

プロ野球球団におけるインターンシップを通して

憧れの場所で働くために

専修大学 文学部
人文・ジャーナリズム学科 3年
LZ27-0034H 渡邊 幸恵

目次

1. はじめに
2. 横浜 DeNA ベイスターズインターンシップについて
3. インターンシップを始めた動機
4. 活動内容
5. 活動を通して得られたもの
 - ①試合日のブース運営で得られたもの
 - ②活動日以外で得られたもの
6. 今後について
7. 謝辞

1. はじめに

私は平成 28 年 2 月から現在に至るまで、インターンシップのマネジメントを行っている「株式会社アンビションアクト」を通して、日本プロ野球球団「横浜 DeNA ベイスターズ」にてインターンシップを行ってきた。

2 年目となる今季の活動を継続しているが、プロ野球のシーズンと同様に活動も終盤に入ってきたインターンシップとしての活動実績について報告していきたい。

2. 横浜 DeNA ベイスターズインターンシップについて

平成 23 年 12 月、横浜ベイスターズという球団から、横浜 DeNA ベイスターズへとチーム名が変わり、新球団が発足した。新球団発足の 1 年目から大学生・大学院生・専門学校生対象のインターンシップが始まった。このインターンシップにおいては、球団公式ファンクラブ「B☆SPIRIT 友の会」の一員として 2～12 月の期間にわたって活動を行う (図 1)。インターン生は総勢 50 名ほどで、そのうち 10 名ほどが 2 年目以上の継続生である。私は昨年 5 期生として合格し、今年は 2 年目の継続生として活動を行っている。



図 1. インターンシップ活動の流れ

このインターンにはファンクラブの入会者数、会員限定グッズの売上、来場者・イベント参加人数、ホスピタリティの目標達成の4つのミッションが与えられている。このインターンシップはその目標達成を目指しながら、実際のスポーツの現場の仕事を感じ、経験を積み、さらに自分自身を成長させることを目的としたインターンシップである(図2)。

3. インターンシップを始めた動機

私がこのインターンシップに応募した理由は大きく3つある。

1 つめは、私は中学生の頃からプロ野球の球団職員として働くのが夢だったことである。小学生の時初めて行ったスタジアムで、選手たちのプレーやファンの一体感等、プロ野球のすべてに魅了され、中学生になる頃には自分もこの世界の一員になりたいと思っていた。以降、ずっと球団職員という夢を追いかけ、いつしかその「夢」は「目標」に変わっていた。球団職員という自分の憧れであり、目標に近づくためにこれ以上の道はないだろうし、球団で働くのはどういうことなのかを肌で感じ、勉強したいと思った。

2 つめはできることを増やし、得意なことを伸ばし、自分をレベルアップさせるためである。

大学に入った私は、自己実現力がないことを感じていた。やりたい、こうなりたい、という思いはあるものの、「思い」ばかりでそれを実現できる力



図 2. インターンシップの構造

は無かった。その力をつけるためには、自分のできることを増やし、得意なことを伸ばしていくべきだと考えた。

また、私は絵を描くことやデザインが好きだったため、自分の力はどこで活かせるのか。インターンを通してどんな強みを持てるのかを見つけ、よりその力を伸ばしたいと考えた。

3 つめは、何よりも自分の大好きな球団で働くこと、一員になれることだった。それまで「ファン」でしかなかった自分を変え、「球団、チーム、スタジアムを作る側」に立つことのできる憧れと嬉しさがあった。

以上がインターンに参加した理由である。

4. 活動内容

このインターンシップの活動内容は上記にあるように球団公式ファンクラブの運営である。ファンクラブの運営と言っても大きく2つに分けることができる。

プロ野球は年間140試合以上行われ、その半分ほどを本拠地で行う。横浜 DeNA ベイスターズの場合、その本拠地が「横浜スタジアム」に当たる。1つがその試合日の横浜スタジアムでのファンクラブブースの運営、そして2つめが試合日以外の活動である。

まず、1つめの試合日の活動についてである。ブース運営のやることは主に4つ、グッズ販売、入

会案内、ファンクラブ限定イベントのアテンド、その他お客様のご案内などである。当日は基本的に試合開始の4~5時間前に集合し、朝礼とブースの設営を行う。そこから試合の5回裏終了後または試合終了後までブース運営を行い、最後に全員でその日の反省を行う。次の試合からその反省を活かせるように担当者が日報を送り、一日の活動が終了となる。このように毎日の振り返りを行う理由は、単にブース運営を行うだけではなく、インターン生として、毎日売上や入会数の目標を追っていく形となっているからである。その目標を達成するために、どうすれば入会者数や売上が伸びるのか、どうすれば魅力が伝わるのか日々考えながら活動を行わなければならない。

では2つめの試合日以外の活動では何を行っているのか。ここがさらに重要な活動となっていると私は考えている。

まず、ブース運営を行うための準備である。例えば私たちはグッズの売り上げ目標を達成するために、様々な企画を行う。抽選会やグッズのセット販売、イベントと連携した企画などである。その企画を行うために自主的なミーティングを重ね、資料を作成し、球団職員さんへの提案を行う。また、運営で必要な備品の準備、POP¹⁾やチラシ、さらにはその企画に関する球団公式ニュースや、メールマガジンの作成などの広報活動を行うのも私たちの役割である(図3、4、5)。

他にはファンクラブ会員限定の新グッズ企画、球団で実施しているホスピタリティ研修、活動の最終報告、オフシーズンの運営や、ファンクラブ限定イベントなどにも参加する。

これらの活動を行う上で、インターン生は基本的に入会促進部門、グッズ販売促進部門、来場促進・イベント満足度部門、さらに有志でホスピタリティ部門の4つの部門に分かれる。私は、1年目も2年目もグッズ販売部門とホスピタリティ部門に所属した。1年目のホスピタリティ部門ではサブリーダーとして活動を行った。



図3. 「ベイスターズ☆シリコンバンド」POP



図4. 新カード発売POP



図5. 作成したニュース文



図 6. ブース運営の様子



図 9. B☆SPIRIT 友の会キャンペーンロゴ提案

…実現とはいかなかったが、まだロゴは決定しておらず、これからのインターンの課題のひとつである。



図 8. 山崎康晃選手史上初新人から 2 年連続 30 セーブ記念カード

図 7. 大人気！選手カードキラカード（6 枚で背景が繋がるデザイン）（左表、右裏）

…自分のデザインしたカード内で一番の自信作。特に裏面にはこだわり、ほぼ手直しなしの形でカード化された。

5. 活動を通して得られたもの

では、インターンシップ活動内容を通しての私の活動実績を報告していきたい。

以下は、この 2 年間の実績をまとめたものである。

- ・ブース運営（図 6）
- ・新グッズの企画、提案、デザイン、販売（図 7、8）
- ・限定グッズ販売箱のデザイン
- ・POP、チラシ作成
- ・ニュース文、メルマガの作成
- ・B☆SPIRIT 友の会キャンペーン²⁾ 企画、提案
- ・ファーム B☆SPIRIT 友の会 Day³⁾ 企画、提案
- ・ビジネスコンテスト⁴⁾ 「I☆YOKOHAMA グリーンプロジェクト⁵⁾」提案
- ・ホスピタリティ研修の実施、参加
- ・インターン説明会
- ・新インターン生への研修
- ・フルスイング賞⁶⁾ 受賞
- ・接客コンテスト⁷⁾ 1 位
- ・ホスピタリティ部門サブリーダー
- ・活動参加率 1 位
- ・B☆SPIRIT 友の会キャンペーンロゴ提案（図 9）
- ・月間 MVP 殿堂入り（3 度受賞）
- ・キッズ絵画コンクール⁸⁾ 募集用イラストの担当

様々なことを経験し、実に多くの力を得られた。その中でもより自分がレベルアップした成果として、試合日と試合日以外に分けて、得られた 4 つの力を報告したい。

—①試合日のブース運営で得られたもの

まず、試合日のブース運営では「接客力（人に寄

り添い、楽しませる力)」と「現場力」が得られたと感じている。

1年目の時は接客の経験も浅く、自分の接客に自信が持てなかった。理由やその先をあまり考えられず、すぐ謝ってしまうこともあった。しかし、多くの経験、人との交流を重ねることで今では自信を持って接客ができるようになった。

また、常にどうすればお客様に楽しんでいただけるかを考え、今ではちょっとしたテクニックも持っているという自負している。例えばお客様のユニフォームなどを見てお客様の好きな選手に触れて会話を盛り上げること、写真撮影をする際にはいつもヒーローインタビューで使っている「アイラブー?」「ヨコハマー!」のかけ声で写真を撮ってあげること等である。イベントアテンドを行う際には、事前にチームや選手の情報を収集し、アテンドに臨んでいる。1年目は活動参加率1位であったが、この活動率=経験の多さも、接客の自信に繋がったと考えている。

さらに、今年からファンクラブでは「月間 MVP」制度が取り入れられている。これは毎月接客やホスピタリティを中心に設定した基準に沿ってインターン生が投票するもので、私は3度 MVP を受賞し、殿堂入りさせていただいた。この賞を受賞できたのも、経験と努力のおかげだと考えているし、自信に繋がっている。

この接客の経験から自分が自信なく対応してしまうと相手が不安に思ってしまうが、自分が自信を持って対応することで相手が安心し、信頼してもらえということも感じられた。

この力は、営業や接客業だけでなく、企画の提案やチームの環境作り、チームワーク等、将来に大いに役立つと考えている。

次に、「現場力」である。この力は、インターンの活動全てにおいて役立ったといっても過言ではない。インターンシップを始めた動機にあるように、私には自己実現力がなく、やりたい、こうなりたい、という思いだけで実現できる力は無かった。

インターンに入って一番初めの提案でも企画を「やりたい」というだけで、それがどうすれば実現できるのかと聞かれると答えることができなかった。

しかし、ブース運営を通してお客様のリアルな声や流れ、場所や私たちクルーの動きの幅などを常にキャッチし、考えることで様々な企画に活かされた。企画を提案するときにも、「お客様はこういうことを求めている」「このことに関する満足度が高い」などの「やりたい」という提案から、自信をもって「やるべきなんだ」という提案にもっていくことができるようになった。ブースを設営する際にも「この場所にこの POP を貼った方が効果がある」など、小さなことから考えて実際に行動することができるようになった。

この現場力というのはファンをやっている、また球団事務所の中で仕事をしていてもわからない貴重な力であると私は感じている。

—②活動日以外で得られたもの

次に、活動日以外から特に得られたものである。これは「先を考える力」と「伝える力」である。

「先を考える力」の存在は非常に大きく、インターン活動だけでなく日常にも役立っている。企画や組織を動かすことだけではなく、例えば日々のスケジュールや学校の課題の管理にも繋がった。自分のことはもちろん、活動やみんなの動きを考えてのスケジュールの設定、提案や準備の進め方等、行き当たりばったりということがかなり減り、余裕を持って行動できるようになった。それだけでなく、例えば提案の際にこんな質問が来るかも、と「準備」ができるようになったことも大きい。

目の前のことを一生懸命やりすぎてしまう癖のあった私は、一つのことに集中しすぎて先が見えず、自分の企画した施策の準備が間に合いそうになくバタバタしてしまう、なんてこともあった。その際に、先を見て自分のスケジュールを考えながら行動すること、周りを見て他の人を頼ること

も学んだ。これができるようになることで、物事の準備と心の準備ができ、余裕を持てるようになったのである。

2年目の今では私がそれをみんなに教えられたらと思っている。余裕を持てるようになるとみんながいい雰囲気になる。また、それを人生にも生かしてほしいと思っているし、自分もそうしたいと考えている。

では次に「伝える力」である。これは、職員さんへの提案や発表で身についたのはもちろん、ニュース文やチラシ、POPの作成などで特に身についたと感じている。提案をする際の「伝える力」は先ほど出た「現場力」と「先を考える力」が合わさってこそ身についたものだと考えている。現場を知っているからこそ自信をもって訴えることができ、先を考える力があるからしっかりと準備ができる。この2つがあることで、提案などでは自信をもって「伝える」ことができるのである。

提案や発表以上に「伝える力」を習得できたのがニュースやメルマガ、チラシやPOP、ブラックボード看板の作成である。自分の考えた企画が初めて球団公式のニュース文としてリリースされたとき、私はあまりの嬉しさにそのニュースのURLを友人などに回したのを覚えている。

その後もインターン生や球団がファンクラブのニュースをいくつも出していたが、あるときSNSで「ファンクラブのニュースがわかりにくい。日本語を正しく使えていない。」という投稿を見かけた。自分たちの発信していることが一つの情報源となって人を左右していると痛感し、この人たちを納得させたいという思いが強くなった。

私はそれ以降、より「伝える」ということを考えながら広報活動を行った。自分の作ったPOPや看板を見てほしい、それと同時にその情報を見て多くの人に納得してほしい。さらに、魅力を感じてもらいたいと考えるようになった。得意のイラストを使ったり、引退する選手に感謝を伝える看板をたてるなど、お客様に楽しんでもらえるように、

ブース運営の時期や試合、選手に合わせたPOPや看板を作るようにした(図10)。

あるとき、私の作ったチラシを手にとったお客様が「わかりやすい」と思わず口に出していた、という話を聞いた。その時私は伝える努力をしてきてよかった、やっと伝わった、と思った(図11)。

だが嬉しいことに、それだけではなかった。私の書いた看板をさりげなく写真に撮っていたお客様を見つけた。私はそれがとても嬉しく、お客様に魅力が伝わった瞬間だと感じた。今ではその光景をちらほらと目にするようになり、以前一度「お姉さんが描いたんですか？」と声をかけてくださったお客様もいた。今年の3位以上が決まった試合ではイラスト付きの“ベイスターズCS⁹⁾進出おめでとう”というPOPを貼ると、嬉しそうに写真を撮るカップルを見かけ、やってよかったと心から嬉しくなった。

この経験を通して、「伝える」ということは情報を伝えることはもちろん、どうすれば見てもらえるだろうということから、何を伝えたいのか、どうやったら伝わるかを考え、人の印象に残すことができ初めて「伝わった」というところまでいくのだと学んだ。

以上、「接客力(人に寄り添い、楽しませる力)」「現場力」「先を考える力」「伝える力」の4つがこのインターンシップを通して大きく得られた力だと感じている。



図10. ファンの方と同じ気持ちで、引退する選手に感謝を伝えようと作成したブラックボードの看板
…写真を撮られるお客様もいらっしやった。



図 11. 左からファーム B☆SPIRIT 友の会 Day の第一回チラシ表、第二回チラシ表、第二回裏
 …第二回裏面のタイムスケジュールのような書き方が、お客様から「わかりやすい」との声をいただいた。

6. 今後について

以上が私の今季の活動実績である。今後は 12 月の最終報告まで活動が続くことになるが、残りの活動も、球団の一員である誇りを持って活動を行っていきたいと思っている。

私が約 2 年間活動してきた横浜 DeNA ベイスターズは今シーズン、主催した 71 試合の観客動員数が昨シーズンを超え、197 万 9446 人であったという。また、大入り回数も 63 回と、これはどちらも球団史上最多となる数字である¹⁰⁾。また、私たちが活動したファンクラブはというと、球団創設から 5 年で会員数は 11.8 倍¹¹⁾まで伸びている。そんな絶好調な球団で働かせていただけることを嬉しく思うと同時に、私たちの活動の結果がこうしてついてきているのを見ると本当に誇らしく、ここまで頑張っている自分たちのおかげだと少し胸を張って言いたい。

このインターンを始めた動機に球団職員の仕事を肌で感じたいということを書いたが、実際にそれ以上の経験を積ませていただいたと思っている。確かにこの仕事は体力的にも非常に大変であり頭を使う仕事であるが、とてもやりがいがあり、自

分が興奮や感動を生み出す野球というスポーツのチームや球団、スタジアムを作っている一員だという誇りを持って働くことができる。球団職員という仕事の憧れはいつそう強まり、大好きな野球を魅せる立場で働きたいと将来の意思を再確認できたと感じている。

また、動機の 2 つめとして自己実現力を付けたいと言うことがあったが、それはこのインターンを通して確実に以前より身についたと感じている。自分の得意を活かした広報活動をはじめ、新グッズも提案から実現まで運ぶことができたし、提案した企画も数多く実現させた。失敗も多くあったが、先ほどの 4 つの力以外にも、「提案・発表力」「チーム力」「創造力」など、このインターンでの身についた数えきれないほどの力がこの自己実現力に繋がっている。これらの力はスポーツビジネス界だけではなく、他の社会にでも発揮できるものばかりだと考えている。インターンの経験全てをこれからの将来に繋げていきたい。

7. 謝辞

最後に、このインターン活動を通して2年間お世話になったファンクラブグループの岡本邦彦さん、林由有子さん、球団と横浜スタジアム関係者の皆様、そして株式会社アンビションアクトの大上将広さんを初めとする社員の皆様、一緒に活動を頑張ってきたメンバー、ファンクラブブースで関わったお客様、インターンを通して関わってくださった全ての方々に感謝を申し上げたい。この活動の約2年間を必ず人生の糧として、社会に出て活躍していきたい。

注

- 1) POP…販売促進のための広告媒体のこと。
- 2) B☆SPIRIT 友の会キャンペーン…1軍の試合において数多くのファンクラブ会員限定のイベントや新グッズの発売などを行うファンクラブの一大イベント。今年は月1回開催。
- 3) ファーム B☆SPIRIT 友の会 Day…B☆SPIRIT 友の会キャンペーンのファーム（二軍）版。昨年も今年も年に2回開催。
- 4) ビジネスコンテスト…インターン生が日々の活動を通して感じたことなどから、ファンクラブの枠を超えて球団職員さんに対して企画などを提案できるコンテスト。
- 5) I☆YOKOHAMA グリーンプロジェクト…私たちが提案した環境活動のプロジェクト名。
- 6) フルスイング賞…昨年実施したインターン内企画。売り上げに対して積極的に斬新な発想の行動を起こした人が選ばれる賞。シールなどを貼ったメガホンを使った呼び込みで受賞。
- 7) 接客コンテスト…昨年実施した「月間 MVP」企画の前身。内容はほぼ同じで、こちらは1日単位で投票。3連戦でおこなった。
- 8) キッズ絵画コンクール…球団公式イベントキッズスタジアムのポスター案募集企画。

- 9) CS…クライマックスシリーズの略称。各リーグシーズン順位3位以上が進めるプレーオフ制度。

参考文献

- 10) デイリースポーツ（2017）10月4日／DeNA 観客客動員数は球団史上最高 ラミレス 監督も感謝／2017年10月12日閲覧
<https://www.daily.co.jp/baseball/2017/10/04/0010614954.shtml>
- 11) SynergyMarketing（2017）3月30日／5年でファンクラブ会員は11.8倍。万年最下位だったチームに何故、人が集まるのか【前編】／2017年10月12日閲覧
<https://www.synergy-marketing.co.jp/blog/ux-design-why-people-gathering-in-baystars>