

現在、日本の上場企業において経営陣が自社の株式を取得する「マネジメント・バイ・アウト(MBO)」による上場廃止が相次いでいるという。

本来企業が上場するということは、多くの資金調達が可能となり、企業にとつては有効な方法であると考えられていたが、最近の景気の低迷、株主の目、敵対的買収(M&A)など経営における不安材料がクローズアップされるようになり、企業としてはそれらの不安や負担に耐えるよりは、未上場となることである程度の経営の自由度を確保したい、という意図が経

# SPORTS MUST CHANGE

谷塚 哲



営陣にはあるようだ。

ソシオ制度で知られるスペインのスポーツクラブ、FCバルセロナ。1899年の創設以来、ソシオ会員(仲間)の会費が毎年クラブの基本財産となる。そして、6年に一度行われる会

存在する。

しかし、現会長となり、昨年末、クラブとして初めて「カタル財団」とスポーツンサー契約を締結した。増え続けるクラブ支出の一部について、他のクラブが行っているように今後はスポ

さず、「ソシオ会員には価値がある」と言いたい会員が多いようである。

得てして所有者や経営者たちは組織を自分たちの都合のよい方向に誘導したが、多額の資金や労力を提供しているからといえれば仕

## 「作る意識」に改革を

長選挙に投票する権利をソシオ会員に与えるなど、企業やスポンサーに頼らないクラブ運営を特徴としてきたクラブである。前会長によるソシオ会員拡大路線が功を奏し、現在では全世界で16万人ものソシオ会員が

ンサー広告で賄うことになったのである。その一方で、FCバルセロナでは新規ソシオ会員を制限しているという。なぜなら新しい会員が増えると、従来の会員価値が低下すると考えられており、だからこそ数を増や

方のないことだが、限られた者に有利な組織は、限られた者の利益のためにしか存在し得ない。それでは老若男女誰もが応援できる組織ではないのである。

それは簡単なことではない。しかし、今こそ従来の日本スポーツ界の常識をひっくり返さなければならぬ。時なのかもしれない。(REGISTA有責任事業組合代表)

16万人ものソシオ会員が

おり、だからこそ数を増や

すモデルとは何か。スポー

隔週土曜日掲載