

～北海道民の地元スポーツチーム応援意識の高さが明らかに～
直近1年の野球観戦は道民の半数以上、
道民の約4割はファイターズファン
ファイターズ新本拠地、道民の期待は「アクセスへの配慮」「食」

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)の札幌事業所にて、道民のスポーツ観戦・応援行動の特徴、および北海道日本ハムファイターズの本拠地移転に対する意識について自主調査を実施しました。ここに調査結果を公開いたします。

[ポイント]

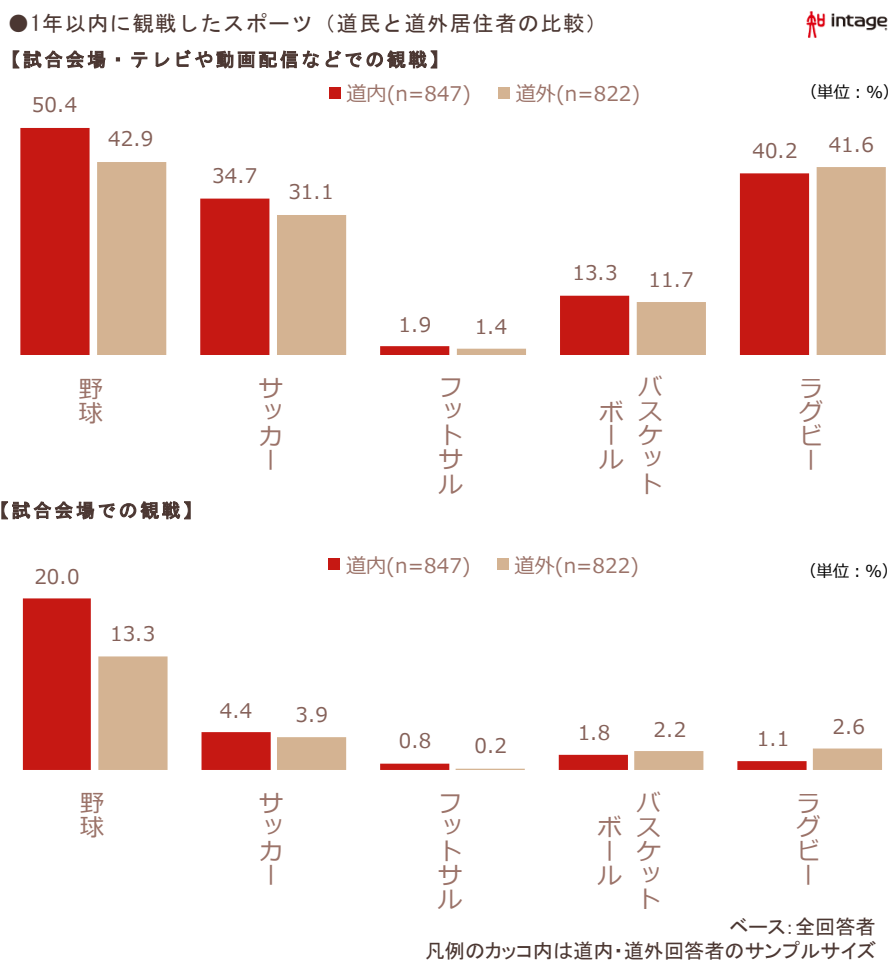
- ◆ 道外より高い道民の野球観戦率…直近1年でTVなどでの観戦含め5割超、2割は球場で観戦
- ◆ 道民のスポーツ観戦理由、「応援意識の高さ」が特徴的
- ◆ ファイターズファン率は道民の4割超…男女比ほぼ半々と女性も応援、グッズ購入はファンの6割超
- ◆ Jリーグ応援者は道外の1.7倍、Bリーグは約3倍…9割超がコンサドーレ、レバンガファン
- ◆ ファイターズ本拠地移転、道民の9割以上が認知。道外では3割弱にとどまる
 - 移転後の会場観戦、札幌市民の6割が「減る」。その他地域では「変わらない」が過半数
 - 新本拠地に期待されている施設・サービスは「新駅」「札幌駅間の送迎バス」「フードコート」



道外より高い道民の野球観戦率…直近1年でTVなどでの観戦含め5割超、2割は球場で観戦

道民のスポーツ観戦行動について、まず、最近1年のスポーツ別観戦経験をみてみましょう。図表1は、道内にプロチームのある4スポーツ(野球/サッカー/フットサル/バスケットボール)と、昨年話題になったラグビーについて、道内外の18～79歳の男女に聞いた結果です。

図表 1

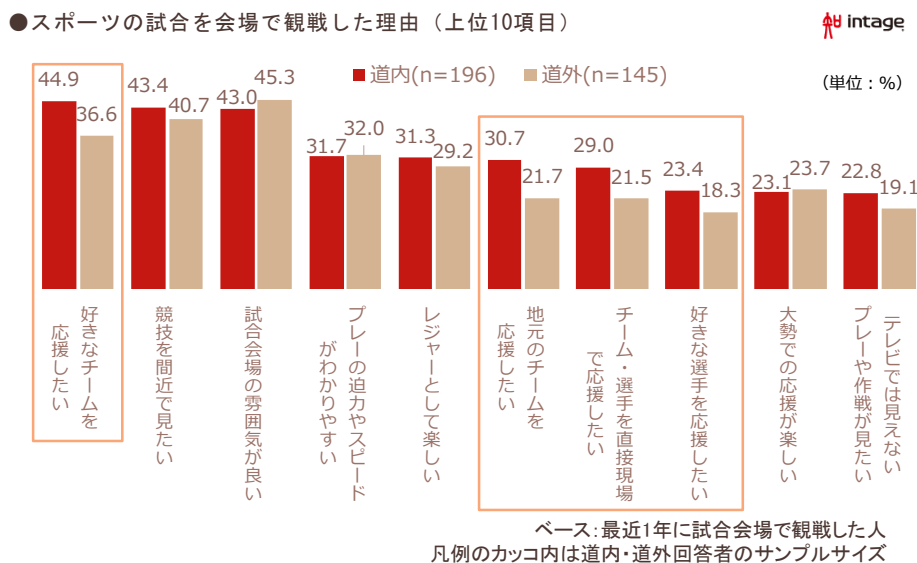


道民は「野球」の観戦率が高いことがわかります。テレビなどでの視聴も含めた観戦者は 50%におよび(道外は 43%)、試合会場での生観戦経験も 20%にのぼります(道外は 13%)。

道民のスポーツ観戦理由、「応援意識の高さ」が特徴的

道民のスポーツ観戦行動にはどのような特徴があるのでしょうか。試合会場でスポーツ観戦した理由を聞いた結果が図表 2 です。

図表 2

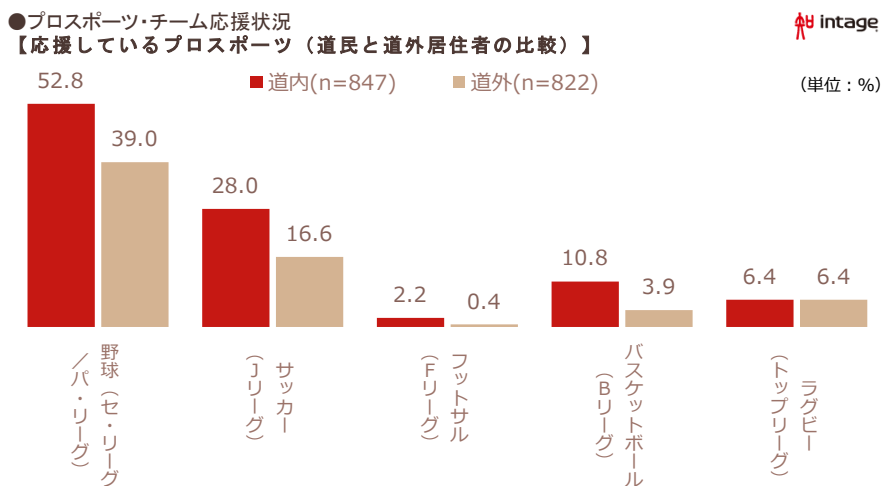


会場での観戦理由は、道内、道外とも「好きなチームを応援したい」「競技を間近で見たい」「試合会場の雰囲気が良い」がトップ3にあげられていますが、道内では「好きなチームを応援したい」(45%)の比率が道外(37%)に比べ高くなっています。また、「地元のチームを応援したい」「チーム・選手を直接現場で応援したい」など、道民は『応援のためにスポーツ観戦に行く』という意識が強い傾向がみられます。

・ファイターズファン率は道民の4割超…男女比ほぼ半々と女性も応援、グッズ購入はファンの6割超
 ・Jリーグ応援者は道外の1.7倍、Bリーグは約3倍…9割超がコンサドーレ、レバンガファン

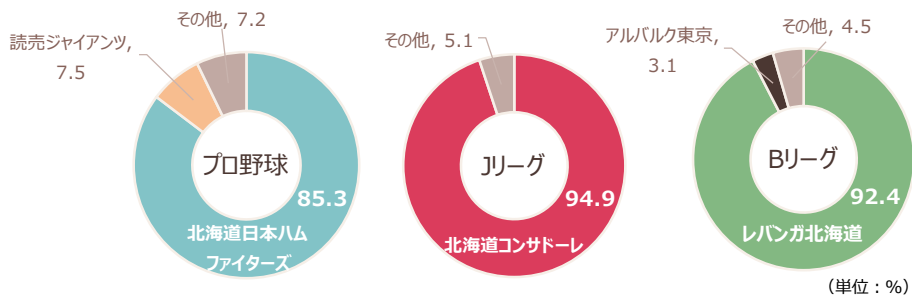
続いて、各スポーツで応援しているチームがあるかどうか聞いた結果をみてみましょう(図表3)。

図表 3



ベース: 全回答者
 凡例のカッコ内は道内・道外回答者のサンプルサイズ

【道民が応援するプロチーム】



ベース: 道内の回答者のうち応援しているプロスポーツのある人
 サンプルサイズ: プロ野球(n=447)/Jリーグ(n=237)/Bリーグ(n=92)

プロ野球で応援しているチームがある人は、道内では53%にのびります(道外は39%)。このうち85%はファイターズファンなので、道民の約4割がファイターズファンということになります。

また、プロ野球/ファイターズの人気には及ばないものの、Jリーグ、Bリーグで応援しているチームがある人も道外に比べ多くなっており、コンサドーレやレバンガといった地元チームが、道民の応援意識の対象となっていることがわかります。

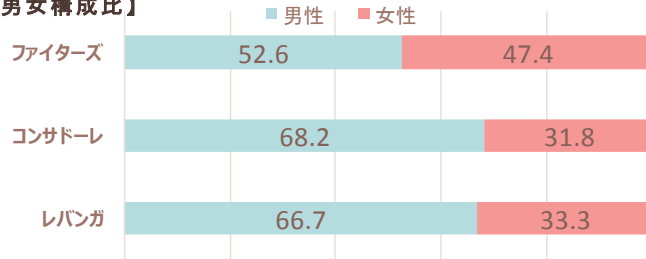
道内の3チームについて、応援している人=ファンの特徴を示しているのが図表4です。

図表 4

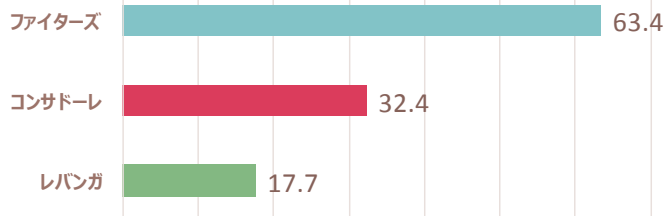
●各チームを応援する道内ファンの特徴



【男女構成比】



【グッズ購入経験率】



ベース：道内の回答者のうち各チームを応援する人
 サンプルサイズ：プロ野球 (n=381) / Jリーグ (n=225) / Bリーグ (n=85)

ファイターズファンは、男女比がほぼ半々。コンサドーレやレバンガに比べ、女性まで幅広くアピールしていることがうかがえます。また、グッズ購入経験がある人が63%にのぼります(コンサドーレファンは32%、レバンガファンは18%)。ファイターズファンは層が幅広いだけでなく、関わりの度合いも強いことがうかがえます。

・ファイターズ本拠地移転、道民の9割以上が認知。道外では3割弱にとどまる
 ・移転後の会場観戦「減る」は札幌市民6割。その他地域では「変わらない」が過半数

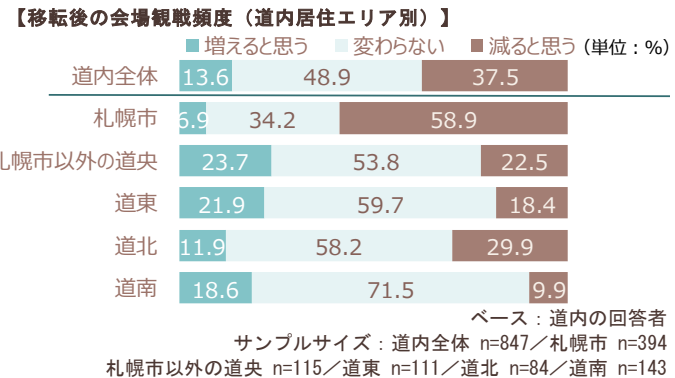
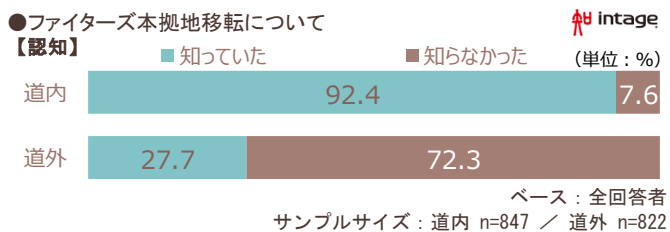
ここからは、北海道日本ハムファイターズに関して現在大きなトピックである、北広島市「北広島ボールパーク」への本拠地移転について調査しました。

本拠地移転をどれくらいの人知っているのか、そして移転後の、道民の会場観戦頻度について聞いた結果が図表5です。

道民の92%が本拠地移転について知っており、高い関心がうかがえます。道外では、認知率は28%にとどまりました。

本拠地移転によって、会場観戦の機会が増えると思うか、減ると思うかをたずねたところ、居住地域によって意見にはかなり差がみられ、札幌市民では59%が「減ると思う」と回答。移転によって、球場へのアクセスが悪くなることに対する懸念がみてとれます。

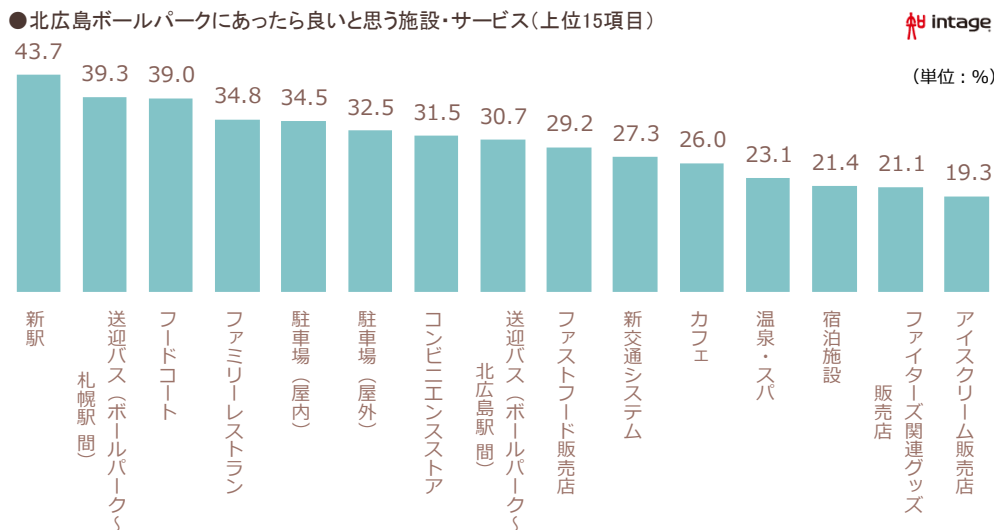
図表 5



新本拠地に期待されている施設・サービスは「新駅」「札幌駅間の送迎バス」「フードコート」

最後に、2023年開業予定の「北広島ボールパーク」に、どんな施設やサービスがあったら良いと思うかを聞いてみました(図表6)。

図表6



ベース: 道内回答者全体 サンプルサイズ: n=847

トップは、「新駅」(44%)、次いで「送迎バス(ボールパーク～札幌駅間)」(39%)があげられており、札幌市民を中心に、アクセス懸念解消を求める声が多いようです。また、僅差で「フードコート」(39%)が望まれています。

アクセスへの懸念を払拭し、大勢のファンが、新しい「ボールパーク」での野球観戦体験を楽しめることが期待されます。

使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/research/net/>

調査地域: 北海道内/北海道外

対象者条件: (1) 道内 18～79 歳の男女一般 (2) 道外 18～79 歳の男女一般

標本抽出方法: 弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

ウェイトバック: 性年代構成比を、2015年度実施国勢調査データをベースに、人口動態など加味した2019年度の構成比にあわせてウェイトバック

標本サイズ: (1) 北海道民 n=847 (2) 北海道外の人 n=822

調査実施時期: 2019年12月2日(月)～2019年12月9日(月)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社: 東京都千代田区、代表取締役社長: 檜垣 歩)は、「Create Consumer-centric Values ～お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、さまざまな業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【お問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原/西澤

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>