

2012 年度 修士論文

プロ野球女性ファン文化の変遷
～「ミーハー」ファンから「オタク」ファンの時代～

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科
スポーツ科学専攻 スポーツ文化研究領域

5011A075 - 3

村上 万純

研究指導教員：石井 昌幸 准教授

目次

序章	1
第1章 プロ野球史の概観とプロ野球ファン	
第1節 日本職業野球連盟設立前のプロ野球（～1935）	5
第2節 日本職業野球連盟設立から戦後までのプロ野球（1936～1944）	7
第3節 戦後以降のプロ野球（1945～）	9
第2章 ＜戦前～1970年代後半＞のプロ野球とファン“以前”の女性たち	
第1節 1980年までのプロ野球と女性（～1979）	11
第1節第1項 戦前期のプロ野球と女性（昭和初期～1957）	
第1節第2項 戦後期のプロ野球と女性（1958～1970年代後半）	
第3章 ＜1980年代～1990年代前半＞プロ野球界における女性誌の誕生	
第1節 プロ野球選手のアイドル化現象の始まり	24
第2節 「働く女性」という市場	26
第3節 男性誌と女性誌に見る「ミーハー」女性たち	27
第4節 『プロ野球 ai』の創刊とアイドル選手ブーム	30
第4節第1項 女性向けプロ野球情報誌『プロ野球 ai』創刊の経緯	
第4節第2項 プロ野球界に誕生した「女性誌」	
第5節 女性から見たプロ野球の魅力（～1990年代前半）	37
第5節第1項 女性ファンの選手への眼差し	
第6節 世間の「ミーハー」イメージと「ミーハー」ファンの実態	43
第4章 ＜1990年代後半～＞「ミーハー」から関係性に萌える時代へ	
第1節 マルチメディア時代における嗜好の多様化	46
第2節 「脱アイドル化」現象と「尊敬できる人格者」の時代	48
第3節 球団の女性取り込み戦略の活性化	50
第4節 選手同士の関係性を消費する時代	51
結章	60
参考文献一覧	62

序章

<問題の所在>

プロ野球は、日本の代表的プロ・スポーツとして、長い歴史を持っている。近年では視聴率の低迷による地上波中継の打ち切りや、若年層ファンの伸び悩み、サッカー人気の台頭などによって、いまや「国民的娯楽」とは言い難い状況となってきた。そんな中、現在のプロ野球人気を支えている重要なファン層の一つとして、女性の存在が認知されるようになった。従来、男性の領域とされていたプロ野球の世界に、女性ファンが参入し、ここ20～30年ほどの間に、もはや無視できない存在と化したのである。各球団は観客動員数増加のために女性向けのマーケティング戦略を行うようになってきている。しかし、プロ野球史のなかで、長いあいだ女性ファンは決して重要な存在ではなかった。それが今日では、スタジアムに女性がつめかけることは当たり前となり、一流選手がアイドルのように扱われるようになり、女性向けプロ野球情報誌が創刊されるまでに至っている。ほんらい男性の領域であったはずのプロ野球に、女性たちはいかにして参入し、そこにどのような位置を築いたのであろうか。女性たちにとって、プロ野球とはどのような意味を持つのであろうか。また、それらはどのように変化していったのだろうか。

<先行研究の検討>

これまで、プロ野球に関する著作や記事は数多く出されてきた。学術的な研究においても、ファン研究はスポーツ社会学を中心に行われてきた。スポーツファンを研究対象としているものでは、ジェンダーやメディアなどの観点から社会的アプローチを行った杉本（1997）や、プロ野球の私設応援団へのフィールドワーク調査などを主とする高橋（2011）、サッカーファンを対象にジェンダーやナショナリズムの観点から社会的に読み解いている有元・小笠原（2005）のものなどが挙げられる。また、自身をプロ野球ファンとして位置づけた橘川・奈良（2009）や永井・橋爪（2010）は、それぞれ親会社の経営戦略、南海ホークスの球団史・球場史という観点からプロ野球史を編年的にまとめた。

しかし、これらはいずれも主に男性ファンを対象としており、スポーツファン研究において女性に注目したものはほとんど見当たらない。その中でも、田中（2012）はスポーツ場面において、女性ファンが常に「ミーハー」として表象されることについてジェンダーの観点から論じているが、具体的な例を取り上げて実証的に研究したものではないため、女性ファンの実態を把握するものとしては不十分である。

また、女性ファン研究という意味では、辻（2007）のジャニーズ系アイドルファン研究や東の「宝塚」・「やおい」ファン研究などが参考になる。両者はいずれもポピュラー文化における女性ファン研究として位置づけることができるが、前者はあくまで芸能界の男性アイドルを扱ったものであり、後者の「宝塚」は眼差す対象が女性であり、「やおい」はそ

の対象が架空の男性キャラクターとなっている。故に、ポピュラー文化研究の中でも、スポーツという分野、とりわけプロ野球の女性ファンについては、その量的な広がりにもかかわらずほとんど注目されてこなかった。

スポーツ研究における女性ファンの不在、女性ファン研究におけるスポーツの不在、この両方の観点から、本論文ではプロ野球における女性ファンを扱っていくことにした。実際に、女性ファンがプロ野球に占めた位置や意味について、編年的に跡づけた研究は、ほとんど見当たらない。女性ファンの存在そのものは知られていても、それは「いつの時代にも変わらない」、「ミーハー」な存在として、ステロタイプの的に位置づけられるのが常であったように思われる。しかし、以下に論じるように、ひとくちに女性ファンと言っても、それぞれがプロ野球を観に行く動機やプロ野球選手への眼差し、プロ野球の消費の仕方などは、時代によって多様であったのである。今日においても、頻繁に球場へ直接足を運ぶファンもいれば、雑誌やインターネットなどのメディア上で情報収集を行ったり、ファン仲間や選手とコミュニケーションを取る者もいる。本研究では、そのような女性ファンたちの多様な消費行動のありかたを時代ごとに眺めながら、女性たちがプロ野球の応援のなかに何を求めたのかについて考察していきたい。また、1988（昭和 63）年に創刊された女性向けプロ野球情報誌『プロ野球 ai』を通して、女性たちがプロ野球選手に何を求めているのか、プロ野球を通して何を消費していたのかということに着目していく。

ファンの視点からプロ野球の歴史を書く試みの代表例としては、橘川・奈良（2007）によるものが挙げられる。そこでは、プロ野球の歴史が 3 つに区分されている。すなわち、①1936～57 年の国民的スポーツへの苦闘時代、②1958～80 年の ON（王貞治と長嶋茂雄）の時代、③1981～2008 年の挑戦と危機の交錯の時代である。3 つの時代はまた、ラジオの時代、テレビの時代、マルチメディアの時代と対応しているとされる。しかし、橘川・奈良のこの区分は、あくまで男性ファンの歴史である。本論文では、そのような区分を参照しながらも、プロ野球史を女性ファンを中心に検討した。その結果、それは、①戦前（昭和初期）～1970 年代後半②1980 年代～1990 年代前半③1990 年代後半～現在までの 3 つの時期に区分することができると思われた。①は、戦前のあまり球場に女性がいなかった時期から、テレビの普及を機に女性にもプロ野球ファンが現れてくるまでの過程の時期である。（この時期は、「ON の時代」が始まる 1957（昭和 32）・1958（昭和 33）年を境にさらに 2 つに分けることができる。）②は、若い女性ファンを中心にプロ野球界で「アイドル選手ブーム」が巻き起こる時期である。③はインターネットが登場したことでマルチメディア化が進み、それと同時に女性ファンたちのプロ野球選手に対しての嗜好の多様化が進み、脱アイドル化とでも言える現象が進行する時期である。そのなかでも本論文では、今日の女性ファンの位置を決定的にしたと思われる②のアイドル選手ブームの時代に特に注目したい。

<本研究の対象>

本論文の研究対象は、戦前（昭和初期）から現在にいたるまでのプロ野球ファンの女性である。しかし、そこにはプロ野球自体に興味がなくとも、実際に球場で観戦していた女性たちも含まれる。そして、逆に球場へ行ったことがなくとも、プロ野球関連の商品やサービスを消費したり、メディアを通してプロ野球に関連した情報を消費する女性たちも含む。

ただし、本論文で主たる対象となるのは、その中でもプロ野球を積極的に消費する若い女性たちである。特に 1980 年代から起こったアイドル選手ブームの主たる消費者として位置づけられていた「ミーハー」な女性たちに注目し、彼女たちがプロ野球に何を求めているのかについて明らかにしていきたい。

<本研究の方法>

『朝日新聞』、『読売新聞』、『毎日新聞』各紙において「聞蔵Ⅱ」「ヨミダス歴史館」「毎策」を用いて「プロ野球 AND 女性ファン」で検索を行い、女性ファンについて書かれた関連のある記事を取り上げた。ただし、これは東京版・大阪版・朝刊・夕刊を含むものとする。また、1988（昭和 63）年に創刊された若い女性向けプロ野球情報誌『プロ野球 ai』を創刊号から 2011（平成 23）年 1 月号まで通読し、当時のアイドル選手ブームの最中にあった女性たちの応援行動やファンとしての実態をまとめた。さらに、『プロ野球 ai』を通して女性たちがプロ野球選手をどのように眼差し、彼らに何を求めているのかについて考察を行った。ほかプロ野球と女性ファンに関する一般大衆雑誌の記事や書籍等を参考にしている。

<論文の構成>

第 1 章では 1936（昭和 11）年の日本職業野球連盟設立以前から現在までを 3 つの区分に分け、プロ野球の歴史を概観した。それぞれ①日本職業野球連盟以前、②日本職業連盟設立以降から戦後まで、③戦後から現在までとし、各段階におけるプロ野球イメージやプロ野球をめぐる状況、プロ野球ファンの実態などを明らかにした。

第 2 章では、戦前（昭和初期）から 1970 年代後半までのプロ野球ファンの女性たちの変遷をたどった。特に 1958（昭和 33）年にアベックを中心に起きたナイター・ブームに着目し、テレビが台頭してくる戦後以降にプロ野球が女性たちにいかにして受け入れられていったのかを明らかにした。また、当時なぜアベックを中心にナイター・ブーム現象が起きたのか、当時の社会背景も絡めながら考察した。

第 3 章では、1980 年代から 1990 年代前半の間にプロ野球界に巻き起こったアイドル選手ブームを取り上げ、その主な消費者である若い女性ファンたちの実態を雑誌『プロ野球 ai』を基に明らかにした。女性のプロ野球の見方や楽しみ方は男性とは異なり、「ミーハー」と一枚岩的に表現できるものでもなかった。そして、『プロ野球 ai』の特徴を眺めながら、本誌が女性たちにとってどのような存在だったかを明らかにした。

第4章では、1990年代後半以降の女性ファンの変遷をたどった。インターネットの台頭によるメディア環境の変化とともに、女性たちの嗜好も多様化した。そして、選手の脱アイドル化とも言える現象も起こっていた。そこでは、1980年代とは異なる女性たちの選手への眼差しの変化が起こっている。それがどのような変化であり、その変化が現代社会においてどのような意味を持っているのかを考察した。そして、『プロ野球 ai』などの雑誌を通して、女性たちはプロ野球に何を求めているのかを考察した。

第1章 プロ野球史の概観とプロ野球ファン

1. 日本職業野球連盟設立前のプロ野球（～1935）

<「見るスポーツ」としてのプロ野球>

明治以来、日本の野球は学生文化の中で育まれていった。それは一高野球部の活動に始まり、全国中等学校優勝野球大会（現在の夏の甲子園）や六大学のリーグ戦の隆盛に繋がっていった。当初は一部の学生たちによる「するスポーツ」であった野球は、とりわけ明治後期から大正期に入ると次第に「見るスポーツ」としての側面を大きくしていった。すなわち、1903（明治36）年に始まった早慶戦や1915（大正4）年から開催された全国中等学校優勝野球大会が人気を博していったのである。しかし、菊（1993）によれば、明治初期の観衆は野球に限らず舶来スポーツを「物見遊山」の一手段として意味づけており、競技それ自体に精通している者はほとんどいなかった。¹それでも1925（大正14）年にラジオ放送が開始され、1929（昭和4）年には早慶戦で天覧試合が行われたことで東京六大学は全盛時代を迎えると、「見るスポーツ」は都市の娯楽文化として定着していった。²

初期のプロ野球もそのようななかで勃興したのであるが、当初その人気は決して芳しいものではなかった。東田によると、「大日本東京野球倶楽部（巨人の前身）が産声を上げたのは、1934（昭和9）年のことであったが、それ以前にもプロ球団はあった。³1920（大正9）年には「日本運動協会」が、1922（大正11）年には「天勝野球団」といったプロ野球チームが存在していたのである。しかし、当時の野球界の中心は、あくまでアマチュア＝学生野球であった。1920（大正9）年は六大学リーグ全盛期であり、中等学校野球も「見るスポーツ」として人気を博していた。日本運動協会設立時のメンバーは、早大野球部長の安部磯雄や早大野球部草創期の名投手であり日本初の本格的な運動雑誌『運動界』を創刊した河野安通志などをはじめとするエリートたちだったが、第1回の公募で集まった七十数名の中には、まだ六大学をはじめとする大学OBや退役選手などの有名な選手は一人もいなかった。さらに、1922（大正11）年の朝鮮・満州遠征の際には「プロ野球がサーカスや、失業者の集まりのように見られては相成らんというので、出発前に、旅行中の“服務規律”なるものを全員に徹底させ」⁴ていたとあるように、国内外においてプロ野球チームという存在は十分に認知されていなかった。

<注と参考文献―第1章第1節>

2. 日本職業野球連盟設立から戦後までのプロ野球（1936～1944）

＜職業野球への偏見＞

1936（昭和 11）年、東京巨人、大阪タイガース、名古屋、東京セネターズ、阪急、大東京、名古屋金鯱の 7 球団によって日本職業野球連盟が創設された。これが我が国初の本格的なプロ野球リーグであるが、その社会的な位置において東京六大学野球や社会人野球に大きく劣っていた。「このころ（1936 年・筆者注）東京に残っていた市岡（忠男・筆者注）は職業野球について熱弁していた。『見世物』『商売人』などというレッテルをつけ、職業野球を認知しない者もいたので、論陣をはらなくてはならなかった」。¹日本職業野球連盟創立後も、プロ野球は「国民的娯楽」とはほど遠い存在だったのである。

しかし、メディアの発展がプロ野球にとって追い風となる。ベルリン・オリンピックの 1936（昭和 11）年から終戦前年の 1944（昭和 19）年の間、ラジオは急速に一般家庭に普及していった。1936（昭和 11）年に 21.4%強であったラジオ放送受信契約の普及率は、1944（昭和 19）年には 50.4%を占めるにいたった。また、1937（昭和 12）年に行われた「番組種目嗜好および聴取状況」の調査よれば、9 つあるスポーツ種目の中では全国平均 63.6%で野球が第 1 位となっている。スポーツ種目以外の娯楽番組でも全国平均が 60%を超えているものは 50 項目中 15 ほどしかないと考えると、ラジオ放送において野球は人気種目の 1 つだったことがわかる。これにはプロ野球以外の野球大会も含まれるが、ラジオ放送はプロ野球が広く世間に受け入れられていく上で大きな貢献を果たしたことは確かだと言える。

すでに 1939（昭和 14）年には後樂園球場がはじめて満員を記録していたが、「戦前観衆が一番多かったのは昭和十五年（1940 年）」²であった。この年は「満州リーグ」の盛況もあって、年間の観客動員は 80 万人台に上った。³戦前で年間観客動員数を確認できる最後の年となる 1943（昭和 18）年でもその数字は 79 万人であった。

それでは、この時代に実際に球場へ足を運んでいたのはどのような人たちだったのだろうか。プロ野球に集まる観客たちは、学生野球のそれとはやや異なる人びとであったらしい。たとえば、巨人対阪神戦における観衆は、「満員札止めのあとの塀を破って入ろうとするものなどザラで、係員が自分の帽子を脱いで財布代りにし、不法入場者をみつけ次第その場で五十銭の入場料を徴収してあるいたこともあ」り、「入ろうとしてムリをして切傷をこしらえたり、生爪をはがす者さえあったほど」であった。⁴

選手も「当時人気の六大学野球に対して、『職業野球』と蔑視され」⁵ていた。永井（1997）によれば「初期のプロ選手は、アマの選手から『商売人』と罵声を浴びせられた」それは、「武士の道にも通じる精神野球を金儲けの手段にするなどもってのほか」との考えによっていたらしい。⁶今日の「プロ野球」という言葉から想起されるイメージとは違って、「職業野球」という言葉には早慶戦や甲子園の中等野球とは異なる「アウトサイダー」的な響きがあったのである。⁷

昭和初期において、プロ野球観戦はとりわけ女性にとっては白眼視されかねないものであった。プロ野球愛好家として知られる作家の山口瞳（1926 - 1995）は、少年時代を次のように回想している。

「野球選手は本来、不良なんです。昔、映画監督や役者もそうでした。球場へ足を運ぶ方も、活動写真の小屋へ行くのと同じで、ほめられることではなかった。勝負ごと、ギャンブルの延長線上みたいなものでね。スタンドは遊び人が多かった。銀行員や国鉄の人などマージャンもやれぬ時代ですからね。それがいつの間にか、選手は球界の紳士なんて言われるようになった（笑）」

六大学野球とは異なり、プロを見に行く子供は「不良」と考えられたのだった。山口は次のように続ける。

「子供のころ、一人で行けるのは六大学野球の神宮で、プロを見に行くと不良といわれた。『ギザイチ』と呼ばれた五十銭一つもらっていったものです。市電が往復十四銭、カレーライス十五銭、入場料が十銭だったかなあ」⁸

この記事が『毎日新聞』に掲載された 1986（昭和 61）年には、「選手は球界の紳士」と呼ばれるようになっていたが、山口の少年時代である昭和初期には、プロ野球選手は映画監督や役者と同じく「本来、不良」であり、「ギャンブルの延長線上」で、「遊び人」が集まる「ほめられることではな」い場所だったのだった。

<注と参考文献―第1章第2節>

3. 戦後以降のプロ野球（1945～）

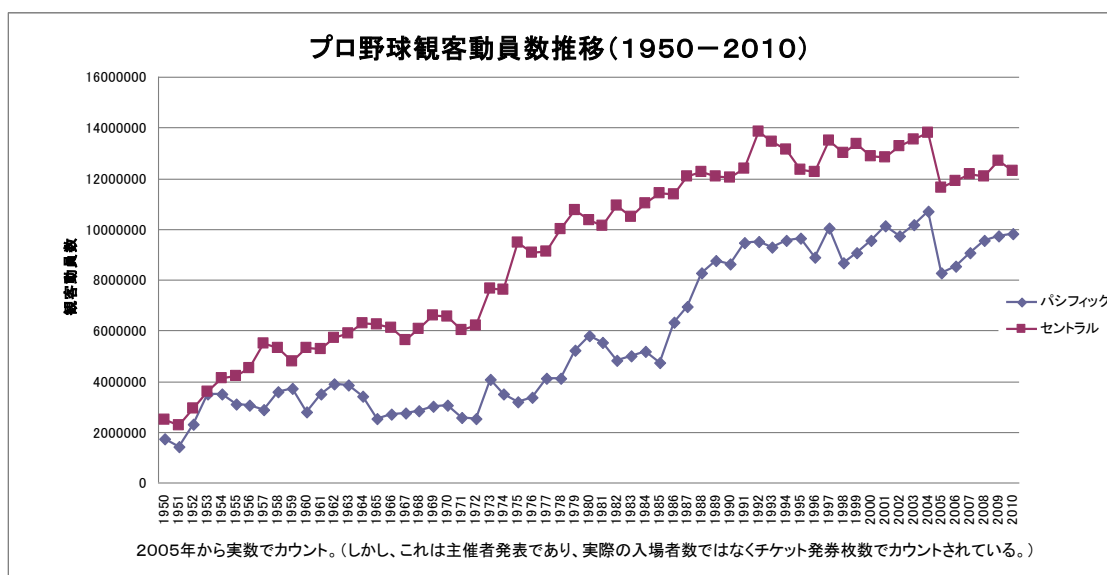
1946（昭和 21）年、野球専門誌『ベースボール・マガジン』が創刊された。その巻頭言で、同誌はすでに「日本で一番広く国民の間に普及したスポーツ、それは野球である」としている。1962（昭和 37）年頃まではセ・リーグ、パ・リーグともに観客動員数は右肩上がりで増加し、セ・リーグは巨人戦のテレビ中継に牽引されながら、1993（平成 5）年に頭打ちになるまでその数は増加の一途をたどっている。¹

森永は、プロ野球の観戦料の推移を次のようにまとめている。

「野球自体は学生野球を通じて、当時すでに一般市民の娯楽として広く愛されていたが、当初はプロ野球の人気はいまひとつで、観客もさほど多くなかった。昭和 11 年開幕時の入場料金は、春が 50 銭、夏が 1 円であった。その頃、米 10kg が約 2 円 50 銭、東京・浅草の映画館が 20 銭、喫茶店のコーヒーが 15 銭だったことを考えると、価格的には比較的庶民でも楽しみやすかったと言えるのではないだろうか（中略）巨人が V9 を達成した昭和 48 年（1973）以降から増加傾向に転じる。この動きを追いかけるかのように、プロ野球観戦料も、その 1 年後の昭和 49 年から年々上昇していく（中略）プロ野球観戦料が 1970 年後半から 1990 年代前半まで毎年のように料金を引き上げることができたのは、No.1 プロスポーツとしての安定した人気があったためであろう」。²

観客動員数や観戦料の推移から見ても、1970 年代後半から 1990 年代前半までの間は、プロ野球は国内で安定的な人気を保っていたことがわかる。

●図 1 「プロ野球観客動員数推移グラフ（1950 - 2010）」



（2012 年 12 月 日本プロ野球史探訪倶楽部 HP<<http://www.d7.dion.ne.jp/~xmot/>> より
村上作成）

すでに述べたとおり、戦前から終戦直後にかけて、プロ野球は甲子園の高校野球や神宮の六大学、後樂園の都市対抗などのアマチュア野球におされていた。しかし、1958（昭和33）年には長嶋茂雄が、翌59（昭和34）年には王貞治がデビューし、65（昭和40）年から1973（昭和48）年にかけては巨人のV9時代が訪れる。特に1970年代から1980年代は巨人を中心とするセ・リーグが観客動員数を大きく伸ばし、パ・リーグを引き離していった。しかし、パ・リーグでは1980年代後半から1990年代にかけての西武黄金時代が到来し、パ・リーグの観客動員数が急激に増加していった。従来の巨人人気に支えられていたプロ野球界が変化していった時期である。それ以降もセ・リーグは1993（平成5）年頃まで、パ・リーグは2005（平成17）年頃まで右肩上がりで動員数を増やしていき、「国民的スポーツ」としての地位を築いていた。

それでは、女性ファンたちはいつからどのようにしてプロ野球の世界に進出していったのだろうか。

<注と参考文献―第1章第3節>

第2章 <戦前～1970年代後半>のプロ野球とファン“以前”の女性たち

1. 1980年までのプロ野球と女性（～1979）

1-1. 戦前期のプロ野球と女性（昭和初期～1957）

戦前、プロ野球を見に球場へ足を運ぶ女性は多くはなかった。菊によればすでに昭和初期の雑誌のなかには女性ファンを特集した記事が見られるようになっていたが、このほとんどは六大学野球に関するものである。たとえば、雑誌『ベースボール』は1934（昭和9）年に六大学野球のファンを集めた「六大学女性ファン座談会」を掲載したほか、1935（昭和10）年には「スタンドに来る女」と題する特集を4号連続で掲載し、野球を見にくる女性たちの「多種多様な諸相を描いた」。これらは1936（昭和11）年以前の記事なので、当然プロ野球場ではなく、六大学野球の試合を観戦に来た女性たちというわけだ。第3巻4月号の「スタンドに来る女」¹では、「かの女達は、まだ十七八ででもあらうか、秋にふさはしいドレスを着て、入って来る人達を巧みにさけながら、軽快な足どりで、スタンドをとんとんと降りてゆくのであつた」とあり、人気の高かった六大学野球では十代の女性たちの姿も散見できた。しかし、これがプロ野球となると、その様相は全く異なる。まず、プロ野球についての女性たちの言及が見られるものとして、37（昭和12）年に『野球ファン』に掲載された「お嬢さん野球座談会」²が挙げられる。そこでは、「職業って言葉何かいやね」、「職業団には巧い選手があるわね」といった言葉が語られた。六大学野球に比べてプロ野球に否定的であったり、ここで登場する女性たちが野球自体に精通していたことなどがわかる。

そして、実際に戦前のプロ野球場に女性ファンは数えるほどしか見当たらなかったことは、様々な文献の中で言及されているし、「洲崎球場には場所柄玄人筋の女性の顔がみえた」。³また、馬立（1961）には、「昭和十二年に洲崎で婦人デーを催した。その日までに風呂屋やバスの車中で『同伴婦人は無料』と宣伝したが、当日になってみるとなかなか婦人が現れない。やっと一人やってきたと思ったら料金を払おうとしている。係員が急いで『きょうはご婦人方は無料ですから…』という、その人は『女だからタダなんて失礼な』と怒り出し、結局正規の料金を払って入場したというのである」⁴という逸話が紹介されている。入場料が無料だとしても、女性はなかなか現れなかったようだ。

すでに述べたとおり、山口瞳の少年時代である昭和初期には、プロ野球の球場は「遊び人」が集まる「ほめられることではない」場所だった。野球場に足を運ぶ女性の多くは、「玄人筋」、バー、キャバレー、芸能関係などの人びとであった。一般の女性たちにとって、プロ野球の球場に足を運ぶことなどは、考えられないことだったのである。

<注と参考文献—第2章第1節第1項>

1-2. 戦後期のプロ野球と女性（1945～1970 年代後半）

＜アベックとナイター・ブーム＞

プロ野球初のナイターは、1948（昭和 23）年 8 月 17 日の巨人対中日戦で横浜ゲートボール球場（横浜スタジアム）にて行われたが、長嶋・王がプロ入りする 1950 年代後半頃から若いアベックを中心に「ナイター・ブーム」が起こる。これは後述するように、それ以前には見られなかった特筆すべき光景である。当時観客席にいた女性たちにとっては、プロ野球それ自体を見ることよりも、真夏の夜に恋人との雰囲気を楽しむことのほうが大事であった。それは目当ての選手に会うために自発的に球場へ出かける 1980 年代頃のアイドル選手ブームの時代の女性たちの態度とは明確に異なっている。実は、この頃にも若手選手目当てに出待ちなどを行う女性たちが「ミーハー族」として紹介されているが、そのような女性はまだ多数派ではなく、むしろその目新しさからプロ野球ファンの新しい事例として紹介されていた。当時のナイター・ブームについて記されたものはほとんどない。そこで、ここではナイター・ブームについての詳述が唯一確認できた 1958（昭和 33）年の『週刊サンケイ』（産業経済新聞社・1952 年創刊）の「ナイターの中の青春」という記事を取り上げる。ここでは、プロ野球のナイターが若い女性たちの「青春の社交場」として人気を集めていたことが紹介されている。¹

同年に川崎球場で行われた大洋対巨人戦において、「川崎球場はじまって依頼の珍事」として試合開始 1 時間前に“満員木戸止め”になる事態が起こった。「あわてた球場側は、国鉄の川崎駅と京浜川崎駅に『球場へ行っても、入場できませんからご了承下さい』とハリ紙を出し、警備員を動員して木戸をガッチリ固めさせた」ほどであった。「およそ五千人のアブれたファン」と警備員が小ぜり合いになって警官がかけつける事態にもなり、その中には「未練気に二百万燭光のライトを見上げるアベックもいた」とされている。観衆は 2 万 5000 人と発表されたが、「場内のスタンドには文字通り立スイの余地もない。スコア・ボードやライト・スタンドの鉄サクによじのぼっている観客もいる」という場内の様子から、実数はさらに多かったことが予想できる。川崎球場は後樂園球場の半分ほどの容量であるが、「これまでせいぜい入ったときでも二万ぐらい。シーズン平均しておよそ八千とあったところだから、まさに驚異的な出来事」であり、「関係者に球場開設以来、初めて“大入袋”が出された」ことから、前代未聞の超満員だったことがわかる。また、このナイター・ブームは川崎球場だけのものではない。「ナイターの観客動員数は、年ごとに記録を破」り、同年のシーズンでは「第九節（六月二日まで）を終わっただけでもすでにセ・パ両リーグを合わせて五十余試合で約百万人をあつめているほど」で、どこの球場でも「臨時バスを用意し、私鉄関係の球場は“ナイター電車”まで増発している」ほどであった。

そして前年と異なり、このナイター・ブームの中で目立つのがアベックや女性ファンたちだった。さきに挙げた川崎球場の巨人対大洋戦における観客の三分の一は若い女性である。特に、「スタンドにいる女性はほとんどアベック」であった。彼女たちは「高潮した場

面になると、彼氏を忘れてとび上ったり抱きついたり、手で顔をおおって指の間からバッテリー・ボックスをみつめたり」していた。

このような光景は関西の西宮球場でも同様に起きている。西宮にナイター設備ができたのは「二十八年の五月」だが、「デイゲームにくらべると、ナイターは、どこでも約五割も観客がふえるが、女性ファンも、比例して、ナイターに多い」という。当時女性は「平均二割」ほどを占めていたが、そのうちの「半数は純アベック」だった。「阪神間の住宅街を結んで走る阪急、神戸線の間にあたる西宮球場は普段家族連れが多いが、この年からアベックや「女性ばかりのグループ」で来場する人が増えた」とある。大阪球場では、特にナイターで「アベックデー・婦人デーをもうけて、割引をやっているほど」であった。

これらの観客席の風景が 1980 年代以降とは異なることはさきに述べたが、これは同時に 1958（昭和 33）年以前とも明確な断絶がある。この年の大阪球場の合言葉は「昼は学生さんと子供、夜はサラリーマンとビジネス・ガール」であったが、前年は「合言葉になるほど、ビジネス・ガールはこなかった」。ナイターに来る女性というのはむしろその反対で、「バーや、キャバレー、または芸能関係の女性」もしくは「選手の家族か、特別の関係の女性」であった。『「ナイターにくるような女は、ろくな女じゃない』というネット裏の通説があったほど」という言葉から、1958（昭和 33）年を境に各球場におけるナイターの観客席の風景は全く異なるものになっていったことがわかる。

それでは、なぜそのような変化が起こったのだろうか。当時の女性たちの言葉を取り上げながら、女性たちがナイターをどのようなものだと思えており、何のために球場へ向かっていたのかを明らかにしていく。まずはアベックであるが、後樂園のアルプス・スタンドではアベックが多く、「上段のほうがより好まれる」とある。それは「周囲に気兼ねなく『ストライクだ。ボールだ。いやアウトだ』などとボーイ・フレンドに手を取り足を取り？教えてもらえるし、興奮して手をたたき、足をばたつかせても、目立たない」からだとするが、彼女たちにとっては試合を見ることや選手を近くで見ることよりも、2 人の時間を楽しむことが優先されている。そのことは「試合はなににも、おぼえていないけど、ナイターをみながら食べたホット・ドッグの味は忘れられないわ」（日本橋 M 石油事務員）といった言葉からもわかる。また、「映画館のなかでは、スクリーンに向かったままだし、喫茶店も最近では混んでくると、すぐ同席させられて、落ちつかない。ナイターだったら二人並んで寄り添ったまま、試合が終るまで誰からも干渉されずに語り合える。またホット・ドッグを半分ずつ食べたり、ジュースを飲み合っても、おかしくない」という川崎球場にいた会社員（27）の話からも、映画館や喫茶店と同様にデートの選択肢の 1 つとしてナイターが選ばれていたことがわかる。ナイターを明確にデートの延長として見なしていたアベックとして、丸ビルに勤める S（25）と鉄鋼ビルに勤める A 子（20）の話も掲載されている。映画好きな A 子と野球好きな S は普段映画館と野球場でデートをしているが、最近ではナイターでデートをすることが増えたという。A 子は「私もすっかり野球ファンになっちゃった。といっても、二人でなければ、おもしろくないわ。つまりナイターをみながら一緒に

すごすことが素適（ママ）なのね。（中略）ときどきそれぞれ相手チームを応援して、敵味方になってやり合うの。とってものしいわ」と語り、野球好きにはなったものの、決して友人や1人で見に行くわけではないことを明言している。

しかし、一方でナイターにアベックが来ることから生じる問題もあった。一部「スタンドの後方で抱擁したり、スコア・ボードのかげでキスしたりの程度はちょいちょいみかけられる光景だが、外野の芝生の暗がりを利用して、いかがわしき行為にふけるもの」があり、時には「証拠品」から、選手が関わっていると思われることもあった。しかし、若いアベックや女性ファン、家族連れなどの「健全なファン」が増えたことで、「こんな例はきわめて少な」くなっており、「どこの球場でも必ずみられることだが女性に乱暴したとか、いたずらをしたという事件はほとんどない」とあるように、ナイターに漂ういかがわしさは観客層の拡大とともに徐々に払拭されていったようだ。ただ、若い女性が増えたということによる懸念点もあるようだ。後樂園の場内整理員は「たしかにアルプスにはアベックが多いけど、それを下からのぞいてよろこんでいる男もいますよ。ひざから下がまる見えですからね。野球をみないで、後ばかり見上げているのは注意した方がいい」と述べ、球場にいる女性たちは、男性観客にとっては「見られる客体」であることを指摘する。男性誌で登場する女性ファンたちは、男性にあくまで「見られる客体」として誌面に登場しているのだ。それは後述する1980（昭和55）年の『週刊現代』（講談社・1959年創刊）における「ミーハー」女性ファンたちのグラビア特集でも同様である。

このようにアベックがナイターに来るようになった状況について、『週刊サンケイ』誌面上で野球ファンのドクトル・チエコは「これまで女性はたのしむことを知らなかった。いいかえれば、このごろは楽しむことをみとめられてきたわけだ。女性でも、楽しむことを知れば、そしてそれをみとめられれば、スポーツでも、カケゴトでも、またお酒でも、大いにさかんにやるはずだ。（中略）また、野球は大変判りやすい。よく映画をみたあとなどで、せっかく面白いと思っても、彼氏が深刻な顔で逆説的な映画批評をやって、失望させることがある。（中略）それに比べると、ナイターは本当に一緒になって、ゲームをたのしみ、映画や喫茶店ではお互いにポーズを作っているが、ナイターではこれがないので、より一層親近感を深くする。（中略）夜更けと共に一段と明るくなる球場。それは都会生活のなかで、普段みられない全く違った環境だ。（中略）恋人が二人並んでみれば、暗い公園でひっそり話し合うより、はるかに健全なものである」と分析する。ナイターは、映画のように彼氏に講釈をたれられる心配もなく、喫茶店のように対面で改まって構える必要もなく、女性にとってはデートコースの1つとして非常に魅力的だった。また、夜更けと共に一段と明るくなる球場を見ることで、普段の都会生活では味わえない、ナイターそのものが持つ非日常的な魅力を指摘している。

<観客に見る「ミーハー」女性ファンの萌芽>

さきに述べたように、アベックと同様に1958（昭和33）年以前にはあまり見られなかつ

た「ミーハー」女性ファンたちが目立つようになった。1980年代のアイドル選手ブームの萌芽とも言える当時の「ミーハー」女性ファンとはどのような人たちだったのだろうか。

当時の川崎球場は「熱狂的なファンで有名」だったが、「カン声、野次のなかに黄色い声援もはじらいなく乱れと」んでいた。記者席に入り込んだ女性たちは「あたりはばかり『長嶋さーん』『難波さんしっかり』『秋山、アキヤマ』とざわついて係員を苦笑させていた」という。また、試合終了とともにアベックが球場をあとにする一方で、「ミーハー」女性ファンたちは「選手たちが残っているベンチへ行って、サインを求めるやら、からだにさわってみるなどしてみたり、選手控室の辺りでは「出入りする選手たちを目ざしてうろうろ」していた。このような状況について、球場事務所は「まるで劇場の入口なみですよ。こんなことは昨年まではほとんどなかった現象です。たまにアベックが見にくくらいで全くなんと申しましょうか。おどろいています」と語っている。また、野球連盟も同様に「どんな少ないときでも女性観客は全体の二、三割を占めている」と述べる。このことから、1958（昭和33）年以前とは球場の様子が様変わりしていることがわかる。

＜アベック以外のナイター観戦＞

また、関西の西宮球場では「昨年も女性ファンはいたけど、今年の比ではない。女性ばかりでやってくるというのは、大きな特長でしょう」と球場側が述べるように、アベックだけでなく、女性同士で来場して「ぎゃあぎゃあさわ」ぐ女性が同年から目立ち始めたようだ。

そしてこの頃から増え始めた若い女性ファンたちの行動は、男性ファンのそれとは全く異なる。当時増えつつあった女性ファンたちから野球連盟に送られてくる電話や手紙の内容は「選手の住所や電話番号をたずねる」ものが多く、何とかして選手とコミュニケーションを取りたいという願望がうかがえる。また、巨人対中日戦の際に審判のジャッジをめぐってファンが選手に石を投げる事件があったが、それを受けた女性ファンたちによる投書の大半は「今後は巨人は中日球場で試合しないようにしてもらいたい。好きな選手がケガをすると困る」というものだった。プロ野球選手は野球の試合に出場して結果を出すことで生計を立てているにもかかわらず、彼女たちにとって野球選手はケガをされてもらっては困る“アイドル”のようなものと化していた。さらに、当時の女性ファンの大部分は「よわいチームを応援」していたという。例えば、巨人の別所が好投して阪神を完封した出来事があったが、このとき女性ファンたちは代打で出場したものの三振に終わってしまった阪神の藤村に注目した。「別所が藤尾捕手ににっこり笑」いかけて、藤村が「かつての猛将の面影もなく、しょんぼりベンチへひき上げた」光景を目の当たりにして、別所に非難を浴びせかけたのだ。その内容は「笑うとは何ごとだ。同じように選手として藤村の胸中をくんでやれないのか」といったものであり、「スタンドにも藤村選手に同情して、涙をおさえる女性が、かなりみられた」という。男性ファンがこのように選手を眼差すことは考えにくい。試合の勝敗や選手の成績といったことよりも、選手の表情やグラウンド内外

での言動などをつぶさに観察することが彼女たちにとってはより重要なことのようにだ。

それでは、このような女性たちはナイターのどのようなところに魅力を感じ、どのような目的で球場へ通っていたのだろうか。

新宿の I デパートに勤める女性（24）は「どんなに忙しくても、ジャイアンツが出る試合は絶対に見に行く。（中略）誰が好きっていうことはないの。誰でも好きよ。そりゃあ独身の選手に余計応援する友だちもいますけど、一緒になろうなんて夢はもたないわ。選手ってナイターになるとみんな美男子ね」と述べ、野球選手を結婚相手として魅力的でありながらも遠い理想の存在として位置づけている。

男友達に誘われたことがきっかけでナイターに夢中になっていく女性もいる。駒沢球場で東映対西鉄戦を観戦していた銀行員女性（23）は「私が野球を見たのは昨夕がはじめてです。男の友達につれてきてもらったの。土橋すごかったわ（中略）そんなことからかしら、断然ナイターを好きになったんです。それで今日は、本当いうと映画に行くはずだったんですが、友だちをさそってまた、ナイターにきたの。今日は土橋出ないんですね。つまないわ」と語っているが、プロの試合で完投投手が 2 日連続で登板することは常識的に考えられないため、基本的な野球のルールは知らないことがわかる。当日彼女は 2 人の女友達と観戦していたが、その 1 人が「まるっきりルールは知らないけど、ナイターの雰囲気って楽しいものですね」と語るように、それまでナイターに来たことがなかった層が徐々に球場に増え始めていた。

このようにこれまで全く野球に関わりのなかった女性たちが観戦に来始めた一方で、「戦後神宮球場で活躍した六大学のスター・プレイヤー」の追っかけの延長でプロ野球の球場へ足を運ぶ女性たちもいた。御茶の水文化学院の K（20）は同年にプロ入りした長嶋の大ファンであり、「長嶋が立大（立教大学・筆者注）時代は神宮球場に通いつめた」ほどである。ほかにも「すてきだわ。男らしくて、スマートで。一度でいいから会ってお話ししてみたい」と語る、銀座 S 喫茶店に通う M 子（21）のように、選手に入れ込む女性は増えていたようだ。

<ファッションとしてのナイター>

そして、当時の女性たちにとって、ナイターを見に行くということは、ある種の「ファッション」と捉えられていた面もある。元プロ野球選手の父を持つ女優の荻田とよみは「わたしは絶対ナイターしか見ないの。涼しいという点ではもちろんだけどゲームそのものがきれいじゃない」と述べ、あるファッション・モデルも「私は絶対にナイターしかみないの。なぜなら日焼けしないから」と同様の内容を語る。時代のアイコンである女優やファッション・モデルといった女性たちが次々と「ナイター好き」を公言していたのだ。記事の中では、当時はナイターを見に行くことは“おしゃれ”であり、『わたし、ナイター・ファンよ』ということが、近代女性のアクセサリともなっているムキもあるらしい」とあ

る。

また、これらの女性たちの態度は、さきにも述べたが男性たちのそれとはかなり異なる。W大を出て保険会社に勤めるIさん(27・男性)は「真剣に自分の人生を考えるのが、こわいんですね。安いサラリー、住宅難、生活苦、こんな現状で将来の設計とか希望を抱くにしては、あまりに実現性が乏しい状態です。だから考えないでたのしめるものを求める。麻雀とか酒、そしてナイトーなどです」と述べ、現実逃避の一手段としてギャンブル・飲酒・ナイトーを等価なものとして並べている。有名大学を出て保険会社に勤め、一見エリートコースをたどっているように見えるIさんでも、当時の「安いサラリー、住宅難、生活苦」は重くのしかかっていた。一方の女性たちは、デートの雰囲気を楽しんだり、目当ての選手に熱狂したり、ファッションとしてナイトーを消費したりと、男性に比べると随分無邪気にナイトーを楽しんでいる。また、アベック女性とは別に、誌面上に「ミーハー」ファンとして登場する女性たちは、銀行員や新宿のIデパート、御茶の水文化学院などに所属する、いわゆる“エリート”だ。先ほど「ビジネス・ガール」という言葉が登場したが、これは当時の働く若い女性たちを指す和製英語である。略してBGと呼ばれたこの言葉は、1963(昭和38)年の『女性自身』誌上において、「OL(オフィス・レディ)」に取って替わられている。²また、翌年にはOLは流行語にも選ばれている。このような言葉が生まれた背景として、「昭和三〇年代に、未婚女子労働市場が成立したことが」あり、「それまでの女性は結婚していれば働いておらず、働いていれば未婚か離婚か死別かのいずれかの理由で結婚の外にいた」³のである。かつては「職業野球」と同様に、「職業婦人」という蔑称が存在し、そこには自身で生計を立てなければならない女性への憐憫の意が込められていた。結婚するまで企業で働く若い未婚女性たちを表す別称として生まれたBLやOLといった言葉に含まれるのが、先に述べたようなナイトーに来ていた女性たちだ。そこには憐憫を伴うどころか、経済的ゆとりを得たことで積極的に消費活動を行う女性たちの姿が見てとれる。また、1955(昭和30)年には、経済審議会民生雇用部会で「婦人よ家庭に帰れ」という意見発表がなされており、これは裏を返せば働く女性たちが社会に進出していったことを表す。実際に1957(昭和32)年には働く女性の数が560万人になり、全労働者の3分の1を占めるにいたっている。⁴つまり、この時期に増加していった働く若い女性たちは、同時に働くということを前向きに捉えていくようになった世代でもある。消費活動にも積極的になっていく女性たちの消費の一形態として、ナイトーが入り込んだ形になる。そして、ここに登場する女性たち全員が成人していることなどは、女子中高生などの十代が目立つ1980年代の「ミーハー」ファンたちとは大きく異なる。1958(昭和33)年のナイトーの試合に、十代女性たちが観戦に来ることはほとんどなかった。

それでは、この1958(昭和33)年のナイトー・ブームのような現象はなぜ起こったのだろうか。『増補新版現代世相風俗史年表1945-2008』⁵によると、この年は「東京六大学(立教)八本塁打の記録を作った長嶋茂雄が契約金一八〇〇万円のゴールドデンルーキーとし

て巨人軍に入団」した年であり、「川上の不動の四番の座を奪い」、「広島戦で一塁ベース踏み忘れの『幻のホームラン事件』(9/19) など派手に話題を提供し」、「本塁打王(二九本)、打点王(九二点)、の二冠で新人王に輝く」など「プロ野球は新しい時代を迎える」こととなった。ほかにも、王貞治の巨人入団決定や、日本シリーズ終了後に「“打撃の神様”川上哲治」の引退表明、国鉄スワローズの金田正一による連続無失点記録の塗り替え、日本シリーズにおける西鉄の稲尾の活躍による逆転優勝など、巨人を中心にプロ野球全体が盛り上がった年でもあった。⁶また、『週刊サンケイ』1958(昭和33)年7月27日号の「華やかなるナイター—映画スタア野球大会—」⁷では、「東京の駒沢球場で恒例の映画スタア紅白野球大会が開かれた」とある。そこでは、日活の石原裕次郎や大映の菅原謙二などが活躍して「ファン約二万は一投一打に大騒ぎ」だった。そこに掲載されている写真には、超満員のスタンドを埋める多くの女性の姿が見られる。そして、1957(昭和32)年に大映スターズと毎日オリオンズが合併して大毎オリオンズになったことで、翌年からはセ・パ両リーグともに6球団制で開幕し、文字通りプロ野球は新たなスタートを切っている。

<自由恋愛と結婚・家族観の変化>

また、日付が多少前後してしまうが、このナイター・ブーム現象を考える上で重要なのが、1958~59年の間に起こった「ミッチー・ブーム」、「御成婚ブーム」だ。1958(昭和33)年11月27日は皇太子明仁の伴侶が正式決定し、その翌年に2人は結婚している。そして、「若いロイヤル・カップルの誕生は世を大いに沸かせ、メディア報道が過熱した」(石田：2009)。⁸日本中が注目した理由の1つに、皇太子妃が皇室関係者ではない民間の女性から選ばれたことがある。また、2人が結婚にいたるまでの過程も大いにメディアに報道された。「当時、メディアがさかんに称揚した点に『恋愛結婚』があった」が、世間では「民間企業の日清製粉社の社長の長女である『平民』の女性と、皇太子が軽井沢のテニス・コートで出会い、愛を育んでいったという物語が話題となった。未来の天皇ですら恋愛し、自分で結婚相手を選ぶ時代の到来であるとして、皇太子夫妻と同世代の若い男女がこの結婚を歓迎した」。⁹当時はまだお見合い結婚が一般的であったが、皇太子夫妻の恋愛結婚の物語は若い男女に新しい結婚・家族観をもたらした。2人がテニス・コートというスポーツの場で出会ったこともあり、テニスブームが起きている。したがって、同じスポーツの場であるナイター観戦のブームも続いていったことが予想できる。

また、1956(昭和31)年は石原慎太郎原作の日活映画『太陽の季節』が公開され、アロハシャツやサングラスを着用して夏の浜辺を歩き回る新しい時代の若者を指す「太陽族」という言葉が流行語に選ばれている。『太陽の季節』では「実体主義的な求愛の様式をとっており、それは「典型的に『リアリティ』の時代の身体技法であった」。¹⁰これらのことが、若者たちが恋愛に対して解放的になっていく契機となっていたことが考えられる。

そして、石田によると、「一九五五年から六〇年代の前半、つまり『昭和三〇年代』とは、高度経済成長期にあたり、日本社会が大きく変わっていった時期」であるが、それは同時

に「雑誌メディアの多様化の時代」であり、「若い女性」という新しい読者像が発見された時代であった。¹¹それは今日まで続く「若い女性とファッションを結びつけた」「オシャレ」な雑誌が誕生していった時代であった。¹²本論文でも後に取り上げる『女性自身』や『女性セブン』なども、それぞれ 1958（昭和 33）年、1963（昭和 38）年に創刊されている。『女性自身』（光文社）は『Ladie's Own』との英語の誌名を持っていた。昭和三十八年創刊の『女性セブン』（小学館）は、当時会社勤めの若い女性たちのライフスタイルが一週間単位（つまり七日）のスケジュールであることから名づけられた」とあるように、両誌ともに「若い女性」を意識していることがわかる。¹³1970 年代後半から 80 年代前半にかけて、両誌でプロ野球特集が組まれるが、そこで対象となっていた読者は、ここで言う「働く若い女性たち」だったのである。だが、ここで対象となっている「働く若い女性たち」の実態をどれだけ女性誌が反映していたかということについては慎重にならなければならない。流行に敏感な彼女たちにとって、プロ野球も所詮時代とともに多様化していった消費活動の 1 つに過ぎないのである。

＜ラジオからテレビへ＞

次に、当時の女性ファンの様相をメディアの視点から眺めてみたい。戦後以降は、ラジオに変わってテレビがプロ野球人気を後押しするための重要なメディアとなっていく。鶴飼ら（2000）に掲載されている「野球関連年表」¹⁴を参照すると、ラジオの受信契約が 1000 万世帯を突破した 1952（昭和 27）年の翌年の 1953（昭和 28）年に NHK 東京と日本テレビの放送が始まり、プロ野球のナイター中継も開始された。1958（昭和 33）年にはテレビ受信契約数は 100 万人、1962（昭和 37）年には 1000 万人を突破し、普及率は 48.5%にまで上がった。1958（昭和 33）年は東京タワーが完成し、翌年の 1959（昭和 34）年には皇太子夫妻の御成婚パレードがテレビ中継されたこともあり、テレビ普及に大きく貢献した。そして、1958（昭和 33）年には長嶋が、翌 1959（昭和 34）年には王がそれぞれ巨人に入団しているが、この頃から家庭の女性たちもテレビを通してプロ野球を見るようになっていった。馬立（1961）でも「テレビの発達で、戦前連盟が努力してもむくいらなかった女性ファンの引き出しに成功した」¹⁵とある。そこで紹介されている主婦は、「テレビが入るまで野球にはまるで興味がありませんでした。それが二年ほど前にテレビを買ってからというもの、主人も子供も野球好きなものですから、時間がくるとほかにみたい番組があっても全然みせてくれないんです。仕方なしに画面をみながら子供の説明をきいているうちに…ってわけ。一度わかりはじめると面白くなって、最近では主人や子供やみられないときは代りにみておいて、きょうはこうだったわよなんて話してあげることもたびたびです」¹⁶と述べている。もちろん全ての主婦がこのようにプロ野球に興味を持っていたわけではないが、テレビが普及する以前よりは女性がプロ野球に接するための間口が広がったことは間違いないだろう。また、1963（昭和 38）年には「巨人・大鵬・卵焼き」や「ON 砲」が流行語になるなど、メディアを通してプロ野球の話題が全国的に広がっていったの

である。

<女性誌のプロ野球特集>

しかし、それから約 15 年ほどの間は、新聞や雑誌等において女性ファンに関する目立った記事はほとんど見られなかった。この時期は巨人 V9 時代（1965 - 1973）を含むため、巨人戦を中心にセ・リーグの観客動員数が急増していく年である（図 1 参照）。一方で、パ・リーグは 1963（昭和 38）時点と 1977（昭和 52）年時点の観客動員数にほとんど差がない（図 1 参照）。ここで女性ファン層が急速に拡大したり、新しい女性ファンたちが進出したとは考えにくいから、従来の男性ファンたちや家族連れなどが球場へ駆けつけたと考えるのが自然であろう。

次に女性ファンに関する特徴的な記事が登場するのは、巨人の王が通算本塁打（756 本）の世界記録を塗り替える 1977（昭和 52）年になってからだ。その年の『女性自身』（光文社・1958 年創刊）6 月 30 日号で「女のこのためのプロ野球 BOOK」という特集が組まれている。¹⁷そこでの煽り文句は「“スポ観派”の女のこたち』をクレージーにさせているプロ野球ブームにキミも参加してみよう」であり、当時女性たちの間でプロ野球を見ることがブームの 1 つになっているということが前提になっている。そこで注目されている選手や、プロ野球の楽しみ方とはどのようなものだったのだろうか。

「“このチーム” “この人！”と決めたら、あとはアツイ声援を送ってあげよう。『キャーッ』という謳い文句がある記事の見出しは「まずキミの感度にピッピッとくるチームを 1 つ選んでファンになろう！」であるが、実際に出てくるのは人気選手の顔写真である。これをきっかけに女性がチームについて能動的に情報を集めることは考えにくいから、ここに掲載されている選手や監督たちが応援するチームを決める判断材料になることは想像に難くない。¹⁸当時の選手の年棒は「最高の王貞治の 6,480 万円から 2 軍選手の 180 万まで」の幅があり、「平均すると約 600 万円」ほどだった。厚生労働省による「賃金構造基本統計調査」を参照すると、1977（昭和 52）年時点では最も平均所得の高い 40～44 歳でも約 250～300 万円ほどであり、プロ野球選手は一般のサラリーマンの平均所得の約 2 倍の賃金を得ていた。人気面でも経済面でも魅力的な存在として、プロ野球選手は位置づけられていたと言える。

また、ほかにも「独身・美男子プレイヤー名鑑」という記事がある。これは各球団のおすすめ選手を『女性自身』編集部が独断で選出したものだ。「誰か 1 人にクレージーになって熱烈な励ましの手紙を書こう」というフレーズとともに、選手の「アドレス（住所・筆者注）」が記載されている。そこに記載されている選手の一言紹介文も「九州男子なのでマユゲが濃くてクチビルが厚い（北別府学・広島・20）」や、「ヒゲのくせに気が弱い（木下富雄・広島・26）」、「パリーグの美男子ナンバーワンだぞ（島本講平・近鉄・25）」、「陽気な男でクヨクヨしないが、忘れ物の名人で長島監督も負けそう（田尾安志・中日・23）」など、選手の容姿や性格に触れているものがほとんどだ。そこには、野球選手としての技量

をアピールするような記述はほとんど見られない。また、ほとんどが二十代の若手選手で占められており、女性読者が一見しただけに興味を持ちやすい誌面作りになっている。

このような記事内容から、女性は容姿端麗な自分だけの選手を見つけ、それを熱烈に応援するという「ミーハー」なスタイルで野球を楽しむことが前提になっていることがわかる。さらに、記事中には野球についての用語解説やルール説明などはほとんど出てこない。その代わりに、後樂園球場のビールが 300 円であるとか、貸し座布団が 200 円であるといった実際に観戦する際に役立つ豆知識のような情報が目立つ。つまり、ルールを知らなくても好きな選手を見つけることさえできたら、女性たちはプロ野球を楽しめるという暗黙の前提が存在している。そして、この記事は女性読者へ球場での観戦を促している。

<女性が見るプロ野球番組>

『女性自身』でプロ野球特集が組まれた前年の 1976 (昭和 51) には、フジテレビで『(第 2 次) プロ野球ニュース』の放送が開始された。¹⁹この番組は夜 11 時台にセ・パ両リーグの試合をダイジェストで解説し、放送するものであった。それまでのセ・リーグ、さらに言えば巨人偏重だったプロ野球の番組とは異なり、12 球団の試合を公平に扱うとともに、試合を決めた場面をダイジェストで見ることができるので、長時間掛かる野球の試合を最後まで見守る必要がなくなった。また、オフシーズンでも「ふるさと紹介」や「選手紹介」などのコーナーを設け、選手のプレー以外の部分にも焦点が当てられていたため、女性ファンが増えるきっかけともなっていた。²⁰実際に『プロ野球 ai』誌上においても、『プロ野球ニュース』を欠かさず見ているといった言葉がしばしば登場している。コアな女性ファンにとっては、この番組が選手の試合内外での情報に接するための重要な情報源の 1 つだったのである。

さらにフジテレビはこの番組のために全試合をビデオに収めていたが、このビデオを編集することで『プロ野球珍プレー・好プレー大賞』という番組も制作した。後述するように、アイドル選手ブームの時代において、女性ファンたちはこの番組を通して「面白さ」や「個性」をアピールする選手のファンになっていくこともあった。

<注と参考文献―第 2 章第 1 節第 2 項>

第3章 1980年代～1990年代前半 アイドル選手ブームの時代

1. プロ野球選手のアイドル化現象の始まり

今日プロ野球の試合を若い女性が観戦していても何ら不思議はないが、女性たちがプロ野球に参入してくる過程において、「プロ野球選手のアイドル化」という現象があった。今でも各球団の若手実力派選手は女性たちの人気を集めているが、1980年代から1990年代前半にかけてのそれは特に「アイドル選手ブーム」と呼ぶべきほどの盛り上がりを見せていた。

<ジャニーズ系アイドルを基盤とするアイドルブーム>

1980年代前半は、女子中高生を中心とする若い女性たちがジャニーズ事務所の男性アイドルに熱狂していた時代でもある。1979（昭和54）年にはテレビドラマ「3年B組金八先生」に出演した田原俊彦、野村義男、近藤真彦が「たのきんトリオ」と呼ばれ、人気を博していた。1980年代前半の新聞記事を見ると、彼らを始めとする男性アイドルのイベントに若い女性ファンが殺到し、怪我人を出すほどの事故が何度か起きていたことがわかる。1980（昭和55）年7月28日の『朝日新聞』¹には、日比谷野外音楽堂で開かれたコンサートに出演したたのきんトリオや川崎麻世らに殺到した女子中高生たちが将棋倒しになり、十人以上が負傷した出来事が報じられている。翌1981（昭和56）年²にも同じく田原俊彦コンサートで押し合いになった女子中高生2人が怪我を負い、1983（58）年³も甲子園球場で開かれた「第八回ABCヤングアイドル野球大会」でシブがき隊らを目当てに殺到した女性ファン数百人が将棋倒しとなり、うち重体となった女子高生は死亡している。同日の記事を確認すると、当時同様の事故がほかにも数件ほど起きていることがわかる。⁴

つまり、当時は女子中高生たちにとって、ジャニーズを始めとする男性アイドルの追っかけブームとでも言える時代だった。そして、その対象がやがてプロ野球選手に向かって行くことになる。後述するように、プロ野球選手を追いかける女子中高生も、カメラとサイン色紙片手に目当ての選手めがけて球場の金網に群がることがしばしばあった。だが、プロ野球のアイドル選手ブームの担い手の中には、成人した女性たちも少なくない。彼女たちの中には、勤めている会社の野球チームの応援をきっかけにプロ野球に興味を持った者も少なくない。アイドル選手ブームを牽引していた女性たちの実態については後出する雑誌『プロ野球 ai』などを用いて明らかにしていく。

<注と参考文献―第3章第1節>

2. 「働く女性」という市場

雑誌・新聞記事等に表象されている女性ファンたちを見る前に、そもそも 1980 年代においてプロ野球を積極的に消費していく女性たちとはどのような人々であったのかを考察したい。そこで女性たちはプロ野球やプロ野球選手に何を求め、その背景にはどのような時代状況があったのだろうか。

先に述べたように、1980 年代のアイドル選手ブームの担い手には、それ以前とは異なり、女子中高生を中心とする十代の女性たちが目立つようになっていく。しかし、後述するように、一方で働く女性たちも様々な雑誌に登場し、球場へ行く回数は女子中高生よりもむしろ多くなっている。両者は経済面や消費行動の面で異なる存在と考えられるため、ここでは両者を分けて考えたい。そして特に、当時女性の社会進出が進む中で増加していった「働く女性」たちを取り上げていきたい。

永嶋によると、1970 年代後半から「女性の自立や社会進出が女性誌で盛んに話題にされ始め」¹ていた。本論文においても「OL」という言葉や女性誌の創刊ブームなどが 1960 年代に起こったことを先述したが、実際に女性の高学歴化と晩婚化は 1980 年代頃から急速に進んでいく。²文部科学省の「学校基本調査」によると、女性の大学進学率（短大含む）は、1970（昭和 45）年の 17.7%から 1980（昭和 55）年には 33.3%に増加し、平均初婚年齢は 24.2 歳から 25.2 歳に増加している。また、総務省「国勢調査」によると、20～34 歳までの女性未婚率も増加の一途を辿っている。つまり、1980 年代頃から「高学歴で経済的にゆとりのある未婚女性」が増えてきている。後に『プロ野球 ai』誌上にも神戸製鋼所や熊谷組、印刷所などに勤める OL が登場する。そして、そのうちの 1 人が「ボーイフレンドよりプロ野球」と語っていたことに象徴されるように、20 代の独身 OL 生活をプロ野球の追っかけに捧げる者も少なくない。1991（平成 3）年には「結婚しないかもしれない症候群」が流行語となったが、現実の恋愛よりも男性アイドルやプロ野球選手のような理想の存在を追い求める女性たちが一定数いたのである。

女子中高生を中心とする十代の少女たちの当時の状況については、詳細な統計データ等を見つけることが難しい。したがって、新聞記事や雑誌上の読者投稿欄などの意見を拾い上げながら、当時の少女たちの様子を明らかにしていきたい。

<注と参考文献―第 3 章第 2 節>

3. 男性誌と女性誌に見る「ミーハー」女性たち

1980（昭和 55）年 5 月 22 日号『週刊現代』では、「おんな野球狂の『ウッタァ』」と題する記事において、プロ野球場に急増し始めた若い女性ファンたちの写真を収めた特集が掲載されている。¹日本ハムの営業部次長の八橋弥は「10 年ほど前には 100 人中多くても 5 人いればいいほうだった女性の観客も、ここ 2～3 年の間に 10 人に 2 人ぐらいの割にふえました。私どももおどろいています。中学・高校生は旗を振ったり、ユニフォームを着たりして賑やかですが、大学生、OL となるとそれほどでもない。2 人連れもまあ大人しいほうですが、子供連れのお母さん、けっこうハシヤギますね」と語っているように、この頃から以前とは異なる女性ファンたちがプロ野球の世界に「大量進出」してきた。1980（昭和 55）年以前と異なるのは、女性たちの年齢だ。かつては成人女性が大半を占めていたが、写真を見るとデイゲーム・ナイターゲームにかかわらず、十代の若い女性たちが目立っており、高校生もいる。これは以前なら見られなかった光景だ。

また、そこに写っている女性たちはミニスカートや短パン、ユニフォームなどに身を包み、私設応援団の中で熱心に応援をしたり、旗を振ったりしている。中には上段席で抱擁するアベックもいるが、それは少数であり、グラウンドに近い席から順番に埋まっていることが確認できる。さらに、このアベックがいる後樂園球場では当日日本ハムと千葉ロッテの試合が行われていたが、巨人戦の時のように超満員になることはなく、まだセ・リーグ、中でも巨人の人气が群を抜いていた頃だったようだ。

女性たちの言葉も「江本さんてあの脚が長いのがカッコイイのよね。でも、掛布さんもステキ。足をケガしちゃって、スッゴクかわいそう」のように、選手をアイドル化しているものが多い。また、男性誌ならではの女性のスカートの中を狙った際どいショットが多く、野球を見に来るようになった女性たちも、誌面上では未だに「見られる客体」であった。やはり、プロ野球場という場においては、まだ女性は目新しく映るようだ。

また、男性誌だけではなく、女性誌においてもプロ野球の女性人気が高まってきたことが示されている。『女性セブン』（小学館・1963 年創刊）では 1981（昭和 56）年と 1982（昭和 57）年の 2 年連続でプロ野球の特集が組まれており、どちらも開幕直前のものだ。1981（昭和 56）年 3 月 19 日号では「ワイワイタウン プロ野球おもしろ読本」と称する記事があり、一般公募から選ばれた「WAI-WAI GAL」という 20 歳前後の女学生・OL たち 4 人による球団や選手への取材や、編集部取材記事によって構成されている。²ここでは新人王候補となっている巨人の原や、「人気急上昇中のパ・リーグ」からは特に西武ライオンズが取り上げられている。その中には選手の顔写真が並ぶ「WAI-WAI GAL 選定 輝け！顔で選んだベスト 9」や、プロ野球選手の妻のパターンを類型化し、イラスト付きでその全身像を紹介する「野球選手の妻になる方法」など、男性誌ではまず見られない内容も並ぶ。また、「ロッテレディース友の会」というプロ野球界初の女性限定のファンクラブもこの頃に創設されている。

翌年の 1982（昭和 57）年 4 月 1 日号では引き続き「WAI-WAI TOWN」のコーナーで「さ

あ開幕！プロ野球「素朴な疑問」新聞」と題する記事が掲載されている。³読者からの質問に野球評論家の豊田泰光が答える Q&A 形式になっており、そこには「作夏、甲子園をわかせた金村クンの大ファンです。新人王はとれるのでしょうか？」、「いばっているイメージがある広岡監督は、現役のころ、どんな選手だったの？」「かつての甲子園のヒーロー、太田幸司クンや酒井圭一クンはどうしているの？」、「デッドボールってどんな痛さなの？」など、見出し通り「素朴な疑問」が寄せられている。

さきに述べた 1977（昭和 52）年の『女性自身』では野球を全く知らなかった女性読者を想定していたが、今挙げた『女性セブン』の記事では既にプロ野球を見ている女性が想定読者となっている。男性誌で「見られる客体」として表象されていた女性たちは、女性誌においては積極的にプロ野球を消費するための情報を提供されていたのだ。

また、山口（2012）も「昔は野球でも相撲でも芝居でも、ひいきにする客の方がリッチで、一方はハングリーだった。いまや大逆転ですからね。技はつたないけれど、いい体して、お金たくさんもらってて、むしろギャルの方から仰ぎ見られる存在というのが現代ですよ。むしろ旦那持ちでなくなったのは、いい時代だとは思いますがね。（中略）十年くらい前までは、息をひそめて試合のシーンを見つめたものでしょう。（中略）それが、いまはまるで変わった。不作法というか、試合の間中ドンチャカ、ドンチャカとね（笑）。野球を知らぬギャルまで観客層に含むことは、それだけファンの底辺が広がったといえるかもしれないけどねぇ」⁴と述べるように、1980 年代後半には球場に「ギャル」がいる風景が日常化し、ファン層の拡大によって応援席の風景も変化していった。

プロ野球選手のアイドル化については新聞記事や週刊誌などで 1970 年代後半頃から盛んに取り上げられるようになった。1989 年 8 月 4 日の『朝日新聞』⁵の記事において、スポーツライターの玉木とフリーライターの京塚は、それぞれ野球のアイドル選手ブームについて、野球と女性ファンの変遷の観点から言及している。玉木は野球が女性人気を獲得していく過程を 4 段階に分け、それぞれ 1924（大正 13）年に現在のアルプススタンドを除く内野席に鉄傘のついた甲子園球場が開設され、日焼けを気にする女性たちを集客し始めた中等野球時代、敗戦直後の大下弘ブーム、1970 年前後の太田幸司ブーム、そして当時の 1980 年代後半のアイドル選手ブームとした。また、京塚は 1975（昭和 50）年の定岡正二のプロ入りがブームの発端であり、「男の世界に女が入っていくという部分で女性の社会進出とどこかで連動して」と述べる。

しかし前述したように、1958（昭和 33）年の川崎球場では早くも目当ての選手に接触したり出待ちをする「ミーハー族」と称される若い女性たちが存在していた。玉木が指摘する大下弘ブームと太田幸司ブームの間、京塚が指摘する定岡のプロ入り前のことである。そこで女性たちが大声で叫んでいたのは同年にデビューした長嶋茂雄、難波昭二郎、1956（昭和 31）年にプロ入りして新人王を獲得した 22 歳の秋山登といった選手の名前だった。⁶総じて人気があったのは、デビューして間がなく、若くて実力がある選手だった。

＜注と参考文献―第3章第3節＞

4. 『プロ野球 ai』の創刊とアイドル選手ブーム

4-1. 女性向けプロ野球情報誌『プロ野球 ai』創刊の経緯

<新しいスポーツ情報誌>

アイドル選手ブームが盛り上がりを見せていた1988（昭和63）年に日刊スポーツ出版社から若い女性向けプロ野球情報誌『プロ野球 ai』が創刊された。本誌は、従来のスポーツ雑誌とは一線を画する存在であった。まずは、作り手側の視点から『プロ野球 ai』の特徴を見ていきたい。日刊スポーツ出版社は1964（昭和39）年10月に設立され、社員は男性11名、女性4名の計15名だった。代表取締役は矢久保双雄、取締役は田中満繁（後の編集長）、中出水勲（後の編集長）、川田博美である。¹会社を取り仕切っていたのは主に男性だが、実際の現場における取材を行ったり、誌面に登場したりするのはほとんどが女性社員であった。そして、女性ならではの「ミーハー」な視点による誌面作りがその特徴の1つとなっている。日刊スポーツ新聞社によると、日刊スポーツの出版事業は1947（昭和22）年の『週刊スポーツ・ジャーナル』から始まった。²そして、社長の川田が個人的に出資していた出版社「(株) スポーツライフ・パブリッシング」が1967年（昭和42）年に称号を「(株) 日刊スポーツ出版社と改め」た。そして、「第1号出版物はかつて新聞社が出した『あなたのゴルフを』（小松原三夫著）の改訂版で」売り出しは好評であった。そこから現在のようにプロ野球・Jリーグの選手名鑑、もしくはそれらの女性向け情報誌などを発行するようになるまで、2つの転機があった。1つ目は1974（昭和49）年の長嶋茂雄特集『栄光の17年』が18万部の大ヒットである。従来のサラリーマン向けゴルフ技術解説書やギャンブル必勝法のような内容から「スター選手の足跡をつづった『栄光〜』への路線変更が功を奏し、読者層が広がっていった。そして2つ目が、1976（昭和51）年8月に東海大相模の原辰徳を特集した『甲子園の星大会号』の出版だ。原の「アップ写真、直筆サインを使い『高野連から抗議が来るのでは』と思われるほど当時としては大胆な内容だった」。本誌は『輝け甲子園の星』と改称されて今なお発行され続けており、本論文で取り上げた『プロ野球 ai』やJリーグファンの女性向け情報誌『サッカーai』（日刊スポーツ出版社・1991年創刊。現在はマガジン・マガジンより発行）の創刊にいたるまでの先駆ける媒体となった。

『プロ野球 ai』は創刊当初の1988（昭和63）年時は季刊誌であったが、25万部（公称）だった部数が30万部（公称）に伸びたこともあり、翌年からは隔月発行となった。出版不況で各雑誌が廃刊に追い込まれている現在でも隔月で発行され続けていることから、その人気がうかがえる。従来の野球雑誌は専門的な技術論やペナントレースの勝敗に焦点が当てられていたが、本誌はそれらと全く特徴を異にしていた。『朝日新聞』（1989年8月4日）³の記事では「写真をふんだんに使い、選手の人柄を引き出すインタビュー記事や、趣味、服装など私生活を紹介する記事が中心」とであると紹介されている。

<『プロ野球 ai』の前身>

だが、『プロ野球 ai』の前には 1981（昭和 56）年にベースボール・マガジン社から『JAMJAM 野球界』という女性向けプロ野球情報誌が既に発売されていた。創刊号の巻頭言には社長の池田恒雄が、戦前唯一の野球専門誌であった『野球界』は潰れてしまったが、時代に合わせた新たなスタートとして本誌を創刊する旨が記されている。京塚（1985）には「『月刊ジャイアンツ』と『JAMJAM 野球界』はミーハーの味方」⁴とある。つまりこれはアイドル選手ブームの流行に合わせて創刊したという意味に取れる。しかし、後述するように本誌は 1985（昭和 60）年には廃刊に至った。今なお発刊され続ける『プロ野球 ai』と『JAMJAM 野球界』にはどのような違いがあったのだろうか。まずはその誌面内容がどのようなものだったのかを見ていきたい。

『JAMJAM 野球界』創刊号では、1976（昭和 51）年に甲子園のアイドルとして注目を浴びた原辰徳が私服姿で 1 人表紙を飾っている。また、記事の内容も公募で選定されたファンと人気選手とのデートを編集部がレポートする「1 日デート」、プロ野球好きの若い女性が好きなチームや選手について熱く語る「A DAY OF A BASEBALL GAL」、ファンに電話取材をして好きな選手への思いを語ってもらったり、プロ野球に対して意見をもらう「Voice Recordary」、ファンが自身で撮ったベストショットを投稿する「私の撮ったこの 1 枚」、そのほか「占い」コーナー、選手を漫画タッチで描く「イラスト投稿」欄、「野球大好きギャルたち」のためのファッショングラビアなど、特定の選手をフォーカスし、読者投稿が盛んであることが特徴だった。また、雑誌全体でイラストが多用されていたり、ポップでカラフルなレイアウトやくだけた文体が多く、野球のルールがわからない女性でも気軽にプロ野球の情報に接することが可能になっていた。

1981（昭和 56）年の 8 月号においては、以前中田良弘（当時阪神タイガース（以下・阪神）在籍）ファンを同誌にて公言した友人に、同選手のファンから脅迫状が送られてきたことについて、「不愉快な手紙はやめて！！」と苦言を呈する読者の投稿が掲載されていた。これはジャニーズ系アイドルのファン同士で好きなメンバーがかぶってしまった時にしばしば起こる「怪文書」の話に類似している。⁵つまり、彼女たちにとっては同じメンバーを好きになる女性は同じ価値観や趣味を共有する仲間ではなく、嫉妬心をぶつける矛先であり、煩わしい敵・ライバルのような存在なのだ。この時点においては、プロ野球選手を眼差す若い女性たちの視線は、ジャニーズ系アイドルのメンバーに向ける追っかけファンのそれと何ら変わらないものである。女性にとって、ひいきのプロ野球選手はジャニーズ事務所に所属する男性アイドルたちと同一化されているのだ。読者参加型企画や読者投稿欄を見ると、「高橋忍クン（20）」「堀内美公子クン（高 2・17・大阪市）」「蓮沼勝美（専門・19・千葉）」とあるように、女子高校生から 20 歳前後の専門学校生、短大生、OL などが主な読者であった。

上述したような『JAMJAM 野球界』の特徴は、別会社ではあるが、『プロ野球 ai』にも受け継がれている。カラフルでポップなフォントやハートマークなどを多様する独特の文体、女性記者中心の明るくミーハーな視点からの選手インタビュー、試合外での選手の姿

を収めた多くのスナップ写真を散りばめたアイドル雑誌のような誌面構成など、雑誌自体の特徴がかなり類似している。だが、『JAMJAM 野球界』が短命に終わってしまった理由を考えると、戦略面において『プロ野球 ai』との明確な違いが顕になってくる。まず、『JAMJAM 野球界』で主に取り上げられていたのは巨人を中心とするセ・リーグの選手たちだった。表紙を見ても、創刊号の原に始まり、2号は広島の高橋慶彦、3号は巨人の定岡正二であった。1982（昭和 57）年 5 月号で行われた人気選手読者投票ランキングにおいても、10 人中 9 人がセ・リーグの選手で、そのうち 5 人は巨人の選手だ。1981（昭和 56）年が原がプロ入りした年でもあり、巨人に注目が高まっていたが、翌 82（昭和 57）年には西武が初の日本一となり、1994（平成 6）年まで続く西武黄金時代が到来する。『JAMJAM 野球界』は、男女関係なく全国的に人気のあった巨人の選手を中心に引き上げ続けた。故に、チーム単位ではなく選手単位でプロ野球を見ている移り気な女性ファンの心を繋ぎ止めておくことができなくなったようだ。また、当時はまだプロ野球情報誌を購入して好きな選手を追いかけるという楽しみ方の経路がまだできていなかったのだろう。従来とは異なる新しい女性ファンを捉えて、新しいプロ野球の楽しみ方を提供して定着させることは本誌にはできなかった。1981（昭和 56）年というセ・リーグ主体の時代における女性向け野球雑誌の創刊は、時期尚早だったと言えるかもしれない。

それでは、『プロ野球 ai』はどのようにして新しい女性ファンを捉え、今日まで繋ぎ止めることができているのだろうか。『プロ野球 ai』は西武黄金時代の最中である 1988（昭和 63）年に創刊され、創刊号の表紙は西武の工藤公康であった。また、当時は女性たちの間では「パ高セ低」の傾向があると言われており、同誌もそれに合わせて日本ハムの西崎や近鉄の阿波野など、パ・リーグの選手を中心に引き上げた。後述するように、巨人の緒方耕一が長い間読者人気を博することもあったが、決して提供する情報は巨人一辺倒ではなかった。『JAMJAM 野球界』が、男女問わず人気のあった巨人を始めとするセ・リーグ中心の大衆受けする誌面構成だった一方で、『プロ野球 ai』はパ・リーグの様々な選手を引き上げることで、当時女性の嗜好に特化したニッチな誌面作りを行っていた。また、新聞や雑誌などの各媒体でアイドル選手ブームが引き上げられはじめた時期でもあり、カメラやサイン色紙片手に球場に駆けつける女性たちにとって、女性向けプロ野球情報誌を購入して好きな選手をチェックするということは、ごく自然な行動であったとも言える。自分だけのアイドルを探す女性たちにとって、『プロ野球 ai』はテレビや新聞などのセ・リーグ中心の媒体ではカバーしきれない貴重な情報を得るために欠かせないものとなっていたのである。

<注と参考文献―第 3 章第 4 節第 1 項>

4-2. プロ野球界に誕生した「女性誌」

それでは、『プロ野球 ai』はどのような特徴を持っていたのか。『プロ野球 ai』が画期的であったのは、その誌面構成や読者層などが従来のスポーツ情報誌とは大きく異なり、アイドル雑誌を中心とする女性誌と同等の存在として扱われていたことだ。例えば、それは表紙のレイアウトにも表れている。図 2 にあるように、その表紙は『Myojo』（集英社）などのアイドル雑誌を中心とする女性誌を連想させるレイアウトになっている。カラフルな表紙に各時代の人気選手の一枚絵が大写しにされているレイアウトがほとんどであるが、1998（平成 10）年 7 月号から同年 11 月号までの 3 冊などは細かい写真が散りばめられており、ジャニーズ系アイドル専門誌の『ポポロ』（1992 年創刊・麻布台出版社）や若手俳優情報誌の『JUNON』（主婦と生活社・1982 年に現在の内容にリニューアル）¹などの若い女性向け雑誌に酷似している。²

1989（平成 1）年時点で編集長であった町田秀夫（42）によると、「読者の中心は 17 歳前後」³であり、女性が中心であった。つまり、従来のスポーツ情報誌とは異なる新たな読者層を獲得していた故に、ライバル雑誌はスポーツ誌ではなく、むしろジャニーズ系アイドルや若手俳優の情報が載せられている『Myojo』、『ポポロ』、『JUNON』などの芸能雑誌だった。また、主な読者層や類似雑誌は前述した『JAMJAM 野球界』に類似していることもわかる。

また、作り手側に女性が多いのも本誌の特徴だ。新聞や大衆向け週刊誌を見た時、記事の書き手やカメラマンなどの作り手側はほぼ全員男性で占められているが、その対象がスポーツとなると、その傾向はさらに顕著になっていく。そんな中、『プロ野球 ai』1989（平成 1）年 5+6 月号⁴を見ると、本誌を統括する責任者として「編集コーディネーター鉄矢多美子」と記されている。鉄矢は硬式野球部でのマネージャー経験や、ロッテ・オリオンズでのウグイス嬢・広報担当経験があり、野球に造詣の深いスポーツライターである。スポーツ誌において女性が責任者として指揮を揮っているところは我が国ではほかにないだろう。⁵さらに、同月号の編集メンバーは、鉄矢を除いた 8 人のうち 3 人が女性であり、選手へのインタビュー取材や現場レポートなど、記事の執筆はほぼ全て女性が担当している。そこでの取材者側の態度は、ペナントレースの勝敗の行方やプロ野球に深く精通したジャーナリズム的な立場というよりは、むしろルールを熟知してこそいないが、人気の選手に興味津々な「ミーハー」の立場である。インタビューの質問内容も、選手の成績やチームの調子などは最低限のものに留まり、選手の結婚観や恋愛観、好みの女性のタイプや休日は何をして過ごしているのかなど、プライベートな内容がほとんどである。プロ野球の情報をジャーナリズムの立場から価値中立的に伝えるスポーツ誌というよりは、人気選手のプライベートを含む多彩な情報を「ミーハー」な女性読者に届ける女性誌として、女性の視点から作られた雑誌だと言える。雑誌全般の発行部数がピークであった 1992（平成 4）年には最多数となる 13 人体制で本誌を制作していたこともあり、プロ野球選手をアイドルのように扱っていた本誌の需要も同様に高まっていたことがうかがえる。

また、本誌は付録も充実している。それは選手の顔が大きく写ったテレホンカード・シール・ポスター・カレンダーなどだ。「プレゼント・コーナー」での応募だけでなく、雑誌自体に元々付随しているものも少なくない。これは、好きな選手のシールやポスターで自分の部屋や身の回りをデコレートしていく女性たちのニーズに応えた仕様だ。現在の女性向けファッション誌などは付録としてカバンやサンダルなどが付いてくる。女性誌にとって、付録は消費者の購入動機としても重要な役割を担っているのだ。

また、同月号の巻末に収録されている「編集室」という作り手側の編集後記として機能している欄を見ると、「選手・球団側の理解」によって本誌は1年前からスタートした旨が記されている。つまり、選手や球団側も『プロ野球 ai』が従来のスポーツ紙・スポーツ誌とは異なるものと理解した上で取材に対応しているのだ。限られた練習時間の合間を縫って取材に協力するのは、当時増えつつあった「ミーハー」的女性ファンという新しい層を獲得して観客増を狙いたいという球団側の思惑もあったのではないかと考えられる。出版業の裾野を広げたい日刊スポーツ出版社と、女性ファン層を拡大したい球団側との共犯関係は現在もなお維持され続けている。また、同欄には女性ファンの過激な選手への接近ぶりと行動に編集部が苦言を呈する箇所もあり、実際に球場まで出向いて選手に接近しようとする女性ファンの過熱ぶりがうかがえる。

『プロ野球 ai』が実際にどのような誌面構成をされていたのかについても見ていきたい。1989（平成1）年5+6月号を見ると、女性に人気のある若手実力派選手に恋愛観や私生活をインタビューする「ai インタビュー」、「胸ドキ企画 気になるアイツ」、「New Comer 登場!」、「身がわりインタビュー」、読者投票によって選手の格付けを行う「いま光っているアイドルたち」、既婚の選手に伴侶との馴れ初めを聞いた「My LoveStory」、「ミセス訪問」、仲の良い選手同士がざっくばらんに対談するコーナー（本号では、大洋ホエールズ（以下、大洋）の友利結と相川英明による「大洋ヤング対談」）や「爆笑フリートーク」、まだ表舞台に立っていない若手選手の情報がわかる「ファーム・コーナー」などがある。読者参加型企画では、読者が撮影したベストショットを投稿する「MY PHOTO」、漫画タッチに選手を描いた「イラスト自慢」、ファン同士が繋がるための「文通しましょう」などがあり、『JAMJAM 野球界』がベースにあることがわかる。

目次に掲載されている各頁のコピー（記事本文の引用）は「早く結婚して落ちつきたいんだけど、25か26。いや27か28かな?」、「結婚したら亭主関白になる! なりたい。なれるかなあ」、「おじゃまします! 村上さん——住まい、料理、ファッション」など、一見するだけではプロ野球情報誌であることに気付くことが容易ではない。また、野球についての専門知識がなくても読むことが可能であり、本誌を読むことで野球についての専門知識が身に付くというわけではないこともわかる。

<注と参考文献—第3章第4節第2項>

5. 女性から見たプロ野球の魅力（～1990 年代前半）

『プロ野球 ai』創刊当初から続く人気企画として、読者投票による人気選手ランキング「今光っているヒーローたち」¹がある。1988（昭和 63）年春の創刊号から 2011（平成 23）年 1 月号までのランキングトップの選手を見ると、特定の選手やチームが支持されていた時代があったことがわかる。

<「パ高セ低」の女性ファン>

『朝日新聞』（1989）²の記事では、1980 年代後半は女性ファンの間では「パ高セ低」の傾向があると言われている。1989（平成 1）年 7+8 月号ではトップ 50 位のうち半分をパ・リーグの選手が占めており、同年の観客動員数がセ・リーグ約 1200 万人・パ・リーグ約 900 万人であったことや、地上波では巨人戦を始めとするセ・リーグの試合がメインで放送されていたことを考えると、一般的な「セ高パ低」の傾向は女性ファンの間では逆転していたことがわかる。つまり、男性ファンたちが築きあげてきたプロ野球＝巨人というイメージに囚われない新しいファン層として女性が存在していた。実際に、『プロ野球 ai』の読者投票ランキングにおいても、巨人の原や長嶋などのマスメディアに頻繁に露出していた選手たちはランクインしていない。当時は日本ハムファイターズ（以下、日本ハム）の西崎や近鉄バファローズ（以下、近鉄）の阿波野、西武ライオンズ（以下、西武）の工藤・渡辺などが人気を博しており、本誌だけではなく、女性ファンについて言及する新聞紙面においてもしばしば登場していた。

当時の編集長であった町田は、人気のある選手の特徴について、「若くて、独身で、カッコ良くて、実力がある選手。ひとことで言うと、優しいお兄さんタイプ」³と分析する。「優しいお兄さんタイプ」という以外は、いわゆる一般的に人気のあった男性芸能人にも当てはまるだろう。この「優しいお兄さんタイプ」という特徴については、プロ野球にあまり詳しくない飯島愛が『プロ野球 ai』1994（平成 6）年 3+4 月号でも似たような指摘をしている。「人気のある選手って、やっぱり若い選手ですよ。すごくカッコイイって感じの選手ばかりじゃないんですね。なんか、どこにでもいそうって感じの人。逆にふつうっぽさがいいのかな。お兄さんになってもらいたい、みたいな感じで。みんなやっぱり野球が上手な人なんでしょう。人気のある人って、やっぱり強いチームにいるんですか？ 違う？ そういうのあんまり関係ないんですね」⁴とあり、髪型や服装が個性的なサッカー選手に対して野球選手は古風なイメージがあると述べる。プロ野球に対して特に思い入れがない女性として取材に応じていたが、それは 1990 年前後の一般的な若い女性たちの意識として十分にリアリティを帯びたものであった。それは、1989（平成 1）年 12 月 22 日号の『an・an』の「男の気持ちがわからない」という特集における「男はなぜ、こんなことに興味を持つの？」に顕著に表れている。⁵そこでは、女性からすると全く理解できない、男が熱中する趣味 6 つが挙げられており、その中にはプロ野球を代表とする「スポーツ」も含まれている。「ジャイアンツが優勝！友人でもないのに何が嬉しいの？」というフレーズ

からは、プロ野球に夢中になる男性たちからは一歩引いた女性たちの態度がうかがえる。アイドル選手ブームを極めた 1989（平成 1）年においてさえ、このような記事が女性誌に掲載されていたのだ。つまり、アイドル選手ブーム現象が起きている一方で、プロ野球はあくまで男性のものであるというイメージは根強く残っていたことがわかる。

<注と参考文献―第 3 章第 5 節>

5-1. 女性ファンの選手への眼差し

＜野球“だけ”じゃない「新人類」たち＞

当時のアイドル選手ブームについては、スポーツライターやプロ野球関係者など様々な人物が独自の分析や見解を述べている。次は新聞や雑誌等における識者の意見だけでなく、実際に女性ファンたち自身がどのように選手を眼差し、語っていたのかに焦点を当てたい。当時“アイドル”選手として扱われていた西武（当時）の工藤の言葉も交えて取り上げてみたい。

1990年代後半以降の人気選手の傾向や女性ファンたちの言動についてはあとの章で取り上げるため、ここでは1990年代前半（1995年）までを見ていきたい。「今光っているヒーローたち」のランキング50位までを見ると、投手の割合が多い。1989（平成1）年7+8月号ではランキングの30位以内のうち半分の15人が投手である。これは、テレビ放映の際に最も長く写るとともに、球場でも一番目立つ場所にいることが起因しているといえる。つまり、女性たちの「ミーハーさ」とは、最もメジャーなものを移り氣的に消費するという行動のあり方なのだ。

だが、表1を見ると必ずしも1位に位置するのは投手ばかりではない。1990（平成2）年の1+2月号からは、巨人の外野手であった緒方耕一が12回連続でトップに君臨している。巨人は1989（平成1）年に日本一を、1990（平成2）年にもリーグ優勝を果たしており、マスメディアの露出もあった。怪我で欠場していた間の3号分はランクダウンし、その後緒方がまた1位になっていることを考えると、試合出場の有無・露出の有無が直接人気度にも反映していることがわかる。

また、1990（平成2）年には当時近鉄の選手だった野茂英雄が最優秀新人・最多勝・最優秀防御率など8冠を獲得する大活躍だったが、同年『プロ野球 ai』7+8号の読者ランキングでは21位であり、翌年の同月号では既にランク外となっていた。女性ファンにとっては、実力十分の野茂よりも緒方のほうが魅力的だったのである。

＜プロ野球選手の脱神格化＞

緒方は若くて容姿端麗だったため、いわゆる男性芸能人一般と同様に「かっこいい」という評価を女性ファンからも受けていた。当時のプロ野球選手のイメージについて、例えば1989（平成1）年の『プロ野球 ai』11+12月号では熊谷組のOLが「素敵な選手も多いですし、華やかさ、親しみやすさがあります」と答えている。また、1990（平成2）年7+8月号でも神戸製鋼所のOL3人が「最近のプロ野球のイメージについて聞かせて下さい」というインタビューに答えている。「池亀：やはり、皆さんすてきですね。モデルとか芸能人ばいところがあったりして。 渡辺：昔のアニメなんかではド根性という感じで、“スロ根”みたいなところが実際にありましたけど、今の選手はそういったところをあまり感じさせませんよね。努力はされてるんでしょうけど、サラリとやってのけるみたいなの。 細

見：特に西武がそんなイメージに、全体を変えていったような気がします。もちろんチームも強いですし。 池亀：長島さん王さんといったら大スターって感じでしたけど、選手と年齢が近くなった分親近感もありますね」と語る。共通しているのは、モデルや芸能人のような「華やかさ」を感じたり、かつての長嶋、王のような国民的ヒーローという存在というよりは「親近感」を覚える存在として選手を見ているということだ。それは彼女たちが年齢を重ねていくことで選手との年齢差がなくなってきたことだけでなく、選手たち自身も既存のプロ野球選手のイメージを壊していたことも関係している。また、1990（平成2）年の『朝日新聞』の記事にも「久和ひとみ：芸能界にもいえることでしょうけど、フライデーとかフォーカスとか、FF現象が足を引っ張ってくることもあるのでは。やくみつる：昔は、長嶋茂雄さんにしても神格化されてプライベートな面があまり出てこなかった。今の選手たちは生活が暴かれすぎていますね」¹とあるように、選手のプライベートな面を見ることができるようになった脱神格化が起きたことが「親近感」を感じるようになった要因の1つとしてありそうだ。

<「新人類」の台頭>

そして、『朝日新聞』において、「球界全体に広がっている『ギャル人気』のさきがけ」として、工藤公康、渡辺久信、清原和博の西武（当時）の選手3名が挙げられている。²また、この3人は従来の価値観に囚われない若者代表の「新人類」として、1986（昭和61）年の新語・流行語大賞の表彰を受けている。同時代に「新人類」と呼ばれていたのは、学術・言論界では浅田彰・中森明夫などが、芸能界では秋元康、石橋貴明などであり、西武ライオンズの選手たちもこれに並んだ。

2008（平成20）年の『プロ野球 ai』5月号で工藤も当時の様子を振り返っている。「まだ、野球人気もあった時代。注目度はあったから、洋服にお金かけたり、いい車に乗ったり。何もかも憧れの存在で見て欲しいという気持ちはあったと思うね。しかも、同じ格好をするのはイヤ。自分たちのスタイルを作りたかった。だからよく、なべ（渡辺久信現西武監督）と買い物に行ったりしたよ（中略）僕らのときはアイドルじゃないですけど、そういうことが許された時代なんですよ。ちょうど僕らって、今の選手たちと昔の野球選手との中間。（中略）襟付きのシャツにVのセーターってのが昔の野球選手の定番。昔の選手は、パンチパーマも多かったでしょう（笑）。僕らは、それがイヤでね。（中略）そういう、野球選手のスタイルを変えていったのが、僕らの時代だったんじゃないかなって思うんですよ」。³従来の価値観に縛られずに、DCブランドのファッションを着こなしたり、原宿の美容室に通ったりと、野球以外の見た目のカッコよさやスタイルなどを求めたのがこの世代だった。京塚も、一昔前のプロ野球選手のイメージは「パンチパーマ」、「ゴルフファッション」、「演歌」、「白いエナメルベルト、靴」「太い金のブレスレット」と語る。⁴これらの既存の野球選手概念を壊し、野球ができることに加えて「おしゃれ」で「カッコいい」という付加価値がつけられた。特に西武は百貨店やパルコのイメージとも結びつき、女性

たちはおしゃれなイメージを抱いていた。実際に 1989（平成 1）年 1 月 1 日に『朝日新聞』⁵で行われた世論調査においても、西武は唯一ファンの男女比が逆転しているチームだった。

6

女性ファンにとってかつての“スポ根”のイメージが薄まってきたことは前述したが、実際に人気の選手たちは野球のみに縛られる人生を送らなくなっている。かつては野球の名門校を出て野球一筋で通してきた選手が主流だったが、日本ハムの西崎は大学時代にアルバイトの経験があり、プロに入ってから『MEN'S NON-NO』の表紙を飾ることもあった。また、近鉄の阿波野は中学・高校時代はロック少年だった。⁷さきに工藤が述べたように、従来の野球一辺倒の選手ではなく、野球以外の一面も持ち合わせている選手が結果的に女性たちにとっては魅力的に映ったといえる。

<ヤクルト・高津が持つ「面白さ」の魅力>

1990 年代前半は、“個性”や“面白さ”がプロ野球選手にも求められた時代でもあった。年代が重なる部分もあるが、アイドル選手ブーム初期の“若さ”や“かっこよさ”よりも、1990 年以降は親しみやすく面白いというイメージがついていた選手たちが、より人気を博していた。表 1 を見ると、1994（平成 6）年 5+6 月号から 20 号連続でヤクルトの高津が 1 位を取っている。これは『プロ野球 ai』史上の最多記録であり、女性ファンに最も長い間支持されていた選手だともいえる。当時の女性ファンたちは高津の魅力を「面白いから」、「最初にマウンドで見たのが高津さんで、“かっこいい！”と思った」、「明るいところが好き！」、「しゃべりも性格も良い！」、「キャラクターが好き」、「トークが楽しい」などと語っている。⁸ほかの選手と比べて、試合以外の場面でのトークの面白さや、メディアを通して伝わってくる明るさや雰囲気、性格の良さなどの人間的な面がかなり高く評価されていることがわかる。しかし、それはあくまで投手として結果を出しているからであって、実力があることは最低限の条件であることは女性ファンたちに共通していることだ。

1989（平成 1）年の『朝日新聞』⁹で西崎が「実力派、加えて流行のしょうゆ顔、何を着ても似合うスリムなボディー」と評されていた時代とは少し事情が異なる。また、1992（平成 4）年から 1994（平成 6）年の間に 4 度ランキング 1 位となり、同じく 4 度表紙を飾っているヤクルトの古田敦也は、自身の人気について以下のように自己言及している。「スターじゃないんです。ファンにとっては、僕は、隣のお兄ちゃんなんです」。¹⁰これは上述した飯島愛の指摘にも通じる。実際に、飯島は古田が表紙になっている『プロ野球 ai』を見ながら、野球選手は「お兄さん」っぽい、という指摘をしていた。このような女性ファンたちの嗜好の変化の背景には何があったのだろうか。

作家の山口は、『昭和プロ野球観戦記』の中で以下のように語っている。「いまの世の中は全体に『面白くおかしい方がいいじゃないか』の傾向が強いですね。テレビはお笑い番組の全盛時代ですが、野球も相撲も将棋界も、これによく似ていますね。文壇だってそうです。『面白い』のが天下とっているのがいまの社会ですよ。（中略）スポーツは『見せる

もの』『楽しいもの』であって、『面白く、おかしいもの』では困るんだなあ」¹¹と語られているが、1980年代初期はB&Bを始めとする漫才ブームであり、1980年代中盤からは「おれたちひょうきん族」や「森田一義アワー 笑っていいとも！」などが人気番組となるなど、テレビの中にお笑いが浸透している時代だった。

また、野球選手は年末年始にテレビの特別番組に出演することでタレントのような扱いを受けていた。野球選手が年末年始の特別番組にいつから出演しているのかは定かではないが、『月刊ジャイアンツ』の1982（昭和57）年3月号では、ある正月番組を見た女性ファンが、野球選手は芸能人ではないのでテレビ番組であまり低俗なものには出演しないでほしいという苦情を寄せていたようだ。¹²だが、これは裏を返せば女性たちはこのようなテレビ番組を通じて選手を見ているということだ。1983（昭和58）年からフジテレビで放映されていた『プロ野球珍プレー・好プレー大賞』をきっかけに高津ファンになった女性もあり、同じくヤクルトのチームメイトだった内藤もその個性から『プロ野球 ai』誌上では人気が高かった。¹³

ここでは人気選手ランキングから女性ファンが好む選手の特徴を取り上げたが、この章の最後では、女性ファン自身がファンとしてどのように活動していたかや、どのような目的でプロ野球を見ていたのかに焦点を当てたい。アイドル選手ブームに女性たちが沸く中で、一般的には若い女性ファンたちは一枚岩的に「ミーハー」だと捉えられていたが、実際はどうだったのだろうか。

<注と参考文献―第3章第5節第1項>

6. 世間の「ミーハー」イメージと「ミーハー」ファンの実態

まず、1980年代頃から始まるアイドル選手ブームが起こったことにより、世間一般的には当時の若い女性たちは「ミーハー」なファンとして一括りにされていた。同時にその言葉は、男性よりも女性は野球をわかってないという否定的な意味合いで用いられていた。そのような認識に対しては、女性たち自身からも言及されている。

1991（平成3）年の『プロ野球 ai』7+8月号では、高校生の稲川美恵子（16歳）が、現役を引退してキャスターになっていた栗山英樹に対して「ミーハーなファンは迷惑ですか？（中略）やっぱり選手と話したくて、サインを書いてももらったり、写真を撮らせてもらったりするんだけど、選手はそういうのはイヤなんですか？（中略）オジサンが読めるような新聞に、女性ファンが球界をダメにする、って書いてあったんだけど（笑）」¹と聞いている。ほかにも、同誌の1994（平成6）年1+2月号では、アナウンサーの中井美穂が「ミーハー感覚だっていいじゃない スポーツの楽しみ方に決まりはありません」と語っている。²このことから、1990年代前半でも未だに女性ファンへの風当たりは強かったといえる。京塚も「村上龍が高橋慶彦ファンだと言ってもミーハーとは言われない（筆者注・女性はミーハーだと言われる）」³と述べるように、プロ野球ファンにおける男女の非対称性が存在していた。だが、これらのことを述べる女性たちは決して自身が「ミーハー」であることを否定しているわけではなく、それが否定的な意味で受け止められることに苦言を呈しているのだ。

<「ミーハー」だけではない女性ファンたち>

それでは、実際に「ミーハー」な女性たちはどのようにプロ野球ファンとしての活動をしていたのだろうか。雑誌や新聞記事を見ると、プロ野球情報誌や、帽子・ユニフォームなどの関連グッズを購入したり、テレビを通して試合中継やバラエティ番組を見たり、球場に直接足を運ぶなどが一般的な行動のようだ。さきに述べた高校生の稲川美恵子のように、カメラやサイン色紙を持参したり、選手に話しかけるなどして直接の触れ合いを求める者も少なくない。また、OLのように経済的に自立するようになると、球場へ足を運ぶ回数も増えていき、1シーズンに60回以上観戦に行く者もいた。⁴そして、時には目当ての選手の合宿所まで出向いて出待ちをすることもあった。1990（平成2）年2月8日の『朝日新聞』の記事⁵において、当時プロ野球界で急増していた若い女性ファンたちは「ミーハー型」、「マニア型」、「グルーピー型」の3類型に分けられていた。合宿所まで出向いて選手と親しくなることを嗜好するのは、「グルーピー型」に当たる。ここでは「ミーハー型」の代表として、友人と球場に出かけてカメラを片手に選手の名前を大声で叫ぶ19歳の女性を取り上げられ、「マニア型」の紹介では野球のルールを熟知した知識重視型の24歳会員の女性が登場していた。

このどれにも当てはまらないものとして、同人活動を行う“オタク”ファンもいた。代表的なものは1993（平成5）年の『プロ野球 ai』5+6月号に掲載されている、ヤクルトの

選手の同人誌を発行しているみずき紫乃（ペンネーム）の活動だ。⁶今なお続く同人誌の即売会であるコミックマーケットは 1975（昭和 50）年に第 1 回が開催されたが、当初は作り手も読者も女性を中心だった。同誌に出てくるみずきも「コミックマーケット」や「コミックシティー」に参加していると述べている。同人誌では主に漫画やアニメなどの架空のキャラクターや物語の世界観を借用してアレンジを行う“二次創作”が主流だが、みずきは実在するプロ野球選手を漫画のキャラクターにして新たに物語を作っており、これは“芸能同人”あるいは“ナマモノ”と呼ばれるジャンルに入る。ここで重要なのは、第 4 章で後述する「選手同士の関係性」だ。ヤクルトの選手たちの架空の物語を創るためには、日頃からつぶさに選手同士のやり取りを観察し、想像力を膨らませなければならない。選手個人のキャラクター性だけでなく、どの選手同士が仲良しで、試合内外でどのような関係性を築いているかということが、少なくとも同人市場においては重要な関心事になっている。

1993（平成 5）年時点でみずきは「約 300～400 部」を刷っており、素人が個人で活動していることを考えると、かなりの人気だといえる。「最近イベント会場で選手を書いて下さいってスケッチブックをもってくる子が多いんですよ」⁷とあるように、漫画が好きな一般参加者たちにとってもプロ野球選手は需要があったことがわかる。また、同誌の 1993（平成 5）年 1+2 月号でも、プロ野球ファンが有志で集まって、選手を漫画化した機関誌を発行している。ここに登場する塩田恵子（24＝文房具会社）は、「24 歳にもなって……と思われるかもしれませんが、楽しめるものがあるということは素敵なことです。会社でも有名で“明るい野球オタク族”と言われています。とりあえず、巨人が日本一にカムバックするまで、ボーイフレンドよりプロ野球です」と語る。前者の場合は元々漫画の同人誌を描いていて、その中でプロ野球にも興味を持っていたが、後者はプロ野球好きが集まって結果的に漫画・文章の機関誌を発行することになった。いずれにも共通するのは、趣味の活動に傾倒して「ボーイフレンドよりプロ野球」というほどまでに活動に注力していることだ。彼女たちにとっては、このような活動が一種の自己表現の場となっているようだ。

女性が「ミーハー」だと言われるほかの要因として、“男性はチームのファンになり、女性は選手のファンになる”という通説がある。そして、実際にその傾向はあり、男女でプロ野球のファンになっていく理由や過程は大きく異なっている。1989（平成 1）年 1 月 1 日に『朝日新聞』で行われた世論調査において、特定の球団を好きになった理由についての質問事項がある。男性の 23%が「こどものときから」と答えたのに対して、女性で最も多かったのは「好きな選手がいるから」で 17%だった。また、1990（平成 2）年『プロ野球 ai』7+8 月号では「去年までは中畑さんのファンでした（中略）これからは井上さんにしようかなあと思ってます」、「私はヤクルト。（中略）若松さんが好きでしたね」とあり、1989（平成 1）年 11+12 月号では、「吉村さんのファンなので巨人。それから、やっぱり、宮里さんがいる大洋です」などと女性ファンたちがそれぞれ語っている。⁸つまり、女性たちは球団単位ではなく選手単位でプロ野球に熱中しているのだ。「最初は野球に全然関心が

なかったのに、たまたまテレビで見た選手がカッコよくて、そのままファンになってしまいうというのが、女性ファンの常套コースのようだが、そのとき、大きな役割を果たすのはテレビである」⁹とあるように、テレビの普及は女性たちがプロ野球に接する際に重要な役割を果たしていた。

ここでは女性ファンを「ミーハー型」、「マニア型」、「グルーピー型」、そして「オタク型」とでも言えるタイプに分類したが、ほかにも女性ファンは様々な見方でプロ野球を見る。1993（平成5）年『プロ野球 ai』1+2月号では、「野球の魅力」について女性ファン114人へインタビュー調査をした記事がある。¹⁰そこでは「筋書きのないドラマ」、「選手そのものが魅力」、「男の熱い闘い」など既述した女性ファンたちと類似した部分が多い。しかし「ストレス発散にいい」、「応援が楽しい」、「最高のヒマつぶし（27歳、フリーター）」、「大衆の夢を代弁し、日常生活に励ましを与えてくれる（23歳、大学院生）」などこれまでの「ミーハー」的な枠組みに収まらない見方をしているファンもいた。このことから、単に若い女性たちを「ミーハー」だと一括りにすることは難しいことがわかる。

<注と参考文献―第3章第6節>

第4章 <1990年代後半～>「ミーハー」から関係性に萌える時代へ

1. マルチメディア時代における嗜好の多様化

最近では2011（平成23）年にプロ入りした斎藤祐樹が甲子園出場時代から「ハンカチ王子」としてアイドル化されていたが、かつてのアイドル選手ブームの頃とはその内実は多少変わってきている。かつてテレビ画面で誰もが同じものを見ていた時代から、インターネットを始めとする様々な媒体からプロ野球にアプローチすることが可能になったため、女性ファンの嗜好は多様化した。

表1を見ると、1990年代以降も二岡・川崎・中島など長期にわたって1位を獲得している選手はいるが、トップ選手の入れ替わりのサイクルは徐々に短縮化している。また、1998（平成10）年の順位を見ると、同じ西武というチームの中で高木と松井の順位が頻繁に入れ替わっている。1989（平成1）年8月4日の『朝日新聞』の記事では「女性の目にかなう選手がこれだけそろっているところが、かつての太田幸司のような単発のブームと大きく違っているようだ」とあるが、1990年代後半以降はさらに“私だけの〇〇選手”を志向することができる時代になった。かつては、球場に足を運ぶ以外はテレビや雑誌、新聞等の限られた紙面の中に掲載されている選手にしか接する機会はなかったが、現在はブログやTwitterなどのWebサービスを通して様々な選手の情報にアクセスできる。

今日においては、選手や球団を応援するためにブログを開設する女性たちも目立ち、インターネットで選手名を検索すると多くのブログが検索結果に現れる。例えば、西武ファンの社会人女性は毎週末に1人で球場に出向き、特定の選手の写真を大量に撮影してブログにアップロードしている。また、フリーターや中高生など幅広い女性ファンがブログに選手への思いを綴っているが、彼女たちはほかにも趣味を持っている。それは若手俳優が出演する歌劇であったり、K-POPや韓流ドラマであったり、ジャニーズジュニアやアーティストなどの追っかけ、アニメ鑑賞などだ。つまり、プロ野球の中だけでなく、女性の消費行動自体が多様化している。しかし一方で、プロ野球を一途に追いかける女性も一定数存在している。

このような動きは、流行に敏感な女性ファンたちが読者である『プロ野球 ai』の誌面にも反映されている。2006（平成18）年5月号には「第1回 ai が選ぶプロ野球ブログ選抜大会」¹という特集が組まれており、プロ野球界にも訪れたブログブームをいち早く紹介している。「BLOG（ブログ）とは？」という導入に始まり、編集部が10個の選手ブログを選抜している。ここでは千葉ロッテマリーンズ（以下、千葉ロッテ）の西岡や巨人の上原などの有名選手だけでなく、ヤクルトスワローズ（以下、ヤクルト）の藤井や日本ハムの坪井など、一般的な認知度というよりはブログ自体が個性的な選手を取り上げて評価している。また、2010年（平成22）7月号からはソフトバンクホークス（以下、ソフトバンク）の摂津が「せっつんのツイッターLIFE」という連載が始まった。これは当時日本で500万人以上が利用していたTwitterというWebサービスがプロ野球界にも浸透してきたことを受けて開始された連載だ。このように、今は選手個人がインターネットから自由に情報

を発信でき、試合内外での状況をファンが知ることができる。また、ブログのコメント欄や **Twitter** のリプライ機能を使えば、選手と直接コミュニケーションを取ることも可能だ。このようなメディア環境の変化によって、全員がテレビの画面を通して同じものを見ていた時代から、パソコンや携帯端末の画面を通して、各々の興味に合わせて好きな選手を選び取れる時代になっていったのだ。

<注と参考文献―第4章第1節>

2. 「脱アイドル化」現象と「尊敬できる人格者」の時代

そのようなマルチメディア化が進んだ時代になる中で、女性ファンたちの選手への眼差しも変化してきた。さきに登場した斎藤祐樹の例のように、相変わらず“アイドル”として扱われる選手は一定数存在するが、その内実の変化が起こったり、選手の“アイドル”以外の要素が支持されるようになってきたのだ。

2001（平成 13）年の『プロ野球 ai』9 月号¹においては、「この選手が支持される理由」という企画で当時同誌の中で人気が高まりつつあった「既婚選手」が支持される理由や、巨人の村田や清水など、どちらかと言えば男性の玄人ファンに人気のある中堅・ベテランの選手たちが女性にも支持され出した理由などが紹介されている。例えば巨人の仁志（当時 30 歳）は「笑顔がカワイイ（京都府 野球大好き少女＝15 歳）」、清原（当時 34 歳）は「頑張り屋なところ（茨城県 巨人ファン＝14 歳）」、元木（当時 30 歳）は「テレビで長嶋監督がインタビューを受けているとき、後ろで面白い顔をしたり、とても明るい」などが女性に評価されている理由となっている。従来支持されていた“かっこよさ”よりは、母性本能をくすぐられるような「かわいさ」や「明るい」、「頑張り屋」といった性格的な面が人気の理由となっている。

例えば、同誌の 2008（平成 20）年 5 月号では、「ぼくのわたしのゲンセキ王子 “もうすぐ” 光ってるヒーローたち BEST30」²という若手選手に注目した特集を見てもそれは明らかである。一見従来の若手実力派選手特集にも見えるが、満面の笑顔に向ける選手たちに寄せられる読者の声には「かわいさ」や「癒し」を支持するものが少なくない。ランキング 1 位の巨人・坂本（当時 19）には「笑顔がすごくカワイくて、インタビューの受け答えがサワヤカ〜！」という意見が寄せられている。また、「苦労を人に見せないあの笑顔に癒されます（西武・松阪健太・当時 22）」、「お兄さんの剛裕さんを尊敬しているところなども好きなところですよ（中日・堂上直倫・当時 19）」、「ファイターズに彗星のように現れた『光夫王子』！！もうあの笑顔、ヤバイです。（中略）あのマイペースな所と、ほんわかとした笑顔が私のハートにストライクです！！（日本ハム・吉川光夫・当時 19）」、「癒されるあの笑顔がたまらないです〜。（中略）ほんわ〜かとした雰囲気で周りの選手やコーチに可愛がられているのは、江川選手の持っている人柄だと思います（ソフトバンク・江川智晃・当時 21）」、「ai のインタビューを読んで『おちゃめな人だなあ〜！』と思ってファンになりました。（中略）先輩選手たちと笑い合ってる顔にキュン死しそうでした（笑）（横浜・高崎健太郎・当時 22）」、「いつも誠実な態度なので、とっても素敵です。ファンにもとっても優しいです。（楽天・山本大明・当時 19）」など、「かわいさ」や「癒し」を感じる笑顔や雰囲気だけでなく、物腰の柔らかさや誠実さ、謙虚な気持ちで向上心を忘れない選手の性格的な面などは女性たちにとっては重要であるようだ。そして、その傾向はランキング上位になるほど顕著になってくる。

また、女性読者の 1 人は「“彼氏にしたい人” のファンになるのではなく、人間的に尊敬できる人、勇気や元気を与えてくれる人のファンになる人が、増えているのでは？」と分析

していたが、実際に同誌の 2001（平成 13）年 9 月号³では巨人の村田（当時 38 歳）や清水（当時 28 歳）なども女性ファンに人気であると紹介されていた。例えば村田の場合は、「シブめのキャラ、ベテランらしいリード（大阪府・梅子＝14 歳）」、「何ととっても、あの包容力（ひろか）」、「チームメート、ファン、すべての人と信頼関係を築ける人（すず）」、「容姿だけでなく生き方や考え方、存在感、信頼感、すべてに人を惚れさす『男前ぶり』（村田ありす）」などの評価を受けており、清水の場合は「一生懸命プレーするところ（神奈川県・M・S＝20 歳）」、「自分よりチームのために忠実なバッティングをする（千葉県・こや＝17 歳）」、「グラウンドに入るとき、必ず帽子を取って一礼する、礼儀正しさ（みけにゃん）」などと言われていた。これらの声を聞くと、「人間的に尊敬できる」人格者が女性ファンにも支持され始めていることがわかる。また、千葉ロッテ（2001（平成 13）年当時）の黒木も、「今、時代が“アイドル”じゃないでしょう。芸能人にしても、心の支えになるような人がウケている」と分析しているように、選手自身もそのような人気選手の変化を感じていたようだ。

これらの傾向は 1980 年代に人気を博していた選手たちが一様に「かっこよさ」や「スマートさ」などの男らしい面を支持されていた現象とは一線を画するものとなっている。また、それは 1990 年代の「面白さ」や「個性」が重要視された時代とも異なっている。選手の内面や個性を重視するなど一部重なる部分もあるが、その内実は 2000 年代になると「かわいさ」や「癒し」などの男らしさとは異なる面や、人間的に尊敬できる「人格者」としての面まで幅広く、選手の全人格的なものを求める方向に変化してきたと言える。しかし、見た目や野球の実力だけが評価対象ではなくなった 1990 年代頃から、プロ野球選手は有名人としてのファンサービス精神を求められる傾向が高くなってきたと言えるようだ。

<注と参考文献―第 4 章第 2 節>

3. 球団の女性取り込み戦略の活性化

1990年代以降は、アイドル選手ブーム以来の女性ファンたちがプロ野球の主要な顧客として定着していった時期でもある。また、1993年のJリーグ開幕やそのほかの競技の存在もあり、プロ野球の人气が徐々に下がってきていた時期でもある。そこで、球団側は将来母親となって子供と親子2世代でプロ野球のファンになってくれることを見込んで、女性ファンを主要な顧客として認識しはじめ、積極的に取り込もうとしていく。

「婦人」向けに入場料を無料にしたり、割引を行うなどといったサービスは、1930（昭和5）年7月29日の『読売新聞』の記事「客寄せで婦人の入場無料」で既に確認できるが、各球団が女性を主要顧客とみなしてマーケティングを行う試みを紹介する新聞記事が各所で見られるようになったのは1990年代頃からだった。2010（平成22）年時点でまだファン層の中心は30～40代の男性であるが、ソフトバンクや日本ハム、西武などパ・リーグの一部のチームにおいては女性ファンの比率が男性ファンに迫るところもある。球団側の女性ファン取り込み戦略としては、1992年（平成4）に巨人が球団の公式ファンクラブにレディースコースを新設したり、¹2003（平成15）年に女性ファン向け小冊子「スタジアムビューズ」を発刊するなどしていた。²ほかにも、2005（平成17）年に女性向け巨人応援サイトも開設している。2000年代後半以降は特にパ・リーグの積極的な試みが目立つ。楽天イーグルス（以下、楽天）は2005（平成17）年の女性ファン向けイベント「レディー★Night」や、2006（平成18）年に地元の和・洋菓子店の出張店舗を並べた「スイーツタウン」の設置など、独特な企画で地元を中心とした女性ファン獲得に努めた。さらに、2009（平成21）年にはソフトバンクが「女子高生デー」を開催したり、日本ハムが「婚活シート」を設置するなど、パ・リーグは各球団がそれぞれのやり方で幅広い女性ファン層を得ようと画策している。パ・リーグは楽天やソフトバンクなどの新興企業が親会社として参入したり、外国人が監督として就任するなど、セ・リーグの伝統的価値観や既成概念に囚われずに球団経営を行っており、経営面での危機意識も高いといえる。

<注と参考文献―第4章第3節>

4. 選手同士の関係性を消費する時代

これまでプロ野球と女性ファンとの関係について編年的にまとめてきたが、従来の男性ファン中心のプロ野球の世界に新しい女性たちを連れてきたのは、1988（昭和 63）年に創刊された『プロ野球 ai』だった。従来のジャーナリズム的観点から価値中立的に報道が行われてきたラジオ・テレビ番組やスポーツ紙・スポーツ誌とは異なり、『プロ野球 ai』はジャニーズ系アイドルや若手俳優を扱う女性誌のような存在として、プロ野球選手を「ミューサー」的に追いかけた。そして、プロ野球界・スポーツメディア界に新たな地位を築き、それまで野球に興味がなかった十代の女子中高生や二十代の大学生や OL などの新しい読者・市場を開拓していった。

それでは、『プロ野球 ai』を通して女性たちはプロ野球に何を求め、何を消費していたのだろうか。今日において女性がプロ野球における主要なファン層の 1 つになっていることも念頭に置きながら、考察していくことにしたい。

<『プロ野球 ai』で表象される選手同士のホモソーシャルリティ>

『プロ野球 ai』の特徴については 3 章、4 章で先述したが、創刊当時から今日まで続く特徴として、「選手同士の関係性」を強調する対談や鼎談記事がある。それは先述した「大洋ヤング対談」や「爆笑フリートーク」、特集された選手についてチームメイトや球団関係者にその印象や普段の様子を質問する企画などである。2003 年 9 月号からは、「チョット気になるコの関係!？」という名称で、やはり対談企画は続いている。また、2008 年 7 月号では「チームメイトが語る西岡」という特集で、西岡の人間性について語る記事が掲載されている。このように選手がプライベートで誰と仲が良くて、普段どのようなやり取りをしているかということは、女性ファンたちにとっては重要な関心事の 1 つである。

先に挙げた『週刊サンケイ』や『週刊現代』などの男性誌においては、女性ファンが「見られる客体」としてセクシャルに眼差されていたが、一方で女性誌においては、女性が男性同士のホモソーシャルな関係性を眼差している。それでは、ホモソーシャルな関係性とは一体どのようなものなのだろうか。イヴ・セジウィックは「イギリス文学を題材とした『男同士の絆』で、小説に描かれた世界において男同士のあいだで抱かれる『ホモソーシャルな欲望』が、いかに重要な位置を占めてきたかを明らかにした」が、その「ホモソーシャルな欲望に基づく男同士の絆は、それが性的／身体的なホモセクシュアルな関係とみなされないために、同性愛嫌悪（ホモフォビア）を強烈なまでに表明することを迫られている。¹ここで重要なことは、ホモソーシャルな関係＝「男同士の絆」が、同性愛嫌悪（ホモフォビア）とミソジニー（女性嫌悪・女性蔑視）とセットになっているということである。つまり、「ホモソーシャル」が「ホモセクシャル」な関係ではないことを表明しなければならない一方で、女性を排除・蔑視する考えが前提になっている。そして、この「男性集団と女性」という図式によって、従来の「男性と女性」という二項対立では説明できなかった男性中心社会の構造を解明してみせたのである。²しかし、イヴ・セジウィックが対

象としていたのが主に 18 世紀中葉から 19 世紀中葉にかけてのイギリス文学だったことを考えると、そこでの図式をそのまま現代日本の現象に当てはめられるかということには留保が必要である。

そして、上記の週刊誌の例では、男性誌において女性ファンが単体の客体として読者からセクシャルに眼差されているのに対して、女性誌においては女性ファンが選手同士のホモソーシャルな関係を眼差している。見られる客体がファンと選手という違いがあったり、また年代的な差異もあるが、このことは一般的な男女の眼差しの非対称性にも当てはまる。

<記号を消費する男、関係性を消費する女>

斎藤（2009）によると、少年ものの漫画作品を消費する女性たちは、関係性の「位相」、すなわち男同士の友情や確執といった関係を欲望する。斎藤はその考察対象を「オタク」に設定し、男性は記号として二次元の女性キャラクターをセクシャルな眼差しで消費するのに対して、女性は男性同士の関係性（連帯）を消費する傾向にあることを指摘している。斎藤はあくまでフィクションとしての「見られる客体」を想定しているが、このような男女の眼差しの違いは生身の身体を持つプロ野球選手にも当てはまる部分があるように思える。

例えば東（2009）は、「宝塚」と「やおい」を消費する女性たちが抱くホモソーシャルな欲望の存在を指摘している。後者は架空の男性キャラクターを対象としているが、前者は「宝塚」という非日常の空間における舞台役者が眼差される対象となっている。「アイドル」として捉えられていたプロ野球選手も、自身の生活の延長線上にいる生身の人間であると認識される一方で、ある種非日常的な存在である。後述するが、『プロ野球 ai』誌上に登場する女性にも「野球オタク」は存在する。それは選手自体の熱狂的なファンであると同時に、現実の恋愛よりもプロ野球を優先し、選手たちが登場する同人誌や機関誌を制作するような人々だ。彼女たちにとっての関心事はまさに選手同士の関係性であり、それは彼女たちの創作活動にも直結する重要な情報である。例えば『プロ野球 ai』1989 年 7+8 月号では田中幸雄と白井一幸の対談が掲載されており、「2 人でなぐさめ合い（笑）じゃなくて、励まし合いながらね」という対談内容の一部がコピーとして大きく掲載されている。このような 2 人の親密性や関係性がうかがえるような言葉は、読者との関心にも繋がるキャッチーな言葉として目立つように配置されるのである。

さらに、東（2010）は斎藤（2009）と同様に、男性オタクの間で行われるデータベース消費に対して、女性オタクの間でおこなわれるキャラクター間の関係性に着目した消費のあり方を「相関図消費」と呼んでいる。そして、それは創作活動を行う女性たちや「オタク」だけでなく、男性を眼差す女性たちの一般的な態度とも言える。高井（2005）においても、男性野球部員のホモソーシャルな関係を眼差す女性マネージャーの存在が指摘されている。高井によると、女子マネージャーは 1960 年前後から現れ始め、70 年代、80 年代と徐々にその数を増加させていった。そして、1970 年代の女子マネージャーが登場する少

女マンガを参照し、その中で男性スポーツ集団の関係が美化され、主人公の女子マネージャーがその集団に憧れの眼差しを向ける傾向があったことを指摘している。³少女マンガという『プロ野球 ai』の読者層と重なる十代の女子中高生が触れるメディアの中で、「男性スポーツ集団の関係性」を眼差す基盤が 1970 年代には醸成されつつあった。

先に挙げた 1981（昭和 56）年の『女性セブン』には「野球選手の妻になる方法」という記事が掲載されていた。しかし、それ以降は選手を結婚相手としてセクシャルに眼差すだけでなく、選手同士のホモソーシャルな関係性を女性たちが欲望するようになっていった。それは読者の意見をいち早く反映する『プロ野球 ai』において、今日においても選手同士の対談・鼎談記事がメインコンテンツとして掲載され続けていることからわかる。ほかにも、1993 年 1+2 月号においては、女性ファンが「野球の魅力」は「男の熱い闘い」であると答えている。⁴

さらに、図 3 を見ると、創刊当初は人気選手の一枚絵だった表紙に 2 人組・3 人組のものが増えていっていることがわかる。創刊から 1990 年代までは、68 冊中 17 冊が複数人の写真だったのに対して、2000 年以降は 50 冊中 16 冊が複数人での表紙となっており（写真の切り貼りは除く）、その割合は年々高まっている。そこでの組み合わせはチームメイトであったり、甲子園で活躍したルーキー同士であったり、五輪代表チームメイトであったり、何かしらの意味付けがされており、物語性を帯びている。表紙で組み合わせられた選手同士は雑誌内の対談・鼎談を行い、その親密性を披露する。例えば図 3 での 2000 年代後半以降はソフトバンクの川崎、千葉ロッテの西岡、日本ハムのダルビッシュと西武の涌井の表紙などが見られるが、表紙に登場する選手たち同士は本誌記事上でお互いの印象や実際の人間像などを語っている。

また、当人同士だけでなく、チームメイトや球団関係者にまで彼らがどのような人物なのかを語らせる。そして、そこでの対談内容やプライベートな話を通して読者が選手への思い入れを強くしていくのである。例えば、2001 年の『プロ野球 ai』9 月号の「この選手が支持される理由」では、「周辺の声」として球団関係者やチームメイトのコメントが寄せられる。「(巨人・仁志について) 感情がいつも入るところがいい。いつも前向きに頑張っている (巨人・岡島)」、「(巨人・村田について) 男から見てもカッコいい。いろんな面で (巨人・清水)」などである。特に読者にとって関心が高いのは、チームメイトからのコメントだ。上記の記事での読者投稿欄では、選手同士の関係性への関心の高さがうかがえる。「(巨人・村田について) ピッチャーもみな、村田選手のリードを信頼している (山形県・由伸命=12 歳)」、「(巨人・清水について) 由伸選手や“あの人見知りで有名な”二岡選手がなついている! (なゆた)」など、一般紙やテレビの試合中継などではなかなか知ることのできない情報をつぶさに観察している女性読者は少なくない。女性読者にとって、選手個人の魅力はもちろん重要である。しかし、選手の人間関係を把握することで、選手自身が持つバックグラウンドとしての物語性に厚みが増し、それによってより一層選手の魅力が際立っていくのである。

この特徴はアイドル・若手俳優を取り上げる女性誌にも見られる。例えば 2011 年『Myojo』4 月号では、平成生まれのメンバーで形成されるジャニーズ系アイドルグループの「Hey!Say!JUMP」を扱った「JUMP コンビ大賞」という記事が掲載されている。そこでは「ベストカップル部門」、「顔が似てる部門」、「意外としやべってない部門」など、それぞれの部門でメンバーが選出され、ランク付けされている。そこで 1 位になったコンビは「記念トーク」を行っているが、そこでの内容も「山田：去年（2010 年 5 月号）について、俺らがベストカップル部門の 1 位だって！」、「有岡：俺、毎回の対談で、『山田の全部が好き♡』って言ったよね？」、「山田：いや、覚えてない。」、「有岡：あれ？ 覚えてないか。俺だけか（ショボン）。」などのもので、読者がメンバー同士の関係性を欲望していることを見透かしているかのような対談になっている。また、同頁には「読者の声」も記載されており、「すごい仲よしだから！山ちゃんが男で大ちゃんが女」、「JUMP 内カップル、おたがいのコメントには愛がある」など、やはりメンバー間の関係については敏感で、2 人の関係性に「萌え」ていることがわかる。

阿部（2008）も、スポーツ・ジェンダー学とメディア論の視点から、スポーツがメディアに表象される際に、男同士のホモソーシャルリティが女同士のホモソーシャルリティの存在を周縁化してしまうことを指摘している。ここで阿部は、男女の抱擁は「恋愛」として、男性同士の抱擁は「ライバル・友情」として解釈される一方で、女性同士の抱擁はどちらも意味付けできず、我々はその様子を見て「違和感＝意味不明さ」を感じざるを得ないと述べている。阿部は、ソルトレイクシティ・オリンピックのスピードスケート代表の清水宏保と武田豊樹の「ライバル・友情」物語を例に出しているが、特に「勝負＝スポーツ」の舞台ではそうした男同士の絆がより際立っていくのである。そして、「そうした男同士の関係が徹底して『精神的なもの』であり、「アスリートたちの絆は『肉体的／性的なもの』であるはずがないと素朴に信じられている」点が重要であると、阿部は指摘する。⁵人々がアスリートたちの絆・友情にホモセクシャルなものを感じることがないからこそ、その「美しい男同士の友情」が一層際立っていくのである。そして、東（2009）も同様に、女性同士のホモソーシャルリティを読み解くコードは今の日本社会には存在せず、女性同士の友情関係についてはそれを眼差す側が困惑してしまうことがあると述べている。「男の友情」、「男の絆」と同様の表現を女性に当てはめるような事例は、確かに見つけることが難しい。

<女同士のホモソーシャルリティが欲望される時代>

しかし、現在は例えば AKB48 のような女性アイドルに対しても友情・絆が欲望され、その裏にある物語が読み取られている。そして、その傾向は女性ファンだけでなく、男性ファンにも見られるようになっていく。

国民的アイドルとして多数のマスメディアに露出する AKB48 とプロ野球にそれぞれどのような類似性があるのだろうか。『プロ野球 ai』は他メディアと比較して、ファーム情報や新人・ルーキー情報などのまだ日の目を見ない選手たちの情報が充実している。例えば

2010 年『プロ野球 ai』7 月号の記事が典型的である。そこでは「イケメン戦士のファッションチェック」と称する、日本ハムのファームの選手の私服姿が特集されている。⁶野球に関するコメントは本人から最低限述べられるだけで、残りの部分は全て選手同士のファッションチェックとなっている。そこでは「マサルは顔もスタイルもいいからな。しかもこの“TRUE RELIGION”のデニム、一緒に買い物に行ったときに僕がおすすめしたんだよな。それを履いてきてくれたからマル!」、「タクヤはさっきまでベルトを隠してたんだすよ。だからバツ! せっかくかっこいいベルトしてるんだから出そうよ〜!」などのやり取りがなされており、選手同士の距離感や普段の人間関係が垣間見られるようになっている。このような情報は、『プロ野球 ai』以外ではなかなか触れることが難しい。

一方「会いに行けるアイドル」がコンセプトとなっている AKB48 は、認知度が全くない状態からインターネットのクチコミでその人気に火が点いていった「ファンが育てた」アイドルだった。また、AKB48 の仕掛け人である秋元康は、『『会いにいけるアイドル』を思いついた背景』として、「おニヤン子は特訓しません、レッスンもしません。モーニング娘。は特訓し、レッスンして、才能を発揮しました。一方で AKB48 は過程を見るドキュメンタリーです。どのように成長するかを楽しみます。(中略) そういうチームが地区の大会に勝ったり、甲子園に行って、優勝するまでの過程が AKB48 なんです」と、AKB48 を高校球児に例えて語っている。⁷後述するように、1990 年(平成 2)年には週刊誌のスクandal 報道などによってプロ野球選手が脱神格化されていく「FF 現象」について言及される記事が『朝日新聞』に掲載されるが、インターネットが普及して情報社会になった今日においては、「過程を見るドキュメンタリー」としての機能はプロ野球界にも備わっている。『プロ野球 ai』に新人情報が充実している理由として、男性がチームの勝敗や選手の成績などの数字的な面を重視する一方で、「ミーハー」な女性ファンはまだ全国区的な人気になっていない自分だけの選手を見つけてその過程を楽しむ傾向があることが考えられる。また、東(2009)が指摘する、「宝塚」・「やおい」愛好家の女性たちが持つ「普通の人には見えないものが見える<私たち>」という感覚から来るファン同士の連帯感・優越感も、プロ野球ファンに当てはまる部分はあるように思う。実際に、SNS やブログコミュニティにおいて、同じチームや選手のファン同士がお互いに交流し、共同体を形成しているからだ。しかし、実際にこれらの共同体がどれほどの規模と数を有し、その関係性の強度がどれくらいのものであるかなどは、さらなる調査が必要であろう。

また、AKB48 は宝塚をモチーフにしたミュージカルや 1980 年代の日本のヤンキー文化をパロディ化したドラマ『マジすか学園』シリーズの放映などを行うことがあり、そこではメンバーの一部が男性的な役割(男役)を担うことがある。そこでは女同士のホモソーシャルな関係と、舞台上では一見ヘテロセクシャルに見えるホモセクシャルな関係との読み替えが頻繁に行われるが、男性同士の関係においても同様に、ホモソーシャルリティとホモセクシャルリティは地続きになっている面があるだろう。⁸しかし、特にスポーツの場面においては、ホモセクシャルリティは嫌悪される傾向があるため、「彼氏にしたい」、「結婚した

い」などの異性愛的な形容詞とセットで選手は表象される。

<ホモソーシャルな関係の大衆化>

また、近年女同士の絆が注目されるようになったほかの例として、日曜の朝に放送されている女兒アニメの「プリキュア」シリーズを挙げることができる。旧来からある「変身する魔法少女モノ」の系譜を持つ『『悪』と戦う少女たち』のアニメであり、男児が視聴する「仮面ライダー」シリーズの次の時間帯に放映されている。初期の「プリキュア」シリーズのプロデューサーである鷺尾天は、かつてアニメ『キン肉マン』のプロデューサーや『ドラゴンボール Z』の監督なども務めていた。つまり、「友情・努力・勝利」という少年ジャンプの 3 大要素や「少年漫画の文法」が女兒アニメである「プリキュア」シリーズにも持ち込まれたのである。「プリキュア」シリーズの特徴として、ヒロインたちの肉弾戦による戦闘シーンなどがあるが、ジャンプに見られた「男同士の絆」を「女同士の絆」に変換してみせた面もあったのである。その証拠に、「プリキュア」の世界では異性愛は徹底的に排除され、物語の展開に関わるような男性キャラクターは登場しない。さらに、近年では男性同士の関係性を描いた「やおい」だけでなく、女性同士の関係性を描いた「百合」というジャンルも漫画・アニメ・小説作品等で市場に出回るようになり、「女同士の絆」を解釈するコードが少しずつ醸成される基盤ができつつある。また、最近では 2012 年 6 月号の『ダ・ヴィンチ』で「同性チームの幸福！ホモ・ソーシャルマンガ」特集が組まれており、男性／女性の同性のみの日常／非日常を描いた漫画が紹介されている。今日では、「ホモソーシャル」という概念がメディアにも出回り、市民権を得つつある。

スポーツの分野においては、2011 年に女子ワールドカップで優勝した「なでしこジャパン」が記憶に新しい。彼女たちは「男性的」とされるサッカーという種目で世界の頂点に立ち、多くのメディアに登場した。2011 年 7 月 19 日のサンケイスポーツの記事では“「ジョーズ」アタック！美人すぎる SB」、「なでしこラッキーガールはおしゃれアタッカー」など、従来のジェンダー規範に則った表象も多かったが、テレビ番組等では選手同士の関係性やプライベートの顔などを問われることも少なくなかった。そこではしばしば、選手間の関係性をホモソーシャルなものとして読み解かれる場面がある。また、キャプテンの澤もその風貌とプレーの姿からネット上ではしばしば「アニキ」と呼ばれることがある。これらのことから、従来女性ファンが男性に対して行なってきたホモソーシャル的な解釈は、今日においては女性同士に対しても用いられるようになってきたと言える。しかし、それは単なる従来型の男同士のホモソーシャル리티解釈を援用しているにすぎないのではないかと考えられる。例えば、女性運動部のマネージャーを志望する男子学生というような構図は今日においてもなかなか確認することができない。男性蔑視・男性嫌悪を行う形での「女同士の絆」は、今日においてもなお確認できないのである。確かに、AKB48 や「プリキュア」の例などは、男女限らず女性同士の絆を眼差す傾向が見られるようになってきたことを示している。しかし、従来女性ファンが男性の絆を欲望していたものが、男性フ

ファンが女性同士の絆を欲望するように変化していったのかについての判断はより詳細な検討が必要である。

＜プロ野球ファンの女性は「非モテ」なのか＞

最後に、プロ野球の女性ファンという共同体の性質について考えたい。先に女性ファンコミュニティとして「宝塚」・「やおい」・「ジャニーズ系アイドル」などを例に挙げたが、これらを愛好する女性たちはいわゆる「非モテ」であると一般的に言われている。

東（2009）は、『やおい』のコミュニティは、同じ原作を好み、それに対して同じ『やおい』的な解釈を行う、同じ思考を選択した人が集まった共同体であり、「彼女たちが共有するのは萌えと妄想だけであるため、共同体の構成員の年齢、出身地、学歴、職業、階層、婚姻状態などには幅があり、日常生活では会う機会のない多様な人々と交流することが可能である」と述べる。⁹実際に同人活動を行う女性も、学校ではいじめられて友達がいなかったため、同人活動を通して自分の居場所を見つけることができたと言っている。辻（2007）も同様に、ジャニーズ系アイドルのファンがその活動を通して得ているものは「関係性の快楽」であると述べている。もちろん人間関係のトラブルも存在するが、ジャニーズ系アイドルの女性ファンは「異性へのアピールやファッションに関して他者と競争をする自信」がなく、「外見的な要素に関する自己評価が低い」ため、嗜好の類似性のみで繋がる関係に安住しようとする。¹⁰また、『やおい』のコミュニティも、同様に、自分の外見に自信がなく男性に対して引け目を感じる女性、また自分は男性にもてないと思い悩む女性にとって、居心地のよい空間であることだろう」と東は述べている。¹¹つまり、異性を極力排除した同性同士の繋がりを志向する、いわば「非モテ」文化である。男性の「オタク」の場合を考えても、一般的にマスメディア等で異性にもてない存在として表象されていることは確かだろう。

一方で、スポーツファンの文化はどうだろうか。まず、男性ファンについて考えたい。能町（2011）は、1人自宅で缶ビールを飲みながらサッカーや格闘技観戦を趣味にしていそうな男性を「缶ビール男子」と名付け、「モテヒエラルキー」の最底辺にいる存在として位置づけた。¹²能町に言わせると、サッカーや格闘技が好きな男は「モテない」のである。また、東（2010）はサッカーのサポーターが男性中心社会であり、「マッチョ」であることをエッセイで考察している。¹³それは特に熱心にチームを応援する「ゴール裏系サポ」が象徴的であり、ガンバ大阪のホームでは「真ん中は男で固めろ！」という横断幕が掲げられたり、「ゴール裏系サポ」から特定の応援スタイルを周囲の観客に強要するように呼びかけるような事態も観察されている。そして東は、そのようなホモソーシャルな男性中心主義の裏側には、男性サポーター自身の「男性性へのコンプレックスが関係している」のではないかと指摘する。サポーターは自身の男性性が不安定であるが故に、選手より「マッチョ」に振舞い、「男前とは言えないがサッカー」が上手く、自分と似た選手を好む傾向にあるのではないかと述べる。確かに、毎週末「ゴール裏」に足を運んで熱心にチーム応援するこ

とは、「異性よりもサッカー」を選択するということ¹⁴あり、「オタク」の範疇に入ると言える。つまり、先述した「ゴール裏系サポ」のような熱心なスポーツ観戦者は「非モテ」文化の性質を持っているのではないか。もちろん、実際の婚姻状況や恋人の有無などは調査しなければわからないが、ここでの「非モテ」はその実態よりもむしろその心性のことを指している。自身が最も好むものを優先順位が一番上に置き、嗜好の関係性のみで繋がる快楽を享受する排他的な心性である。

そして、最後にプロ野球の女性ファンについてであるが、彼女たちを同様に「非モテ」だと一括りにするのは難しい。なぜなら、彼女たちの大部分が熱中度は高いけれど移り気な「ミーハー」ファンだからである。しかし、その実態はこれまで見てきたように時代とともに変化している。辻（2007）は、「アイドルを社会的に論じる上で、忘れてはならないのが『スターからアイドルへ』という変化である」と述べている。それは、戦後以降の「大衆」が憧れた「スター」の時代から、1970年代以降の「若者」たちによる独自の文化形成が本格化し、「アイドル」が憧れられる時代、そして今日にいたる個々のファンがいかに関心の満足を保全できるかに邁進する時代への変化である。辻はそれを「大衆文化：我々のスター」から「若者文化：僕たち／私たちのアイドル」、そして「ファン文化：僕だけ／私だけのアイドル」への変容だと指摘している。本論文で取り上げたプロ野球の女性ファンたちにも概ねこの枠組みが当てはまるが、とりわけ1988（昭和63）年に創刊された『プロ野球 ai』がアイドル化現象を促進する要因の1つとなっていた。

1980年代に急増した「ミーハー」なファンの中にも、これまで見てきたように多様性はある。1990年2月8日の『朝日新聞』では、東京の金融関係会社に勤務する「グルーピー」の女性が紹介されていた。その女性は夢と現実を区別を付けているが、彼氏には秘密にした上で選手を追っかけていることを明かしている。そして、「30歳になるまでは好きなことをして、それから結婚するつもり。当然、結婚する相手にも、こういうことをしていたことは話さないと思う」と語っている。彼女は、結婚するまでの趣味として選手の追っかけをしていると割り切っている。しかし、その一方で、「ボーイフレンドよりプロ野球」の「オタク」女性たちもいたことは先に述べた。後者はジャニーズ系アイドルや「宝塚」・「やおい」を愛好する女性たちの心性に近いものがある。実際、『プロ野球 ai』では創刊時から読者投稿欄が多く、読者同士が文通相手や観戦仲間、サークル仲間などを見つけて繋がることのできるようになっていた。そして、現在ではインターネットが普及したことで、「同士」を見つけることはさらに容易になった。

<小括>

『プロ野球 ai』が創刊されたことで、プロ野球は新しい女性ファンを獲得した。そして、女性ファンたちは「選手同士のホモソーシャルな関係」を通してプロ野球を眼差すようになっていったのである。そこには、単にプロ野球選手を「アイドル」として消費していく「ミーハー」ファンだけでなく、「普通の人には見えないものが見える<私たち>」という

ファン同士の関係性の快楽に安住する「オタク」女性も存在している。「オタク」と「ミーハー／ギャル」はその嗜好の違いから本来交わることのない存在であるとされているが、両者が共存・交錯する場としてスポーツ観戦の場が存在している。そして、男性までもが「女同士の絆」を欲望し始めたのが現代という時代なのである。

<注と参考文献―第4章第4節>

結章

本論文を通して眺めてきたプロ野球の女性ファンの変遷を時代ごとにまとめると、表 2 のようになる。各時代において、女性たちはプロ野球に何を求めていたのだろうか。

戦前のスタンドには女性は数えるほどしかおらず、戦後にプロ野球が「国民的スポーツ」となっても、未だにそこは男性の領域であった。戦後にテレビが普及し、長嶋や王などのスター選手が登場することで女性ファンも徐々に増加していくが、それはあくまで「大衆文化」としての位置付けであった。1958（昭和 33）年に起きたナイター・ブームでは女性の多さが目立つようになったが、その大半はデートの選択肢の 1 つとしてナイターを選んだアベックたちだった。ナイター・ブームの背景には、皇太子の御成婚によって自由恋愛の気運が若者の間で高まったことや、長嶋・王などのスター選手のプロデビューなどでプロ野球界自体が盛り上がっていたことも関係している。そして、この頃から「ミーハー」女性ファンが登場し始めた。

1980 年代に起こったアイドル選手ブームでは十代の女子中高生を始めとする新しいファン層が開拓され、巨人中心のセ・リーグを支持していた男性たちとは異なり、パ・リーグの選手を応援する女性たちが登場し始めた。

1988（昭和 63）年に創刊された『プロ野球 ai』は、そのような新しい女性ファンたちのバイブル的存在であった。本誌は、従来のジャーナリズム的視点によるスポーツメディアとは異なり、ジャニーズ系アイドルや若手俳優などの情報を扱う女性誌のような特徴を有していた。プロ野球界に登場した「女性誌」は、選手をアイドルのように扱ったが、時代の変遷とともに女性たちに支持を受ける選手の特徴も変化していった。そして、1990 年代後半以降になると、脱アイドル化現象が起きたり、インターネットの普及によって女性ファンたちの嗜好の多様化が促進された。そして、女性たちは『プロ野球 ai』を通して、選手たちの「ホモソーシャルな関係」を眼差ししていた。それは男性ファンとは異なる女性ファンの眼差しであり、プロ野球以外の「ジャニーズ系アイドル」・「宝塚」・「やおい」などのファン文化においても似たような特徴が見られる。プロ野球の女性ファンは、現実と夢を割り切り、結婚するまでの若気の至りとして「ミーハー」的に選手を追いかける者もいれば、ファン文化の中における繋がりやの快楽に安住する「オタク」的な心性を持つ者もいる。一般的に「ミーハー」な存在として一括りにされてきた女性ファンたちは、このように多様性を持っていたのである。そして、『プロ野球 ai』という 1 つの雑誌の中に収まっている。現代社会において棲み分けがされているはずのこれらの集団が、スポーツ観戦という場において交錯しているのである。

本論文においては、プロ野球の女性ファンを研究対象としたが、現在の女性ファンの実態を明確に把握できていない。実際に球場へフィールドワークへ行ったり、インタビュー調査を行う必要があるだろう。女性たちが目当ての選手に会いに自発的に球場へ足を運んでいた 1980 年代とは異なり、球団側が女性顧客取り込みのために様々な試みを行っている

今では、球場へ来る女性たちの様子も変わっているはずだからだ。

また、スポーツにおける女性ファン研究という視点においては、ほかのスポーツ競技や、特に若い女性ファンが多いJリーグなどと比較してみる必要もあるだろう。Jリーグ関連の女性向け情報誌では『プロ野球 ai』の姉妹本である『サッカーai』も発刊されている。両誌の読者層や誌面構成の違いなどから、プロ野球ファンの独自性も見えてくるかもしれない。

参考文献一覧

【書籍・論文】

第1章

- (1) 永井良和、「つくられるスポーツファン 企業の経営戦略とプロ野球」、杉本厚夫、『スポーツファンの社会学』、世界思想社、1997年、51 - 69 頁
- (2) 高橋豪仁、『スポーツ応援文化の社会学』、世界思想社、2011 年
- (3) 有元健ら編『サッカーの詩学と政治学』、人文書院、2005 年
- (4) 橘川武郎・奈良堂史、『ファンから観たプロ野球の歴史』、日本経済評論社、2009 年
- (5) 永井良和・橋爪紳也、『南海ホークスがあったころ 野球ファンとパ・リーグの文化史』、河出文庫、2010 年
- (6) 田中東子、『メディア文化とジェンダーの政治学 第三波フェミニズムの視点から』、世界思想社、2012 年
- (7) 辻泉、「関係性の楽園／地獄 ジャニーズ系アイドルをめぐるファンたちのコミュニケーション」、玉川博章ら、『それぞれのファン研究』、風塵社、2007 年、243 - 289 頁
- (8) 菊幸一、『「近代プロ・スポーツ」の歴史社会学——日本プロ野球の成立を中心に——』、不昧堂出版、1993 年
- (9) 東田一朔、『プロ野球誕生前夜——球史の空白をうめる——』、東海大学出版会、1989 年
- (10) 波多野勝、『日米野球史 メジャーを追いかけた 70 年』、PHP 新書、2001 年
- (11) 馬立龍雄編、『プロ野球二十五年』、報知新聞社、1961 年
- (12) 南博編、『「日本人とプロ野球」研究 人を動かすメカニズム』、ブレーン出版、1982 年
- (13) 山口瞳、『昭和プロ野球徹底観戦記』、河出書房新社、2012 年
- (14) 森永卓郎監修、『物価の文化史事典—明治・大正・昭和・平成』、展望者、2008 年

第2章

- (1) 世相風俗観察会編、『増補新版現代世相風俗史年表 1945－2008』、河出書房新社、2009 年
- (2) 石田あゆう、「皇室イメージの戦前と戦後 大衆天皇制の文化社会学」、高井昌吏・谷本奈穂編、『メディア文化を社会学する 歴史・ジェンダー・ナショナリティ』、世界思想社、2009 年、108－129 頁
- (3) 見田宗介、『社会学入門』、岩波書店、2006 年
- (4) 石田あゆう、「『若い女性』の誕生 雑誌が生み出す読者像」、高井・谷本同上書、225 - 243 頁
- (5) 家庭総合研究会編、『昭和・平成家庭史年表 1926 - 2000』、河出書房新社、2001 年

(6) 厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

(7) 村上浩介、「野球」、鶴飼ら編、『戦後日本の大衆文化』、昭和堂、2000年、223 - 241 頁

第3章

(1) 日刊スポーツ新聞社、『日刊スポーツ五十年史』、1996年

(2) 京塚伊都子、『プロ野球より愛をこめて ミーハーギャルのプロ野球熱狂譜』、日本文芸社、1985年

(3) 山口瞳、『昭和プロ野球徹底観戦記』、河出書房新社、2012年

(4) 南博編、『「日本人とプロ野球」研究 人を動かすメカニズム』、ブレーン出版、1982年

(5) 京塚伊都子、『女が変えるプロ野球 My Sweet Baseball』、全国朝日放送株式会社、1990年

(6) 京塚伊都子、『ミーハー気分でプロ野球 ここが知りたい!!見栄はりギャルのプロ野球ウォッチング』、日本文芸社、1984年

(7) 辻泉、「関係性の楽園／地獄 ジャニーズ系アイドルをめぐるファンたちのコミュニケーション」、玉川博章ら、『それぞれのファン研究』、風塵社、2007年、243 - 289 頁

第4章

(1) イヴ・K・セジウィック、上原早苗・亀澤美由紀訳、『男同士の絆 イギリス文学とホモソーシャルな欲望』、名古屋大学出版会、2001年

(2) 斎藤環、『関係する女 所有する男』、講談社新書、2009年

(3) 東園子、『女性のホモソーシャルな親密性をめぐる文化社会学的考察——『宝塚』と『やおい』のメディア論敵分析を通して——』、2009年

(4) 高井昌吏、『女子マネージャーの誕生とメディア——スポーツ文化におけるジェンダー形成』、ミネルヴァ書房、2005年

(5) 阿部潔、「ホモソーシャルな関係の魅惑」、『スポーツの魅惑とメディアの誘惑 身体／国家のカルチュラル・スタディーズ』、世界思想社、2009年、57 - 82 頁

(6) 能町みね子、『ドリカム層とモテない系』、ブックマン社、2011年

(7) 東園子、「このマッチョなスタンド／世界の片隅で——サッカーファンとジェンダーをめぐる個人的一考察——」、「少女」文化研究会、「年報『少女』文化研究 第5号」、2010年、79 - 106 頁

雑誌

第1章

(1) 『ベースボール・マガジン』、ベースボール・マガジン社、1946年

第2章

- (1) 長尾雄、「スタンドに来る女」、『ベースボール』、ベースボール社、1936年(3-4)、81-85頁
- (2) 「ナイターの中の青春 二百万燭光下の女性たち」、『週刊サンケイ』、産業経済新聞社、1958年6月29日、15-23頁
- (3) 「女性自身・世論調査第四回“オフィス・レディ”(略称 O・L) が第一位——「BGにかわることば」は? 投票結果」、『女性自身』、1963年11月28日、58-60頁
- (4) 「華やかなるナイター—映画スタア野球大会—」、『週刊サンケイ』、産業経済新聞社、1958年7月27日、39-41頁
- (5) 「女のコのためのプロ野球 BOOK」、『女性自身』、光文社、1977年、23-30頁

第3章

- (1) 「おんな野球狂の『ウッタァ』」、『週刊現代』、講談社、1980年5月22日、204-208頁
- (2) 「ワイワイタウン プロ野球おもしろ読本」、『女性セブン』、小学館、1981年3月19日、66-75頁
- (3) 「ワイワイタウン さあ開幕! プロ野球“素朴な疑問”新聞」、『女性セブン』、小学館、1982年4月1日、70-77頁
- (4) 『JAMJAM 野球界』、ベースボール・マガジン社、(1981-1985)。
- (5) 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、(1988-) (本論文では、1989-2011 までを参照)。
- (6) 「男はなぜ、こんなことに興味を持つのか?」、『an・an』、マガジンハウス、1989年、12月22日、68-69頁

第4章

- (1) 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、(1988-) (本論文では、1989-2011 までを参照)。
- (2) 『Myojo』、集英社
- (3) 『ポポロ』、麻布台出版社
- (4) 『JUNON』、主婦と生活社

新聞記事

第3章

- (1) 朝日新聞 (1989-)
- (2) 読売新聞 (1930-)

4 章

- (1) 朝日新聞 (1989 -)
- (2) 読売新聞 (1930 -)
- (3) 毎日新聞 (1989 -)

Web サイト

- (1) 東京読売巨人軍公式ホームページ <http://www.giants.jp/top.html>
2012/12/28
- (2) 日本プロ野球史探訪倶楽部ホームページ <http://www.d7.dion.ne.jp/~xmot/>
2012/12/28
- (3) (社) 日本プロ野球機構ホームページ <http://www.npb.or.jp/> 2012/12/28
- (4) プロ野球データライブラリーホームページ
<http://ifs.nog.cc/gararoom.hp.infoseek.co.jp/> 2012/12/28
- (5) (財) 日本野球連盟ホームページ <http://www.jaba.or.jp/> 2012/12/28
- (6) BLOGOS <http://blogos.com/> 2012/12/28

¹ 菊幸一、『「近代プロ・スポーツ」の歴史社会学——日本プロ野球の成立を中心に——』、不昧堂出版、1993 年、238 頁。

² 夏の甲子園大会が初めてラジオ実況放送されたのは、1927（昭和 2）年である。

³ 東田一朔、『プロ野球誕生前夜——球史の空白をうめる——』、東海大学出版会、1989 年、1 - 9 頁。

⁴ 同上書、14 頁。

¹ 波多野勝、『日米野球史 メジャーを追いかけた 70 年』、PHP 新書、2001 年、167 頁。

² 馬立龍雄編、『プロ野球二十五年』、報知新聞社、1961 年、249 頁。

³ 全 72 試合の夏季リーグが満州で開催された。（橘川・奈良 2009）。

⁴ 馬立、『前掲書』、249 頁。

⁵ 「東京読売巨人軍公式ホームページ」 <http://www.giants.jp/top.html>。

⁶ 永井良和、「つくられるスポーツファン 企業の経営戦略とプロ野球」、杉本厚夫、『スポーツファンの社会学』、世界思想社、1997 年、54 頁。

⁷ 南博編、『「日本人とプロ野球」研究 人を動かすメカニズム』、ブレーン出版、1982 年、18 頁。

⁸ 山口瞳、『昭和プロ野球徹底観戦記』、河出書房新社、2012 年、211 頁。

¹ 図 1「プロ野球観客動員数推移グラフ」参照。

² 森永卓郎監修、『物価の文化史事典—明治・大正・昭和・平成』、展望者、2008 年、346 - 347 頁。

¹ 長尾雄、「スタンドに来る女」、『ベースボール』、ベースボール社、1936 年（3 - 4）、81 - 85 頁。

² 菊、『前掲書』、244 - 245 頁。

³ 洲崎球場は 1936（昭和 11）年に江東区新砂に開場し、明治期から 1958（昭和 33）年の

売春防止法成立まで、遊郭が設置されていた。

⁴ 馬立編、『前掲書』、250 頁。

¹ 「ナイターの中の青春 二百万燭光下の女性たち」、『週刊サンケイ』、産業経済新聞社、1958 年 6 月 29 日、15 - 23 頁。

² 「女性自身・世論調査第四回 “オフィス・レディ” (略称 O・L) が第一位——「BG にかわることば」は？投票結果」、『女性自身』、1963 年 11 月 28 日、58 - 60 頁。

³ 石田あゆう、「皇室イメージの戦前と戦後 大衆天皇制の文化社会学」、高井昌吏・谷本奈穂編、『メディア文化を社会学する 歴史・ジェンダー・ナショナリティ』、世界思想社、2009 年、228 頁。

⁴ 家庭総合研究会編、『昭和・平成家庭史年表 1926 - 2000』、河出書房新社、2001 年、280 頁。

⁵ 世相風俗観察会編、『増補新版現代世相風俗史年表 1945 - 2008』、河出書房新社、2009 年、86 - 87 頁。

⁶ 稲尾の大逆転劇をきっかけとする「神様、仏様、稲尾様」というフレーズは、この年の流行語となった。

⁷ 「華やかなるナイター—映画スタア野球大会—」、『週刊サンケイ』、産業経済新聞社、1958 年 7 月 27 日、39 - 41 頁。

⁸ 石田、『前掲書』、116 頁。

⁹ 石田、『同上書』、116 頁。

¹⁰ 見田宗介、『社会学入門』、岩波書店、2006 年、76 頁。

¹¹ 石田あゆう、『『若い女性』の誕生 雑誌が生み出す読者像』、高井・谷本同上書、225 - 226 頁。

¹² 石田、『同上書』、228 頁。

¹³ 石田、『同上書』、227 頁。

¹⁴ 村上浩介、「野球」、鶴飼ら編、『戦後日本の大衆文化』、昭和堂、2000 年、240 - 241 頁。

¹⁵ 馬立編、『前掲書』、251 頁。

¹⁶ 馬立編、『同上書』、251 頁。

¹⁷ 「女のコのためのプロ野球 BOOK」、『女性自身』、光文社、1977 年、23 - 30 頁。

¹⁸ 各球団の代表的選手は王貞治、若松勉、星野仙一、東尾修、野村克也、山本浩二、田淵幸一などである。

¹⁹ 『(第 1 次) プロ野球ニュース』は 1961 (昭和 36) 年から 5 年間放送された。

²⁰ 鶴飼ら編、『前掲書』、231 頁。

¹ 『朝日新聞』、1980 年 7 月 28 日。

² 『同上新聞』、1981 年 1 月 19 日。

³ 『同上新聞』、1983 年 6 月 5 日。

⁴ 1982 年 10 月に愛知県豊橋市で行われた「シブがき隊」などが出演する歌謡ショーで入場時に将棋倒しとなった女子中学生 1 人が死亡し、4 人が怪我をした。同年 3 月東京・豊島園の田原俊彦ショーでも、女子中高生ら 29 人が将棋倒しの下敷きとなって怪我をした。また、ジャニーズアイドル以外でも、1979 年には選抜高校野球大会で、1978 年には札幌で開かれたイギリスのロックグループの演奏会場で、同様に入場口や舞台に殺到した女性ファンたちが死亡・負傷する事故が起きている。

¹ 永嶋弥生、『『鍛える私』から『癒される私』へ ～現代ヨーガに関する文化史的研究～』、早稲田大学スポーツ科学研究科修士論文、2011 年、44 頁。

² 文部科学省「学校基本調査」、厚生労働省統計情報部「人口動態統計」、総務省「国勢調査」。

¹ 「おんな野球狂の『ウッタァ』」、『週刊現代』、講談社、1980 年 5 月 22 日、204 - 208 頁。

-
- ² 「ワイワイタウン プロ野球おもしろ読本」、『女性セブン』、小学館、1981年3月19日、66 - 75 頁。
- ³ 「ワイワイタウン さあ開幕！プロ野球“素朴な疑問”新聞」、『女性セブン』、小学館、1982年4月1日、70 - 77 頁。
- ⁴ 山口、『前掲書』、209 - 210 頁。
- ⁵ 『朝日新聞』、1989年8月4日。
- ⁶ 産業経済新聞社、『前掲書』、17 頁。
- ¹ 日刊スポーツ出版社、『日刊スポーツ五十年史』、日刊スポーツ新聞社、1996年、343 頁。
- ² 日刊スポーツ出版社、同上書、179 - 181 頁。
- ³ 『朝日新聞』、1989年8月4日。
- ⁴ 京塚伊都子、『プロ野球より愛をこめて ミーハーギャルのプロ野球熱狂譜』、日本文芸社、1985年、169 頁。
- ⁵ 辻泉、「関係性の楽園／地獄 ジャニーズ系アイドルをめぐるファンたちのコミュニケーション」、玉川博章ら、『それぞれのファン研究』、風塵社、2007年、243 - 289 頁。
- ¹ 1973年の創刊当初は、ヤングミセス向けの「総合ファッション誌」であった。
- ² 表紙ロゴやレイアウトはこれまで1988年春創刊号～1993年11+12月号、1994年1+2月号～1998年11月号、1999年1月号～2004年7月号、2004年9月号～現在までと3回変更され、現在のデザインは4代目に当たる。
- ³ 『朝日新聞』、1989年8月4日。
- ⁴ 国立国会図書館で確認できる最も古い号が1989年5+6月号になっている。
- ⁵ 1990（平成2）年5+6月号では編集長：中出水勲が、1997（平成9）年9月号からは編集長：石井秀一が、1999（平成11）年1月号からは編集長：萩島弘一が、2001（平成13）年1月号からは編集長：山口伸策が、2002（平成14）年7月号からは編集人：田中満繁が、2003（平成15）年1月号からは編集人：小林秀夫が、2009（平成21）年1月号からは編集人：玉置肇ら男性陣がそれぞれ現場責任者を務めており、作り手側のメンバーも変化している。
- ¹ ただし、創刊1、2号では読者投票は行われず、編集部によって各号で12人の選手を選出した。また、当初は「光っているアイドルたち」という企画名だった。
- ² 『朝日新聞』、1989年8月4日。
- ³ 『同上新聞』、1989年8月4日。
- ⁴ 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1994年3+4月号、41 頁。
- ⁵ 「男はなぜ、こんなことに興味を持つの?」、『an・an』、マガジンハウス、1989年、12月22日、68 - 69 頁。
- ¹ 『朝日新聞』、1990年1月4日。
- ² 『同上新聞』、1989年8月4日。
- ³ 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、2008年5月号、90 - 91 頁。
- ⁴ 京塚伊都子、『女が変えるプロ野球 My Sweet Baseball』、全国朝日放送株式会社、1990年、36 頁。
- ⁵ 『朝日新聞』、1989年1月1日。
- ⁶ 西武は1985（昭和60）から1994（平成6）年まで連続リーグ優勝を果たし、1986（昭和61）から1988（昭和63）年、1990（平成2）から1992（平成4）年までは日本一にもなっている常勝チームだった。
- ⁷ 『朝日新聞』、1989年8月4日。
- ⁸ 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1998年5月号、38 - 39 頁。1998（平成10）年に発刊されているが、高津ファンの女性たちは1990年前後の高津人気がピークに達していたころを回想しながら取材に答えている。
- ⁹ 『朝日新聞』、1989年8月4日。

-
- 10 『読売新聞』、1994年2月8日。
- 11 山口、「前掲書」、212 - 213 頁。
- 12 南編、「前掲書」、95 - 98 頁。
- 13 高津と1993年に珍プレー大賞を受賞しており、珍プレー「名人」になったこともある。内藤も同じく「名人」となり、特集を組まれた経験がある。
- 1 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1991年7+8月号、65 頁。
- 2 『同上誌』、1994年1+2月号、41 頁。
- 3 京塚、「前掲書」、1990年、11 頁。
- 4 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1993年1+2月号、74 - 77 頁。
- 5 『朝日新聞』、1990年2月8日。
- 6 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1993年5+6月号、89 頁。
- 7 『同上誌』、89 頁。
- 8 『同上誌』、1989年11+12月号、89 頁。
- 9 南編、「前掲書」、100 頁。
- 10 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1993年1+2月号、74 - 77 頁。
- 1 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、2006年5月号、78 - 79 頁。
- 1 『同上誌』、2001年9月号、27 - 31 頁。
- 2 『同上誌』、2008年5月号、40 - 41 頁。
- 3 『同上誌』、2001年9月号、27 - 31 頁。
- 1 『毎日新聞』、夕刊、1993年2月10日。
- 2 『読売新聞』、夕刊、2003年6月14日。
- 1 阿部潔、『スポーツの魅惑とメディアの誘惑 身体／国家のカルチュラル・スタディーズ』、世界思想社、2009年、61 - 62 頁。
- 2 高井、「前掲書」、2009年、58 頁。
- 3 高井昌吏、『女子マネージャーの誕生とメディア——スポーツ文化におけるジェンダー形成——』、ミネルヴァ書房、2005年、109 - 133 頁。
- 4 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、1993年1+2月号、75 頁。
- 5 阿部、「前掲書」、60 頁。
- 6 『プロ野球 ai』、日刊スポーツ出版社、2010年7月号、66 - 67 頁。
- 7 かつて「おニャン子」という高校野球チームを優勝に導いた監督が、秋葉原でイチから野球部を作り甲子園を目指した物語 <http://blogos.com/article/23874/> 2012/01/03 閲覧。
- 8 男役を演じたメンバーは、しばしば同性愛者であるのではないかという「いじり」を、メンバーやファンから受けることがある。これは性自認（ジェンダー）が男性である女性は性指向（セクシャル・オリエンテーション）も女性であると一般的に思われていることにも由来する。特にこのような「いじり」を受けるのは、宮澤佐江、秋元才加、高橋みなみなど、ボーイッシュな面を持ち合わせるメンバーであることが多い。
- 9 東、「前掲論文」、102 - 103 頁。
- 10 辻、「前掲書」、253 頁。
- 11 東、「前掲論文」、103 頁。
- 12 能町みね子、『ドリカム層とモテない系』、ブックマン社、2011年、36 - 46 頁。
- 13 東園子、「このマッチョなスタンド／世界の片隅で——サッカーファンとジェンダーをめぐる個人的一考察——」、「少女」文化研究会、「年報『少女』文化研究 第5号」、2010年、79 - 106 頁。
- 14 辻、「前掲書」、254 頁。