



2026-09-29

No.26-051

報道関係各位

2026 シーズンの観客動員数が過去最多 184 万 3,507 人を達成 ファンクラブ会員も過去最多の約 13 万 5,000 人



株式会社西武ライオンズ(本社：埼玉県所沢市、代表取締役社長：奥村 剛)では、**2026 年のレギュラーシーズンの主催試合の観客動員数が 184 万 3,507 人となり、リーグ連覇を達成した 2019 シーズンの観客動員数を約 2 万人更新し、過去最多を記録しました**のでお知らせいたします。また、**ファンクラブ会員数も 1 万人以上更新し、過去最多の約 13 万 5,000 人となりました**。

今シーズンは、当球団主催の 72 試合のうち半分以上の 39 試合が完売いたしました。チームはシーズン序盤の 4 月まで一進一退の状況が続きましたが、5 月に入ると 7 連勝を重ねるなど大きく勝ち越し、6 月には「日本生命セ・パ交流戦 2026」で球団初の優勝に輝きました。その後は苦しい戦いが続き、連覇を果たした 2019 年以来となるリーグ優勝は叶いみせんでしたが、多くのファンの皆さまにご声援をいただき 2022 年以来 4 年ぶりに『パーソル クライマックスシリーズ パ』への進出も決定いたしました。

このようなチームの躍進に加え、さまざまな営業施策が奏功しました。今シーズンで引退した栗山選手の特別企画『PRIDE SERIES』は多くの試合で完売したほか、今年初めて開催した夏のシリーズ企画『アオフェス 2026』も体験型イベントなどが好評を博し、観客動員数は昨年と比較し約 11 万人増(昨対比 106%)となりました。

さらに、動員増の背景にはファンクラブ会員数が大幅に増加したことも挙げられます。シーズン開幕前の 3 月に過去最高を突破したファンクラブ会員数は、4 月以降も順調に増加し、約 13 万 5,000 人となりました。そのうち、20 代の若い世代の会員数は昨対比 126 %となり、大きく伸長しました。若年層に向けた取り組みとして、SNS で「圧倒的至近距離」をテーマとした多様な情報発信を重ねたほか、若い世代に人気のファッションブランドとのコラボレーションなどを実施し、チケットを購入いただいたファンクラブ会員の方の数は昨対比 120%、20 代に限っては 127%まで伸長しました。

2027 シーズンのファンクラブ会員の募集は 9 月 25 日(金)より開始いたしましたが、昨年との同日数対比で 136%と順調に推移しています。詳細は以下のとおりです。

【株式会社西武ライオンズ 代表取締役社長 奥村剛 コメント】

今シーズンも多くのファンの皆さまにご来場いただき、心より御礼申し上げます。ファンの皆さまからの大きな声援は、選手たちにとって何よりの励みになります。交流戦初優勝、そして 4 年ぶりのクライマックスシリーズ進出はファンの皆さまの応援なくしては達成することができませんでした。ペルーナドームでのレギュラーシーズンは終了しましたが、まだまだ試合が続きます。クライマックスシリーズ、その先にある日本シリーズに向けて、引き続き熱いご声援を賜りますようお願い申し上げます。

【観客動員増に関する主なトピックス】

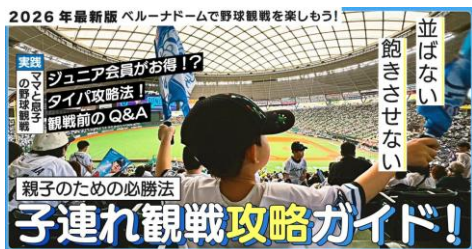
- 完売試合 39 試合と昨年比+9 試合
- ファンクラブ会員のチケット購入者数は**昨対比 120%**。
- ファンクラブ会員のチケット購入者数のうち、20代は**昨対比 127%**(20代女性会員は 129%)、30代は**昨対比 126%**(30代女性会員は 128%)と若い世代を中心に増加しました。

✓『栗山巧 PRIDE SERIES』を計 8 試合で開催



2026 シーズンでの現役を引退した栗山巧選手の「PRIDE SERIES」には、非常に多くのファンクラブの皆さまにお越しいただきました。他のイベントと比較し、ファンクラブ会員の皆さまの来場割合が 10%程度増加し、四半世紀にわたって活躍したミスターレオの最後の雄姿を多くのファンの皆さまが見届けました。スタンドで栗山選手のタオルを掲げたり、栗山選手の歴代ユニフォームを着用して来場する方も多く、最終日の引退試合はチケットがレギュラーシーズン史上最速で完売に到達しました。

✓野球観戦の楽しみ方を SNS などで発信を強化



野球観戦の楽しみ方をより自分事として感じていただけるよう、若い世代に向けて、観戦の様子を一人称視点などで撮影した Vlog 形式の動画を SNS で公開したほか、こどもたちがベルーナドームで楽しむ姿、ファンクラブ会員限定の「スターティングキッズ」に参加して選手たちと間近で会話をする様子などを重ねて発信しました。お子さま連れのファミリー世代に向けては、観戦レポートや観戦時のお困り事を事前に解消できる記事などを球団公式 note で配信しました。

✓野球に馴染みのない女性へのアプローチを強化



5 月には「おめかしシリーズ」、7 月には「VARZAR×LIONS コラボシリーズ」と、それぞれ若い世代に向けたイベントを実施しました。若者に人気を誇る韓国・ソウル発のファッションブランド「VARZAR」とのコラボシリーズは、大人気アイドルグループ「CUTIE STREET」の皆さんが「マイナビ 東京ガールズコレクション 2026 S/S」のステージでコラボユニフォームを着用してイベントの開催を発表するなど、大きな話題を呼びました。両シリーズ共に、ヘアアレンジブースやオリジナルフォトスポットを設置し、多くの女性ファンの皆さまにお楽しみいただきました。

✓体験型イベントが好評



8 月に開催した「アオフュス 2026」では、観客席で水を浴びる「スプラッシュシート」や、青一色の球場と音を楽しめる特別な光イベント「AOFUL SHOW」、試合後のベースランニング体験など、体験型イベントが好評でした。ファンクラブ会員限定イベントでは、ヒーロー選手とのハイタッチや集合写真が撮影できる「ビクトリーハイタッチ」や圧倒的至近距離で選手の練習を見ることが出来る練習見学会を開催しておりますが、例年より参加人数を増やし、より多く皆さまにお楽しみいただきました。

【本拠地 72 試合内訳】

ベルーナドーム	36 試合	県営大宮公園野球場	2 試合
沖縄セルラースタジアム那覇	2 試合	上毛新聞敷島球場	1 試合
東京ドーム	1 試合		

<ご参考>

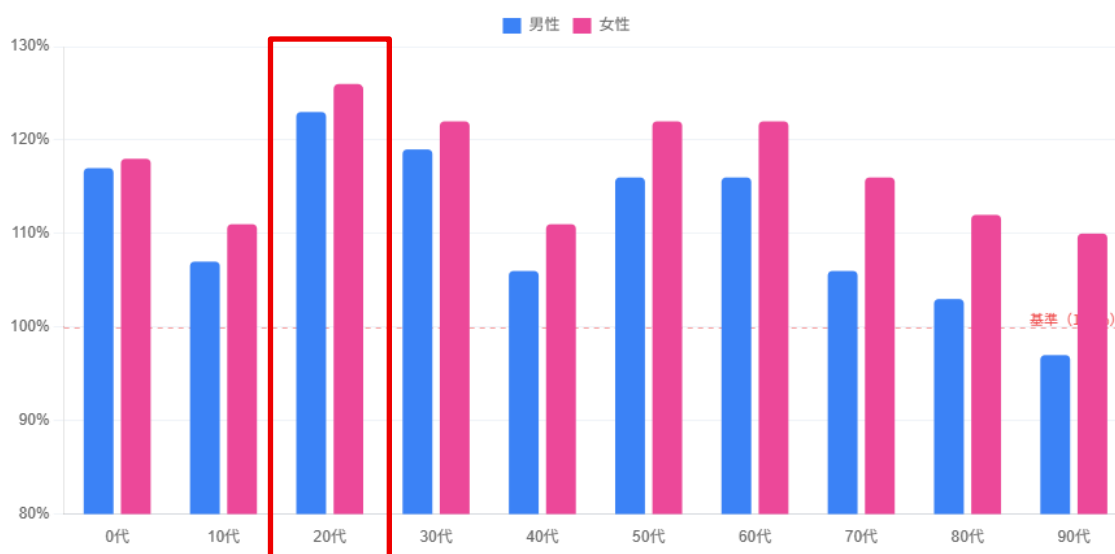
過去 10 年間の観客動員数

2016 年	1,618,194 人	(シーズン最終順位：4 位)	1 試合平均	22,791 人／71 試合	
2017 年	1,673,219 人	(シーズン最終順位：2 位)	1 試合平均	23,239 人／72 試合	
2018 年	1,763,174 人	(シーズン最終順位：優勝)	1 試合平均	24,833 人／71 試合	
2019 年	1,821,519 人	(シーズン最終順位：優勝)	1 試合平均	25,299 人／72 試合	
2020 年	300,120 人	(シーズン最終順位：3 位)	1 試合平均	5,002 人／60 試合	※平均は無観客試合を含む
2021 年	620,346 人	(シーズン最終順位：最下位)	1 試合平均	8,737 人／71 試合	※一部無観客試合あり
2022 年	1,212,233 人	(シーズン最終順位：3 位)	1 試合平均	16,837 人／72 試合	
2023 年	1,422,853 人	(シーズン最終順位：5 位)	1 試合平均	20,040 人／71 試合	
2024 年	1,555,280 人	(シーズン最終順位：最下位)	1 試合平均	21,601 人／72 試合	
2025 年	1,732,073 人	(シーズン最終順位：5 位)	1 試合平均	24,395 人／71 試合	

【ファンクラブ会員数増に関する主なトピックス】

- ファンクラブ会員は 20 代女性の増加率が最も高く**昨対比 126%**で着地しました。男性の世代別でも 20 代が大きく伸長しました。また、全体的に女性が大きく伸長しています。
- 中学生以下のファンクラブジュニア会員も昨対比 110%で伸長しました。

<参考：ファンクラブ会員 年代・性別の増加率>



✓すぐに使える入会記念品とお得な価格設計

ファンクラブに入会するともらえる入会記念品には、入会してすぐに応援アイテムとしてお使いいただけるペンライトや、ファンクラブ限定のホームユニフォームなどをご用意いたしました。入会後すぐにライオンズファンの一員として応援を楽しんでいただけるほか、観戦チケット引換券もついてくるため、一度観戦するのであればファンクラブに入会するとお得になる設計とし、新規会員数が伸長しました。



アクリルペンライト



ホームユニフォーム