

野球関心ライト層のWBC観戦意向と消費行動に関する調査

ライト層の約7割が、地上波放送がないことでWBC観戦意欲が低下
2026年大会のNetflix独占配信を半数超が「知らなかった」

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20～69歳の方1,000名を対象に調査した「2026 ワールドベースボールクラシック（WBC）に関する調査」（実施期間：2026年2月3日～2月6日）の結果をご報告いたします。本調査は、野球への関心が高くない層に限定して実施しました。具体的には、野球への関心度について「ある程度好き」または「話題になれば見る程度」と回答した、いわゆる「ライト層」のみを対象としています。

【調査結果】

・ TOPICS①

ライト層のWBC視聴経験は「日本戦だけ」「ダイジェスト視聴」が約8割

・ TOPICS②

2026年大会のNetflix独占配信を半数超が「知らなかった」

・ TOPICS③

「有料配信のみ」の場合、観戦意欲が低下する人は約7割

・ TOPICS④

「無料なら見るが、有料なら見ない」が67.0%

・ TOPICS⑤

視聴方法は「ハイライト・SNS接触」が半数超。ライト層の約6割がWBC関連にお金を使わない

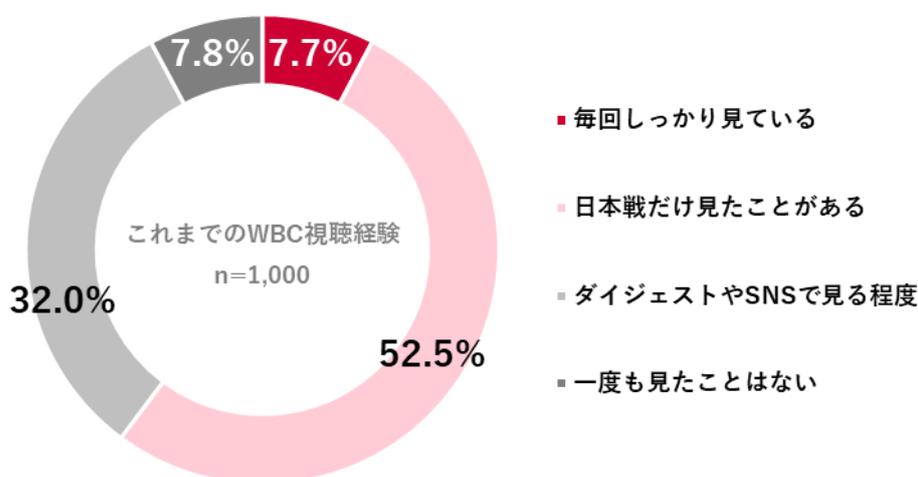
【調査結果詳細】

■TOPICS①

ライト層のWBC視聴経験は「日本戦だけ」「ダイジェスト視聴」が約8割

野球への関心がライトな層に、これまでのWBC視聴経験について尋ねたところ、「日本戦だけ見たことがある」が52.5%で最多となった。次いで「ダイジェストやSNSで見る程度」が32.0%となり、1試合を全部見るフル視聴ではない関わり方をしている。「日本戦だけ」「ダイジェスト視聴」を合わせて約8割となった。「毎回しっかり見ている」は7.7%にとどまった。

▼これまでのWBC視聴経験

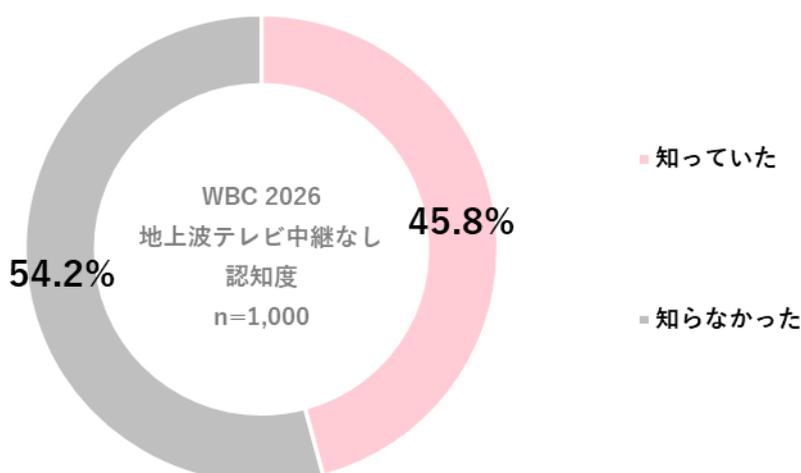


■TOPICS②

2026年大会のNetflix独占配信を半数超が「知らなかった」

2026年大会が、ストリーミングサービス「Netflix」の独占配信となり、従来のように地上波テレビ中継がないことについて、「知らなかった」と回答した人は54.2%と過半数を占めた。ライト層の多くが視聴機会の変化を認識していない実態が明らかとなった。

▼WBC 2026は有料配信のみ（Netflix独占配信）で、地上波テレビ中継がないことの認知度

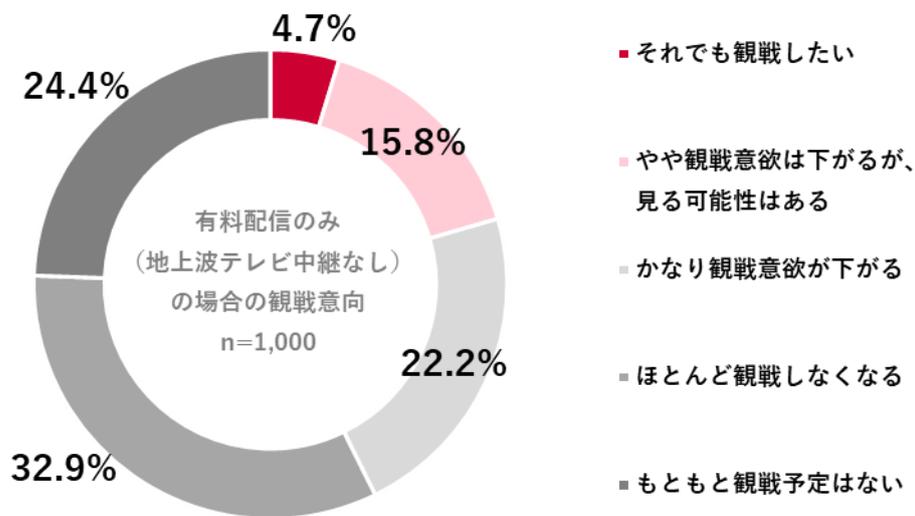


■TOPICS③

「有料配信のみ」の場合、観戦意欲が低下する人は約7割

WBCが「有料配信のみ（地上波テレビ中継なし）」の場合の観戦意向を聞いたところ、「ほとんど観戦しなくなる」が32.9%で最多となった。「かなり観戦意欲が下がる」（22.2%）、「やや観戦意欲は下がるが、見る可能性はある」（15.8%）を合わせると、ライト層の約7割が、観戦意欲が低下すると回答した。「それでも観戦したい」と回答した人は4.7%にとどまり、有料化はライト層の視聴行動を抑制する可能性がうかがえる。

▼WBC 2026は「有料配信のみ（地上波テレビ中継なし）」ですが、あなたの観戦意向は？



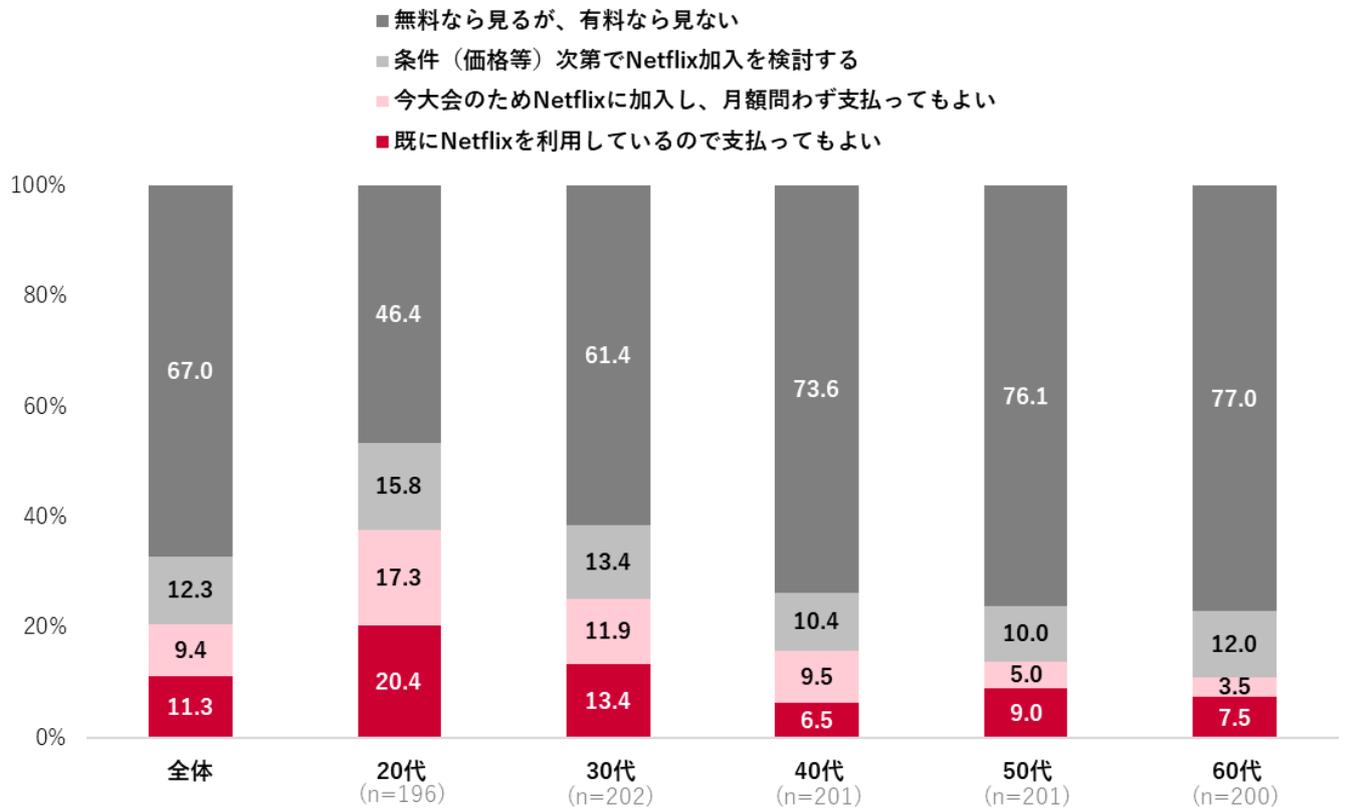
■TOPICS④

「無料なら見るが、有料なら見ない」が67.0%

2026年大会を視聴するための支払い意向について、「無料なら見るが、有料なら見ない」が全体の67.0%と突出して多かった。ライト層の観戦意向は非課金が前提である様子が見える。また、年代別で見ると「無料なら見るが、有料なら見ない」は年代が上がるほど割合が高い傾向が見られた。

「条件次第でNetflix加入を検討する」(12.3%)、「すでに利用しているので支払ってもよい」(11.3%)、「今大会のために加入してもよい」(9.4%)はいずれも1割前後となった。

▼WBC 2026 視聴のための支払い意向 【参考情報】Netflix月額料金：890円～ (n=1,000)



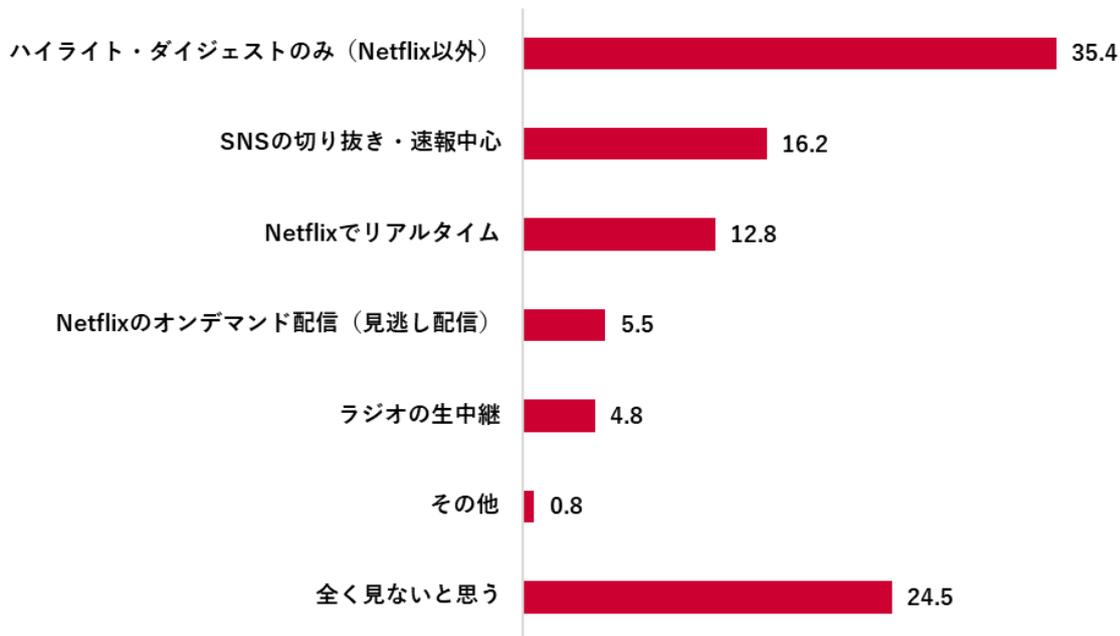
■TOPICS⑤

視聴方法は「ハイライト・SNS接触」が半数超。ライト層の約6割がWBC関連にお金を使わない

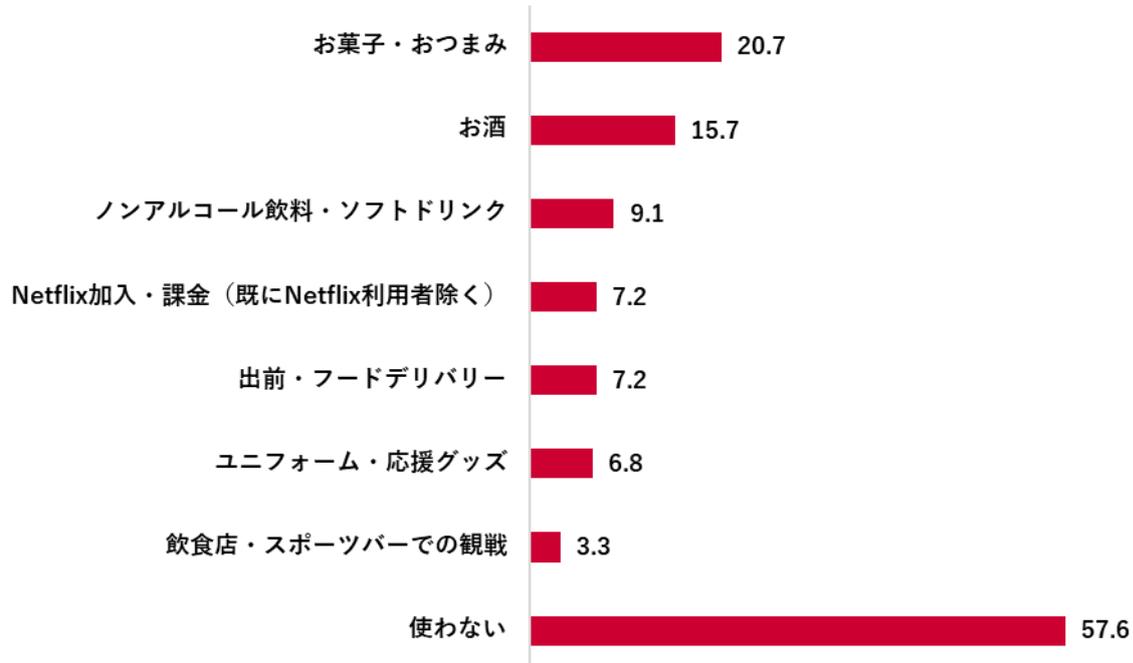
2026年大会を視聴するとした場合、「ハイライト・ダイジェストのみ（Netflix以外）」が35.4%で最多となった。「SNSの切り抜き・速報中心」（16.2%）を含めると、リアルタイム視聴以外での接触が半数超となっている。また「全く見ないと思う」は24.5%だった。

WBC関連の消費について、お金を「使わない」が57.6%を占め、使う場合でも「お菓子・おつまみ」「お酒」など、比較的少額な消費が上位だった。また、WBC関連で使ってもよい金額では「使うつもりはない」が64.3%で最多となった。ライト層におけるWBC消費は限定的であることが分かる。

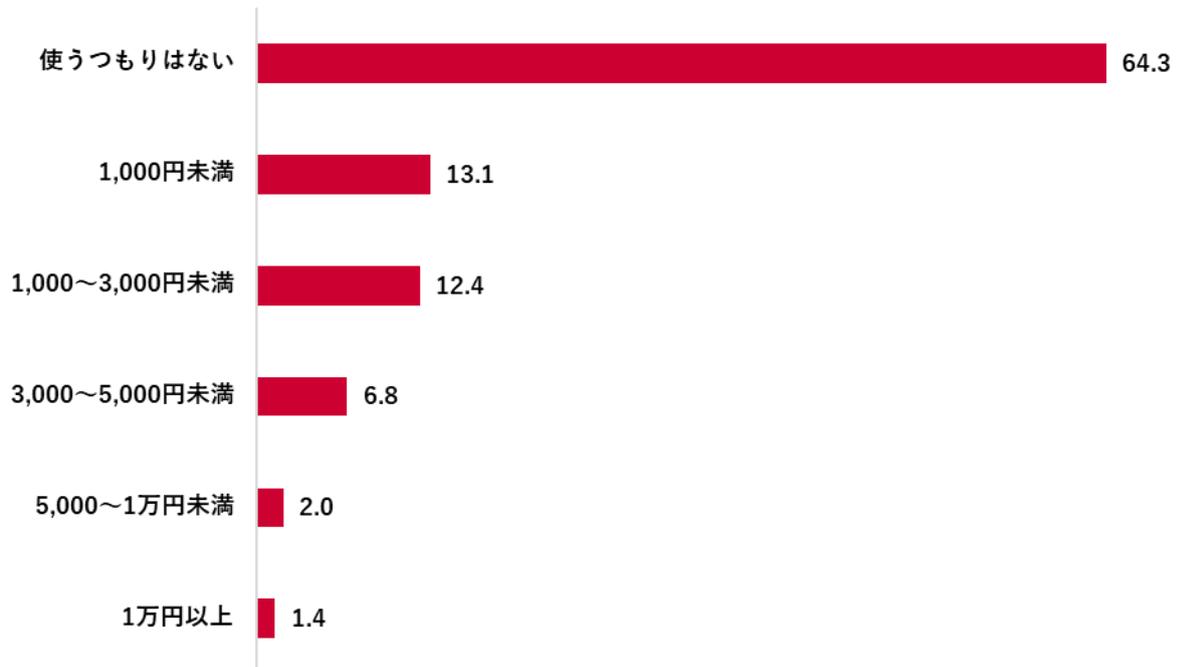
▼WBC 2026 を視聴するとしたら？ (n=1,000)(%)



▼WBC 2026 関連でお金を使うとしたら？ ※複数回答 (n=1,000)(%)



▼WBC 2026 関連で使ってもよい金額 (n=1,000)(%)



以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2026年2月3日~2月6日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住 20~69 歳の野球への関心が高くない「ライト層」の方

有効回答数 : 1,000 名

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。