プロ野球におけるファンサービスの行方
～球場はボール・パークに変わるべきなのか～
The Future of Professional Baseball's Fan Service
1K03B039-1 氏名 岡野紘二

指導教員 主査 宮内孝知 先生 副査 間野義之 先生

I はじめに

2004年の球界再編問題をきっかけに、日本のプロ野球界ではファンサービスの必要性が見直されるようになった。そして、多くの球団がファンサービスの導入を目指し「球場のボール・パーク化」に乗り出した。アメリカと文化の違う日本において、果たしてボール・パークのファンサービスはすんなりと観客に受け入れられるのだろうか。

そこで、本研究ではスポーツ観戦者の現状を踏まえた上で、野球とベースボールの違いを元に「球場のボール・パーク化」という流れが望ましいものかどうか検証することを目標とする。

II 各章の要約

第1章では、「プロスポーツ観戦者（以下観戦者）」に関する現状を知るために、観戦者の動機と近年の観戦者の動向について述べている。

人がスポーツを観戦するのは、スポーツ観戦を通してあるニーズを満たしたいからであり、藤本や松岡らの研究によれば、その内容は大きく分けて10の項目に分類できるという。その中でも重要なものは「エンタテインメント」要素と「美的」要素であり、主催者側は観戦者を如何にして楽しませ、如何にしてゲームの質を高めるか考える必要がある。ここ数年アメリカのプロスポーツは非常に観戦者数を伸ばしている。一方で日本のスポーツ観戦者は大きな転機を迎えており、ゲームの主催者は時代の流れに合った新しい対応が求められる。

第2章では、次章で現代のファンサービスを問う前に、日米の歴史から日米の風土や文化、プロ・リーグの発展、スポーツ観戦に関する態度などについて検討した。

19世紀、戦争が続き状況が不安定だったアメリカでは、兵士や市民が現実から逃避し、「遊ぶ」ための空間としてベースボールが発展した。そのため、ベースボールには初めから観戦者というものが存在し、ベースボールは観戦者の存在を意識しながら発展した。プロ・リーグも設立当初から「ファンあつてのプロ・リーグ」という性格を有しており、そんな球団を市民は誇りとし、都市は経済発展の触媒として強力に援助した。

一方、学生の間で流行した野球は、勝利至上主義・精神

主義・集団主義を基調とした「武士道」を示すものとして発展した。そうした中で生まれた観戦者は、応援によって相手校より上であることを誇示することが目的であったようだ。日本のプロ・リーグも武士道精神に基づくアマチュアリズムによって「プロは本当のスポーツではない」と蔑まれており、また企業が自社の利益を目的として球団を所有していたため、都市に根付かず、援助もなかった。

第3章では、前章で述べた歴史的背景の結果、球場とボール・パークのファンサービスにはどのような違いが生まれたのか検証した。

ボール・パークではエンタテインメント性に富んだサービスが多々用意されているのに対し、球場ではそのようなサービスが見られない。これは、日米の観戦者の考え方の違い、もしくは球団の観戦者に対する考え方の違いが影響している。日本では観戦者が球場に来るのは「野球を観るため」「応援するため」だと考えられているのに対し、アメリカでは観戦者がボール・パークに来るのは「楽しむため」と考えられている。この違いがサービスに著しい差を生み出し、結果的に観客の属性にまで影響しているのである。また、日本では球団と都市との結びつきが弱いため、球場での興行権を持っている球団が少なく、これもファンサービスを妨げる要因となっている。

第4章では、これまでの流れを総括して結論を述べている。

MLBの成功を見る限り、球場をボール・パーク化し、誰もが「楽しめる」空間を作れば、確かに観客動員数は増加するかもしれない。子供の割合も増加し、将来的に安定した経営も望めるだろう。しかし、日本の球場は、これまで「野球観るための」空間として発展してきた歴史があり、観戦者もそれに合わせて「応援する」「プレーを観る」ことを目的として球場に足を運んできた。球場のボール・パーク化は、彼らのようなこれまでプロ野球を支えてくれた観戦者にとって、かならずしも望ましいこととは限らない。球団は目先の観客動員数だけに捉われなくて、ファンと対話し、本当にファンのことを考えたサービスを提供していくことが求められる。また、その実現のために、指定管理者制度などの導入によって、様々なファンサービスを提供できる環境も整備していかなければならない。