

報道関係各位

2023年6月29日
ジオテクノロジーズ株式会社

「ヴィッセル神戸 vs FC バルセロナ」、国立競技場開催で Z 世代の来場 60%増に ～人流分析とアンケートで、ノエビアスタジアム神戸ユーザーとの比較調査～

ESG メタバースカンパニーのジオテクノロジーズ株式会社（本社：東京都文京区、代表取締役社長 CEO：杉原 博茂、以下「ジオテクノロジーズ」）が運営する、移動するだけで報酬が貯まる M2E アプリ「トリマ」は、累計ダウンロード数 1400 万を超え、位置ターゲティングによるアンケート調査ができる「トリマリサーチ」を提供しています。

今回は、2023年6月6日（火）に国立競技場で開催された「ヴィッセル神戸 vs FC バルセロナ」（以下、バルセロナ戦）親善試合の来場者層を分析するために、今季「ヴィッセル神戸ホーム試合（ノエビアスタジアム神戸）」の来場者（以下、ノエビアスタジアム神戸ユーザー）と比べて、客層に違いがあるのか調査しました。

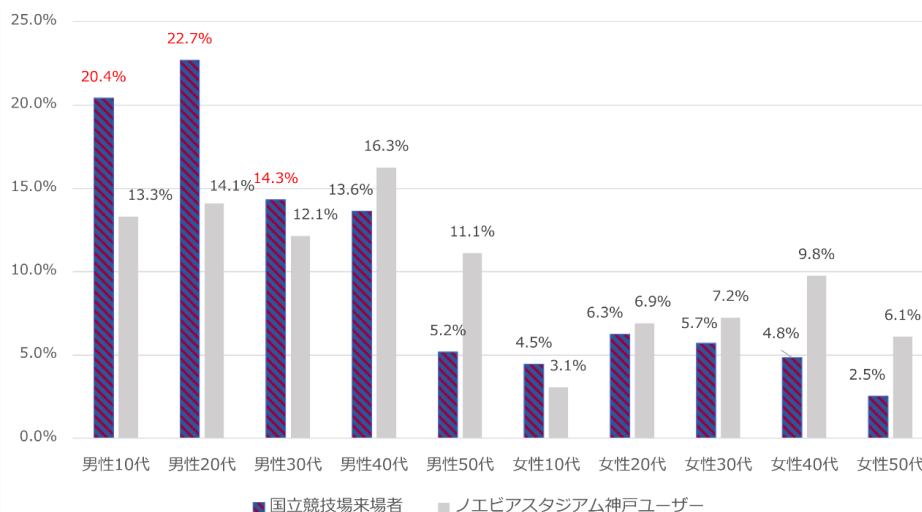
その結果、バルセロナ戦の方が Z 世代の来場者が 60%ほど多いことが判明しました。J リーグは 30 周年を迎え、ファンの高齢化といった課題も抱える中、新規ファン獲得のヒントが得られたかもしれません。

■ 「ヴィッセル神戸 vs FC バルセロナ」の観戦者は 20 代男性が最多、Z 世代の来場が目立つ

当社人流解析技術を用いて、「ヴィッセル神戸 vs FC バルセロナ」と、「今季におけるヴィッセル神戸ホーム試合」の来場者の客層を比較しました。性年代別来場者比に最もギャップがあった下記 4 つをピックアップ。

- 20 代男性は、ノエビアスタジアム神戸ユーザー構成比 14.1%に対し、バルセロナ戦来場者 22.7%で +8.6%と最もギャップが大きいことが判明しました。
- 次いで 10 代男性は、同構成比 13.3%に対し、バルセロナ戦来場者は 20.4%で +7.1%
- 30 代男性は、同構成比 12.1%に対し、バルセロナ戦来場者は 14.3%で +2.2%。
- 10 代女性は、同構成比 3.1%に対し、バルセロナ戦 4.5%で +1.4%、という結果でした。

▼表：国立競技場とノエビアスタジアム神戸の来場者を対象とした人流解析による拡大推計



■ バルセロナ戦来場者とノエビアスタジアム神戸ユーザーでは、関心ポイントに差あり

人流解析に加え、各試合への来場者に対してアンケートも実施。興味があるサッカーリーグを問う設問では、バルセロナ戦来場者とノエビアスタジアム神戸ユーザーの違いが顕著に現れました。

・ サッカーリーグ全体への関心度

バルセロナ戦の来場者は、「興味があるものはない」17.2%だったのに対し、ノエビアスタジアム神戸ユーザーでは 10.5%でした。この結果から、バルセロナ戦来場者のうち一定数は、普段サッカーリーグへの関心が低い層であることが分かります。

・ 欧州サッカーリーグへの関心度

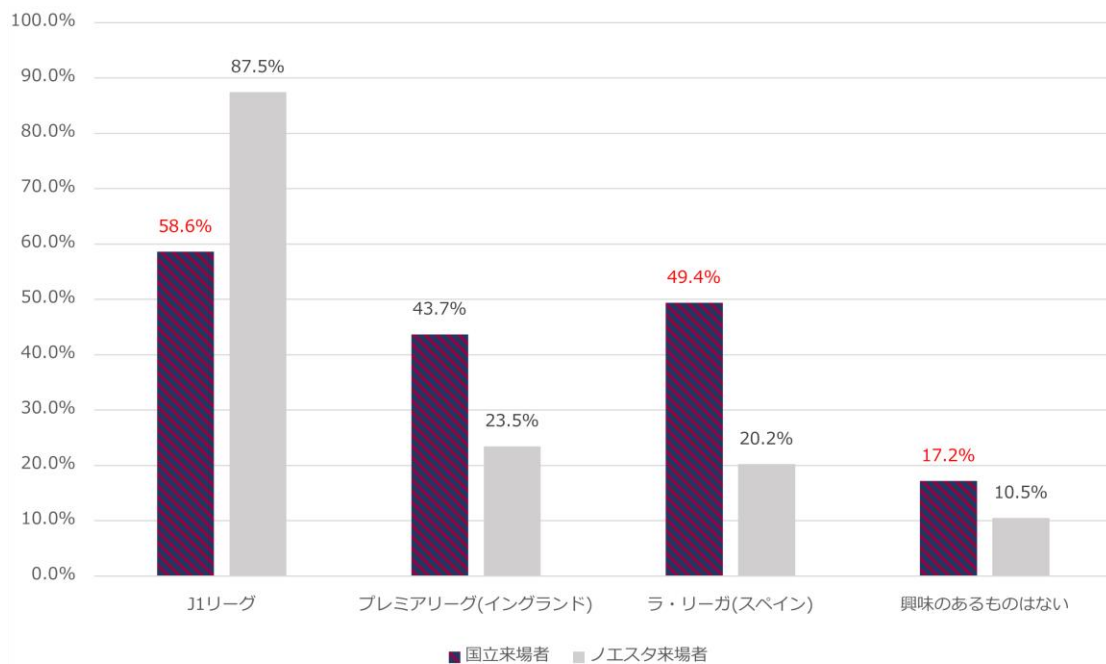
バルセロナ戦来場者はプレミアリーグ、セリエ A、ブンデスリーガなど、各国リーグへの関心度が比較的高めであり、なかでもスペインの「ラ・リーガに関心がある」と回答したのは半数の 49.4%でした。ノエビアスタジアム神戸ユーザー比+29.2%となっています。

FC バルセロナの来日により、スペインサッカーファンへの関心が非常に高まっていることがわかります。

・ Jリーグへの関心度

「J1 リーグに関心がある」と回答した層はバルセロナ戦来場者では 6 割弱（58.6%）だったのに対し、ノエビアスタジアム神戸ユーザーでは 9 割近く（87.5%）に上りました。

Q.サッカーのリーグ戦で興味のあるものをすべてお選びください。



■ 調査概要

- エリア： 日本全国
- 対象者： 2023年6月6日(火)開催の「ヴィッセル神戸 vs FCバルセロナ戦」来場者
人流解析 n= 835、アンケート n=87
2023年度、ノエビアスタジアム神戸で開催した試合の来場者
人流解析 n=1,822、アンケート n=247
- 回答者： トリムユーザ 10代~50代、男女
- 調査手法： 人流解析・トリマリサーチ（インターネット調査）
- 調査期間： 2023年6月7日（水）～11日（日）

■ 最後に

今年で30周年を迎え、ファンの高齢化や新規ファン獲得といった課題も抱えるJリーグ。

しかし、今回開催された親善試合にはZ世代の若年層の観戦者が多いことが判明し、調査結果から「サッカービギナー、または欧州サッカーに熱視線を向ける若年層」と「長年地元クラブを応援する熱いベテランサポーター」の姿が浮かんできます。

欧州サッカーへの興味関心も高いことから、スポーツ配信サービスなどを利用した観戦を充実させることで新規ファンを獲得できる可能性もあり、こうした親善試合や話題性に富む試合を開催することで、若い世代がJリーグに対してますます魅力を感じ、注目を集めるきっかけになるかもしれません。

今回のアンケートから、Jリーグが掲げる百年構想を後押しするヒントが得られたのではないのでしょうか。

■ ジオテクノロジーズ株式会社について

我々の使命は、「地球を喜びで満たそう」です。1994年にマルチメディアソフトウェア開発会社として創業し、翌年には「MapFan」が日経ベストソフト賞を受賞、その後、国内初のiモード地図で日経新聞社賞を受賞、世界初の通信カーナビを発表するなど、イノベーションを起こしてきました。さらに進化し、法人向けの地図データや位置情報ソリューションの提供はもとより、高度な自動運転の実現に不可欠な高精度3次元データ地図の提供も行うなど、地図のメジャーカンパニーとして日本の地図業界を牽引しています。

さらに、生活者に向けて提供している「移動するだけでポイントが貯まるM2Eアプリトリマ」は、累計ダウンロード数1400万*注1を超え、多くの人々に日々の移動や様々なコンテンツを楽しんでいただいております。ブロックチェーン技術による、生活に根付いたNFTを国内外に展開し、グローバルに大きく羽ばたく成長企業です。

今後もジオテクノロジーズは、ESGメタバースカンパニーとして、過去29年間かけて蓄積してきた位置情報/人流データをはじめとする多様かつ膨大なビッグデータと、地球（Geo）に関わる様々なデータに最先端技術を融合させることにより、予測可能な“Geo-Prediction（ジオプリディクション）”の世界を生み出し、地球を取り巻くさまざまな社会課題の解決に貢献していきます。

注1：2023年6月時点

本社所在地：東京都文京区本駒込2-28-8 文京グリーンコートセンターオフィス

代表者 : 代表取締役社長 CEO 杉原 博茂

設立 : 1994年5月1日

事業内容 : **オートモーティブビジネス** (高精度 3D 地図、ナビゲーション向け地図データ、コネクテッドサービス、モビリティサービス向けソリューション)

GISビジネス (地図アプリ開発キット、デジタル地図データベース、Web・業務システム向け地図クラウドサービス、MapFan、MapFanAssist)

アプリケーションビジネス (トリマ、トリマクーポン、住所確認サービス、人流分析サービス)

URL : <https://geot.jp/>

MapFan : <https://mapfan.com/>

MapFan DB : <https://business.mapfan.com/service/db/>

住所確認サービス : <https://anorm.mapfan.com/>

トリマ : <https://www.trip-mile.com/>

トリマ広告 : <https://ads.trip-mile.com/>

トリマリサーチ : <https://www.ads.trip-mile.com/service/research/>

スグロジ : <https://www.sugulogi.com/>

みんな歩計 : <https://www.minpokei.com/>