

地域に特化したアマチュア野球共有サイトの開発

高廣 修也[†] 山崎祥行[†] 千種康民[†] 服部泰造[‡]

東京工科大学メディア学部[†] 東京国際大学商学部[‡]

1. はじめに

日本の野球の競技人口は 810 万人と非常に多く、野球観戦が好きな人も多い。また、野球観戦の中でもプロ野球に次いでアマチュア野球（草野球や高校野球）の人気の高い。しかし、アマチュア野球にフォーカスした情報サイトは数少なく、その情報のリアルタイム性も地域特有性もあまり実現されていない。

そこで本研究ではこの2点を解決する仕組みとして、リアルタイム性と地域特有性を両立させたスマートフォンサイトを開発する。実装例として神奈川県の高校野球ファンを対象とし、Twitter を情報源として、県内の高校野球情報をフィルタリングし、公式戦の速報など必要な情報をリアルタイムに収集・再配信できるようにし、地域のアマチュア野球ファンに有益な情報を提供するサイトを実現する。また、これらの効果を検証するためにサイトを利用してもらいアンケート調査を行い、その有効性を示す。

2. 本研究と既存のサイトとの比較

本研究に先立ち類似サイトの調査を行い、本研究の仕様を検討した。調査した類似サイトは草野球の情報サイトに特化した「草野球オンライン」と試合結果の速報が中心の「高校野球ステーション」の2サイトである。

表1 既存サイトと本研究の比較表

| | 本研究 | 草野球オンライン | 高校野球ステーション |
|------------|-----|----------|------------|
| プレイユーザ向け情報 | ○ | ◎ | × |
| 野球観戦者向け情報 | ○ | △ | ○ |
| アマチュア野球情報 | ○ | △ | ◎ |
| プロ野球情報 | ○ | × | × |
| 情報のリアルタイム性 | ○ | × | ○ |
| 地域の特化性 | ◎ | × | △ |
| スマートフォンサイト | ◎ | × | △ |

Developing a local web-site for fun of amateur baseball, Shuya TAKAHIRO[†] Hiroyuki YAMAZAKI[†] Yasutami CHIGUSA[†] school of media science, Tokyo University of Technology
Taizoh Hattori[‡] school of commercial, Tokyo International University[‡]

本研究で開発するサイトの仕様策定にあたって、この2つの情報サイトと差別化するために以下の仕様を条件とした。

- (a) 両サイトの長所とみなせるコンテンツを提供
- (b) 利用者にとって有益なコンテンツを提供
- (c) 地域として神奈川県を設定
- (d) リアルタイムに提供可能な情報
- (e) スマートフォンサイト

3. 情報サイトのコンテンツの仕様

本研究で開発したサイトマップを図1に示す。リアルタイム性を実現するために、情報源として Twitter と神奈川県限定の Web ニュースサイトを用いた。情報フィルタリングの方法として、(a)高校野球のトップページに用いた公式戦の試合速報はプログウィジェット、(b)横浜高校などの特定の高校の情報収集・再配信には TwitterAPI+PHP プログラミングによる独自フィルタ、(c)ニュースサイトから高校野球の一般的なニュースのみ、を抽出している。

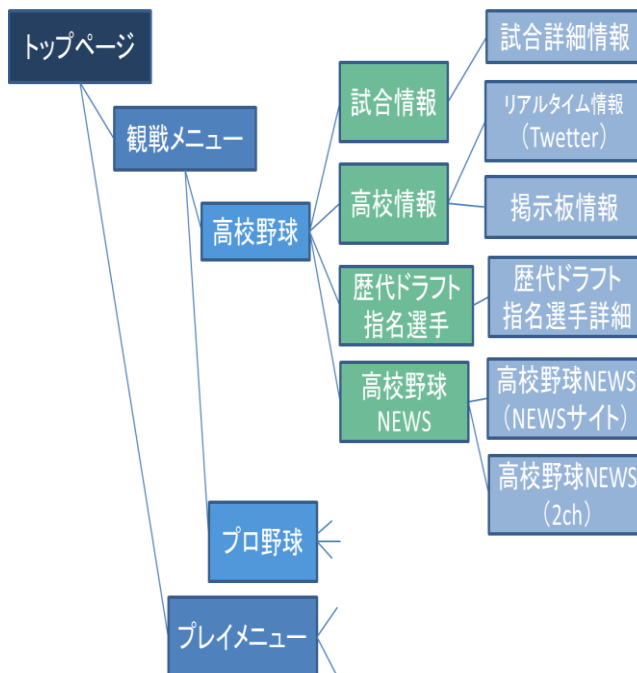


図1 本サイトのサイトマップ



(a) ウィジェット利用



(b) 独自フィルタリング



(c) 外部サービス+RSS 利用

図2 リアルタイムな情報提供

4. 本サイトの評価実験

本サイトの評価実験を 15 才から 35 才の男女 53 名を対象に実施した。設問を表 2 に示す。Q1 以外は 4 択。またその回答結果を表 3 に示す。野球好きか否かで回答群の差異がない場合 (Q2 ~ Q5) と差異が生ずる場合 (Q6, Q7) があったが、前者は野球の好き嫌いに関わらず一般的な質問、後者は野球に対する理解度によって判断が変化する質問、であったためであると思われる。

表 2 評価実験の質問項目

| | |
|----|--------------------|
| Q1 | 野球が好き？ |
| Q2 | サイト全体の見栄えはどうでしたか？ |
| Q3 | 特定ページの見栄えはどうでしたか？ |
| Q4 | サイト全体の機能は適切でしたか？ |
| Q5 | 特定ページの機能は適切でしたか？ |
| Q6 | 本サイトを再訪したいと思いませんか？ |
| Q7 | 野球好きの知人に勧めたいですか？ |

表 3 評価実験の回答結果 (人)

| | 野球好き？ | 大変良い | 良い | やや悪い | 悪い |
|----|-------|------|----|------|----|
| Q2 | Yes | 4 | 28 | 1 | 0 |
| | No | 5 | 12 | 3 | 0 |
| Q3 | Yes | 6 | 26 | 1 | 0 |
| | No | 4 | 15 | 1 | 0 |
| Q4 | Yes | 13 | 17 | 3 | 0 |
| | No | 5 | 12 | 3 | 0 |
| Q5 | Yes | 15 | 14 | 4 | 0 |
| | No | 5 | 11 | 4 | 0 |
| Q6 | Yes | 11 | 17 | 4 | 1 |
| | No | 2 | 7 | 8 | 3 |
| Q7 | Yes | 12 | 18 | 2 | 1 |
| | No | 4 | 12 | 3 | 1 |

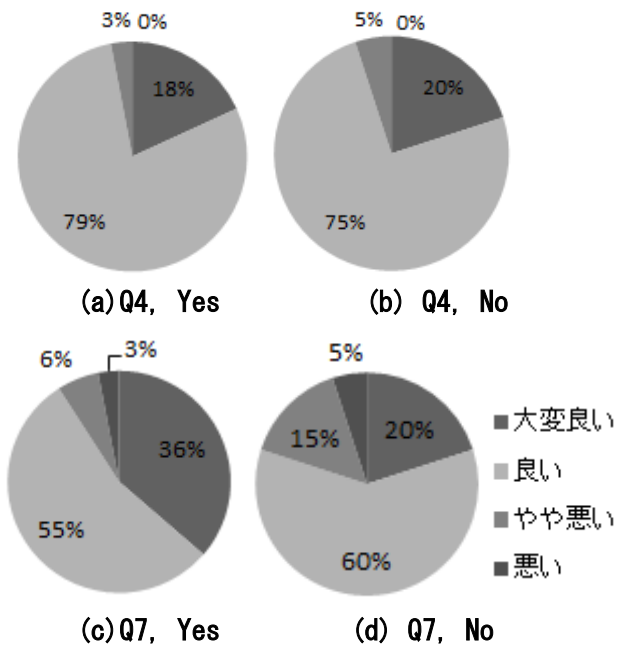


図3 システム評価結果

5. まとめ

本研究では、アマチュア野球向けの地域に特化したサイトを開発し、その有効性を確認した。ファンサイトとしてはポジティブな評価が多く効果が認められる。一方、野球を好きでない人に向けては効果があまり認められないため、野球に興味がない人に対しても一定の効果が認められるような仕組みの導入が今後の課題である。

参考文献

- [1] 神奈川高校野球ステーション <http://www.kanagawa-baseball.com/>
- [2] 草野球オンライン <http://www.kusaon.jp/>
- [3] 日本高等学校野球連盟 <http://www.jhbf.or.jp/>