

吉本興業とスポーツのビジネスモデルの比較検証

Comparative verifications of business model of Yoshimoto Kogyo and sports

1K06B201

指導教員 主査 武藤泰明先生

松木 進作

副査 宮内孝知先生

【1章 序論】

今日の日本では様々なスポーツがエンターテインメントビジネスとして経営されている。しかし、日本のプロスポーツで利益を挙げている例は多くなく、親企業の支援により成り立っているという場合が多い。その一方で、プロスポーツと同じエンターテインメントビジネス界で大成功を収めている企業として吉本興業株式会社がある。吉本興業は“お笑い”を軸としてメディアを中心に様々な事業を展開している。そこで、この両者を比較することで新たな事業展開が提案できるのではないかと考えた。

【2章 吉本興業株式会社】

吉本興業の創業から現在に至るまでの歴史と、現在展開している事業戦略を検証する。吉本興業は昔から、顧客のニーズに応えるために、自ら新たな文化を作り上げてきた。また、成長の背景には必ずスターが存在している。現在ではNSC という学校を持ち、自前の劇場で芸人を育て上げることで、たくさんのスターを輩出し、圧倒的なタレント層を所有している。また、「タレントマネジメントを基盤とした、最強のコンテンツ制作会社となる！」という目標を掲げる吉本興業は、垂直型ビジネスモデルを採用し、自前のタレントを使って、自ら番組などのコンテンツを制作し、コンテンツの配給まで行うことで大きな利益を上げている。

【3章 スポーツビジネスの概要】

スポーツビジネスの中でも、新興リーグであるbjリーグのビジネスモデルを主に検証する。bjリーグは脱企業スポーツを掲げ、エンター

テインメント性の追求に徹したバスケットボールのプロリーグである。JBL とは異なる独自のルールを採用し、より商品価値の高い試合を顧客に提供することに力を注いでいる。また、試合以外にも、派手な音楽やマイクパフォーマンス、チアリーディングなどで興行価値を高めている。

【4章 スポーツとの比較】

これまでで、明らかになった吉本興業とスポーツとの比較を行う。bjリーグは、スポーツにエンターテインメントの要素を取り入れることで興行価値を上げている。吉本興業は、お笑いに競技性を加えることで、M-1 グランプリ等の新しい商品を生み出した。また、選手の発掘においても、スポーツの学校部活動の制度を取り入れ、自ら学校を作ることで、底辺の拡大に成功している。吉本興業は、スター選手を生み出すことを得意としているが、bjリーグはスターが不在であり、大きな課題であると言える。

【5・6章 提案・まとめ】

両者の比較検証を行うことで、お笑いはスポーツに、スポーツはお笑いにその形態を近づけており、エンターテインメントという一つの産業として同様のものになってきているということが明らかになった。また、お笑いやスポーツなどのエンターテインメントビジネス界では、成功の要因としてスターの存在が必要不可欠である。しかし、新興リーグであるbjリーグはスターが不在である。そこで、bjリーグの選手を吉本興業がプロデュースすることを提案する。bjリーグの選手に、インタビューやトークの指導、イメージ戦略を行い、吉本興業制作の番組

を通して、人気の向上を図る。また、b jリーグと吉本興業はともに海外進出を目指しており、世界共通に愛されるスポーツを取り入れることは非常に有意義であると考えられる。