

# 国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

—2022FIFA ワールドカップと 2023 ワールドベースボールクラシックとの比較から—

山下 玲子

## 1. はじめに

2022年冬から2023年春にかけて、2022FIFA・W杯（以下2022W杯）、2023ワールドベースボールクラシック（以下2023WBC）が開催され、両大会とも日本代表チームの活躍が連日伝えられた。W杯では、日本代表はアジア代表として出場し、グループE（日本、スペイン、ドイツ、コスタリカ）で勝ち点6を挙げ、トーナメント戦に進出した。過去のFIFA・W杯で優勝経験のあるスペインとドイツと同組、かつ、両国から勝利を挙げての決勝トーナメント進出は、歴史的快挙として、日本のみならず世界中にも大きな衝撃をもたらした（BBC Sport, 2022）。さらに、2024年開催のパリオリンピックでは、日本は海外開催大会におけるメダル獲得数が最多となり、東京オリンピックで新規採用されたスケートボードで堀米雄斗選手がストリートで2連覇、パリオリンピックで新規採用のブレイキンで湯浅亜実（AMI）選手が金メダル、フランス発祥のフェンシングで金メダル2個を含む5個のメダルを獲得するなど、これまで以上に活躍の幅が広がっている。

これら、顕著な国際スポーツ大会は、多くのメディアで大きく取り上げられ、大会開催中は、日本代表戦や日本人が出場する多くの試合・競技がテレビやインターネットで中継され、テレビのニュースやワイドショーはその話題でもちきりとなる。また、人々の注目度も高く、たとえば、2022W杯の予選グループの日本戦3試合の番組平均世帯視聴率は、放送時間帯が日曜日のゴールデンタイムと重なった2022年11月27日のコスタリカ戦で42.9%、深夜27時40分からの放送であった同年12月1日（2日未明）のスペイン戦もこの時間帯としては異例ともいえる16.9%、決勝トーナメントのクロアチア戦も34.6%と、のきなみ高視聴率を記録した（ビデオリサーチ、2022年FIFAワールドカップ™カタール大会）。またWBC2023は、日本戦7試合が全試合、テレビ朝日とTBSテレビで中継され、平日の昼間の放送であったにもかかわらず、全試合平均世帯視聴率が40%を超えるキラーコンテンツとなった。さらに、この大会はAmazonプライム・ビデオが日本戦以外の中継も行うなどネットによる配信も加わり、放送と配信による露出がWBCとしては過去最高となった（鈴

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

木, 2023)。2024年のパリオリンピックも、時差により日本では生中継が視聴しにくい時間帯での競技が大多数であったにもかかわらず、2024年8月5日の男子バレーボール準々決勝イタリア戦の23.1%を筆頭に、卓球、柔道、バスケットボール、スケートボード、スポーツライミング等、多くの競技の中継が10%を超す視聴率を記録していた（ビデオリサーチ、パリ2024オリンピック関連番組視聴率・視聴人数）。このように、国際スポーツ大会での日本人の活躍は、主にマスメディアを通じて一般の日本人に連日伝えられ、それらの情報への接触により、日本人であることに誇りを呼び起こす機会となっていると考えられる。

また、2024年10月には、日本の個人団体として1974年の佐藤栄作元総理大臣以来、50年ぶりに日本被団協がノーベル平和賞を受賞した。このことについても、各メディアが連日のように、これまでの活動も含めて大々的にその功績を報道したが、予想外と言われた受賞であり、受賞が発表される前日まではほとんど話題とはなっていなかった。受賞候補者として大きく取り上げられていたのは、物理賞や医学・生理学賞、化学賞といった自然科学に関する研究者ばかりであり、しかも、いずれも「3年ぶりの日本人受賞者は出るか」というスタンスで、紹介されるのは日本人の研究者ばかりであった。事実、2023年までのノーベル賞の日本人受賞者28人（出身者含む）のうち、自然科学に関する賞の受賞者が24人と大多数を占めており、世界的に見ても、アメリカ合衆国、イギリス、ドイツ、フランス、スウェーデンに次いで受賞者数も多いことから、ノーベル賞の発表は「日本は科学立国」という誇りを思い起こさせる年中行事ともいえるものとなっているといえる。

それでは、実際、日本人は日本のどのような点に誇りを抱いているのであろうか。2013年に行われた国際比較調査グループISSPによる調査「国への帰属意識」をNHK放送文化研究所が分析した結果によると、2013年の時点で日本人が日本に関して誇りに思うことは、「科学技術の分野で日本人が成し遂げたこと」が89%で1位、次いで「スポーツの分野で日本人が成し遂げたこと」が僅差の87%で2位、3位が「文学芸術の分野で日本人が成し遂げたこと」が85%であった。それに比して、政治や経済に関する成果に対する誇りはやや低く、日本の経済的成果は58%、世界に対する日本の政治的影響力は35%であった（村田, 2014）。また、同調査において日本人は「一般的に言って他の多くの国々よりこの国は良い国だ」に対して86%が「そう思う」と答えており、調査対象となった31の国・地域の中で最も高く、「他の国のどんな国の国民であるより、この国の国民でいたい」でも88%の人が「そう思う」と答えており（フィリピン、南アフリカに次いで3番目）、日本人は日本という国に対して全般的に誇りと愛着を強く感じていることも示されている（村田, 2017）。

しかしながら、その日本に対する愛着と誇りも、時を経て、一定であったわけではない。NHK放送文化研究所が1973年から5年ごとに行っている「日本人の意識」調査では、2018年調査において「日本に生まれてよかった」に97%の回答者が「そう思う」と答えており、また1973年から一貫して90%以上の人が「そう思う」と答えるなど、日本に対して

一貫して高い愛着が示されている（荒牧・村田・吉澤，2019）。他方，日本や日本人に対する誇りは、「日本は一流国だ」「日本は他の国民に比べて，きわめてすぐれた素質をもっている」は前者は1983年の57%，後者は1988年の71%をピークに2003年まで低下傾向にあり，その後2013年にかけてV字回復をしている。2018年は再びやや減少傾向となったものの，前者が52%，後者が65%とピーク時に近い水準まで誇りの高さを取り戻している（NHK放送文化研究所，2020；NHKホームページ）。

日本の誇りについてのこのような経年の変化は，おそらく，1993年の55年体制の崩壊による政治に対する不信感の高まり，1998年の金融破綻と企業・銀行の大量倒産などを経験して，日本に対する自信を失いかけていた中（荒牧，2019），21世紀に入って，日本人がスポーツ分野や科学技術の分野で世界的な活躍を示したことや<sup>1)</sup>，2013年頃から見られ始めている「ニッポン礼賛」番組ブームの影響もあると考えられる（安部，2015）。何よりも，21世紀に入ってから，スポーツ分野での日本人の海外進出や国際大会での活躍には目覚ましいものがあり，特に近年では，挑戦者として互角に戦えるというだけでなく，「本場」や「敵地」において，日常的に活躍するスポーツ選手も増えてきている<sup>2)</sup>。

このような状況において，日本で日本代表が出場する国際スポーツ大会の情報に接触することは，少なからず海外で活躍する日本人に対する誇りを高めることが予想される。その一方で，このような国際スポーツ大会に関する情報に接触するか否か，また接触する情報が異なることにより，誇りを抱く度合いは異なるのか。さらに，このようなスポーツ分野における活躍を目にすることは，他の分野で活躍する人々に対する誇りにも波及して影響するものなのか。そして，このような国際スポーツ大会の情報の影響は，大会開催中や開催直前直後といった時期ではない，いわゆる「平時」において，どのような影響をもたらすのか。

このような問題意識のもと，本研究では，国際スポーツ大会として，日本国内でも人気が高かったW杯2022とWBC2023を対象とし，3つの調査を用いて検討を行った。

## 2. 調査概要および分析項目

本研究では，筆者が所属するメディアと日本人研究会および東京経済大学プロジェクト研究所が実施した3回の調査のデータを用いて分析を行った。それぞれの調査の概要および質問項目は，以下のとおりである。

### 2.1 調査対象者と手続き

#### (1) 2021年12月調査

調査対象者は，日本在住の20～70代の日本人520名（男性263名，女性257名）で，2021年9月11日にクラウドソーシングサービスLancersにて調査協力に同意した人に

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

Web上で回答してもらった。この調査を実施するにあたり、東京経済大学コミュニケーション学部・大学院コミュニケーション学研究科調査・実験等研究倫理小委員会より倫理審査を受けた（承認番号 2022-03）。

## (2) 2022年2月調査

調査対象者はセルフ型アンケートツールサイト Freeasy のモニターで日本在住の15歳以上の日本人 2208名（男性 1104名，女性 1104名）で，男女それぞれ15歳から70歳以上を5歳刻み12セルに92名ずつ割付した。2023年2月8日に，Freeasyを通じてWebアンケートをモニターに配布し，同意を得たモニターから回答を回収した。この調査を実施するにあたり，東京女子大学人を対象とする研究に関する倫理審査委員会より倫理審査不要の判断を受けた。

## (3) 2023年6月調査

調査対象者はセルフ型アンケートツールサイト Freeasy のモニターで日本在住の18歳以上の日本人 1040名（男性 520名，女性 520名）で，男女それぞれ18歳から70歳以上を5歳刻み10セルに52名ずつ割付した。2023年6月30日に，Freeasyを通じてWebアンケートをモニターに配布し，同意を得たモニターから回答を回収した。この調査を実施するにあたり，東京女子大学人を対象とする研究に関する倫理審査委員会より倫理審査不要の判断を受けた。

## 2.2 調査項目

紙幅の関係上で，本稿の分析で使用した項目について説明する。

### (1) 情報収集に利用する情報源

2022年12月調査および2023年2月調査では，世の中の出来事およびW杯についての情報源を各19項目（いずれも使用しないを含む），2023年6月調査では，世の中の出来事およびWBCに関する情報源を各22項目（いずれも使用しないを含む）から，用いるものすべてを選ぶ複数回答の形で回答してもらった。

### (2) 世界で活躍する日本人に対する誇らしさ

日本人のプロスポーツ選手，アマチュアスポーツ選手，芸術家，芸能人，ビジネスパーソン，学者，政治家，人道支援家が海外で活躍することをどのくらい誇りに思うかを「全く誇りに思わない」～「とても誇りに思う」の5件法で回答してもらった。

また，2022年12月調査のみ，世界で活躍する上記のような日本人（政治家，人道支援家

を除く6カテゴリー)が海外を拠点にすることについて、どのくらい望ましいと思うか「全く望ましくない」～「とても望ましい」の5件法で回答してもらった。

(3) 日本人意識

日本人意識を測定するものとして、Karasawa (2002) のナショナリズム・愛国心を参考としたナショナリズム・愛国心尺度(村田, 2007)を、「全くそう思わない」～「非常にそう思う」の7件法で回答してもらった。

(4) グローバル意識

グローバル意識を測定するものとして、岩田(1998)のコスモポリタニズム尺度の第2因子(異文化体験志向)4項目および第3因子(運命共同体意識)4項目に、「外来文化を積極的に取り入れることは日本にとってプラスになる」など外国へ門戸を開放することへの賛否を問う質問2項目、「自分の同僚やクラスメートに外国人が増えることに不安を感じない」など身近に外国人がいることの賛否を問う2項目を加えた計13項目を「全くそう思わない」～「非常にそう思う」の5件法で回答してもらった。

(5) 社会的支配志向性(2021年12月調査のみ)

三船・横田(2018)のSDO尺度(Pratto et al., 1994, p. 763; Pratto et al., 2006, p. 320)の日本語訳16項目を「全く同意しない/反対する」～「完全に同意する/する」の7件法で回答してもらった。

(6) 2022W杯の視聴手段(2022年12月調査のみ)

2022W杯の試合の観戦や試合予定、結果の確認に用いた手段を、テレビ中継、インターネット動画配信、スポーツニュースなどのダイジェスト、特設サイト・アプリ、パブリックビューイング・特設会場、その他の中から、当てはまるものをすべて選んでもらう複数選択の形で回答してもらった。

(7) WBCの試合中継視聴の有無(2023年6月調査のみ)

WBCの試合中継を視聴したか否かを、はい/いいえの2択で回答してもらった。

(8) 戦績に対する満足度(2022年12月調査のみ)

2022W杯の戦績(ベスト16)に対する満足度を、「まったく満足していない」～「非常に満足している」の5段階に「興味がない」を加えた6段階で回答してもらった。

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

### (9) デモグラフィック項目

分析に性別（男性、女性のみ）と年齢を使用した。2022年12月調査は、19歳以下、20歳から5歳刻み、70歳以上は一括の12段階（19歳以下は回答不可のため、実質的には11段階）、2023年2月調査は、15歳から5歳刻み、70歳以上は一括の12段階、2023年6月調査は18～19歳、20歳から5歳刻みで69歳まで10段階であった。なお、2023年2月、6月調査は、性別・年齢についてはFreeasyよりモニター登録情報として取得した。

## 3. 結果と考察

### 3.1 2022年12月調査

#### (1) 世の中の出来事とW杯に関する情報源についてのメディア利用タイプ

2022年12月調査のデータを用いて、世の中の出来事に関する情報源およびW杯についての情報源計38項目（いずれも使用しないを含む、それぞれ19項目）の回答についてクラスタ分析（ウォード法・ローデータによるユークリッド距離）を行い、回答者のメディア利用タイプを5つのクラスタに分類した。第1クラスタは、世の中の出来事およびW杯の両方について、新聞社・通信社の公式サイトやポータルサイト、ニュースアプリ、テレビニュース、その他のテレビ番組を平均よりよく利用し、紙の新聞やオンラインの雑誌も利用する人達であることから「マスコミ情報志向」型とした。第2クラスタは、世の中の出来事については、YouTubeを平均よりわずかに利用するのみである一方、W杯についてはテレビニュースやワイドショー、その他のテレビ番組、ポータルサイトやまとめ掲示板、YouTubeを平均よりよく利用している人達であることから、「日常無関心かつW杯高関心」型とした。第3クラスタは、世の中の出来事についてはYouTubeを平均よりよく利用し、W杯についてはいずれのメディアも利用しないことから、「日常YouTubeのみかつW杯低関心」型とした。第4クラスタは、両方の情報について新聞とテレビニュースのみ平均より利用することから、「伝統的メディア」型とした。第5クラスタは、両方の情報についてすべての情報源を平均より非常に多く利用することから「多メディア利用」型とした。それぞれのクラスタの人数、男女比、平均年齢階層は表1の通りである。それぞれのクラスタの構成比において、性差は見られなかったが、年齢階層には有意水準5%でクラスタの有意な主効果があり( $F(4, 571) = 2.458, p = .045, \eta_p^2 = .061$ )、第2クラスタが第3クラスタ、第5クラスタより年齢が高い傾向、第4クラスタが第5クラスタより年齢が高い傾向が見られた。

#### (2) W杯直後における日本人が世界で活躍することに対する影響

メディア利用タイプの違いにより、世界で日本人が活躍することに対して誇らしいと思うかどうかには差があるか、活躍の場面をスポーツ選手（プロスポーツ選手、アマチュアスポー

表1 2022年12月調査の利用メディアクラスタの構成

	男性 (n)	女性 (n)	年齢階層 (SD)
マスコミ情報志向型 (n=130)	57	73	6.038 (1.874)
日常無関心・W杯高関心型 (n=84)	49	35	6.417 (1.977)
日常YouTubeのみ・W杯低関心 (n=119)	62	57	5.812 (1.786)
伝統的メディア型 (n=129)	58	71	6.194 (2.081)
多メディア利用型 (n=116)	62	54	5.655 (2.039)

注：年齢階層は19歳以下～70歳以上の5歳刻み12段階。5は35～39歳，6は40～45歳，7は45～49歳。

表2 2022年12月調査クラスターごとの海外での日本人の活躍に対する誇りと海外拠点の望ましさの平均値 (SD)

	誇り		海外拠点の望ましさ	
	スポーツ活躍 (SD)	スポーツ以外活躍 (SD)	スポーツ活躍 (SD)	スポーツ以外活躍 (SD)
マスコミ情報志向型 (n=130)	4.058 (.794)	3.885 (.686)	3.908 (.693)	3.796 (.781)
日常無関心・W杯高関心型 (n=84)	4.137 (.683)	3.885 (.672)	4.060 (.618)	3.848 (.688)
日常YouTubeのみ・W杯低関心 (n=119)	3.628 (.952)	3.548 (.838)	3.637 (.730)	3.502 (.786)
伝統的メディア型 (n=129)	3.996 (.794)	3.824 (.709)	3.744 (.836)	3.721 (.690)
多メディア利用型 (n=116)	4.151 (.680)	3.964 (.623)	3.918 (.752)	3.733 (.755)

選手)とそれ以外とに分けて、それぞれの平均得点に対し一元配置の分散分析を行った。その結果、スポーツ選手では有意水準0.1%以下でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(4, 571) = 5.903, p < .001, \eta_p^2 = .040$ )。多重比較の結果、第3クラスタが、すべてのクラスタに比べて、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。また、スポーツ以外の分野でも、有意水準0.1%以下でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(4, 571) = 8.242, p < .001, \eta_p^2 = .055$ )。多重比較の結果、同じく第3クラスタが、すべてのクラスタに比べて、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。すなわち、W杯に興味がなく、ふだんからマスコミ的な情報を得ていない若い人達は、あまり世界で日本人が活躍することに誇りを持っていないということが示された (表2参照)。

また、メディア利用タイプの違いにより世界で活躍する日本人が海外を拠点にすることを望ましいと思うかどうかについても、スポーツ選手とそれ以外とに分けて、それぞれの平均得点に対し一元配置の分散分析を行った。その結果、スポーツ選手では有意水準0.1%以下でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(4, 571) = 5.236, p < .001, \eta_p^2 = .035$ )。多重比較の結果、第3クラスタが、第1、第2、第5クラスタに比べて、海外に拠点を置くことを望まし

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

いと思っていないことが示された。また、第2クラスタが第4クラスタより、海外に拠点を置くことを望ましいと思っていたことが示された。スポーツ以外の分野でも、有意水準1%でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(4, 571) = 3.471, p < .001, \eta_p^2 = .024$ )。多重比較の結果、同じく第3クラスタが、第1、第2クラスタに比べて、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。ここでも、W杯に興味がなく、ふだんからマスコミ的な情報を得ていない若い人達は、世界が活躍する日本人が海外を拠点にすることを望ましいと思っていない傾向が見られたが、スポーツ選手については、伝統的なメディアのみを利用するいわば保守的な人達も、W杯に興味がある人達の方に比べ、海外に拠点を置くことを望ましくないとしていた。このことから、W杯に関心の高い人たちは、スポーツにおいて世界で活躍するためには日頃から海外のチーム等で実力を磨く必要があると強く認識している一方、伝統的なメディアしか利用しない人達は、日本人選手が外に出て行ってしまふことをあまり望ましく思っていないことが窺える結果といえる。

さらに、世界で日本人が活躍することに対して、性別や年齢、日本人意識やグローバル意識、W杯情報も含めたメディア利用タイプ、W杯の試合観戦や結果確認に利用したメディア、W杯の戦績に対する満足度が、どのように影響をしているか、重回帰分析を行い検討した。説明変数としては、性別、年齢に加え、日本人意識については、ナショナリズム・愛国心尺度の「愛国心」、「ナショナリズム」、「日本の伝統・象徴重視」の3因子、グローバル意識については、コスモポリタニズム意識尺度を使用し、「文化平等主義」「地球運命共同体」「異文化体験志向」「異文化受け入れ志向」の4因子を投入した。その他に、自国を他国よりも優位に見る傾向として、社会的支配志向性尺度の得点も投入した。また、メディア利用パターンは先に示した5クラスタのうち、第1クラスタを基準として4クラスタを投入した。さらに、2022W杯の試合観戦や結果確認に利用したメディアは、利用者が多かったテレビ中継とインターネット動画配信、スポーツニュースやダイジェストの利用の有無を投入した。戦績に対する満足度は、5件法での得点を投入した。目的変数は、日本人のスポーツ選手の活躍を誇らしいと思うか（プロスポーツ選手、アマチュアスポーツ選手の平均得点）、スポーツ分野以外の分野での活躍を誇らしいと思うか（芸術家、芸能人、ビジネスパーソン、学者、政治家、人道支援家の平均得点）とした。

その結果、スポーツ選手では、コスモポリタニズム意識の「異文化受け入れ志向」「文化平等主義」、日本人意識の「愛国心」「ナショナリズム」が有意な正の効果を持っていた（異文化受け入れ志向： $\beta = .173$ 、文化平等主義： $\beta = .153$ 、愛国心： $\beta = .184$ 、ナショナリズム： $\beta = .225$ ）また、W杯の戦績への満足度が有意な正の効果を持っており（ $\beta = .120$ ）、テレビ中継で試合観戦や試合結果を確認することが有意な正の効果がある傾向が見られた（ $\beta = .066$ ）。スポーツ以外の分野では、コスモポリタニズム意識の「異文化受け入れ志向」「文化平等主義」、日本人意識の「愛国心」「ナショナリズム」が有意な正の効果を持っていた

表3 2022年12月調査海外での日本人の活躍に対する誇りについての重回帰分析結果

変数名	スポーツ活躍 $\beta$	それ以外活躍 $\beta$
性別 (男性=0, 女性=1)	.057	.083*
年齢階層	.002	-.027
コスモポリタニズム意識 (4 因子)		
異文化受け入れ志向	.173**	.150**
異文化体験志向	-.040	-.008
文化平等主義	.153**	.148**
地球運命共同体	-.025	.066
愛国心・ナショナリズム (3 因子)		
愛国心	.184**	.194**
ナショナリズム	.225**	.289**
日本の象徴・伝統	.025	.004
社会的支配傾向 (Z 得点)	-.005	.050
メディア利用タイプ (第1クラスタ基準)		
第2クラスタ	.033	.008
第3クラスタ	-.061	-.068
第4クラスタ	.016	.001
第5クラスタ	.059	.053
戦績に対する満足度	.120**	.055
利用メディア		
テレビ中継	.066 <sup>+</sup>	.008
インターネット動画配信	-.004	-.038
スポーツニュース・ダイジェスト	.033	.001
$R^2$	.373**	.412**

注: \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$ , <sup>+</sup> $p < .10$

(異文化受け入れ志向:  $\beta = .150$ , 文化平等主義:  $\beta = .148$ , 愛国心:  $\beta = .194$ , ナショナリズム:  $\beta = .289$ ) また, 性別の効果が有意であり, 女性の方が男性よりも, 世界での活躍を誇らしいと思う傾向が見られた ( $\beta = .083$ )。W杯の戦績への満足度や, 視聴メディア, メディア利用タイプの効果は見られなかった (表3参照)。

これらの結果から, スポーツ選手, それ以外の分野においても, いずれも日本人であることを誇りに思う気持ちを持ち, 他の文化を尊重し, 他国の人々が自分の身近にいることに抵抗を持たない人たちが, 海外での日本人の活躍を誇りに思う傾向があることが示された。また, スポーツ選手については, W杯でのテレビ中継での視聴, 戦績への満足度が影響していたが, それ以外の分野では, W杯の視聴や満足度の影響はなく, 国際スポーツ大会での活躍を喜ぶ気持ちは, 大会開催直後でもそれ以外の分野での日本人の活躍にまで波及しているわけではないことが示唆された。さらに, 性差は, それ以外の分野でのみ見られ, 女性の方が世界での活躍を誇らしく思う傾向が見られた。これについては, スポーツは一般的に男

表4 2023年2月調査の利用メディアクラスタの構成

	男性 (n)	女性 (n)	年齢 (SD)
YouTube ネット中心・W 杯低関心型 (n=505)	289	216	37.766 (15.540)
マスコミ的情報型 (n=541)	245	296	48.196 (17.094)
多メディア利用型 (n=647)	354	293	49.855 (18.148)
テレビニュースのみ型 (n=128)	39	89	41.766 (16.762)
伝統的メディア型 (n=116)	60	56	51.664 (16.077)
情報無関心型 (n=271)	117	154	37.808 (13.571)

性の方が興味、関心が高いため、W 杯の直後の時期のように国際大会での日本人の活躍を目にしたことで、男性においても世界での活躍を喜ばしく思う度合いが高まっていたためではないかと考えられる。

### 3.2 2023年2月調査

#### (1) 世の中の出来事と W 杯に関する情報源についてのメディア利用タイプ

2023年2月調査のデータを用いて、世の中の出来事に関する情報源およびW杯についての情報源計38項目（いずれも使用しないも含む、それぞれ19項目）の回答についてクラスタ分析（ウォード法・ローデータによるユークリッド距離）を行い、回答者のメディア利用タイプを6つのクラスタに分類した。第1クラスタは、世の中の出来事およびW杯の両方について、マスコミや個人のSNS、まとめサイトやYouTubeを平均よりよく利用し、世の中の出来事においてはオンラインの雑誌、W杯情報においてはニュースアプリや海外ニュースを利用し、あてはまるものはないと回答する傾向もあることから、「YouTube ネット中心・W 杯低関心」型とした。第2クラスタは、世の中の出来事についてもW杯についても、テレビニュース、ワイドショー、その他のテレビ番組、ポータルサイト、ニュースアプリなど、テレビとインターネットの情報両方を平均よりよく利用するが、いずれもマスコミで取り扱われるニュースを主に情報源にしているメディアであることから、「マスコミ的情報」型とした。第3クラスタは、両方の情報についてすべての情報源を平均より非常に多く利用することから「多メディア利用」型とした。第4クラスタは、両方の情報についてテレビニュースのみ、平均より多く利用することから「テレビニュースのみ」型とした。第5クラスタは、両方の情報について新聞とテレビニュースのみ利用することから、「伝統的メディア」型とした。第6クラスタは、両方の情報について、あてはまるものはなしのみが突出して平均より高かったことから、「情報無関心」型とした。それぞれのクラスタの人数、男女比、平均年齢階層は表4の通りである。それぞれのクラスタの構成比は、性別では第1クラスタ、第3クラスタは女性が多く、第2クラスタ、第4クラスタ、第6クラスタは男性が多かった。年齢は有意水準0.1%でクラスタの有意な主効果があり ( $F(5, 2202) = 49.045, p < .001, \eta_p^2$

表5 2023年2月調査クラスタごとの海外での日本人の活躍に対する誇りの平均値 (SD)

	スポーツ活躍 (SD)	スポーツ以外活躍 (SD)
YouTube ネット中心・W杯低関心型 ( $n=505$ )	3.530 (.926)	3.263 (.734)
マスコミ的情報型 ( $n=541$ )	3.719 (.817)	3.415 (.655)
多メディア利用型 ( $n=647$ )	3.881 (.750)	3.558 (.641)
テレビニュースのみ型 ( $n=128$ )	3.676 (.717)	3.432 (.698)
伝統的メディア型 ( $n=116$ )	3.750 (.817)	3.402 (.651)
情報無関心型 ( $n=271$ )	3.199 (.909)	3.059 (.740)

=.100), 第1クラスタ, 第4クラスタ, 第6クラスタが, 第2クラスタ, 第3クラスタ, 第5クラスタより年齢が低い傾向が見られた。

## (2) W杯閉幕3か月後における日本人が世界で活躍することに対する影響

メディア利用タイプの違いにより, 世界で日本人が活躍することに対して誇らしいと思うかどうかには差があるか, 活躍の場面をスポーツ選手(プロスポーツ選手, アマチュアスポーツ選手)とそれ以外とに分けて, それぞれの平均得点に対し一元配置の分散分析を行った。その結果, スポーツ選手については, 有意水準0.1%以下でクラスタの有意な主効果が見られ ( $F(5, 2202) = 29.105, p < .001, \eta_p^2 = .062$ )。多重比較の結果, 第6クラスタが, すべてのクラスタに比べて, 日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。また, 第3クラスタは第1クラスタ, 第2クラスタより誇らしいと思っており, 第2クラスタは第1クラスタよりも誇らしいと思っていることが示された。

スポーツ以外の分野でも, 有意水準0.1%以下でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(5, 2202) = 24.201, p < .001, \eta_p^2 = .052$ )。多重比較の結果, スポーツ以外の分野でも第6クラスタが, すべてのクラスタに比べて, 日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。また, 第3クラスタは, 第1クラスタ, 第2クラスタより誇らしいと思っており, 第2クラスタは第1クラスタよりも誇らしいことが示された。これらから, 情報に関心のない人達は, 世界で日本人が活躍することにあまり誇りを持っておらず, W杯も含め情報収集に多様なメディアを利用する人達は, もっとも誇らしいと思っていたといえる。また, テレビやポータルサイトなどマスコミ的な情報のみを利用する人の方が, YouTubeを中心としたインターネット情報を利用してテレビを利用しない人よりも, 日本人が世界で活躍することを誇らしいと思っており, また, 平均値だけを見ると, テレビニュースのみや, 新聞とテレビニュースのみを利用している人達も, マスコミ的な情報のみを利用する人と誇らしさの度合いがほぼ同じであることから, 日常的にマスコミが提供する情報に接触することが, 日本人が世界で活躍することに誇りを持つことに関連していると考えられる(表5参照)。

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

また、世界で日本人が活躍することに対して、性別や年齢、日本人意識やグローバル意識、W杯情報も含めたメディア利用タイプが、どのように影響をしているか、重回帰分析を行い検討した。説明変数としては、性別、年齢に加え、日本人意識については、愛国心・ナショナリズム尺度を使用し、因子分析の結果、「愛国心」、「ナショナリズム」、「日本の伝統・象徴重視」の3因子、グローバル意識については、コスモポリタニズム意識尺度を使用し、「文化平等主義」「地球運命共同体」「異文化体験志向」「異文化受け入れ志向」の4因子を投入した。また、メディア利用タイプは先に示した6クラスタのうち、第2クラスタを基準として5クラスタを投入した。目的変数は、日本人のスポーツ選手の活躍を誇らしいと思うか（プロスポーツ選手、アマチュアスポーツ選手の平均得点）、スポーツ分野以外の分野での活躍を誇らしいと思うか（芸術家、芸能人、ビジネスパーソン、学者、政治家、人道支援家の平均得点）とした。

その結果、スポーツ選手では、コスモポリタニズム意識の「異文化受け入れ志向」「文化平等主義」、日本人意識の3因子すべて（「愛国心」「ナショナリズム」「日本の伝統・象徴重視」）が有意な正の効果を持っていた（異文化受け入れ志向： $\beta=.081$ 、文化平等主義： $\beta=.230$ 、愛国心： $\beta=.149$ 、ナショナリズム： $\beta=.160$ 、日本の伝統・象徴重視： $\beta=.102$ ）また、メディア利用タイプでは、第6クラスタであることが第2クラスタであることに比して有意な負の効果を持っており（ $\beta=-.065$ ）、第3クラスタであることが第2クラスタであることに比して有意な正の効果を持っていた（ $\beta=.048$ ）。さらに性別と年齢の効果が有意で、女性の方が男性よりも、また、年齢が低い方が、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていた（性別： $\beta=.049$ 、年齢： $\beta=-.064$ ）。スポーツ以外の分野では、コスモポリタニズム意識の「文化平等主義」「地球運命共同体」「異文化体験志向」、日本人意識の3因子全て（「愛国心」「ナショナリズム」「日本の伝統・象徴重視」）が有意な正の効果を持っていた（文化平等主義： $\beta=.131$ 、地球運命共同体： $\beta=.167$ 、異文化体験志向： $\beta=.078$ 、愛国心： $\beta=.129$ 、ナショナリズム： $\beta=.209$ 、日本の伝統・象徴重視： $\beta=.100$ ）。メディア利用タイプでは、第3クラスタであることが第2クラスタであることに比して有意な正の効果を持っており（ $\beta=.061$ ）、第6クラスタであることが第2クラスタであることに比して有意な負の効果を持っていた（ $\beta=-.049$ ）。さらに性別と年齢の効果が有意で、女性の方が男性よりも、また、年齢が低い方が、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていた（性別： $\beta=.106$ 、年齢： $\beta=-.172$ ）（表6参照）。

これらの結果から、スポーツ選手については、自分の身近にいる外国人を受け入れ、様々な国の文化に優劣はないと考える一方、日本人としての誇りを持つだけでなく、日本が世界の中で存在感を持ち、日本の制度そのものにも誇りを持っている人の方が、海外で日本のスポーツ選手が活躍することを誇りに思っていることが示された。そして、情報収集においては、日常的な情報でもW杯に関する情報でもマスコミ的情報を得ている人達は、全ての情

表6 2023年2月調査海外での日本人の活躍に対する誇りについての重回帰分析結果

変数名	スポーツ活躍 $\beta$	それ以外活躍 $\beta$
性別 (男性=0, 女性=1)	.049**	.106**
年齢	-.064**	-.172**
コスモポリタニズム意識 (4 因子)		
異文化受け入れ志向	.081**	.039
異文化体験志向	.041	.078**
文化平等主義	.230**	.131**
地球運命共同体	.054	.167**
愛国心・ナショナリズム (3 因子)		
愛国心	.149**	.129**
ナショナリズム	.160**	.209**
日本の伝統・象徴重視	.102**	.100**
メディア利用タイプ (第2クラスター基準)		
第1クラスター	-.010	-.025
第3クラスター	.048*	.061**
第4クラスター	.017	.020
第5クラスター	.024	.018
第6クラスター	-.065**	-.049*
$R^2$	.359**	.389**

注: \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$ , + $p < .10$

報に無関心な人達に比べ、世界での活躍を誇らしいと思っていたといえる。他方、スポーツ以外の分野では、日本人としての誇りはスポーツ選手の場合と同様であったが、自分の身近な外国人を受け入れるというよりも、自身が海外に出て異文化を体験することに興味がある人、世界の国々は協力して世の中の問題を解決すべきと考える人の方が、世界で日本人が活躍することを誇らしいと感じていることが示された。したがって、スポーツ選手とそれ以外の分野での日本人の活躍を誇らしく思うかどうかは、顕著な国際スポーツ大会の開催直後でない時期の場合、日本人としての誇りを強く持っていることは共通だが、地球市民として自分自身をどう捉えるかの違いが反映しているようであった。

また、メディア利用タイプでは、スポーツ選手では、マスコミ的な情報に接触している人達の方が、情報に無関心な人達よりも日本人の世界での活躍を誇らしいと感じ、スポーツ以外の分野では、情報収集を全てのメディアを用いて行う人達は、マスコミ的な情報中心に情報を集める人達よりも誇らしいと感じ、情報に無関心な人はマスコミ的な情報中心に情報収集する人達よりも、誇らしいと感じていないことが示された。すなわち、スポーツ選手では、マスコミ的な情報に接触していることが誇らしさに影響していたが、スポーツ以外の分野での日本人の世界での活躍については、マスコミ的な情報以外の情報も影響しており、情報源の豊富さと情報への志向性の高さが、活躍を誇りに思うことに影響していると考えられる。

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

また、女性、若い人が、いずれの分野でも、活躍を誇らしいと感じており、スポーツ以外の分野のみでしか性差が見られなかった2022年12月とは異なる結果となった。この調査を行った時期には、大きな国際スポーツ大会は開催されておらず、日本人選手の活躍が大きく取り上げられることの多い野球のメジャーリーグもオフシーズンであったため、国際的に活躍するスポーツ選手の情報に接触すること自体が少なかった可能性もある。そのため、よりよくスポーツを見る男性がスポーツ選手に対する誇らしさを高く評価しなかったとも考えられる。

### 3.3 2023年6月調査

#### (1) 世の中の出来事とWBCに関する情報源についてのメディア利用タイプ

2023年6月調査のデータを用いて、世の中の出来事に関する情報源およびWBCについての情報源計44項目（いずれも使用しないも含む、それぞれ22項目）の回答についてクラスタ分析（ウォード法・ローデータによるユークリッド距離）を行い、回答者のメディア利用タイプを6つのクラスタに分類した。第1クラスタは、世の中の出来事およびWBCの両方について、紙の新聞、紙の雑誌、テレビニュースを平均よりよく利用し、世の中の出来事についてはオンラインの雑誌や自治体からの情報、WBCに関してはワイドショーも平均より利用していることから、「マスメディア中心」型とした。第2クラスタは、世の中の出来事については、テレビニュース、ワイドショー、ポータルサイト、ニュースアプリを平均よりよく利用し、新聞社や通信社の公式サイトや電子掲示板も利用するなど、マスコミ的な情報によく接触する一方、WBCに関しては、それ以外にその他のテレビ番組やYouTube、自治体からの情報やマスコミの公式SNS、個人のSNS、TikTokなどの動画専用SNS、まとめサイトやABEMATVも利用しており、WBCに関する情報の方が幅広いメディアを利用していることから、「マスコミ情報中心・WBC高関心」型とした。第3クラスタは、両方の情報についてすべての情報源を平均より非常に多く利用することから「多メディア利用」型とした。第4クラスタは、世の中の出来事については、ポータルサイト、YouTubeを平均よりよく利用し、オンラインの雑誌、ワイドショー、その他のテレビ番組、YouTube以外の動画サイトも利用する一方、WBCについてはTikTokなどの動画専用サイトと海外ニュースサイトを平均よりわずかに利用するのみであることから、「ネット動画中心・WBC低関心」型とした。第5クラスタは、世の中の出来事についてはテレビニュースのみよく利用し、WBCについては平均よりよく利用するメディアがないことから、「テレビニュースのみ・WBC無関心」型とした。第6クラスタは、両方の情報について、あてはまるものはなしのみが突出して平均より高かったことから、「情報無関心」型とした。それぞれのクラスタの人数、男女比、平均年齢階層は表7の通りである。それぞれのクラスタの構成比は、性別では第3クラスタに男性が多く、第5クラスタに女性が多かった。年齢は有

表7 2023年6月調査の利用メディアクラスタの構成

	男性 ( <i>n</i> )	女性 ( <i>n</i> )	年齢 ( <i>SD</i> )
マスメディア中心型 ( <i>n</i> =184)	83	101	49.701 (14.067)
マスコミ情報中心・WBC 高関心型 ( <i>n</i> =257)	128	129	46.973 (14.359)
多メディア利用型 ( <i>n</i> =134)	89	45	44.888 (14.793)
ネット動画中心・WBC 低関心型 ( <i>n</i> =213)	96	117	39.685 (15.292)
テレビニュースのみ・WBC 無関心型 ( <i>n</i> =67)	23	44	40.776 (14.324)
情報無関心型 ( <i>n</i> =141)	73	68	38.149 (13.252)

意水準 0.1% でクラスタの有意な主効果があり ( $F(5, 990) = 17.169, p < .001, \eta_p^2 = .080$ ), 第1クラスタは, 第3クラスタ, 第4クラスタ, 第5クラスタ, 第6クラスタより年齢が高く, 第2クラスタは, 第4クラスタ, 第5クラスタ, 第6クラスタより年齢が高く, 第3クラスタは第4クラスタ, 第5クラスタより年齢が高い傾向が見られた。それぞれのクラスタの平均年齢は第1クラスタ > 第2クラスタ > 第3クラスタ > 第5クラスタ > 第4クラスタ > 第6クラスタの順であった (表7参照)。

## (2) WBC 開幕 3 か月後における日本人が世界で活躍することに対する影響

メディア利用クラスタの違いにより, 世界で日本人が活躍することに対して誇らしいと思うかどうかには差があるか, 活躍の場面をスポーツ選手 (プロスポーツ選手, アマチュアスポーツ選手) とそれ以外とに分けて, それぞれの平均得点に対して一元配置の分散分析を行った。その結果, スポーツ選手については, 有意水準 0.1% 以下でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(5, 990) = 10.661, p < .001, \eta_p^2 = .051$ )。多重比較の結果, 第6クラスタが, 第1, 第2, 第3, 第4クラスタに比べて, 日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。また, 第3クラスタは第1クラスタ, 第4クラスタ, 第5クラスタより誇らしいと思っていることが示された。

スポーツ以外の分野でも, 有意水準 0.1% 以下でクラスタの有意な主効果が見られた ( $F(5, 990) = 15.699, p < .001, \eta_p^2 = .073$ )。多重比較の結果, スポーツ以外の分野でも, 第6クラスタは, 第1, 第2, 第4, 第4クラスタに比べて日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていないことが示された。また, 第3クラスタが, 第4, 第5クラスタよりも誇らしいと思っていることが示された (表8参照)。

これらから, 情報に関心のない人達は, スポーツでもそれ以外でも世界で日本人が活躍することにあまり誇りを持っておらず, WBC も含め情報収集に多様なメディアを利用する人達は, もっとも誇らしいと思っていたといえる。また, 日常的には YouTube を中心としたインターネット情報を利用し WBC に関心の低い人や, 日常的にはテレビニュースのみを利用し WBC には興味がない人は, スポーツ分野で日本人が世界で活躍することを誇らしいと

表 8 2023 年 2 月調査クラスタごとの海外での日本人の活躍に対する誇りの平均値 (SD)

	スポーツ活躍 (SD)	スポーツ以外活躍 (SD)
マスメディア中心型 (n=184)	3.679 (.892)	3.386 (.740)
マスコミ情報中心・WBC 高関心型 (n=257)	3.745 (.796)	3.416 (.695)
多メディア利用型 (n=134)	3.978 (.813)	3.583 (.738)
ネット動画中心・WBC 低関心型 (n=213)	3.479 (.917)	3.298 (.814)
テレビニュースのみ・WBC 無関心型 (n=67)	3.478 (.020)	3.241 (.841)
情報無関心型 (n=141)	3.128 (.964)	2.960 (.823)

思わない傾向が見られた。スポーツ以外の分野では、マスメディア中心で情報収集する人より全てのメディアを利用する人の方が、世界で活躍する日本人を誇らしく思い、WBC の情報収集に多くのメディアを利用する、WBC に興味関心のある人の方が、WBC の情報収集にほとんどメディアを使わない人よりも、誇らしく思っていることが示された。このことから、多様なメディアを利用する人は、スポーツ分野でもそれ以外でも世界で活躍する日本人を誇らしいと感じており、スポーツ分野ではマスコミ情報、それ以外の分野ではマスコミ情報だけでなくインターネット情報も幅広く利用して WBC にも関心がある人の方が、誇らしいと感じているようであった。ここから、大谷翔平選手のようなメジャーリーグで活躍するスターが出場し、世界一となった WBC に関心を持ったことが、スポーツのみならずスポーツ以外の分野での日本人の活躍についての誇らしさにも波及していたことが示唆される。

また、世界で日本人が活躍することに対して、性別や年齢、日本人意識やグローバル意識、WBC 情報も含めたメディア利用タイプが、どのように影響をしているか、重回帰分析を行い、検討した。説明変数としては、性別、年齢に加え、日本人意識については、愛国心・ナショナリズム尺度を使用し、因子分析の結果、「日本礼賛」、「日本卑下」、「日本の伝統・象徴重視」の 3 因子、グローバル意識については、コスモポリタニズム意識尺度を使用し、「文化平等主義」「地球運命共同体」「異文化体験志向」「異文化受け入れ志向」の 4 因子を投入した。また、メディア利用タイプは先に示した 6 クラスタのうち、第 2 クラスタを基準として 5 クラスタを投入した。さらに、WBC2023 の試合中継を視聴したか否かも、説明変数として投入した。目的変数は、日本人のスポーツ選手の活躍を誇らしいと思うか（プロスポーツ選手、アマチュアスポーツ選手の平均得点）、スポーツ分野以外の分野での活躍を誇らしいと思うか（芸術家、芸能人、ビジネスパーソン、学者、政治家、人道支援家の平均得点）とした。

その結果、スポーツ選手では、コスモポリタニズム意識の「文化平等主義」「異文化体験志向」が有意な正の効果、「地球運命共同体」が有意な負の効果を持っていた（文化平等主義： $\beta = .204$ 、異文化体験志向： $\beta = .138$ 、地球運命共同体： $\beta = -.137$ ）。また、日本人意識の 2 因子（「日本礼賛」「日本の伝統・象徴重視」）が有意な正の効果を持っていた（日本礼

表9 2023年6月調査海外での日本人の活躍に対する誇りについての重回帰分析結果

変数名	スポーツ活躍 $\beta$	それ以外活躍 $\beta$
性別 (男性=0, 女性=1)	.079**	.124**
年齢	-.037	-.098**
コスモポリタニズム意識 (4 因子)		
異文化受け入れ志向	-.077	.014
異文化体験志向	.138**	.122**
文化平等主義	.204**	.069
地球運命共同体	-.137*	-.190**
愛国心・ナショナリズム (3 因子)		
日本礼賛	.324**	.332**
日本卑下	-.035	-.062*
日本の伝統・象徴重視	.075*	.076*
メディア利用タイプ (第2クラスター基準)		
第1クラスター	-.022	-.010
第3クラスター	.028	.023
第4クラスター	-.034	-.005
第5クラスター	.008	.004
第6クラスター	-.039	-.030
WBC 視聴有無 (無=0, 有=1)	.045 <sup>+</sup>	.016
$R^2$	.433**	.412**

注: \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$ , + $p < .10$

賛:  $\beta = .324$ , 日本の伝統・象徴重視:  $\beta = .075$ )。メディア利用タイプでは、有意な効果は見られなかった。さらに性別の効果が有意で、女性の方が男性よりも、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていた (性別:  $\beta = .079$ )。そして、WBCの試合中継を視聴していることが有意な正の効果を持つ傾向があった ( $\beta = .045$ )。

スポーツ以外の分野では、コスモポリタニズム意識の「地球運命共同体」が負の効果を持っており ( $\beta = -.190$ )、「異文化体験志向」が正の効果を持っていた ( $\beta = .122$ )。日本人意識の3因子全て (「日本礼賛」「日本卑下」「日本の伝統象徴重視」) が有意な効果を持っており、「日本礼賛」と「日本の伝統象徴重視」が正の効果、「日本卑下」が負の効果であった (日本礼賛:  $\beta = .332$ , 日本の伝統象徴重視:  $\beta = .076$ , 日本卑下:  $\beta = -.062$ )。メディア利用タイプでは、有意な効果は見られなかった。さらに性別と年齢の効果が有意で、女性の方が男性よりも、また、年齢が低い方が、日本人の世界での活躍を誇らしいと思っていた (性別:  $\beta = .124$ , 年齢:  $\beta = -.098$ ) (表9参照)。

これらの結果から、スポーツ選手についてもスポーツ以外の分野でも、異文化を体験するために外に出ていきたいと考える一方、世界中の国は運命を共にする存在であると考えない人の方が、海外で日本人が活躍することを誇りに思っていることが示された。また、日本

国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

に愛着を持ち、素晴らしいと考え、君が代や天皇、神社仏閣などを尊重する人達の方が、そうでない人達よりも、世界での活躍を素晴らしいと考えていた。そして、女性の方が男性よりも誇らしいと思っていることも示された。総じて、女性、かつ日本に誇りを持つ人達の方が世界での日本人の活躍を誇らしく思うことは、過去2回の調査と共通しているといえる。他方、過去2回の調査では、身近に外国人を受け入れることを歓迎する人達の方が、海外で活躍する日本人に誇りを感じていたが、この時期の調査では、むしろ外向き志向の人たちの方が誇りを感じていた。これは、WBC2023の後、大谷翔平選手を中心にメジャーリーグでの日本人の活躍がニュースのスポーツコーナーで毎日のように取り上げられるようになったこととも関係があるかもしれない。すなわち、日々、海外で外国人に混じって活躍する日本人の姿を目にする機会を得たことにより、日本人は海外に出て行っても通用するという確信を得て、誇らしさを強く感じたのではないだろうか。他方、サッカーの場合、多くの選手が海外に拠点は移しているものの、スポーツニュース等での扱いは野球のメジャーリーガーに比して小さく、また、彼らの生のプレーを目にできるのは、日本代表としてチームに合流し、日本代表選で戦う時が中心である。そのことから、W杯から想起される誇らしさは、海外に武者修行に出て強くなって日本に凱旋する日本人に対する誇りであることも予想される。

また、世界中の国が運命を共にする存在であると考えない人達が海外での日本人の活躍を誇りに思う点もW杯後とWBC後とで異なる点であった。これはサッカーと野球の世界での普及度合いの違いを反映している可能性も示唆される。W杯2022は、予選に209の国と地域が参加した一方、WBC2023は28か国に過ぎない。このように、野球の国際大会の場合、サッカーに比べて野球をやるだけの力のある強い国だけが参加できる大会というイメージが強く、それをより意識している人、すなわち日本を強者の側に置いている人達の方が、日本人の世界での活躍を誇らしいと感じたのではないだろうか。

そして、メディア利用の効果については、スポーツ選手のみ、WBC2023の試合中継の視聴の有無が効果を持っていたが、これは、WBC2023の戦績を考えた場合、妥当であろうと思われる。しかし、それはスポーツ選手のみに限っての効果であり、他の分野での活躍を誇らしいと思うことには影響しなかったともいえるだろう。これは、WBCに関心が高かった人達がスポーツ以外の分野の人々の世界での活躍をより誇らしく思う点とやや矛盾するように思われるが、試合中継のみならずWBCに関するさまざまな情報に接触することが、他の分野での日本人の活躍を誇らしいと思う気持ちへと繋がったと考えることも可能であろう<sup>3)</sup>。

#### 4. まとめ

本稿では、W杯やWBCなど、顕著な国際スポーツ大会の情報に接触することが、世界で活躍する日本人を誇らしいと思う気持ちにどのように影響するかについて、時期の異なる

3回の調査結果をもとに検討した。その結果、W杯やWBCに関心があり、日本に愛着を持ち、日本を優れた国であると思う人たちが、スポーツ選手やそれ以外の分野の人たちが世界で活躍することを誇りに思うことが示された。また、顕著な国際大会の直後には、マスコミ的な情報源に接触することでスポーツ選手に対してもそれ以外の分野の人たちに対しても誇りに思う気持ちが強まるが、そのような大会が行われていない、いわば「平時」には、スポーツ選手についてはマスコミ的な情報源への接触があれば誇りは高まるものの、それ以外の分野についての人たちについては、マスコミ的な情報に加えより多くのメディアに接触することが必要であることが示された。

そして、平時では、おおむね女性の方が世界で活躍する日本人を誇らしいと思う傾向が見られたが、国際大会直後では男性でスポーツ選手の活躍を誇らしいと思う気持ちが高まっていた。このことから、顕著な国際大会の直後では、特にスポーツに関心が高い人たちの間において世界で活躍する日本人スポーツ選手に対する誇らしさが高まることが推察される。

さらに、情報の接触により参照されるスポーツがサッカーと野球とであった場合で、グローバル意識が世界で活躍する日本人の誇りに及ぼす影響が異なっていた。それは、それぞれのスポーツのマスコミでの取り上げ方や、世界での普及状況、選手の活躍の舞台の違いなどが影響している可能性も示唆された。

このように、国際スポーツ大会に関する情報の接触は世界で活躍する日本人に対する誇りを高める可能性があることが示されたが、それはスポーツに対する関心の高さ、接触しているメディアによっても異なることも示された。今後の研究においては、さまざまなスポーツの国際大会開催時のマスコミ報道や試合中継、その時期のSNSの書き込みの内容について精査するとともに、大会開催時に人々が実際にどのような情報にどの程度接触しているのかを明らかにすることや、また、平時において人々がW杯やWBCなど国際大会のどのような情報をどの程度入手しているのかについても明らかにしていくことで、国際スポーツ大会が世界で活躍する日本人を誇りに思う気持ちにいかに関与するか、そのプロセスをさらに詳細に理解することが可能となるであろう。

本研究の一部は、東京経済大学共同研究助成費(D23-01)を受けて行われたものである。辞して、謝意を表明する。

#### 注

- 1) 2023年までの日本人(出身者含む)ノーベル賞受賞者28人のうち、21世紀に入ってからを受賞者は20人、自然科学系の賞に限定した場合、24人中19人が21世紀に入ってからを受賞である。また、MLBに日本人野手が最初に参入したのは2001年(イチローと新庄剛志)であるが、それ以降、50人以上の日本人選手がメジャーリーガーとなり、2024年現在、大谷翔平

## 国際スポーツ大会に関する情報接触と世界で活躍する日本人に対する誇りとの関係について

を始め13人が現役選手としてプレーしている。

- 2) 2024年メジャーリーグ・ナショナルリーグの地区シリーズ決勝において、ドジャースの山本由伸投手とパドレスのダルビッシュ有投手が先発で投げ合い共に好投し、メジャーリーグ初のポストシーズンでの日本人投手の投げ合いに、インターネット上で多くの賛辞が集まった (Yahoo! ニュース, 2024)。
- 3) 有馬 (2023) では、日本代表の清掃行動を知っている人の方が、スポーツ選手以外も含めた世界で活躍する日本人に誇りを持っていることが示されており、試合以外の好ましい情報が誇らしさに影響する可能性が示唆されている。

### 引用・参考文献／資料

- 安部宏行 (2015). 「ニッポン」礼賛ブーム—影に潜む問題点から目を背けるな nippon.com 2015年2月27日 (<https://www.nippon.com/ja/currents/d00164/>, 2024年10月11日最終確認)
- 荒牧央 (2019). 45年で日本人はどう変わったか (1) 放送研究と調査, 2019年5月号, 2-37.
- 荒牧央・村田ひろ子・吉澤千和子 (2019). 45年で日本人はどう変わったか (2) 放送研究と調査, 2019年6月号, 62-82.
- 有馬明恵 (2023). メディア・イベントにおける国民アイデンティティ～W杯2022における日本人アイデンティティに焦点を当てて～ 東京女子大学紀要論集, 74 (1), 55-79.
- BBC Sport (2022). World Cup 2022: Japan 2-1 Spain: Japan and Spain both through on dramatic night 2022年12月1日 (<https://www.bbc.com/sport/football/63739246>, 2024年10月11日最終確認)
- 岩田紀 (1989). コスモポリタニズム尺度に関する経験的検討, 社会心理学研究, 4 (1), 54-63.
- Karasawa, M. (2002). Patriotism, nationalism, and internationalism among Japanese citizens: An etic-emic approach. *Political Psychology*, 23, 654-666.
- 三船恒裕・横田晋大 (2018). 社会的支配志向性と外国人に対する政治的・差別的態度：日本人サンプルを用いた相関研究 社会心理学研究, 34 (2), 94-101.
- 村田光二 (2007). アテネ・オリンピック報道が日本人・外国人イメージに及ぼす影響 平成16年度～平成18年度科学研究費補助金 (基盤研究 (C)) 研究成果報告書
- 村田ひろ子 (2014). 日本人が持つ国への愛着とは～ISSP国際比較調査 (国への帰属意識)・日本の結果から～放送研究と調査, 2014年5月号, 16-31.
- 村田ひろ子 (2017). 国への愛着と対外国人意識の関係～ISSP国際比較調査「国への帰属意識」から～ 放送研究と調査, 2017年3月号, 58-70.
- NHK 日本人の意識 1973-2018, NHK放送文化研究所 <https://www.nhk.or.jp/bunken/yoron-i-siki/nihonzin/index.html>, 2024年10月11日最終確認
- NHK放送文化研究所 (編) (2020). 現代日本人の意識構造 [第9版] NHK出版.
- NHK放送文化研究所 (2019). 第10回「日本人の意識」調査 (2018) の結果について 2019年6月14日 ([https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20190614\\_1.html](https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20190614_1.html), 2024年10月6日最終確認)
- Pratto, F., Sidanius, J., & Levin, S. (2006). Social dominance theory and the dynamics of inter-group relations: Taking stock and looking forward. *European Review of Social Psychology*,

17, 271-320.

Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M., & Malle, B. F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 741-763.

ビデオリサーチ, 2022年FIFAワールドカップ™カタール大会 週間視聴率ランキング  
[https://www.videor.co.jp/tvrating/past\\_tvrating/sport/football/07/2022-fifa.html](https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/sport/football/07/2022-fifa.html) (2024年10月11日最終確認)

鈴木健司 (2023). 放送・配信を支える野球というコンテンツの底力 GALAC (ぎゃらく) 2023年9月号, 22-23, 放送批評懇談会

ビデオリサーチ, パリ2024オリンピック関連番組視聴率・視聴人数 オリンピック関連番組視聴率・視聴人数 [https://www.videor.co.jp/tvrating/past\\_tvrating/sport/olympic-summer/paris2024/01.html](https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/sport/olympic-summer/paris2024/01.html) (2024年10月11日最終確認)

Yahoo! ニュース (2024). 山本由伸 vs ダル PS で史上初の日本人投手の投げ合い, Xは「感動してきた」「なんか涙が…」 2024年10月11日 日刊スポーツ (<https://news.yahoo.co.jp/articles/16c3144be968a1105aaeec1f88fef4cd9515348>, 2024年10月11日最終確認)

山下玲子 (2024). オリンピックイメージと日本人意識, グローバル意識との関係性についての一考察~2020東京オリンピック, 2022冬季北京オリンピックとの比較から, コミュニケーション科学, 60, 85-102.