

論文要旨

所属ゼミ	河野研究室	学生番号	80530898	氏名	松下 純也
(論文題名) 「球団経営の本質」					
(内容の要旨) 本研究の目的は、日本プロ野球・横浜ベイスターズを事例に、①球団経営が赤字に陥った真の原因、②あるべきビジネスモデル、そして③球団が真に取り組むべき課題を明らかにすることである。また上記の研究プロセスを通じて、プロ野球だけに留まらない一般企業が共通にかかえる本質的課題についても、多くの示唆が導出できるものとする。 プロ野球は、事業規模に比べ世間の注目度の高い産業である一方で、球団経営に関する正確なデータは公表されず、従来は企業研究の対象となりえなかった。本研究は、地元・横浜ベイスターズの全面的な協力を得たことで、実態に即した分析を行うことが可能となっている。また、プロ野球では広島東洋カープ、楽天ゴールデンイーグルス、Jリーグではヴァンフォーレ甲府、浦和レッドダイヤモンズへのインタビューを通じ、黒字化を達成、継続している球団と横浜ベイスターズとの比較検証を行い、赤字の原因や黒字化に向けたあるべきビジネスモデルについて考察を行った。本研究は、決算資料等からの定量分析、インタビューや文献による事例検証、そして上記内容をふまえた考察で構成されている。研究成果は以下の5点に要約して示されている。 研究成果① 赤字の真因の分析と考察 研究成果② あるべきビジネスモデルの考察 研究成果③ 行動を阻害する因習とその対策についての考察 研究成果④ プロ野球の価値についての考察 研究成果⑤ 球団経営の本質についての考察 最終的に、球団の抱える真の課題とは何かを検討している。本研究では、“ファン”という大括りのなかで、近視眼的にしか真の顧客を考えてこなかったことにありと考えている。一般的な“ファン”という言葉の曖昧さが、ファンを顧客としてターゲット化できず、その後の顧客開拓、維持、発展という一連の顧客管理プロセスの阻害要因になっていると考えられる。つまり、球団経営にとって最も重要な課題は、自らの顧客(“ファン”)を自らの手で再定義(仮に“Fan”化)することにある。顧客を再定義することで、「誰に、何(どんな価値)を提供するのか」、また「その価値をどうやって創出するのか」といった事業活動の中心(コア)にメスを入れることが可能になると考える。P.F.ドラッカーが「経営の本質とは顧客の創造である」と述べたように、本研究では「球団経営の本質とは、球団によって定義された新たな顧客(Fan)の創造である」と結論付けている。					