



横浜DeNAベイスターズ
が地元横浜にもたらした影響

MG8103 ちーば

概要

- 数年前までは最下位独走状態であった横浜ベイスターズ。

しかし2011年親会社がTBSからDeNAへと変更。その後球団としてもチームとしてもどんどん成長していきここ最近では優勝をも狙えるチームにまで成長した。

そんな中球団・チーム・選手が地元である横浜にもたらした影響は何なのだろうか。

横浜DeNAベイスターズの経営

ベイスターズの立て直しにはいくつかポイントがあった。

1. 球場に来てもらうこと
2. 地域全体でベイスターズを盛り上げていくこと
3. 勝敗に関わらず「楽しい」「嬉しい」を

横浜DeNAベイスターズの経営

1. 球場に来てもらうこと

まず、売上の公式は客単価×客数であり、この客数が当時圧倒的に少なかった。2011年当時球場はガラガラ。そこで球場で快適に過ごしてもらうためにトイレ・スクリーンを改修。2015年には「リビングBOXシート」という眺めが良く寝転がったりできる席や、最近ではBBQを楽しみながら野球観戦を楽しめる座席を作り「人に来てもらうこと」に力を入れた。

画像出典： [1]https://sp.baystars.co.jp/news/2019/01/0125_02.php
[2]https://www.baystars.co.jp/news/2020/01/0130_01.php

- リビングBOXシート [1]



- BBQシート [2]



横浜DeNAベイスターズの経営

2. 地域全体でベイスターズを盛り上げていくこと

2017年には無料で公式戦のライブビューイングを実施し、とても好評だったため、翌年から有料イベントととして新設。

2018年には「勝祭(かっさい)」という球場に近い「日本大通り」を封鎖し様々な屋台や物販を展開する大規模なイベントを実施。

また、今年は横浜という立地を活かし、超本格中華料理を楽しめるフードショップが新しくオープンした。

横浜DeNAベイスターズの経営

3. 勝敗に関わらず「楽しい」「嬉しい」を

1つ目、2つ目のポイントで分かるように「野球好きな人だけをターゲットにしている」のがベイスターズの取り組みだ。

勝敗ではなくフードやグッズで楽しんでもらう。

居酒屋感覚で来ても、1つのイベント感覚で来ても十分に楽しめるのがベイスターズの狙いである。

横浜にもたらした影響

- 親会社が変わりたったの5年で収益は黒字化。また7年で観客が2倍にまでなった。
- 野球だけではなく、スタジアムやその周辺の施設の充実
- ターゲット層の変化



横浜周辺の経済効果は爆伸び！！

(もしも優勝した場合は75億円もの経済効果が見込まれるかも．．．)

参考文献

- [横浜14] 横浜DeNAベイスターズ, 次の野球, ポプラ社, 2014.3.
- [稲水16] 稲水伸行・三浦麻子・水野誠, プロ野球「熱狂」の経営科学 ファン心理とスポーツビジネス, 東京大学出版会, 2016.8.
- [大阪18] FCC review, 神奈川県横浜市 横浜DeNAベイスターズ 合言葉は「I☆YOKOHAMA」野球王国のポテンシャルを顕在化させた”ハマの経営”, タナベ経営戦略総合研究所, 2018.8.
- 横浜DeNAベイスターズは「野球を見せる」から離れたことで黒字化した <https://diamond.jp/articles/-/145317>
- 人件費も広告費も削らず5年で黒字化 横浜DeNAベイスターズ成功の秘密 https://news.livedoor.com/lite/article_detail/16302609/
- 初の200万人動員 横浜DeNAベイスターズを地域に根付かせた仕掛け https://www.itmedia.co.jp/business/spv/1902/20/news012_2.html
- <https://r.nikkei.com/article/DGXMZO22813490X21C17A0L82000>