

スポーツ観戦、生派？テレビ派？ネット派？

～コロナ禍を経てスポーツ観戦も変わる？～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：坂田政一）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第192号として、オンラインスポーツ観戦に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータ提供や当社担当者が解説を差し上げることもできますので、お気軽にお問い合わせください。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

■ サッカーワールドカップ4割強が観戦予定

今年はサッカーワールドカップイヤー。11月20日から12月18日にかけて、22回目のFIFAワールドカップがカタールで開催される予定です。

大会を観戦する予定があるかを聞いたところ(図表1)、何らかのかたちで観戦する予定の人が45.3%、「観戦する予定はない」と回答した人が54.7%でした。観戦予定がある人のうち、最も割合が高かったのが「テレビ中継(放送の録画含む)で」の39.4%です。

また、自分でプレイする場合と、観戦する場合の両方で、一番好きなスポーツを聞いたところ(図表非掲載)、サッカーをプレイするのが一番好きと答えたのは5.1%で、「野球(高校野球を除く)」「テニス」「ゴルフ」に次いで4位でした。観戦については、「野球(高校野球を除く)」が20.4%で1位。サッカーは9.1%で2位でした。

(ちなみにこの質問では、「プレイするのが好きなスポーツはない」人が42.0%、「観戦するのが好きなスポーツはない」人が30.6%いました。)

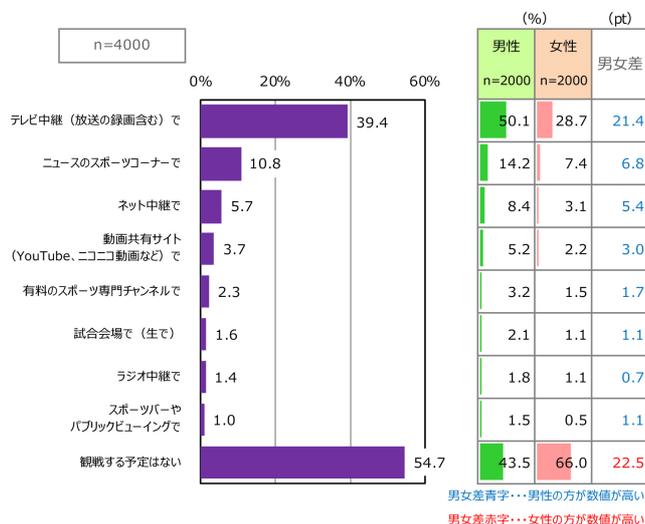
それでも4割強の人が観戦するのは、一番ではなくてもサッカーが好きという人がある程度いることや、規模の大きい大会だからということも考えられます。

■ 東京オリンピックは見た？

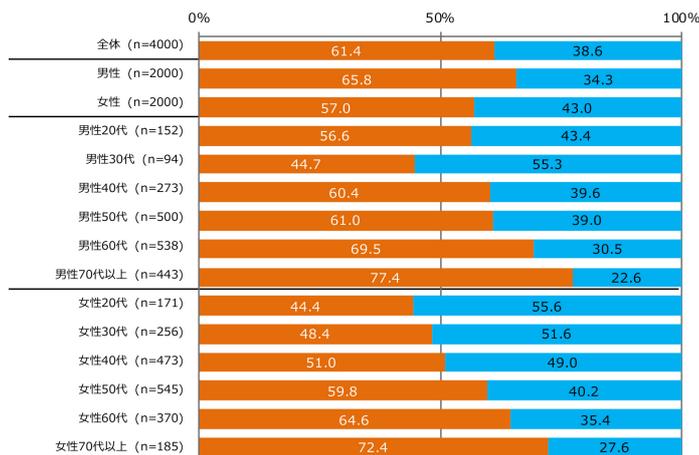
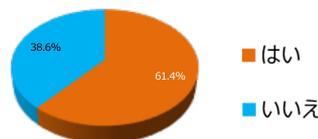
大規模なスポーツ大会と言うと、去年は東京オリンピック・パラリンピックが開催されました。会場での観戦、テレビやネットでの視聴など、形態を問わず、観戦したかどうかを聞いたところ(図表2)、観戦した人は61.4%、観戦しなかった人は38.6%でした。

先程のFIFAワールドカップでは観戦予定の人が4割強でしたが、それを上回る割合の人々がオリンピックを観戦したようです。ただ、性年代別に観戦した人の割合を見ると、男女ともに年齢層が高くなるほど、観戦した割合が高く、年齢層が低いほど、観戦した割合も低くなっています。スポーツへの関心が薄いのか、オリンピックに興味なかったのか、テレビを見る機会が少ないからか、何が理由なのでしょう。

図表1 「あなたは2022FIFAワールドカップカタール大会を観戦する予定ですか。観戦予定の方は、予定している観戦(視聴)形式をお答えください。(お答えはいくつでも)」への回答



図表2 「あなたは東京2020オリンピック・パラリンピックを観戦しましたか。(お答えは1つ) ※会場での観戦、テレビやネットでの視聴など、形態は問いません」への回答



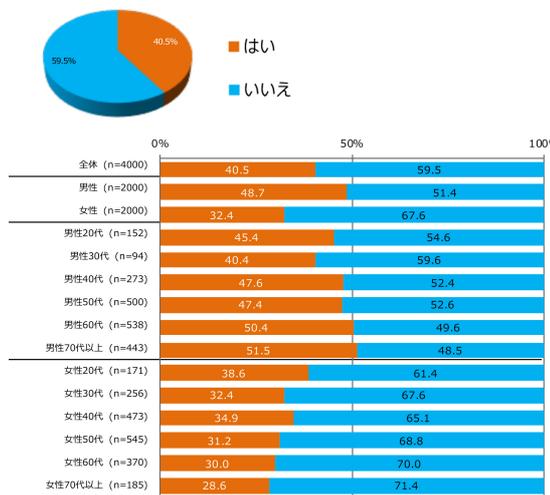
■ 「生で観戦したい！」は4割にとどまる

コロナ禍の影響でほとんどの試合で無観客という時期もありました。試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をしたいかを聞くと(図表 3)、「はい」が 40.5%、「いいえ」が 59.5%という結果で、生観戦派のほうが少数派ということがわかりました。性別に見ると、男性のほうが生で見たい割合がどの年代でも高いです。また、男性は年齢が上がるほど、若干ですが生で見たい割合が高い傾向になるのと比べ、女性のほうが年代が上がるほど生で見たい割合が低いという逆の結果になっています。

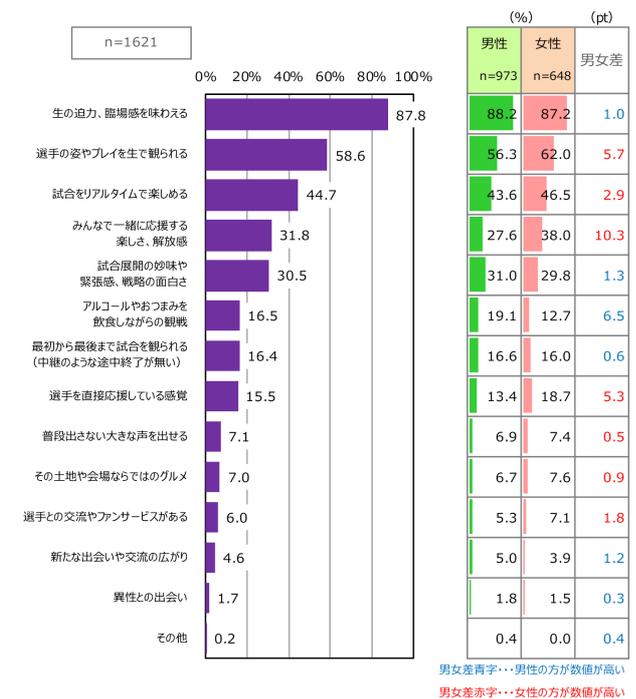
生で観戦したいという人を対象に、その目的や理由、生で観戦するきっかけを聞いたところ(図表 4)、「生の迫力、臨場感を味わえる」(87.8%)がダントツで1位でした。2位以下は「選手の姿やプレイを生で観られる」(58.6%)、「試合をリアルタイムで楽しめる」(44.7%)、「みんなで一緒に応援する楽しさ、解放感」(31.8%)

と続きます。「みんなで一緒に応援する楽しさ、解放感」については、ほかの項目と比べて男女で差が大きく、女性のほうが10ポイント以上高い割合になっています。

図表 3 「あなたは試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をしたいと思えますか。(お答えは1つ)」への回答



図表 4 「試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦するきっかけや目的、行きたい理由を教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



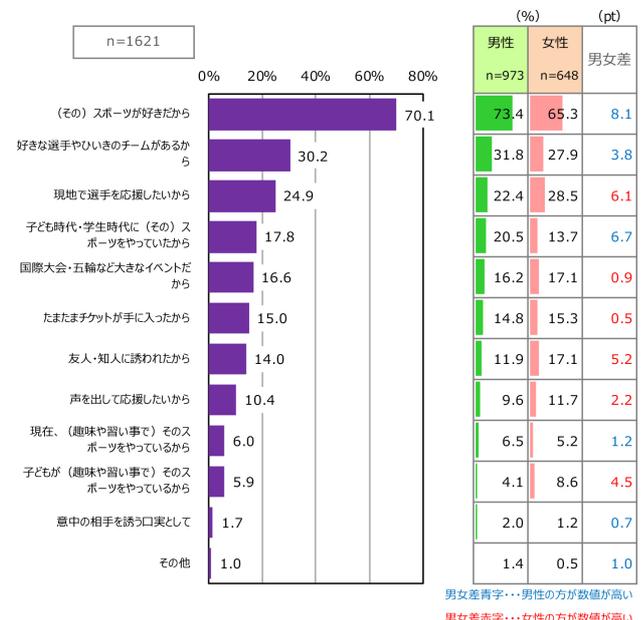
■ 「生がいい」「生はいや」それぞれの理由

次に生で観戦する魅力を聞くと(図表 5)、「(その)スポーツが好きだから」(70.1%)がほかを大きく引き離して最も高い割合でした。

3位の「現地で選手を応援したいから」(24.9%)は女性のほうが6.1ポイント高いですが、先程の、試合会場などに足を運ぶ理由(図表 4)でも、「選手を直接応援している感覚」は女性のほうが高い割合でした。選手を「推す」感覚は女性のほうが強いかもしれません。

では逆に、生でスポーツ観戦したくない人はどんな理由を挙げているのでしょうか(次ページ図表 6)。最も割合が高いのは「人混みが苦手だから」(43.3%)、2位が「テレビやネットで落ち着いて観戦したいから」(31.5%)です。3位以下は「(その)スポーツに興味がないから」(28.5%)、「会場までが遠いから」(26.1%)、「お金がかかるから」(25.4%)と続きますが、周りにたくさんの方がいない環境のほうが落ち着いてスポーツ観戦できると感じている人が多いようです。

図表 5 「試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をする魅力は何だと思いますか。(お答えはいくつでも)」への回答



■ 「スポーツ動画、ネットで毎日見る」人はどのくらい？

最近ではインターネットでもスポーツの中継が行われたり、スポーツ専門のネット配信サービスが誕生したりしています。オンラインでのスポーツ観戦は徐々に浸透していくと予想されますが、動画共有サイト（YouTube、ニコニコ動画など）や SNS（Twitter やインスタグラムなど）などで、よりカジュアルなかたちでスポーツを見ている人はどの程度いるのでしょうか。

それらのサービスで、編集されたスポーツ動画を見ることがあるかを聞いたところ（図表 7）、「まったく見ない」という人は 56.1%でしたが、「毎日のように見る」人が 9.2%、「1週間に1回は見る」という人が 13.0%いました。

年代別では「毎日のように見る」割合は、若いほど高く、男性 20 代では 27.6%と、4 人に 1 人を超えています。

編集されたスポーツ動画を見ることのある人に、最も見る頻度の高い動画の再生時間を聞くと（図表 8）、「5 分以上 10 分未満」が 26.9%と一番高い割合でした。

「2 分半以上 5 分未満」（19.3%）、「5 分以上 10 分未満」（18.9%）と合わせると、2 分半から 30 分未満までの範囲で合計が 65.1%になります。

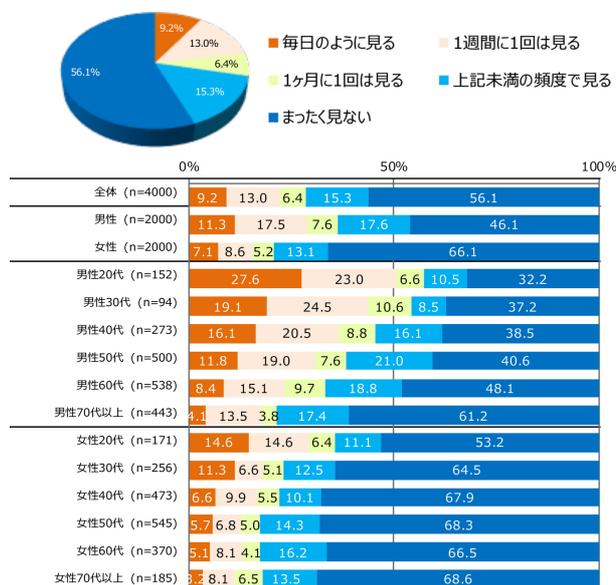
一方、「1 分以上 2 分半未満」という人が 10.6%、さらに短い「1 分未満」と回答した人も 10.9%います。もともとごく短時間の視聴を想定していた TikTok やインスタグラムのような SNS だけでなく、Youtube でも短い動画は通常の動画とは別枠の扱いを受けるようになりました。

編集された動画は中継を見るよりも見どころが凝縮されているものですが、じっくり見たい派だけでなく、瞬間的においしいシーンだけ見たいという需要も確実にあるようです。

図表 6 「試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をしたくない理由を教えてください。（お答えはいくつでも）」への回答



図表 7 「あなたは動画共有サイト（YouTube、ニコニコ動画など）や SNS（Twitter やインスタグラムなど）で、編集されたスポーツ動画を見ることありますか。（お答えは 1 つ）※広告や勝手に再生が始まるものは除きます。」への回答



図表 8 「普段あなたが動画共有サイト（YouTube、ニコニコ動画など）や SNS（Twitter やインスタグラムなど）で見る、編集されたスポーツ動画の長さ（再生時間）はどのくらいですか。最も見る頻度が高いスポーツについて教えてください。（お答えは 1 つ）」への回答



■ コロナ禍を経て、有観客試合が復活

もともと会場での現地観戦が好きな人は、コロナ禍でストレスを感じた人もいます。まだコロナ以前と同様というわけではありませんが、「声出しが制限されていても、やはり現地で見るとは格別だ」という人がたくさんいました。一方で、「生で見るのは好きだけど、混雑がないからテレビやネットでの観戦もいい」という人も。特に公共交通機関を普段から利用している人から「試合後の混雑はどうにかしてほしい」という声もありました。

《スポーツ観戦について考えることや、いい思い出、失敗談など》

【現地のよさ、テレビのよさ】

- 会場観戦は魅力的だが、テレビ観戦は会場観戦では見られない面白さもある。サッカーやラグビーなどは、テレビ観戦の方がゲームの全体を俯瞰できるし、細かいプレイもよく見える。テニスもしかりだし、大相撲も同じだ。
(男性70代以上)
- ハイビジョン化されて知ったこと、感じるが増えた。たとえば相撲の行司さんの衣装にしても、ハイビジョン以前では、あんなにキレイだったと知らなかった。音も画も、カメラも編集も、どんどん良くなっている。(男性60代)

【よりよい現地観戦を】

- コミュニティーを深めるという意味で、試合会場で試合を見るだけでなく、マルシェやフードなど、オリジナルで楽しめるアトラクションがあるといいと思う。子どもの遊び場だけではなく、オトナも楽しめるイベントを考えてほしい。(女性50代)
- 野球の場合、メジャーリーグのように、球場に来たファンにプレミアグッズや記念品の配布や、球場ならではの催し物や球団所在地のグルメの屋台を出すとか、球団の地元と組んでの応援ツアーを計画してほしい。(男性60代)
- 会場に行くといつもと違う雰囲気味わえる。だけど、小さい子たちが親と一緒に来るためにも、それ専用の席とか食事施設もあった方がより今後のためになると思う。小さい子たちに、汚いやじとかは見せたくない。(男性60代)
- 現地に行かないとわからない球場の情報、応援歌や振り付けで盛り上がる応援の仕方など、現地に行って初めて知ることがたくさんある。それを知ることによって一体感を得られることがうれしかった。でも、帰るのが大変(開催場から出るまでが時間がかかる、交通機関はすし詰め状態)なのが何とかしてほしいところですね。(女性40代)
- スポーツ観戦をしたくても、駐車場が混んでいる、アクセスが悪い、並ぶ、グッズ販売もゆっくり見られないなど、問題点もある。(女性60代)
- 会場で一体となって応援できるように、応援方法についての冊子を配ってほしい。ネットが使えるようにフリーwi-fiにして、動画で応援の方法を教えてください(男性50代)

【静かな観戦にも魅力がある】

- 学生時代に剣道をしていたため、歓声を飛ばすという行為に慣れない。少し前までプロ野球も観ていたが、野次や暴言に耐えかね離脱。コロナ禍の無観客試合で、ボールがミットに収まる音などの臨場感が斬新に思えた。静かに観たい層に向けた観戦のより多い選択肢があるといいなと思う。(女性40代)
- テレビで見るよりも臨場感があって、選手たちとプレーを共有している気持ちになれるのは現地観戦の魅力だが、落ち着いて見たいときもあるので、静かに見られる場所もほしい。(男性50代)

【ネットのおかげで】

- 会場で観戦すると臨場感はあるが、交通機関が混みあうのでネットで視聴の方が気楽でいい。(男性20代)
- ネットのおかげでマイナー競技やマイナー種目が見られるようになったのは嬉しい。(女性50代)
- ネット中継でカメラのアングルを自由に選べるようになったらいい。(女性30代)

《 「オンラインスポーツ観戦」に関する意識調査 質問一覧 》

- 【クロス集計用】 1.あなたは日常的にスポーツをしていますか。(eスポーツを除く) (お答えは1つ)
- 【クロス集計用】 2.あなたは東京2020オリンピック・パラリンピックを観戦しましたか。(お答えは1つ) ※会場での観戦、テレビやネットでの視聴など、形態は問いません。
- 【クロス集計用】 3.あなたが一番好きなスポーツ(自分でプレイする)を教えてください。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用】 4.あなたが一番好きなスポーツ(観戦する)を教えてください。(お答えは1つ)

- Q1.あなたはスポーツ(国際大会、五輪などを含む)を観戦することがありますか。観戦することがある方は、スポーツ観戦(視聴)のしかたを教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q2.あなたは試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をしたいと思いませんか。(お答えは1つ)
- Q3.試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦するきっかけや目的、行きたい理由を教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q4.試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をする魅力は何だと思いませんか。(お答えはいくつでも)
- Q5.試合会場などに足を運んで生でスポーツ観戦をしたくない理由を教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q6.あなたは継続的に(年に1回以上)スポーツを観戦していますか。継続的に観戦している方は、以下のスポーツについて観戦(視聴)形式をそれぞれ教えてください。(お答えはそれぞれいくつでも)
- Q7.あなたは動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)やSNS(Twitterやインスタグラムなど)で、編集されたスポーツ動画を見ることがありますか。(お答えは1つ) ※広告や勝手に再生が始まるものは除きます。
- Q8.普段あなたが動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)やSNS(Twitterやインスタグラムなど)で見る、編集されたスポーツ動画の長さ(再生時間)はどのくらいですか。最も見る頻度が高いスポーツについて教えてください。(お答えは1つ)
- Q9.あなたは2022FIFAワールドカップカタール大会を観戦する予定ですか。観戦予定の方は、予定している観戦(視聴)形式をお答えください。(お答えはいくつでも)
- Q10.あなたの考えるスポーツ観戦の魅力や、試合会場での観戦についての改善案など、スポーツ観戦について思うこと、考えることなどを教えてください。(お答えは具体的に)(自由回答)

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「オンラインスポーツ観戦」に関する意識調査を実施。

期間：2022年9月28日～10月3日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なピックアップなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介や、当社担当者が解説を差し上げることもできます)

株式会社プラネット 広報部(河合)

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp