

報道関係各位

2023年1月12日
株式会社クロス・マーケティング

ここ1～2年間のスポーツ実施率は33% 男性50～60代は42%と高い スポーツを行うきっかけは「体力づくり、ダイエット」

－スポーツに関する調査（2022年）実践編－

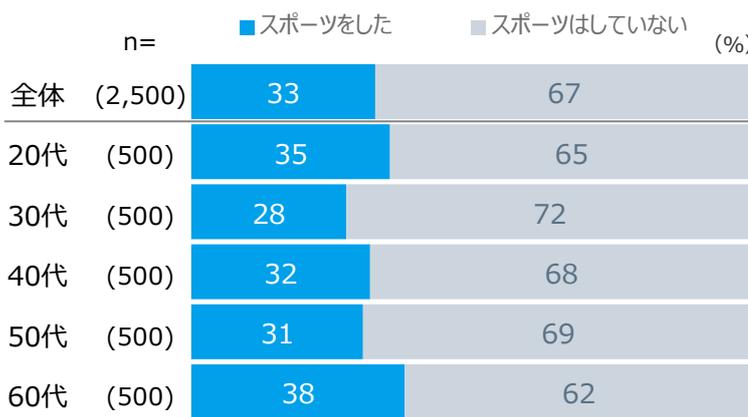
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年12月、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「スポーツに関する調査（2022年）」を実施しました。今回は、スポーツの種類別の実施率、スポーツを始めたきっかけ、体力への自信、思い浮かぶスポーツなどを聴取し分析をしました。

■調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【スポーツ実施率と種別】** 38種類のスポーツを提示し、最近1～2年間のスポーツ実施経験を確認した。スポーツ実施率は33%であり、男性の実施率は、女性より12pt高い。性・年代別に最も実施率が高いのが、男性の50代と60代の42%、最も低いのは女性50代の20%である。＜図1＞実施したスポーツの上位は、「ランニング、マラソン」「ゴルフ」「フィットネス、ヨガ」「ハイキング、登山」など。この1～2年で初めてチャレンジしたスポーツでは、「ゴルフ」「フィットネス、ヨガ」「野球」が多い。＜図2＞
- ✓ **【スポーツ実施のきっかけ】** 最近1～2年間で実施したスポーツのきっかけは、「体力づくりやダイエットに良い」が最も高く35%、「家族や友人知人に一緒にしようといわれた」19%、「家族や友人知人に勧められた」14%、「そのスポーツを観戦して面白そうだったから」10%が主なもの。60代は「体力づくりやダイエットに良い」が高く42%であった。他の年代に比べ20代は、「そのスポーツを観戦して面白そうだったから」「テレビ・雑誌・ネットなどの紹介を見聞きして」「好きなスポーツ選手・チームに憧れて」の割合が高い。＜図3＞
- ✓ **【体力への自信】** 自身の体力について「自信がある+どちらかといえば自信がある」は25%であり、自信がない人の方が上回る。中でも60代は、「自信がある+どちらかといえば自信がある」人の割合が30%と高い。60代は健康面を考慮しスポーツを行い、それが同世代に比べ、体力の自信へとつながっていると推察される。＜図4＞
- ✓ **【思い浮かぶスポーツ】** スポーツと聞いて思い浮かぶもの（純粋想起）を自由回答にて聴取した。「サッカー」と「野球」が2強、次いで「バスケットボール」「テニス」「バレーボール」と、メディアでの接触機会の多いスポーツが上位にあがった。＜図5＞

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/sports/20230112sports/>

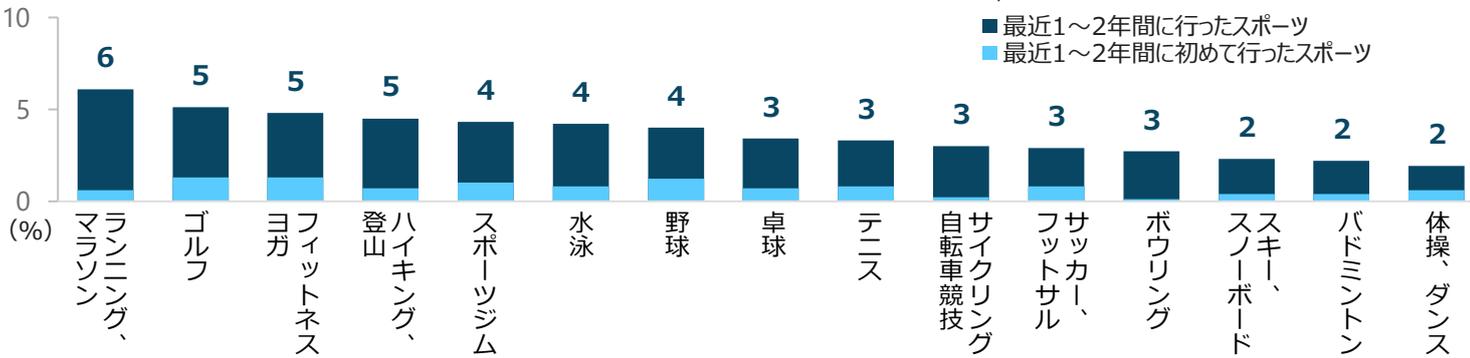
＜図1＞ 最近1～2年間のスポーツ実施の有無（単一回答）



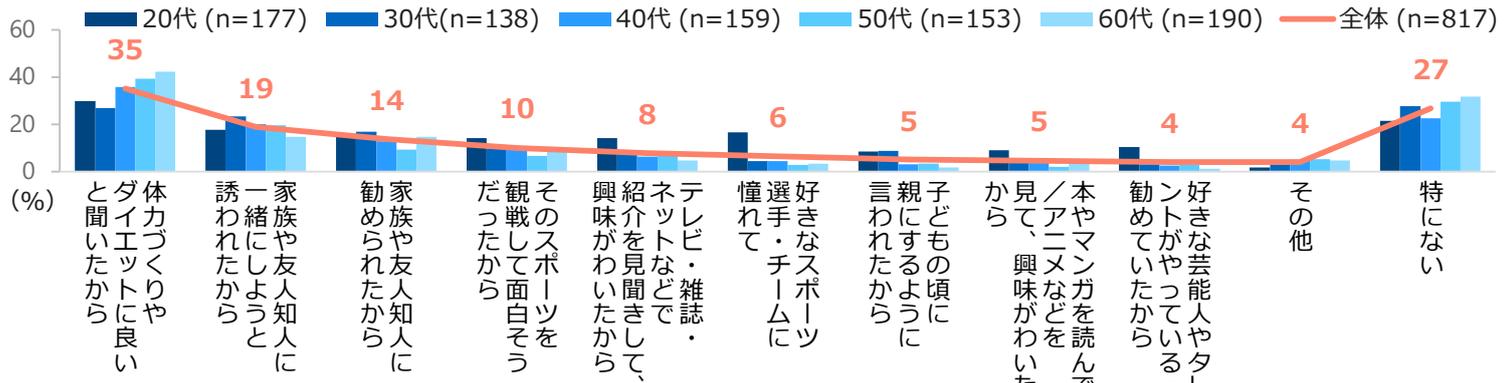
＜性年代別実施率 (%)＞

実施計	男性 (%)	女性 (%)
全体 n=1,250	39	27
20代 n=250	39	32
30代 n=250	32	23
40代 n=250	39	25
50代 n=250	42	20
60代 n=250	42	34

＜図2＞ 最近1～2年間に行ったスポーツ・その中で始めて行ったスポーツ（複数回答：n=2,500）※上位15項目を抜粋



＜図3＞ 最近1～2年間に実施したスポーツを始めたきっかけ（複数回答） ※ベース：最近1～2年間にスポーツを行った人



＜図4＞ 体力への自信（単一回答）

n=	自信			自信がある計
	自信がある	どちらかといえば自信がある	どちらかといえば自信がない	
全体 (2,500)	3	21	34	42
20代 (500)	5	19	28	48
30代 (500)	3	19	29	49
40代 (500)	4	19	32	45
50代 (500)	3	22	38	38
60代 (500)	2	28	41	29

＜図5＞ スポーツと聞いて思い浮かぶもの

（純粹想起／自由回答） ※上位10項目を抜粋 (件)

1位 サッカー	1,528	6位 水泳	142
2位 野球	1,440	7位 ラグビー	126
3位 バasketボール	409	8位 ゴルフ	125
4位 テニス	355	9位 陸上競技	92
5位 バレーボール	269	10位 卓球	90

■レポート項目一覧

- 属性設問（性別／年齢／未既婚／居住地／同居家族／職業／住居形態／自家用車保有有無／世帯年収／ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果）
- 調査結果サマリー

▼調査結果詳細

- 思い浮かぶスポーツ（純粹想起／自由回答抜粋）
- 最近1～2年間にを行ったスポーツ／始めて行ったスポーツ
- 現在スポーツをする頻度
- スポーツをする理由／していない理由
- 「スポーツをしている人」のイメージ
- スポーツをすることで得られること

- 見るのが好きなスポーツ
- 今後してみたいスポーツ
- 体力の自信
- スポーツをすることの好意度

▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/sports/20230112sports/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2022年12月16日(金)～12月19日(月)
 有効回答数 : 本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

