

スポーツ観戦に関する
マーケティングデータ
～現地での観戦 編～

朝日大学マーケティング研究所

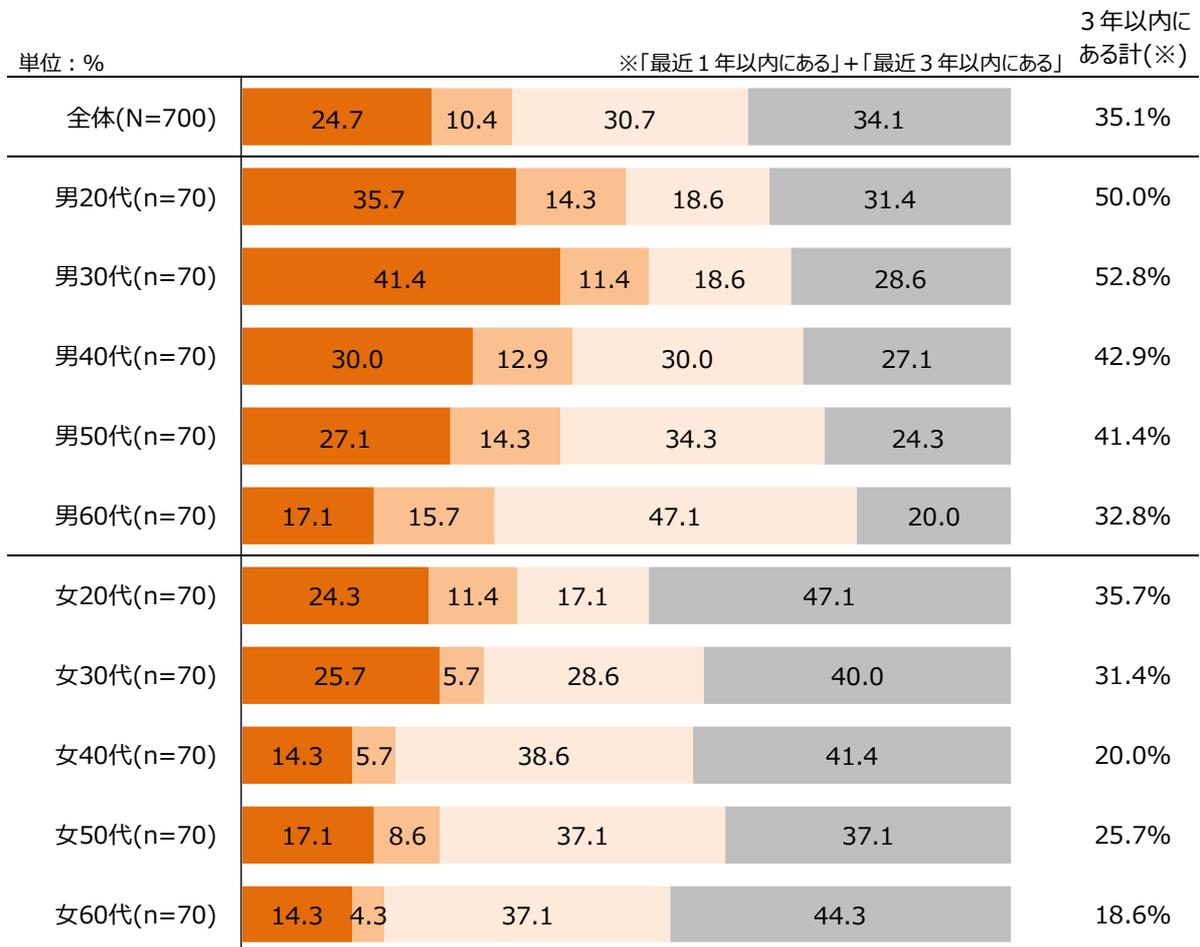
- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2019年 5月24日 (金) ~ 5月28日 (火)
- 調査対象 : 関東在住の女性 20歳~69歳
- 有効回答 : 700名

【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
<hr/>			
合計	350名		350名

- 最近1年以内では24.7%、最近3年以内では35.1%、にスポーツ観戦の経験がある。
- 全年代で女性より男性ほうが「ある計」（「最近1年以内にある」+「最近3年以内にある」）の割合が高い。
- 最近3年以内のスポーツ観戦の割合は、男女とも20～30代で高く、男性では5割以上。
- 最近1年以内に限ると男女とも30代で最も高い。

Q:会場や球場に出掛けて、スポーツ観戦をしたことがありますか。(SA)



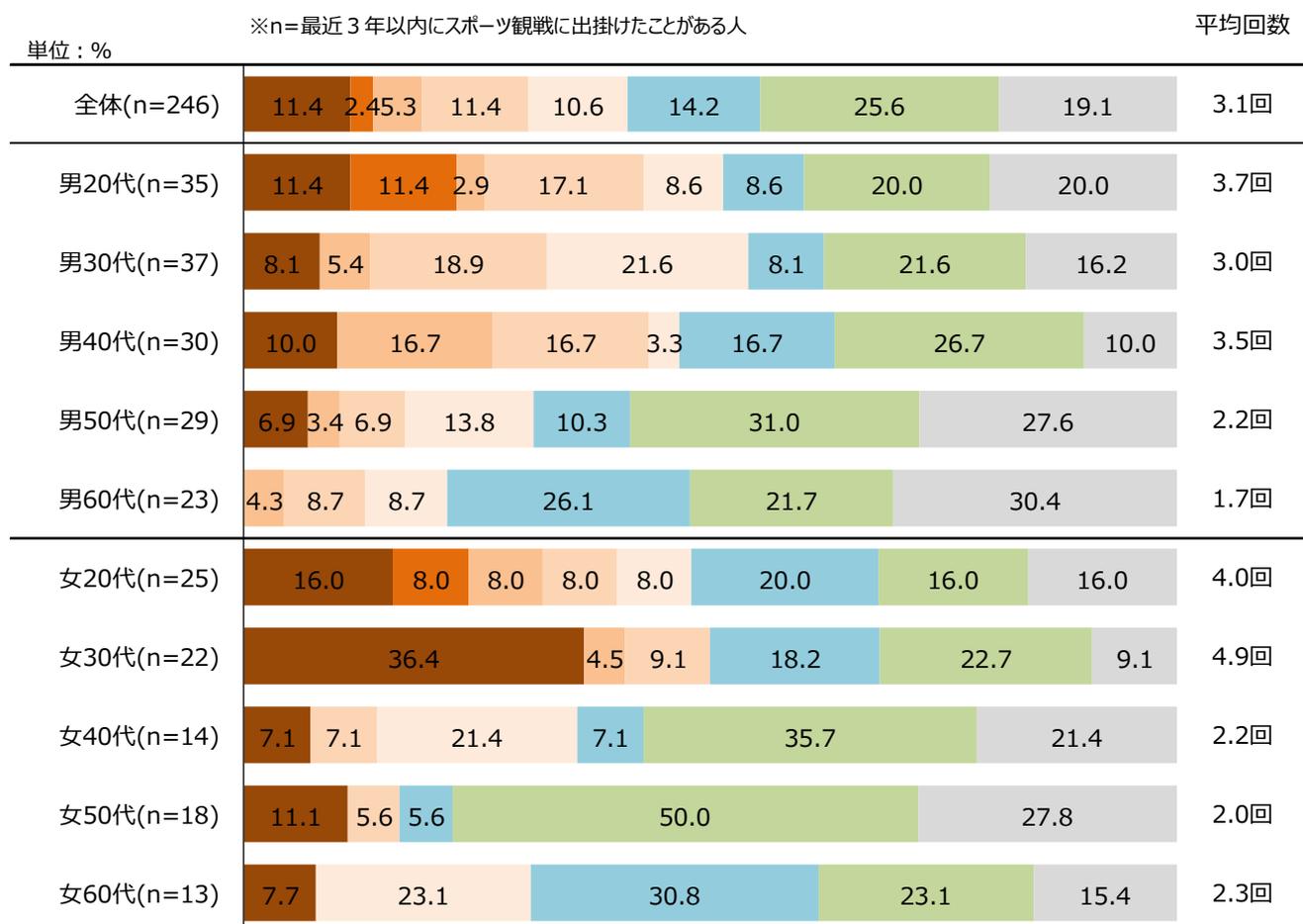
※ある計：「最近1年以内にある」+「最近3年以内にある」

■ 最近1年以内にある ■ 最近3年以内にある ■ それ以上前ならある ■ ない

2. 1年以内のスポーツ観戦の回数

- 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最近1年以内のスポーツ観戦の平均回数は3.1回。
- 平均回数は若い年代で多く、男性では20～40代、女性では20～30代が多い。
- 「10回以上」の割合は女30代（36.4%）で突出しており、また20～30代では男性より女性のほうが平均回数が多い。

Q.最近1年間では、スポーツ観戦のために会場や球場に何回出掛けましたか。(SA)



※平均回数：8～9回=8.5、6～7回=6.5、4～5回=4.5、その他は選択肢の回数で加重平均値を計算

■ 10回以上 ■ 8～9回 ■ 6～7回 ■ 4～5回 ■ 3回 ■ 2回 ■ 1回 ■ 最近1年間では0回

3. 最近1年以内にスポーツ観戦に出掛けた競技

- 最近1年以内にスポーツ観戦に出掛けた競技としてはプロ野球（62.8%）が突出。プロ野球は男性（69.1%）だけでなく、女性（52.6%）においても5割を超える。
- 他にJリーグ（24.1%）とアマチュア野球（12.1%）で1割を超えている。前者は男性、後者は女性の割合がそれぞれ高い。

Q.最近1年間にスポーツ観戦に出掛けた競技をすべて選んでください。(MA)

※n=最近1年以内にスポーツ観戦に出掛けたことがある人

単位：%

		男性 (n=123)	女性(n=76)
プロ野球	62.8	69.1%	52.6%
Jリーグ	24.1	27.6%	18.4%
アマチュア野球	12.1	10.6%	14.5%
Jリーグ以外のサッカー	9.5	8.1%	11.8%
トップリーグ	8.0	9.8%	5.3%
マラソン、駅伝	7.5	8.1%	6.6%
トップリーグ以外のラグビー	6.5	7.3%	5.3%
バスケットボール	6.0	4.1%	9.2%
テニス	5.0	2.4%	9.2%
バドミントン	5.0	2.4%	9.2%
バレーボール	4.5	3.3%	6.6%
競技場の陸上競技	4.5	4.9%	3.9%
ゴルフ	4.0	4.1%	3.9%
卓球	2.5	0.8%	5.3%
フィギュアスケート	2.0	0.0%	5.3%
水泳競技	1.5	0.0%	3.9%
その他	6.5	8.1%	3.9%

■全体(n=199)

※性別で5%以上の差がある場合、高いほうに色づけ

4. 今後スポーツ観戦に出掛けたい競技

- 今後スポーツ観戦に出掛けたい競技でもプロ野球（60.2%）が突出。
- サッカー競技に対する潜在的な観戦希望は強く、Jリーグ（31.7%）は2番目、続く3番目にはJリーグ以外のサッカー（27.2%）が挙げられている。
- 他にも割合が1割以上の競技は多く、実態（前頁ご参照）に比べて観戦希望の割合は高い。
- 女性ではフィギュアスケート（27.2%）が2番目に割合の高い競技。

Q. 今後（も）、スポーツ観戦に出掛けたい競技をすべて選んでください。(MA)

※n=最近3年以内にスポーツ観戦に出掛けたことがある人

単位：%

		男性 (n=154)	女性(n=92)
プロ野球	60.2	61.7%	57.6%
Jリーグ	31.7	35.1%	26.1%
Jリーグ以外のサッカー	27.2	29.9%	22.8%
テニス	19.1	16.2%	23.9%
アマチュア野球	17.9	19.5%	15.2%
マラソン、駅伝	16.7	16.9%	16.3%
フィギュアスケート	16.7	10.4%	27.2%
競技場の陸上競技	13.4	14.3%	12.0%
バレーボール	13.0	13.6%	12.0%
トップリーグ以外のラグビー	11.4	13.0%	8.7%
バスケットボール	11.4	11.7%	10.9%
トップリーグ	11.0	10.4%	12.0%
卓球	10.2	8.4%	13.0%
ゴルフ	9.8	6.5%	15.2%
水泳競技	8.9	7.1%	12.0%
バドミントン	7.3	5.2%	10.9%
その他	4.9	5.2%	4.3%

■ 全体(n=246)

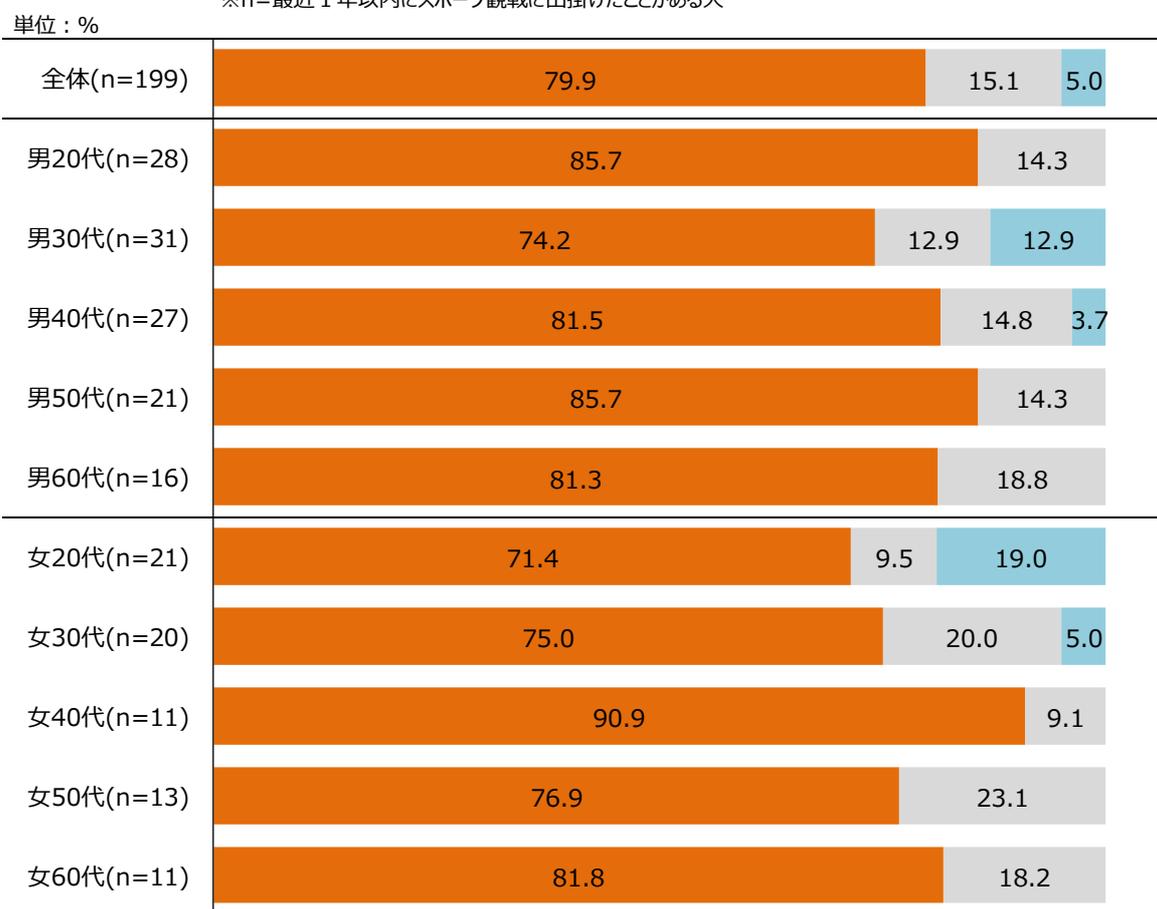
※性別で5%以上の差がある場合、高いほうに色づけ

5. 最近1年間でスポーツ観戦に出掛けた際のパターン

- スポーツ観戦に出掛けた際のパターンとしては、「前々から予定して出掛けることが多い」が79.9%と多数を占める。
- 「思いつきなどで急に出掛けることが多い」とした割合は、女20代（19.0%）、男30代（12.9%）で高い。各層で「どちらも同じくらい」とした割合も9.1%～23.1%の範囲であり、急に出掛けるパターンも少数だがどの層でも有り得る。

Q.最近1年間でスポーツ観戦に出掛けた際には、どちらのパターンが多かったですか。(SA)

※n=最近1年以内にスポーツ観戦に出掛けたことがある人



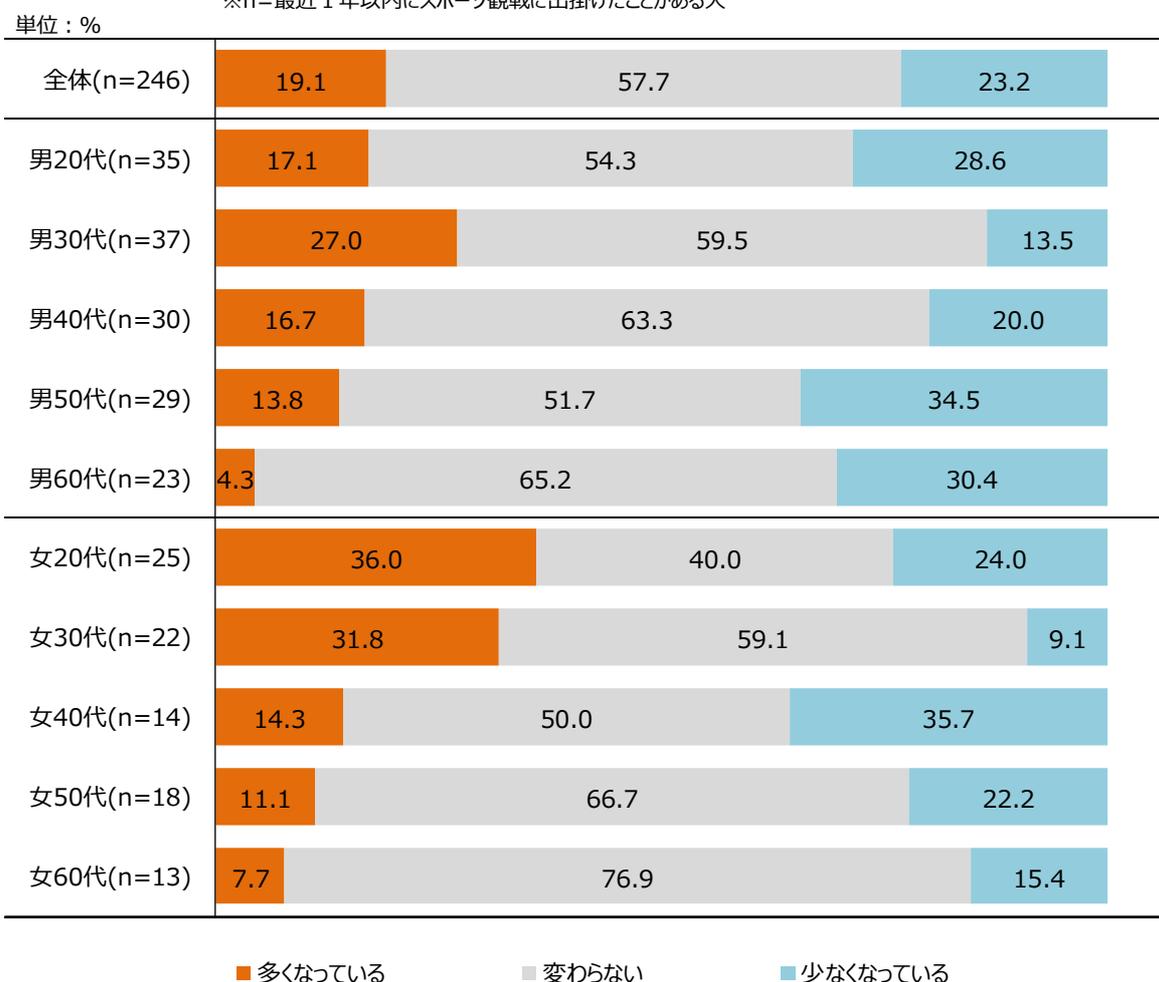
■ 前々から予定して出掛けることが多い ■ どちらも同じくらい ■ 思いつきなどで急に出掛けることが多い

6. スポーツ観戦に出掛ける回数の変化（3年前との比較）

- スポーツ観戦に出掛ける回数の変化を3年前との比較で見ると「変わらない」（57.7%）が半数を超えており、「多くなっている」（19.1%）、「少なくなっている」（23.2%）がそれぞれ約2割を占める。
- 「多くなっている」の割合は若い年代で高く、女20～30代で3割台と最も高い。男性でも30代（27.0%）で最も高い。
- 「少なくなっている」の割合は、女40代（35.7%）、男50代（34.5%）、男60代（30.4%）で3割以上。

Q. 3年前に比べて、会場や球場にスポーツ観戦に出掛ける回数は変化していますか。(SA)

※n=最近1年以内にスポーツ観戦に出掛けたことがある人



● スポーツ観戦に出掛ける若い女性が増加

最近3年間にスポーツ観戦に出掛けたことがある層における最近1年間のスポーツ観戦の平均回数は3.1回であった。平均回数は、男女とも若い年代で多い。20～30代の平均回数を性別で比べると、女性は4回台、男性は3回台であり、女性が男性を上回る。

また3年前に比べたスポーツ観戦に出掛ける回数の変化をみると、「多くなっている」と回答した割合は、女20代（36.0%）で最も高く、女30代（31.8%）も3割を超えている。

対照的に高い年代層では低い（女40代：14.3% 女50代：11.1% 女60代：7.7%）。

加えて、男性で最も割合が高い男30代（27.0%）でも3割に届かない。

最近1年間のスポーツ観戦の平均回数とその変化を見る限り、スポーツ観戦に対する関心、意欲は若い女性で上昇傾向にある。スポーツ観戦の機会がもともと多い男性もこれまで通り大切だが、今後は若い女性も主要ターゲットの一角として捉えるべきである。すでに若い女性の観戦者を増やし、そのリピーター化に成功している事例も多々見受けられる。

女20～30代では、最近1年間でスポーツ観戦に出掛ける際、「前々から予定して出掛けることが多い」と回答した割合が7割台と他の性別や年代に比べて低い。これは「思いつきなどで急に出掛けることが多い」のパターンが相対的に多いことを示す。計画的であっても突発的であっても、若い女性が余暇の過ごし方を考える際、スポーツ観戦を選択肢として思い浮かべること、そして、スポーツ観戦を魅力的な過ごし方として評価すること、が具現化するマーケティング戦略が求められる。

● スポーツ観戦に出掛けたいが、実現していない競技が多数

■ 出掛けた競技（＝実績）

最近1年間にスポーツ観戦に出掛けた競技としては、プロ野球（62.8%）が他に突出。男性（69.1%）はもちろん女性（52.6%）でも5割を超えており、プロ野球に並ぶ集客実績を持つ競技は他に見当たらない。他に出掛けた割合が1割を超えたのはJリーグ（24.1%）とアマチュア野球（12.1%）の2競技のみである。

■ 出掛けたい競技（＝意向）

対して今後スポーツ観戦に出掛けたい競技としては、やはりプロ野球（60.2%）が突出しており、男性（61.7%）でも女性（57.6%）でも1番に挙がっている。意向と実績のギャップが小さい。

他にも意向の割合が高い競技は多く、16競技のうち13競技で1割を超えている。

そのなかでもサッカーは野球に次いで意向の割合が高く、Jリーグ（31.7%）が2番目、Jリーグ以外のサッカー（27.2%）が3番目に挙げられている。どちらも意向に実績が追いついておらず、プロ野球のように出掛けたい気持ちが実現している状態とは言えない。

女性におけるフィギュアスケートも実績（5.3%）と意向（27.2%）のギャップが大きい。

同じことは、テニス、アマチュア野球、マラソン・駅伝など他の多くの競技にもあてはまる。

観戦に足が向かない要因を探り解消することで、意向の強さを反映した実績を期待できる競技は多い。その際は、障害の除去（＝行きたくない要素を取り除く）だけでなく、魅力の増加（＝行きたい要素をもっと増強する）も集客力の強化に向けて有力な戦略である。

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
～現地での観戦 編～

発行日 2019年 6月 30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