

2014年4月21日 藁谷研究会 構想発表

『プロ野球、パ・リーグの人気が出た要因分析』

総合政策学部 3年 西村 浩行(71106639)
s11663hn@sfc.keio.ac.jp

1. 研究概要

野球人気低迷が問題視されている現代の野球界において、パ・リーグは90年代から全体での観客動員数を飛躍的に増加させることに成功した。かつては、「人気のセ、実力のパ」と揶揄されていたパ・リーグの各球団は、各々の球団の観客動員数を増加させるためにどのような取り組みを行ったのか。また、これからの日本での野球人気の底上げを図るためには、NPB(日本プロ野球機構)がパ・リーグの球団の何を見習うべきなのかということ、企業戦略の面から考察していく。

2. 仮説

- (1) 地方に本拠地を移転することで、どのような影響があったのか。
- (2) Jリーグの地域密着型チーム経営から学んだことがあるのではないかな。
- (3) 巨人以外の試合をTVで観戦する機会が増えることにより、地方の巨人ファンが地元のチームに対して特別な感情を抱くようになったのではないかな。
- ☆(4) シーズン勝利数と観客動員数には、何らかの関係性があるのではないかな。
- (5) 選手とファンの距離感を縮めるようなファンサービスの多様化は、どのような効果をもたらしたのかな。
- ☆(6) 監督のキャラクター性と観客動員数の関係性について。
- ☆(7) 初めて本拠地移転を成功させ常勝軍団としてパ・リーグの巨人という地位を確立した西武ライオンズが、パ・リーグの礎を築いたことによりパ・リーグのファンが増加し、また観客動員数も増えたのではないかな。
- (8) 2010年～2013年にかけて観客動員数が下降の一途を辿る中で、2004年～2012年の間に球団収入を3倍にまで増大させることに成功した千葉ロッテマリーンズは、何か特別な経営努力を行ったのではないかな。
- (9) 2013年度、観客動員数12球団中トップの伸び率を記録した横浜DeNAベイスターズが行った取り組みには、パ・リーグのものを参考にした点があるのではないかな。

3. 研究方法

書籍からの引用を中心に行う。その他のデータなどは、NPB(日本プロ野球機構)の公式データサイトから引用する。また、PLM(Pacific League Marketing)のデータも活用する。

4. 先学期までの成果

パ・リーグの各球団が行った地方への本拠地移転に関する経緯と結果、またファンとの距離を縮めるファンサービスの多様化についての考察は十分に行うことができた。また、2013年のプロ野球で行われた取り組みについての考察ができたことも、大きな成果だった。

5. 今期の目標

今学期は、パ・リーグが経営方針を大きく変えた経緯や歴史について重点的に考察する。パ・リーグ各球団の歴史を調べることで、経営方針の源流を見つけ出し、来学期に行う予定である2014年のシーズンの各球団の取り組みの考察に繋げていきたい。

6. 参考文献

- ・朝日新書『パ・リーグがプロ野球を変える 6球団に学ぶ経営戦略』
大坪正則著 2011年発行
- ・平凡社新書『野球型 vs サッカー型 豊かさへの球技文化論』
林信吾 葛岡智泰著 2004年発行
- ・ディスカヴァー携書『日本プロ野球改造論』
並木裕太著 2013年発行
- ・ism新書 プロスポーツに学ぶJリーグ流マーケティング 顧客志向の新戦略
田中秀明著 2008年発行
- ・日本野球機構オフィシャルサイト <http://www.npb.or.jp/>
- ・PLM(Pacific League Marketing)オフィシャルサイト
<http://www.pacificleague.jp/company/index.php>