

5-1. 調査の準備

あらかじめ、調査票を作成したうえでプリントアウト、もしくは、シートファイルが入ったパソコンを持参のうえ、図書館にて、サンプル収集の作業に入ることとした。

5-2. 調査票

表計算ソフトにて、記録集（監修：ベースボール・マガジン社（2004）、プロ野球70年史：1934→2004。記録編、ベースボール・マガジン社）より引用した、調査期間内の、各年度・各球団別の試合結果（球場・相手チーム・順位記載）に、放送局の項目を付け加えた。1年1チーム分を1シートとし、調査期間9年間×関東フランチャイズ5チーム（巨人・横浜DeNA・東京ヤクルト・北海道日本ハム・千葉ロッテ）分=45シートを調査票として作成した。同様に、球場ごとの収容人員・動員率の項目を追加し、同一シートにて集計できるようにした。

図2. 調査票サンプル

5-3. 実施の手順

図書館にて調査。開架されている当時の新聞縮刷版（今回の調査では、9割強を朝日新聞縮刷版を使用、ラジオ・テレビ欄もしくはスポーツ欄に記載漏れ・切り取り・破損などがあった場合、別の図書館での閲覧、及び他社発行の新聞よりサンプル収集した）。

6. 調査の分析

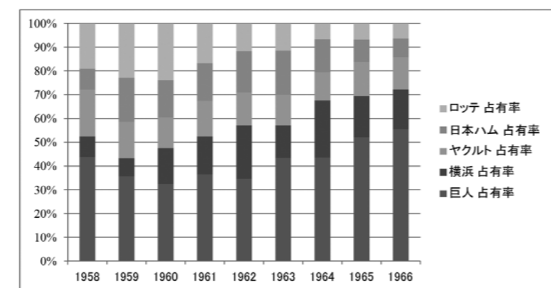
6-1. 基本分析

中継数・観客動員・チーム順位の3要素同士の相関を見る前に、調査票等により集計した、3要素の根拠のデータを提示する。対象期間のテレビ・ラジオを含めた中継数の推移が、表1. とグラフ1.（放送中継数関東期間限定より）である。
※紀要版として、加筆修正に当たり、修正課題論文として提出時、まちまちであった小数点表記を、第1位までに統一した。

表1. 調査期間における、関東地区5球団のプロ野球中継数の推移

表1.調査期間における、関東地区5球団のプロ野球中継数の推移																						
巨人	横浜DeNA				東京ヤクルト						北海道日本ハム				千葉ロッテ							
	中継	線	上	下	中継	線	上	下	中継	線	上	下	中継	線	上	下	中継	線	上	下		
1958	112	0	21	12	12	659	43.8%	20	0	0	8	7	123	8.2%	42	2	9	21	2	289	19.2%	1,503
1959	213	3	38	35	3	1,264	35.3%	33	1	5	43	12	282	7.9%	125	3	22	53	10	819	22.9%	3,584
1960	260	1	54	50	3	1,569	32.2%	108	1	39	61	10	793	16.3%	159	9	21	115	11	1,135	23.3%	4,666
1961	252	2	55	33	1	1,500	35.6%	92	7	22	56	17	683	16.2%	196	6	22	60	12	707	16.8%	4,209
1962	252	0	51	20	6	1,459	34.0%	146	7	26	52	29	969	22.6%	62	4	12	65	26	518	12.1%	4,288
1963	359	0	61	6	2	1,992	40.9%	95	2	19	57	27	681	14.0%	65	4	11	62	40	387	12.0%	4,673
1964	375	1	43	15	13	2,051	40.7%	178	7	44	88	27	1,253	24.9%	31	8	13	67	24	384	7.6%	5,034
1965	471	0	79	3	0	2,598	49.7%	117	7	10	117	19	896	17.2%	47	2	7	40	23	367	7.0%	5,224
1966	406	0	82	3	4	2,286	54.1%	102	5	8	52	40	698	16.5%	29	8	9	34	15	287	6.8%	4,227

グラフ1. 調査期間における、関東地区5球団のプロ野球中継数の推移

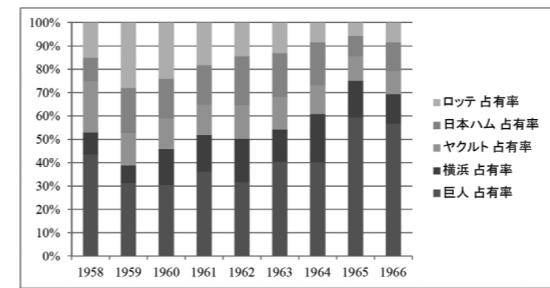


対象期間のテレビ単独の中継数の推移が、表2. とグラフ2.（放送中継数関東期間限定より）である。

表2. 調査期間における、関東地区5球団のプロ野球テレビ中継数の推移

表2.調査期間における、関東地区5球団のプロ野球テレビ中継数の推移																						
巨人	横浜DeNA				東京ヤクルト						北海道日本ハム				千葉ロッテ							
	中継	線	上	下	中継	線	上	下	中継	線	上	下	中継	線	上	下	中継	線	上	下		
1958	46	0	8	3	3	263	43.9%	13	0	0	4	0	53	8.8%	12	1	3	11	0	95	15.9%	599
1959	71	1	10	6	0	401	32.7%	13	0	2	14	5	104	8.5%	45	1	7	15	4	284	23.2%	1,225
1960	94	0	15	4	0	523	29.8%	40	1	14	23	3	295	16.6%	64	0	10	34	1	419	23.8%	1,757
1961	105	0	17	1	0	578	34.9%	39	2	8	19	7	272	16.4%	48	1	8	14	3	399	18.0%	1,657
1962	95	0	13	1	0	516	30.8%	52	3	8	8	4	316	18.9%	35	1	5	23	4	244	14.6%	1,675
1963	139	0	20	0	0	755	38.4%	40	1	9	21	7	280	14.2%	34	2	6	29	6	260	13.2%	1,967
1964	139	0	17	1	0	748	38.5%	64	2	15	19	5	416	21.4%	17	5	3	27	10	178	9.2%	1,942
1965	139	0	22	0	0	761	58.4%	34	1	2	7	0	194	14.9%	10	0	10	0	70	5.4%	1,304	
1966	116	0	16	0	0	628	56.2%	26	0	1	0	0	133	11.9%	15	0	4	7	0	101	9.0%	1,118

グラフ2. 調査期間における、関東地区5球団のプロ野球中継数の推移（テレビ単独）



調査開始時点から、昭和39（1964）年までは、巨人以外の球団、特にパリーグ2球団の中継点数のシェアが意外にも、小さくはなかった。

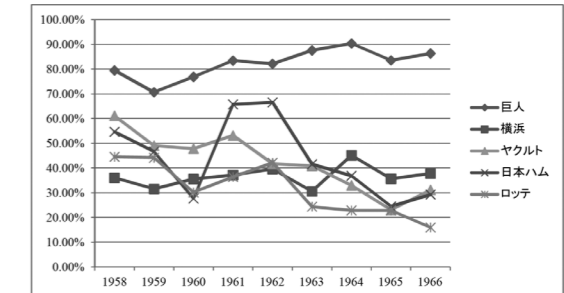
対象期間の観客動員の推移が、表3. とグラフ3.（観客動員関東期間限定より）である。

表3. 対象期間（1958-1966）の球団別シーズン観客動員率

表3.対象期間（1958-1966）の球団別シーズン観客動員率					
巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道日本ハム	千葉ロッテ	
1958	78.4%	33.2%	61.1%	54.7%	44.6%
1959	70.4%	29.5%	50.1%	46.7%	40.1%
1960	76.4%	36.0%	49.4%	27.7%	31.8%
1961	80.9%	36.7%	55.3%	64.0%	37.6%
1962	81.3%	39.2%	42.0%	64.9%	41.0%
1963	87.1%	30.6%	41.4%	43.3%	23.2%
1964	89.4%	45.2%	33.2%	35.5%	22.8%
1965	82.6%	35.8%	22.9%	22.8%	22.5%
1966	85.7%	36.9%	29.9%	29.5%	16.0%

（観客動員数は、新聞縮刷版を基に、「13.付録」の調査票記入ものを、各球場収容人員は、表.11を用い、水上集計、そのシーズン平均値。）

グラフ3. 調査期間における、関東地区5球団の観客動員率の推移



この点において、巨人の観客動員率は、他の4球団より大きく抜き出ている、ことがわかる。

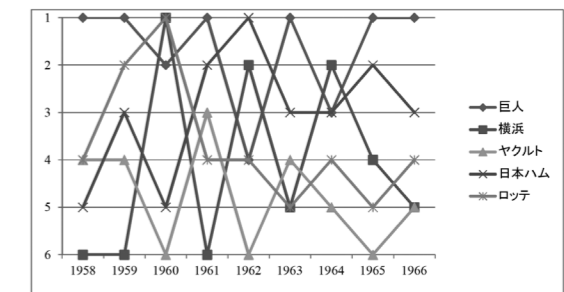
対象期間のチーム順位の推移が、表4. とグラフ4. である。

表4. 調査期間（1958-66）の関東5球団の順位

表4.調査期間（1958-66）の関東5球団の順位					
順位	巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道日本ハム	千葉ロッテ
1958	1	6	4	5	4
1959	1	6	4	3	2
1960	2	1	6	5	1
1961	1	6	3	2	4
1962	4	2	6	1	4
1963	1	5	4	3	5
1964	3	2	5	3	4
1965	1	4	6	2	5
1966	1	5	5	3	4

（出典：セリーグ事務局『セントラルリーグ グリーンブック』、パリーグ事務局『パシフィックリーグ ブルーブック』）

グラフ4. 調査期間における、関東地区5球団のシーズン順位の推移



「4-3分析の方法」で触れたが、数値として捉えるのを避けるため、表5. のように、逆順位に置き換えて、後の相関関係を探ることとする。

表5. 調査期間内の逆順位

表5.調査期間内の逆順位					
巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道	千葉ロッテ	
1958	6	1	3	2	3
1959	6	1	3	4	5
1960	5	6	1	2	6
1961	6	1	4	5	3
1962	3	5	1	6	3
1963	6	2	3	4	2
1964	4	5	2	4	3
1965	6	3	1	5	2
1966	6	2	2	4	3

表4の順位から、「4-3分析の手法」で述べた法則に基づき、水上計算。

6-2. 仮説検証1 中継数と観客動員との相関

前記から導いた、中継数と観客動員及び観客動員率の相関関係を表したものが表6.及び表7.である。

表6.各球団別の中継点数と観客動員率との相関(放送総合)

表6.各球団別の中継点数と観客動員率との相関(放送総合)						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
動員率	放送点数	動員率	放送点数	動員率	放送点数	
1958	78.4%	659	33.2%	123	61.1%	298
1959	70.4%	1264	29.5%	282	50.1%	582
1960	76.4%	1569	36.0%	793	49.4%	624
1961	80.9%	1500	36.7%	683	55.3%	627
1962	81.3%	1459	39.2%	969	42.0%	574
1963	87.1%	1992	30.6%	681	41.4%	637
1964	89.4%	2051	45.2%	1253	33.2%	602
1965	82.6%	2598	35.8%	896	22.9%	818
1966	85.7%	2286	36.9%	698	29.9%	581
動員率		動員率		動員率		
放送点数	0.6140	放送点数	0.8083	放送点数	-0.6988	
1	1	1	1	1	1	

表7.各球団別の中継占有率と観客動員率との相関(テレビのみ)						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
動員率	テレビ点数	動員率	テレビ点数	動員率	テレビ点数	
1958	78.4%	263	33.2%	53	61.1%	130
1959	70.4%	401	29.5%	104	50.1%	192
1960	76.4%	523	36.0%	295	49.4%	229
1961	80.9%	578	36.7%	272	55.3%	215
1962	81.3%	516	39.2%	316	42.0%	236
1963	87.1%	755	30.6%	280	41.4%	283
1964	89.4%	748	45.2%	416	33.2%	237
1965	82.6%	761	35.8%	194	22.9%	153
1966	85.7%	628	36.9%	133	29.9%	106
動員率		動員率		動員率		
テレビ点数	0.7502	テレビ点数	0.6834	テレビ点数	0.1195	
1	1	1	1	1	1	

表7.各球団別の中継占有率と観客動員率との相関(テレビのみ)

表7.各球団別の中継占有率と観客動員率との相関(テレビのみ)						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
動員率	テレビ点数	動員率	テレビ点数	動員率	テレビ点数	
1958	78.4%	263	33.2%	53	61.1%	130
1959	70.4%	401	29.5%	104	50.1%	192
1960	76.4%	523	36.0%	295	49.4%	229
1961	80.9%	578	36.7%	272	55.3%	215
1962	81.3%	516	39.2%	316	42.0%	236
1963	87.1%	755	30.6%	280	41.4%	283
1964	89.4%	748	45.2%	416	33.2%	237
1965	82.6%	761	35.8%	194	22.9%	153
1966	85.7%	628	36.9%	133	29.9%	106
動員率		動員率		動員率		
テレビ点数	0.7502	テレビ点数	0.6834	テレビ点数	0.1195	
1	1	1	1	1	1	

6-3. 仮説検証2 中継数と順位との相関

続いて、中継数とチーム順位(年間順位及びシーズン中の順位推移)の相関を表8.及び表9.を掲載する。

表8.中継占有率と逆順位との相関関係(放送総合)

表8.中継占有率と逆順位との相関関係(放送総合)						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
逆順位	中継点数	逆順位	中継点数	逆順位	中継点数	
1958	6	659	1	123	3	298
1959	6	1264	1	282	3	582
1960	5	1569	6	793	1	624
1961	6	1500	1	683	4	627
1962	3	1459	5	969	1	574
1963	6	1992	2	681	3	637
1964	4	2051	5	1253	2	602
1965	6	2598	3	896	1	818
1966	6	2286	2	698	2	581
逆順位		逆順位		逆順位		
中継点数	0.0389	中継点数	0.7408	中継点数	-0.3706	
1	1	1	1	1	1	

表9.中継占有率と順位指数との相関関係(テレビのみ)						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
逆順位	中継点数	逆順位	中継点数	逆順位	中継点数	
1958	2	134	3	289	3	130
1959	4	637	5	819	3	192
1960	2	745	6	1135	1	229
1961	5	692	3	707	4	215
1962	6	768	3	518	1	236
1963	4	976	2	587	3	283
1964	4	744	3	384	2	237
1965	5	545	2	367	1	153
1966	4	375	3	287	2	106
逆順位		逆順位		逆順位		
中継点数	0.3888	中継点数	0.8003	中継点数	0.0421	
1	1	1	1	1	1	

表9.中継占有率と順位指数との相関関係(テレビのみ)

表9.中継占有率と順位指数との相関関係(テレビのみ)						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
逆順位	中継点数	逆順位	中継点数	逆順位	中継点数	
1958	6	263	1	53	3	130
1959	6	401	1	104	3	192
1960	5	523	6	295	1	229
1961	6	578	1	272	4	215
1962	3	516	5	316	1	236
1963	6	755	2	280	3	283
1964	4	748	5	416	2	237
1965	6	761	3	194	1	153
1966	6	628	2	133	2	106
逆順位		逆順位		逆順位		
中継点数	-0.0774	中継点数	0.7144	中継点数	0.0421	
1	1	1	1	1	1	

表10.観客動員率と順位指数との相関						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
動員率	逆順位	動員率	逆順位	動員率	逆順位	
1958	78.4%	6	33.2%	1	61.1%	3
1959	70.4%	6	29.5%	1	50.1%	3
1960	76.4%	5	36.0%	6	49.4%	1
1961	80.9%	6	36.7%	1	55.3%	4
1962	81.3%	3	39.2%	5	42.0%	1
1963	87.1%	6	30.6%	2	41.4%	3
1964	89.4%	4	45.2%	5	33.2%	2
1965	82.6%	6	35.8%	3	22.9%	1
1966	85.7%	6	36.9%	2	29.9%	2
動員率		動員率		動員率		
逆順位	-0.2104	逆順位	0.6304	逆順位	0.5801	
1	1	1	1	1	1	

6-4. 仮説検証3 動員数と順位との相関

観客動員率(観客動員数/球場の収容人員)とチーム逆順位の相関を表10.を示す。

表10.観客動員率と順位指数との相関

表10.観客動員率と順位指数との相関						
巨人		横浜DeNA		東京ヤクルト		
動員率	逆順位	動員率	逆順位	動員率	逆順位	
1958	78.4%	6	33.2%	1	61.1%	3
1959	70.4%	6	29.5%	1	50.1%	3
1960	76.4%	5	36.0%	6	49.4%	1
1961	80.9%	6	36.7%	1	55.3%	4
1962	81.3%	3	39.2%	5	42.0%	1
1963	87.1%	6	30.6%	2	41.4%	3
1964	89.4%	4	45.2%	5	33.2%	2
1965	82.6%	6	35.8%	3	22.9%	1
1966	85.7%	6	36.9%	2	29.9%	2
動員率		動員率		動員率		
逆順位	-0.2104	逆順位	0.6304	逆順位	0.5801	
1	1	1	1	1	1	

表11.各球団別の3要素(中継シェア・人気・強さ)の関係				
巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道日本ハム	千葉ロッテ
中継×動員	相関	相関	逆相関	弱い
テレビ×動員	相関	相関	弱い	弱い
中継×逆順位	弱い	相関	弱い	弱い
テレビ×逆順位	弱い	相関	弱い	相関
動員×順位	弱い	相関	相関	弱い

6-5. 調査の意義と分析

本研究では、相関関係を解析するのに、表計算ソフト Microsoft Excelを使用した。また、相関係数 0.5 以上を相関、-0.5 以下を逆相関と定義した。

よって、中継と観客動員の関係性については、巨人と横浜 DeNA の 2 球団(東京ヤクルトは逆相関)において、中継と順位の関係性については、横浜 DeNA と千葉ロッテの 2 球団において、観客動員と順位の関係性については、横浜 DeNA と東京ヤクルト 2 球団において、相関関係が認められることがわかった。(表 11. 参照)

表 11.各球団別の3要素(中継シェア・人気・強さ)の関係

表11.各球団別の3要素(中継シェア・人気・強さ)の関係				
巨人	横浜DeNA	東京ヤクルト	北海道日本ハム	千葉ロッテ
中継×動員	相関	相関	逆相関	弱い
テレビ×動員	相関	相関	弱い	弱い
中継×逆順位	弱い	相関	弱い	弱い
テレビ×逆順位	弱い	相関	弱い	相関
動員×順位	弱い	相関	相関	弱い

7. 結果の考察

仮説で考えていた、野球中継のシェア・人気・強さの全三要素の関連性が認められたのは、横浜 DeNA1 球団のみであった。他の球団においては、三要素の関連性は認められなかった。そのうち、まず巨人であるが、各要素の相関関係を見るまでもなく、6-1 基本分析で表示したデータの時点で他の関東 4 球団より数値が抜きんでていた。また、東京ヤクルト・北海道日本ハム・千葉ロッテの 3 球団は、三要素の多くの部分で、相関が弱いことを示している。

すなわち、当時から、関東地区におけるプロ野球は、多くの点で、中継予定の実績、人気、強さに関連性無く、巨人の独り勝ち、一極集中構造が成立していた、という仮説が証明出来た。

8. 今後の課題

以上、昭和 33 から 41 (1958-66) 年までの、関東地区におけるプロ野球中継と巨人の一極集中構造の解析を行ってきたわけだが、当初の目標だった、衛星 (BS・CS) 多チャンネル化が進む時期までの調査、及び、放送以外でのメディアでの露出度(新聞・雑誌記事等)、拾えるかぎりの視聴率、観客動員における、曜日や天気などの要素を含めた上での再調査、また、関東地区に限らず、他の地域の球団を含めた上での、日本全体での巨人一極集中構造の調査を継続し、本テーマに生涯かけて取り組んで行きたい。

※紀要用に、加筆修正するに当たり、改めて先行研究を調査したところ、福原崇之は、サッカー Jリーグクラブ(球団)の経営状況とリーグ順位に関するアプローチを、また、平成 24 年度広島大学大学院社会科学部研究科マネジメント専攻グループ 4 は、Jリーグクラブのホームスタジアム(本拠地)のアクセスと集客とリーグ順位に関するアプローチを行っているため、これらの手法も取り入れ研究を継続させたい。

9. 結論

横浜 DeNA の 1 球団のみ、中継頻度・観客動員・強さに相関関係が認められたが、同球団の、当時のオーナー企業は、大洋漁業(現マルハニチロ^{※9})であり、メディアがオーナーではない企業のみ^{※10}において、こうした現象が起きたのは、面白い事実であると言える。

巨人が、改めて、中継数・人気面・順位でも強いということが数字を通して証明されたが、こうした日本プロ野球の偏ったカタチを改めて、実証することが出来た。

三要素の相関関係を示した、横浜 DeNA 以外の 4 球団による、日本プロ野球がネガティブなバランスでシェアしている構造であった、と言える。

また、一般的な常識として共有されてきたものの、印象論でしかない点が強かった、長年における、我が国のプロ野球の特定球団による寡占的な構造を、改めて数値や統計的データを用いて、証明出来たことも意義があり、放送、スポーツに限らず、コンテンツビジネスに対し、示唆を与えることが出来たのではないだろうか。

10. 謝辞

本紀要用の論文を寄稿するに当たり、お声を掛けて下さり機会を与えて下さった、デジタルハリウッド大学メディアサイエンス研究所運営事務局のスタッフの皆さまには、心より御礼申し上げます。また、元稿である修士論文を作成するに当たり、執筆当時

※9 調査期間当時、関東地区を本拠地としている他の4球団は、巨人は、読売新聞社・日本テレビ放送網、東京ヤクルトは、フジテレビジョン・産経新聞社・ニッポン放送・文化放送(昭和37(1962)年より)、北海道日本ハムは、東映、千葉ロッテは、大映(映画会社、現存せず)及び毎日新聞社(毎日新聞社は昭和38(1963)年まで)、とメディア企業との資本の関係が成立していた。関東地区以外でも、名古屋市を本拠地としている中日が、中部日本新聞社と資本関係があった。

※10 調査期間当時、関東地区を本拠地としている他の4球団は、巨人は、読売新聞社・日本テレビ放送網、東京ヤクルトは、フジテレビジョン・産経新聞社・ニッポン放送・文化放送(昭和37(1962)年より)、北海道日本ハムは、東映、千葉ロッテは、大映(映画会社、現存せず)及び毎日新聞社(毎日新聞社は昭和38(1963)年まで)、とメディア企業との資本の関係が成立していた。関東地区以外でも、名古屋市を本拠地としている中日が、中部日本新聞社と資本関係があった。

(2011-2012年)、論文作成のノウハウを『APA論文作成マニュアル』などを通して、一から指導して下さり、現在所属研究室の長でもある、デジタルハリウッド大学大学院の森祐治専任教授、そして、切磋琢磨し合い、2011年度の同大学院コンテンツ戦略ラボにてともに修了を目指した、キティカノックル・パニッサー、安池豊各氏、ラボ生の立場から刺激的なアドバイスをして下さった、奥裕一、文谷修、丹野純甫、王凱平、相川芳克、宮建英、篠原浩一、黄侑、杜凱各氏、統計作成の面で、基礎的な方法をご教授下さった田中祐樹氏、その他の面でアドバイスを下さった、三淵啓自、荻野健一、海老根智仁、亀田卓、香田夏雄、本多忠房、高橋光輝各教授、DCM修士の小林久美子氏、同大学院事務局のスタッフ各氏、海老根智仁研究室の皆さま、プロ野球ファンの立場で助言を下さった、姉崎一成、魚住青時、川田雅代、川田康弘、坪谷圭悟、土岐政義、松尾洋、南薫、三吉弘晃各氏、本研究内容を多くの観衆の前での発表（『デジコレ2011』）の際に、紹介動画作成にご尽力下さった、木村隆州、松下大吾（東京食堂）、杉浦誠一郎の各氏、その他ご協力頂いたすべての皆さまにも、改めて御礼申し上げます。

参考文献

朝日新聞社（1958-1966）、朝日新聞縮刷版、朝日新聞社

池井優（2002）、プロ野球経営母体の研究－「親会社」という日本的構図の転機を迎えて、ベースボールジャーナル 第3号、80-110頁、野球文化學會

伊良富（1997）、巨人軍の創設とプロ野球報道に関する一考察－読売新聞と東京朝日新聞との比較－、一橋論叢 第117巻 第2号 2月号 277-294頁 一橋大学

海原江美（2005）、アメリカ大リーグ 野球王国の中継ノウハウを探る！、ぎやらく 第434号、27-32頁、放送批評懇談会

狩野慶二郎（2005）、テレビ野球中継 交流戦で証明された地元人気巨人戦オンリーの時代は去った（特集 土壇場のプロ野球中継）、ぎやらく 第434号、33-35頁、放送批評懇談会

岸田功（1979）、テレビ放送人、172-178頁、東洋経済新報社

橋川武郎（2009）、プロ野球の危機と阪神タイガースーファンへの懸念（特集 ビジネスとしてのスポーツ）A crisis of Nippon Professional Baseball and Hanshin Tigers、一橋ビジネスレビュー 第56巻 第4号、62-73頁、東洋経済新報社

小寺昇二、長谷川博和、小島克典（2007）、「巨人・阪神」の市場価値を算出する。（SMR SPECIAL 2 人気チームの「企業分析」「現在価値」「将来予測」。徹底検証「巨人と阪神」。）、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号、20-23頁、データスタジアム

小林至（2006）、“地上波の呪縛”から逃れられなかった日本のプロ野球（SMR SPECIAL テレビが育んだスポーツ。テレビが殺したスポーツ。）、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第3号 26-28頁 データスタジアム

小林至（2007）、SMR 流知的武装講座 メディア戦略 メディアの戦略的利用なくして、プロスポーツの発展はない、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号 60-63頁、データスタジアム

小林至（2009）、産業としての日本のプロ野球とマネジメント（特集 ビジネスとしてのスポーツ）The state of baseball business、一橋ビジネスレビュー 第56巻第4号 44-61頁 東洋経済新報社

沢柳政義（1990）、野球場大事典、462-725頁、大空社

須藤春夫（2005）、スポーツとメディアの融合ースポーツコンテンツの問題性、スポーツ社会学研究 第13号 23-37頁 日本スポーツ社会学会

高橋豪仁（2005）、スポーツ観戦を介した同郷人的結合、スポーツ社会学研究 第13号 69-83頁 日本スポーツ社会学会

高橋大地、鈴木秀男（2005）、プロ野球チームに対するロイヤルティと満足度に関する研究、品質 第35巻 第1号 139-145頁 社団法人日本品質管理学会

橋本隆（2005）、ラジオ野球中継 セツインユースは低下するも、ナイターを越えるコンテンツなし、ぎやらく 第434号、36-38頁、放送批評懇談会

長谷川勝也（2000）、確率・統計のしくみがわかる本、技術評論社

広島大学大学院社会科学部科マネジメント専攻グループ4（2012）、Jリーグクラブのホームスタジアムのアクセスと集客、戦績にみられる相関関係に関する考察～サンフレッチェ広島スタジアムのアクセス不利へのリーグ内相対評価を通じて～を、2014年4月9日 20:05参照、広島大学

福井盛太（2007）、北海道日本ハム。その経営戦略の全貌。SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号 42-45頁 データスタジアム

福原崇之（2011）、Jリーグクラブの順位と選手年棒・収入のパネル分析、短期研究プロジェクト報告。Web ページ <http://www.agulin.aoyama.ac.jp/opac/repository/1000/12188/00012188.pdf> を、2014年4月8日 19:35参照、青山学院大学

監修：社団法人日本野球機構（2010）2010年セントラル・リーググリーンブック 28頁、36-37頁、176-177頁、178-180頁、アドサービス

監修：ベースボール・マガジン社（2004）、プロ野球70年史：1934→2004。記録編、ベースボール・マガジン社

監修：ベースボール・マガジン社（2004）、プロ野球70年史：1934→2004。歴史編、ベースボール・マガジン社

監修：ベースボール・マガジン社（2005）、球場物語（B.B mook;338、スポーツシリーズ；no223）、ベースボール・マガジン社

毎日新聞社（1958-1966）毎日新聞縮刷版、毎日新聞社

松原孝臣（2006）、テレビとスポーツがめざすべき理想の関係とは（SMR SPECIAL テレビが育んだスポーツ。テレビが殺したスポーツ。）、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第3号 18-21頁 データスタジアム

松原孝臣（2007）、「巨人・阪神」のブランド価値は、かくして創られた。（SMR SPECIAL 2 人気チームの「企業分析」「現在価値」「将来予測」。徹底検証「巨人と阪神」。）、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号 18-19頁、データスタジアム

松原孝臣（2007）、「巨人・阪神」優良企業への道、シュミレーション。（SMR SPECIAL 2 人気チームの「企業分析」「現在価値」「将来予測」。徹底検証「巨人と阪神」。）、SMR (SPORTS MANAGEMENT REVIEW) 第4号 24-26頁 データスタジアム

付録

調査票：球団別各年度別中継及び予定実績データは、メディアサイエンス研究所のWeb サイト (<http://msl.dhw.ac.jp>) にて全文掲載