

## 調査概要

調査の趣旨 : 三菱UFJリサーチ&コンサルティングとヤフー・バリュー・インサイトは、データに基づいたスポーツ経営やスポーツ振興に役立つ資料整備に向けた取り組みとして、スポーツマーケティング基礎調査を共同で実施しています。今年で4回目となる本調査では、これまでの調査結果を踏まえて、生活者のスポーツに対する意識や消費行動の変化を把握します。

調査方法 : インターネット上によるクローズド調査

調査対象者 : ヤフー・バリュー・インサイトのアンケートパネル、  
全国15歳(中学生を除く)～69歳のインターネットユーザー

調査期間 : 2007年9月1日～9月4日(4日間)

有効回答人数 : 2,000名(男性50%、女性50%)

設問項目 : 下記項目を調査

- 1) スポーツとのかかわり方
  - 1-1) スポーツの位置付け
  - 1-2) 好きなスポーツ、観るスポーツ、行っているスポーツ
- 2) 競技場、スタジアムでの観戦状況
  - 2-1) 過去1年間の観戦回数
  - 2-2) 観戦回数の満足度
  - 2-3) 観戦回数に関する今後の意向
  - 2-4) スタジアムに観戦しに行くスポーツ
  - 2-5) 観戦時の支出状況
  - 2-6) スタジアム観戦チケットの入手方法
- 3) 競技場・スタジアムのネーミングライツ(命名権)
  - 3-1) 命名権を利用したスタジアムの認知度
  - 3-2) スタジアム名に入る企業・ブランド名の認知度
  - 3-3) スタジアム名の企業・ブランドの印象
  - 3-4) ネーミングライツの賛否
- 4) スポーツ関連の情報収集状況
  - 4-1) スポーツに関する情報入手メディア
  - 4-2) インターネット動画配信サービスの利用
  - 4-3) インターネット動画配信サービス利用の課題
- 5) スポーツ関連支出の状況
  - 5-1) スポーツ用品購入支出
  - 5-2) 施設利用料、会費、スクール料等の支出
- 6) スポーツ選手のイメージ
  - 6-1) 好きなスポーツ選手
  - 6-2) 嫌いなスポーツ選手
- 7) 応援している日本のプロチーム(野球、サッカー)
  - 7-1) 応援している日本のプロ野球チーム・Jリーグチーム
  - 7-2) プロ野球チーム・Jリーグチームのファン歴
  - 7-3) 応援するようになったきっかけ
  - 7-4) コアファン・ライトファン
- 8) 日本のプロ野球とJリーグのテレビ視聴
  - 8-1) プロ野球中継・Jリーグ中継を視聴するメディア
  - 8-2) プロ野球・Jリーグのテレビ中継の視聴頻度
  - 8-3) プロ野球・Jリーグのテレビ中継視聴が増えた理由
  - 8-4) プロ野球・Jリーグのテレビ中継視聴が減った理由
- 9) 過去1年間で最も印象の強いスポーツ出来事
  - 9-1) 2006年9月～2007年8月で最も印象に残ったスポーツ出来事
- 10) 回答者の属性
  - 10-1) 性別
  - 10-2) 年齢
  - 10-3) 居住都道府県
  - 10-4) 職業
  - 10-5) 年収
  - 10-6) 同居している家族
  - 10-7) インターネット接続方法