

## プロ野球機構を株式会社化せよ

大竹文雄

近鉄とオリックスの合併から始まったプロ野球改革は、日本中の注目を集めている。野球人気下がったといっても、プロ野球ファンは多い。それでも多くの球団の赤字が深刻なのは、球団間の収益格差が拡大したことにある。巨人に人気選手が集中し、巨人を抱えないパリーグの人気が低下し、赤字が深刻になったのである。一リーグ制に賛成しているのがパリーグ球団で、反対しているのが巨人以外のセリーグ球団であることがこれを象徴している。選手の移動が自由であれば、一人勝ちという状況が生じるのは当然なのだろうか。

経済学の答えは明確だ。球団の経営目的が利潤を最大にすることであり、ファンがどちらの球団が勝つか分からないというスポーツのスリルを楽しんでいる限り、球団間の戦力均衡は保たれる。しかも、選手の球団間移動が自由な時とそうでない時で選手の球団間分布は全く変わらない。問題はその前提が満たされているかどうか、ということである。

結果が予測できない場合にスポーツ観戦の楽しみが最大になるのであれば、各球団の戦力が均衡している時に、観客動員や球団の利潤が最大になるはずである。そうならないのは、大都市の球団は強くなることによる収入の増加が、地方の球団よりも多いため、大都市の球団の方が強い選手を集める意欲が強いからである。同様のことは、テレビの放映権をもっている球団とそうでない球団でも生じる。しかし、この場合でも球団の参入を自由にしておくと球団の戦力バランスは達成できる。解決策の一つは、参入の自由化である。

ただし、プロスポーツでは対戦相手がいないとスポーツ観戦というサービスを売ることができない。通常の企業と異なるのは、つまらない対戦相手しかいないと興業として成功しないという点である。一球団が強くなりすぎても弱くなりすぎても問題が生じるという意味で、球団間で強い外部性が存在する。したがって、単独の球団と企業を同一視すべきではなく、プロ野球全体が一つの企業であり、球団は内部組織であるとみなすべきである。しかし、実態は球団企業が独立しており、プロ野球機構は業界団体の役割しか果たしていない。最も望ましい改革は、球団の経営組織をプロ野球の特性を反映するように変えてしまうことである。有賀健京大教授は「プロ野球機構を株式会社化し、球団は均等配分で株式の51%を持ち、49%を公募し、役員は球団外のもので構成する。」という提案をしている。こうすれば、ファンを無視した既得権のもとでの利権争いは避けられる。

その上で、各球団に適度なインセンティブをつける。球団の参入の自由化、Jリーグのような上部リーグと下位リーグの入れ替え方式がそうである。また、テレビの放映権の一括管理も必要である。現在戦力均衡が達成されない最大の原因は、少々勝率を上げたところで、それが収益に跳ね返らないことにある。巨人の場合はテレビの放映権は系列会社で確保されているため、勝率を上げることが視聴率・収益上昇に繋がっている。これを解決するには、プロ野球機構で放映権を一括して競争入札によって売却し、その収益をプロ野球機構から勝率に従って配分する、という制度を作ることである。ただし、球団間の過大な競争が生じることを抑える必要もある。サラリーキャップ制、逆成績順のドラフト制、収益再分配制度の採用も必要になる。また、プロ野球リーグの中に、韓国代表球団や中国代表球団を入れてアジア・リーグにするというのも人気回復の手段になる。いずれにしても、プロ野球界全体を考える権限と実行力をもった組織の確立が急務である。