

東北楽天ゴールデンイーグルス研究

A study of Tohoku Rakuten Golden Eagles

1K03B146-1 氏名 沼尻 翔

指導教員 主査 木村和彦 先生 副査 原田尚幸 先生

【緒言】

2004 年は日本球界にとって歴史に残る一年となった。発端となったのは、オリックスブルーウェーブと大阪近鉄バファローズの球団統合が報じられたことである。ほぼ半世紀ぶりの球団統合の背景には、球団も企業経営の一部であるという当たり前の事実を突きつける結果となった。

企業はいったい何のために球団を経営するのか。赤字が常態化している球団経営はビジネスとして成り立つのか。このように球団を持つ意義が問われる中、新しく誕生した球団が東北楽天ゴールデンイーグルスであった。

本研究の目的は、赤字が常態化した球界で初年度から黒字を計上した楽天野球団の経営戦略に着目し、黒字化の要因を明らかにすることである。また、黒字化の要因のひとつである入場料収入について、チーム・ロイヤルティの視点から分析を加え、スタジアムのサービス満足度との関連性を導くことである。

【研究方法】

文献や資料の検証を通して赤字体質の現状と原因、東北楽天ゴールデンイーグルスの経営戦略を探る。

また、ファンの特徴をチーム・ロイヤルティの視点から明らかにする為、心理的要因を問う項目を5つ設定した。

- 1、楽天イーグルスの熱狂的なファンである
- 2、楽天イーグルスのファンであることを誇りに思う
- 3、楽天イーグルスは私の生活の一部である
- 4、楽天イーグルスの応援のために遠征地まで行く
- 5、勝敗に関係なく楽天イーグルスを応援する

上記の質問に対して、「非常にあてはまる」から「全くあてはまらない」までの5段階尺度を構成し得点化を行った。スタジアムのサービス満足度に対しても同様の方式で得点化した。分析の際にはチーム・ロイヤルティの点数とスタジアムのサービス満足度をクロス集計し、 χ^2 検定を行った。例えば、スタジアムのサービス満足度が高いファンと低いファンではロイヤルティの値が異なるかどうかという分析を行ったわけである。

【赤字の原因】

検証の結果、赤字体質の原因は国税庁からの通達にあった。通達によると、子会社である球団の赤字を親会社は広告宣伝費として処理でき、本業の利益に対する節税対策として公に認められたのである。その結果、親会社は赤字を重要視せず、球団は赤字を出しても親会社に補填してもらえる体制が整ったのである。このシステムが赤字体質の原型となったのである。

【分析結果】

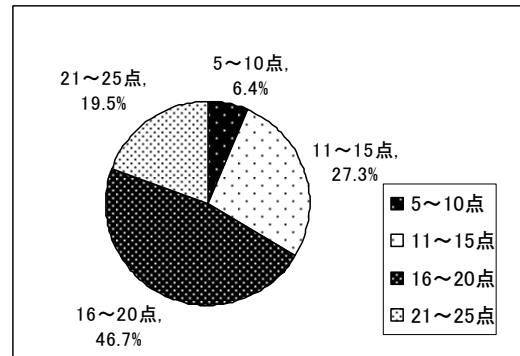


図 チーム・ロイヤルティ得点

心理的要因を問う項目の回答の結果は「どちらでもない」から「ある程度あてはまる」を表す16点から20点のやや高い範疇を示す割合が46.7%と最も多かった。最もロイヤルティが高いとされる「ある程度あてはまる」から「非常にあてはまる」を示す20点から25点の層は19.5%という結果になった。ロイヤルティ全体の平均値は17.97点で地元ファンは好意的に球団を迎えていると考える。

また、クロス集計の結果を分析すると、スタジアムのサービス満足度が高ければ、チーム・ロイヤルティも高くなると関連付けられる項目もあった。例えば、スタジアムの従業員が親切なサービスを提供すれば、チームに対するロイヤルティも高まるというものである。サービスの質の向上が重要な鍵を握るのである。

【総括】

今回の研究で球団の収支を健全化することは可能であると考ええる。以下に示すのは収益構造黒字化モデルと称し、筆者が楽天野球団の特徴を検証し、黒字化達成の基本方針をまとめたものである。

<収益構造黒字化モデル>

①スタジアムの営業権を完全獲得

球場使用料を抑え、営業収入がすべて球団に入る

②放映権料依存からの脱却

放映権料の安いテレビから有料ネット配信へ移行

③フランチャイズ制度の活用

以上が収益構造黒字化モデルの内容である。これらは、プロ野球をビジネスとして成り立たせ、経営破綻の連鎖を断ち切る有効なビジネスモデルであると考ええる。近い将来プロ野球が儲かるビジネスの時代が到来するかもしれない。