

スポーツ観戦に関する
マーケティングデータ
～メディアでの観戦 編～

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2019年 5月24日 (金) ~ 5月28日 (火)
- 調査対象 : 関東在住の女性 20歳~69歳
- 有効回答 : 700名

【内訳】

男性	20代 70名	女性	20代 70名
	30代 70名		30代 70名
	40代 70名		40代 70名
	50代 70名		50代 70名
	60代 70名		60代 70名
合計	350名		350名

- 「見るのも、やるのも関心はない」(28.0%) は少数派、7割以上がスポーツに興味を持つ。
- 「やるのが好き計」(39.9%)と「見るのが好き計」(62.1%) では、後者が22.2ポイント高い。
- 「見るのも、やるのも好き」の割合は男20代(51.4%)と男30代(47.1%)で高く、スポーツに対する興味が相対的に強い。
- 一方で「見るのも、やるのも関心はない」の割合は、女40代(45.7%)と女20代(38.6%)で高く、スポーツに対する興味が相対的に弱い。

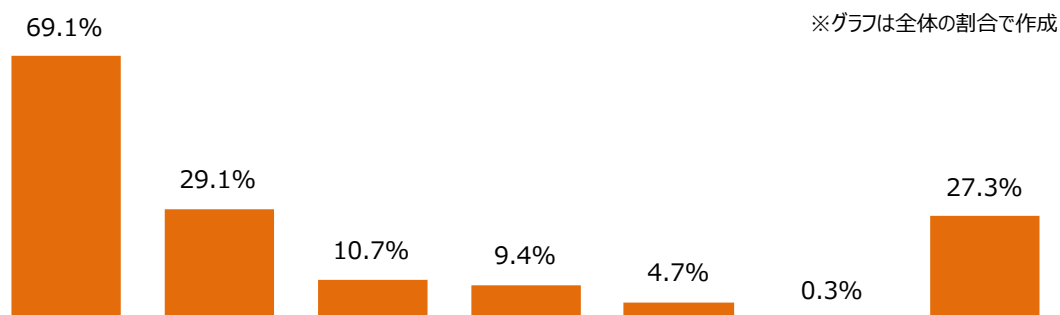
Q.あなたご自身のスポーツに対する興味について、あてはまるものを選んでください。(SA)

単位：%					やるのが好き計	見るのが好き計
全体(N=700)	30.0	9.9	32.1	28.0	39.9%	62.1%
男20代(n=70)	51.4	12.9	18.6	17.1	64.3%	70.0%
男30代(n=70)	47.1	4.3	24.3	24.3	51.4%	71.4%
男40代(n=70)	28.6	15.7	31.4	24.3	44.3%	60.0%
男50代(n=70)	37.1	5.7	31.4	25.7	42.8%	68.5%
男60代(n=70)	27.1	10.0	44.3	18.6	37.1%	71.4%
女20代(n=70)	24.3	8.6	28.6	38.6	32.9%	52.9%
女30代(n=70)	25.7	15.7	28.6	30.0	41.4%	54.3%
女40代(n=70)	20.0	7.1	27.1	45.7	27.1%	47.1%
女50代(n=70)	20.0	5.7	48.6	25.7	25.7%	68.6%
女60代(n=70)	18.6	12.9	38.6	30.0	31.5%	57.2%

■ 見るのも、やるのも好き ■ やるのは好き ■ 見るのは好き ■ 見るのも、やるのも関心はない

- スポーツ中継の視聴方法は、「地上波テレビ」(69.1%)が突出して高く、「衛星放送」(29.1%)と「無料の動画配信」(10.7%)が1割以上で続く。
- 有料、無料を問わず「動画配信」の利用割合が高いのは男20代と男30代。
- 性別でみると「スポーツ中継は見ない」の割合は女性で高い。スポーツに対する興味(前頁ご参照)が弱い女性の若い年代(20~40代)では、3割以上と特に高い。

Q. 普段、スポーツ中継をご覧になりますか。あてはまる視聴方法をすべて選んでください。(MA)



調査数	地上波テレビで見る	衛星放送で見る	無料の動画配信で見る	ケーブルテレビで見る	有料の動画配信で見る	その他	スポーツ中継は見ない
全体 700名	69.1%	29.1%	10.7%	9.4%	4.7%	0.3%	27.3%
男20代 70名	77.1%	38.6%	21.4%	12.9%	15.7%	0.0%	20.0%
男30代 70名	71.4%	38.6%	20.0%	12.9%	11.4%	0.0%	24.3%
男40代 70名	62.9%	21.4%	18.6%	4.3%	7.1%	0.0%	22.9%
男50代 70名	74.3%	25.7%	5.7%	15.7%	0.0%	1.4%	21.4%
男60代 70名	75.7%	41.4%	1.4%	12.9%	0.0%	1.4%	21.4%
女20代 70名	58.6%	18.6%	5.7%	7.1%	1.4%	0.0%	37.1%
女30代 70名	65.7%	24.3%	10.0%	7.1%	5.7%	0.0%	32.9%
女40代 70名	61.4%	20.0%	10.0%	4.3%	4.3%	0.0%	38.6%
女50代 70名	75.7%	27.1%	8.6%	10.0%	1.4%	0.0%	24.3%
女60代 70名	68.6%	35.7%	5.7%	7.1%	0.0%	0.0%	30.0%

3. テレビや動画のスポーツ中継で見る競技（全体、性別）

- スポーツ中継でよく見る競技としては、プロ野球（50.9%）、フィギュアスケート（36.9%）、テニス（35.0%）、マラソン、駅伝（34.2%）が3割以上で上位。
- このうち、プロ野球は男性、フィギュアスケートは女性、の割合がそれぞれ高い。
- サッカーについては、Jリーグ（26.1%）よりもJリーグ以外のサッカー（28.5%）のほうが高い。いずれも男性の割合が高い。

Q.テレビや動画配信のスポーツ中継でよく見る競技をすべて選んでください。(MA)

※n=テレビや動画配信でスポーツ中継を見る人

単位：%

		男性 (n=273)	女性 (n=236)
プロ野球	50.9	60.4%	39.8%
フィギュアスケート	36.9	21.2%	55.1%
テニス	35.0	33.0%	37.3%
マラソン、駅伝	34.2	33.7%	34.7%
Jリーグ以外のサッカー	28.5	34.4%	21.6%
Jリーグ	26.1	33.0%	18.2%
卓球	22.8	18.7%	27.5%
競技場の陸上競技	19.8	21.2%	18.2%
水泳競技	19.6	16.8%	22.9%
バレーボール	17.5	16.8%	18.2%
ゴルフ	17.3	21.2%	12.7%
アマチュア野球	13.6	15.4%	11.4%
バドミントン	13.4	11.0%	16.1%
バスケットボール	8.6	11.4%	5.5%
トップリーグ	6.9	8.8%	4.7%
トップリーグ以外のラグビー	5.3	7.7%	2.5%
その他	6.3	7.7%	4.7%

■全体(n=509)

※性別で5%以上の差がある場合、高いほうに色づけ

3. テレビや動画のスポーツ中継で見る競技（性年代別）

- すべての属性で5位以内に挙げた競技は、プロ野球とテニスのみ。
- よく見る層に特徴がある競技は以下のとおり。
 - フィギュアスケートと卓球 ⇒ 女性 ※卓球は40～60代中心
 - Jリーグ ⇒ 男20～40代
 - Jリーグ以外のサッカー ⇒ 男女の20～30代
 - マラソン、駅伝 ⇒ 男性と女50～60代

Q.テレビや動画配信のスポーツ中継でよく見る競技をすべて選んでください。(MA)

※各属性の割合上位5位までを掲載

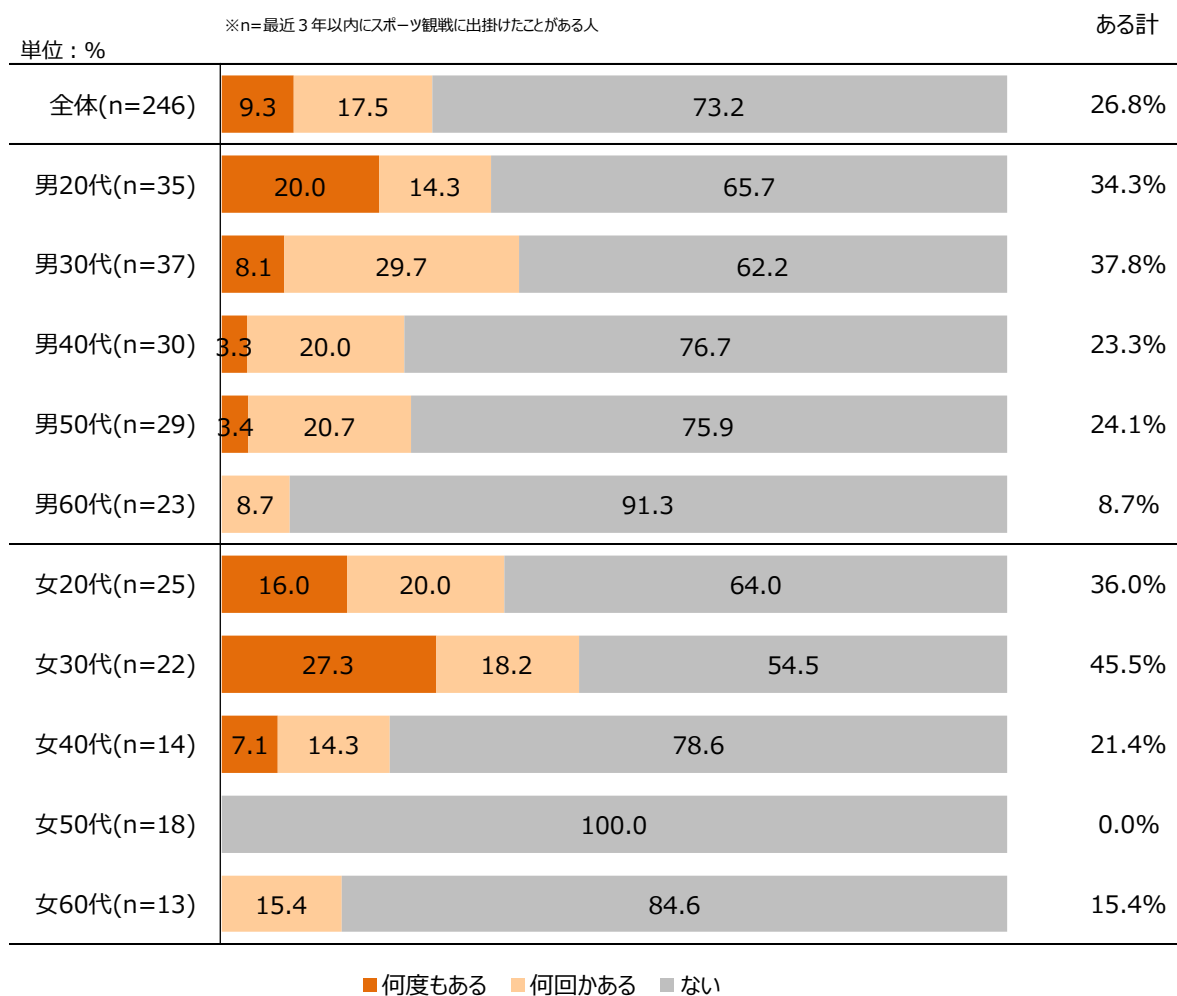
※n=テレビや動画配信でスポーツ中継を見る人

男20代(n=56)	プロ野球 60.7%	Jリーグ以外のサッカー 41.1%	Jリーグ 39.3%	テニス 26.8	マラソン、駅伝 21.4
男30代(n=53)	プロ野球 67.9%	Jリーグ 49.1%	Jリーグ以外のサッカー 49.1%	テニス 35.8	マラソン、駅伝 30.2
男40代(n=54)	プロ野球 66.7%	Jリーグ 27.8%	テニス 27.8	マラソン、駅伝 27.8	卓球 25.9
男50代(n=55)	プロ野球 60.0%	テニス 38.2	マラソン、駅伝 38.2	Jリーグ以外のサッカー 34.5%	フィギュアスケート 25.5
男60代(n=55)	マラソン、駅伝 50.9	プロ野球 47.3%	ゴルフ 38.2	テニス 36.4	競技場の陸上競技 34.5
女20代(n=44)	フィギュアスケート 40.9	プロ野球 34.1%	Jリーグ以外のサッカー 22.7%	テニス 20.5	卓球 18.2
女30代(n=47)	プロ野球 51.1%	フィギュアスケート 46.8	Jリーグ 31.9%	Jリーグ以外のサッカー 31.9%	テニス 31.9
女40代(n=43)	フィギュアスケート 55.8	テニス 44.2	プロ野球 39.5%	卓球 37.2	バドミントン 27.9
女50代(n=53)	フィギュアスケート 58.5	マラソン、駅伝 49.1	プロ野球 43.4%	テニス 41.5	卓球 28.3
女60代(n=49)	フィギュアスケート 71.4	マラソン、駅伝 49.0	テニス 46.9	プロ野球 30.6%	卓球 30.6

4. パブリックビューイングへの参加経験

- 最近3年以内にスポーツ観戦に出掛けたことがある人におけるパブリックビューイングへの参加経験の割合（「何度もある」「何回かある」の合計）は26.8%。
- 「何度もある」は、女30代（27.3%）、男20代（20.0%）、女20代（16.0%）で高い。
- 「何度もある」と「何回かある」の合計割合（ある計）は、男女とも若い年代で高い。

Q.オリンピックやワールドカップなどの大きな大会の際に企画されるパブリックビューイングに参加したことがありますか。
(SA)



● スポーツは、「やる」よりも「見る」ほうが好まれる

スポーツに対する興味について、「見るのも、やるのも関心はない」と回答したのは28.0%であり、7割以上が「見る」または「やる」のが好きと回答した。スポーツに興味を持つ層が多数を占めている。全体では、「見るのも、やるのも好き」が30.0%、「やるのは好き」が9.9%、「見るのは好き」が32.1%であり、「見る」を好む人が多い。

- 「見るのも、やるのも好き」と「やるのは好き」の合計割合を「やるのが好き」
- 「見るのも、やるのも好き」と「見るのは好き」の合計割合を「見るのが好き」と定義すると

「やるのが好き」の割合は、男性では若い年代ほど高く、20代（64.3%）と30代（51.4%）で5割以上、女性では30代（41.4%）で最も高い。逆に低いのは女50代（25.7%）と女40代（27.1%）である。女20代（32.9%）と女60代（31.5%）も3割台と低い。「やる」に関しては、若い年代を中心とした男性で割合が高い。

一方、「見るのが好き」をみると、女40代（47.1%）を除く各層で5割を超えている。男性では各年代で6～7割台、女性では40代を除く各年代で5～6割台である。「見る」については、属性による割合の偏りが小さく、絶対的な割合も高い。

性別や年齢を問わず幅広い属性をカバーできること、潜在的な市場が大きいことがスポーツを「見る」分野の特徴である。テレビや動画配信のスポーツ中継には、観戦者の増加に向けて十分な潜在力がある。

● 現状では、スポーツ中継でよく見られる競技は限られている

テレビや動画配信のスポーツ中継で3割以上が「よく見る」とした競技は、プロ野球（50.9%）、フィギュアスケート（36.9%）、テニス（35.0%）、マラソン、駅伝（34.2%）の4競技である。このうちプロ野球とフィギュアスケートは性別による偏りが大きく、前者は男性、後者は女性の割合が高い。ただし、プロ野球は女性のなかでも2番目に割合が高い競技であり、性別や年代を問わず、スポーツ中継として好まれる競技である。

一方、フィギュアスケートは男性では上位6番目に位置付けられており、割合も21.2%である。スポーツ中継として女性には好まれるが、男性にはいまひとつの競技である。このほかの競技では、テニスは性別や年代を問わず好まれる競技であり、マラソン、駅伝は男性の各年代と女性の50～60代に好まれる競技である。フィギュアスケートは男性、マラソン、駅伝は女性の若い年代の視聴者がそれぞれ少ない。

サッカーについてみると、スポーツ中継を「よく見る」とした割合では、Jリーグ以外のサッカー（28.5%）がJリーグ（26.1%）を上回っており、プロよりも大学や高校などのアマチュアのほうが好まれている。サッカーのスポーツ中継は、競技レベルの高さではない要素によって視聴モチベーションが喚起されている可能性がある。競技レベルがより高い海外サッカーを簡単にスポーツ中継で見られることも、影響していると思われる。いずれのサッカー中継とも男性の割合が高いのが特徴であり、年代別で見ると、若い年代に比べて、高い年代の割合が低い。

トピックスリサーチ

スポーツ観戦に関するマーケティングデータ
～メディアでの観戦 編～

発行日 2019年 5月 31日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp