

# 広島地域における青年層のプロ野球観戦行動

——観戦する／しないのロジットモデルと意識構造に関する一考察——

広 田 ともよ

(受付 2009年5月29日)

はじめに

- 1 目 的
- 2 方 法
- 3 結 果
- 4 結 論

は じ め に

プロ野球観戦\* という行為を成すためには、あらかじめ試合のある日時を把握し、他のスケジュールを調整し、試合日時に合わせて球場まで足を運び、観戦料金を支払い、そうしてやっと球場内スタンドまでたどり着き、試合終了後は帰りの交通機関の都合やそれにとまなう帰宅時間を逆算するという一連の行動を完結して、はじめてプロ野球観戦という行為が成立する。観戦客数の増加を見込むためには観戦に伴う行動環境を整えることも当然重要だと考えられる。しかし観戦実行者のみに焦点を合わせるのではなく、さらに圏域市民全体を見渡してみる視点も必要であろう。今回の調査結果によれば2年間のうち1度も球場に足を運ばない人は広島圏域の青年層のうち7～9割程度いた。観戦に伴う行動環境を整えることと併せて、もう一方では観戦そのものへの「動機」を掘り起こすことで、さらなる観戦客数の増加が見込めるのではないかと思われる。

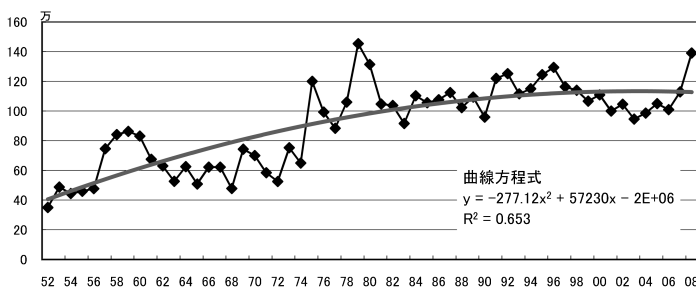
本研究ではその観戦行動と動機との関連、動機の種類や強さがどのように違えば観戦率がどの程度上下するのかについて明らかにした。今回、特に野球というスポーツに対する関心、球団や選手、アイデンティティに対しての関心や好意、そしてスタンドにて観戦環境を共有する同伴者や仲間の存在、というものが観戦行動と深く関連していることが検出された。また近年スポーツ観戦の種類が多様化したことから、スポーツ観戦の種類の分化が進み、野球に特化した関心が野球観戦の動機となっている傾向が浮き彫りとなった。

\* 通常「プロ野球観戦」というとテレビ等メディアを介して観戦する行為も含まれるが、本論文内では直接スタジアムにて観戦する行為のみに限るものとする。

## 1 目 的

広島は戦後まもなくから今日に至るまで幾度も経営的な危機や戦力的な困難という壁を乗り越えながらもプロ野球球団を保持し続けている。広島カープ球団は広島の戦後復興の希望と自負の象徴として広島地域の人々に応援され愛されてきた。球団発足以来初のリーグ優勝を成し遂げた1975年、日本一となった79、80年の頃観客動員数は突出してしる。その後84年に日本一、86年、91年にリーグ優勝したことで動員数を押し上げている。98年以降10年間 B クラスに留まっているが、特定選手の2000本安打や、08年旧球場ラストイヤーなどの特別なイベントがある年は跳ね上がっている。今年09年は新球場初年としてさらなる跳ね上がりを見せることが推測されている。反対に特別なイベント事がない年はここ25年間の傾向からすると時に100万人ラインを割る年もあるが、110万人前後で推移している（グラフ1）。他球団と比べると広島カープの観客動員数は低いが、地域がかかえる人口やさらにホーム地域の背後地の人口、球場収容人数や他の観戦スポーツとの競合などにも左右されるや要素が強い値であることを考慮しなければならないだろう。

また一方では「カープファンは球場に行かない。カープファンは冷たい。」とする説がある。これは県民性が熱しやすく冷めやすいとされるからなのか、反対に県民性の由来がここから派生しているものであるのか、そもそも熱しやすく冷めやすい気質だとされることに何か明確な科学的根拠があるのかどうかさえも不明であるが、「カープファンであれば、カープ球団が観客数の少ないことに苦勞しているのだから、我が身を投じて球場に行くことでもって応援するのが最も望まれるファンの姿である。しかし一度も行っていない。我が身を一度も投じること（観戦料という数千円の協力）すらしない。それはカープを見放しているのと同じだ。カープは頑張ろうとしているのに、ファンはいかにも冷たいのではないか」という論理が背景にあるものと推測される。確かに1970～80年代頃は、広島カープ球団の存在を市民・



グラフ1 広島カープの観客動員数の推移

表1 ホームゲームでの動員数 (2008年)

東京	ジャイアンツ	1,444,696
福岡	ソフトバンク	1,266,688
阪神	タイガース	1,251,617
中日	ドラゴンズ	1,194,206
北海道	日本ハム	923,129
千葉	ロッテ	796,442
埼玉	西部ライオンズ	751,928
神戸大阪	オリックス	635,208
東京	ヤクルト	596,537
広島	カープ	585,811
東北	楽天	540,772
横浜	ベイ	537,671

県民全体の「代表」「象徴」あるいは「分身」であるかのように捉え、選手たちのプレーに一喜一憂しながら懸命に応援した時代があった。しかしこの時代に比べて近年、市民・県民全体でカープを下支えするような“一体感”が分散してしまっているようにも思える。そこで身近なところで簡単な聞き取りを行ってみた。下記のような会話である。

- A「野球はどこチームのファンですか？」  
B「広島です」  
A「球場へは1シーズン何回くらい行かれますか？」  
B「1回も行っていません。もう何年も。」  
A「そうですか。なぜ行かないのですか？」  
B「なぜ、ですか？？うーん、だから、ですかね…。」

の部分に入る理由として「カープが弱い」ということを挙げる人が最も多かった。しかし人間、ひいきにしているのであれば弱いからこそ応援する気持ちになるという心理も働くはずである。また「球場が古い・汚い」「お金がない」などの理由を挙げる人もいた。本当にそうした理由なのであろうか。では仮に、カープが強くなり、球場も新しく清潔になり、観戦料金が安価もしくは観戦料金程度のお金が自由に使える位の経済的ゆとりができ、人々の部分の不満がすべて解消されたと仮定した場合、果たして本当にカープファンを自称する人々は続々と球場に足を運ぶようになるのであろうか。

そこでまず、現在広島の人たちはプロ野球観戦という行為をどのようにとらえているのかを調査してみることとした。分析に用いるデータは2004年および2008年に行った広島修道大学の学生および同世代を主とする一般社会人を対象に実施した調査より用いる。4年ほどタイムラグをもつデータの相違点を比較しながら、プロ野球観戦をする／しないは何と関連があり、何によって規定されるのか、その主たる関係性を明らかにしようと考えたのである。

## 2 方 法

### 1) 調査概要

筆者が担当する「応用社会学特殊演習Ⅰ・Ⅱ」の科目を履修する学生が、学内および市内近郊にて、調査の趣旨と概要を説明し質問紙を配布、回答者に記入してもらいその場で回収した。なお回答者の都合により一部留め置きとなったものもある。2004年7月実施分(N=407, 設問数160)の回答者の基本的属性は、平均年齢19.4歳、男性35.0%・女性65.0%。出身地広島市内42.5%・広島県内35.1%・県外20.9%・無回答1.5%。2008年7月実施分(N=138, 設問数78)の回答者の基本的属性は、平均年齢21.3歳、男性42.8%・女性57.2%。出身地広島市内56.9%・広島県内35.8%・県外7.3%であった。2つの調査の回答者に対応の関係

はない。またいずれも欠損値があるケースについては集計および分析ごとに除外する方法をとった。

## 2) 分析に用いる設問と各基本的集計

まず1シーズンに何回くらい野球観戦に行くのかであるが、結果は表2のとおりである。1シーズンに1回でも野球観戦に行っていたのは3割以下であった。ここで2シーズンの観戦回数を聞いた理由は調査実施の時期が7月でありシーズンの半ば時期であること、シーズンによるイベントに大きく左右される場合もあるかもしれないという観点から、2シーズンにわたっての観戦の有無を用いることとした。

表2 観戦回数(回)

		M	SD	Min	Max
2004 (N=407)	03season	0.58	1.17	0 (n=287, 70.5%)	5 (n=14, 3.4%)
	04season	0.39	0.94	0 (n=314, 77.1%)	5 (n=8, 2.1%)
	2season total	0.97	1.80	0 (n=255, 67.2%)	10 (n=2, 0.5%)
2008 (N=138)	07season	0.30	1.16	0 (n=121, 87.7%)	10 (n=1, 0.7%)
	08season	0.74	2.20	0 (n=107, 77.5%)	18 (n=1, 0.7%)
	2season total	1.04	2.76	0 (n=100, 72.5%)	18 (n=1, 0.7%)

次に、観戦行動をする／しないと関連がありそうな設問として以下の7つを選び仮説を立てた。

[Q1 sexa]	女性より男性のほうが観戦行動を起こすであろう。
[Q2 sports]	スポーツが好きだという人ほど観戦行動を起こすであろう。
[Q3 carp]	カープが一番好きだという人ほど観戦行動を起こすであろう。
[Q4 experience]	野球経験がある人のほうが観戦行動を起こすであろう。
[Q5 interest]	プロ野球に関心が強いという人ほど観戦行動を起こすであろう。
[Q6 conversation]	普段野球に関する会話が頻繁にある人ほど観戦行動を起こすであろう。
[Q7 identity]	自分は広島人だという認識が強い人ほど観戦行動を起こすであろう。

7つの設問の基本的集計結果は表3・表4のとおりである。なお各変数についての詳細であるが、[Q1 sexa]は男性を1、女性を0とする。[Q2 sports]は「スポーツが好きですか」という問いに対する回答で、はいを1、いいえを0とする。[Q3 carp]は「以下の12球団の中で一番好きな球団はどれですか」という問いに対し12球団名の羅列に加えて「どの球団にも興味がない」という計13の選択肢の中から一つ選択してもらった。カープが一番好きを1、

表3 基本的集計1

	2004		2008	
	M	N	M	N
Q1 sexa	.35	406	.43	138
Q2 sports	.86	399	.86	138
Q3 carp	.55	407	.48	138
Q4 experie	.12	407	.09	138

表4 基本的集計2

	2004			2008		
	M	SD	N	M	SD	N
Q5 interest	2.67	1.17	403	2.63	1.18	138
Q6 conv	2.56	0.79	406	2.25	1.01	131
Q7 identity	3.05	1.01	397	3.21	1.15	137

それ以外の回答を0とするダミー変数を用いることとする。〔Q4 experience (略称 experie)〕は「これまで何かスポーツをやっていましたか」という問いに対し「はい」「いいえ」という回答を用意し、「はい」という回答をした人のみに「それは何ですか」と問い記述してもらった。回答数が多いものから野球、サッカー、テニス、バスケットボール、バレーボール、ハンドボール、ソフトボール、フットベースボール、ラクロス、ラグビー、アメフト、卓球、バドミントン、陸上、水泳、剣道、柔道、空手、なぎなた、弓道、アーチェリー、ダンス、体操、バトン、サイクリングなど多岐にわたったが、その中で「野球」と記述した人のみ野球経験ありとし、なし0、あり1のダミー変数とした。〔Q5 interest〕〔Q6 conversation (略称 conv)〕〔Q7 identity〕はそれぞれ Q5 プロ野球に関心がありますか、Q6 普段、野球についての会話がありますか、Q7 自分は「広島人」とおもいますか、という質問に対し「1 大いにそう思う、2 ややそう思う、3 あまりそう思わない、4 全くそう思わない」の4段階尺度で回答してもらい、得点が高いほどその度合いが高いように4～1点にリバーズした値を用いている。

2004データと2008データの基本的集計を比較すると、2008の方が回答者の男性比率が高いが、野球経験者数、野球への関心度合い、野球についての会話度合いの平均値が低くなり、かつ標準偏差は大きくなっている。一方スポーツが好きな人は86%と4年間でその比率はまったく変化がない。よってスポーツ愛好の傾向は一定しているが、野球への愛好に関しては、野球が好きな人は好き、関心がない人は関心がないというように二極化する傾向をみせつつ、野球離れた人が増加したことをうかがわせる。次の着目点として自分は広島人であると思う地域アイデンティティの平均点が2008の方が高くなっている点である。しかしこれは回答者の出身地が市内もしくは県内である比率が高くなっていることによるものであることに注意を払うべきである (2004, n=391, df=6, p 値<.001。2008, n=136, df=6, p 値<.001)。

次に各設問間の相関を見てみる。まず観戦の有無 (watching) については「今シーズンあなたはプロ野球観戦に何回行ききましたか」「昨シーズンあなたはプロ野球観戦に何回行ききましたか」の2つの設問から、今シーズンも昨シーズンもプロ野球観戦に1回も行っていない

人を0, どちらかのシーズンに1回でも行った人を1とするダミー変数をとる。欠損値ケースは無い。各項目間の Pearson の積率相関係数は表5・表6のとおりである。

ここでまず2004, 2008の両データともに共通する概略的構図について考察を試みる。〔watching (観戦行動する)〕との係数を見ると〔Q5interest (プロ野球に関心がある)〕と〔Q6conv (普段野球についての会話がある)〕が強く、次いで〔Q3carp (カープが好き)〕となっている。〔Q5interest (プロ野球に関心がある)〕と〔Q6conv (普段野球についての会話がある)〕の2項目間の係数も非常に強く出ている。さらに〔Q3carp (カープが好き)〕と〔Q5interest (プロ野球に関心がある)〕〔Q6conv (普段野球についての会話がある)〕の係数も強い。そしてさらに〔Q3carp (カープが好き)〕は〔Q7identity (自分は広島人である)〕の項目と相関が出ている。それは〔watching (観戦行動する)〕の項目と同程度の強さとなっている。

ここでまず判明したことは「カープが好きだから(であれば)観戦に行く」という構図(図1)は正確ではないということである。観戦する人というのは、プロ野球への関心が高い人・普段野球の会話をする人である。関心が高かったり会話をしたりするから観戦するケースもあるであろうし、観戦する(した)から関心が高まったり会話をするようになったケースもあるであろう。よってこの因果の方向性は双方向であるためどちらか一定方向の矢印と決定付

表 5

2004	watching	Q1sexa	Q2sports	Q3carp	Q4experie	Q5interest	Q6conv
Q1sexa	.084						
Q2sports	.121 *	.183 **					
Q3carp	.245 ***	.069	.148 **				
Q4experie	.143 **	.483 ***	.151 **	.053			
Q5interest	.482 ***	.266 ***	.352 ***	.438 ***	.255 ***		
Q6conv	.416 ***	.280 ***	.225 ***	.299 ***	.291 ***	.726 ***	
Q7identity	.103 *	-.038	.070	.354 ***	.006	.144 **	.088

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001

表 6

2008	watching	Q1sexa	Q2sports	Q3carp	Q4experie	Q5interest	Q6conv
Q1sexa	.033						
Q2sports	.138	.065					
Q3carp	.344 ***	.170 *	.229 **				
Q4experie	.231 **	.300 ***	.154	.127			
Q5interest	.394 ***	.078	.330 ***	.525 ***	.269 **		
Q6conv	.453 ***	.195 *	.307 **	.555 ***	.277 **	.729 ***	
Q7identity	.070	-.007	.037	.306 ***	.027	.273 **	.337 ***

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001

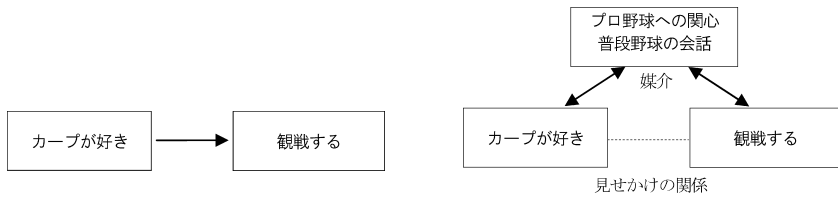


図1 「カープファンであれば観戦へ行く」の図

図2 調査データからの解釈の図

けることはできないが、この2項目の関係性には相関があると言ってもよいであろう(図2)。

そして次にプロ野球への関心が高い人・普段野球の会話をする人はカープが好きと回答した人が多いということであるが、ここで注意すべき点は調査した場所が広島圏域であることと、もう一つ、どの球団にも興味がないという選択肢の存在である。言いかえると「カープが好き」の項目の回答はじつは「カープが好き／嫌い」の2分類ではなく、3つに分類されるということである。その3つというのは「①カープが好き ②カープ以外の球団が好き ③どの球団にも興味がない」である。この①②に分類される人はプロ野球への関心がある人であり、③に分類される人はプロ野球自体に関心がない人である。①②のなかでも広島という土地柄①の方が圧倒的に多くなっている。よってプロ野球への関心が高い人・普段野球の会話をする人はカープが好きと回答した人が多いとなっているわけである。

「カープが好き」という言葉が意味する内容を少し具体的に考えてみる。普段の会話の中で「私はカープが好きなんです」「私はカープファンなんです」と言う時あまり深刻に考えたうえで発している言葉でもないであろうし、時と場合により意味する内容様々ではあろうが推測できるものを書き出してみる。

- 私は広島で生まれ育った人間なんです。
- 私は根っからの広島人なんです。
- 私の居住地域に最も近い拠点をもつ球団はカープなんです。
- 私は(サッカー等ほかのスポーツより)野球が好きなんです。
- 私はカープに所属している〇〇選手が好きなんです。
- 私はカープに所属している〇〇選手が打席に立つ姿が見たいんです。
- 私はカープに所属している〇〇選手の投げる見事なキレのスライダーが見たいんです。
- 12球団の中で最も私の思考にあったプレーをするチームがカープなんです。
- 私はスポーツとは清く正しいものだと思うんです(お金や権力のおいさが最もしなさそうなチーム=カープ)。
- 私は注目されていなくても常にひたむきにプレーする姿に勇気づけられているんです。
- 私は(大組織からではなく)一人ひとりの小さな市民の団結力によって支えられたプロセスが好きなんです。
- 私は弱小集団が強大集団に立ち向かっていくイメージが好きなんです。
- 私は(カープファンの)あなたに同調します。

これらをまとめると「私はカープファンです」と言う人の中に少なくとも2種類の存在があるということが推測される。同じカープファンを名乗るものの、一つは真に「プロ野球・選手・プレー」など実体そのものに関心を持っているタイプ(実体型)、もう一つはカープ

から派生されるイメージ（広島、市民など）に対して同調・肯定感をもつが「プロ野球・選手・プレー」等の実体にはそんなに興味がないタイプ（イメージ型）の存在である。もちろんこれらは2つに明確に分別できるというわけではないためその複合型というものが存在するが、2つの基軸があり、その強弱の組み合わせで構成されると言っても良いであろう。イメージ型は実体的なところに興味がないわけなので「カープファン」と言うには及ばない（正確には「私は興味がありません」と言わないといけない）のかも知れない。しかし逆にとらえるとそんなに興味はないのについて「カープファン」と言ってしまうのは地域を愛するがゆえ、イメージを愛するがゆえなのかもしれない。そういった意味においてはカープファンは「冷たい」ではなくて「温かい」ととらえる方が妥当である。

これらのことから「カープが好き」ということが直接的に「観戦に行く」に結びついているというわけではなく、結びついているように見えるのはあくまで見せかけであり、その2つの間に「プロ野球への関心・普段野球の会話」という“実体”的なものが媒介しているのである。それが観戦する／しないの行動を左右する重要なキープointであることが見えてくる。

### 3) ロジットモデルの分析条件

プロ野球観戦をする／しないについて説明することを目的とするロジスティック回帰分析を行う。前述のとおり [watching] [Q1 sexa] [Q2 sports] [Q3 carp] [Q4 experie] はダミー変数を、[Q5 interest] [Q6 conv] [Q7 identity] は4段階の尺度を用いる。

## 4 結 果

独立変数を  $X$ 、従属変数  $Y$  の値が 1 である確率の予測値を  $\pi$  とするとロジスティック回帰分析 (logistic regression) の回帰式 (独立変数 1 つの場合) は

$$\text{Log} \left( \frac{\pi}{1 - \pi} \right) = \alpha + \beta X$$

であるため、確率  $\pi$  を左辺にくるようにすると

$$\pi = \frac{\exp(\alpha + \beta X)}{1 + \exp(\alpha + \beta X)}$$

となる。

表 7 と 8 は 1 つの変数のみをそれぞれ投入したロジスティック回帰分析の結果を示している。



表7 04data

	-2LL R <sup>2</sup> **		回帰係数	標準誤差	標準化 回帰係数	オッズ比	95%信頼限界 下限	上限
Q1 sexa	534.11	定数	-.642 ***	.129				
	.009	Q1sexa	.359	.213	.171	1.432	0.943	2.175
Q2 sports	520.05	定数	-1.219 **	.316				
	.021	Q2sports	.792 *	.335	.277	2.207	1.146	4.252
Q3 carp	512.88	定数	-1.143 ***	.173				
	.081	Q3carp	1.063 ***	.219	.529	2.895	1.886	4.444
Q4 experie	529.85	定数	-.627 ***	.111				
	.027	Q4experie	.878 **	.311	.284	2.407	1.308	4.431
Q5 interest	427.71	定数	-3.575 ***	.391				
	.311	Q5interest	1.064 ***	.121	1.241	2.897	2.283	3.675
Q6 conv	461.75	定数	-3.762 ***	.439				
	.228	Q6conv	1.230 ***	.158	.974	3.420	2.508	4.662
Q7 identity	520.10	定数	-1.190 *	.348				
	.015	Q7identity	.218 ***	.107	.220	1.243	1.008	1.533

\* <.05    \*\* <.01    \*\*\* <.001    ※ Nagelkerke の擬似決定係数

表8 08data

	-2LL R <sup>2</sup> **		回帰係数	標準誤差	標準化 回帰係数	オッズ比	95%信頼限界 下限	上限
Q1 sexa	169.45	定数	-.890 ***	.248				
	.002	Q1sexa	.145	.373	.072	1.157	0.557	2.401
Q2 sports	166.66	定数	-1.735 **	.626				
	.030	Q2sports	1.029	.656	.364	2.798	0.773	10.121
Q3 carp	152.81	定数	-1.713 ***	.328				
	.162	Q3carp	1.592 ***	.410	.798	4.912	2.199	10.971
Q4 experie	162.83	定数	-1.023 ***	.206				
	.068	Q4experie	1.380 **	.534	.455	3.973	1.395	11.320
Q5 interest	144.24	定数	-3.301 ***	.645				
	.232	Q5interest	.854 ***	.198	1.004	2.349	1.594	3.463
Q6 conv	132.48	定数	-2.521 ***	.456				
	.278	Q6conv	.809 ***	.171	1.149	2.246	1.606	3.141
Q7 identity	168.18	定数	-1.266 *	.584				
	.007	Q7identity	.138	.169	.160	1.149	0.825	1.598

\* <.05    \*\* <.01    \*\*\* <.001    ※ Nagelkerke の擬似決定係数

例えば表 7 (04年データ) の Q6 conv と観戦率を挙げるとすると,  $\alpha = -3.762$ ,  $\beta = 1.230$  を代入する。

日常内に野球の会話がまったく無い人が野球観戦に行く確率を算出するには,

$$\pi = \frac{\exp(-3.762 + 1.230 \times 1)}{1 + \exp(-3.762 + 1.230 \times 1)}$$

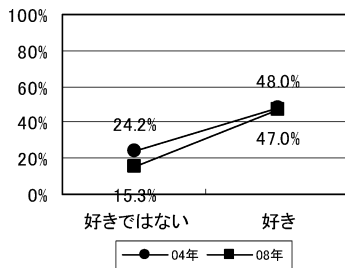
となり, その確率の予測値は7.4%となる。

反対に日常内で野球の会話が大いにあるとした人が観戦に行く確率を算出するには,

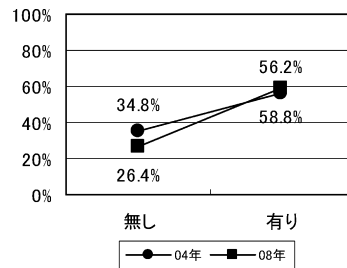
$$\pi = \frac{\exp(-3.762 + 1.230 \times 4)}{1 + \exp(-3.762 + 1.230 \times 4)}$$

となり, その確率の予測値は76.1%となる。

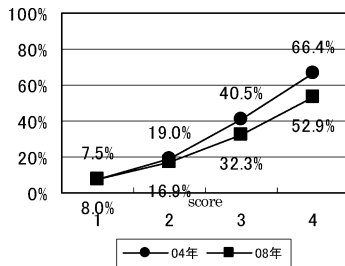
このように質問項目ごとに代入した予測値をグラフ化すると次の通りとなる。



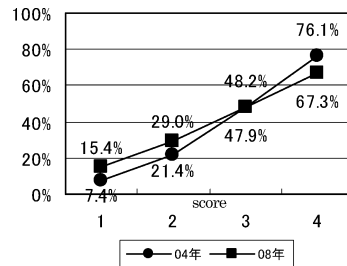
グラフ 2 Q3 carp



グラフ 3 Q4 experie



グラフ 4 Q5 interest



グラフ 5 Q6 conv

## 5 結 論

まず第 1 に全体の関連性を簡略化して大雑把に構図に描きおとすとすれば, 図 3 のように示すことができるであろう。ここで着目すべきは〔Q7 identity〕広島人だから〔watching〕

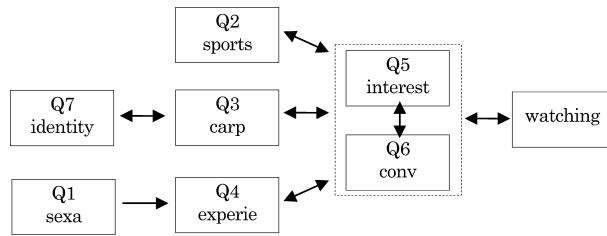


図 3

観戦するであるとか、〔Q3 carp〕カーブが好きだから〔watching〕観戦する、〔Q4 experie〕野球経験者であるから〔watching〕観戦するといったことではなく、野球への〔Q5 interest〕興味〔Q6 conv〕会話といった要素がその間に挟まっていることである。たとえば〔Q3 carp〕カーブが好きだから〔Q5 interest〕プロ野球に関心があって、プロ野球に関心があるから〔watching〕観戦するとなるケースや、〔Q7 identity〕広島人だから〔Q3 carp〕カーブが好きなのだが〔Q5 interest〕プロ野球には関心が実のところないから〔watching〕観戦しないとなるケースも存分に考えられるわけであるが、とにかくいずれの場合においてもその間に挟まっている要素を飛び越して〔watching〕観戦行動を説明することはできないということである。この視点から見ると、冒頭の目的のところで行った聞き取り調査では、野球観戦に「弱いから」「球場が古い・汚いから」「観戦料金が高いから」行かないという理由は、まったくの嘘ではないにしても後付けの理由ではないかとも考えられる。本当は弱い・古い・汚い・高いというマイナスイメージのハードルを飛び越すほどの強い興味関心があるわけではないからというのが妥当な理由のようにみえる。自分が興味関心を強く抱くアーティストの公演が東京や大阪など遠隔地で開催される場合、どれだけ時間がかかろうとも、どれだけ高い交通費や公演料金を支払ってでも、仮に会場がどれだけ古くて汚い所であっても興味関心が強ければ万難を排して行くはずである。その万難を排するだけの興味関心には及んでいないということなのであろう。反対に、野球そのものにはあまり関心がなくても球場の設備や話題性のほうに関心があって観戦行動を起こすというケースもあるであろう。これらもやはり、interest や conversation という要素が絡んでいるということが容易に推測できる。

第2にファンの種類として実質型とイメージ型があると前述したが、中でも実質型の要素が強い人が観戦行動を起こす、または実質型の要素が強い人が周囲の人を誘って観戦行動を起こすというように「実質型」の人が観戦行動においてはキーパーソンとなる。キーパーソンとその周囲の人とのアイデンティティや志向に共通性があると会話が弾みやすいので共働効果で観戦行動を起こしやすくなるのではないかと推測される。

第3に04年と08年の結果を比較すると、04年はカーブが好きでなくても、野球経験が無くても、周囲とプロ野球の会話が頻繁になされるもしくはプロ野球への関心が高まると観戦行

動につながっており、いわば「なんとなく野球観戦に行ってみようか」といったあいまいな動機でも行く傾向があったが、08年はより野球的要素に特化している傾向があり、極端に言う「野球に関心がある人だけが野球観戦に行く」といった傾向が見られる。近年特にサッカー、バレーボール、ゴルフ、格闘技などプロスポーツの種類自体も大きく多様化した。一般市民のプロスポーツ観戦はもはや野球のみの時代ではなくなった。スポーツの種類により観客の分化が進んでいるということであろう。野球観戦に対しては、こと野球の実質型ファンが野球観戦の行動をする／しないのキーパーソンとなる傾向がより一層強くなってきている傾向が見てとれた。

### 参 考 文 献

- ボンシュテット・ノーキ, 1992, 『社会統計学 社会調査のためのデータ分析入門 学生版』ハーベスト社.  
土場学ほか編, 2004, 『社会をくモデル>でみる 数理社会学への招待』勁草書房.  
藤本淳也ほか, 1996, 「プロ・スポーツ観戦回数に影響を及ぼす要因に関する研究—特にプロ野球のチーム・ロイヤルティに注目して—」『大阪体育大学紀要』27: 51-62.  
原田菜穂ほか, 2000, 「プロ野球におけるプレーヤー特性と観戦者行動」『日本体育学会大会号』51: 302.  
原田尚幸ほか, 1998 「プロ野球本拠地住民の観戦意図に影響を及ぼす要因」『学術研究紀要』20: 65-71, 鹿屋体育大学.  
広沢俊宗ほか, 2006 「プロ野球ファンに関する研究 (V) —ファン心理, 応援行動, および集団所属意識の構造—」『地域研究所 研究叢書』3: 29-40, 関西国際大学地域研究所.  
井上義和ほか, 2006 「プロ野球ファンに関する研究 (VII) —プロ野球のあり方への態度の規定要因」『地域研究所 研究叢書』3: 49-54, 関西国際大学地域研究所.  
岩井紀子・保田時男, 2007, 『調査データ分析の基礎 JGSS データとオンライン集計の活用』有斐閣.  
菊 幸一, 1993, 『「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.  
小城英子・広沢俊宗, 2005, 「プロ野球ファンに関する研究 (II) —ファン心理の球団別比較—」『地域研究所 研究叢書』2: 19-26, 関西国際大学地域研究所.  
九 時星, “球探 (<http://www.d7.dion.ne.jp/~xmot/kankyaku.htm>, 2009,5,5)”.  
中山悌一ほか, 2000, 「プロ野球選手の出身地別特徴について: 1959年~2000年」『日本体育学会大会号』51: 360.  
西本 恵, 2008, 『広島カーブ昔話・裏話 じゃけえカーブが好きなんよ』トーク出版  
上田宋岡・頼 祺一 監, 2007, 『ひろしま通になろう』中国新聞社.  
柳井晴夫・緒方裕光, 2006, 『SPSS による統計データ解析—医学・看護学・生物学・心理学の例題による統計学入門—』現代数学社.

## Summary

### Professional baseball watching behavior of the young people in Hiroshima

—Research on logit model and structure of consciousness  
that attaches to watching or not doing—

Tomoyo HIROTA

In this paper, whether the person who had what motive and consideration tended to take the action of the professional baseball watching was researched.

According to the result of the survey executed in 2004 and 2008, many of young people who live in Hiroshima City and suburbs have never been to the stadium recently. It is necessary to dig up the motive of watching.

If the kind of the motive and the strength were very different, the logistic regression model whom was able to be forecast how much probability of watching changed was clarified. As a result, three points of the following deeply relating to the watching action became clear. 1) A special concern for sports of baseball must be necessary. 2) Goodwill and the interest in the baseball team, the player, the stadium or the identity must be necessary. 3) Companion who invites even if it is possible to talk about baseball usually and it goes to stadium together.

Recently, the kind of the sports watching was very diversified. The classification advanced further, and the baseball parting advanced in 4 years from 2004 through 2008. To lead to the watching baseball, it turned out to tend to need the interest that specialized in baseball.