



『ソフトバンクホークス 4軍制プロジェクトの正体』

～新世代の育成法と組織づくり

喜瀬 雅則 著

光文社（光文社新書）

2025/05 408p 1,320円（税込）

序．選手の主体性を引き出す試み

- 1．遅いストレートを生かす
- 2．打撃検定
- 3．競争の重圧
- 4．測れない“何か”
- 5．「心」を育てる
- 6．魂の継承——小久保裕紀と城島健司
- 7．地域密着と4軍ビジネス

終．王貞治

【イントロダクション】

福岡ソフトバンクホークスは、2011年シーズンから「3軍制」を敷いていたが、2023年シーズンから、日本プロ野球史上初となる「4軍制」を導入した。選手層を厚くし、育成環境を強化する目的があるようだが、実際にはどのような取り組みが行われているのだろうか。また、メリットや課題は見えてきたのだろうか。本書は、福岡ソフトバンクホークスの4軍制の取り組みについて、多くの関係者に取材し、そのシステムの特徴を解き明かしている。かつて野球界にはびこっていた軍隊気質の練習方法が通用しなくなった現代においては、若い選手の「主体性」を引き出すことが求められるようになってきている。そのために、科学的なデータをもとに、必要な練習を選手が自ら選ぶための優れた施設の導入が進んでいるようだ。また、3軍、4軍が本拠地を構える筑後市は、人口や世帯数の増加など、スタジアムビジネスが地域を活性化する成功事例となりつつある。著者はスポーツライター。1990年産経新聞社入社。94年からサンケイスポーツ大阪本社で野球担当として阪神、オリックス、近鉄、ダイエー、中日、アマ野球の番記者を歴任。2017年に退社後、現在に至る。著者多数。

●脱「パウハラ」の時代に求められる選手の「主体性」

2023年から、ソフトバンクは球界初の「4軍制」となった。この「4軍制」は、現在進行形のプロジェクトである。

2025年2月時点でソフトバンクの育成選手は54人。支配下選手65人。隠れた逸材、一芸が光る選手を獲ってくるのが一大方針でもあり、いわゆる強豪校や名門校の選手とは違って、本格的な練習の仕方をあまり知らなかったり、体力や技術面で劣っていたりする選手も多いという。

ちょっと厳しく指導すれば「パウハラ」。（＊その環境下で）野手統括コーディネーターを務める荒金久雄が掲げたキーワードの一つが「主体性」だった。『『自主性』より『主体性』』を持ち、いかに自分で取り組んでもらうかというのが今後の課題です

ソフトバンクの1軍チーフ投手コーチで、投手部門のヘッドコーディネーターも兼任

する倉野信次は、2022年からの2年間、米メジャーのテキサス・レンジャーズ傘下のマイナー球団でコーチを務めてきた。「アメリカの理論が、どんどんどんどん日本に入ってくるようになった。スマホで世界中の情報が気軽に見られるようになった」

情報への感度が高い若者世代の動向を見誤れば、時代遅れの組織にもはや見向きもしてくれなくなる。現場を統括するゼネラル・マネジャー（GM）の三笠杉彦が、選手育成の強化のための一例として挙げたのが、米シアトル郊外にある、最新鋭のトレーニング施設「ドライブライン」のことだった。

選手の動きを科学的に解析、打ち出された数値を野球に生かすことで、パフォーマンスをさらに向上させていくための施設で、投打の二刀流、ロサンゼルス・ドジャースの大谷翔平をはじめ、多くのメジャーリーガーたちもシーズンオフになると「ドライブライン」に足を運び、自らの体の状態やパフォーマンスをチェックする。

福岡・筑後市の「HAWKS ベースボールパーク筑後」は、ソフトバンクが60億円を投入して整備し、2016年から稼働させた一大育成拠点であり、“和製・ドライブライン”ともいべき、最新鋭の設備が揃えられている。敷地面積7万1643.85平方メートルは、甲子園球場のおよそ2個分にあたる。隣接する形での2球場は、いずれも1軍の本拠地・みずほPayPayドーム福岡と同じスケールだ。寮と直接つながっており、それこそ24時間、いつでも思い立てば練習ができる。

その一角で、練習中からR&D（選手のパフォーマンスから感覚の部分に至るまで、さまざまな機器を使って科学的なアプローチを試み、分析、数値化する部門）のスタッフがパソコンを開いてスタンバイしている。

打撃練習では、投手別のデータを入力することで、その球筋が“完コピ”される「アイピッチ」があり、この機能に加えて、投球に合わせて投球モーションが映像で完全再現される「トラジェクトアーク」も配備されている。ブルペンには、1球ごとに回転数やホップ量、スピードなどの詳細なデータが出る「ラブソード」があり、投げた直後にその投球モーションが再生されるモニターも設置されている。

三笠は、こう続けた。「若いとはいってもプロなんだから、自分で選んでやらなきゃダメですよ、ということなんです。どんなものも選べますよ、という状況ですね。データも選べるし、反復練習も選べる。どんどんやりたい方向でやりなさいと」

●育成施設によって地域のブランド力や関心度も向上

「HAWKS ベースボールパーク筑後」の竣工は、2016年3月15日のことだった。新たな拠点誘致を、ソフトバンクは異例の“逆入札制”で行った。

球団が挙げた募集条件は、（1）4万～6万平方メートルで分割されておらず、かつ、20年以上継続して利用可能な土地（2）ドームから車で1時間圏内（3）高速のインターチェンジからも20分以内（4）鉄道網など公共交通機関も整備されている。筑後市は、この4条件から見ると、まさしくベストマッチだった。

球団は、2010年12月25日に「筑後」への移転を決定した。これを受けての市の動きは、実に素早く、かつ的確だった。年明けの2014年1月7日、誘致決定からわずか13日後の臨時市議会で「スポーツ推進施設誘致経費」として、12億6421万円を増額する一般会計補正予算案を全会一致で可決している。

球場などを建てる7ヘクタールの予定地は球団に20年間、無償貸与する。2014年3月27日、ファームの本拠地を筑後市に立地するという基本協定を締結。無償貸与の20年間は、筑後市から動きませんという球団の“約束”でもある。

球団には「筑後事業推進部」という部署がある。野球事業推進本部の一部門で、筑後のファーム施設全般の運営・管理、筑後の事業に関する企画・運営・管理を担当している。筑後市は「2016年」を挟んで人口が増え、世帯数も伸びている。

「筑後」の名前が普及し、人口流入が増える。それはイコール、税収も増え、国からの交付金も増え、観光人口も増える。その起爆剤としての「プロスポーツ」という視点で見ると、筑後の育成施設が存在する効果は絶大なものがある。「地域ブランド調査」

と呼ばれる、日本最大規模の消費者調査のデータがある。2016年を挟み、筑後市のイメージやブランド力、関心度はほぼ右肩上がり。

「最終的には『認知度』。筑後市が知られた、というところがグッと上がっている。もう絶大なPR力を持っているんです」（筑後市役所の商工観光課でフォークスファーム事業推進担当を務める水田進）

●新時代のスタジアムビジネスで街の“潜在能力”を伸ばす

こうした「winwin」の効果を、さらに大きくしていく。その一つのカギが「集客」だろう。筑後に人を呼ぶことは、ソフトバンクにとっては「観客動員」として、筑後市には「観光客の増加」という、双方に大きなメリットを生む。とはいえ、2軍、3軍、4軍の試合で観客を集め、事業として採算を立てていくというのは、当然ながら簡単なことではなさそうだ。

（*野球事業推進本部の本部長を務めた）大脇満朗は、筑後における一大テーマは「2軍にファンをいかに誘引するか」だという。「3軍、4軍戦自体の売上がどうのこうの、というのは実はあんまり問題にしていない」。3軍、4軍の試合は「非公式戦」という扱いになる。ここにいる無名の育成選手たちが成長して、2軍に上がり、チャンスを掴み、1軍へと巣立っていく。そうした「育成のストーリー」を追いかけてくれる「マニアを増やすということだと思います」と大脇は言い、そのために「コスト的な間口を低くしておきたい」

3軍は、独立リーグの四国アイランドリーグ plus との定期交流戦や、他球団との交流戦などでは、大人1人平均800円程度のチケット単価で入場料を取っているが、4軍戦になると子供は無料、大人も500円と、低額の入場料に設定している。

その理由を、大脇が説明する。「子供たちがお父さん、お母さんと一緒に筑後へ遊びにくるくらいの金額にしておく。そこには、ウエスタン・リーグ（*2軍リーグの一つ）の試合自体、見たことのない人もいるでしょうから、その人たちも2軍へと“上がって”いってくれば、と」

儲かる、儲からないという視点だけで、育成の是非を問うべきではないという姿勢を示してくれたのが、事業統括本部長の太田宏昭だった。「絶対黒字化、なんて思っていない。それより、ファンが去年より3千人増えました、という方が絶対に大事なわけですよ」

2025年3月には、阪神が兵庫・尼崎市に新たな2軍施設となる「ゼロカーボンベースボールパーク」を開業した。巨人も東京都稲城市に、ファームの新球場「ジャイアンツタウンスタジアム」を、阪神と同じく、25年3月に開業。球場を核とした街の一体開発を進めていくという、新時代のスタジアムビジネスを進めていこうとしている。筑後の一大施設は、選手たちだけでなく、ビジネスの、そして街の“潜在能力”もさらに伸ばしていく「育成の場」でもあるのだ。

※「*」がついた注および補足はダイジェスト作成者によるもの

コメント：福岡ソフトバンクホークスのオーナーである孫正義氏は、「チームが強くなるためのコストはすべてかける」との考え方を徹底し、設備についてはメジャー球団と遜色ないか、それ以上のレベルを求めているという。4軍制はまったく新しい試みであり、選手層が厚くなる一方で競争が激しくなることなどから、一部ではハレーションも起きているようだ。しかしそれもまた、球団が「強くなるためのコスト」と言えるかもしれない。選手の育成法が変化するなかで、強い球団であるための体制も、変化することが求められているのだろう。