

bjリーグにおける試合中継とチーム人気の関係性

The relationship between sports broadcast and team popularity in bj league

1K05A070

指導教員 主査 リー・トンプソン先生

木時 綾

副査 倉石平先生

問題提起

現在、bjリーグは開幕から4年目のシーズンに入っているが、過去3年間の各チームの観客動員数の推移に注目するなか、チームによって大きな差があることがわかった。東京アパッチは3年で順調な伸びをみせ、約1400人も増加しているのに対して、大分ヒートデビルズは約250人しか増加していない。こういったチーム人気の違いの原因には、チームの強さ、ファンサービスの充実度、立地など多数考えられるが、チームによって異なる試合中継内容の差も原因のひとつにあるのではないだろうか。

内容

まず、bjリーグの歴史を遡り、現在のbjリーグとメディアとの関係を追う。また、現在同リーグが実施するbjtvというサイトについて、ビデオオンデマンドシステム(VOD)のメリットやデメリット、映像配信の有料化の問題点を検討する。さらに、分析として試合中継のbjtvのVOD映像を使って分析することによって、試合中継の内容がチーム人気に繋がるのかどうかを論じる。

方法

対象チームは東京と大分とし、2008-2009シーズンの各チームのホームゲーム東京4試合と大分4試合の全8試合で、映像分析とMC(会場の司会者)による音声分析を行う。映像分析については、試合映像を1)ロングショット2)ミディアムショット3)クローズアップに分類し、試合のプレイ中の時間に対するその構成比を出す。なお、ミディアム

ショットとクローズアップについては、1)ゴールした選手2)ファウルした選手3)その他とさらに3つにわけて集計する。音声分析については、分析項目を1)総ゴール数に対する選手名の紹介数の割合2)総ファウル数に対する選手名の紹介数の割合3)試合状況の実況または解説の回数4)応援を盛り上げる台詞の回数の4つに分類する。

結果

音声分析について、1)と2)の選手紹介数の割合は2チーム間で差が見られなかった。3)と4)の項目については東京が大きく上回る顕著な差が見られた。映像分析について、ショットの構成比は、大分は4試合すべてにおいて終始ロングショット、東京は2試合が終始ロングショット、他の2試合がミドルショットやクローズアップを活用したものという結果になった。東京の2試合に関して、ズームアップの対象は63.0%もゴールした選手を対象としたものであった。

考察

分析結果から、以下のことが考察された。

- 1) オーディエンスとしてみるスポーツ観戦の醍醐味とは、選手の表情を近距離から見ることであり、それはズームアップを用いた映像より可能となる。
- 2) 東京アパッチは試合状況の丁寧な実況を通して、会場にいる観客だけでなく、映像を見ている観客に対してもチームへの関心や愛着を湧かせ、結果的にチームのホームゲームの

観客動員の増加に繋がていると考えられる。

- 3) 東京アパッチは、実況・ショットの両方から、ひとつの試合を、試合開始前から終了までの約2時間半の飽きることのないひとつのビッグイベントとして総合的に演出していることが明らかになった。

まとめ

以上の結果から、試合中継内容はチーム人気に繋がるという仮説は正しいと言えるかもしれない。つまり、東京のチーム人気は、考察で明らかになったように、試合状況を細やかでバリエーション豊

かに実況・解説し、ミディウムショットやクローズアップを効果的に活用してショットとショットの繋ぎ目をドラマ的に演出し、試合全体をひとつのビッグイベントとして映像で届けているために獲得できている、と考えることができる。しかし映像については絶対的な結果は得られていない。試合中継の差がチーム人気の差に繋がるということと共に、チーム人气が試合中継の違いを創出させているという可能性が高い。リーグ全体の人気を高めるためにも、bjtvによる試合中継の無料化の問題も今後課題となるだろう。