

長引く経済不況の影響でプロ野球も厳しい。横浜ベイスターズの球団売却問題は、2004年に起きた球界再編以降、規制緩和や地域密着を進めてきたプロ野球界において頭の痛い問題だろう。横浜は東京と肩を並べる主要都市であり、人口も多い。スタジアムが駅前、繁華街のど真ん中にある好立地を考えれば球団運営に必要な条件は揃（そろ）っていたはずである。オーナー（株主）であるTBSSグループの業績悪化が原因だと言われれば仕方ないことではあるが、企業論理の中で球団存続の可否が決まる悪循環はどうにかして

SPORTS MUST CHANGE

谷塚 哲



いきたいものである。

2019年に開催されるラグビー・ワールドカップ（W杯）の雲行きも怪しい。過去6回のW杯は欧州、南半球のラグビー先進国で開催されていたため、入場料収入で収支が成り立ってい

の赤字が予想されているという。ラグビー普及の重点地域に位置付けられているアジアでの大会だけに日本のラグビー人気の本質が問われることになる。リーマンショック以降、政治不安、株安、円高等々

まずファン創出から

た。スポンサーや放映権等の収入はすべて国際ラグビー機構（IRB）の収入になるというルールがある以上、ラグビー途上国である日本大会においても期待できる収入の柱は入場料収入しかない。現状では数十億

の理由で景気は上向きにならない。ご存じの通り今、日本企業はスポーツを支援できる状況ではない。少し視点を変えてみよう。日本スポーツ界の浮上りのかぎは新しいスポンサー

い。新たなファンを創出することである。企業に頼らないビジネスモデルを構築するため以上にファンも収入も増やしていかなければならない。ターゲットはスポーツに興味のある人ばかりとは限らない。周りを見渡せば、むしろスポーツに興味のない人たちが多いかもしい。その興味のない人たちをどうやってスポーツのファンにするのか。そのためにはスポーツの上っ面だけでなく、もっとスポーツ自身が持つ本

来の価値を伝えていかなければならないのである。私たちの活動は目先の利益（資金）を獲得することだけが目的ではない。これから100年先まで続く日本スポーツ界の構築のために今がある。球団存続のために野球界は今、何をすべきなのか。入場者を増やすためにはラグビー界はこれからどんな取り組みをしなければならぬのか。その本質的な問いかけこそが、どん底の日本スポーツ界にとって今一番大事なことなのである。

（REGISTA有限責任事業組合代表）