

平成 18 年度卒業論文

プロ野球球団によるイベント活動の分析

文教大学 情報学部 経営情報学科

A3P21161 鷲頭 亮

プロ野球球団によるイベント活動の分析

鷲頭 亮

概要

この論文では、現在のプロ野球の球団経営に焦点をあて、入場料からの収益を増加させることで、球団消滅を二度と起こさせない事を目的としている。そして、その中でも球場に足を運ぶファンに対する、球場内でのイベント活動について分析したものである。まず、現状のイベント活動を挙げ、その特徴をそれぞれ把握し、赤字を出している球団に足りないイベント活動の種類を探り出そうというものである。そして、赤字球団のイベント活動がどんなことを軸に展開されるべきかを明らかにしていく為のものである。

プロ野球球団によるイベント活動の分析

概要

目次

第1章 はじめに

第2章 赤字球団の共通点

2-1 赤字の要因

2-2 入場者数の重要性

第3章 球団によるイベント活動

3-1 現状のイベント活動

3-2 イベント活動の分析

第4章 イベントへの提案

第5章 地域に密着すること

第6章 まとめと今後の課題

謝辞

参考文献

付録

プロ野球球団によるイベント活動の分析

第1章 はじめに

日本には様々なプロスポーツがある。そのプロスポーツの中で野球というものは、最も人気のあるスポーツと言っても過言ではないだろう。そして、2006年ほどプロ野球の魅力が輝いた一年はないと感じる。まず、ワールドベースボールクラシック優勝による野球世界一、次に、夏の甲子園に沸いた高校野球、そして、北の大地を初の日本一に輝かせた日本ハムファイターズ、2006年も野球には様々ドラマがあった。しかし、この野球というプロスポーツの中で、球団を保有し経営していくには、様々な問題があるということを忘れてはならない。球団の消滅、人気や戦力の格差、視聴率の低下、子供達の野球離れ、観客動員数、問題は山積みである。私はこれらの問題のうち、入場者数の問題に注目した。そして、さらに球場内で行われるイベント活動を分析することが、入場者数の増加につながり、プロ野球をさらに活性させることができるのではないかと考えた。

本研究では、プレーオフが無く試合数の等しいセリーグの球団のイベント活動を対象に研究を進め、まず、収益の内訳から入場者数を増やすことが、収益改善につながることを挙げ、次に、なぜイベント活動が重要なのかを述べ、最後に、赤字球団による現状のイベント活動を把握し、今後必要なイベントの提案を目的とする。

第2章 赤字球団の共通点

2-1 赤字の要因

日本のプロ野球球団の現状は、赤字を出している球団と黒字を出している球団の二つに分かれている。その事実に関して、表1を参考にして頂きたい。

表1 セリーグ 2005年度最終損益

| チーム名 | |
|-----------|------------|
| 阪神タイガース | 2億5千万円 |
| 中日ドラゴンズ | 3億5千万円 |
| 横浜ベイスターズ | 4億円 |
| ヤクルトスワローズ | 4億円 |
| 読売ジャイアンツ | 17億5千700万円 |
| 広島東洋カープ | 6千677万円 |

出典 2005年 10月21日日経産業新聞より

* はマイナスを表す

- チームの人気
- 戦力
- 親会社の資金力
- 球団による PR 活動

これらの要因を考える上で、私が注目したのは球団による PR 活動、中でもイベント活動である。なぜ、他の要因ではなくイベント活動を題材に挙げたかという点、人気や戦力というのは増加させるのに、時間と費用を必要とするものだからである。戦力増加の為に、外国人選手を獲得することや、新人選手の育成に力を入れることなどは、確かに人気や戦力増加につながるが、現在、赤字を出している球団には負担が多すぎると考え、球団によるイベント活動に注目することは、即効性や費用対効果などの面から考えて、赤字球団には一番適していると考えたからである。

第 3 章 イベント活動

3 - 1 現状のイベント活動

この章では、セリーグの球団によるイベント活動について考えてみるとする。まず、一口に球団によるイベントといっても様々なものがある。実際に球場の中で行われているもの、シーズン以外に行われているもの、球場以外で行われているもの、などが挙げられる。その中でも、今回は球場内で行われるイベント活動に注目した。なぜなら、球場内のイベントは、野球に興味ある人達を対象に行えるということ、そして、その野球に興味ある人達に、選手のプレー以外で球場でしか味わえない付加的な楽しみを伝えることができるということなど、メリットがたくさんあると考えたからである。まずは、各球場内のイベント活動を挙げ、特徴をまとめるとしよう。ただし、毎日行われる通常イベントは含まないものとする。イベント活動全体については、付録を参考にして頂きたい。

横浜ベイスターズ

特徴 イベントの数は多いが、スポンサーズデーが多くを占めている。

読売ジャイアンツ

特徴 期間限定のイベントが多く、全体のイベント数は少ない。

ヤクルトスワローズ

特徴 今年から F-PROJECT という古田選手権監督主体のイベント活動を始める。イベント数も多く、ファン向けのイベントも充実。

阪神タイガース

特徴 イベントに力を入れていない。

中日ドラゴンズ

特徴 イベント数が多いが種類は少ない。

広島カーブ

特徴 通常イベント+スポンサーズデーのみ。

このように各球団のイベント活動の特徴を挙げると、イベントに力を入れているチームとそうでないチームの2つに分類することができる。

イベントに力を入れているチーム

- 横浜ベイスターズ
- 中日ドラゴンズ
- ヤクルトスワローズ

イベントに力を入れていないチーム

- 読売ジャイアンツ
- 阪神タイガース
- 広島カーブ

このようにイベントというカテゴリーで分けてみると意外な事実が分かってくる。今、イベントに力を入れているチームに分類されたチームは、表1で挙げられた赤字を出している球団に該当するのである。ここで言いたいのは、赤字球団なのだから、イベントに力を入れるのをやめ、赤字を削減しろといいたい訳ではなく、ジャイアンツやタイガースのように人気があるわけでもなく、カーブのように力のある選手を他球団に売ることによって収益を得るというビジネスモデルを持つわけでもない、つまりは特徴のないチームだからこそ、力を入れているイベント活動をさらに工夫し、効果的なイベント活動にしていこうと言いたいのである。その為にはどのような工夫をすべきか？という分析は、次の節を見てもらいたい。

3-2 イベント活動の分析

前章で挙げたイベントに力を入れているチームのイベントを分析し、改善策を探す。

ヤクルトスワローズ

ヤクルトスワローズは、スポンサーズイベントとファンイベントのバランスも良く、工夫したイベントも多数見られる。しかし、改善すべき点として挙げるならば、Swallows Queen Projectという女性向けのイベント活動を発足させたにも関わらず、2006年はレディースデーが9月15日の1回しか開催されなかったという点だろう。来年は女性向けのイベントをもっと増やしていくことで、女性に効果的にアピールできるのではないだろうか。

横浜ベイスターズ

横浜ベイスターズは、イベント数、全18種類のうち、スポンサーズデーが半分の9種類をしめている。これでは、イベント活動のバランスが悪すぎる。入場者数を増やすことが球団の収益増加の一番の要因であることは先程も述べた通りであるので、もっとファン目線のイベントを増やすべきである。ここで見習うべきは、ヤクルトスワローズのF-PROJECTである。今年から古田選手権監督主体のファン目線のイベント活動である。ヤクルトスワローズの本拠地である神宮球場では、天井の無い球場であり、そのメリットを活かした場内から花火を観覧できる花火デーを開催、他にも選手個人に重点を置き、さらに選手を知ってもらう為のPlayers Dayなど、そして、同じ東京を拠点とするサッカーチームFC東京とのコラボ企画などによるファンの誘導、地域密着などを目的としたイベントが充実している。そして、シーズン終盤に伴いイベント数が減少傾向にあることも問題である。2006年のシーズン終盤の10月においてホームゲームは6試合あるにもかかわらず、毎日行われる通常イベント以外のイベントは1回も行われていない。優勝が決まった後の盛り下がる時期だからこそ、イベント活動を積極的に行う必要があるのではないだろうか。そして、盛り下がる時期にスタンドに足を運んでいるファンというのは本当にその球団の事が好きなファンであり、そのファンに対し球団がファン目線のイベント活動を行うのは非常に効果的だと思われる。

中日ドラゴンズ

中日ドラゴンズのイベント活動は、通常イベント以外の曜日毎のイベントと月に一度のPlayer's Dayで成り立っている。通常イベント以外のイベントの回数を増やす事は重要だが、曜日毎のイベントだけでは飽きられてしまう。それ以外のイベントを増やすことが必要である。そして、スポンサーのイベントを増やす必要もあると思う。名古屋には、日本が世界に誇る自動車メーカートヨタ自動車や外食チェーンのサガミなどがある、このような大企業とタイアップしたイベントを多く発信していくことで、広告収入も増え、地域密着したイベント活動が展開できるのではないだろうか。

第4章 イベント活動への提案

赤字球団のうちベイスターズとドラゴンズの2チームは、地域に密着したイベント活動とファン目線のイベントを展開できていないということが分かった。スポンサー収入が入るスポンサーイベントが多いベイスターズや、曜日別イベントが多くを占めているドラゴンズ、共にイベントに力を入れてはいるが、ファン目線のイベント、地域に密着したイベント活動が足りていないのが、現状である。球場内のイベントにおいて、その対象者がファンであることは間違いないのだから、ファン目線のイベントを充実させることは今後の課題である。そして、地域に密着したイベント活動、その重要性は以下の2つである。

- 親会社の経営に左右されない球団運営
- 県民性や地域性に合わせたイベント展開

これらを可能にすると考えたからである。

まず、親会社の経営に左右されない球団経営について。プロ野球球団の多くは、親会社からの出資という関係で成り立っている。企業が球団を保有する理由には、宣伝広告やイメージ戦略などがある。そして、重要なのは、景気や経営状態が悪化した場合に最初の整理縮小の位置にあるということであり、近年の企業部活動の相次ぐ廃止からも伺えるであろう。このような、経営的弱点から来る球団消滅を無くす為に、負担を企業にだけに背負わせてはいけないのである。地域と企業の両方で球団を支える事で負担を軽減することを可能にし、球団消滅を減らすことが出来るのである。親会社の経営状況に左右されない球団運営の為に、地域に密着することは非常に重要な部分を占めているのである。

次に、県民性や地域に合わせたイベント活動について。各球団は本拠地を持っている。そして、そこを拠点に試合を行っている。入場料による収入を増加させることは、球場に足を運んでもらうことであるので、球場から遠くに住む人々より、まずは、その県その地域に住む人々を囲う方法を考えることが望ましいであろう。県や地域の人々を囲う為の球団運営をする際に、一番効果的なのはPR活動、すなわちイベント活動だろう。なぜなら、試合の内容を地域性に合わせることはできないが、イベントの内容を地域性や県民性に合わせることは可能だからである。たとえば、横浜ベイスターズのある横浜には、社交的で開放的であり、新しいもの好き、革新的で保守政党を好まぬ風潮が強く、海外から進んだ文化を取り入れてきた港町気質、(エリアマーケティング・地域性と県民性&マニュアル http://kobayashi.clever.mepage.jp/cha/cha_1/kanagawa_1.htm より引用)という地域特性があるらしく、これらを踏まえたイベント活動を展開することで、その地域の人々を囲うことを可能にするのである。

以上の理由から赤字球団の球場内でのイベント活動に今補うべき点は、ファン目線のイベントと地域密着性なのである。

第5章 まとめと今後の課題

この研究では、プロ野球の各球団収益から入場者数の観点に注目し、その入場者数の重要性を述べ、その入場者数を増加させる為の要因の一つである、球団による球場内でのイベント活動に焦点を当て、現状のイベント活動を分析し弱点を見つけ出し、今後どんなイベント活動を展開すべきかを提案するものである。今回は、セリーグの球場内のイベントと限られている為、パリーグも含め、さらに、球場以外のイベントにまで広げて研究してみるのもおもしろいかもしれない。今後の課題としては、今回はプロ野球球団のイベントに限定しているので、他の業界のイベント活動にはこの分析結果がどのように反映されるかを今後の課題とする。

謝辞

この研究を進めるに上で、指導教員の根本先生には大変お世話になりました。題材選び、発表方法、論文作成、などに関して様々なアドバイスを頂きありがとうございました。また、この研究にアドバイスをしてくださった皆様方に感謝する。

参考文献

- [1] 日本野球機構 オフィシャルサイト <http://www.npb.or.jp/>
- [2] TBS 儲かりマンデー <http://www.tbs.co.jp/moukari/oa20040808-mo1.html>
- [3] エリアマーケティング・地域性と県民性 & マニュアル
http://kobayashi.clever.mepage.jp/cha/cha_1/kanagawa_1.htm
- [4] 日本プロスポーツ協会 <http://www.jpsa.jp/>
- [5] 日経産業新聞 2005年 10月21日 プロ野球 12球団経営指標

付録

セリーグイベント一覧

横浜ベイスターズ

始球式

| | |
|-------------------------------|--------------|
| 市民功労賞授与式（多村選手） | チアリーディングデー |
| TBS デー | ビーニーベイビーズデー |
| New Era CAP Night | スピードガンコンテスト |
| いい物件リストデー | ハマスタ物産展 |
| セルテプレシャスベースボール | BS-i ナイター |
| みさかの桃プレゼントナイター | 内外野一体特別応援デー |
| カープ OB 黄金バッテリー対スーパーカートリオの盗塁対決 | |
| ウルトラマンメビウス来場 | 夏休みマスケット交流デー |
| 信州川上レタスデー | 京急ナイター |

読売ジャイアンツ

| | |
|-------------|-------------------|
| 選手とツーショット写真 | ブルベントークショー |
| 夏休みイベント | Giants 80's フライデー |

ヤクルトスワローズ

| | |
|------------------------|------------------------|
| Beams day | ユニデン day |
| スチューデント day | めがね day |
| ピーターパン day | Player's day |
| THORPHEDO day | New Era Cap Night |
| アメリカンベースボール day | 松山 day |
| 花火ナイター | ゆかたデー |
| ファミリーナイターダンスミュージックナイター | |
| JAL おきたま ぶどうナイター | マクドナルド day |
| フジテレビ デジタルナイター祭り | 浦添 day |
| パワプロナイター | Swallows Queen Project |
| FC 東京とのコラボイベント | |

阪神タイガース

日替わりイベント無し

中日ドラゴンズ

曜日別イベント

火曜日 炎の火曜日チューンデー

水、金曜日 水金ラッキーデー

木曜日 木曜パノラマデー

月に1度の選手デー

4月 福留デー

5月 井端デー

6月 川上デー

7月 井上、落合デー

8月 山本デー

広島カーブ

親子キャッチボール

マクドナルドデー

モーツァルトデー

ベースボールドッグ