

**『レジャー白書 2020』
2019年の市場規模は72兆2,940億円、前年比0.6%増
今後はコロナ禍を踏まえた高付加価値化と生産性向上が課題に**

調査研究や提言、実践活動により生産性向上をめざす公益財団法人 日本生産性本部（東京都千代田区、会長：茂木友三郎）の余暇創研は、8月24日、9月30日に発行予定の『レジャー白書 2020』の概要を公表しました。レジャー白書は、余暇活動調査等をもとに、わが国における余暇の実態を需給双方の視点から総合的・時系列的に分析・記録している唯一のもので、1977年の創刊以来通算44号目となります。

なお、『レジャー白書 2020』は2019年の余暇活動を取りまとめたものですが、新型コロナウイルス感染症によりレジャー産業を取り巻く環境が大きく変化したことから、2020年に入ってから緊急事態宣言が解除された5月までのコロナ禍の影響と今後の課題について、巻頭で特集しました。「密」を避けるキャパシティ抑制や移動の制約を受ける中でも、オンライン活用や新たな人材確保・育成のための雇用条件向上に向け、さらなる高付加価値化と生産性向上が必要、と総括しています。本白書の主なポイントは以下の通りです。

<『レジャー白書 2020』の主なポイント>

日本人の余暇活動の現状 ～外食やウォーキングの参加人口が増加～<資料 p.2>

9年連続で参加人口の首位となった「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」（5,400万人）をはじめ、上位種目は前年とほぼ同程度となった。「外食（日常的なものは除く）」「ウォーキング」などが前年より参加人口が増加した。「カラオケ」「宝くじ」「音楽会、コンサートなど」「テレビゲーム（家庭での）」などが順位を上げた。

余暇関連産業・市場の動向 ～インバウンド効果に加えスポーツ観戦が堅調～<資料 p.3>

2019年の余暇市場は72兆2,940億円で、前年比0.6%増と僅かであるがプラスとなった。インバウンド効果により観光・行楽部門が引き続き伸びたほか、4部門すべてでプラスであった。

【スポーツ部門】アウトドア、スポーツ用品市場やスポーツ観戦が伸びた。

【趣味・創作部門】音楽配信、動画配信、電子出版が伸びたほか、鑑賞レジャーが復調。

【娯楽部門】公営競技、外食が堅調。パチンコ、カラオケ、ゲームセンターがマイナス。

【観光・行楽部門】ホテル、航空、鉄道、海外旅行などがプラス。遊園地は増加に歯止め。

2019年のトピックス<資料 p.4、5>

- 1人当たり平均参加種目数は、前年比0.1種目減少して12.3種目となった。部門別では趣味・創作のみ増加し、年代別では、10～20代が増加した一方、50～60代が減少した。
- 前年より参加率が増加した「スポーツ観戦（テレビを除く）」は、男性20代の参加率・希望率が大きく増加した。

<調査の概要> ■調査方法 : インターネット調査 ■調査対象 : 全国15歳～79歳男女
 ■有効回収数: 3,539(人) ■調査時期 : 2020年1～2月

【添付資料】

(資料1) 特集: 2020年コロナ禍とレジャー産業(『レジャー白書 2020』巻頭に掲載予定)

(資料2) 2019年の余暇関連産業・市場の動向

【本件に関するお問合せ先】

公益財団法人 日本生産性本部 余暇創研 (担当) 長田 web: <https://www.jpc-net.jp/leisure/>
 Tel: 03-3511-4011 / Fax: 03-3511-4019 / e-mail: yoka@jpc-net.jp

1 2019年の余暇活動

外食やウォーキングの参加人口が増加

(白書第1章参照)

2019年は「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」(5,400万人)が参加人口の首位となり、2011年以来9年連続の首位となった。上位種目に大きな変動はないが、2018年までの「ビデオの鑑賞(レンタルを含む)」に代わって調査を開始した「動画鑑賞(レンタル、配信を含む)」が8位となった。順位が上昇した種目としては、11位の「カラオケ」、14位の「宝くじ」、17位の「音楽会、コンサートなど」、20位の「テレビゲーム(家庭での)」などがある。参加人口は多くの種目で前年と同程度となったが、上位20種目中5種目は前年の参加人口を上回った。とくに「外食(日常的なものは除く)」は前年より170万人、「ウォーキング」は前年より190万人の増加となった。

図表1 余暇活動の参加人口上位20種目(2018年~2019年)

順位	余暇活動種目	万人	順位	余暇活動種目	万人
1	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	5,430	1	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	5,400
2	外食(日常的なものは除く)	4,180	2	外食(日常的なものは除く)	4,350
3	読書(仕事、勉強などを除く娯楽としての)	4,170	3	読書(仕事、勉強などを除く娯楽としての)	4,110
4	ドライブ	4,160	4	ドライブ	3,960
5	映画(テレビは除く)	3,610	5	映画(テレビは除く)	3,740
6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	3,560	6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	3,550
7	音楽鑑賞(配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	3,470	7	音楽鑑賞(配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	3,540
8	動物園、植物園、水族館、博物館	3,340	8	動画鑑賞(レンタル、配信を含む)	3,510
9	ウィンドウショッピング(見て歩きなど娯楽としての)	3,070	9	動物園、植物園、水族館、博物館	3,330
10	ウォーキング	3,030	10	ウォーキング	3,220
11	温泉施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	2,990	11	カラオケ	2,980
12	カラオケ	2,980	12	温泉施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	2,940
13	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	2,710	13	ウィンドウショッピング(見て歩きなど娯楽としての)	2,920
14	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,620	14	宝くじ	2,640
15	園芸、庭いじり	2,560	15	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,580
15	宝くじ	2,560	16	園芸、庭いじり	2,500
17	体操(器具を使わないもの)	2,410	17	音楽会、コンサートなど	2,260
18	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,370	18	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,190
19	音楽会、コンサートなど	2,310	19	体操(器具を使わないもの)	2,150
20	ジョギング、マラソン	2,160	20	テレビゲーム(家庭での)	2,070

(注1) 2019年の網かけは前年に比べ順位の上昇、参加人口の増加があったことを示す。

(注2) 「動画鑑賞(レンタル、配信を含む)」は2018年まで「ビデオの鑑賞(レンタルを含む)」にて調査

3 1人当たり平均参加種目数の推移

若者の参加種目数増、50～60代は減少

(白書第1章参照)

1人当たり平均参加種目数は2018年にそれまでの減少傾向から反転し、継続しての増加が期待されたが、2019年は前年比0.1種目減少して12.3種目となった。部門別では、趣味・創作で増加した一方、スポーツ、娯楽、その他の部門で減少となった。

性・年代別1人当たり平均参加種目数を前年と比較すると、参加種目数は男女とも前年をわずかに下回り、男性では前年比0.2種目減、女性は前年比0.1種目減となった。男性の方が減少種目数は多くなり、男女の参加種目数の差が前年より大きくなった。

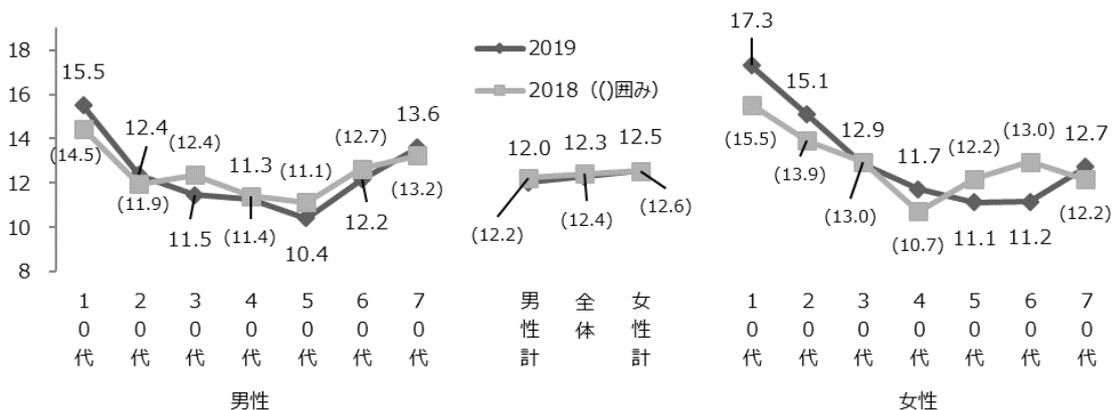
年代別にみると、男性は10代、20代、70代で増加しており、10代の1.0種目増が最も大きい伸びとなった。一方で、30代は0.9種目減、50代は0.7種目減、60代は0.5種目減となっている。女性は10代、20代、70代に加え、40代が前年より増加した。増加した年代のうち、10代は1.8種目増、20代が1.2種目増、40代が1.0種目増となっている。一方で、60代は1.8種目減、50代は1.1種目減となった。

図表3(イ) 1人当たり平均参加種目数の部門別推移



(注1) 四捨五入しているため、部門別種目数の合計が全体種目数と一致しない場合がある。

図表3(ロ) 性・年代別1人当たり平均参加種目数の推移



4 参加率が上昇した種目

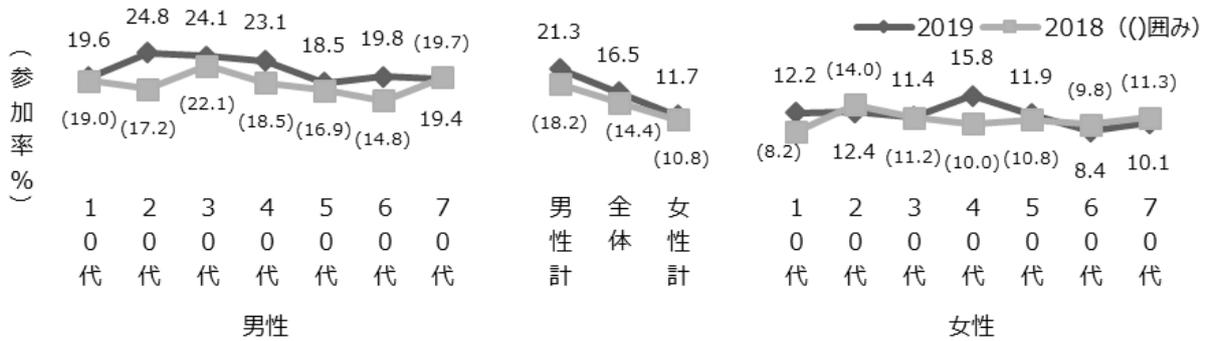
男性 20 代でスポーツ観戦の参加率上昇

(白書第 1 章参照)

2019 年は自国開催とベスト 8 入りを果たしたラグビーワールドカップをはじめ、ニュースに取り上げられるスポーツイベントが多く開催された。関連する調査種目である「スポーツ観戦(テレビを除く)」は全体の参加率が前年を 2.1 ポイント上回り 16.5%となっている。男女別で参加率を比較すると、男性は前年より 3.1 ポイント増で 21.3%、女性は前年より 0.9 ポイント増で 11.7%となった。男性が参加率、前年からの上昇幅共に女性を上回っている。性・年代別にみると、前年からの上昇幅が最も大きいのは男性の 20 代で 7.6 ポイント増(参加率 24.8%)、次いで女性 40 代の 5.8 ポイント増(15.8%)、男性 60 代の 5.0 ポイント増(19.8%)、男性 40 代の 4.6 ポイント増(23.1%)となっている。参加率が最も高い性・年代は前年の男性 30 代から男性 20 代へ変化した。

将来の参加希望を示す希望率をみると、全体では 2.3 ポイント増で 20.6%となった。男女別で比較すると、男性は 2.2 ポイント増で 24.7%、女性は 2.4 ポイント増で 16.6%となった。性・年代別にみると、前年からの上昇幅が最も大きいのは男性 20 代で 11.2 ポイント増(32.0%)、次いで女性 20 代の 7.9 ポイント増(20.9%)、女性 50 代の 5.3 ポイント増(20.7%)となった。

図表 4 (イ) スポーツ観戦(テレビを除く)の性・年代別参加率推移



図表 4 (ロ) スポーツ観戦(テレビを除く)の性・年代別希望率の推移

