【論文】TV 放送初期における関東地区のプロ野球中継数と 巨人戦ー極集中構造の研究

Research on, Number of NPB professional baseball game relay and Yomiuri Giants overconcentration structure in the Kanto region the initial TV broadcast

TV放送初期における関東地区のプロ野球中継数の推移と、その巨人戦ー極集中構造についての研究、試合の中継予定は人気と強さに基づくもの、 と仮説を提示しその相関関係を調査。結果、メディアと資本関係性が無い、球団のみ関連性が認められ、他の球団においてはそれが認められず、 黎明期から巨人一極集中構造が完成していたことがわかった。

※この論文は、2012年2月にデジタルハリウッド大学大学院に提出した、修了課題用の論文に加筆修正したものである。

水上 圭輔

デジタルハリウッド大学メディアサイエンス研究所

-デジタルハリウッド大学 森 祐治研究室 研究員 水上 圭輔

Digital Hollywood University, Media Science Laboratory Yuji Mori Laboratory Researcher Keisuke Mizukami

國學院大学文学部卒業後、1998 年4月ラジオ局系列会社に入社。 ンの立ち上げに携わる。その後、 BGM 制作販売・イベント SP 運 営営業等を担当。2012年3月デ ジタルハリウッド大学大学院修了 (DCM 修士)。現在、上記会社で ラジオ通販のフルフィルメント業 務を担当。また、デジタルハリ ド大学大学院メディアサイエンス 研究所 森祐治研究室研究員とし て、コンテンツ・メディア等の研 究活動も継続。

本論文における調査期間の球団と 比較して、横浜 DeNA(昭和 53 (1978)年大洋→横浜大洋、平成 5 (1993) 年横浜大洋→横浜、平成 24 年 (2012) 年横浜→横浜 DeNA)、東京ヤクルト (昭和 40 (1965) 年国鉄→サンケイ、昭和 44(1969)年サンケイ→アトムズ、 昭和 45 (1970) 年アトムズ→ヤ クルト、平成 18(2006)年ヤク ルト→東京ヤクルト)、千葉口ッ 京、昭和 44 (1969) 年東京→ロ" 千葉ロッテ) の3球団が球団略称 (1974) 年東映→日本ハム) が平 成 16 (2004) 年に関東地方か 北海道地方に本拠地を移転、埼玉 埼玉西武) が昭和54(1979) 年 に九州地方から関東地方に本拠地 を移転している。

調査期間当時は、横浜 DeNA(当 時の大洋:川崎球場=神奈川県川 崎市が本拠地)以外の4球団は、 全て東京都を保護地域(フラン 楽園球場=文京区、東京ヤクルト 球場→明治神宮野球場(昭和39 1964) 年移転)=港区、北海道 日本ハム (当時の東映): 駒沢野球 場=世田谷区→明治神宮野球場(昭 和 37 (1962) 年移転→後楽園球 場(昭和 39(1964)年移転 葉ロッテ (当時の大毎→東京):後 楽園球場→東京スタジアム(昭和 37 (1962) 年移転) = 荒川区)

概要

TV放送初期における関東地区のプロ野球中継数の推移と、 その巨人戦一極集中構造についての研究である。

昭和平成におけるプロ野球・放送局構造の環境が揃った、昭和 33-41 (1958-1966) 年の9年間を調査した。

試合の中継予定は、人気と強さに基づく、またこれに基づかな い場合は、巨人の一極集中構造が成立していたものとの仮説を 提示し、放送局の中継予定も中止数を含めた中継点数、人気を 表す観客動員率、強さを表す順位の三要素の相関関係を調べた。 結果、当時資本的にメディアと関係が無かった 1 球団のみ 上記の、中継予定、人気、強さの三要素の関連性が認められ、 他の球団においては、それが認められず、黎明期から、巨人 一極集中構造が出来上がっていたことがわかった。

キーワード

メディア、巨人、プロ野球、一極集中、関東

1. 本研究の課題と研究の背景

1-1. 本研究の課題

現在でこそ、その球団経営は大きな岐路に立たされている(高橋・ 鈴木、2005) が、我が国のプロ野球中継は、放送メディアにお ける主要なコンテンツの一つであった。全盛期には、毎日のよ うに、地上波テレビにおいて、中継番組が組まれ、広くお茶の 間に浸透していた。

しかし。その中でも、キー局における中継は、巨人戦に集中し ている感があった。だが、ここ数年では、関東地区での中継数 は激減している。これは、関東地区には球団数に対し、中継が 巨人戦に集中し、同球団戦の視聴率低下により中継数が減った

この構造は、当初は巨人以外の関東地区球団の試合中継を実施 してみたものの少なくなっていったのか? 元々、巨人 1 チーム に人気が集中されており、他球団の中継が試みられる前の段階 の状態が続いていたのか? 中継数・観客動員数などとの関係も 含めて調査したいと考えた。

1-2. 研究の背景

筆者は、神奈川県出身で横浜大洋ホエールズ (現横浜 DeNA べ イスターズ)のファンであり、少年期は地元 UHF テレビ局やラ ジオ局の中継などが話題の中心であったと記憶している。だが、 キー局の中継では、巨人戦以外の中継は少なく、なぜそうなっ

たのか疑問に感じていた。一方、関東以外での地域をフランチャ イズにしている球団では、地域のコンテンツとして高い頻度で の、試合中継数を維持している。

これは、関東地区には球団数が多くありながら(2014年4月 現在、巨人・東京ヤクルト・横浜 DeNA・埼玉西武・千葉ロッ テの5球団)*1、キー局での中継が巨人戦に限られてしまって いたため、巨人戦視聴率が稼げなくなった途端に、中継数が激 減してしまったものである。

そこで、なぜ、関東キー局におけるプロ野球中継は巨人戦ばか りになったのか、俗に「巨人一極集中」と叫ぶ人は多いが、実 際に中継数をカウントし研究した者は少ないと感じ、着手を思

本研究の成果が、日本国内外問わず、今後、スポーツコンテン ツが人気拡大の上で、メディアを利用する場合の過程として応 用することができるのではないか、と考えた。(例:巨人一極集 中の NPB と地域重視の Jリーグとの比較等)。

2. 先行研究

2-1. 先行研究領域 A

尹(1997)は、戦前期の巨人軍と読売新聞の関係について、読 売新聞と他の新聞における巨人軍に関する記事の量を比較する 形で、触れている。

また、池井(2002)は、球団のオーナー企業による広告戦略ツー ルとしての視点から、メディア企業がオーナーの場合の経緯に ついて、軽く触れているに過ぎなかったが、本研究は、戦後の テレビ放送の勃興期を扱うものとする。

2-2. 先行研究領域 B

小林(2006・2007)は、球団経営面における放映権収入に重 点を置いた研究に終始し、歴史的背景からの探究には欠ける点 があった。

また、小林(2009)は、自らが経営に関わった球団の地域密着 からのアプローチも図っている。同様に、高橋(2005)も、スポー ツ観戦を介した同郷人連合について触れており、参考になるか と思ったが、本研究における調査期間内は、現在のような南関 東各都県に球団本拠地が置かれている状況ではなかった*2。小 寺ら (2007) や松原 (2006・2007)、橘川 (2009) は、巨 人軍及び関西地区におけるそのライバル球団である阪神の市場 価値からの研究を試みているが、ここ数年の同球団をテーマと しており、本研究が目指す時期とギャップがある。

2-3. 先行研究領域 C

須藤(2005)は、岸田(1979)が作成した、関東地区におけ るナイター中継数の推移のデータ及び、軽く触れている巨人戦 中継が多くなった経緯を引用しているが、それは扱いがナイター のみ、かつ、5年置きに2、3回程度のサンプル数しかなかった。 海原 (2005)、狩野 (2005)、橋本 (2005) の研究も、平成 16 (2004) 年のプロ野球再編問題前後の、セ・パ交流戦実施 後の中継放送について触れる程度のものであり、先行と言える ものではなかった。

以上、本研究を行うに当たり、具体的な先行研究というものは存 在せず、自らが研究方法を模索提示せざるを得ないこととなった。

3. 研究の目的

当初から、本当に「巨人一極集中」だったのか、他球団の中継は、 試みられてはいなかったのか?先行研究が無い中、単なる印象 論ではなく、データ数値としてそれを確認してみたかった。 本研究の成果が、日本国内外問わず、今後スポーツコンテンツ が人気拡大の上で、メディアを利用する場合の過程として、ま た当時のプロ野球の経済波及効果調査、球団別または選手別の

広告効果などに応用することが出来るのではないか、と考えた。

4. 研究の方法

4-1 研究の手順

本研究において、一番の理想の研究方法は、各中継試合の視聴 率の調査と考えるが、当時、視聴率調査が恒常的に実施されて いなかった**3。及びその調査結果も一般に開放されていない点

調査する期間は、テレビ局・球団数の環境が整った昭和33(1958) 年(1. 現在の民放キー局のうち、テレビ東京(=開局当時、 財団法人科学技術振興財団テレビジョン) 以外の4局の開局が 揃ったのが昭和34(1959)年*4、2. セ・パ両リーグが、ともに、 現在に続く6球団制になったのが昭和33(1958)年、3. 日本プ 口野球の興隆に多大な影響を及ぼした長嶋茂雄が、立教大学から 巨人に入団したのが昭和 33 (1958) 年*5、4. 巨人の V9 が始 まるのが、昭和 40 (1965) 年) から、放送衛星 (BS)・通信衛 星 (CS) チャンネルの開局により、巨人以外の球団同士の中継を 目にすることが出来るようになってきた平成元(1989)年までの、 以上4点の理由から、約30年間としたかったがあまりにも膨 大なので、本論文においては、昭和41年までの9年間とした。(昭 和 42 (1967) 年以降も引き続き調査予定)

4-2. 検証の方法

視聴率のデータが無い状態で、放送局側が試合の中継カードを 番組編成する上での大きな判断材料というのは、観客動員等の チームの人気、及び、強さではないか? と考えた。この2点が 高ければ、巨人というチームに関係なく中継が予定されるであ ろう、との考えに達した。

つまり、中継予定の実績、人気、強さに関連性が無ければ、巨 人の独り勝ち、ということが証明されるであろう、との仮説を 立てた。(図 1)

そこで、その検証方法として、新聞縮刷版・年鑑などの書籍を 用い、調査期間(昭和33年から同41年まで)の、関東各球団(当 時は、巨人・大洋・国鉄(昭和40年途中からサンケイ)・東映・ 大映(昭和39年から東京)の5球団)における、上記三要素(中 継予定の実績・人気・強さ)の相関関係を検証する。

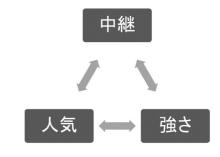


図 1. 巨人一極集中では無い場合、仮説の三要素の関係

4-3. 分析の方法

まず、中継実績であるが、調査期間当時、わが国にはドーム型 球場は皆無*6であったたため、試合開催、そしてその中継放送 の実施は、天候により大きな影響を受けるものであった。

現在でも、特にラジオ放送での中継番組は、雨傘番組(レインコー ト・プロ) も用意した上で、他球場の試合を予備カードとして 2乃至4準備したうえで、中継予定試合の雨天中止に備えてい たが、テレビ放送においても予備カードの設定は調査期間内に おいては、顕著であった。

そこで、中継予定試合がそのまま放送されたら5点、中継予定 試合が中止となり予備カードが繰上で放送**7されたら4点、中 継予定試合が中止になってしまった場合3点、予備第1カード のまま繰上放送が無かった場合は2点、同じく予備第2カード のまま繰上放送が無かった場合は 1 点を加算するという点数制 でカウントすることにより、単純に放送実績のみを拾うのでは なく、放送局側が放送編成上中継カードをどう考えていたか明 確にすることを試みた。

人気面は、初め単純に、主催ゲームにおける動員数で調査しよ うとしたが、球場の収容人員は各球場で大きく異なり、例え ば、収容人員が大きい球場を本拠地にしている球団がより優位 になってしまうので、試合動員数を球場の収容人員で割った「動 員率」を用い、平準化した上で調査することとした。(動員率= 動員数÷収容人員)

強さは、順位で考えることにしたが、優勝= [1] 位、最下位= [6] 位と、単純に数値として捉えてしまう恐れがある**ので、優勝 = 6、2 位= 5 ·····、6 位= 1 という、「逆順位」という指標で 相関を見ることとする。

5. 調査の概要

中継放送の予定及び実績をカウントするための、新聞縮刷版を 利用したサンプル収集、そして、球場収容人員のなどのデータ の裏付け等、文献調査が主体であり、それらが終了後、各デー 夕の相関関係を割り出す、という流れで調査を実施した。

関東地区における。民放キー局は、 昭和 28 (1953) 年に、日本テレビ放送網、昭和 30 (1955) 年に ラジオ東京テレビ (KRT、現在の TBS テレビ)、昭和34 (1959) 年に日本教育テレビ(NET、現在 のテレビ朝日)、フジテレビ、とい

本論文における調査期間内の視 聴率調査は、電通が年に4回(日記式のアンケートによる調査を 1963 年 1 月まで、ビデオリサー チ社が 1962 年 12 月 からオフラインメータ方式での調査を、社 団法人中央調査社が1958年に 目記式のアンケートによる調査を 年4回(翌1959年からは毎月 に)、1961年4月から二 /日本法人が測定機械による世帯 視聴率調査を実施していた。(3 Wikipedia 日本語版「視聴率」項より

及75 2012年2日5日閲覧 国立国会図書館 HP「リサーラ ナビ テレビ視聴率(総論)」より http://rnavi.ndl.go.jp/research guide/entry/theme-honbun 100061.php 引用した)

昭和33 (1958) 年3月、パ・リ グの大映と毎日が合併し、大毎球 団になったことで、両リーグとも、 6 球団制となった。セ・リーグは、 昭和 28 (1953) 年シーズンから、 6 球団制を採用している。

日本で、一番最初に竣工、開場・ 和63 (1988) 年の東京ドー 年の福岡ドーム (現福岡 Yahoo JAPAN ドーム)、平成 9 (1997 年のナゴヤドーム、大阪ドーム (現京セラドーム大阪)、平成 1 (1999) 年の西武ドーム (西武寺 イオンズ球場に屋根を架設する用 で建設)、平成13(2001)年 幌ドーム、と現在では所属球団の 半数近くが、ドーム球場を本拠地 とするようになった。また、大館 樹海ドーム (秋田県大館市) や仙 台市屋内グランド (シェルコムせ んだい) など、地方の施設でも屋 内で、野球の試合が開催できるも のがある。

ここで言う「繰上」は、あくまで、 中継カード中止時に、放送局側カ 設定した予備カード順に繰上放送 緊急時の報道特番等による中継中 止や、早期試合終了による、他球 場への中継カード切り替えなども 考慮していない。

「スピアマンの順位相関係数は、順 位を単なる数値と見なして「ピブ ノンの積率草案係数」に当てはめ たものに等しい」(平成24(2012) 年2月12日閲覧、HP「高校数 学の基本問題 相関分析 (3)イ http://www.geisya.or.jp/~mwm 48961/statistics/correl2.htm

9 DHU JOURNAL Vol.01 2014 DHU JOURNAL Vol.01 2014 | 10

5-1. 調査の準備

あらかじめ、調査票を作成したうえでプリントアウト、もしく は、シートファイルが入ったパソコンを持参のうえ、図書館にて、 サンプル収集の作業に入ることとした。

5-2. 調査票

表計算ソフトにて、記録集(監修:ベースボール・マガジン社 (2004)、プロ野球 70 年史: 1934 → 2004。 記録編、ベー スボール・マガジン社)より引用した、調査期間内の、各年 度・各球団別の試合結果(球場・相手チーム・順位記載)に、 放送局の項目を付け加えた。1年1チーム分を1シートとし、 調査期間9年間×関東フランチャイズ5チーム(巨人・横浜 DeNA·東京ヤクルト·北海道日本ハム·千葉ロッテ) 分= 45 シー トを調査票として作成した

同様に、球場ごとの収容人員・動員率の項目を追加し、同一シー トにて集計できるようにした。

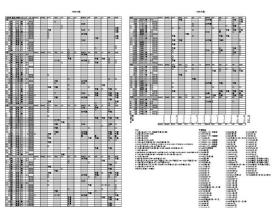


図 2. 調査票サンプル

5-3. 実施の手順

図書館にて調査。開架されている当時の新聞縮刷版(今回の調査 では、9割強を朝日新聞縮刷版を使用、ラジオ・テレビ欄もしく はスポーツ欄に記載漏れ・切り取り・破損などがあった場合、別 の図書館での閲覧、及び他社発行の新聞よりサンプル収集した)。

6. 調査の分析

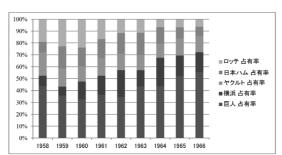
6-1. 基本分析

中継数・観客動員・チーム順位の3要素同士の相関を見る前に、 調査票等により集計した、3要素の根拠のデータを提示する。 対象期間のテレビ・ラジオを含めた中継数の推移が、表 1. と グラフ 1. (放送中継数関東期間限定より) である。 ※紀要版として、加筆修正に当たり、修了課題論文として提出時、 まちまちであった小数点表記を、第1位までに統一した。

表 1. 調査期間における、関東地区 5 球団のプロ野球中継数の推移

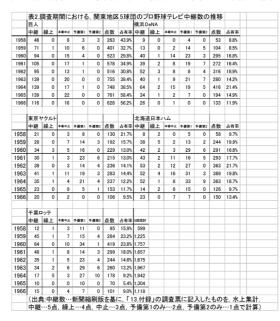
		周査其	間に	おける	5. 関:	東地区	₹5球៤			求中総	数の	推移			
	巨人中継	40.1						横浜口				予備第2	P-85		-
	1 100		_	予備第1	_		_		-	_	_	_		_	-
1958	112	0	21	12	12	659	43.8%	20	0	0	8	7	123	8.2%	-
1959	213	3	38	35		1,264	35.3%	33	1	5	43	12	282	7.9%	_
1960	260	1	54	50	-	1,569	32.2%	108	1	39	61	10	793	16.3%	
1961	252	2	55	33		1,500	35.6%	92	7	22	56	17	683	16.2%	
1962	252	0	51	20	6	1,459	34.0%	146	7	26	52	29	969	22.6%	
1963	359	0	61	6	2	1,992	40.9%	95	2	19	57	27	681	14.0%	
1964	375	1	43	15	13	2,051	40.7%	178	7	44	88	27	1,253	24.9%	
1965	471	0	79	3	0	2,598	49.7%	117	7	10	117	19	896	17.2%	
1966	406	0	82	3	4	2,286	54.1%	102	5	8	52	40	698	16.5%	
	東京	*クルト						北海道	首日本/	۱4					
	中継	繰上	本番中土	予備第1	予備第2	点数	占有率	中継	繰上	本費中止	予備第1	予備第2	点数	占有率	
1958	46	0	9	19	3	298	19.8%	16	4	2	14	4	134	8.9%	
1959	84	1	27	36	5	582	16.2%	100	9	8	37	3	637	17.8%	
1960	88	4	15	57	9	624	12.8%	106	6	8	74	19	745	15.3%	
1961	82	5	10	72	23	627	14.9%	91	3	28	64	13	692	16.4%	
1962	81	1	6	63	21	574	13.4%	97	12	22	77	15	768	17.9%	
1963	91	1	15	46	41	637	13.1%	107	13	37	119	40	976	20.0%	
1964	81	5	10	60	27	602	12.0%	90	2	25	88	35	744	14.8%	
1965	103	9	34	61	43	818	15.7%	55	5	17	84	31	545	10.4%	
1966	87	0	16	35	28	581	13.7%	37	1	13	64	19	375	8.9%	
	千葉口							_							
			_	予備第1	_	1111791	占有率	-	_						
1958	42	2	9	21	2	289		1,503							
1959	125	3	22	53	10	819		3,584							
1960	159	9	21	115	- 11	1,135	23.3%	4,866							
1961	97	6	22	60	12	707	16.8%	4,209							
1962	62	4	12	65	26	518	12.1%	4,288							
1963	65	4	11	82	49	587	12.0%	4,873							
1964	31	8	13	67	24	384	7.6%	5,034							
1965	47	2	7	40	23	367	7.0%	5,224							
1966	29	8	9	34	15	287	6.8%	4,227							
	(出4	1:中総	ŧ数…	新聞	縮刷粉	を基	lΞ. Γ1	3.付€	录」の	調査	記こり	λLt:	-to	を. 水上	集計。
														…1点で	

グラフ 1. 調査期間における、関東地区5球団のプロ野球中継数の推移

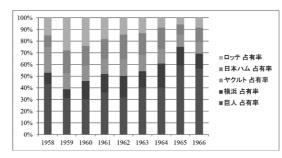


対象期間のテレビ単独の中継数の推移が、表 2. とグラフ 2. (放送中継数関東期間限定より) である。

表 2. 調査期間における、関東地区 5 球団のプロ野球テレビ中継数の推移



グラフ 2. 調査期間における、関東地区 5 球団のプロ野球中継数の 推移(テレビ単独)



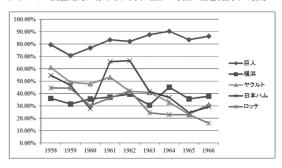
調査開始時点から、昭和39(1964)年までは、巨人以外の球団、 特にパリーグ2球団の中継点数のシェアが意外にも、小さくは なかった。

対象期間の観客動員の推移が、表3. とグラフ3. (観客動員関 東期間限定より)である。

表 3. 対象期間 (1958-1966) の球団別シーズン観客動員率

	巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道日本ハム	千葉ロッテ
1958	78.4%	33.2%	61.1%	54.7%	44.6%
1959	70.4%	29.5%	50.1%	46.7%	40.1%
1960	76.4%	36.0%	49.4%	27.7%	31.8%
1961	80.9%	36.7%	55.3%	64.0%	37.6%
1962	81.3%	39.2%	42.0%	64.9%	41.0%
1963	87.1%	30.6%	41.4%	43.3%	23.2%
1964	89.4%	45.2%	33.2%	35.5%	22.8%
1965	82.6%	35.8%	22.9%	22.8%	22.5%
1966	85.7%	36.9%	29.9%	29.5%	16.0%
観客動員	数は.新聞	縮刷版を	基に、「13.行	寸録 の調査	査票記入ものを

グラフ3. 調査期間における、関東地区5球団の観客動員率の推移



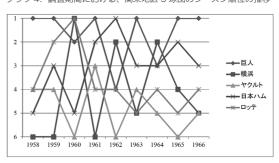
この点において、巨人の観客動員率は、他の4球団より大きく 抜きん出ていた、ことがわかる。

対象期間のチーム順位の推移が、表 4. とグラフ 4. である。

表 4. 調査期間 (1958-66) の関東 5 球団の順位



グラフ 4. 調査期間における、関東地区 5 球団のシーズン順位の推移



「4-3 分析の方法」で触れたが、数値として捉えるのを避けるた め、表 5. のように、逆順位に置き換えて、後の相関関係を探 ることとする。

表 5 調査期間内の逆順位

	表5::調查算	期間内の逆	順位				
	巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道	千葉ロッテ		
1958	6	1	3	2	3		
1959	6	1	3	4	5		
1960	5	6	1	2	6		
1961	6	1	4	5	3		
1962	3	5	1	6	3		
1963	6	2	3	4	2		
1964	4	5	2	4	3		
1965	6	3	1	5	2		
1966	6	2	2	4	3		
	表4.の順位	から、「4-3	.分析の手法	ま」で述べた	法則に基づ	き、水	上計算

6-2. 仮説検証1 中継数と観客動員との相関

前記から導いた、中継数と観客動員及び観客動員率の相関関係 を表したものが表 6. 及び表 7. である。

表 6. 各球団別の中継点数と観客動員率との相関(放送総合)

	巨人			横浜De	NA		東京ヤ	クルト
	動員率	放送点数		動員率				放送点数
1958	78.4%	659		33.2%	123		61.1%	298
1959	70.4%	1264		29.5%	282		50.1%	582
1960	76.4%	1569		36.0%	793		49.4%	624
1961	80.9%	1500		36.7%	683		55.3%	627
1962	81.3%	1459		39.2%	969		42.0%	574
1963	87.1%	1992		30.6%	681		41.4%	637
1964	89.4%	2051		45.2%	1253		33.2%	602
1965	82.6%	2598		35.8%	896		22.9%	818
1966	85.7%	2286		36.9%	698		29.9%	581
	動員率	放送点数		動員率	放送点数		動員率	放送点数
動員率	1		動員率	1		動員率	1	
放送点数	0.6140	1	放送点数	0.8083	1	放送点数	-0.6988	1
	小学术	日本ハム		千葉口、				
	<u>北海坦</u> 動員率			動員率				
1958	<u> </u>	134		<u> </u>	289			
1958		637	_		819			
1960	46.7% 27.7%	745		40.1%	1135			
1960	64.0%	692			707			
				37.6%				
1962	64.9%	768		41.0%	518			
1963	43.3%	976	-	23.2%	587			
1964	35.5%	744		22.8%	384			
1965	22.8%	545		22.5%	367			
1966	29.5%	375		16.0%	287			
	動員率	放送点数		動員率	放送点数			
動員率	1		動員率	1				
放送点数	0.0392	1	放送点数	0.2876	1			

キュッなは田町の中線ト左支に知安新号支にの相間(ニービのユ)

	表7::各3	求団別の中総	ً≚占有率と観	客動員	率との相関・	(テレビのみ)		
	巨人			横浜De	NA		東京ヤ	クルト
	動員率	テレビ点数		動員率	テレビ点数		動員率	テレビ点数
1958	78.4%	263		33.2%	53		61.1%	130
1959	70.4%	401		29.5%	104		50.1%	192
1960	76.4%	523		36.0%	295		49.4%	229
1961	80.9%	578		36.7%	272		55.3%	215
1962	81.3%	516		39.2%	316		42.0%	236
1963	87.1%	755		30.6%	280		41.4%	283
1964	89.4%	748		45.2%	416		33.2%	237
1965	82.6%	761		35.8%	194		22.9%	153
1966	85.7%	628		36.9%	133		29.9%	106
	動員率	テレビ点数		動員率	テレビ点数		動員率	テレビ点数
動員率	1		動員率	1		動員率	1	
テレビ点数	0.7502	1	テレビ点数	0.6834	1	テレビ点数	0.1195	
	北海道	日本ハム		千葉口	y -			
	動員率			動員率				
1958				44.6%	95			
1959		244		40.1%	284			
1960		291		31.8%	419			
1961	64.0%	293		37.6%	299			
1962		363		41.0%	244			
1963		389		23.2%	260			
1964		363		22.8%	178			
1965		126		22.5%	70			
1966		150		16.0%	101			
	動員率	テレビ点数		動員率	テレビ点数			
動員率	1		動員率	1				
テレビ 古物	0.2399	1	テレビ占数	0.3075	1			

6-3. 仮説検証2 中継数と順位との相関

続いて、中継数とチーム順位(年間順位及びシーズン中の順位 推移)の相関の表 8. 及び表 9. を掲載する。

表 8. 中継占有率と逆順位との相関関係(放送総合)

	巨人	11日午 12	が順位との相関	横浜De			東京ヤク	אוול
		中継点数			中継点数		逆順位	
1958	6			1			3	
1959	6			1			3	
1960	5			6			1	
1961	6			1			4	
1962	3	1459		5	969		1	574
1963	6	1992		2			3	63
1964	4	2051		5			2	
1965	6	2598		3	896		1	818
1966	6	2286		2	698		2	58
	逆順位	中継点数		逆順位	中継点数		逆順位	中継点数
逆順位	1		逆順位	1		逆順位	1	
中継点数	0.0389	1	中継点数	0.7408	1	中継点数	-0.3706	
	北海道日本ハム			千葉口	y T			
	逆順位	中継点数		逆順位	中継点数			
1958	2	134		3				
1959	4			5				
1960	2			6				
1961	5			3				
1962	6	768		3				
1963	4	976		2				
1964	4			3				
1965	5	545		2				
1966	4	375		3	287			
	逆順位	中継点数		逆順位	中継点数			
逆順位	1		逆順位	1				
中継点数	0.3888	1	中継点数	0.8003	1			
中継点数	0.3888	1	中継点数	0.8003	1			

表 9. 中継占有率と順位指数との相関関係 (テレビのみ)

		胚白有半と	頃14指数と		月孫(テレビ	U) 07)	++:	A 11 1
	巨人	- ee - es		横浜De			東京ヤ	
	逆順位		_	建順位	中継点数		逆順位	
1958		263			53			130
1959	6	401		1	104		3	19
1960	5	523		6	295		1	22
1961	6	578		1	272		4	21
1962	3	516		5	316		1	23
1963	6	755		2	280		3	28
1964	4	748		5	416		2	23
1965	6	761		3	194		1	15
1966	6	628		2	133		2	10
	逆順位	中継点数		逆順位	中継点数		逆順位	中継点数
逆順位	1		逆順位	1		逆順位	1	
中継点数	-0.0774	1	中継点数	0.7144	1	中継点数	0.0421	
	北海道	日本ハム		千葉口	·v/=			
	逆順位				中継点数			
1958	2	58		3	95			
1959	4	244		5	284			
1960	2	291		6	419			
1961	5	293		3	299			
1962	6	363		3	244			
1963	4	389		2	260			
1964	4	363		3	178			
1965	5	126		2	70			
1966	4	150		3	101			
	逆順位	中継点数		逆順位	中継点数			
逆順位	1		逆順位	1				
中継点数	0.3593	1	中継点数	0,6934	1			

6-4. 仮説検証3 動員数と順位との相関

観客動員率(観客動員数/球場の収容人員)とチーム逆順位の 相関の表 10. を示す。

表 10. 観客動員率と順位指数との相関

	表10:観	客動員率と川	頁位指数との	相関				
	巨人			横浜De	NA		東京ヤ	クルト
	動員率	逆順位		動員率	逆順位		動員率	
1958	78.4%	6		33.2%	1		61.1%	3
1959	70.4%	6		29.5%	1		50.1%	3
1960	76.4%	5		36.0%	6		49.4%	1
1961	80.9%	6		36.7%	1		55.3%	- 4
1962	81.3%	3		39.2%	5		42.0%	1
1963	87.1%	6		30.6%	2		41.4%	3
1964	89.4%	4		45.2%	5		33.2%	2
1965	82.6%	6		35.8%	3		22.9%	1
1966	85.7%	6		36.9%	2		29.9%	2
	動員率	逆順位		動員率	逆順位		動員率	逆順位
動員率	1		動員率	1		動員率	1	
逆順位	-0.2104	1	逆順位	0.6304	1	逆順位	0.5801	_
		日本ハム		千葉口				
	動員率			動員率				
	54.7%			44.6%	3			
	46.7%			40.1%	5			
	27.7%			31.8%	6			
	64.0%			37.6%	3			
	64.9%	6		41.0%	3			
	43.3%			23.2%	2			
	35.5%			22.8%	3			
	22.8%			22.5%	2			
	29.5%	4		16.0%	3			
	動員率	逆順位		動員率	逆順位			
動員率			動員率	1				
逆順位	0.3134	1	逆順位	0.3390	1			

6-5. 調査の意義と分析

本研究では、相関関係を解析するのに、表計算ソフト Microsoft Excel を使用した。また、相関係数 0.5 以上を相関、-0.5 以下 を逆相関と定義した。

よって、中継と観客動員の関係性については、巨人と横浜 DeNAの2球団(東京ヤクルトは逆相関)において、中継と順 位の関係性については、横浜 DeNA と千葉ロッテの 2 球団にお いて、観客動員と順位の関係性については、横浜 DeNA と東京 ヤクルト2球団において、相関関係が認められることがわかっ た。(表 11.参照)

表 11. 各球団別の 3 要素(中継シェア・人気・強さ)の関係

	表11.各球	長11.各球団別の3要素(中継シェア・人気・強さ)の関係									
	巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道日本ハム	千葉ロッテ						
中継×動員	相関	相関	逆相関	弱い	弱い						
テレビ×動員	相関	相関	弱い	弱い	弱い						
中継×逆順位	弱い	相関	弱い	弱い	相関						
テレビ×逆順位	弱い	相関	弱い	弱い	相関						
動員×順位	弱い	相関	相関	弱い	弱い						

7. 結果の考察

仮説で考えていた、野球中継のシェア・人気・強さの全三要素 の関連性が認められたのは、横浜 DeNA1 球団のみであった。 他の球団においては、三要素の関連性は認められなかった。そ のうち、まず巨人であるが、各要素の相関関係を見るまでもなく、 6-1 基本分析で表示したデータの時点で他の関東 4 球団より数 値が抜きんでていた。

また、東京ヤクルト・北海道日本ハム・千葉ロッテの3球団は、 三要素の多くの部分で、相関が弱いことを示している。

すなわち、当時から、関東地区においてのプロ野球は、多くの 点で、中継予定の実績、人気、強さに関連性無く、巨人の独り 勝ち、一極集中構造が成立していた、という仮説が証明出来た。

8. 今後の課題

以上、昭和33から41 (1958-66) 年までの、関東地区にお けるプロ野球中継と巨人の一極集中構造の解析を行ってきたわ けだが、当初の目標だった、衛星(BS・CS)多チャンネル化が 進む時期までの調査、及び、放送以外でのメディアでの露出度 (新聞・雑誌記事等)、拾えるかぎりの視聴率、観客動員における、 曜日や天気などの要素を含めた上での再調査、また、関東地区 に限らず、他の地域の球団を含めた上での、日本全体での巨人 一極集中構造の調査を継続し、本テーマに生涯かけて取り組ん で行きたい。

※紀要用に、加筆修正するに当たり、改めて先行研究を調査し たところ、福原崇之は、サッカー」リーグクラブ(球団)の経 営状況とリーグ順位に関するアプローチを、また、平成24年 度広島大学大学院社会科学研究科マネジメント専攻グループ 4 は、Jリーグクラブのホームスタジアム(本拠地)のアクセスと 集客とリーグ順位に関するアプローチを行っているので、これ らの手法も取り入れ研究を継続させたい。

9. 結論

横浜 DeNA の 1 球団のみ、中継頻度・観客動員・強さに相関関 係が認められたが、同球団の、当時のオーナー企業は、大洋漁 業 (現マルハニチロ^{*9}) であり、メディアがオーナーではない 企業のみ^{※ 10} において、こうした現象が起きたのは、面白い事実 であると言えよう。

巨人が、改めて、中継数・人気面・順位でも強いということが 数字を通して証明されたが、こうした日本プロ野球の偏ったカ タチを改めて、実証することが出来た。

三要素の相関関係を示した、横浜 DeNA 以外の 4 球団による、 日本プロ野球がネガティブなバランスでシェアしている構造で あった、と言えよう。

また、一般的な常識として共有されてきたものの、印象論でし かない点が強かった、長年における、我が国のプロ野球の特定 球団による寡占的な構造を、改めて数値や統計的データを用い て、証明出来たことも意義があり、放送、スポーツに限らず、 コンテンツビジネスに対し、示唆を与えることが出来たのでは ないだろうか。

10. 謝辞

本紀要用の論文を寄稿するに当たり、お声を掛けて下さり機会 を与えて下さった、デジタルハリウッド大学メディアサイエンス 研究所運営事務局のスタッフの皆さまには、心より御礼申し 上げます。

また、元稿である修士論文を作成するに当たり、執筆当時

修士論文執筆当時(2012年)は、 マルハ、2014年4月にマルハ

調査期間当時、関東地区を本拠地 にしている他の4球団は、巨人 は、読売新聞社・日本テレビ放送 網、東京ヤクルトは、フジテレビ ジョン・産経新聞社・ニッポン放 送·文化放送(昭和37(1962) 年より)、北海道日本ハムは、東映、 千葉ロッテは、大映(映画会社、 現存せず)及び毎日新聞社(毎日 新聞社は昭和38(1963)年まで)、 とメディア企業との資本の関係が 成立していた。関東地区以外でも、 名古屋市を本拠地にしている中日 が、中部日本新聞社と資本関係が

Research on, Number of NPB professional baseball game relay and Yomiuri Giants overconcentration structure in the Kanto region the initial TV broadcast

(2011-2012年)、論文作成のノウハウを『APA 論文作成マニュ アル』などを通して、一から指導して下さり、現在所属研究室 の長でもある、デジタルハリウッド大学大学院の森祐治専任教 授、そして、切磋琢磨し合い、2011年度の同大学院コンテン ツ戦略ラボにてともに修了を目指した、キティカノックル・パ ニッサー、安池豊各氏、ラボ生の立場から刺激的なアドバイス をして下さった、奥裕一、文谷修、丹野純甫、王凱平、相川芳 克、宮建英、篠原浩一、黄倩、杜凱各氏、統計作成の面で、基 礎的な方法をご教授下さった田中祐樹氏、その他の面でアドバ イスを下さった、三淵啓自、荻野健一、海老根智仁、亀田卓、 香田夏雄、本多忠房、高橋光輝各教授、DCM 修士の小林久美子 氏、同大学院事務局のスタッフ各氏、海老根智仁研究室の皆さ ま、プロ野球ファンの立場で助言を下さった、姉崎一成、魚住 青時、川田雅代、川田康弘、坪谷圭悟、土岐政義、松尾洋、南篤、 三吉弘晃各氏、本研究内容を多くの観衆の前での発表(『デジコ レ 2011』)の際に、紹介動画作成にご尽力下さった、木村隆州、 松下大吾 (東京食堂)、杉浦誠一郎の各氏、その他ご協力頂いた すべての皆さまにも、改めて御礼申し上げます。

参考文献

朝日新聞社(1958-1966)、朝日新聞縮刷版、朝日新聞社

池井優 (2002)、 プロ野球経営母体の研究- 「親会社」という日本的構図の転機を迎えて、ベースボーロジー 第3号、80-110頁、野球文化學會

尹良富 (1997)、巨人軍の創設とプロ野球報道に関する一考 察-読売新聞と東京朝日新聞との比較-、一橋論叢 第117巻 第2号 2月号 277-294頁 一橋大学

海原江美 (2005)、アメリカ大リーグ 野球王国の中継ノウハウを探る!、ぎゃらく 第434号、27-32頁、放送批評懇談会

狩野慶二郎 (2005)、テレビ野球中継 交流戦で証明された地元人気巨人戦オンリーの時代は去った (特集 土壇場のプロ野球中継)、ぎゃらく第434号、33-35頁、放送批評懇談会

岸田功 (1979)、テレビ放送人、172-178 頁、東洋経済新報社

橘川武郎(2009)、プロ野球の危機と阪神タイガースー ーファンの懸念(特集 ビジネスとしてのスポーツ)A crisis of Nippon Professional Baseball and Hanshin Tigers、一橋ビジネスレビュー 第 56 巻 第 4 号、62-73 頁、東洋経済新報社

小寺昇二、長谷川博和、小島克典 (2007)、「巨人・阪神」の市場価値を算出する。 (SMR SPECIAL 2大人気チームの「企業分析」「現在価値」「将来予測」。 徹底検証「巨人と阪神」。)、SMR(SPORTS MANAGEMENT REVIEW)第4号、20-23頁、データスタジアム

小林至 (2006)、"地上波の呪縛" から逃れなれなかった日本のプロ野球 (SMR SPECIAL テレビが育んだスポーツ。テレビが殺したスポーツ。)。SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第3号 26-28頁 データスタジアム

小林至 (2007)、SMR 流知的武装講座 メディア戦略 メディアの戦略的利用なくして、プロスポーツの発展はない、SMR (SPORTS MANEGEMENT REVIEW) 第 4 号 60-63 頁、データスタジアム

小林至 (2009)、産業としての日本のプロ野球とマネジメント (特集 ビジネスとしてのスポーツ) The state of baseball business、一橋ビジネスレビュー 第56巻第4号 44-61頁東洋経済新報社

沢柳政義(1990)、野球場大事典、462-725頁、大空社

須藤春夫(2005)、スポーツとメディアの融合ースポーツコンテンツの問題性、スポーツ社会学研究 第13号 23-37頁日本スポーツ社会学会

高橋豪仁 (2005)、スポーツ観戦を介した同郷人的結合、スポーツ社会学研究 第13号 69-83頁 日本スポーツ社会学会

高橋大地、鈴木秀男 (2005)。プロ野球チームに対するロイヤルティと満足度に関する研究、品質 第35巻 第1号 139-145頁 社団法人日本品質管理学会

橋本隆 (2005)、ラジオ野球中継 セッツインユースは低下するも、ナイターを越えるコンテンツなし、ぎゃらく 第434号、36-38頁、放送批評懇談会

長谷川勝也 (2000)、確率・統計のしくみがわかる本、技術評論社

広島大学大学院社会科学研究科マネジメント専攻グループ 4 (2012)、Jリーグクラブのホームスタジアムのアクセスと集 客、戦績にみられる相関関係に関する考察〜サンフレッチェ広島のスタジアムのアクセス不利へのリーグ内相対評価を通じて〜を、2014年4月9日 20:05参照、広島大学

福井盛太 (2007)、北海道日本ハム。その経営戦略の全貌。 SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号 42-45 頁 データスタジアム

福原崇之(2011)、Jリーグクラブの順位と選手年棒・収入のパネル分析、短期研究プロジェクト報告。Webページhttp://www.agulin.aoyama.ac.jp/opac/repository/1000/12188/00012188.pdf を、2014年4月8日 19:35 参照、青山学院大学

監修: 社団法人日本野球機構 (2010) 2010 年セントラル・ リーググリーンブック 28 頁、36-37 頁、176-177 頁、 178-180 頁、アドサービス

監修: ベースボール・マガジン社 (2004)、プロ野球 70 年史: 1934 → 2004. 記録編、ベースボール・マガジン社

監修: ベースボール・マガジン社 (2004)、プロ野球 70 年史: 1934 → 2004. 歴史編、ベースボール・マガジン社

監修:ベースボール・マガジン社 (2005)、球場物語 (B.B mook;338、スポーツシリーズ; no223)、ベースボール・マガジン社

毎日新聞社(1958-1966)毎日新聞縮刷版、毎日新聞社

松原孝臣 (2006)、テレビとスポーツがめざすべき理想の関係とは (SMR SPECIAL テレビが育んだスポーツ。テレビが殺したスポーツ。)、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第 3 号 18-21 頁 データスタジアム

松原孝臣 (2007)、「巨人・阪神」のブランド価値は、かくして創られた。(SMR SPECIAL 2大人気チームの「企業分析」「現在価値」「将来予測」。徹底検証「巨人と阪神」。)、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号 18-19頁、データスタジアム

松原孝臣 (2007)、「巨人・阪神」優良企業への道、シュミレーション。(SMR SPECIAL 2大人気チームの「企業分析」「現在価値」「将来予測」。徹底検証「巨人と阪神」。)、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号24-26頁 データスタジアム

付録

調査票:球団別各年度別中継及び予定実績データは、メディアサイエンス研究所の Web サイト(http://msl.dhw.ac.jp)にて全文掲載

15 | DHU JOURNAL Vol.01 2014 | 16