

D. 観戦型スポーツの現状から

筑波大学大学院 人間総合科学研究科

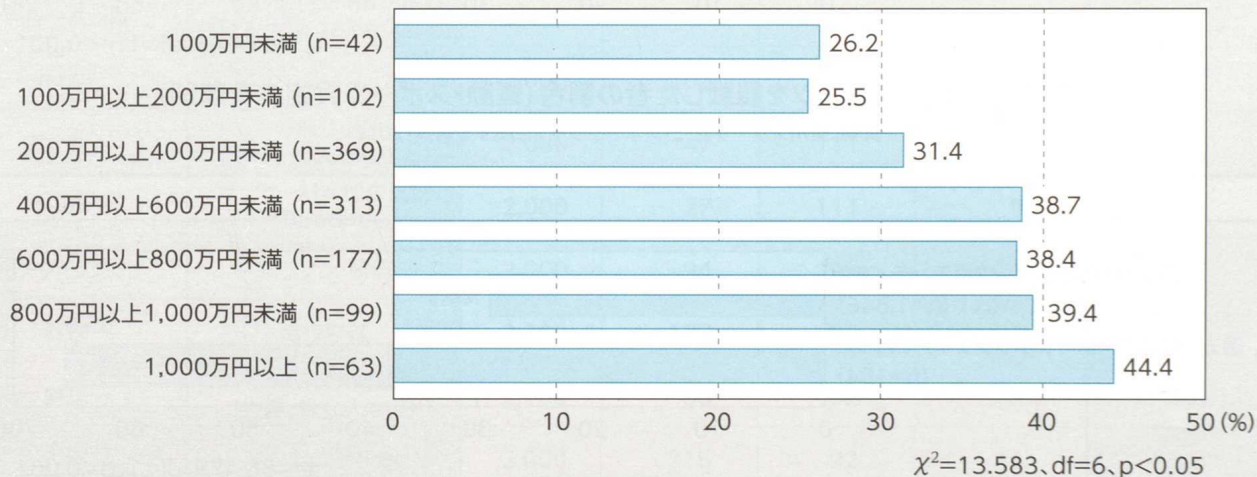
准教授 仲澤 眞

観戦型スポーツは、スタジアムやアリーナに足を運ぶ直接観戦と、テレビやラジオなどのメディアでスポーツを視聴する間接観戦に大別される。本調査では、わが国の直接観戦者人口を3,296万人、間接観戦者（テレビ観戦のみ）人口を9,722万人と推計した。わが国における観戦型スポーツは一定の水準にまで普及したが、一方では直接観戦型スポーツの普及には、本稿に示すような社会的な格差が存在することも危惧される。さらに、する・みる・ささえるなどのスポーツへの多様な参加の広がり、その相互の関係をふまえたスポーツ振興施策が必要であるとともに、観戦型スポーツを固有の文化として捉え、その普及振興に総合的な施策を立案実施する必要がある。

D-1 スポーツの直接観戦率をめぐる格差

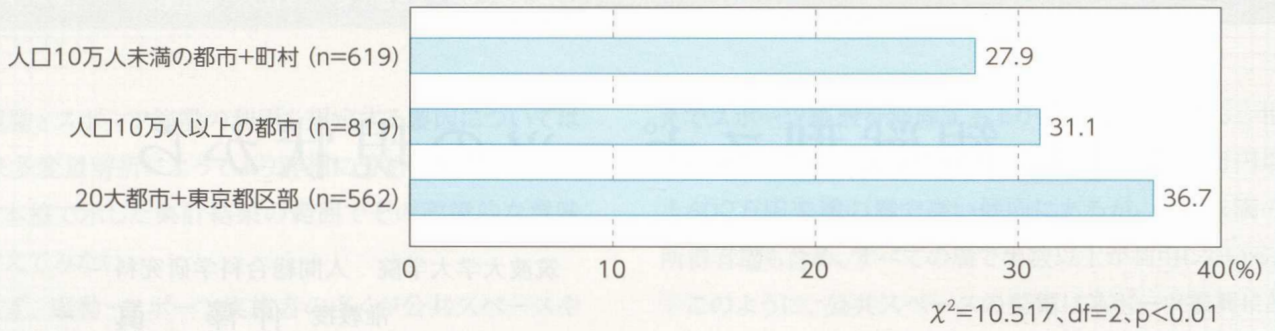
スタジアムやアリーナでスポーツを直接観戦した者の割合（直接観戦率）は31.7%であったが、それは世帯年収でみた経済力と関係があり、世帯年収が低い層の観戦率は明らかに低くなっていた（図D-1）。

また、それは人口規模でみた居住地の特性とも有意な関係にあり、居住する都市の人口規模が小さくなるにつれ、観戦率は有意に低くなっていた（図D-2）。



【図D-1】 直接スポーツを観戦した者の割合（世帯年収別）

資料：笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012



【図D-2】 直接スポーツを観戦した者の割合 (都市規模別)

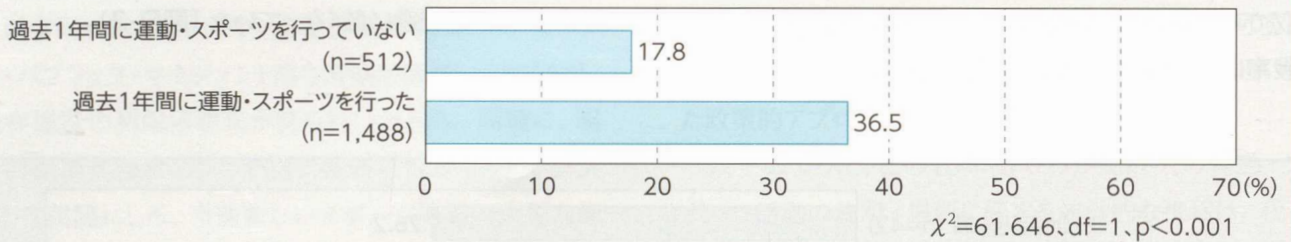
資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012

D-2 スポーツの多様化と観戦型スポーツ

する、みる、ささえるなど、スポーツへの参加が多様化するなかで、観戦型スポーツと運動・スポーツ実施およびスポーツボランティア実施の関係をみた (図D-3、図D-4)。これを見ると、「するスポーツとみるスポーツ」および「ささえるスポーツとみるスポーツ」には強い関係が確認される。特にささえるスポーツとみるスポーツ (直接観戦) の関係は特筆に値する。スポーツの普及や振興

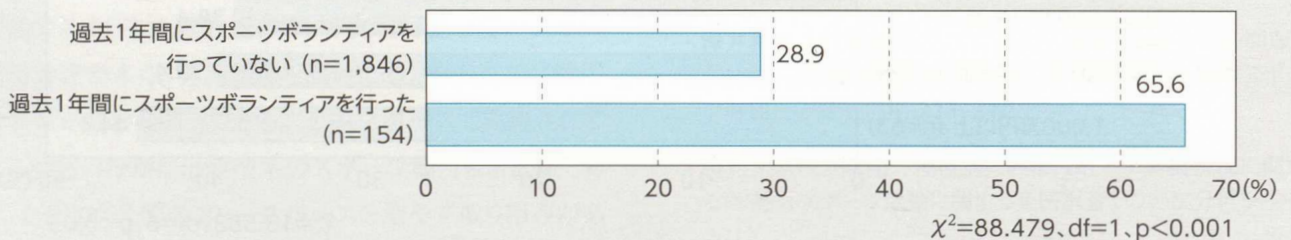
には、多様なかわりにおける相乗効果をふまえた施策が有効であると示唆された。

するスポーツとみるスポーツの関係に言及する手がかりとして、スポーツの観戦者のうち、そのスポーツを行っている者がどれくらいいるのか、という視点に立って分析した。表D-1にはスタジアムやアリーナ等に出かける直接観戦の事例として、野球、サッカー、バレーボール、マ



【図D-3】 直接スポーツを観戦した者の割合 (運動・スポーツ実施の有無別)

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012



【図D-4】 直接スポーツを観戦した者の割合 (スポーツボランティア実施の有無別)

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012

ラソン・駅伝、ゴルフの5種目を取り上げ、観戦者 (A)、実施者 (B)、観戦者に占める実施者 (C)、観戦者に占める実施者比 (C/A) の割合を示した。

たとえば、表中の下から2番目に位置する「プロ野球 (NPB)」では観戦者数が最も多い315人を数える。ここで「野球」を行った者が92人と算出されるので、両者を組み合わせると観戦しかつ実施した者は42人に達する。このように観戦者のうち、そのスポーツを行った者がどれくらい存在し、それがどのような割合となるかを、直接観戦者に占める当該種目実施者で確認できる。「プロ野球 (NPB)」をみて楽しむ315人のうち、プレイでも楽しむ者は42人にのぼり、その比率は13.3%、おおよそ7人に1人となる。この割合が高いスポーツほど、直接観戦した者のうちその種目の実施する者が多く、直接観戦と実施の関係が強いスポーツという特徴をもつ。

表D-1の最右列C/A指標が示すように、「プロゴルフ」73.2%、「その他・バレーボール (高校、大学、Vリーグなど)」41.7%、「Jリーグ (J1、J2)」35.0%、「その他サッカー (高校、大学、JFLなど)」34.0%、「サッカー日本代表 (五輪代表含む)」33.3%が関連の強いスポーツとなり、プロゴルフ観戦者の4人に3人が自身でもゴルフを親しむと判断できる。

この強い相関性に対して、みるだけのスポーツ、するだ

けのスポーツが想定されるが、「プロ野球 (NPB)」13.3%、「アマチュア野球 (大学、社会人など)」16.0%、「高校野球」16.5%、「マラソン・駅伝」21.3%では、6人ないしは7人に1人の実施者比となる。言い換えると、観戦者6~7人のうち、5~6人はみるだけと解釈できる。

表D-1と同様の視点でテレビ視聴による間接観戦に占める実施者の割合を算出すると、「プロゴルフ」26.1%、「アマチュア野球 (大学、社会人など)」19.8%、「その他サッカー (高校、大学、JFLなど)」19.3%、「その他バレーボール (高校、大学、Vリーグなど)」17.2%となり、表中では比較的間接観戦者に占める実施者の割合が高いスポーツとなる (表D-2)。これに対して「バレーボール (日本代表試合)」6.2%、「高校野球」6.5%、「プロ野球 (NPB)」7.1%、「サッカー日本代表試合 (五輪代表含む)」8.1%では、100人中6人~8人がそのスポーツを実施するにとどまり、9割以上がテレビで視聴するだけのスポーツという特徴をもつ。これらのスポーツがテレビを通じて広く支持されるスポーツとして根付いていると解釈できる。

スポーツの普及や振興には、多様なかかわりにおける相乗効果をふまえる必要がある。しかし一方で、前述の「プロ野球 (NPB)」「高校野球」のように実施との関係が弱いながらも人気を博す種目もあり、「みるもの」として

【表D-1】 直接観戦者に占める当該種目実施者の割合

実施種目名	直接観戦種目名	全 体	直接観戦者数 (A)	実施者数 (B)	直接観戦者に 占める実施者数 (C)	直接観戦者に占める 当該種目実施者 (C/A)
ゴルフ (コースまたは練習場)	プロゴルフ	2,000	41	205	30	73.2
バレーボール	その他バレーボール (高校、大学、Vリーグなど)	2,000	24	80	10	41.7
サッカー	Jリーグ (J1、J2)	2,000	103	111	36	35.0
サッカー	その他サッカー (高校、大学、JFLなど)	2,000	47	111	16	34.0
サッカー	サッカー日本代表試合 (五輪代表含む)	2,000	27	111	9	33.3
ジョギング・ランニング	マラソン・駅伝	2,000	94	193	20	21.3
野球	高校野球	2,000	127	92	21	16.5
野球	アマチュア野球 (大学、社会人など)	2,000	50	92	8	16.0
野球	プロ野球 (NPB)	2,000	315	92	42	13.3
バレーボール	バレーボール (日本代表試合)	2,000	13	80	0	0.0

資料：笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012

独自に存在する観戦型スポーツ種目にも注目するべきであろう。さらに、「サッカー日本代表試合(五輪代表含む)」のように、直接観戦と実施の関係は強いが、間接観戦と実施の関係は弱い種目(スタジアムに行くのは実施者だが、テレビで観るのは実施者だけではない)、反対に「ア

マチュア野球(大学、社会人など)」のように、直接観戦と実施の関係は弱い、間接観戦と実施の関係は強い種目(スタジアムに行くのは実施者だけではないが、テレビで観るのは実施者)といったように種目ごとの特性にも着目する必要がある。

【表D-2】 間接観戦者に占める当該種目実施者の割合

実施種目名	間接観戦種目名	全 体	間接観戦者数 (A)	実施者数 (B)	(人) (%)	
					間接観戦者に 占める実施者数 (C)	間接観戦者に占める 当該種目実施者 (C/A)
ゴルフ (コースまたは練習場)	プロゴルフ	2,000	624	205	163	26.1
野球	アマチュア野球 (大学、社会人など)	2,000	121	92	24	19.8
サッカー	その他サッカー (高校、大学、JFLなど)	2,000	171	111	33	19.3
バレーボール	その他バレーボール (高校、大学、Vリーグなど)	2,000	122	80	21	17.2
ジョギング・ランニング	マラソン・駅伝	2,000	958	193	113	11.8
サッカー	Jリーグ(J1、J2)	2,000	600	111	70	11.7
サッカー	サッカー日本代表試合 (五輪代表含む)	2,000	1,134	111	92	8.1
野球	プロ野球(NPB)	2,000	1,229	92	87	7.1
野球	高校野球	2,000	981	92	64	6.5
バレーボール	バレーボール (日本代表試合)	2,000	1,041	80	65	6.2

資料：笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012

D-3 観戦型スポーツの社会的役割と文化的独自性

観戦型スポーツが果たす社会的な役割や機能は、観戦に関わる経済的な効果、共通の関心事の提供によるコミュニティ形成機能、良質なレジャーの提供による生活の質の向上、ロールモデルとなるアスリートによる社会教育の機能など多岐にわたる。対峙して理解されがちな大衆化するスポーツと高度化するスポーツを典型に、ややもすれば拡散しがちなスポーツへの取り組みを統合する機能も重要となる(佐伯、1995)。このような多岐にわたる社会的機能の重要性をふまえれば、観戦型スポーツをめぐる格差の是正や、適切な普及への取り組みは急務になる。

観戦型スポーツの普及を図る際には、する・みる・ささえるなどの多様なスポーツとのかかわりにおける相乗効果をふまえる必要がある。一方で、スポーツを「する」者が「みる」のではないかといった暗黙のヒエラルキー(階層的な関係)が存在する可能性を危惧し、その構造の問題も指摘したい。表D-1、表D-2でみたプロ野球や高校野球などのように、するスポーツとの関連が弱い一方で、みるスポーツとして人気のある種目には、みるスポーツが固有の文化を形成していると思われる。「する」に従属する享受形態として観戦スポーツを理解する立場もあるが、観戦型スポーツを1つの固有の文化として普及・振興していく姿勢もまた重要である。

D-4 直接観戦スポーツの潜在需要と求められる政策的対応

本調査では、スポーツの直接観戦を希望する潜在需要を新規観戦希望人口(新たに観戦してみたいという層)で約1億8,778万人、リピーター人口(今後も継続して観戦したいという層)の2,776万人を加えれば2億1,554万人と推計した(表D-3)。しかし、そこにある潜在的な需要が顕在化するためには、阻害要因や促進要因についてリサーチし、しかるべき対応策を立案する必要がある。すなわち、長期的視野に立った総合的な施策が必要になってくる。

しかしながら、政策展開の基盤となるスポーツ基本法(2011)およびスポーツ基本計画(2012)には、スポーツライフのひとつである「みるスポーツ」、つまり観戦型スポーツの普及・振興に向けた総合的な施策は盛り込まれ

ていない。また、スポーツ観戦の環境整備や格差是正について直接的に言及した部分もみあたらない。今後のスポーツ振興や社会に果たす観戦型スポーツの可能性を、そして、独自の文化としての観戦型スポーツの発展をふまえて、官民あげて、その普及・振興への取り組みが期待される。

<参考文献>

・佐伯聰夫『「みるスポーツ」の振興』ベースボール・マガジン社 1995

【表D-3】 種目別直接スポーツ観戦希望状況(複数回答;n=2,000)

順位	観戦種目	観戦希望率 (%)	観戦希望率		推計観戦 希望人口 (万人)	推計継続 観戦希望 人口(万人)	推計新規 観戦希望 人口 (万人)
			継続観戦希望 (リピーター)率 (%)	新規観戦 希望率 (%)			
1	プロ野球(NPB)	31.0	11.2	19.9	3,223	1,165	2,069
2	サッカー日本代表試合(五輪代表含む)	23.0	1.0	22.0	2,391	104	2,287
3	フィギュアスケート	20.2	0.3	20.0	2,100	31	2,079
4	バレーボール(日本代表試合)	14.9	0.3	14.6	1,549	31	1,518
5	サッカー日本女子代表試合(なでしこジャパン)	14.7	0.3	14.4	1,528	31	1,497
6	高校野球	14.2	4.1	10.1	1,476	426	1,050
7	Jリーグ(J1、J2)	13.4	3.6	9.8	1,393	374	1,019
8	大相撲	12.3	0.6	11.7	1,279	62	1,216
9	メジャーリーグ(アメリカ大リーグ)	11.9	0.1	11.8	1,237	10	1,227
10	海外プロサッカー(欧州、南米など)	11.8	0.3	11.5	1,227	31	1,196
11	プロゴルフ	9.6	1.6	8.0	998	166	832
12	格闘技(ボクシング、総合格闘技など)	8.3	0.7	7.6	863	73	790
13	マラソン・駅伝	7.9	2.0	5.9	821	208	613
14	F1やNASCARなど自動車レース	7.3	0.5	6.8	759	52	707
15	プロテニス	6.6	0.1	6.5	686	10	676
						2,776	18,778

資料: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012