

アメリカンフットボールの歴史的考察

The historic consideration of American Football

1K05B171

西岡 健介

指導教員 主査 リートンプソン先生

副査 宮内考知先生

1. 研究動機

著者が本論文を書く動機となったのは、13年間アメリカに住んでおり、その中でアメリカンフットボールというスポーツを8年間プレイしていて、アメリカンフットボールの魅力に取り付かれたからだ。365日、アメフトと関わるぐらいアメフト三昧だった。しかし日本に帰国したときにアメフトの人気の無さ、そしてテレビ中継の少なさに驚かされ、日米におけるその歴史や特徴を分析し、卒業研究にしようと考えた。

2. 研究方法

本研究を進めるにあたって、NFL やスーパーボウルに関する参考文献や先行研究を収集した。それらのデータを自分が本場で感じた経験などを付け加えて考察をした。

3. 各章の要約

1章ではアメリカンフットボールに関する歴史を調べた。日本におけるアメフトの歴史、NFL スーパーボウル、ライスボウル、そしてアメフトの歴史をまとめた。歴史を調べることにより、アメフトの誕生秘話やアメリカ最大イベント「スーパーボウル」に関するさまざまなデータがわかった。さらに「スーパーボウル」の歴代視聴率、視聴者数、成り立ちなども分析した。またアメフト人口も毎年増加していることが判明した。

2章では選手と観客が感じたアメフトの魅力について調べた。「スーパーボウル」のハーフタイムショーで歌う有名アーティストや試合前に盛り上がる Tailgate Party などファン目線、そして世界

最大の格闘球技、アメフトのポジションによる性格特性などの選手目線からの魅力を考察した。またNFL におけるチーム間の平等性にも驚かされた。メジャーリーグのニューヨーク・ヤンキースが最下位のチームとの年俸総額を比較すると6.7倍にも達しているのに対してNFL トップのセインツが最下位のブラウンズの1.76倍であった。このようにNFL はチーム間の平等性を重要視している。

3章ではアメフトのメディア戦略についてまとめた。NFL とメディアといったらやはり毎年注目される「スーパーボウル」のCMである。世界一高いといわれている「スーパーボウル」の過去五年間の30秒CM料金や放送枠を最も購入している企業などについて調べた。またNFL が取り組んでいる世界戦略についても言及した。

4章では日本はアメフト発展のためにどのような取り組みをしているかについて調べ、まとめた。現在日本ではアメフトを地上波テレビで見るとはほとんどなく、ルールを認識している人も少なかった。しかしアメフト人口は毎年増えており、高校生の球技者も6年前の約1.8倍の4068人にも達した。

それらが増えた要因の一つに漫画「アイシールド21」の影響があった。絶頂期には15%も競技者が増加した。ほかにもアメフト発展への取り組みとされる例が日本で開催される国際大会、人材育成や小学生むけのフラッグフットボールなどが挙げられる。

4. まとめ

ここで私が結論として述べたいことは、NFL の

歴代視聴率、視聴者数、総売り上げは他の3大スポーツよりも圧倒的に高かったことである。また総売り上げに関して過去10年NFLは常にトップを走っている。またNFLはアメリカで2008年現在2位のメジャーリーグと約130億ドルの売り上げの差がある。

また1998年と2008年の売上高は、二位のMLBと比較しても1.5倍の成長率を誇っている。そしてさらに、この傾向はここ数年でもさらに差が開いていることがわかる。このようにNFLはこの先もトップであり続けると思った。

また日本における発展についてはアメフト人口がここ6年で増えおり、漫画「アイシールド21」の影響が出なかった。より発展させるには小学校の授業などにフラッグフットボールを導入させ、より多くの子供に魅力を分かってもらうことである。フラッグフットボールを地域に普及させることにより、多くの子供たちにプレイする機会を与えられる。

しかしながら現在に日本ではアメフトが地上波テレビで流れることがなく、より多くの人にルールや魅力を認識してもらうには問題があり、改善すべきであると考えている。