

NEWS RELEASE

訪日外国人(香港・タイ)570名に聞いたJリーグ観戦調査 観戦したいクラブ1位——香港「セレッソ大阪」／タイ「横浜F・マリノス」 観戦の「決め手」——香港は"体験"、タイは"利便性"

訪日インバウンド向けマーケティング支援を行う株式会社アジア・インタラクティブ・サポート(本社:愛知県名古屋市、以下「AIS」)は、香港在住者368名・タイ在住者202名の合計570名を対象に、訪日旅行中の「Jリーグ観戦」に関する意向調査を実施しました。

本リリースでは、本調査のうち「観戦したいJリーグクラブ(複数回答)」「Jリーグ観戦を旅程に組み込む際の決め手となる要素(複数回答)」の2設問に焦点を当て、香港・タイ両市場の集計結果を公表します。関心の集まるクラブ、および観戦の決め手となる要素には、両市場間で明確な差異があることが判明しました。

調査結果ハイライト

- 香港の観戦希望クラブ1位は「セレッソ大阪」(47.0%)、僅差2位に「横浜F・マリノス」(46.7%)、3位「ヴィッセル神戸」(46.2%)が並び、関西・首都圏の人気クラブに関心が分散。
- タイの観戦希望クラブ1位は「横浜F・マリノス」(44.6%)で他クラブを引き離して首位。2位「川崎フロンターレ」「ガンバ大阪」(同率33.7%)が続く。
- 「Jリーグ観戦を旅程に入れる決め手」は、香港で「日本の応援文化体験」(66.6%)が最多、タイで「自国語でのオンラインチケット購入」(59.9%)が最多と、市場特性が明確に分かれる結果に。香港は「体験価値・グッズ・スタジアムツアー」など“特別な体験”志向、タイは「購入導線・送迎・言語サポート」など“安心・利便性”志向と、訴求すべきポイントが大きく異なることが判明。

調査概要

本調査は、香港・タイの両市場においてSNSを通じて回答者を募集し、日本旅行に関心を持ち、かつJリーグやサッカーに関心のある層を対象に、オンラインアンケート形式で実施したものです。なお、「観戦したいクラブ」に関する設問の選択肢は、現在J1に所属するクラブを対象としています。

調査名	訪日外国人(香港・タイ)向け Jリーグ観戦アンケート
調査対象	香港在住者 368名 / タイ在住者 202名(日本旅行経験者・予定者)
調査期間	2026年3月12日 ~ 2026年4月1日
調査手法	オンラインアンケート調査

調査主体	株式会社アジア・インタラクティブ・サポート(AIS)
------	----------------------------

回答者属性

項目	香港(n=368)	タイ(n=202)
性別	男性 88.3% / 女性 11.4% / 無回答 0.3%	男性 78.2% / 女性 21.8%
年代	10代:0.3% 20代:15.8% 30代:32.9% 40代:37.0% 50代:12.2% 60歳以上:1.9%	10代:6.4% 20代:19.3% 30代:34.7% 40代:31.2% 50代:7.4% 60歳以上:1.0%
訪日回数	0回:2.7% 1回:1.4% 2~3回:7.9% 4~5回:10.3% 6~9回:21.5% 10回以上:56.3%	0回:25.2% 1回:7.4% 2~3回:21.8% 4~5回:18.3% 6~9回:14.9% 10回以上:12.4%
サッカーへの関心	海外リーグも日常的に視聴 75.3%	海外リーグも日常的に視聴 67.3%

【1】観戦したいJリーグクラブランキング(香港・タイ)

「日本旅行中に観戦したいクラブ(J1)はどこか」という質問(複数回答可)に対し、香港・タイの両市場で結果は異なりました。香港では上位3クラブ(セレッソ大阪、横浜F・マリノス、ヴィッセル神戸)が拮抗しており、関西・首都圏の伝統クラブに関心が分散しています。一方タイでは横浜F・マリノスが44.6%と首位を獲得し、2位以下のクラブとの差が大きく開く結果となりました。

順位	香港(n=368)	順位	タイ(n=202)
1位	セレッソ大阪 47.0%	1位	横浜F・マリノス 44.6%
2位	横浜F・マリノス 46.7%	2位	川崎フロンターレ 33.7%
3位	ヴィッセル神戸 46.2%	2位	ガンバ大阪 33.7%
4位	浦和レッズ 42.9%	4位	浦和レッズ 29.2%
5位	川崎フロンターレ 41.0%	5位	鹿島アントラーズ 28.7%
6位	鹿島アントラーズ 39.7%	6位	セレッソ大阪 27.2%
7位	ガンバ大阪 35.1%	7位	FC東京 25.2%
8位	FC東京 34.8%	8位	ヴィッセル神戸 24.3%
9位	サンフレッチェ広島 34.0%	9位	サンフレッチェ広島 16.8%

順位	香港 (n=368)	順位	タイ (n=202)
10位	京都サンガF.C. 28.0%	10位	名古屋グランパス 13.9%

※調査結果より上位10クラブを抜粋。複数回答可。

認知度・関心度から見えるポイント

【香港】 上位3クラブ(セレッソ大阪47.0%、横浜F・マリノス46.7%、ヴィッセル神戸46.2%)が0.8ポイント差以内で拮抗し、上位5位までが40%以上の高水準で並ぶ結果となった。関西・首都圏のクラブを中心に、関心が広く分散する傾向が確認された。

【タイ】 横浜F・マリノス(44.6%)が2位以下に10ポイント以上の差をつけ首位。タイ人選手の在籍歴を持つクラブ(横浜F・マリノス、川崎フロンターレ)や、AFCチャンピオンズリーグ常連クラブ(浦和レッズ、鹿島アントラーズ、ガンバ大阪等)が上位を占める結果となり、選手のSNS発信と国際大会での露出が認知形成に寄与している可能性が示された。

※本調査ではJ1所属クラブを対象としたため選択肢に含めていないが、タイ人選手の在籍歴があり現地メディア露出も多い北海道コンサドーレ札幌(J2)についても、タイ市場における認知度は同様に高い水準にあると推察される。

【2】Jリーグ観戦を旅程に入れる「決め手」となる要素

「Jリーグ観戦を旅程に入れる場合、どのような要素があれば『行きたい』と思いますか？」(複数回答可)の設問では、両市場の志向の違いが鮮明に表れました。香港回答者は訪日10回以上のリピーターが56.3%を占めるのに対し、タイ回答者は初訪日層が25.2%と訪日経験の浅い層が多くを占めており、訪日旅行への慣れの度合いに応じて求められる要素が異なる傾向が確認されました。香港は"現地でしか得られない体験価値"を、タイは"安心して足を運べる利便性"をそれぞれ重視する結果となりました。

順位	香港 (n=368) 重視する要素	順位	タイ (n=202) 重視する要素
1位	日本の応援文化体験 66.6%	1位	オンラインで自国語チケット購入 59.9%
2位	特別なグッズ購入 64.9%	2位	有名選手・自国出身選手の出場 57.4%
3位	チケットオンライン購入 64.4%	3位	特別なグッズ購入 51.5%
4位	有名選手・自国出身選手の出場 52.4%	4位	日本の応援文化を体験できる席 45.5%
5位	スタジアムツアーセット 49.5%	5位	スタジアムまでの送迎 41.6%
6位	ファンとの交流 35.1%	6位	英語や自国語での観戦サポート 35.1%
7位	スタジアムグルメ 33.4%	7位	試合前後のスタジアムツアー 33.2%
8位	スタジアム送迎 23.6%	8位	日本のサッカーファンとの交流 25.7%
9位	英語・自国語サポート 19.8%	9位	スタジアムグルメの充実 25.2%

※複数回答可。網掛け部分は各市場の上位3項目。

特に差が大きかった「決め手」要素

要素	香港	タイ	差分	特徴
日本の応援文化体験	66.6%	45.5%	+21.1pt	香港が大幅高
スタジアム送迎	23.6%	41.6%	-18.0pt	タイが大幅高
スタジアムツアーセット	49.5%	33.2%	+16.3pt	香港が高い
英語・自国語サポート	19.8%	35.1%	-15.3pt	タイが高い
特別なグッズ購入	64.9%	51.5%	+13.4pt	香港が高い

「決め手」要素に見られる傾向

【香港】 上位3項目（「日本の応援文化体験」66.6%、「特別なグッズ購入」64.9%、「チケットオンライン購入」64.4%）が2.2ポイント差以内で拮抗し、上位5項目すべてが49%以上の高水準を示した。"体験価値"と"物販"を上位とし、購入の利便性を担保する項目（チケットオンライン購入）が並ぶ結果となった。

【タイ】 1位「オンラインで自国語チケット購入」（59.9%）、2位「有名選手・自国出身選手の出場」（57.4%）と、利便性と選手コンテンツが上位を占める結果となった。3位以下は「特別なグッズ購入」（51.5%）、「日本の応援文化を体験できる席」（45.5%）、「スタジアムまでの送迎」（41.6%）と続き、上位5項目内に"自国語対応・送迎"といったサポート系の項目が複数ランクインする傾向が確認された。

会社概要・本件に関するお問い合わせ先

会社名	株式会社アジア・インタラクティブ・サポート(AIS)
事業内容	訪日インバウンド向けマーケティング支援、海外市場調査、多言語プロモーション、訪日外国人向けPRサポート
主な調査対象市場	香港・台湾・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア 等のアジア主要市場
お問い合わせ	本調査の詳細データ・追加分析・市場別マーケティング支援については、当社ウェブサイトのお問い合わせフォームよりご連絡ください。 https://asia-is.com/ ※引用・転載の際は出典「株式会社アジア・インタラクティブ・サポート調べ(2026年4月実施)」と明記ください。