

スポーツ観戦の現在地

人々はどのようにスポーツを観ているか。

～最新の調査から～

26年7月に実施した調査の主な結果を紹介します。

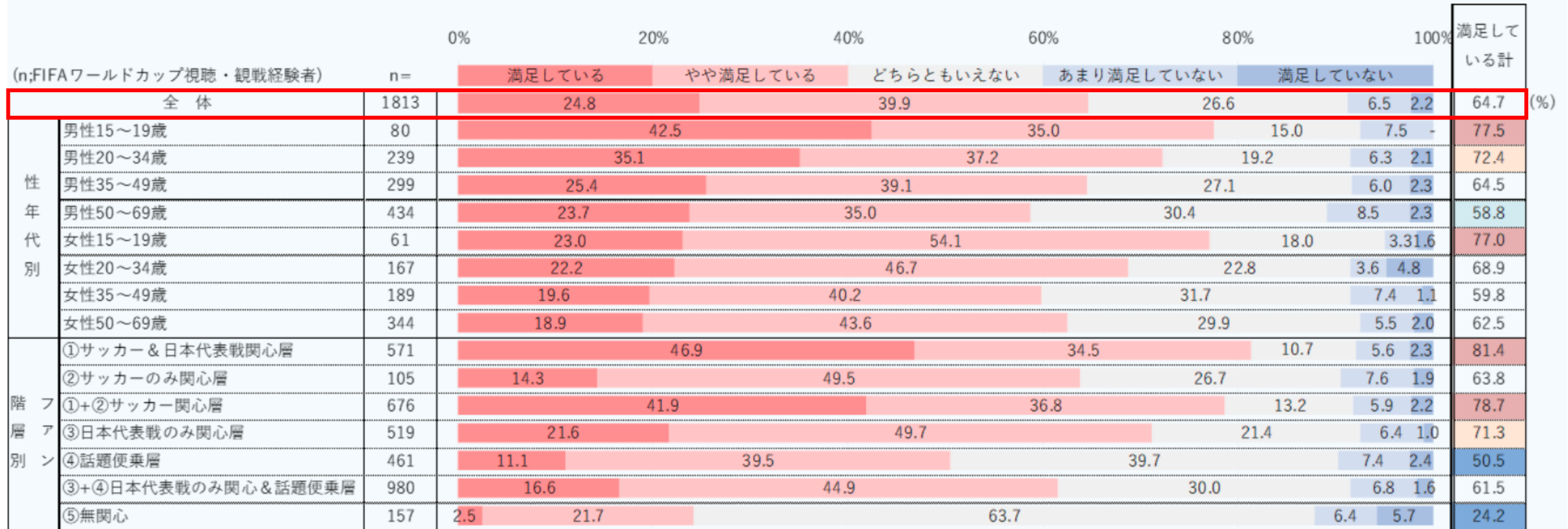
調査概要				
調査方法	インターネットリサーチ			
調査エリア	全国			
調査対象	15～69歳男女			
調査時期	2026年7月20日(月)～23(木)			
サンプル数割付 ※人口構成比で回収	合計3,000サンプル ※人口構成比で回収			
	15-19歳	20-34歳	35-49歳	50-69歳
男性	104	367	439	611
女性	99	345	422	613
実査機関	ビデオリサーチ			

ご注意いただきたい点

- ✓ 年齢層は15～19歳、20～34歳、35～49歳、50～69歳の4区分
- ✓ 20歳未満は、15～19歳
- ✓ 20歳未満は、人口構成比でサンプル数を割り当てているものの、他世代と比べてサンプル数が少ない。
- ✓ 居住地は全国を対象としているが、各都道府県の人口構成比を加味していない。

視聴者の多くは、その体験に満足している。

Q19.「FIFA ワールドカップ 2026」を視聴した方にお伺いします。大会を視聴されてどう思いましたか。(SA)

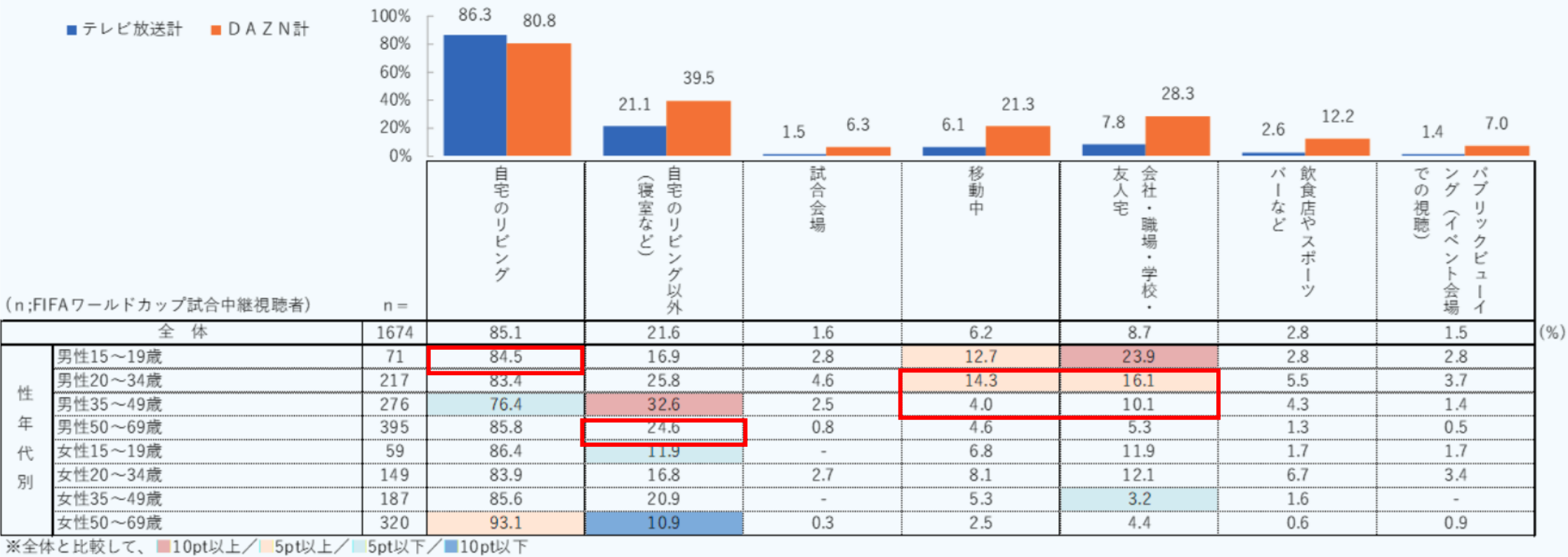


※全体と比較して、■10pt以上／■5pt以上／■5pt以下／■10pt以下

※満足している計＝「満足している」＋「やや満足している」

人々は自らの生活リズムに、視聴メディアを積極的に組み込みながら観戦

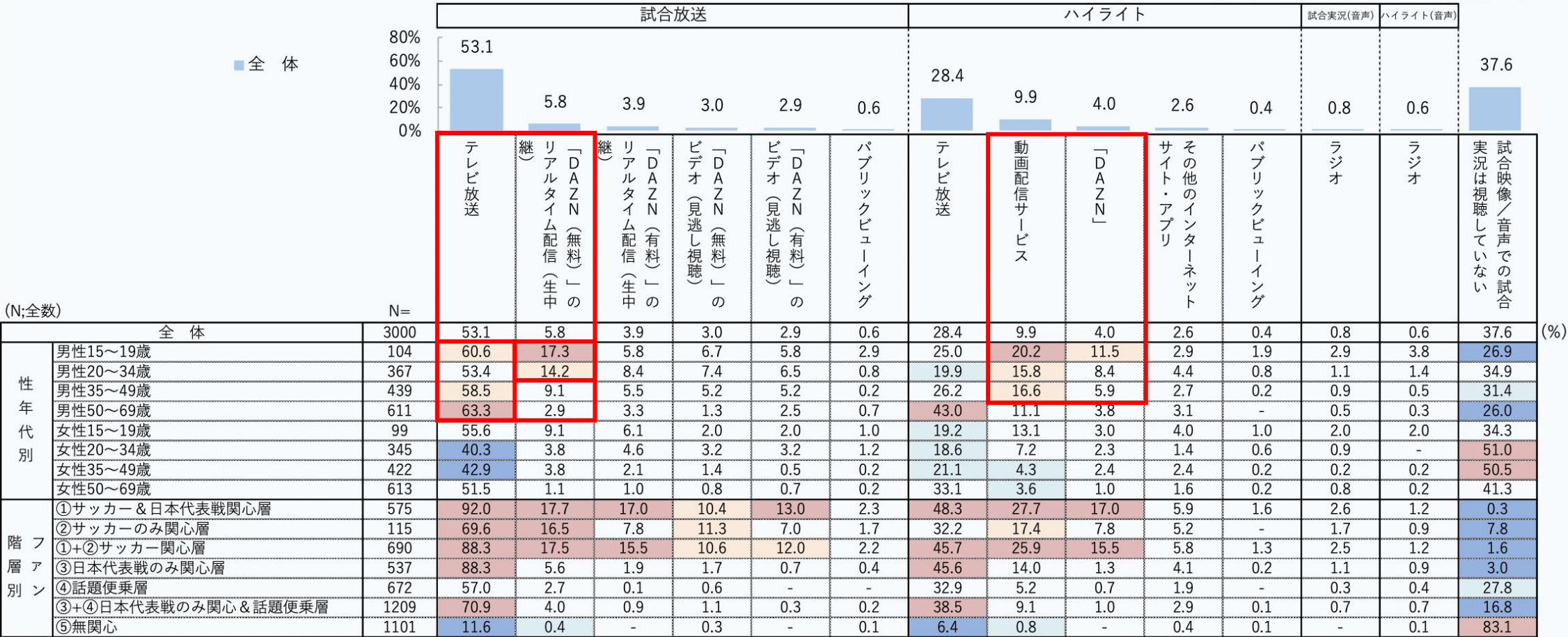
Q34.あなたは「FIFA ワールドカップ 2026」の放送／配信の試合中継をどこでご覧になりましたか。(MA)



多くがテレビ放送を視聴し、男性15～34歳では配信利用が相対的に高い。

Q16.あなたは、「FIFA ワールドカップ 2026」の開催期間中に、試合映像（中継番組やハイライト番組など）や音声での試合実況（中継番組やハイライト番組など）を何で視聴しましたか。
試合中継、ハイライトについて、それぞれ次の中であてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

※カテゴリ別に全体のスコアで降順ソート



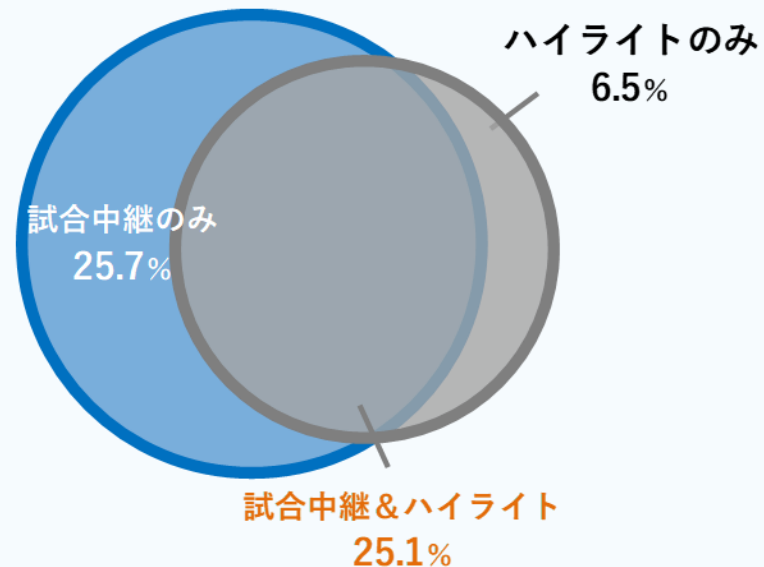
※全体と比較して、■ 10pt以上 / ■ 5pt以上 / ■ 5pt以下 / ■ 10pt以下

※選択肢は省略で表示（調査票上では正式名称で表示）

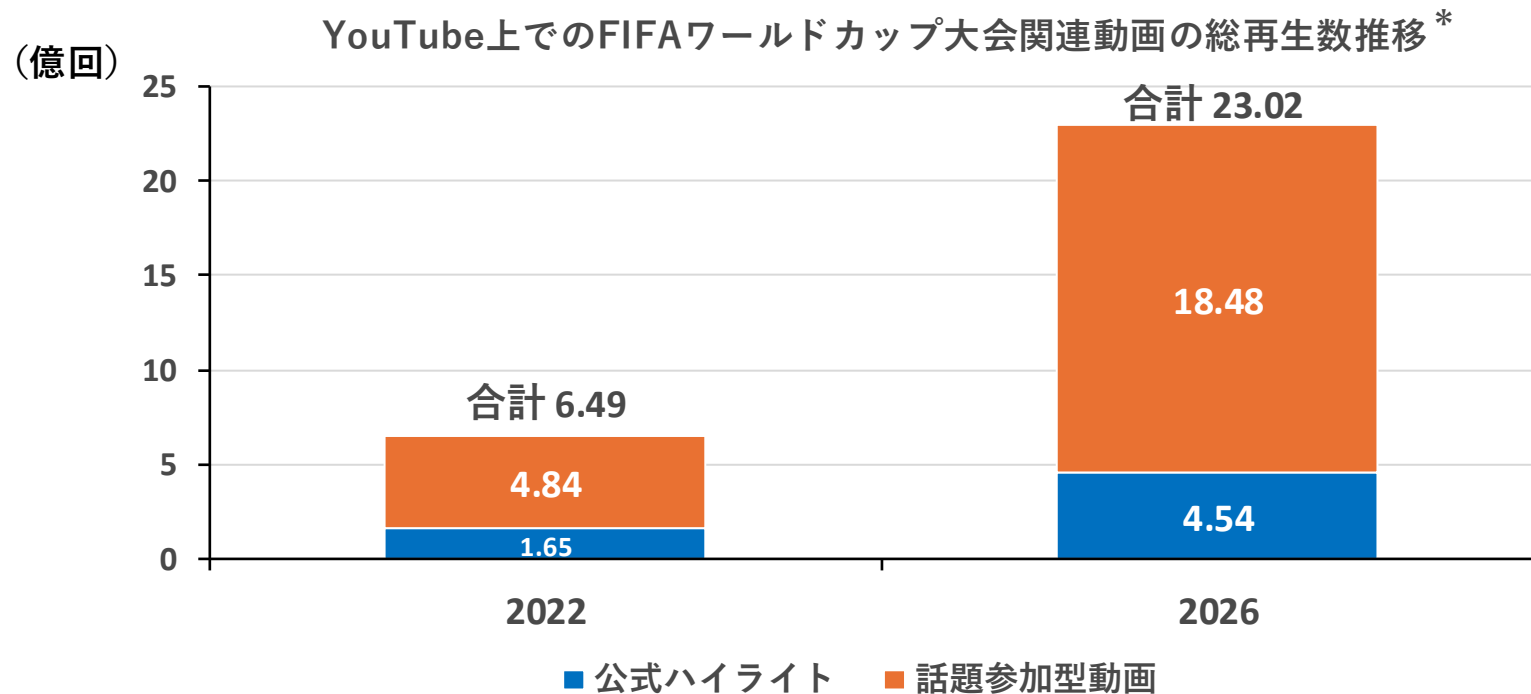
多くは「試合中継のみ」「試合中継&ハイライト」を視聴し、
「ハイライトのみ」を視聴したのは比較的少なかった。

Q16.あなたは、「FIFA ワールドカップ 2026」の開催期間中に、試合映像（中継番組やハイライト番組など）や音声での試合実況（中継番組やハイライト番組など）を何で視聴しましたか。試合中継、ハイライトについて、それぞれ次の中であてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

●試合中継×ハイライトの重複状況(DAZNビデオ視聴を除く)



YouTube上の大会関連動画の総再生数は増加 2026年の総再生数比は、公式ハイライト：話題参加型動画＝約1：4



■ 公式ハイライト

権利元やメディア、OTTが運営する公式チャンネルの動画。

■ 話題参加型動画

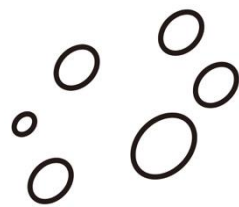
権利元以外が投稿した大会関連動画。切り抜き・解説・戦術分析・海外の反応など。

* 大会期間中に投稿され、タイトルに大会キーワードを含む動画の総再生数

kamui tracker調べ

- ✓ 人々のメディア接触率はテレビよりもインターネットが多い。
- ✓ 年代・性別によって興味のあるスポーツ大会は異なり、多様化している。
- ✓ 他世代に比べ、男性60代はスポーツ大会への興味・関心が非常に高い。
- ✓ 全体では、興味度・視聴意向が50%を超える大会はない。
- ✓ W杯2026では、多くは試合中継を視聴し、ハイライトのみの視聴は少数だった。
- ✓ ただし、YouTubeの大会関連動画は前回大会と比べて大幅に増えており、大会の話題が動画を通じて大きく広がっていた。
- ✓ スポーツ観戦への関与の仕方は多層化しており、全体の熱量は測れない。
- ✓ 個々の指標によって、結果が異なる。
- ✓ 人々のスポーツを観る環境を支えるプレイヤーが増えている。
- ✓ これは「映像品質の向上」に加えて、さらに「観る自由の拡大」につながっている。
- ✓ また、それはスポーツを「観てもらうため」の多くの取り組みにつながっている。
- ✓ その（現時点での）帰結であるW杯2026を、人々は多様な方法で楽しんだ。
- ✓ 放映権は大会によって契約のリードタイムが異なり、権利形態もさまざまである。

終わり



スポーツ未来研究所

powered by **dentsu** japan