

令和5年度 卒業論文

論題 : ホークスが地方都市の繁栄に与える影響について

担当教員名 平川 幹和子

九州産業大学 商学部

学籍番号 : 20CB612
氏 名 : 松尾 大夢

【要約】

福岡ソフトバンクホークスは福岡をはじめ、九州各地から人気を集めている球団の1つである。ソフトバンクホークスは地域振興活動、復興支援活動に力を入れている球団でもある。しかし、現在野球人口が減少傾向にあることから未来も野球で地域繁栄をしてくれるのかという課題がある。本論文では、現在の地域振興や復興支援の現状を調査し、同人口規模の北海道と地域繁栄活動の成果と課題を比較していく。そして、これから福岡ソフトバンクホークスが地域繁栄により貢献していくために、野球人口を増やす取り組みや、球団、地域が連動して行えるプロジェクトを提案する。(264文字)

目次

1. はじめに	1
2. チーム状況による地元地域の人々の変化について	3
2.1. 北海道日本ハムファイターズの新球場の影響	3
2.2. スター選手が現れるとファンは増えるのか	3
2.3. チーム順位による地域の人々の動きについて	5
2.4. 企業が球団のスポンサーになることの効果	8
2.5. 球団が土地に来てからの経済の拡大	10
3. 球団のチャリティーイベントと課題	12
3.1. チャリティーイベントの活発化	12
3.2. 福岡ソフトバンクホークスのチャリティーイベントの現状	13
3.3. 北海道日本ハムファイターズのチャリティーイベントの現状	14
3.4. チャリティーイベントの成果と今後の課題について	15
4. 今後より地域繁栄していくための提案	16
4.1. 野球人口減少に対するプロジェクトの提案	16
4.2. 球団と地域で共同して行えるプロジェクトの提案	17
5. おわりに	19
参考文献	20

1. はじめに

福岡ソフトバンクホークスは、福岡県をはじめ、九州圏内から人気を集めている球団である。福岡の人口はおよそ 510 万人である¹。福岡の人口と近い地方として北海道があげられる。北海道の人口はおよそ 522 万人である²。北海道日本ハムファイターズは、北海道で人気を集めている球団である。人口規模が同じ地方都市に福岡ソフトバンクホークスと北海道日本ハムファイターズが存在する。

福岡ソフトバンクホークスのオーナーは孫正義氏である。孫正義氏は、1981 年に福岡県の大野城市に株式会社日本ソフトバンクを設立した。その後、1990 年に株式会社日本ソフトバンクはソフトバンク株式会社に変更されている。2004 年にはかつての福岡ダイエーホークスをダイエーから買収し、福岡ソフトバンクホークスのオーナーとなった。孫正義氏は、福岡ソフトバンクホークスの試合に足を運び声援を送ったり、フリーエージェントになった選手の補強にも積極的に参加したりするなど、福岡ソフトバンクホークスに愛着のあるオーナーだといえる。

対して、北海道日本ハムファイターズのオーナー企業である日本ハム株式会社は、1942 年に大社義規氏が、徳島県に創業した徳島食肉工場が始まりである。1951 年に徳島ハム株式会社に組織変更をした。その後、1963 年に日本ハム株式会社に商号変更した³。球団としての北海道日本ハムファイターズは東急フライヤーズから始まり、本拠地が東京であった。1973 年に日拓ホームが球団の経営権を日本ハムに売却し、日本ハムファイターズという名前になった。観客の増加を図るため、これまでプロ野球球団がなかった北海道札幌市に本拠地を移したいという構想から 2004 年に北海道に移転した。そして北海道日本ハムファイターズが誕生した。

福岡ソフトバンクホークスのオーナーである孫正義氏が福岡にゆかりのある人物であるのに比べ、北海道日本ハムファイターズは北海道にゆかりのある人物でオーナーになったことがないのが現状である。以上のことから人口規模が同じ地方都市にある球団でも地元愛という面で違いがあると考えた。

福岡ソフトバンクホークスが九州在住の人々に与えているメリットは数多くあると考え

¹ 福岡の人口と世帯

<https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/fukuokakennenjinkoutosetai.html>、(参照 2023 - 10 - 7)

² 北海道データブック 2023 人口・生活

<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/tkk/databook/160002.html>、(参照 2023 - 10 - 7)

³ 沿革 | 日本ハム(株)会社情報

<https://www.nipponham.co.jp/group/outline/history.html>、(参照 2023 - 10 - 9)

る。福岡ソフトバンクホークスは福岡県だけではなく九州各地から人気を集めていることにより、九州在住の人々は、福岡市を本拠地とするペイペイドームに行くための交通手段としてバスや電車、航空機が利用される。公共交通機関が利用されることにより二酸化炭素の排出量の低下で環境への配慮ができ、駅やバス停に向かう際の適度な運動ができる⁴。また、福岡ソフトバンクホークスは、地域振興活動や復興支援プロジェクトに力を入れている球団である⁵。その中でも2016年4月に熊本・大分地震災害復興プロジェクトとして「ファイト！九州」を発足させ、九州各地で試合を行ったり、その会場で募金活動を行ったり、献血のバスが入るなど地域振興、復興支援でも福岡をはじめ、九州全体にも良い影響を与えているといえる。

一方、北海道日本ハムファイターズはJAバンク北海道協賛の、ゆきのね奨励金という取り組みを行っている。この取り組みは、北海道の子供たちが冬季の運動不足やそれによる体力低下がみられており、道内の子供たちがウィンタースポーツに取り組む機会・環境を提供する目的がある⁶。

以上のことから、福岡ソフトバンクホークスは九州全体の人々を対象とした取り組みに対し、北海道日本ハムファイターズは主に子供を対象とした取り組みが行われているといえる。

本論文では地域振興、復興支援を含め、様々な地域繁栄の活動の現状を整理し、同人口規模の福岡県と北海道を比較し、より地域繁栄させるにはどうすればよいかを提案する。そのために第2章ではチームの状況次第で地元地域の人々に何か変化があるのかを分析する。そして第3章では球団独自で行うチャリティーイベントについての現状を調査し、チャリティーイベントの成果と今後の課題を分析する。第4章ではより野球で地域繁栄していくために、野球人口を増やす取り組みや球団、地域がどのようにすればより良い地域繁栄ができるのかを提案する。

⁴ 公共交通を乗って守ろう！

<https://www.city.tondabayashi.lg.jp/soshiki/29/25677.html>、(参照 2023 - 10 - 9)

⁵ 福岡ソフトバンクホークス公式 CSR トップ

<https://www.softbankhawks.co.jp/csr/action05.html>、(参照 2023 - 10 - 17)

⁶ ゆきのね奨励金 supported by JA バンク北海道

ゆきのね奨励金 | 北海道日本ハムファイターズ https://www.fighters.co.jp/csr/snow_root/、(参照 2023 - 10 - 30)

2. チーム状況による地元地域の人々の変化について

2.1. 北海道日本ハムファイターズの新球場の影響

北海道日本ハムファイターズは、2023年に本拠地球場であった札幌ドームから北海道北広島市のエスコンフィールド HOKKAIDO に本拠地を移転した。移転の理由の1つとしてあげられるのは、もともと札幌ドームは北海道日本ハムファイターズの自前の球場ではなく、利用料が発生していた。そのため、球場内での広告収入や飲食の収入が球団の思惑通りにならなかったことがあげられる⁷。

北海道日本ハムファイターズの札幌ドーム最終年の入場者数は、129万1,500人であった。一方、札幌ドームからエスコンフィールド HOKKAIDO に移転した年の入場者は、188万2,500人であり、およそ60万人の差があることが分かる⁸。以上のことから新球場ができたことにより集客効果が非常に高くなることが分かった。

2.2. スター選手が現れるとファンは増えるのか

球団人気を向上させる動きとしてスター選手の存在が大きいと考える。今節では年度が重なっていて、それぞれの球団の人気選手である福岡ソフトバンクホークスの柳田悠岐選手と北海道日本ハムファイターズ時代の大谷翔平選手を比較する。

図表1は、福岡ソフトバンクホークスの柳田悠岐選手と北海道日本ハムファイターズの大谷翔平選手の成績と観客動員数を比較したものである。また、図表1の選手の成績は2人が本格的に試合に出始めた年代から比較をしている。

⁷ 日本ハム新球場移転でも札幌ドームは強気に黒字見込む
<https://www.tokyo-np.co.jp/article/212805>、(参照 2023 - 11 - 7)

⁸ 2022年 2023年 セ・パ公式戦 入場者数
<https://npb.jp/statistics/2023/attendance.html>、(参照 2023 - 11 - 7)

図表1 : 人気選手の成績と観客動員数

	福岡ソフトバンクホークス		北海道日本ハムファイターズ		
	柳田悠岐		大谷翔平		
	成績	観客動員数	成績		観客動員数
2013年	打率.295 本塁打 11 盗塁 10	240万8千993人	打率.238 本塁打 3 盗塁 4	防御率 4.23 勝利 3 敗戦 0 奪三振 46	185万5千655人
2014年	打率.317 本塁打 15 盗塁 33	246万8千442人	打率.274 本塁打 10 盗塁 1	防御率 2.61 勝利 11 敗戦 4 奪三振 179	189万7千789人
2015年	打率.363 本塁打 34 盗塁 32	253万5千877人	打率.202 本塁打 5 盗塁 1	防御率 2.24 勝利 15 敗戦 5 奪三振 196	195万9千943人
2016年	打率.306 本塁打 18 盗塁 23	249万2千983人	打率.322 本塁打 22 盗塁 7	防御率 1.86 勝利 10 敗戦 4 奪三振 174	207万8千981人
2017年	打率.310 本塁打 31 盗塁 23	252万6千792人	打率.332 本塁打 8 盗塁 0	防御率 3.20 勝利 3 敗戦 2 奪三振 29	208万6千410人

スポンビ選手成績 (<https://baseball.yahoo.co.jp/mlb/player/2100825/top>)

(<https://baseball.yahoo.co.jp/npb/player/1000128/top>)

日本野球機構パシフィックリーグ 年度別入場者数

(https://npb.jp/statistics/attendance_yearly_pl.pdf)より作成

福岡ソフトバンクホークスの柳田悠岐選手は、大学卒のドラフトで2010年に福岡ソフトバンクホークスに入団した。一方、北海道日本ハムファイターズの大谷翔平選手は、高校卒のドラフトで2012年に北海道日本ハムファイターズに入団した。

福岡ソフトバンクホークスの柳田悠岐選手は、プロ入り4年目ながら2013年に打率2割9分5厘、11本塁打、10盗塁と好成績を残した。この時の観客動員数は、240万

8,993人だった。北海道日本ハムファイターズの大谷翔平選手は、二刀流としてプロ入り2年目のシーズンで打率2割3分8厘、3本塁打、4盗塁をマークし、投手でも3勝を挙げる活躍を見せ二刀流を広めるきっかけとなった。この時の観客動員数は、185万5,655人だった。2014年の柳田悠岐選手は、打率3割1分7厘、15本塁打、33盗塁と2013年より成績を伸ばし、観客動員数が246万8,442人で約6万人増えたことが分かる。大谷翔平選手は、打率2割7分4厘、10本塁打、1盗塁、投手で防御率2.61、11勝をマークし、NPB(日本野球機構)初の二桁本塁打、二桁勝利を達成する偉業を成し遂げた。この時の観客動員数は、189万7,789人で2013年と比べて、約4万人増えている。2015年の柳田悠岐選手は、打率3割6分3厘、34本塁打、32盗塁を記録し、球団初のトリプルスリーを達成した。この時の観客動員数は、253万5,877人で2014年と比べて、約7万人増えている。大谷翔平選手は、打率2割2厘、5本塁打、1盗塁と打者としての成績は振るわなかったものの、投手で防御率2.24、15勝を挙げる好成績を残した。この時の観客動員数は、195万9,943人で2014年と比べて、約6万人増えている。2016年の柳田悠岐選手は、打率3割6厘、18本塁打、23盗塁と好成績を残すが、観客動員数は、249万2,983人で2015年と比べて約4万人減っている。大谷翔平選手は、打率3割2分2厘、22本塁打、7盗塁、投手で防御率1.86、10勝を残しNPB初の本塁打20本以上と10勝を同年に達成する偉業をまたしても成し遂げた。この時の観客動員数は、207万8,981人で2015年と比べて、約12万人増えた。2017年の柳田悠岐選手は、打率3割1分、31本塁打、23盗塁で好成績を保った。この時の観客動員数は、252万6,792人で2016年と比べて、約3万人増えている。大谷翔平選手は、怪我の影響があり出場試合が少ない中、打率3割3分2厘、8本塁打、投手で防御率3.20、3勝を挙げた。この時の観客動員数は、208万6,410人で2016年と比べて、約1万人増えている。

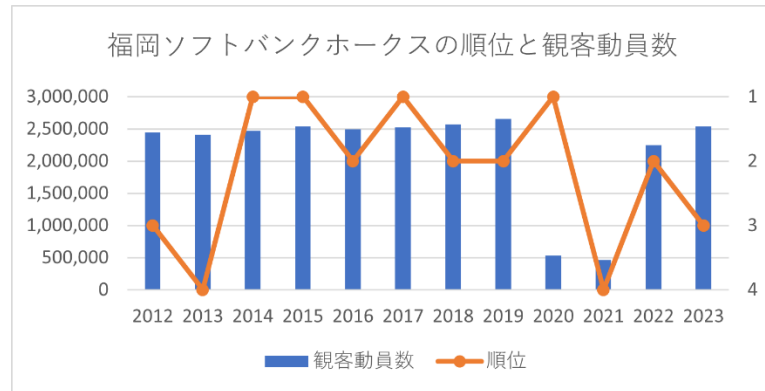
以上のことからスター選手がいることで、ファンからの人気を集めその選手を見ようと球場に集まる人が増えるということが分かった。また、選手の大きな記録が生まれた年に観客動員数が大幅に増えていることから成績によって観客動員数も変化していることが分かる。

2.3. チーム順位による地域の人々の動きについて

球団が地域繁栄を活性化させるには、チームの強さが関係あると考えた。チームの状況が良いほど試合に勝つことが増え、スター選手の発掘にもつながり球団の人気を増やす効果があると考えた。

図表2と図表3は、福岡ソフトバンクホークスと北海道日本ハムファイターズの年度別順位と年度別観客動員数を示したものである。福岡ソフトバンクホークスは、直近12年間でBクラスがたったの2回ということもあり、常勝軍団と呼ばれている。

図表2 ; 福岡ソフトバンクホークスの順位と観客動員数



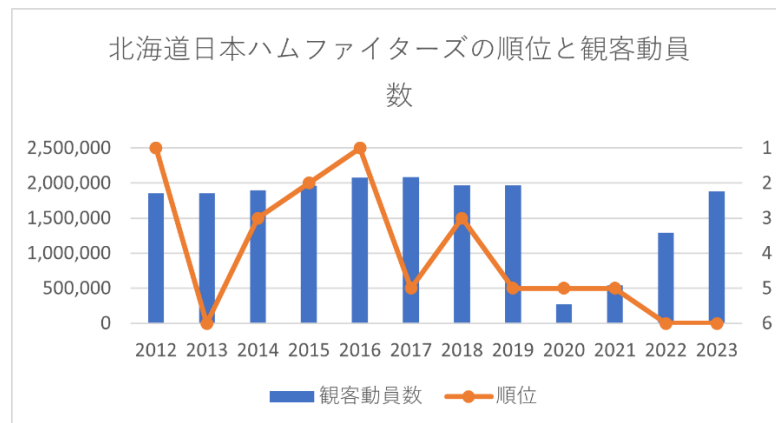
日本野球機構パシフィックリーグ 年度別観客動員数

(https://npb.jp/statistics/attendance_yearly_pl.pdf)

日本野球機構 球団別成績

(https://npb.jp/bis/teams/yearly_h.html)より作成

図表3 : 北海道日本ハムファイターズの順位と観客動員数



日本野球機構パシフィックリーグ 年度別観客動員数

(https://npb.jp/statistics/attendance_yearly_pl.pdf)

日本野球機構 球団別成績

(https://npb.jp/bis/teams/index_f.html)より作成

図表2を見ると、2012年が3位、2013年が4位とあまり目立つ順位ではなかった。この時の観客動員数はどちらも250万人に満たない観客動員数であった。2014年と2015年はリーグ優勝、日本一の連覇を達成し、2015年に観客動員数250万人を超えた。2016年は連覇が途切れ、観客動員数も250万人を切った。2017年から2020年までの4年間

で日本一4連覇と圧倒的な成績を残した。2019年には観客動員数265万人を超える結果となった。2020年と2021年は新型コロナウイルス感染拡大により無観客試合や観客制限を行った影響により観客動員数は、大きく減少した。観客制限がほぼ解除された2022年は2位ながらパシフィックリーグ唯一観客動員数200万人を超えた。観客制限が完全に解除され、声出し応援も解禁された2023年は順位が1つ下がったものの、Aクラスを維持し観客動員数250万人を再び超えた。このように、福岡ソフトバンクホークスの観客動員数は、パシフィックリーグで2000年代ではずっとトップを維持している。この観客動員数を維持できているのは常勝軍団作り上げ、毎年順位争いを楽しめる要素があることが非常に大きいことが分かる。

一方、北海道日本ハムファイターズは、直近12年間でリーグ優勝は2回達成しているものの、安定した順位を残せていないことが図表3から分かる。北海道日本ハムファイターズは、2012年にリーグ優勝を果たし、観客動員数は約185万人であった。リーグ優勝した翌年の2013年は最下位と大きく成績を落とし、観客動員数もわずかに減少した。2014年から2016年まではAクラスに入り、2016年にはリーグ優勝、日本一を達成した。この期間の観客動員数は左肩上がりで、2016年に観客動員数が200万人を超えた。2017年は、5位に終わったが、大谷翔平選手が日本でプレーするのが最終年ということもあり、直近12年間で最多の観客動員数となった。しかし、大谷翔平選手がチームを去った2018年は、3位に順位を上げたものの観客動員数が減少し、2019年から2023年までチームの成績も大きく低迷している。2020年と2021年は福岡ソフトバンクホークスと同様に新型コロナウイルスの影響で観客動員数は大きく減少した。本格的に有観客試合が再開された2022年は、パシフィックリーグワースト2位の観客動員数であり、成績低迷も大きな要因であると考えられる。2023年は、観客制限が解除され、北海道日本ハムファイターズは新球場を新設したことにより、最下位ながら観客動員数で上位3位になった。

以上のことから、チームの順位は、観客動員数に大きくかかわっていることが分かる。当然、チームの人気選手がいれば観客動員数は増えるものの、毎年順位争いをするチームと順位争いに毎年参戦できていないチームでは観客動員数が大きく異なることが分かった。

2.4. 企業が球団のスポンサーになることの効果

スポーツチームの多くは、企業とスポンサー契約を結んでいる。そこでなぜ企業が球団

とスポンサー契約を結ぶのかを考察する。スポンサー企業は、スポーツチームに資金を提供することを引き換えに何らかの権利を獲得し活用することができる。その権利とは、露出系権利と協業系権利である。

露出系権利には、選手のユニフォームや球場、球場内の看板に企業のロゴを掲出する広告露出権、球場の命名権が含まれる。そして、協業系権利は、スポーツチームの商標・肖像の利用権やコラボグッズ等の商品化権、スポーツチームや球場が持つ資源(選手・スタッフ、ファン、施設等)の利用権がある⁹。これらの権利を持つことにより、コマーシャルによる広告掲出、コマーシャルに選手を出すことができる権利を得られるため、宣伝の効果を最大限に活かすことができる。

実際に、球場のフェンスや観客席のシートまでスポンサー企業の名前が掲載されている。また、福岡ソフトバンクホークスに限らず選手が着用するユニフォーム、帽子、ヘルメットにも企業名が掲載されている。さらに、コマーシャルで選手が企業のPRをしているものもあるため地域の人々の印象に残りやすい。

福岡ソフトバンクホークスのスポンサーとしてイオン九州株式会社を例に挙げると、イオン九州株式会社は、福岡ソフトバンクホークスの応援セールや優勝記念セール、ホークス感謝祭などのイベントを開催している。この取り組みにより、イオン九州株式会社の売上、知名度の向上に効果があるといえる。

北海道日本ハムファイターズは、スポンサー企業のほかに日本ハム株式会社が親会社ということもあり、北海道日本ハムファイターズが優勝を決めた際に地元だけでなく全国で日本ハム製品が割引されるセールが行われている。

知名度や売上向上の効果のほかに、球団のスポンサー企業の社員の福利厚生が良くなることも効果として挙げられる。球団のスポンサー企業には、球団から観戦チケットをもらえるため、社員や企業のお客様に還元できる。そうすることで、野球を見に来てもらうきっかけを作り、ファンを増やす効果があると考えられる。また、プロスポーツチームのスポンサーになることにより、企業の社会的責任として社会に与える影響に責任も持てるようになり、会社のイメージアップにつながる効果もある¹⁰。

⁹ スポーツの価値算定モデル調査

https://www.dbj.jp/upload/docs/7d0a0ac4519c62c8078cc002824e233e_1.pdf

、(参照 2023-11-27)

¹⁰ プロスポーツチームのスポンサーになるメリット 5 選

<https://www.uniritaplus.co.jp/mediatuniplu/sponser#Sec2>、(参照 2023-11-27)

以上のことから、球団側からしてもスポンサー契約で資金を調達ができる点があり、そこから実力のある選手を補強しチームを強化することができる。さらに、スポンサー企業に観戦チケットなどを還元することで、ファンを獲得できるメリットがある。企業側は、自社の宣伝効果のほかに、自社の社員の福利厚生、会社のイメージアップのメリットがある。そのため、プロ野球球団とプロ野球球団のスポンサー企業は双方に利点があるといえる。

2.5. 球団が土地に来てからの経済の拡大

地元球団があることにより、地域経済が拡大すると考える。球場に足を運ぶための交通費や試合観戦のチケット代、入場費などに地域の人々はお金を使う。

ふくおかフィナンシャルグループの調査によると、2012年の福岡ソフトバンクホークスの経済波及効果は、約159億円であった。また、2018年の経済波及効果は約511億円であった¹¹。以上のことから、たった6年で約350億円の経済波及効果が上昇していることが分かる。また、これらの数字はクライマックスシリーズ、日本シリーズの収入を除いた額となっている。

一方、北海道日本ハムファイターズが、日本一を達成した2016年の経済波及効果は約260億円となっている¹²。この数字はクライマックスシリーズと日本シリーズを含めた額となっている。新球場ができた2023年は、新球場のある北海道北広島市だけで、経済波及効果が約210億円となっており、北海道全体で見た2016年と比較してもかなりの経済効果があるといえる¹³。また、球団独自で所有している北海道日本ハムファイターズの新球場の経済波及効果は約1,634億円を超えているといわれている¹⁴。球団独自で所有できなかった札幌ドームの2022年の経済波及効果の約243億円を大きく上回る結果となる¹⁵。以

¹¹ 福岡ソフトバンクホークスの経済波及効果 ふくおかフィナンシャルグループより
http://www.fukuoka-fg.com/group/report/data_report/201901/report.pdf、(参照 2023-11-24)

¹² 北海道日本ハムファイターズ2016年の経済効果は 北海道銀行より
<https://www.hokkaidobank.co.jp/common/dat/2016/1121/1479696427585684023.pdf>、(参照 2023-11-24)

¹³ 北海道ボールパークFビレッジと地域経済 北海道銀行より
<https://www.hokkaidobank.co.jp/common/dat/2023/0316/1678933695151605751.pdf>
、(参照 2023-11-24)

¹⁴ 日本ハム新球場経済効果 日本経済新聞より
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOKC147PF0U2A211C2000000/>、(参照 2023-11-24)

¹⁵ コンサドレー札幌 2022年シーズン経済波及効果、
<https://economicimpact.net/2022/11/05/221105/>、(参照 2023-11-24)

上のことから北海道のこれからの経済拡大が大いに見込まれると考えられる。

福岡ソフトバンクホークスと北海道日本ハムファイターズの経済波及効果は、福岡ソフトバンクホークスが日本一を達成した2018年の経済波及効果の約511億円に対し、北海道日本ハムファイターズが日本一を達成した2016年の経済波及効果の約260億円となっており、人口規模が同じ地方都市である福岡県と北海道で大きな差があることも分かった。

3. 球団のチャリティーイベントと課題

3.1. チャリティーイベントの活発化

チャリティーは慈善の精神で社会貢献をするものであり、チャリティーイベントはその主旨のもとで収益のすべて、あるいは一部を寄付や支援物資の購入と発送などに充て、公益とするイベントである¹⁶。

野球界では、ベースボール・レジェンド・ファウンデーション(BLF)というプロ野球選手や球団の慈善活動をサポートするほか、野球にまつわる社会貢献活動を展開する NPO 法人があり、社会貢献をしている選手が非常に多い。ベースボール・レジェンド・ファウンデーションは、「野球をなくてはならないものに」と野球を娯楽の域を超えさせ、国民にとって欠かせないものになってほしい。そのために、より多くの人が野球によって救われる社会を作るべきだと考えている¹⁷。

ベースボール・レジェンド・ファウンデーションの活動としてチャリティートークというイベントがある。チャリティートークは、2018 年から 2021 年まで開催され、プロ野球選手たちが球団の垣根を越えて集まり、ファンの方と共に支援活動を行うイベントである。また、このイベントで集まった寄付は日本財団の「夢の奨学金」に託し、里親家庭や児童養護施設など社会的養護のもとで育った学生のための給付型奨学金として活用された。2018 年のチャリティートークでは、66 万 6,851 円集まった。2019 年のチャリティートークでは、83 万 941 円集まった。2020 年は、新型コロナウイルスの影響があり、チャリティートークは 2020 年の 12 月 16 日から 2021 年の 1 月 22 日の期間の中でオンライン開催された。集まった寄付金は 60 万 8,841 円であった。2021 年も引き続きオンラインで開催され、2021 年の 12 月 6 日から 2022 年の 1 月 8 日までの期間で 78 万 4,180 円集まった。また、このうち 2 万 5,609 円は独立リーグの「福島レッドホープス」のファンからの募金である。2022 年からは、チャリティートークをリニューアルし、プロ野球選手・OB 参加の新しいチャリティーイベントとしてチャリティーGARA を開催している。チャリティーGARA は、チケット代の一部、オンラインで集まった寄付、イベント会場での募金を、参加選手・OB が賛同する団体に寄付されている。2022 年開催のチャリテ

¹⁶ チャリティーイベントの開催情報や参加方法

https://gooddo.jp/magazine/social_contribution/charity/16409/、

(参照 2023-11-28)

¹⁷ BLF-NPO 法人ベースボールレジェンドファウンデーション ホームページ

BLF-NPO 法人ベースボールレジェンドファンデーション <https://blf.or.jp/>、

(参照 2023-11-28)

イーGARAの寄付額は、チケット代からの寄付で10万8,000円(2,000円×54名分)、オンラインでの寄付で20万9,293円、会場での寄付で9万4,000円であった。この寄付で、硬式球修繕事業を通じた障がい者就労支援施設の「夢工房翔裕園」の施設利用者はアゲインボールを製造した。製造された500球は青島特別支援学校に100球、松蔭大付松蔭高校に100球、都立深沢高校に100球、甲子園夢プロジェクトに200球寄贈された¹⁸。また、ベースボール・レジェンド・ファウンデーションは、球児への野球用具寄贈プロジェクトも行っている。支援対象は限られているものの、実際に支援をもらった球児たちも大人になったときに同じことをしてあげられるように思うことができると考えたため、野球用具寄贈プロジェクトも効果的である。

以上のことから現在の野球界ではチャリティー活動が活発に行われており、寄付する選手も少しでも社会に貢献するためにできることをという思いで行われている。福岡ソフトバンクホークスの和田毅選手は、「野球が大好きで続けたいのに続けられない子どもたちがいる。その現実から目をそむけたくない自分がずっといました。野球が大好きな子どもたちに野球を続けてもらいたい、夢を諦めてほしくない」¹⁹と述べており、野球少年たちへの社会貢献の思いが非常に強いことが分かる。また、野球をしていない人々の役にも立っていることから非常に良い取り組みであることが分かる。

3.2. 福岡ソフトバンクホークスのチャリティーイベントの現状

福岡ソフトバンクホークスのチャリティーイベントとして大きな取り組みは、ピンクリボン運動である。福岡ソフトバンクホークスでのピンクリボン運動のきっかけをつくったのは、元福岡ソフトバンクホークスの鳥越祐介氏である。鳥越祐介氏は2008年に乳がんを妻を亡くした。そのことから、早期発見・早期治療の大切さを訴えるため福岡ソフトバンクホークスでのピンクリボン運動に取り組んだ²⁰。福岡ソフトバンクホークスは、ピンクリボン運動の際、球場でピンク色のユニフォームが配布される。始まったばかりの頃は、女性ファンにしか配布されなかったが2020年から男女問わずピンク色のユニフォームが配布され、球場全体がピンクに染まる光景が見られる。また、このユニフォームは、

¹⁸BLF チャリティートーク チャリティーGARA

[BLF チャリティートーク - BLF](https://blf.or.jp/)<https://blf.or.jp/>、(参照 2023-11-28)

¹⁹ BLF 福岡ソフトバンクホークス和田毅投手 メッセージ

[DREAMBRIDGE - BLF](https://blf.or.jp/dreambridge/) <https://blf.or.jp/dreambridge/>

(参照 2023-11-30)

²⁰ 野球で1人でも救える命がある

<https://bunshun.jp/articles/-/62987>、(参照 2023-11-29)

ピンクリボンユニフォームと呼ばれており、選手が着用する帽子のチームロゴの横にピンクリボンの刺繍が入っている。ピンクリボンのマークは、乳がんの撲滅や早期発見の啓発・推進を呼びかけるピンクリボン運動のシンボルである。またピンクリボンのマークは、各塁のベースやネクストバッターズサークルにもあしらわれており、テレビで観戦する人たちへのアピールにもなっている。ドームのコンコースには、乳がん検診を呼びかけるブースが設置され、リーフレットなどが配布されている。ドームの外には乳がん検診車が用意されている。

実際に福岡ソフトバンクホークスのピンクリボン運動の活動で検診を受けた女性が乳がんの早期発見することができ、命が助かったという声もある。以上のことから、福岡ソフトバンクホークスのチャリティーイベントは、球団を挙げてピンクリボン運動を行っており、取り組みによって命を救えたことから非常に効果的なチャリティーイベントだといえる。また、主に女性をターゲットとしていることで女性ファンの獲得にも影響がある。

3.3. 北海道日本ハムファイターズのチャリティーイベントの現状

北海道日本ハムファイターズは2023年にファンアートチャリティーオークションを実施している。ファンアートチャリティーオークションは、事前募集した210点のファンアートの中から北海道日本ハムファイターズの選手たちが、厳選した20作品にそれぞれの北海道日本ハムファイターズの選手が直筆サインを記すものである。その20作品は選手、作者、ファンアートオークションの落札者の3名の手に渡る。落札者は、北海道日本ハムファイターズの本拠地エスコンフィールド HOKKAIDO で行われる公式戦にペアで招待され、そこで選手たちとの交流会で落札作品に落札者の名前と選手の直筆サインを贈呈される特典もついている。

このイベントで集まった収益はファイターズ基金に積み立てられる。ファイターズ基金は、北海道の未来を支える青少年やその家族がより健康的な日々を送るためのサポートをするために設立されたものである²¹。積み立てられたファイターズ基金は北海道日本ハムファイターズの企業理念である「Sports Community」の実現のため、スポーツを取り巻く環境を整え、地域社会の未来を創造していく社会貢献活動の財源として活用される。

以上のことから北海道日本ハムファイターズのチャリティーイベントは選手とファンの距離を縮めると同時に社会貢献につながるチャリティーイベントを行っている。選手との

²¹ ファイターズ基金

<https://www.fighters.co.jp/csr/foundation/>、

(参照 2023-11-29)

交流会があることで積極的にチャリティーイベントに参加しようとするファンが増えることが最大のメリットであるといえる。

北海道日本ハムファイターズの選手たちと交流しながらチャリティーイベントに参加するのに対し、福岡ソフトバンクホークスのチャリティーイベントは選手との交流は少ないものの、イベントの規模は福岡ソフトバンクホークスの方が大きい。このようなイベントの効果も地域繁栄に影響すると考えられる。福岡ソフトバンクホークスの場合女性を主にターゲットにしながらのイベントで実際に女性ファンが数年で急増した背景がある。一方、北海道日本ハムファイターズは選手と交流したい方をターゲットにしているため、どうしても規模が小さくなってしまふ。チャリティーイベントの効果と経済波及効果を上げるには、福岡ソフトバンクホークスのような球団を挙げた活動の活発化が求められると考える。福岡ソフトバンクホークスのピンクリボン運動はチャリティーイベントとして非常に良い例であるため、北海道日本ハムファイターズも球団を挙げたピンクリボン運動を取り入れるべきであると考えた。

3.4. チャリティーイベントの成果と今後の課題について

チャリティーイベントは学校に通えない子どもたちを支援したり、よりスポーツをしやすい環境を整えるための支援、地域の人々に限らず国民の人々の健康のための支援をしたりと野球をすることにより人々を助けられるという考えが根付いてきている。ベースボール・レジェンド・ファウンデーションの「野球をなくてはならないものに」という考えが実現している。しかし、今のチャリティーイベントの現状に満足はできない。その理由は、野球をしたくても資金や環境が足りずに野球ができない球児に対しての支援である。現在、野球ができない球児たちに対する支援は、野球道具の支援を受けたい家庭が支援団体にエントリーをし、選考され選ばれた方に限り、支援が行われるというものである。また、支援対象もひとり親家庭、児童養護施設・里親家庭で暮らす小学4年生から中学3年生までの球児に絞られており、一部しか満足できない現状である。そのため、学年の制限の解除、ひとり親に家庭に限らず支援の対象を拡大することが求められる。

4. 今後より地域繁栄していくための提案

4.1. 野球人口減少に対するプロジェクトの提案

現在、野球の競技人口は減少傾向にある。まず、小学生の野球団員の競技人口は、2007年度が約17万人であった。2017年度は約12万人であった。中学生の軟式野球部員の競技人口は、2007年度は約30万人であった。2018年度は約18万人であった。高校生の野球部の人口は、2010年度が約17万人であった。2019年度は約14万人であった。大学野球部の人口は、これまでとは異なり、わずかに増加傾向にある。しかし、社会人野球の競技人口は、多くの企業に野球部があったものの多くの企業の野球部が廃部になっている²²。このように大学野球部を除き、野球人口が減っていることが分かる。野球人口が減ることにより、現在行われているチャリティー活動や、球団による地域繁栄に悪影響を与える可能性が高くなる。

そこで、野球人口減少の解決案を提案する。まず、野球を始めるきっかけとなる幼少期から中学生までを対象とした案を提案する。野球を始めるきっかけとしてよくあるケースは、テレビ観戦や球場で観戦した際に始めたというケースである。その中でも家族が野球中継を見ていたからという意見が調査で分かった²³。実際に観戦するには視聴コンテンツが必要となる。しかし、現在は地上波での放送がかなり減っている現状である。球団がある地域では地上波での放送があることが多いが、球団のない地域では地上波の放送が少ない。そこで、球団のない地域で視聴できるコンテンツを作ることを提案する。確かに、野球をはじめとしたスポーツ番組の有料コンテンツがある。有料コンテンツは地上波での中継がない時や、地上波中継終了時間後でも視聴ができる。しかし、12球団すべての中継を見ることができるDAZNは月額3,700円、スカパーのプロ野球セットは月額4,050円といずれも値段が高く手を出しづらい。そこで、球団がない地域でも視聴してもらえるように、球団のない地域に住んでいる人を対象に、安く視聴できる専用のコンテンツを作ることを提案する。

次に、大学で野球人口が微増しているのに対し、社会人で野球人口が減ることについての解決策を提案する。社会人野球の人口が減る要因として、景気の悪化で野球部を運営す

²² 野球の競技人口数の減少が進む日本 | 野球人口の推移と減少の理由を紹介

<https://halftime-media.com/sports-market/japan-baseball-1/>、(参照 2023-12-2)

²³ 出動！球児に聞き隊！(野球を始めたきっかけは?)

<https://www.hb-nippon.com/2016/05/25/1627234/>、

(参照 2023-12-4)

ることが難しくなることがあげられる。また、社会人野球界では、社会人野球チームは支援を受けられていない。そこで、3.1で述べたようなチャリティー活動で社会人野球を支援する取り組みを行うことを提案する。具体的には、社会人野球は全国にあるため、プロ野球球団一体となり、支援を行う。支援の内容はプロ野球球団の2軍、3軍のチームと社会人野球チームの交流試合を行い、そのチケット代をチャリティー支援の資金とし、試合会場で募金を行うというものである。このような活動を行うことにより、プロとアマでの交流が深まり、社会人野球チームのモチベーションの向上につながると考えた。また、定期的に行うことにより、チャリティー活動の資金を効率的に集められると考えた。

4.2. 球団と地域で共同して行えるプロジェクトの提案

さらなる地域繁栄につなげるためには、球団と地域の連携を強める必要があると考えた。実際にファンの意見が直接球団に届くということはありません。現在は、株主総会で球団の経営についての話はあるものの、実際にファンの意見は届いていない現状である。そこで、ファンと球団関係者、選手、監督を含めたファンミーティングのようなものを開催できれば面白いと考えた。監督、選手を含めたミーティングをすることにより、プレーをする選手、監督が客観的に考えることができると考えた。具体的には、オフシーズンに入ってから、人数制限を設け、ファン同士が集まる。そこでシーズン中の采配について、グッズ等の販売の要望、球場設備についてなどを話し合い、意見をまとめ、ファン同士の代表者がファンミーティングでまとめた意見を述べるというものである(図表4参照)。

図表4 ; ファンミーティングの流れ(筆者作成)



この案が実現すれば、ファンからの意見が直接球団に伝わり、より快適に球場で観戦できるようになり、時にファンの意見で勝率が伸びることも考えられる。そこで成果がでれ

ば球団は、よりファンに愛される球団を作っていけると考えた。

5. おわりに

本論文では、福岡ソフトバンクホークスが地方都市の繁栄に与える影響の現状について同じ人口規模の都市にある北海道日本ハムファイターズと比較しながら論じるとともに、今後さらに地位繁栄を拡大させるために、野球人口減少に対する解決案の提案、球団と地域が連動して行うプロジェクトを提案した。

第1章では、福岡ソフトバンクホークスのオーナーと北海道日本ハムファイターズのオーナーの出身地の違いから、地元愛の違いについて述べ、福岡ソフトバンクホークスと北海道日本ハムファイターズのそれぞれが行っている地域振興、復興支援の現状について示した。

第2章では、チームの成績、チーム内の人気選手の成績による人々の動きについてグラフを用いながら示した。さらに、球団のスポンサーになることのメリットについて述べるとともに、球団が土地に来てからの経済波及効果を調査した。

第3章では、野球界で行われているチャリティー活動、福岡ソフトバンクホークスと北海道日本ハムファイターズで行われているチャリティー活動の成果と課題について述べた。現在行われているチャリティー活動の課題として、野球がしたくてもできない子どもたちに支援が届く範囲が小さいことがあげられた。現在、野球用具の支援活動は支援対象が限られている。

第4章では、野球人口減少によってチャリティー活動の機会の減少や球団による地域繁栄に悪影響を及ぼす可能性を述べ、それに対する解決案を提案した。さらに、地域と球団で共同して行うプロジェクトについて述べ、さらに地域が繁栄していくための提案を行った。

野球が地域に与える影響は非常に大きい。見る人を楽しませるだけでなく、球場のエンターテインメント化により野球観戦以外も楽しめるようになっている。また、野球界ではチャリティー活動も活発に行われており人々の役にも立っている。

提案で述べた野球界からのチャリティー活動で支援を受けた球児たちが何らかの形で野球界に携わり、活躍することを期待したい。また、球団と地域の人々で行うプロジェクトを実際に行うことができればより地域と密着した球団作りができると考える。今後野球界全体が地域との関係をさらに深め、地域繁栄を拡大し、野球による支援の輪を広げてほしい。

参考文献

- CSR | 福岡ソフトバンクホークス <https://www.softbankhawks.co.jp/csr/> (参照 2023-10-17)
- 社会貢献活動 | 北海道日本ハムファイターズ <https://www.fighters.co.jp/csr/> (参照 2023-10-17)
- パシフィックリーグ年度別入場者数(1950~2022)-NPB
https://npb.jp/statistics/attendance_yearly_pl.pdf (参照 2023-11-17)
- 大谷翔平-ロサンゼルス・エンゼルス-MLB-スポーツナビ
<https://baseball.yahoo.co.jp/mlb/player/2100825/top> (参照 2023-11-17)
- 柳田悠岐-福岡ソフトバンクホークス-プロ野球-スポーツナビ
<https://baseball.yahoo.co.jp/npb/player/1000128/top> (参照 2023-11-17)
- BLF-NPO 法人ベースボールレジェンドファウンデーション <https://blf.or.jp/ct/> (参照 2023-11-28)
- ピンクフルデー2023 特設サイト-福岡ソフトバンクホークス
<https://www.softbankhawks.co.jp/ex/pinkfulday/> (参照 2023-11-29)
- <ファンアートチャリティーオークション>を初開催 | 北海道日本ハムファイターズ
<https://www.fighters.co.jp/news/detail/202300406345.html> (参照 2023-11-29)

(13,579 字)