

暑い夏をもっと熱くする、スポーツ観戦はやはりナマがいい！

～夏の屋外観戦に欠かせないモノ…女性は日焼け止め、男性はあの飲み物？～

国内1,300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：田上正勝）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113号として、スポーツ観戦に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータもご提供できますのでお気軽にお問い合わせください。

■ 女性はパートナーに連れられて、男性は一人でも、スタジアムへ！

2020年の東京五輪開催まであと一年。2019年9月にはラグビーW杯の日本大会も始まります。近年は海外で活躍する日本人選手の話も多く、スポーツシーンが熱いですね。そこで今回は、「スポーツ観戦」についてアンケートを実施。中でも、試合会場などに出かけ、生でスポーツ観戦する楽しみに注目しました。

はじめに、ふだんどのようにスポーツ観戦するかを聞きました(表1)。その結果、「テレビ中継で」が最も高く、次いで「試合会場で(生で)」、「ネット中継で」の順。「テレビ中継で」が6割で他のスタイルを大きく引き離していますが、「試合会場で(生で)」観戦する人も2割に上ります。いずれの観戦スタイルについても、男性が女性より高く、男性のほうがスポーツ観戦を好んでいます。

ただし性年代別に見ると、男性も年代で違いがありました。「テレビ中継で」は40代以上で高く、20代・30代と大きな差があります。しかし、「試合会場で(生で)」と「ネット中継で」は、20代～40代のほうが高くなっていました。20代・30代では「ふだんスポーツ観戦はしない」が上の世代に比べて高く、スポーツ観戦をする若者は減っていますが、積極的に試合会場に足を運んでいるのは若い愛好者。また、「ネット中継で」観戦するスタイルも浸透しているようです。

表1 「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。スポーツ観戦（視聴）のしかたを教えてください」 についての回答

	全体 (n=1,096)		男性 n=546	女性 n=550	男女差
	(%)				
テレビ中継で	60.3	67.6	53.1	14.5	
試合会場で(生で)	19.5	22.7	16.4	6.3	
ネット中継で	9.9	14.5	5.3	9.2	
ラジオ中継で	7.2	11.2	3.3	7.9	
スポーツバーやパブリックビューイングで	4.5	6.0	2.9	3.1	
ふだんスポーツ観戦はしない	35.2	27.5	42.9	15.4	

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い

男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

《 性年代別 》

	合計	テレビ中継で	試合会場 で(生で)	ネット中継 で	ラジオ中継 で	スポーツ バーやパ ブリック ビュー イングで	ふだん スポ ーツ 観 戦 は し な い
全体	1096	60.3	19.5	9.9	7.2	4.5	35.2
男性-20代	109	56.9	27.5	18.3	12.8	14.7	33.9
男性-30代	109	55.0	22.9	15.6	11.0	7.3	38.5
男性-40代	109	74.3	24.8	15.6	12.8	4.6	22.9
男性-50代	110	71.8	19.1	10.9	8.2	2.7	24.5
男性-60代以上	109	79.8	19.3	11.9	11.0	0.9	17.4
女性-20代	110	42.7	20.0	1.8	1.8	6.4	49.1
女性-30代	109	50.5	16.5	10.1	3.7	3.7	44.0
女性-40代	110	49.1	17.3	4.5	2.7	0.9	49.1
女性-50代	111	55.0	14.4	4.5	3.6	1.8	42.3
女性-60代以上	110	68.2	13.6	5.5	4.5	1.8	30.0

全体 ■ +10% ■ +5% ■ -5% ■ -10% (%)

試合会場で観戦をする人に、誰と行くことが多いかを聞いたところ(表2)、「同性の友人・グループで」が最も高く、特に男性では6割近くが回答。これに次ぐ「配偶者・パートナーと」は逆に女性で高く、実は女性ではこちらが1位。女性の場合、自分主体ではなく、男性に連れられていく人が多そうです。一方、男性では「自分1人で」が「同性の友人・グループで」に次ぐ2位。連れがなくとも、一人で観戦に行く男性は珍しくないのです。

表2 「試合会場にスポーツ観戦に行くとき、誰と行くことが多いですか」 についての回答

	全体 (n=214)		男性 n=124	女性 n=90	男女差
	(%)				
同性の友人・グループで	46.7%	57.3	32.2	25.0	
配偶者・パートナーと	41.1%	32.3	53.3	21.1	
自分1人で	29.9%	44.4	10.0	34.4	
子どもと	24.3%	25.8	22.2	3.6	
男女混合のグループで	17.8%	21.8	12.2	9.6	
家族みんな	16.8%	17.7	15.6	2.2	
異性の友人・グループで	15.9%	21.0	8.9	12.1	
親と	13.1%	12.1	14.4	2.3	
職場の同僚と	12.1%	18.5	3.3	15.2	
職場の上司や部下と	7.0%	11.3	1.1	10.2	
スポーツ好きの仲間やグループで	6.5%	8.9	3.3	5.5	
職場のグループで(間柄は問わない)	5.1%	7.3	2.2	5.0	
その他	0.0%	0.0	0.0	0.0	

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い

男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

■ テレビ中継で観戦したことがあるスポーツ 1位は、“夏の風物詩”のアレ

表3 「これまで次のスポーツを観戦をしたことがありますか。観戦（視聴）スタイル別にお答えください」
についての回答

全体(n=1096)	試合会場 で(生で)	ビ ュ ー イ ン グ ラ フ ッ ク ヤ	ス ポ ー ツ リ バ ッ ク ヤ	テ レ ビ 中 継 で	ラ ジ オ 中 継 で	ネ ッ ト 中 継 で	そ の ス ポ ー ツ を 観 戦
野球(高校野球を除く)	40.0	2.6	61.0	12.5	6.2	26.9	
高校野球	21.2	1.5	62.7	7.2	2.6	28.6	
ソフトボール	3.6	0.6	30.2	0.7	1.2	65.6	
大相撲	7.9	0.7	54.7	4.2	1.1	41.0	
サッカー	19.1	4.8	58.4	2.2	3.4	34.0	
テニス	4.5	1.0	53.9	0.8	2.6	42.9	
ラグビー	5.7	0.6	35.4	0.9	1.1	62.0	
ゴルフ	4.7	0.5	40.9	0.7	0.7	56.4	
バスケットボール	6.8	1.0	30.4	0.9	1.8	64.9	
バレーボール	5.2	0.3	51.6	0.7	0.9	45.6	
卓球	2.2	0.6	47.6	0.8	0.8	50.0	
ボクシング	3.4	0.8	47.0	0.9	1.2	50.0	
レスリング	1.8	0.6	39.9	0.8	0.6	57.8	
柔道	1.6	0.5	44.6	0.6	0.6	52.9	
陸上競技	4.2	0.8	52.0	1.1	1.2	44.6	
マラソン・駅伝	6.5	0.7	57.1	2.0	0.9	39.4	
体操・新体操	1.3	0.6	49.9	0.9	0.7	47.4	
水泳競技	2.7	0.5	53.8	0.9	0.7	43.2	

次に、スポーツの種類ごとに、観戦（視聴）スタイル別の観戦経験を尋ねました(表3)。すると、「試合会場で(生で)」も「テレビ中継で」も、「野球(高校野球を除く)」「高校野球」「サッカー」「大相撲」「マラソン・駅伝」の5つがトップ6に入りました。

ただし、観戦スタイルによって、順位は入れ替わります。「試合会場で(生で)」観戦している人が最も多いのは「野球」、「テレビ中継で」は「高校野球」でした。「高校野球」は、地元の地方大会には足を運び、甲子園の戦いはテレビで応援する、という人が多いと思われます。

■ “生でも観たい” テニスの観戦熱が急上昇

「ネット中継で」は、1位の「野球」に続いて、「サッカー」が2位に。さらに、「高校野球」と並ぶ同率3位に「テニス」が入りました。「テニス」は、「試合会場で(生で)」観戦したことがある人はわずかですが、「テレビ中継で」は6位に。さらに“今後生で観戦したい”スポーツを聞いた結果(表4)では5位にランクイン。錦織圭選手や大坂なおみ選手の活躍で関心が高まり、“生でも観たい”ファンが急増しているようです。サッカーやテニスは海外でのゲームが多く、中継で観戦するしかないという事情もあるでしょう。八村塁選手のNBAドラフト指名が話題のバスケットボールも、今後観戦熱が高まりそうですね。

“観戦（視聴）したことがある”

- 1位 野球(高校野球を除く) 73.1%
- 2位 高校野球 71.4%
- 3位 サッカー 66.0%
- 4位 マラソン・駅伝 60.6%
- 5位 大相撲 59.0%
- 6位 テニス 57.1%

「試合会場で(生で)」

- 1位 野球
- 2位 高校野球
- 3位 サッカー
- 4位 大相撲
- 5位 バスケットボール
- 6位 マラソン・駅伝

「テレビ中継で」

- 1位 高校野球
- 2位 野球
- 3位 サッカー
- 4位 マラソン・駅伝
- 5位 大相撲
- 6位 テニス

「ネット中継で」

- 1位 野球 2位 サッカー 3位 高校野球/テニス



表4 「今後、試合会場などに出かけて生で観戦したいスポーツを教えてください」
についての回答

全体(n=1,096)	(%)	男性 n=546	女性 n=550	男女差
野球(高校野球を除く)	32.8	40.3	25.3	15.0
サッカー	21.1	26.4	15.8	10.6
高校野球	17.8	21.2	14.4	6.9
大相撲	12.4	15.6	9.3	6.3
テニス	12.2	11.5	12.9	1.4
バレーボール	10.4	7.9	12.9	5.0
陸上競技	10.4	11.4	9.5	1.9
バスケットボール	10.1	11.5	8.7	2.8
体操・新体操	8.2	6.2	10.2	4.0
ボクシング	7.8	11.4	4.4	7.0
水泳競技	7.4	7.0	7.8	0.9
ラグビー	7.2	9.7	4.7	5.0
マラソン・駅伝	7.1	7.7	6.5	1.1
卓球	6.8	8.4	5.1	3.3
ゴルフ	4.6	7.5	1.6	5.9
柔道	3.6	4.9	2.4	2.6
レスリング	2.9	4.2	1.6	2.6
ソフトボール	2.6	3.5	1.8	1.7
その他	3.4	3.1	3.6	0.5
生で観戦したいスポーツはない	34.7	31.0	38.4	7.4

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い
男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

■ 夏のスポーツ観戦、女性には日焼け対策、男性にはビールが必須!?

これからの暑い季節、屋外でのスポーツ観戦に欠かせない必須アイテムを聞きました(表5)。注目したいのは男女差。ほぼすべての項目で、女性が男性を上回っていました。中でも、最も男性との差が大きかったのが「日焼け止め」、次いで「日傘」でした。試合会場に「日傘」とはミスマッチな気もしますが、夏の日差しの下での観戦には、万全の対策で臨まなければならないようです。一方、男性のほうが高いのは「アルコール飲料」と「携帯ラジオ」でした。

夏のスポーツ観戦時に飲食したいものを聞いた結果が表6。こちらもトップ10内で男性のほうが高かったのは「ビール」のみ。「ビール」は全体では5位ですが、男性の順位では3位にランクアップ。夏のスポーツ観戦、女性に欠かせないのは日焼け対策、男性の必須アイテムはビールで決まりですね。

ただし男性の「ビール」も、性年代別に見ると、20代・30代と40代～60代以上とで差が開きました。若年層の“ビール離れ”はスポーツ観戦の現場でも進んでいるようです。

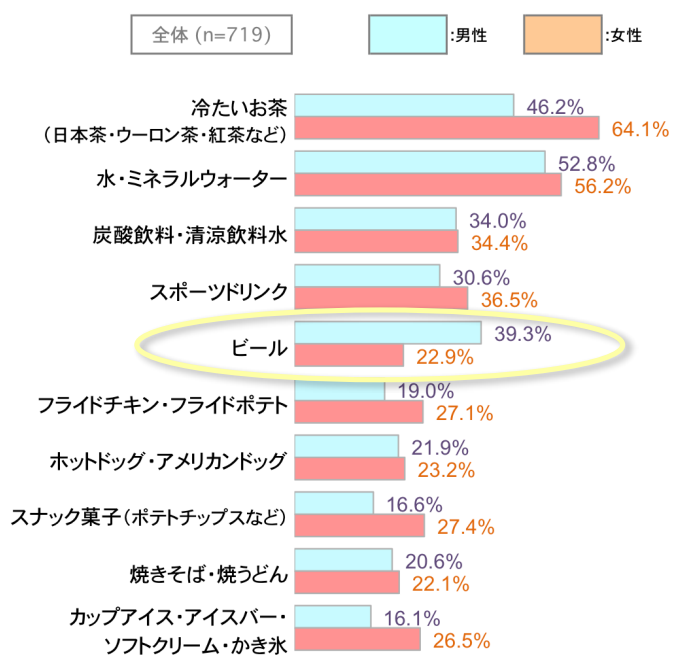
表5 「夏の屋外でスポーツ観戦する際、必須だと思うアイテムを教えてください」 についての回答

全体 (n=719)	男性 (n=379)	女性 (n=340)	男女差
ぼうし	62.5	82.4	19.8
タオル	60.2	76.8	16.6
水・清涼飲料水	55.1	68.5	13.4
日焼け止め	36.9	81.2	44.2
うちわ・携帯扇風機	34.6	53.2	18.7
汗ふきシート	22.4	42.1	19.6
保冷剤・氷枕	20.8	41.5	20.6
ウェットティッシュ	21.1	40.0	18.9
虫除けスプレー	18.5	40.3	21.8
サングラス	21.6	29.4	7.8
お菓子	12.7	31.2	18.5
制汗スプレー	15.6	27.1	11.5
日傘	7.1	31.2	24.1
オペラグラス・双眼鏡	15.0	21.8	6.7
虫さされ薬・かゆみ止め	10.6	22.9	12.4
レジャーシート	10.8	20.9	10.1
アルコール飲料	15.8	10.0	5.8
お弁当	11.6	14.1	2.5
携帯ラジオ	5.8	5.0	0.8
その他	1.3	0.9	0.4

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い

男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

表6 「夏のスポーツ観戦で、観戦しながら、または試合会場の売店や飲食コーナーで飲食したいものを教えてください」 についての回答 (トップ 10)



《「ビール」男性・年代別》

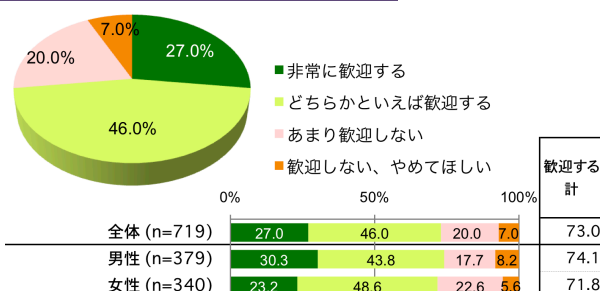
20代 (n=74) 23.0% 40代 (n=74) 47.3%
 30代 (n=72) 26.4% 50代 (n=88) 50.0%
 60代以上 (n=71) 48.9%

■ 賛成？ 反対？ スタジアム内の完全キャッシュレス化

敷地内でのチケット・飲食・グッズ購入において完全キャッシュレス化(非現金化)をスタートさせたスタジアムが登場し、話題を呼びました。そこで、スタジアム(試合会場)内のキャッシュレス化を歓迎するかどうかを調べました。すると、「非常に歓迎する」「どちらかといえば歓迎する」を合わせた、「歓迎する」計が7割を超えました。

試合会場は人と熱気でごった返す場所なので、おつりがいらずスムーズに支払いができるキャッシュレス化は通常の買い物以上に歓迎されそうです。

表7 「生でスポーツ観戦する際、利用するスタジアム(試合会場)内の完全キャッシュレス化(非現金化)を歓迎しますか」 についての回答



■ “迫力を体感” “知らない人と肩を組んで応援”…生観戦はやっぱり楽しい

生でスポーツ観戦をする魅力は何かを聞いてみました。断トツは「生の迫力、臨場感を味わえる」。男女ともに8割を超えていました。男女差に注目すると、女性のほうが大きく上回っていたのが「みんなで一緒に応援する楽しさ、開放感」。一方、「試合をリアルタイムで楽しめる」「最初から最後まで試合を観られる(中継のような途中終了がない)」は男性のほうが高くなっていました。男性はとにかくゲームをじっくりと味わいたい欲求があり、女性は試合だけでなく、会場の雰囲気を楽しんでいるようです。

生でスポーツ観戦したエピソードを教えてください、ライブならではの臨場感や興奮が伝わる回答が集まりました。選手と交流したりホームランボールをゲットしたりする喜びも、試合会場ならではの、現地で出会った同好の士と、仲よく盛り上がって応援するのも得がたい体験です。最近、足が遠ざかってしまったという人も、久しぶりに行きたくなりそうですね。

表8 「生でスポーツ観戦をする魅力は何だと思いますか」についての回答(トップ6)

	全体 (n=719)	男性 n=379	女性 n=340	男女差
	(%)			
生の迫力、臨場感を味わえる	82.6	80.7	84.7	4.0
選手の姿やプレイを生で観られる	42.7	42.2	43.2	1.0
試合をリアルタイムで楽しめる	38.1	40.1	35.9	4.2
試合展開の妙味や緊張感、戦略の面白さ	28.4	28.5	28.2	0.3
みんなで一緒に応援する楽しさ、開放感	23.4	20.8	26.2	5.3
最初から最後まで試合を観られる (中継のような途中終了がない)	17.0	18.7	15.0	3.7

男女差青字…男性のほうが数値が高い

男女差赤字…女性のほうが数値が高い

《 やはりライブは違う！ 生でスポーツ観戦をしたエピソード 》

【生の迫力、臨場感】

- スポーツ観戦はあまり興味がなかったが、高校野球の楽器演奏で応援についていったときに、生で観戦する興奮と臨場感を感じ、勝ち進むうれしさも感じる事ができた。初めて野球観戦が楽しいと思った。(女性・30代)
- 箱根駅伝を生で観戦して、迫力を体感できた。(男性・20代)
- テレビで観る感覚とは違い、選手の体がとても大きかった！(女性・20代)

【試合会場ならではの！ 選手とのふれあい】

- サッカーで好きな選手に声援を送ったら、手を振って応えてくれた。(女性・50代)
- ホームランボールをゲットした。(男性・50代)
- バレーボールの試合で、サインボールを自分の方向に投げてくれて、それを取ることができた。(男性・20代)

【知らない人と盛り上がる！】

- 一人でテニスの試合を観戦にいったが、たまたま隣の人と趣味が合い、会話が盛り上がり仲よくなった。その後もつきあいがある。(男性・20代)
- サッカー観戦のとき、ウェーブを体験した。知らない人との一体感がすばらしかった。(女性・60代以上)
- 知らない人とでも肩を組んでみんなで応援して、楽しかった。(女性・30代)

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トピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、角田)

Tel : 03-6432-0482 / E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp