

〈報告〉

本学の箱根駅伝のメディア露出の計測と広告費換算

—2007~2009年の推移—

山田 満*

Measurements of media exposure and the conversion of advertising costs of
the Hakone Ekiden relating to Juntendo University:

Analysis of the surveys from 2007 to 2009

Mitsuru YAMADA*

1. はじめに

毎年1月2,3日に開催される東京箱根間往復大学駅伝競走(以下箱根駅伝と略す)において2007年,本学が総合優勝して以来,毎年本学のTVと新聞へのメディア露出を計測し,広告費換算を実施した.2008年,本学は往路5区で途中棄権となり,2009年は出場校23校の内第18位に終わった.2010年は予選会から本戦に出場できず,52年連続出場の記録が途絶えた.本論では2007年から2009年までの本学の箱根駅伝のメディア露出の計測結果とその広告費換算の推移を分析した.特に,2008年と2009年は本学との比較対象のため往路優勝校と総合優勝校も対象に加えた.

2. 集計方法

2.1 調査対象メディア

2007年の測定作業開始以来,各年のメディア露出の比較検討を容易にするため,調査対象メディアを競技日直近の以下の主要メディアに限定し,また測定方法も毎年同じ手法を用いた.従って本論中の数

値は全てこの限定した期間および測定対象のメディア内における対象校に関する媒体への露出量とその広告換算費に関するものである.

〈テレビ〉

① 「箱根駅伝中継放送」日本テレビ全国ネット

往路:2007-2009年1月2日7:00~14:15

復路:同1月3日7:00~14:15

② 2007-2009年1月2日~1月4日

NHK,および東京キー局のニュース・スポーツ番組

〈新聞〉

2007-2009年1月3日~1月4日の全国紙,一部地方紙ならびにスポーツ新聞.

具体的には朝日新聞,毎日新聞,読売新聞,日経新聞,産経新聞,東京新聞,千葉日報,静岡新聞,日刊スポーツ,サンケイスポーツ,スポニチ,報知,デイリースポーツ,東京中日スポーツの計14紙を対象とした.

2.2 集計方法

上記計測にあたっては広報業界で一般的に行われている報道量(テレビの放送秒数や新聞,雑誌の記事スペースなど)を計測し,そのスペースを広告として購入した場合いくらの費用が生じるか,すなわち広告費に換算する方法が用いられるが,本論にお

* 順天堂大学スポーツ健康科学部
School of Health and Sports Science, Juntendo
University

いても同様の手法を用いた。調査対象は本学ならびに2008年と2009年は各年の総合優勝校と往路優勝校を調査対象に加えた。

〈テレビ〉

① 「箱根駅伝中継放送(往路・復路)」日本テレビ 全国ネット

1. 中継中の対象校選手または関連の独占映像の放送秒数を計測(複数校の選手による併走シーンの場合は併走人数で放送秒数を割り、各校別の独占映像秒数に換算)
2. 中継中の対象校の校名表示回数と校名アナウンスの回数の計測し、各校の校名表示と校名アナウンスの平均的な長さを5秒と仮定、15秒CMの視聴覚情報の総和に占める情報量との比較から校名表示1回を15秒CM1本の5%、校名アナウンス1回を同10%と仮定し、放送秒数に加算した。
3. 中継中の各校の独占映像の合計秒数に1秒当たりの番組提供料金を乗じて報道量を広告料金に換算
4. 中継中の5分単位の番組視聴率に5分ごとの上記2の放送秒数を15秒CM本数に換算(放送秒数を15で割ってCM本数を算出)
5. 駅伝中継の5分単位の視聴率、各校の露出量、順位、校名表示回数、校名アナウンス回数を算出し、各校別の各数値の相互の相関と3校合算数値の相関を分析した。
6. 駅伝中継中のCM枠については計測調査対象から除外した。また番組中の各校の過去の映像紹介などは各校別に放送秒数を計測し露出時間に加えた。

② ニュース&スポーツ番組(1月2日~4日)

1. 1月2日から4日までのニュースやスポーツ番組の内、駅伝関連の対象校に関する放送秒数を計測し15で割って15秒CM本数に換算
2. 各番組が属するタイムランクの関東エリアの15秒(スポット)CM料金に上記本数を乗じて広告料金を換算。関東エリアと全国の世帯数の割合から全国放映の場合の広告料金を推定した。

〈新聞〉

1. 1月3日、4日の前述の全国紙、一部地方紙、スポーツ新聞に掲載された対象校の箱根駅伝関連の記事を収集しそのスペースを計測。
2. 計測に関しては各校関連スペースを1cm×1段(全ページは幅38.5cm×高さ15段)の何倍に当たるかを測定した。
3. 上記スペースに各紙の全国版営業料金を乗じて、上記スペースがいくらの広告費に相当するか計算した。
4. カラー写真の場合はカラー料金を付加した。
5. 上記広告料金の総計を各校別に集計した。

上記集計作業は毎年1月下旬から2月初旬の2日間、マーケティングコミュニケーション学研究室のゼミ生の協力を得て計測ならびに集計作業を実施した。駅伝中継の計測は1校につき2名が1組となり録画したDVDをパソコンで再生しながら、1人が対象校の露出時間をストップウォッチで測定し、他の1人が併走人数、校名表示回数、校名アナウンス回数を数え、それぞれ5分単位の区切った取紙に記入し、後にExcelに入力し集計した。TVニュース・スポーツ番組は録画したDVDやビデオを再生しながら対象校の露出時間を計測し、15秒のスポットCM本数に換算し前述の様な方法で広告費に換算した。新聞については各校別に関連記事スペースを定規を使って測定し、各紙ごとの営業料金単価に乗じて算出した。

3. 結果および考察

3.1 本学の2007-2009年のメディア露出量と換算広告費の算出結果

表1は本学の2007年~2009年のメディア別の露出量を広告費に換算し比較したものである。2007年の総合優勝時には換算広告費は約19億5千万円に達した。第5区で途中棄権した2008年は約3億3千万円、2009年は途中棄権することもなく最終走者までたすきをつなぎ、往路18位、復路21位、総合18位となったが約1億3千万円に激減した。図2は2007年の換算広告費を100とした場合のメディア別の指数をグ

表1 本学のメディア露出量と換算広告費

広告費単位：円

メディア種別	T				V				新聞			広告費総計	
	駅伝中継			合計	ニュース・スポーツ番組			合計	露出量		合計		
量・費	露出量		広告費		露出量	広告費			露出量	広告費		露出量	広告費
項目	秒	15秒CM換算(本)	GRP	合計	秒	15秒CM換算(本)	GRP	合計	カラー(P)	モノクロ(P)	合計		指数
2007年	8,864	591.0	15,277	1,138,630,000	6,449	430.0	2,911.5	482,522,470	10.3	4.4	327,813,120	1,948,965,590	100.0
2008年	1,627	108.5	2,046	208,990,119	946	63.1	532.4	77,118,670	2.7	0.9	39,124,875	325,233,664	16.7
2009年	695	46.3	1,117	89,274,140	461	30.7	144.8	33,008,970	0.02	0.3	5,715,981	127,999,091	6.6

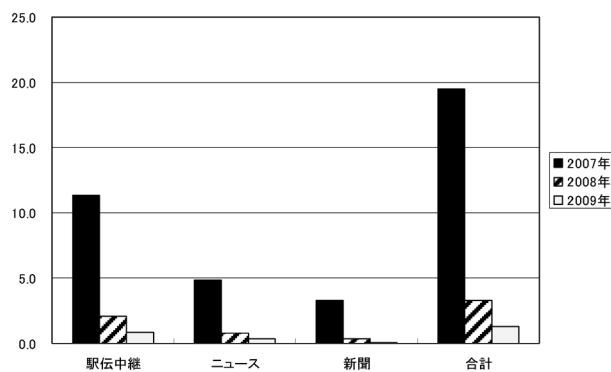
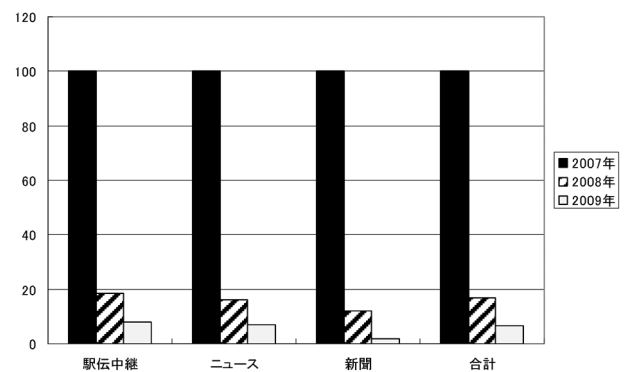
図1 本学のメディア別換算広告費の推移
(単位：億円)図2 本学のメディア別換算広告費の推移
(2007を100とした指数)

表2 2007-2009年の各優勝校のメディア露出量と換算広告費

広告費単位：円

メディア種別	T				V				新聞			広告費総計	
	駅伝中継			合計	ニュース・スポーツ番組			合計	露出量		合計		
量・費	露出量		広告費		露出量	広告費			露出量	広告費		露出量	広告費
項目	秒	15秒CM換算(本)	GRP	合計	秒	15秒CM換算(本)	GRP	合計	カラー(P)	モノクロ(P)	合計		指数
07年順大	8,864	591	15,277	1,138,630,000	6,449	430.0	2,912	482,522,470	10.3	4.4	327,813,120	1,948,965,590	100.0
08年駒大	6,699	447	11,629	860,532,061	4,254	283.6	2,357	344,138,920	6.7	2.7	133,941,241	1,338,612,222	68.7
09年東洋大	6,108	407	10,957	784,520,590	4,543	302.9	2,676	577,156,510	12.2	1.6	203,270,894	1,564,947,994	80.3

ラフ化したもので、各年のメディア総露出量の換算広告費の指数は2008年が16.7、2009年は6.6という結果になった。

3.2 2007-2009年の優勝校のメディア露出量と換算広告費の算出結果

表2は2007年から2009年までの各年の総合優勝校のメディア露出量と換算広告費を表したものである。

2008年の総合優勝校の駒大の総露出量の換算広告費は約13億4千万円、2009年の総合優勝校の東洋大の同換算広告費は約15億6千万円であった。図3は各校のメディア別の換算広告費のグラフ、図4は2007年の順大の露出量の換算広告費を100とした指数のグラフである。これによると2009年の東洋大のTVニュース以外は2007の順大の換算広告費を超えた大

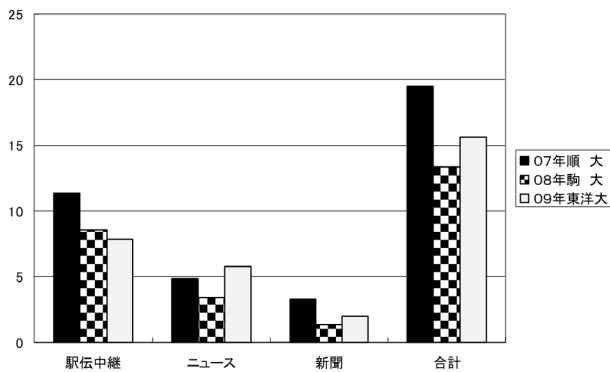


図3 各優勝校のメディア別換算広告費 (単位: 億円)

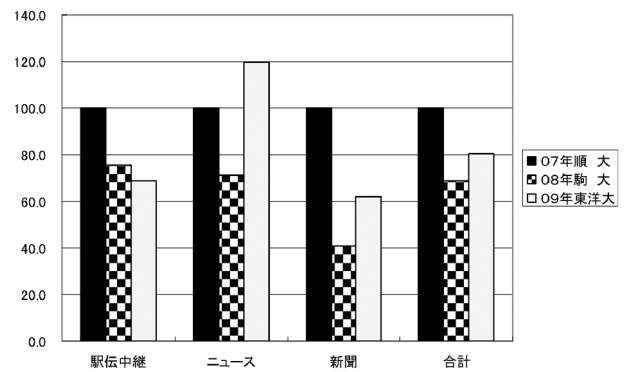


図4 各優勝校のメディア別換算広告費 (07年順大を100とした指数)

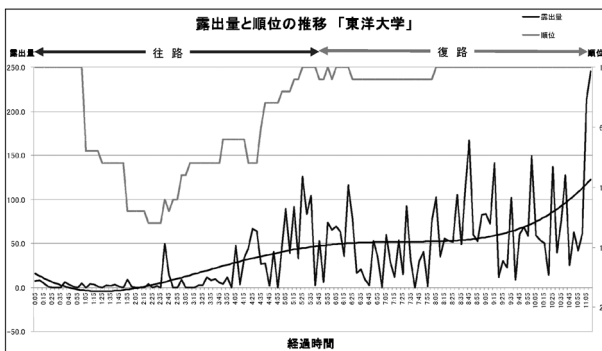


図5 09年東洋大の露出量と順位

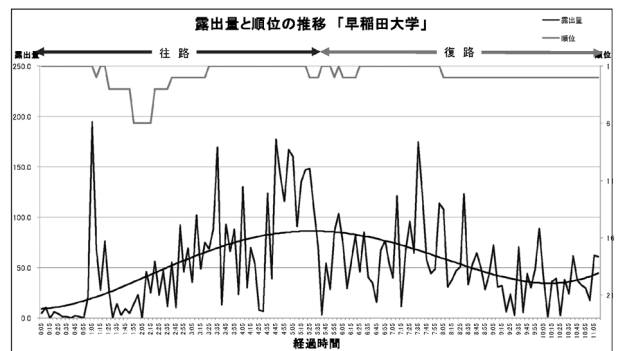


図6 09年早大の露出量と順位

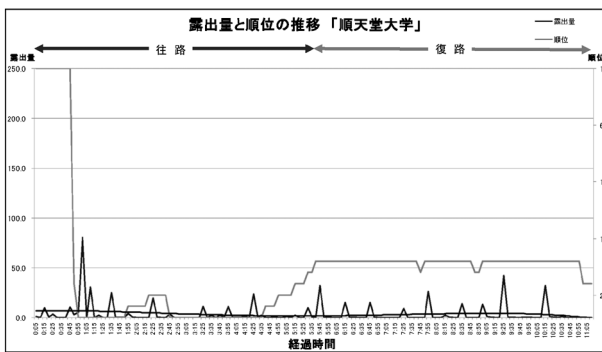


図7 09年順大の露出量と順位

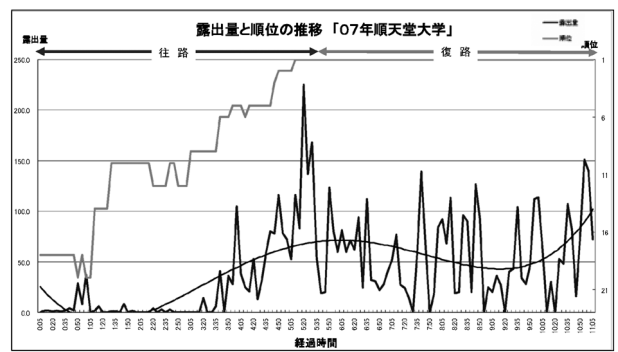


図8 07年順大の露出量と順位

学はなかった。総換算広告費では2007年の順大を100とすると2008年の駒大は68.7, 2009年の東洋大は80.3程度であり2007年の順大総合優勝時のメディア露出量がいかに多かったかを物語っている。

3.3 2009年箱根駅伝中継における各校の順位と露出量の推移

次に2009年の総合優勝校の東洋大と往路優勝(総合2位)の早大, 総合18位であった本学の3校を対象にTV中継中のメディアへの露出量とその近似曲線ならびに順位推移について集計しグラフ化したものが図5, 図6, 図7である。図8は比較対象と

表3 09年東洋大の相関分析

	視聴率	順位	露出量	表示	アナウンス
視聴率	1.000	.095	.094	.151	.024
順位		1.000	-.469**	-.364**	-.290**
露出量			1.000	.718**	.609**
表示				1.000	.580**
アナウンス					1.000

表4 09年早大の相関分析

	視聴率	順位	露出量	表示	アナウンス
視聴率	1.000	.173*	.181*	.223**	.000
順位		1.000	-.272**	-.021	-.110
露出量			1.000	.423**	.635**
表示				1.000	.458**
アナウンス					1.000

表5 09年順大の相関分析

	視聴率	順位	露出量	表示	アナウンス
視聴率	1.000	.402**	.003	-.023	-.056
順位		1.000	.049	.001	-.025
露出量			1.000	.509**	.726**
表示				1.000	.623**
アナウンス					1.000

表6 09年3校合算の相関分析

	視聴率	順位	露出量	表示	アナウンス
視聴率	1.000	.106*	.097	.124*	.000
順位		1.000	-.526**	-.493**	-.418**
露出量			1.000	.662**	.688**
表示				1.000	.621**
アナウンス					1.000

** 相関係数は1%水準で有意 * 相関係数は5%水準で有意

して2007年の総合優勝時の本学のグラフを掲示したものである。またこの3校についてTV視聴率、メディア露出量、順位、校名表示回数、校名アナウンス回数との間の相関分析を試みた。表3から表5はテレビの駅伝中継(往路・復路)を5分単位に分割しその間の平均視聴率、各校の順位、露出量(独占映像に換算した秒数)、各校の校名表示回数、校名アナウンス回数との間の相関を表したものである。また表6は3校の各要因の全数値を合算し各要因間の相関を分析した結果である。

3.4 本学の2007-2009年のメディア露出量と換算広告費

本学が総合優勝した2007年のメディア露出量ならびに換算広告費に比較して2009年の数値の減少が際立っている。前年の2008年は第5区で途中棄権したにもかかわらず2009年より露出が多かったのは2007年のディフェンディングチャンピオンとしての期待感が大きく取り上げられたこと、またその期待にかかわらず、第5区で途中棄権となりそのハプニングが大きく報じられたためであろう。2009年は最終走者まで無事にたすきをつないだものの順位は下位に

甘んじ、途中の中継点での露出のみに留まったことが大きな要因としてあげられる。駅伝中継での露出を確保するにはやはり上位に食い込みトップ争いを演じない限り、TV中継での露出は殆ど期待できないことが立証されたといえよう。

3.5 本学の2007-2009年の順位とメディア露出量

図9から図11は2007年から2009年までのTV駅伝中継中の5分ごとのメディア露出と順位という2つの数値の散布図を表し、さらに各年のメディア露出量の近似曲線(4次多項式近似)を描いたものである。各年のレースを振り返ると2007年は1区の出遅れから徐々に順位を上げ5区の大逆転で首位に立ち、復路は首位を保って独走しメディア露出をほぼ独占した。メディアの露出は5区以降復路のゴールまでに集中している。2008年は第1区での走者が最初首位グループでメディアの注目を浴び、最下位に落ちたことで再び露出し、さらに第5区の走者の途中棄権というハプニング要素が結果的にメディア露出を招いた。近似曲線が5位あたりで膨らんでいるのは第1区での首位グループでの露出が曲線を多少ゆがめる結果となった(図10)。2009年は第1区で

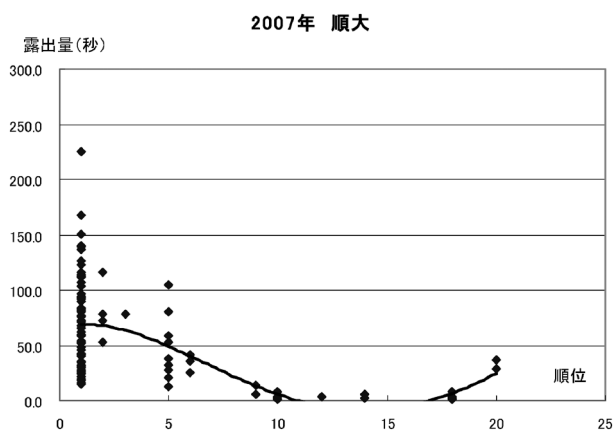


図9 2007年順大の順位とメディア露出量

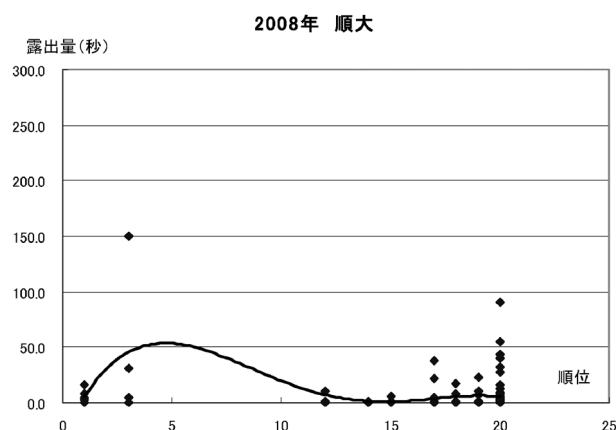


図10 2008年順大の順位とメディア露出量

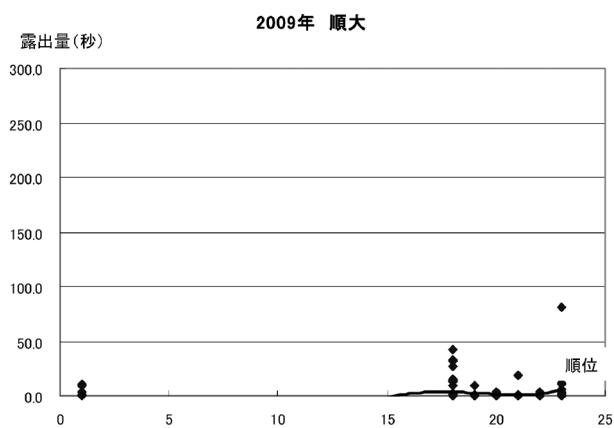


図11 2009年順大の順位とメディア露出量

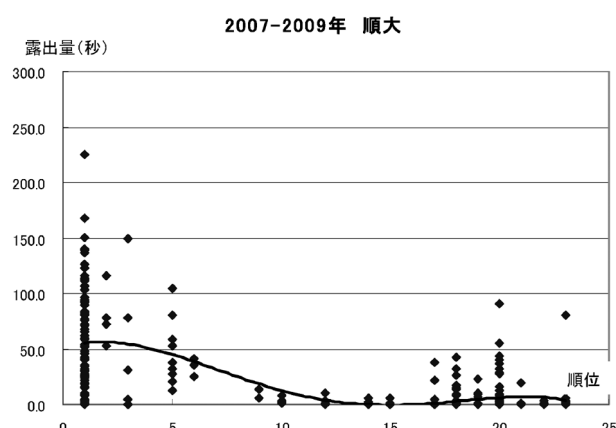


図12 2007-9年順大の順位とメディア露出量

出遅れ最下位になったハプニング要素によるメディア露出以外は最後まで下位に低迷し中継中のメディア露出は各中継地点のたすきのリレーとカメラポイント地点での通過による露出程度にとどまった。図12は本学の2007年から2009年までの上記データを合算し順位と露出量の散布図とその近似曲線を描いたものである。後述の図16の2009年の3校合算の近似曲線と類似した曲線を見せる。両図とも首位の場合の5分間のメディア露出は約60秒程度であり首位を独走する場合5分に1分、すなわち中継時間の2割程度は中継画面を独占する可能性を示している。これまでの研究ではTV中継中の1秒の露出の広告換算費は約12万8000円であり言い方を替えると、首位を5分維持すると約770万円の広告費に等しいメディア露出が得られるといえよう。本学の場合

合他校よりもハプニング要素やドラマ的な要素による露出も多く、図16の2009年の3校の場合よりも順位の高いケースでもメディア露出を得ている幸運さも伴っている。

3.6 2009年箱根駅伝中継における各校の順位と露出量の推移

表2で明らかなように、2009年の東洋大は2007年の順大と同様、往路、復路とも制し総合優勝したにもかかわらず、その露出量の換算広告費は順大の2007年の数値19億4,897万円の8割程度の15億6,495万円に留まっている。この主な理由はメディア露出のウェイトの多いTV駅伝中継において2007年以来総合優勝校の中で最も露出が少なかったことによる。これは東洋大が往路の5区の山登りで柏原選手が8人抜きでいきなりトップに躍り出る前までは

ダークホースとして扱われていたためと思われる。図5と図6を比較して見ても明らかな様に往路では早大が一貫してメディアの注目を集めていたが、東洋大が注目され始めたのは、5区以降である。こうしたレースの意外な展開が逆にTVニュースに大きく報じられ、その結果2007年の順大のTVニュースの報道量を抜くまでとなった。しかし駅伝TV中継の露出量が通常、他校では全露出量の60-80%を占めるのに対し、東洋大は50%しかなかったため全体の露出量が伸び悩んだと思われる。これらの駅伝中継中の露出量の傾向を分析するために図5, 6, 7のメディア露出量の近似曲線に注目すると図6の様に早大は往路の前半から万遍なく露出量を獲得し、往路のゴールをピークとした大きなウェーブを描いている。これに対し東洋大は往路の5区になって露出量が増え始め、総合優勝を果たした復路のゴールで最大値となっている。早大に比べると露出量の全体的なボリュームがかなり少なくこの差が総露出量の大きな差となって表れている。これに対し本学は第1区の選手がスタート後集団から大きく遅れ、最下位になった際に若干露出量が増えた以外はほぼ露出することは少なく、各中継地点でのたすきリレーの映像が毎回映し出される程度の露出であった。ちなみに図8の様に本学の2007年の総合優勝の際は往路の後半から順位を上げ始める頃から露出量が増え、5区の今井選手の活躍から大きく報道され、復路も安定的な走りで首位を独占、ゴールに向かって露出を常に獲得した。結果的に総量では2008年の駒大の駅伝中継の露出を32%、2009年の東洋大を45%上回った。2007年の本学の露出パターンの近似曲線としては2009年の東洋大と早大を合算した様なパターンを描いた(図8)。

3.7 2009年TV駅伝中継における視聴率、順位、露出量などの相関分析

2009年のTVの駅伝中継中の5分毎のTV世帯視聴率、各校のメディア露出量、順位、校名表示回数、校名アナウンス回数との間の相関を分析したものが表3から表6であるが、これをグラフ化したものが図13から図15である。ここでは東洋大、早大、

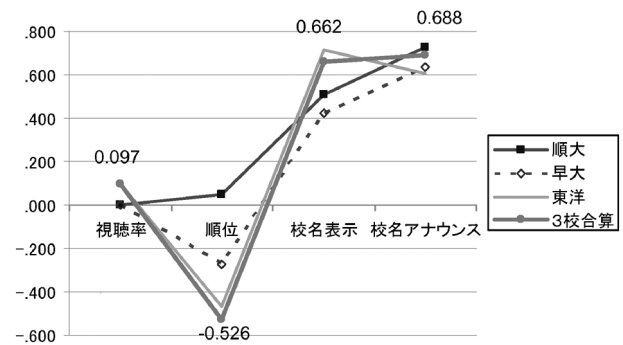


図13 露出量との相関

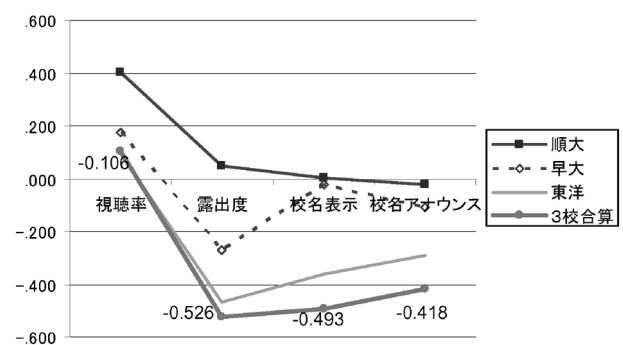


図14 順位との相関

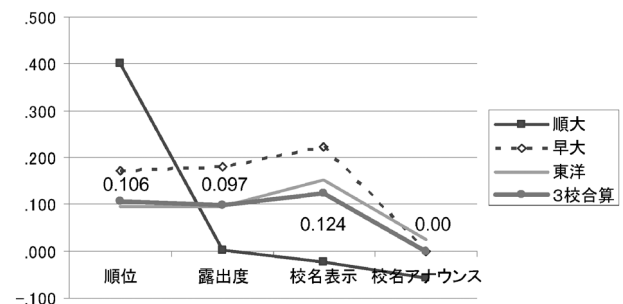


図15 視聴率との相関

順大3校の各数値を合算した相関について検証してみると、TVへの露出量と順位の間では-0.526という負の相関が、校名表示回数との間では0.662、校名アナウンス回数との間では0.638といずれも強い相関が見られた。また順位と校名表示回数との間でも-0.493、校名アナウンス回数との間では-0.418という負の相関が見られた。これは昨年の箱根駅伝に関する研究報告(順天堂大学スポーツ健康科学研究第1巻第1号P100)で論述した内容とは

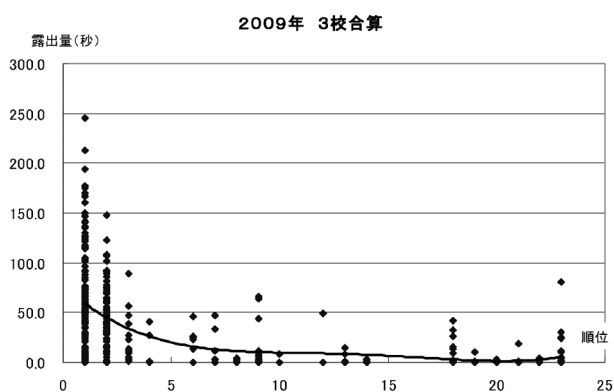


図16 駅伝中継中の3校の順位とメディア露出

ほぼ同様の結果であり、各校のレース中の順位が上がれば中継中の露出量、校名表示回数、校名アナウンス回数が比例して増加するという常識に照らし合わせても合致する結果である。また図15に示す通り駅伝のTV世帯視聴率はどの数値とも相関がないことは昨年の研究結果と同様であった。また図16は3校の駅伝中継中の5分毎の各校の順位とメディア露出量の各データの散布図である。またメディア露出量の近似曲線を描くとTVに露出するのは圧倒的に3位以内であり、5位以下だと中継画像にほとんど写らないことがわかる。その反面逆に最下位の方が報道の特性上、写されることもある。

4. まとめ

4.1 2007-2009年の本学の計測結果のまとめ

2007年の本学の総合優勝以降3年間の計測結果とその分析をまとめると以下の通りである。

- ① 2007年の本学の総合優勝時のメディア露出の総換算広告費を100とすると途中棄権した2008年は16.7であり、総合18位に終わった2009年は6.5と極端に減少した。
- ② 途中棄権となった2008年が2009年よりもメディア露出が多かったのは前年優勝校としてのメディアからの期待とそれに反して5区で途中棄権したハプニング性がメディア露出につながったためである。
- ③ 3年間の計測結果を総括すると、順位の下位におけるドラマ性やハプニング的要素で一時的なメ

ディア露出につながる場合もあるが、やはり5位以内のトップグループでの首位攻防戦を展開するか、首位の独走体勢でメディアの注目を浴び映像を独占することがメディア露出に確実につながる。

- ④ 2007年の本学総合優勝の場合でも2009年の3校の計測結果からもいえることは、レース中に首位を5分維持すればその間約1分間の独占映像が期待でき、その換算広告費は約770万円にのぼる。

4.2 2009年の3校の計測結果のまとめ

2009年の東洋大、早大、順大のメディア露出の計測とその分析をまとめると以下の通りとなる。

- ① 往路、復路ともに制し総合優勝した東洋大のメディア露出の換算広告費は2007年の本学の総合優勝時より少なく本学の8割程度にとどまった。その理由は露出の大きな割合を占めるTVの駅伝中継においてダークホース的な扱われ方で露出が伸びなかったため、その反面TVニュースとして大きく報道され、2007年の本学のTVニュースの広告換算費よりも多かった。
- ② 早大は有名選手を抱え、優勝候補の一角と目されていた期待感と東洋大とのデッドヒートを演じたことで、駅伝のTV中継の露出は東洋大よりもむしろ多かった。
- ③ 本学は途中棄権もなく最後の走者までたすきをつないだものの、下位に低迷し2007年の露出と比較して極端に少なかった。
- ④ 3校2009年の駅伝中継時間中の各校のメディア露出、順位、校名表示回数、校名アナウンス回数の間には比較的強い相関があり、2007年、2008年の研究と同様の結果となった。また上記の各項目と駅伝中継のTV世帯視聴率との間に相関がないのも同様の結果だった。

5. おわりに

2007年の本学の総合優勝以来、2年間戦績は低迷し本年(2010年)は昨年の予選会で敗退し本戦に出場できなくなった。これまで11回の総合優勝を含め、実に52年の連続出場の世界が途絶えたことになる。この歴史を思うと本学は箱根駅伝における真の

意味での伝統校であり強豪でもあったといえる。本学の箱根駅伝での復活と活躍を願うのは本学関係者ばかりではない。今年こそは予選を勝ち抜き、再びその勇姿を箱根路に復活させてもらいたい。

謝 辞

本研究の基礎データである箱根駅伝中継やTVニュース・スポーツ番組の世帯視聴率データならびに駅伝中継の視聴者構成データ(いずれもビデオリサーチ調査)は株式会社電通のメディアマーケティング局のご協力により入手が可能となった。同社のご厚意に深く感謝したい。また2日間の長時間にわたる膨大な測定作業に協力いただいた本学スポーツマネジメント学科マーケティングコミュニケーション

ンゼミのゼミ生諸君に心から謝意を表したい。

参考文献

- 日本広告業協会(2008)新聞広告料金表 2008
日本広告業協会(2008)放送広告料金表 2008
山田 満(2007)2007年箱根駅伝総合優勝の広報効果の研究, 順天堂大学スポーツ健康科学研究 第11号, pp. 95-102
山田 満(2008)2008年箱根駅伝出場校のメディア露出の計測と広告費換算, 順天堂大学スポーツ健康科学研究 第1巻第1号(通巻13号), pp. 95-109

(平成22年1月21日 受付)
(平成22年4月28日 受理)