

研究ノート

観客数から見たプロレス興行

— プロレス・リアル [3] —

¹ 諸井 克英 ² 板垣 美穂

¹同志社女子大学・生活科学部・人間生活学科・特別任用教授
²同志社女子大学大学院・生活科学研究科・生活デザイン専攻・2012年度修了

The Professional Wrestling Performance seen from the Perspective of Spectator Numbers: Reality of “Professional wrestling” [3]

¹ MOROI Katsuhide ² ITAGAKI Miho

¹ Department of Human Life Studies, Faculty of Human Life and Science, Doshisha Women's College of Liberal Arts, Special appointment professor

² Life Style Design Studies, Graduate School of Human Life and Science, Doshisha Women's College of Liberal Arts, Graduate of 2012

I. はじめに

'19年春にインターネットを利用してスポーツ雑誌 (Sports Graphic Number981, 2019) が行ったプロレスラーの人気投票を見ると(表1), 上位6位までを新日本プロレス所属のレスラーが占めた。得点を見ても人気の上では、新日本プロレスの「一人勝ち」であることが確認できる。

表1 Numberプロレス総選挙 FINAL – top10 –

選手名	所属団体	得点**	デビュー団体
棚橋弘至	新日本プロレス	23,350	新日本プロレス
内藤哲也	新日本プロレス	22,740	新日本プロレス
オカダ・カズチカ	新日本プロレス	12,643	闘龍門
SANADA	新日本プロレス	10,959	全日本プロレス
飯伏幸太	新日本プロレス	10,481	DDT
高橋ヒロム	新日本プロレス	7,299	新日本プロレス
黒潮`イケメン`二郎	フリー	7,033	SMASH
丸藤正道	NOAH	5,020	全日本プロレス
カイリ・セイン<宝城カイリ>*	WWE	4,942	スターダム
宮原健斗	全日本	4,849	健介オフィス

Sports Graphic Number981 (2019)に基づき作成

2019年4・5月にネット投票; 総投票者数 55,222人

* : 女性レスラー (投票にあたっては男女の別は設定されていない)

** : 回答者1人につき1~3位まで投票⇒ 1位 <3ポイント>, 2位 <2ポイント>, 3位 <1ポイント> で集計

ところで、第2次大戦後にわが国で最も成功を収めているプロスポーツであるプロ野球が毎夏開催するセ・パオー

表2-a プロ野球「マイナビオールスターゲーム 2019」におけるファン投票の結果(日本プロ野球機構, 2019aより)

[セ・リーグ]				[パ・リーグ]		
先発投手	大瀬良大地	広島	257,168	千賀滉大	ソフトバンク	260,211
中継投手	P.ジョンソン	阪神	364,233	宮西尚生	日本ハム	304,380
抑え投手	山崎康晃	横浜	394,734	松井裕樹	楽天	337,789
捕手	梅野隆太郎	阪神	420,640	森友哉	西武	425,723
一塁手	岡本和真	讀賣	308,401	山川穂高	西武	531,187
二塁手	山田哲人	ヤクルト	424,435	浅村栄斗	楽天	384,668
三塁手	村上宗隆	ヤクルト	376,036	B. レアード	ロッテ	431,395
遊撃手	坂本勇人	讀賣	424,557	今宮健太	ソフトバンク	348,794
外野手	鈴木誠也	広島	485,526	秋山翔吾	西武	514,262
外野手	近本光司	阪神	389,868	吉田正尚	オリックス	394,866
外野手	筒香嘉智	横浜	319,896	柳田悠岐	ソフトバンク	331,338
指名打者	***			近藤健介	日本ハム	287,249

日本プロ野球機構(2019a)に基づき作成

投票方法: 公式投票用紙, 郵便はがき, Web投票; 両リーグ別にポジションごとに投票可能<パ・リーグのみ指名打者>, 最大23名

投票期間: 2019年5月24日~6月16日

ルスター戦出場メンバー選出のために投票が行われている。'19年の結果を見ると(表2-a), 鈴木選手<広島>が48万以上を獲得し投票数では1位であった。40万を越える投票を得た選手は他に3選手存在し(坂本<巨人>, 山田<ヤクルト>, 梅野<阪神>), 決して鈴木選手の「一人勝ち」ではない。他方, パ・リーグでは, 50万以上を得た山川選手<西武>を筆頭に, 秋山選手<西武>が50万以上で第2位となり, レアード選手<ロッテ>や森選手<西武>が40万以上を獲得した。つまり, セ・リーグでは特定球団への偏りが無いが,

表2-b 2018年セ・パ公式戦における主催球団別観客数

〔セ・リーグ〕		〔パ・リーグ〕	
球団	観客数	球団	観客数
読賣ジャイアンツ	3,002,347	福岡ソフトバンク	2,566,554
阪神タイガース	2,898,976	北海道日本ハム	1,968,916
広島東洋カープ	2,232,100	埼玉西武	1,763,174
中日ドラゴンズ	2,146,406	東北楽天	1,726,004
横浜 DeNA	2,027,922	千葉ロッテ	1,665,133
東京ヤクルト	1,927,822	オリックス	1,625,365

日本プロ野球機構(2019b)に基づき作成

パ・リーグの場合には西武ライオンズ所属選手への投票が顕在化している。

18年度のセ・パ公式戦の開催球団別観客数を見ると(表2-b), セ・リーグでは, 東京ヤクルトスワローズ以外の5球団いずれも200万人に達しており, 読賣ジャイアンツと阪神タイガースの2球団が300万人近くを動員した。対照的にパ・リーグの場合には福岡ソフトバンクホークスが250万人を上回ったが, 他の5球団は160万~190万人台であった。ファンによる評価という点では人気分散しがちであったセ・リーグは, 大都市の本拠地を置くことにメリットがある年間観客数において, 極端な分極化を示さなかった。他方, 興味深いことに, パ・リーグではファンによる評価と年間観客数という点で異なる球団への偏在化が存在するといえよう。

本稿の主題であるプロレスの場合には, 先述したようにファンによる評価を見ると新日本プロレスによる極端な偏りがあった(表1)。近年言及されることが多くなったプロレス・ブーム(NHK, 2018など)が新日本プロレスの「一人勝ち」によるとすれば, エンターテインメントとして特殊な状況にあることになる。元々地域密着のエンターテインメントしてプロ化を図ったJリーグはともかく, プロ野球も最早読賣ジャイアンツの「一人勝ち」の状況ではないからである。本稿の目的は, 各プロレス団体が開催する興行における観客数を統計的に分析することにより, 所謂「プロレスブーム」の状況を客観的に把握することである。

II. 資料分析の方法

本稿では, 以下に述べる方法で18年(1月~12月)にわが国で開催されたプロレス興行の観客数を収集した。インターネット時代を反映して各プロレス団体では, 自団体のサイトを開設している。「ニュース」, 「試合日程」, 「試合結果」や, 「所属選手プロフィール」などを基本内容とし, 団体によっては「グッズ販売」や「会員限定サイト」なども含んでいる。「試合結果」には, これまでに団体が主催した

表3 分析対象とした団体*

新日本プロレス	72年にアントニオ猪木>(43年生~)により設立
全日本プロレス	72年に<ジャイアント馬場>(38~99年)により設立
大日本プロレス	94年に「全日本プロレス」所属であった<グレート小鹿>(42年生~)を中心として設立
DDT	97年に<高木三四郎>(70年生~)らを中心に設立
ドラゴンゲート	04年に<岡村隆志>(64年)を中心として設立
FREEDOMS	09年に<佐々木貴>(79年生~)により設立
みちのくプロレス	92年に<ザ・グレート・サスケ>(69年生~)が設立
プロレスリング紫焔	10年に大阪学院大学「プロレス研究会」出身の<佐原英司>(79年~)により設立
九州プロレス	08年に<筑前りょう太>(73年生~)が設立

*: ここでは経営体制の変化は無視し, 団体名称ブランドの継承を重視した。

興行ごとにa)開催日時, b)大会名, c)開催施設, d)各試合の結果<時間, 決め技>が掲載されている。これらに加え, 大半の団体サイトでは当日の観客数も載せてある。本稿では, 各団体によって開催された18年興行(1月~12月)における観客数をサイト上から入手することにした(分析対象とした各団体のインターネット・サイトを巻末に示す)。

その結果, 9団体を分析対象とした(表3)。18年の「試合結果」欄に観客数が明示されていることを第1条件として選択した。<力道山>(24年生~63年没)が創設した日本プロレスの系譜に位置づけられるメジャー団体として(諸井・板垣・古性, 2017参照), 新日本プロレス, 全日本プロレス, 大日本プロレスを対象にした。これと同等の位置づけをもつプロレスリング・ノア, ZERO-1やWRESTLE-1も含めるべきであるが, 前述のサイト上に観客数の記載がない興行が多く見られ, 先の3団体を選んだ。

さらに, <力道山>による系譜からは外れるが全国展開している団体を3団体取り上げた。大学における学生プロレスにルーツをもち近年急激に人気を得ているDDT(なお, DDTプロレスリングは, DDT, 東京女子プロレス, BASARA, ガンバレ☆プロレスという特徴の異なる4ブランドを展開しているが, 本稿ではDDTという名称での興行を対象とした; BASARAは20年1月より独立), 元々は神戸を中心に展開していたガルチャ・リブレ(Lucha Libre)をベースとした試合内容がアイドル的人気を創出し全国展開を企図し成功を収めているドラゴンゲート, さらに, いわゆるインディーズ系の雄としてデス・マッチ系としても一定の人気をもつFREEDOMSを対象にした。

最後に, 特定地域に活動拠点をおく地域密着型プロレスを3団体選んだ。岩手県を基盤として東北中心の展開を図っているみちのくプロレス, 学生プロレスをルーツとして大阪市を中心に展開しているプロレスリング紫焔, 福岡市を基盤として九州で展開している九州プロレスである。

ただし, 地域密着型の団体では地域の賑わいに対する貢

表4-a 2018年における各団体の観客動員の状況

団体	興行数	満員	平均値	SD	年間合計	最小観客数	最大観客数
新日本プロレス	156	110	2653.09	3339.41	413,882	364	34,995
全日本プロレス	136	94	637.32	470.54	86,675	141	2,458
大日本プロレス	141	43	368.52	455.87	51,961	35	3,880
DDT	109	85	514.81	835.07	56,114	120	6,259
ドラゴンゲート	166	128	876.34	690.12	145,472	268	4,952
FREEDOMS	42	7	364.19	342.52	15,296	40	1,654
みちのく	79	39	358.94	353.74	28,356	20	1,888
プロレスリング紫焰	13	4	164.92	45.85	2,144	108	260
九州プロレス	25	9	430.96	411.81	10,774	122	2,210

興行開催時期：2018年1月～2018年12月

SD：標準偏差値

表4-b 2018年度の各団体の観客規模別興行数

	〔観客規模〕											合計	
	100人未満	200人未満	300人未満	400人未満	500人未満	1,000人未満	2,000人未満	3,000人未満	4,000人未満	5,000人未満	10,000人未満		10,000人以上
新日本プロレス				1	2	7	98	12	11	8	13	4	156
全日本プロレス		3	21	32	19	37	22	2					136
大日本プロレス	14	46	31	17	8	16	7	1	1				141
DDT		26	34	18	5	10	13	1			2		109
ドラゴンゲート			2	12	26	88	33		3	2			166
FREEDOMS	6	9	11	5	1	8	2						42
みちのくプロレス	19	2	20	12	9	12	5						79
プロレスリング紫焰		10	3										13
九州プロレス		6	4	5	5	4		1					25
合計	39	102	126	102	75	182	180	17	15	10	15	4	867

献などのため無料興行も積極的に開催しており、通常の団体でも無料興行を行っている。この無料興行への参加人数は記載されていないので、本稿では各団体が行っている有料興行のみを分析対象とした。

Ⅲ. 分析結果

1. 各団体の観客数－全体分析－

18年における各団体の観客数をいくつかの観点から分析した(表4-a)。まず、1年間の観客動員数を見ると、新日本プロレスが40万人を超え圧倒的に集客していた。14万人を上回ったドラゴンゲートと、8万人を超えた全日本プロレスが続いた。DDTや大日本プロレスは5万人台であった。興行数から見ると、ドラゴンゲートが最も多く、新日本プロレスを10興行上回った。大日本プロレス、全日本プロレス、DDTと続いた。1興行あたりの観客数は、年間動員数と同じで、新日本プロレス、ドラゴンゲート、全日本プロレス、DDT、大日本プロレスの順であった。FREEDOMSの場合には、以上の5団体に比べ、興行数も少なく、1興行あたりの平均動員数も中規模以下の施設が多いことを反映して少なかった。

地域密着型3団体を見ると、みちのくプロレスの動員力の高さが浮き彫りになっていた。地域密着型のプロレスの

老舗ともいえるこの団体は、東北地方だけでなく、東京や関西、さらに台湾でも興行を行っており、安定した地域ブランドを保有するがゆえの展開といえる。九州プロレスも興行数はほぼ1ヵ月に2回程度であるにもかかわらず1興行あたり400名程度の動員数を誇っている。

次に、興行ごとの観客規模の点から各団体の集客状況を分析した(表4-b)。観客数に基づく分析(表4-a)で抽出された傾向がより顕在化した。新日本プロレスでは千人以上の興行が大半を占め(93.6%, 146/156)、まさに「一人勝ち」の状況がさらに浮き彫りになる。新日本プロレスが1万人以上集客した4興行(表4-c)を見ると東京ドーム大会を除く3興行で満員となっている。対照的に、これに追従するドラゴンゲートや全日本プロレスでは、千人以上の興行はそれぞれ22.9%(38/166)、17.6%(24/136)であった。この2団体による興行規模は「500人以上～1,000人未満」が中心である(ドラゴンゲート: 53.0%<88/166> / 全日本プロレス: 27.2%<37/136>)。

2. 満員の定義

プロレス興行の観客数に関する問題は、プロレス団体側と観客側の視点からは異なった結論になる。

団体側からは多数の集客が可能な施設での興行のほうがコスト/パフォーマンスの上で望ましい。しかし、どのくらいの観客を動員できるかを勘案しないと、空席の多い興

表4-c 新日本プロレスにおける観客数が1万人以上の興行

開催日	施設	観客数	満員
1月4日	東京・東京ドーム	34,995	***
6月9日	大阪・大阪城ホール	11,832	満員
8月11日	東京・日本武道館	12,023	満員
8月12日	東京・日本武道館	12,112	満員

表5 同一施設における「満員」の定義の違い—大阪・エディオンアリーナ第2競技場を例として—

団体	開催日	観客数	満員
新日本プロレス	1月16日	1,150	満員
新日本プロレス	3月1日	1,011	満員
新日本プロレス	12月2日	1,063	満員
全日本プロレス	2月25日	845	満員
全日本プロレス	4月20日	512	***
全日本プロレス	4月21日	865	満員
全日本プロレス	9月24日	715	満員
全日本プロレス	12月8日	726	満員
大日本プロレス	3月31日	482	***
大日本プロレス	7月21日	475	***
ドラゴンゲート	1月14日	1,300	満員
ドラゴンゲート	3月3日	1,350	満員
ドラゴンゲート	3月4日	1,500	満員
ドラゴンゲート	5月19日	1,500	満員
ドラゴンゲート	8月11日	846	***
ドラゴンゲート	9月15日	824	***
DDT	5月27日	625	満員

行になり、施設賃料も含め収益上望ましくない結果が発生する。そこで、過去の実績や当該興行への参加選手の人気度などを考慮しながら、施設規模を決定しなくてはならない。これが、300人以下の規模の施設でも開催されることがある理由である(表4-b参照)。

逆に、観客側の視点からは、小規模施設であるためにチケットが入手できないことは、当該団体の観戦価値を高めることもある反面、観客側の不満につながり当該団体への興味の減退を招くかもしれない。また、そこそこの規模の施設で開催された時に、集客が見込みほどでなく多数の空席が存在することもある。この場合、観客側に「この団体は人気がないのでは」という疑問を生じさせることになる。



図1-a ダブルプロレス・世界館大会における開場直後の風景<観客198人満員; '19年8月12日; 著者撮影>

表6 みちのくプロレスにおける東北以外の興行状況

開催日	施設	観客数	満員
2月17日	東京・新木場1stRING	360	満員
2月18日	大阪・大阪市生野区民センター	418	満員
4月14日	東京・新木場1stRING	360	満員
4月28日	台湾台北・海天武道館	256	満員
6月15日	東京・後樂園ホール	1,215	満員
7月7日	東京・新木場1stRING	340	満員
8月25日	東京・新木場1stRING	318	満員
9月9日	兵庫・神戸芸術センター・芸術劇場	799	満員
10月20日	東京・新木場1stRING	320	満員
11月26日	東京・新木場1stRING	135	***
12月21日	東京・後樂園ホール	1,511	満員

以上の謂わば「難問」は、a)席数の調整やb)立見の導入によって多くの場合解決できる。プロレスが行われる会場は、基本的に中央にリングを設置しそれを囲むようにパイプ椅子が配置される。横に椅子をどのくらい並べるのかや、列間の距離の詰め具合によって、総席数を調整できる。さらに、後方部分に立見ゾーンを設けることにより観客数を増やすことも可能である。東京・後樂園ホールは、基本部分が固定椅子となっているが、リング付近にパイプ椅子が置かれ、さらに2階バルコニー部分を立見ゾーンとすることもある。大阪・世界館も基本部分が固定椅子となっているが、リングの周囲に加え正面舞台にもパイプ椅子を設置可能である(図1-a; 同じ仕様の公共ホールも多くある<図1-b>)。以上の調整によって、観客側に「満員感覚」を生じさせることができるのである。

つまり、同一施設の興行であってもどのくらいの観客数で満員となるかが異なることになる。例えば、大阪・エディオンアリーナ第2競技場の場合(図2-a; 中規模であるが同じ仕様の公共ホールも多くある<図2-b>), 固定椅子がなくリングを中心にパイプ椅子が配置され興行によっては立見も設けられる。そのため、団体や興行によって満員の定義が異なっている(表5)。ドラゴンゲートでは1,300名を上回る状態で、新日本プロレスでは千人を少し上回る状態で



図1-b プロレスリング紫焰・東成区民センター大会における開場直後の風景<観客155人; '19年8月11日; 著者撮影>



図2-a DDT・エディオンアリーナ第2競技場大会における開場直後の風景<観客678人満員; '19年9月1日; 著者撮影>

満員とされる。しかし、全日本プロレスやDDTでは600人から800人程度でも満員と定義される。このように、観客側の満足感の最大喚起を目論む団体側の思惑によって、当該興行の収容観客数の上限設定が調整される。

3. 地域密着型団体の興行状況

九州プロレスの興行は、沖縄県を除く九州7県で開催されている。まさに地域密着型の興行が展開されており、半数近く(10/25)の興行で400人以上を集客している。

みちのくプロレスは、東北以外で11興行を開催し、そのうち10興行が満員であった(表6)。これは、岩手県を基盤とした地域密着型団体であることがブランド化したことによって東北以外の地域の人々に「観戦したい」という欲求を喚起していることを示唆している。みちのくプロレス設立のほぼ10年後に出発したドラゴンゲートの場合には、関西という大都市圏での成功をバネに全国展開を図り今や前述したように新日本プロレスを迫る存在に成長した。対照的にみちのくプロレスが基盤とする東北地方には「大都市」といえる都市は仙台市のみである。つまり、地域密着的展開による収益は明らかに相対的に小さい。しかしながら、みちのくプロレスの成功は、岩手県あるいは東北というブランド・イメージへの固執が逆に「売り」になっていることを表しているといえよう。したがって、設立後10年経過した九州プロレスも九州地方での集客状況からすると他地域への興行拡大の潜在力をもつと判断できるかもしれない。ちなみに、この団体の道程と地域との密着性は全国メディアでも取り上げられた(NNNドキュメント'19, 2019)。

ところで、大阪市を中心とするプロレスリング紫焔は岡山市で1回だけであるが興行を開催し、成功を収めた(おかやま未来ホール大会<'18年5月19日, おかやま未来ホール, 観客数260人, 満員>)。さらに、'19年初頭に東京に進出しまさの成果を得た(東京・新木場1stRING大会<'19年2月9日, 観客数193人>)。この団体は、ほぼ1ヵ月に1



図2-b 大日本プロレス・すみのえ舞昆ホール大会における開場直後の風景<観客232人; '19年8月18日; 著者撮影>

回の頻度で有料興行を開催しながら、無料興行も積極的に開催しプロレスへの入り口を提供するとともに地域の賑わいに貢献している。先述したように、この団体は大学の学生プロレス研究会に由来しており、各興行では基本的に所属メンバーのみによってマッチ・メイクが行われる。そのため、所謂「ファミリー」的雰囲気が醸成されている反面、新鮮さ喪失の危険を招く。多様なレスラーを擁する新日本プロレスを除き、通常のプロレス団体ではこのマンネリ化を防ぐために折々外部レスラーを招聘して活性化を図っている。プロレスリング紫焔では、'19年春に全6試合を「プロレスリング紫焔所属選手vs中堅以上の有名レスラー」にして興行を行ったが(PANDORA 1st, '19年4月20日, 都島区民センター, 観客数114人), 思うほど集客できなかった。

大阪地域では、プロ化した団体やセミ・プロ化した団体が犇めいている(大阪プロレス['99年に<スベル・デルフィン>('67年生~)が設立], 道頓堀プロレス['13年に<空牙>が設立], [ダブプロレス('00年に<グンソ>('77年生~)を中心に広島と大阪中心に設立], ジャパンプロレス2000['99年に<守屋博昭>('69年生~)により設立,大阪南部中心]など)。このような状況で、プロレスリング紫焔は、地域密着型の呪縛と閉鎖的なマッチ・メイクからの解放の岐路に立っているといえよう。

IV. エンターテインメントとしてのプロレスのゆくえ

本稿では、興行観客数を統計的に分析することによる所謂「プロレスブーム」の状況の把握を目的とした。

まず、観客数や興行規模に関する分析は、新日本プロレスの「一人勝ち」状況を明確に示した(さらに言えば、本稿では考慮しなかったチケット代金の格差<新日本プロレスでのリングサイド席は他団体のほぼ2倍>を含めると「一人勝ち」はさらに顕在化する)。これは、先述したプロレス

ラーの人気投票の動向(Sports Graphic Number981, 2019)と一致していた。さらに言えば、現時点では東京ドームで興行を開催できる力を誇示できる団体も新日本プロレスのみであり('18年1月4日34,995人; '19年1月4日38,162人<満員>), '03年以來の東京ドーム2連戦を'20年1月4・5日に開催することが発表された。

ところで、東京ドームは、後樂園球場の代替施設として'88年3月に開業した。都心にある全天候型巨大スタジアムであることもあり、讀賣ジャイアンツの主催試合以外にもコンサートなど様々な興行が行われている。ここで、この東京ドームとプロレス興行との関係を紐解こう(安田, 2014)。新日本プロレスの中心にいた<A.猪木>('43年生~)の副業問題に端を発し、従来のプロレスのショー的要素を廃した闘いを目指し新日本プロレス所属レスラー中心にUWF('84年設立)が創設された。このUWFの流れは、紆余曲折はあったものの、'80年代末には「新日本、危うし」の空気をプロレス界に覆わせることになった。

このような状況に、新日本プロレスは、ベレストロイカを標榜し外貨獲得のために一流選手を「輸出」というソ連('91年崩壊)の政策に対応して、オリンピック・メダル級のアマチュアレスラーや柔道選手を中心とした「レッドブル」軍団を投入した「'89格闘衛星★闘強導夢」大会('89年4月)を東京ドームで開催し成功を収めた(5万3800人)。この成功を受け、'90年以降、毎年東京ドーム大会を開催することになる。'99年、'00年、'02年、'03年、'05年には1年に3回ほど東京ドーム大会が開催され、'92年からは1月4日に東京ドーム大会が行われている(安田, 2014)。新年早々の東京ドーム大会は、a)有名米国レスラーの招聘、b)若年レスラーをメインにした先行投資、c)他団体との対抗戦などによって活気を呈する。しかし、'05年あたりから落ち込みが目立ち「地方興行で出た赤字をドーム興行で埋める」というマジックは消え、'05年新日本プロレスは経営形態の変革を迫られる('05年「ユークス」<ゲーム開発企業>、'12年に「ブシロード」<トレーディングゲーム中心の企業>)。新日本プロレスは、'97年に団体最高売り上げ高を記録したが、その後は下降し続け、'12年には11億円にまで落ち込んだ。しかし、'13年に回復しその後は上昇し、'17年に38億円とV字回復を成し遂げた。'18年は過去最高の49億円に達した(いつか, 2019)。プロレス団体では伝統的にレスラーが経営責任者に就いていた。しかし、レスラーではない経営スキルに富んだ者が責任者になることにより、新たな経営感覚が持ち込まれたのである。

もちろん、新日本のV字回復は、経営体制の変革だけで

なく、現場を担うレスラーの変容にも原因がある。それまでと異なるキャラクターを売りにする<棚橋弘至>('76年生~; 立命館大学プロレス同好会出身)の登場である。興行での締め言葉は「愛してまーす」、自らを「100年に1人の逸材」と定義、<棚橋>はこれまでにプロレス界に充滿していた「体育会系の要素」を「ゼロ」にしたのだ(速水, 2014)。これによって男性のためのエンターテインメントという概念が瓦解し、女性ファンの拡大を引き起こした(「プ女子」<広く>、2014; 諸井, 2015)。一方で、<棚橋>は、「栄養学の知識もトレーニングのやり方も、科学的な手法を優先する合理主義者」(速水, 2014)という恐るべき「チャライ」キャラなのだ。

興味深いことに、プロレス界でもう一方の雄であった全日本プロレスは、3回しか東京ドーム大会を開催していない。元々<G.馬場>は、ドーム大会の関心が薄かったのである。「全日本のファンでも東京ドームで観れますよ」という動機もあって初めて開催した東京ドーム大会('98年5月; 5万8300人)ではマッチメイクも「全日本らしさ」で彩られていた(小佐野, 2014)。2回目は'99年5月に開催されたが、この年の1月に急逝した馬場の引退記念興行となった(6万5000人)。最後の東京ドーム大会は、「馬場三回忌追悼」を謳い、「大仁田厚」('57年生~; '74年全日本プロレス入団、'83年試合中に左膝蓋骨粉砕骨折、'85年引退、'89年FMW設立)里帰りや「武藤敬司」('62年生~; '84年新日本プロレス入団、'02年全日本プロレス移籍)初参戦などの話題を振りまきながら'01年1月に開催された(5万8000人)。要するに、日本のプロレス史において新日本プロレスと並ぶ団体であった<G.馬場>率いる全日本プロレスでさえ実質的に東京ドーム興行は1回であった。前述した'20年初頭の新日本プロレスによる東京ドーム2連戦に関する予告は、本稿での統計的分析が示した新日本プロレスの「一人勝ち」状況の自己誇示でもあるのだ。

本稿で明確になった別の2つの事柄に触れよう。a)岩手県中心の地域密着型であるみちのくプロレスのブランド化、b)元々は関西中心に設立されたドラゴンゲートの隆盛(全国的人気)。

この2団体ともに、<力道山>の伝統を引き継ぐメジャー団体とは異なり、所謂インディーズとして現れる。わが国におけるインディーズの歴史は、'89年に<大仁田厚>が設立したFMWから始まると言っても過言ではない(東京スポーツ新聞社, 1995)。これが「'90年代インディーズの源流は『全日本プロレス』にあった」(週刊プロレス編集部, 2019b)という感覚につながる。'84年に全日本プロレス

を引退していた<大仁田>は、「全財産は5万円、知人から借りた3万円」という伝説の下、「痛みが伝わる人間的なプロレス」というデスマッチ路線を展開し、全日本プロレスや新日本プロレスとは根本的に異なる邪道プロレスの確立を試みた。その後、'91年9月には川崎球場に33,221人を動員した。プロレスが成功するための必須アイテムであった「テレビ中継」がないことを逆手にとり、「有刺鉄線デスマッチ」に始まり「ノーロープ有刺鉄線電流爆破マッチ」など様々なデスマッチ形式が展開された。<力道山>は、テレビ・メディアを最大限利用することにより、エンターテインメントとしてのプロレスを確立した(猪瀬, 2013)。<大仁田>自身は多くのバラエティー系のTV番組に積極的に出演した。インディーズの「カリスマ」となった<大仁田>は(観客動員においては最早メジャーである)、'95年5月川崎球場大会(5万8,200人動員)で引退後も「復帰-引退」を反復している。

彼は、メジャー団体に所属しなくてもプロレスラーとして成功できるという謂わば「ジャパニーズ・ドリーム」を体現し、多くのインディーズ団体誕生の引き金の役割を果たした(東京スポーツ新聞社, 1995)。「重厚な肉体を武器に、身体と身体をぶち当てていく」だけがプロレスではないという<大仁田>の試みは(大仁田, 2000)、メジャー対インディーズという謂わば格差構造を自らの身体を賭すことにより破壊したともいえる(「インディーを罵倒し、デスマッチを軽視し、己達だけがプロレス界のエリートだと思ふ奴らに、この痛みをわからせてやりたい」<大仁田, 2000>)。リング上に刺鉄線、油、果ては火薬まで持ち込み己の身体を危険に曝すことによりインディーズとしての矜持を伝達した。

<大仁田>の成功と入れ替わるように、地域密着型ブランドを確立したみちのくプロレスの成功を見よう。'93年3月に岩手県矢巾町民総合体育館で旗揚げ(1,920人<満員>)したみちのくプロレスは日本初の地域に根ざした団体として注目され、旗揚げ試合にはテレビ9社、ラジオ1社が駆けつけた(ベースボールマガジン社, 2014)。みちのくプロレスの概念は、<大仁田>のようにメジャー団体への対抗ということだけでなく、地域密着型展開にあった。この'93年は、「川淵三郎」のリーダーシップの下にJリーグ(日本プロサッカーリーグ)が創設された年であるが、Jリーグ規約でチームと地域との密着性が定義される(「第21条(2): Jクラブはホームタウンにおいて、地域社会と一体となったクラブ作り(社会貢献活動を含む)を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければなら

ない」<日本プロサッカーリーグ, 2012>)。みちのくプロレスの地域密着性の概念は、もちろん規模を比較すべきではないがこのJリーグ創設の理念と共振しているのだ。'18年でも観客が100人未満の19興行あることもみちのくプロレスの概念の持続性を示しているといえよう。ちなみに'18年には東北地域で12の無料興行を開催した(3月21日「山形市DCMホームマック落合店・屋外駐車場特設」~10月13日「山形・川西町羽前小松駅前通り・駅前プロレス」; 11月~2月は地域的に屋外開催は不適なためこの期間に限定される)。

次に、'04年に設立されたドラゴンゲートについて述べよう。この団体は、本稿での興行分析によれば、最早特定地域(=神戸)への固執を超え新日本プロレスに次ぐ地位を確保しているのだ。プロレスラーの体格比較を試みた先行研究(諸井ら, 2017)によれば、ドラゴンゲート所属レスラーは、身長、体重、BMI(肥満指標)すべてで最低値を示した。この団体の試合は、空中戦、関節技や、ストレッチ技など俊敏さを特徴とするルチャ・リブレによって基本的に構成される。巨体志向のメジャー団体の間隙を突いて、見かけは観客とそう変わらない体格をもつレスラーが構成する空間は、「身体的には現実化しやすい『プロレス』空間という虚構を現実として体験している」(諸井ら, 2017)場へと変容したのだ。つまり、ドラゴンゲートの場合には、もう一つの新日本プロレスを目指すのではなく、ルチャ・リブレに「イケメン」的風貌の選手たち揃えることによって「都市受け」する特徴を醸成したといえる。つまり、前述した<大仁田>のインディーズという矜持やみちのくプロレスの地域密着性の呪縛から自らを解放することが成功につながった。

V. おわりに

プロレスラーの人気投票のtop5のうち3選手は、新日本プロレスによる「純粋培養」ではない(表1参照)。ただし、<オカダ・カズチカ>('87年生~)は'04年に闘龍門でデビューし、'07年に新日本プロレスに移籍しているが、闘龍門でプロレスラーとしての地位を確立していたわけではない。ところが、<飯伏幸太>('82年生~; '04年DDTデビュー、'13年新日本プロレスとの二重所属、'16年フリー、'19年新日本プロレス所属)や<SANADA>('88年生~; '07年全日本プロレスデビュー、'03年WRESTLE-1移籍、'15年フリー、'15年新日本プロレス所属)は、元々所属していた団体でトップレスラーとなり、その後、新日本プロレスに移籍した。これによって重量級戦線が活性化された。最近では、<石森

太二>('83年生～；'02年闘龍門デビュー，'08年プロレスリング・ノア所属，'18年新日本プロレス所属)や<鷹木信悟>('82年生～；'04年ドラゴンゲートデビュー，'18年新日本プロレス所属)を獲得したが，明らかに先述したドラゴンゲートの隆盛を意識した企てといえよう。

本稿では分析対象としなかったが，選手層においても「一人勝ち」戦略を新日本プロレスが志向しているとすれば，これは「両刃の剣」となる可能性がある。新日本プロレスに人気や実力の上でも一流の選手が過度に集結すると，一時的には強固なファン層を築くことができる。しかし，他団体を弱体化を惹起する危険も孕んでいる。果たして，新日本プロレスの「一人勝ち」が極限に達しても今のプロレス・ファンは持続的にファンであり続けるのだろうか。

先述した<大仁田>が確立したインディーズの概念は，観客の少なさというよりもメジャー団体で固執されていた様式のみがプロレスではないという多様性を生み出した。つまり，多様性の中の選択を可能にすることがエンターテインメントとしてのプロレスの持続的展開をもたらす。その点で，今回の分析では突出した数値を見せてはいないが，DDT('97年に<高木三四郎>('70年生～)らを中心に設立)の「文化系プロレス」(高木，2008)の標榜はプロレスの多様性を<大仁田>のように過激な仕方ではなく持続可能な形で作り出している(「路上プロレス」や「闘うピアガーデン」など)。さらに，'17年9月にAmebaを中心にインターネット広告事業を展開するサイバーエージェントグループにDDT株を100%売却し，グループ内の一会社として「高木三四郎の個人商店」から脱却することを発表した(湯沢，2017)。これは，業績悪化や経営不振が原因ではない。先述のブシロードによる新日本プロレス吸収の成功を先行モデルとして計画された。その際，<高木>にとっては次の3条件を満たすことが重要であった。a)誰もが知っている企業，b)純粋にプロレスというジャンルに対する経営に魅力を感じるオーナー，c)自社でメディアをもっている。「身売り」ではなくプロレス界の未来を見据えた決定を<高木>は行ったのだ。

ところで，本稿で分析対象としたFREEDOMSの中心人物の<佐々木貴>('75年生～)は，'17年8月に後楽園ホールで「プロレス戦国時代 群雄割拠 其の一」を開催した(735人集客)。この「地方物産展のプロレス版」は，<佐々木>の「地元をプロレスで盛り上げるとも思っている，プロレスラーである以上，後楽園ホールでやってみたくも思っているはずだ」という信念に基づいている(小柳，2018)。試合は，結集した10団体ごとに構成されたが，<ゲンソ；ダブプロレ

ス>による「オレたちをプロレスラーって認めてくれたのは，地元のツレと，そして今日オレたちを見に来てくれている一人ひとりのお客さんのおかげで，オレたちはプロレスラーになることができたんだ」(週刊プロレス，2017)という矜持の開示は，プロレスの「聖地」で団体ファンを越えた感動を喚起した。

「其の二」は'17年12月に後楽園ホールで開催された(456人)，「団体トーナメント」(6人タッグ戦)が中軸にされ，琉球ドラゴンプロレス(<グルクンマスク>('71年生～)によって'13年に沖縄で設立)が「天下統一」旗を獲得した。'18年8月の「其の三」(後楽園ホール，386人)では，団体の枠の外した魅力的取り組みも盛り込まれたが，「東京のファン」に地方の熱意を伝えるという点は物足りない観客動員であった(週刊プロレス，2018b)。この状況を踏まえ，'19年1月には東京ドームで毎年10日間に亘って開催される大規模イベント「ふるさと祭り東京2019 日本のまつり・故郷の味」(東京ドームシティ，2019；424,401名入場)と「地方の力で盛り上げる」という共通概念の下に開催された(週刊プロレス，2019a)。

「地域おこし」の文脈で語られる「地産地消」とは「ある地域で収穫した農水産物をその地域内で消費すること」(新村編，2018)である。この概念は，<佐々木>による試みとは少し乖離することになる。地方インディーズの理念は「地産地消」を含むが，東京志向とは別問題であるからである。地方インディーズの展開は，「上京志向」の希薄さと「地元で強固な関係と生活基盤」の構築志向を特徴とする若者たちの変化(原田，2014)と一致するからである。いずれにせよ，新日本プロレスの過度の「一人勝ち」状況の出現は，逆説的にエンターテインメントとしてのプロレスの広がりを制限することになる。前述した「プロレス戦国時代 群雄割拠」の試みも含め，地方への広がりとともにプロレスの多様な様式を孕む展開がエンターテインメントとしてのプロレスの定着と発展の鍵となるであろう。そもそも早'80年代に様々な大学キャンパスに出現しプロレスの裾野を広げた「学生プロレス」が存在しなければ(東京スポーツ新聞社，1995)，<棚橋>による新日本プロレスのV字回復への貢献もなかったのである。

〈付記〉

- (1) 本稿は，第1著者の立案に基づいている。なお，第2著者は，観客数データの整理に尽力した。
- (2) データの統計的解析にあたって，IBM SPSS Statistics version 25 for Windowsを利用した。

VI. 引用文献

- ベースボール・マガジン社 2014『日本プロレス全史』ベースボール・マガジン社
- 原田曜平 2014『ヤンキー経済-消費の主役・新保守層の正体-』幻冬舎新書
- 速水健朗 2014 リングの中心で愛を叫ぶ -現代の肖像 プロレスラー・棚橋弘至- *AERA*, 1466, 48-52頁
- 広く。2014『プ女子百景』小学館集英社プロダクション
- 猪瀬直樹 2013『欲望のメディア』小学館文庫
- いつか床子 2019 新日本プロレスリング-「選手のキャラクター強化」で売り上げ過去最高- プレジデント, 1027, 86-90頁
- 小柳暁子 2018 リングがあれば祝祭-エンタメの地産地消とローカルプロレスの現在- *AERA*, 1671, 51-53頁
- 諸井克英 2015〈安川悪斗〉の流血の彼方-プロレス・リアル [1] - 生活科学(同志社女子大学), 49, 46-51.
- 諸井克英・板垣美穂・古性摩里乃 2017 プロレスラーは本当に大きいのか?-プロレス・リアル [2] - 総合文化研究所紀要(同志社女子大学), 34, 196-203.
- 大仁田厚 2000『真実』ティ・アイ・エス
- 小佐野景浩 2014 消えていった王道夢対決-全日本・東京ドーム大会をめぐる水面下の攻防-本多誠(編)『週刊プロレスSPECIAL 日本プロレス事件史vol.4 球場・ドーム進出!』, 28-33頁
- 新村 出(編) 2018『広辞苑第七版』岩波書店
- Sports Graphic Number981 2019 プロレス総選挙FINAL 文藝春秋
- 週刊プロレス編集部 2017 戦国乱世の幕は開いた 週刊プロレス, No.1916, 100-101頁
- 週刊プロレス編集部 2018a 地方<ローカル>に未来<ひかり>あり 週刊プロレス, No.1939, 72-73頁
- 週刊プロレス編集部 2018b 拡大せよ, 地方熱! 週刊プロレス, No.1971, 58-59頁
- 週刊プロレス編集部 2019a プロレス×地方の力-大・大爆発!!- 週刊プロレス, No.1995, 50-51頁
- 週刊プロレス編集部 2019b 「オールドスクール」というプロレス界の空き家-ガッツ石島が追い求める `90年代インディー、の魅力- 週刊プロレス, No.2012, 43頁
- 東京スポーツ新聞社 1995『プロレス全書』東京スポーツ新聞社
- 安田拓了 2014 ミスター・ドーム-新日本ドーム興行の立役者・坂口征二の経営感覚- 本多誠(編)『週刊プロレスSPECIAL 日本プロレス事件史vol.4 球場・ドーム進出!』, 22-27頁
- 湯沢直哉 2017 企業化への道を歩み始めたDDTのこれから -団体を未来へ残すための`変化、と`不変、- 週刊プロレス, No.1925, 40-41頁
- [インターネット・サイト]
- NHK 2018 プロレス人気復活! “過去最高”の秘密<クローズアップ現代 `18年7月19日放送> <https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/4161/>
- 日本プロサッカーリーグ 2012 Jリーグ規約 <https://www.jleague.jp/docs/aboutj/regulation/2017/02.pdf>
- 日本プロ野球機構 2019a マイナビオールスターゲーム2019 -投票結果- <http://npb.jp/allstar/2019/ballotresult.html>
- 日本プロ野球機構 2019b 2018年セ・パ公式戦入場者数 <http://npb.jp/statistics/2018/attendance.html>
- NNNドキュメント`19 2019 リングに上がれ!~プロレスで元気にするバイ~ <http://www.ntv.co.jp/document/backnumber/archive/post-123.html>
- 東京ドームシティー 2019 ふるさと祭り東京 日本のまつり・故郷の味 <https://www.tokyo-dome.co.jp/furusato/exhibitor/>
- [分析対象とした団体のインターネット・サイト]
- 大日本プロレス <https://bjw.co.jp/>
- DDT <https://www.ddtpro.com/>
- ドラゴンゲート <https://www.gaora.co.jp/dragongate/>
- FREEDOMS <http://www.pw-freedoms.co.jp/>
- 九州プロレス <http://www.kyushu-pro-wrestling.com/>
- みちのくプロレス <http://www.michipro.jp/>
- プロレスリング紫焔 <http://shi-en.com/>
- 新日本プロレス <https://www.njpw.co.jp/>
- 全日本プロレス <http://www.all-japan.co.jp/>