップなどで占められているという。ということは球場に来て応援してもらおうかがカギになる。つまりは人口が多い県をフランチャイズとしないとビジネスとして成立しないことが挙げられる。

次に球場を既存の者を活用、または改造することによって本拠地にする案を考えると、現在プロ野球球団がない県において、二万人以上、収容人数のある球場を取り上げた。

収容人数	球場名	愛称、備考
30000 人	松山中央公園野球場	坊ちゃんスタジアム
28691 人	新潟県立烏屋野潟公園野球場	ハードオフエコスタジアム新潟
30000 人	長野オリンピックスタジアム	
30000 人	富山市民球場アルペンスタジアム	
30000 人	那覇市営奥武山野球場	沖縄セルラースタジアム那覇
26000 人	浜松球場	
30000 人	いわきグリーンスタジアム	
21656 人	草薙球場（静岡県）	
30000 人	サンマリノスタジアム宮崎	

（各球場ホームページを基に作成）

このようにしてみると収容人数の多い球場はある程度あることがわかる。16 球団構想で想定されている地域である北信越や四国にも球場があることがわかる。これらの球場を改修することで本拠地にするならば、ハード面での金銭負担はそこまでかからず、楽天の事例に近くなるのではないと考える。

ちなみに新球場を新しく作るとなると莫大な費用が掛かることにはなりますが、この計画を現在実行しようとしている球団があります。それが北海道日本ハムファイターズです。現在は札幌ドームを借りているという形で年間に何十億円もの使用料を支払っています。その支出が球団経営においても大きく、また球場を改修し、より観客に来てもらえるような施設に改造することもかなわない現状を脱却するために、自前で球場を持つことを決めました。北海道ボールパーク（仮称）という名称で開閉式のドーム球場で周辺施設の設備も含めたら 600 億円の規模になると考えられています。600 億円という金額は地域密着を実行し、すでにうまくいっている日本ハムだからできることであり、新規にスタジアム建設を行うには行政や地元の経済団体の協力などハードルが高いと考えられます。

現在球場使用料を払っている球団は巨人とヤクルト、そして前述した日本ハムのみであり、他球団は市から管理者として認定を受けたり、球場の運営会社を連結子会社化するなどしてチームで管理、運営を行うことでスタジアムの広告収入を直接利益として計算できたり、より魅力的な球場にする権利を得ることができます。

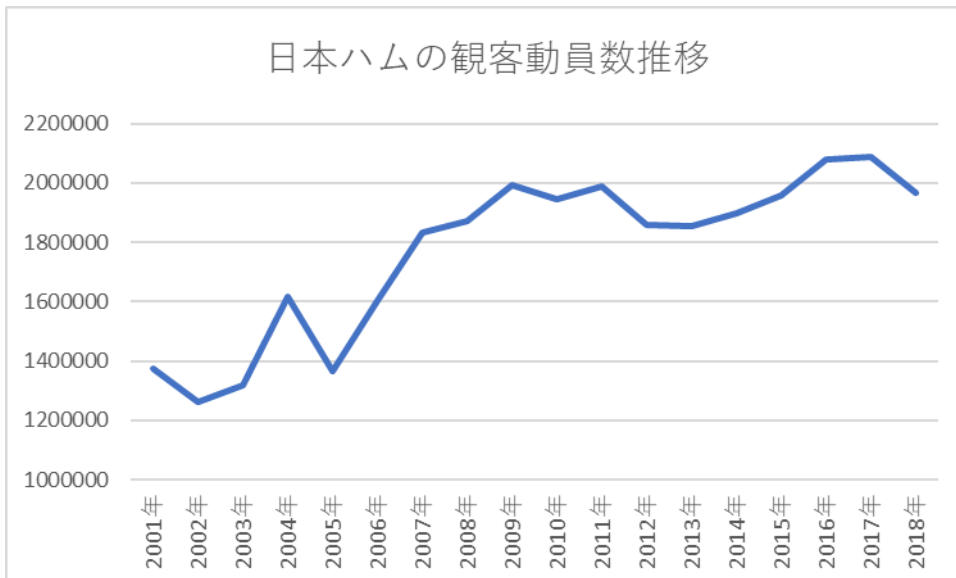
II-5 プロ野球が地域に与える経済効果とは？

これまでの観客動員数推移や、売上高を見るに、地方に本拠地を持つ球団の躍進には目を見張るものがあり、実際にその効果や、現状について調べてみた。これを調査することで16球団構想のヒントが隠されているのではないかと考えます。

まず地方球団として楽天と日本ハムの観客動員数を比較します



(NPB 統計より作成)



(NPB 統計より作成)

日本ハムは2003年まで東京ドームを本拠地としていましたが、同じく東京ドームを本拠地にしてきた巨人や関東の他球団とファンのカニバリゼーションを起こして、観客動員に

要素を盛り込んでいます。球場の周りには、ホテル、レストランなども建設され、そこから試合が自由に観戦できる配置になっており、バーベキュー場は広島のマツダスタジアムにもあるが、ファイターズはキャンプ場も併設し、野球を見た後、北海道の星空を見上げてアウトドアで夜を過ごしてもらおう構想も描いているということです。このような計画を行うことで、世界に誇れるボールパークを目指し、北海道の新たな観光スポットになればよいと考えているあたりに、地域密着を掲げ、世界に誇れるボールパークをという日本ハムの本気が見えます。



III 仮説・検証

仮説

16 球団構想は可能なのか？

検証

ここまでの事前に集めた資料から政府の提案した16球団構想は本当に実現できるのかを検証したいと思う。ここでは四国は愛媛、甲信越は新潟、静岡、沖縄の四県をフランチャイズ地とし、人口、環境、アクセス、スポンサーになってくれそうな企業があるかどうかなどでそれぞれ検証したいと思う。またデメリットとして考えられうる要因も同時に検証したいと思う。親会社については地方にプロ野球を運営できるだけの体力がある会社は少ないと思うのでここではその議論は考えないとします。

まずは四国、愛媛であるが、ここに選んだ理由としては単純に人口が多い点と30000人規模のスタジアムがある点である。人口の面で考えると四国で唯一100万人を超えており、なおかつ、坊っちゃんスタジアムのある松山市の人口は50万人を数える。坊っちゃんスタジアムはプロ野球の公式戦を開催することができること、またアクセスの面でも松山市内にあり、最寄りの駅から徒歩5分以内で到着できることや、松山空港や松山駅からのアクセスも良く、環境面でも問題ないかと考える。遠征を考えても空港が近いというのは大きなメリットとなる。また昔から四国は野球王国といわれており、独立リーグである四国アイランドリーグがあるなど、野球熱が高い地域である。野球という言葉を考えて、正岡子規も松山の出身であり、ゆかりのある松山に新球団を作るというのは難しいことではないと思います。それに四国で初ということもあり同じ四国の他県からの観客を見込むこともできるのではないかと考えます。またスポンサーの面から考えてみると大王製紙や日本食研、今治造船など大企業もあり、これに加えて地元の企業や四国の企業らがスポンサーとして加われば、プロ野球球団を支援する環境としては恵まれていると考えます。楽天のように仙台を本拠地としているものの、球団名に東北をつけているように松山を本拠地としながらも、四国という地方全体で支援することができれば楽天のようになれる可能性を持った地域であると考えます。

デメリットとして考えうる点としては本州とのアクセスが飛行機か車しかない点が挙げられます。既存のプロ野球では新幹線移動も多く利用されますが、交通手段がネックになると考えます。また人口の面では四国全部の県の人口を集めても静岡と同じ程度の人口にしかならず、もしも集客でうまくいかなかった場合かなり苦しい計画になることが見込まれます。本拠地に近い地域でいかにリピーターを獲得するかがカギになってくると考えます。

次に新潟を検証したいと思う。新潟県の人口は220万人であり、本拠地として考えられ

るハードオフエコスタジアムは 28000 人程度の収容人数を誇っている。この球場がある新潟市は 80 万人もの人口を抱えており、松山と比べても大きなアドバンテージになると考えます。また実際にプロ野球が開催されたこともあるなど、本拠地としての機能面は問題ないかと思われます。アクセスとしては新潟駅からバスのみという情報が掲載されていましたが、上越新幹線が通り、かつ空港からも近いことから交通環境は整っているほうだと考えます。また日本海側初のプロ野球球団の可能性という点で、16 球団構想が発表された際に地元自治体や地元の経済団体が積極的に誘致に乗り出した経緯や、BC リーグという独立リーグの球団があることなども有利になるのではないかと考えます。北信越地方というプロ野球球団がない地域において、北陸新幹線を生かせば金沢や富山からのアクセスも可能であり、地域単位でビジネスを成り立たすことができるのではないかと思います。

デメリットとしては駅と球場が歩くことのできない距離であることが挙げられます。プロ野球球団の本拠地から最寄りの駅までの距離は徒歩で行けることが多く、最も遠いと言われている ZOZO マリンスタジアムでも最寄りの海浜幕張駅から 15 分で到着できることを考えれば、移動手段がバスしかないというのはネックになるのではないかと思います。バスの本数を多くすることや、球場の駐車場を拡張し、バスだけではなく自家用車で来られるような仕組み作りが必要だと考えます。

三つめは静岡県です。人口は 360 万人を超え、現在プロ野球球団のある宮城県や広島県より人数が多いことがわかります。また、草薙球場や浜松球場を抱えており、どちらかを改修すればプロ野球の本拠地にすることはそう難しくないと考えます。アクセスとして、浜松球場は最寄りの駅から 10 分程度で、草薙球場も最寄りからは徒歩三分と立地に関しては問題ないと考えます。東海道新幹線が通っており、遠征のしやすさを考えてもかなりの好条件なのではないかと考えます。人工的には浜松市のほうが多いのですが、名古屋に近いこともあり、中日とのファンの取り合いになることを考えても、中心部の静岡市の草薙球場を本拠地に活動するのが良いのではないかと考えます。また新潟同様、構想が発表された際には自治体、地元経済界が積極的な発言を行っていました。過去にベイスターズの本拠地移転問題でも積極的に誘致に動いており、環境面では整っていると考えます。

デメリットとしては、静岡市と浜松市という静岡県の人口のボリュームゾーンが離れている点である。野球は何度も見に来てもらうことで経営を成り立たせている部分が多く、人口の多い浜松市のファンが球場に来るのに時間がかかりかかるのは不利な条件だと感じました。

最後に沖縄県です。沖縄県の人口は 150 万人弱で、愛媛県よりも少し多いのが現状です。またスタジアムの面でも 30000 人収容のセルラースタジアムを擁しており、プロ野球の試合も開催されたこともあります。セルラースタジアムは那覇市にあり、市の中心部にあることや、那覇空港からも近くアクセスの面では利点があると思います。沖縄には鉄道はあ

りませんが、ゆいレールというモノレールがあり、モノレールの駅からの距離も徒歩 5 分程度です。沖縄はプロ野球の球団が春にキャンプを行い、高校野球にも熱心な関心を寄せるなど、野球に対する関心が強い県であり、プロ野球球団ができれば地域の人々の関心を得られるのではないかと考えます。もともと観光客の多い地域であり、既存の観光スポットだけではなく、野球も新たな観光地としての施策を取れば、県外の観客を見込めるのではないかと思います。

デメリットとしては完全なる離島であり交通手段が飛行機しかないことです。天候の悪化で飛行機が飛ばなくなり、次の試合に間に合わないというリスクが考えられます。また、言わずと知れた亜熱帯気候であり、雨が多いというのがネックになると考えます。現状本拠地として考えられるセルラースタジアムは屋外球場であり、雨の影響を強く受けます。今シーズンは同じく屋外球場を本拠地とする阪神タイガースが、雨による順延続きで、当初の試合日程をこなすことができずに、ハードな試合間隔となり、選手の負担が大きすぎるのではないかと問題提起されました。雨の影響で試合を予定通り消化できなければ、リーグ全体の運営にも支障をきたす可能性があります。

これまでの四つの地域をそれぞれ検証した結果をまとめたものが下図になります。

	人口	本拠地のあ る市の人口	本拠地	最寄り駅からのアクセ ス
新潟	約 224 万 人	約 80 万人	ハードオフエコスタジアム 新潟 (28691 人)	新潟駅からバスで 20 分
愛媛	約 135 万 人	約 51 万人	坊ちゃんスタジアム (30000 人)	市坪駅より徒歩五分
静岡	約 366 万 人	約 70 万人	草薙球場 (21656 人)	県総合運動場駅より 徒歩三分
沖縄	約 145 万 人	約 32 万人	沖縄セルラースタジアム那 覇 (30000 人)	奥武山公園駅から徒 歩七分

IV 結論

ここまで実際に 16 球団構想が可能なのかを検証してきたが、私が個人的に検証したところで、新潟と静岡に関して言えばそれぞれ、球場へのアクセスや球場の大きさの面で課題があるものの、自治体が積極的に誘致を行っていることや、現在プロ野球球団を抱えている県の人口と比較しても遜色のない人数を抱えており、球団を作り、地域や県で支援を行えば設立は十分に可能だと考える。地方球団である楽天や日本ハムのように観客数が増加するとともに、地域の経済にも刺激を与えている現状を考えれば、新しく作ることは非常に意義のあることであると思う。

残りの愛媛と沖縄は条件付きで可能であると考えます。他の二つの候補地や、既存の球団と比べても、人口や遠征において飛行機のみでの移動が主な手段と考えると球場に来る人の多くは本拠地のある市や県の人に頼ることになる。いくら日本ハムや楽天が地方で成功しているからと言って、それらの県の人口とは差があります。作る条件の一つは、経営が最初からうまくいくことを見越さず、NPB（日本プロ野球機構）から補助金を出すことです。途中で記述しましたが、球団が赤字の場合は親会社からの補助によって赤字を補填していることを書きましたが、この補填部分を NPB からも支出すること、そして沖縄に関しては球場をドーム化し、雨天中止というのをなくすことが必要になると思います。

いずれの新球団もすぐに成功するとは思えませんが、球場を賃貸ではなく所有することで広告収入や、飲食代、チケット収入をそのまま球団の収益にすること。また、愛媛や新潟は、四国と北信越という地域全体の球団であることを意識して宣伝を行い、経営を行う必要があると思います。

今回球団を保有する親会社についての議論は避けましたが、ZOZO が球団を持ちたいと主張したり、過去に知名度の向上を目的にソフトバンクが球団を所有し、世間に認知され始めたことなどを加味しても、日本において影響力のあるプロ野球の球団を持ちたいという会社は多いのではないかと考えます。

V 最後に

卒業論文を書くにあたって自分の好きなことで書こうと思い、野球を選びこのテーマで進んできましたが、途中で収集がつかなくなっているのではないかと感じたり、検証の軸がずれたり、そもそもの仮説がこれでよいのかと思うところなど、今振り返っても、自分の力不足を感じます。先生に相談した際に、それって野球の好きな人の妄想で自己満足のようにならないか？と言われたのにも関わらず、そのような側面があったことは否めませんが、一ファンとして、ずっと 12 球団でやってきたものを広げて新たなお金の動きを生み出し、地域の経済を動かすことで活性化につながれば面白いと思いました。

網倉ゼミに入り、経営戦略論ももちろんですが、先生の博識ぶりに驚かされることばかりでした。それを授業やゼミと絡めることで、話がつながったりすることがとてもおもしろかったです。意欲的なゼミ生ではなかったかもしれませんが網倉ゼミに入り、様々な先輩とお話できる機会を設けていただいたことや、貴重な経験をたくさんさせていただき、とても感謝しております。これからは OB として、関わらせていただきたいと思います。ありがとうございました。

VI 参考文献

日本プロ野球改造論 並木裕太 ディスカバー携書 2013年

スポーツビジネス 最強の教科書 平田竹男 東洋経済新報社 2017年

企業スポーツの現状と展望 笹川スポーツ財団 創文企画 2016年

スポーツで地域をつくる 木田悟 東京大学出版会 2007年

プロ野球熱狂の経営科学 水野誠、三浦麻子、稲水伸行 東京大学出版会 2016年

プロ野球の経済学 橘木俊詔 東洋経済新報社 2016年

NPB 統計調査 <http://npb.jp/statistics/>

北海道日本ハムファイターズ HP <https://www.fighters.co.jp/news/detail/00000329.html>