

# ガラスポ グラゼニアニメ化決定に東スポが動いた!

知られざる

# マネジメントの世界!!

**ガラスポとは**  
 グラゼニでおなじみの探腕セキネ記者と「ミス東スポ2017」の日里麻美が球界裏事情を徹底取材!読むと「グラゼニ」がいっそう楽しくなるこの新企画。モーニングと「東京スポーツ」ならぬ「東京スポ」にて相互連載!

ミス東スポ2017  
**日里麻美**

アスリート・マーケティング  
**株式会社社長**  
**岩越亮**



セキネ記者  
 多岐にわたる業務に驚愕!

## 大好評! 東スポ×グラゼニコラボ企画第9回!

**岩越亮氏(以下、岩越)** 業務内容はメディアやスポンサーへの対応、コンサルタント業務、スクール事業など多岐にわたります。最近では雑誌も発行しました。自社発信することで、弊社に所属している選手の考えや行動が分かりやすくなります。それがひいては、スポンサー獲



**選手マネジメント会社の業務とは?**  
 セキネ記者 選手マネジメント会社というの具体的にはどんなことを行うのでしょうか?

得につながるというメリットもありますね。  
**日里麻美(以下、日里)** 本場に幅広くやられてるんですね! ちなみにこの仕事を始めるきっかけは何だったんでしょうか?  
**岩越** 僕は楽天創設当時から球団広報を務めさせて頂いたんですが、球団立ち上げで培ったノウハウや人脈を色々な選手・競技に役立てたいと思ったことが始まりです。  
**日里** なるほど。ちなみに現場に足を運ばれて選手のケアなどにも努められるのですか?  
**岩越** よく勘違いされるのですが、僕はそういったことはほとんどしません(笑)。球場に足を運ぶこともありますが、選手から求められているのは「もっと営業して、スポンサーを獲得して欲しい」ということ。ならば球場で野球を見るよりもスポンサーと会うなり他にやることがあるでしょう、というポリシーです。も

岩越亮氏 1979年1月12日生まれ。明治大学卒業後、自動車輸出会社、講演依頼をキャスティングする会社を経て2005年1月から楽天球団広報に就任。2011年1月「ソスニク・コブ・スポーツ・ジャパン株式会社」を設立。2016年1月、社名を「アスリート・マーケティング株式会社」に変更。契約選手にソフトバンク・松田宣浩選手、武田翔太選手、元阪神監督の岡田彰布氏、大橋ボクシングジム・井上尚弥選手らがいる。

ちろん、一部選手から「現場のサポートをしてほしい」というニーズもあるので、それはそれで対応しています。

## 引退後の選手のマネジメントも

**セキネ記者** 引退した選手のセカンドキャリア構築についてはどのように考えられていますか？

**岩越** プロ野球OBですと、当社には昨年引退した元巨人の鈴木尚広（ノブヒロ）がいるんですが…。

**日里** 私、大ファンです！ 携帯の待ち受けも鈴木選手です！ **セキネ記者** 分かったから落ち着いて！ 足を生かして存在感を發揮した選手ですよ。

**岩越** OBだとまずは解説や講演などのお仕事になるかと思うんですが、引退してすぐの選手が企業に行つて講演するとしても、本人からしてみるとイメージがわかないじゃないですか。

**日里** 確かに…。  
**岩越** なのでまず、選手と一緒に講演の内容を組み立てます。

鈴木氏の場合、「準備」「積み重ね」「自分軸」といった言葉がキーワードになります。忘れてはならないのは、問、間に笑いを挟みこむこと。学校の授業でもそうだと思うのですが、90分堅い話だと集中力が持ちませんよ。

**セキネ記者** 笑いですか？  
**岩越** そうです。たとえば、巨人の選手から見た阪神ファンといった視点で台間にエピソードを盛り込んだりします。「熱心な阪神ファンには外野を守っていると守備位置を指示される」といったおかしな話をするので、飽きられないような講演



にしていくんです。  
**日里** そこまでアドバイスをしたりするんですね。  
**岩越** 引退後の選手の仕事に関しては、従来とは変わってきている側面もあります。かつては引退したらテレビ局・新聞社が面倒を見て…という形でしたが、なかなかそういう時代じゃなくなっている。そういった意味では、こちらで地道に仕事を組み立てていく必要がありますね。

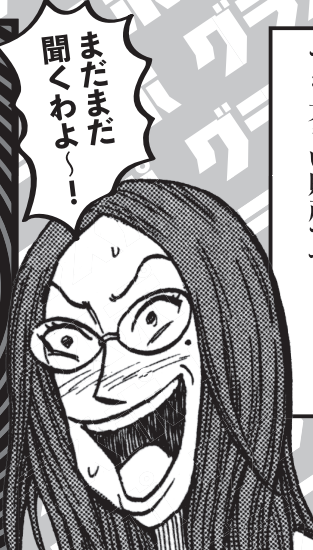
## 楽天球団広報時代の経験

**セキネ記者** 楽天球団の広報を務めた上で、苦勞されたことや、今の仕事に役立っていることはありますか？

**岩越** セキネ記者も球団創設時の担当記者なのでご存知かと思いますが、まあ、最初はハチャメチャでしたね。キャンプイン直前に広報に決まっちゃったかと思えば、本拠地の球場がまだ出来上がってないので、開幕までの2カ月間を遠征先で過ごしたり…。就任直後にいきなり

300名前後のマスコミの方を相手にするなど苦勞もしました。ただ、楽天での経験が今につながっていることは間違いないです。

**セキネ記者** 具体的には？  
**岩越** 球団広報を7年間務めたことで、選手を売り出すための「ノウハウ」と「ノウフー」(know how)を知ることができました。選手を売り出したいと考えたときに、どうすればいいか、誰に話を持っていけばいいか、それを学ぶことができたのは、今の仕事をする上でとても大きい財産です。



あの感動スピーチの裏側に迫る！

続きは東京スポーツ12月19日発行紙面で。  
※中京・大阪スポーツも同日発売  
九州は翌日発行  
お楽しみに！