

みんなの2020調査

- ファクトブック -

- 2019年4月調査 -



いよいよ開催まで1年が迫った 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会。 その期待感の高まりは？ オリンピックのチケット発売を目前にした、 2019年春の意識をご紹介します。

TOKYO2020まで、いよいよ1年が迫り、聖火リレーや観戦チケットの予約に関するニュースなど、具体的な開催に受けての情報を耳にし、観たり、参加したりする、自分自身の行動を考える時期になってきました。

電通2020プロデュースセンターでは、2014年から、リオデジャネイロ夏季大会前（2016年7月）、大会1年前（2017年7月）、平昌冬季大会後（2018年3月）などの節目で、全国15~69歳の男女3000人に「みんなの2020調査」を行ってきております。

今回のファクトブックでは、500日前（2018年4月）を機に、皆さんの意識や期待がどう変化したか、経年での比較とともに、トピックをご紹介します。

1 東京2020オリンピックへの「概要認知」が+4%上昇。 大会情報が浸透し、多くの方がより理解を深めている模様。

オリンピックの開催について「知っている」（大会の概要まで知っている／開催されることは知っている）とする人は、98%で前回（18年8月：97%）とほぼ変わらないものの「大会の概要まで知っている」は23%→27%と4%の上昇を見せています。大会500日前を切り、チケット抽選情報など具体的な情報が出てくることで、理解が深まっていると考えられます。

パラリンピックの開催について「知っている」も97%。前回調査と変わらないものの「大会の概要まで知っている」は直近3回の調査で上昇傾向（13%→14%→15%）にあり、オリンピック同様に開催内容についての理解が深まりつつある傾向です。

Q 2020年に東京オリンピック・パラリンピックが開催されることをご存じですか？

認知

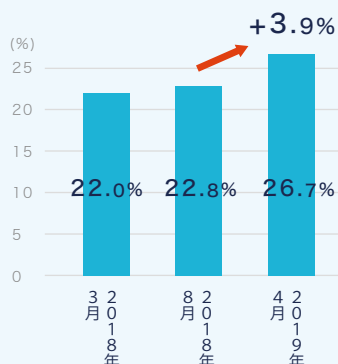
オリンピック

開催について
知っている

97.8%



「概要まで知っている」



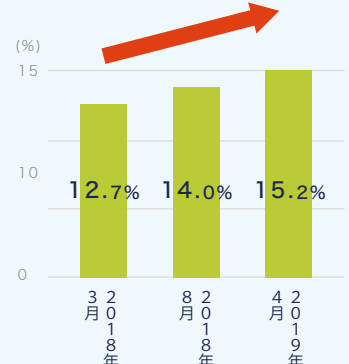
パラリンピック

開催について
知っている

96.8%



「概要まで知っている」



2 オリンピック・パラリンピック大会への「楽しみ」スコアが大きく上昇。 よく知るにつれて、ワクワク感も盛り上がりつつあるよう。

オリンピックへの「楽しみ計」（楽しみ+やや楽しみ）は+7%の60%。

特に、もっとも強い度合いを表すTOP1「楽しみ」のスコアが+5% 高まっており、チケット発売を目前に、自分で観戦したい競技などを連想して、より具体的に「楽しみ」な気持ちを高めていると思われます。

パラリンピックへの「楽しみ計」も+6%で47%。オリンピックとほぼ同程度のスコアの上昇を見せており、「東京2020大会」全体へのワクワク感が高まってきているようです。

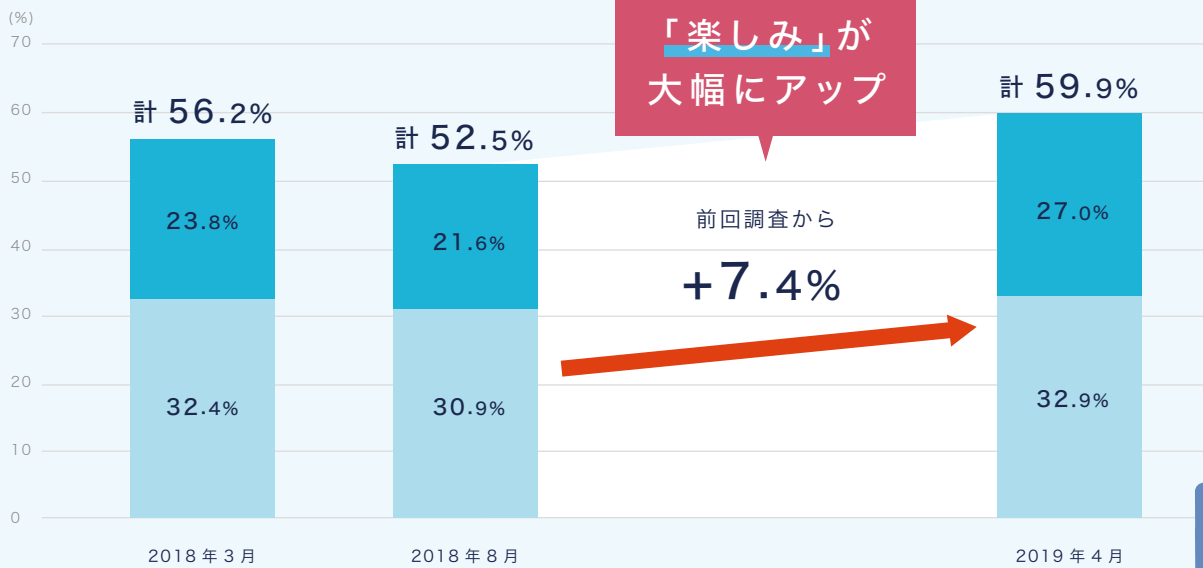
Q

東京オリンピック・パラリンピックについて、どの程度楽しみにしていますか？

観戦意向

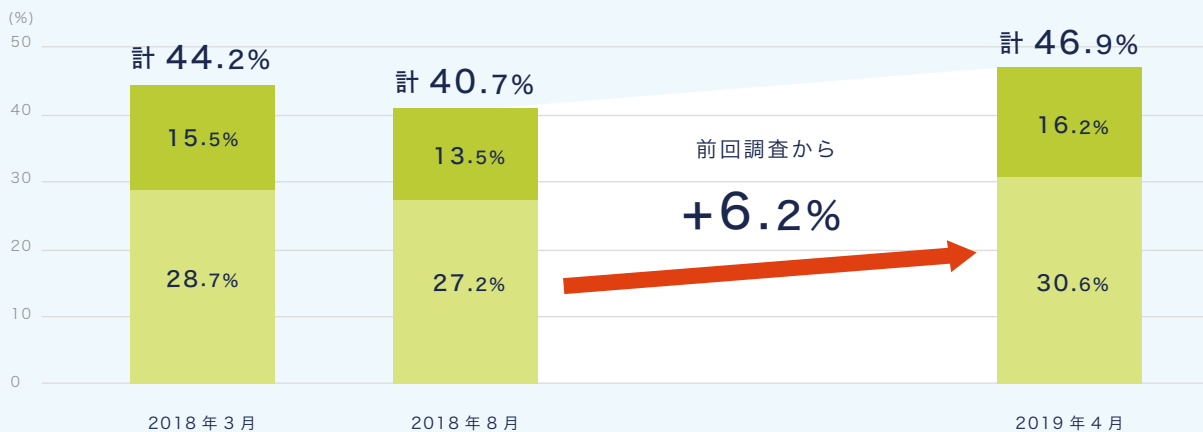
オリンピック

■ 楽しみ ■ やや楽しみ



パラリンピック

■ 楽しみ ■ やや楽しみ



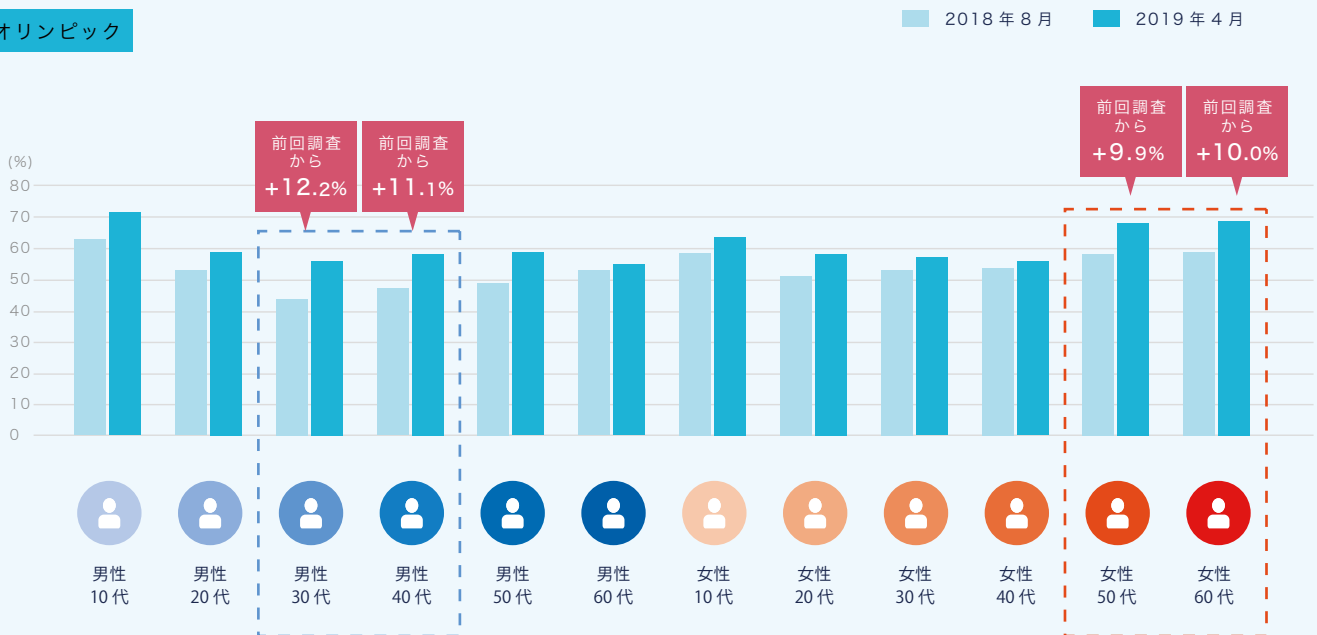
3 特に男性30～40代、女性50～60代でオリンピックへの「楽しみ」度が増加。 パラリンピックでは男性20代で顕著な伸び。

オリンピックへの「楽しみ」では、前回40%台だった男性30代、男性40代がそれぞれ10%以上スコアが上がっています。少し低かった「楽しみ」度が他の年代と変わらないまでになってきています。もともと「楽しみ」度が高かった女性では女性50代、60代で約10%と上昇しています。
パラリンピックでも、幅広い層で上昇傾向がみられるが、特に男性20代で+14%で48%に大きく上昇しています。500日前、チケット予約開始前になり、比較的溫度感の低かった男性や働き盛りの世代でも、気持ちが盛り上がっているようです。

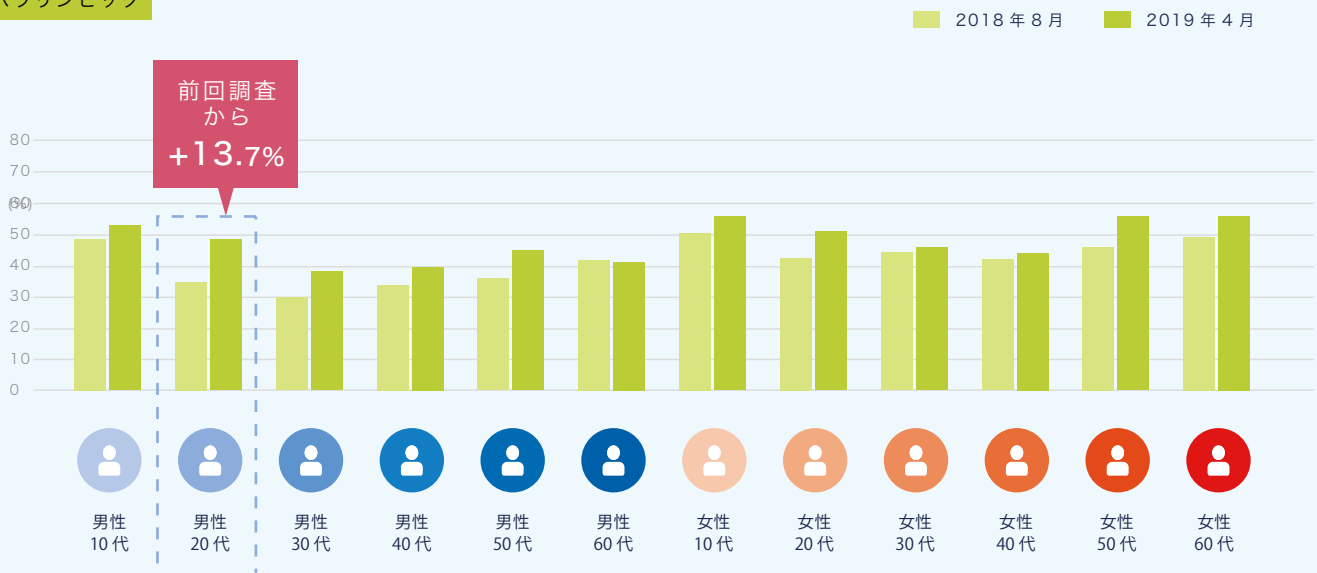
Q 東京オリンピック・パラリンピックについて、どの程度楽しみにしていますか？

年代別

オリンピック



パラリンピック

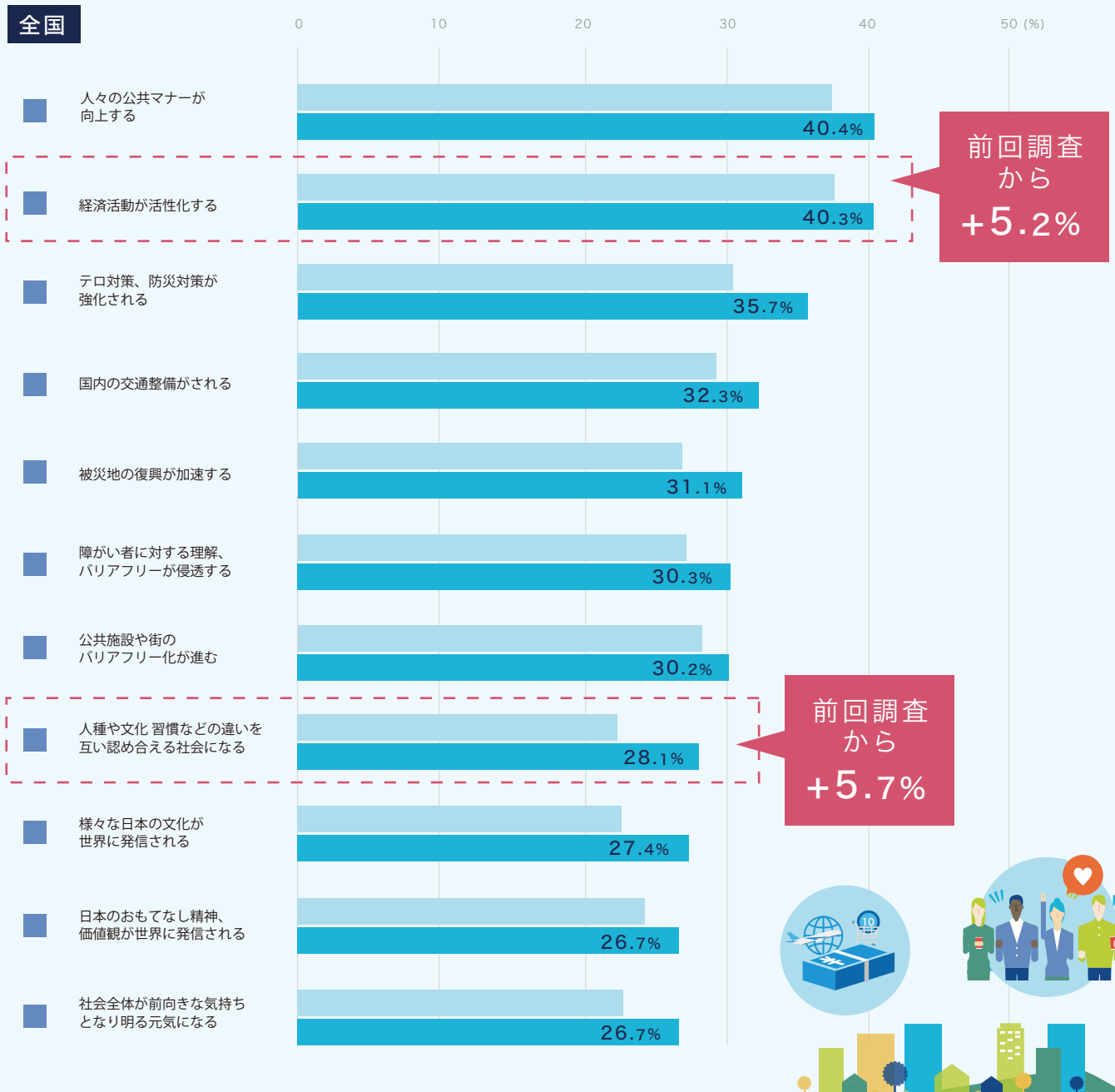


4 大会開催による日本・東京に期待する変化としては、「多様性への寛容さ」や「治安の強化」、「被災地の復興加速」といったテーマが特にスコアアップ。

日本・東京への期待感では、前回よりも総じてスコアが上昇しています。「人々の公共マナーが向上する」「経済活動が活性化する」は40%を超え、「テロ対策、防災対策が強化される」「国内の交通整備がされる」「被災地の復興が加速する」「障害者に対する理解・バリアフリーが浸透する」「公共施設や街のバリアフリー化が進む」などが30%を超えて上位にあがっています。特に「人種／文化・習慣の多様性への許容」「テロ対策・防災対策の強化」が前回よりも5%以上上昇。また「様々な日本の文化が世界に発信される」「被災地の復興が加速する」も前回からの伸び率が大きく、幅広い領域での寄与することへの期待感がみられます。

Q

2020年の日本や東京がどうなっていてほしいと思いますか？



5 東京2020大会に、何かしら参加したい気持ちも増加傾向。 特に一都三県以外で「何かしら参加」をしたい気持ちが増加し、 全国で、大会の自分ゴト化が進んでいる。

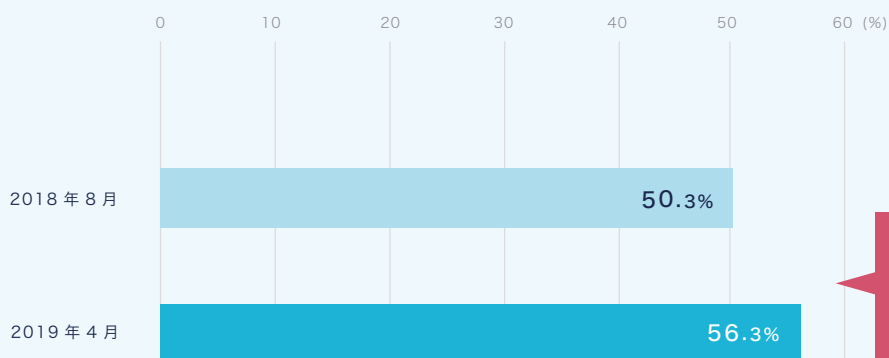
参加意向は、「誘われたり、身近であれば参加したい」を含めると前回から+6%上昇しました。

1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）とそれ以外のエリア別の差をみると「一都三県以外」のエリアで+7%と大きく増加しています。

一都三県も+4%上がってはいますが、「TOKYO2020に関わりたい!」という気持ちが、地域に関係なく広がっていることがうかがえます。

Q 東京オリンピック・パラリンピックについて、何かしら参加したいですか？

全国



地域別



6 チケット予約開始を控え、 オリンピックを観戦したいという気持ちも、5%上昇。

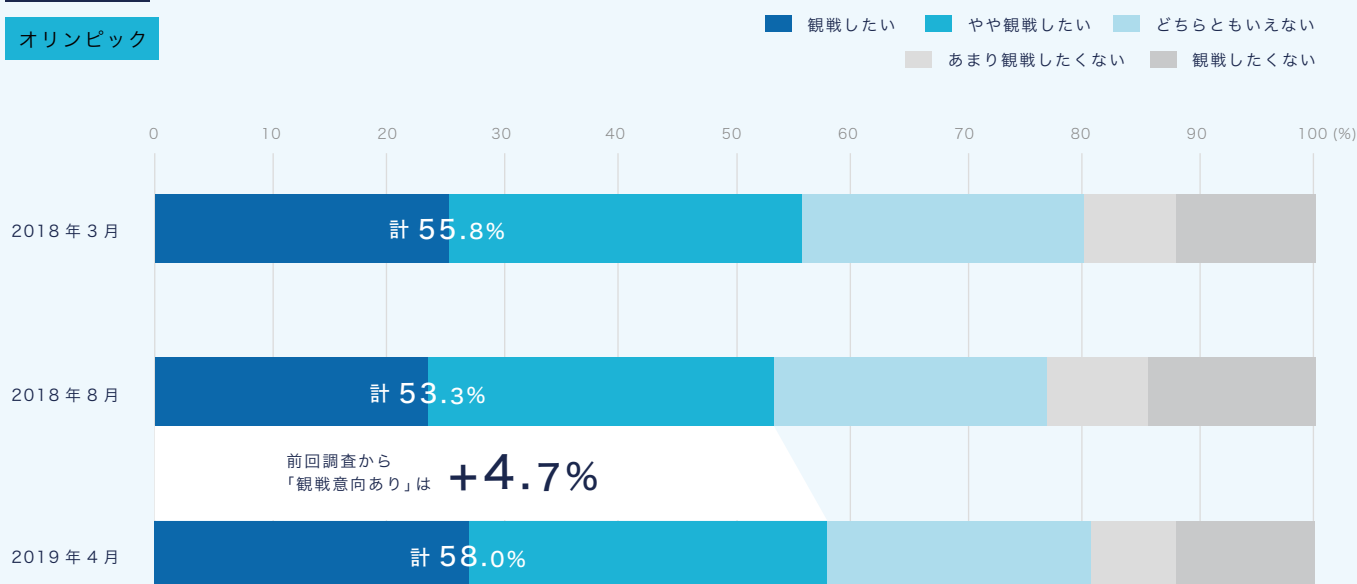
オリンピックの「観戦意向」では、前回 53%から 58%と+5%と上昇。
特に 5 段階の TOP1 の「観戦したい」率が+4%と、より観戦意向が強まりがみえます。

パラリンピックの「観戦意向」も、前回 39%→44%と+5%の増加。オリンピックには まだスコアは及びませんが、オリンピック以上の増加になっており、オリンピックのチケット予約開始に伴い、パラリンピックへも「観戦」への気持ちの高まりが波及しているのかもしれない。

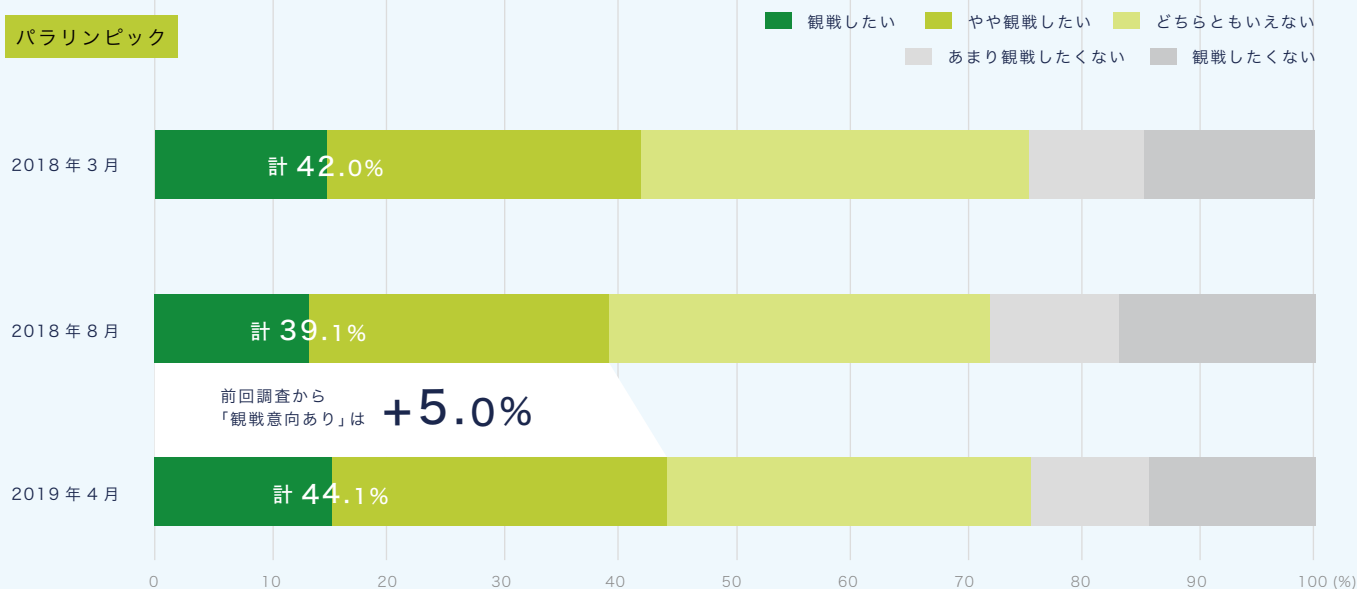
Q 東京オリンピック・パラリンピックについて、どの程度観戦したいですか？

観戦意向

オリンピック



パラリンピック



7 観戦したいという気持ちは、一都三県以外で オリンピック・パラリンピックともに大きく上昇。 首都圏以外に、観戦意向の高まりが広がっている。

観戦意向を1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）とそれ以外のエリア別の差をみるとオリンピックの「観戦意向」は、一都三県で+3%の57%。一都三県以外で+5%の58%と大きく上昇しています。

パラリンピックの「観戦意向」でも、一都三県で+3%の42%。一都三県以外で+6%の45%と、オリンピックと同様の傾向で、「楽しみ（ワクワク感）」と同様に、地域を問わず「観戦」への気持ちも高まりを見せています。

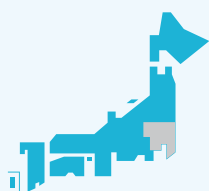
Q 東京オリンピック・パラリンピックについて、どの程度観戦したいですか？

地域別

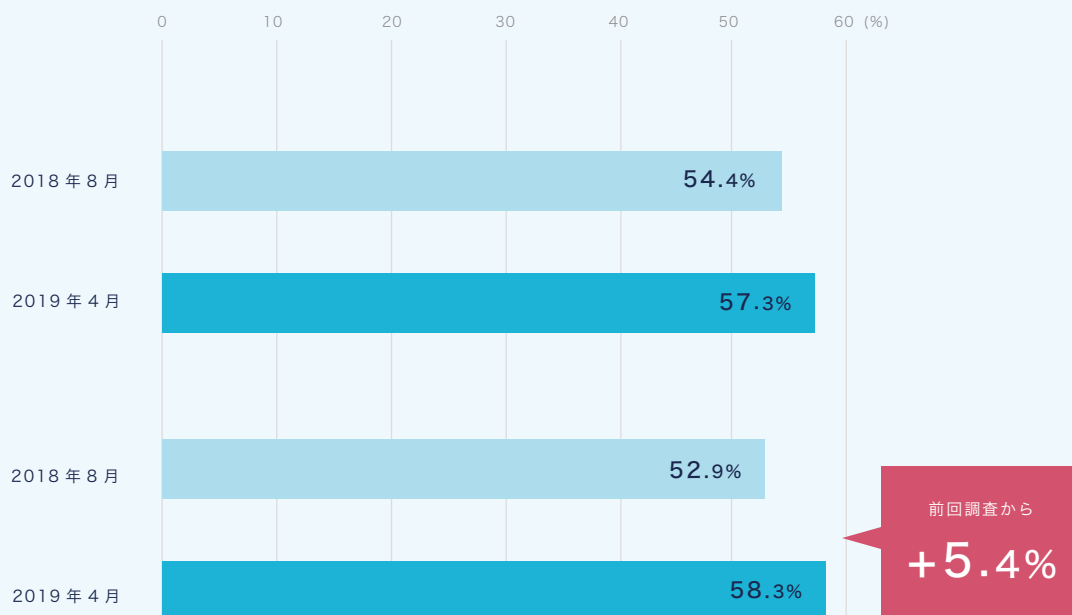
オリンピック



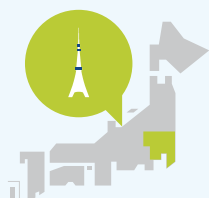
一都三県



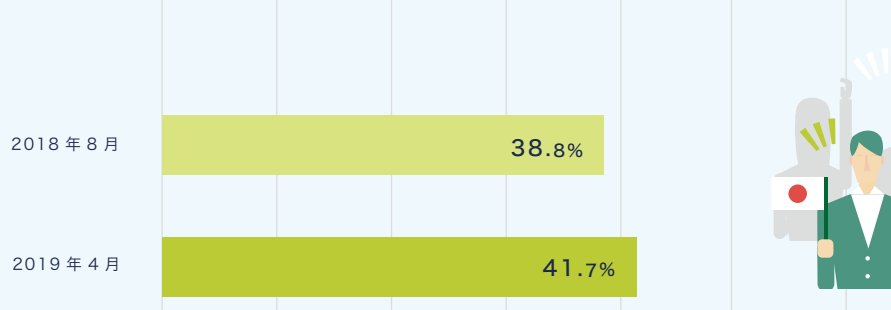
一都三県以外



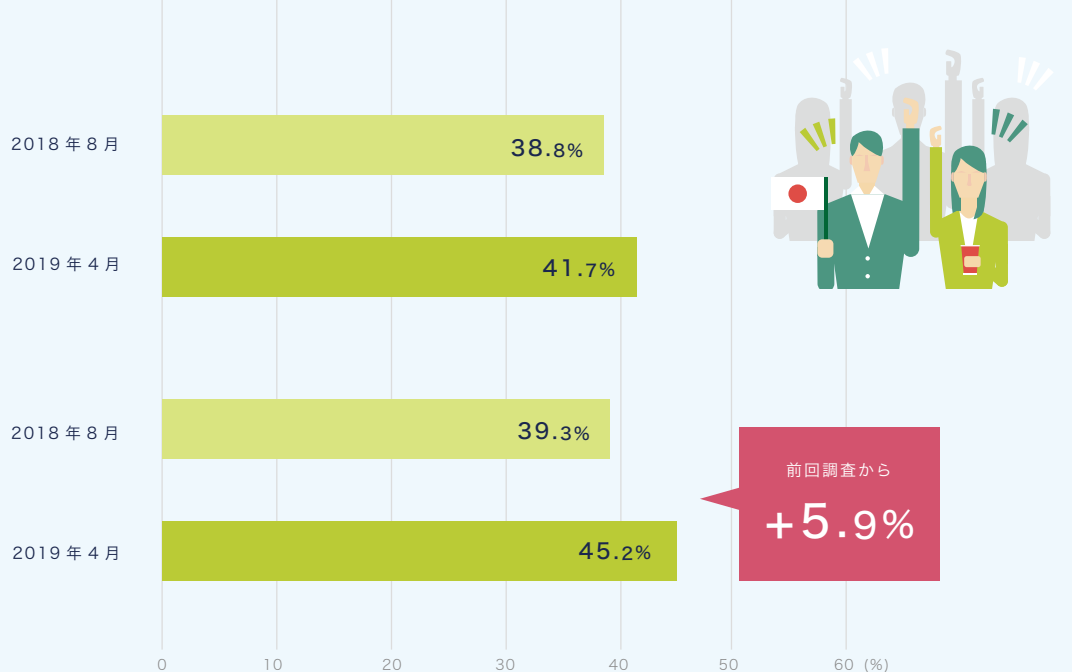
パラリンピック



一都三県



一都三県以外



8 観戦したいという気持ちの伸びが最も高いのは女性20代。 オリンピック・パラリンピックともに男性30・50代が高い伸び率。

性年代別でも「観戦意向」のスコアを見てみると、オリンピックの「観戦意向」の伸び率が高かったのは、男性では10代、30代、50代。女性では20代が10%以上がスコアの上昇がみられます。女性では20代はパラリンピックでも10%以上、スコアが上昇しており、特に「観戦」への期待感の高まりがみえます。

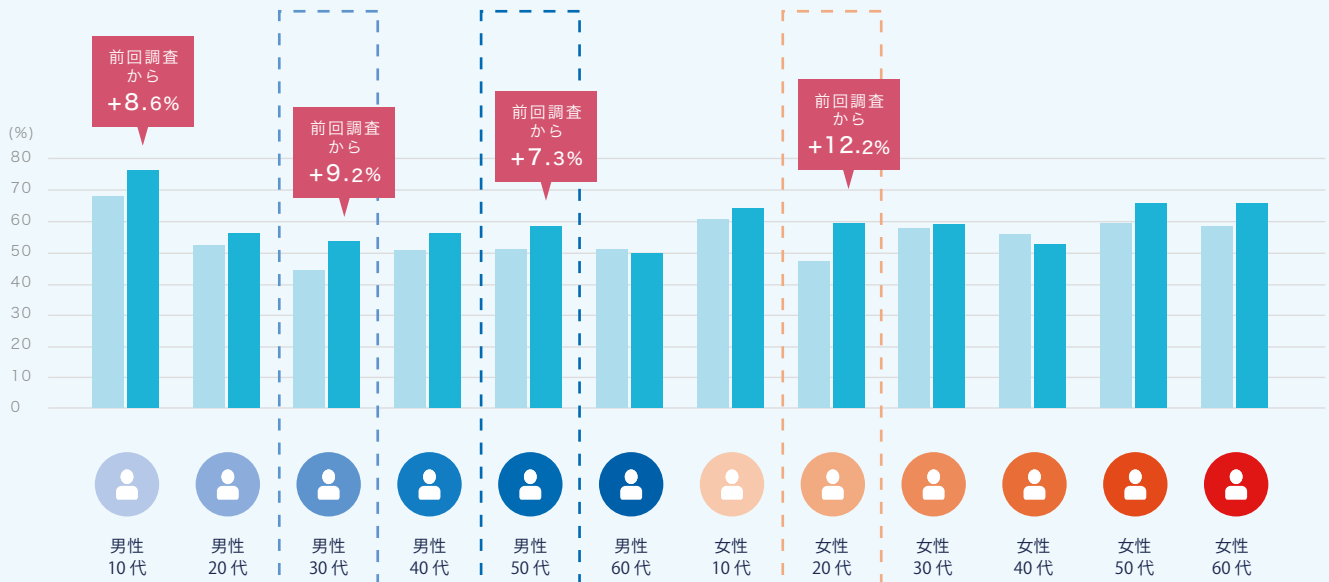
Q

東京オリンピック・パラリンピックについて、どの程度観戦したいですか？

年代別

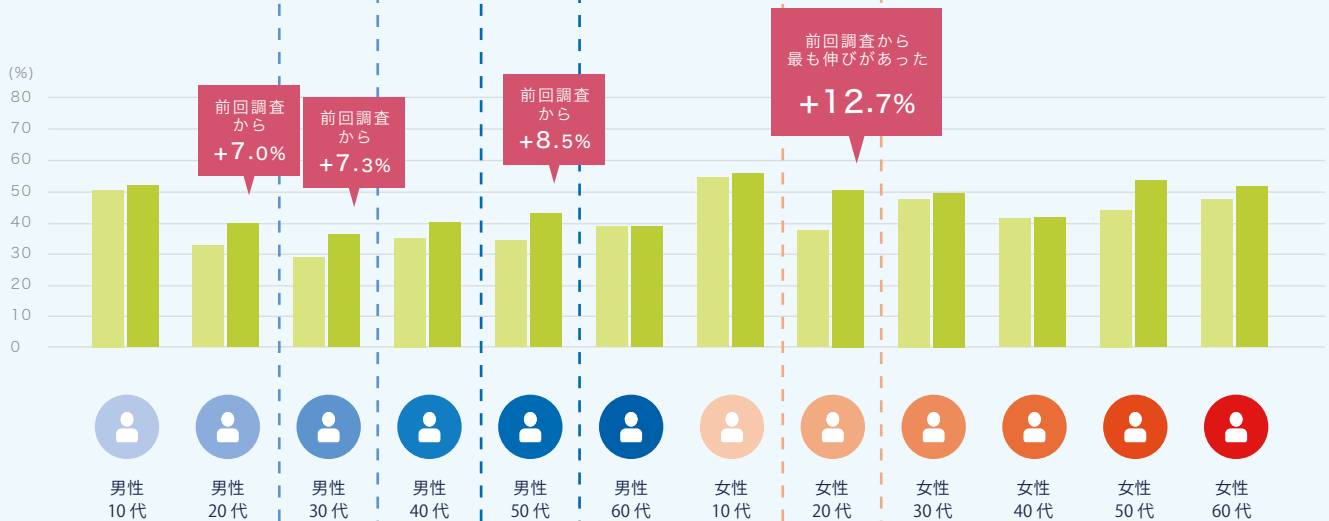
オリンピック

2018年8月 2019年4月



パラリンピック

2018年8月 2019年4月



オリ、パラともに
男性30・50代が
高い伸び率

前回調査から
最も伸びがあった
+12.7%

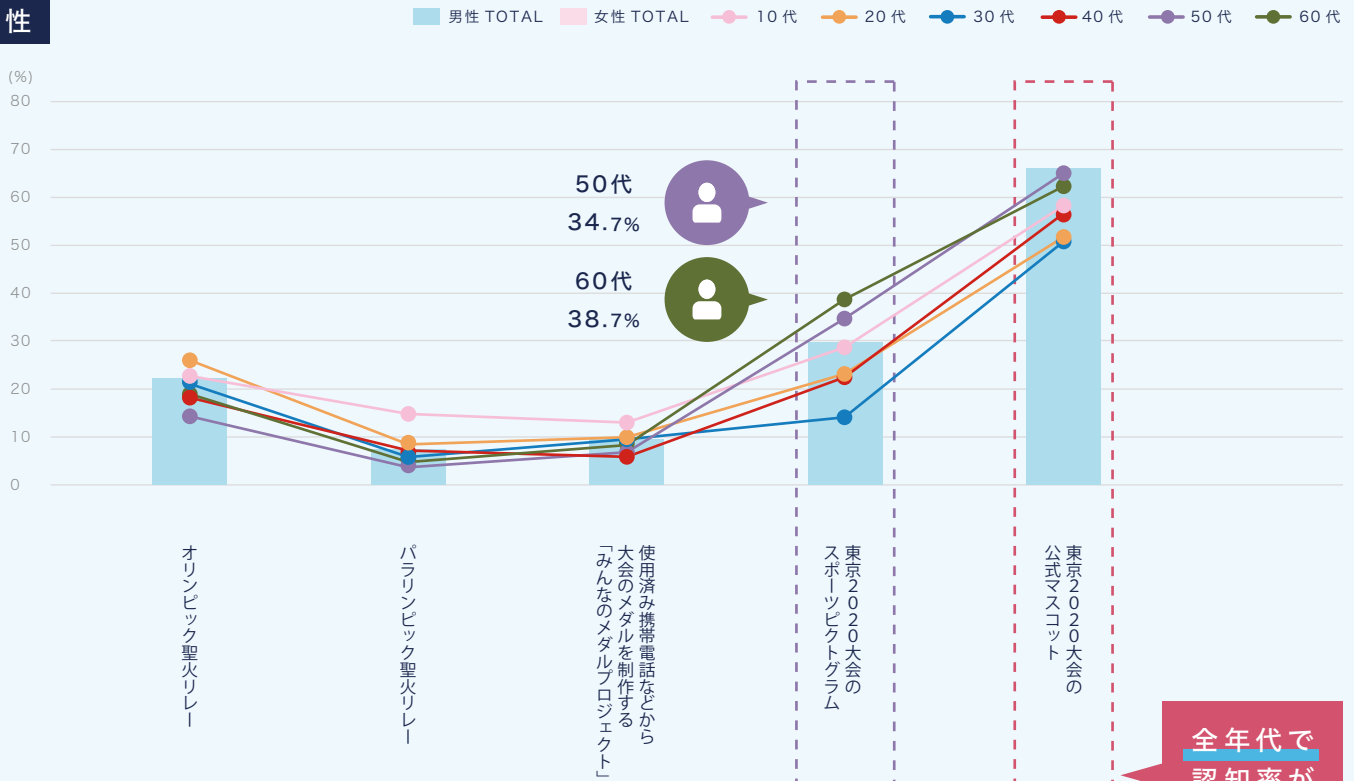
9 大会に関連するトピックスでは、「公式マスコット」が約7割、「スポーツピクトグラム」が約3割認知されている。
特に女性の認知が高く、スポーツに限らない情報接触の状況がうかがえる。

関連の活動・ニュースの「認知」では、「公式マスコット」が66.1%と突出して高い。
次いで、発表間もない「スポーツピクトグラム」が29.8%と「聖火リレー」(22.2%)を上回る。

年代別で見ると「公式マスコット」は女性全般で認知率が高く、特に女性50~60代では8割近い。
「スポーツピクトグラム」は男性・女性ともに50~60代で高めの傾向になっている。

Q 東京オリンピック・パラリンピックに向けて全国で行われる予定のイベント活動の中で、知っているものはなんですか？

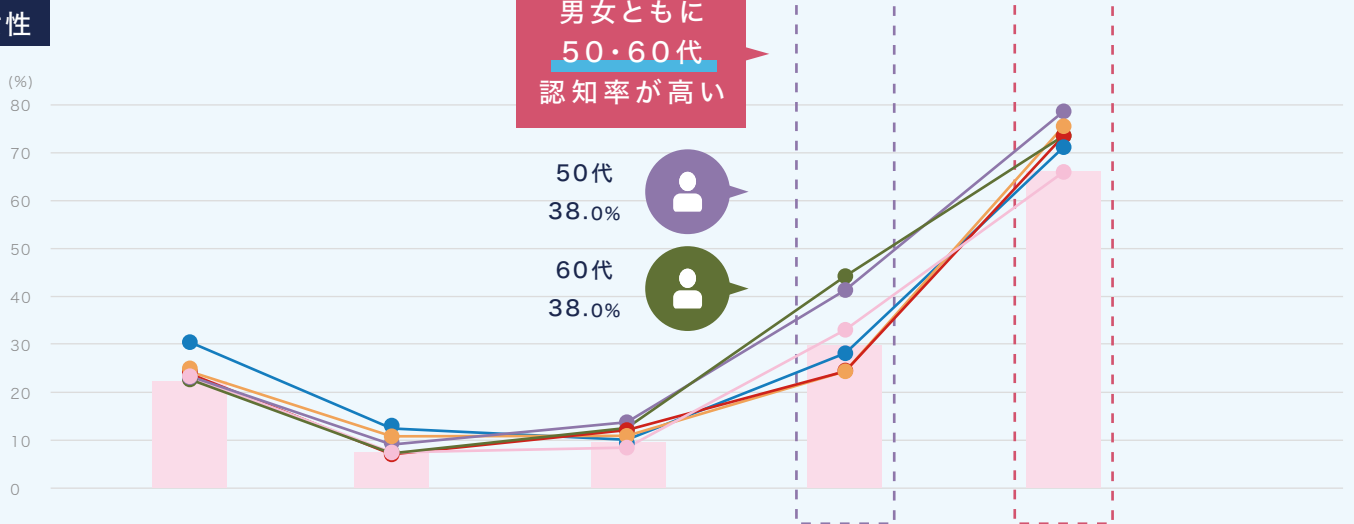
男性



50代 34.7%
60代 38.7%

全年代で認知率が高い

女性



男女ともに50・60代認知率が高い

50代 38.0%
60代 38.0%

調査方法	インターネット調査
抽出フレーム	マイティモニター
調査地域	全国
調査対象	15-69歳の男女
除外条件	マスコミ関係 / 広告関係 / 市場調査関係に従事している方を除外
回収目標数・セル設計案	3,000s ※性年代・エリアで母集団準拠回収
調査期間	2019年4月24日(水)～5月7日(火)
調査実施機関	株式会社インテージ