

株式会社西武ライオンズ 40周年記念事業 メットライフドームエリアの改修計画・周年イベント 発表資料



MetLife

2017/11/15
株式会社西武ライオンズ

40周年記念事業 メットライフドームエリアの改修計画 について

- 改修計画 全体スケッチ …………… 3
- 計画概要 …………… 4
- ボールパーク化 …………… 5-13
- チーム／育成の強化 …………… 14-17





※完成予想図



ボールパーク化とチーム／育成の強化

自然共生型の開放感に満ち溢れたドームへ

あらゆる世代のお客さまが楽しめる「新しい価値」の提供

育成に定評のあるライオンズを追求できる環境整備

メットライフドームの前身である西武ライオンズ球場が完成した1979年当時と比較すると世の中にはレジャーや娯楽が溢れ、サービスも高度化してきています。プロ野球の観戦スタイルも時代と共に大きく様変わりし、これまでも小さなお子様や女性、シニアとあらゆる世代で楽しめるような「ボールパーク」を目指してきました。

今後、ライオンズがさらに大きく飛躍するために、ファンの皆さまにはより熱く、さらに快適に観戦してもらえるように老朽化による不便を解消し、さらに、これまでの球場にない「新しい価値」を提供することで、新たなお客さまにも来場いただけるような「ボールパーク」に生まれ変わります。

自然豊かな周辺環境と、世界的にも珍しい半ドームという特性を活かし、屋根の外側の広がりをも有効に活用することで、開放感に満ち溢れ、四季折々の風情が楽しめる球場を追求します。

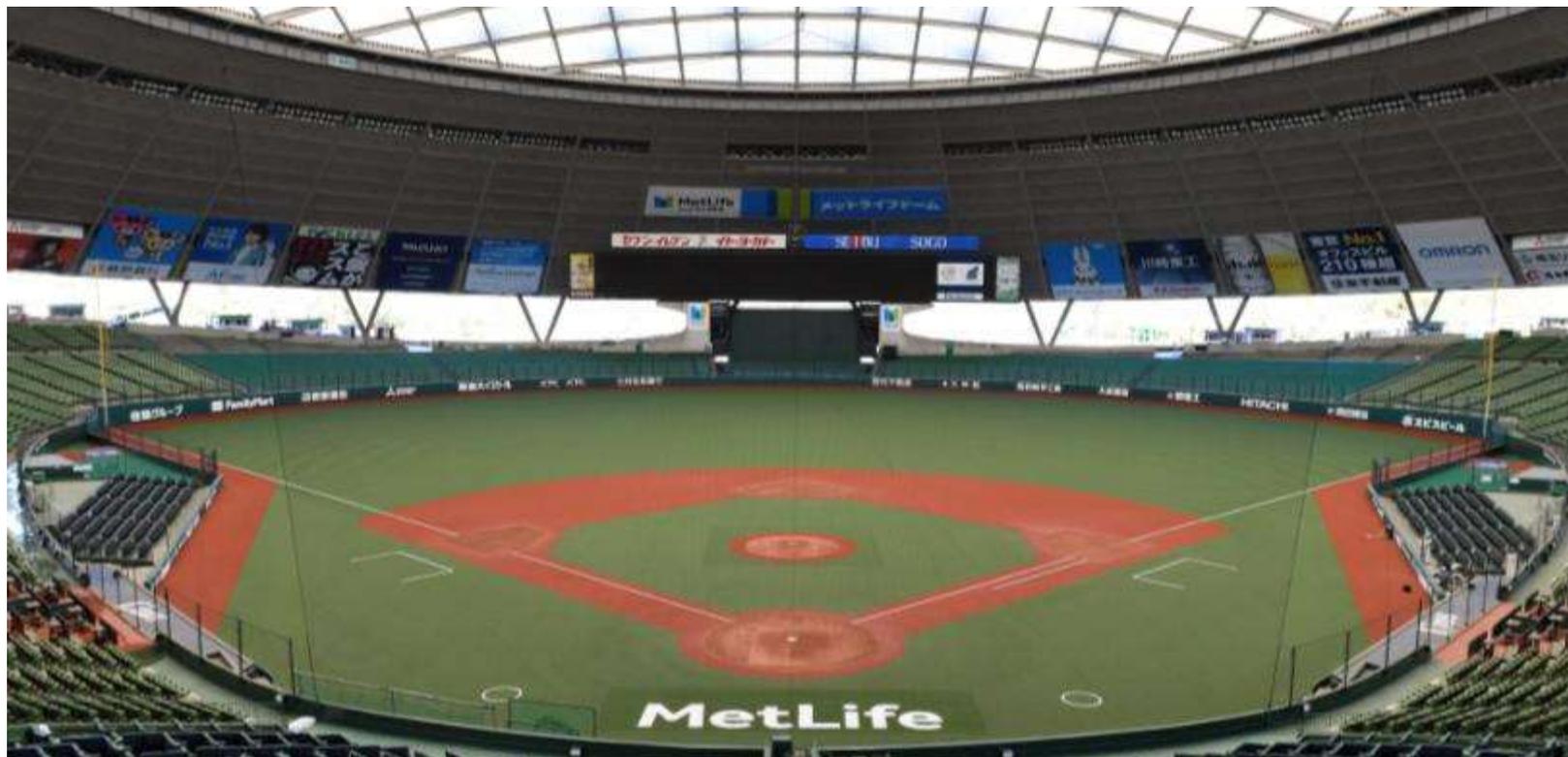
また、一方で長年の課題であった、若獅子寮、室内練習場、西武第二球場など選手の育成環境面についても施設を刷新します。

西武第二球場は観客席の設置や練習グラウンドを拡充し、新たな室内練習場はブルペン、バッティングゲージなど十分な練習環境を用意します。

また併設する若獅子寮も新設し、若い選手たちには朝起きて、寝るまで野球に集中できる環境を提供します。まさに育成に定評のある、ライオンズの姿を追求できる環境になります。

尚、この改修計画は、過去最大の180億円規模での実施となります。

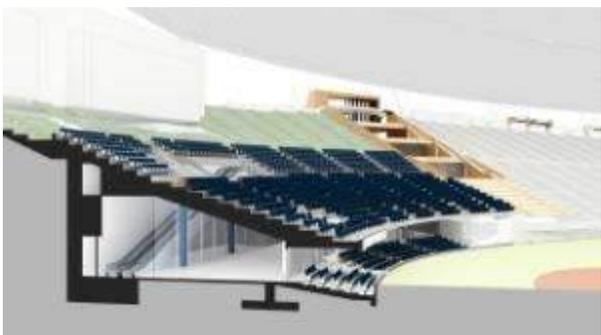




ボールパーク化のための ドームエリア改修



ボールパーク化 『バックネット裏、BOXシートの大規模改修』



※完成予想図

12球団最大級、約430名収容のネット裏VIPラウンジ新設

ラウンジの最前列には、砂かぶり席を約150席設置





※完成予想図

3塁側

■ コンコースと獅子ビルの上にデッキを設置し、開放的な空間を創出

■ 獅子ビル内には、屋内キッズパークとフードエリアを常設





※完成予想図

1塁側

12球団最大級の飲食店やグッズショップのスタジアムインフラ増強

1塁側には、多目的なイベントスペースを設置





before



※完成予想図

3塁側に約1,000平米の屋外こども広場を設置

ビジネス部門の拠点として、3階層のオフィス棟を新設





※完成予想図

ドーム正面に新たな施設の顔として入場ゲートを設置

ドーム1塁側には、2階層約490平米の大型グッズショップを新設



観客席の全面改修

多様化する観戦スタイルに応え、新たな座席、エリアを提案



大型ビジョン／音響／照明設備の刷新

エンターテインメント性と臨場感にあふれる演出を実現



暑さ対策

- 1、3塁ダグアウト内に空調ダクトを新設
各エリアに屋内施設を新設し、空調環境を整備、拡充



スマートスタジアム化の加速

Lions Wi-Fiのコンテンツ充実、スマホチケットの利便性向上など



バックネット裏、BOXシートの大規模改修



12球団最大級、約430名収容のネット裏VIPラウンジ新設

現在、バックネット裏には、主に法人のお客さまに年間席として利用いただいているボックスシートがあります。

その地下部分を掘り下げ、フィールドを見渡せる12球団最大級（約1,000平米、収容人員約430名※）のネット裏VIPラウンジを新設します。

このラウンジは、エスカレーターで上部のスタンド席からアクセスすることができ、空調が効いた空間で食事を楽しみながら快適に観戦できるようになります。

最前列には、目と鼻の先にバッターボックスが見える、砂かぶり席を約150席程度用意し、これまでにない臨場感で試合を楽しむことができます。

※専用ラウンジ、砂かぶり席、キッチン、トイレの合計床面積と収容人員数

外周エリアの拡張・改修／獅子ビルリノベーション



※完成予想図

獅子ビルリノベーションは、屋内キッズパークとフードエリアを常設しアクティビティを充実

現オフィスが入っている獅子ビルと3塁側コンコースをデッキで接続し、シームレスで開放的な空間を演出します。

よりアクセスしやすくなった獅子ビルは、屋内キッズパーク、フードエリアを常設し一大アクティベーションスペースを提供します。

12球団最大級の飲食店舗数を誇るスタジアムインフラの増強、開放的な滞在空間の創出

1、3塁側のコンコースに隣接するスタジアム飲食・グッズショップのリプレイスおよびインフラを増強し、現在も1,000種類を超える飲食メニュー数と12球団最大級の飲食店舗数を支える整備をします。また、1塁側に新設する広場は、多目的なイベントスペースとして活用しお客さまをお出迎えます。



こども広場の設置／オフィス棟の新設



野球以外の楽しみ方の提供と球団ビジネスの顔としてオフィスの新設

野球観戦以外の楽しみを提供すべく、3塁側外野付近に約1,000平米超の屋外こども広場を設置。お子さまが野球観戦以外にも楽しめるような遊具を用意します。隣接して3階層のオフィス棟を新設し、球団のオフィス機能を移管します。多岐に渡るビジネス顧客に対応する環境を整備します。

ドーム前広場の刷新



※完成予想図

入場ゲートを設置、約490平米のグッズショップ、チケットセンター、ファンクラブカウンター機能を集約

現在の1、3塁側両サイドにあるゲートを撤廃し、ドーム前広場にドームの顔となる入場ゲートを設置します。これは、ゲートに入ってから多様な楽しみ方、空間を提供するためのものとなります。また、お客さまのアクセスが集中する導線上に2階建て、約490平米のグッズショップを新設。周辺には、チケットセンター、ファンクラブカウンター、球弁(球場弁当販売)を集約し、より一層の利便性を図ります。スタジアムインフォメーションもデジタルサイネージを導入し充実させます。

観客席の全面改修

現在の観客席は、一部を除き球場完成以来40年間変わらないものを使用しています。小さなお子さまを連れて家族での観戦や、友人と外野席で応援することは、求められる環境が異なります。今回の改修で観客席を全面的に改修し、多様化する観戦スタイルに応え、新たな観戦スタイルを提案します。

大型ビジョン/音響/照明設備の刷新

現在のスタジアムビジョン「Lビジョン」をよりハイスペックなものとし、スタジアム音響と照明設備も同時に更新することで、エンターテインメント性と臨場感あふれる演出を実現。ライブの観戦でしか味わえないプロ野球の醍醐味を提供します。

暑さ対策

夏の暑さ対策として、グラウンドレベルにおいては、1、3塁側のダグアウトに空調ダクトを新たに通り冷気をグラウンド内に運びます。また、新設するVIPラウンジ、フードエリア、キッズパーク、グッズショップなど屋内環境を充実させ、暑さから回避できる環境を提供します。

スマートスタジアム化の加速

2013年3月にWi-Fiを設置し、スマートスタジアム化を実施してきましたが、さらにその環境を活かすべくLions Wi-Fiのコンテンツ充実を図ってまいります。また、2017年7月に導入したスマホチケットもさらに楽しみ方、利便性の向上を図り、スマートスタジアム化を加速させます。



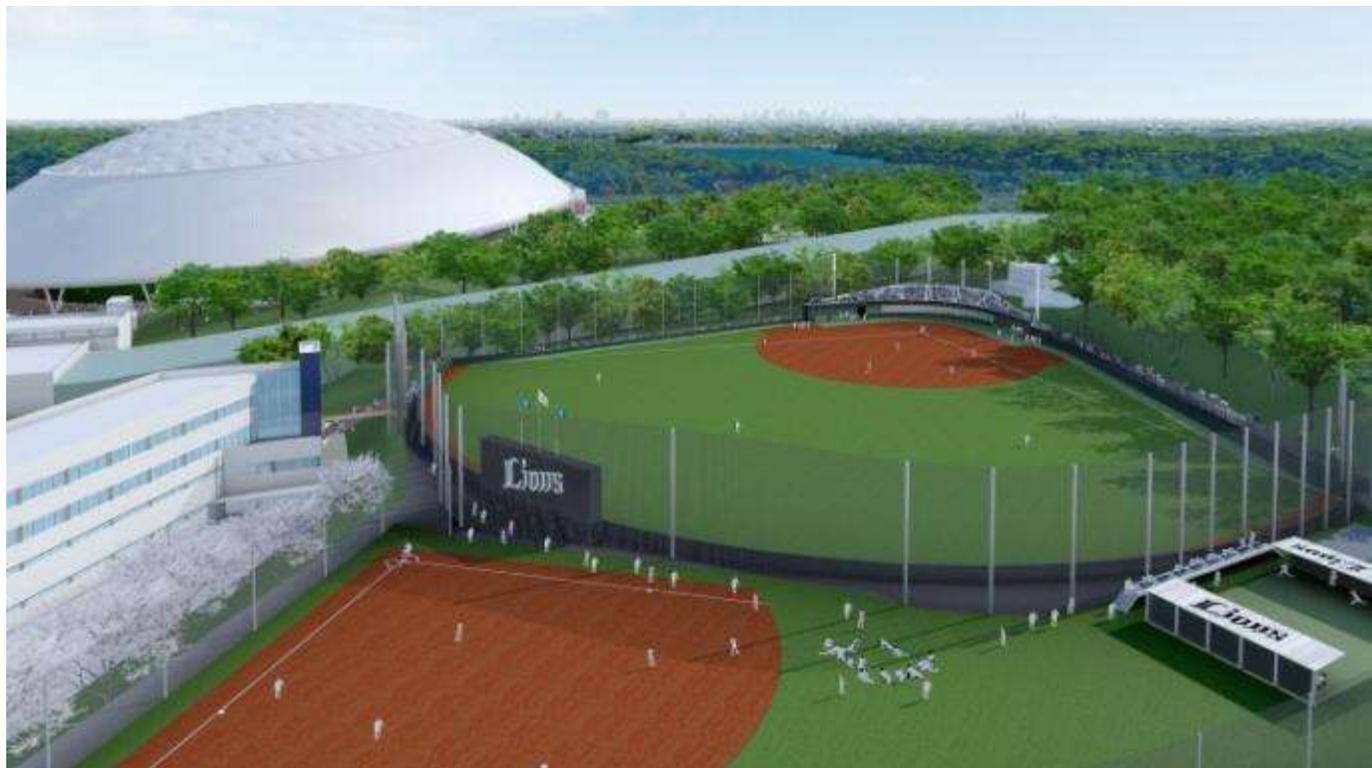


チーム／育成の強化のための 施設改修





before



※完成予想図

■ 快適に観戦できるスタンド、観客席をバックネット裏に設置

■ サブグラウンド、ブルペンなどを増設し、練習環境を拡大整備





before



※完成予想図

50m×50mの室内練習場、ブルペン、バッティングレーンを新設

4階層の若獅子寮を併設、トレーニングルームなど完備



西武第二球場スタンド、サブグラウンド、ブルペン新設



練習施設の拡大、効果的な練習環境の整備

西武第二球場でのファーム公式戦、練習試合などでは、お客さまが快適に観戦できるスタンドを設置し、常にファームの選手が見られながら、トレーニングを実施する環境を整備。また、現在の若獅子寮、室内練習場を撤去したスペースには、サブグラウンド、ブルペンなどを設置し同時進行で様々な練習ができる環境を整備します。

室内練習場、若獅子寮の新設



※完成予想図

効率的な練習と野球に集中できる環境の提供

新設する室内練習場は50m×50m（※）の広さを確保し、冬季、雨天、夜間などの練習において十分な練習スペースを確保します。また、併設してブルペン5レーン、バッティング4レーンを用意し、同時に投球練習と打撃練習ができる場を用意します。若獅子寮は、室内練習場に併設して4階層の寮として新設します。選手用の部屋は28室用意し、トレーニングルーム、温浴施設、食堂も完備。若手が野球に集中できる環境を整備します。

※ネット内寸／建物外寸は54m×54m



40周年記念 イベントについて

- 40周年記念エンブレム 19
- ライオンズ・クラシック2018 20
- 球団歌新バージョンの制作 21





2018年シーズンのホーム/ビジター ユニフォームに 40周年エンブレムを左袖にデザイン

■デザインコンセプト

- ・レジェンドブルーを基調に、由緒あるライオンズブルーと情熱の赤をアクセントに使用
- ・ダイヤモンドをモチーフに、立体感のある40thロゴを併せた躍動感のあるデザイン





※デザインイメージ

2014年シーズン以来、4年ぶりのライオンズ・クラシック実施

2004年～2008年シーズンまで着用し
その間、2度の日本一に輝いたユニフォームが復活します。

球団初の東京ドーム開催を含む4試合で実施

開催日：4月17日 東京ドーム／6月29日・30日・7月1日 メットライフドーム

2004年、伊東勤監督のもと松坂大輔投手、和田一浩選手などを擁し日本一に輝き、
また2008年には渡辺久信監督(現シニアディレクター兼編成部長)のもと、
今も活躍を続ける栗山巧選手、中村剛也選手を中心に日本一の座を射止めました。



40周年を記念し、球団歌の新バージョンを制作

「地平を駆ける獅子を見た」40thバージョン



作詞 阿久悠氏
作曲 小林亜星氏
編曲 冷泉三区音響研究所

歌 松崎しげる氏

2017年11月23日発売予定



株式会社西武ライオンズ 今後の事業ビジョンについて

■ 戦略テーマ	23-27
■ 基本方針	28
■ 今後の事業ビジョン	29
■ 事業ビジョンマップ	30
■ コンセプトビジュアル	31
■ コンポジットロゴ	32



今後のビジョンを展開するための戦略テーマを策定

■ チーム／育成の強化

■ ボールパーク化と施設活用

■ 沿線／地域／グループ振興の強化

■ 野球／スポーツ振興の強化



強さこそ最大のファンサービス、魅力ある選手こそ最大のコンテンツ

- 球場、練習施設改修による環境整備
- 新設したIT戦略室のデータ採取、分析
- データによる定量化をもとにした
チーム／育成の強化方針の推進

育成に定評のあるライオンズをさらに進化させます。
すでに導入しているトラッキングシステムなどのデータベースをもとに
選手個々の育成方針、チーム強化方針を定性的な感覚だけではなく、
定量化して選手にフィードバックをします。
その一環として、今年10月に球団本部内にIT戦略室を設置し、すでに
その活動をスタートさせています。



自然共生型ボールパークの進化と施設利活用

■ 自然環境と半ドームの特性を生かし、広がりのあるエリアを創出

※完成予想図

■ 多様化するニーズに応える観客席、屋内施設の充実

■ バリューアップする、各エリアごとのパートナーシップ活動

■ 最新設備を活用した、野球以外の興行・イベントの誘致

半ドームという特性を活かした外側の広がりをも有効活用し、周辺の自然環境と融合させながら、外周通路の外側や周辺エリアを開発し一日の観戦体験を魅力あるものとしします。

デジタルビジョンやTVモニターを数多く設置し、常に試合展開をフォローできる環境や、お子さまや女性、シニアまであらゆる顧客に快適に過ごしてもらえるようにキッズスペースや授乳室、フードエリアなどの施設環境を充実させていきます。

また、バリューアップを図る各施設、エリアはライオンズの活動やブランドに価値を感じてもらえるパートナーと協働し、一層の付加価値をお客さまに提供します。

その他、野球以外のイベントや興行を誘致するなど、最新設備を活用し、お客さまに楽しんで頂ける催しを提供します。



沿線／地域に根差したファン拡大 西武グループ各社との連携強化で日常生活にライオンズを

- フレンドリーシティ制度の充実・拡大
- 公式戦地方開催を核とした、広域マーケティング活動
- 西武鉄道沿線、商業施設などの
ライオンズブランド露出強化

地域振興の活動の中心として、フレンドリーシティ制度を充実・拡大し、将来的には、埼玉県全市町村との締結を目指します。

また、公式戦地方開催を核とした広域マーケティング活動の強化も合わせて実施します。

西武鉄道沿線での活動においては、西武グループ各社との連携強化を図り、ライオンズブランドと選手イメージの露出を強化することにより、住民の生活に溶け込むライオンズを目指します。



野球・スポーツを通じたライオンズの地域振興活動

- 自由に野球、スポーツができる環境整備への支援
- 自治体、学校などと協力したスポーツをおこなう
きっかけの提供
- 他スポーツ団体との連携・活動推進

自治体や学校などとも協力し、野球やスポーツに触れるきっかけを提供します。
また、他のスポーツ競技団体などとも連携し、各活動を推進していきます。
車椅子ソフトボールの支援や海外への野球用具寄付活動などを充実させ、
引き続き、社会の一員としての自覚をもって取り組みをおこなってまいります。



チーム／育成の強化、ボールパーク化を目的としたドーム
エリアへの投資により、事業基盤のリブランディングを図る

沿線／地域／西武グループの連携を通じた新たな
関係性を構築、新たな顧客基盤を創出

西武ライオンズブランドの再強化を目指して



共に強く。 共に熱く。

チームとスタッフが一体となり
野球エンターテインメントを通じて
ファンと共に熱狂を共創し、
新たな感動の創造に挑戦する。



共に強く。共に熱く。

チームとスタッフが一体となり野球エンターテインメントを通じてファンと共に熱狂を共創し、新たな感動の創造に挑戦する。

チーム/育成の強化

沿線/地域/グループ
振興の強化

ボールパーク化と
施設活用

野球/スポーツ振興の
強化

チーム/育成の強化、ボールパーク化を目的としたドームエリアの投資により、事業基盤のリブランディングを図る。

沿線/地域/西武グループの連携を通じた新たな関係性を構築、新たな顧客基盤を創出。

ライオンズにかかわる全ての人に、
継続して高い期待感と帰属意識をもって頂く

西武ライオンズブランドの再強化を目指して





共に強く。共に熱く。





共に強く。
共に熱く。