

～「スポーツ生活者の意識・関与度調査 2022」より～  
スポーツは社会にとって必要と思っている生活者が8割近く  
家族や友人、知人とのコミュニケーションの話題の一つにもなっている傾向に

近年スポーツ産業環境の変化は著しく、若者のスポーツ離れという言葉も度々メディアに登場しています。加えて新型コロナウイルスの影響でスポーツ自体も社会にとって不要不急なものではないかという議論も巻き起こりました。こうした中で、競技や運動を実施、あるいは視聴・観戦し生活の一部としてスポーツに関わっている人たちを「スポーツ生活者」と捉え、スポーツが彼らにもたらす価値について理解を進めることが改めて必要だと考えます。

そこで株式会社博報堂D Yスポーツマーケティング（本社：東京都港区、代表取締役社長：横溝健一郎）はスポーツ全般に関する「スポーツ生活者（Do層/See層）の意識・関与度調査 2022」というオリジナル調査を実施しました。そこでの主なファインディングスを以下のように共有させていただきます。

#### ① 約8割がスポーツは社会にとって必要だと思っている

スポーツが社会にとって必要だと考える人は約8割（80.4%）。性年代別で見ると、男女共に10代及び60代の割合が特に高い（男性10代84.0%、男性60代85.4%、女性10代85.1%、女性60代88.5%）。一方、男性20代、30代の約1/4（25.2%、24.7%）はスポーツの必要性を感じていない。（スクリーニング調査結果より）

#### ② スポーツはコミュニケーションの話題の一つになっている傾向に

スポーツを「視聴・観戦」する前と後にする行動のトップは共に、「そのスポーツについて家族や友人、知人と話す」が20%を超え突出している（スポーツ前:20.5%、スポーツ後:22.6%）。年代別で見ても、全年代において同回答がトップで、若年層でさえSNSでの発信や拡散よりも、スポーツはコミュニケーションのネタとして話されていることが伺える。また性別では男性より女性の方が話す割合が高い（スポーツ前:男性17.6%、女性25.2%、スポーツ後:男性17.9%、女性30.0%）。（本調査結果より）

### ③ 半数近くは日常生活においてもスポーツのことを考えている

日常生活において「プレー」するスポーツのことを「よく考える」もしくは「まあ考える」と回答した人は55.9%（男性:59.6%、女性:49.1%）。一方、「視聴・観戦」するスポーツについて日常生活で「よく考える」もしくは「まあ考える」と回答した人は45.7%（男性:51.8%、女性:36.0%）で、「プレー」するスポーツの方がより日常生活に入り込んでいることが伺える。また性別では男性の方が女性よりも「プレー」「視聴・観戦」するスポーツ共に日常生活で考えていると回答した割合は高い。（本調査結果より）

### ④ 「プレー」「視聴・観戦」するスポーツが自身にもたらす意味として、「そのスポーツを見る/する自分が好きである」が共にトップ

「プレー」「視聴・観戦」するスポーツが自身にとってはあまり意味がないという回答が一定数あったものの、意味をもたらす要素として共にトップに挙げたのが「そのスポーツを見る/する自分が好きである」という自己肯定感を高める要素であった（「プレー」するスポーツ：30.0%、「視聴・観戦」するスポーツ：29.5%）。また、「プレー」するスポーツに関しては、「友人関係において大切な要素である」や「人とのつながりの一つの基準になっている」が15.9%で2番目に高く、「プレー」するスポーツが人との関係を構築するという重要な局面における価値観へも影響を及ぼすことが見受けられた。（本調査結果より）

今後、「スポーツ生活者」だけではなく、社会全体にとってのスポーツの在り方についてもより深く理解していく事は、スポーツ界の発展のみならず、文化的に豊かで多様な社会の発展のためにも必要不可欠です。スポーツや「スポーツ生活者」に関連する様々な調査や研究を、グループ内外の様々な団体や教育機関との連携も通じ、多角的かつ多様な示唆を提供していく事を目指していきます。

#### ■本件に関するお問い合わせ

株式会社博報堂DYスポーツマーケティング

経営企画・管理部 酒井、中嶋

TEL：03-6441-7990

MAIL：info.sportmark@hakuhodo.co.jp

---

■ 調査概要 ■

【調査機関】 自社調査

【調査地区】 日本全国

【調査対象者】 15～69 歳の男女

【調査方法】 インターネット調査

【標本構成】

ー スクリーニング調査：157,769 サンプル（有効回収サンプル数）

令和 2 年国勢調査人口データに基づき性年代、都道府県でウエイトバックを実施

ー 本調査：3,587 サンプル（有効回収サンプル数）

割付イメージ：（一般セル）プレー17 競技、視聴・観戦 18 競技

計 35 競技×各 103ss = 3605ss

※但し、設定した割付に含まれない競技に関しても、調査対象がプレーもしくは視聴観戦する競技に関しては、調査に含む

※本調査の対象に関する補足説明：

スクリーニング調査において、過去 3 年以内にプレーしたスポーツの中で興味関心が高いスポーツ上位 3 つまで・過去 1 年以内に視聴観戦したスポーツの中で興味関心が高いスポーツ上位 3 つまでを選んでもらい、その選んだ競技について本調査にて質問しました。よって一人の回答者が最大 6 つの競技（プレーと視聴観戦は別々でカウント）について回答しています。

【調査期間】 2022 年 3 月 24 日～3 月 30 日

【その他主な質問領域（一部抜粋）】

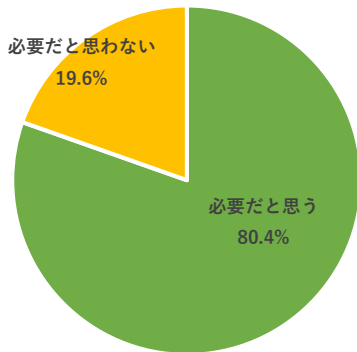
- ・「プレー」「視聴・観戦」するスポーツを始めたきっかけ、年齢、実施歴
- ・「プレー」「視聴・観戦」するスポーツの情報収集内容、経路
- ・「プレー」「視聴・観戦」するスポーツに費やす時間、頻度、金額
- ・「プレー」「視聴・観戦」するときの気持ち、日常生活や自分自身への影響
- ・「プレー」「視聴・観戦」するスポーツの「ファン」意識
- ・スポーツと社会課題
- ・スポーツベッシング意識

■各ファインディングス詳細■

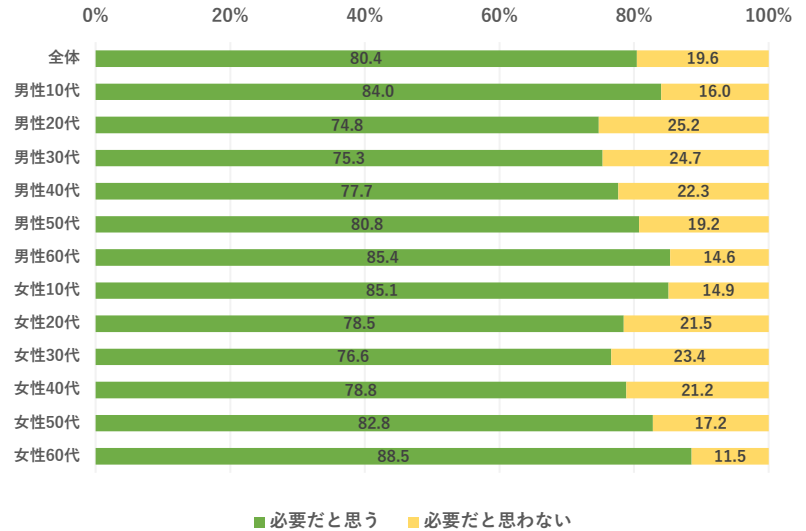
①スポーツの社会における必要性

Q. スポーツは社会にとって必要だと思いますか？

■全体



■性年代別



②スポーツの視聴・観戦前後の行動

Q. (回答者の興味関心が高い) スポーツ・運動を視聴・観戦する前にどのようなことを行いますか？

Q. (回答者の興味関心が高い) スポーツ・運動を視聴・観戦した後にどのようなことを行いますか？

■視聴・観戦前の行動：性年代別 (%)

	そのスポーツについて家族や友人、知人と話す	そのスポーツの情報収集をする(移動手段、大会規定等)	家族や友人、知人を視聴・観戦するために誘う	その競技に関する試合や選手の過去のプレー映像を見る	一緒に視聴・観戦する友人、知人と連絡を取り合う	そのスポーツについてSNSでの口コミ等を見る	そのスポーツについてSNSで発信する	そのスポーツについてSNSで拡散する(リツイート等)	その他
全体	20.5	12.1	7.6	7.4	7.3	5.0	4.8	4.6	0.1
性別	男性	17.6	14.0	7.6	8.8	8.1	5.2	5.7	0.0
	女性	25.2	9.1	7.5	5.2	6.0	4.6	3.0	0.1
年代	10代	21.3	12.6	8.0	8.1	10.0	7.8	6.0	0.1
	20代	22.8	14.6	9.8	10.6	10.6	7.7	10.6	0.0
	30代	21.2	14.2	8.5	8.6	8.0	8.6	7.3	0.1
	40代	21.4	13.9	9.1	9.2	8.7	5.4	5.4	0.0
	50代	20.1	11.3	6.4	6.9	5.9	2.7	2.1	0.1
	60代	18.4	8.6	5.5	3.8	4.2	2.0	1.4	0.1

※会場観戦の場合に関する選択肢及び「特に何も行わない」は表から除外

■ 視聴・観戦後の行動：性年代別 (%)

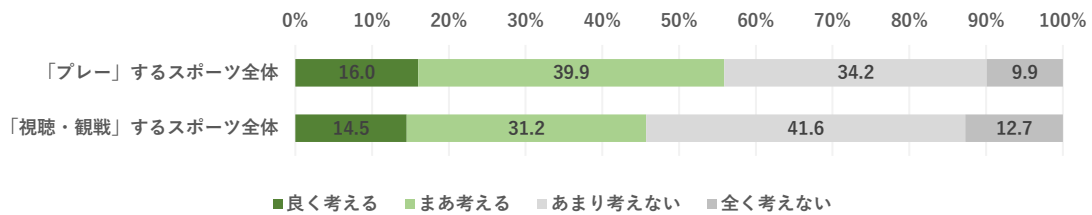
	そのスポーツについて家族や友人、知人と話す	その競技に関する試合や選手の当日のプレー映像を見る	そのスポーツの情報収集をする(移動手段、大会規定等)	そのスポーツについてSNSでの口コミ等を見る	そのスポーツを自分でプレーする	そのスポーツについてSNSで発信する	一緒に視聴・観戦する友人、知人と連絡を取り合う	家族や友人、知人を視聴・観戦するために誘う	そのスポーツについてSNSで拡散する(リツイート等)	その他	
全体	22.6	10.3	7.5	5.7	5.6	5.5	5.3	4.3	4.3	0.0	
性別	男性	17.9	11.1	9.1	5.7	6.5	6.5	6.0	4.8	5.2	0.0
	女性	30.0	8.9	5.0	5.6	4.1	3.8	4.2	3.7	2.9	0.1
年代	10代	21.3	10.6	9.0	6.5	6.5	6.8	6.8	4.8	6.0	0.1
	20代	24.5	13.3	8.9	9.0	9.5	10.5	8.0	6.5	8.8	0.0
	30代	23.2	11.0	9.5	8.1	7.4	8.4	6.4	5.2	6.4	0.0
	40代	23.6	11.1	8.8	7.2	6.3	6.8	6.7	5.6	4.8	0.0
	50代	22.6	9.5	6.6	3.9	5.3	2.4	4.1	3.5	2.4	0.1
	60代	20.8	8.2	4.7	2.5	1.9	2.3	2.6	2.3	1.6	0.1

※会場観戦の場合に関する選択肢及び「特に何も行わない」は表から除外

③ 日常生活でどの程度考えるか

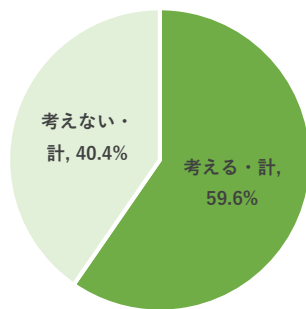
Q. 日常生活において、(回答者の興味関心が高い) スポーツ・運動のことをどの程度考えますか？

■ 全体

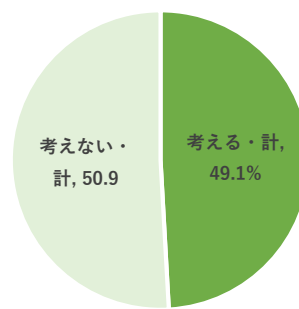


■ 「プレー」するスポーツ

男性

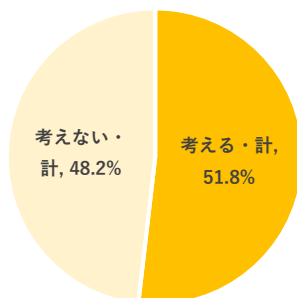


女性

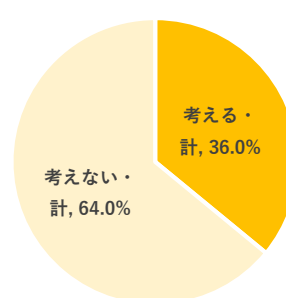


■ 「視聴・観戦」するスポーツ

男性



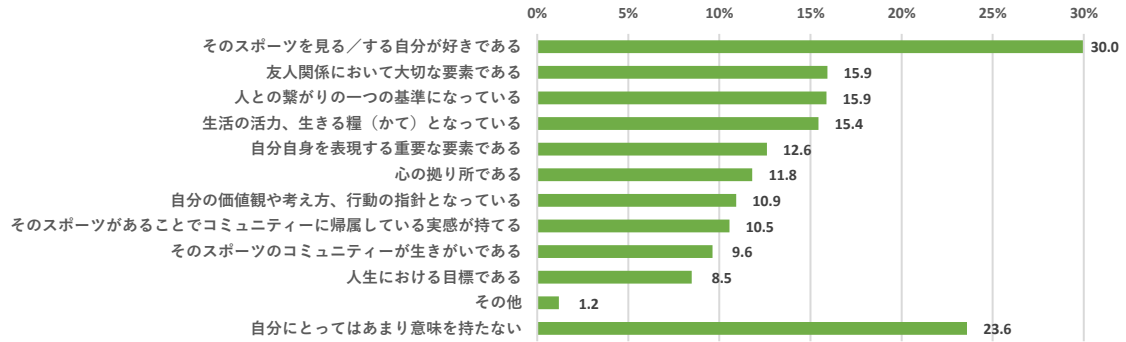
女性



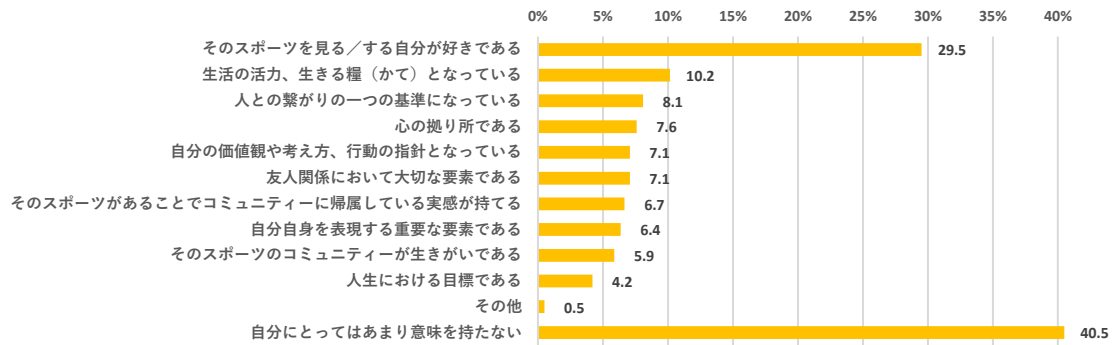
#### ④自身にとっての意味（価値観）

Q.（回答者の興味関心が高い）スポーツ・運動をプレーまたは視聴・観戦することがご自身にとってどのような意味を持ちますか？

##### ■「プレー」するスポーツ



##### ■「視聴・観戦」するスポーツ



#### ※「視聴・観戦」とは

視聴・観戦方法は問いません。会場での観戦、テレビ視聴だけでなく、YouTube、SNS、Webサイト等でのハイライト動画やプレー動画、その他競技以外の関連動画（インタビュー・ドキュメンタリー・レッスン動画等）等を含みます。

#### ※調査対象競技

「プレー」するスポーツ：野球、サッカー、水泳、スケートボード、スポーツクライミング（ボルダリング含む）、サーフィン、ラグビー、バスケットボール、ゴルフ、ウォーキング・ジョギング、自転車（ロードレース・マウンテンバイク・サイクリング・トラック（競輪除く））、自転車（BMX・その他）、スキー・スノーボード、ダンス、武道（柔道・剣道・空手など）、テニス、ヨガ・ピラティス、相撲、マラソン・駅伝、バレーボール、バドミントン、登山・トレッキング・ハイキング、卓球、ラクロス、トライアスロン、フィギュアスケート、アメリカンフットボール、セーリング

「視聴・観戦」するスポーツ：野球、サッカー、水泳、スケートボード、スポーツクライミング（ボルダリング含む）、サーフィン、ラグビー、バスケットボール、ゴルフ、自転車（ロードレース・マウンテンバイク・サイクリング・トラック（競輪除く））、自転車（BMX・その他）、スキー・スノーボード、ダンス、武道（柔道・剣道・空手など）、テニス、ヨガ・ピラティス、相撲、格闘技、マラソン・駅伝、バレーボール、バドミントン、卓球、フィギュアスケート、体操、陸上（短距離走・リレー等）、eスポーツ、アメリカンフットボール、セーリング