横浜国立大学×首都大学東京
合同ゼミナールプロジェクト

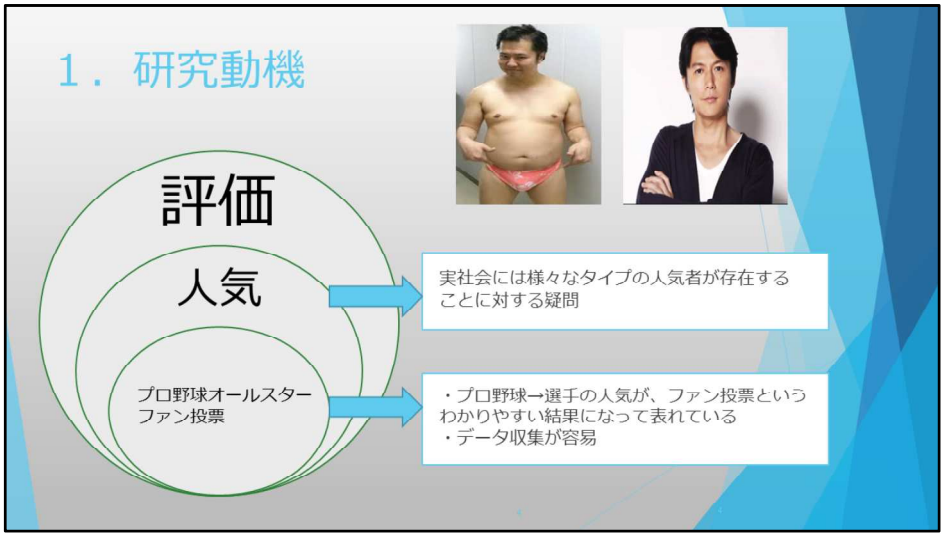
チームゆうちゃん

竹内雄一・田中悠太郎・土居優子

人気を構成する要素は何か

目次

- 1．研究動機
- 2．研究課題
- 3．仮説
- 4．検証
- 5．研究結果
- 6．考察

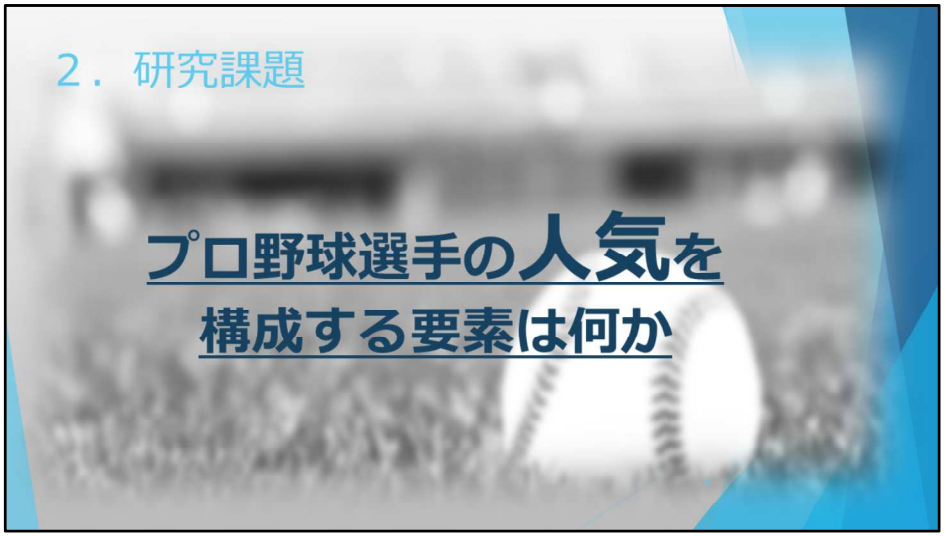


今回の横浜国立大学と首都大学東京の合同プロジェクトの大きなテーマとして「評価」というものが与えられた。そこで私たちは不特定多数からの評価である「人気」に着目した。そこに着目したのは、最近ブームの「とにかく明るい安村」や長くファンから愛され続けている「福山雅治」など、実社会には様々なタイプの人気者がいるということに疑問を抱いたからである。そして、私たちはその人気を研究するためにさらに具体的に、「プロ野球オールスターファン投票」に着目した。その理由としては、プロ野球には選手の人気がファン投票という分かりやすい結果になって表れていること、データ収集が容易であることが挙げられる。

研究内容に入る前にプロ野球オールスターゲームを簡単に説明をさせていただきます。まずプロ野球のチームというものはパリーグとセリーグそれぞれ6チームから構成されている。オールスターゲームというのはそのパリーグとセリーグそれぞれの選抜された選手による対抗試合のことである。そしてその選手の選抜というのは監督推薦やファン投票によって行われる。今回は人気を図るためにファン投票に着目をした。

オールスターといえば、新庄剛選手の、ヒットを打っていないのに点数を取りに行くプレーである「ホームスチール」や、藤川球児選手の、すべての投球を変化球を使わずにまっすぐで勝負することを宣言した全球ストレート宣言が有名である。このことから私たちは、オールスターゲームにおける人気には、実力はもちろんなのですがその他にも要因があると考えた。

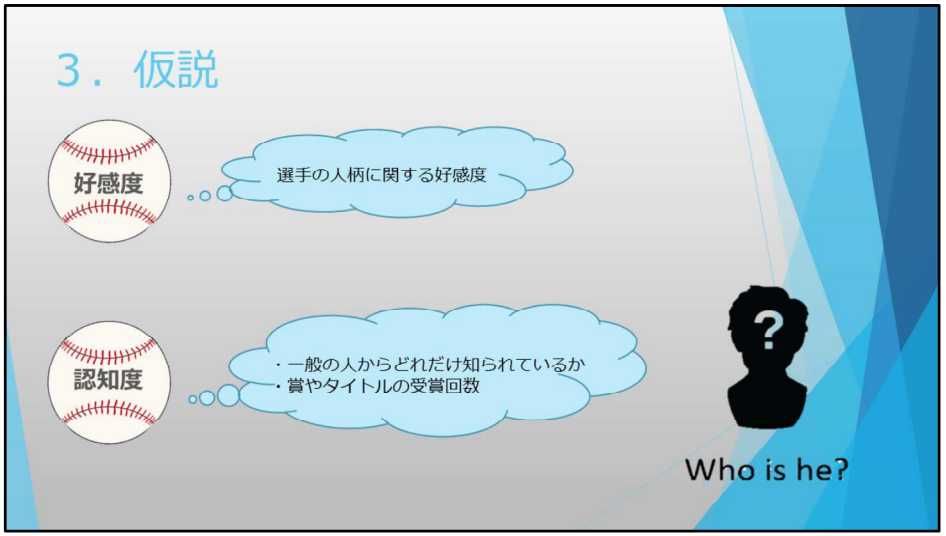
- １．研究動機
- ２．研究課題
- ３．仮説
- ４．検証
- ５．研究結果
- ６．考察



そこで私たちは、研究課題を、「プロ野球選手の人気を構成する要素はなにか」と設定しました。

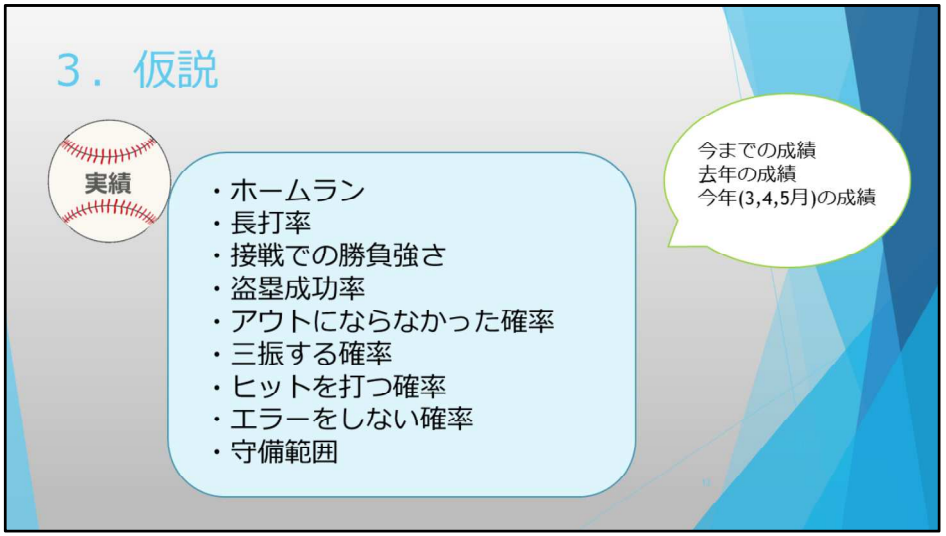
- １．研究動機
- ２．研究課題
- ３．仮説
- ４．検証
- ５．研究結果
- ６．考察

まず私たちは野球における人気にはいったいどのような要因が絡んでいるのかと考え、こちらの6つの要因から人気が構成されているのではないかという仮説を立てた。
人気というと、主にその人の実力にあたる実績という項目が大きく関わっているのではないかと思いがちだが、私たちは実績の他にも好感度や認知度、また意外と顔のかっこよさというような外見の要素も人気に関わってくるのではないかと考えた。



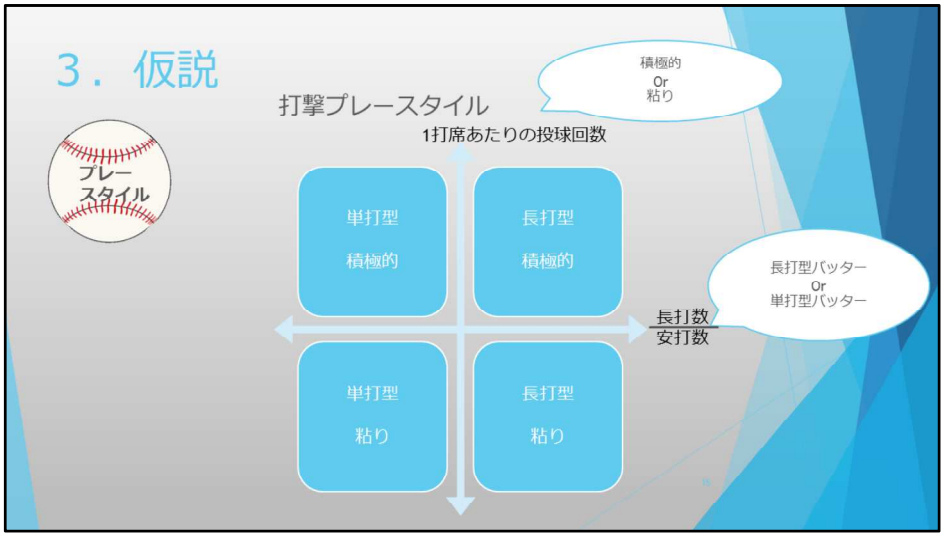
好感度とは選手の人柄や人間性にあたるもの。認知度とは一般の人からどれだけ知られているかということ。また今回は賞やタイトルの受賞回数というのを認知度の指標として用いた。これは賞を受賞することがメディアに取り上げられる機会につながる、つまり認知度にもつながっていくという考えの下で設定した。

次に外見とは選手の顔のかっこよさや、BMIを用いた選手の体型のことを指す。

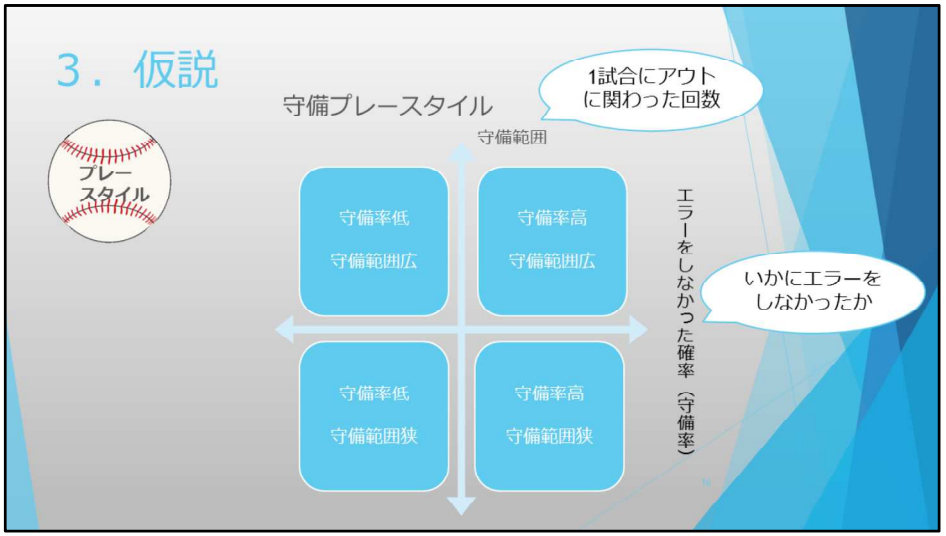


実績はこのような様々な成績が関わってくるのではないかと予想した。分かりやすいところでいうと、ホームランを打った回数、打席に立った時にヒットを打つ確率、つまり打率といった項目を実績の指標として用いた。実績に関して1番ポイントとなるのはこれらの成績を今までの生涯成績、去年の成績、オールスタファン投票が行われる前までの今年の成績という3つに分けて考えたという点である。つまりホームランを打った回数で説明すると、今までのホームランを打った累積回数、去年ホームランを打った回数、今年のホームランを打った回数というようにそれぞれの項目で3つのデータを用意した

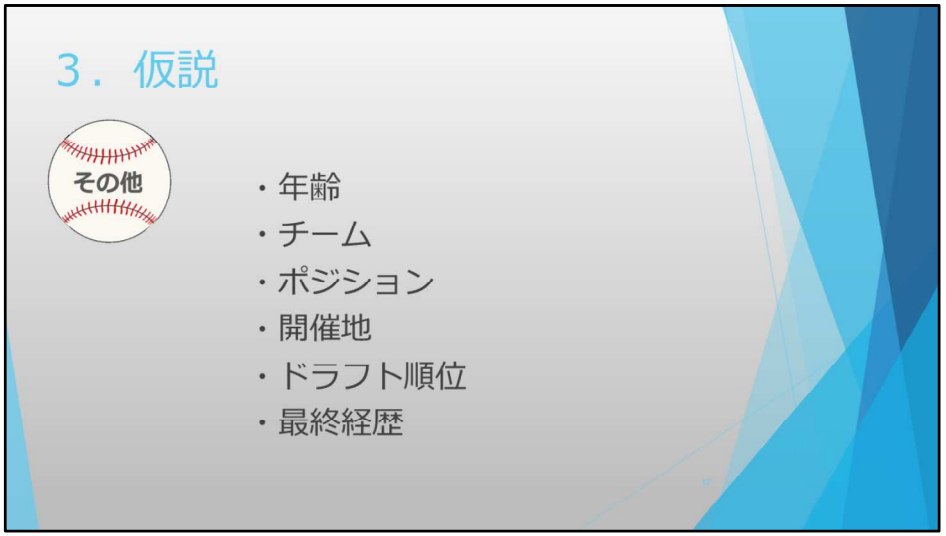
続いてプレースタイルの要因について説明する。プレースタイルにはバッターとしての打撃プレースタイルというもの。そして守る側、守備についた時の守備プレースタイルという2つのプレースタイルがあり、この2つが人気に関わってくるのではないかと考えた。このプレースタイルは成績の指標を用いて私たちが独自に考えた分類方法で選手を分類した。



バッターのプレースタイルを私たちはこのように4つに分類した。横軸にボールを打った時外野に向かって遠くに飛ばすか、それともコツコツと小さなヒットを打つのかという打球の値をとり、縦軸に積極的にどんどんバットを振るか、それとも球を見極めて打つかというバッターがボールを打つまでにピッチャーに投げさせた球数の値をとっている。
例えば左上の単打型積極的バッターというのは、積極的にバットを振っていき、なおかつシングルヒットなどの小さなヒットを打っていくというような選手が分類される。また、左下だと、自分の狙った球が来るまでボールを見極め粘り続け、そして最終的に外野にまで届くような大きなヒットを打つというような選手が分類される。

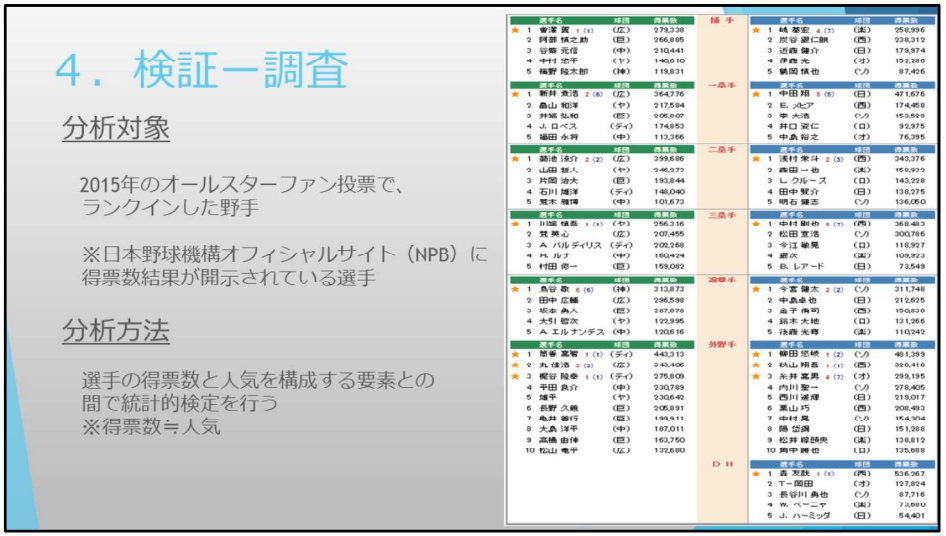


続いて守備のプレースタイルも4つに分類した。横軸にエラーをしなかった確率をとり、縦軸にどれだけアウトをとることに関われたかという守備範囲の広さの値をとった。
例えば左上に分類される選手というのは、エラーは多いかもしれないがその分守備の範囲広くアウトに関われているという特徴がある。



最後にその他の要因。その他オールスターでの人気にはこのような要因が関わってくるのではないかと予想した。開催地というものがなぜ重要になるのかっていうのがこの中だと少しわかりにくいかもしれないので補足すると、例えばスポーツなどのイベントが札幌や広島という地方で開催されるとなれば、開催地の影響が大きく関わってくるのではないかと考えた。

- 1．研究動機
- 2．研究課題
- 3．仮説
- 4．検証
- 5．研究結果
- 6．考察



まず分析対象となるのは右の票にも載っている2015年のオールスターファン投票でランクインした選手である。
分析方法はこの選手が獲得した得票数を人気の指標として考え、得票数と人気を構成する要素との間で統計的検証を行った。

4．検証ー調査
データセット
好感度
認知度
外見
実績
プレー
スタイル
その他

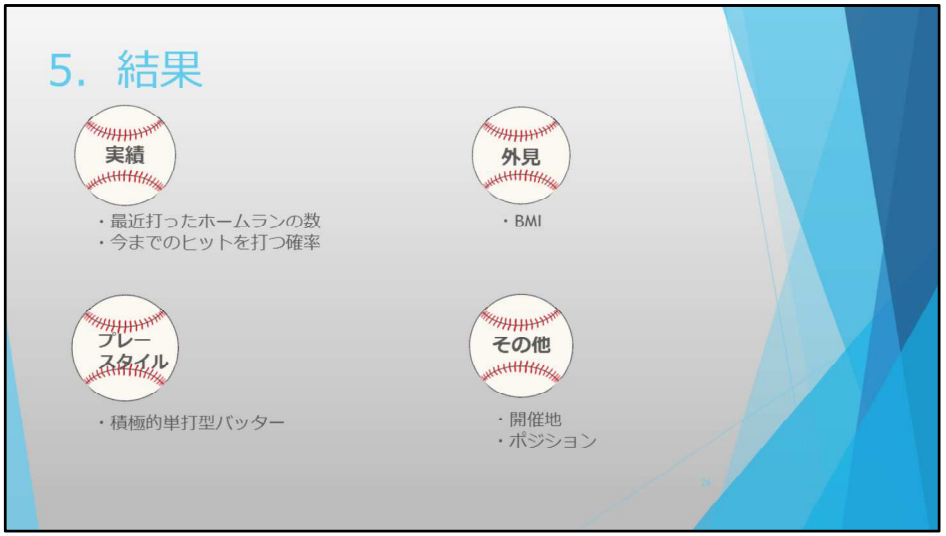
好感度、認知度、外見の項目はアンケート調査を行いデータ収集をしました。右下のようなアンケートをのべ410人の方に協力していただきました。

4．検証ー調査
データセット
好感度
認知度
外見
実績
プレー
スタイル
その他

続いて実績、プレースタイル、その他に関する項目は右の写真にも載っています、公式サイトなどを活用しデータセットを行った。

- 1．研究動機
- 2．研究課題
- 3．仮説
- 4．検証
- 5．研究結果
- 6．考察

先ほど説明したデータをもとに、相関の高い独立変数を排除したうえで回帰分析を行った結果…
外見、実績、プレースタイル、その他の項目の中から相関があるものが表れた。

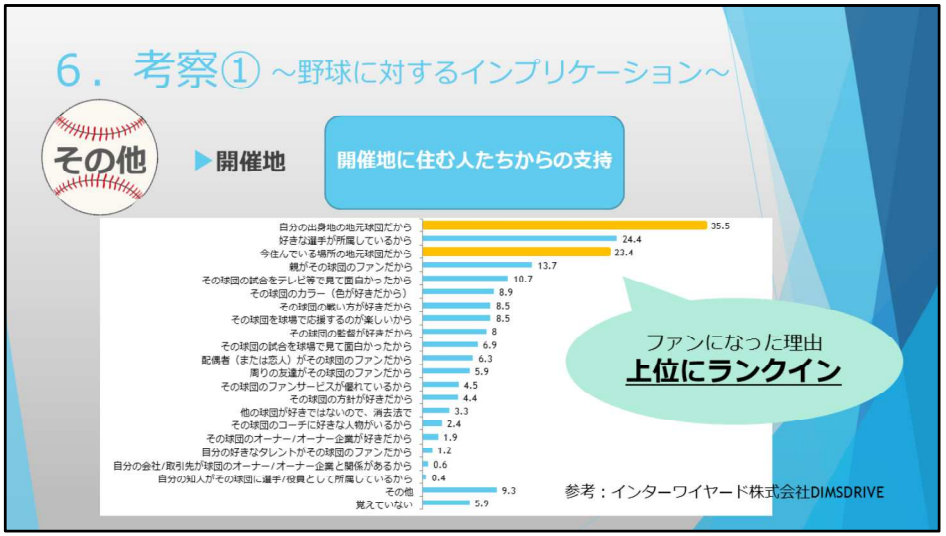


実績の項目からは、最近打ったホームランの数、今までの生涯成績でのヒットを打つ確率。外見ではBMI。プレースタイルでは積極的単打型バッター。その他の項目からは開催地、ポジションが人気を構成する要因であるという結果が出た。

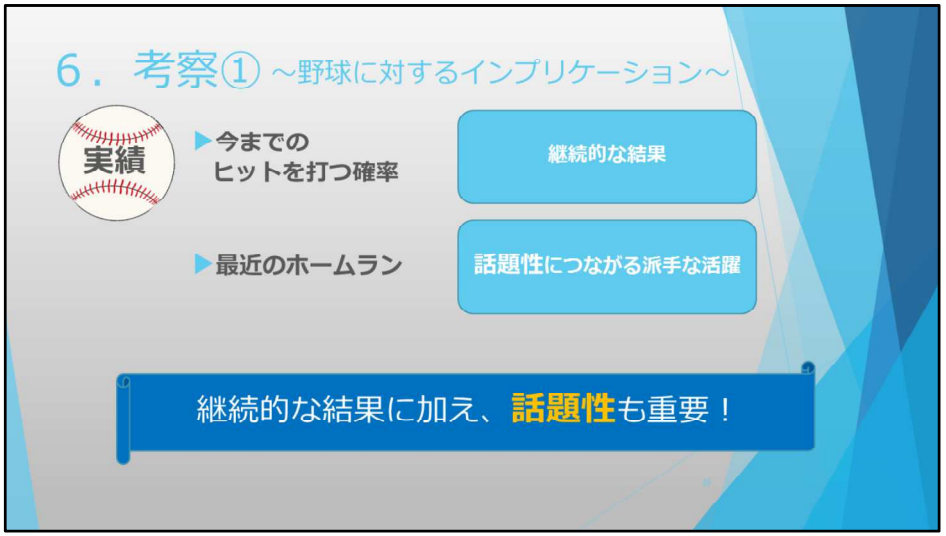
- 1．研究動機
- 2．研究課題
- 3．仮説
- 4．検証
- 5．結果
- 6．考察

外見→顔ではなくBMIに相関が出たということは、プレーをしている全体的な姿が重要だと考えられる。
野球選手を間近で見る機会はあまりない。

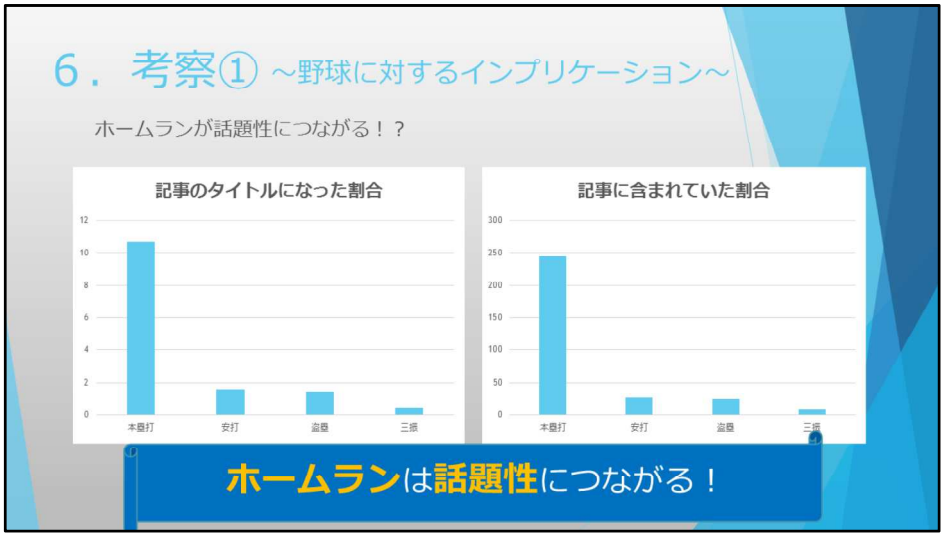
プレースタイル→積極的単打型バッターに相関が出たということは、フォアボールを選ばない、確実にヒットを狙う姿勢が大事だと考えられる。ホームランを打たないなら、早く打って確実に小さいヒットを重ねる選手に人気がでるよう。



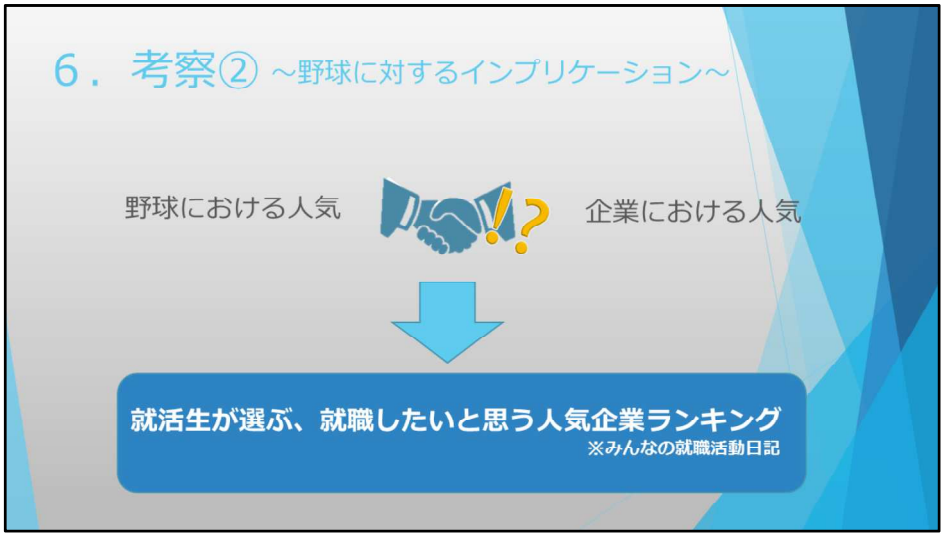
開催地→開催地に住む人たちからの支持があったと考えられる。実際に、あなたはなぜ今の球団のファンになったのか？というアンケートでも、「地元球団」という理由は上位にランクインしている。



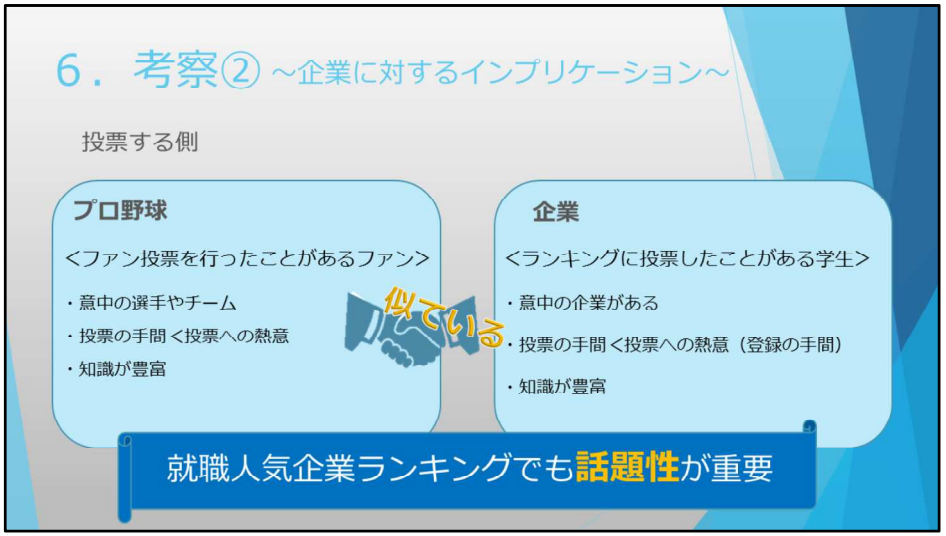
最後に忘れてはならないのが、なんといっても実績。今までのヒットを打つ確率に相関ということは継続的な結果、最近のホームランに相関が出たということは話題性につながる派手な活躍が重要と言える。つまり、継続的な結果に加え、話題性も重要ということ。



ホームランが話題性につながる根拠。ネットのスポーツ記事において、今年でたホームランがどれほどニュース記事になったかを調査。左がタイトルに含まれていた割合、右が記事に含まれていた割合。なんと打ったホームランの倍以上の記事が書かれていることがわかる。よって、ホームランは話題性につながると言える。

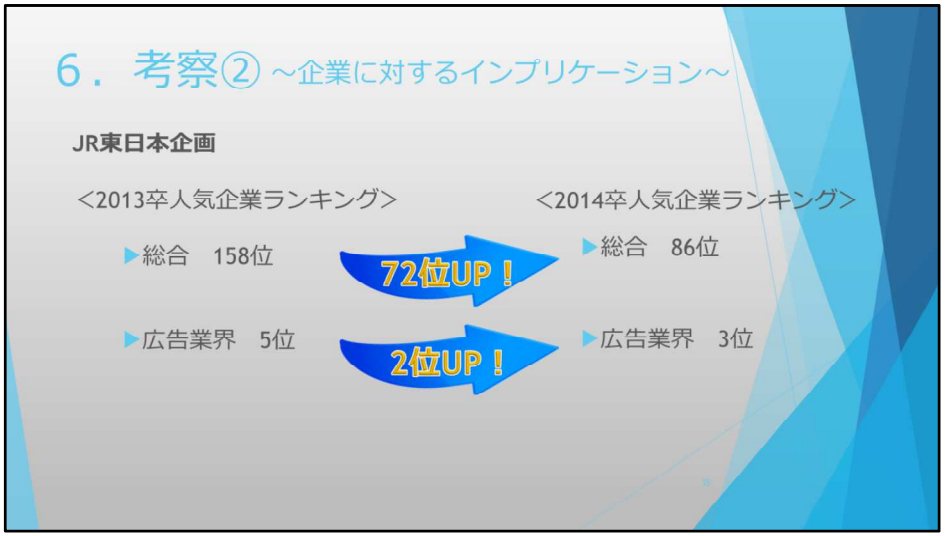


では、この実績の結果って企業にも言えるのでは？と我々は考えた。そこでここからは、野球を離れて、企業への考察をしていく。着目したのは楽天の自称、就活生の9割が使っているみんなの就職活動日記。

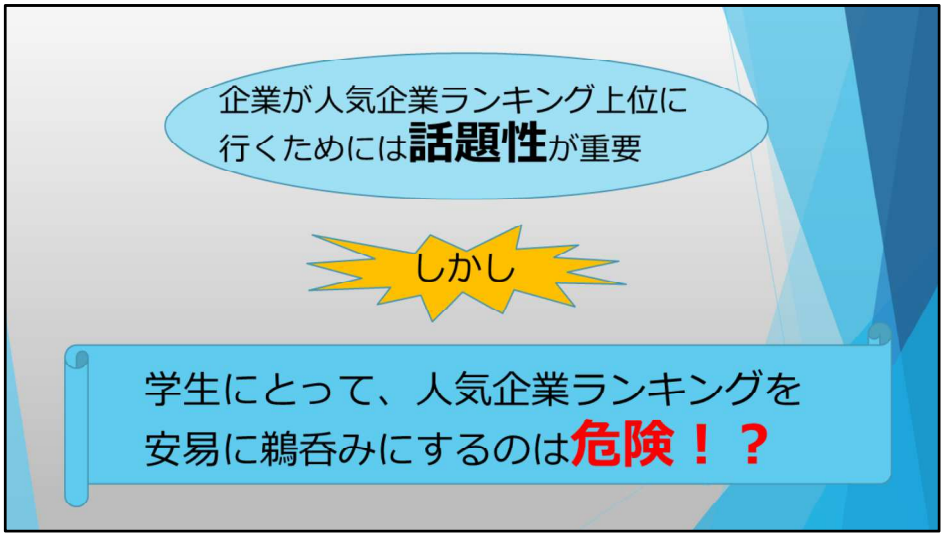


オールスターファン投票における投票する側、「ファン投票を行ったことがあるファン」と、人気企業ランキングにおいての投票する側、「ランキングに投票したことがある学生」の特徴にはこういった点で共通点がある。
よって、オールスターファン投票において重要だった「話題性」っていうのは、実は就職人気企業ランキングにおいても重要だと言えるのではないか。

実際に、話題性でランキングの順位を変動させた例として、JR東日本企画があげられる。
大学生の間でTwitterなどで話題になったのでご存知の方も多いのでは。
「ぜんぶ雪のせいだ」なんて真似された方も少なくないのではないか。



実際に楽天の人気企業ランキングでも、2013年度卒から2014年度卒でもなんと総合72位UP
業界の中でも2位もUPしている。



よって、企業が人気企業ランキング上位に行くためには話題性が重要だと言えるのではないか。
しかし、ということは逆に学生にとっては、人気企業ランキングを安易に鵜呑みにするのは危険かもしれない！！

では、これらの結果が野球だけではなく、企業さん向けに対しても何か有用性（活用方法）を見出せないか？と考えた私たちは、
野球における人気の構成要素が企業における人気の構成要素においても当てはまるのではないかという点に着目した。

ご清聴、
ありがとうございました
BAYSTARS