

2014 FIFAワールドカップ ブラジル大会 関心度・観戦(予定)方法について

2014年6月調査結果

◆ワールドカップが6月12日より始まったが、本調査は6月4日～6月16日、【開催前～開催直後】の時期に全国の15～79歳男女を対象に、訪問留置法で、ワールドカップへの関心度・観戦(予定)方法について聴取した。

【開催前～開催直後時点で、FIFAワールドカップに興味・関心があるか？】

- 【開催前～開催直後】時点で、ワールドカップに「興味・関心がある」人は6割であった。
- 性・年代で見ると、最も関心が高いのは30代男性、最も関心が低いのは30代女性となり、30代は同じ年代でも男女の関心差が大きかった。

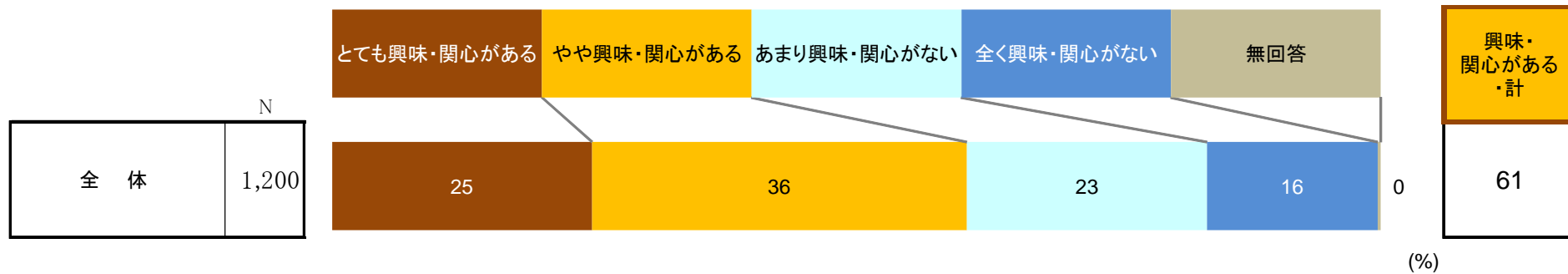
【FIFAワールドカップの最も多い観戦(予定)方法は？】

- 「リアルタイムで試合をみている(みたい)」は1割半ばと少数派だが、「日本戦などの一部の試合は、リアルタイムでみている(みたい)」も含めると、4割強。6割の人が関心を持っていたが、実際にリアルタイムで観戦する人はそれよりも少ない。
- しかし、最も関心度の高かった30代男性では「リアルタイム・計」が5割半ばと多く、また、関心度の高い人ほどリアルタイムで観戦を(予定)している。

本調査の実施時期は6月4日～6月16日、【ワールドカップ開催前～開催直後】であったが、この時点での関心度が6割と、半数以上の人に興味・関心を持っていたことがわかる。

■「とても興味・関心がある」が25%、「やや興味・関心がある」が36%。合わせて「興味・関心がある・計」では61%となっている。

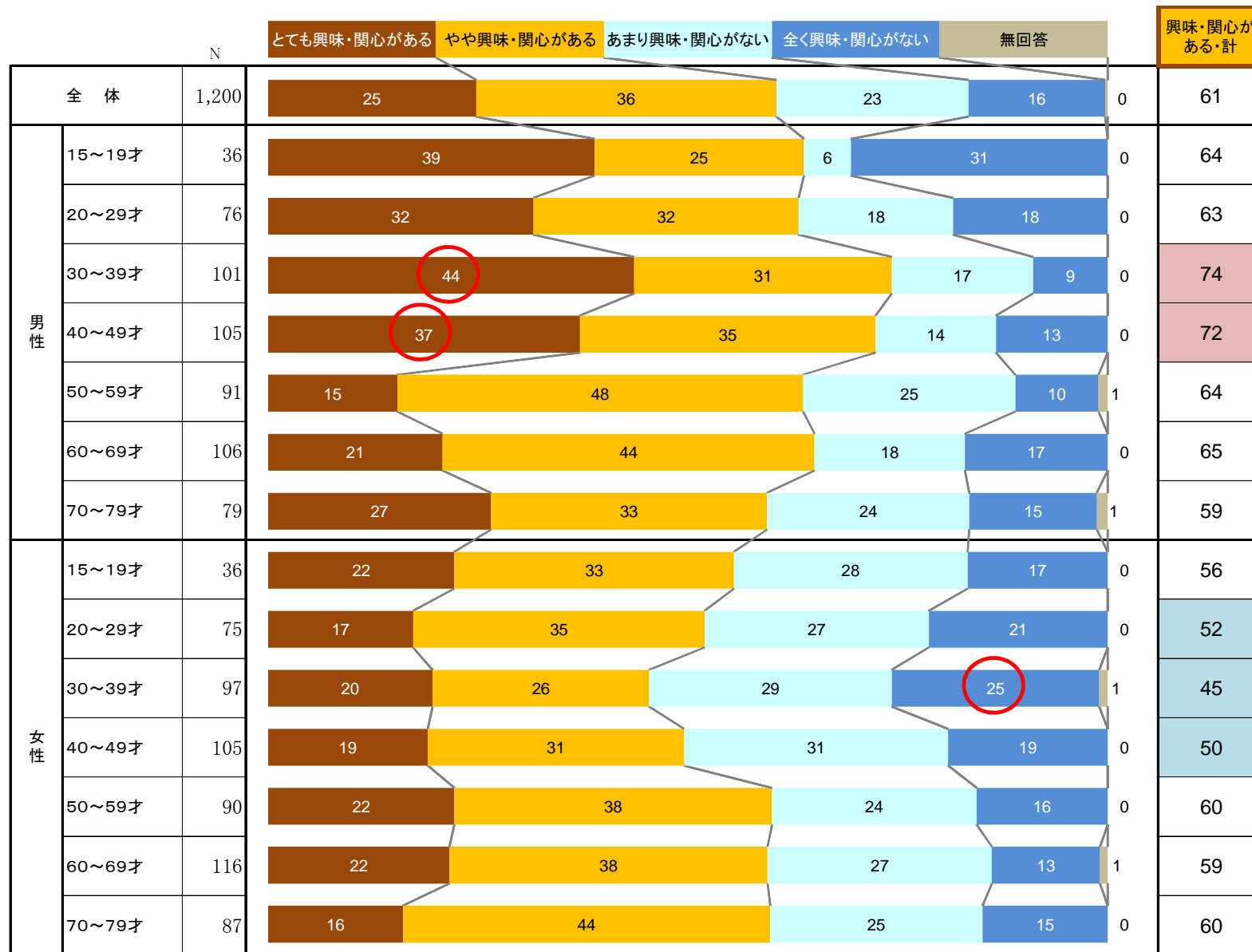
問. あなたは、この6～7月に開催のサッカーFIFAワールドカップ(ブラジル大会)について、興味・関心がありますか。(○は1つだけ)



ワールドカップへの関心は、30代男性で高く、30代女性では低い。30代は同世代で男女の関心差が大きい。

■性×年代別で見ると、男性は30～40代で「興味・関心がある」が7割以上と多く、特に30代男性は「とても興味・関心がある」も44%と多い。

■一方、女性は20～40代で「興味・関心がある」が5割前後と少なく、中でも30代は「全く興味・関心がない」が25%となっており、最も関心が高いことがわかる。



注)網掛けについて(すべて「全体」との比較)
 :5ポイント以上高い
 :5ポイント以上低い

(%)

「リアルタイムで試合をみている(みたい)」は1割半ばと少数派。ただし「日本戦などの一部の試合は、リアルタイムでみている(みたい)」も含めると、4割強となる。

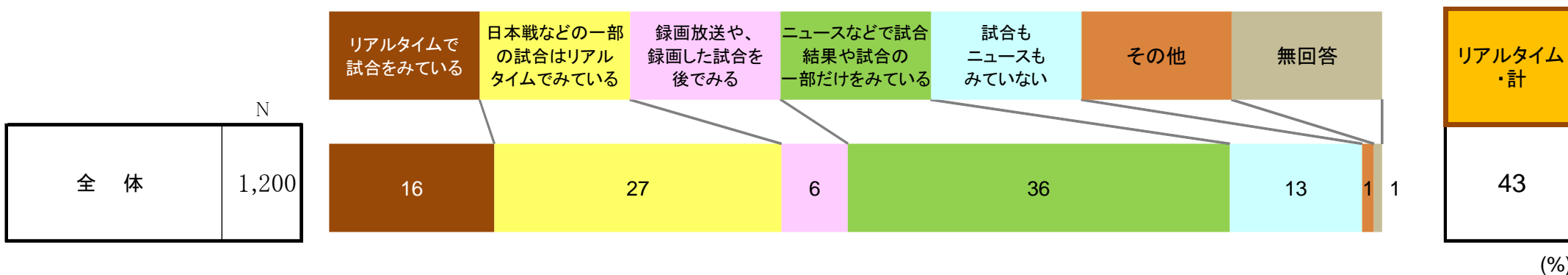
6割の人が関心を持っていたが、ブラジル開催のため深夜・早朝の時間帯となることから、リアルタイム観戦はハードルが高いことがうかがえる。

■「リアルタイムで試合をみている(みたい)」が16%、「日本戦などの一部の試合は、リアルタイムでみている(みたい)」が27%、合わせると「リアルタイム・計」は43%。一方、「試合もニュースもみていない(みる予定はない)」は13%にとどまる。

問. あなたは、この6～7月に開催のサッカーFIFAワールドカップ(ブラジル大会)をテレビなどで観戦していますか。あるいは観戦したいですか。以下の中から最も多い観戦の方法をお知らせください。(○は1つだけ)

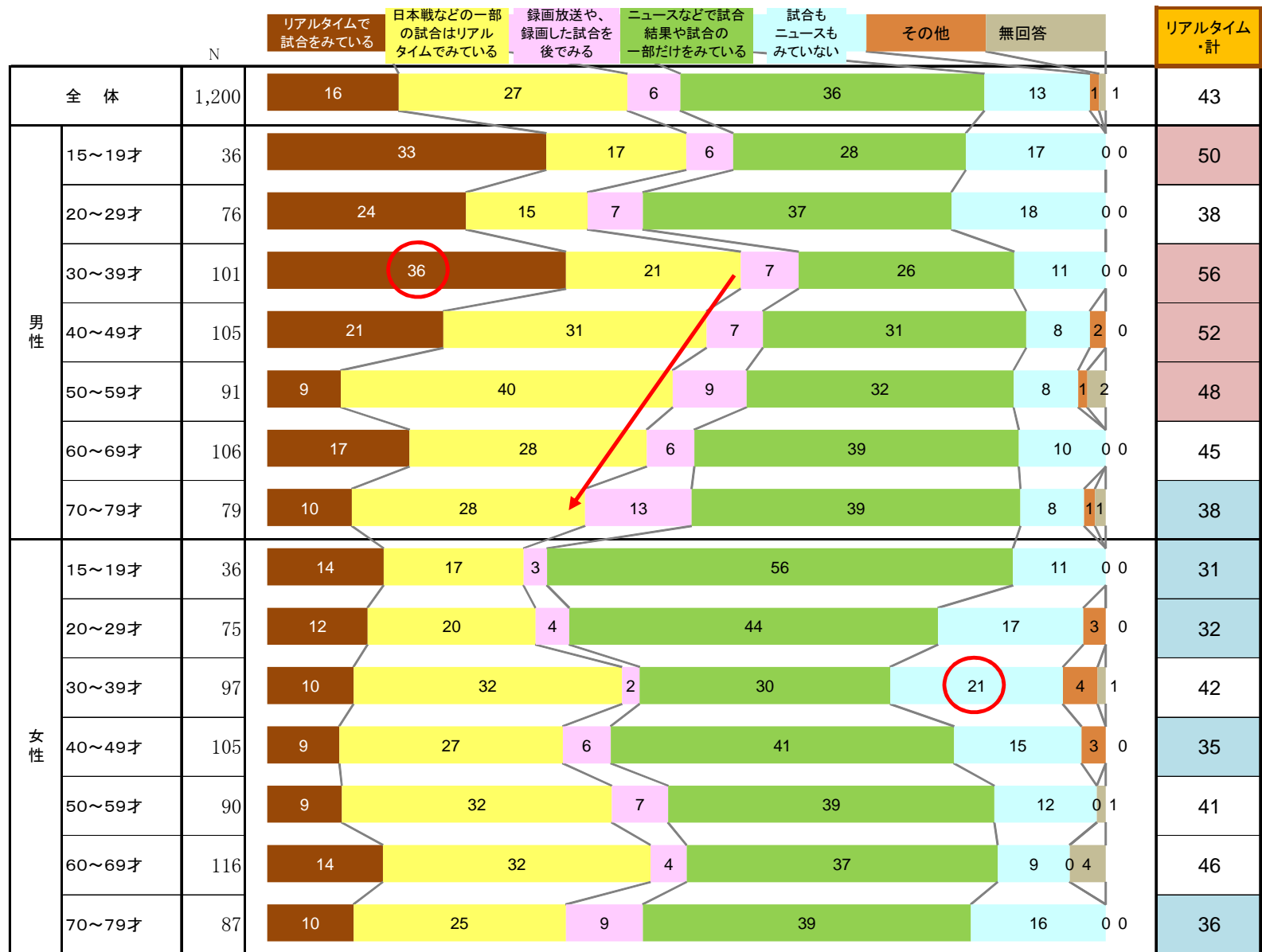
選択肢全文.

- 1 できるだけリアルタイム(ライブ放送)で試合をみている(みたい)
- 2 日本戦など一部の試合は、リアルタイム(ライブ放送)でみている(みたい)
- 3 録画放送や、録画した試合を後でみている(みたい)
- 4 ニュースなどで、試合結果や試合の一部だけをみている(みたい)
- 5 試合もニュースもみていない(みる予定はない)
- 6 その他



関心度の高かった30代男性は、「できるだけリアルタイムで試合をみている(みたい)」が3割半ば、「リアルタイム・計」では5割半ば。
 一方、関心度の低かった30代女性では、「試合もニュースもみていない(みる予定はない)」が2割と多め。

- 性×年代別で見ると、30代男性は「リアルタイムでみている」が3割半ばと特に多いが、以降、年代が上がるにつれ「リアルタイム・計」の比率は下がる。
- 女性は30代で「試合もニュースもみていない」が21%と多い。また、男性ほど年代による差が見られない。



注)網掛けについて(すべて「全体」との比較)
 :5ポイント以上高い
 :5ポイント以上低い

関心度の高い人ほど、リアルタイムでの観戦を(予定)している。

「とても興味・関心がある」人は「できるだけリアルタイムで試合をみている(みたい)」が5割、「リアルタイム・計」が9割。

一方で「全く興味・関心がない」人は「試合もニュースもみていない(みる予定はない)」が5割半ばとなっている。

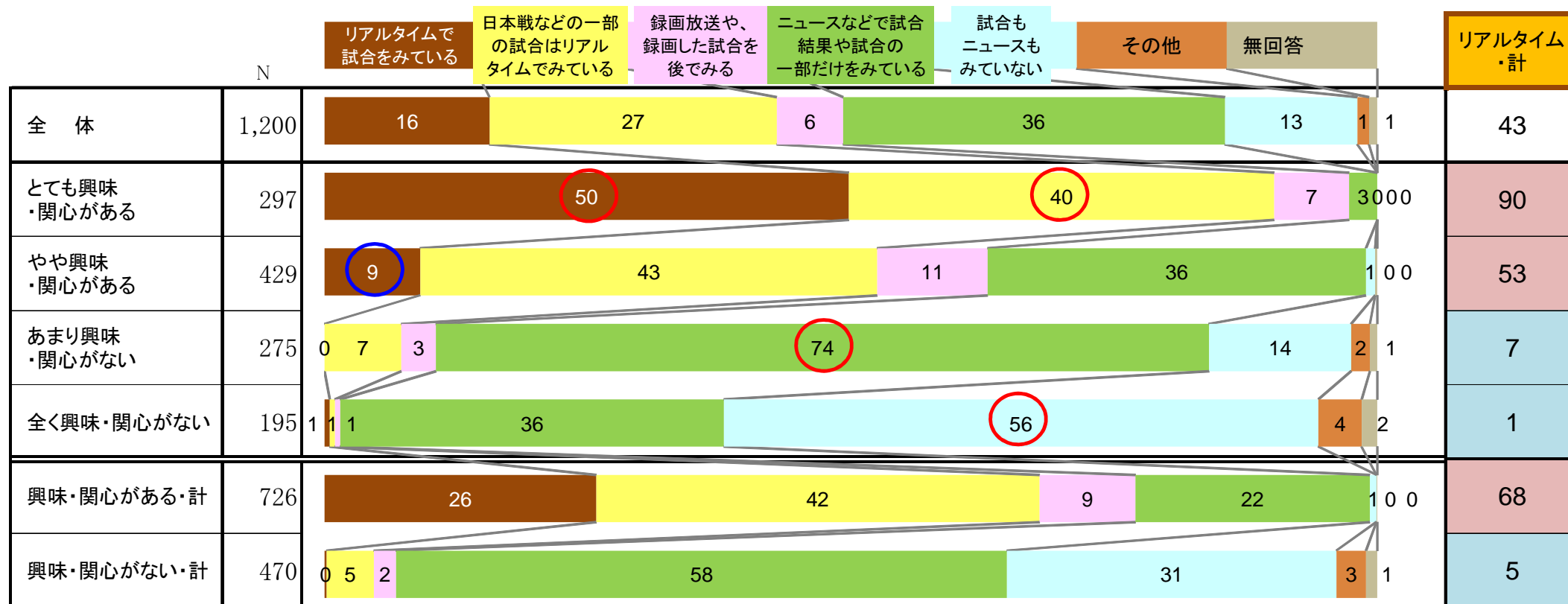
■関心度別で見ると、「とても興味・関心がある」人は「リアルタイムで試合をみている」が50%、「日本戦などの一部の試合はリアルタイムでみている」が40%。合わせて「リアルタイム・計」が9割だが、「やや興味・関心がある」人は「リアルタイム・計」が53%まで落ちる。

■「あまり興味・関心がない」人は「ニュースなどで試合結果や試合の一部だけをみている」が74%で最も多く、「全く興味・関心がない」人は「試合もニュースもみていない」が56%と過半数を占めている。

注)網掛けについて(すべて「全体」との比較)

■ :5ポイント以上高い

■ :5ポイント以上低い



(%)

調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人

有効回収数

- 1200人(サンプル) ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て

調査期間

- 6月調査

2014/6/4 ～ 2014/6/16

NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式(オムニバス)の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先: 日本リサーチセンター広報室 メール: information@nrc.co.jp

掲載では必ず当社クレジットを明記していただきますようお願い致します。

調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。