

箱根駅伝の視聴率の推移とその要因

スポーツ数理科学ゼミ 1216078 小島 隆太郎

1. 研究動機・研究目的

近年、箱根駅伝の世間からの関心が高まってきている。箱根駅伝において、世間の関心を引くものの一つに視聴率がある。2019年に行われた第95回東京箱根間往復大学駅伝の関東地区の平均視聴率が往路復路ともに30%を超えたことがビデオリサーチの調査で分かった。この視聴率は、日本テレビ系列での中継放送が始まった1987年以降で歴代1位の数値であり、世間では一躍話題となった。本大会では、前回大会で優勝し4連覇を成し遂げた青山学院大学が2位へ降格し、前回大会では5位であった東海大学が、往路順位を2位通過したにもかかわらず、復路で往路優勝の東洋大学から首位を奪い、総合順位1位で初優勝するという波乱の展開であったため高視聴率を獲得できたと考えられる。しかし、視聴率は第一回大会から比較していくと年々上昇傾向にあるため、視聴率を上げるための要因はレース展開以外にも存在すると考えられる。そこで、箱根駅伝の視聴率の推移の裏付けとなる要因を明らかにし、世間の箱根駅伝への関心をさらに高める方法を提案するべく、本研究を行うことにした。

2. 研究方法

視聴率の推移に対する要因は数多く考えられる。本研究では、以下の3項目の要因について分析を行った。

1つ目の要因は、前回大会までの成績の比較である。箱根駅伝のテレビ中継が開始された1987年の63回大会から2019年の95回大会までのデータを使用し、各大会の出場大学を年毎の成績順に並べて表を作成する。その表をもとに、各年の優勝校の前回大会と次回大会の順位変動を表の色付けによって可視化し、視聴率の推移のグラフと比較し傾向を導き出す。

2つ目の要因は、陸上界の有名選手の出現と競技人口の増加である。陸上界の有名選手の出現は、世界大会レベルの試合（オリンピックと世界陸上競技選手権）でメダルを獲得した選手がいる年とフルマラソンの日本記録を樹立した年を調査し、視聴率の推移との関係性について分析する。競技人口の増加は、日本陸上競技連盟（JAAF）が公式に提示している1993年から2018年までの日本陸上競技連盟の登録者数の推移を表したグラフを用いて、視聴率の推移を示したグラフとの比較によって傾向を導き出す。

3つ目の要因は、マスメディアの変化とSNSの普及である。マスメディアの変化は、マスメディアの変化を調べ、視聴率の推移との関係性を分析する。SNSの普及は、現在利用者数の多いTwitter、Instagram、LINEの3つのSNSについて、利用者数が公表されている2014年からのデータを用いて推移をグラフ化し、視聴率の推移グラフと比較を行う。

3. 主な結果と考察

1つ目の要因、前回大会までの成績の比較については、箱根駅伝の63回大会から95回大会までの優勝校の中で、久しい優勝、または初優勝した大会は11回、そのうち視聴率が前回大会よりも1%以上上がった大会は6回であり、前者の条件の年の55%となった。これは、後半のレース展開によって、予想外の優勝があるのではないかという期待から、テレビを視聴する人が増えたためだと考えられる。さらに、そのなかで視聴率の推移のグラフで上に凸の頂点にあたる大会は5回存在し、前者の条件の年の83%となった。これは、予想外の優勝への期待値の高さにより視聴者が満足し、次の年の試合に興味を示さなくなったためと考えられる。以上のことから、箱根駅伝での久しい優勝や初優勝は視聴率を大幅に上昇させる要因となるが、次の年の視聴率を減少させる要因にもなると言える。

2つ目の要因、陸上界の有名選手の出現と競技人口の増加については、陸上競技の長距離種目において世界規模の大会でのメダル獲得や日本記録樹立といった功績を残した選手のうち、男子の有名選手の出現の年は6年あり、視聴率が上昇した年はその83%と極めて高い割合で重なっていた。このことから、陸上界の男子の有名選手が出現した年は、次の年の箱根駅伝の視聴率は1%以上上昇する可能性が高いと言える。また、陸上競技連盟への登録者数の変動と箱根駅伝の視聴率の推移を比較すると双方の関係性は見られなかった。

3つ目の要因、マスメディアの変化とSNSの普及については、マスメディアの中でもテレビを視聴可能なデバイスであるスマートフォン、携帯電話の所有率は増加しており、箱根駅伝の視聴率も共に上昇していた。よって、スマートフォンや携帯電話の所有率の増加が箱根駅伝の視聴率上昇の要因であると考えられる。また、2008年から2018年の期間はSNSの利用者数の増加に伴い、箱根駅伝の視聴率も増加していた。よって、SNSの普及は箱根駅伝の視聴率の上昇の要因だと考えられる。

4. 結論

箱根駅伝の視聴率の推移に関係すると予想される要因を分析し、要因として考えられるものが明らかとなった。箱根駅伝での久しい優勝や初優勝という結果、世界レベルでの大会でのメダルの獲得やフルマラソンの日本記録の樹立による陸上界の男子の有名選手の出現、スマートフォンや携帯電話の所有率の増加 SNSの普及、以上4つの要因が箱根駅伝の視聴率の推移の要因である。このことから、世間の箱根駅伝に対する関心を高め視聴率を上げる方法として、2つのことを提案する。まず1つ目は、SNS上での各大学のPRをもとに世間の人々に投票してもらい順位付けをする裏箱根駅伝を行う案である。2つ目は、日本記録樹立者や世界大会のメダル獲得者に対する箱根駅伝の協賛企業の賞金贈呈である。以上2つを世間の箱根駅伝に対する関心を高め視聴率を上げる方法として提案したい。

5. 卒業論文の執筆を終えて

いまや、箱根駅伝は社会現象である。箱根駅伝に興味がない人は、本論文を読んで、箱根駅伝の視聴率の高さを知ってもらいたい。平均視聴率30%越えの番組と聞いた瞬間、興味がわいてくるはずである。また、この研究を行うにあたって膨大な量のデータを集め、多大な時間を費やした。この努力を無駄にしないためにも、ぜひ本研究で提案した世間の箱根駅伝への関心を高める2つの提案を実現してほしい。