

[研究ノート]

首都圏におけるカープ女子実態調査

敬愛大学経済学部教授

粟屋 仁美

I 本稿の目的

価値観が多様化し、レクリエーションも豊富にある我が国において、プロ野球観戦者数が増加している。プロ野球の観客増加の一因として、女性ファンの取り込みがあげられる。その代表となるのが、カープ女子である。カープ女子とは、広島東洋カープ（以下 カープと表記）を応援する主に首都圏の女性ファンのことを示していたが、昨今では地域を問わず使用されている。

カープ女子の文言はマスメディア等で散見され、SNSなどを利用したカープ女子の動向も認識されているが、実際に首都圏の彼女たちを分析したデータは無い。そこで、敬愛大学経済学部経営学科2年 粟屋ゼミ生10名が首都圏の球場に応援に来るカープ女子の実態を把握することを目的に調査を行った。本稿ではその調査数値を報告する。

なお、カープ球団の史的考察や分析、また、カープ女子を中心とした球団経営の戦略については、拙稿「プロ野球のドメイン変化に関する予備的考察—広島東洋カープ『カープ女子』の事例より—」を参考にしてほしい¹⁾。

II 調査概要

- ・調査テーマ：「首都圏におけるカープ女子実態調査 ～なぜカープ女子なのか～」
- ・調査目的：カープを応援する女性ファンの存在が際立っている。特に首都圏のファンをカープ女子と称呼されるようになって2、3年が経過する。カープ女子の文言は散見されるが、実際に彼女たちを分析したデータは無い。そこで、首都圏の球場に応援に来るカープ女子の実態を把握することを目的に調査を行う。
- ・調査対象：カープ女子（カープ特有の赤い応援ユニフォームを着衣した女性）
- ・調査場所：QVCマリンフィールド（千葉県千葉市美浜区美浜1番地）²⁾
千葉ロッテマリーンズが専用球場（本拠地）として使用
- ・調査日：2016年5月31日（火曜日） 17時から18時15分
ロッテ対カープ戦（2016年交流戦初日）
- ・調査方法：QVCマリンフィールド外におけるインタビュー法
- ・調査者：敬愛大学経済学部経営学科2年 粟屋ゼミ生10名

Ⅲ 調査結果

調査者が、カープ女子にインタビュー調査を行った結果、96名より回答を得ることができた。以下がその結果である。

質問1では年齢、質問2では職業など、回答者の属性を確認した（表1・2／図1・2）。

表1 年代

	(人)	(%)
①10代未満	4	4%
②10代	11	11%
③20代	21	22%
④30代	29	30%
⑤40代	22	23%
⑥50代	7	7%
⑦60代	2	2%
⑧70代以上	0	0%
計	96	100%

図1 年代

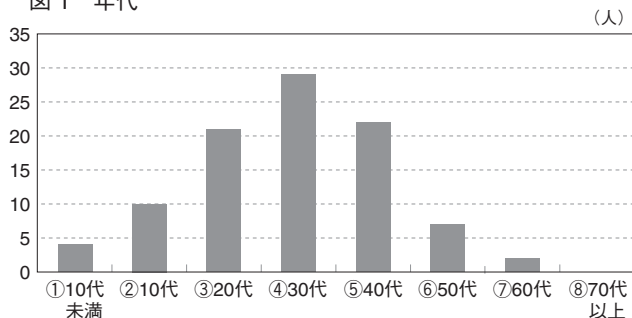
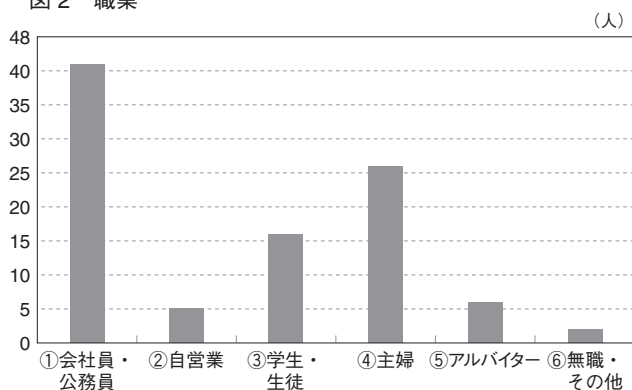


表2 職業

	(人)	(%)
①会社員・公務員	41	43%
②自営業	5	5%
③学生・生徒	16	17%
④主婦	26	27%
⑤アルバイト	6	6%
⑥無職・その他	2	2%
計	96	100%

図2 職業

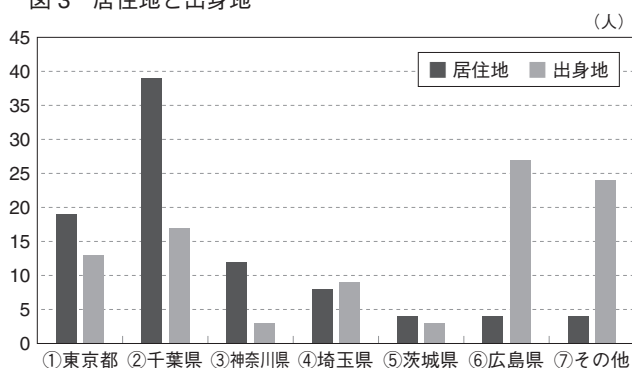


質問3は現在の居住地、質問4は出身地を確認したものである。この問いにより、カープ女子の実態が見えてくる（表3・図3）。

表3 居住地と出身地

	居住地		出身地	
	(人)	(%)	(人)	(%)
①東京都	19	20%	13	14%
②千葉県	39	41%	17	18%
③神奈川県	12	13%	3	3%
④埼玉県	8	8%	9	9%
⑤茨城県	4	4%	3	3%
⑥広島県	10	10%	27	28%
⑦その他	4	4%	24	25%
計	96	100%	96	100%

図3 居住地と出身地



調査場所が千葉県であることより、居住地は「②千葉県」が41%と最も多い。続いて、「①東京都」が20%、「③神奈川県」が13%である。カープの地元である「⑥広島県」が10%であり、広島県からも応援をしに来ていることがわかる。また、現在の居住地は他の地域であるが、出身は広島県の回答が28%であった。なお、出身地、居住地とも広島以外の人 は69人であり、全体の71%を占める。この71%が地域密着型のカープにとってはイレギュラーなファンであり、カープ女子と称呼される所以となっているのであろう。

質問5ではカープ女子となったきっかけについて確認した。

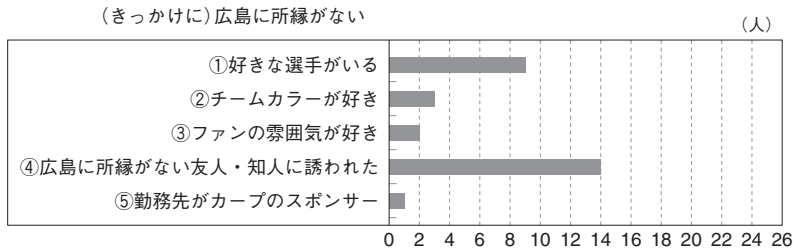
表4 カープを応援するようになったきっかけ(複数回答可)

(きっかけに)広島に所縁がある (人)	
①出身・住んでいる	24
②過去に(広島)住んだことがある	5
③身内が出身者	13
④(広島に)親族がいる	8
⑤広島出身・在住の友人・知人の影響	17
⑥その他	11

表5 カープを応援するようになったきっかけ(複数回答可)

(きっかけに)広島に所縁がない (人)	
①好きな選手がいる	9
②チームカラーが好き	3
③ファンの雰囲気が好き	2
④広島に所縁がない友人・知人に誘われた	14
⑤勤務先がカープのスポンサー	1

図4 カープを応援するようになったきっかけ(複数回答可)



続いて、以下に、出身地・居住地が広島県以外のみの回答を示す(表6・図5)。

出身地・居住地とも広島以外のカープ女子の「カープを応援するようになったきっかけ」は、「広島出身・在住の友人・知人の影響」が23%、「広島に所縁のない友人・知人に誘われた」が20%、「身内が広島出身者」14%、「好きな選手がいる」13%と続く。広島県出身者からの影響も大きいですが、広島とは無関係の人から影響を受けた人が2割いることにより、広島とは全く縁のないところでファンが増加していることがわかる。また、「チームカラーが好き」や「ファンの雰囲気が好き」はポイントが低く、カープのイメージカラーである赤いグッズや、活発な応援手法がファンになるきっかけになった人は少ない。

地域密着のカープではあるが、そのファンが「広島」とは異なる要因で増加していることが読み取れる。これは創発的に市場が拡大したことを意味しよう。

続いて、質問6ではカープファン歴を確認した(表7・図6)。

表6 出身地・居住地が広島以外でカーブを応援するようになったきっかけ(複数回答可)(人)

広島出身・在住の友人・知人の影響	16
広島に所縁がない友人・知人に誘われた	14
身内が出身者	10
その他	10
好きな選手がいる	9
(広島に)親族がいる	5
チームカラーが好き	3
ファンの雰囲気が好き	2
過去に(広島)に住んだことがある	1
勤務先がカーブのスポンサー	0

図5 出身地・居住地が広島以外でカーブを応援するようになったきっかけ(複数回答可)(人)

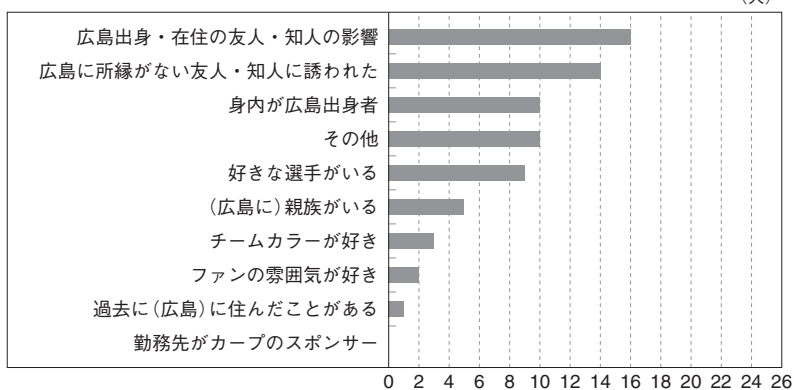
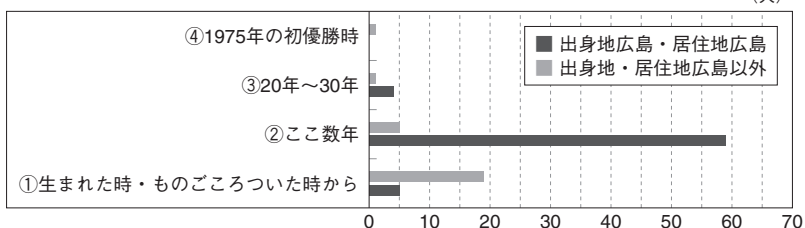


表7 いつからカーブファンか？

	①生まれた時・ものごころついた時から		②ここ数年		③20年～30年		④1975年の初優勝時		不明
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	
出身地・居住地広島以外	5	7%	59	86%	4	6%	0	0%	
出身地広島・居住地広島	19	70%	5	19%	1	4%	1	4%	
計	24	25%	64	67%	5	5%	1	1%	1

図6 いつからカーブファンか？



カーブファン歴は、広島県が出身地もしくは居住地の人は、「①生まれた時・ものごころがついた時から」が70%であった。出身地、居住地とも広島県以外の人は「①生まれた時・ものごころがついた時から」が7%であり、「②ここ数年」の回答が86%である。広島で生まれ育つと、周囲の影響から自然とカーブに興味をもつようになる。しかし、それ以

外のカープ女子のファン歴は短く、最近のファンであることがわかる。

質問7ではカープ関連のグッズの入手方法について問うた(表8)。カープのグッズ収入は2006年には約4億7,000万円と球団売上高の8%であったが、2015年には約35億円と急増し、売上高の24%を占めるまでになっている³⁾ ことにより、参考として問うてみた設問である。

表8 グッズやウエアの入手方法(複数回答可) (人)

	①Web	②マツダスタジアム	③マツダスタジアム以外の球場	④TAU ²⁾	⑤その他
出身地・居住地広島以外	44	14	14	6	3
出身地広島・居住地広島	14	15	5	1	1
計	58	29	19	7	4

広島県在住のカープ女子は、「②マツダスタジアム」で購入した人が最も多いが、出身地・居住地とも広島県以外は、「①Web」が最も多い。また、銀座にある「④TAU」で購入している人も、広島在住と比較して高い。

質問8ではカープのメインスタジアムであるマツダスタジアムの観戦経験を問うた(表9)。

表9 マツダスタジアムでの観戦経験 (人)

①ある	58	60%
②ない	36	38%
不明	2	2%
計	96	100%

カープ女子の6割がマツダスタジアムでの観戦経験があることがわかる。以下が広島県の出身者か居住者かの違いである(表10)。

表10 出身地・居住地別マツダスタジアムでの観戦経験 (人)

	①ある	②ない	不明
出身地・居住地広島以外	35	34	
出身地広島・居住地広島以外	13	2	
計	48	36	2

マツダスタジアムでの観戦は、居住地は広島県ではないが、出身が広島県の人は、概ねマツダスタジアムでの観戦経験がある。出身地・居住地が広島以外の人でも、半数に観戦経験がある。残り半数は、カープの地元であるマツダスタジアムでの観戦の経験はないが、首都圏の他球団の球場で観戦していることがわかる。

IV 結びに代えて

カープは2016年に25年ぶりのセントラル・リーグ優勝を果たしたが、それまでを振りかえると、2014年にはカープ女子が流行語大賞のトップテンに入り、2012年には首都圏でのカープファンの多さが数値で明確になってきている⁵⁾。そうした背景を踏まえての本稿

は、「首都圏におけるカープ女子実態調査結果」の生データを示すものである。

単純集計ではあるが、雑駁ながらまとめれば、首都圏のカープ女子は、広島県以外の出身者が多いこと、その多くのファン歴が短いことがわかった。地元で生まれた市民球団のカープは、ローカルでありながら全国区球団といえよう。

〔謝辞〕 本報告で取り上げた調査に際し、千葉ロッテマリーンズ様のご協力をいただきました。また、株式会社中国電力エネルギー総合研究所の森岡隆司氏、中国新聞社の増田泉子氏、藤村潤平氏にも情報の提供等でお世話になりました。感謝いたします。

(注)

- 1) 粟屋 (2016)。また粟屋は、ビジネスクリエーター研究会第17回大会 (2016年11月13日、於立教大学) で「我が国のプロ野球のコンテキストから視るファンの変化—広島東洋カープ、『カープ女子』の事例より—」の報告をしている。そちらも参考にされよ (http://www.business-creator.org/wp-content/uploads/2011/01/161113_No.4.pdf)。
- 2) ZOZO マリンスタジアムのこと。2011年3月1日よりQVC ジャパンが施設命名権を取得していたため、調査当日の呼称はQVC マリンフィールドであったが、2016年10月より「ZOZOTOWN」を運営するスタートトゥデイが命名権を取得した。よって同年12月1日よりZOZO マリンスタジアムと称呼されている。
- 3) 中国新聞 (2016年3月20日)。
- 4) TAUとは東京都中央区銀座1-6-10に所在する広島県のアンテナショップである (http://www.tau-hiroshima.jp/)。
- 5) 森岡 (2016)。

(参考文献)

- 粟屋仁美 (2016) 「プロ野球のドメイン変化に関する予備的考察—広島東洋カープ、『カープ女子』の事例より—」『敬愛大学研究論集』(90)、93-110頁。
- 森岡隆司 (2016) 「サンフレッチェ広島・広島東洋カープが広島県経済に及ぼす経済効果 ～2015年実績より～」『エネルギー地域経済レポート』No. 502、中国電力(株)エネルギー総合研究所、7-16頁。

(参考資料)

- 中国新聞2016年3月20日朝刊33。
- TAU ホームページ (http://www.tau-hiroshima.jp/)。