

なでしこリーグ スタジアム観戦者調査2012  
サマリーレポート



2013年3月  
なでしこリーグ改革タスクフォース

# 調査概要

## ➤ 調査目的

- なでしこリーグ所属5クラブのホームゲーム観戦者を対象に、観戦理由、クラブや選手に対する意識、観戦経験および基本的属性などの統計データを収集する。

## ➤ 調査時期

- 2012年9月30日(日) ~ 10月28日(日)

## ➤ 調査方法

- スタジアム内における集合配布法を用いた質問紙調査

## ➤ 調査対象者

- 中学生以上の男女であり、アウェイチームのファンではない観戦者

# 調査概要

## ➤ 調査対象試合

	節	開催日	対戦クラブ	スタジアム	キックオフ	天候	入場者数	回収数
浦和	16	10月28日	日テレ	浦和駒場スタジアム	14:04	雨のち曇	1,624人	254部
日テレ	15	10月21日	湯郷ベル	味の素スタジアム西競技場	13:00	晴	2,209人	287部
新潟L	12	9月30日	湯郷ベル	新潟市陸上競技場	12:00	晴	1,006人	234部
I 神戸	13	10月6日	ジェフL	ホームズスタジアム神戸	12:34	曇	5,546人	273部
湯郷ベル	14	10月14日	浦和	岡山県美作ラグビーサッカー場	12:03	曇	3,634人	273部

## ➤ 調査実施・分析および報告書作成

有効回答数：1,321部

- 大阪体育大学 教授 藤本 淳也
- 早稲田大学 准教授 松岡 宏高
- 調査実施協力: 新潟経営大学 准教授 福田 拓哉
- 報告書作成協力: 大阪体育大学大学院生・早稲田大学大学院生

\* Jリーグ観戦者との比較には「Jリーグスタジアム観戦者調査2012サマリーレポート」を用いた。

# 調査内容と分析

## 調査内容

- ① 人口統計的特性
  - 性別、年齢
- ② 行動関連特性
  - サッカー経験、来場同伴人数、観戦回数、観戦動機、観戦意図
- ③ チームと選手に対する意識
  - ホームチームのファンか否か、クラブの地域貢献度評価  
アタッチメント、選手イメージ

## 分析とレポートの内容

①  
ファンの特性  
(Jリーグとの比較)

P. 6～

②  
性別比較

P. 18～

③  
年齢層間比較

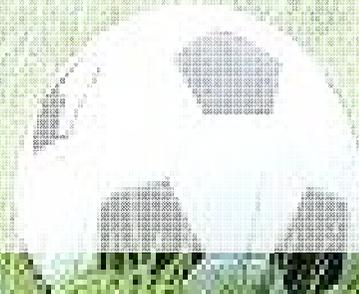
P. 23～

④  
ファン歴間比較

P. 29～

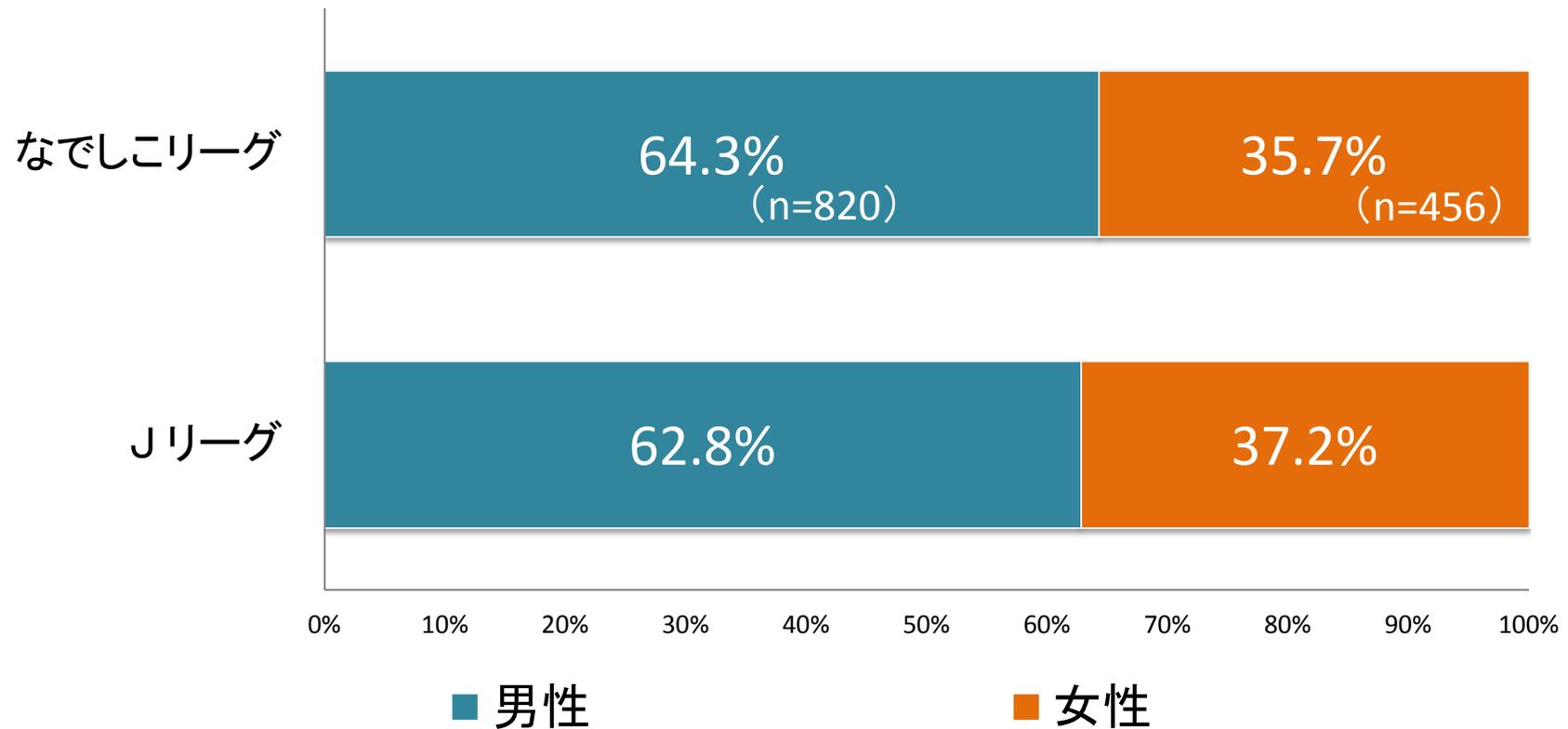
# ファンの特性

1. 人口統計的特性
2. 行動関連特性
3. チームと選手に対する意識



# 人口統計的特性：性別

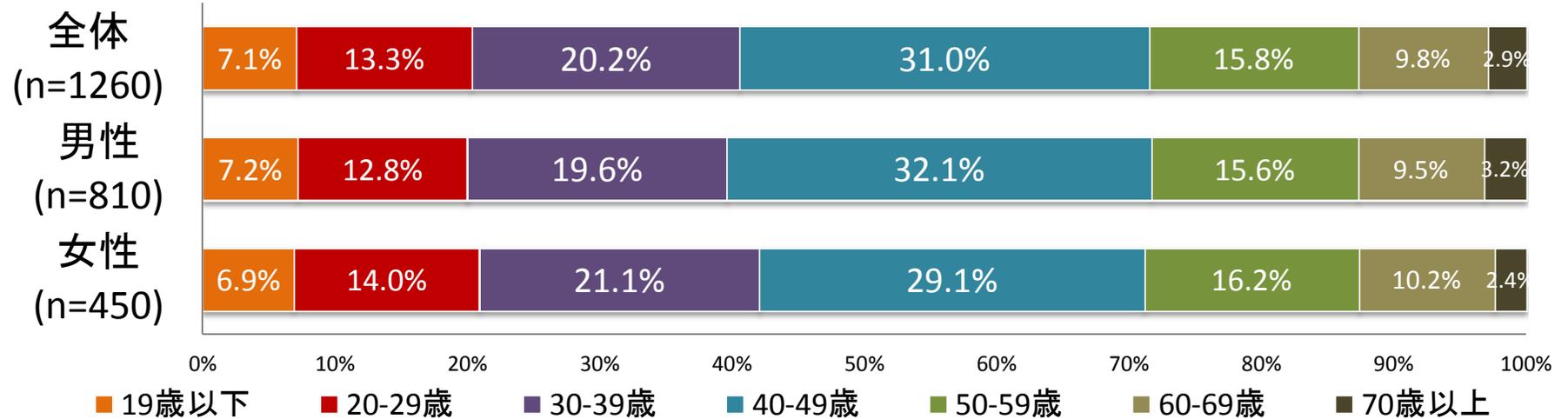
男性 > 女性 (Jリーグと同様)



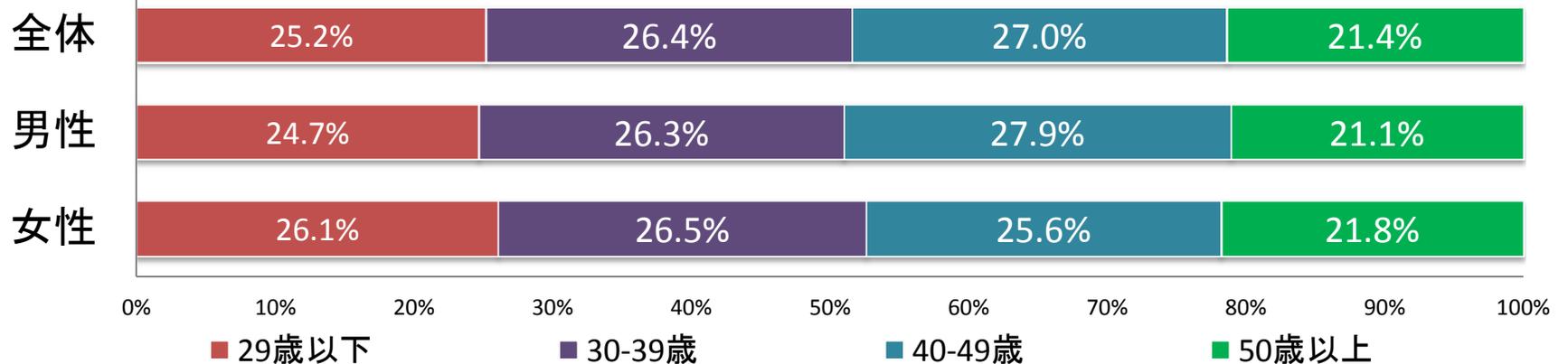
# 人口統計的特性：年齢

比較的高年齢層の割合が高く、平均年齢は42.0歳（Jリーグでは39.0歳）

なでしこ



Jリーグ



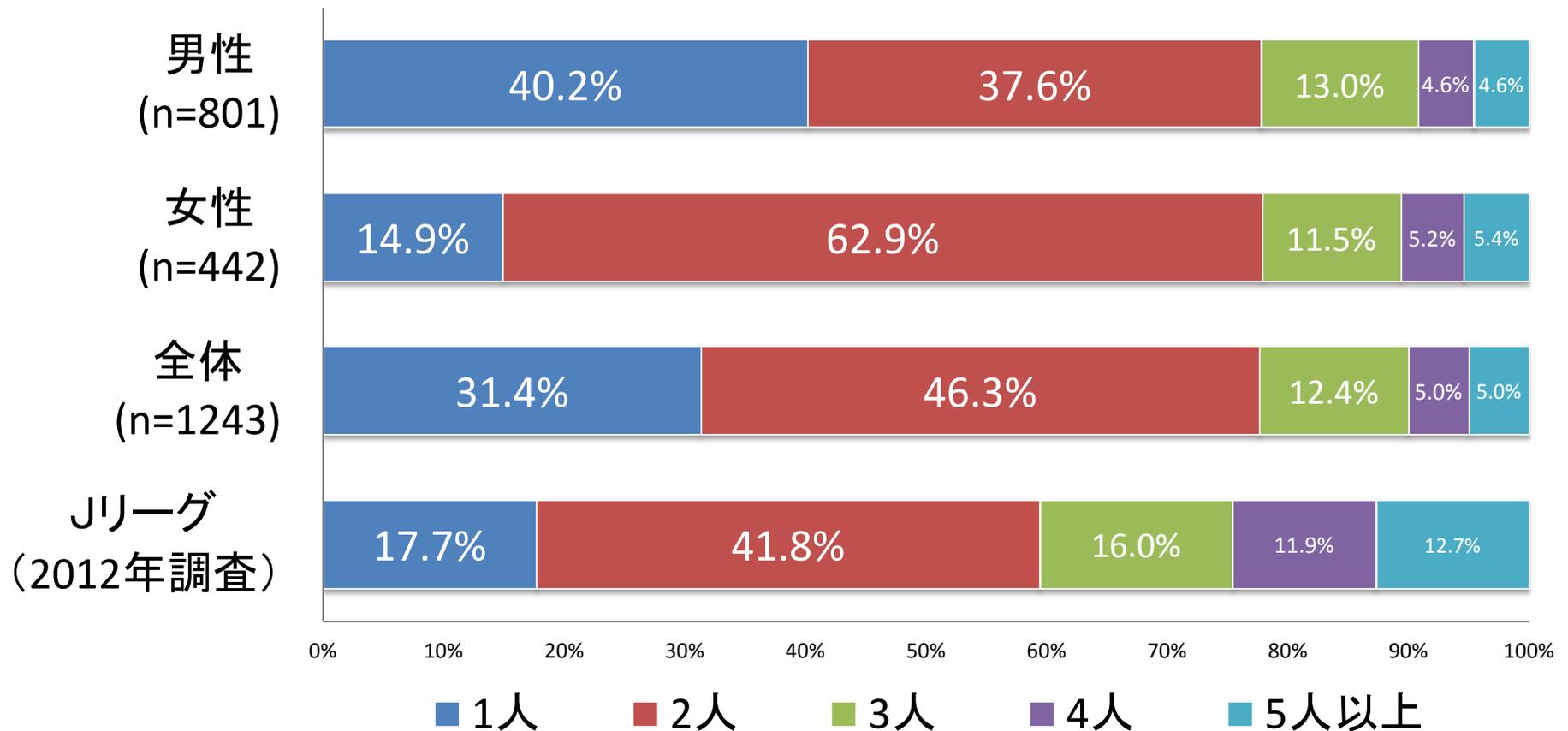
(注：なでしこデータとは年数のカテゴリーが異なる)

# 行動関連特性：来場同伴人数

男性は「ひとり」での来場が4割。

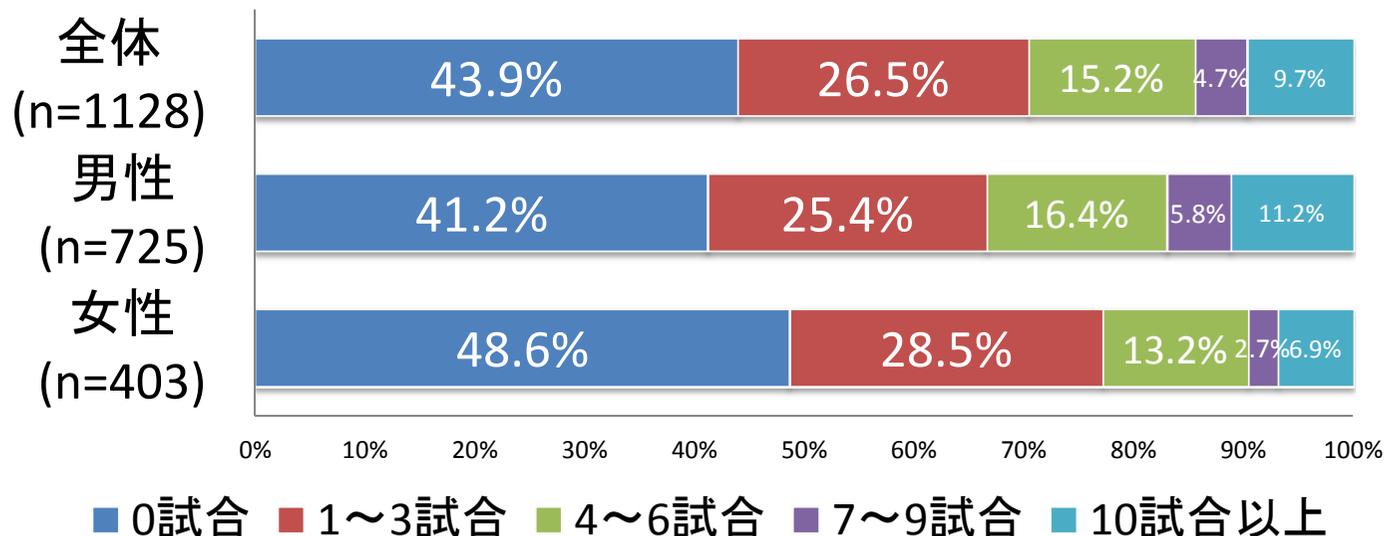
女性は2人での来場が6割以上。

全体では、ひとりでの来場者の割合がJリーグよりも高い。

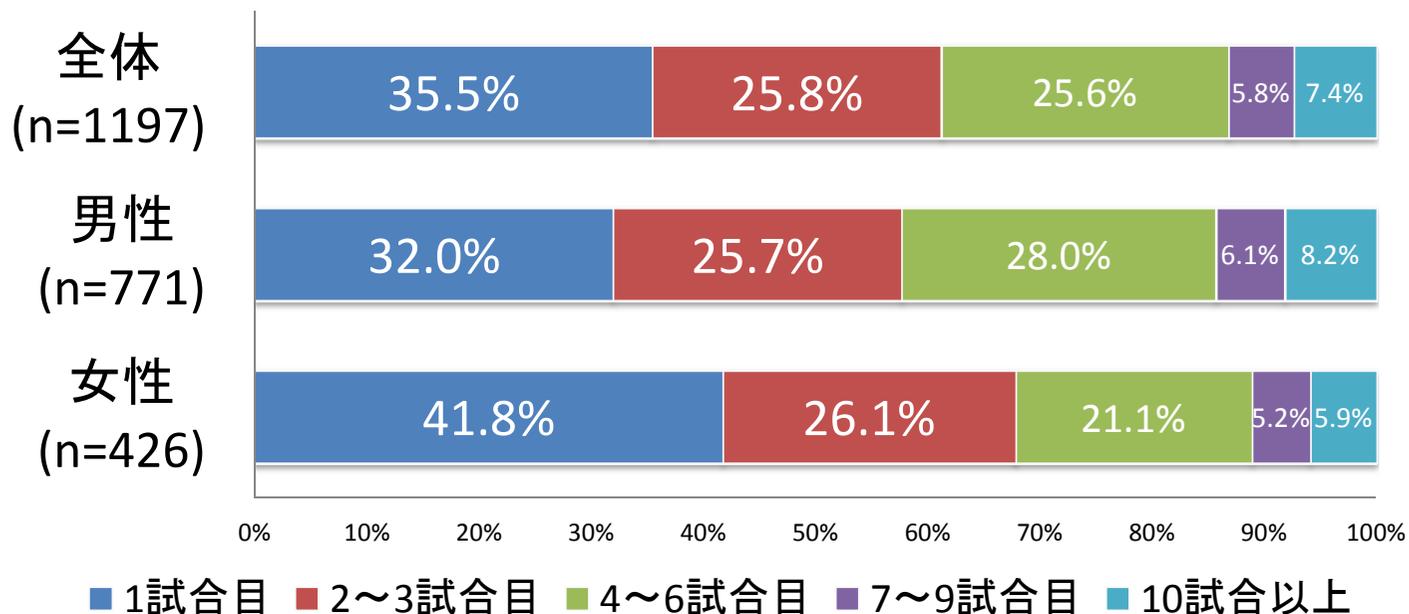


# 行動関連特性：観戦回数

## 【昨シーズン】 (2011年)



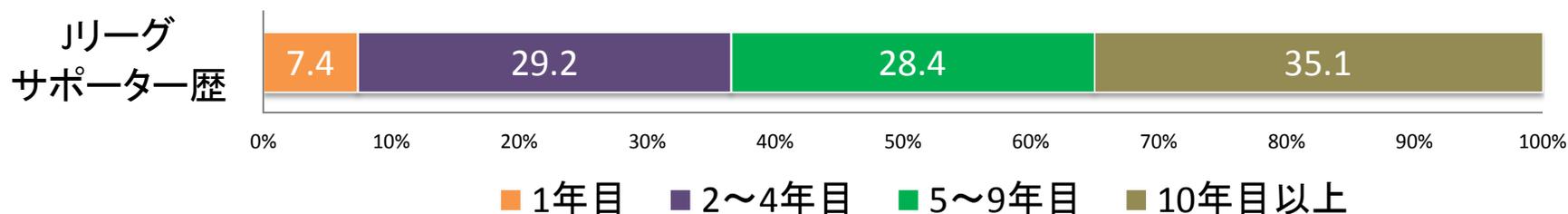
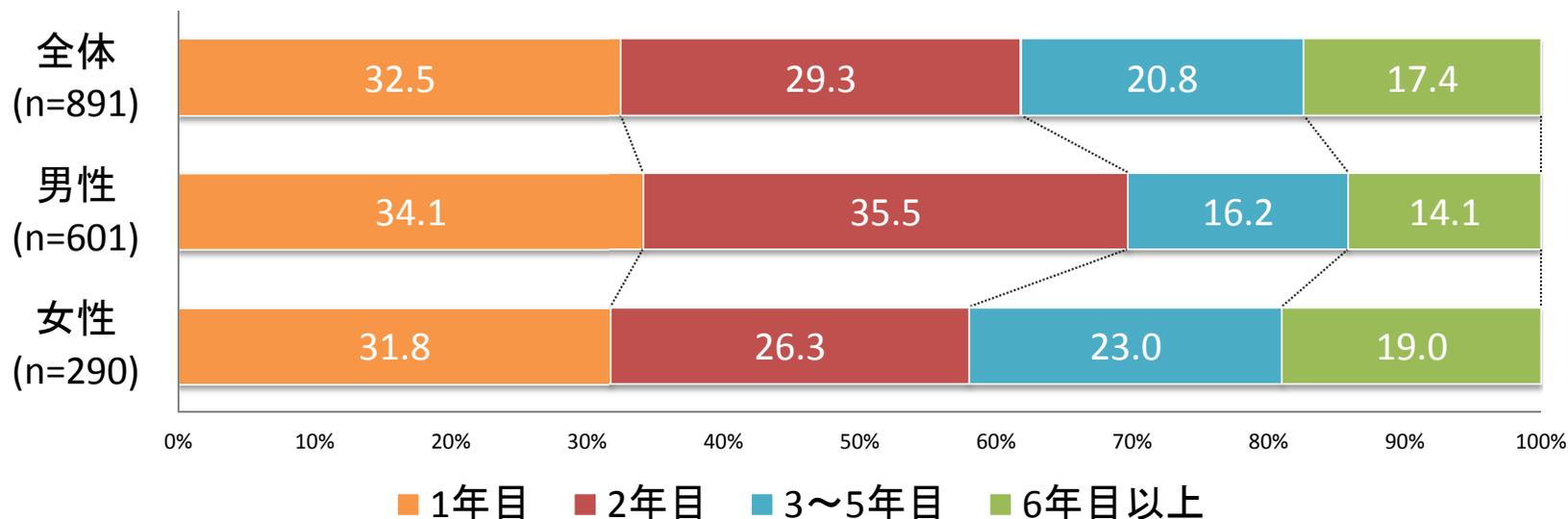
## 【今シーズン】 (2012年)



# 行動関連特性：ファン歴

『あなたは「(クラブ名)」のファンですか？』

→ 「はい」と回答した964名(74.7%)が分析対象

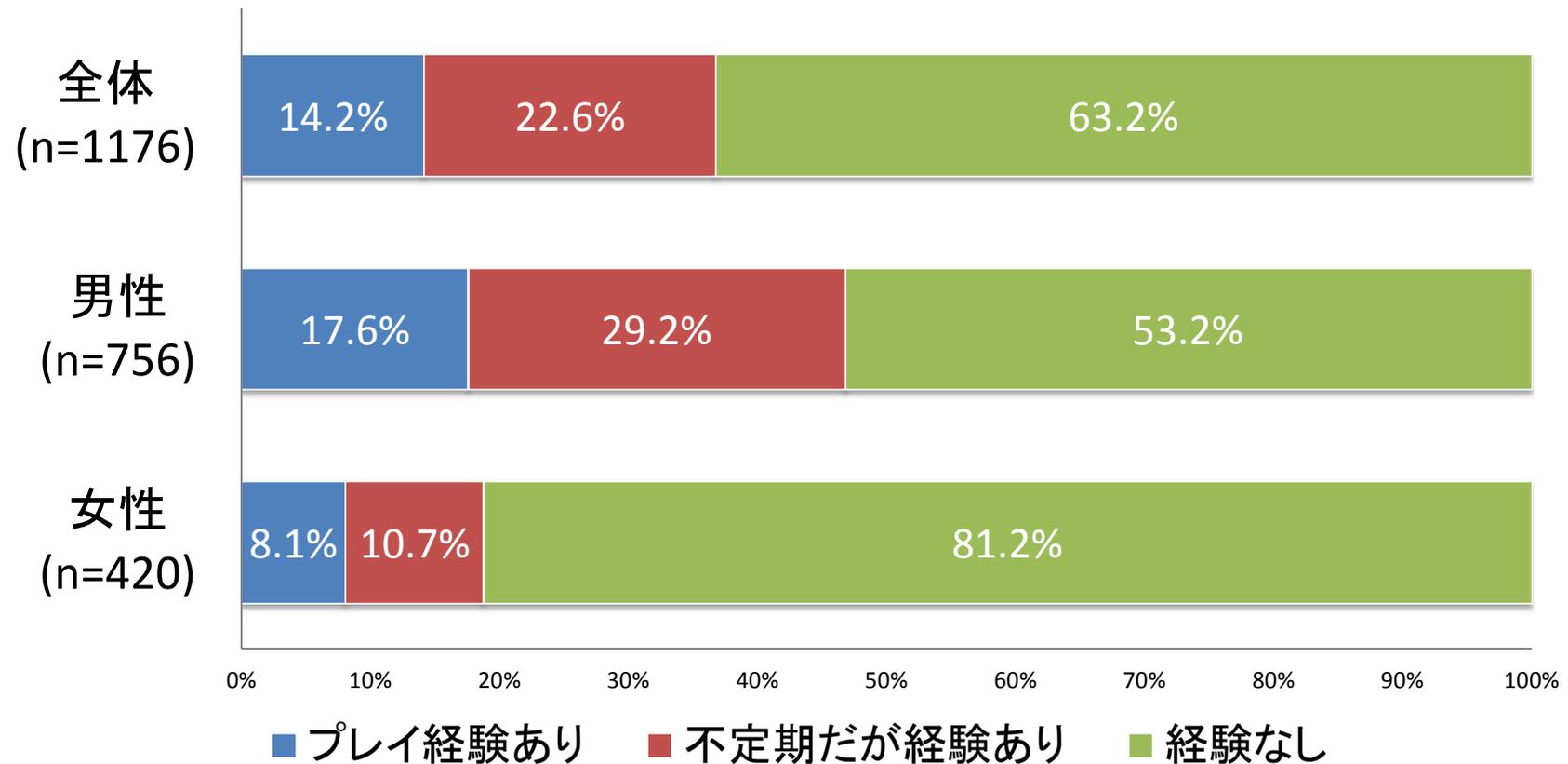


(注: なでしこデータとは年数のカテゴリーが異なる)

**2011年(ワールドカップ優勝の年)以降のファンが6割以上**

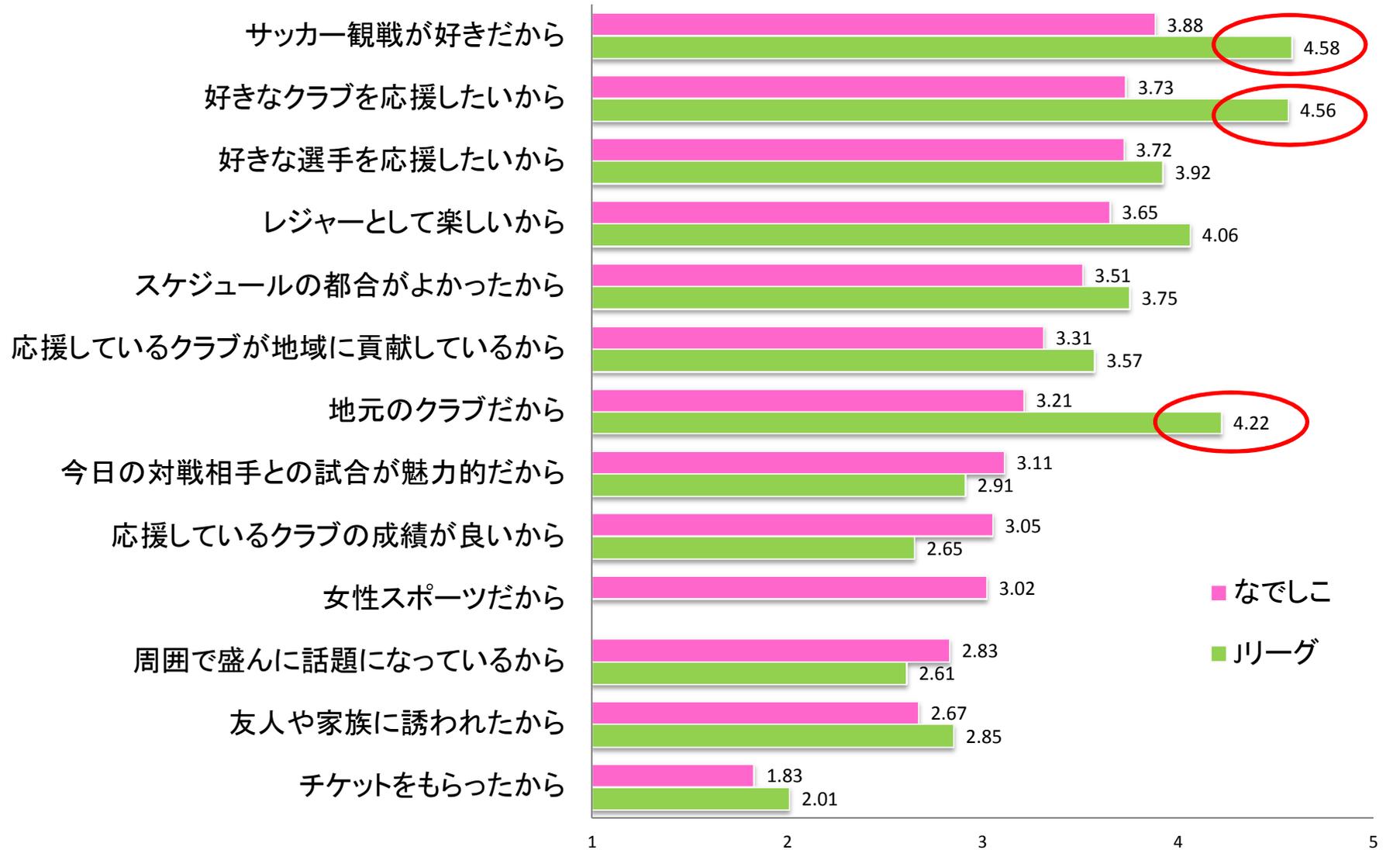
# 行動関連特性：サッカー実施経験

サッカーのプレイ経験がない観戦者の割合が高い。  
女性では8割以上が全くなし。  
(リーグ観戦者では62.7%が未経験者)



# 観戦動機

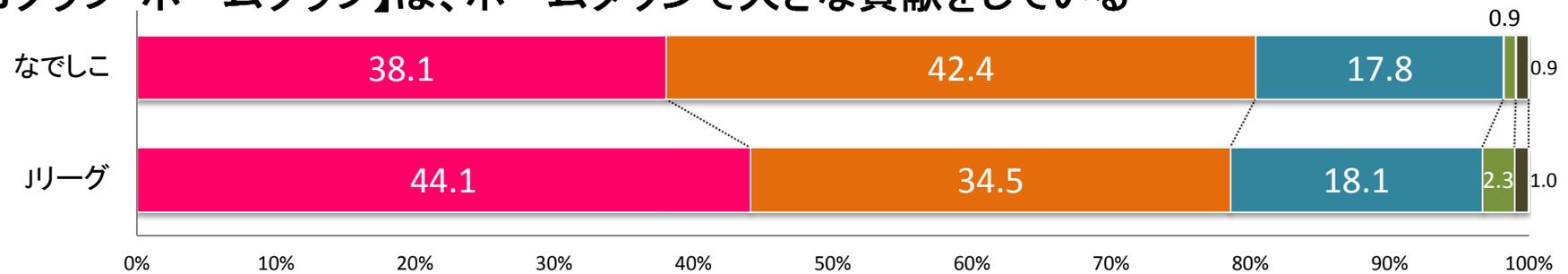
「その競技」、「そのクラブ」という観戦理由が、リーグに比べて低い。



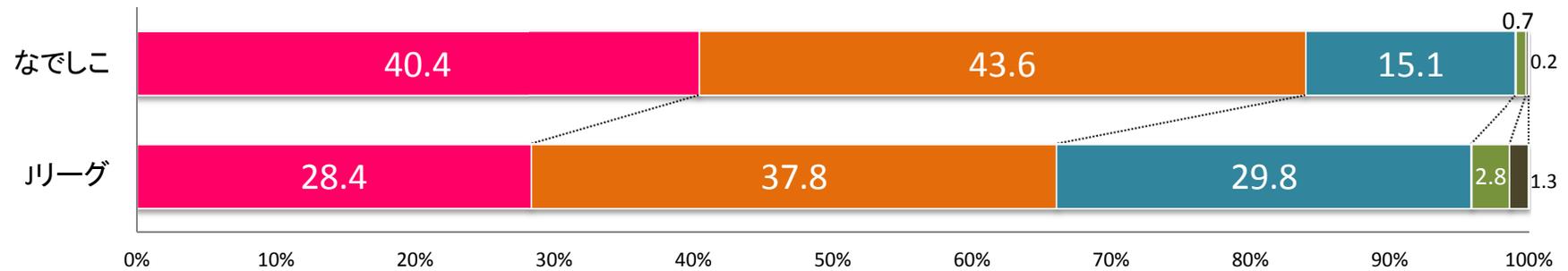
(観戦理由として「1:全くあてはまらない」～「5:大いにあてはまる」の5段階尺度で測定)

# クラブの地域貢献に対する評価

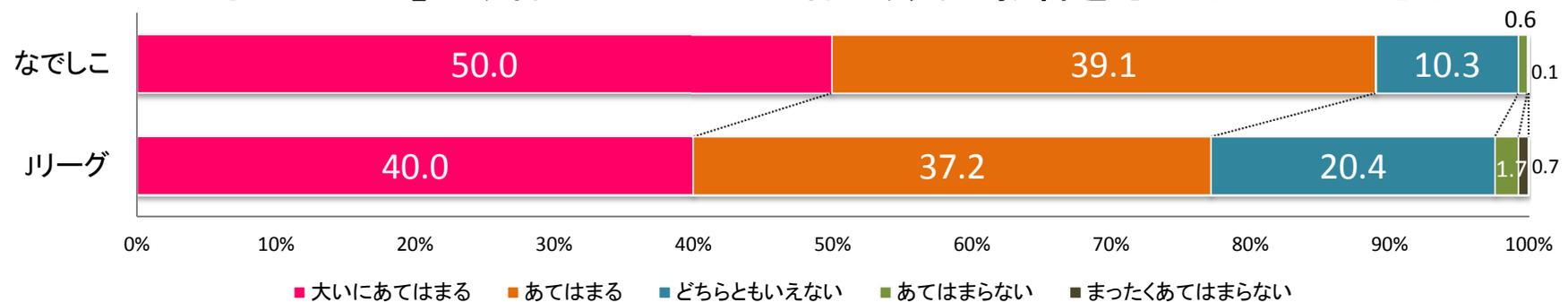
【Jクラブ・ホームクラブ】は、ホームタウンで大きな貢献をしている



【サッカー選手・女子サッカー選手】は、社会の規範として重要な役割を果たしている



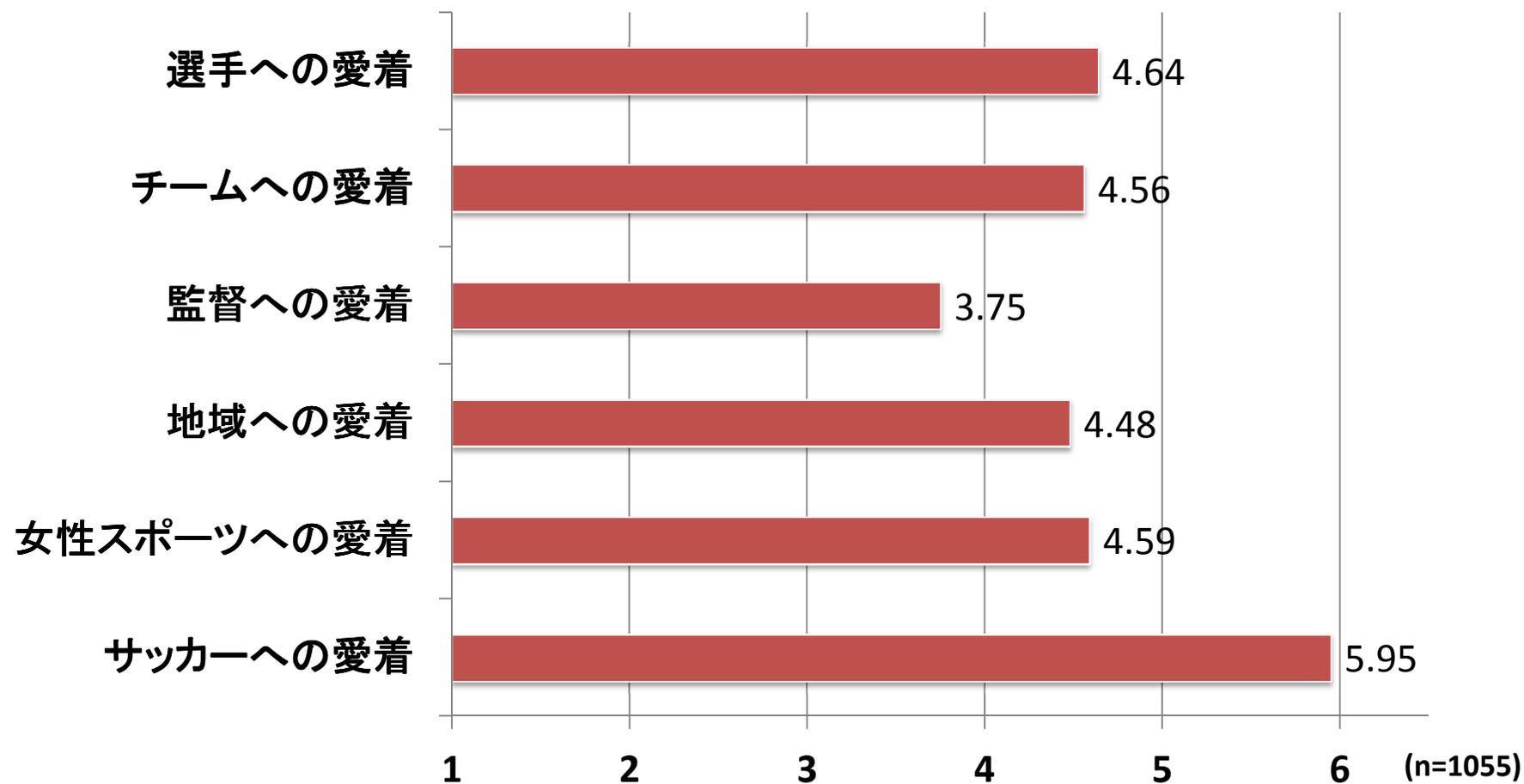
【サッカー・女子サッカー】は、若い人たちの生活に、良い影響を与えることができる



■ 大いにあてはまる ■ あてはまる ■ どちらともいえない ■ あてはまらない ■ まったくあてはまらない

# アタッチメント(愛着)

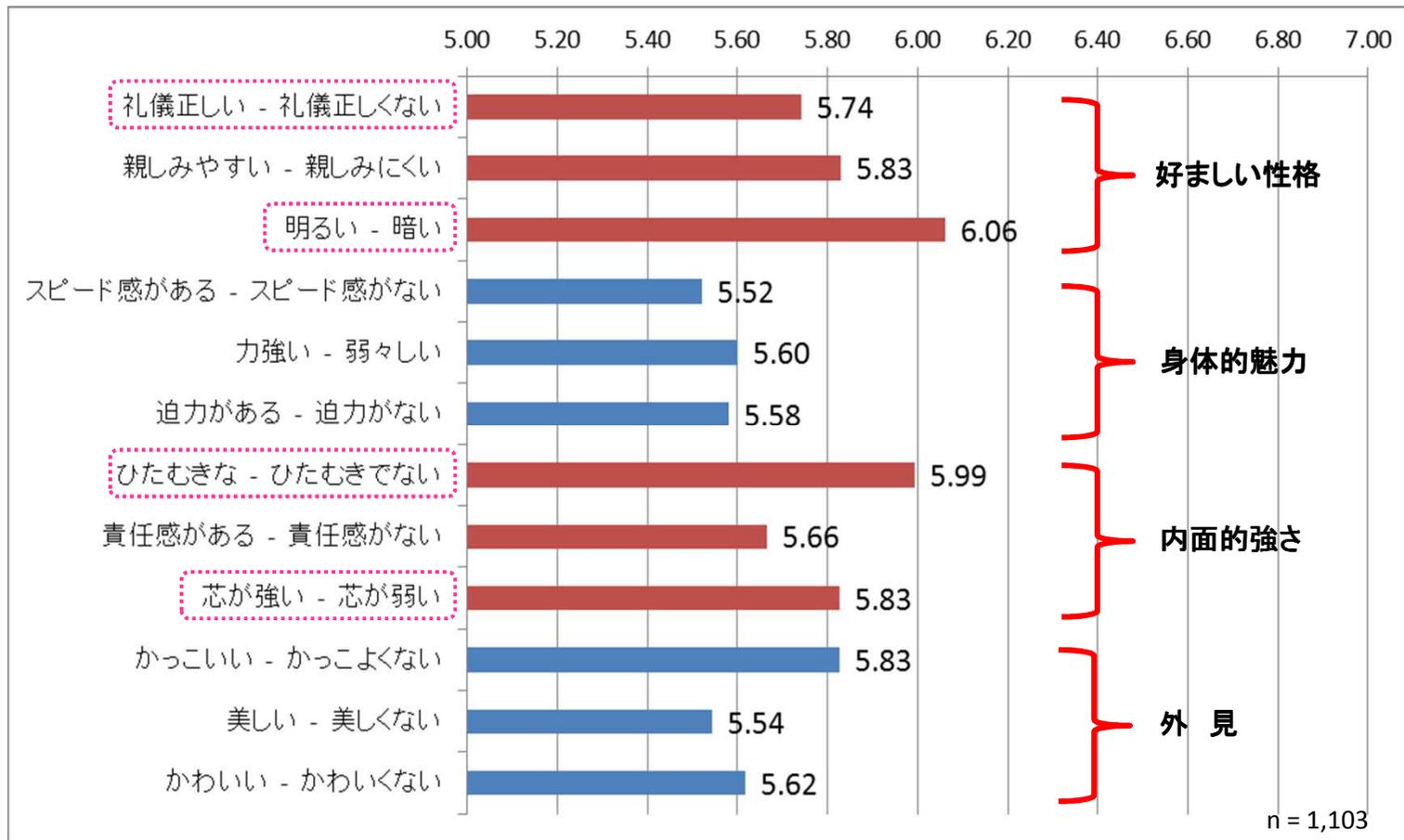
サッカーへの愛着が最も強い。



# 選手イメージ

全体的に良いイメージを持っている。

特に、「好ましい性格」と「内面的強さ」を示す項目の値が高い傾向にある



で囲んだ項目は、「なでしこビジョン」で「なでしこらしさ」として示されているイメージ  
値は4点を中間点に1点に近いほどネガティブなイメージに、7点に近いほどポジティブなイメージを示す。

# 比較分析

## 1. 男女間比較分析

男女による観戦行動・意識の違いを把握する。

## 2. 年齢別比較分析

19歳以下、20～29歳、30～39歳、40～49歳、50歳以上の5つのグループによる観戦行動・意識の違いを把握する。

## 3. ファン歴比較分析

2011年のワールドカップ優勝以降に増加した新規ファンとそれ以前から応援してきた既存ファンの違いを把握する。

# 比較分析の視点

## 1. 男女間比較分析

- 男女による観戦行動・意識の違いを把握する。

## 2. 年齢別比較分析

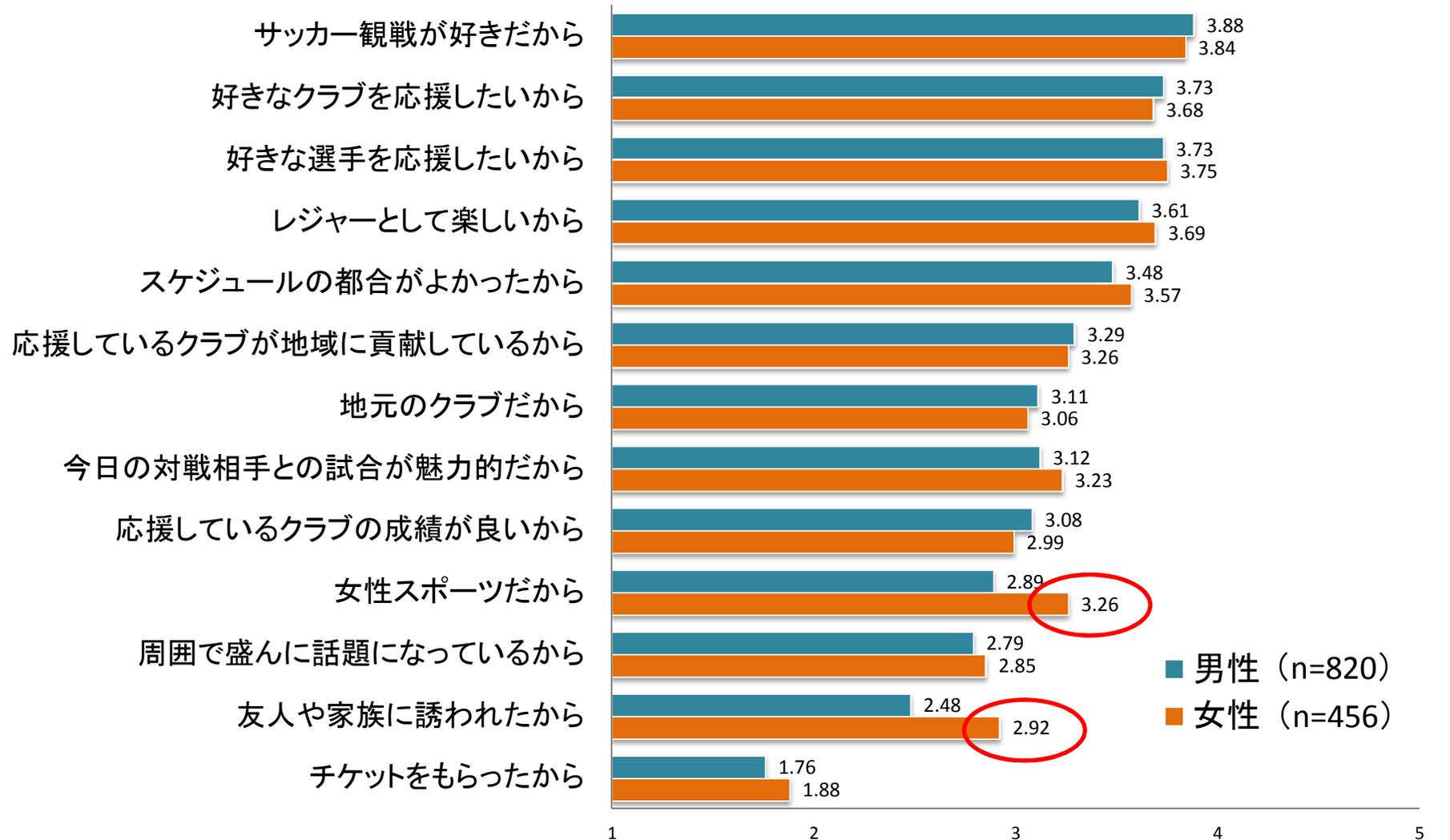
- 19歳以下、20～29歳、30～39歳、40～49歳、50歳以上の5つのグループによる観戦行動・意識の違いを把握する。

## 3. ファン歴比較分析

- 2011年のワールドカップ優勝以降に増加した新規ファンとそれ以前から応援してきた既存ファンの違いを把握する。

# 男女別比較分析：観戦動機

「女性スポーツだから」、「誘われたから」は、女性観戦者のほうが高い。

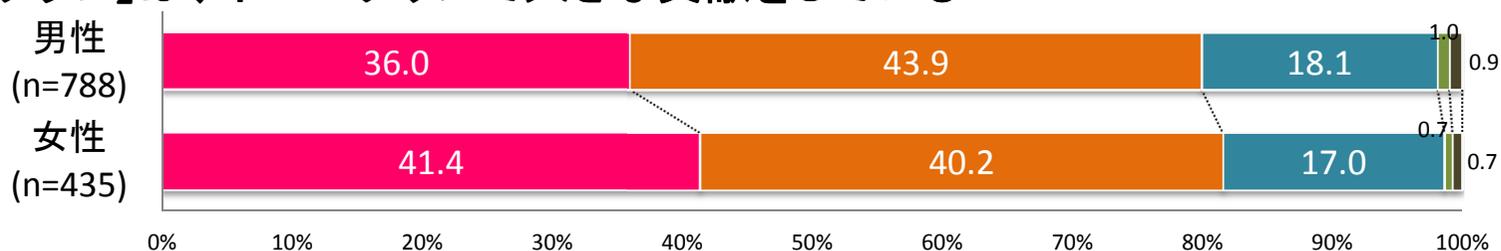


(観戦理由として「1:全くあてはまらない」～「5:大いにあてはまる」の5段階尺度で測定)

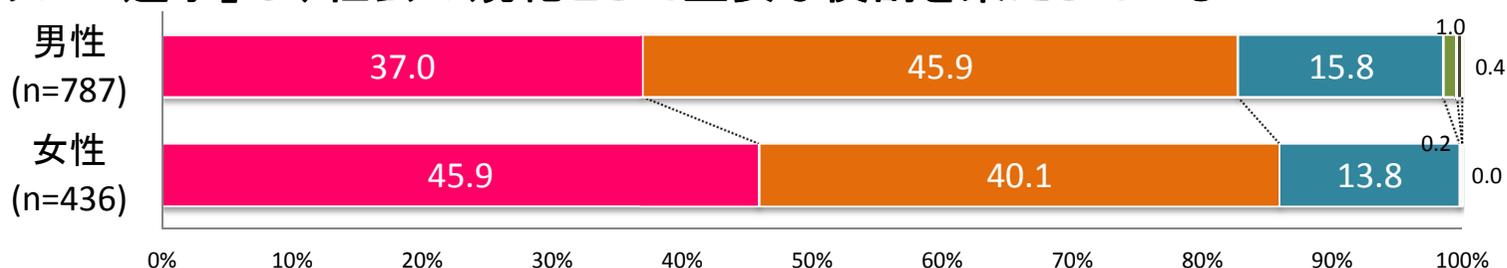
# 男女別比較分析：地域貢献

女性のほうがクラブや選手の社会貢献を高く評価している

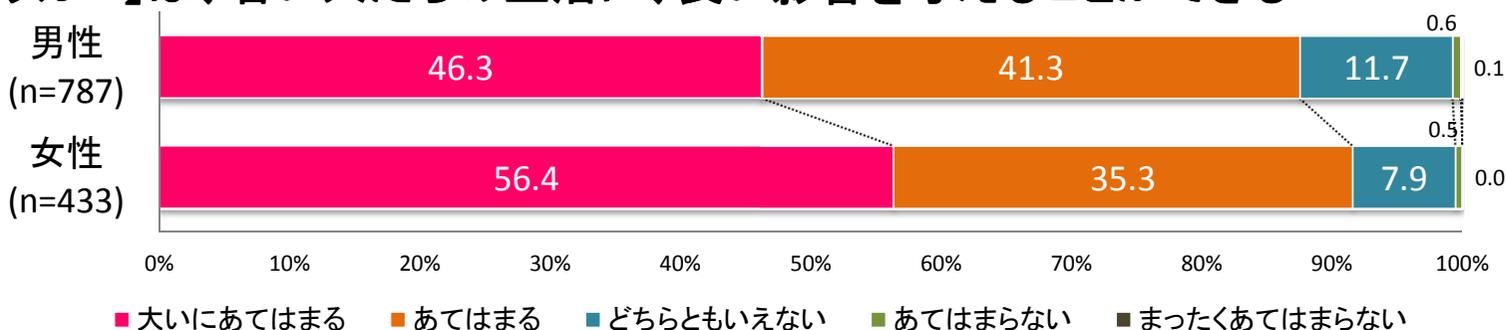
【ホームクラブ】は、ホームタウンで大きな貢献をしている



【女子サッカー選手】は、社会の規範として重要な役割を果たしている



【女子サッカー】は、若い人たちの生活に、良い影響を与えることができる

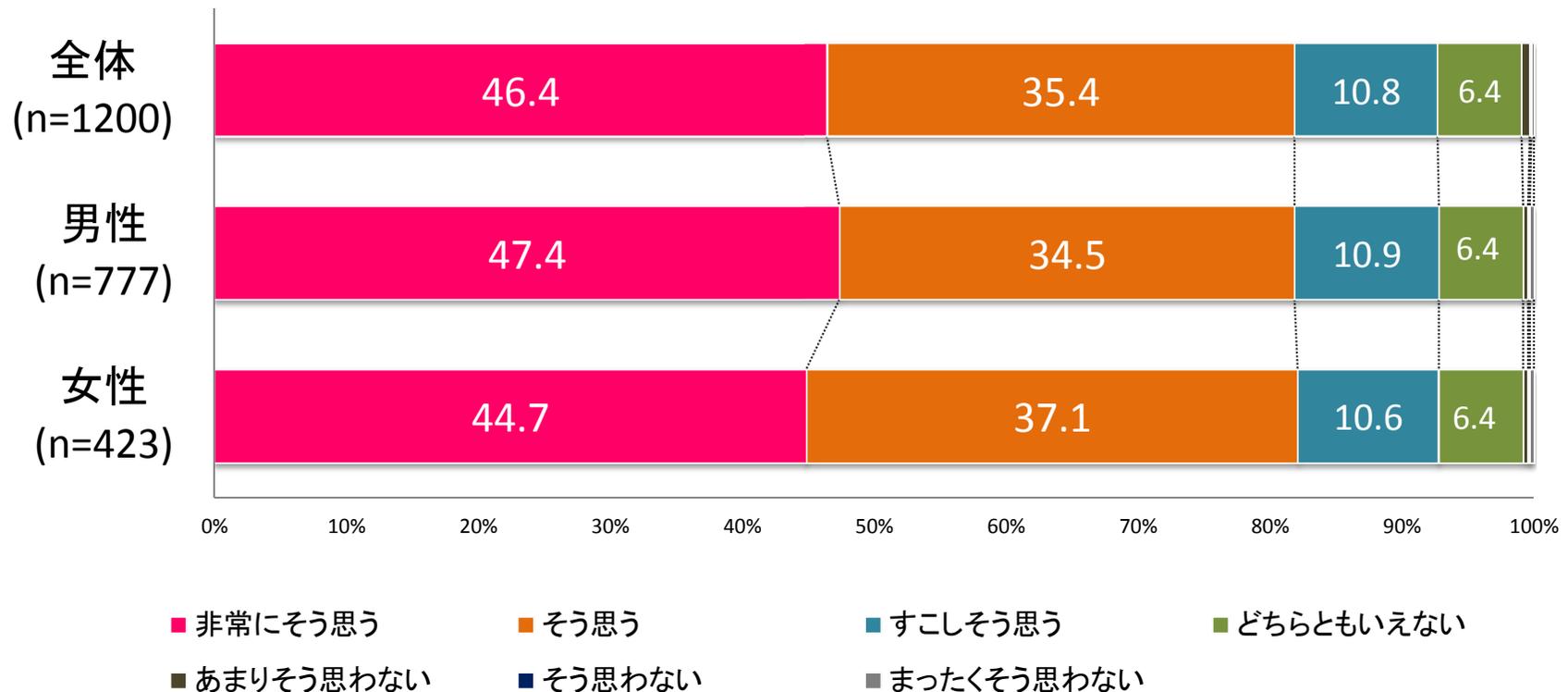


■ 大いにあてはまる ■ あてはまる ■ どちらともいえない ■ あてはまらない ■ まったくあてはまらない

# 男女別比較分析：今後の観戦意図

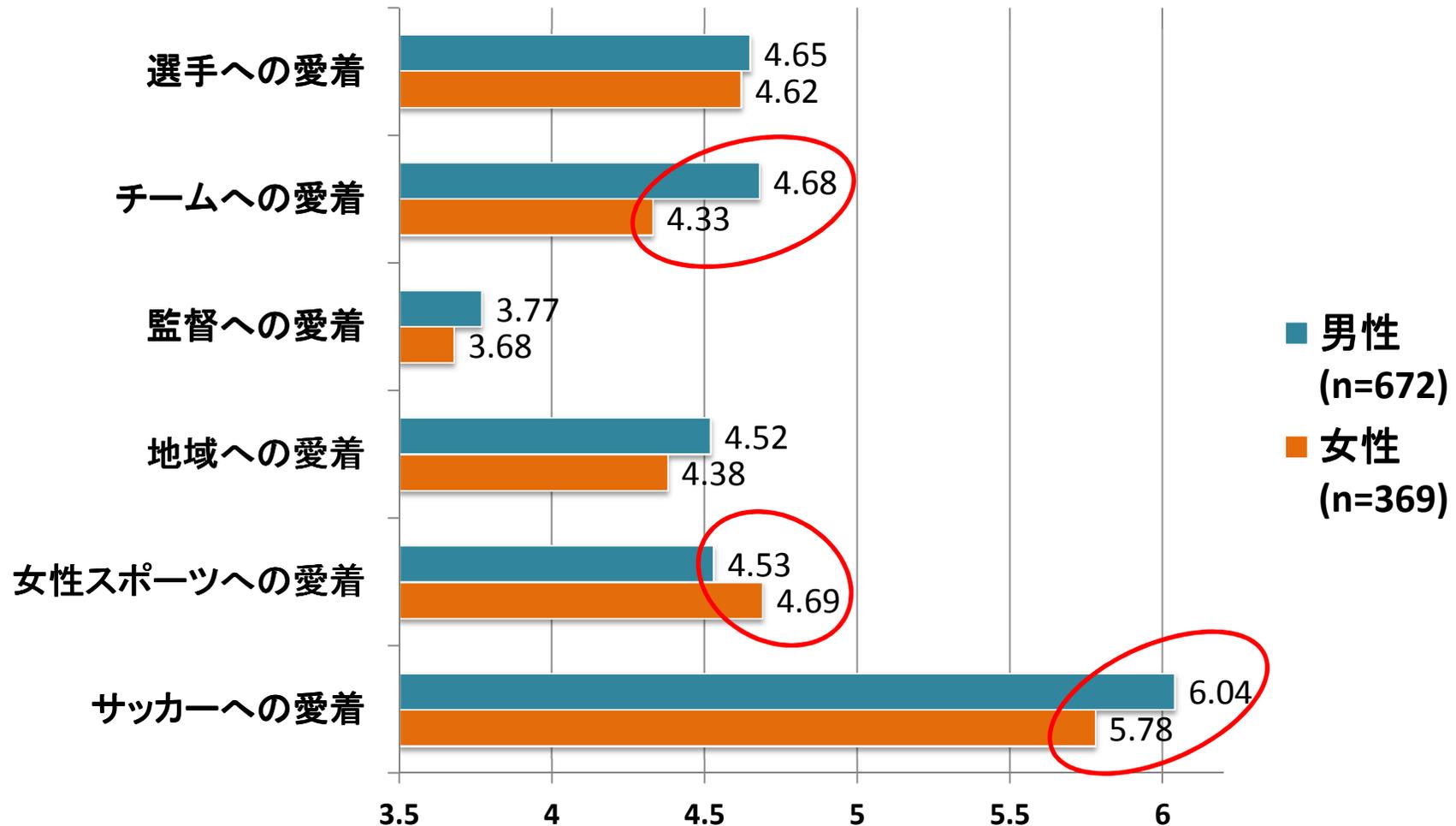
「今後、『チーム名』の試合をスタジアムで観戦したいと思いますか？」

⇒ 再観戦意図は、男女ともにひじょうに高い。



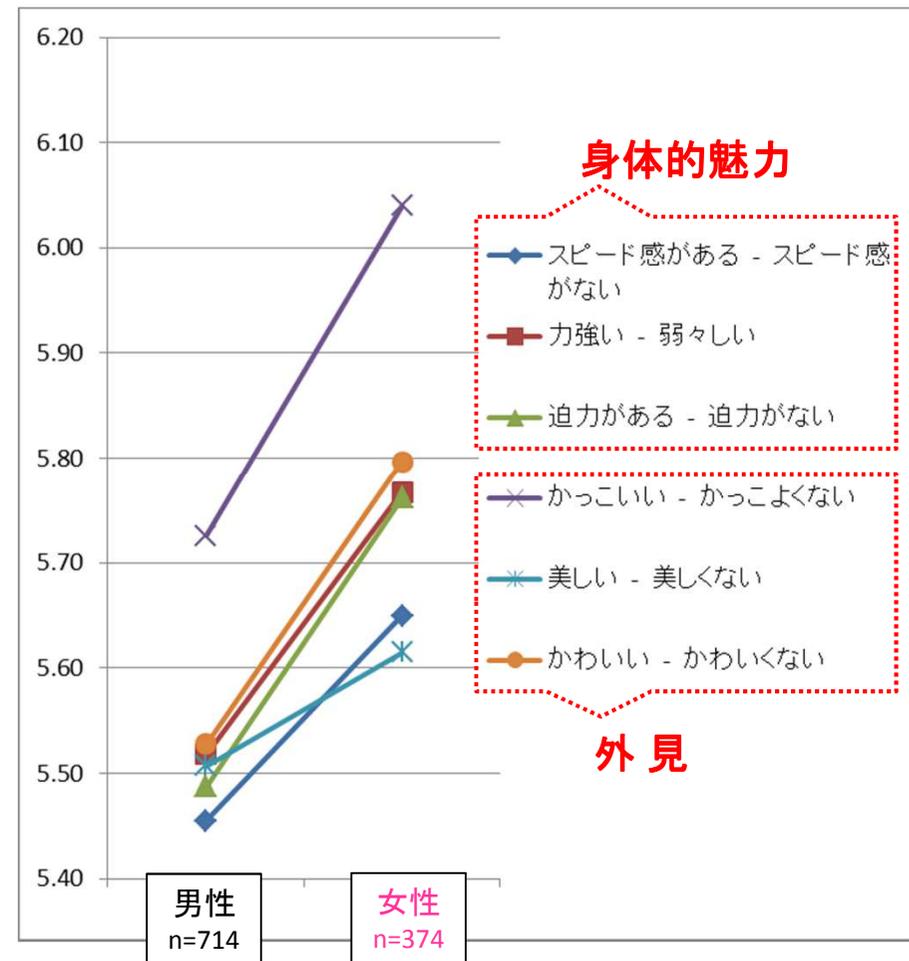
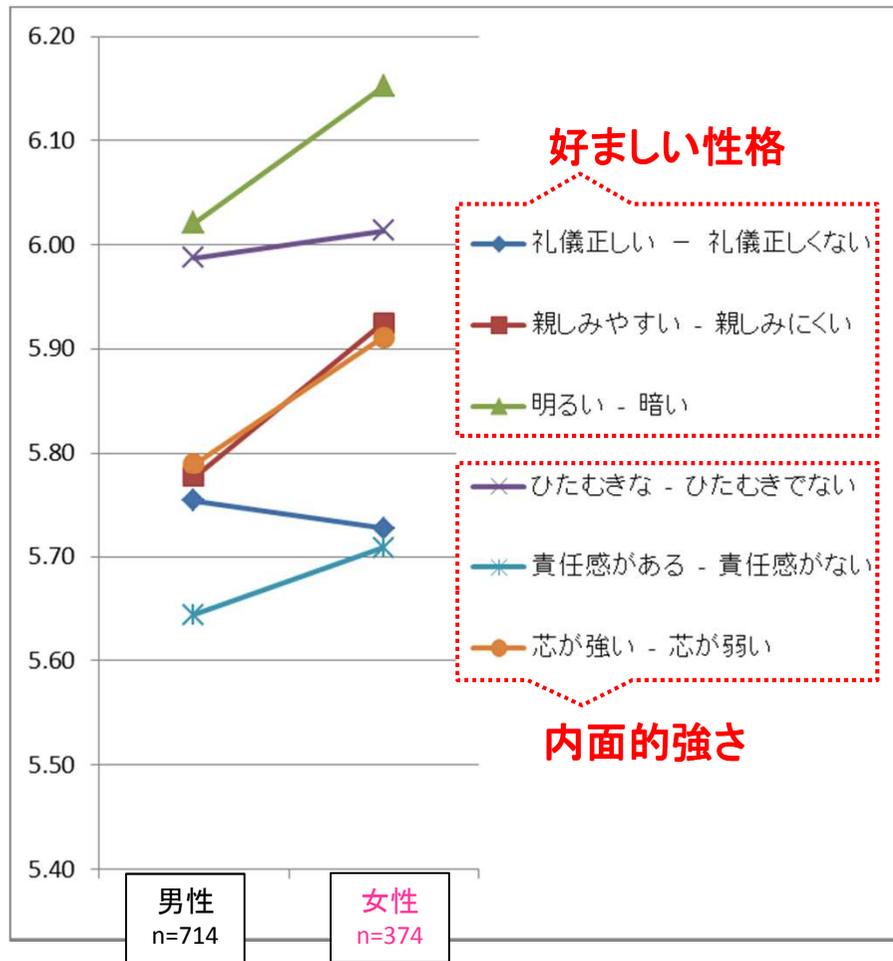
# 男女別比較分析：アタッチメント

「チーム・サッカーへの愛着」は男性が高く、  
「女性スポーツへの愛着」は女性が高い傾向。



# 男女別比較分析：選手イメージ

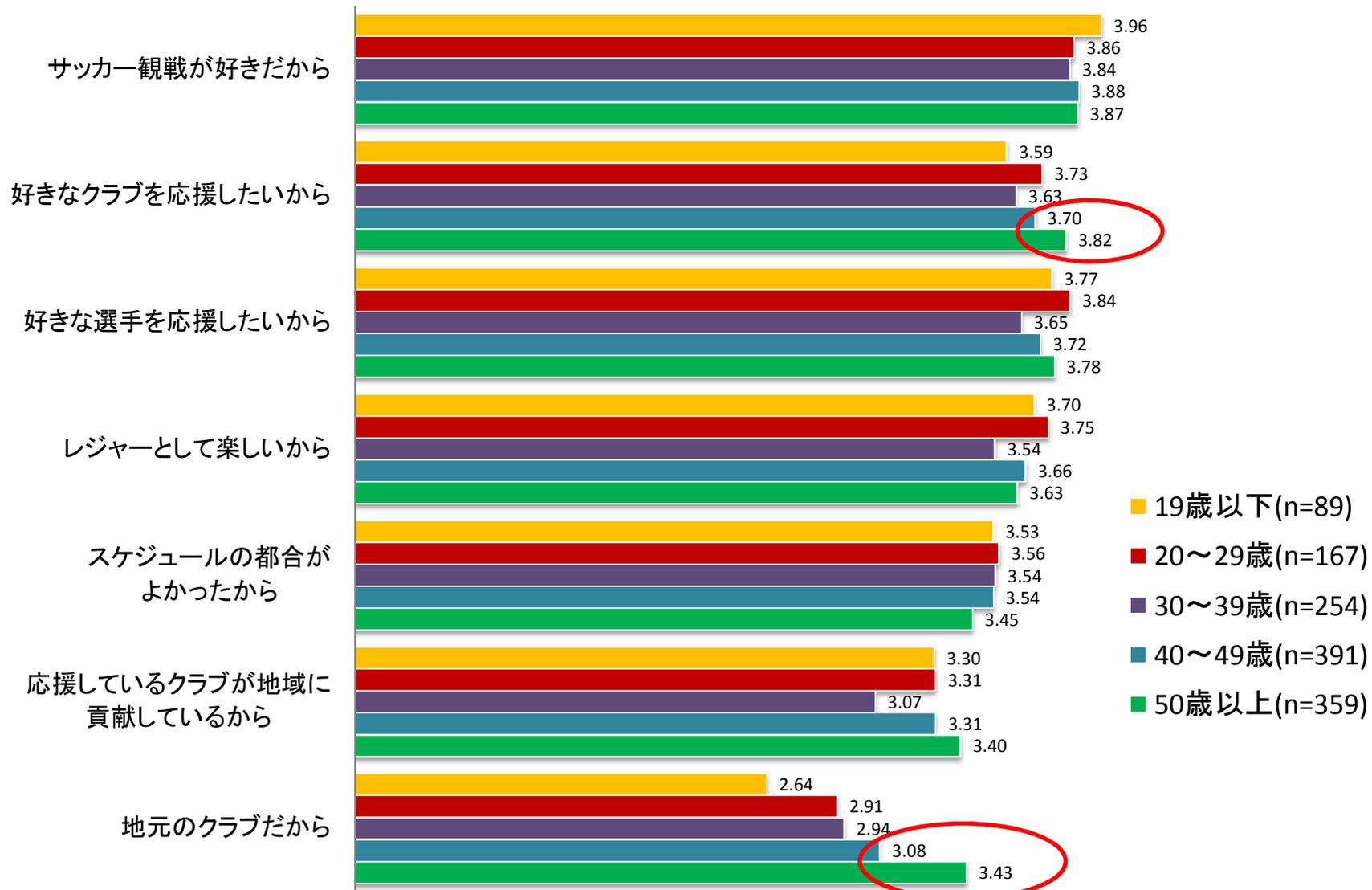
女性の方が、男性より良い選手イメージを持っている。  
特に、「身体的魅力」と「外見」に関する項目の差が大きい。



値は4点を中間点に1点に近いほどネガティブなイメージに、7点に近いほどポジティブなイメージを示す。

# 年齢別比較分析：観戦動機（前半7項目）

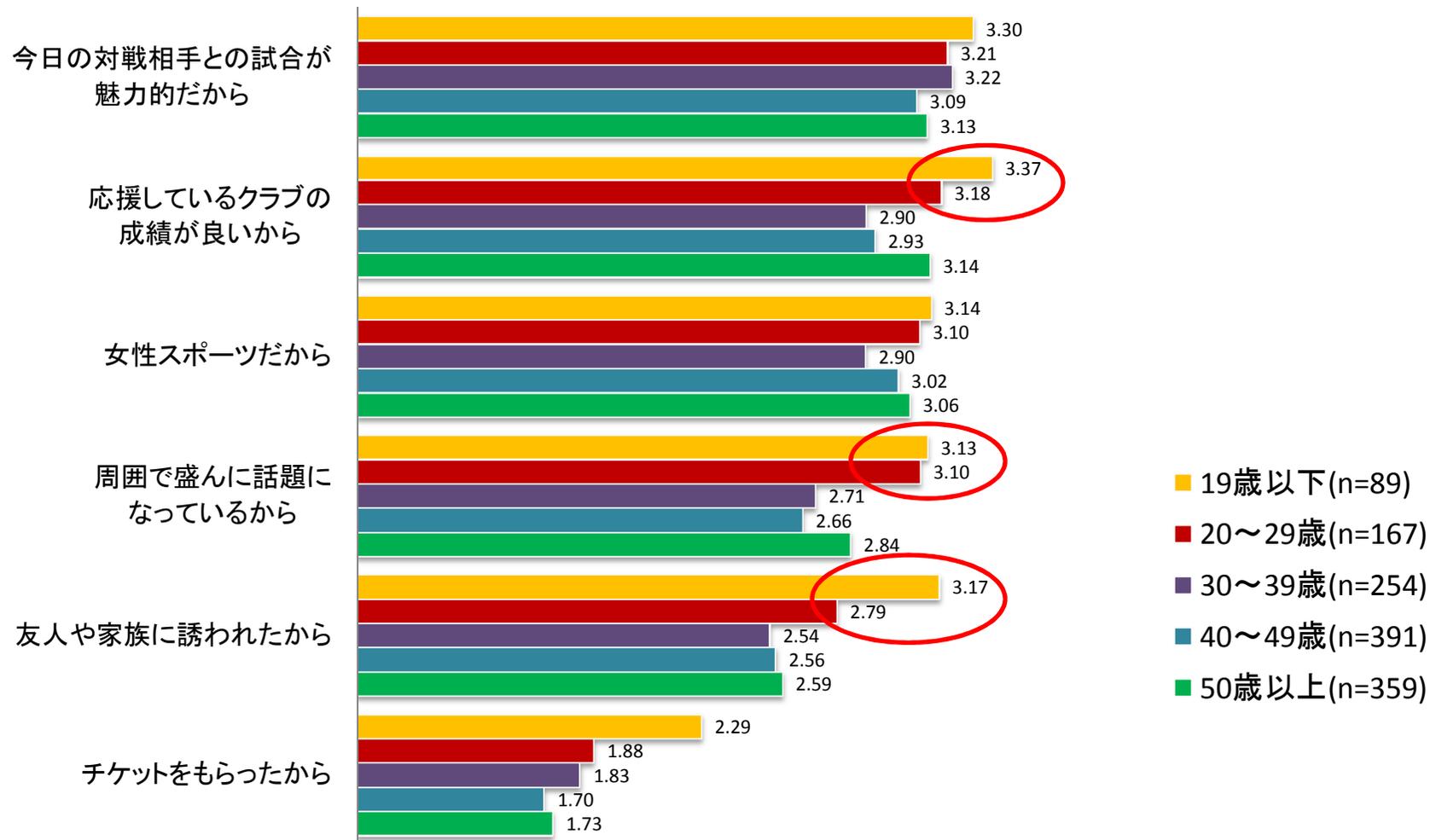
年齢が高いほうが、「クラブ」が観戦理由になっている。



（観戦理由として「1:全くあてはまらない」～「5:大いにあてはまる」の5段階尺度で測定）

# 年齢別比較分析：観戦動機（前半6項目）

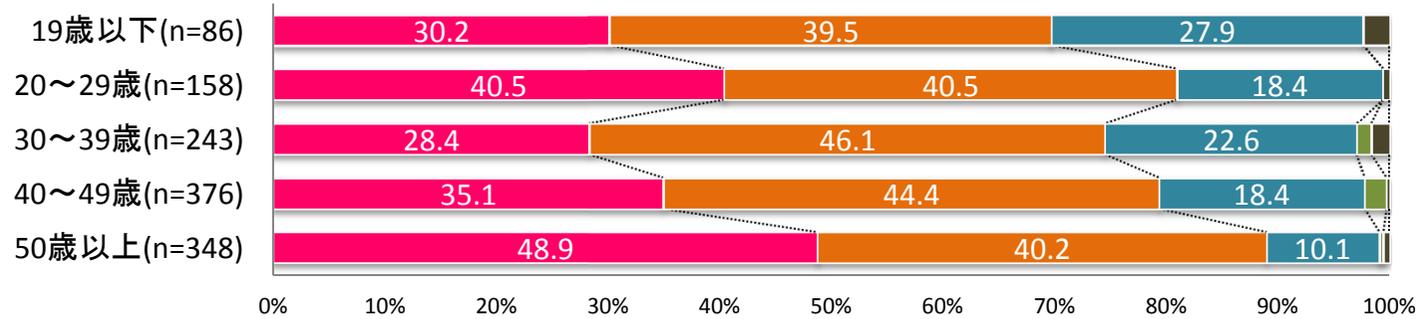
年齢が低いほうが、「クラブの成績」、「話題性」、「人からの誘い」が観戦理由になっている。



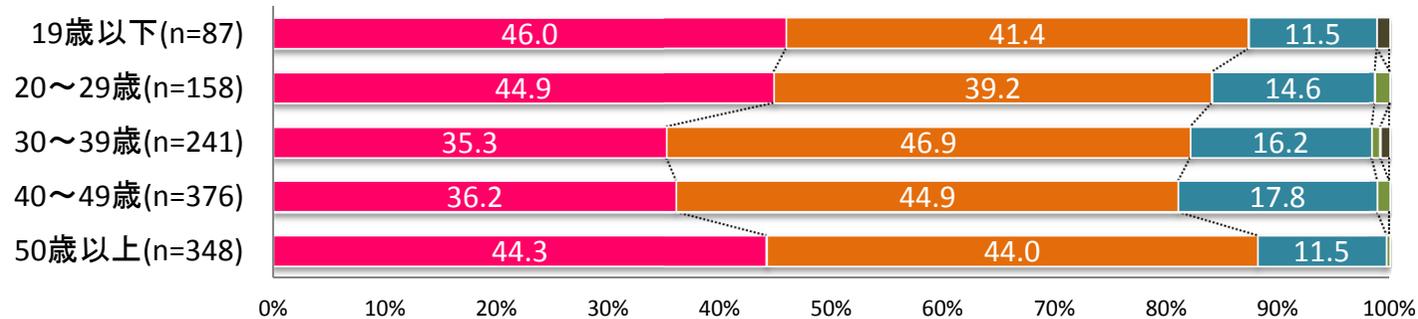
(観戦理由として「1:全くあてはまらない」～「5:大いにあてはまる」の5段階尺度で測定)

# 年齢別比較分析：地域貢献

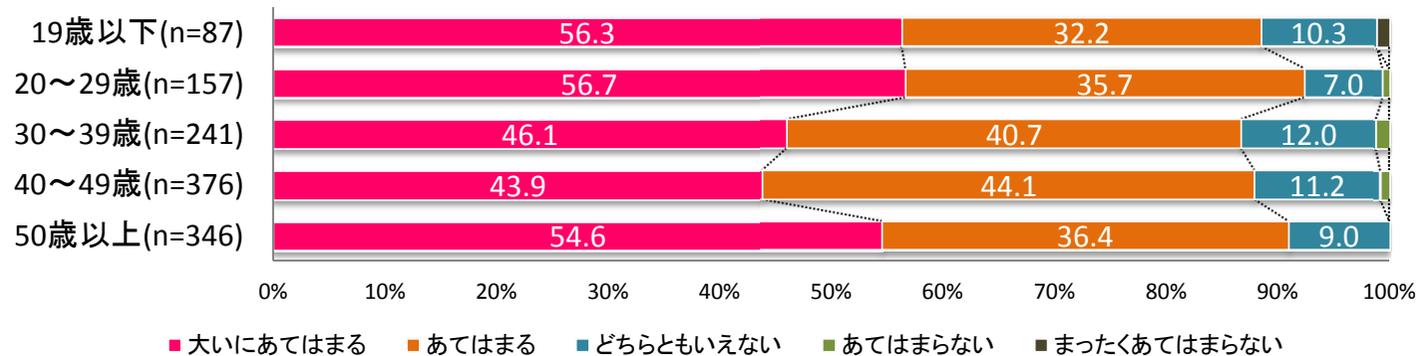
## 【ホームクラブ】は、ホームタウンで大きな貢献をしている



## 【女子サッカー選手】は、社会の規範として重要な役割を果たしている



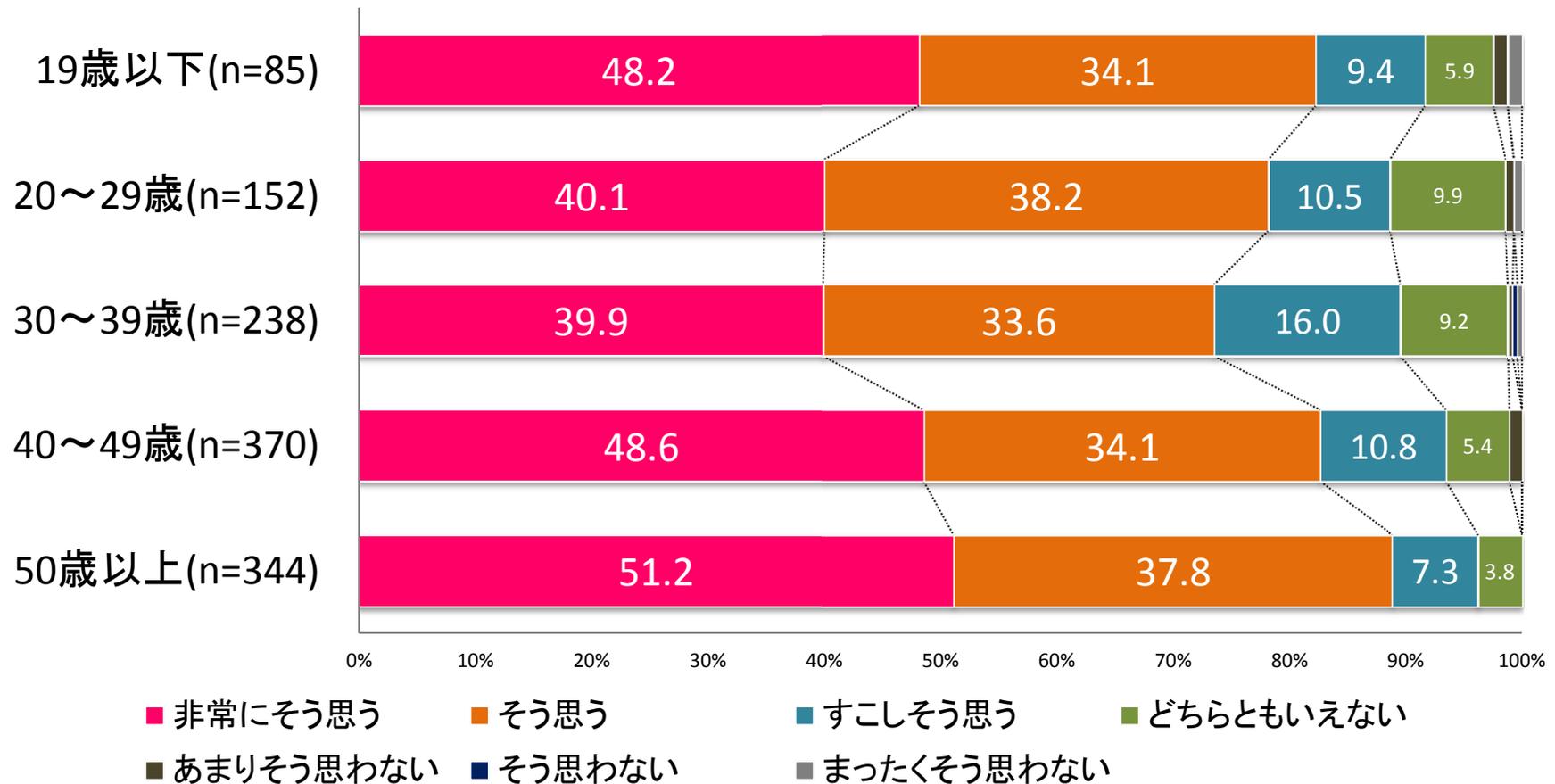
## 【女子サッカー】は、若い人たちの生活に、良い影響を与えることができる



# 年齢別比較分析：今後の観戦意図

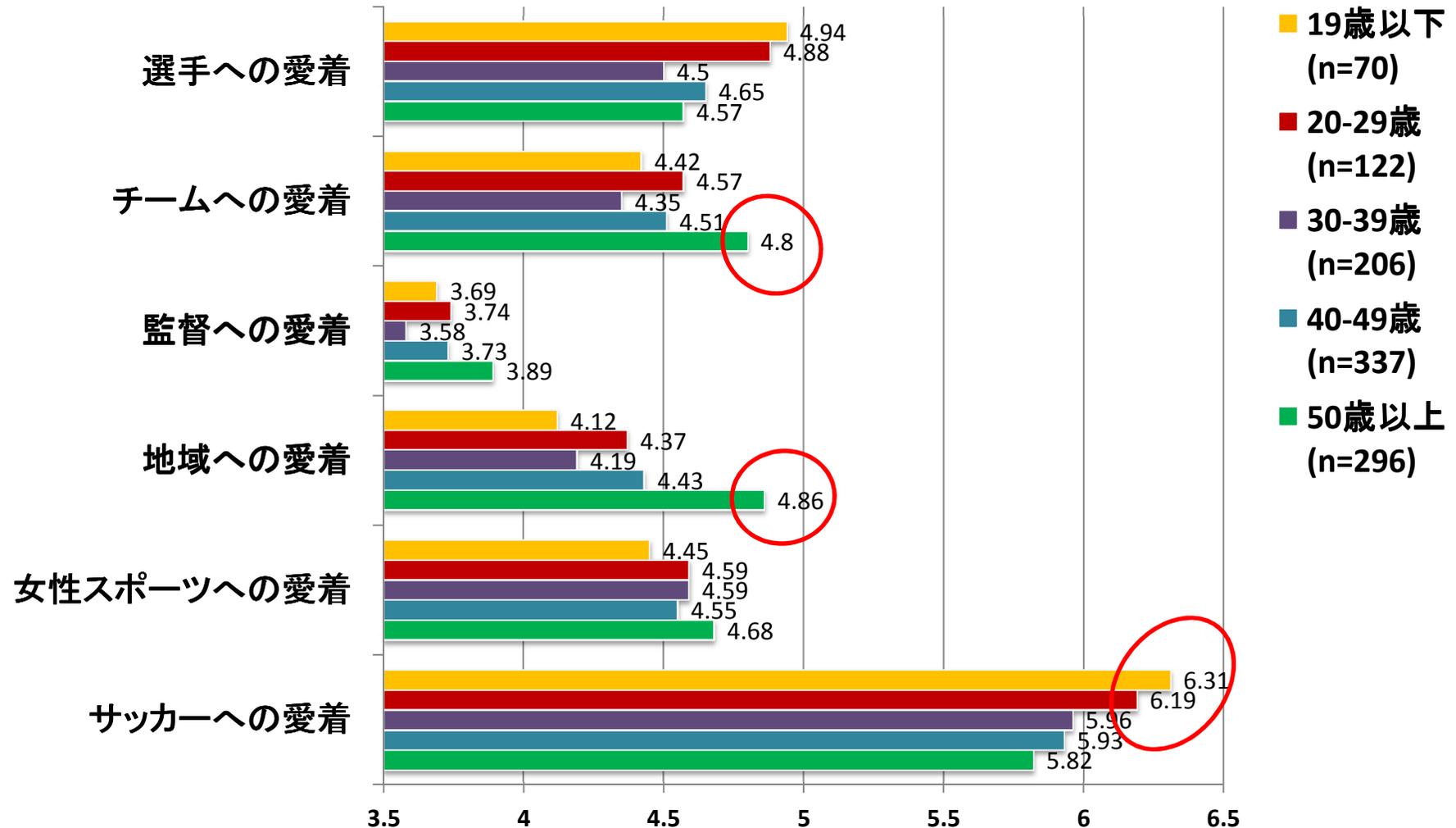
「今後、『チーム名』の試合をスタジアムで観戦したいと思いますか？」

⇒ 19歳以下、40歳代、50歳以上の再観戦意図が高い。



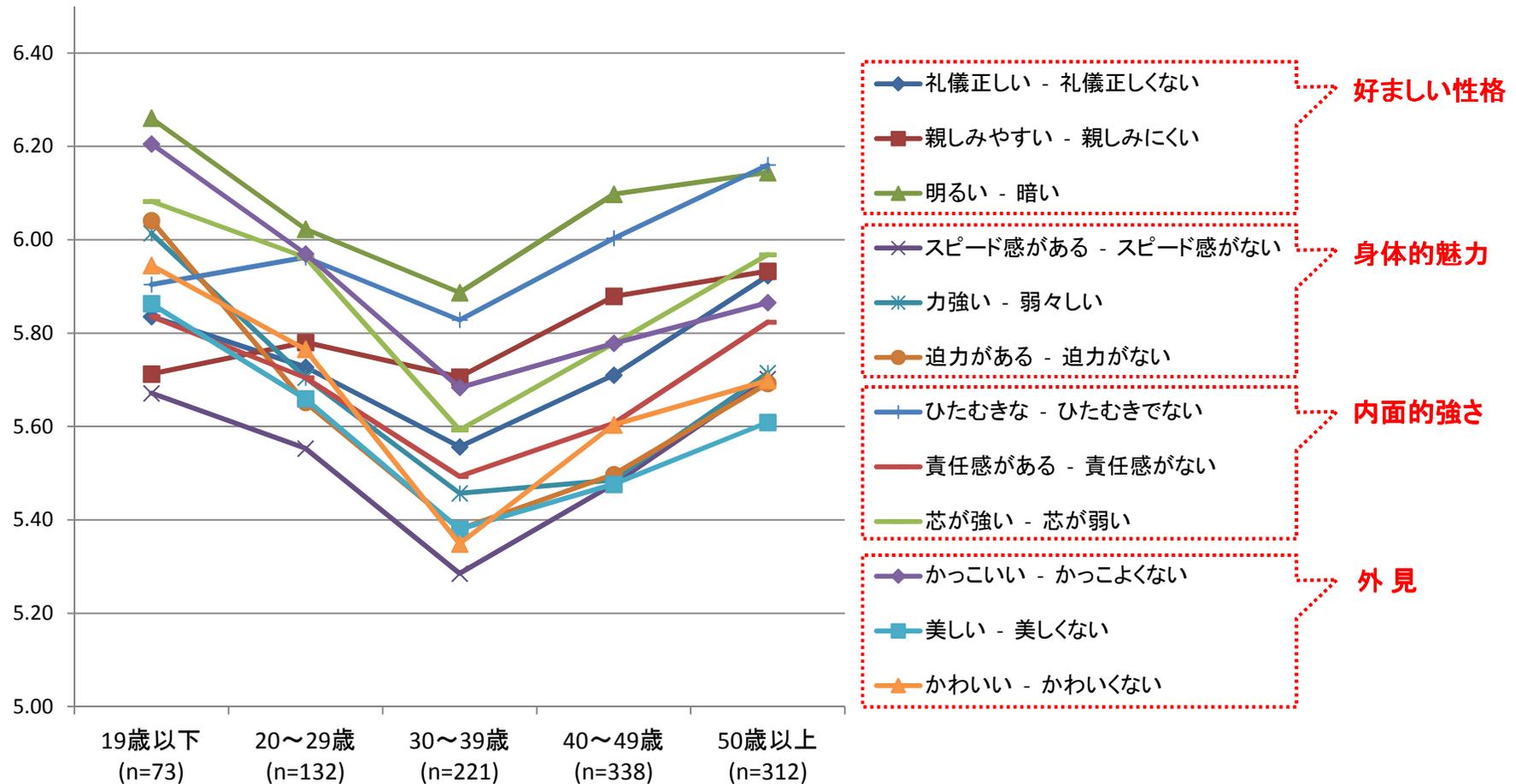
# 年齢別比較分析：アタッチメント

「サッカーへの愛着」は10代・20代が高く、  
「チーム・地域への愛着」は50代が特に高い傾向。



# 年齢別比較分析：選手イメージ

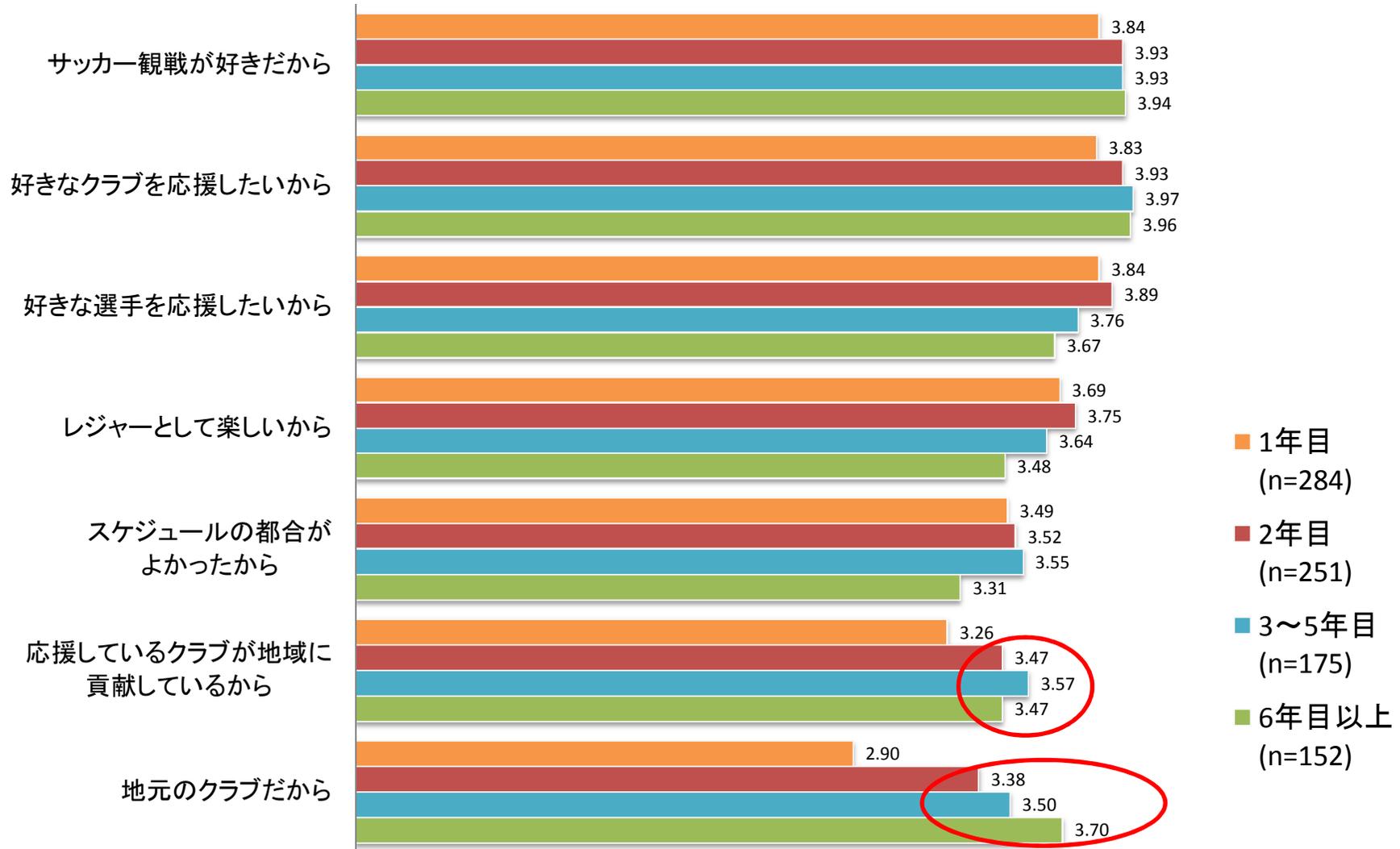
「19歳以下」と「50歳以上」が、良い選手イメージを持っている。  
「30～39歳」は、他の年齢層と比べるとイメージは低い。



値は4点を中間点に1点に近いほどネガティブなイメージに、7点に近いほどポジティブなイメージを示す。

# ファン歴比較分析：観戦動機（前半7項目）

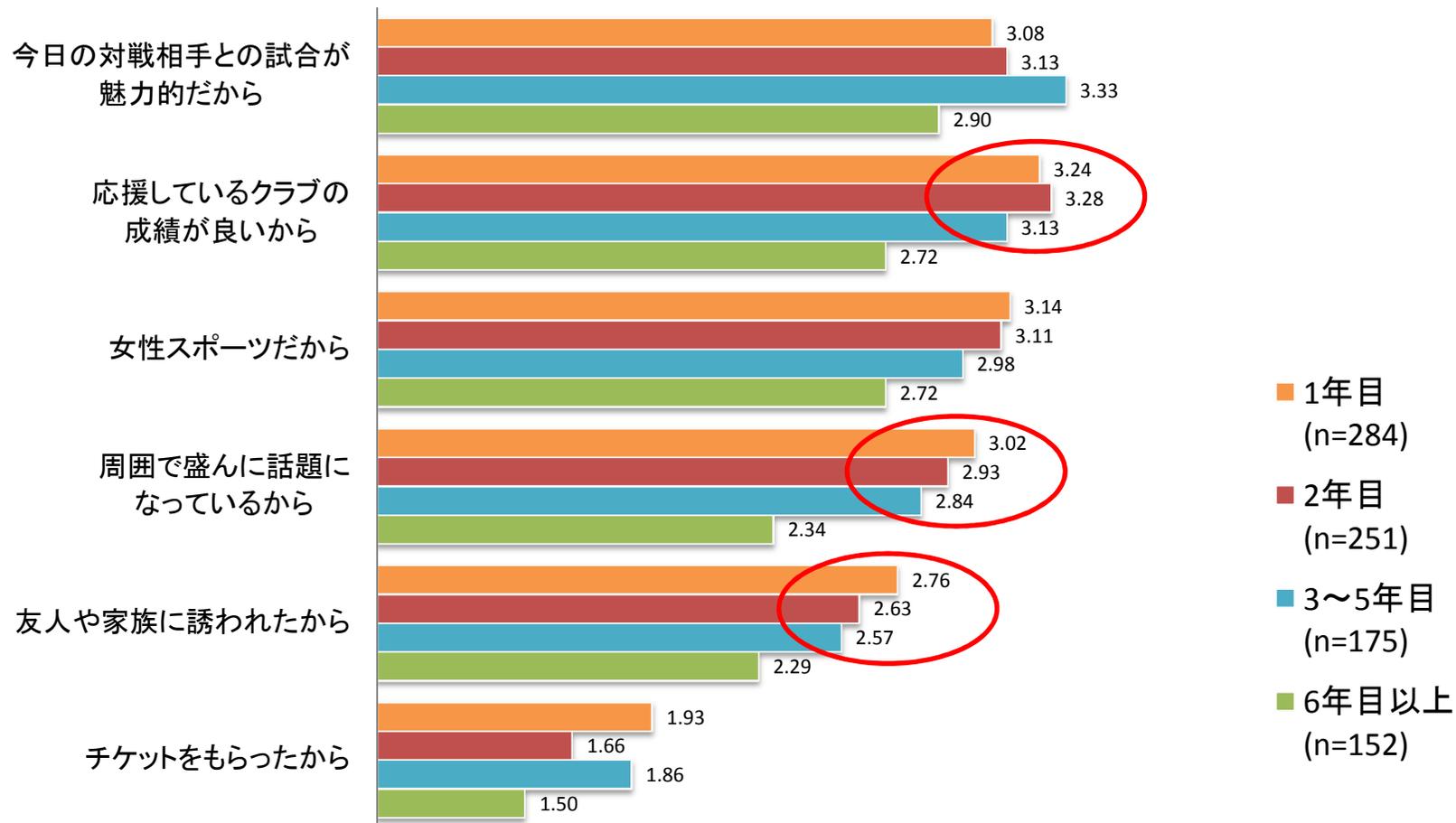
ファン歴が長いほうが、「地元のクラブだから」が観戦理由になっている。



（観戦理由として「1:全くあてはまらない」～「5:大いにあてはまる」の5段階尺度で測定）

# ファン歴比較分析：観戦動機（後半6項目）

ファン歴が短いほうが、「クラブの成績」、「話題性」、「人からの誘い」が、観戦理由になっている。

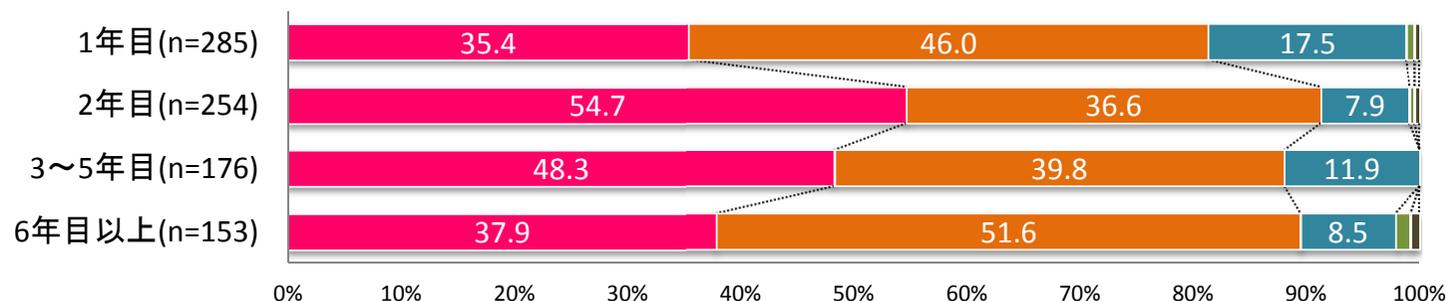


（観戦理由として「1:全くあてはまらない」～「5:大いにあてはまる」の5段階尺度で測定）

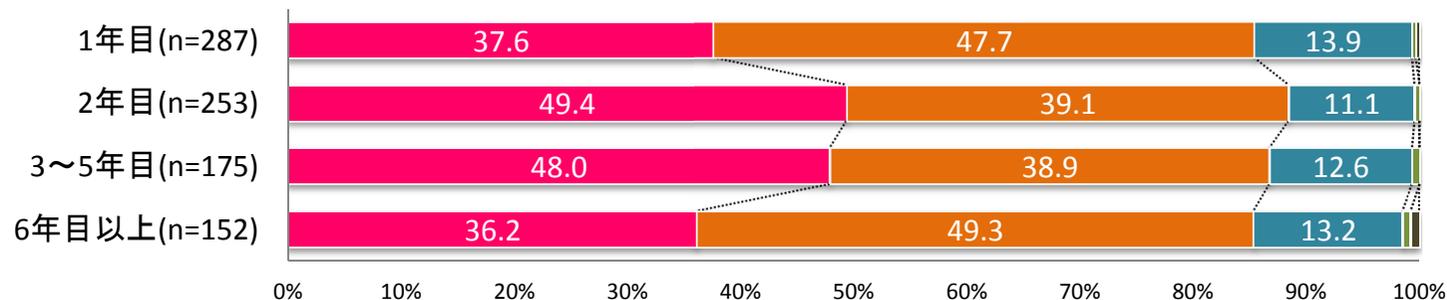
# ファン歴比較分析：地域貢献

地域貢献を高く評価しているのはファン歴が「2年目」と「3～5年目」である。

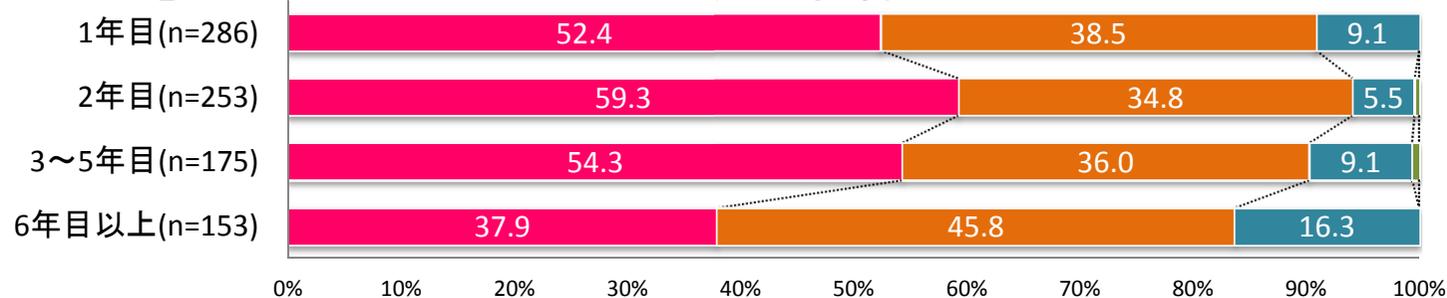
【ホームクラブ】は、ホームタウンで大きな貢献をしている



【女子サッカー選手】は、社会の規範として重要な役割を果たしている



【女子サッカー】は、若い人たちの生活に、良い影響を与えることができる

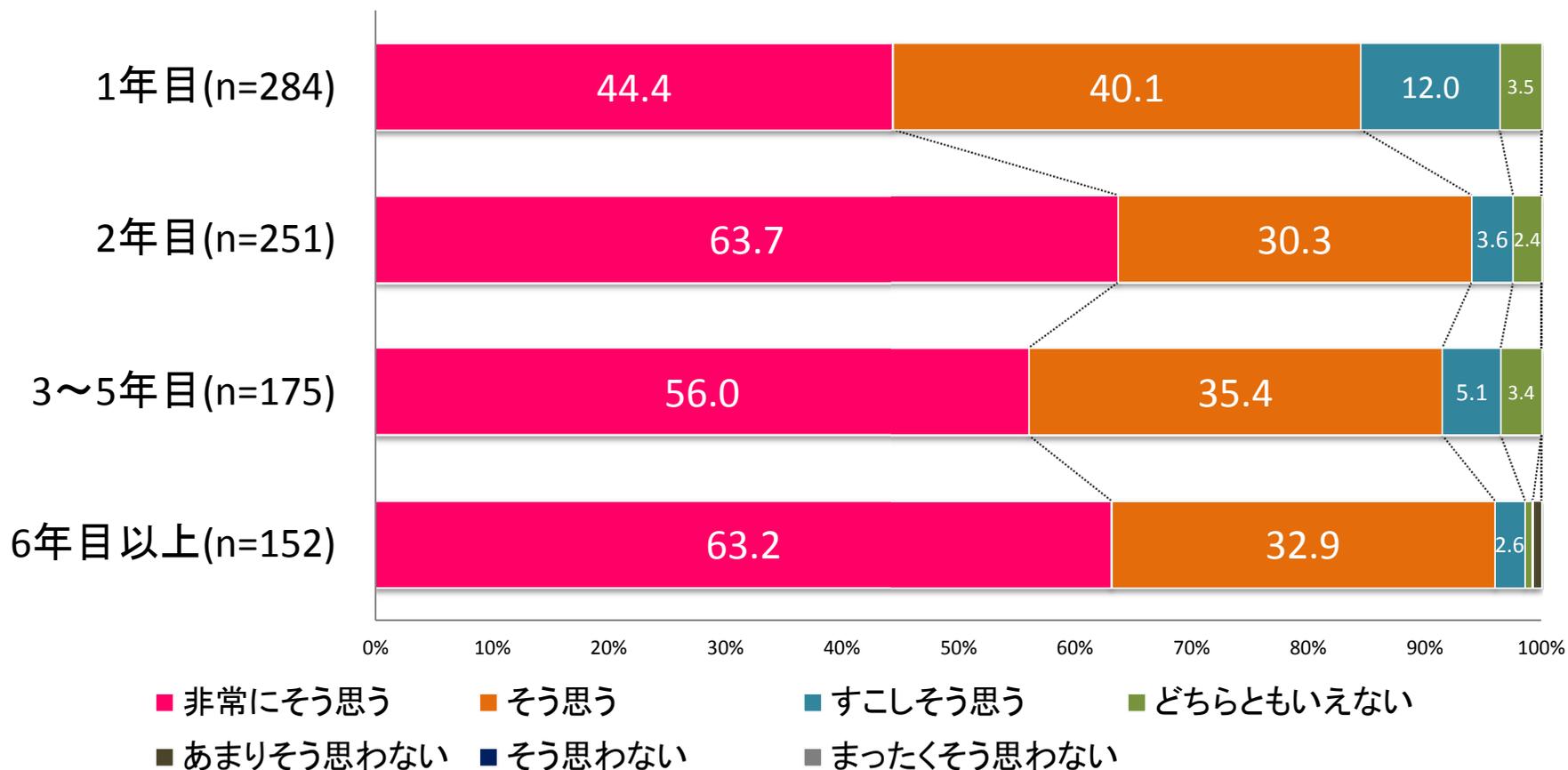


■ 大いにあてはまる ■ あてはまる ■ どちらともいえない ■ あてはまらない ■ まったくあてはまらない

# ファン歴比較分析：今後の観戦意図

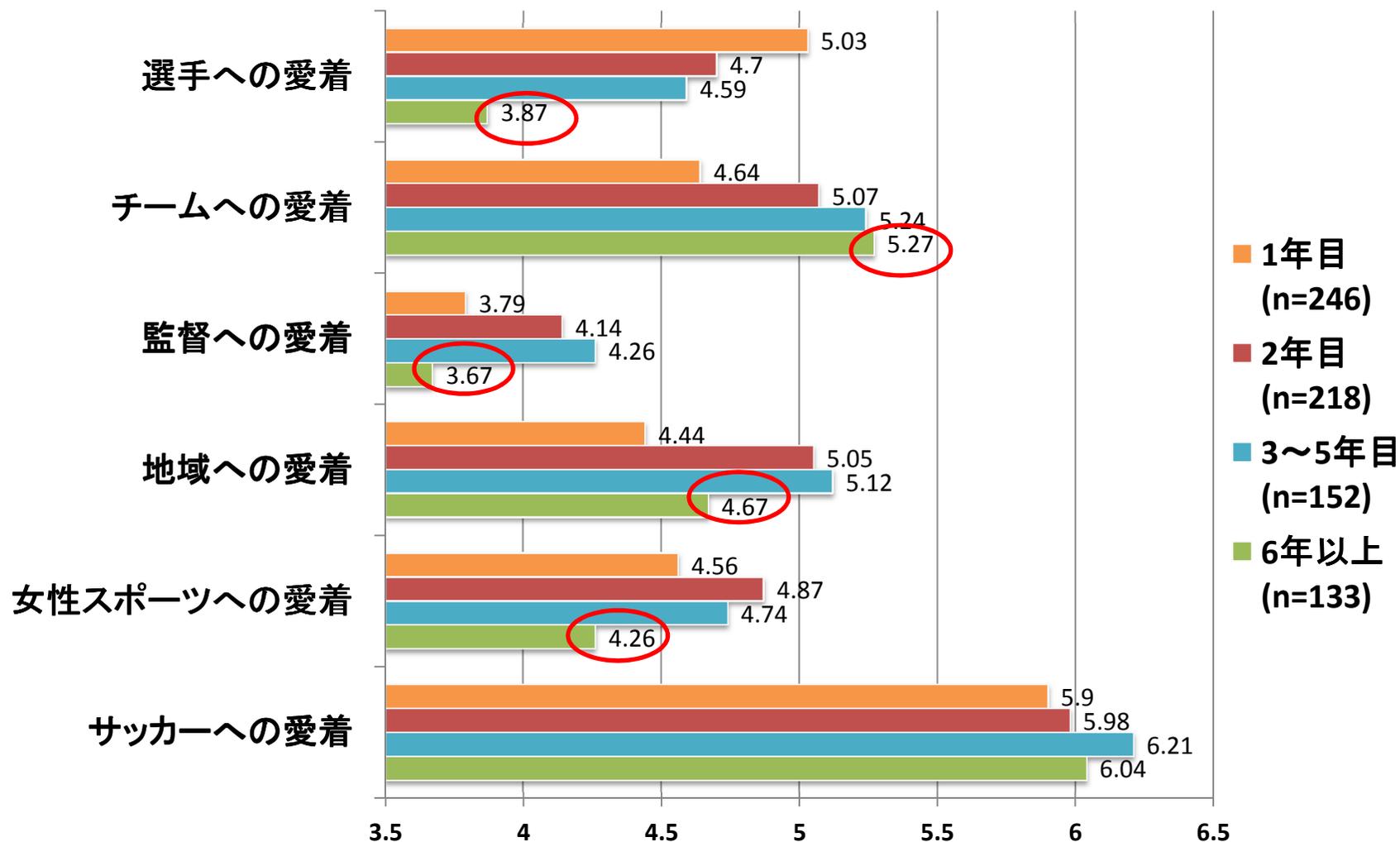
「今後、『チーム名』の試合をスタジアムで観戦したいと思いますか？」

⇒ ファン歴が2年目より長い人の再観戦意図が高い。



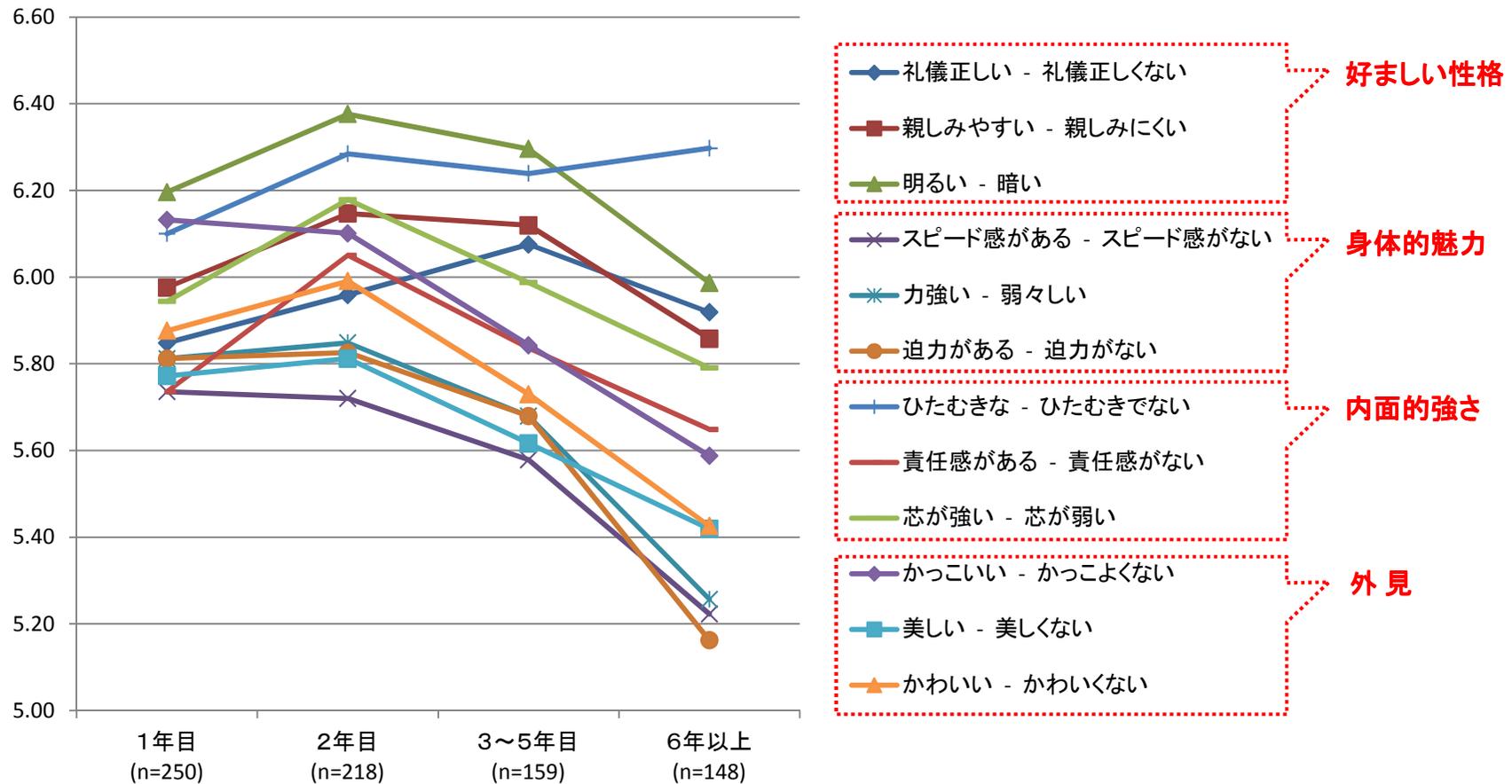
# ファン歴比較分析：アタッチメント

ファン歴が長いファン(6年目以上)は、「チームへの愛着」が高いが、その他の愛着は低い傾向。



# ファン歴比較分析：選手イメージ

ファン歴が「6年目以上」の人は、5年目以下と比べてイメージが低い。



値は4点を中間点に1点に近いほどネガティブなイメージに、7点に近いほどポジティブなイメージを示す。

# なでしこリーグ改革タスクフォースメンバー

委員長 原田宗彦(早稲田大学)

副委員長 松岡宏高(早稲田大学)

委員 今関葉子(日本サッカー協会)

榎本恵子(アルビレックス新潟)

押見大地(早稲田大学大学院)

工藤保子(笹川スポーツ財団)

竹内みゆき(日本女子サッカーリーグ)

田口禎則(日本女子サッカーリーグ)

早草紀子(フリーカメラマン)

藤本淳也(大阪体育大学)

宮嶋泰子(株式会社テレビ朝日)

山本雅一(株式会社スポーツビズ)

## 【お問い合わせ先】

一般社団法人 日本女子サッカーリーグ事務局  
〒113-8311 東京都文京区サッカー通り (本郷3-10-15) JFAハウス7F  
TEL: 03-3830-1841, FAX: 03-3830-1847, <http://nadeshikoleague.jp/>

## 【調査に関するお問い合わせ先】

藤本淳也 email: [fujimoto@ouhs.ac.jp](mailto:fujimoto@ouhs.ac.jp)  
松岡宏高 email: [matsuoka-hiro@waseda.jp](mailto:matsuoka-hiro@waseda.jp)