

# 国際スポーツイベントに関する調査【自主調査】

## － 調査結果 －

Vol.01 Nov/ 5/ 2013

楽天リサーチ株式会社

<http://research.rakuten.co.jp/>

### ■ データの二次利用について ■





- ・貴社内、及び貴社のお取引様へのプレゼンテーション等、関係者間での二次利用は可能とします。
- ・本資料の調査結果を広告制作物に活用する等、不特定多数に公開する形での二次利用は厳禁とします。

# I. 調査概要

<b>調査目的</b>	2020年国際スポーツイベント東京開催決定を受け、国際スポーツイベントに関する意識と、スポーツ全般の認知状況、生活全般の実態について、定点的に観察することを目的とする。																																
<b>調査手法</b>	インターネット調査																																
<b>対象者条件</b>	【性別】 男女 【年齢】 15～69歳 【地域】 全国																																
<b>回収数</b>	本調査: 2,400サンプル <本調査割付> <table border="1" data-bbox="757 1024 1912 1209"> <thead> <tr> <th></th> <th>10代</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>男性</th> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>1200</td> </tr> <tr> <th>女性</th> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>1200</td> </tr> <tr> <th>計</th> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> <td>2400</td> </tr> </tbody> </table>		10代	20代	30代	40代	50代	60代	計	男性	200	200	200	200	200	200	1200	女性	200	200	200	200	200	200	1200	計	400	400	400	400	400	400	2400
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	計																										
男性	200	200	200	200	200	200	1200																										
女性	200	200	200	200	200	200	1200																										
計	400	400	400	400	400	400	2400																										
<b>調査期間</b>	2013年10月11日(金)～10月15日(火)																																
<b>調査実施機関</b>	楽天リサーチ株式会社																																

# III. 調査の要約

※ 数表内の網掛け

-  全体値より10%以上高いもの
  -  全体値より 5%以上高いもの
  -  全体値より 5%以上低いもの
  -  全体値より10%以上低いもの
- 但しN=30未満は除く  
(以降のページも同様)

## 国際スポーツイベントに対する興味・意識

### 国際スポーツイベント開催への興味度

- ◆ 国際スポーツイベントへの興味度は69%。  
「非常に興味がある」(18%)、「興味がある」(24%)、「まあ興味がある」(28%)。
- 男女とも高年層で興味度が高い。

### 国際スポーツイベント開催への興味度(Q1)

		(N)	興味度 (%)							興味がある (計)
			非常に興味がある	興味がある	まあ興味がある	どちらともいえない	あまり興味がない	興味がない	まったく興味がない	
全体		(2400)	17.7	23.8	27.9	7.8	10.5	2.8	9.5	69.4
性年代	男性	10代 (200)	24.0	15.5	27.5	7.5	9.5	3.0	13.0	67.0
		20代 (200)	20.5	23.0	21.5	5.0	10.5	2.5	17.0	65.0
		30代 (200)	14.5	22.0	24.5	7.0	12.5	5.5	14.0	61.0
		40代 (200)	16.0	22.5	32.5	9.5	10.0	2.0	7.5	71.0
		50代 (200)	18.5	33.0	26.5	10.5	7.0	1.5	3.0	78.0
		60代 (200)	24.5	29.0	29.0	4.5	8.5	2.0	2.5	82.5
	女性	10代 (200)	17.5	25.5	18.5	9.0	10.0	3.5	16.0	61.5
		20代 (200)	12.5	20.5	34.0	7.5	10.5	3.0	12.0	67.0
		30代 (200)	16.5	23.5	26.5	8.5	10.0	2.5	12.5	66.5
		40代 (200)	15.5	20.5	28.0	8.5	14.5	2.5	10.5	64.0
		50代 (200)	15.5	24.5	36.0	9.0	8.5	2.0	4.5	76.0
		60代 (200)	17.0	26.0	30.0	7.0	14.5	3.5	2.0	73.0
エリア	首都圏 (778)		20.7	24.8	24.6	7.7	9.8	3.1	9.4	70.1
	東京都 (303)		17.5	31.0	25.4	9.9	8.6	2.0	5.6	73.9
	その他地域 (1622)		16.3	23.3	29.5	7.8	10.9	2.7	9.6	69.1

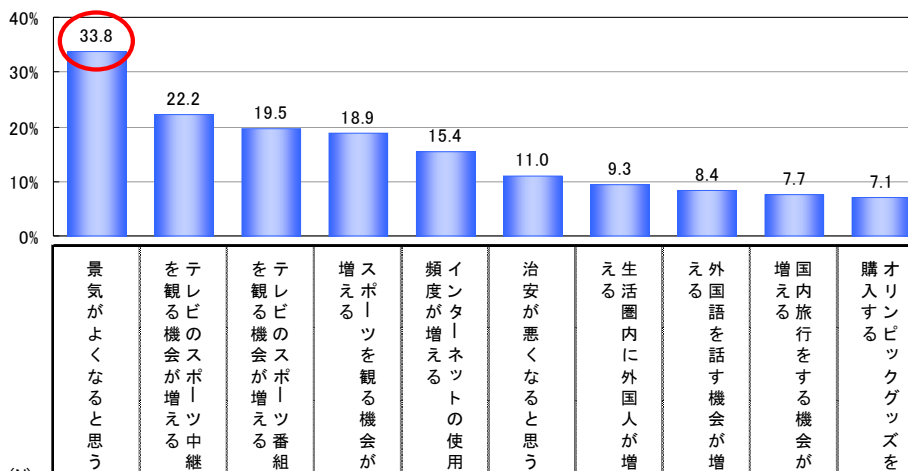
【対象者: 全員】

## 国際スポーツイベントに対する興味・意識（続き）

### 国際スポーツイベント開催までの生活の変化

- ◆ 「景気がよくなると思う」(34%)がトップ。
- 以下、「テレビのスポーツ中継を観る機会が増える」(22%)、「テレビのスポーツ番組を観る機会が増える」(20%)、「スポーツを観る機会が増える」(19%)など、**スポーツ中継・観戦に関する項目が上位**。
- 男女『60代』で上位項目のスコアが高い傾向がみられる。
- 『東京都』では「外国語を話す機会が増える」「東京に住み続ける」が高い。

### 国際スポーツイベント開催までの生活の変化(Q4)<TOP10>



		(N)	景気がよくなると思う	テレビのスポーツ中継を観る機会が増える	テレビのスポーツ番組を観る機会が増える	スポーツを観る機会が増える	インターネットの使用頻度が増える	治安が悪くなると思う	生活圏内に外国人が増える	外国語を話す機会が増える	国内旅行をする機会が増える	オンラインショッピングをする機会が増える	
全体		(2400)	33.8	22.2	19.5	18.9	15.4	11.0	9.3	8.4	7.7	7.1	
性年代	男性	10代	(200)	34.5	19.5	15.0	17.0	21.0	9.5	10.5	11.5	9.0	11.0
		20代	(200)	27.5	10.5	11.0	14.5	9.0	12.0	9.0	8.0	5.5	5.0
		30代	(200)	28.0	21.5	17.5	21.0	14.0	10.5	8.0	5.5	9.0	4.0
		40代	(200)	32.5	17.0	14.0	16.0	10.5	12.5	6.0	6.5	7.5	6.5
		50代	(200)	38.5	28.0	23.5	23.0	20.5	9.0	8.5	8.5	8.5	8.5
		60代	(200)	47.5	30.0	25.0	26.0	20.0	9.5	11.5	8.0	8.5	5.0
	女性	10代	(200)	35.5	16.5	12.0	13.5	15.5	8.0	10.0	12.5	7.0	8.0
		20代	(200)	34.0	22.0	20.0	22.5	11.0	14.0	13.0	6.5	11.0	8.5
		30代	(200)	35.0	22.5	21.5	18.5	11.5	14.5	6.0	9.0	8.0	8.5
		40代	(200)	33.0	21.5	20.5	16.0	13.5	14.0	13.5	8.5	5.0	8.5
		50代	(200)	29.5	25.0	24.5	20.5	15.5	6.5	8.0	6.0	6.5	6.0
		60代	(200)	30.0	32.0	30.0	18.5	22.5	12.0	8.0	10.0	7.0	5.5
エリア	首都圏	(778)	35.7	22.4	19.2	18.8	14.9	13.6	14.0	10.8	4.8	7.5	
	東京都	(303)	33.0	21.1	16.2	19.5	12.5	15.2	14.2	15.2	5.3	6.9	
	その他地域	(1622)	32.9	22.1	19.7	19.0	15.6	9.7	7.1	7.2	9.1	6.9	

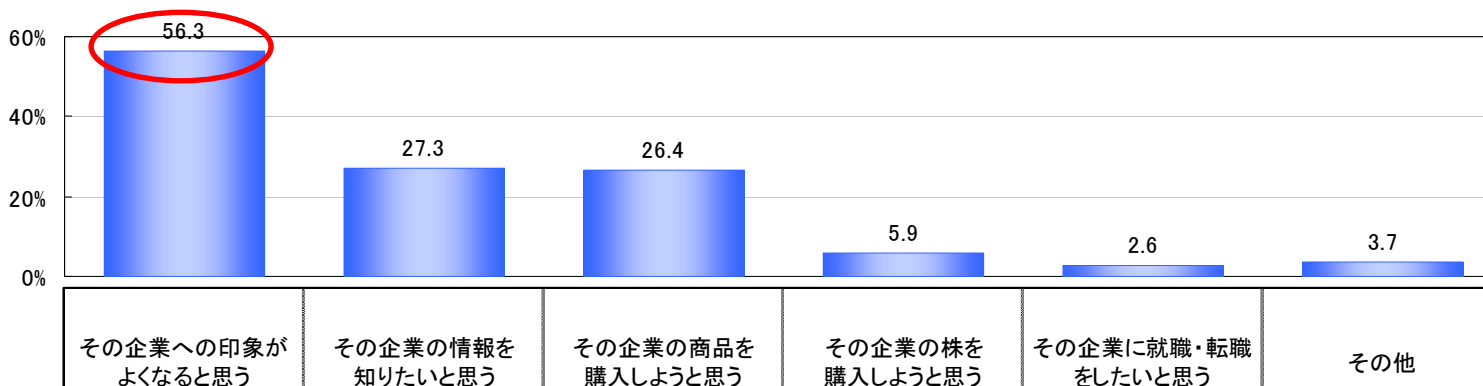
【対象者: 全員】

## 国際スポーツイベント協賛企業に対する評価

### 国際スポーツイベント協賛企業に対する行動喚起

- ◆ 「その企業への印象がよくなると思う」(56%)が最も高い。
  - 男女「60代」で「その企業への印象がよくなると思う」が特に高い。
  - また、「その企業の情報を知りたいと思う」は、特に「男性10~40代」で高さが目立つ。

### 国際スポーツイベント協賛企業に対する行動喚起(Q13)



		(N)	その企業への印象がよくなると思う	その企業の情報を知りたいと思う	その企業の商品を購入しようと思う	その企業の株を購入しようと思う	その企業に就職・転職をしたいと思う	その他
全体		(1246)	56.3	27.3	26.4	5.9	2.6	3.7
性年代	男性	10代 (97)	46.4	37.1	29.9	8.2	10.3	2.1
		20代 (96)	47.9	41.7	24.0	11.5	3.1	1.0
		30代 (82)	43.9	45.1	31.7	6.1	2.4	3.7
		40代 (76)	55.3	32.9	23.7	5.3	2.6	2.6
		50代 (114)	60.5	16.7	28.1	13.2	0.9	4.4
		60代 (125)	65.6	17.6	24.8	6.4	0.0	3.2
	女性	10代 (93)	52.7	31.2	24.7	2.2	7.5	3.2
		20代 (103)	60.2	33.0	17.5	1.9	1.0	2.9
		30代 (110)	54.5	28.2	29.1	6.4	1.8	6.4
		40代 (113)	51.3	25.7	29.2	2.7	3.5	5.3
		50代 (123)	61.0	16.3	27.6	4.1	0.8	4.1
		60代 (114)	67.5	15.8	26.3	3.5	0.0	4.4

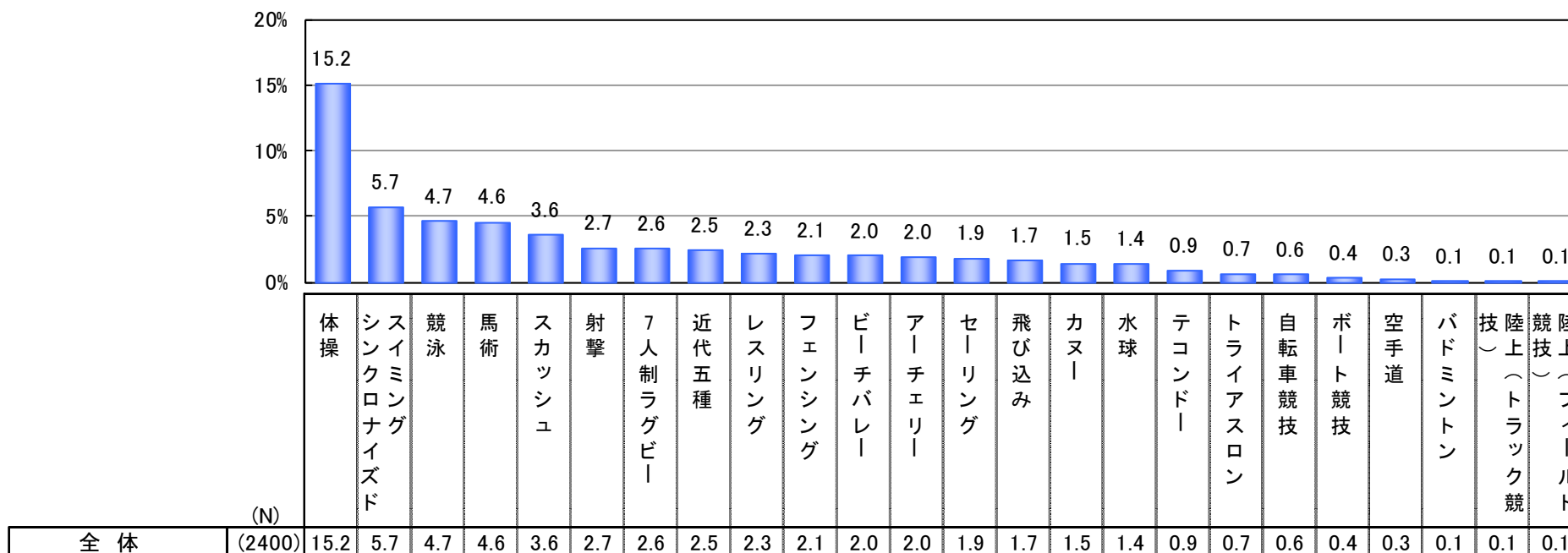
【対象者:オリンピック協賛企業好意者】

## スポーツ競技

### 新規観戦潜在受容

- ◆ 観戦経験と今後の観戦意向の差分で見ると、「体操」の新規観戦受容が高い。
  - 男女ともに「体操」がトップ。調査実施時期が「世界体操選手権」の直後だったことも要因と考えられる。

### 新規観戦潜在受容(Q22-Q20)



【対象者: 全員】