

日本におけるスポーツ報道の変容
—高等学校年代のサッカー全国大会に着目して—
堀田祐史

キーワード：全国高等学校サッカー選手権大会、大阪毎日新聞、毎日新聞

1. 研究の動機、目的、意義

現在、高校年代の全国大会において全国高等学校サッカー選手権大会はテレビ放映数や観客動員数からみても、他競技と比較して非常に人気が高いことが窺える。また、大学サッカーやJリーグ下部組織など、他のアマチュアサッカー大会と比較してもその人気は高い。そこで筆者はどのように高校サッカーが発展してきたのかに興味を持った。本研究では、高校年代のサッカー全国大会を戦前から主催してきた大阪毎日新聞（後の毎日新聞）の報道の変遷を明らかにすることを目的とする。新聞報道と大会の関係性を解明することで、日本のスポーツ報道の役割について再考する一助となることが本研究の意義である。

2. 先行研究の検討

メディア・スポーツに関して佐伯は、「実際に起きた事柄を報道する」ものではなく、専門化によって編成されメディア市場に流通し、大量に消費される社会構造を持つとしている。さらに、新聞に関する研究として、松本は、テレビ、インターネットにより、即時に情報を入手することが可能な今日、新聞が『メディア・スポーツ』にかかわる場合、ゲームの結果という『情報』よりも、選手の『物語』がより中心的なコンテンツであると述べている。

上記のように、メディア・スポーツに関する研究は存在するが、高校生年代のサッカー大会と新聞の長期的な関係性についての研究はみられなかった。

3. 研究の課題と方法

本研究では、現全国高等学校サッカー全国大会報道に影響を与えた出来事から、以下の3つの時期区分に分けて、報道を分析する。

- 1) 戦争による開催中断まで（1928～1940年）
- 2) 戦後、毎日新聞共催期間（1952～1965年）
- 3) 毎日新聞共催終了から関西での大会開催終了まで（1966～1976年）

また本研究の目的達成の為、以下の3点を明らかにすることを課題とする。

- 1) 報道構成の変容
- 2) 報道内容の変容
- 3) 3つの時期区分を通してみられる報道の変容

まず各時期に焦点を当て、どのような報道構成と内容があるのかを明らかにする。さらに、3つの時期の特徴の変容をみることで、本研究の目的を達成する。

4. 研究史料

本研究では、以下の新聞を主要史料として利用する。

- ・大阪毎日新聞（1940年迄）
- ・毎日新聞（1952年から1976年迄）

大阪毎日新聞が社名を変更して毎日新聞となったが、以降も継続して1965年まで主催あるいは共催を続けている為、同質の史料として上記2紙を用いる。また、共催終了以降も毎日新聞を史料として用いることで、共催時と終了時の差異が確認出来る為、共催終了の1966年以降も毎日新聞を用いる。

5. 本論

5.1 戦前の期間

掲示板的作用と戦争との関連付けであるが特徴として挙げられる。新聞報道を用いて、特定の個人、団体への連絡を行っている。さらに、報道内容も事実を忠実に再現している場合が多く、当時の新聞報道の役割は事実を正確な伝達であったと考えられる。戦争に関して、スポーツ大会は戦争に挑む若者の鍛錬

の場であるという文章が見られる。しかし、大会中は戦争を想起させる文言が少ない事と、戦時下であっても体力面よりも技術面が重視されていたことから、戦争への準備が第一義ではないことも同時に確認できる。

5.2 戦後から共催終了までの期間

報道の均一性の崩壊、物語の形成の開始、観客動員に繋がる報道の減少が特徴として挙げられる。戦前の報道では、各チーム同程度の文字数で試合前のチーム紹介や試合内容の報道が行われていた。しかし、戦後は情報の選択がなされ注目度の高い情報のみが紙面に掲載された。さらに、選択された情報はチームの背景やコメントによって補足され、魅力的な物語が形成された。大会前中の報道のなかで、次戦の日時や値段などの直接現地に赴く際に必要な情報の掲載は減少した。これは、毎日新聞が全国紙となり東京を中心として編集されていたことから関西で開催される大会の観戦者のみに対する情報の重要性が低下した為であると考えられる。

5.3 共催終了から関西開催終了までの期間

共催終了後は掲載情報の取捨選択がより進められる。予選や大会日程などの情報が排され、注目チームや特徴的な選手により焦点が当てられる。これは、報道の独自性を生み出し、1960年代に登場した新たなメディアであるテレビに対抗する為の手段であったと考えられる。また、共催を終了している為、大会に対して平等性を持つ必要性がなくなったことも要因として考えられる。

また、大会人気と報道内容は相互に関係していることが分かる。共催終了までは大会人気を高める為に記事数増加と内容充実、あるいは高校ラグビーなど他競技との抱き合わせ記事によって注目度を高めていた。一方、共催終了後はテレビ放送開始が一因である大会人気向上に伴って、記事の拡充が見られる。これは注目度の高いコンテンツ（高校サッカー）を用いて魅力的な記事を作成することで、

読者に購買を促すものであると考えられる。さらに、再び高校ラグビーとの同一の見出しを用いる記事が増加しており、これは高校サッカーの人気上昇に便乗してラグビーの人気を高める為の策であったと考える。

6. 結論

新聞社の高校年代のサッカー全国大会に対する報道の在り方は情報伝達からストーリー形成へと変化している。試合結果や内容など大会の中心情報を報道することの重要性は他のメディアの誕生と共に薄れ、周辺情報がより重視されるようになっていた。これにより、報道の脚色が可能になった。1960年代後半には特定の選手の背景を報道することによって、選手個人への関心を集める手法で、大会への注目度を高めている。一方で、周辺情報が重視されるようになった理由の一端は新聞報道の限界にあると考える。試合内容の報道は映像メディアであるテレビに勝つことは考え難い。そこで取材によって得た情報を追記することが新聞報道に独自性をもたらし、テレビメディアに対抗する手段であったと考える。

また、大会後援時は大会を盛り上げる為に報道を活用していた毎日新聞の立場が、後援終了後はテレビに拠る大会の人気に便乗して自社主催の他競技大会を盛り上げる立場へと変化している。毎日新聞の、高校年代のサッカー全国大会への関わり方が時代背景と共に変容していったのだ。

7. 今後の課題

本研究では主催である大阪毎日新聞、毎日新聞の報道の在り方が解明された。しかし、他競技や他サッカー大会比べて高等学校年代のサッカー全国大会が特に発展したのかその原因を解明するには至らなかった。高校サッカーが用いていた他のマーケティング手法の研究、あるいは他競技の報道との比較を行うことが必要であると考え、今後の課題とした。