

2025 年 12 月 1 日

電通、「東京 2025 世界陸上」の観戦実態・メディア接触調査を実施

— 世界陸上が日本で開催されたことに、65%以上が「良かった」と回答 —

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）がマーケティングパートナー※¹を務める World Athletics（ワールドアスレティックス）が主催した「東京 2025 世界陸上」（2025 年 9 月、東京都で開催）に関して、この度、当社グループの「スポーツ未来研究所」※²が、全国の 18～69 歳の男女 3,000 人を対象に、観戦状況やメディア接触に関する調査を実施しました。本調査は、18 年ぶりの日本開催となった当大会が、日本社会やスポーツ界にどのような影響を与えたかを把握し、そのさらなる発展につなげていくためのものです。

本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

【主なファインディングス】

- ① 東京 2025 世界陸上が日本で開催されて良かったと感じた人は計 65.2%となった一方で、そう思わないとする回答は計 5%未満にとどまり、18-29 歳の若者世代がより肯定的に捉えている。
- ② 東京 2025 世界陸上の観戦経験者は 61.3%で、性別・年代を超えた幅広い層が観戦。
- ③ 東京 2025 世界陸上における情報接触メディアは「テレビの試合中継／告知」が 71.9%で最多。
- ④ 世界陸上の魅力は「世界最高峰のアスリートが集まる大会である」や「世界記録や名場面が期待できる」などが上位に入り、性別や年代によって感じ方に違いが見られた。
- ⑤ 観戦後の意識・行動の変化として「選手の活躍や大会運営に感動し、勇気をもらった」が 24.0%、「陸上やスポーツ全般への関心が高まった」が 21.2%に。

注）本調査における構成比（%）は小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、合計しても 100%にならない場合があります。

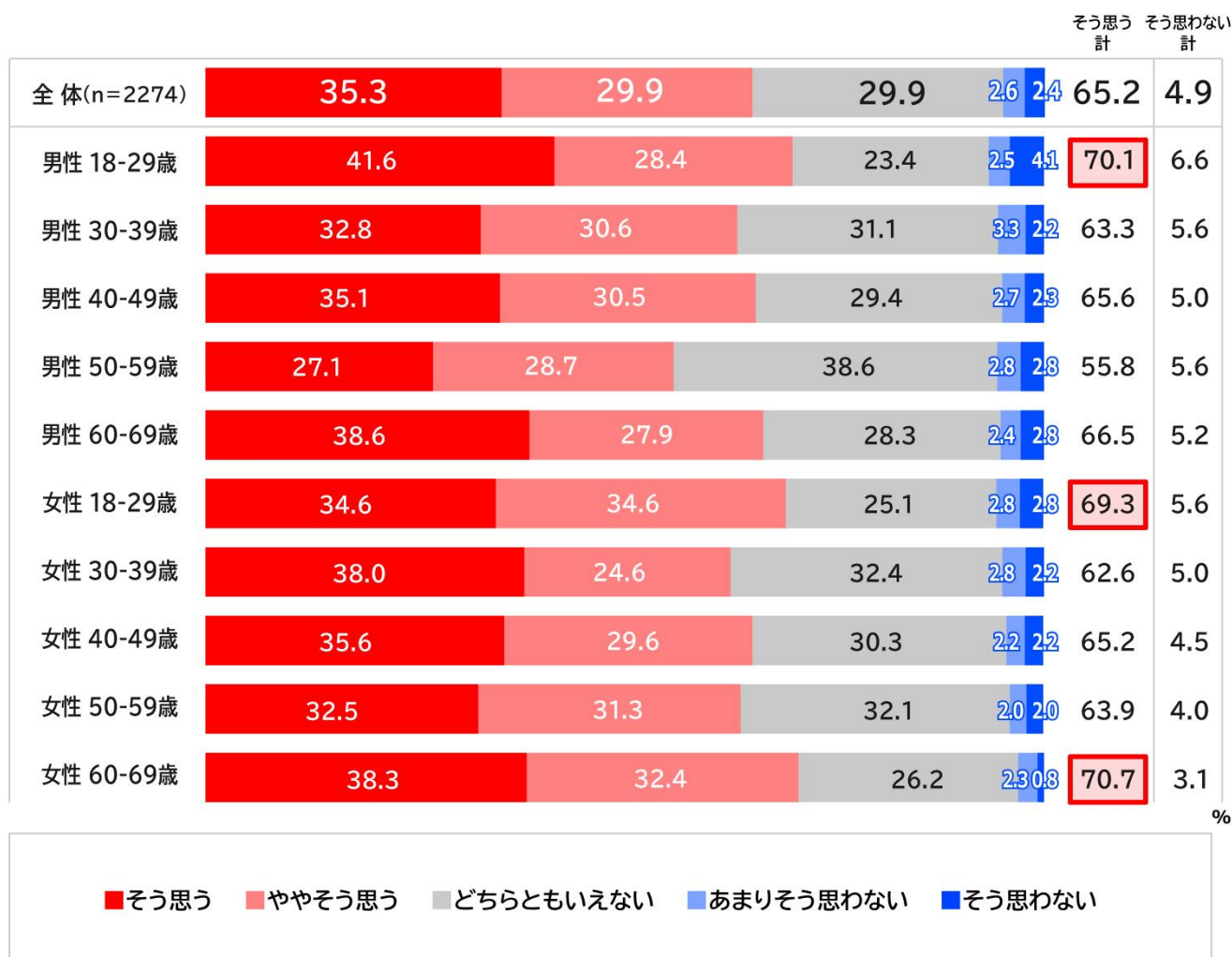
【各ファインディングスの詳細】

- ① 東京 2025 世界陸上が日本で開催されて良かったと感じた人は計 65.2%となった一方で、そう思わないとする回答は計 5%未満にとどまり、18-29 歳の若者世代がより肯定的に捉えている。
- 東京 2025 世界陸上の開催について、計 65.2%が日本で開催されて良かったと回答（「そう思う」「ややそう思う」の合計）し、そう思わない（「そう思わない」「あまりそう思わない」）とする回答は計 4.9%にとどまった。【図表 1】
 - 日本開催に関して、18-29 歳の若者世代や 60-69 歳の女性が、より肯定的に捉える傾向に。【図表 1】
 - いずれの層も、肯定的な回答（「そう思う」「ややそう思う」）の合計が 50%を超えており、18 年ぶりの日本開催となった今大会を性別・年代を超えた幅広い層が支持した。【図表 1】

【図表 1】

Q. あなたは「東京 2025 世界陸上」が日本で開催されて良かったと感じますか。

N=2274（東京 2025 世界陸上 認知者）



%

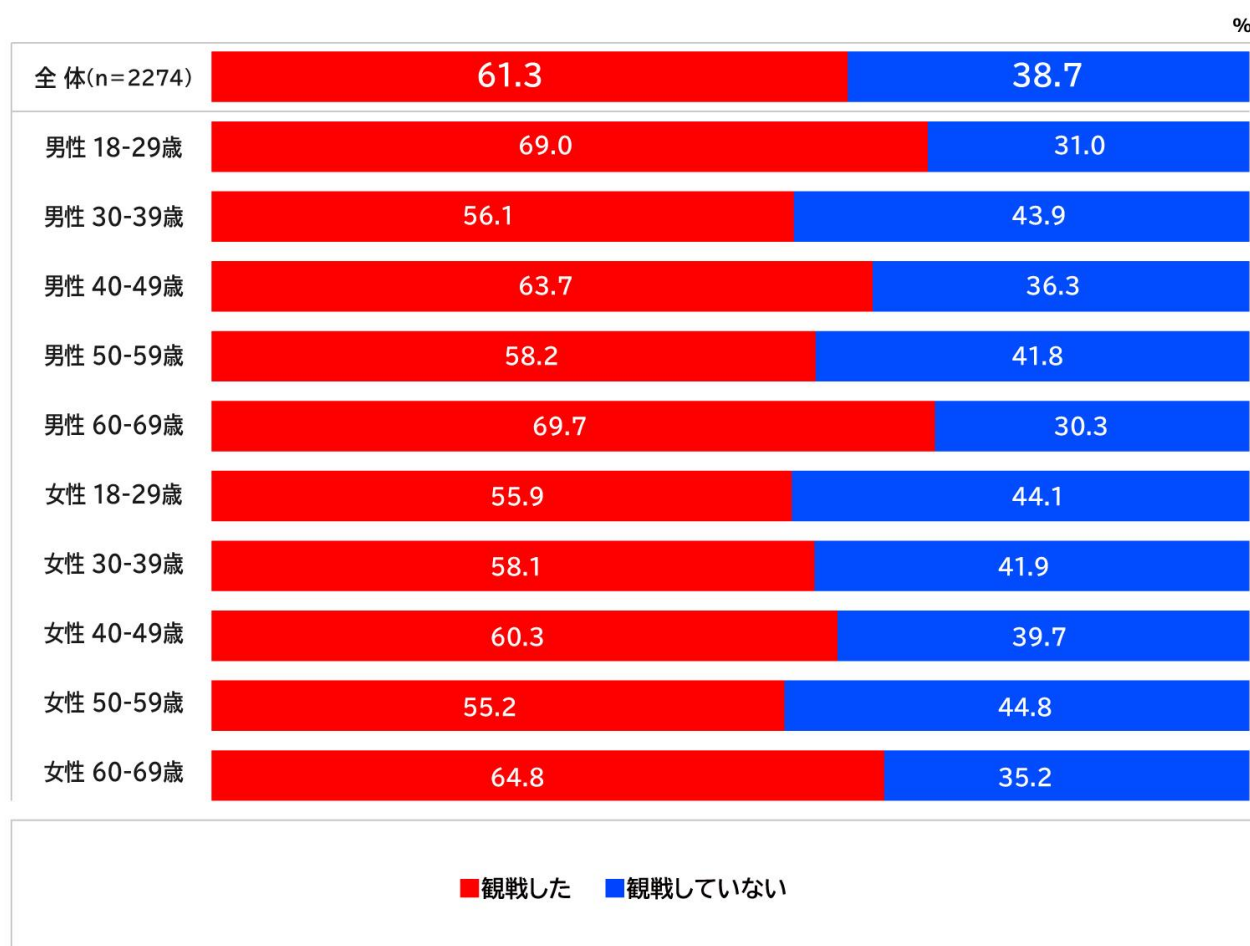
② 東京 2025 世界陸上の観戦経験者は 61.3% で、性別・年代を超えた幅広い層が観戦。

- 東京 2025 世界陸上の観戦経験者は 61.3% で、特に 18-29 歳と 60-69 歳の男性の観戦率が高い。【図表 2】
- いずれの層も 50% を超えており、18 年ぶりの日本開催となった今大会を性別・年代を超えた幅広い層が観戦した。【図表 2】

【図表 2】

Q. あなたは「東京 2025 世界陸上」を観戦しましたか（テレビ中継など、いずれの観戦形態も含む）

N=2274（東京 2025 世界陸上 認知者）



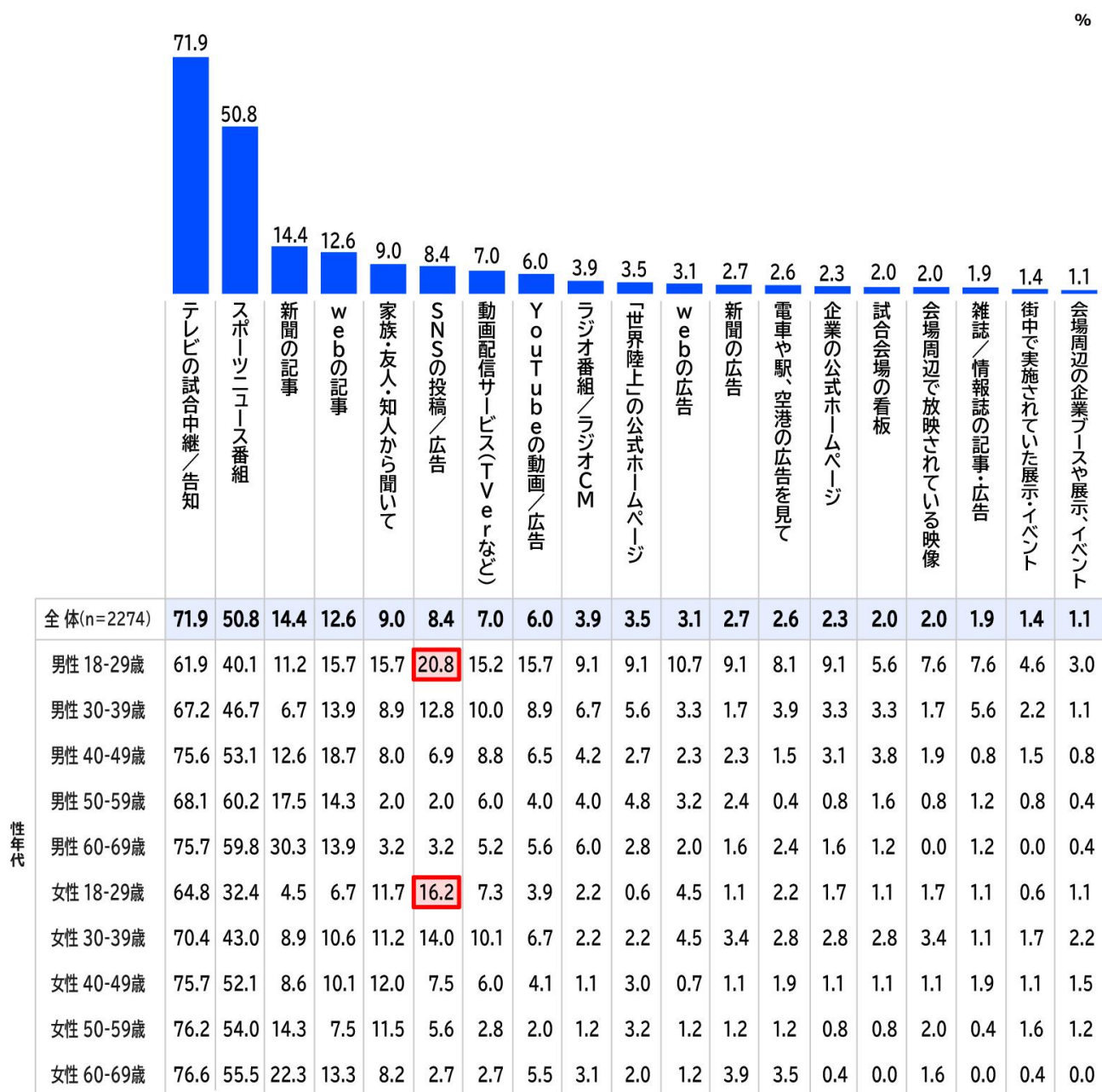
③東京 2025 世界陸上における情報接触メディアは「テレビの試合中継／告知」が 71.9%で最多。

- 東京 2025 世界陸上における情報接触メディアでは、「テレビの試合中継／告知」が 71.9%と圧倒的に多く、「スポーツニュース番組」が 50.8%で続く。【図表 3】
- 「新聞の記事」14.4%、「Web の記事」12.6%なども、一定数の接触が見られた。18-29 歳の若者世代で、「SNS の投稿／広告」が他の年代層に比べ顕著に高くなった。【図表 3】

【図表 3】

Q.あなたが「東京 2025 世界陸上」に関して、情報に触れたものをすべてお知らせください。（複数回答）

N=2274（東京 2025 世界陸上 認知者）



④ 世界陸上の魅力は「世界最高峰のアスリートが集まる大会である」や「世界記録や名場面が期待できる」などが上位に入り、性別や年代によって感じ方に違いが見られた。

- 世界陸上の魅力については「世界最高峰のアスリートが集まる大会である」が30.0%、「世界記録や名場面が期待できる」が20.1%で上位に入り、トップアスリートの卓越したパフォーマンスへの期待が現れた。

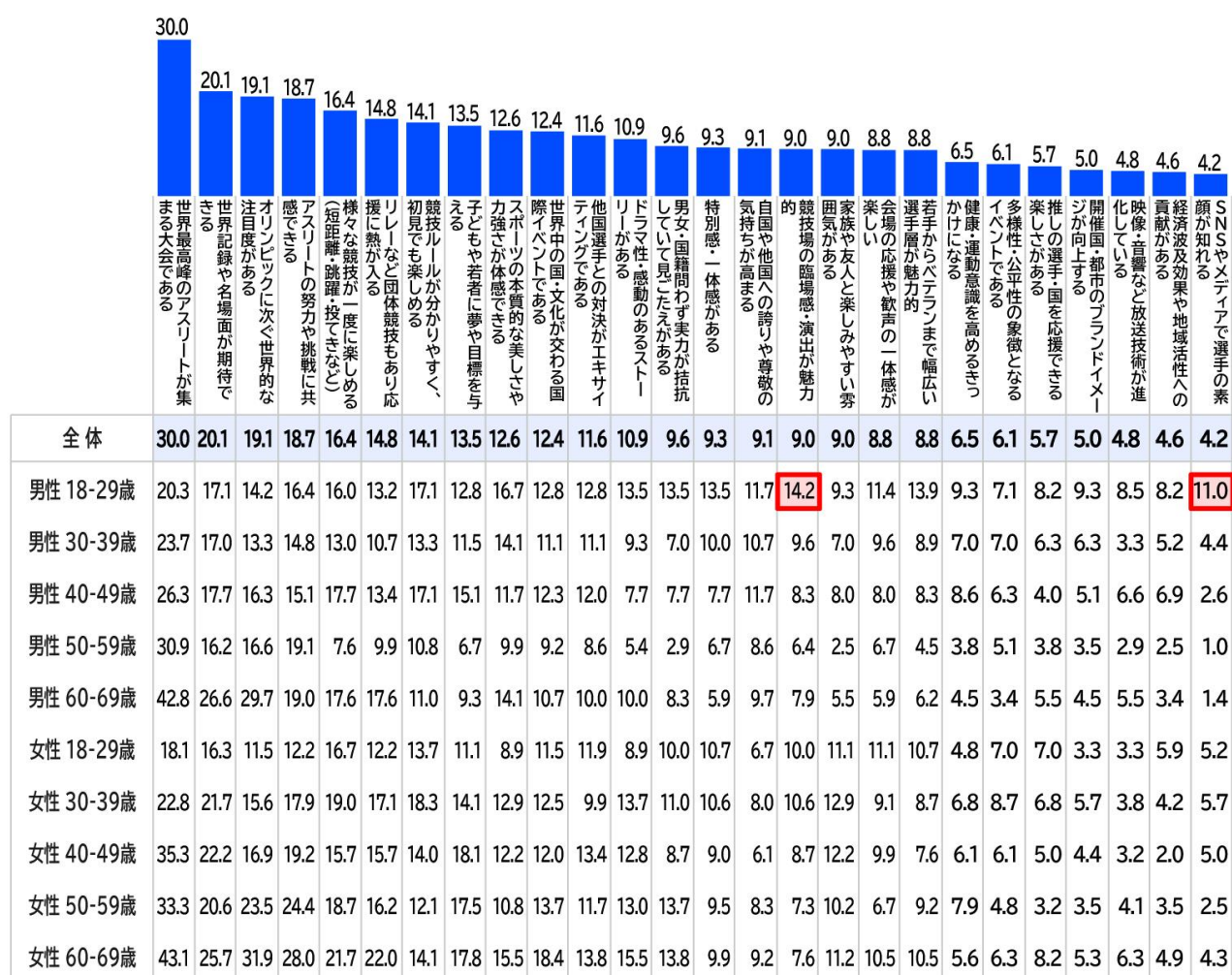
【図表 4】

- 18-29歳の男性では、他の層に比べ「競技場の臨場感・演出が魅力的」「SNSやメディアで選手の素顔が知れる」の割合が高い傾向に。【図表 4】

【図表 4】

Q. 世界陸上の魅力は何だと思いますか。あてはまるものをすべてお知らせください。（複数回答）

N=3000（全体）



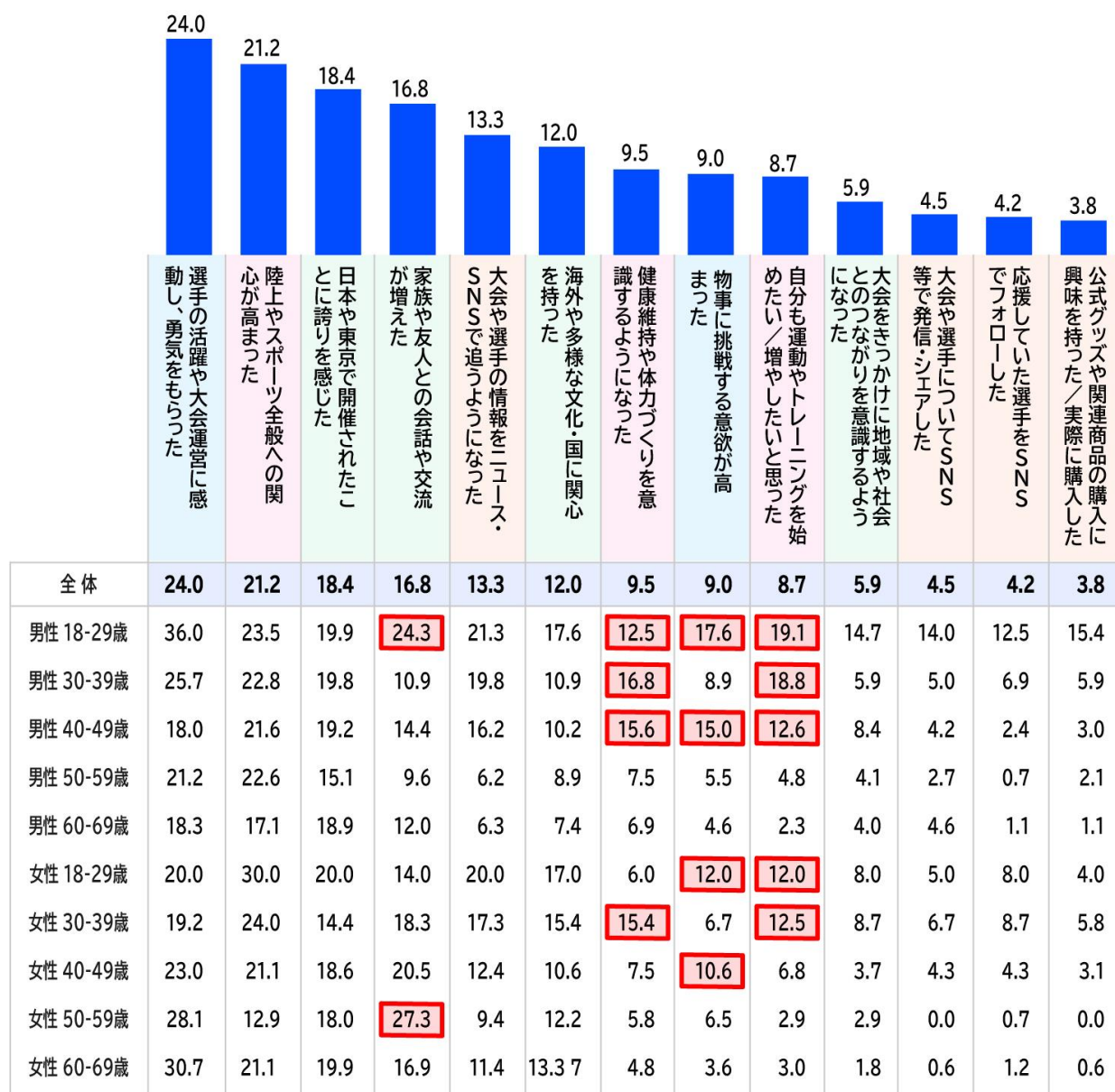
⑤ 観戦後の意識・行動の変化として「選手の活躍や大会運営に感動し、勇気をもらった」が24.0%、「陸上やスポーツ全般への関心が高まった」が21.2%に。

- 東京 2025 世界陸上の観戦後、「選手の活躍や大会運営に感動し、勇気をもらった」と回答した人は24.0%で、「陸上やスポーツ全般への関心が高まった」21.2%、「日本や東京で開催されたことに誇りを感じた」18.4%だった。【図表5】
- 一部の年代層では、「健康維持や体力づくりを意識するようになった」「物事に挑戦する意欲が高まった」「自分も運動やトレーニングを始めたい/増やしたいと思った」など観戦をきっかけとした健康意識の高まりが見られた。【図表5】
- 50-59 歳女性、18-29 歳男性は「家族や友人との会話や交流が増えた」の割合が高い傾向が見られた。【図表5】

【図表5】

Q. 「東京 2025 世界陸上」を観戦して、あなたの生活への変化や影響を受けたことはありますか。（複数回答）

N=1395（東京 2025 世界陸上 観戦者）



【調査担当者の解説】

今回の調査により、世界陸上の魅力を定量的に可視化することができました。世界最高峰のさまざまな競技を観戦できたことへの満足感や、観戦後には意識や生活面でのポジティブな変化が見られました。記録や自身の限界に挑戦するアスリートの姿に、自分自身を重ねて感情移入できるのは、陸上競技ならではの特性といえます。また、18年ぶりの日本開催を幅広い層が支持しています。今後も、陸上ファン、大会関係者、スポンサー、メディアなど多様なステークホルダーが一体となって世界各地での大会開催を支えることで、日本社会やスポーツ界のさらなる発展や、より健康で健やかな社会の実現に貢献できると考えます。

【調査概要】

- ・ 目 的：「東京 2025 世界陸上」の開催が日本社会やスポーツビジネスにどのような影響を与えたかを調査
- ・ 対象エリア：日本全国
- ・ 対象者条件：18～69 歳
- ・ サンプル数：3000
- ・ 調 査 手 法：インターネット調査
- ・ 調 査 期 間：2025 年 9 月 24 日～9 月 28 日
- ・ 調査委託先：株式会社電通マクロミルインサイト

※1 2014 年 9 月 9 日発表のニュースリリース：電通、世界陸上を含む国際陸上競技連盟（IAAF：WA の前身）主催大会の 2020 年～2029 年までの世界独占マーケティング権および放送権を取得

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2014/0909-003818.html>

※2 2025 年 7 月 23 日発表のニュースリリース：電通、スポーツの真の価値を探求する「スポーツ未来研究所」を発足

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0723-010917.html>

以上

dentsu Japan（国内電通グループ）は独自に定めた「スポーツビジネスに関するガイドライン」において、公正な事業活動の推進と業務遂行を通じて、スポーツに関連する事業の健全な発展とより良い社会づくりに貢献することを規定しています。

https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sports_business.html

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、永野、早川
Email : koho@dentsu.co.jp