

## アジアから見たスポーツツーリズムの可能性 －アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査より－

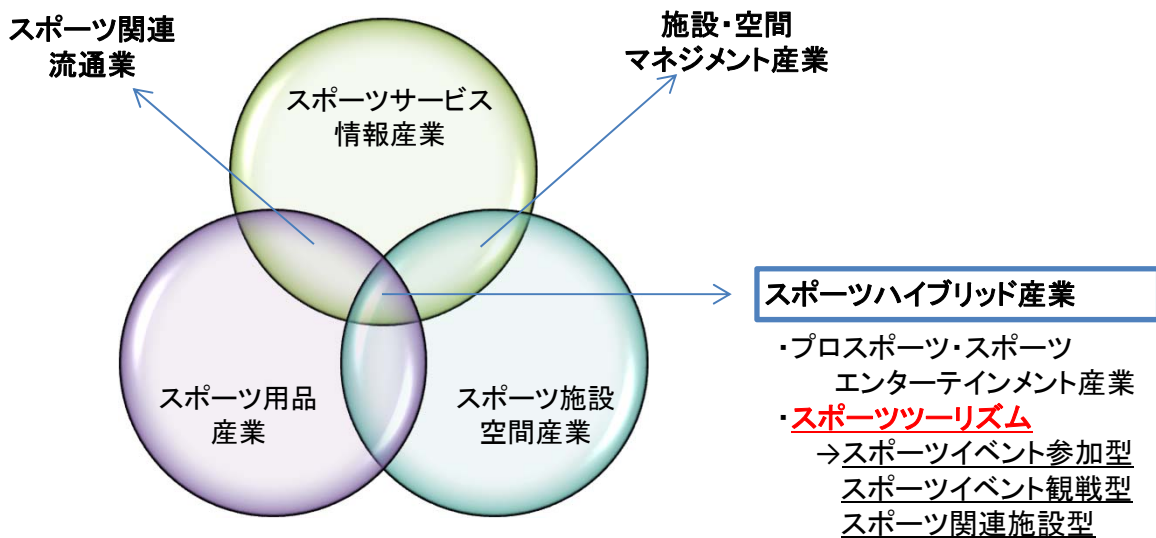
### <要旨>

- アジア8地域の訪日外国人旅行者の意向や動向を調査したところ、スポーツに関連した観光資源を重視する、あるいは期待して訪日するとの回答割合は高くない。これは、成長途上にあるアジア各国・地域においては団体ツアーによる訪日者の割合が高く、人気のあるゴールデンルート（東京～大阪）上にあるものが観光の中心となっているためと推察される。一方、特に地方圏においては、自然や季節性を楽しむスポーツに対する期待が高いことがわかった。
- 訪日経験数が増えるとスポーツ関連項目に関心があると回答する比率も上昇しており、リピートして訪日する外国人は、スタンダードな観光ではなく、より自身の嗜好を求めて訪問先を検討する傾向がうかがえる。
- 日本における、訪日外国人を対象としたスポーツツーリズムのあり方をみていくと、「するスポーツ」については、日本の観光資源の強みである豊かな自然や季節性を強調し、伸ばしていく必要があるだろう。一方「みるスポーツ」については、スポーツやイベントの注目度に左右されるものであり、国内のプロ・トップスポーツの地位や魅力の向上が欠かせない。
- 今後、日本では、東京オリンピック・パラリンピック大会をはじめ、ラグビーW杯、ワールドマスターズゲーム等世界レベルのスポーツ競技大会が開催され、本大会はもちろん、関連する国内の競技に注目が集まる。スポーツツーリズム振興のためには、これらスポーツの魅力を発信する努力や工夫が必要である。また、日本観光共通の課題ではあるが、英語や自国語などによるコミュニケーション向上に関する取り組みも必要とみられる。
- スポーツは食や有名施設の見学とは異なり非常に趣味性の高い性格を帯びている。こうした観光資源は団体旅行より個人旅行向きといえ、アジア各国の経済、観光文化が成熟し、日本や欧米のように個人旅行が主体となったとき、スポーツツーリズムは脚光を浴びるだろう。

## 1. 伝統的なスポーツ産業分野と観光（ツーリズム）の融合

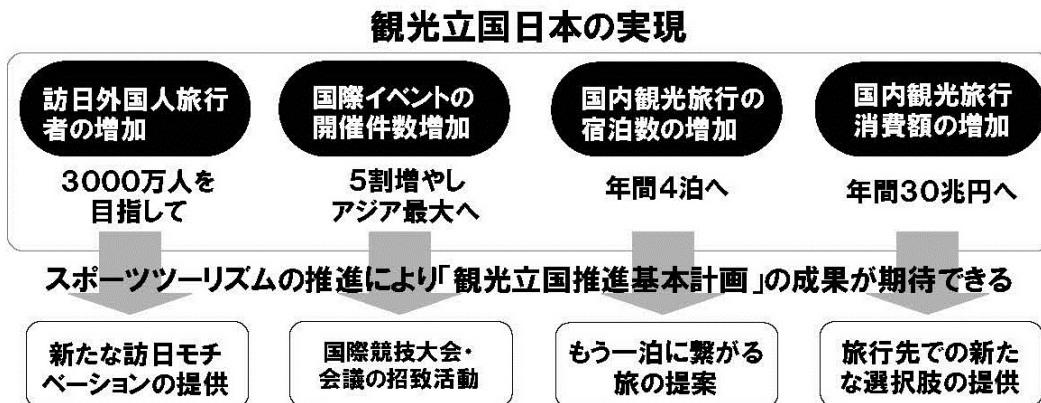
- 国内スポーツ産業は、明治維新後の近代スポーツ導入以来の歴史を有しており、以来日本の経済成長、成熟化を経て形を変えてきた。
- スポーツ産業の萌芽期に存在した伝統的分野には、スポーツ用具を扱う「スポーツ用品産業」、情報メディアやレッスンビジネス等スポーツサービスを扱う「スポーツサービス情報産業」、スポーツをする施設や空間を提供する「スポーツ施設・空間産業」がある。
- 20世紀後半の高度経済成長で、国民が豊かになりライフスタイルが変化したことに伴い、スポーツ産業は成長しその領域が拡大、相互の要素を有する複合領域が出現した。このうちスポーツツーリズムは全ての要素を併せ持つだけでなく、それ自体が産業の複合体といえる「観光」とも融合しており、関係者が非常に多い業であるといえる
- スポーツツーリズムが注目される背景には、経済波及効果の大きい観光立国の実現に欠かせない要素の一つであることが挙げられる。

図1 スポーツ産業の伝統的な3領域と新たに出現した複合領域



出典：原田宗彦編著「スポーツ産業論第5版」に一部筆者加筆

図2 スポーツツーリズムが国内観光へもたらす効果



出典：スポーツ・ツーリズム推進連絡会議「スポーツツーリズム推進基本方針」

# 日本政策投資銀行

## 2. アジア8地域における日本旅行の人気度

- 調査対象のアジア8地域の対象者に、今後旅行したい国、地域を聞いたもの。
- 調査対象8カ国における日本旅行の人気度はトップクラスであり、全体では半数以上が日本旅行を希望している。
- 国別にみると、韓国、中国を除く6地域で一番人気となっており、中国でもオーストラリアに次いで2番手である。また、韓国、インドネシア以外の6地域では半数以上が日本への旅行を希望している。
- 2012年調査との比較においては、（今回初調査となるシンガポールを除き）韓国以外で日本への旅行を希望する比率が上昇している。
- なお、韓国においては歴史的、政治的問題等を背景に、日本旅行を希望すると回答した人の割合は低い。

表1 海外旅行ならどこへ行きたいか(希望者、対前年比較)

(回答は当てはまるもの全て)

回答者→ サンプル数	全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア		
	4052	4000	500	500	1000	500	500	500	500	500	525	500	-	500	527	500	500	500	
	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	2012 希望	2013 希望	
↓旅行したい国・地域																			
日本	47%	52%	29%	20%	45%	53%	63%	68%	55%	62%	48%	55%	-	57%	52%	56%	41%	42%	
オーストラリア	43%	42%	54%	46%	55%	54%	37%	32%	43%	51%	21%	20%	-	46%	45%	52%	37%	33%	
韓国	38%	41%	-	-	41%	46%	26%	30%	41%	50%	31%	27%	-	47%	47%	51%	36%	32%	
スイス	38%	37%	47%	49%	45%	42%	39%	37%	35%	37%	26%	20%	-	47%	41%	39%	28%	23%	
ニュージーランド	34%	37%	40%	44%	41%	44%	37%	38%	32%	36%	17%	18%	-	52%	44%	43%	21%	17%	
アメリカ	37%	37%	33%	33%	48%	51%	44%	41%	28%	30%	19%	19%	-	49%	37%	36%	36%	33%	
フランス	36%	36%	43%	45%	45%	45%	34%	39%	31%	39%	19%	16%	-	37%	39%	38%	30%	31%	
イギリス	34%	35%	37%	38%	38%	39%	32%	35%	32%	39%	23%	19%	-	40%	38%	38%	33%	35%	
香港	34%	33%	32%	28%	45%	51%	33%	35%	-	-	20%	23%	-	33%	34%	37%	29%	24%	
イタリア	32%	32%	34%	36%	41%	39%	31%	35%	28%	36%	17%	15%	-	34%	36%	33%	28%	27%	
台湾	28%	31%	12%	16%	41%	44%	-	-	43%	55%	10%	8%	-	40%	41%	41%	12%	10%	
ハワイ	31%	30%	45%	45%	44%	44%	29%	35%	28%	30%	10%	8%	-	30%	31%	30%	18%	15%	
ドイツ	28%	29%	33%	35%	38%	37%	27%	35%	29%	34%	14%	10%	-	31%	28%	27%	18%	23%	
シンガポール	28%	28%	22%	24%	37%	36%	30%	30%	33%	39%	20%	21%	-	-	20%	26%	23%	21%	
カナダ	29%	28%	39%	36%	39%	39%	36%	34%	26%	28%	8%	10%	-	35%	30%	28%	19%	16%	
スペイン	26%	26%	33%	36%	32%	33%	24%	27%	30%	33%	10%	8%	-	31%	28%	26%	22%	16%	
タイ	26%	26%	19%	16%	30%	30%	22%	25%	30%	37%	-	-	-	29%	24%	25%	27%	20%	
中国本土	28%	26%	19%	16%	-	-	39%	38%	30%	32%	23%	21%	-	26%	36%	30%	18%	16%	
マカオ	21%	22%	13%	14%	33%	38%	21%	22%	27%	36%	8%	9%	-	22%	23%	29%	11%	9%	
オーストラリア	22%	22%	28%	29%	28%	28%	23%	27%	20%	24%	11%	10%	-	24%	21%	21%	15%	11%	

(注) 上位5項目については赤または緑色で塗りつぶしを行った。また、全体の割合において「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」が重複している場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

## 3. 日本国内における人気エリア

- ・訪日経験別に、知っている観光地の中で実際にいってみたいところを尋ねた。
- ・選択肢には個別の都市名と広域の地方区分、エリアが混在している。本設問への回答を見ると、広域の行政区分の方が都市や狭域の地域よりも訪問意欲が高い地域もある（北海道）一方、広域の行政区分の方が訪問意欲が低い（東北、関西）地域もある。この差は選択肢に挙げられた都市・地域の認知度による部分が大きい。
- ・訪問意欲はゴールデンルート（東京－大阪間）が全般的に高く、韓国、インドネシア以外の国では北海道、香港では沖縄も高い値となっている。
- ・一方、訪日経験の有無でみると、概ね訪日経験を重ねるにつれ、訪問意欲は高くなっており、その傾向は訪日経験がない人の訪問意欲が低かった地点により際立ってみられる。

表2 実際に行ってみたい日本の観光地（訪日経験別）

（回答は当てはまるもの全て）

回答者→ 訪日経験→	全体			韓国			中国			台湾			香港			タイ			シンガポール			マレーシア			インドネシア		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上			
サンプル数	2006	766	1015	171	112	183	223	125	147	166	122	197	122	115	254	303	98	76	261	98	97	371	51	38	389	45	23
東京	48%	44%	47%	30%	30%	33%	43%	58%	58%	49%	48%	54%	43%	38%	43%	50%	50%	53%	41%	41%	48%	57%	39%	61%	56%	36%	39%
富士山	50%	45%	46%	27%	29%	40%	60%	62%	63%	43%	45%	52%	33%	32%	31%	55%	55%	59%	54%	51%	49%	54%	39%	32%	52%	42%	39%
箱根	4%	12%	21%	2%	8%	13%	8%	15%	17%	13%	26%	39%	7%	10%	20%	2%	11%	16%	2%	6%	20%	2%	0%	11%	1%	2%	4%
軽井沢	2%	7%	15%	0%	1%	4%	2%	4%	7%	18%	31%	40%	7%	7%	17%	1%	3%	11%	0%	0%	4%	1%	2%	3%	1%	2%	0%
北海道	40%	45%	53%	16%	20%	27%	59%	57%	61%	58%	58%	69%	44%	41%	57%	43%	51%	58%	52%	54%	53%	48%	41%	42%	14%	22%	30%
札幌	15%	26%	38%	24%	29%	40%	16%	30%	28%	26%	40%	49%	18%	20%	40%	18%	22%	33%	13%	28%	35%	9%	12%	26%	8%	11%	17%
函館	3%	8%	20%	2%	4%	7%	0%	7%	14%	25%	45%	5%	9%	26%	1%	1%	13%	2%	7%	14%	2%	2%	0%	1%	2%	0%	
帯広／十勝	1%	2%	6%	0%	0%	1%	1%	3%	1%	4%	13%	2%	3%	8%	0%	1%	4%	0%	0%	6%	1%	8%	0%	0%	0%	0%	4%
ニセコ	1%	1%	3%	1%	1%	0%	1%	5%	10%	1%	0%	4%	1%	1%	1%	0%	1%	5%	1%	1%	4%	1%	2%	3%	1%	0%	0%
知床	1%	1%	5%	1%	1%	1%	2%	1%	3%	0%	1%	7%	2%	2%	8%	1%	2%	3%	1%	0%	3%	1%	2%	0%	1%	2%	4%
東北	1%	3%	7%	0%	1%	2%	0%	3%	7%	3%	7%	15%	1%	2%	6%	1%	3%	5%	1%	2%	9%	1%	6%	8%	1%	0%	4%
青森	1%	6%	13%	2%	5%	7%	0%	2%	8%	8%	15%	26%	3%	7%	15%	0%	3%	7%	1%	3%	7%	1%	4%	5%	0%	2%	9%
仙台	5%	9%	16%	4%	2%	6%	10%	16%	21%	14%	11%	28%	4%	10%	13%	7%	14%	21%	2%	4%	6%	4%	10%	8%	3%	4%	9%
新潟	3%	4%	9%	2%	1%	2%	4%	6%	7%	7%	7%	20%	4%	5%	8%	2%	6%	9%	1%	2%	9%	2%	0%	0%	1%	7%	0%
名古屋	17%	25%	30%	8%	13%	18%	29%	42%	42%	41%	39%	47%	25%	23%	26%	10%	11%	25%	7%	14%	19%	18%	22%	18%	15%	24%	17%
関西	6%	12%	20%	4%	7%	11%	7%	12%	13%	20%	22%	33%	10%	10%	20%	7%	12%	26%	3%	7%	14%	4%	16%	18%	3%	4%	9%
京都	29%	34%	41%	24%	21%	32%	39%	47%	50%	45%	47%	57%	23%	25%	33%	38%	35%	49%	17%	31%	36%	22%	29%	29%	27%	24%	22%
奈良	7%	14%	26%	4%	8%	21%	20%	28%	30%	17%	24%	39%	9%	10%	24%	7%	14%	26%	4%	7%	20%	3%	6%	16%	2%	0%	9%
大阪	33%	40%	41%	29%	29%	36%	35%	50%	43%	47%	53%	52%	32%	30%	36%	30%	37%	46%	29%	38%	40%	34%	35%	37%	35%	40%	22%
神戸	15%	21%	28%	11%	12%	21%	21%	37%	29%	28%	32%	41%	17%	12%	25%	12%	20%	24%	10%	14%	29%	15%	20%	21%	10%	13%	17%
岡山	2%	5%	6%	2%	3%	2%	1%	9%	7%	5%	6%	12%	2%	1%	4%	1%	6%	4%	1%	2%	5%	2%	2%	3%	3%	11%	4%
広島	12%	11%	17%	7%	6%	9%	12%	13%	23%	10%	11%	25%	5%	9%	10%	15%	19%	25%	8%	6%	19%	10%	10%	11%	18%	16%	9%
松江／出雲	1%	1%	4%	1%	0%	1%	2%	1%	9%	2%	1%	7%	0%	0%	2%	1%	4%	4%	1%	0%	4%	1%	2%	3%	0%	0%	0%
九州	9%	15%	25%	13%	14%	21%	11%	14%	27%	26%	23%	31%	15%	19%	29%	10%	13%	21%	5%	9%	23%	6%	8%	13%	3%	7%	0%
福岡／博多	7%	10%	20%	12%	14%	20%	4%	10%	19%	13%	18%	29%	7%	5%	17%	10%	14%	24%	2%	5%	21%	6%	6%	3%	4%	2%	9%
長崎	10%	14%	19%	4%	14%	18%	7%	18%	24%	18%	17%	25%	8%	7%	16%	14%	16%	21%	6%	5%	19%	8%	8%	8%	15%	24%	13%
宮崎	3%	8%	14%	1%	4%	7%	5%	16%	22%	8%	11%	20%	7%	5%	13%	2%	10%	16%	2%	2%	10%	3%	4%	11%	1%	2%	0%
鹿児島	5%	13%	22%	2%	6%	7%	8%	22%	26%	23%	27%	37%	19%	22%	33%	1%	1%	8%	2%	2%	9%	2%	6%	3%	2%	9%	4%
沖縄	19%	27%	34%	14%	18%	26%	23%	36%	34%	42%	41%	52%	32%	36%	35%	15%	17%	32%	15%	16%	28%	16%	20%	16%	13%	22%	22%

（注1）上位5項目については濃い赤、上位6～10項目については薄い赤で塗りつぶしを行った。

（注2）45の選択肢のうち、29項目を並べたものである。

### 4-1. 海外旅行先を選定する際重視すること

- 海外旅行を決める際重視する要素を聞いたもので、日本に限ったものではない。
- これを見ると、「その土地の料理を味わえる」「安くておいしい料理が食べられる」「自分の好物を食べられる」といった食に関する回答や、「自然や風景を見物できる」「有名な史跡や歴史的建築物を見物できる」といった、自然や歴史を対象とした回答が上位に多い。
- 一方、スポーツに関連した選択肢の回答状況を見ると、スポーツ以外のコンテンツも含まれる「イベント・祭りを見物できる」を除き、軒並み回答割合が低い。
- その原因を「するスポーツ」「みるスポーツ」に分けて考察してみると、前者は基本的に国や地域を選ばずに取り組むことが可能な性格を有するため、また後者は「国際スポーツ大会」の開催頻度が低く、気軽に行くことが出来ない（参加する人は目的をもって訪問する）ことによるとと思われる。

表3 海外旅行先を選定する際重視すること

(回答は当てはまるもの全て)

	回答者→			韓国		中国		台湾		香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
	訪日経験→	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り
サンプル数	4000	2202	1798	202	298	228	272	176	324	130	370	322	178	303	197	409	91	432	68
1 その土地の料理を味わえる	84%	83%	85%	83%	83%	82%	79%	81%	89%	87%	88%	75%	82%	81%	89%	88%	86%	86%	78%
2 自然や風景を見物できる	81%	81%	80%	78%	80%	80%	75%	81%	84%	76%	81%	79%	78%	82%	81%	86%	79%	81%	79%
3 安くておいしい料理が食べられる	73%	75%	70%	60%	60%	58%	50%	78%	81%	77%	73%	77%	77%	81%	79%	84%	80%	75%	69%
4 有名な史跡や歴史的な建築物を見物できる	68%	67%	68%	61%	66%	70%	62%	59%	73%	62%	68%	61%	66%	69%	71%	73%	74%	72%	63%
5 自分の好物を食べられる	64%	60%	69%	47%	58%	72%	67%	73%	79%	74%	79%	65%	75%	57%	62%	59%	62%	50%	44%
6 世界遺産を見物できる	62%	60%	65%	66%	69%	74%	64%	65%	69%	55%	66%	62%	62%	53%	62%	70%	65%	41%	38%
7 魅力的な遊園地やテーマパークがある	56%	57%	54%	49%	50%	56%	52%	53%	58%	67%	60%	50%	44%	52%	49%	63%	59%	65%	63%
8 イベント・祭りを見物できる	48%	45%	51%	45%	48%	25%	37%	46%	62%	50%	54%	34%	42%	40%	52%	61%	58%	50%	63%
9 美術品や文化財、博物館が充実している	46%	45%	47%	40%	46%	39%	44%	49%	56%	48%	51%	52%	47%	36%	34%	47%	43%	47%	46%
10 鉄道を楽しむ	43%	42%	45%	23%	34%	29%	29%	43%	53%	48%	52%	43%	60%	41%	48%	47%	40%	51%	40%
11 近代的/先端的な建築物を見物できる	39%	39%	40%	26%	33%	31%	47%	36%	40%	35%	40%	46%	52%	20%	28%	45%	44%	51%	50%
⋮																			
18 登山やハイキングを楽しむ	27%	26%	29%	15%	24%	39%	45%	35%	37%	18%	21%	19%	22%	27%	25%	31%	33%	22%	29%
20 マリンスポーツを楽しむ	25%	24%	26%	28%	28%	44%	46%	28%	26%	17%	16%	14%	16%	17%	18%	26%	25%	21%	34%
23 ウィンタースポーツを楽しむ	21%	22%	20%	7%	11%	23%	26%	20%	19%	7%	12%	22%	30%	22%	17%	28%	36%	28%	35%
25 国際スポーツ大会を見物できる	14%	13%	16%	9%	13%	14%	31%	6%	11%	11%	13%	14%	19%	8%	8%	16%	18%	17%	31%
26 テニスやゴルフ等のスポーツを楽しむ	9%	7%	11%	6%	8%	9%	19%	7%	8%	2%	8%	9%	15%	4%	6%	5%	15%	10%	16%

(注1)この質問は全員に対し海外旅行で体験したいことを尋ねたものであり、27の選択肢のうち、16項目を並べたものである。  
(注2)上位4項目については濃い緑、赤、黄色、上位6~8項目については薄い緑、赤、黄色で塗りつぶしを行った。



## 4-2. スポーツ観光を重視する人の属性（年齢）

- 海外旅行を決める際「スポーツ関連活動」を重視すると回答した人につき、年齢、性別による分析を行った。
- 「するスポーツ」に関しては、若干男性、若年層の方が高めの数値を示している。一方、「みるスポーツ」の回答項目である「国際スポーツ大会の観戦」に関しては、「するスポーツ」以上に「男性、若年層」という性差、年齢差がはっきりと現れており、スポーツツーリズムは男性の関心が高いことがわかる。
- なお、スポーツ観戦以外の要素も含まれている「イベント・祭りの見物」については女性の方がわずかながら高くなっている。

表4 海外旅行先を選定する際スポーツを重視する人の年齢、性別分布

＜するスポーツ（マリンスポーツ、ウィンタースポーツ、テニスやゴルフのスポーツ、登山やハイキング）＞

	全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
サンプル数	1973	2027	268	232	232	268	217	283	236	264	247	253	249	251	280	220	244	256
全体	52%	47%	51%	39%	74%	65%	58%	54%	42%	30%	44%	39%	50%	53%	59%	52%	43%	46%
20-24歳	59%	59%	36%	18%	50%	68%	65%	64%	41%	46%	42%	73%	60%	88%	77%	50%	71%	52%
25-29歳	58%	53%	53%	43%	72%	64%	54%	70%	41%	27%	49%	35%	67%	51%	57%	69%	57%	35%
30-34歳	55%	49%	51%	44%	74%	67%	54%	58%	53%	31%	55%	40%	43%	52%	72%	45%	23%	65%
35-39歳	57%	50%	62%	36%	83%	67%	55%	51%	41%	27%	40%	39%	47%	49%	55%	58%	64%	54%
40-44歳	48%	41%	50%	45%	68%	69%	68%	39%	43%	27%	33%	34%	41%	30%	50%	38%	33%	37%
45-49歳	51%	42%	54%	38%	74%	59%	53%	53%	43%	29%	56%	33%	52%	80%	35%	53%	51%	40%
50-54歳	45%	39%	49%	32%	80%	64%	70%	50%	41%	15%	40%	40%	20%	41%	40%	36%	24%	46%
55-59歳	38%	47%	36%	50%	50%	50%	33%	57%	24%	50%	31%	33%	25%	42%	50%	50%	48%	45%

緑：50%以上、赤：70%以上

＜国際スポーツ大会の観戦＞

	全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
サンプル数	1973	2027	268	232	232	268	217	283	236	264	247	253	249	251	280	220	244	256
全体	19%	10%	17%	6%	28%	20%	12%	7%	18%	8%	21%	10%	23%	15%	22%	8%	10%	6%
20-24歳	22%	16%	36%	6%	25%	32%	12%	8%	18%	8%	8%	27%	20%	24%	30%	7%	29%	19%
25-29歳	25%	13%	33%	7%	28%	17%	18%	8%	22%	13%	23%	10%	27%	16%	31%	14%	10%	6%
30-34歳	26%	11%	28%	7%	40%	19%	22%	7%	30%	6%	26%	12%	31%	17%	16%	11%	5%	10%
35-39歳	18%	12%	11%	14%	27%	24%	3%	12%	15%	18%	27%	9%	14%	7%	25%	8%	18%	0%
40-44歳	14%	9%	7%	4%	21%	22%	11%	6%	19%	11%	15%	8%	22%	10%	16%	7%	8%	2%
45-49歳	15%	6%	9%	4%	26%	18%	9%	0%	11%	2%	26%	7%	24%	40%	12%	0%	11%	9%
50-54歳	14%	7%	13%	3%	20%	7%	10%	13%	15%	9%	16%	5%	20%	18%	27%	0%	7%	3%
55-59歳	9%	4%	14%	0%	17%	10%	0%	7%	12%	0%	25%	8%	0%	8%	0%	0%	3%	0%

緑：20%以上、赤：30%以上

＜（参考）イベント・祭りの見物＞

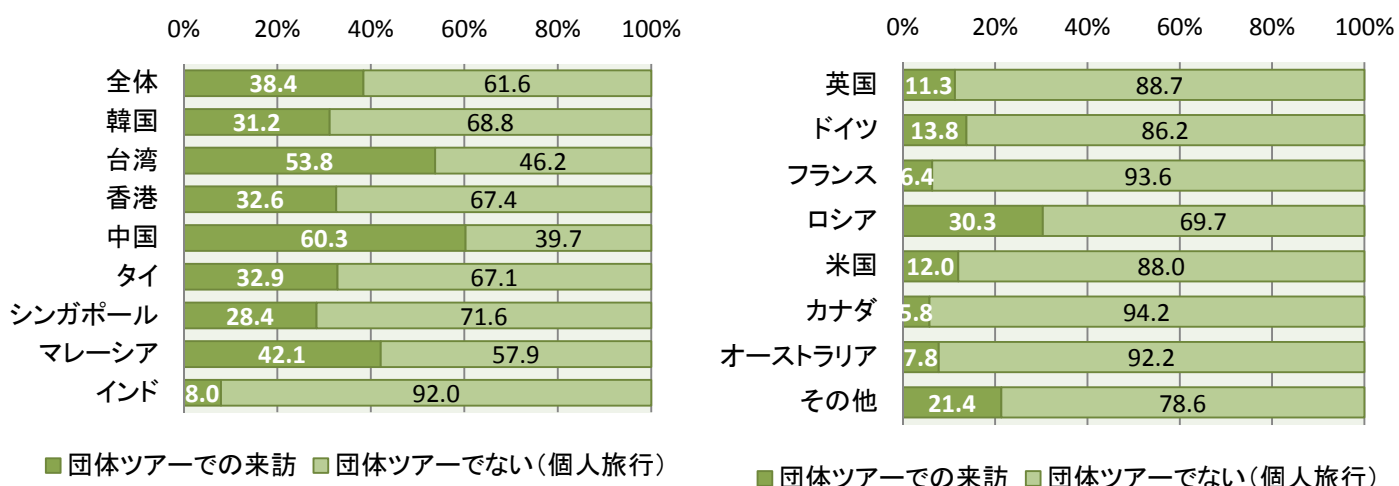
	全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
サンプル数	1973	2027	268	232	232	268	217	283	236	264	247	253	249	251	280	220	244	256
全体	45%	50%	43%	51%	31%	32%	48%	63%	53%	53%	40%	33%	43%	61%	59%	63%	43%	47%
20-24歳	51%	67%	71%	76%	13%	42%	59%	76%	71%	69%	38%	60%	51%	79%	55%	70%	21%	55%
25-29歳	45%	55%	43%	79%	32%	34%	46%	70%	56%	60%	34%	40%	38%	60%	70%	60%	29%	58%
30-34歳	54%	55%	58%	54%	47%	33%	57%	70%	60%	67%	48%	26%	46%	69%	68%	66%	50%	58%
35-39歳	45%	47%	46%	57%	23%	33%	55%	56%	52%	45%	42%	18%	39%	58%	63%	56%	54%	42%
40-44歳	42%	41%	43%	41%	32%	31%	46%	61%	59%	35%	36%	36%	32%	35%	45%	55%	41%	37%
45-49歳	37%	45%	26%	46%	11%	12%	38%	63%	29%	43%	41%	36%	66%	80%	42%	71%	43%	40%
50-54歳	43%	44%	31%	35%	33%	36%	43%	47%	52%	45%	44%	35%	20%	41%	53%	79%	43%	43%
55-59歳	44%	48%	36%	17%	33%	10%	33%	64%	59%	79%	31%	33%	25%	67%	60%	63%	48%	45%

緑：50%以上、赤：70%以上

### 4-3. スポーツ関連項目の回答率が低い要因

- 4-1. で示したとおり、スポーツに関連項目については旅行先選定の際重視する、と回答した比率が軒並み低かったのだが、ここではその理由について考察してみることにする。
- 観光庁の調査に寄れば、アジア各国から観光旅行を目的に来訪した人のうち、団体ツアーで来訪した人の割合が欧米諸国に比べて高く、中国・台湾に至っては半数以上が団体との結果が出ている。これは、成長著しいアジア諸国において旅行文化未成熟であることが要因と考えられる。
- これは欧米や日本がかつて辿った道であり、観光に対する経験値が上がり観光文化が成熟すると、画一的な団体ツアーでは満足せず、個人旅行へシフトしていくものとみられる。

表5 平成25年訪日外国人 観光旅行形態(団体ツアーか否か)



出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

5-1. 日本への旅行で期待すること

- 日本への旅行を希望していると回答した人を対象に、日本への旅行で体験したいことを聞いたもの。
- どの国も概ね「自然や風景の見物」「日本料理を食べる」が上位となっている。
- スポーツ関連項目をみると、スポーツ以外のコンテンツも含まれる「イベント・祭りの見物」が中位にあるほかは、体験したいとする割合が軒並み低い。
- 国別にみると、中国ではマリンスポーツ、ウィンタースポーツや登山ハイキングといった季節や自然を楽しむスポーツに対する期待が高い。また、シンガポール、マレーシア、インドネシアといった東南アジアの国ではウィンタースポーツに対する期待も高い。

表6 将来日本への旅行で体験したいこと

(回答は当てはまるもの全て)

	回答者→		全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
	訪日経験→	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	なし	有り	
	サンプル数	2067	1128	939	46	54	91	173	114	227	82	228	185	91	173	113	234	46	203	7
1 自然や風景の見物	77%	78%	75%	61%	74%	84%	72%	73%	79%	78%	72%	74%	66%	84%	81%	84%	78%	76%	71%	
2 日本料理を食べる	76%	75%	78%	76%	81%	78%	72%	70%	81%	73%	76%	67%	73%	77%	82%	78%	87%	81%	86%	
3 リーズナブルで清潔な施設での宿泊	69%	73%	64%	74%	70%	57%	37%	68%	76%	72%	63%	76%	70%	72%	72%	79%	74%	73%	71%	
4 安くおいしい料理を食べる	69%	70%	67%	61%	69%	59%	39%	61%	78%	70%	68%	72%	69%	74%	79%	74%	74%	72%	100%	
5 温泉への入浴	64%	66%	60%	76%	69%	73%	51%	65%	68%	65%	59%	65%	58%	66%	59%	70%	59%	60%	71%	
6 自分の好物を食べる	62%	56%	69%	50%	56%	69%	60%	60%	75%	70%	76%	57%	69%	53%	65%	53%	63%	48%	71%	
7 有名な史跡や歴史的な建築物の見物	61%	63%	58%	59%	63%	62%	51%	48%	62%	54%	56%	61%	59%	66%	61%	66%	67%	73%	43%	
8 のんびりと保養・休養	60%	61%	59%	54%	46%	38%	34%	68%	72%	63%	64%	66%	64%	69%	67%	51%	61%	69%	71%	
9 日本旅館での宿泊	59%	59%	58%	52%	54%	64%	50%	53%	61%	51%	54%	55%	60%	61%	67%	59%	61%	69%	71%	
10 雪景色鑑賞	56%	60%	52%	43%	46%	60%	41%	53%	59%	55%	54%	58%	51%	67%	53%	62%	65%	62%	57%	
11 遊園地やテーマパークに行く	56%	58%	55%	37%	48%	55%	50%	49%	58%	65%	58%	56%	54%	51%	49%	61%	63%	69%	43%	
⋮																				
17 イベント・祭りの見物	43%	43%	42%	26%	35%	21%	33%	57%	57%	33%	35%	36%	41%	44%	39%	58%	52%	42%	43%	
31 登山やハイキング	25%	25%	24%	9%	22%	33%	31%	31%	31%	17%	12%	14%	14%	33%	30%	31%	35%	23%	43%	
32 ウィンタースポーツ	25%	27%	22%	7%	11%	25%	28%	26%	20%	20%	18%	19%	20%	29%	22%	35%	37%	33%	57%	
38 マリンスポーツ	16%	16%	16%	7%	9%	32%	32%	16%	13%	20%	14%	10%	5%	9%	6%	21%	22%	17%	57%	
40 国際スポーツ大会の観戦	13%	11%	14%	4%	4%	8%	25%	6%	13%	10%	10%	9%	15%	6%	9%	16%	22%	19%	29%	
43 テニスやゴルフ等のスポーツ	7%	5%	9%	0%	9%	7%	16%	3%	5%	1%	6%	6%	10%	4%	7%	4%	17%	11%	14%	

(注1)この質問は日本旅行希望者を対象に日本旅行で体験したいことを尋ねたものであり、44の選択肢のうち、17項目を並べたものである。

(注2)上位4項目については濃い緑、赤、黄色、上位6~8項目については薄い緑、赤、黄色で塗りつぶしを行った。



## 5-2. 体験したい観光行動におけるスポーツの位置づけ

- 東京、大阪、北海道、九州に行ってみたい、と回答した外国人の、その都市、地域でどんなことに期待しているかについて聞いたもの。
- 「日本料理を食べる」をはじめ「食」に関する項目は軒並み高位にあり、国内どこに行っても期待は高くなっている。
- スポーツ関連項目をみると、するスポーツ、みるスポーツともにさほど期待値は高くない。
- ただし、北海道においては「ウィンタースポーツ」に対し期待するとの回答が4割を超えているほか、九州とともに登山やハイキング、マリンスポーツといった自然や季節を楽しむ項目で比較的高めの値を出している。
- 逆に、「国際スポーツ大会の観戦」については、主要会場が集積する東京の値が若干高い一方、その他の都市地域では低い。

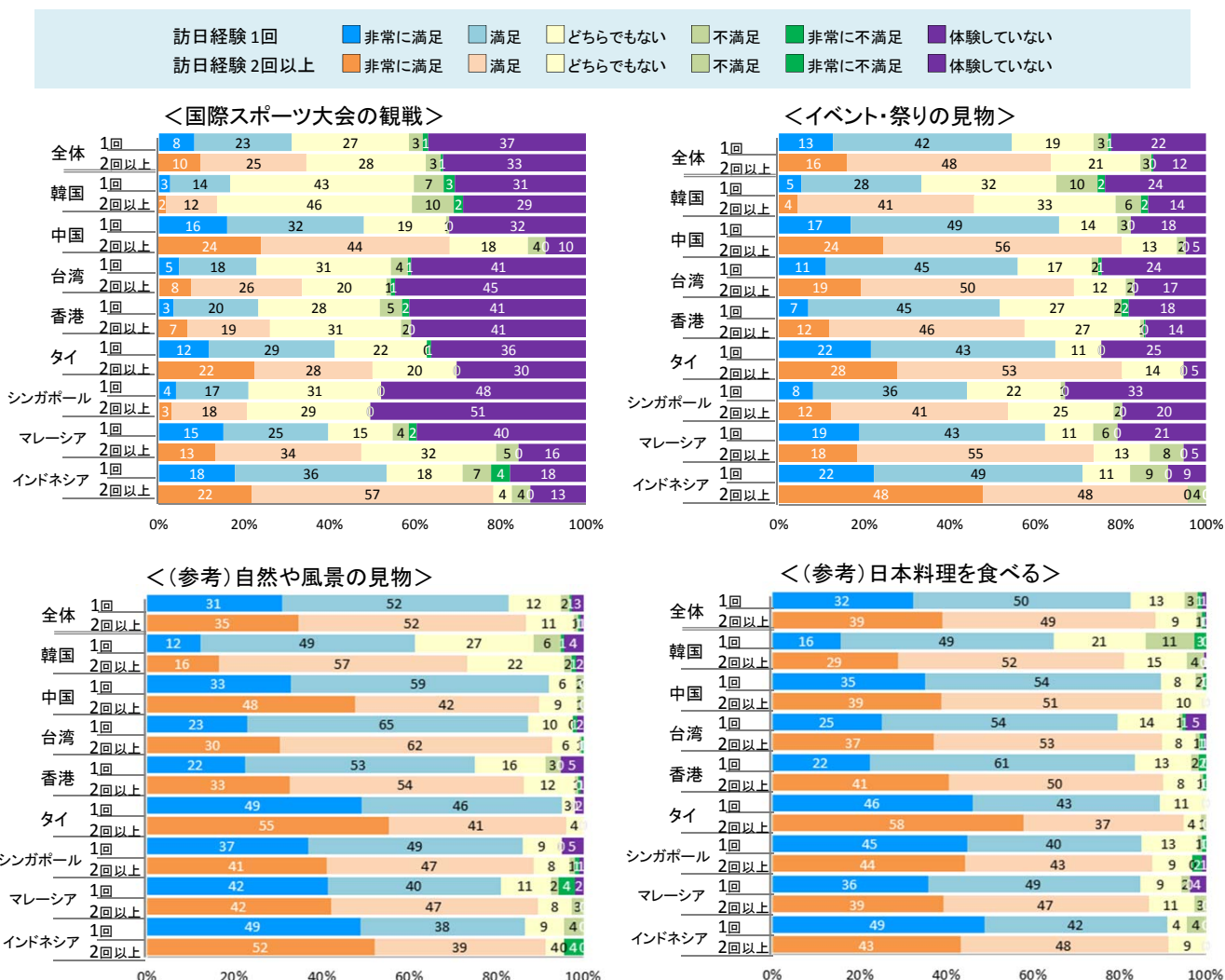
表7 将来日本への旅行で体験したいこと(東京、大阪、北海道、九州観光希望者)

	東京		大阪		北海道		九州	
	順位	順位	順位	順位	順位	順位	順位	
日本料理を食べる	71%	1	67%	1	72%	2	64%	1
最新のファッションや流行の見物	66%	2	28%	29	17%	36	18%	34
近代的/先端的な建築物の見物	65%	3	29%	26	17%	35	22%	30
洋服やファッション雑貨のショッピング	64%	4	37%	19	26%	25	21%	32
自分の好物を食べる	63%	5	56%	4	59%	8	54%	6
遊園地やテーマパークに行く	59%	6	33%	20	23%	28	25%	26
安くおいしい料理を食べる	59%	7	61%	2	62%	5	57%	3
食品や飲料のショッピング	58%	8	44%	12	46%	11	44%	11
鉄道に乗る	58%	9	41%	14	36%	19	38%	14
リーズナブルで清潔な施設での宿泊	57%	10	59%	3	62%	6	56%	4
のんびりと保養・休養	47%	15	50%	8	61%	7	55%	5
<b>イベント・祭りの見物</b>	<b>42%</b>	<b>18</b>	<b>40%</b>	<b>15</b>	<b>40%</b>	<b>15</b>	<b>37%</b>	<b>16</b>
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	41%	21	54%	5	41%	14	45%	10
温泉への入浴	39%	23	47%	9	65%	4	50%	8
自然や風景の見物	36%	28	53%	6	80%	1	61%	2
<b>国際スポーツ大会の観戦</b>	<b>35%</b>	<b>31</b>	<b>20%</b>	<b>41</b>	<b>12%</b>	<b>44</b>	<b>15%</b>	<b>41</b>
雪景色鑑賞	34%	35	33%	21	65%	3	29%	21
<b>テニスやゴルフ等のスポーツ</b>	<b>23%</b>	<b>40</b>	<b>18%</b>	<b>44</b>	<b>15%</b>	<b>37</b>	<b>19%</b>	<b>33</b>
<b>登山やハイキング</b>	<b>20%</b>	<b>42</b>	<b>24%</b>	<b>33</b>	<b>35%</b>	<b>20</b>	<b>30%</b>	<b>19</b>
<b>ウィンタースポーツ</b>	<b>20%</b>	<b>43</b>	<b>21%</b>	<b>36</b>	<b>42%</b>	<b>13</b>	<b>17%</b>	<b>36</b>
<b>マリンスポーツ</b>	<b>19%</b>	<b>44</b>	<b>20%</b>	<b>40</b>	<b>24%</b>	<b>26</b>	<b>27%</b>	<b>23</b>

### 6-1. スポーツ観光に対する満足度①

- 訪日経験者を対象に、「全ての」日本旅行についての満足度を尋ねている。これをみると、スポーツに関する問いに関しては「体験していない」との回答の割合が高いことがわかる。
- これを「みるスポーツ」と「するスポーツ」に分けてみると、「みるスポーツ」に関しては、自然・風景や食ほどではないものの、全体的に満足度は高いことがわかる。
- 訪日経験が増すほど「体験していない」割合が低くなっていて、リピーターは訪問先のことをよく調べた上で、ニッチな旅行を求めている傾向が見られる。更に、満足度をみても「非常に満足」「満足」との回答割合が概ね増加しており、認知度の向上により訪日観光客の満足度を向上させる可能性を有していることがわかる。
- 中国人は日本旅行でスポーツ観光を体験している割合が高く、リピーターになると殆どの人が体験していることが分かる。

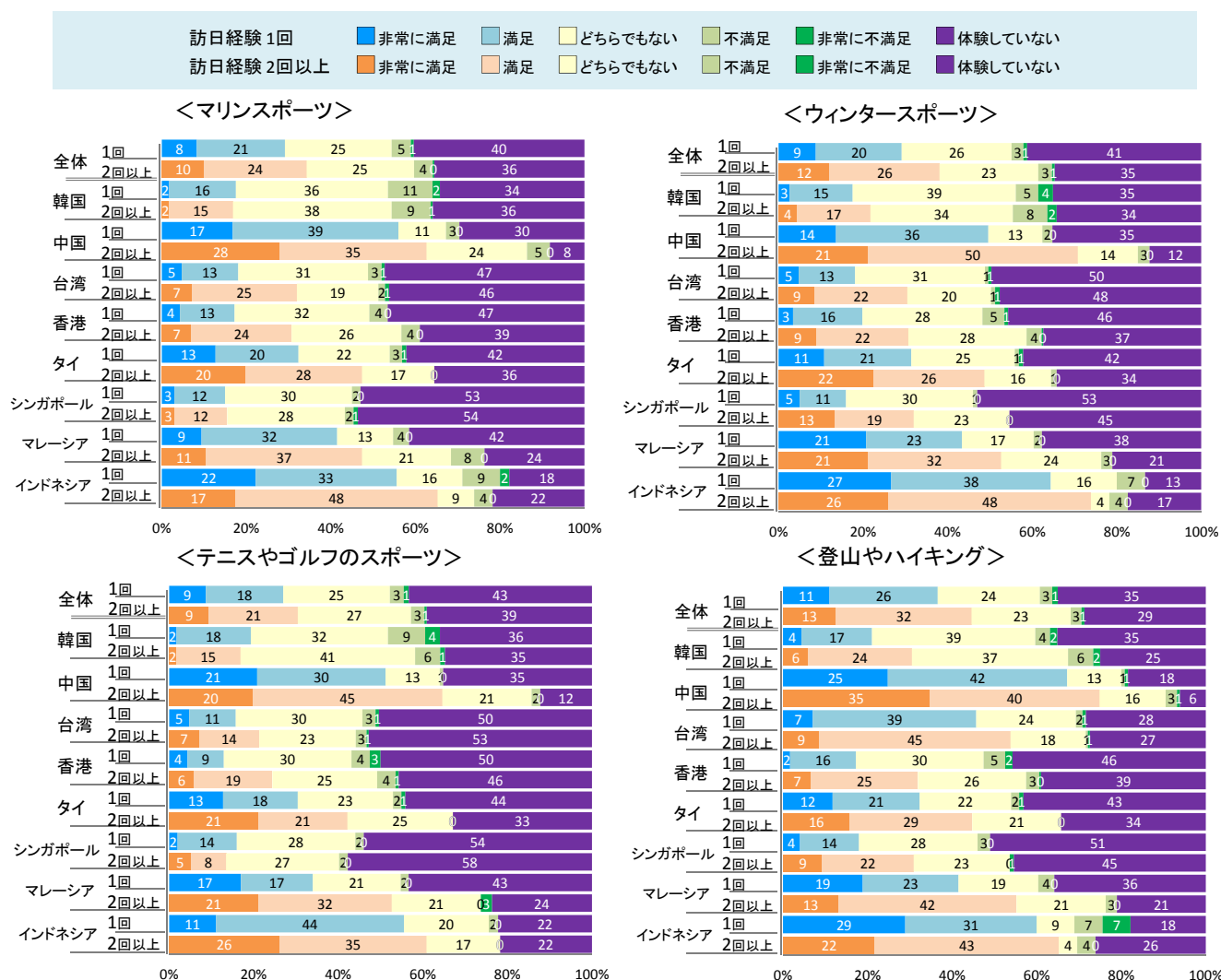
図3-1 日本旅行の満足度は5段階でどのくらい？（みるスポーツ編）



## 6-2. スポーツ観光に対する満足度②

- 一方、「するスポーツ」についても、全体的にみれば満足度は高い。
- 国別にみると、一般的には中国とインドネシアでは満足度が高く、韓国ではさほど高くない。
- 訪日経験が増すほど「体験していない」割合が低くなる傾向は「みるスポーツ」と同様である。また、ほとんどの項目で「非常に満足」「満足」の回答比率が向上している。
- 回答項目別にみると、「登山やハイキング」に対する満足度は比較的高めである。「マリンスポーツ」と「ウィンタースポーツ」は全般では比較的に通った数値であるが、シンガポール、マレーシア、インドネシアなど東南アジアの国々ではウィンタースポーツに対する満足度が高めである。「テニスやゴルフ」は韓国、シンガポールなどを中心に低めの数値で、自然や季節性をあまり問わないスポーツに関しては満足度が高くないのかもしれない。

図3-2 日本旅行の満足度は5段階でどのくらい？（するスポーツ編）



## 7. 訪日外国人視点の「するスポーツ」「みるスポーツ」

- スポーツをする人にはトップアスリートから余暇レベルまで千差万別である。これらを分類し、訪日外国人の観光活動に当てはめると、「プロ・トップスポーツの観戦」、「大衆（市民）スポーツへの参加」「余暇（レジャー）」に分けられる。
- 「大衆（市民）スポーツへの参加」と「余暇（レジャー）」は「するスポーツ」として括られるが、これまで訪日外国人観光客の行動として多く取り上げられたのは「余暇」である。余暇活動としてのスポーツが外国人にとって魅力的なのは、独特な自然環境や季節性に由来するものが多いためであると思われる。
- 最近注目されているのは国内で開催されるスポーツイベントへの参加である。例えば、東京マラソンにおける外国人ランナーの割合は年々増加している。観光庁も「マラソン&サイクルジャパン」と題した日本のマラソン・サイクリング大会のプレゼン、商談を行う行事を開催し、国内大会への在外外国人の参加促進を図っている。
- 一方、「みるスポーツ」には「プロ・トップスポーツの観戦」が該当する（一部大衆スポーツの試合、大会も含まれる）。我が国では、2020年東京オリンピック・パラリンピックをはじめ、ラグビーW杯、ワールドマスターズゲームズ等世界規模の大会が5年先から相次いで開催されることが決まっている。開催期間は訪日外国人観光客が増える見通しにあり、会場周辺だけでなく国内にその効果が広く浸透することが期待されている。スポーツツーリズムの観点からは、既存のプロ・トップスポーツの試合や練習等も欠かせない観光要素である。日本のプロ・トップスポーツが魅力を向上させることは大前提であるが、魅力を発信する努力や工夫も必要である。例えば、Jリーグが2012年より本格的取組を開始した、東南アジア地域における地上波放送の開始、リーグ間・クラブ間提携等からなる「アジア戦略」などは、サッカーに留まらない、経済や観光などへの波及も期待される取組といえる。
- スポーツツーリズムの主な関心層は「スポーツイベントへの参加者」と「スポーツゲームの観戦者」である。これらの特徴は「スポーツイベントへの参加」や「スポーツゲームの試合」のみを目的とする旅行者が多いことである。従って、スポーツツーリズムにおける、宿泊・飲食やアクセスなどといった観光面での課題を知るには、ユーザーからの情報を得ることが肝要であると思われる。

図4 スポーツの領域

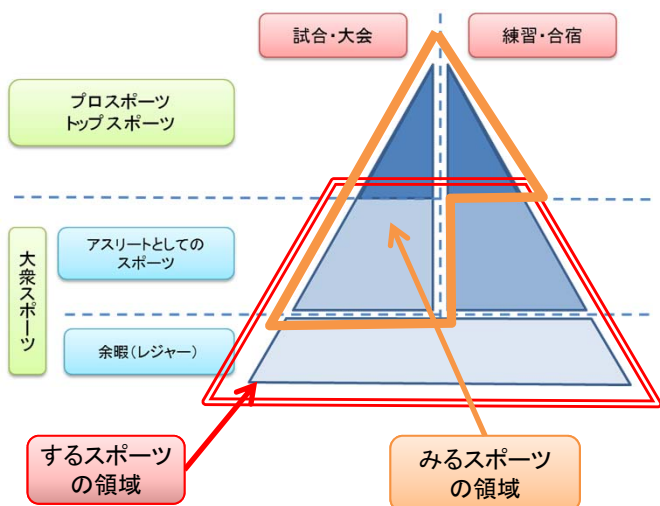


表8 東京マラソン出走者数

	2012	2013	2014
出走者	35,933	36,202	35,528
うち外国人	2,613	2,972	5,056
(構成比)	7.3%	8.2%	14.2%

出典：東京マラソン公式HPをもとにDBJ作成

## 8. おわりに

- アジア8地域の訪日外国人からみた我が国でのスポーツの観光資源としての位置づけは決して高くはない。多くのアジア諸国では団体ツアーの割合が高く、ゴールデンルートに人気集中しているからであるが、スポーツ観光経験者の満足度は決して低いものではなく、観光資源としての魅力は十分に有しているといえる。
- 旅行文化が成熟した日本や欧米においては、旅行者自身の趣味や嗜好を追求した個人もしくは小グループによるS I T (Special Interest Tour) にシフトしている。スポーツを活かしたツーリズムは名所、旧跡、温泉といった地域特有の自然、歴史資源がなくとも取り組むことが可能であるため、どの地域においても観光資源化するチャンスがある。今回の調査でも、初めての訪日時よりも回を重ねた後の方が、多様な観光資源にアクセスしようとする傾向が見られたように、アジア諸国においても旅行文化が成熟し個人旅行が主体となったときには、スポーツツーリズムは脚光を浴びるだろう。
- そのためにも、受け入れる側の体制づくりは不可欠であるが、日本観光共通の課題ともいえる、英語や自国語でのコミュニケーションに対する不満は解消されなければならない。
- なお、ここまではスポーツ全般として述べてきたが、みるスポーツとしては特異なポジションに置かれている競技がある。それは、相撲や柔道、剣道など「武道」と呼ばれるスポーツである。これらのスポーツは、近代スポーツ化で競技の性格が変質したものがああるものの、日本古来からの伝統を有しており、日本らしさの一翼を担うものといえる。日本文化に興味を持つ外国人には関心の高いものといえることから、競技そのものとは別に文化面からのアプローチも有効であると思われる。

図5 日本旅行の満足度は5段階でどのくらい？  
(英語が通じることが多い)

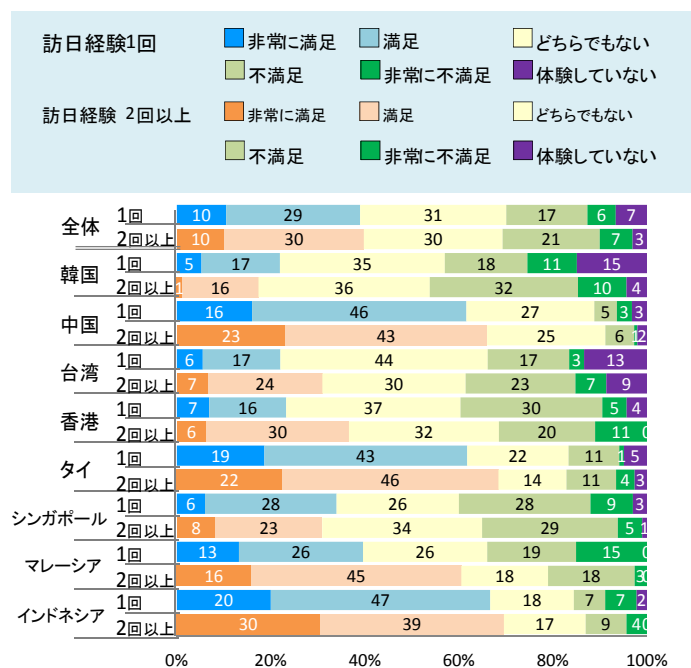
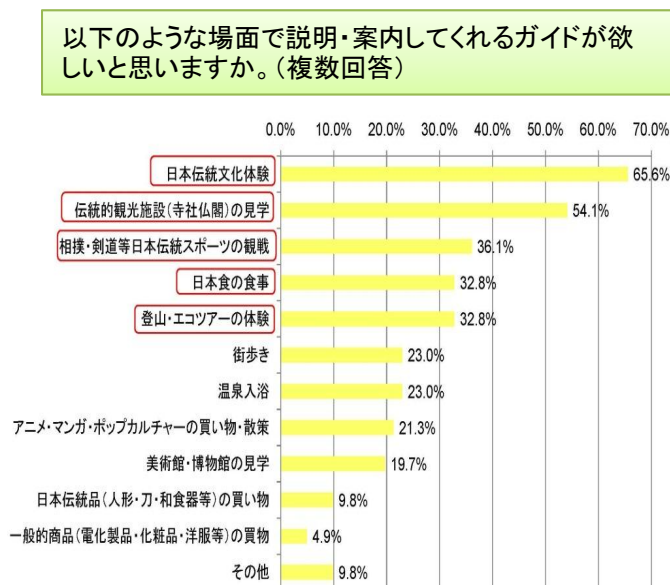


図6 訪日外国人が感じるシチュエーション別のガイドの必要性



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」



## 日本政策投資銀行

### (参考) アンケート調査の概要・回答者属性

調査方法：インターネットによる調査

実施時期：2013年10月8日～2013年10月25日

調査地域：韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシアの8地域\*

(注) 中国は北京及び上海在住者のみ

調査対象者：20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者

(注) 中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間の旅行については、海外旅行経験から除く

有効回答数：上記各地域に居住する住民各500人、計4,000人

(注) 中国は北京及び上海各250人ずつ

#### ◆有効回答数

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
男性	268	232	217	236	247	244	280	249
女性	232	268	283	264	253	256	220	251
回答者数	500	500	500	500	500	500	500	500

#### ◆訪日経験

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
訪日経験なし	202	228	176	130	322	303	409	432
訪日経験者 (1回)	114	125	127	116	102	100	53	45
訪日経験者 (2回以上)	184	147	197	254	76	97	38	23
総計	500	500	500	500	500	500	500	500