

日本におけるボクシングの普及とそれに伴うメディアの効果

Effect of media in boxing spread in Japan

1K07B161-1

野村和矢

指導教員

主査奥野景介先生

副査リー・トンプソン先生

■緒言

ボクシングの歴史は深く、世界に根付いた伝統の競技である。しかし現在日本におけるボクシングは様々な問題を抱えている。その中でも減少の一途を辿る傾向にある競技人口は、特に深刻である。

アマチュアボクシング連盟に登録している競技者の数は約 5,500 人のみである。そして、日本プロボクシングも、東京において毎月プロテストを行っているのにも関わらず、プロライセンス取得者は約 3,000 人しかおらず、アマチュア・プロ両方で、選手としてボクシングを行っているものは 10,000 人を切る結果となっている。

一方で、プロ・アマ共に日本における競技レベルは世界でも十分に通用できるほど高く、世界大会で数々の成績を残している。さらに、ボクシング世界戦の日本でのテレビ中継の視聴率は 2009 年の 1 位を獲得し、試合会場の観客動員数でも 2004 年には増加の傾向を示す。

このように競技者が減る一方、ボクシングの新鮮さや世の中の人々のボクシングに関する興味が劣っていない事は容易に推察できる。人々が実際にボクシングを行おうとするための「きっかけ」の役割は、現在発展の動きを見せる、メディアが果たしてくれると考えられる。それは、コマースを挿入しやすいというボクシング競技の性質が、宣伝広告が必要不可欠なテレビ放送に向いている点や、日本ボクシング界に「国民的英雄」が創造しやすくなるといった点である。このことから、競技人口増加の大きな手助けとなると言えるだろう。そして、メディアとボクシングの相互作用を作り上げていくことが日本ボクシング界の課題であると言える。

■目的

本研究ではメディアとボクシングの非常に強い関係を利用し、日本におけるボクシングの普及案を提言することとした。

■方法

ボクシングとメディアに関連する書籍、研究論文、調査報告、新聞記事、雑誌記事、インターネットによる文献や資料、各協会ホームページから情報を収集し、検討、考察を行った。

■結果および考察

スポーツとマスメディアとの関係は古く、今日では両者の社会・経済的な関係が複雑化し、単に伝達されるコンテンツと伝達するメディアという枠組みを越えてより密接になってきている。また、現在のメディアスポーツの必要性は社会・経済的状況を考えた上でも極めて高い。

新聞メディアとボクシングの関係は、新聞社が得意とするスポーツイベントを通してボクシングを知ってもらうことに普及のきっかけがあると考えられる。また、Ustream を使用するなどの方法も新しいメディア利用になるであろう。

そして今後ボクシングが地域に根付いたスポーツになれば、言葉で文化を伝え、地域に最も根付いたメディアであるといえるラジオとの関係も強いものになり、歴史あるボクシングの文化が受け継がれていくことだろう。

そして、地上デジタル放送への完全移行を直前に控えるテレビメディアとの関係においても、質的・量的変化の点で十分に対応でき、ボクシングを始めとするスポーツコンテンツはこれからのテレビメディアにとって非常に優位なソフトであるといえる。

最後に、アマチュア組織が統括するプロ大会である WSB に日本も加盟し、国内リーグ制へと発展させることで、大きな普及効果に繋がるだろう。さらに地域密着型スポーツへ発展し、安定した給与も保障すれば、大きな価値を持ったコンテンツとしてメディアとも強く繋がることだろう。

■結言

以上の事から、本研究ではボクシングとメディアの関係はこれからも強いものであることが考察され、ボクシングの競技人口増加を主とした幾つかの普及案を提言することができた。