

bjリーグの観客動員と地域メディアの露出の関係

Relationship between number of attendance and local media exposure in bj-League

1K09B224

指導教員 主査 松岡宏高 先生

渡部 拓真

副査 間野義之 先生

【目的】

1993年のJリーグ開幕に起因するプロスポーツチームの「地域密着」の風潮は、サッカーだけでなく他のスポーツにも広がりを見せている。2005年には、これまで企業スポーツとして発展してきた日本男子バスケットボール界でも「地域密着」を軸とした『日本プロバスケットリーグ (bjリーグ)』が発足した。わずか8年の間に、今までプロスポーツチームが存在していなかった秋田県や沖縄県といった首都圏から遠ざかった地方にもチームが生まれ、参加チームは発足当初の6チームから2012年には19チームにまで増加した。

しかし、その19チームの中でも観客動員に格差が生じている。1シーズン平均観客動員最上位の沖縄が3,000人近くの観客を集めているのに対し、下位の大分や高松、宮崎は1,000人にも満たない。その格差は様々な原因が考えられるが、その1つに地域メディアの存在が挙げられる。沖縄や秋田といった人気チームは2社以上の地域メディアとスポンサー契約を結んでいるのに対し、大分、高松、宮崎は1社も結んでいない。地域メディアの補助がチームの観客動員に関係していることが考えられる。

本研究ではスポンサー関係だけではなく『地域メディアの露出の多寡がゲームの観客動員に影響するのではないか』という仮説を立て、bjリーグの観客動員に関係する露出の要素を定量化し、各チーム観客動員との関係を明らかにすることを目的とする。

本研究の意義としては、地域メディアの働きがチームの観客動員に結びつくことを証明し、チームが効率的なメディア戦略を行える一助となることと、未開拓に近い地域プロスポーツチームと地域メディアの関連性における研究の資料の礎となることの2点が挙げられる。

【方法】

地方紙においては主な地方紙が存在しない大阪を除くbjリーグ18チームを対象に『記事量』、『写真の枚数』、『記事が掲載された日数』、『内容別記事数』と『平均観客動員』、新聞のシェアを観客動員に考慮した『観客内予想読者数』との相関を求める。また、アウェイゲームを扱った記事がファンをアウェイゲームに赴かせる要因になるかどうかを調べるために『(各チームのアウェイゲームの観客動員) - (相手チームの平均観客動員)』の全試合の合計より『チームのアウェイゲームへの影響』を求め、『アウェイゲームの記事量』との間のP相関を算出した。

また、地方局に際しては各チームホームページのニュース

より『チームを扱った番組の回数』、『チームを扱った番組の平均放送時間』を求め、情報が存在していたbjリーグ16チームを対象に『平均観客動員』との相関を求めた。

【結果】

地方紙に際しては『記事量』、『写真の枚数』と『平均観客動員』、『観客内予想読者数』の間に相関が生じることが確認できた。また、『内容別記事数』で分別した中で試合前日に試合の情報などを提供する『展望記事の数』は『平均観客動員』、『観客内予想読者数』ともに高い相関が求められた。一方で『アウェイゲームの記事量』と『チームのアウェイゲームへの影響』には有意な相関がなかった。

また、地方局の『チームを扱った番組の回数』、『チームを扱った番組の放送時間』と『平均観客動員』には相関が見られた。観客動員で高水準を保つ秋田、沖縄は相関がある全ての項目で上位5チームに入り、地域メディアの露出が多い側面が確認できた。次いで仙台、新潟、島根といった平均以上の観客動員を挙げるチームもメディア露出が多かった。

【考察】

明確な露出の度数となる『記事量』、『写真の枚数』、『チームを扱った番組の回数』と『平均観客動員』もしくは『観客内予想読者数』との相関が見られたことは『地域メディアの露出の多寡がゲームの観客動員に影響するのではないか』と立てた仮説の証明になった。

また、『展望記事の数』が『平均観客動員』、『観客内予想読者数』ともに高い相関を示したことから、試合前日に観客に事前情報を伝達することができることとともに、新聞の読者を試合会場に赴かせることができる展望記事が観客動員の増加には有効な方策であることが予想される。

しかし、地域メディアの露出の多寡が観客動員の増加につながるという側面だけではなく、観客動員が多いから地域メディアもそれに乗じるという側面についての考慮が足りなかったことが本研究の課題として挙げられる。その理由から地域メディアの働きが観客動員の増加につながるという明確な回答をすることができなかったといえよう。観客の地域メディアへのアプローチについての研究もすることでメディアと観客動員の関連性の証明にも説得性がより増すと考えられる。

総じて、本研究の結果は地域メディアの露出とbjリーグの観客動員の比例関係を示したが、因果関係を示すことにはつながらなかったといえよう。