

新型コロナウイルス流行期におけるプロ野球の試合観客動員数変化

22011012 有川翼

2020年から新型コロナウイルスによる感染拡大（以降コロナ禍）の影響で不要不急の外出を控えるようになった。その影響はスポーツ界にもおよび、例えばプロ野球の試合では開幕延期・無観客試合となり試合における収入源が大幅に減ることになった。

また、私は小学生の時から野球に携わってきたため野球にはなじみが深くこの事態について、問題意識を持つようになった。

そこで、本研究ではコロナ禍において、プロ野球における観客動員数の動向について調査することを目的とした。それにより、観客動員の向上につながる施策がきているのではないかと考えた。

本研究においては次の3つの種類のデータを5年分収集しそれぞれの関係性を調べる事によりコロナ禍の前後で観客動員と売り上げの動向を把握することにした。利用したデータは以下の通りである。

1つ目は順位のデータで、日本野球機構（以降NPB）の公式サイトから成績記録のうち2018年～2022年のチーム勝敗表より収集した。

2つ目は観客動員数のデータをNPBの公式サイトから統計データのうち2018年～2022年の試合入場者数より収集した。

3つ目は経営面のデータを各球団の公式サイトにおいてIR情報から2018年～2022年の売上と利益の情報を収集した。

目的変数を球団の売り上げと考え、説明変数を順位や観客動員数とし、それらの相関について分析することとした。

この分析では、コロナ禍によるプロ野球の観客動員数減少、観客動員数と売上の相関関係、及びチーム成績と観客動員数・売上の相関関係についての仮説を検証する。

1つ目の「コロナ禍による観客減少」では、2020年と2021年に行われた無観客試合や入場者制限により、観客動員数が大幅に減少した可能性に注目する。

2つ目の「観客動員数と売上の相関関係」においては、通常、観客動員数が多いほど、チケットやグッズの売り上げが増加するという正の相関関係が期待される。

3つ目の「チーム成績と観客動員数・売上の相関関係」では、チームの順位が高いほど観客動員数が増え、売り上げも増加するという仮説を立てる。順位が高いチームは、ファンや観客の関心を引き付け、チケットやグッズの販売が増えると考えられる。

以上のことより、セ・リーグのデータ分析では、チームの順位の上昇が観客数と売上の増加に正の相関をもたらすことが確認された。これは、チームの成績がファンの関心と消費行動に直接的に影響を与えることを示唆している。一方、パ・リーグでは順位と観客数の間には正の相関が見られたが、統計的に有意ではなかった。また、順位と売上の関係は統計的に有意とは言えない状態であった。今後観客動員数増加のためビジネスモデルを作成した。その他にも球団が新たな収入源を探求することや、観客を引きつける新しい施策を導入した可能性がある。これらの施策が売り上げにどの程度影響を及ぼしているかを分析すると、コロナ禍の影響を軽減する戦略が見えてくるかもしれない。