

OPINION オピニオン・スライス SLICE

—— まず、社長のご経歴は

手塚 ブシロードから出向という形で、^{※1}
新日本プロレスに来まして、その後、
社長就任となりました。

—— 昔は猪木さんが社長兼レスラー
でした。現場と経営者で適切な役
割分担がなされているのは、プロ
レス業界では珍しいことですね

手塚 普通に会社として捉えると、時
代の流れかなと思います。昔の流れ
を見ると、プロレス団体を経営しよう
という人がプロレスラーだったという
ことだと思います。自分たちが試合を
する場を自分たちで作るというわけで
すよね。第三者が「こういう団体を

新日本プロレスのエース

棚橋弘至選手

作るからやりなさいよ」という環境で
はなかったんだと思います。

—— 新日本プロレスは観客動員が落
ち込んだ時期がありましたが、今
は動員数が上向いている。大きく
変えたことは

手塚 まず根底にあるのが、棚橋選
手をはじめ、選手が非常に頑張って
くれたということです。会社の経営と
しては、ユークスさんから新日本プロ
レスを買収し、^{※2}
ブシロードがグルー
プ化した時には中身は非常に良くな
っていたんです。

では、足りないのは何か。やはり
プロレスが一時期低迷したというネ
ガティブなイメージです。リングの中
は非常に良い試合が展開されている。
体を鍛えた選手がぶつかり合って戦
う姿を、人間は本能的に求めている

新日本プロレス社長

手塚 要社長

ので、試合を観れば初めての人にも
伝わる。では、プロレスをどうやって
多くの人に観てもらおうのか。残念な
がら、テレビが深夜帯に移って、ザッ
ピングでテレビを見るような時間帯で
もないですし、雑誌や普通のテレビ
CMでプロレスを目にする機会もな
くなって久しい状態だったんです。

そこで、ブシロードグループになり、
最初に手をつけたことは、とにかく露
出を増やそうと。まず、山手線の車体
広告、駅貼り広告をやりました。それで、
「あれ？何かプロレスが目に入ってくる」
という状況を作り上げたんです。

プロレスはライブなので、基本的
には会場に行ってお観る。では行くき
かけは何か。実は最初は、人に誘わ
れることが多いんです。でも、これは
ちょっと自虐的なんですけど、プロレス



※新日本プロレスのトップレスラー、立命館大学法学部出身。ニックネームは100人に1人の逸材。得意技はハイフライフロー(次頁の写真参照)。



(C)NEW JAPAN PRO-WRESTLING Co.,Ltd.

ファンはプロレスファンと言うことが
恥ずかしいみたいな…

—— そうなんです。本当は好きなん
ですけど、どうせみんな分かってく
れないというか…

棚橋 みんな隠れてる。

手塚 駅広告の何が良いかというと、
見たら何となくツイッターでつぶやい
たり、言えるものなんですよ。

まずは「はやってる感」を演出し
たんですね。それによってまず動員
が増えますよね。そうすると、どんど

ん良い回転になっていきます。ブシ
ロードになって初めにやったことは、
改めて世間に「プロレスどうですか」
と知らしめたことです。逆にそれぐら
いしかやれてないんです。「人を誘い
やすいようにする」ということを意識
ただけでお客さんは一気に増えて
くれたので。

棚橋 プロレスから離れていく人の数
と入ってくる人の数を比較すると、今
は入ってくる人の数のほうが多いで
す。だから、ここ何年かですごく入
れ替りました。

プロレスを好きになるパターンは何
パターンかしなくて、たまたま友達
が好きだった、親が好きだった、テ
レビで観たぐらいしかない。だから、
誘いやすい雰囲気を作ったり、プロ
レスが目につく環境を作ったりとい
うことを強化していくしかないです。

—— どういった媒体で広告をしてい
くのか、方針はありますか

手塚 うちの木谷オーナーは、小さい
広告を細かく出すよりも、ほんとと費用
をかける人なんです。例えば駅の大
看板だったり。今一番地味に効果
を引き出しているのはBS朝日で1時
間、23時～24時の良い時間で放映
している「ワールドプロレスリング・
リターンズ」です。その番組はブシ
ロードがスポンサーにつくことで開始
することとなりました。

棚橋 やはりプロレスを観たことがな
い人が多いので。僕のように、兄弟
で深夜にたまたまプロレスを観て、
おもしろいと思って好きになるとい
うパターンがあるわけじゃないですか。
観る人が増えれば、好きになる人が
増えるので、いかにプロレスを観て
もらうかという作業ですね。

手塚 他にはツイッターなんかも使
えます。

棚橋 新日本の選手はほぼやっています。

—— それは会社の指示ですか

棚橋 こういういいツールがあるので、

是非やってくださいと。推奨ですね。

—— 今後の新日本プロレスの戦略は
手塚 広告をはじめとするメディア戦
略ですね。先ほどのBS朝日の「ワー
ルドプロレスリング・リターンズ」も
そうですし、あとはインターネットの
ペイ・パー・ビューというのもやっ
ています。いろいろな方法で新日本
プロレスを観てもらおうということを積
極的にやっています。

選手の露出を増やすというところ
で、棚橋選手は本当にいろんな番組
に出させていただいています。紙面、
テレビ、イベント、そういったところ
で露出もしていくと。

棚橋 真壁さん^{※4}も「スッキリ」にレギ
ュラー出演していますが、ああやって
メディアに定期的に出るといのもす
ごく大事です。

—— 強面なのに、真壁さん好きの女
性も多いです

棚橋 逆萌えですね。やはり先入観
との戦いなんです。力道山先生、
猪木さんの頃から、何とかしっかり市
民権を得ようとして、偏見との戦い
なので。いまだに女性が観たくない、
怖い、野蛮、血が出るという偏見
がある。そこはまだ引き続き戦って
いかないといけなくて、それらを解
消していくにはどうしたら良いか
といたら、オカダ^{※5}のように、「プロ
レスラーは若くて爽やかなアスリ
ート」というイメージ戦略ですね。

—— 今後は海外展開も?

手塚 そうですね。海外はエリア
によってやり方を変えながらです。
台湾は既に日本のプロレスのファン
がいます。日本のプロレスが以前
から放送されている地域なので比
較的やりやすくて、興行をやっ
ていけるだろうと思っています。

一方で、東南アジアでいえば、
タイは、去年からテレビ放送を
始めたのですが、お金を取る興
行というのはまだまだ難しい
ですね。というのも、

タイは、お金を払って興行を観に行くという文化があまりないらしいんです。普通のプロスポーツであったとしても、スポンサーが開催費用を払ってお客さんがそれを観に行っているらしいんです。

北米、ヨーロッパに関しては、もちろん既にプロレス文化はあります。あれだけマーケットがあると趣味が細分化^{※6}していて、アメリカだとWWEがどんとあるんですけども、WWEはつまらんという人は絶対いるわけです。そうすると、違う団体や、海を越えて新日本プロレスが好きだというお客さんもやっぱりいるわけです。北米、ヨーロッパに関しては、現地の団体と協力した上でやっていけるのではないかと。

今やっていることは、海外の新日本プロレスファンを増やすことです。今だと海外からUstreamでこちらの試合も観てもらえる環境が整っているので、まず映像を観てもらって、その後選手が行く。そうすると、要は待ってましたと。

—— 手塚社長の目標は売上100億円とのことですが、日本の格闘技マーケットの状況は

手塚 日本の格闘技マーケットは、2000年代初頭には、K-1、PRIDE、新日本プロレス、全日本プロレスがあって、マーケット全体で100億は超えていたので、夢みたくない数字ではないです。ブシロード傘下前の新日本プロレスの売上は約11億円でしたが、今期で売上が20億を超えます。そうすると100億円という目標を達成するにはあと5倍なんです。これが例えば100倍だとさすがに実現不可能ですが、5倍ならばというところですね。

—— プロレスファンとしては、プロレスが好きですと言ったときに周りからは「あ、そう…」みたいな、変な感じになるんですよね。ファンと

しては最終的にはサッカーや野球と同レベルのメジャーなものにして欲しいのですが

手塚 これは私がもともとアニメ業界にいたからなんですが、アニメが30年前はどれだけメジャーだったかというと、子どもやおたくの観るものでした。私は今年42歳なんですが、私が高校生の時というのは、アニメを観る高校生というのは、いわゆるオタクで、オタクというのは何かネガティブなイメージですよ。だから、40代のアニメオタクは、過去の経験から何となく後ろめたいものがどこかにあるんですよ。アニメ好きとか言ったら高校でいじめられるんじゃないかみたいな。それが今では秋葉原と言えば外貨を稼ぐ場所としてアジアからどんどんお客さんが来るようになった。今では海外でもアニメイベントが開催され、日本からも注目されている。そうなったのはここ最近の話なんです。変な話、40代のアニメオタクと20代のアニメオタクは感性が全く違ってきます。

プロレスに話を戻すと、プロレスはもともとメジャーだったものが、たまたま一時期何となくネガティブな印象を持たれたというだけなので、いくらでもメジャー化できるのではないかと。気持ち一つだと思うんです。アニメを例にすると、プロレスはいくらでも可能性があると思います。

そこでやらなきゃいけないことは、お子さんにプロレスを観てもらって、子どもの頃からどんどんプロレス好きになってもらって、プロレス好き=恥ずかしいという風潮にさせないということです。

棚橋 プロレス=恥ずかしいと思わせないために選手ができることは、例えばザ・ロックは現役ながらハリウッドで一番稼ぐ映画スターになっちゃったんですね。だから、レスリングの延長線上にサクセスがあると。「プロレス知ってる？ロック、超スターなん

だぜ」と、一般の人に誇れるようなスターがいることが大事だと思うし、ロックはレスラーの時の筋肉の状態を維持したまま出てる。そうすると、若い子たちにも、野蛮、大きい、乱暴というレスラーのイメージを、アスリート、逞しい、男らしいというイメージに変換させることができる。プロレス界のトップであることに満足するのではなく、その先にもう一つ、何か子どもたちが憧れるようなプロレスの延長線上を見せたいですね。

—— 棚橋選手は、テレビ番組等に多く出られていますね

棚橋 地上波での露出がやっぱり一番影響力があります。例えば「劇的ビフォーアフター」という番組で新日本プロレスの道場の改装を、2時間丸々放映してイメージを良くしてくれました。歴史があって、道場で頑張っている若手がいて、壊れかけだったのが新しくなって、これから再デビューします、と。経済効果としては、新聞広告費なら幾ら払えば良いんだというぐらいの価値がありますね。だから、地上波に出ていきたいなと思いますし、もっと顔を売って有名になりたいです。試合自体についても、すぐにゴールデンタイム復活というより、今は地上波の放映時間は深夜2時45分ですが、これが1時とか0時でも大分違うと思います。第一歩はそこです。

—— 社長は弁護士との接点はありませんか

手塚 仕事を通じていろいろとお話する機会はあります。

—— 弁護士のイメージはどうですか

手塚 どこまで話をしたら幾らになるんだろうという疑問はあります。

棚橋 料金設定が明確じゃないですよ。僕らはチケット料金表を見れば、ぱっと分かるじゃないですか。

手塚 これはドラマとかの影響だと思わうんですけども、タイムチャージでチ

ンとやられるのかなと。ちょっと構えちゃいますよね。プロレスの場合、それこそリングサイドで幾らと。1日座って全部の試合を見ても値段は変わらないじゃないですか。

—— 世間一般のイメージとしては多分分そうでしょうね

棚橋 プロレスと一緒に、先入観をまず壊す作業が大事だと思います。弁護士さんも幾ら費用がかかるんだろうとか、どこにどう連絡したらいいんだろうとか、ややこしくなるんじゃないかという先入観で相談をやめている人がすごく多いと思うんですね。だから、今ちょっと困ってるから相談してみようかなという気持ちにさせるための先入観との戦いはプロレスと一緒にじゃないかなと思います。もっと気軽に助けてくれと言えれば。

—— 弁護士業界は弁護士が増えて、弁護士になっても余り魅力的ではないというようなネガティブな報道がされるようになり、2000年代の新日本プロレスの低迷期になっています。棚橋選手は、新日本プロレスの低迷期に、何を考えてどう行動されていたんですか

棚橋 これは僕の本にも書きましたが、かつて、アントニオ猪木さんが、新日本プロレスというブランドを確立して、テレビ中継を通じて、日本中を熱狂させていたんですが、僕が入門した1999年、すでにビジネスは下がり始めていました。でも、長く会社にいる人たちは、良かった時代の記憶が忘れられなくて、「昔は良かった」「今は時代が悪い」と、時代の変化に対応しようとしなかったんです。僕はそれに納得できなくて、新日本プロレスを変えなければいけない、と考えていました。猪木さんの下の世代の人たちは猪木さんの作ったファンを取り合っていただけで、新しいファンを生み出す作業をあまりしてこなかったと思います。今の新日本プロレスのレ

スラーは、新しいファンを獲得するために死に物狂いで頑張って、先輩たちができなかったことをしています。

—— 弁護士業界を良くするために、何か方法がありますか

棚橋 例えば「ともに戦います」という部分を強調すればいいんじゃないですか。僕らプロレスラーは、やられても立ち上がるところをファンが応援して、自己投影して共感して、勝ったら喜んで、負けたら負けたで意地を見せてくれたよね、という落としどころがいっぱいあるんです。

弁護士の仕事でも、全力を尽くしてこうこうこれだけやって、こういう結果です、というような。結果だけをぼんと伝えるのではなくて、弁護士さんがこういうことをやりましたという過程が伝われば納得してもらえないかと思います。

—— 大阪弁護士会という単位でしなければいけないことは何だと思われませんか

棚橋 大阪弁護士会というものの信頼感を上げていく作業ですよ。大阪弁護士会はやっぱり頼りになるなど。同じ方法論じゃないかと思ったのは、新日本プロレスは観に行ったらおもしろいなという信頼感と、大阪弁護士

会はやっぱりやってくれたな、助けてくれたなという名前に対するバリューというか、僕らがこうやって出られてるのは、やはり新日本プロレスという看板ありきの選手なので、その辺かなと思います。

後は、弁護士さんと話したことがあるという人は多分少ないと思うので、普通に何気ない会話の中で、弁護士さんってそんなに堅くなくて、普通の人なんだと、まず人柄で好きになってもらえれば、ちょっと悩みがあるんだけどと相談しやすくなると思います。プロレスを知らない人も、棚橋個人に興味を持ってもらえたら会場にも来てくれるんです。

—— 一般の人が、相談以外の場面で弁護士と触れ合う機会があれば、そこがきっかけになりますね

棚橋 無償の作業になるかもしれないけど、絶対間口は広がると思います。

—— 最後に、棚橋選手、プロレスは野球やサッカーのようにメジャーになりますか

棚橋 します。僕の世代ができなかったとしても、次の世代がやります。

(Interviewer・Photo / 伊田真広、角田龍平)

- ※1 主にカードゲーム、ゲームソフト等の開発、製作、販売を手がける企業で、新日本プロレスの親会社。
- ※2 2005年に新日本プロレスの創業者アントニオ猪木から、同社の過半数の株を譲り受け、同社の親会社となっていたゲーム会社。
- ※3 ブシロードの創業者であり、同社の現社長。
- ※4 真壁刀義。新日本プロレスの強面レスラー、日本テレビの情報番組「スッカリ」では、スイーツ担当レポーター「スイーツ真壁」としても活躍。
- ※5 オカダ・カズチカ、若干26歳の新日本プロレスのトップレスラー。ニックネームはレインメーカー。
- ※6 世界最大のプロレス団体。
- ※7 WWEのレスラー、映画俳優。
- ※8 『棚橋弘至はなぜ新日本プロレスを変えたのか』飛鳥新社。閉塞感を打ち破るための考え方や、弁護士にもお勧めの書籍。

Information

新日本プロレス大会情報

2014年 9月21日(日)午後4時～ 兵庫・神戸ワールド記念ホール
9月23日(火)午後5時～ 岡山・コンベックス岡山
10月13日(月)午後4時～ 東京・両国国技館