

報道関係各位

2023年1月19日  
株式会社クロス・マーケティング

## スポーツ観戦を楽しむ人は56% 中高年で高い 2年以内に会場で観戦した人は、今後もリアル観戦意向が強い

—スポーツに関する調査（2022年）観戦編—

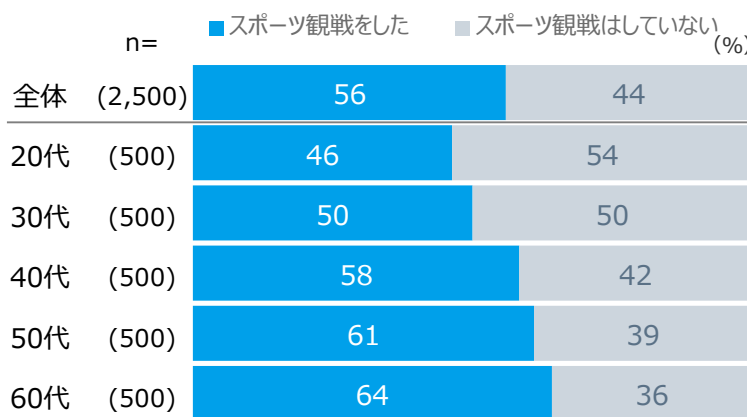
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年12月、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「スポーツに関する調査（2022年）」を実施しました。今回は、スポーツ観戦編として、観戦の有無、観戦したスポーツ、観戦スタイルの現状と今後、感動した経験・体験とそのシーン、推しチームと推し選手などを聴取り分析をしました。

### ■調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【スポーツ観戦経験】** 22種類のスポーツを提示し、試合会場やテレビ・ネット配信などによる最近1～2年間のスポーツ観戦を確認した。スポーツ観戦経験は56%であり、男性の観戦経験63%と女性より14pt高い。年代が高くなるほど観戦経験は高まる。50～60代の観戦経験は高く6割を超える。性・年代別に最も観戦経験が高いのは男性50代の69%、低いのは女性20代の40%と女性30代の41%である。＜図1＞観戦したスポーツは、「FIFAワールドカップ」「日本のプロ野球」「高校野球」で20%台。特に、女性50～60代において「フィギュアスケートなどの冬季スポーツ」観戦経験が他の競技を押さえて最も高かった。また、60代は、サッカー以外のスポーツ観戦経験の高さが目立つ。＜図2＞
- ✓ **【観戦スタイル】** 観戦経験のある人のうち9割が、「無料のテレビ放送・ネット配信」で観戦をしていた。「有料の放送・動画配信サービス」での観戦は16%、競技会場へ行って観る「リアル観戦」が13%と続く。有料の放送・動画配信サービスは「DAZN」「ABEMA」「WOWOW/WOWOWオンデマンド」が多い。＜図3＞今後の観戦スタイルは、「無料のテレビ放送・ネット配信」が58%と最も多く、次いで「リアル観戦」が14%であった。リアル観戦経験者は、一体感や臨場感が経験できる楽しさを知っているからか、「リアル観戦」意向が72%と極めて高い。＜図4＞
- ✓ **【感動体験と推しチーム・選手】** スポーツを観戦し感動した経験のある人は58%、年代が高いほど割合が高まる傾向であり、60代は72%を占めた。具体的には、オリンピック、プロ野球、WBC、高校野球、サッカー、駅伝、ラグビーなど、様々な感動シーンの声が聞かれた。＜図5＞推しチームは、「阪神タイガース」「読売ジャイアンツ」「広島東洋カープ」など、プロ野球球団が多くあがった。推し選手の一番人気は「大谷翔平」であり、野球、フィギュアスケート、サッカーなど、いろいろなスポーツのアスリートの名があげられた。＜図6＞

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/sports/20230119sports/>

＜図1＞最近1～2年間のスポーツ観戦の有無（単一回答）



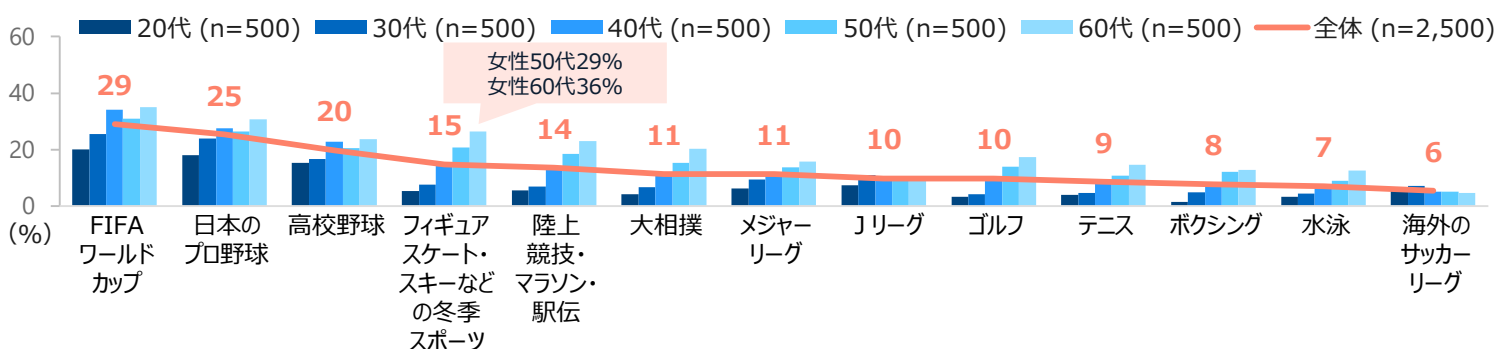
＜性年代別観戦率 (%)＞

性別	観戦計 (%)
男性	63
女性	49

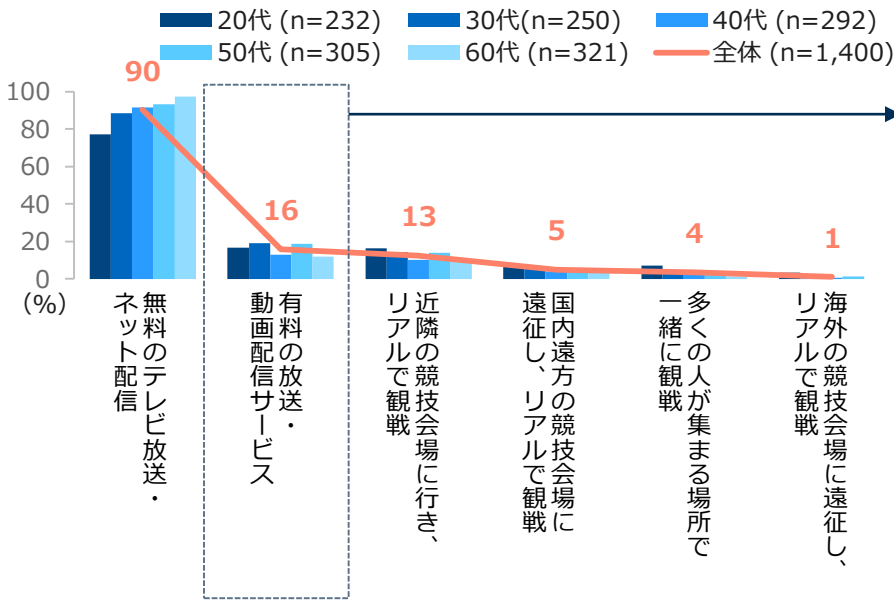
年代	男性 (%)	女性 (%)
20代 (n=250)	52	40
30代 (n=250)	59	41
40代 (n=250)	66	50
50代 (n=250)	69	53
60代 (n=250)	67	61

＜図2＞最近1～2年間に観戦したスポーツ（複数回答：n=2,500）※全体で5%以上の項目を抜粋



＜図3＞最近1～2年間のスポーツ観戦スタイル（複数回答）

※ベース：最近1～2年間にスポーツ観戦した人



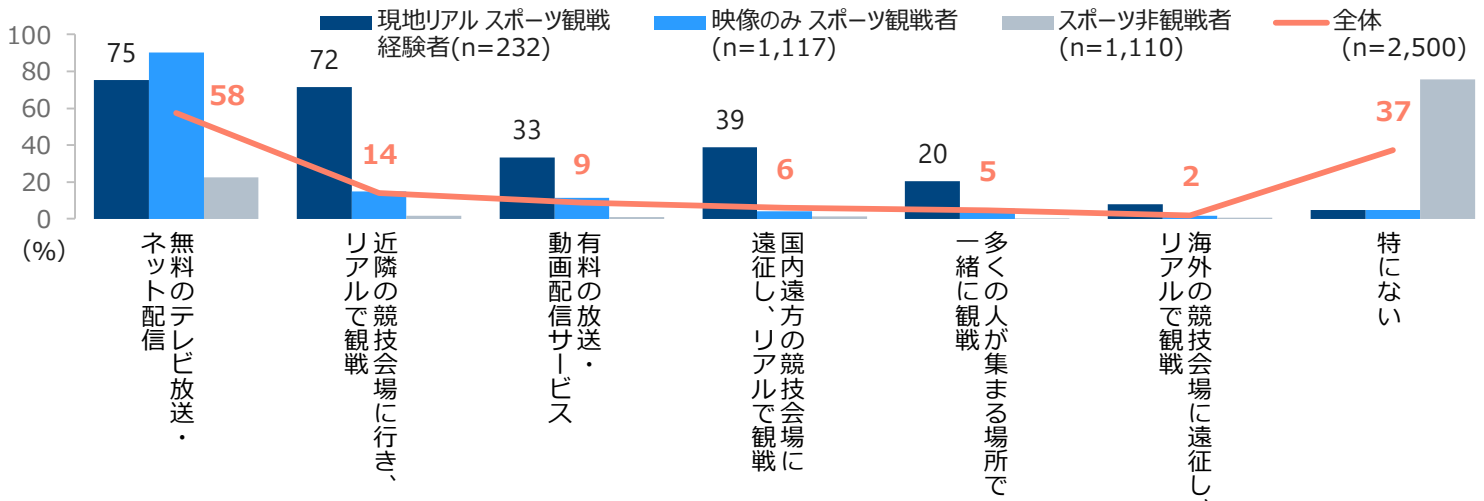
最近1～2年間にスポーツ観戦した

有料放送・動画配信サービス（複数回答）

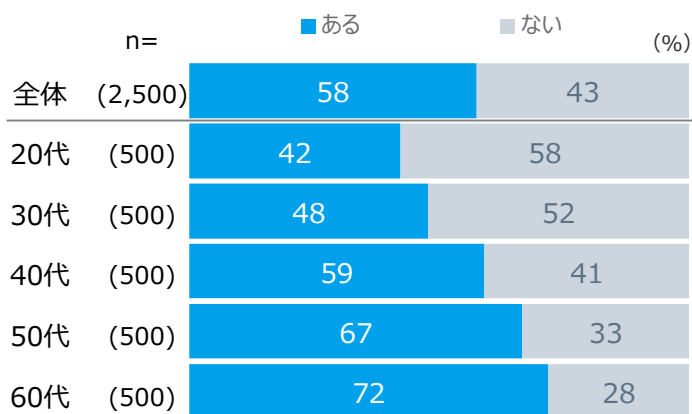
※ベース：最近1～2年間に有料動画配信サービスでスポーツ観戦した人（n=221）

順位	サービス名	割合 (%)
1位	DAZN	30
2位	ABEMA	22
3位	WOWOW/ WOWOWオンデマンド	18
4位	スカパー！オンデマンド	15
5位	J SPORTS/ J SPORTSオンデマンド	13
6位	Rakuten TV	7
7位	Hulu	6

＜図4＞今後観戦したいと思うスポーツ観戦スタイル（複数回答）



＜図5＞スポーツを見て感動した経験・体験の有無（単一回答）



感動した具体的なシーン（自由回答一部抜粋）

- **オリンピック、パラリンピック**  
パラリンピック2020の日本男子バスケの健闘に感動  
浅田真央さんが最後のオリンピックで演技したフリーを見て、努力したのだらうともらい泣き
- **野球、WBC、高校野球**  
村上の56号ホームランを球場で見たとき  
WBCイチローの勝ち越し2点タイムリー  
高校野球で球児のひたむきさに感動した
- **サッカー**  
今年のワールドカップで崖っぷちの状態から起死回生でグループリーグ首位通過をしたこと  
なでしこが優勝した時
- **駅伝**  
襷をつなぐのに毎回泣ける  
ブレーキがかかった選手の懸命な姿
- **ラグビー**  
W杯日本大会で日本代表がアイルランド代表に勝利した瞬間

**<図6> 推しチーム・推し選手**（自由回答一部抜粋）※上位10項目を抜粋

**推しチーム（応援するチーム）**

※略称などは、まとめてカウント

**推し選手（応援する選手）**

※フルネーム、苗字のみは別々にカウント

1位	阪神タイガース	73
2位	読売ジャイアンツ	68
3位	広島東洋カープ	42
4位	日本代表	32
5位	北海道日本ハムファイターズ	30
6位	東京ヤクルトスワローズ	28
7位	福岡ソフトバンクホークス	27
8位	サッカー日本代表/サムライ・ブルー	26
9位	埼玉西武ライオンズ	23
9位	中日ドラゴンズ	23

(件)

1位	大谷翔平	48
2位	大谷	18
3位	近本	15
4位	宇野昌磨	12
4位	羽生結弦	12
6位	三苫	10
6位	村上	10
8位	岡本	8
9位	三苫薫	7
9位	柳田	7

(件)

**■レポート項目一覧**

- 属性設問（性別／年齢／未既婚／居住地／同居家族／職業／住居形態／自家用車保有有無／世帯年収／ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果／体力の自信度／スポーツをすることの好意度）
- 調査結果サマリー

**▼調査結果詳細**

- 最近1～2年間に観戦したスポーツ
- 最近1～2年間のスポーツ観戦スタイル
- 最近1～2年間にスポーツ観戦した有料放送・動画配信サービス
- 競技会場でのリアル観戦ならではの楽しみとは
- 競技会場でのリアル観戦時に関連して購入・消費するもの
- スポーツ非観戦者が最近1～2年間にスポーツ観戦関連で見聞きしたもの
- 今後観戦したいと思うスポーツ観戦スタイル
- スポーツを見て感動した経験・体験の有無
- スポーツを見て感動した経験・体験（自由回答一部抜粋）
- 応援するチーム（推しチーム）・応援する選手（推し選手）（自由回答一部抜粋）

**▼参考資料**

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/sports/20230119sports/>

**■調査概要**

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2022年12月16日(金)～12月19日(月)  
 有効回答数 : 本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

**【会社概要】**

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

**◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆**

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

