

おかげさまで三周年とほぼ5ヶ月^^

拝啓。

猛暑お見舞い申し上げます。季節と言うのは不思議なもので多少の誤差はあってもきちんとやってきますね。数年前のテニス中に熱中症を起した私にとっては恐怖の季節です。「殺人光線」と呼んでおりますが本当に危険です。ポイントは水分摂取。喉が渴いたな、と感じたら既に遅いそうです。プロのテニスプレーヤーがお手本ですね。チェンジコートの度に少量ずつ塩分を含んだ水分を取っていますね。

アルコールは御法度。ゴルフをされる方は聞き覚えがあるかと思いますが、昼飯の際にビールを飲むの



は非常に危険です。アルコールには利尿作用がありますので、かえって水分を奪われてしまいます。

血圧も上がり、特に中高年のメタボ症候群の方、自殺行為です。せめて夏場はやめましょう^^；。

そうは言っても飲みたいですね。アンビバレンツ（笑）。



先日、本当に久しぶりにプロ野球を観戦して来ました。8月4日(土)神宮のヤクルト 対 巨人。しばらくドームでの観戦が多かったのですが、やっぱり野球は外でやるものですね。蒸し暑かったけど。そこでいくつか感心したことがあります。サービスがとても良くなっているのです。

- ① 浴衣デー 観戦に浴衣で来てくれた人には700円分のビール券をプレゼント。カップルなら相手が浴衣でなくても2枚分くれます。これは嬉しかったですね。(家内が浴衣でした)
- ② ファウルボールをくれるようになった。以前はファウルボールは回収されてしまっていたのですが、メジャーリーグの真似かもしれません、インギンの交代の度にもスタンドに投げ入れてくれます。

そのせいでしょう、**グローブ持参の親子がたくさん**いました。

- ③ 5 イニング終了時に「花火」を打ち上げてくれる。とても近い特等席から見られるのですから楽しめます。あとで調べたら200発も打ち上げたようで経費としてどのくらいかかっているのかはちょっと興味湧きます。これはディズニーランドの真似っこのでしょうか。

真似は大いに結構。サービスレベルの向上は大いに歓迎します。後ろの席の親子(多分小学生)でしょうか、かなりハイレベルな野球の会話をしていました。メジャーではありませんが「♪Take me out to the ball game♪」お父さんがいろんなことを教えてあげるいい機会です。こんどの土日は球場で。と言うのはいかがでしょうか。

今回のテーマはプロ野球。実は大好きです^^。夏休みらしくちょっと脱力モードでお届けします。

それにつけても、気になるのは最近野球の中継が減っていること。数字（視聴率）が取れないというのが最大にして唯一の理由でしょうが、10年くらい前までは巨人戦はドル箱カードと呼ばれ、20%近い視聴率とダブ屋が高いチケットを売りさばく売り手市場であったのに。何が起きたんでしょうか？（あ、ちなみに私、巨人ファンです、家内はヤクルトファンです）（笑）

と、言うことで今回のテーマは「**野球の人気は本当に低下しているのか**」です。

まずは世帯視聴率の推移を見て見ると

年	平均 (%)	主なトピックス
2006	9.6	中日2年ぶりのリーグ優勝 巨人4位
2005	10.2	阪神2年ぶり5度目のリーグ優勝 巨人5位
2004	12.2	中日5年ぶりのリーグ優勝 巨人3位
2003	14.3	阪神18年ぶり4度目のリーグ優勝 巨人は3位
2002	16.2	巨人20回目の日本一 原新監督初優勝
2001	15.1	ヤクルト日本一 巨人2位 長嶋監督辞任
2000	18.5	巨人 6年ぶりの日本一 本拠地での優勝決定は10年ぶり
1999	20.3	中日11年ぶりのリーグ優勝 巨人2位
1998	19.7	横浜38年ぶり日本一 巨人3位
1997	20.8	ヤクルト日本一 巨人4位
1996	21.4	巨人 奇蹟のリーグ逆転優勝 メイクミラクル
1995	19.8	ヤクルト日本一 巨人3位
1994	23.1	巨人5年ぶりの日本一 槇原完全試合
1993	21.5	ヤクルト2度目の日本一 長嶋監督再就任 松井入団 巨人3位

ビデオリサーチ社資料から作成



これは**悲惨**ですね。10年前には20%の視聴率が、今や半分に届かず。この視聴率を見るとき気をつけなければ行けないポイントは、これらのほとんどは「巨人戦」であるということです（トピックス欄が巨人がらみなのはそのせいです）常勝巨人軍（笑）もう4年間も優勝がありません（ちなみに今年**は快進撃ですが、視聴率は上向きません**）これはもしかするとプロ野球の人気がなくなったのではなくて、単純に「巨人」の人气が低迷しているせいではないでしょうか。要するに巨人戦しかやっていない、だから仕方なくテレビ中継を見ていた人達が、どこかへ、いつってしまったのではないでしょう

か。
 ←一応、巨人のつもり（笑）

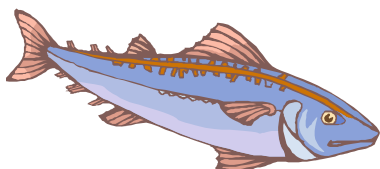
そこで過去三年間の各球団の観客動員数を見て見ました。

セントラル球団 観客動員数			
球団名	2004年	2005年	2006年
読売ジャイアンツ	3,744,500	2,922,093	2,892,695
中日ドラゴンズ	2,330,500	2,284,400	2,398,698
横浜ベイスターズ	1,500,000	976,004	1,106,511
ヤクルトスワローズ	1,686,000	1,307,731	1,315,389
広島東洋カープ	986,000	1,050,119	1,009,481
阪神タイガース	3,523,000	3,132,224	3,154,903
セントラル・リーグ	13,770,000	11,672,571	11,877,677

パシフィック球団 観客動員数			
球団名	2004年	2005年	2006年
福岡ソフトバンクホークス	3,070,000	2,115,977	2,037,556
西武ライオンズ	1,649,000	1,103,148	1,196,574
日本ハムファイターズ	1,616,000	1,365,643	1,603,541
オリックスブルーウェーブ	1,415,000	1,356,156	1,390,231
千葉ロッテマリーンズ	1,596,000	1,334,014	1,349,656
大阪近鉄バファローズ	1,338,000		
東北楽天イーグルス		977,104	951,723
パシフィック・リーグ	10,684,000	8,252,042	8,529,281

※2004年度までは球団発表の概数、2005年から実数カウント

あちゃー！各球団のさばの読み方の凄さ（笑）！この資料はまとまったものがなくて各リーグの事務局に電話をして、やっとファックスで送ってもらったものです。あんまり表に出したくない気持ちはとてもよく分かります^^；。2005年からは実数カウントにしたようです。



←しかし、サバを読むのも限度があるでしょう（笑）

阪神（大阪）がトップ！観客動員数では巨人ではなく、二年も前から阪神がトップだったのです。中日（名古屋）ソフトバンク（福岡）、ロッテ（千葉）、日本ハム（札幌）、軒並み地方中核都市が大幅に観客動員を増やしています。（一方広島、横浜は楽天を除けばビリです）(T_T)。

ロッテに関しては、非常に強固なサポーターを有しており、またファンサービスにかける努力は良く知られるとおりです。あの川崎球場の外野で鍋料理をされていたころの球団とはえらい違いです。球場に足をむけるファンの数は減ってはいません。むしろ増加傾向です。全国放送こそしていませんが、

福岡ではほぼ毎日主催試合の中継があるそうです（友人談）（笑）。

（調べたら、アウェイのゲームも結構中継されているようです）

また大きな要素としてあるのがスター選手のメジャー流出があるのではないかと考えています。私も巨人に対する思い入れは、**松井のヤンキース入りでかなり減退**しました。イチロー、城島、井口、岩村、松坂、等等、日本が最強チームを作るとしたら全員がレギュラーになってしまうような布陣です。しかも衛星波を中心としてこれらの選手の活躍を見るのが可能です。西海岸のシアトルの試合なんかはもの見事に午前中に見ることが出来ます^^;。お昼のNHKニュースでの楽しみは、彼らの活躍です。ちなみに私はヤンキースの主力メンバーはわかります、が、この間の神宮では知らない人もいましたm(_ _)m。今年は不調ですがヤンキースのリベラの150キロのカットボールは圧巻です。あれを見せると、やはり日本のプロ野球はアメリカのマイナーリーグかと思ってしまう**(T_T)**。



←ゴジラのつもりです (笑)

さらに追い討ちをかけたのが、**インターネットの普及とスカパー等衛星波の普及**だったと考えます。こうしたメディアを使えば、自分の好きな球団の試合を追いかけることが出来ます。無理に巨人戦を見る必要はなくなったのです(途中経過は携帯でもチェックすることが出来ます)。我が家ではケーブル・テレビに加入をしておりますが、**地上波を入れれば4試合**を見ることが出来ます。

Jリーグの出現もそうでしょう。**コンペティターは多い**。ただただ巨人の人気におんぶして、巨人戦を流しておけば数字になる、と言う安易な態度は通用しなくなりました。最後まで試合を流さないと言うテレビ局主導の態度がソッポをむかれたと言うことも言えるかもしれません。これ本当に頭に來ます。アメリカだったら暴動が起きると言う話を聞きました。我々ももっと怒っていいのかもしれない。

結論。プロ野球人気は落ちてはいない。落ちたのは巨人の人気だけ

一昨日の日経新聞に任天堂の岩田社長の非常に心に残るコメントが出ていました。

「我々が戦うのはソニーやマイクロソフトのようなライバルではなく消費者の無関心だ」
心に沁みる言葉だと思いました。今回のテーマにも関わる重要なマーケティング思考だと思います。

今回はちょっと長くなってしまいました。そうは言っても野球は大好きですから^^; ;
暑さに気をつけてお過ごしください。

次号は9月上旬。ではでは～(^^) /～～～

株式会社アール・リサーチ 〒271-0051 千葉県松戸市馬橋 1896-1 ヴィレッジ K・I 馬橋 3 F

Tel 047-342-3181 mobile 090-7428-8999 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp