



レジャー白書 2015

観光・行楽の伸び拡大で余暇市場 2 年連続増

公益財団法人 日本生産性本部

公益財団法人 日本生産性本部 余暇創研は、『レジャー白書 2015～国内旅行のゆくえと余暇～』をとりまとめた。同白書は、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・時系列的にとりまとめている唯一のもので、1977 年の創刊以来通算 39 号目になる。同白書は 8 月初旬に発行するが、その主なポイントは次のとおりである。

日本人の余暇活動の現状 ～買物、野外など「歩く」レジャーが人気～ <資料 p. 2>

「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」（5,400 万人）が、4 年連続首位となり、レジャーの代表格として定着した。「ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）」「ウォーキング」「ピクニック、ハイキング、野外散歩」など、「歩いて楽しむ」人が増えている。

余暇関連産業・市場の動向 ～観光・行楽の伸び拡大、余暇市場 2 年連続増～<資料 p. 3>

2014 年の余暇市場は 72 兆 9,230 億円となり、前年比 0.6%増加した。特に、観光・行楽部門が前年比 5.0%増加し、伸び率が前年（4.0%）を上回って市場の伸びを牽引した。

【スポーツ部門】ランニング、登山・キャンプ用品が堅調。テニススクールに回復傾向。

【趣味・創作部門】電子機器、コンテンツはマイナスだが、映画、コンサートが好調。

【娯楽部門】スポーツ振興くじ、スマホゲームが成長し、公営ギャンブルに明るさ戻る。

【観光・行楽部門】国内旅行、国内航空、鉄道、ホテル、遊園地・テーマパークが好調。

特別レポート「国内旅行のゆくえと余暇」 ～行先地・希望地/余暇活動における宿泊旅行実施率<資料 p. 4、5>

「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」に焦点を当て、旅行の行先、希望の行先、旅行のテーマ、余暇活動との関係について聞いた。

- 旅行の行先として回答が多いのは東京（26.4%）だったが、希望の行先は北海道（58.5%）、沖縄（48.5%）、滋賀・京都（40.1%）などが多く、東京は 25.3%だった。
- 「スキー」参加者の 49.7%、「ゴルフ（コース）」参加者の 34.3%がその活動に参加するために宿泊を伴う旅行をしており、「音楽会・コンサートなど」「スポーツ観戦（テレビは除く）」などでも 1 割以上の参加者が宿泊旅行を実施していることがわかった。

<余暇活動調査の仕様> ■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: 3,325 (人) ■調査時期 : 2015 年 1 月

【お問合せ先】 公益財団法人 日本生産性本部 余暇創研 （担当）志村、高橋、柿岡

Tel : 03-3409-1125 / Fax : 03-3409-1187 / Mail : yoka@jpc-net.jp

<http://www.jpc-net.jp/leisure/>

検索サイトで「レジャー白書」を検索ください。

レジャー白書

検索

1 2014 年の余暇活動

買物、野外など「歩く」レジャーが人気

(レジャー白書 第1章参照)

2014 年も「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」が参加人口の首位となり、4 年連続の首位となった。2 位以下の順位が変動し、「外食（日常的なものは除く）」「読書（仕事、勉強などを除く娯楽としての）」が 2 位、3 位となり、前年 2 位の「ドライブ」が 4 位に後退した。5 位には前年より順位を上げた「ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）」、6 位には「複合ショッピングセンター、アウトレットモール」という買物関連 2 種目が入った。「SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション」も前年の 20 位から 17 位に上昇した。一方で「帰省旅行」が圏外となり、「ピクニック、ハイキング、野外散歩」が前年の圏外から 20 位に順位を上げた。「ウォーキング」も順位を上げており、買物関連を含め、「歩いて楽しむ」人が増えている。

2014 年は、映画でヒットが生まれ、音楽、ビデオソフトの関連作品もヒットした。「映画（テレビは除く）」「ビデオの鑑賞（レンタルを含む）」「音楽鑑賞（配信、CD、レコード、テープ、FM など）」といった鑑賞系のレジャーを楽しんだ人も多かった。

図表1 余暇活動の参加人口上位20位(2013年、2014年比較)

2013年			2014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）	5,590	1	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）	5,400
2	ドライブ	4,690	2	外食（日常的なものは除く）	5,000
3	外食（日常的なものは除く）	4,470	3	読書（仕事、勉強などを除く娯楽としての）	4,990
4	読書（仕事、勉強などを除く娯楽としての）	4,440	4	ドライブ	4,870
5	映画（テレビは除く）	3,780	5	ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）	4,510
6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	3,690	6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	4,430
7	ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）	3,540	7	映画（テレビは除く）	4,050
8	動物園、植物園、水族館、博物館	3,500	8	動物園、植物園、水族館、博物館	3,690
9	カラオケ	3,360	9	ウォーキング	3,630
10	宝くじ	3,330	10	ビデオの鑑賞（レンタルを含む）	3,590
11	ビデオの鑑賞（レンタルを含む）	3,120	11	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）	3,570
	ウォーキング		12	音楽鑑賞（配信、CD、レコード、テープ、FMなど）	3,560
13	音楽鑑賞（配信、CD、レコード、テープ、FMなど）	3,110	13	カラオケ	3,400
14	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）	3,060	14	宝くじ	3,340
15	園芸、庭いじり	2,790	15	園芸、庭いじり	3,000
16	テレビゲーム（家庭での）	2,530	16	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,900
17	音楽会、コンサートなど	2,510	17	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,770
18	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,500	18	テレビゲーム（家庭での）	2,680
19	帰省旅行	2,250	19	音楽会、コンサートなど	2,560
20	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,230	20	ピクニック、ハイキング、野外散歩	2,440

2 2014年の余暇市場動向

観光・行楽の伸び拡大、余暇市場2年連続増

(レジャー白書 第2章参照)

2014年における余暇市場の規模は72兆9,230億円となり、前年比0.6%増加した。市場規模が突出して大きいパチンコ・パチスロを除くと、2.0%増(前年2.1%増)となる。特に、観光・行楽部門が前年比5.0%増加し、市場の伸びを牽引した。

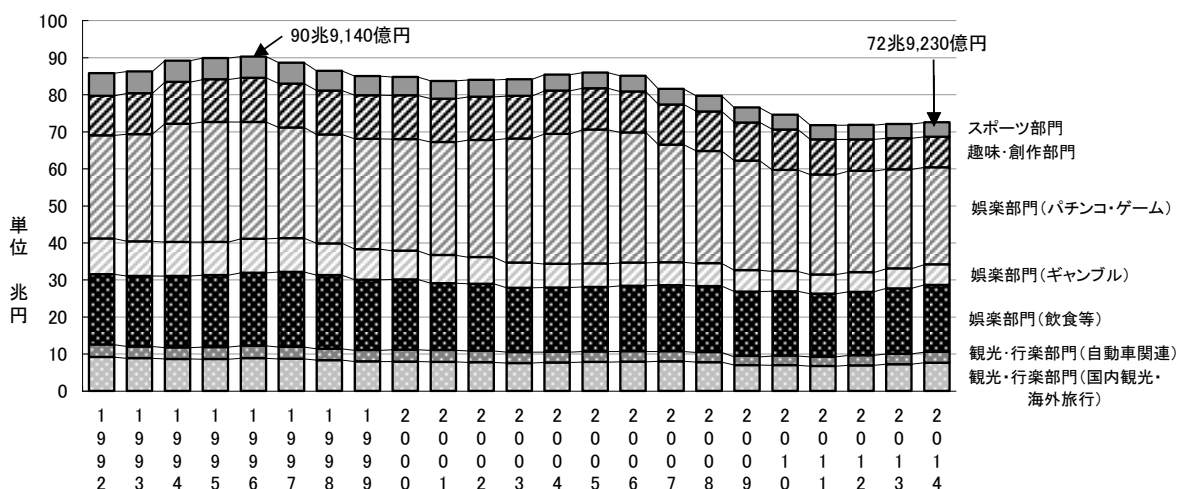
スポーツ部門(前年比0.7%増)は、3年連続プラスとなった。スポーツ用品は、スポーツシューズ、スポーツ自転車、ランニング用品、登山・キャンプ用品の堅調さが目立った。ゴルフ場がまだ苦戦しているが、テニススクール、フィットネスクラブ、スキー場に回復傾向がみられ、スポーツ観戦が大きく伸びた。

趣味・創作部門(前年比1.8%減)の縮小傾向が続いている。カメラ、音響機器製品、ビデオなどの電子機器製品と、CD、DVD、BD、書籍、雑誌などのコンテンツは落ち込んでいるが、映画、音楽コンサートなどの鑑賞サービスは伸びた。この部門では“アナ雪”の大ヒットが目立った。

娯楽部門(前年比0.1%増)は、2年連続の横這いとなった。公営ギャンブルに明るさが戻り、地方競馬や中央競馬、ボートレースが大きく伸びた。スポーツ振興くじも市場を拡大し1,000億円の大台を超えた。スマホゲームが2桁成長を続け、外食も健闘した。一方で、パチンコ・パチスロ、テレビゲーム、ゲームセンターは落ち込みに歯止めがかからなかった。

観光・行楽部門(前年比5.0%増)は伸び率が前年(4.0%)を上回った。国内旅行が大きく伸び、遊園地・テーマパークが過去最高業績だったほか、国内航空、鉄道、リゾートクラブなども軒並み好調だった。乗用車と二輪車の販売も増加した。外国人観光客の増加が好影響し、ホテルは2桁成長。近年落ちていた旅館もプラスになったが、海外旅行は円安の影響で伸び悩んだ。

図表2 余暇市場の推移



(注1)『レジャー白書2015』より「パチンコ・パチスロ」市場の推計方法を変更した。また「オンライン・ソーシャルゲーム」「電子出版」など新たな項目を加えた。時系列性の維持を考慮し可能な限り過去に遡って変更した。

3 国内観光旅行の行先地・希望地

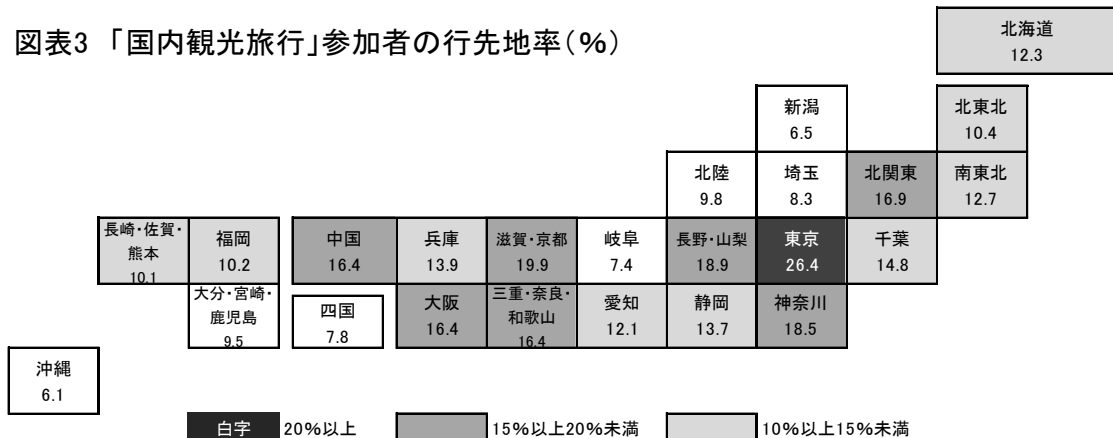
希望する旅行先は北海道、沖縄、滋賀・京都

(レジャー白書 第3章参照)

「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」が参加人口の首位を継続しているが、どこへ旅行したのか(行先地)を聞いたところ、最も多いのは東京で26.4%、次いで滋賀・京都が19.9%、長野・山梨が18.9%、神奈川18.5%などとなっている。一方で新潟、埼玉、北陸、岐阜、四国、大分・宮崎・鹿児島、沖縄は10%にとどかず、東京や滋賀・京都と差が開いている。

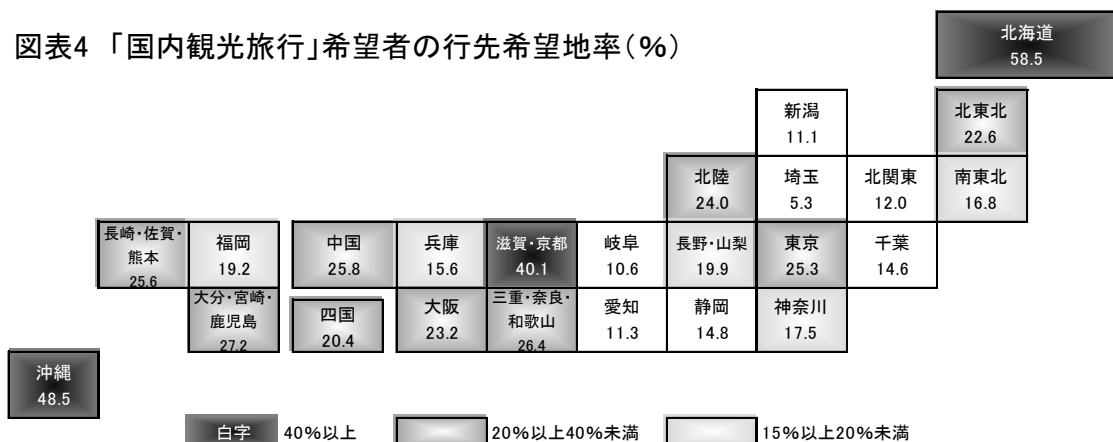
今後どこへ旅行したいか(希望地)を聞いたところ、行先地率とは異なり、北海道の割合が58.5%で最も高く、次いで48.5%の沖縄、40.1%の滋賀・京都の順となり、この3地域の人気が目立った。実際の行先地でトップだった東京の割合はそれほど高くなかった。

図表3 「国内観光旅行」参加者の行先地率(%)



(注1)「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」参加者の旅行先地域の割合を示す(複数回答)。
たとえば全国の「国内観光旅行」参加者のうち26.4%が東京に旅行したことを示す。

図表4 「国内観光旅行」希望者の行先希望地率(%)



(注1)「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」参加希望者の行先希望地域の割合を示す(複数回答)。
たとえば全国の「国内観光旅行」参加希望者のうち58.5%が旅行先として北海道を希望していることを示す。

4 余暇活動における宿泊を伴う旅行の実施率

スポーツ観戦、音楽会へも宿泊旅行

(レジャー白書 第3章参照)

旅行3種目(国内、海外、帰省旅行)以外の余暇活動参加者に、2014年の1年間で、その活動に参加するために宿泊を伴う旅行をしたかどうかを聞いた。宿泊旅行の実施率が高いのは、「スキー」「クルージング(客船による)」「ゴルフ(コース)」「遊園地」だが、「音楽会、コンサートなど」、「スポーツ観戦(テレビは除く)」もランキングに入っている。男女別にみると、男性では「釣り」「写真の制作」、女性では「催し物、博覧会」が上位に入っている。

活動できる地域が限定され、長距離移動や宿泊を伴うことがある「スキー」や「登山」「海水浴」など以外の余暇活動でも、一定の割合で宿泊旅行をしている種目があることがわかった。

図表5 宿泊を伴う旅行実施率上位種目

(イ) 全体

(%)

順位	種目	旅行実施率
1	スキー	49.7
2	クルージング(客船による)	43.7
3	ゴルフ(コース)	34.3
4	遊園地	33.3
5	登山	31.8
6	海水浴	31.5
7	ドライブ	23.7
	釣り	23.7
9	動物園、植物園、水族館、博物館	21.8
10	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	18.8
11	音楽会、コンサートなど	16.6
12	スポーツ観戦(テレビは除く)	15.5
13	催し物、博覧会	14.1
14	美術鑑賞(テレビは除く)	13.7
15	外食(日常的なものは除く)	12.8
16	サウナ	12.0
	テニス	12.0
18	写真の制作	11.5
	観劇(テレビは除く)	11.5
20	ピクニック、ハイキング、野外散歩	9.6

(注1) 参加率が4%以上の73種目における順位。

(注2) %はその種目の参加者のうち、参加するために宿泊を伴う旅行を実施した回答者の割合を示す。たとえば、スキーの参加者のうち49.7%がスキーをするために宿泊を伴う旅行を実施したことを示す。

(ロ) 男性

(%)

順位	種目	旅行実施率
1	スキー	45.9
2	海水浴	32.0
3	遊園地	31.9
4	ゴルフ(コース)	31.6
5	登山	27.7
6	ドライブ	26.5
7	釣り	25.1
8	動物園、植物園、水族館、博物館	20.0
9	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	19.3
10	写真の制作	15.9

(注1) 男性の参加率が4%以上の69種目における順位

(ハ) 女性

(%)

順位	種目	旅行実施率
1	クルージング(客船による)	45.9
2	登山	36.4
3	遊園地	34.2
4	海水浴	31.1
5	動物園、植物園、水族館、博物館	22.9
6	ドライブ	21.0
7	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	18.4
8	音楽会、コンサートなど	17.6
9	スポーツ観戦(テレビは除く)	16.8
10	催し物、博覧会	14.6

(注1) 女性の参加率が4%以上の65種目における順位