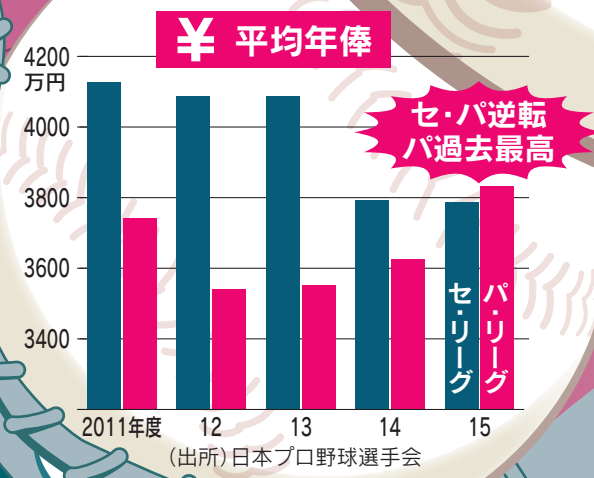
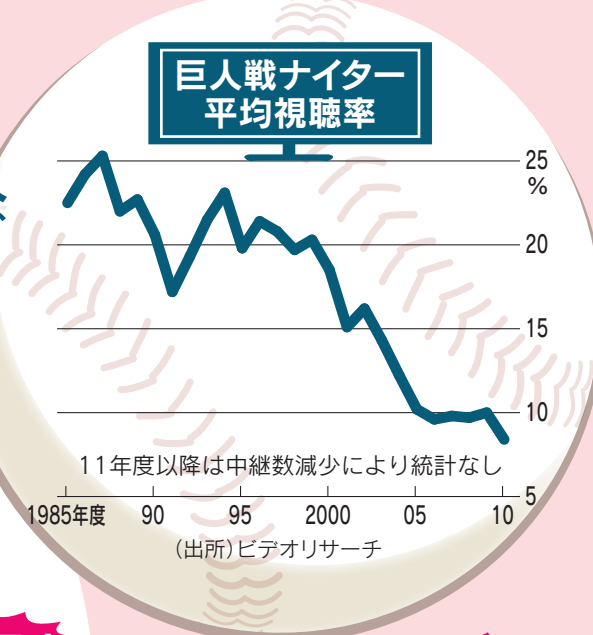
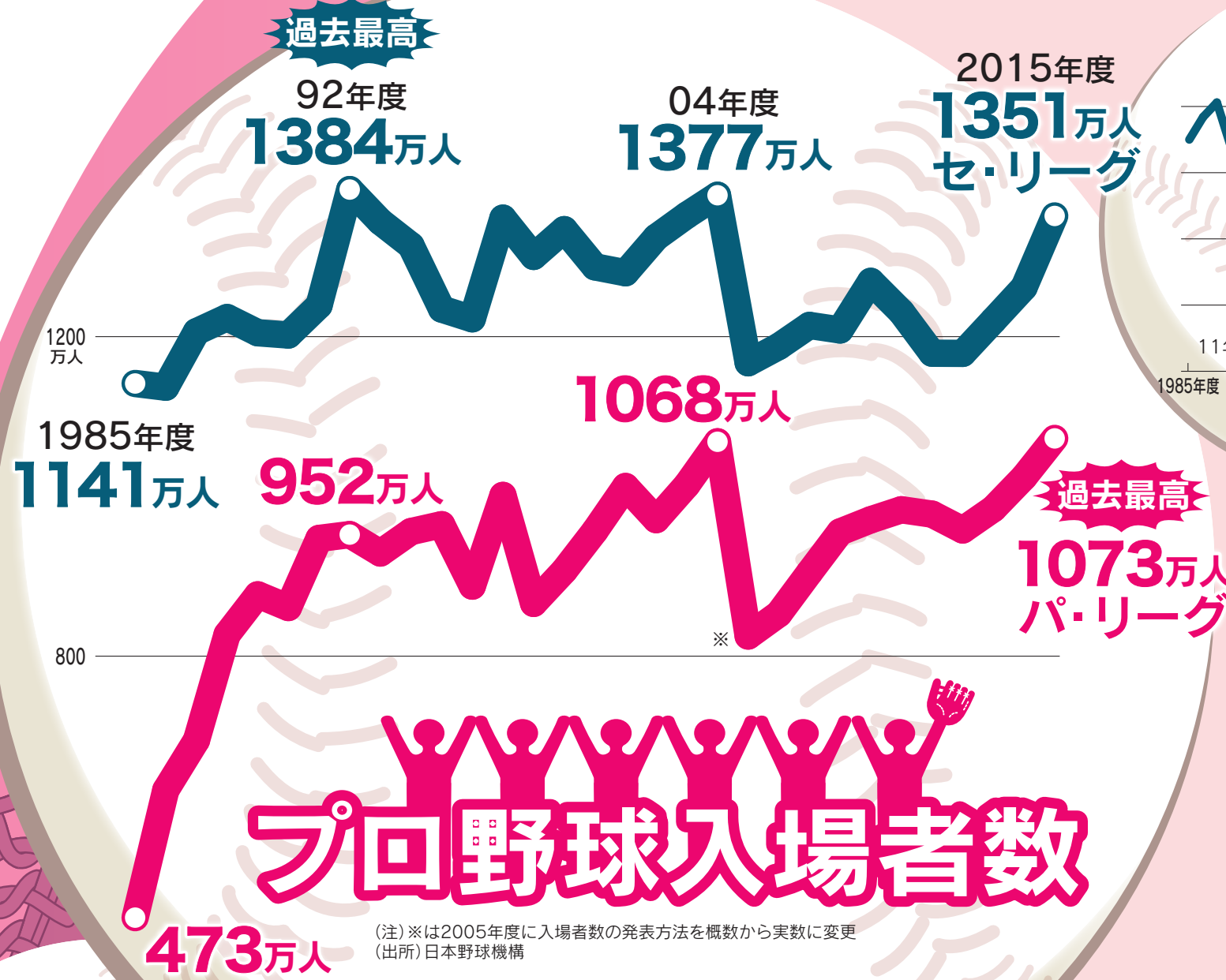
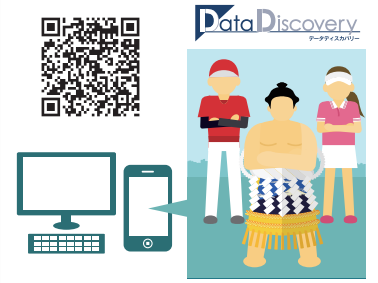


プロ野球が間もなく開幕する。巨人戦の地上波中継が減り存在感が薄らいでいるが、球場に足を運ぶファンは増加傾向だ。2015年度の入場者数を10年前と比べると、パ・リーグが30%増で過去最高を更新。セ・リーグも16%増えた。パでは04年度に北海道に移転した日本ハム、05年度参入の楽天が地元密着路線で支持を獲得。手薄だった女性ファンの開拓、リピーターを増やすポイント制度の導入も球界全体に浸透した。足元では賭博問題などで逆風も吹くが、今年の観客動員はどうか。

電子版で「もっと発見！」

野球、ゴルフ、相撲...
プロスポーツ選手の懐事情
▶ Web刊 → 特集 →
ビジュアルデータ



- ### 入場者数の伸び率が高い球団の主な集客策
- (数字は2005年度と15年度の比較)
- 1位 広島** (2.01倍 ↑)
 - 首都圏からの新幹線無料観戦ツアーや女性向けグッズ充実で「カーブ女子」取り込む
 - バーベキュー席など約20種類の座席を用意
 - 「カーブ赤ちゃん写真展」でファミリー層を開拓
 - 2位 横浜DeNA** (1.86倍 ↑)
 - 満足度に応じて返金する「全額返還チケット」
 - 開幕シリーズでヘルメットなどの特別グッズを配布
 - 「シルバー割」「子供割」など各種割引
 - 3位 楽天** (1.56倍 ↑)
 - 対戦相手の人気、曜日など需要に応じた変額制チケット
 - 「世界のビールと肉まつり」など本拠地コボスタでのイベント開催
 - 特定の先発投手の登板日に告知メールを流すなど、ファンクラブの情報を活用した個別マーケティング

私を野球に連れてって

客数は昨年セ・パ最高レベル、逆風下の今年は何?

