

## スポーツビジネスの根幹はチケットセールスにあり。

株式会社 OSM International 代表取締役 会長  
岡本 佳文

私は、アメリカのメジャースポーツ界で長年マーケティングに携わってきた経験から、「チケットセールス」こそ、野球に限らず全てのスポーツビジネスにおける根幹であると考えています。スタジアムにお客さんが足を運んでくれることの恩恵は、スタジアム内でのグッズや飲食物の売上増加だけには留まりません。多くの人が見てくれるのならば、スタジアム内の看板広告など簡単に売れてしまいます。スタジアムに人が溢れる、魅力あるコンテンツならば、テレビ局の放映権購入意欲も高まります。スタジアム収容力の問題で試合を見にいけないファンやサポーター達は、テレビ観戦しますから、視聴率もとれるわけです。そして、球場に来たファン自身も、何万という大勢の観衆の中で応援することで、非日常的な空間を共有する喜びを感じ、再びスタジアムへ足を運びたいという気持ちになることでしょう。もちろん、一度スタジアムを訪れたお客さんが、また戻ってきたいと思えるサービスは当然大事ではありますが、まずはチケットセールスを上手に行うことが、スポーツ周辺にある全てのビジネスを連鎖的にうまくいかせる、好循環が起るわけです。当然、魅力あるコンテンツならば、そのチケットも売りやすくなることに間違いはありません。アメリカで球団経営に携わるのは、皆スポーツビジネスのプロ達です。チケットセールスのプロ、スポーツマーケティングのプロ、ゲームオペレーションのプロ。皆若いときからスポーツビジネスに携わり、身をもってスポーツビジネスを学んできた人たちで、スポーツ発展への情熱も、球団経営に関わる知識も豊富に持っています。当然、チケットセールスの重要性も心得ています。

それに比べて、日本では徐々に改善しつつあるとはいえ、まだまだそういったプロ達が少ないのが現状です。特に各球団で要職についていらっしゃる方々の多くは、球団親会社からの出向である場合が少なくありません。そのため、チケットセールスこそがスポーツビジネスの根幹であり、自分の球団のチケットセールスの部署に、もっと人員や予算を割くべきであるという発想がなかなか生まれてこないのです。

プロ野球球団がその経営を改善していきたいならば、まずはチケットセールスの部署を強化することです。セールススタッフが営業活動の中で直接お客さんから聞かされる話の中には、お客さんにチケットを買ってもらったための様々なアイデア（チケットのパッケージプランや魅力的なプロモーションの種）がたくさん詰まっています。また、営業中に寄せられる苦情の中には、顧客満足度をあげるためのヒントが隠されています。そういったことを無駄なく吸収し、改善していくことで、徐々にチケットセールスは伸び、先述したように、周辺のいろいろなビジネスも次第に好転していくでしょう。

一部の球団をのぞいて、大きな黒字が見込めないプロ野球球団の経営状態の中で、あえてチケットセールス部門にかけられるお金を増やすことは、大きな賭けのように聞こえるかもしれませんが、しかし、それは球団経営

に関わるビジネス全てを好転させるために、最も確実かつ基本的な方法なのです。

岡本 佳文（おかもと よしふみ）1966年岡山県岡山市に生まれ。岡山東商業高校で野球部に在籍。八木裕（元・阪神タイガース）と捕手としてバッテリーを組む。中央大学を卒業後、単身カナダへ。米マイナーリーグ 1A サリナス・スパースのフロント業務に従事し、同球団代表（GM）に就任（アメリカ 4 大スポーツでは、未だに唯一の日本人球団代表）その後、米マイナーリーグ 3A ポートランド・ビーバーズ、ディズニー・スポーツ・エンタープライズ社の NHL アナハイム・マイティダックス、NBA ニュージャージー・ネッツ等、野球・バスケットボールのメジャースポーツビジネスでの日本人初のディレクター業務を歴任。スポーツマーケターとして独立後は、アトランタ・オリンピック野球日本代表チームのサポート、ミネソタ・ツインズの環太平洋ディレクターも務める。2006年4月に株式会社 OSM International 代表取締役役に就任。2002年 きこ書房から『メジャーリーグに就職する方法』出版。

## インターン経験は、スポーツビジネスのスタート！

（有）キッズワールド  
田畑 信秋

アメリカのマイナーリーグのチームでのインターンを経験した私が、これからスポーツビジネスを背負って立つ若い人たちに贈るメッセージは、タイトルの通りインターンを経験することを目標にするのではなく、あくまでその先の自分の目標に向かってのスタート地点だということです。インターンの経験をより意味のあるもの、かつその後に生かすためにもそのスタート地点に立つまでにも様々な準備をしておく必要があります。英語は当然のことながら下記の点についてです。

- インターン後の具体的な自分の目標設定
- 日本のスポーツビジネスについての現状と問題点の知識。
- インターン経験後のための準備ができているか

これらの準備ができていないと、せっかくのインターン経験が十分に活かせず、インターンを経験したという事実だけが残るとてももったいない結果になってしまいます。その中で「人脈作り」は特に大事なことです。インターンはそれができる一番の機会ではないでしょうか。アメリカのマイナーチームにはアメリカの大学でトレーナーの勉強をして将来のために地道に下積み経験をしている日本人がたくさんいます。同じリーグの他チームなど身近な所にいるかもしれません。そんな日本人と知り合いになり色々な意味で情報交換をしていくことも大変貴重なことです。インターンの経験を活かすも殺すも全て自分次第。それを肝に銘じてどんどんチャレンジしてもらいたいと思います。自分のためにも、今後の日本のスポーツ界（スポーツビジネス）のためにも！

田畑 信秋（たばた のぶあき）プリバードカウンティーマナティーズ（フロリダステートリーグ・当時モントリーオールエクスボズ傘下 1A、現ミルウォーキーブルワーズ傘下）'03 ウィンターミーティングジョブフェア参加、'04,3月～9月インターンを経験。インターン終了後 '05～'06の2年間（株）楽天スポーツプロパティーズにて東北楽天ゴールデンイーグルスのグッズ部門でオフィシャルチームストアの運営に携わる。現在は（有）キッズワールドにて学童保育事業の運営に従事。

## 未来のスポーツビジネスマンへのメッセージ

---

インターナショナル・マネジメント・グループ 日本支社  
立田 一平

今、リアルなスポーツビジネスの世界に身を置くことで外からは見えない部分がより理解できるようになりました。例えば、野球選手のエージェントやスポーツイベントのスポンサーシップなどは良くニュースで聞いたり見たりする機会が多いことから、比較的知られている分野だと思えます。しかし、それらはスポーツビジネスのほんの一部であり、実際には外からは見えない部分で多くのビジネスが展開されています。これからスポーツビジネスの世界を目指すみんなにも様々なチャンスがあるので、自分がどの分野で活躍したいのかを絞りこむことで、はっきりとした目標が見えるはずで、興味のある分野の下調べや、そこに勤める方との人脈作り、また、その業務に必要な能力やスキルなどを磨くことで目標に最短距離で近づけます。自分で勉強することや情報収集をすることも非常に大切ですが、現場で活躍する先輩を使って「生きた」情報を集めることも積極的に行ってください。

また、英語は大きな武器となります。スポーツビジネスも国際化が進んでおり、どの分野であろうと自分で国外とコミュニケーションがとれることはビジネスを展開する上で大きな武器となります。国際的なビジネスの交流の場（メールや電話会議も含む）で、直接ビジネスパートナーとコミュニケーションが取れば自分に対する相手の信頼も自分のチャンスも増します。日本にいても自分の努力次第では必ず出来るようになるはずで、これからスポーツ業界を目指す皆様、お互いにスポーツ界を盛り上げて行きましょう！

立田 一平（たつた いっぺい）2001年慶応義塾大学環境情報学部卒業。2002年にマイナーリーグ（3A）のラスベガス 51's で3ヶ月間インターンを経験した後、2004年4月にインターナショナル・マネジメント・グループ（IMG）日本支社に入社。現在は、ゴルフディビジョンにてプロゴルファーの代理、ゴルフトーナメントやイベントの企画、運営、スポンサーセールスなど多岐に渡る業務に従事している。