

報道関係者各位

2019年11月21日  
ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社

## UEFA EURO 2008™の得点王、ダビド・ビジャ氏が ブッキング・ドットコム ブランド・アンバサダーに着任 ～世界各国のスポーツファンの観戦旅行への熱心さを調査し発表～



### 【2019年11月21日、日本発表】

UEFA EURO 2020™の宿泊施設およびアトラクション予約の公式パートナーである世界最大級の宿泊予約サイトBooking.com（本社：アムステルダム、以下：ブッキング・ドットコム）は、ポジティブなスポーツファンが多い国籍や、自国のチームを応援するための観戦旅行に払える犠牲の大きさ、それが持つ彼らの旅行パターンへの影響、さらにはこのような大きなイベントの際にスポーツファン達が宿を予約する時に重要視する要素などを調査し発表します。また、UEFA EURO 2008™の得点王であるダビド・ビジャ氏（現在日本プロリーグ所属）を新たにブランド・アンバサダーとして迎え、大きな大会に挑む際にファンの献身的なサポートや終始一貫したポジティブさがどれだけ重要かについての彼独自の考えも公表しています。

2020年はスポーツ大会が目白押しの年です。ヨーロッパの12の都市でUEFA EURO 2020™が開催され、日本やオーストラリアでも大きな国際大会が行われることから、スポーツファンたちは自国のチームやアスリートが世界を相手に活躍する場面を見に行きたいという旅行者が準備を始めています。

UEFA EURO 2008™の得点王で、ブッキング・ドットコムグローバル・アンバサダーであるダビド・ビジャ氏は次のように述べています：「UEFA EURO 2008™決勝戦でのファンのサポートは大変素晴らしく、彼らの揺るぎないポジティブさが私たちのチームを優勝へと導いてくれたことは間違いないでしょう。そして、成績の良いときも悪いときもファンが変わらぬサポートをしてくれて、世界トップクラスのスタジアムでプレイする私たちの姿を見るために時間とお金をかけて遠路はるばる来てくれていたことにはとても感銘を受けました。試合をしているときでも、していないときでも、それが常に自分のベストを尽くすモチベーションになっていました。」

## 主な調査結果：

- 世界中の旅行者の約5人に1人が、「自国のチームが出場する大きな大会を見るために旅行するなら、そのためにハネムーンをキャンセルしたり、仕事を失うこともいとわない」と回答。日本人は現実的で、16%に留まる
- 2018年では、世界中の旅行者の87%が自国のチームの試合を観戦するために1~5回の旅行をしており、日本は88%と世界平均越え！この割合が最も高かったのはサッカーファン
- 自国のチームを応援するための観戦旅行について、日本のスポーツファンが滞在先選びの要素に、「手頃さ（77%）」と「スタジアムや会場との位置関係（73%）」を重視
- 日本は自国のチームの将来についてポジティブに考えているファンが多いマーケットのひとつと判明し、日本人の51%が「自国のチームが主要な国際大会で優勝すると思う」と回答

## 2020年は世界中のスポーツファンが大きな期待を寄せる年



世界中のスポーツファンの3分の1（34%）が、そして日本のスポーツファンの24%が「2020年は自国の代表チームや選手が国際大会で優勝する」と期待しています。さらに、2020年だけではなく、2020年に行われる大会以降の国際大会に向けた準備をし始めていることから、ファンの期待値の高さが伺えます。

今回調査した29の市場の中でも、コロンビアの自転車競技ファンの63%が「2020年は自国の代表選手が素晴らしい結果を取れると思う」とポジティブな回答をしており、それに続きニュージーランドのラグビーファン（63%）とスペインのサッカーファン（59%）が「次の大会で自国のチームが優勝することを期待している」と回答しています。

対照的なのがオランダで、UEFAネーションズリーグでは決勝戦まで残り、UEFA EURO 2020™の予選グループでもトップにいるにも関わらず、オランダのサッカーファンはスペインのサッカーファン程のポジティブさを見せず、2020年に優勝すると思っている人の割合はたった17%と、今回調査したなかで最もポジティブな結果を期待している割合が低いという結果でした。

## 自国のチームを観戦しに行くためならあらゆる犠牲を払う献身的なファン



遠く離れたスタジアムまで旅行してでも応援したいという献身的な気持ちから、ファンたちのコミットメントは揺るぎないものとなっています。世界中のスポーツファンの約5人に1人（19%）が、「自国のチームが大きな大会で活躍する姿を見るために観戦旅行へ行けるなら、喜んでハネムーンをキャンセルする」と回答していることからその熱心さが分かります。日本では、特にサッカーファン（21%）にその傾向が高く見受けられました。

インドのクリケットファン（41%）、中国のバスケットボールファン（41%）、タイのサッカーファン（32%）も、「そのためなら恋人との旅行をキャンセルすることもいとわない」と回答し、このランキングの上位に位置しています。

また、世界中のスポーツファンの約5分の1（18%）が、「自国のチームが決勝戦で戦う姿を見るためなら仕事を辞めてでも行きたい」と回答しています。この割合は、世界中のスポーツファンでも18～34歳の年齢層でさらに上がり、26%となっています。

調査対象に含まれていたラテンアメリカでは、ブラジルのサッカーファン（21%）が主要な国際大会の決勝戦で「自国のチームを観戦するためなら仕事を辞めても良い」と回答してお



り、他にもアルゼンチン（18%）、メキシコ（18%）、コロンビア（15%）のサッカーファンが同様の回答をしています。

一方、ベルギーのサッカーファンは、主要な国際大会の決勝戦を観戦するために旅行して、仕事をクビになったりするようなリスクを負うことをもっとも避ける傾向にあり、7%のみが同様の回答をしませんでした。

## 大事な試合に向けた旅の準備



世界中のスポーツファンの多くにとって、自国のチームがプレイする姿を見るために旅行することは明らかに優先順位が高く、87%が「昨年だけで1~5回は旅行した」と回答しており、半数以上（56%）は「自国のチームや選手を見に行くために国内旅行と海外旅行の両方をした」と回答しています。さらに、日本のスポーツファンは88%が「昨年だけで1~5回は旅行した」と回答していることから、他の国よりもスポーツと旅行を絡めて堪能していることが伺えます。世界中のスポーツファンの69%は、「自分の住む地域から離れた場所まで試合を見に行くために旅行したことがある」と回答しており、アウェーの場所でも最も多くのファンが応援しに行くスポーツはサッカーで、次いでバスケットボール（20%）とテニス（17%）が観戦のために旅行をするファンが多いスポーツのトップ3となっています。

どの試合の応援に行くかが決まった時点で、ファンは自分にピッタリ合った滞在先を探し始めます。日本人のスポーツファンが滞在先を探す際に重要視する要素の上位は、「手頃さ（77%）」と「スタジアムや会場との位置関係（73%）」で、半数（53%）は何時に観戦が終わってもいいように「24時間チェックイン対応をしている宿泊施設」を検索しています。

世界中のスポーツファンにとって手頃さは重要な要素ですが、「家族旅行よりもスポーツ関連の旅行の方に喜んでより多くのお金を費やす」と回答した人は32%、日本人は28%いました。クリケットファン（39%）、水泳ファン（38%）、eスポーツファン（38%）は、自分の興味のあるスポーツを見るための旅行であるなら、より多くのお金を費やすと回答しています。

## 試合当日の応援

世界中のスポーツファンのほぼ3分の1（28%）、そして日本のスポーツファンの29%が「試合を観戦する際に幸運のお守りを身に着ける」と回答しており、15%（日本は13%）は「チームが勝つようにと試合中や前に必ず行うおまじないがある」と回答しています。

おまじないとはまた別に、世界中のスポーツファンの79%は、「チームが試合に負けそうだと思っても、途中で観戦を辞めることは決してない」と回答しています。42%の人は「チームや選手へ敬意を払うために試合を見届ける」と回答し、35%は「最後までどんでん返しがあることに期待をしながら試合を見続ける」と回答しています。

ブッキング・ドットコムの子ニア・バイスプレジデント兼CMO、アルヤン・ダイクは次のように述べています。「UEFA EURO 2020™によるサッカー熱はヨーロッパ全土を巻き込み、また主要なクリケット大会やアジアで行われるスポーツの祭典によって、2020年はスポーツが席卷する年になることでしょう。『すべての人に、世界をより身近に体験できる自由を』を企業理念に掲げるブッキング・ドットコムは、その目的が何であれ、自分にピッタリな滞在先を見つけることは、旅を満喫する上でとても重要であることを理解しています。私たちは、UEFAとのパートナーシップを通して、ファンの方々が開催地で理想の滞在先やアクティビティを簡単に予約できるようにし、素晴らしい体験を提供できることをとても喜ばしく思っています。」

\*調査はブッキング・ドットコムにより独自に行われ、29のマーケットを対象とした18歳以上のスポーツファン2万2,603名が回答しました（オーストラリア、ドイツ、フランス、スペイン、イタリア、日本、中国、ブラジル、インド、アメリカ、イギリス、ロシア、インドネシア、コロンビア、韓国からそれぞれ1,000名、ニュージーランド、タイ、アルゼンチン、ベルギー、カナダ、デンマーク、香港、クロアチア、台湾、メキシコ、オランダ、スウェーデン、シンガポール、イスラエルからそれぞれ500名）。調査はフィールドワークで2019年8月8日から9月2日にかけて行われました。

###

## ブッキング・ドットコムについて

1996年にアムステルダムにて設立。Booking Holdings Inc. (NASDAQ : BKNG) の一部として、「すべての人に、世界をより身近に体験できる自由を」を企業理念に掲げ、世界中のお客様に思い出に残る体験や効率の良い移動手段、そしてホテルからバケーションレンタルに至るまで多種多様な宿泊施設への予約をワンストップで提供しています。世界最大の宿泊施設数を誇り、リスティング数は2,800万件以上。そのうち620万件以上が旅館や民泊などの宿泊施設です。サービスは43言語で提供、カスタマー・サービスは24時間・年中無休で対応しています。

企業情報は、「[プレスルーム](#)」をご覧ください。