

### FIFA ワールドカップ 2026 観戦意向調査

ワールドカップを観る層は約半数。観戦理由は「日本代表が出るから」が最多  
開催後、Jリーグへの来場可能性のある層は約3割

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」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「FIFA ワールドカップ 2026 に関する意識調査」（実施期間：2026年3月5日～3月6日）の結果をご報告いたします。

#### 【調査結果】

・ TOPICS①

2026年サッカーワールドカップを観る層は約半数。「日本代表の試合を観る予定」は約3割

・ TOPICS②

観戦理由は「日本代表が出るから」が約5割で最多。観戦は「自宅」が約8割

・ TOPICS③

サッカーを普段見たり気にしたりしない層は約6割

・ TOPICS④

スポーツの情報源は「テレビ番組」が38.1%でトップ

・ TOPICS⑤

ワールドカップ開催後、Jリーグ試合会場への来場可能性のある層は約3割

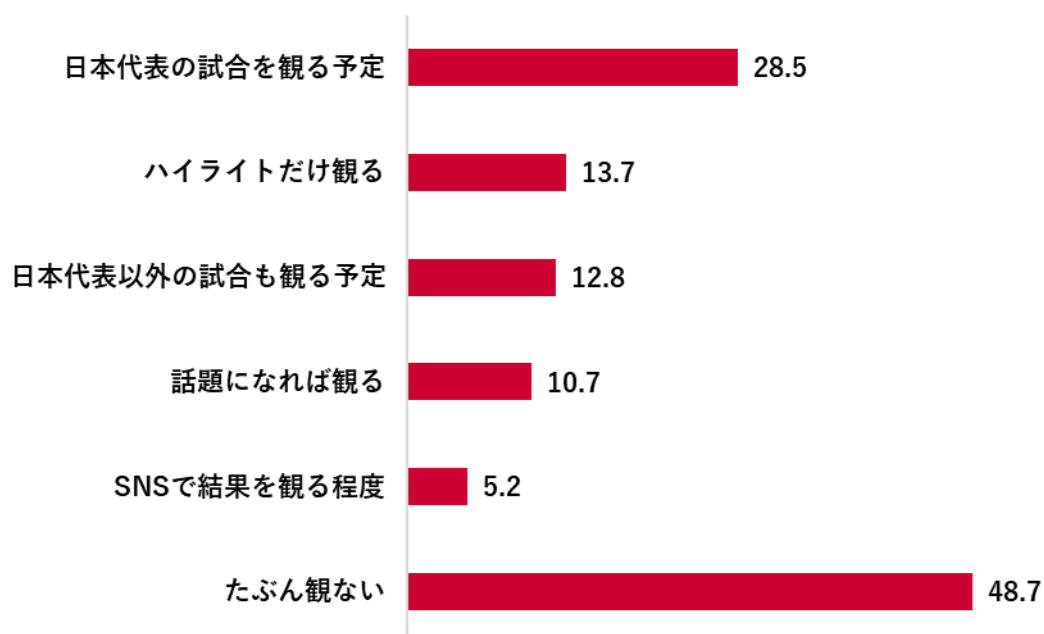
## 【調査結果詳細】

### ■TOPICS①

#### 2026年サッカーワールドカップを観る層は約半数。「日本代表の試合を観る予定」は約3割

2026年のサッカーワールドカップについて、観戦意向を尋ねたところ、「たぶん観ない」が48.7%と最多となった。「たぶん観ない」を除いた51.3%が、何らかの形で観る意向があると回答した。「日本代表の試合を観る予定」が28.5%、「日本代表以外の試合も観る予定」が12.8%だった。また「話題になれば観る」が10.7%となり、状況に応じて観戦意向が高まる層がいることが分かった。

▼今年のワールドカップ観戦意向 ※複数回答 (n=1,000)(%)



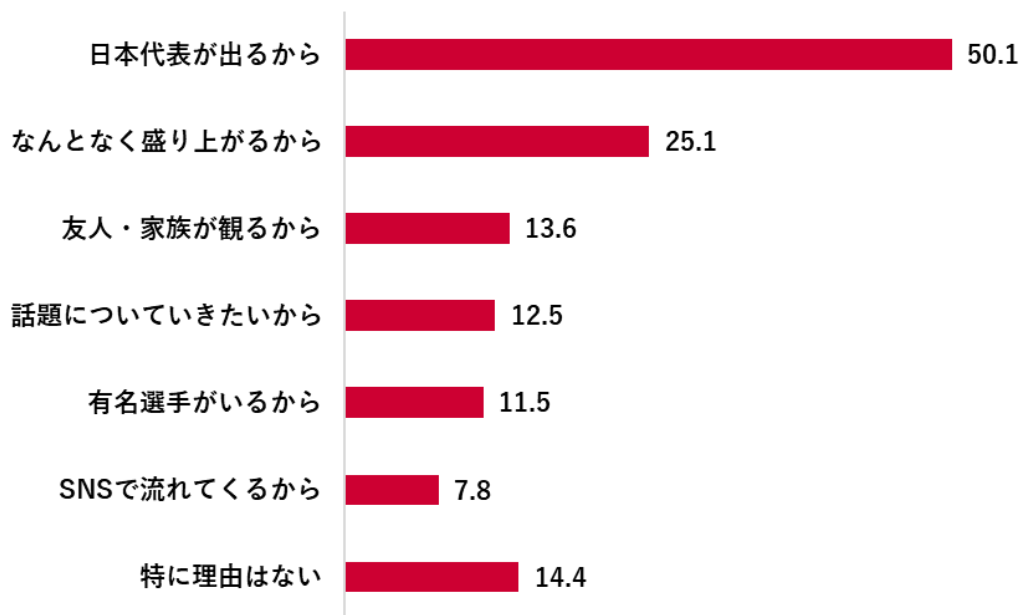
## ■TOPICS②

### 観戦理由は「日本代表が出るから」が約5割で最多。観戦は「自宅」が約8割

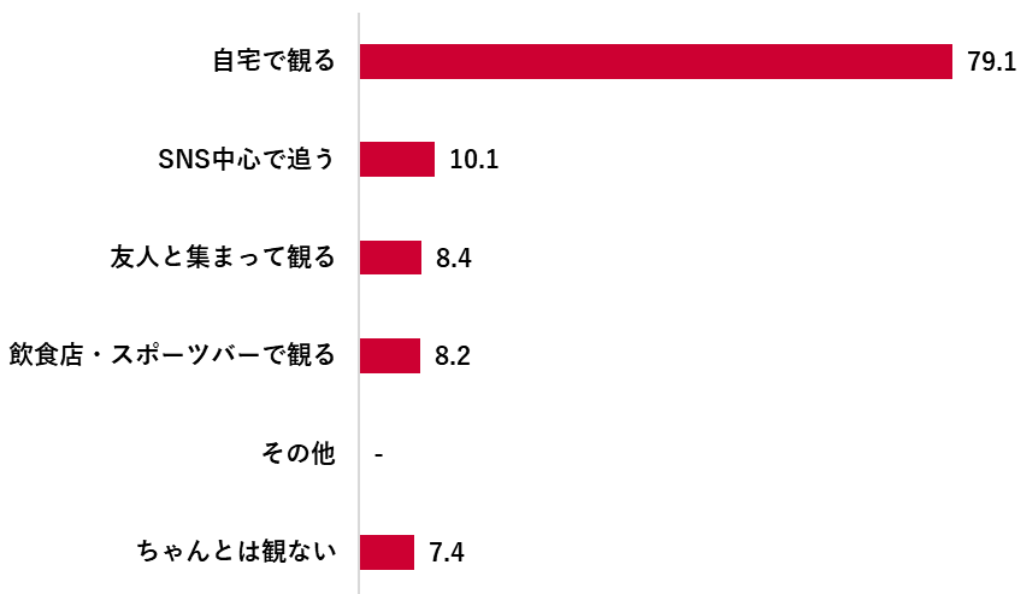
2026年のサッカーワールドカップの観戦理由について「日本代表が出るから」が50.1%と最も高かった。また、「なんとなく盛り上がるから」(25.1%)や、「話題についていきたいから」(12.5%)といった、大会の雰囲気や話題性が観戦の後押しになっている様子が見える。

また、観戦スタイルは「自宅で観る」が79.1%で最多となった。

▼観戦理由 ※複数回答 (n=513)(%) ※対象：「たぶん観ない」を除く



▼観戦スタイル ※複数回答 (n=513)(%) ※対象：「たぶん観ない」を除く



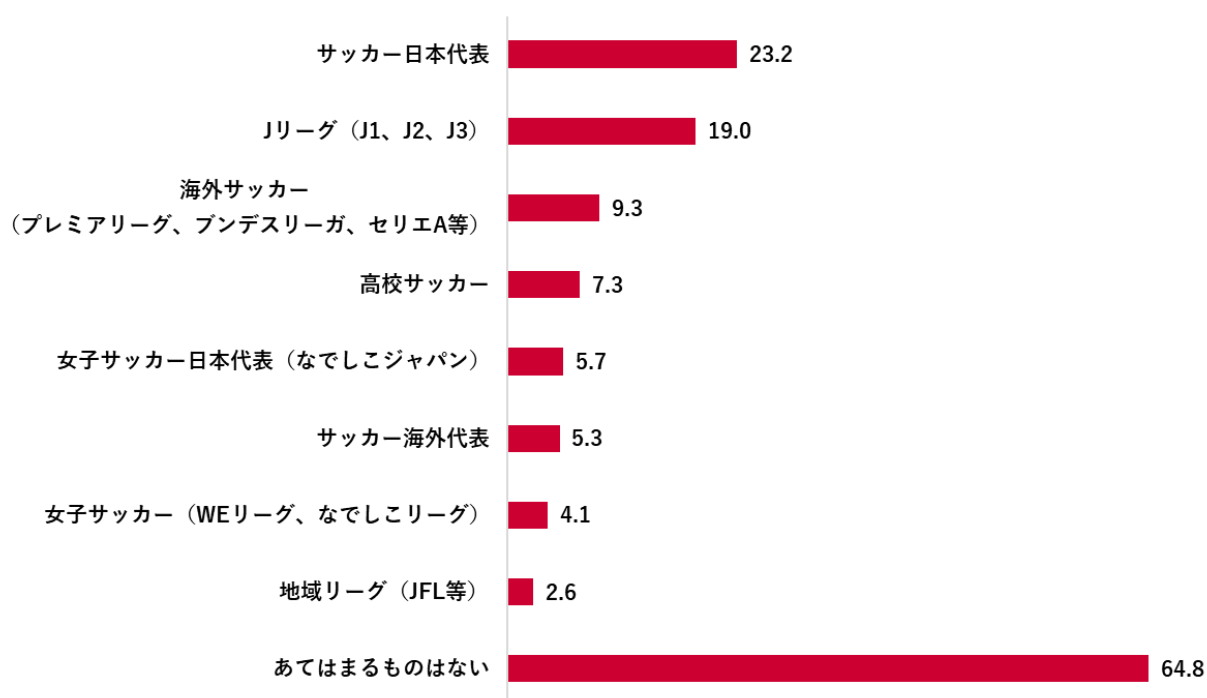
### ■TOPICS③

#### サッカーを普段観たり気にしたりしない層は約6割

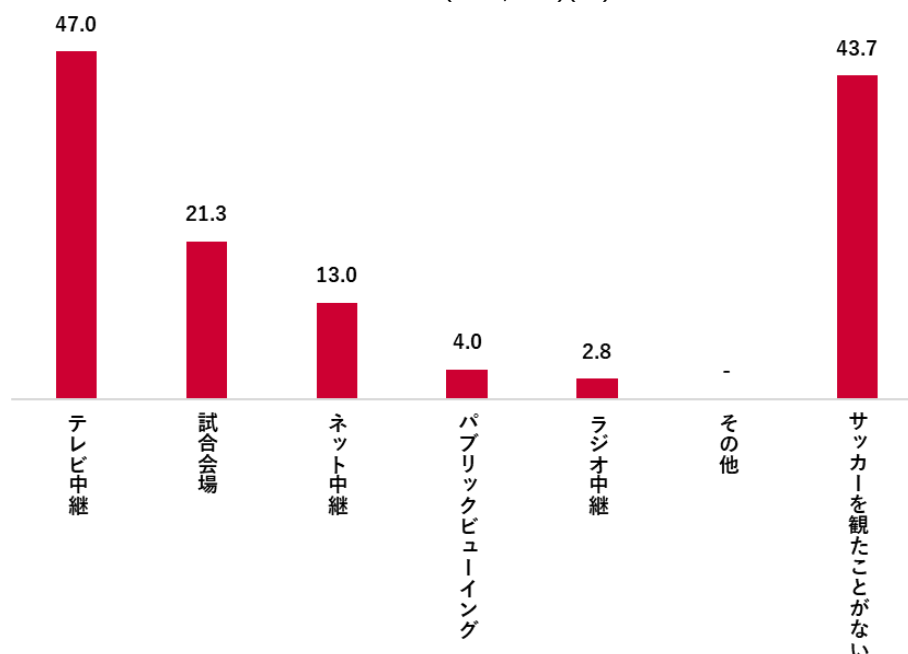
普段、サッカーに関して見たり気にしたりしているものを尋ねたところ、「あてはまるものはない」が64.8%だった。関心のあるものの上位は「サッカー日本代表」(23.2%)、「Jリーグ」(19.0%)となり、続く「海外サッカー」(9.3%)よりも約10ポイント高かった。

サッカーの観戦方法について、「テレビ中継」が47.0%で1位、「ネット中継」(13.0%)、「パブリックビューイング」(4.0%)、「ラジオ中継」(2.8%)と、何らかのメディアを通じた視聴が多数となった。一方、「試合会場」(21.3%)が2位となり、現地観戦派も多いことが分かった。また、「サッカーを観たことがない」は43.7%だった。

▼サッカーで普段観たり、気にしたりしているもの ※複数回答 (n=1,000)(%)



▼サッカーの観戦方法で、観たことがあるもの ※複数回答 (n=1,000)(%)

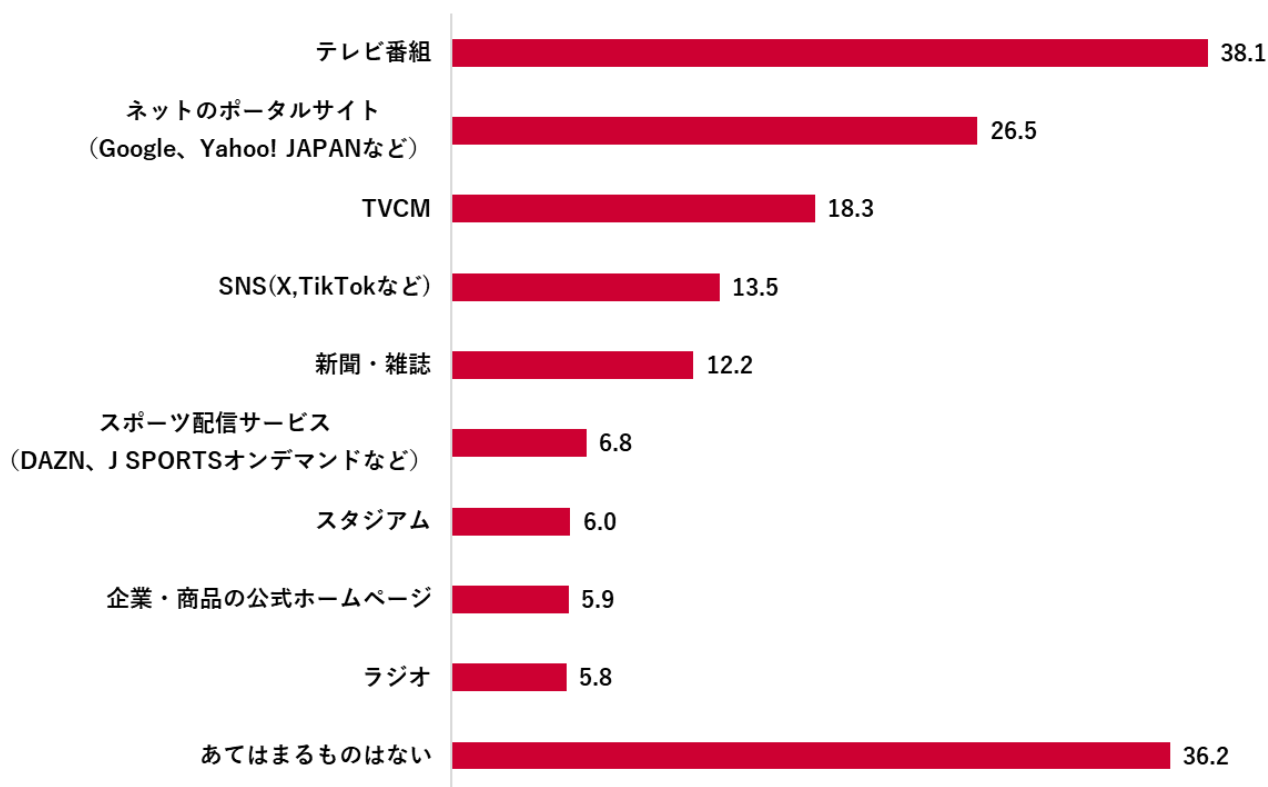


## ■TOPICS④

### スポーツの情報源は「テレビ番組」が38.1%でトップ

スポーツ情報の入手源について「テレビ番組」が38.1%でトップとなった。続く「ネットのポータルサイト」(26.5%)よりも、10ポイント以上高く、テレビの影響力の大きさがうかがえる。次いで「TVCM」(18.3%)、「SNS」(13.5%)となった。

▼スポーツ情報の入手源 ※複数回答 (n=1,000)(%)



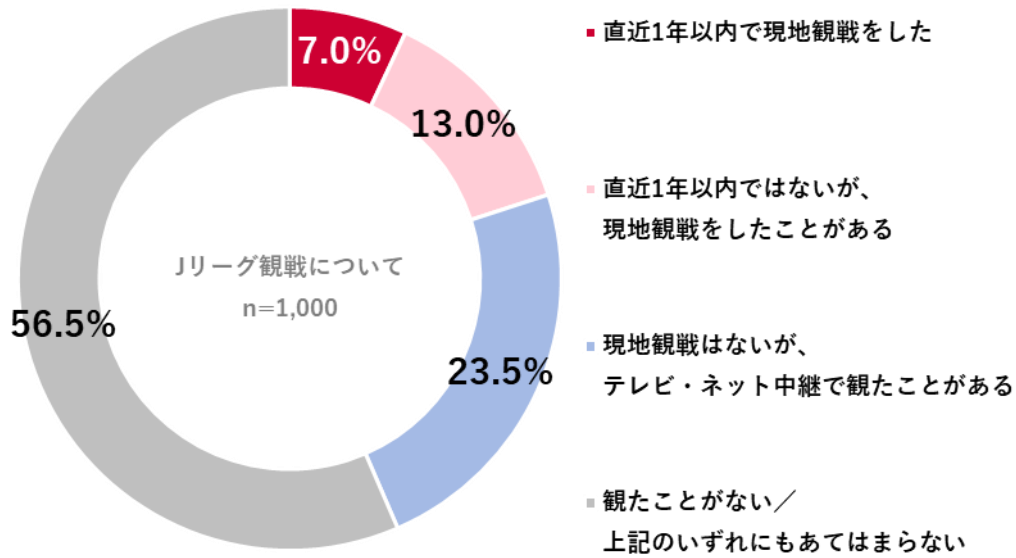
## ■TOPICS⑤

### ワールドカップ開催後、Jリーグ試合会場への来場可能性のある層は約3割

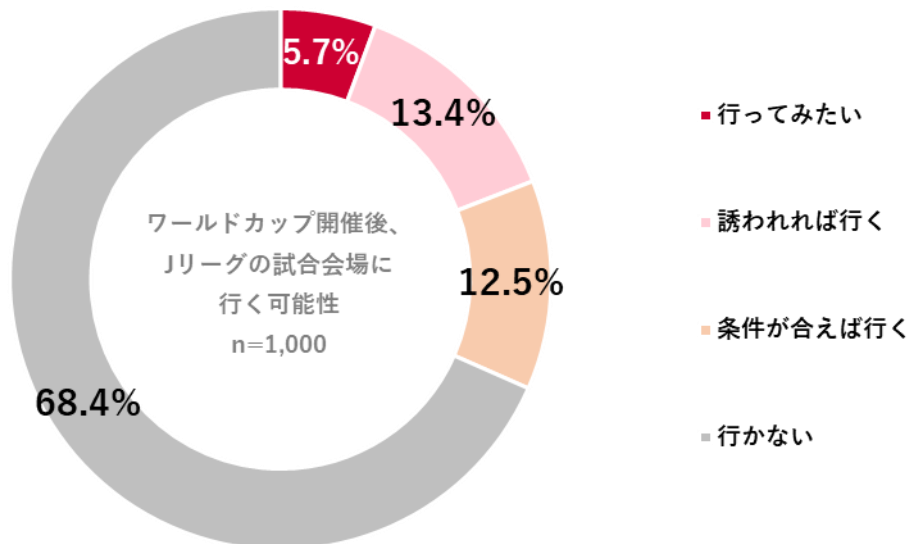
Jリーグの観戦経験について聴取したところ、現地観戦の経験は「直近1年以内で現地観戦をした」(7.0%)と「直近1年以内ではないが、現地観戦したことがある」(13.0%)の合計で20.0%、「現地観戦はないが、テレビ・ネット中継で観たことがある」は23.5%となった。最多は「観たことがない」(56.5%)だった。

また、2026年のワールドカップ開催後に、Jリーグの試合会場に行くか尋ねたところ、「行ってみたい」は5.7%だった。「誘われれば行く」(13.4%)、「条件が合えば行く」(12.5%)となり、合わせると来場可能性がある層は約3割となった。きっかけ次第で行動が変わる様子がうかがえる。

▼Jリーグ観戦について (n=1,000)(%)



▼ワールドカップ開催後、Jリーグの試合会場に行く可能性 (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3月5日～3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 歳の方  
有効回答数 : 1,000 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収  
※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。