

プロ野球における新たなファンサービスの提案

Proposal of new fan service in professional baseball

1K07B205-3

村上 国寛

指導教員 主査 中村好男先生

副査 間野義之先生

【緒言】

近年のプロ野球は、視聴率低下に伴い、収入源である放映権料を期待できなくなってしまった。そのため、もう一つの収入の柱となっているチケット収入を得る必要性がでてきた。チケット収入を得るためには、観客動員数を増やす必要がある。その方法として先行文献から、各球団にはファンに「いかに球場に足を運ばせるか」ということが必要不可欠な要素であり、球場では試合以外に楽しませる仕組みというものが必要だということがわかっている。そのことから、各球団はファンサービスに注力すべきである。実際に、近年パ・リーグがファンサービスに注力し、人気を獲得しつつある。今後はセ・リーグもファンサービスに注力する必要が十分に考えられ、新たなファンサービスを提案するに至った。

【方法】

①プロ野球に所属する12球団②メジャーリーグ③Jリーグの浦和レッズを主な調査対象とした。

プロ野球の球団に関しては、各球団のホームページを主として調査した。メジャーリーグとJリーグに関しては、それぞれ書籍から調査を行った。

調査項目は、球場施設、ファンサービス、地域貢献の3点を調査とした。ただし、③に関しては地域貢献のみを調査した。いずれも、以下の2点に注目して調査した。①球団の選手を好きになってもらうファンサービス②イベント等で野球を観て、チームに興味を持ってもらうようなファンサービスである。

【結果】

日本だけで比較するとやはりセ・リーグよりパ・リーグのほうが多数イベントなどが行われているだけでなく、地域貢献も十分に行われていた。ただセ・リーグにも巨人のように「ポイント制度」を導入し確実に観客動員数を増やしている球団もあった。

しかし、日本とアメリカを比較すると圧倒的にメジャーリーグのファンサービスのほうが優れていることがわかった。例えば、

メジャーの場合、ホームゲームの半分はプレゼントなどを用意するプロモーションデーとなっている。それだけでも十分なファンサービスとなっているのだが、ある球団では「ポップフライ」というイベントで球場全体が盛り上がるような仕組みが仕掛けられていた。また、メジャーリーグには、球団だけでなく、グラウンド上の審判や売り子などで、日本にはない考え方や取り組みが行われており、参考にすべき点だと思った。またJリーグで多くのファンを獲得した浦和レッズの地域貢献にはプロ野球界が参考にすべき点が多数あった。

【考察】

結果を参考に、新たなファンサービスを提案した。以下の3点である。

[球場施設]家族全員が楽しめる施設にすることが大切だと思った。大人が野球を観戦している間、子供は外で遊ぶことができるという施設が理想である。また、そのような施設が作られるとともに、再入場が許されるような仕組みが作られることも求められる。[ファンサービス]ファン参加型のイベントを多くするべきだと感じた。そこで考案したものは、「ファウルボールを観客全員で10球捕れたらジュース割引」という、サービスである。これは試合中に飛んでくるファウルボールをダイレクトに捕球し、その数が10球、15球になった時に観客全員がジュースなどの飲食物の割引を適用できるといったものである。こうすることによって、観客の集中を保てるだけでなく、球場の一体感も生み出せると考える。また、あわよくば、安全用に内野席に張ってあるネットも取り外すことができればファウルボールが飛んでくる機会が増えるだけでなく、野球の臨場感が増すことは言うまでもない。ただ、安全面などの考慮すべき点はある。[地域貢献] “第二の鷹の祭典”を12球団が協力して行うべきだと思った。これがホークスの行っているイベントであり、プロ野球全体で行って盛り上げるべきだと感じられ、提案に至った。