

News Release

報道関係者各位

連絡先

高梨 寿, コミュニケーションズ

Eメール: hisashi.takanashi@nielsen.com

電話: 03-5798-9353

ファックス: 03-5798-9441

アジア太平洋地域の55%、2010年サッカー・ワールドカップに関心

- 日本では国民の25%が、ワールドカップに関心を示す
- インドネシア、半数の国民(54%)がサッカーファン
- 開幕前 世界40%が2010年ワールドカップの優勝国をブラジルと支持

2010年07月7日 - 東京発: ニールセン・カンパニー合同会社(本社: 港区白金台 / 職務執行者 シンディ・シン)は、ワールドカップ南アフリカ大会の関心度についての調査結果を発表しました。アジア太平洋地域で、自分はサッカーファンであると認識している人は28%ですが、一方でワールドカップに関心があると回答した人は55%に上りました。世界的には、自らがサッカーファンであると認識している人が34%を占め、ワールドカップを視聴すると回答したのは51%でした。

インドネシアでは半数以上(54%)の国民がサッカーファンであり、自らが世界で一番熱心なサッカーファンであると回答しています。ベトナム(52%)、インド(47%)がそれに続きます。ワールドカップには、通常のサッカーファンよりずっと多くの人々が関心を寄せています。ニールセン・カンパニーの調査結果によると、アジア太平洋地域の全ての国々で、通常のサッカーファンの人数を大幅に超える人々が、ワールドカップに関心を示していることがわかりました。特にワールドカップに関心が高いのは韓国(76%)、ベトナム(68%)、中国(65%)となっています。

世界全体では、ブラジルが最も熱心なサッカーファンを抱え、サッカーファンであると自認している人が69%います。これに続いて、ポルトガル(60%)、エジプト(56%)、インドネシア(54%)、サウジアラビア(54%)、スペイン(53%)、ベネズエラ(53%)、ベトナム(52%)、イタリア(48%)、インド(47%)となっています。

2010年ワールドカップについては、特に南米で最も関心が高く、78%の人が関心を寄せています。国別では、ブラジル(84%)、アルゼンチン(83%)、韓国(76%)、イタリア(75%)、ポルトガル(75%)、メキシコ(74%)の順に関心が高くなっています(図表参照)。

「ワールドカップは世界中で実に多様なファンの関心を集めています。元々サッカーファンだった人達は勿論、いつもはスポーツに興味のない人も、誰もが望むワールドカップ優勝に向けて自分の好きなチームを応援します。ワールドカップの期間中、消費者がどのように試合を視聴しているのか、また、こういった商品を買って消費しているのかを理解することにより、消費者ニーズにあったビジネスを見出す機会は沢山あります」と、ニールセン・カンパニー、アジア太平洋/中東/アフリカ統括プレジデントのクリストフ・カンボルナックは述べています。



本年3月にニールセンが世界55カ国で実施した調査によると、世界の1/3(34%)が、過去5回もの優勝を果たしたブラジルが2010年のワールドカップでも優勝すると回答。また、アジア太平洋地域では40%の人々が、ブラジルが優勝すると考えていました。

なお、ドイツ、アルゼンチン、アメリカ、イギリスが優勝すると予想した世界の人々は、各々9%でした。アメリカについては、主に北米の愛国心の強い46%の支持によるものでした。北米以外の国民でアメリカが優勝すると予想したのはわずか4%でした。また、Euro 2008の優勝チームであるスペインを優勝国に挙げたのは8%でした。これに続き、2006年優勝国のイタリアは6%、1998年優勝国のフランスは5%となっています。日本、韓国、オーストラリア、メキシコ、オランダ、ポルトガル、南アフリカはそれぞれ世界で1%の人々が優勝予想国に挙げていました。

ニールセン・グローバル・オンライン消費者調査について

ニールセン・グローバル・オンライン消費者調査は、世界55カ国27,000人以上のアジア太平洋、欧州、中南米、中東、北米のインターネットユーザーを対象に2010年3月に実施されました。この種の調査としては世界で最大規模になります。なお、ニールセンでは半期ごとに世界消費者景況感調査と意見調査を実施しており、消費者の景況感、消費動向及び主な消費の懸念事項を調査しています。サンプル数はインターネットのユーザーをベースに、各地域の年齢や性別によって割当てられ、インターネットを利用する消費者を代表するように割り付けられています。

ニールセン・カンパニーについて

ニールセン・カンパニーは世界最大の情報・メディア企業で、マーケティング及びコンシューマー情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報を提供しています。また、トレードショーの開催や業界紙を出版しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークの本社を拠点とし、世界100カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。

図. 2010年ワールドカップへの関心割合(調査対象 55 カ国)
(調査実施: 2010年3月)

