

福岡ソフトバンクホークスから考えるプロ野球の地域密着

Localization of professional baseball to think from the Fukuoka Softbank Hawks

1K10C425-9 宮村 諒

指導教員 主査 中村 好男 先生 副査 木村 和彦 先生

【背景】

最近の日本プロ野球界では、チームとファンとの結びつきを考えるにあたって「地域密着」という言葉がよく使われる。グッズ収入や放映権などといった自分たちの利益のことだけを考えるのではなく、地域と一体になって活動していくという姿勢を各チームが見せているのである。現在ではスポーツ界にとどまらず、政治・経済界においても公約や標語として「地域密着」という言葉は多用されている。著者は「地域密着」が今後のプロ野球界における球団運営においてより重要なものとなると考えている。

近年は、かつてゴールデンタイムの常連であった読売ジャイアンツ戦のテレビ視聴率が低下し、地上波で野球がほとんど放送されなくなるというプロ野球界にとって大きな問題を抱えている。それまでは必ず放送されていた日本シリーズも、2010年の中日ドラゴンズ対千葉ロッテマリーンズの時には第1・2・5戦の全国中継が行われないという異常事態になり大きく話題になった。その他にも、古くは野茂英雄選手（元カンザスシティ・ロイヤルズ）やイチロー選手（現ヤンキース）、最近だと松坂大輔選手（現ニューヨーク・メッツ）やダルビッシュ有選手（現テキサス・レンジャーズ）などといったスター選手のメジャーリーグへの流出が増えるなど、現在の日本プロ野球界には抱えている様々な問題がある。

抱えている問題の中でも近年で一番大きく世間を騒がせたものが、2004年の大阪近鉄バファローズとオリックス・ブルーウェーブの合併問題を発端としたプロ野球再編問題であろう。この問題が起こったことで、プロ野球球団のあり方・親会社のあり方、というものが大きく問われた。それまではプロ野球球団運営は赤字が基本で親会社の補填で初めて成り立つ、という図式がほとんどのチームでとられていたが、よく考えて見れば異常なことである。これからはプロ野球球団も自立し、親会社の補填なしでも経営していくことの出来る健全経営を目指すべきである。その一助として「地域密着」は非常に有効であると著者は考えている。

【目的】

「地域密着」を打ち出している球団は現在の日本プロ野球界にいくつかみられる。今回は福岡ソフトバンクホークスに焦点を当てて「地域密着」の必要性について述

べるために本研究を行った。

【方法】

今回の研究は文献研究とする。

福岡ソフトバンクホークスが地域密着に向けて行っている活動について書かれた文献を調査し、そこに共通する福岡ソフトバンクホークスの地域密着活動の目的について推察する。そこからプロ野球球団が地域密着活動を行うべき理由について言及する。

【結果・考察】

福岡ソフトバンクホークスは福岡県を本拠地としているが、地域密着に向けた活動は九州各県に及び、範囲が幅広い。つまり開拓していくターゲットの数も多く、多岐にわたることである。これが他球団との大きな違いであるといえるだろう。そのため福岡ソフトバンクホークスの行う取り組みは、他球団と比べてみてもいろいろな方向にアンテナを張っているものが多い。幼稚園児の段階からホークスジュニアアカデミーの活動で福岡ソフトバンクホークスを知ってもらい、各種報道機関や個人事業主と連携し、野球にさほど興味のない人に対しても福岡ソフトバンクホークスのことを「知らざるをえない」状況、つまり普通に生活していれば自然と情報が入ってくる状況を作る。興味を持っている人やファンの人には、選手のトークショーやユニフォームの無料配布イベントなどを通して、よりロイヤリティを深めてもらう活動もちろん怠っていない。

福岡ソフトバンクホークスは「地域密着」活動において、自チームの利益と地域に対する貢献活動のバランスが絶妙にとれているチームである。だからこそ、健全な球団運営が出来つつ、根強い人気を誇り「わが街のチーム」としてファンに親しまれる球団になったといえる。福岡ソフトバンクホークスの行う「地域密着」活動は、野球というスポーツを通じて活気あるまちづくりに貢献する一方で、将来の福岡ソフトバンクホークスの選手を育成するという次世代のチーム力の強化と、球団運営に大切なファンを増やしていくという活動にもなっている。

今後のプロ野球球団はチームの運営に際して、そのチームが本拠地とする都市において、「地域密着」活動を行うことでチームに対して高いロイヤリティを持つファンを増やすことに注力し、チームの運営の基礎を強固にすべきであると著者は考える。