

原 著

コロナ禍におけるプロスポーツとオリンピックの観戦スタイル： スポーツ観戦に関連する新聞記事のテキストマイニング

藤田 帆乃華¹, 佐原 里加子¹, 相馬 隆景¹, 後藤 大輝¹,
大野 晃¹, 二宮 浩彰²

Spectator style of professional sports and the Olympic Games under COVID-19: Text mining of newspaper articles on watching sports games

Honoka Fujita¹, Rikako Sahara¹, Takakage Soma¹, Taiki Goto¹,
Ko Ono¹, Hiroaki Ninomiya²

The purpose of this study was to clarify the style of spectator sports under COVID-19 and to examine new styles of spectator sports by analyzing the contents of newspaper articles about watching sports games in the Professional Baseball League, J League, B League, and Olympic Games. In order to analyze the actual condition of the professional leagues, secondary data were collected by searching the databases of the five major Japanese newspapers (Asahi Shimbun, Mainichi Shimbun, Nihon Keizai Shimbun, Sankei Shimbun, and Yomiuri Shimbun). Text mining was carried out using the KH Coder. The results of content analysis confirm a new style of spectator sports, as reflected in words related to "video distribution services" and "latest technologies." We expect that this style of watching games not only in a stadium or an arena but in a virtual space will be established as a new style of spectator sports.

【Key words】 Professional Baseball League, J League, B League, Olympic Games, COVID-19

本研究では、新型コロナウイルス感染症による影響を受けているプロ野球・Jリーグ・Bリーグ・オリンピックにおけるスポーツ観戦についての新聞記事の内容分析することにより、コロナ禍におけるスポーツ観戦スタイルの実態を明らかにするとともに、新たなスポーツ観戦スタイルについて検討することを目的とした。五大紙（朝日新聞、毎日新聞、日本経済新聞、産経新聞、読売新聞）の記事全文データベースを用い、新聞記事を検索することによって二次データを収集した。KH Coderを使用して、テキストマイニングを行うことによって、新聞記事の内容分析をした。テキストマイニングの結果、動画配信サービスや最新テクノロジーに関連する語を含んだ新たな観戦スタイルについて報道されていることが明らかになった。今後は競技が行われている場だけではなく、バーチャル空間でスポーツを観戦するスタイルが、これからのスポーツ観戦スタイルとして定着していくと考えられる。

【キーワード】 プロ野球、Jリーグ、Bリーグ、オリンピック、新型コロナウイルス感染症

I. 緒言

2019年12月に中国湖北省武漢市において、「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）」が確認された。世界保健機関（WHO）は、2020年1月30日に、新

型コロナウイルス感染症に対して、「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態（PHEIC）」を宣言し、世界的な感染拡大の状況から3月11日に新型コロナウイルスをパンデミック（世界的な大流行）とみなせると表明した。日本においても緊急事態宣言が発令さ

1 同志社大学スポーツ健康科学部スポーツ健康科学科（Department of Health and Sports Science, Faculty of Health and Sports Science, Doshisha University）

2 同志社大学スポーツ健康科学部（Faculty of Health and Sports Science, Doshisha University）

れ、個人でも不要不急の外出を控える動きが強まっており、経済活動も大きく制約されるようになった。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響がスポーツ界にも大きく広がっており、プロ、アマを問わずスポーツイベントやリーグの中止および延期が決定している。盛大な開催が予定されていた東京オリンピックは2021年への延期が決定し、全国各地で開催が予定されていたテストイベントや合宿などを含む多くのイベントが中止・延期となった。プロスポーツも延期や中止が相次いだ。Jリーグは2020年2月25日に、すでに開幕していたJ1とJ2の第2-4節の計60試合の公式戦を延期することを決定した。プロ野球は12球団代表者会議でオープン戦72試合を無観客で実施することを決定し、その後、公式戦の開幕延期も発表された。3月3日には、Jリーグと日本野球機構(NPB)が共同で、新型コロナウイルス対策連絡会議を開き、感染防止のための情報や対策を共有する体制をつくった。シーズン終盤となっていたバスケットボール男子のBリーグは、公式戦を延期した後、無観客で再開したものの3月27日にポストシーズンを含む2019-20シーズン全試合を中止することを決定した。以上のように、プロスポーツのリーグが開幕しても無観客や観客の人数を制限して試合が開催されたため、チケット収入やグッズ、飲食の収入が大幅に減少し、チーム経営といった経済的な面でも打撃を受けている。

「レジャー白書2020年」(日本生産性本部, 2020)によると、レジャー施設においても、新型コロナの感染を予防する「新しい生活様式」に対応する必要がある、多くのイベントが自粛される中、ライブ動画配信など現地に行かなくても楽しめる多様な楽しみ方が模索されていることが報告されている。プロスポーツ界全体としても、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、観客数や応援スタイルは従来とは大きく変化しており、スポーツ界において新たなスポーツ観戦スタイルが求められている。

本研究では、新型コロナウイルス感染症による影響を受けているプロ野球・Jリーグ・Bリーグ・オリンピックにおけるスポーツ観戦についての新聞記事を内容分析することにより、コロナ禍におけるスポーツ観戦スタイルの実態を明らかにするとともに、新たなスポーツ観戦スタイルについて検討することを目的とした。

II. 先行研究

スポーツ庁・経済産業省(2016)は、スポーツIoTという産業が、2025年には施設、サービスのIT化進展とIoT導入で1.1兆円ほどの規模に拡大すると試算した。スポーツIoTにおいては、AI(Artificial

Intelligence: 人工知能)やVR(Virtual Reality: 仮想現実), AR(Augmented Reality: 拡張現実), MR(Mixed Reality: 複合現実)といった最新テクノロジーのスポーツへの適用が進んでおり、日本を代表する企業が技術革新に取り組む一方で、ベンチャー企業もこれらのテクノロジーを活用しながらスポーツビジネスに参入しつつある(間野, 2019)。実際に、2017年11月4日に行われた、ラグビー日本代表とオーストラリア代表の一戦でキヤノンが開発した「自由視点映像生成システム」の実証実験が行われた。3D空間で“仮想カメラ”を動かし、自分があたかもスタジアム内を自由に飛び回ったり、フィールド内に入り込んで選手と同じ場を疑似体験できるようにしたりするシステムで、このような類似システムはインテル社やKDDI総合研究所、富士通も開発している(内田, 2018)。

スポーツを観るための環境づくりについて、間野(2019)は、プロスポーツを視聴するためのメディアといえばラジオやテレビが主流だったが、有料テレビ放送が加わるようになり、さらにスマートフォンやタブレットでいつでもどこでも手軽に視聴できるインターネットを通じた映像配信サービスOTT(Over The Top)が存在感を増すようになったと指摘している。また、間野(2019)は、アメリカのスタジアムやアリーナにVIP用の座席や専用ルームが設置されていることを挙げ、プロスポーツをずっと座席で見る時代ではなく、食事をしたりお酒を飲んだりしながら、家族や友人、接待の相手とその場の雰囲気を楽しむ時代になってきており、プラスアルファの価値を付ける必要性があると述べている。

スポーツとテクノロジーの関係について、勝野(2020)は、スポーツ中継の際にデジタルテクノロジーを駆使することで臨場感を向上させようとする流れが出てきており、技術は情動や感情と共進化する関係にあるのではないかと述べている。また、城ら(2018)は「共体験」をコンセプトにして、観客の歓声とボールの振動や選手の足音などのプレーにかかわる音や振動をフォーカスして集音し、試合状況に合わせて再現したり、プレー映像や会場照明と連動して演出したりすることで、スポーツの臨場感や高揚感を拡張する仕組みを考案した。また、卯月ら(2019)は観戦体験価値の向上に向け、ICT技術を活用してルールや解説を提供する「観戦コンシェルジュ」を提案し、実現に向けては行政、スポーツ業界、ICT業界などの団体が主体性を持って取り組むことが必要不可欠だと述べている。

スポーツ観戦者の感情を高めるための取り組みについて、押見・原田(2010)は運営側が場の一体感を高める仕掛けをつくることで、観戦者の快感情を引き

起こし、感動を喚起しやすい状況を演出することができると指摘している。また、伊藤ら（2020）は大阪エヴェッサが実施する試合前や試合途中の音響や照明による演出が、観戦者が抱く快感情を向上させたことを明らかにしている。これらのことから、スポーツ観戦者にとって、観戦時の周囲の環境が、観戦者の感情に影響を与える要因になっていることが分かる。

Ⅲ. 方法

1. 二次データの収集

本研究では、五大紙（朝日新聞、毎日新聞、日本経済新聞、産経新聞、読売新聞）の記事全文データベースを用い、新聞記事を検索することによって二次データを収集した。新聞記事を検索する期間は、2011年1月1日から2020年11月30日までとした。新聞記事検索のキーワードは「プロ野球」「Jリーグ」「Bリーグ」「オリンピック」と「観戦」とした。検索結果のうち、スポーツ観戦スタイルに関連する記事を選出して293件を分析対象とした。

2. テキストマイニング

テキストマイニング（計量テキスト分析）とは、計量的分析手法を用いてテキスト型データを整理または分析し、内容分析を行う方法である（樋口、2020）。解釈の幅が広がってしまう非数値データである文書資料は、妥当性と信頼性の高い分析を行うことができるテキストマイニングを用いることが有効である（クカーツ、2018）。樋口（2011）は、新聞紙面に多く表れる主題や用語ほど、人々の念頭にも浮かびやすく、社会意識の高い顕出性を示し、新聞報道と社会意識の類似性や相関関係を確認できるとしている。

本研究では、検索した新聞記事の見出しと本文をExcelにテキスト化して二次データを作成した。テキストの分析には、テキストマイニングのソフトウェアである「KH Coder」（樋口、2020）を用いた。

データ分析にあたっては、分割される可能性がある複合語を「複合語の検出」によって検出し、分析に必要と考えられる言葉について「語の取捨選択」画面で強制抽出する語を指定しておくことで、効率よく分析を行うことができる。たとえば、「プロ野球」という言葉が「プロ」と「野球」のように分割され、自動抽出ではうまく一つの語として抽出されないことを避けるために、「プロ野球」を一つの語として認識させ、強制抽出させた。強制抽出する語として、「プロ野球」、「スポーツ観戦」、「東京五輪」、「野球観戦」、「Bリーグ」、「観戦者」、「5G」、「プロスポーツ」、「無観客」、「試合観戦」、「観客数」、「観戦チケット」、「感染者」、「観客

動員」、「視聴者」、「観客動員数」、「観客席」、「新型コロナウイルス」、「付加価値」、「ボールパーク」、「放映権」、「来場者」、「入場者数」、「スマートフォン」、「スマホ」、「スポーツ中継」、「リーグ戦」、「サッカー観戦」、「入場者」、「試合会場」、「スポーツチーム」、「ロンドン五輪」、「観戦スタイル」、「試合中継」、「放映権料」、「ファンサービス」、「コロナ禍」、「新型コロナ」、「仮想現実」を指定した。

Ⅳ. 結果・考察

1. 頻出語の分析

分析対象ファイルに含まれている総抽出語数（語が出現した延べ数）は191,692語であり、異なり語数（異なる語が出現した総数）は11,388語であった。助詞や助動詞など、どのような文章にも現れる一般的な語が除外され、分析に使用される語として66,695語（異なり語数8,608）が抽出された。抽出語のうち、品詞の規定値から、「ほか」、「今季」、「前」、「7月」などの副詞可能と「人」、「席」、「客」などの一字の名詞を示す名詞をフィルタで除外した。

表1は抽出語150語のリストである。抽出語リストを見ると、「試合」（829回）が最も多く出現しており、次に「選手」（523回）、「観戦」（498回）の出現回数が多かった。「配信」（254回）、「ネット」（180回）、「スマホ」（154回）、「動画」（124回）、「VR」（123回）、「データ」（114回）、「5G」（95回）といった、本研究のキーワードの一つである「観戦スタイル」に関連する語も多くみられた。

抽出語のうち、本研究のキーワードである「観戦スタイル」に関連する語である「配信」、「5G」について、文脈でどのように用いられていたのか探るため、KH Coderのコロケーション統計で集計を行った。表2をみると、「配信」は「動画」や「サービス」という語とともに使われており、「動画配信」や「配信サービス」という複合語で出現していることが分かる。他にも「ライブ」、「ネット」、「DAZN」の語とともに出現していることから、ネットでのライブ配信や、DAZNといったOTTでの観戦が新聞記事でも多く報道されることで、普段はスタジアムや球場での現地観戦や、テレビやラジオといったメディアでしかスポーツ観戦をしていない人にもOTTでの観戦スタイルが普及していくのではないかと考えられる。

表3をみると、「5G」とともに、「通信」、「普及」などの語が使われていることが分かる。しかし、「5G」と「普及」のテキスト内での使われ方をみてみると、2語に続くのは、「見据えた」や「（普及）すれば」といった仮定形の未来を指す語として使われている。このこ

表 1 抽出語 150 のリスト

	抽出語	出現回数		抽出語	出現回数		抽出語	出現回数
1	試合	829	51	提供	121	101	増える	87
2	選手	523	52	施設	120	102	入れる	87
3	観戦	498	53	導入	120	103	プレー	86
4	スタジアム	454	54	設置	117	104	シーズン	85
5	J リーグ	385	55	始める	116	105	対応	85
6	スポーツ	385	56	事業	116	106	グループ	84
7	プロ野球	375	57	女性	115	107	ライブ	84
8	ファン	344	58	入場	115	108	開く	84
9	球場	330	59	データ	114	109	関係	84
10	サッカー	322	60	楽天	114	110	対策	84
11	球団	312	61	楽しめる	113	111	アプリ	83
12	観客	306	62	活用	113	112	スポンサー	83
13	チーム	262	63	イベント	112	113	検討	83
14	日本	257	64	運営	112	114	地元	82
15	映像	256	65	多い	112	115	大きい	81
16	見る	254	66	通信	112	116	飲食	80
17	配信	254	67	無観客	112	117	アリーナ	79
18	五輪	250	68	B リーグ	111	118	開発	79
19	応援	241	69	横浜	110	119	持つ	79
20	開催	238	70	契約	110	120	写真	79
21	競技	238	71	情報	109	121	スポーツ観戦	78
22	サービス	237	72	参加	108	122	開始	78
23	クラブ	229	73	企業	107	123	課題	77
24	開幕	212	74	予定	106	124	観客動員	77
25	中継	212	75	ソフトバンク	105	125	体験	77
26	大会	208	76	会社	103	126	集客	76
27	会場	197	77	拡大	102	127	増やす	76
28	チケット	195	78	ビジネス	101	128	向ける	75
29	感染	193	79	収入	101	129	出る	75
30	話す	186	80	地域	100	130	状況	75
31	テレビ	185	81	社長	99	131	カメラ	74
32	東京	185	82	経営	98	132	ホーム	74
33	販売	181	83	発表	98	133	必要	74
34	ネット	180	84	実施	96	134	実験	73
35	リーグ	179	85	5G	95	135	続く	73
36	放送	171	86	スマートフォン	95	136	代表	73
37	行う	159	87	期待	95	137	委員	72
38	新た	158	88	人気	94	138	影響	72
39	スマホ	154	89	DeNA	93	139	企画	72
40	技術	153	90	サポーター	93	140	バスケットボール	71
41	楽しむ	138	91	視聴	93	141	環境	71
42	可能	134	92	平均	93	142	規模	71
43	本拠地	131	93	システム	92	143	公式	70
44	使う	129	94	高い	92	144	中心	70
45	利用	128	95	新型コロナウイルス	91	145	コンテンツ	69
46	動画	124	96	世界	91	146	注目	69
47	VR	123	97	大阪	90	147	サイト	68
48	東京五輪	123	98	収容	89	148	制限	68
49	野球	123	99	目指す	89	149	国内	67
50	担当	121	100	放映権	88	150	組織	67

表2 「配信」のコロケーション統計

N	抽出語	品詞	合計	左合計	右合計	左5	左4	左3	左2	左1	右1	右2	右3	右4	右5	スコア
1	動画	名詞	46	44	2	0	2	8	7	27	1	1	0	0	0	35.167
2	サービス	サ変名詞	40	2	38	1	0	1	0	0	26	11	0	0	1	32.233
3	映像	名詞	43	40	3	3	2	5	14	16	0	2	0	0	1	26.967
4	ライブ	名詞	24	23	1	1	0	1	2	19	0	0	0	1	0	20.783
5	ネット	名詞	18	17	1	1	1	0	0	15	0	0	1	0	0	15.783
6	試合	サ変名詞	36	33	3	5	5	8	12	3	1	0	1	1	0	15.500
7	インターネット	名詞	19	19	0	0	0	3	6	10	0	0	0	0	0	14.000
8	事業	名詞	10	0	10	0	0	0	0	0	8	1	1	0	0	8.833
9	同時	名詞	9	7	2	0	0	0	0	7	0	0	1	1	0	7.583
10	始める	動詞	18	0	18	0	0	0	0	0	11	3	4	0	0	7.500
11	大手	名詞	7	0	7	0	0	0	0	0	6	1	0	0	0	6.500
12	VR	未知語	14	14	0	2	1	6	4	1	0	0	0	0	0	5.650
13	スポーツ	名詞	14	11	3	1	1	5	3	1	0	0	2	0	1	5.483
14	中継	サ変名詞	12	11	1	2	2	2	4	1	0	0	0	0	1	4.767
15	有料	名詞	9	5	4	0	0	0	3	2	0	1	0	3	0	4.750
16	D A Z N	未知語	14	5	9	2	2	0	1	0	0	2	7	0	0	4.733
17	無料	名詞	7	6	1	1	0	1	1	3	0	0	1	0	0	4.367
18	放送	サ変名詞	14	11	3	3	2	3	3	0	0	0	0	1	2	4.250
19	開始	サ変名詞	9	3	6	1	1	1	0	0	0	6	0	0	0	3.783
20	クーポン	名詞	4	4	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	3.500

表3 「5G」のコロケーション統計

N	抽出語	品詞	合計	左合計	右合計	左5	左4	左3	左2	左1	右1	右2	右3	右4	右5	スコア
1	通信	サ変名詞	31	16	15	1	0	15	0	0	5	2	6	2	0	13.700
2	規格	名詞	12	12	0	0	0	0	12	0	0	0	0	0	0	6.000
3	普及	サ変名詞	13	0	13	0	0	0	0	0	1	6	5	1	0	5.917
4	時代	名詞	7	0	7	0	0	0	0	0	3	0	4	0	0	4.333
5	対応	サ変名詞	5	0	5	0	0	0	0	0	3	1	1	0	0	3.833
6	次世代	名詞	15	15	0	1	14	0	0	0	0	0	0	0	0	3.700
7	活用	サ変名詞	8	0	8	0	0	0	0	0	1	2	4	1	0	3.583
8	世代	名詞	7	7	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	3.500
9	移動	サ変名詞	7	1	6	0	1	0	0	0	0	6	0	0	0	3.250
10	観戦	サ変名詞	3	0	3	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	2.500
11	技術	名詞	4	1	3	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2.200
12	端末	名詞	2	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2.000
13	展開	サ変名詞	2	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2.000
14	使う	動詞	5	0	5	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1.917
15	スポーツ観戦	タグ	4	2	2	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	1.833
16	サービス	サ変名詞	3	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1.750
17	方式	名詞	5	2	3	0	0	0	2	0	0	0	0	3	0	1.750
18	導入	サ変名詞	4	0	4	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	1.583
19	高速	名詞	5	2	3	0	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1.533
20	スマホ	タグ	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1.333

とから、「5G」は今のところ広く知られてはいるものの、普及しているとは言えず、新聞記事では将来に向けた展望が語られていると考えられる。今後、「5G」の運用が本格的に進み、スポーツにも活用されていく段階で、広く普及していくことになるであろう。

2. 共起ネットワーク

共起ネットワークとは、抽出語またはコードを用い

て、出現パターンの似通ったものを線で結んだ図である。共起関係を線で表したネットワークを描く機能であり、記事の中で言葉同士がどのように関連しているのかを把握することができる。抽出語の共起ネットワークを作成したものが、図1である。「ネット」、「放送」、「テレビ」、「中継」という4語に注目してみると、それぞれが結びついており、スポーツ中継がテレビでの放送だけでなく、ネットでの配信が拡大しているこ

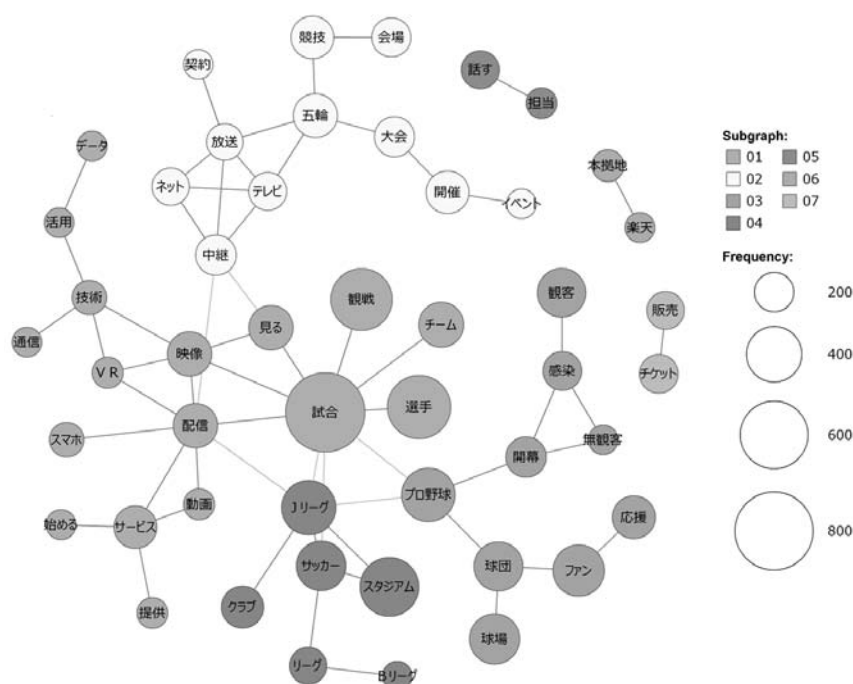


図1 共起ネットワーク

Subgraph…機械的な基準によるグループ分け.
Frequency…単語の出現回数.

とを報道した記事によるものであると考えられる。また、「サービス」に注目すると、動画サービスや配信サービスといった新たに提供を始めるサービスの報道があったことによるものであると考えられる。

新型コロナウイルスに関連して、「感染」という語も出現回数が多くなった。「無観客」、「開幕」と共起しており、プロ野球の開幕が遅れたり、各リーグの試合が無観客で開催されたりと、新型コロナウイルスの感染拡大がスポーツにも大きく影響したと考えられる。

3. コーディングによる「付加価値」の抽出

語ではなく「付加価値」というコンセプトに基づいてテキスト中から抽出するために、コーディングを行った。「スポーツホスピタリティ」、「ホスピタリティパッケージ」、「スポーツホスピタリティー」、「ホスピタリティー」、「VIP」、「高額」、「特別」、「ボールパーク」、「付加価値」、「シート」をコードとして設定し、全167回の関連語を抽出した。図2をみると、2015年に関連する語の出現回数が大きく上がっていることが分かる。2015年は横浜スタジアムに新設シートが登場したり、楽天の本拠地の観覧車が翌年のオープンに向け完成披露されたりしたため、出現回数が大幅に増えたのではないかと考えられる。また、2019年に

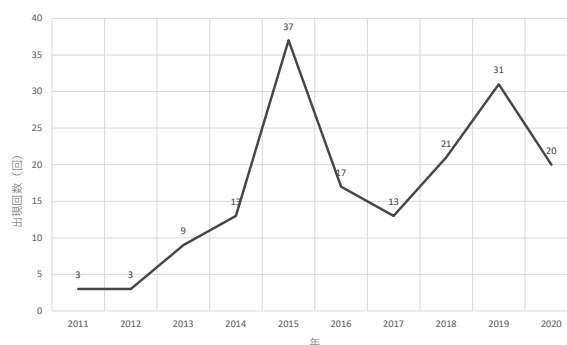


図2 コード「付加価値」の出現回数

も出現回数が増えている。これは、ラグビーワールドカップ開催時、観戦だけでなく食事などの付加価値がついているホスピタリティプランが取り上げられ、東京五輪での活用に向けた記事が多くみられたためであろう。

4. コロナ禍における観戦スタイルへの提言

図3と図4は、スポーツ観戦スタイル関連記事と新型コロナウイルス観戦者数の変化を表している。

図3をみると、プロ野球においては、近年、球場は観戦するだけの場ではなく球場全体がエンターテインメントの場となるよう「ボールパーク化」が進めら

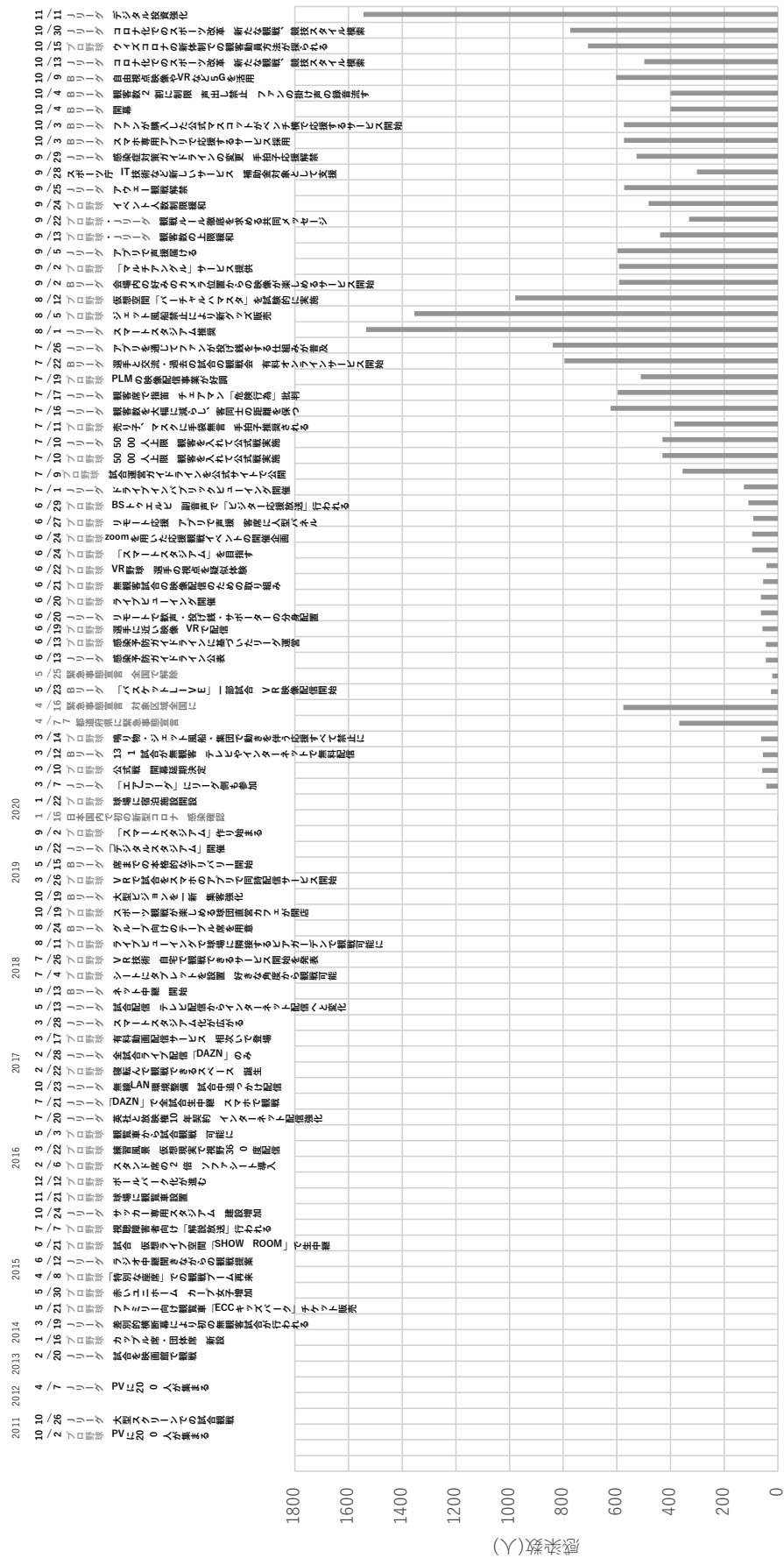


図3 プロ野球、Jリーグ、Bリーグのスポーツ観戦スタイルの変化と新型コロナウイルス感染者数

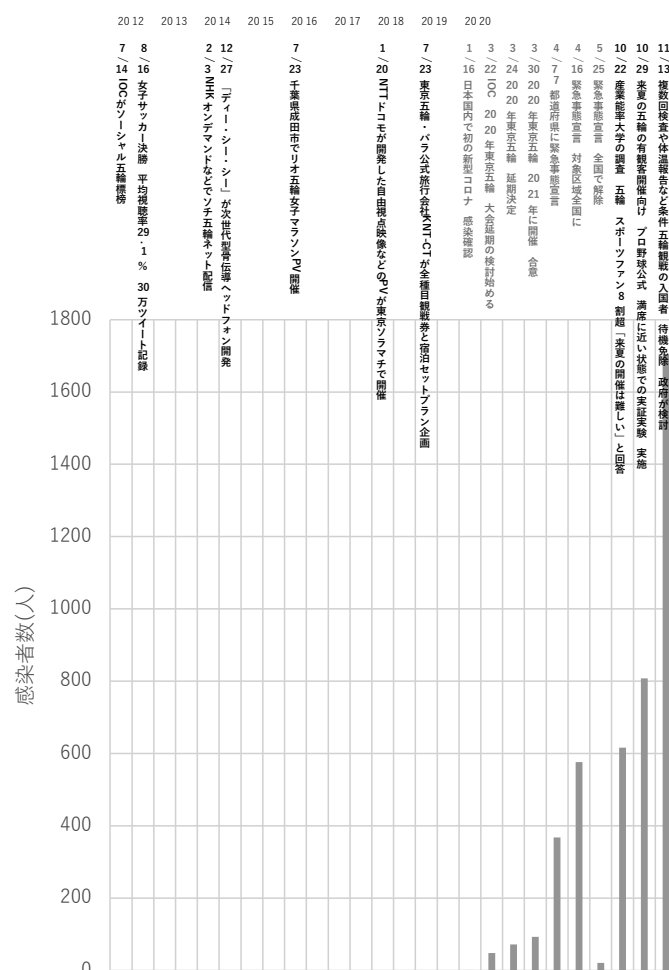


図4 オリンピックのスポーツ観戦スタイルの変化と新型コロナウイルス感染者数

れてきたことが分かる。新型コロナウイルスが流行する前から、球場内だけでなくスポーツバーや飲食店など球場外での観戦を楽しむスタイルがみられる。新型コロナウイルス流行後には、新型コロナ感染予防ガイドラインが作られ、鳴り物応援、ジェット風船、肩を組んでの応援などは禁止され、新グッズの販売、新たな応援の方法を球団側が推奨している。Jリーグでは、新型コロナウイルス流行前から、インターネット配信を使用した観戦が始まっていた。Jリーグでも感染予防ガイドラインが作られ、タオルを振り回すことや声援、指笛などが禁止されている。Bリーグの2020-21シーズンは、2020年10月2日に開幕したばかりだが、入場者数を減らし、声を出す応援を禁止している。その代わりに、ファンのかけ声を録音したものを試合中に流して盛り上げている。Bリーグは、プロ野球やJリーグと比べて、会場外での観戦スタイルはほとんどみられなかった。プロスポーツ全般で、投げ銭をしたり、リモートで声援を届けたり、現地で自分のアバター

が応援するサービスが普及しており、自宅から参加できる観戦スタイルがみられるようになった。

図4をみると、2012年の夏季ロンドン大会でIOCがソーシャルメディアの利用を推奨した「ソーシャル五輪」を標榜して以降、オリンピック大会の観戦におけるスマートフォンや大型PVでのインターネットを駆使した取り組みが広まっていることが分かる。近年では、新たな通信技術である5G技術を用いた取り組みも報告されている。2019年12月の新型コロナウイルスの感染拡大以降、スポーツ競技における観客の入場には大きな制限がかけられており、2021年に延期された東京大会ではこれらの通信技術を用いた新たな観戦スタイルに注目が集まることが予想される。

コロナ禍のスポーツ観戦においては、人となるべく触れ合わない、近づかないということに注意が向けられ、鳴り物応援や声援が禁止されている。スタジアムに行かなければ、人と接することはないが、現地観戦ならではの熱気や興奮が感じられないことから、ス

スポーツの本質が損なわれてしまうことが問題視されている。そこで本稿では、いくつかのパターンに分けた観戦スタイルの提言を行いたい。

まず、現地の球場やスタジアムに行って観戦する場合は、現地に行くと発生する他人との接触を最小限にとどめるために、テクノロジーを活用することが有効である。どうしても人との対面が必要であった入り口での入場や売店でのお金の受け渡しにおいて、ペーパーレスチケットの導入やキャッシュレス決済を積極的に導入していくべきである。米アマゾン・ドット・コムが開発した「アマゾン・ワン」(日本経済新聞, 2020.10.01)や手のひら静脈認証の「PalmSecure」(富士通)といった、手のひらをかざす認証システムをスタジアムやアリーナで導入すれば、非接触・非対面が可能になる。究極には、全て無人で済ませることができれば、対面を避けることができる。また、感染予防として禁止されている鳴り物応援や声援の代替として、ファンやサポーターによる音声データを試合会場内で流すことで臨場感を演出し、感染予防とスポーツの本質の両立が可能となる。

次に、メディア観戦をする場合であるが、友人や他のファンと交流しながら観戦することもスポーツ観戦の楽しみの一つであり、「Zoom」などのオンラインで集まり、観戦するスタイルが増えていくのではないかと予想する。一緒に観戦したい人と、同じ映像を見て、会話やコメントを交わしながら観戦できるようになり、コロナ禍でオンライン飲み会が流行ったように、遠くにいる人とも距離の制約を受けることなく、同じ時間を共有できるシステムの構築が望まれる。

また、VRゴーグルを使って、好きなアングルから試合を見ることができるようになり、バーチャル空間に友達が集まって一緒に観戦したりといった、さまざまなスポーツ観戦スタイルが可能になるであろう。本研究で集約した記事の中では、2016年の記事がもっとも古いものとして確認できた。しかしながら、なかなか世間に広まらず、新しいテクノロジーは苦戦している印象である。VRゴーグルの手間や煩わしさが原因の一つであると考えられるが、コロナ禍で直接観戦に行くことができない人が多いという状況から、臨場感や一体感を伴ったコンテンツへと作りあげることができれば、より多くの人に新たなスポーツ観戦スタイルとして受け入れられるのではないかと考えられる。

そして、コロナ禍でも付加価値をつけた特別なシートでの観戦チケットは需要があるのではないかと考えられる。たとえば、試合前後の時間も使える広いラウンジのような場所であれば、ソーシャルディスタンスを保ちながらの観戦が可能になる。グループごとのボックスやテラスのような席で食事を楽しみながら観

戦できるチケットあれば、他のグループとはソーシャルディスタンスが保ちながらの観戦が可能になり、これまでの肩を寄せ合い、座って観るといったスポーツ観戦スタイルよりも安心して楽しむことができると考えられる。

V. 結論

本研究では、プロ野球・Jリーグ・Bリーグ・オリンピックの観戦スタイルについての新聞記事を、テキストマイニングを用いて内容分析し、スポーツ観戦スタイルの様態を明らかにするとともに、新たなスポーツ観戦スタイルについての提言を行うことを目的とした。

テキストマイニングの結果、確認された頻出語の多くがテーマとなり、動画配信サービスなどのOTTや、VR・5Gといったテクノロジー関連の語を含む、新たなスポーツ観戦スタイルについても報道されていることが明らかになった。また、「付加価値」をコードにした年別の出現回数をみると、球場・スタジアムにおいて新設されたシートや設備の報道が多かったことが分かった。動画配信サービスや最新テクノロジーに関連する語を含んだ新たな観戦スタイルについて報道されていることが明らかになった。

本稿では、コロナ禍での新たなスポーツ観戦スタイルとして、無人化やオンライン観戦、VRの導入を提言したが、これまで実証段階にあったものが、スタジアムやアリーナで直接観戦できない状況を打破するために、このような取り組みが進んでいることが顕著となった。今後は競技が行われている場だけではなく、バーチャル空間でスポーツを観戦するスタイルが、これからのスポーツ観戦スタイルのニューノーマルとして定着していくと考えられる。しかし、これらのシステムやコンテンツの開発、空間の演出には、新たな設備投資が必要となる。スポーツ庁は、ARやプロジェクションマッピング、VR技術を用いて視聴できる動画の有料配信といったIT技術の活用などで新しいサービスを提供する場合、補助金の対象として支援している(読売新聞, 2020.09.28)。コロナ禍でどこも財政的に厳しい状況ではあるが、新型コロナウイルスと共存していくためにも必要な投資であるため、スポーツ組織は新たなスポーツ観戦スタイルの導入に向けて、積極的に投資すべきである。

文献

B.LEAGUE 公式サイト <https://www.bleague.jp/> (参照日：2020年12月23日)

- 富士通 <https://www.fujitsu.com/jp/reimagine/dss/article/seminar01/> (参照日：2021年2月4日)
- 樋口耕一 (2011) 現代における全国紙の内容分析の有効性—社会意識の探索はどこまで可能か—, 行動計量学, 38 (1): 1-12.
- 樋口耕一 (2020) 社会調査のための計量テキスト分析: 内容分析の継承と発展を目指して: KH Coder official book. ナカニシ出版.
- 伊藤央二・彦次佳・山口志郎 (2020) スポーツイベント観戦者の理想とする快感情と再観戦意図の関連性について: Bリーグ大阪エヴェッサの観戦者に着目して, スポーツ産業学研究, 30 (2): 207-213.
- 城愛美・滝澤友洋・本山拓人・浅川玄 (2018) スポーツの魅力を最大限に引き出す UX デザイン, Fujitsu, 69 (2): 48-53.
- 勝野宏史 (2020) スポーツ観戦における臨場感の創出についての予備的考察, 大阪経大論集, 71 (1): 151-160.
- 国立感染症研究所—新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) 関連情報ページ <https://www.niid.go.jp/niid/ja/diseases/ka/corona-virus/2019-ncov.html> (参照日: 2020年12月22日)
- 熊野英生 (2020) 新型コロナウイルスの衝撃 東京五輪延期が日本経済に与える影響, レジャー産業資料, 53 (5): 50-53.
- 間野義之編著 (2019) スポーツビジネスイノベーション: 東京大学大学院特別講義, 日経 BP, pp.16-22.
- 日本経済新聞, 手のひら認証でアマゾン新技術, まずレジなしコンビニから, (2020年10月1日朝刊)
- 日本生産性本部 (2020) 特集: 2020年コロナ禍とレジャー産業, レジャー白書 2020, pp3-9.
- 押見大地・原田宗彦 (2010) スポーツ観戦における感動場面尺度, スポーツマネジメント研究, 2 (2): 163-178.
- スポーツ庁・経済産業省: スポーツ未来開拓会議中間報告—スポーツ産業ビジョンの策定に向けて—, https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/shingi/003_index/toushin/_icsFiles/afieldfile/2016/06/14/1372342_1.pdf (参照日: 2021年1月12日)
- ウド, クカーツ: 佐藤郁哉訳 (2018) 質的テキスト分析法: 基本原理・分析技法・ソフトウェア, 新曜社, p.218.
- 内田泰 (2018) 選手と同じ「場」疑似体験 観戦の流儀が変わる, 日経ビジネス電子版.
- 卯月貴拓・小野耀一郎・亀谷亮輔・北山翔馬・小林隆浩・佐藤弘幸・高橋洸基・原田学・宮嶋佳之・渡會崇大 (2019) スポーツビジネスを活性化するための ICT 業界の貢献案, 電気通信, 82 (869): 20-27.
- 読売新聞, 新しい観戦 スポ庁支援 概算要求 IT活用や感染対策 補助へ, (2020年9月28日朝刊)