

プロ野球ファンに関する研究 (VI)

—阪神ファンと巨人ファンのイメージ—

A Study of Professional Baseball Fans

—Images of Tigers Fans and Giants Fans—

関西国際大学 岩井洋

関西国際大学 広沢俊宗

関西国際大学 井上義和

Kansai University of International Studies

Kansai University of International Studies

Kansai University of International Studies

Hiroshi IWAI

Toshimune HIROSAWA

Yoshikazu INOUE

要 約

本稿は、社会人を対象としたインターネット調査から、日本のプロ野球における、阪神ファンと巨人ファンに対するイメージの違いを明らかにしようとするものである。特に、阪神ファンと巨人ファンに対する、阪神ファンあるいは巨人ファンの自己イメージと、他球団ファンからみた阪神ファンと巨人ファンのイメージを明らかにする。また、アンチ巨人傾向についても、球団別に分析する。加えて、同じ質問項目を使用し、大学生を対象として行なった調査の結果との比較も試みている。

1. 問題

プロ野球ファンについて語るとき、しばしば持ち出されるのが「阪神ファン 対 巨人ファン」という構図である。両者は、「関西 対 関東」という図式ともあいまって、対照的な性格をもつものと考えられている。しかし、それがどの程度対照的であるかについては、実証的な研究が豊富に存在するわけではない。

そこで本稿では、20代～50代までのプロ野球ファン、計800名を対象としたインターネット調査のデータをもとに、阪神ファンと巨人ファンに関するイメージと、「アンチ巨人傾向」について明らかにしたい。

大学生を対象とした調査(以下「大学生調査」)(広沢・小城2005)によると、「理性的、知的でクールな巨人ファンに対し、熱狂的、感情的で陽気な阪神ファン」(同13～14頁)というイメージが明らかになっている。また、阪神ファンと巨人ファンの自己イメージについては、他球団のファンよりも、自己を肯定的に評価していることが明らかになった。「アンチ巨人傾向」については、パ・リーグのファンよりもセ・リーグのファンのほうが、その傾向が強いことが示唆されたとともに、セ・リーグ内でも、広島東洋カープ、阪神タイガース、中日ドラゴンズのファンに、その傾向が顕著であることが示された。

本研究の調査では、大学生を対象とした調査と同じ調査項目を使用した。そこで本稿で

は、大学生と社会人との比較も試みたい。

2. 結果と考察

2.1. 阪神ファンと巨人ファンのイメージに関する比較

阪神ファンと巨人ファンのイメージを分析するのに先立ち、球団別のファン構成について、多い順に示しておく。

表1 球団別のファン構成 (N=800)

| 球 団 名 | % (人数) |
|-------------------|-----------|
| 1. 阪神タイガース | 30.8(246) |
| 2. 読売ジャイアンツ | 23.0(184) |
| 3. 福岡ソフトバンクホークス | 8.6(69) |
| 4. 中日ドラゴンズ | 7.8(62) |
| 5. 千葉ロッテマリーンズ | 4.8(38) |
| 6. 北海道日本ハムファイターズ | 4.6(37) |
| 7. ヤクルトスワローズ | 4.3(34) |
| 8. 広島東洋カープ | 4.1(33) |
| 9. 東北楽天ゴールデンイーグルス | 4.0(32) |
| 10. 横浜ベイスターズ | 3.5(28) |
| 11. 西武ライオンズ | 3.3(26) |
| 12. オリックス・バファローズ | 1.4(11) |

表1は、「もっとも好きなプロ野球チーム」をひとつあげてもらった結果にもとづく。阪神ファンと巨人ファンをあわせれば過半数を占めており、その割合からみても、阪神ファンと巨人ファンと対比させるのには好都合である。また、大学生調査でも、阪神ファン(19.6%)、巨人ファン(18.7%)と、両者の割合が突出しており、大学生と社会人と比較するのも好都合な条件が整った。

それでは、阪神ファンのイメージに関して、阪神ファンと他球団ファンとの違いを明らかにする。表2は、18のSD尺度に関して、阪神ファンと他球団ファンとの平均値の差の検定を行なった結果である。

まず、「派手な」「お祭り好きな」「感情的な」「団結力のある」「熱狂的な」などについては、両者の差がみられなかった。これらは、阪神ファンと他球団ファンが共有する、阪神ファンのイメージであるといえる。これに対して、「親切的な」「迷惑でない」「大人っぽい」「社交的な」「陽気な」「きちんとした」「報いのある」「川に飛び込まない」「かしこい」「親しみやすい」「我慢強い」「得な」「幸福な」などの項目に関しては、阪神ファンのほうが他球団ファンよりも、自己を肯定的にみていることがわかる。

なお、大学生調査では、「社交的な」「陽気な」「川に飛び込む」「お祭り好きな」「団結力のある」「熱狂的な」などが、自他ともに認める阪神ファンのイメージとして浮かび上がった。

1) 調査の詳細については本叢書所収の広沢論文(「プロ野球ファンの研究(V)」)を参照。

てきた。また、阪神ファンが自己を肯定的にみていると考えられる項目は、社会人を対象とした今回の調査のほうが若干多い。「川に飛び込まないー川に飛び込む」という項目は、その典型である。

表2 阪神ファンのイメージ：阪神ファンと他球団ファンの比較

| イメージ項目 | ファン | 平均値 | 標準偏差 | p |
|-----------------|-----------|------------|------------|-----|
| 不親切なー親切な | 阪神 他球団 | 5.3 4.0 | 1.3 1.3 | *** |
| 迷惑なー迷惑でない | 阪神 他球団 | 3.9 2.7 | 1.6 1.5 | *** |
| 子どもっぽいー大人っぽい | 阪神 他球団 | 3.0 2.6 | 1.4 2.3 | *** |
| 社交的なー非社交的な | 阪神 他球団 | 2.5 3.1 | 1.4 1.6 | *** |
| 陽気なー陰気な | 阪神 他球団 | 2.0 2.3 | 1.4 1.4 | * |
| だらしないーきちんとした | 阪神 他球団 | 3.6 2.9 | 1.3 1.3 | *** |
| 報いのないー報いのある | 阪神 他球団 | 4.1 3.7 | 1.4 1.2 | *** |
| 川に飛び込まないー川に飛び込む | 阪神 他球団 | 5.5 6.1 | 1.7 1.5 | *** |
| 派手なー地味な | 阪神 他球団 | 2.2 2.0 | 1.4 1.4 | |
| お祭り好きなーお祭り好きでない | 阪神 他球団 | 1.9 1.8 | 1.3 1.4 | |
| かしこいー愚かな | 阪神 他球団 | 4.2 4.9 | 1.2 1.3 | *** |
| 親しみにくいー親しみやすい | 阪神 他球団 | 5.6 4.2 | 1.5 1.7 | *** |
| 我慢強くないー我慢強い | 阪神 他球団 | 5.0 3.9 | 1.8 1.8 | *** |
| 理性的なー感情的な | 阪神 他球団 | 5.6 5.8 | 1.3 1.3 | |
| 損なー得な | 阪神 他球団 | 4.4 3.9 | 1.5 1.3 | *** |
| 団結力のないー団結力のある | 阪神 他球団 | 5.9 5.8 | 1.3 1.5 | |
| 熱狂的なークールな | 阪神 他球団 | 1.9 1.8 | 1.4 1.4 | |
| 幸福なー不幸な | 阪神 他球団 | 2.5 3.3 | 1.3 1.5 | *** |

注) * p < .05、** p < .01、*** p < .001

続いて、巨人ファンのイメージに関して、巨人ファンと他球団ファンとの違いと明らかにする。ここでも、18のSD尺度に関して、巨人ファンと他球団ファンとの平均値の差の検定を行なった(表3)

表3 巨人ファンのイメージ: 巨人ファンと他球団ファンの比較

| イメージ項目 | ファン | 平均値 | 標準偏差 | p |
|-----------------|-----------|------------|------------|-----|
| 不親切な-親切な | 巨人 他球団 | 4.6 3.4 | 1.2 1.2 | *** |
| 迷惑な-迷惑でない | 巨人 他球団 | 5.1 3.9 | 1.2 1.4 | *** |
| 子どもっぽい-大人っぽい | 巨人 他球団 | 4.9 4.0 | 1.2 1.5 | *** |
| 社交的な-非社交的な | 巨人 他球団 | 3.6 4.2 | 1.3 1.3 | *** |
| 陽気な-陰気な | 巨人 他球団 | 3.6 4.4 | 1.2 1.3 | *** |
| だらしない-きちんとした | 巨人 他球団 | 5.2 4.3 | 1.1 1.2 | *** |
| 報いのない-報いのある | 巨人 他球団 | 4.6 3.9 | 1.2 1.2 | *** |
| 川に飛び込まない-川に飛び込む | 巨人 他球団 | 1.9 2.3 | 1.3 1.4 | ** |
| 派手な-地味な | 巨人 他球団 | 4.0 4.2 | 1.2 1.3 | |
| お祭り好きな-お祭り好きでない | 巨人 他球団 | 3.9 4.2 | 1.1 1.2 | * |
| かしこい-愚かな | 巨人 他球団 | 3.1 4.1 | 1.1 1.3 | *** |
| 親しみにくい-親しみやすい | 巨人 他球団 | 4.8 3.2 | 1.3 1.3 | *** |
| 我慢強くない-我慢強い | 巨人 他球団 | 4.4 3.4 | 1.4 1.5 | *** |
| 理性的な-感情的な | 巨人 他球団 | 3.2 3.8 | 1.3 1.3 | *** |
| 損な-得な | 巨人 他球団 | 4.6 3.9 | 1.2 1.2 | *** |
| 団結力のない-団結力のある | 巨人 他球団 | 4.5 3.7 | 1.3 1.4 | *** |
| 熱狂的な-クールな | 巨人 他球団 | 4.3 4.3 | 1.4 1.4 | |
| 幸福な-不幸な | 巨人 他球団 | 3.3 4.3 | 1.2 1.3 | *** |

注) * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

「地味な」と「クールな」については、巨人ファンと他球団ファンのあいだに差がみられなかった。これらは、巨人ファンに対する共通のイメージと考えられる。ちなみに、大学生調査でも、これに関しては、ほぼ同様の結果だった。

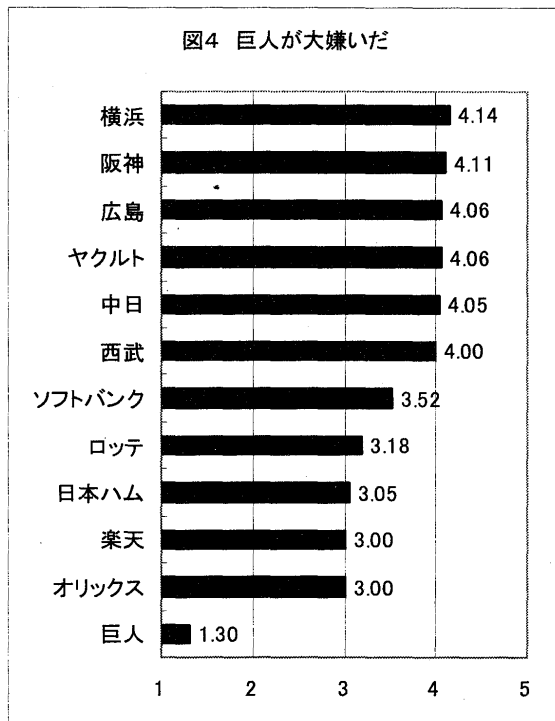
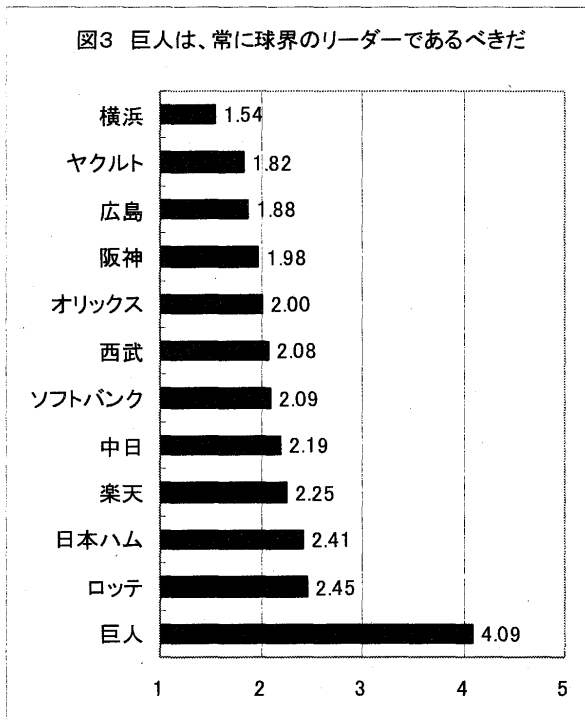
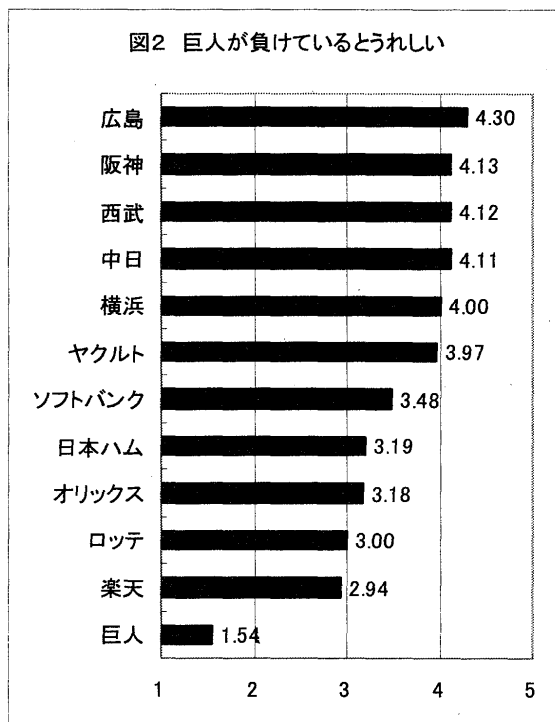
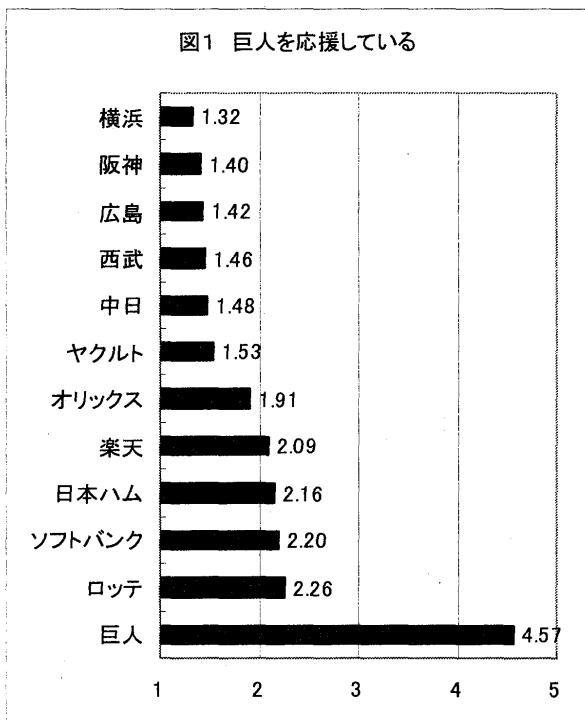
これに対して、差がみられた項目としては、「親切的な」「迷惑でない」「大人っぽい」「社交的な」「陽気な」「きちんとした」「報いのある」「川に飛び込まない」「お祭り好きな」「かしこい」「親しみやすい」「我慢強い」「理性的な」「得な」「団結力のある」「幸福な」などがあげられる。これらに関しても、巨人ファンが肯定的な自己イメージを持っていることが理解できる。大学生調査と比較した場合、前述の阪神ファンの自己イメージ同様に、社会人を対象とした調査のほうが、自己を肯定的にとらえる項目が若干多い。

以上のことから、阪神ファンと巨人ファンの双方において、他球団ファンよりも、自己に対する肯定的なイメージをもっていることが明らかになった。このことは、大学生を対象として調査の結果とも符合する。ただし、項目によっては、大学生と社会人のあいだで、自己イメージの作り方に若干の違いがみられた。これについては、今後の検討課題とした。

2.2 アンチ巨人傾向に関する比較

最後に、アンチ巨人傾向について分析する。アンチ巨人傾向を測定するため、「巨人を応援している」「巨人が負けているとうれしい」「巨人は、常に球界のリーダーであるべきだ」「巨人が大嫌いだ」「巨人なくして、日本のプロ野球は成り立たないと思う」「巨人は許せない」などの6項目を設定し、「まったくあてはまらない」から「よくあてはまる」までの5段階評定を使用した。

図1～図6は、6項目の平均値を球団別に算出したものである。図1の「巨人を応援している」については、巨人が高い値 ($M=4.57$) を示している他は、全体に低い値となっている。特に、横浜ベイスターズ ($M=1.32$)、阪神タイガース ($M=1.40$)、広島東洋カープ ($M=1.42$)、西武ライオンズ ($M=1.46$)、中日ドラゴンズ ($M=1.48$)、ヤクルトスワローズ ($M=1.53$) など、半数の球団で低い値がみられる。図2の「巨人が負けているとうれしい」については、全体に高い値を示している。比較的高い値を示す6球団のうち、西武ライオンズを除く5球団がセ・リーグのファンであることがわかる。図3の「巨人は、常に球界のリーダーであるべきだ」については、巨人ファンと他球団ファンとの差が非常に大きくなっている。大学生と対象とした調査では、同じ質問に対して、巨人ファン自身が「どちらともいえない」 ($M=2.97$) と思っていることが明らかになったが、今回の場合、かなり明確な意思 ($M=4.09$) が表明されているといえる。この差が何に起因するものかについては、今後検討の余地がある。図4の「巨人が嫌いだ」については、「巨人が負けているとうれしい」と同じく、巨人を除くセ・リーグ5球団のファンと、西武ライオンズのファンで、高い値を示している。



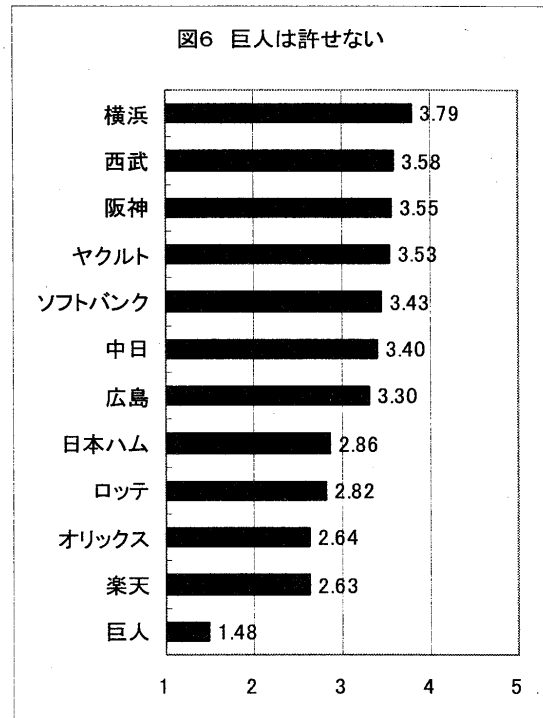
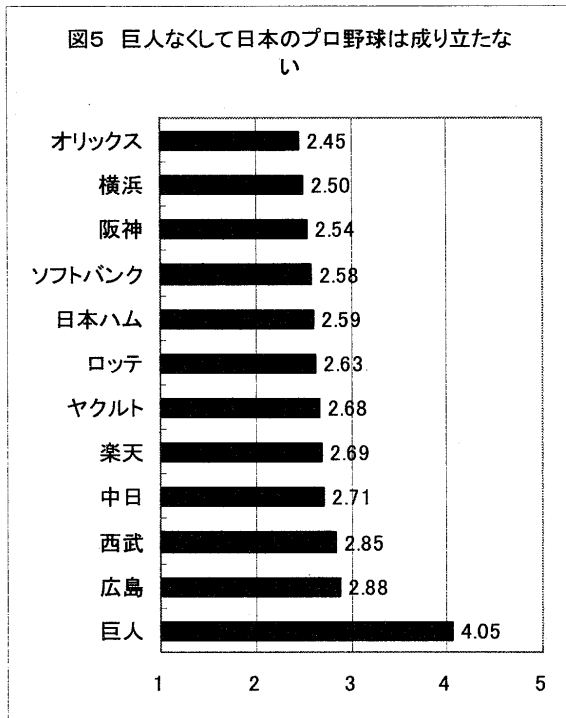


図5の「巨人なくして日本のプロ野球は成り立たない」については、巨人ファン (M=4.05) のみがそう感じているおり、他球団のファンは、「どちらともいえない」に近く、明確な態度があらわれていない。最後の図6「巨人は許せない」については、横浜ベイスターズ (M=3.79)、西武ライオンズ (M=3.53)、阪神タイガース (M=3.55)、ヤクルトスワローズ (M=3.53) と続く。大学生調査では、おおむね「どちらともいえない」に回答が集中していたが、今回の調査では、アンチ巨人傾向が、より強くあらわれている。

ここまで、アンチ巨人傾向を測定する6項目についてみてきたが、全体的にみて、パ・リーグのファンよりもセ・リーグのファンの方に、アンチ巨人傾向が強いことが示唆された。これは、大学生調査と、ほぼ同じ結果である。しかし、今回の調査で顕著だったのは、西武ライオンズファンのアンチ巨人傾向である。大学生調査では、ほとんど目立たない値しか示さなかったが、今回の調査では、ほとんどの項目でアンチ巨人傾向があらわれている。また、巨人ファンの回答にも注目すべき点がある。「巨人を応援している」「巨人が球界のリーダーであるべきだ」「巨人なくして日本のプロ野球は成立しない」などの項目において、大学生調査よりも明確に高い値がみられる。これらの差異が、何に起因するかについては、多角的な分析が必要となるだろう。

まとめ

本稿では、阪神ファンと巨人ファンのイメージに関する対比、およびアンチ巨人傾向を中心に考察した。考察の結果、阪神ファンと巨人ファンの双方において、自己の肯定的な

イメージを作り上げていることが示唆された。これは、大学生調査の結果とおおむね同じであるが、自己肯定的なイメージの作り方に若干の差異がみられた。

また、アンチ巨人傾向についても、パ・リーグのファンよりもセ・リーグのファンの方が、アンチ巨人傾向が強いという、大学生調査の結果を支持するものとなった。しかし、今回の調査で、西武ライオンズのファンに強いアンチ巨人傾向がみられることが示唆された。また、大学生調査よりも、巨人ファンが明確な意思表示をしていることも明らかになった。大学生調査と今回の社会人調査の差異が、何に起因するものかについては、今後の検討課題としたい。

<参考文献>

1. 広沢俊宗・小城英子 『プロ野球ファンに関する研究 (I) - 阪神ファンと巨人ファンの比較 -』 地域研究所 叢書 2005