

# 広島型スポーツ観戦文化に関する研究

島川健太郎（愛媛大学）

## 1. 目的

総務省統計局が平成28年に行なった社会生活基本調査によると、広島県は「スポーツ観戦」の都道府県別行動者率(10歳以上人口のうち過去1年間にスポーツ観戦をした人の割合)で第1位となっている。広島県(特に広島市)には、プロ野球の広島東洋カープをはじめとして、Jリーグのサンフレッチェ広島、Bリーグの広島ドラゴンフライズ等、数多くのスポーツ団体がある。広島にはスポーツ観戦を楽しむ絶好の環境が整っており、スポーツを現地で観て応援することの需要が高く、広島県全体でその機運を後押ししている。そこで本研究では、広島県の中でも圧倒的人気を誇る広島東洋カープについて考える。なぜ人々はカープを「応援」するのか、なぜ「メディア」はカープを多く取り上げるのか、という大きく2つの観点から現在の「広島型スポーツ観戦文化」を探っていく。

## 2. 研究方法

### 1) 文献調査

プロ野球・広島東洋カープ・スポーツ観戦  
メディア・チームマネジメント・地方都市 等

### 2) データ調査

観客動員数・リーグ順位・球場運営状況  
在広局番組情報・視聴率 等

## 3. 結果と考察

応援について、トランペット応援とジェット風船は観戦文化を語る上で欠かせないものだ。新たな取り組みをカープファンが始めたことが、応援の形として日本プロ野球界全体に根付いている。カープが応援の形を作っていなかったら、他球団も全く違う応援をしていたかもしれない。

MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島の存在、グッズの豊富さも、ファンの観戦意欲を駆り立てて観戦文化の形成に繋がっている。スタジアムに施された工

夫が、球場に行って応援したいという思いに変わり、身につけて応援したいと思わせる数々のグッズが、カープファンであるという帰属意識をより強固にし、観戦や応援の楽しみになっている。その上、球団の経営に欠かせない売り上げにもつながっている。

メディアの働きも大きい。公式戦チケットが入手困難な広島では、テレビ中継の需要が高い。ファンにとってはテレビ中継を見ることも立派な応援であり観戦である。その結果が視聴率にもつながり、広島のテレビをカープが盛り上げている要因にもなっている。テレビ観戦から球場観戦へ、カープ番組の視聴からカープファンに、そういった形が観戦文化の土台になっているのではないかと。

これらを踏まえて、「広島型スポーツ観戦文化」とは、広島が球団のために作り上げたものだと考える。ここでいう広島とは、自治体や地元企業、地元メディア、広島県民やカープファンのことを指す。まず広島東洋カープは、球団自体も市民中心で作っている。被爆の影響で暗くなった広島をカープの存在や活躍が救ったのと同じで、カープが経営困難の時は広島が一丸となって救った。現在も、様々な工夫のもと、広島県民やファンの生活の中心にはカープがある。カープと広島は今なお強い関係で結ばれていると考える。

このカープの形が、日本球界に広がればもっとプロ野球は盛り上がると思う。このカープの文化が他のスポーツに広がり、広島のスポーツ界のさらに盛り上がることを願う。

## 4. 主な参考文献・引用データ

- 1) 藤本倫史、『逆境をはねかえす 広島型スポーツマネジメント学』, 晃洋書房, 2020年.
- 2) 橘木俊詔、『「地元チーム」がある幸福』, 集英社新書, 2019年.
- 3) 日本プロ野球機構ホームページ  
<https://npb.jp>