

FIFAワールドカップロシア2018 グローバル意識調査

2018年6月8日—イプソスは、世界27か国で実施した最新のグローバルアドバイザー（Global Advisor）調査で、FIFAワールドカップロシア2018に対する世界の意識を調査しました。FIFAワールドカップ2018について知っていると感じた人の中の5人に1人以上が優勝はドイツだと考えています。そのほか優勝候補として挙げた国はブラジル、スペイン、アルゼンチンでした。

この調査はイプソス・オンラインパネルを使用し、2018年4月20日～5月4日に65歳以下の成人を対象に実施したものです。

<結果の要約>

- 世界27か国で実施した調査でFIFAワールドカップ2018について知っていると感じた人の中では、10人中2人以上が優勝はドイツだと考えています。そのほか優勝候補としては、ブラジル、スペイン、アルゼンチンが挙がっています。
- 全体的にみると、圧倒的多数が開催国のロシアに対して好意的です。
- ロシアの人々はサッカーに対する興味をほとんど示していません。「自分は熱烈なサッカーファンである」と考えているのは10人中1人以下です。
- 10人中8人は家族や友人と一緒に試合を観戦する予定だと回答しています。
- 10人中6人はテレビでサッカーの試合を観戦すると回答しており、4分の1はインターネットで観戦すると回答しています。
- リアルなサッカーファン：世界的にみると4人に1人は「トーナメント開催中には、仕事や学校を一部休んで観戦する」と回答しています。

FIFAワールドカップ2018の優勝候補の本命はドイツ

FIFAワールドカップ2018について知っていると感じた人（以下、調査対象者）の23%が「ドイツ代表チームがFIFAワールドカップロシア2018で優勝する」と考えています。つまり、ドイツが本命となっており、次いでブラジル(21%)、スペイン(11%)、アルゼンチン(8%)、フランス(4%)、ポルトガル(3%)、イギリス(3%)、ロシア(2%)が優勝候補に挙がっています。また、準優勝国に関する質問でも、トップに来たのはドイツでした。「ドイツが準優勝する」と考える人は18%、「ブラジルが準優勝する」と考える人は15%です。

開催国ロシアに対する支持率は高い

世界の人々はFIFAワールドカップ2018のロシアでの開催に対して好意的です。「ロシアは、ワールドカップの開催地としてうまくいだろう」と回答した割合は、世界27か国の調査対象者全体の73%にのぼっています。最も楽観的なのは、95%が「開催地としてうまくい」と回答しているセルビアで、次いで中国(90%)、インド(86%)です。一方、「開催地としてうまくい」と回答した人の割合が最も低いのはイギリス(41%)、次いでポーランド(45%)です。さらに75%は「ワールドカップは、ロシア国民にとって有益である」と考えています。この意見に賛同する割合が最も高いのはペルー(93%)、セルビア(90%)、中国(88%)です。一方、当のロシアではこの考えに賛同する人は66%と、これらの国に比べかなり懐疑的です。賛同する人の割合が最も低いのはベルギー(50%)、次いでドイツ(53%)、イギリス(56%)です。

「他国のファンがロシアに赴き、ワールドカップを観戦しても安全である」という考えに賛同する人の割合は67%です。しかし安全性の評価については、国によって異なります。セルビアでは91%が「安全である」に賛同していますが、イギリスで賛同する人の割合は31%です。世界の調査対象者の56%は「ワールドカップの開催国として、ロシアの評価は以前よりよくなった」と考えています。この意見に賛同する人の割合が最も高いのは、インド(86%)、中国(84%)、ペルー(83%)です。対照的に賛同する人の割合が最も低いのは、イギリス(22%)、ベルギー(22%)、ドイツ(24%)です。

しかし28%は「自国の代表チームは、ロシア開催のワールドカップをボイコットすべきである」と回答しています。この意見に賛同する人の割合が最も高いのはインド(49%)、サウジアラビア(45%)、アメリカ(45%)です。一方で、賛同する人の割合が最も低いのはセルビア(5%)、チリ(16%)、日本(17%)です。

FIFAに対する信頼感は国によって大きく違う

全体的にFIFAは好意的に受け止められています。世界27カ国の調査対象者全体では60%が「FIFAはサッカーと観客のためにベストを尽くしてくれている」と信頼しています。FIFAに対する信頼度が最も高いのは、中国(87%)、インド(86%)、マレーシア(84%)で、最も低いのは、イギリス(32%)、チリ(41%)、アルゼンチン(46%)です。しかし「ワールドカップに向けた準備に賄賂や汚職はなかった」と考えている人は、回答者の半数には達していません(46%)。「汚職のない組織体制が作られた」と回答する人の割合が最も高いのは、インド(78%)、中国(71%)、サウジアラビア(69%)です。一方、最も低いのは、イギリス(20%)、ベルギー(28%)、日本(29%)です。また「最近のワールドカップは、個人のスポーツマン精神よりも企業のスポンサー契約の方により関心がある」と考えている人が75%にもものぼっており、セルビアでは90%の人がこれに賛同しています。また、この意見に賛同する人の割合が最も低い日本(56%)、中国(60%)、スウェーデン(64%)でも、賛同する人はそれぞれ6割近くを占めます。

ロシアの人々はほとんどサッカーに興味がない

今回調査を実施した世界27カ国で、サッカーに最も興味がないのはロシアの人々です。ロシアでは「自分は熱烈なサッカーファンである」と考える人の割合は、9%にも達していません。また、ロシアの人々の35%は「たまに試合を見る」と回答していますが、36%は「全くサッカーには注目していない」と回答しています。「時間さえあればなるべくたくさんの試合を観戦する」と回答した熱烈なサッカーファンが最も多いのはサウジアラビア(41%)、次いでペルー(38%)です。

リアルなファンの行動は？：仕事を休んで観戦、ファングッズの購入、ラッキーアイテムを身につけること

ワールドカップに熱中するのであれば、仕事や学校を休んでまで観戦するのが当然だと考える人も多数存在しています。世界27カ国の調査対象者全体では、24%が「トーナメント中は多分あるいは必ず仕事や学校を休む」という意見に賛同しています。この意見に賛同する人の割合が最も高かったのはインド(51%)、次いでトルコ(46%)、アメリカ(46%)で、最も低かったのはセルビア(6%)、次いでスペイン(10%)、ベルギー(11%)です。

また、「ワールドカップ関連の製品を購入する」と考えている調査対象者の割合は38%です。この意見に賛同する人の割合が高いのは中国(68%)、インド(64%)、マレーシア(64%)で、その割合が最も低いのは、セルビア(13%)、日本(17%)、イタリア(19%)です。

さらに調査対象者全体の25%は、「ワールドカップ開催中はラッキーアイテムを身につける」と回答しています。インドでは63%、アメリカでは54%が「身につける」と回答しています。しかし、ヨーロッパの調査対象者はその傾向は低くなっています。

社交の場としてのサッカー

大多数の人々は2018年のワールドカップを家族や友人と観戦するようです。調査対象者全体では84%が、多分あるいは必ず「家族や友人と観戦する」と回答しています。その割合は、ペルー(93%)、アルゼンチン(90%)、メキシコ(89%)などのラテンアメリカ諸国で高くなっています。また、「職場の同僚と観戦する」と回答したのは49%です。特に中国(81%)、サウジアラビア(73%)、マレーシア(70%)ではこの割合が高くなっており、一方セルビア(23%)、日本(25%)、ベルギー(26%)では低くなっています。「バーやレストランで試合を観戦する」と回答したのは調査対象者全体の48%です。中国(64%)、アメリカ(63%)、インド(62%)、サウジアラビア(62%)、メキシコ(61%)ではこの考えに賛同する人の割合が高く、反対に日本(18%)では、この考えに賛同する割合が低くなっています。

テレビがサッカーワールドカップを観戦するメディアのトップ

ワールドカップ2018を観戦するメディア機器として最も人気があるのはテレビです。世界27カ国の調査対象者全体の62%が「テレビで試合を視聴する」と回答しており、「インターネットを使用する」(25%)を大きく引き離しています。モバイル機器(13%)、タブレット(13%)、ラジオ(6%)はあまり人気がありません。ペルーではテレビ(85%)、ラジオ(15%)を利用すると回答している人の割合が27か国中トップです。中国とインドでは、インターネット(中国47%、インド45%)とタブレット(中国22%、インド15%)が人気です。

この記事に関するレポート（英語）は弊社ウェブサイトよりご覧いただけます：<https://www.ipsos.com/ja-jp>

調査概要

調査時期	2018年4月20日～5月4日
調査対象者	世界27カ国の人々（オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、イタリア、日本、メキシコ、スペイン、イギリス、アメリカでは16～64歳または18～64歳の1000人、アルゼンチン、ベルギー、チリ、ハンガリー、インド、マレーシア、ペルー、ポーランド、ロシア、サウジアラビア、セルビア、南アフリカ、韓国、スウェーデン、トルコでは16～64歳の500人）
サンプルサイズ	19,766名（スクリーニングで「FIFAワールドカップを聞いたことがある／見たことがある／読んだことがある」と回答した12,207人がその後の質問に回答）
調査方法	イプソス・オンラインパネルを使用したオンライン調査

イプソスについて

1975年創業。イプソスはリサーチのプロフェッショナルが経営する世界第3位のグローバル市場調査会社です。

世界89カ国の拠点では、16,000人以上のスタッフが、5,000を越えるクライアントにサービスを提供しています。年間の調査プロジェクト数は10万件以上、実施インタビュー数は7,000万件以上に上ります。

GreenBook Research Industry Trend Report 2017で最もイノベティブなりサーチ会社の第2位に選ばれました。

Ipsos in Japanホームページ：<https://www.ipsos.com/ja-jp>

本件についてのお問い合わせ：

イプソス株式会社 マーケティング&コミュニケーション
TEL: 03-6867-8001 Email: japan.info@ipsos.com

イブソス ファイナンシャルサービスは、今後も日本国内外の金融サービスの利用状況などを幅広く捉え、エンドユーザーに対するサービスの改善を図る金融機関様に資する情報提供を行ってまいります。

本調査のより詳細なデータや、この結果をもとにした深堀調査などにご興味のある場合は、弊社までお問い合わせください。