

## 1.研究テーマ

「SNS 上の慶應義塾大学体育会野球部のメディア媒体の分析」

## 2.取り扱う媒体

この研究で取り扱うメディア媒体は、

- ・ 慶應義塾大学野球部公式ホームページ「Keio Baseball - 慶應義塾体育会野球部 (<http://baseball.sfc.keio.ac.jp/>)」
- ・ 「TOKYOROCKS!2012～東京六大学野球を応援するオフィシャルコンテンツ～ (<http://tokyorocks2012.wondernotes.jp/>)」
- ・ 「Keio baseball 2013 - livedoor Blog (<http://blog.livedoor.jp/keiobaseball1888-2012/>)」
- ・ 慶應義塾大学体育会野球部 (公式版野球部運営) Facebook ページ

の4つとする。

今年から Facebook の利用が始まったので、それについても考察をしていく予定。

## 3.このテーマに決めた理由

現在東京六大学野球は人気の低迷期を迎えており、観客動員数が年々減少している。2007年早稲田大学に斉藤佑樹選手が入学したことにより、観客動員数は一時的に倍増したが斉藤佑樹選手が卒業するとともに減少の一途を辿っている。現在慶應義塾大学体育会野球部が主として運営されている3つのブログが存在しており、これらの活用法次第では慶應義塾体育会野球部の人気を上昇させることが可能になると考えられる。この研究では、観客動員数を人気の上下を測る基準としていく。これらのメディア媒体を分析していくことで、どのような人々にどのような影響を与え、それが実際に球場に足を運ぶきっかけとなっているか等をインタビューすることによって明らかにしていく。そして、この研究が各大学にも適応されることによって東京六大学野球人気が復活することを目指していく。

## 4.仮説と研究方法

仮説1 それぞれのメディア媒体の企画には大学側と企業側で違う意図があるのでは

仮説2 メディア媒体の発達により慶應義塾大学体育会野球部の人気上昇しているのでは  
それぞれのメディア媒体は、どのような経緯を経て企画されているのかを当時企画に関わった人や現在運営に関わっている人にインタビューを行う。それらを文字起こしし、データ化する。

仮説2は、神宮球場で行われる東京六大学野球のリーグ戦の各試合の観客動員数を人気の上下

とし、ブログ発足やアクセス数による影響を受けているか調査する。ブログが発足する前年の観客動員数とそれ以降を比較する。また、ブログへのアクセス数が多い次の日の試合の観客動員数にはどう影響するのかを考察する。

そして、それぞれの媒体のすみ分けをし、効率的な利用法を提案する。

#### 5. 今後の方針

アンケート結果の考察を深めるとともに、それぞれのメディア媒体の運営者側と情報の受信者との溝を浮き彫りにし、メディア媒体が持つ課題を明確にする。特にアンケートから観戦のきっかけとして「内輪的要素」が大部分を占めていることがわかったので、その要素を伸ばしていくため、また他の要素を作っていくようにそれぞれの SNS 上での特徴を活かした利用法を提案できるようにする。

#### 6. 参考文献・資料

「野球型 vs. サッカー型 豊かさへの球技文化論」(著者: 林信吾・葛岡智恭 出版社: 平凡社 出版年: 2004/2/18)

慶応義塾大学野球部公式ホームページ「Keio Baseball - 慶応義塾体育会野球部」

<http://baseball.sfc.keio.ac.jp/> (2013/9/25 閲覧)

TOKYOROCKS!2012 ~ 東京六大学野球を応援するオフィシャルコンテンツ

<http://tokyorocks2012.wondernotes.jp/> (2013/9/25 閲覧)

Keio Baseball 2012 - liveddor Blog <http://blog.livedoor.jp/keiobaseball1888-2012/> (2013/9/25 閲覧)

「インタビュー術!」(著者: 永江朗 出版社: 講談社 出版年: 2002/10/20)

株式会社エイジプロジェクト - AGE PROJECT Co., Ltd <http://ageproject.co.jp/> (2013/9/25 閲覧)

「フェイスブックインパクト つながりが変える企業戦略」(著者: 高広伯彦・池田紀行・熊村剛輔・原裕・松本泰輔 発行元: 株式会社宣伝会議 発行日: 2011/4/15)