

卒業論文概要

近年、プロ野球人気が再燃してきている。特に数年前からのカープ女子というワードを筆頭に若者の人気が増速しており、現代のファンと昔のファンは違う楽しみ方になってきている。その背景には、プロ野球チームが地域との関わりを持ち始めたこと、スタジアムの再開発によって野球を観戦すること以外にも楽しめる施設が増えてきたことなどがある。

本論文の目的は、なぜプロ野球チームが地域との関わりを持ち始めたのか、現代と昔のファンの間でどのような違いがあるのか、なぜ年々スタジアムの改装を行っているのかを明らかにしていく。

まず、横浜 DeNA ベイスターズの前身である横浜ベイスターズは、これまでの大半の期間を最下位で過ごし、観客動員に伸び悩み、横浜の一等地にスタジアムを抱えながらも座席はガラガラということもあった。しかし、2011 年から親会社がディーエヌエーに変わり、様々な改革を行ってきたことにより、最近の観客動員数の増加率は 12 球団でトップである。また、プロ野球チームが地域との関わりを持つ要因として観客数の増員、収益の確保があると考えた。横浜 DeNA ベイスターズはここ数年、成績は振るわずスタジアムに足を運ぶファンは年々低下していた。そこで 2014 年から I☆ (LOVE) YOKOHAMA というキャッチフレーズをたて地域に根差した取り組みを行っており、「横浜＝ベイスターズ」という意識を持ってもらうことで「横浜 DeNA ベイスターズを応援する」ことを市民の生活の一部に取り込んでいこうという狙いがある。

次に現代と昔のファンの間での違いである。昔はどのチャンネルをつけてもプロ野球中継をやっている番組が多かった。しかし現在は、地上波で放送するプロ野球中継が激減し、2010 年には年間 27 試合しか放送されなくなってしまった。そのため、テレビを通してプロ野球に触れる機会が少なくなってしまった。逆に、近年はスタジアムに足を運ぶお客さんが増加し、横浜スタジアムも大きな盛り上がりを見せている。その背景には、スタジアムの再開発というものがある。昔は純粋にプロ野球を見たい人がスタジアムに足を運び、あまりプロ野球に興味がない人には正直つまらないものであった。しかし、現在はビールサーバーがついている座席や小さなお子様がいる家族向けに、靴を脱いで観戦することができる座席など多種多様である。また、試合後に花火が上がるイベントがあるなど、野球以外のイベントを取り入れていくことで、野球が好きなのはもちろんの事そうでない人でも楽しめるような工夫が凝らされている。

プロ野球は極論「あってもなくてもかまわないもの」である。これをどうしたら生活するうえで欠かせないものにしていくことができるか、これがプロ野球全体に言うことができる今後の課題であるのではないかと考えた。