

プロ野球広島東洋カープの本拠地新設に関する考察
―地元ファンからみたスタジアムの評価に着目して―
Study on building of new home stadium of Hiroshima Toyo Carp:
Focusing on the fan's evaluation of Mazda stadium

1K07B075-4 栗栖 護

指導教員 主査 作野 誠一 先生 副査 間野 義之 先生

【緒言】

建設から 50 年以上経つ旧広島市民球場の老朽化に伴い新設され、広島東洋カープの新本拠地となった MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島。日本では珍しい左右非対称の構造や、バラエティーに富んだ座席などで大きな話題となった。筆者は自ら足を運んだ際、座席の広さや球場を取り囲むコンコース、スタンドの傾斜の緩やかさなど、アメニティ面が非常に充実していると感じた。話題性、目新しさが手伝って移転後 1 シーズン目は観客動員数が激増した。2 シーズン目も例年よりはるかに多くの観客を動員し、移転は成功だったように見える。しかし観客動員数の増減だけでは、スタジアム新設が成功だったとは判断できない。また、本拠地移転に伴い発生した諸問題（場所、交通問題、地元経済への影響）もある。これらの問題を解決し、なお且つファンの心をつかみ定着させられて初めて本拠地移転が成功だったと言える。

【研究方法】

文献を参考に、広島東洋カープの起源と歴史、ファンにとっての存在意義を調査した。また、指定管理者制度を導入したマツダスタジアムが参考にすべき国内外の他のスタジアムを文献で調査し、スタジアムマネジメントについて検討する。次いで旧広島市民球場とマツダスタジアムの立地、スペックなどを比較する。さらに文献を参考に、マツダスタジアムがどのような経緯で現在の形になったかを明らかにする。最後にファンにアンケートを実施し、実際にファンの目線から見た本拠地移転の効果を検討する。

【結果と考察】

このアンケート調査を通じて、アンケート項目にある新球場の売り（ゆったりした椅子や通路、女子トイレの倍増、傾斜の緩やかなスタンド、座席の多様性など）をファンが実感していること、また自由記述欄で多くみられたスタジアム内の飲食店の充実など、ファンの満足がうかがえた。

座席の多様性に関しては、ファン自身が認識している事が明らかになった。ただし観客動員の増加のためにはそれらの座席をファンが魅力的と感じ、利用してみたいと思う必要がある。そのためには利用を促す戦略（広告、実際利用したファンのレビューなどのメディア露出）を積極的に行う必要がある。また、

千葉ロッテの事例で触れたように、リピート率を上げるには、野球観戦だけでなく、スタジアムを楽しんでもらう仕組みが必要であり、CRM（Customer Relationship Management）の導入も視野に入れるべきだ。

また、これらの直接売り上げに繋がるもの以外でも、女子トイレの混雑の解消や球場の清潔感の向上によって、観戦の際のストレスが減少し、再観戦に繋がるだろう。またオープン球場になった経緯について触れた中で、青空の下、緑の芝生の上で野球を見ることに對する憧れに言及したが、アンケートの自由回答欄で同じような記述が見られ、そういった面でもファンの期待に応えられた作りである事が明らかになった。

一方で、周辺施設の充実やアクセスの良さなど旧市民球場と比較して、不十分な面がある事も明らかになった。せっかく一日に数万人の人が集まる施設を作ったのに、周辺に商業施設が少なく、繁華街へのアクセスも悪く人が動かないのでは、地域経済の活性化に繋がらない。また、それを補填するためのシャトルバスも、先行研究の通りであり機能してないようだ。

この問題を解決するには、スタジアム周辺（特に隣接する貨物ヤード跡地）の整備と、シャトルバス利用者の流れを作ることが必要である。しかし、貨物ヤード跡地の整備計画は 2008 年のリーマンショックの影響でテナントの誘致に遅れが出ている。スタジアムを訪れる人の流れを無駄にしないための現時点での最善策は、シャトルバスによる繁華街へ観戦者の輸送だと考える。今回の調査では、観戦者の多くはシャトルバスを利用しようという意思がない、もしくは存在自体を知らないという状態だった。観戦者に試合後シャトルバスを利用してもらう策を考える必要があるだろう。現時点での認知度を考慮すると、シャトルバスの存在自体をアピールするほか、シャトルバスの割引券がパックになった入場券の販売などのシンプルなアイデアでも効果的ではないだろうか。

また、設計時にファンの意見を取り入れたマツダスタジアムではあるが、完成して二年目で、まだまだ観客の意見を取り入れて改善する余地はある。そのためには、積極的にファンの意見を取り入れる仕組みの構築、もしくはさらなる CRM の導入が必要だと考える。