

福岡ソフトバンクホークスとオリックス・バファローズにおける観戦者動員差の要因分析——地域密着戦略と象徴的ベネフィットの観点から——

北沢玲奈

本研究は、プロ野球球団である福岡ソフトバンクホークス（以下、ホークス）とオリックス・バファローズ（以下、オリックス）の観客動員数の差異に着目し、その要因を明らかにすることを目的とする。具体的には、地域との象徴的関係性の構築度合いの違いによって、両球団における観客動員数の差異が生じる、といった仮説を設定した。チームとの心理的な結びつきや、地域社会への貢献意識は、観戦行動に起因する。以上のことを踏まえ、各球団の地域密着活動の実態、ファン分布、行政・企業との連携の比較を通じて、分析を行った。

調査の結果、ホークスは本拠地・福岡を軸とした地域密着活動や、複数の行政・企業との連携を実現し、地域の象徴としての地位を築いていることが明らかとなった。球団が地域住民の生活に自然と組み込まれており、象徴的関係性の構築度は高いといえる。一方、オリックスは、兵庫県へ向けた事業で象徴性を高めるも、球団合併を経てファンの帰属意識が希薄化し、本拠地・大阪では象徴的な存在として十分に認識されていない。また、行政や地域との連携も限定的であり、実際の観客動員数もホークスと比べて低水準である。このように、地域との象徴的関係性の構築が不十分であることが、観客動員数の差異を生む要因となっている。したがって本研究の仮説は証明されたといえる。

今後の課題として、両地域における現地調査と、他球団の事例を基にした調査・比較を加え、観客動員数の差異が生まれる要因をより精緻に検討していきたい。