

ジャイアンツファンのロイヤルティが高まる過程の研究

A study of the process in which the Giants fans' loyalty increases

1K08B027-6 入口航士

指導教員 主査 松岡宏高先生

副査 木村和彦先生

[諸言]

現在、日本の「見るスポーツ」において、1 番人気のあるスポーツと言えば、プロ野球だと言えるだろう。そして、日本プロ野球 12 球団のうち、とりわけ人気なのは、阪神タイガースと読売ジャイアンツである。特に、読売ジャイアンツに関しては、2005 年までは、ほぼ毎試合がテレビで中継されていたため、人々の間では人気球団として認知されていた。しかし、ビデオリサーチ社での調査が始まった 1965 年以降毎年安定していた 17%~25%の視聴率（ピーク時は 1983 年の 27.1%）が 2000 年以降は右肩下がりとなり、2005 年には、10.2%まで下落したのだった。それゆえ、地上波でのプロ野球中継の数は年々見直され、2011 年の日本テレビが放映するジャイアンツ戦はたったの 22 試合となった。このように、プロ野球が BS、CS 放送で中継されるのが主流となり、パシフィック・リーグの各球団が地域密着化を図るこの時代に、ジャイアンツファンはどのようにしてチームへのロイヤルティを高めているのだろうか。

そこで、本研究では、「ジャイアンツファンのロイヤルティが高まる過程」を明らかにすることを目的として、質的データの分析を試みる。

[方法]

本研究では、対象者を「関東地域出身で、かつ現在東京ドームにジャイアンツの試合を定期的に観戦に行く」人と定めた。そして、「ジャイアンツファンのロイヤルティが高まる過程」を検証するためには、厚い記述に基づく質的分析が有効と考え、半構造化インタビューという質的方法を採用しデータ収集を行った。

半構造化インタビューは、インタビューイーの「ジャイアンツに対して無関心であった日々から自分からジャイアンツ戦をテレビで観戦するようになった経緯・要因」や「自分からジャイアンツ戦をテレビで観戦する日々からジャイアンツ戦を東京ドームで定期的に観戦するようになった経緯・要因」などに関する質問を中心に構成し、話題の展開の中で適宜質問を加えたり、質問の順番を変えたりした。イン

タビューは、4 人に対して、2011 年 11 月に行った。

[結果]

（1）テレビ観戦における対象者の共通点

「家族の誰かがジャイアンツファンであること」と「その人が毎日のようにテレビでジャイアンツ戦を観戦していたこと」が要因として挙げた。

（2）テレビ観戦における対象者の相違点

他の対象者と異なり、1 人の対象者が「ジャイアンツの銀座での優勝パレードを見たこと」および、「パレードで当時最良にしていた選手・監督を生で見たこと」と語った。

（3）現地観戦における対象者の共通点

「小学校 4 年生ないし 5 年生から自分からテレビ中継を見ていたこと」「中学・高校生時代に友達や家族と数回、ジャイアンツ戦を観戦していること」「このとき球場で観戦することの楽しさを覚えたこと」「ジャイアンツが育成をしながら勝つというスタイルを確立し始めたころに、周りにジャイアンツファン仲間が増え、かつ時間的にも経済的にも余裕が生まれたこと」が要因として挙げた。

（4）現地観戦における対象者の相違点

他の対象者と異なり、2 人の対象者が「WBC で日本が連覇をしたこと」「元木大介選手という特定の選手が好きだったこと」「試合観戦時に、試合を見る以外にも球場で多くの楽しみを見つけていたこと」と語った。

[考察]

インタビューの結果から、ある程度、予想されたこととだが、ジャイアンツファンは、テレビでジャイアンツ戦の中継を見ていた家族から影響を受ける可能性が高いということが分かった。その後、自分からテレビ中継を見初め、球場での観戦の楽しみ方も知り、仲間と観戦に行くようになる、というプロセスを経るようである。

しかしながら、インタビューによって人それぞれの相違点も確認できたことから、当然人によって独自のロイヤルティ向上過程もあると考えられ、さらなる研究が必要であると考えられる。