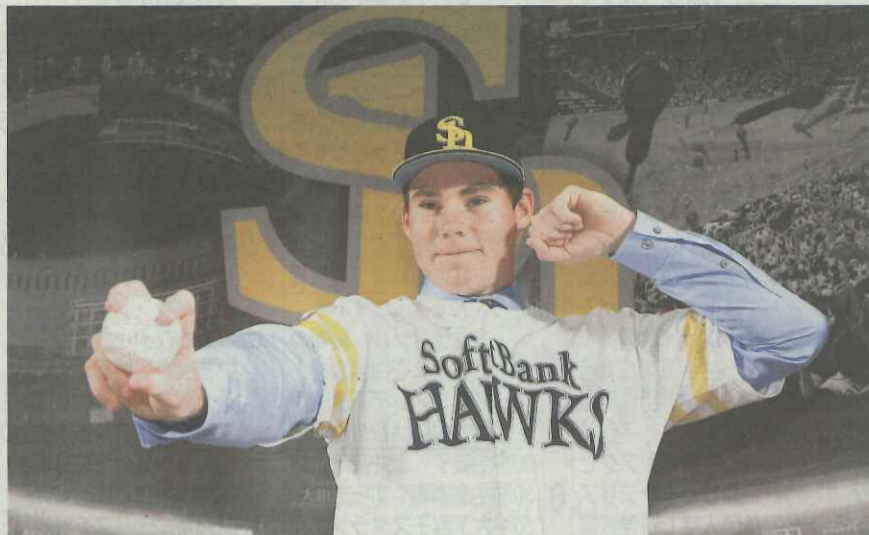


# スチュワート投手との契約が起こした波紋

スポーツbiz

産経新聞客員論説委員  
佐野 慎輔

さの・しんすけ 1954年生まれ。富山県高岡市出身。早大卒。産経新聞運動部長やシドニー支局長、サンケイスポーツ代表、産経新聞特別記者兼論説委員などを経て2019年4月に退社。笹川スポーツ財団理事・上席特別研究員、日本オリンピックアカデミー理事、早大非常勤講師などを務める。著書に『嘉納治五郎』『金栗四三』『中村裕』『田端政治』『オリンピック略史』など多数。



ソフトバンク入団会見を終えてポーズを取るカーター・スチュワート投手。3日、福岡市中央区のヒルトン福岡シーホーク

米大リーグ（MLB）のドラフト会議が先ごろ行われた。日本のドラフト会議はシーズン終了後に行われるので不思議な気もするが、米国の学校の大半が6月に学年末を迎えることから、この時期に開かれている。そのドラフト会議開催に合わせたかのように、福岡ソフトバンクホークスが昨年のMLBドラフト会議でアトランタ・ブレーブスから1巡目指名を受けたカーター・スチュワート投手と契約、入団発表した。

## 裏には辣腕の代理人

ブレーブスとは身体検査で手首の故障があるとして契約金を下げられて合意に至らず、イースタン・フロリダ州短大に進学した同投手は今年のドラフトでも有力候補に挙がっていた。スポーツ専門局ESPNによると、ソフトバンクは6年契約で総額700万ドル（約7億6000万円）以上という破格の条件を出したとされる。

MLBの球団と契約しても、恐らく6年間で700万ドルは稼げまい。その意味では、スチュワート投手にとってソフトバンク入りはいい選択である。代理人を務めたスコット・ボラス氏のほくそ笑む姿が目に見えぬ。

ボラス氏といえば松坂大輔投手（当時・西武、現・中日）の代理人を務め、ボストン・レッドソックスとの間で6年契約5200万ドルの大型契約を結んだことで日本でも有名になった。現在もJ・D・マルチネス（ダイヤモンドバックス）やカルロス・ゴンザレス（ロッキーズ）などの有名選手の代理人として辣腕を振るい、フィリーズのブライス・ハーパー外野手の2013年、3億3000万ドルの大型契約を勝ち取った。

これまでもドラフト会議の際、「日本行き」をちらつかせてMLBの球団に揺さぶりをかけるなど常に嵐を巻き起こしてきたが、今度のスチュワート投

手をめぐる戦略は新たな火種となりかねない。

一つはこれが先例となって新人選手の契約金が高騰しかねないという懸念である。MLBでは1965年からドラフト制度を導入、契約金の高騰を抑え、戦力の均衡化を図ってきた。

しかし、代理人の登場によって前シーズンの下位球団から有力選手を指名していく完全ウェーバー制にほころびが始め、資金力のある有力球団に優位に働いているのが実情だ。さらに今回のボラス戦略は、契約金総額に上限を設けてきた制度に穴をあけることにもなりかねない。

スチュワート投手の今後にも

よるが、彼が選手として成功すれば、米国のドラフト候補選手に「日本経由」という新たな道が開かれよう。MLBでは指名された選手はマイナー契約を結び、メジャー昇格後も年俸調停の権利が得られる3年目までは年俸を低く抑えている。しかし、日本の球団に高額契約で入団、その後、ポストティング・システムを利用してMLB入りすれば大型契約を結ぶことも可能となる。

## 日米野球摩擦を懸念

目下、アマチュア選手獲得にあたって国際的な取り決めはなく、MLBは自由競争の立場をとっている。日本では新日本石

油ENEOSの田沢純一投手がMLB挑戦を表明した際、日本球界はドラフト対象者が指名を拒否し海外でプレーした場合は、日本球団とは一定期間（高校生3年、大学・社会人2年）契約できないという「田沢ルール」を策定した。今回のことでMLBが態度を硬化、「抜け道」を許さない新たなルールづくりを行う可能性も否定できない。

スチュワート投手にはソフトバンクの卓越した育成力の下、ぜひ立派なプロ選手に育ててもらいたい。いや、球団の責務として育ててほしい。彼の今後に注目するとともに、一方で新たな日米野球摩擦を生みかねない事態を注視していきたい。

## 特別対談シリーズ 『グローバルの流儀』 〈Vol.22〉

森辺一樹とゲストとの特別対談シリーズ『グローバルの流儀』。第22回目のゲストはイトアンド 仲田浩康社長をお迎えしての対談です。



森辺 一樹  
スパイダー・イニシアティブ  
代表取締役社長

1974年生まれ。大手を中心に1000社を超える企業に対して、15年以上にわたるアジア新興国展開支援の実績を持つ、海外販路構築のスペシャリスト。

## 創業50周年、「大阪王将」のギョーザを世界のブランドへ

「大阪王将」をはじめ数々の店舗をフランチャイズ展開するイトアンド。国内に439店舗、海外に52店舗（2018年12月末現在）を構える。他にも冷凍食品の製造販売を行い、中でも冷凍ギョーザでは国内シェア第2位を誇る。今年で創業50周年を迎えるイトアンド。この50年の歩みや、今後の展開について代表取締役社長 仲田浩康氏に聞いた。

### おなかを満たす喜びと食を通じた幸せを提供

森辺：御社の事業内容と沿革をお伺いできますか。

仲田：当社は冷凍食品や加盟店向けの食材の製造・販売を行うとともに、フランチャイズ店を展開しています。1969年、大阪の京橋に大阪王将の1号店を開店したのが始まりで、2019年で創業50周年になります。1977年に「大阪王将食品株式会社」を設立し、2002年に現社名に変更。2013年に大阪にあった本社機能を東京に移し、東京ヘッドオフィスを構えました。

森辺：御社の主力事業となる外食事業と食品事業についてお聞かせください。

仲田：外食事業では大阪王将、ラーメン、ベーカリーカフェを展開しています。海外を含めて491店舗あり、王

将がそのうち395店舗です。また、食品事業ではギョーザ、から揚げ、チャーハン、中華丼などの冷凍食品を約100種類ラインアップしています。

森辺：御社のヒット商品を教えてください。

仲田：一番売れているのが「大阪王将羽根つきギョーザ」で、ほとんどの量販店の冷凍食品コーナーに並んでいます。焼きギョーザのシェアでいえば味の素さんに次いで全国第2位ですね。次が「大阪王将ぶるもち水ギョーザ」で、これは日本国内で一番売られている水ギョーザになります。冷凍ギョーザ市場は味の素さんが約50%、当社が約35%で、2社が業界をけん引しています。

台湾、シンガポールをはじめ9つの国と地域に52店舗を展開

森辺：国内の市場が縮小する中、御

社はやはり海外には積極的に取り組まれているのでしょうか。

仲田：外食事業では、当社はすでに中国、香港、台湾、インドネシア、タイ、シンガポール、フィリピン、ベトナム、ミャンマーの9つの国と地域に、合わせて52店舗を展開していて、2021年までには、アジアの店舗数を100まで増やそうと考えています。食品事業はまだ香港とタイを中心に輸出を始めたばかりです。冷凍ギョーザの輸出は、関税による価格の問題に加えて、今でもまだ放射能の問題があり、日本で作ったギョーザを輸出するには難しい環境です。そこで、海外に工場を設け、そこからアジア各国に輸出をしていくということも考えています。

森辺：なるほど。では最後に、御社のグローバル市場における長期的な展望をお聞かせください。

仲田：真の意味でのグローバル化というのは、まだまだ厳しいと思います。ただ、過去の失敗から学んだことを生かし、今後はしっかりとデータ分析をし、戦略を練った上で取り組んでいくつもりです。



イトアンド株式会社 代表取締役社長 仲田 浩康（なかつた ひろやす）1964年大阪府出身。関西学院大学大学院卒。2000年イトアンド入社。商事部（現・食品営業本部）部門長、トレーディング事業部（現・食品営業本部）ゼネラルマネジャーを経て2004年取締役就任。2009年取締役常務執行役員トレーディング（現・食品営業本部）本部長。2012年専務取締役。2017年、代表取締役社長に就任し現在に至る。

イノベーションズアイWEBサイトで全文掲載中！  
<http://global.innovations-i.com>