



©SEIBU Lions

紹介・実績

- ・埼玉県を本拠地とする日本野球機構（NPB）の球団。
- ・本拠地ベルーナドームでの年間動員数：約173万人（1試合平均24,395人 / 年間約70試合）。
- ・公式SNS(X)フォロワー数：約55万人。

背景・課題

- ・未就学児～小学校低学年の子どもを持つ家庭との接点が十分に創出できておらず、将来的なファン層の形成に課題がある。
- ・ライオンズが保有するブランド力・集客力・アカデミーコーチ・スポーツプログラムなどのアセットを、地域課題解決や新たな事業機会に十分つなげきれていない。
- ・「ライオンズが来る」という集客力はある一方で、それを単発イベントにとどめず、継続的な地域接点や収益化モデルに発展させる仕組みが必要。

活用可能なアセット

- ・地域でのスポーツイベント運営のノウハウや参加促進力
- ・少年野球大会等の野球プログラムやピンクリボン活動などの社会貢献活動における子ども・保護者を中心とした地域住民やファンとの接点
- ・アカデミーコーチやインストラクターの野球・スポーツ指導ノウハウ

関連URL

- ・埼玉西武ライオンズ（オフィシャルサイト）：  
<https://www.seibulions.jp/>
- ・L-FRIENDSの活動紹介（(株)西武ライオンズコーポレートサイト）：  
<https://www.seibulions.co.jp/lfriends/>

共創テーマ①

国内トップレベルのスポーツクラブと取り組む、子どもの居場所や地域コミュニティの創出

地域のつながり希薄化や子どもの居場所不足に対し、ライオンズのブランド力や「L-FRIENDS」を活用し、子育て世代が集える場を創出する。入口はスポーツに限定せず、食・学び・環境など多様な接点を用意。これらを起点に、子育て支援や防災、地域交流等の課題を横断的に解決するモデルを構築する。

想定するターゲット(例)

- ・放課後の子どもの居場所を必要とする共働き家庭
- ・自治会・町内会活動に参加しづらい若い世代

具体的な取組イメージ(例)

- ・子どもが放課後や休日に参加できるスポーツ型の居場所づくり
- ・スポーツの楽しさをフックにした参加型防災プログラム
- ・スポーツに加え、食・学び・環境など複数の入口を設ける

期待する成果・効果

- ・子どもや子育て世代が安心して集まれる、新たな地域コミュニティの場を創出する。
- ・スポーツや多様な入口を通じて、経験を問わず幅広い層の地域交流・地域参加を促進する

共創テーマ②

日常的にボールスポーツが楽しめる、新しいスポーツ空間・環境の創出

公園でボール遊びや野球が禁止されているケースが多い中で、子どもが安全にボールスポーツを楽しめる場所の不足が課題となっている。未活用スペースなど、街中のあらゆる場所を移動型・仮設型のスポーツ空間に変えて、持続可能な地域の新しいスポーツモデルを構築する。

想定するターゲット(例)

- ・思い切りボール遊びや野球をしたい子どもたち
- ・子どもに安全な運動機会を提供したい保護者
- ・未活用スペースを有効活用したい事業者・自治体

具体的な取組イメージ(例)

- ・民間の空きスペースを活用した「移動型ライオンズパーク」の展開
- ・既存商業施設への「スポーツ体験機能」の実装

期待する成果・効果

- ・地域にボール遊び・野球・マルチスポーツを楽しめる機会・環境を生み出し、子どもたちの体力向上に寄与する。
- ・地域の未活用スペースに新たな価値を創出する
- ・DX技術などを組み合わせ、スポーツビジネスの新たな収益モデルや顧客接点を検証する。