

テレビがスポーツを変えた

渡辺 潤

テレビとスポーツ

たとえば週末のテレビ番組欄を見ると、午後から夜にかけてスポーツが目白押しなのがよくわかる。プロ野球にJリーグ、大相撲、競馬にゴルフといった定期的なものばかりでなく、さまざまな競技の世界選手権やワールド・カップ、あるいは、春夏の甲子園や冬のマラソンに駅伝といった年中行事化したものなど。さらには衛星中継ではメジャーリーグやNBA、NFL、NHLといったアメリカのプロスポーツに加えて、セリエAやスペイン・リーグなどのヨーロッパ・サッカーもある。本当にその気になれば、週末だけでなく、一日中テレビのスポーツ観戦で過ごすといったことも可能になった。で、今年はもちろんシドニー・オリンピックである。

娯楽の中心としてのスポーツ観戦、あるいはテレビの目玉としてのスポーツ番組。今ではそれは当たり前のことである。デジタル衛星放送の開始などによって、これからますます加速化するとされるこのような傾向は、いったいいつから始まり、どのような理由で普及したのだろうか。

視聴率調査会社ビデオリサーチによれば、歴代の高視聴率番組のかなりの割合がスポーツ番組で占められていることがわかる。しかも、上位にあがっているのはほとんどが60年代である。(表1)この調査は1962年12月以降のものだから、それ以前の高視聴率番組についてはわからない。しかし、たとえば戦後の一風景として回想される街

頭テレビによる力道山のプロレス中継はもっと高い視聴率を稼いだはずだから、スポーツはテレビの登場と同時に人気番組になったと言えるかもしれない。あるいは、テレビはスポーツ番組によって人びとに認知されたと言ったほうがより適切なのだろうか。

この調査からは、日本においてテレビが普及し始めた時期の人気番組がスポーツ、それもレスリングやボクシングの格闘技であったことがよくわかる。その理由として定説になっているのは、敗戦で自信を喪失した日本人を勇気づけたのがこの二つの格闘技だったというものだ。それは間違いないだろうが、しかし、当時のテレビ技術からいって、視聴にたえる番組は小さなリングに限定された格闘技が精一杯だったということもある。何しろ普及し始めのテレビは

順位	番組名	放送日	放送局	視聴率
1	第14回NHK紅白歌合戦	1963/12/31	NHK	81.4%
2	東京オリンピック女子バレー	1964/10/23	NHK	66.8%
3	プロレス 力道山対デストロイヤー	1963/5/24	NTV	64.0%
4	ボクシング(ファイティング 原田対マルジョル)	1966/5/31	フジTV	63.7%
5	おしん	1983/11/21	NHK	62.9%
6	サッカー(日本対クロアチア)	1998/6/20	NHK	60.9%
7	ボクシング(ファイティング 原田対アマンド・キ)	1965/7/5	フジTV	60.4%
8	ついに帰らなかった吉展ちゃん	1965/7/5	NHK	59.0%
9	ミュンヘンオリンピック	1972/9/8	NHK	58.7%
10	ゆく年くる年	1963/12/31	NHK	57.4%

14インチのモノクロ画面で、中継も1台か2台のカメラだけで行われたのだから。

いずれにしても、ボクシングのファイティング原田戦が二つ入っているのは注目し、彼の試合はほかにも23位まで

に4戦が入っているから驚きである。敗戦直後の自信回復が力道山によるのなら、ファイティング原田は経済成長の頃のシンボルだったのかもしれない。

テレビはその後、カラーになり、画面が大型化し、衛星放送が始まる。ちょうどその転換期に東京オリンピックがあったことは、テレビとスポーツの関係を考える上で欠かせないポイントである。表1には東京オリンピックの女子バレーだけが2位に入っているが、これは一つの大会の最高視聴率だけを載せるという基準によるもので、実際には、日本人が活躍した柔道やマラソン、あるいは体操など、多くの種目が高い視聴率を上げているはずである。ちなみに、オリンピックは9位に1972年のミュンヘン大会、26位に同年の札幌大会、そして29位に1968年のメキシコ大会が入っている。

テレビとスポーツの現状

高視聴率のスポーツ番組が目白押しだった60年代に比べて今はどうだろうか。ビデオ・リサーチがまとめた1999年の年間高視聴率番組の上位10位には、スポーツは二つしか入っていない。代わりにドラマが4

順位	番組名	放送日	放送局	視聴率
1	第50回紅白歌合戦2部	12/31	NHK	50.8%
2	第50回紅白歌合戦1部	12/31	NHK	45.8%
3	もののけ姫	1/22	NTV	35.1%
4	SMAPXSMAP	7/12	J/TV	33.5%
5	新春ドラマSP(古畑任三郎 XSMAP)	1/3	J/TV	32.3%
6	すずらん	9/17	NHK	30.4%
7	木曜ドラマ・魔女の条件	6/17	TBS	29.5%
8	大相撲初場所 12 日目	1/21	NHK	29.4%
8	渡る世間は鬼ばかり	3/25	TBS	29.4%
10	中日 X 巨人	3/25	TBS	28.8%

本。この違いはいったいどう解釈したらいいのだろうか。(表2)

一つは表が示すとおり、スポーツよりはドラマやバラエティに人気が集まっていることが指摘できるかもしれない。相撲にし

てもプロ野球にしても視聴者の年齢層はドラマやバラエティより高く、また、女性よりは男性に好まれる傾向にあるようだ。家庭のテレビのチャンネル権が夫や父親から妻や子供に移ったという指摘は、もうずいぶん前にされたことだが、視聴率の変化はもちろん、それだけではない。

今では一家に数台のテレビはあたりまえだから、一台のテレビは複数ではなく一人によって見られている場合が少なくない。あるいは一人暮らしの増加といった現象もある。JリーグにF1、あるいは競馬ブームなど、人気のスポーツもずいぶん増えた。スポーツ番組が上位に名を連ねなくなったのは、番組の豊富さと視聴の多様化に原因がある。ちなみに30位にランクされている番組の視聴率は26.1%で10位とは2.9%しか変わらない。また表には載せていないが30位まで見れば、スポーツ番組は9本入っていて、ドラマやバラエティとほぼ同数になっている。

それでは現在のスポーツ番組を代表するのは何だろうか。9本のうち7本はプロ野球中継で、そのうちの5本は巨人戦である。日本のプロ野球は読売新聞主導で始まり、メディアとの関係も新聞はもちろん、ラジオ、そしてテレビと巨人中心で報道・中継されてきた。長嶋や王が活躍した60年代から現在に至るまで、その構造は変わっていない。巨人戦の相変わらずの高視聴率は安定したプロ野球人気の証拠になるのかもしれないが、長嶋人気に支えられている点を見ると、その基盤は決して強いものではない気がする。

衛星放送やケーブル・テレビの普及によって、自宅で見ることができるようチャンネル数は飛躍的に増加している。そしてその新しいチャンネルが売り物にするのは映画と並んで種々のスポーツである。アメリカではスポーツ専門のチャンネルがいくつも

あって、各種プロスポーツの全試合を網羅している。テレビはただで見るものではなく、見たいものをお金を払って見る。そんな状況が当たり前になっている。

日本では相変わらず尻切れトンボで終わる巨人戦の中継が高視聴率を稼いでいる。多チャンネル化の時代にはテレビ番組は他品種で少数の顧客を相手にしなければならないが、日本のメディアやプロスポーツは、そのことに積極的に対応しているようには思われない。

スポーツとメディアの新しい関係

たとえばシドニー・オリンピックの代表選手選考について、女子マラソンや競泳など、その不透明な基準が問題になっている。あるいはサッカーの日本代表監督のトルシ工更迭騒ぎにしても、どこか小淵から森へと変わった首相選びと共通した、旧態依然とした日本的なやり方がくりかえされている。メディアはもちろん、そのことを批判する。しかし、メディアもまた、自らがスポーツに与えている影響については、それを問題として社会に問う気はあまりないようである。

シドニー・オリンピックの放映権料は総額で1400億円。その額はアトランタから倍増されているが、日本の負担は160億円で、それをNHKと民放が種目と時間に応じて分担することになっている。代表選手選考について批判するメディアも、女子マラソンのスタート時間が日本の注文によって変更したことはあまり問題にしない。9月のオーストラリアは春先だが、マラソンは気温を考慮して早朝にスタートする。それを視聴率を理由に遅らせたのである。

オリンピックの放映権料は、アメリカのABCが1968年のメキシコとグルノーブルを合わせて800万ドルで独占したことをきっかけに高騰しはじめた。それが1984年

のロサンゼルス大会では2億2500万ドル(NBC)になり、シドニー五輪では前記したように総額で13億ドルに膨れあがった。2002年に日本と韓国で開催されるサッカーのワールド・カップでは、日本は次の2006年の放映権と合わせて440億円を要求されている。ちなみに、前回のフランス大会でNHKが払った権料は5億円だった。

高視聴率を稼げる人気スポーツは、高いお金を払っても放送権を手に入れたい。手に入れたからには、時間帯など注文をつけなくなる。メディアとスポーツの関係がルールの改正や競技方法の変化を引き起こしたのは、テレビの初期からのものである。テレビはスポーツを使って視聴者の関心を引き寄せ、スポーツはテレビによってポピュラーになった。その密接な関係が、スポーツをよりテレビ的なものにし、テレビをますますスポーツ依存的なものにした。介在する巨額のお金と次々生みだされるヒーローやヒロイン。

スポーツは今や単なる余暇の手段ではなくなっている。それはビッグ・イベントにしてもスーパー・スターにしても、社会や経済や政治を左右する巨大な力を持ちはじめている。逆に政治や経済がもつ有力な武器になったということもできるだろう。しかも、それは一団体や一国に限られた範囲ではなく、グローバルに影響を与えあうものになりつつある。

そのような状況はスポーツにとって決して好ましいとは思わない。しかし、この変容に鈍感な対応しかできない日本のスポーツやメディアの姿勢には、よりいっそうのもどかしさや不信感を持ってしまう。だから、スポーツが外圧となって日本の社会を変えるとすれば、それはそれでおもしろいことになるのかもしれないと思う。