

# 日本におけるプロレス団体のマネジメントに関する考察

トップスポーツマネジメントコース

5008A304-5 石澤常光

研究指導教員： 平田竹男教授

本論文は、日本におけるプロレス団体のマネジメントに関して考察した論文である。第一章では、研究の背景と筆者の経験から感じてきた問題意識を述べている。現在、日本のプロレス・格闘技産業は、数年前までの隆盛とは打って変わって衰退の一途を辿っている。筆者は、プロレスラーとして長年リング内で闘ってきた立場から、近年の日本のプロレス、格闘技産業の衰退に危機感を感じていた。一方アメリカでは、日本のプロレス、格闘技産業とは反比例する様に、プロレス、格闘技産業の市場規模が年々拡大しており、今や数百億円産業となっている。だがこの日米の差の原因が明らかになっておらず、そのため改善策も見当たらないのが現状である。何とかこの現状を打破したいと思い、原因を明らかにしようと先行文献を調べたが、日米プロレス団体のマネジメントの現状を明らかにした学術的論文は存在しなかった。従って、日米のプロレス団体のマネジメントに関する現状を、データを用いて客観的に明らかにしていくことが求められると考えた。

そこで本研究では、日本の主要プロレス団体が抱える問題点を抽出し、アメリカの事例を参考にしながら問題点を解決するためのマネジメント手法を考察する。そして日本のプロレス団体が魅力を取り戻し、今後ビジネスとして拡大していくためにはどうすればいいのかという改善策を提言することを目的とした。

第二章では研究手法を述べた。研究の進め方としては、日本とは対照的に近年市場規模が拡大しているアメリカのプロレス、格闘技産業を分析し、日本との比較を行った。具体的には、日本で最も市場規模の大きいプロレス団体である、新日本プロレスの歴史の整理と、ビジネスモデルや興行内容等の現状を分析した。そしてアメリカで市場規模の大きい WWE(ワー

ルド・レスリング・エンタテインメント、以下 WWE と訳す)、UFC(アルティメット・ファイティング・チャンピオンシップ、以下 UFC と訳す)においても同様の分析を行った上で、両者を比較した。

第三章は研究結果である。分析の結果同じプロレス興行をおこなう WWE と新日本プロレスのビジネス面での違いとして、新日本プロレスの収入規模は WWE の約 1/40 であることがわかった。収入構造に関しても、新日本プロレスが TV 放映権料収入と興行収入に大きく依存しているのに対し、WWE は前述の 2 つの収入並びに、PPV 収入とコンシューマー・プロダクト(消費者製品)のような興行以外からの収入が大きなウェイトを占めていることがわかった。また、興行内容として選手、試合に関わる諸要素を比較したところ、WWE の方が、試合数が約 3 倍、保有選手数が約 6 倍多いことが明らかになった。それと共に、エージェントの有無やクリエイティブチームの有無、ファーム団体の有無などの差異があることがわかった。また新日本プロレスにおいては、東京ドーム大会のようなビッグマッチにおいて自社の契約選手だけではマッチメイクがうまく組めず、他団体から選手を借りなければ興行が成立しない事も分かった。その事によって、団体間カルテルとも言えるような現状が存在することも明らかになった。

第四章では比較結果からの考察をした。そして財務指標分析の中からわかったのは WWE では自己資本比率が 85%と、とても高く、資金の安定性が高いことがわかった。新日本プロレスの親会社であるユークスは自己資本比率で 33%(日本の全業種の平均 39.84%)、新日本プロレスに関しては身売りする 2005 年の自己資本比率は-150%と、とんでもない数字であった。また WWE は流動比率が 486%で支払い能力が高いこ

とがわかった。しかし2005年の新日本プロレスは18%しかなく、固定比率もマイナスであり、新日本プロレスはユークスが株式を取得しなければ危機的状態であった事がわかった。分析の結果をもとに、アスリート性とエンタテインメント両面の質が低下していることが見受けられた新日本プロレスを参考に、日本のプロレス産業を今後発展させていくための施策を考察した。興行以外からの収入を増やすためにも、またよりTVで放映されるためにも、不可欠なのが人気選手の存在であると考えられる。プロレスの枠を超えた人気選手の存在が、市場規模の拡大に繋がるのである。

従って第五章では、どのような選手を育成すればいいのかを明らかにするために、日米両方の人気選手を抽出し、人気の要因を規定した上で、WWEと新日本プロレスの主要レスラーと比較し、今後必要なレスラーの理想像を考察した。

第六章では、今後の日本プロレス団体が向かうべき方向性の策定について述べた。興行において、アスリート性とエンタテインメント性の両面を充実させて

いく必要性があり、そのために必要となる選手の充実、育成体制の充実のためにも、団体の資本力が重要であることを述べた。団体の資本力を上げるための施策として、WWEのセグメント別売上比率を参考にして、デジタルメディア(ネット事業)にもっと資本を集中すれば、現状を打開出来る可能性があることを指摘した。そして経営の情報開示する事で、新たな可能性が見えて来ることを提言した。

研究結果と考察から、日本のプロレス団体は、アスリート性とエンタテインメント性両面を伸ばしていくこと、そのために技のオリジナリティ、キャラクターの一貫性、発言のユーモア等を兼ねそろえた選手を育成し、マッチメイクに力を入れることでコンテンツとしての魅力を高めること。そのコンテンツを活かすためにデジタルメディアを最大限活用していくこと。そして、経営の情報を開示する事が求められるだろうという考えを持つに至り、それこそがプロレス界の発展に繋がるという結論に至った。