

日本プロ野球産業の行方と「市場の声」¹⁾

山 村 英 司

1. はじめに

2005年7月8日に2012年のロンドン・オリンピックで野球がソフトボールとともに、実施競技から除外されることがIOCの総会で決定した。この衝撃的なニュースに、子供の頃から野球に親しんできた人々の多くが悲嘆にくれたであろう。マスコミからのインタビューに対して、関係者は一様に心なしか顔をゆがませつつ、苦渋の心境を語った。しかし、この事件はここ10年ほど、世界的にプロ野球産業の存在を大きく揺るがすような一連の流れの中で起きたことであり、突発的あるいは偶発的な「事故」ではない。野球ファンそして野球関係者は、徐々に進行する野球産業衰退の動きを肌で感じ、このような出来事が間近に忍び寄ってきていたことを無意識のうちに予感していたのではなかろうか。

アメリカのメジャーリーグにおいて、1993年に起きた長期の選手によるストライキとその結果もたらされた人気低下が懸念されている。例えば2002年のテレビ観客数は、1992年の大リーグのテレビ観客数の半分にまでなったという。これに対応するために、Major League Baseball's (MLB) に関する Blue Ribbon Panel (Levin et al.) レポートをはじめ、さまざまな方策や提言がファンや球団経営者などからなされ、活発な議論が展開されてきた。この中には、経済学者をはじめとして、アカデミックな研究者も含まれている。

1) 現在筆者は日本のプロ野球の長期的産業発展プロセスの研究を亜細亜大学経済学部専任講師の申寅容氏と共同で進めている (Yamamura and Shin, 2005 a; 2005 b; 2005 c)。本稿はこれらの研究の問題意識を一般向けにわかりやすく紹介することを意図して執筆された未発表原稿をもとにしている。。この目的からして、本稿は寄書 (communication) として掲載することにした。

本稿は未発表原稿に筆者が新たに脚注および図を追加し、さらにプロ野球に関する国際的学術論文の紹介などを大幅に加筆した。諸事情のため、単独で本稿を発表することになったが、これを快諾していただいた申氏に記して謝意を表す。

一方日本においては、複数球団のプロ野球リーグからの脱退の動きに呼応してまきおこった1リーグ制問題、それを発端とする日本プロ野球史上初のストライキ決行。そして、新規球団参入条件が議論された²⁾。結果として、新球団の参入が認められることとなった。プロ野球産業にとって、2004年は大きな変化をつける分水嶺であったといえよう³⁾。

2) 日本国内ではごく少数の研究者を除いて、スポーツ市場の分析を行っていない(Ohkusa, 1996; 1999; Ohtake and Ohkusa, 1994; La Croix and A. Kawamura, 1999)。しかしながら、第3次産業においてスポーツ産業史上は決して小さい規模ではなく、人間生活の中に深く根ざしている。現時点では残念ながらスポーツ経済学に分類される論文を書いたとしても、日本語の学術雑誌に掲載される可能性は低い。たとえ論文の学術的水準を認めても、扱う内容が「特殊で政策的なインプリケーションが小さい」という理由によりRejectの憂き目にあうこともある。これはスポーツ経済学に限った問題ではない。American Economic Review, Journal of Political Economy, Quarterly Journal of Economics など影響力の大きな学術誌に掲載される論文のテーマの多様さを一瞥すればわかるように、日本国内の経済学はあまりに画一的と言えよう。

古くからスポーツ経済学は一つのジャンルとして確立しており、American Economic Review や Journal of Political Economy のような学術専門誌においても研究成果が報告されてきた(e.g., Rottenberg, 1956; El Hodiri and Quirk, 1971; Scully, 1974)。スポーツ経済学の隆盛に伴い、近年では2001年にスポーツ経済学の専門学術雑誌である Journal of Sports Economics が創刊された。なおスポーツ経済学の最近の入門書として Sandy et al. (2004) がある。

本稿では、日本における交流戦について取り上げているが、日本に先立って交流戦を開始したメジャーリーグでは、交流戦に関して Allen (2002), Butler (2002) などの研究が行われている。

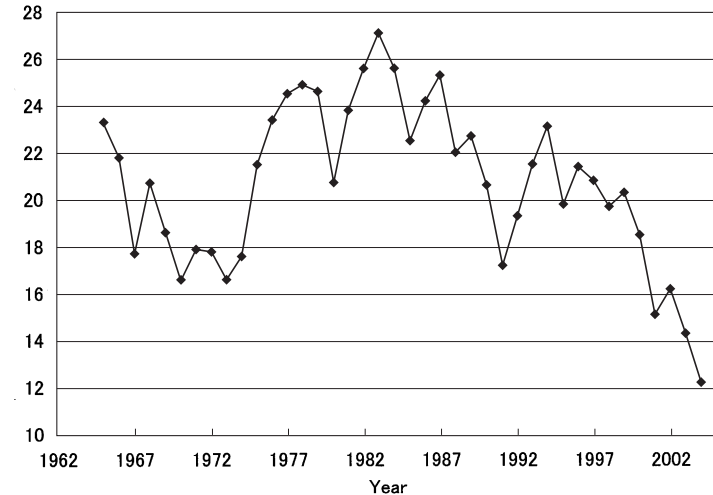
本稿では交流戦の入場者数とチーム間の戦力の拮抗(Competitive balance)に着目している。Competitive balance は1990年代後半から、研究者の注目を浴びている。代表的な論文としては、Butler (1995), Horowitz (1997), Humphreys (2002), La Croix and Kawamura (1999), Lee and Fort (2005), Schmidt (2001), Schmidt and Berri (2001), Schmidt and Berri (2002), Schmidt and Berri (2003), Schmidt and Berri (2004 a), Schmidt and Berri (forthcoming) がある。

Competitive balance に関する論文では、チーム間の戦力の不均衡とプロ野球産業の制度的な変化が関係しているのか否かを検討しているものが多い。

プロ野球の人気の低下する前の1993年までのデータを利用したものであるが、日本における Competitive balance の先駆的研究としては La Croix and Kawamura (1999) がある。ここでは、日本におけるプロ野球のドラフト制度の導入により、チーム間の戦力均衡がもたらされたことを明らかにしている。またメジャーリーグにおいて、フリーエージェントと戦力均衡の関係に焦点を当てたものとしては、Depken (1999), Eckard (2001) がある。

このような流れの中で、Journal of Sports Economics, Vol 4(4)では Competitive balance について、さまざまなホットな議論が交わされた(Allen and Siegfried, 2004; Rodney, 2004; Brad, 2004; Leo, 2004)。学術専門誌以外でこのテーマを扱ったものとして、Lee (2004) と Scully (1995) をあげておこう。

図1 巨人戦の視聴率の推移(関東地区)



出所: <http://www.videor.co.jp/data/ratedata/program/07giants.htm>
 (注) ビデオリサーチ社調査資料より作成

ただし、これらの問題は一件落ち着いたわけではない。2005年の今シーズンに入ってから、長年プロ野球人気を先導してきた読売ジャイアンツの成績不振と人気低下がささやかれている。図1にはビデオリサーチ社によって調査されたジャイアンツ戦の視聴率の推移が示されている。ここからは、1982年の28%をピークとして視聴率が低下していることがわかる。最近の報道では、ジャイアンツ戦の視聴率は10%をきることもしばしばあるという。このような視聴率不振により、とうとう日曜日の放送をゴールデンタイムから巨人戦中継をずらすために、試合開始時間を早めている。一昔前ならば、このような事態は全く想像だにできなかった。

しかし、事はジャイアンツに限った問題ではなからう。セリーグの他球団はジャイアンツ戦人気に大きく依存してきたのである。そもそも、昨年1リーグ制への動きが加速した要因は、パリーグ球団がドル箱であるジャイアンツ戦の開催を望んだからで

3) アメリカにおいても1993年に大規模なストライキが起き、このために人気の低迷が起きたという認識が広がった。これに対応するために1997年交流戦が実施されるに至った。初年度だった、1997年は同地区同士が合計15-16試合ずつ、合計214試合を催し、一試合平均3万3407人を動員した。日本において初年となる2005年ではメジャーリーグとはほぼ同じ216試合が行われた。なお、ストライキが観客動員に与えた影響について分析したものに、Schmidt and Berri (2004 b) がある。

あろう。ジャイアンツ人気の低下は1950年2リーグ制が導入されてから安定的に維持されてきたプロ野球産業システムを改変させる圧力となるのではなかろうか。経済学的な表現を用いるならば、2リーグ制は、1つの均衡状態と考えられてきた。しかし、プロ野球産業をめぐる環境変化は今までの均衡から、別の均衡へと移動させようとしている。

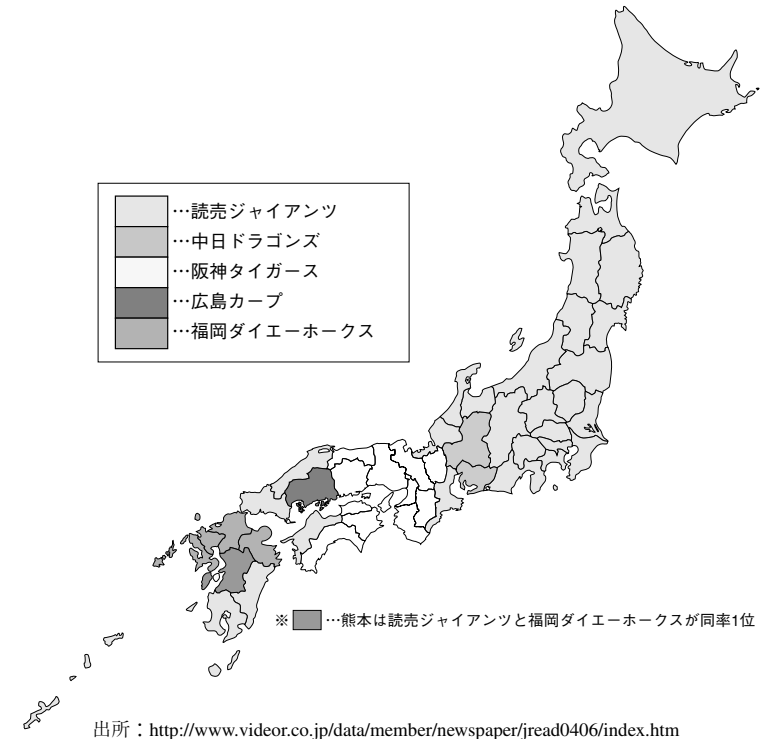
2004年はさまざまな問題が表面化した年であったが、プロ野球がおかれている環境は、ここ1、2年の間に急速に変化したわけではない。環境変化はここ約10年で徐々に進行してきたのである。野茂を先駆的存在として、プロ野球選手の大リーグへの進出は本格化していった。今では日本の一流選手はこぞって渡米し、大活躍する選手もすくなく存在する。

プロ野球内部の事情のほかに、1993年Jリーグの誕生はプロスポーツ産業に対する競争圧力を高めたといえよう。さらにワールドカップサッカーの開催など、日本人は国際試合の面白みを知ってしまった⁴⁾。昭和の時代において、確かにプロ野球は「国技」といえるほど、ひろく一般に親しまれてきた。しかしながら、日本選手が活躍する大リーグやサッカーの国際試合の醍醐味を楽しめるようになった現在、プロ野球はかつての輝きを失ったように見える。昭和の時代にスポーツ産業市場において独占力を発揮し続けたプロ野球ではあるが、スポーツ産業への新規参入や国際化に伴う競争圧力にプロ野球はさらされている。今後もプロ野球産業自体の構造転換が俎上にのせられ続けるであろう。

このような現状を分析するためには、いまあるプロ野球がいかなる過程を経てきたのかを考察することが求められよう。このような観点から筆者は、長期的な視野からプロ野球産業構造の変遷を研究している。本稿の構成は以下の通りである。2節では日本プロ野球を構成するセントラルリーグとパシフィックリーグの特徴を描き、その後に統計データを利用することにより日本のプロ野球の現況について観察する。ついで3節では近年進展しているプロ野球の地元密着の動きを、4節では国際リーグ化の動きを追う。そして最後に、今後のプロ野球再生のための方策を簡単に述べてむすびとする。

4) Yamamura and Shin (2005 a; 2005 c) では、プロ野球とJリーグが代替的な関係にあることが示された。

図2 都道府県で好意度が1位となっているプロ野球球団



2. セ・リーグとパ・リーグの特徴

(1) 概観

2リーグを構成している、セリーグとパリーグの特徴を考えてみよう。かつて「人気のセ、実力のパ」という表現があった。実力面はともかく、現在においてもジャイアンツが属するセリーグは人気の面でパリーグを上回っているという印象がある⁵⁾。実際にビデオリサーチ社による調査では図2に示されているようにジャイアンツファ

5) Yamamura and Shin (2005 a) では、読売巨人の存在がプロ野球そのものの認知度を高め、結果的にプロ野球全体発展を促進したことが明らかにされている。つまり、読売巨人は産業発展における entrepreneur あるいはリーダーとして存在したといえよう。

表1 都道府県別読売ジャイアンツ好意度

上位10都道府県			下位10都道府県					
順位	県	(%)	順位	県	(%)	→	トップスコアの球団	(%)
1	栃木県	60.1	47	広島県	15.6	→	広島カープ	70.4
2	茨城県	57.7	46	愛知県	19.4	→	中日ドラゴンズ	58.4
3	山梨県	57.2	45	福岡県	19.9	→	福岡ダイエーホークス	82.1
4	秋田県	56.3	44	大阪府	20.6	→	阪神タイガース	61.7
5	福島県	54.8	43	兵庫県	20.8	→	阪神タイガース	62.7
6	群馬県	54.5	42	奈良県	22.0	→	阪神タイガース	58.5
7	山形県	54.0	41	京都府	23.2	→	阪神タイガース	55.2
8	青森県	52.9	40	岐阜県	25.0	→	中日ドラゴンズ	48.9
9	宮城県	52.9	39	滋賀県	26.6	→	阪神タイガース	54.0
10	岩手県	52.2	38	和歌山県	28.1	→	阪神タイガース	55.5

出所：http://www.videor.co.jp/data/member/newspaper/jread0406/index.htm

ンは全国満遍なく地理的に分布していることがわかる。とりわけ、関東より東側の地域においては、圧倒的にジャイアンツの人気の高いことがわかる。

これは、関東より東には長年プロ野球球団の本拠地が存在せず、地元密着型の野球ファンが存在しなかったことを表しているように思われる。これを裏付けるように、表1から他球団が本拠地を置いていない地方において、巨人の好感度が高く、一方地域に根ざしたプロ野球球団、例えばカープ、ドラゴンズ、ホークス、タイガースなどが立地している地域では、ジャイアンツ人気は低いことがわかる。おそらく、これらの地域の地元球団ファンはアンチジャイアンツファンと一致しているであろう⁶⁾。

表2では、世代や性別にごとの最人気球団が示されている。ここからは世代や性別を問わずに、ジャイアンツが最も人気があることがわかる。ただし多くの場合、2位にはタイガース、3位にはホークスがある。それぞれ京阪神地域、福岡地域において圧倒的な人気を誇る球団であり、地元ファンに支えられた球団である。

6) 日本ハムファイターズは2004年から東京から札幌へと本拠地を移し、熱狂的なファイターズファンが多く存在しているような印象を受ける。筆者が札幌に在住していた頃はプロ野球球団がなく、野球に関心のある人の大多数派ジャイアンツファンだった。野球に関して、札幌は典型的な日本の「地方都市」の特徴を持っていたといえよう。そのような中で何故かアンチファンだった筆者は、変わり者の部類に入っていたのだろう。

表2 好きなプロ野球球団（上位5球団）

〈個人全体〉		〈男性計〉		〈女性計〉	
読売ジャイアンツ	38.3	読売ジャイアンツ	38.8	読売ジャイアンツ	37.7
阪神タイガース	27.2	阪神タイガース	29.1	阪神タイガース	25.2
福岡ダイエーホークス	16.6	福岡ダイエーホークス	18.3	福岡ダイエーホークス	14.8
中日ドラゴンズ	7.4	中日ドラゴンズ	8.9	ヤクルトスワローズ	5.9
西武ライオンズ	6.6	西武ライオンズ	8.5	中日ドラゴンズ	5.9
〈15～19歳〉		〈20代〉		〈30代〉	
読売ジャイアンツ	36.9	阪神タイガース	29.1	読売ジャイアンツ	34.2
阪神タイガース	29.1	読売ジャイアンツ	28.7	阪神タイガース	25.8
福岡ダイエーホークス	15.2	福岡ダイエーホークス	11.4	福岡ダイエーホークス	13.7
ヤクルトスワローズ	7.2	中日ドラゴンズ	7.6	中日ドラゴンズ	6.9
西武ライオンズ	7.1	西武ライオンズ	6.7	西武ライオンズ	6.1
〈40代〉		〈50代〉		〈60代〉	
読売ジャイアンツ	41.0	読売ジャイアンツ	45.0	読売ジャイアンツ	42.3
阪神タイガース	23.0	阪神タイガース	24.5	阪神タイガース	33.7
福岡ダイエーホークス	18.7	福岡ダイエーホークス	18.3	福岡ダイエーホークス	21.6
中日ドラゴンズ	6.0	中日ドラゴンズ	7.9	中日ドラゴンズ	9.1
ヤクルトスワローズ	5.7	ヤクルトスワローズ	7.2	ヤクルトスワローズ	8.6
西武ライオンズ	5.7				

スコアの単位は全て%

出所：http://www.videor.co.jp/data/member/newspaper/jread0406/index.htm

このような状況であるが、ジャイアンツのような突出した人気チームやその他幾つかの人気球団の存在だけが、プロ野球人気を高めるわけではなからう。例えば、同一リーグ内で実力の拮抗したチームがスリリングな試合を行うことは、観客にドキドキ感を与え、関心を集めるであろう。つまり、個々の試合結果が見えにくいばかりでなく、多数の球団に優勝のチャンスがある場合おのずとペナントレースへの関心を誘うであろう。

(2) クラスター分けによるチーム力拮抗程度の分析

チーム間の戦力の違いは、さまざまな要因によっているであろう。その一つとして、選手の限界生産性をあらかず賃金があげられよう。図3(1)、図3(2)、図3(3)はそれぞ

図 3(1) パリーグの選手年俸のカーネル密度関数 (1996-2004)

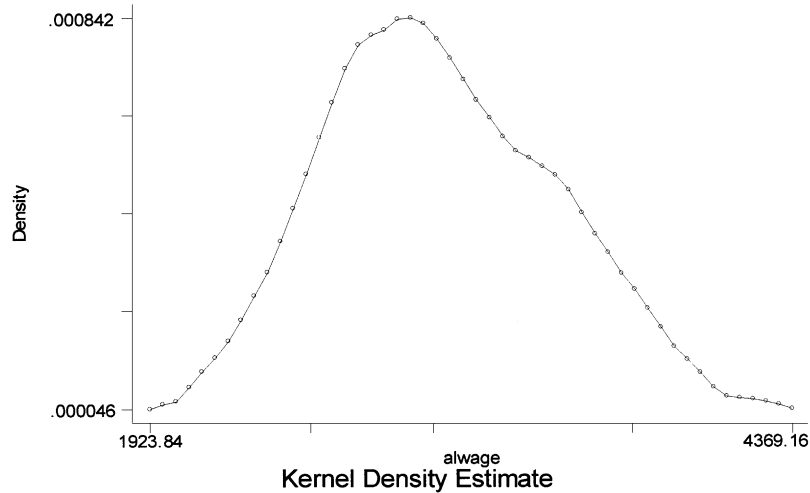
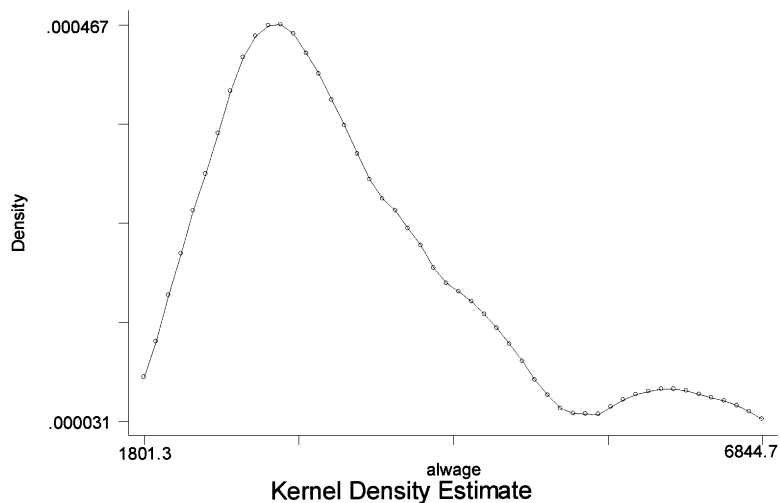
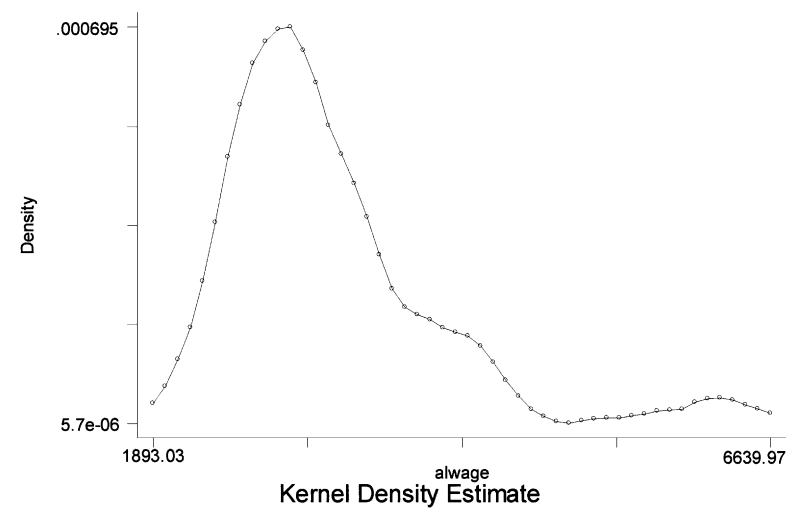


図 3(2) セリーグの選手年俸のカーネル密度関数 (1996-2004)



れ、1996~2004年のパリーグ、セリーグ、全体のチーム平均年俸の分布をノンパラメトリックな手法の一つである、カーネル密度関数で表したものである⁷⁾。ここからは、パリーグは正規分布に近い形状であるのに比べてセリーグでは、左側に偏った分布で

図 3(3) 全体の選手年俸のカーネル密度関数 (1996-2004)



(資料)『別冊宝島 ナンバーワンデータブック プロ野球パーフェクトデータ 選手名鑑2005, 2001』宝島社

あることがわかる。

ついで、同期間のチーム平均年俸の変動係数を、それぞれ全体、リーグを分けてプロットしたのが図 4(1)、図 4(2)に示されている。これらから読み取れるのは、パリーグに比べてセリーグのほうがチーム間のチーム平均年俸のバラツキが大きいということである。一般にセリーグではジャイアンツのような人気球団では、突出した年俸を払うことによって有力選手を集めているという印象がある。統計図によって示されている結果はこのような印象が客観的にも正しいことを示している。しかし、ここで観察したチーム平均年俸は実際にどの程度勝率に影響を与えているのであろうか。

図 5(1)、図 5(2)、図 5(3)はそれぞれ、1996~2004年のパリーグ、セリーグ、全体のチーム平均年俸と勝利率の関係を散布図で表したものである。横軸は平均年俸、縦軸は勝率をとってある。いずれの図においても、平均年俸が高いほどチームの勝率が高まるという、両変数の間に正の相関があることを表している。ここから、高額な年俸を払って、生産性の高い選手を獲得しているチームほど、勝率が高まるということが

7) カーネル密度関数については Deaton (1997), pp.171-180を見よ。

図 4(1) 全体の選手賃金の変動係数の推移 (1996-2004)

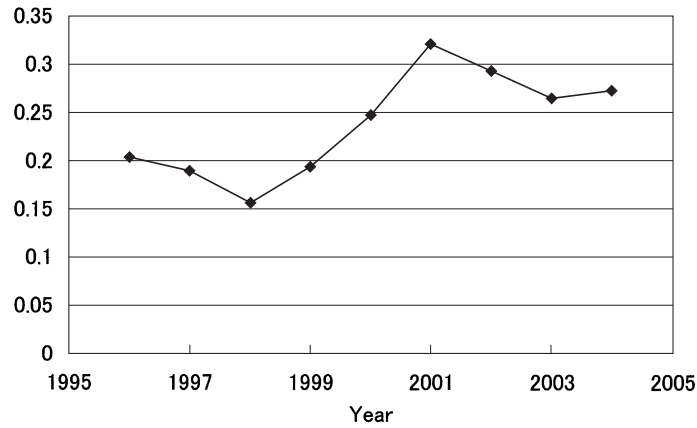
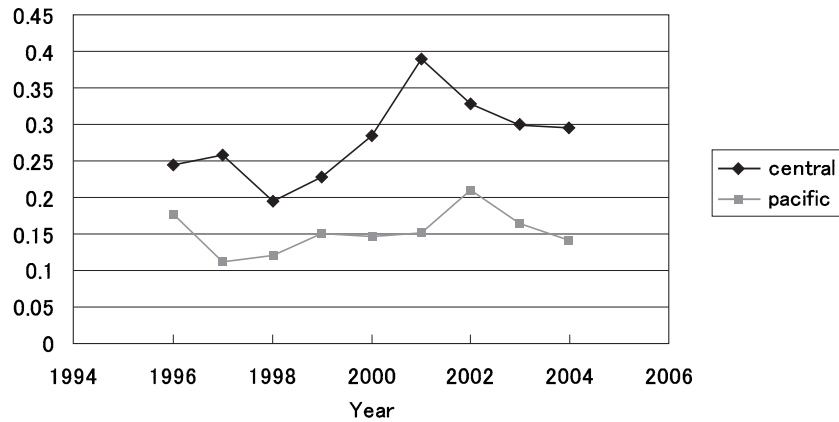


図 4(2) セ・パ両リーグ選手賃金の変動係数の推移 (1996-2004)



(資料)『別冊宝島 ナンバーワンデータブック プロ野球パーフェクトデータ 選手名鑑2005, 2001』宝島社

わかる。さらに、パリーグの図 5(1)はセリーグ図 5(2)よりも、正の相関が強い。したがって、パリーグチームのほうが、選手の生産性に応じてより適正な年俸の設定をしていることを示唆している。例えば、近年のジャイアンツなどは高額年俸でよく話題になるが、これに比べて勝率が低い印象がある。実際に図 5(2)の右側にあるジャイアンツをあらわすと考えられる 5つのサンプルは年俸が高い割に勝率が低く、このチー

図 5(1) パ選手平均年俸と勝率の関係 (1996-2004)

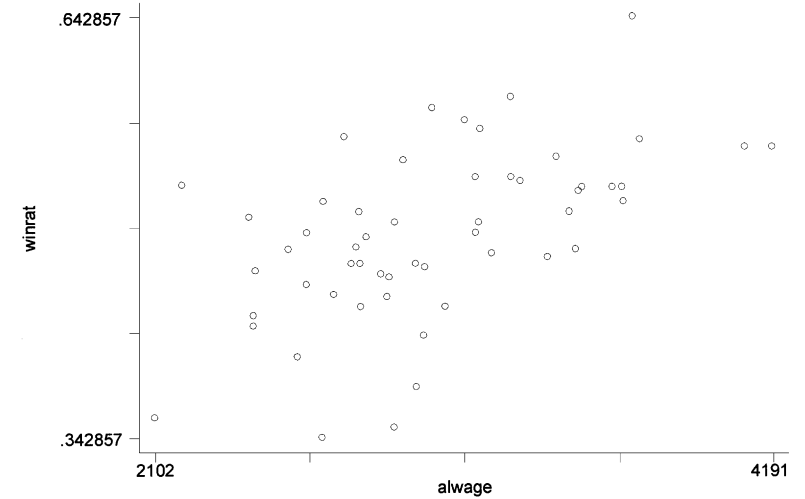
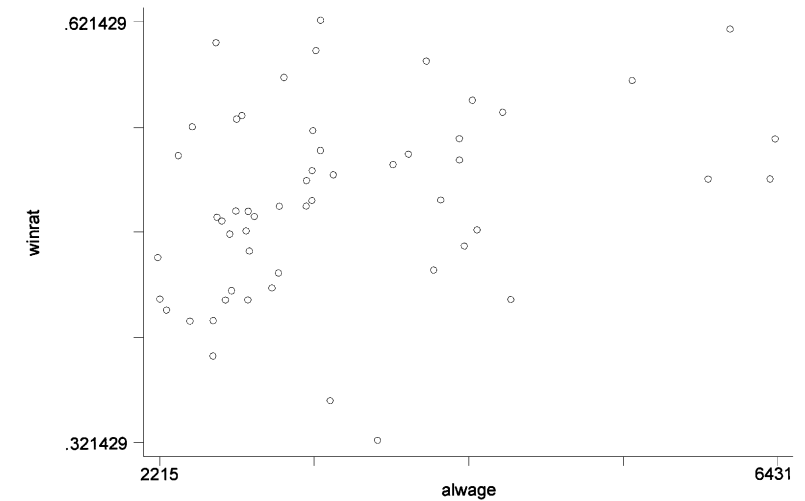
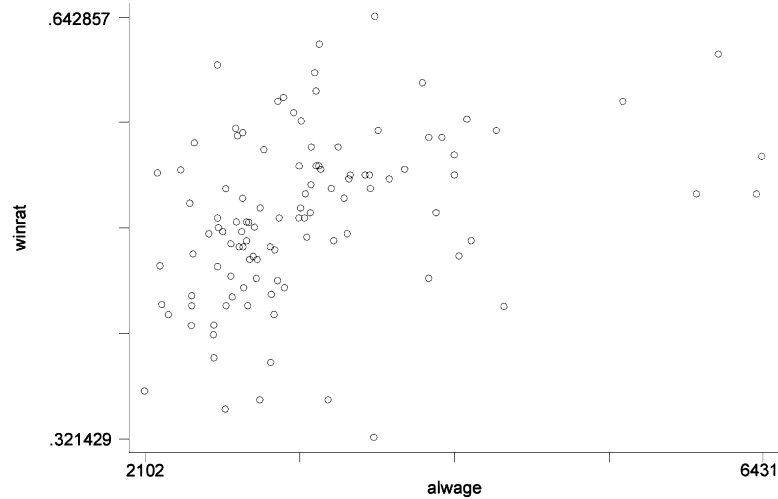


図 5(2) セ・チーム選手平均年俸と勝率の関係 (1996-2004)



ムの勝率がより高ければ、正の相関はより強く出てくるであろう。以上のセリーグとパリーグのチーム年俸と勝率の相関の度合いの違いは、このような印象をある程度サポートしているのかもしれない。なお、メジャーリーグにおいても、Blue Ribbon Panel

図5(3) 全体チーム選手平均年俸と勝率の関係 (1996-2004)



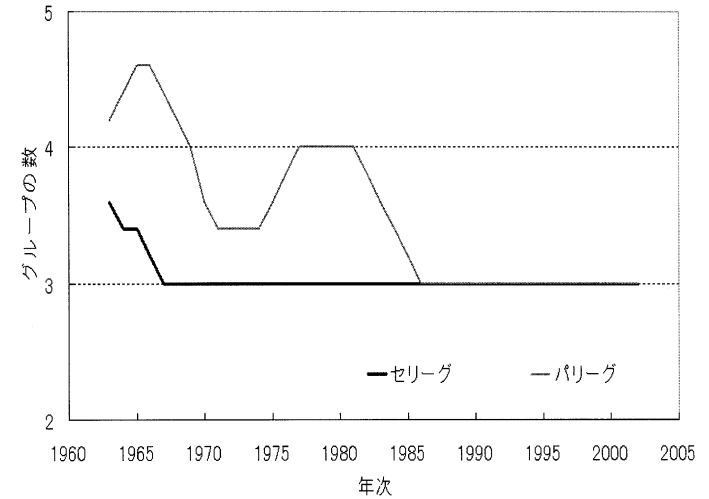
(Levin et al., 2000)において、チーム間の年俸の差が、そのままチーム間の勝率の不均衡をもたらすと指摘された。

そこで、筆者は2リーグ制が導入されてから、リーグ内での実力の拮抗の度合いを計測してみた⁸⁾。一定の期間のチーム勝率を統計的手法により、グループ分けし、そのグループの数を指標とする。例えば、リーグ内で、6チームの間にそれぞれ顕著な勝率の差が観察されるなら、リーグは6グループに分けられる。つまり、実力が似ていて1つにまとめられるチーム同士が存在しないことを意味する。あるいは、高勝率チームのグループと低勝率チームのグループに統計的に2分されるならば、リーグは2グループに分けられる。もしも、6チーム間の勝率の差がほとんどないなら、6チームが1つのグループにまとめられる。つまり、グループが少なくなるほど、リーグ内での実力のばらつきが小さくなると解釈できる。

図6は横軸に年次、縦軸にグループ数をとったものである。グループ数は特定年次とその年次の前後2年、つまり、5年間の平均を取った。セリーグは、ほぼ一貫して3つのグループに分けられる(ジャイアンツとその他2つのグループ)。一方、パ

8) ここでの計測方法はHobijin and Franses (2000)の手法を用いている。実際に推計を担当したのは共同研究者である申氏で、Yamamura and Shin (2005 b)において示したものの概略を描いたものである。

図6 セリーグとパリーグの比較



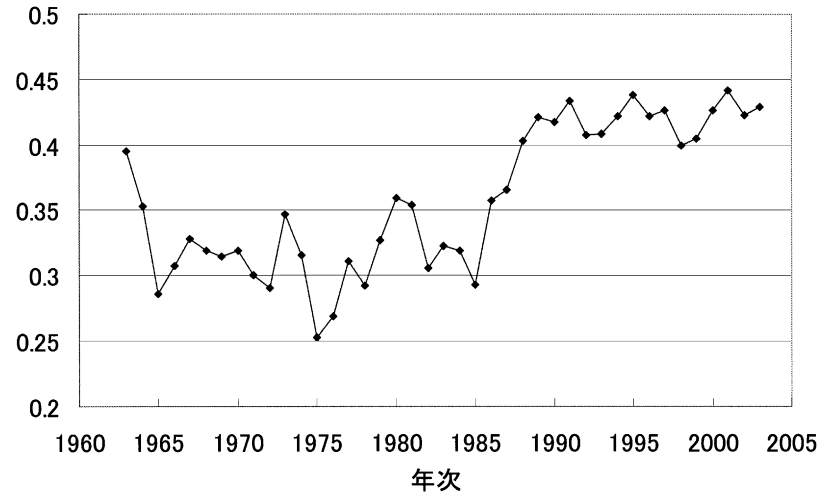
リーグでは、最初は5つのグループが存在しているが、徐々にその数は減少し、2002年には3グループになる。これらの結果は、セリーグにおいては一定の実力差が縮まらないが、パリーグは実力差が縮小していくことを示している。もしもリーグ内の実力差が小さくなり、ペナントレースが盛り上がるほど観客数が増加するなら、セリーグよりもパリーグの観客数の伸びは大きくなるであろう。

これを調べるための指標として、セリーグとパリーグの観客動員数の比率(パ観客数/セ観客数)を示した図7がある。最もセとパの観客動員数の差が大きくなった1975年であるが、徐々に差は縮小していき2003年には最大となる。この結果は2003年においてもパリーグの観客動員はセリーグの観客動員よりも大幅に小さいが、相対的な観客動員数の伸びはパリーグの方が高いことを示している。このようにセリーグとパリーグの間には、チーム間の実力のばらつきの変遷に顕著な違いと観客動員数の差の縮小が観察される。

以上の結果を総合すると、長年ジャイアンツ人気に依存してきたセリーグに比べ、パリーグはより競争的なペナントレースを展開するようになってきたため、観客数を伸ばしてきたと解釈できよう。また、かつてのようにジャイアンツ人気に頼ったやり方では、観客動員は頭打ちとなっているという解釈もできよう。

このように分岐点に立っているプロ野球産業であるが、プロ野球関係者が全く手を

図7 セリーグとパリーグの観客動員数の比較



こまねいているわけでは無い。プロ野球再生の方法として、新たな試行がプロ野球産業においてみられる。その中でも着目すべきものとして、現在進行している地元密着型のチーム運営と、国際リーグ化やワールドカップの野球版と言われる WBC の動きを検討してみよう⁹⁾。

3. 地元密着型プロ野球への動き

夕食時の家族の団欒、あるいは盛り場のサラリーマンが交歓の場には、テレビが置かれそこからは、ジャイアンツ戦のプロ野球中継があった。そして、翌日の挨拶代わりに大人も子供前日のプロ野球の試合結果を話題にしていた。昭和の時代にはファンであろうとアンチファンであろうと日常生活の中に、プロ野球中継は存在した。ジャイアンツの試合は、ほぼ毎試合全国にテレビ中継されていた。プロ野球チームの本拠地ではない地方においては、圧倒的にジャイアンツファンの比率が高かったといえよう。

9) 検討すべき課題は他にも数多くある。例えば制度的な側面として、ドラフトのウェーバー制を導入することは、チーム間の戦力を均衡させ、対戦の面白くさせリーグ戦を盛り上げるだろう。

しかしながら、最近のプロ野球の構造変化は、このような不均衡なファン層の構成が徐々に変化していることを示している。楽天イーグルスが誕生した仙台では、連日ファンによる暑い声援が最下位チームに向けられている。この仙台はもともと圧倒的に巨人ファンが多いことで知られていたという。それが、交流戦において巨人戦が行われた際にはスタンドは楽天ファンに埋め尽くされた。同様の現象が、ファイターズを迎え入れた札幌にも起きている。地元有力企業の衰退とともに経済的に停滞する道産子にとって、ファイターズは、どれほど明るい話題を提供したことだろうか。

このような地元密着型プロ野球の動きは、西鉄ライオンズが去った後、長年本拠地チームを持たなかった福岡へホークスが移転してから始まっていたように思える。福岡に移転してからしばらくは低迷が続いたホークスを支えたのは地元ファンによる熱狂的な応援であった。このような応援が、ホークスを強豪チームに育てた要因の1つであろう。もともとは首都圏や関西圏に集中して本拠地を置いていたプロ野球球団が、新たなファンの獲得のため地方都市へと移転していった。その結果、各地において地元密着型のファン層が形成されていったのである。

企業主導型のスポーツであったプロ野球であるが、昨年よりその限界がしばしば指摘されている。スポンサー企業にとってプロ野球の存在意義の一つとして上げられるのは、スポンサー企業の宣伝効果である。「球団は言わば親会社の『広報宣伝運動部』。巨人ですらその立場は同じだ。各球団ともプロと名乗ってはいるが、バレーボールやバスケットボールなど企業アマチュアチームと運営上の目立った違いは規模の大きさに過ぎない」(日本経済新聞社編, 2005. p.229) のである。

プロ野球の『広報宣伝運動部』化の状況は、さまざまな要因によっているであろう。その要因の一つとして、「1954年の国税庁通達『職業 野球団に対して支出した広告宣伝費等の取扱いについて』」において、「子会社の球団の赤字補填を親会社の広告宣伝費として認め」(日本経済新聞社編, 2005. p.229) た事実がある。日本におけるプロ野球球団の『広報宣伝運動部』化は、上記の制度的条件の下で促進されたのである。

対照的にJリーグでは企業は前面に出ず、地元密着型のリーグ運営をしてきた。しかしながら、実のところプロ野球の(特にパリーグ)において、地元ファン層の獲得を目指す動きが、始まっているのである。一元化から多様化への移り変わりは、首都圏集中型の1元的産業構造から、地方の中核都市を核とした多元的産業構造への移り変わりに対応している。

現ソフトバンクホークスの監督、王貞治氏は周知のごとく世界一のホームランを放

ち、ジャイアンツの黄金期を長嶋茂雄氏と築いている¹⁰⁾。さらに、ジャイアンツの監督も経験している。王氏はセ・パの両リーグの、そして東京と福岡という中央と地方の監督を経験していることになる。また時代的には、プロ野球人気全盛期から衰退期と考えられる現在まで、プロ野球の中心的役割を果たしている。このような経歴からして、プロ野球全体の将来への視野は幅広く確かなものがある。

「王監督が描くチーム作りには、常に『地元』というキーワードがある」（永谷、2005）という。その王氏が語ったところによれば、「うちは主力の松中も城島も九州出身ですしね。地元で育った人間が主力を張り、その脇を苦勞した人間が固めれば、チームの味も出るし、ファンも応援しようという愛着がわくでしょう」（永谷、2005）という。実際に選手起用は地元ファンを意識したものになっている。例えば「西武を自由契約になり入団した宮地克彦は3割を打っているし、吉武真太郎は12年目で中継ぎエースに成長するなど、博多っ子の情に訴えるベテラン起用も多い」（永谷、2005）のである。

王氏がかつて選手時代をおくり、監督をつとめたジャイアンツについては、「大阪の人間が阪神であるように、ミスター（長嶋氏をさす）にしても僕にしても『東京で育った人間は東京が地元』みたいな気持ちがあったけれど、巨人は全国区を目指しすぎてフランチャイズを失ってしまった結果、ファンにとって愛着の持ちにくいチームになってしまったんじゃないでしょうか」（永谷、2005）という。読売グループの『広報宣伝運動部』であるジャイアンツに長年籍を置いた王氏も、地元密着型への方向の重要性をといているのである。このような地元ファン重視の方向性は、コミュニティの *Social capital* により生み出される需要を喚起し、プロ野球産業の再生を促すという

10) 長嶋茂雄氏の人気は今も絶大であると思われる。これまでも、プロ野球人気の浮沈のキーマンと考えられてきた。その長嶋氏が2004年3月より脳梗塞のため病床にあった。おそらくジャイアンツ人気回復のために、2005年7月3日に久しぶりにファンの前に姿を現した。しかしながら、長嶋氏人気による観客動員効果はその後続かず、7月13日のジャイアンツ対中日戦では、平均視聴率が2005年で最低の6.0%（ビデオサーチ社調べ、関東地区）にまで落ち込んでしまった。すでに、プロ野球はこれまでのように個人のカリスマ性に頼ることで、人気回復が図れる状況には無いことを示している。そして、プロ野球全体としての人気回復のシステムを構築していくことの重要性が明らかになったといえよう。

週刊文春に掲載された記事の「王貞治が語った球界危機『もう長嶋さんに頼るのは止めようよ』』というタイトルや内容からもわかるように、長嶋氏と ON 砲を組んだ王氏自身も、現場レベルから個人のカリスマ性に頼ることの限界を深く実感し、新たなプロ野球像を提起しようとしていることがうかがわれる。

Jリーグでとられた戦略と共通している（*Social capital* については、山村（2005）を参照せよ）。

4. プロ野球の国際リーグ構想

Jリーグの成功要因はコミュニティレベルでのファン獲得とともに、海外チームとの国際試合の開催があげられよう。Jリーグによって国際試合の面白さを知った人々にとっては、国内で閉塞したリーグ戦を行うスポーツへの関心は低下するであろう。このような需要動向にあわせて、「アイスホッケーは2004年-2005年シーズンから日本リーグを発展的に解消、アジアリーグに生まれ変わった」（日本経済新聞社編、2005. p.230）。

プロ野球人気の低下はアメリカや韓国においても顕在化し、プロ野球産業が大きな岐路に立たされている（山村、2005）。本稿の冒頭で記したように、野球競技がオリンピックからも除外された。このような状況下で、プロ野球産業が国際的に衰退する方向にあり、各国に共通した課題として人気回復のために、何かの方策を立てる必要に迫られている。

サッカーほど競技として普及していない野球であるが、プロスポーツの国際化の流れに沿ってきている。「日本の提案をきっかけに、アジアのナンバーワンを決める『アジアクラブ・チャンピオンシップ（日本、韓国、台湾、中国のリーグ優勝4チームが参加予定）』が2005年11月に初開催されることが内定した」（日本経済新聞社編、2005. p.70）。さらに、ロンドン・オリンピックの競技からの野球が除外されることが決定された直後に、米大リーグ機構（MLB）は次の発表を行った。2006年3月に「初開催する野球の国別対抗戦、ワールド・ベースボール・クラシック（WBC）の概要を発表した。…16カ国・地域が参加。…WBCはサッカー・ワールドカップ（W杯）の野球版。3Aクラス以下の出場となった五輪と異なり、メジャーで活躍する各国のトップ選手が出身国・地域に分かれて参加、覇を競う」（日本経済新聞社、2005年7月12日）。ただし、今のところ日程の問題などから、日本の参加は微妙な情勢である。

いずれにしてもメジャーリーグの優勝決定戦に過ぎなかった *World Series* が、サッカーのように真の世界一を競うこととなる。WBCは世界的にみて衰退に向かいつつある野球を、再生するためのイノベーションと捉えられよう。なによりも、一国主義で動くアメリカが先導して世界を開催せざるを得なかったという事実が、野球産業が

直面する需要減少の度合いをあらわしている。ちなみに、類似の傾向は日本国内において、「パリーグの意見には耳を傾けなかったセリーグがプレーオフの導入をはじめ、パリーグに同調しようとしている。それも巨人が真っ先に動き出した」（永谷，2005）という。メジャーリーグやセリーグのこのような戦略の転換は、産業衰退の状況下で先導的な立場にあった存在が周囲の状況にあわせるようになっている点で一致している。

オリンピックの競技種目から除外されてしまった野球ではあるが、WBCはサッカーのW杯のように、野球を世界的なスポーツになしえることが可能なのだろうか。もともと世界的に見て競技人口の少ない野球をどのようにして魅力的にするのか。これは今後も注目すべき課題であろう。

おわりに

プロ野球ファンはチーム間の実力が拮抗し面白みのある対戦を望んでいる。今シーズンからはセパのリーグを超えて、交流戦が取り入れられる。異なるリーグのチームの対戦は、マンネリ化した同一リーグ内の対戦にはない興味深さがある。1997年よりメジャーリーグでは交流戦が行われるようになった。1999年シーズンにおけるメジャーリーグ交流戦の観客動員効果を分析した Butler (2002) では、リーグ内の試合に比べて交流戦は7%ほど観客動員が多かったことが示されている。アメリカにおいては交流戦が野球人気を高める効果を持っていたことがわかる。アメリカと日本では状況が違うとはいえ、日本においても人気回復のための有効な方策であるように思われる。

交流戦の成績はペナントレースの順位に組み込まれるために、オープン戦やオールスター戦などとは違い真剣勝負が展開される。レギュラーシーズンの開幕権を持たなかった球団が交流戦を本拠地で開幕する。また、期間中の勝率1位球団は賞金5千万円、1位球団のなかから選ぶ MVP は賞金2百万円を手にすることが出来る。このように、交流戦にはさまざまな工夫がある。新味のある対戦はファンの胸を躍らせるだろう。実際にプロ野球交流戦2日目には6試合が行われ、そのうち3球場で今期最多の入場者数を記録した（『日本経済新聞』5月8日付記事）。この結果は交流戦がファンにある程度支持されていることを示している¹¹⁾。

プロ野球市場における需要の変化は、産業構造変化を加速させていくであろう。ア

メリカにおいては、バスケットボール、アメリカンフットボールなど代替的なプロスポーツ産業が存在し、大リーグは早くから競争圧力にさらされてきた。このような市場環境のもと、ファンサービスなどの取組みは非常に積極的である。

一方、長年独占力を発揮してきた日本プロ野球産業において、これまで球団は、ファンサービス等当然と思われる企業努力を怠ってきたのである。とりわけ、セリーグの人気球団では「殿様商売」が成り立っていたといえよう。それがJリーグのプロスポーツ産業への参入により、野球に独占されていたプロスポーツ産業の市場を競争的にしたのである。

このような競争圧力のもと、今年になってアメリカ大リーグに倣ってファンサービスや交流戦の実施など、日本プロ野球においても目にみえる形でファン獲得のための取組みを始めた。今後はアメリカ大リーグばかりでなく、世界各地のプロスポーツ産業の中から望ましいビジネスモデルを吸収していくことが重要であろう。急速なファン離れが進む中、プロ野球が産業として成立していくためには、さらなるファンサービスの充実や熱い戦いを誘発するような制度変革を進めていくことが求められる。

今年は、球界改革元年と言われている。今こそ、プロ野球関係者は「市場の声」（Hirschman, 1970）に真摯に耳を傾けるべきであろう。面白みのあるプロスポーツは、何も野球ばかりではないのだから。

参考文献

英語文献

- Allen, R. S. (2002). "Many Dimension of Competitive Balance," *Journal of Sports Economics*, Vol.3, pp.204-228.
- Allen, R. S and J. J. Siegfried. (2004). "Thinking about Competitive Balance," *Journal of Sports Economics*, Vol.4, pp.255-279.
- Brad, H. (2004). Comments on "Thinking about Competitive Balance," *Journal of Sports Economics*, Vol.4, pp.284-287.
- Butler, M. R. (1995). "Competitive Balance in Major League Baseball," *American Economist*, Vol.39, pp.46-52.
- Butler, M. R. (2002). "Interleague Play and Baseball Attendance," *Journal of Sports Economics*, Vol.3, pp.320-334.

11) しかしながら、交流戦全体の分析をした (Yamamura and Shin 2005 c) では、パリーグの本拠地開催ゲームは、セリーグ本拠地ゲームと比べて、約1万人弱入場者数が少ないことが示されている。このことは、やはりパリーグよりもセリーグの人气が勝っていることを示している。

- Deaton, A. (1997). *Analysis of Household Survey : A Microeconomic Approach to Development Policy*, Baltimore : Princeton University Press for the World Bank.
- Depken, C. A. (1999). "Free Agency and the Competitiveness of Major League Baseball," *Review of Industrial Organization*, Vol.14, pp.205-217.
- Eckard, E. W. (2001). "Free Agency, Competitive Balance and Diminishing Returns to Pennant Contention," *Economic Inquiry*, Vol.39, pp.430-443.
- El Hodiri, M and J. Quirk. (1971). "An Economic Model of a Professional Team Sports League," *Journal of Political Economy*, Vol.79, pp.265-299.
- Hobijin, B and P. H. Franses. (2000). "Asymptotically Perfect and Relative Convergence of Productivity," *Journal of Applied Econometrics*, Vol.15, pp.59-81.
- Horowitz, I. (1997). "The Increasing Competitive Balance in Major League Baseball," *Review of Industrial Organization*, Vol.12, pp.373-387.
- Humphreys, B. R. (2002). "Alternative Measures of Competitive Balance in Sports Leagues," *Journal of Sports Economics*, Vol.3, pp.133-148.
- Hirschman, A. (1970). *Exit Voice and Loyalty : Responses to Decline in Firms, Organization, and States*. Harvard University Press.
- La Croix, S. J and A. Kawamura. (1999). "Rule Changes and Competitive Balance in Japanese Professional Baseball," *Economic Inquiry*, Vol.37, pp.353-368.
- Lee, Y. H. (2004). "Competitive Balance and Attendance in Japanese, Korean, and U. S. Professional Baseball Leagues," In *International Sports Economics Comparisons*, ed. Fort, R and J. Fizel. London : Praeger.
- Lee, Y. H and R. Fort. (2005). "Structural Change in MLB Competitive Balance : The Depression, Team Location, and Integration," *Economic Inquiry*, Vol.43, pp.158-169.
- Leo, H. K. (2004). Comments on "Thinking about Competitive Balance," *Journal of Sports Economics*, Vol.4, pp.288-291.
- Levin, R.C., G. J. Mitchell., P. A. Volcker and G. F. Will. (2000). Blue Ribbon Panel on Baseball Economics, [http : //www.majorleaguebaseball.com/u/baseball/mlbcom/pressrelease/blueribbon_release.htm](http://www.majorleaguebaseball.com/u/baseball/mlbcom/pressrelease/blueribbon_release.htm).
- Ohkusa, Y. (1996). "The Relationship between Supervisor and Workers : the Case of the Professional Baseball in Japan," *Japan and World Economies*, vol.8, pp.475-488.
- Ohkusa, Y. (1999). "Additional Evidence for the Career Concern Hypothesis—the Case of Professional Baseball Players in Japan—," *Applied Economics*, pp.1481-1487.
- Ohtake, F and Y. Ohkusa. (1994). "Testing the Matching Hypothesis : The Case of Professional Baseball in Japan with Comparisons to the United States," *Journal of Japanese and International Economies*, Vol.8, pp.204-219.
- Rodney, F. (2004). "Thinking (Some more) about Competitive Balance," *Journal of Sports Economics*, Vol.4, pp.280-283.
- Rottenberg, S. (1956). "The Baseball Players' Labor Market," *Journal of Political Economy*, Vol.64, pp.242-258.
- Sandy, R., P. J. Sloane and M. S. Rosentraub. (2004). *The Economics of Sport : An International Perspective*, New York : Palgrave MacMillan.
- Schmidt, M. B. (2001). "Competition in Major League Baseball : The Impact of Expansion," *Applied Economics Letters*, Vol.8, 21-26.
- Schmidt, M. B and D. J. Berri. (2001 a). "Competition and Attendance : The Case of Major League Baseball," *Journal of Sports Economics*, Vol.2, pp.147-167.

- Schmidt, M. B and D. J. Berri. (2002). "Competitive Balance and Market Size in Major League Baseball : a Response to the MLB's Blue Ribbon Panel," *Review of Industrial Organization*, Vol.21, pp.41-54.
- Schmidt, M. B and D. J. Berri. (2003). "On the Evolution of Competitive Balance : The Impact of an Increasing Global Search?" *Economic Inquiry*, Vol.41, pp.692-704.
- Schmidt, M. B and D. J. Berri. (2004 a). "Convergence and Clustering in Major League Baseball : the Haves and Hve Nots?," *Applied Economics*, Vol.36, pp.2007-2014.
- Schmidt, M. B and D. J. Berri. (2004 b). "The Impact of Labor Strikes on Consumer Demand : An Application to Professional Sports," *American Economic Review*, Vol.94, pp.344-357.
- Schmidt, M. B and D. J. Berri. "Concentration of playing Talent : Evolution in Major League Baseball," Forthcoming in *Journal of Sports Economics*
- Scully, G. W. (1974). "Pay and Performance in Major League Baseball," *American Economic Review*, Vol.64, pp.915-930.
- Scully, G. W. (1995). *The Market Structure of Sports*. Chicago : University of Chicago Press.
- Yamamura, E and I. Shin. (2005 a). "The Influence of a Leader and Social Interaction on Attendance : The Case of Japanese Professional Baseball League, 1952-2003," mimeo.
- Yamamura, E and I. Shin. (2005 b). "Competitive balance, Attendance and Convergence : The Case of Japanese Professional Baseball League," mimeo.
- Yamamura, E and I. Shin. (2005 c). "Inter-league play and its effects on attendance : The Case of Japanese Professional Baseball League in 2005," mimeo.

和文献

- 宝島社編 (2001, 2005) 『別冊宝島 ナンバーワンデータブック プロ野球パーフェクトデータ選手名鑑』宝島社
- 永谷修 (2005) 「王貞治が語った球界危機『もう長嶋さんに頼るのは止めようよ!』」『週刊文春』7月21日号, 152-154頁
- 日本経済新聞社編 (2004) 『球界再編は終わらない』日本経済新聞社
- 山村英司 (2005) 「日本プロ野球改革と韓国プロスポーツ産業市場 : 地域開発と日韓プロ野球産業再生への道」 mimeo.