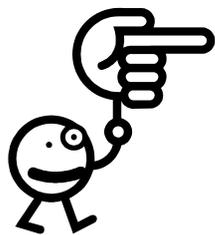


経営情報の視点から観たプロレス業界の変化

文教大学情報学部
経営情報学科4年
南坂茂行



目次

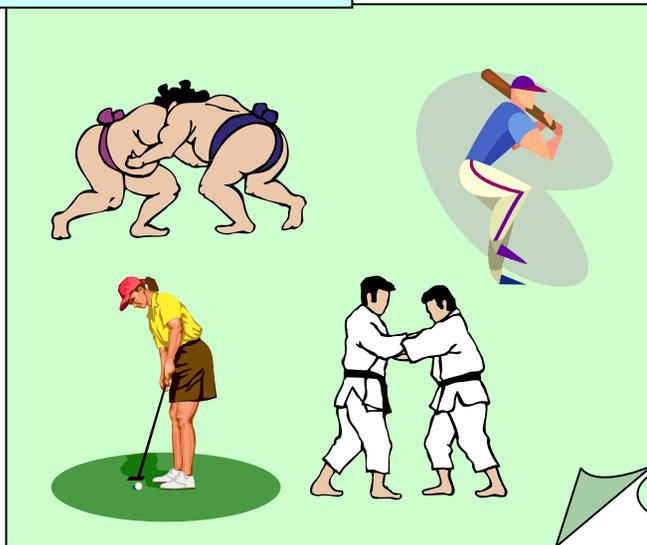


- ・はじめに
- ・プロレス業界の現状
- ・多品種少量化とは
- ・プロレス業界での検証
- ・経営情報の観点からの考察
- ・まとめ
- ・今後の課題



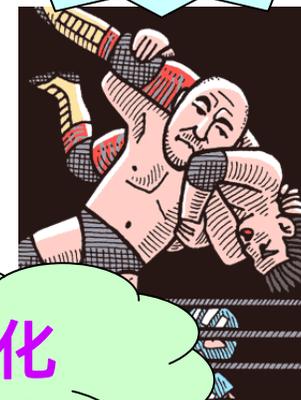
はじめに

様々なスポーツ



戦後...

プロレス



どのように変化しているのか？

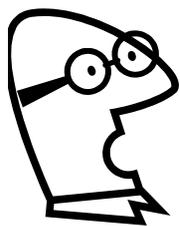
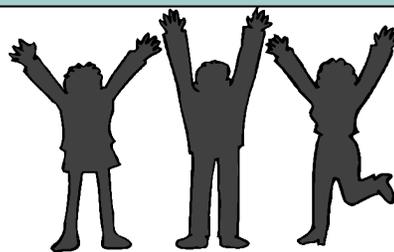
時代の変化と共に変化している

はじめに

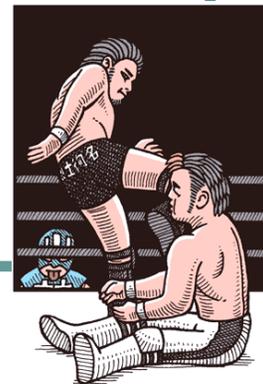
・現在のプロレス業界

仮定

プロレスの多品種少量化



プロレス業界の現状から検証



プロレス業界の現状

・団体



興行収入・観客動員数が多く見込める

↳ **メジャー団体**

団体の特色を色濃くだし、観客に近い存在が魅力

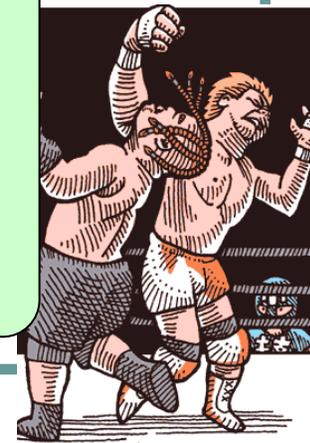
↳ **インディーズ団体**

地域に密着した興行

↳ **地方団体**

エンターテインメント性を重視した興行

↳ **エンターテインメント型団体**



プロレス業界の現状

・プロレス団体数

- | | | |
|-----------------|---------------------|--------------------------|
| 1.全日本プロレス | 18.国際プロレス | 35.WMF |
| 2.大日本プロレス | 19.JWP女子プロレス | 36.九州求道軍 |
| 3.全日本女子プロレス | 20.プロレスリング・ナイトメア | 37.666 |
| 4.大阪プロレス | 21.DDT | 38.ターザン後藤一派 |
| 5.AtoZ | 22.NEO | 39.team OK |
| 6.KAIENTAI-DOJO | 23.ダリアンガールズ | 40.アパッチプロレス軍 |
| 7.新日本プロレス | 24.格闘美(JDスター) | 41.PANDRA |
| 8.DRAGON GATE | 25.LLPW | 42.NPW |
| 9.東海プロレス | 26.TEAM KURISU | 43.SGP |
| 10.WJプロレス | 27.EAGLEプロレス | 44.我闘姑娘 |
| 11.IWAジャパン | 28.SPWF | 45.リキプロ |
| 12.PvvC | 29.アジアンスポーツ・プロモーション | 46.ドラゴンゲート |
| 13.ZERO-ONE | 30.M's Style | 47.PRO-WRESTLING Sapporo |
| 14.NOAH | 31.CROWN | 48.水上プロレス |
| 15.華 激 | 32.WWS | 49.YMBプロモーション |
| 16.みちのくプロレス | 33.AMWプロレス | 50.プロレスリングFTO |
| 17.GAEA JAPAN | 34.FWF | 51.DZWハードコアプロレス |

2003年

91団体

2004年

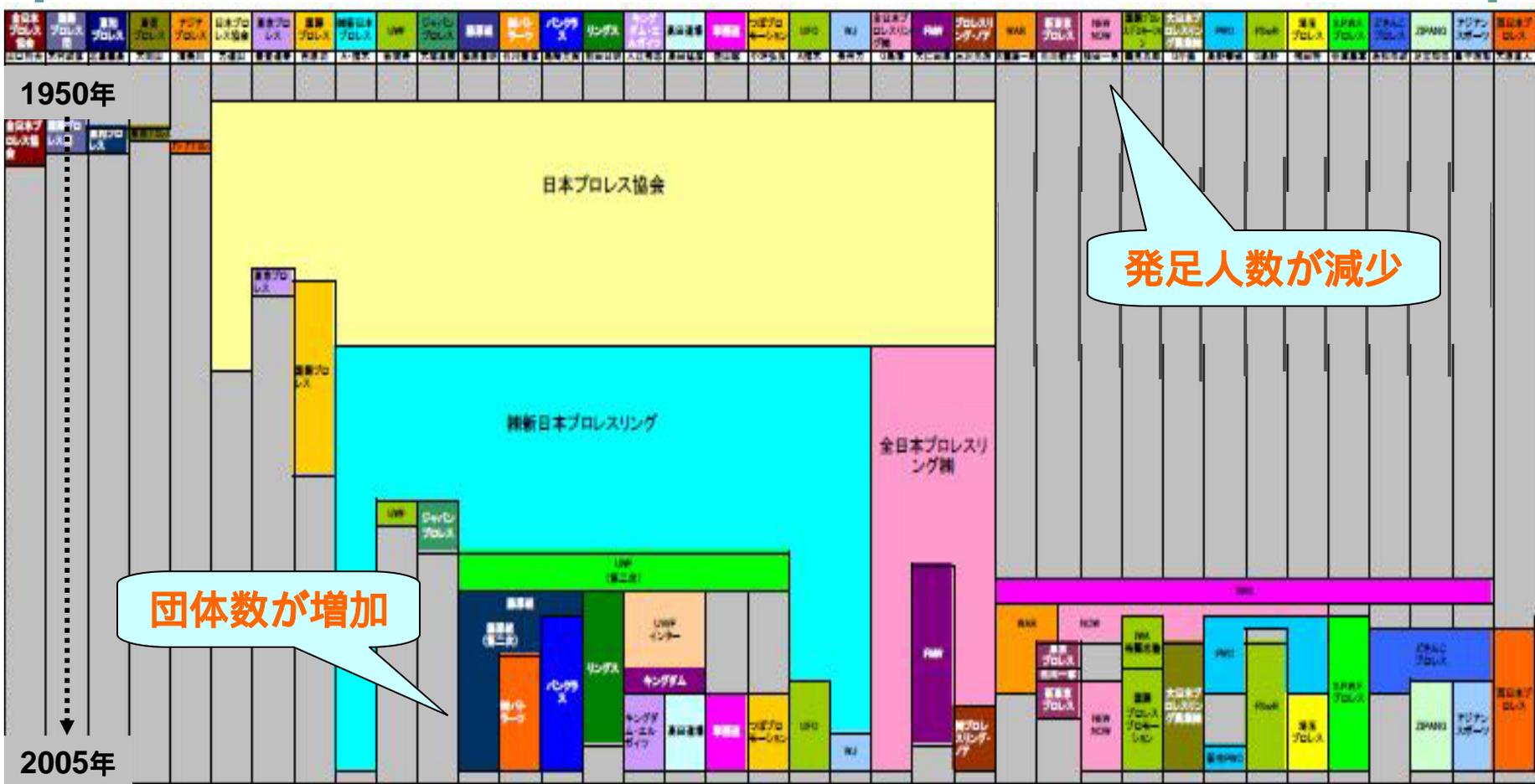
101団体

団体数が増加している



プロレス業界の現状

・日本のプロレス団体変遷図



プロレス業界の現状

・選手

ベビーフェイス



ヒール



覆面レスラー



エンターテインメントレスラー

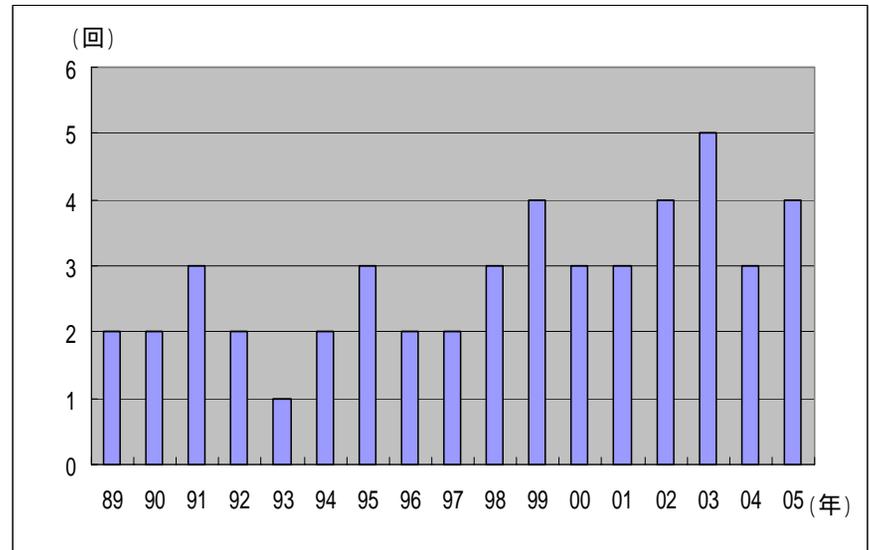
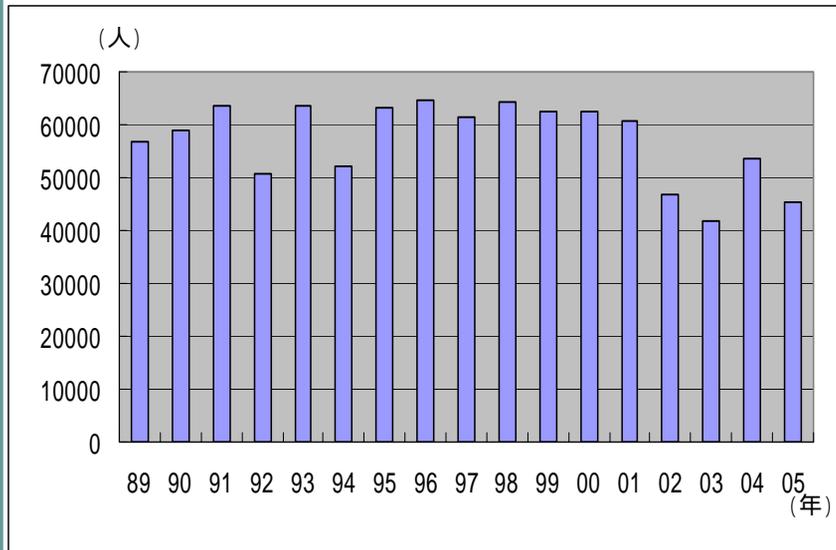


イケメンレスラー



プロレス業界の現状

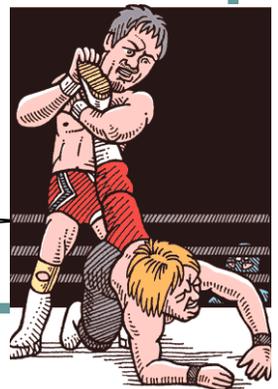
・観客動員数 (東京ドーム)



観客動員数は低下

興行数は増加

大型興行で観客を集められない



多品種少量化とは

・多品種少量生産



消費者の生活の向上による多様化したニーズに応えるための生産方式

メリット

- ・商品が多い
- ・回転率が高い

デメリット

- ・生産工程の複雑化
- ・定番商品にならない



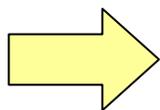
定量的限定はできない



生産の都合上から考えて
好ましい量に達していないもの

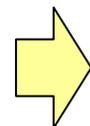
プロレス業界での検証

・団体
・選手



品種(団体)が増え続けている
今までにない種類の商品(選手)が生まれている
次々に新しいものが出ている
(定番より回転率)

・観客動員数



大量生産(大型興行)では顧客が呼べない
定番 と 新商品 の差が減少している
(メジャー) (インディーズ)



多品種少量化が起きている



経営情報の観点からの考察

・観客、消費者として

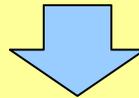


多くの商品に恵まれている

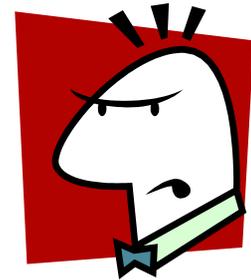


caution

高い満足度を求める



~~わがまま過ぎる消費者~~



経営情報の観点からの考察

・団体経営者として



多様化する消費者のニーズに応え続けなくてはならない

新規顧客の獲得

- ・団体の核、コア・コンピタンスの強化
- ・高満足を求める消費者の納得する商品の育成

ブランド戦略

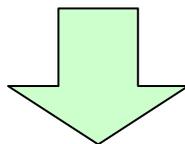


まとめ

プロレス



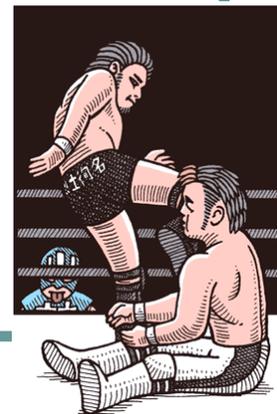
- ・多品種少量化が起きている
- ・経営情動的な業界変移をする



自分、時代に合ったモノを選択していく



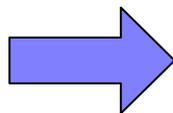
今後のプロレス業界の動向が推測しやすくなった



今後の課題

・現在の市場の動向

多品種少量化



変種変量化



プロレス業界...?

多品種少量化...?

グローバル・レスリング連盟 (GPWA) の発足

国内外のプロレス団体を統一しようという統括組織

市場の動向と同じ変化をたどっている！



最後に



1 ! 2 ! 3 !
ダァー !!