

郊外立地型スタジアムの集客力に関する現状と提言～プロ野球の専用球場に注目して

Research and Proposal about the Attractiveness in Suburban Stadiums

1K05B196

指導教員

主査 武藤泰明先生

廣瀬 歩

副査 間野義之先生

【1. 序論】

2004 年に北海道日本ハム、2005 年に東北楽天が誕生したことによって、プロ野球は全国に広がった。

1936 年創設、日本初のプロリーグであるプロ野球の保護地域は、かつて東京と大阪の 2 大都市に密集していた。集客力に優れる大都市が好まれたと考えられるが、現在ではプロ野球が全国に広がったがために、大都市立地型スタジアムを使う球団と郊外立地型スタジアムを使う球団がある。双方の間には明確な集客力の格差があるにもかかわらず、郊外立地型で多くのファンをスタジアムに集める球団があるのも事実である。そこで本論では、なぜ集客に不利な郊外立地型スタジアムを専用球場とする球団があるのかという疑問の解決を目指す。また、郊外立地型スタジアムがさらなる集客増加を狙うための方策を提案する。

【2. スタジアムの立地特性】

プロ野球について、専用球場が建設された経緯や特徴を立地面に注目して記載した。参考としてアメリカ・MLB のスタジアムも取り上げた。日米いずれもリーグ初期の頃は主要な都市にチームが集中したが、その後、アメリカでは第 2 次世界大戦、日本では戦後の高度経済成長を契機とした全国の都市・街の発展に伴い、全国に広まっていたことが伺える。

【3. 日本のスタジアムの特徴】

各球団の専用球場の変遷を見ると、セ・リーグの球団にはスタジアムの移転が殆どないが、パ・リ

ーグの球団ではスタジアムの移転・保護地域の変更が多々あることに気付く。直接的な理由としては球団の身売りが大半を占めるが、背景には(1)親会社の業種によるファンの獲得方法の相違、(2)巨人という資金力のあるチームの存在に起因する、パ・リーグの慢性的な資金難があった。

【4. 立地特性の変遷と問題点】

プロ野球の専用球場について郊外立地型・大都市立地型の別を示した。1970 年の専用球場と現在のものの立地を比較したところ、パ・リーグの 3 球団(埼玉西武、北海道日本ハム、千葉ロッテ)においてスタジアムの立地の劣化がみられた。巨人が V9 を達成した直後からパ・リーグで球団の移転が相次いだことは、リーグ間の格差を明確に表している。

【5. 郊外立地型スタジアムのビジネス】

郊外立地型のスタジアムが多いパ・リーグのスタジアムにみられる共通の特徴として、ネーミング・ライツの採用とチーム名における地域名称の付加が挙げられる。セ・リーグに対抗するためにファンの増加や収入の増加を狙ったものと推測される。また、スタジアムの移転により立地の劣化がみられた 3 球団とその専用球場について、立地の不利と補うために各球団が行う戦略を記載。比較対象として、プロ野球の専用球場中では最高の立地と考えられる東京ドーム(巨人)についても取り上げた。

【6. スタジアムと商業施設】

研究の過程で、郊外立地型スタジアムと大規模商業施設が近隣にあることがわかった。郊外立地型スタジアムがある地域には人口の少なさという決定的な不利があるが、周辺商業施設の存在を活用することによって、立地特性による集客力の不利が解消される可能性がある。

【7. 結論】

大都市立地型にも郊外立地型にも一長一短がある。郊外立地型スタジアムを使う球団の中に

は立地の不利を逆手にとって、地域性を売りに経営しているものもある。しかし、立地のよくないスタジアムにはそのスポーツあるいはチームが好きな人しか訪れないため、プロ野球に限ったコンテンツの提供ばかりでは集客増加は限定的になる。そこで、周辺商業施設との広域回遊のコンセプトを元に集客力のさらなる強化を目指す。特にパ・リーグが使用するスタジアムには郊外立地型が多く、その近隣には大型商業施設が立地している。広域回遊の条件が整っていると言える。