

武道ツーリズムマーケティング調査資料

■ 本事業における調査の位置づけ

**武道ツーリズムにおける
海外へのプロモーションを展開する上で、
動向やニーズを把握、検討するための基礎材料**

■ 調査の目的

**武道ツーリズムに関わる
海外の消費者心理・動向などについてのマーケティング調査**

現時点で、「武道ツーリズム」への関心・参加意向・消費意向などについて、明確に把握できていない現状である。そのため、WEB定量調査を行う

→今後の訪日旅行における「武道ツーリズム」参加人数・関連消費の拡大に寄与できるようなマーケティングデータを収集を行う。

■ 調査概要

調査時期：2020年1月17日（金）～28日（火）

調査手法：WEB調査
※各国の調査会社モニターを活用

調査対象：【地域】アメリカ、イギリス

【条件】直近3年以内訪日経験者

【性別】男女

【年代】20～69歳
※年代割付は行わない

【サンプル数】500サンプル/1か国
合計1,000サンプル

武道ツーリズムマーケティング調査資料

■ 調査設問

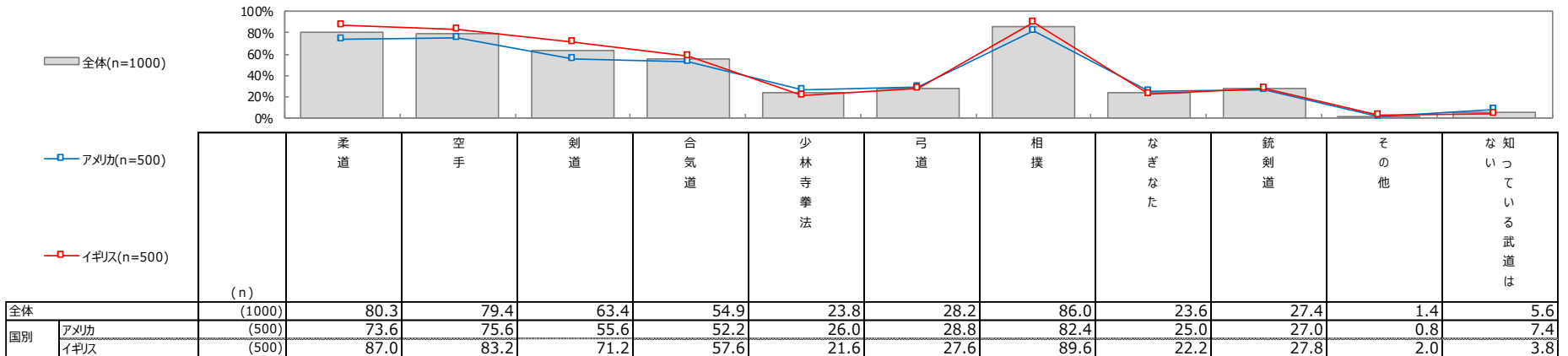
設問タイプ	質問番号	設問文
SA	SC1	あなたの性別をお知らせください。
数	SC2	あなたの年齢をお知らせください。（数字でご記入ください）
SA	SC3_UK	あなたがお住まいの地域をお答えください。
MA	SC3	あなたが今までに行ったことのある海外旅行先をお答えください。 ※観光目的の旅行についてお答えください。（いくつでも）
SA	SC4	あなたが直近で日本に旅行されたのはいつですか。 ※観光目的の旅行についてお答えください。
MT	Q1	あなたは東京オリンピック種目にもなっている「柔道」「空手」を知っていますか。（矢印方向にそれぞれひとつだけ）
MA	Q2	日本には、「柔道」「空手」以外にも様々な武道があります。あなたが知っている武道をお選びください。（いくつでも）
MA	Q3	あなたが今までに、観戦や見学をした武道はありますか。（いくつでも）
MA	Q4	あなたが実際に体験をした武道はありますか。 ※恒常的に体験されているものも含めてお答えください。（いくつでも）
MT	Q5	あなたは、その武道を何回程度体験されましたか。また、恒常的に体験されている方は、始めてから何年位ですか。（矢印方向にそれぞれひとつだけ）
MA	Q6	あなたはその武道が観戦・見学・体験できることをどのように知りましたか。（いくつでも）
MA	Q7	あなたはその武道を観戦・見学・体験をしてみて、困ったことや問題点は何ですか。（いくつでも）
MA	Q8	あなたがその武道を観戦・見学・体験する際に、重視するのは何ですか。（いくつでも）
MA	Q9	日本には、体験できるさまざまな武道があります。今後あなたが体験をしたい武道はありますか。 ※観戦・見学したい武道も含めてお答えください。（いくつでも）
MA	Q10	あなたは武道体験について、どのような内容を期待しますか。（いくつでも）
MA	Q11	あなたが武道体験をしてみたい理由は何ですか。（いくつでも）
MA	Q12	あなたがその武道を体験するにあたって、不安に思うことは何ですか。（いくつでも）
MA	Q13	あなたが、海外旅行先でのアクティビティを予約する際によく使う予約方法は何ですか。 ※武道、日本旅行かどうかに関わらずお答えください。（いくつでも）
MA	Q14	あなたが、日本旅行で期待すること（やってみたい事）は何ですか。（いくつでも）

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q1 あなたは東京オリンピック種目にもなっている「柔道」「空手」を知っていますか。

Q2 日本には、「柔道」「空手」以外にも様々な武道があります。あなたが知っている武道をお選びください。

- ・「(種類問わず) 武道を知っている」94.4%、「知っている武道はない」5.6%となっており、武道に対する知名度の高さがわかる。
- ・全体では、「相撲」が86.0%で最も高く、次いで「柔道(80.3%)」「空手(79.4%)」である。
- ・「国別」では、「イギリス」で「剣道」が全体と比較して高い。

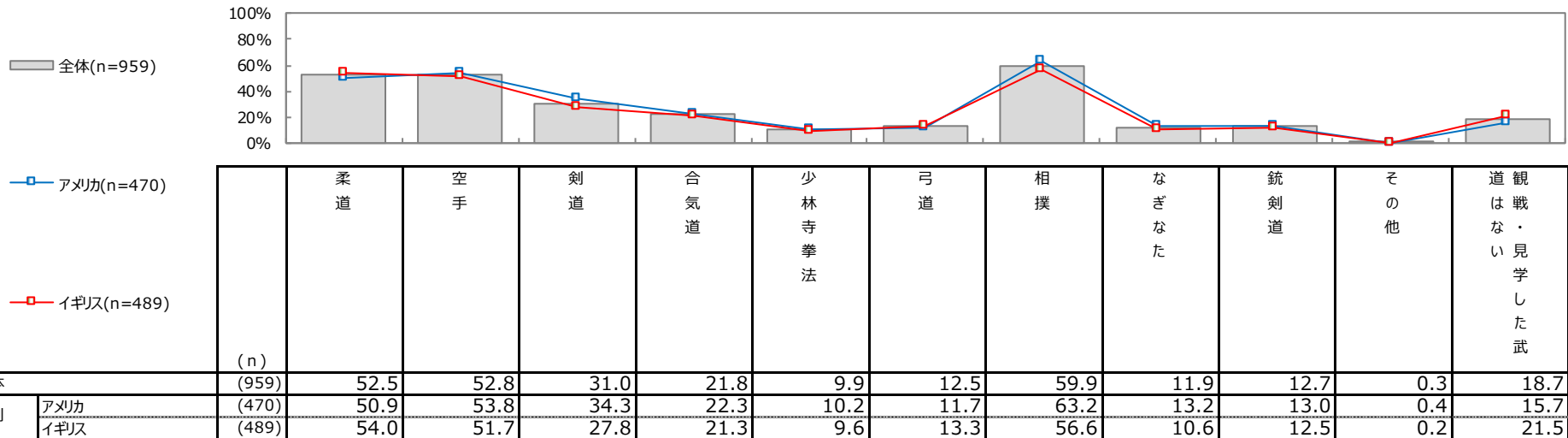


*赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q3.あなたが今までに、観戦や見学をした武道はありますか。(いくつでも)【MA】

- ・「(種類問わず) 観戦や見学をした武道がある」72.3%、「観戦・見学した武道はない」18.7%となっており、武道の観戦・見学の経験の高さがわかる。
- ・全体では、「相撲」が59.9%で最も高く、次いで「空手(52.8%)」「柔道(52.5%)」である。



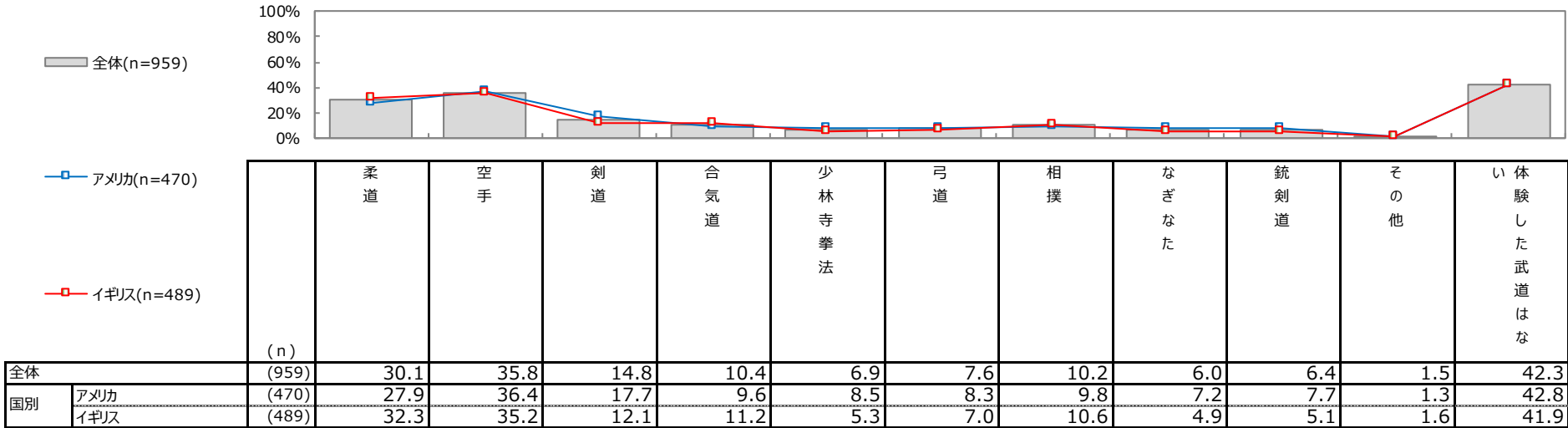
 は全体より10ポイント、は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、は全体より5ポイント以上低いセル

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q4.あなたが実際に体験をした武道はありますか。 ※恒常的に体験されているものも含めてお答えください。(いくつでも)【MA】

- ・「(種類問わず)体験した武道はある」58.7%、「体験した武道はない」42.3%となっており、武道を体験したことがある人の方が多い。
- ・全体では、「体験した武道はない」が42.3%で最も高く、次いで「空手(35.8%)」「柔道(30.1%)」である。



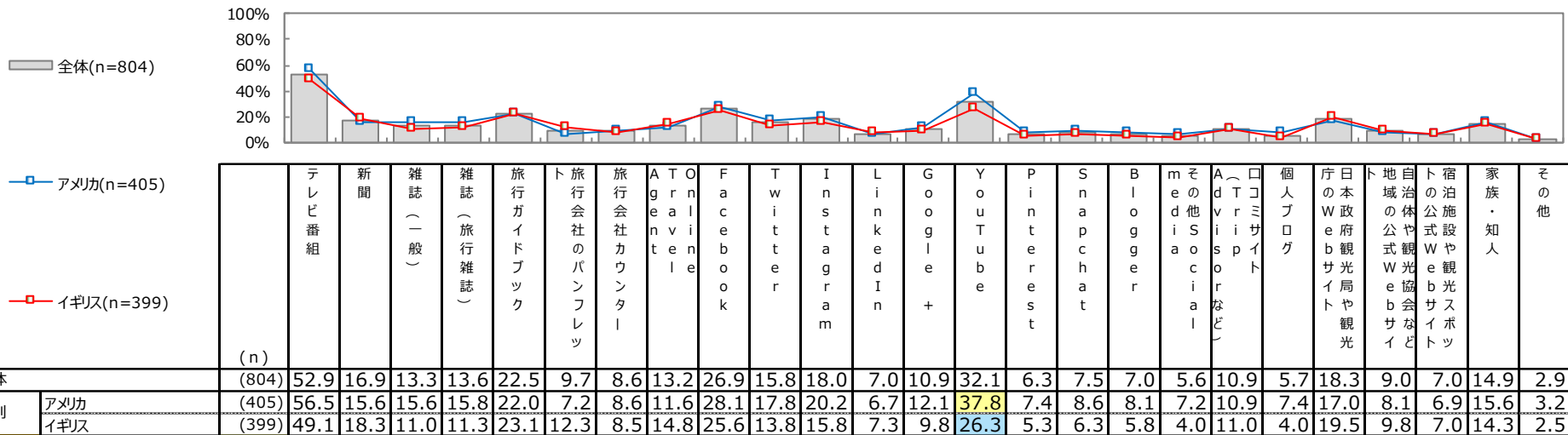
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上低いセル

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q6.あなたはその武道が観戦・見学・体験できることをどのように知りましたか。(いくつでも)【MA】

- ・全体では、「テレビ番組」が52.9%で最も高く、次いで「YouTube(32.1%)」「Facebook(26.9%)」である。
- ・「国別」では、「アメリカ」で「YouTube」が全体と比較して高い。



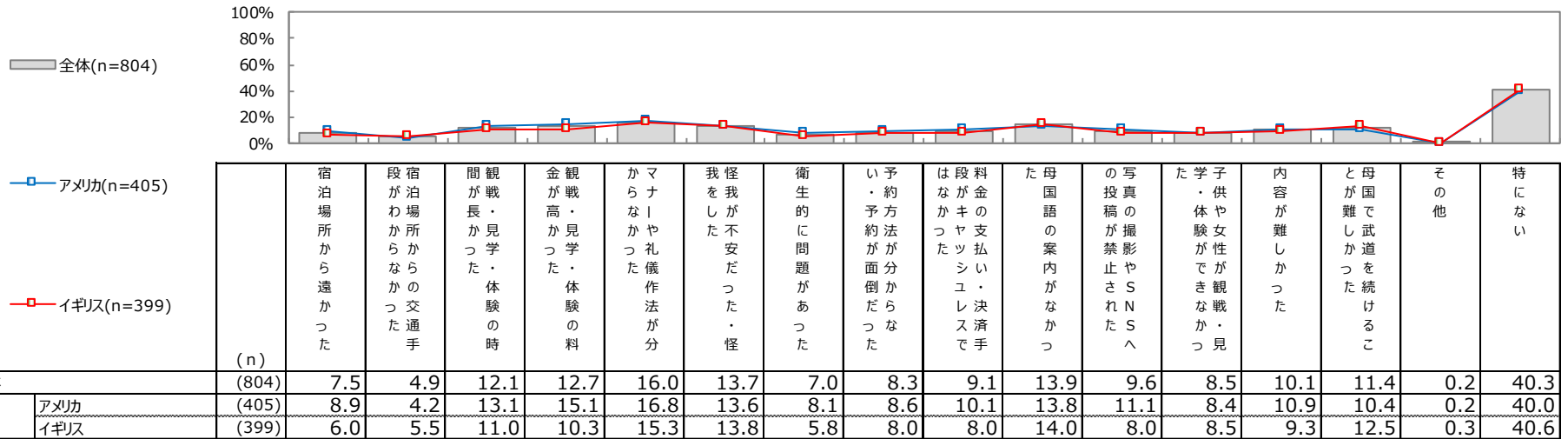
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上低いセル

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q7.あなたはその武道を観戦・見学・体験をしてみて、困ったことや問題点は何ですか。(いくつか)【MA】

・全体では、「特にない」が40.3%で最も高く、次いで「マナーや礼儀作法が分からなかった(16.0%)」「母国語の案内がなかった(13.9%)」である。



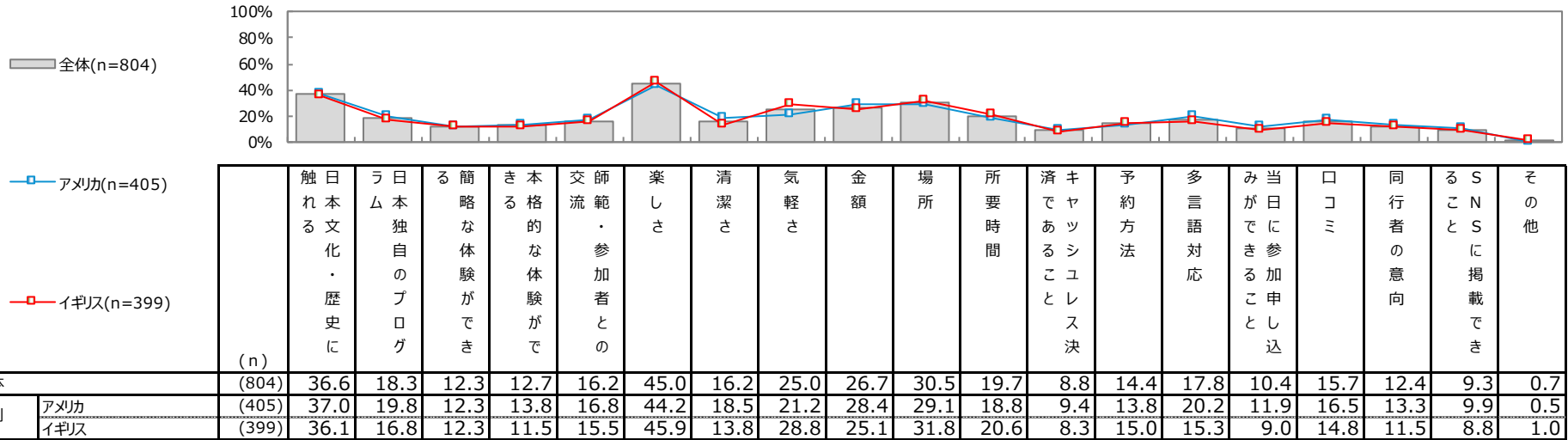
は全体より10ポイント、
は全体より5ポイント以上高いセル
は全体より10ポイント、
は全体より5ポイント以上低いセル

*赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q8.あなたがその武道を観戦・見学・体験する際に、重視するのは何ですか。（いくつでも）【MA】

・全体では、「楽しさ」が45.0%で最も高く、次いで「日本文化・歴史に触れる(36.6%)」「場所(30.5%)」である。



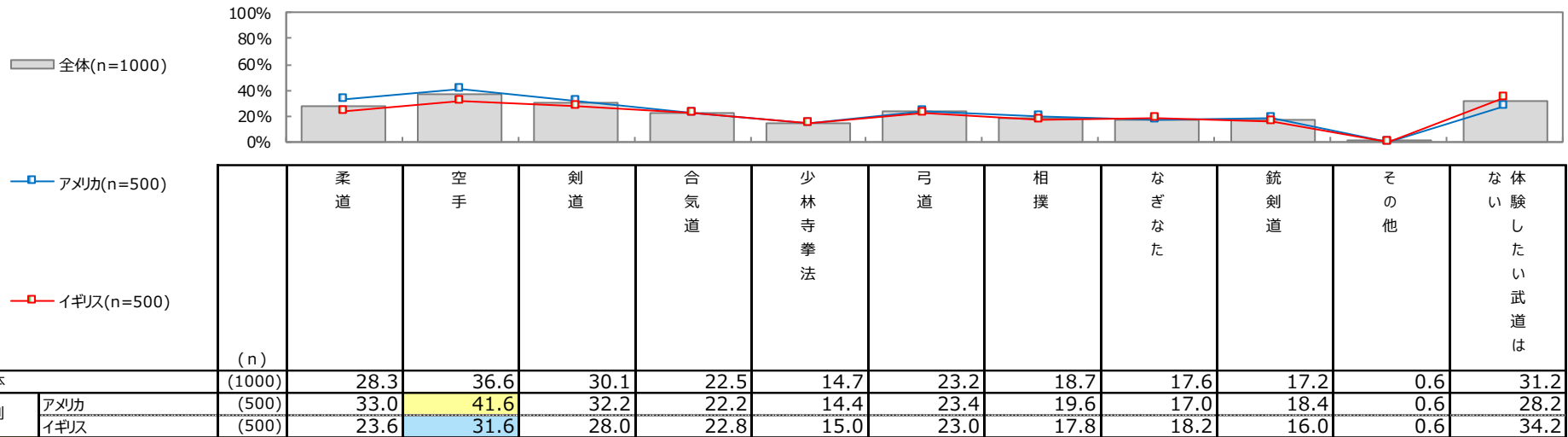
は全体より10ポイント、は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、は全体より5ポイント以上低いセル

*赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q9.日本には、体験できるさまざまな武道があります。今後あなたが体験をしたい武道はありますか。 ※観戦・見学したい武道も含めてお答えください。（いくつでも）【MA】

- ・「（種類問わず）体験したい武道がある」68.8%、「体験したい武道はない」31.2%となっており、体験したい割合の方が多い。
- ・全体では、「空手」が36.6%で最も高く、次いで「体験したい武道はない(31.2%)」「剣道(30.1%)」である。
- ・「国別」では、「アメリカ」で「空手」が全体と比較して高い。



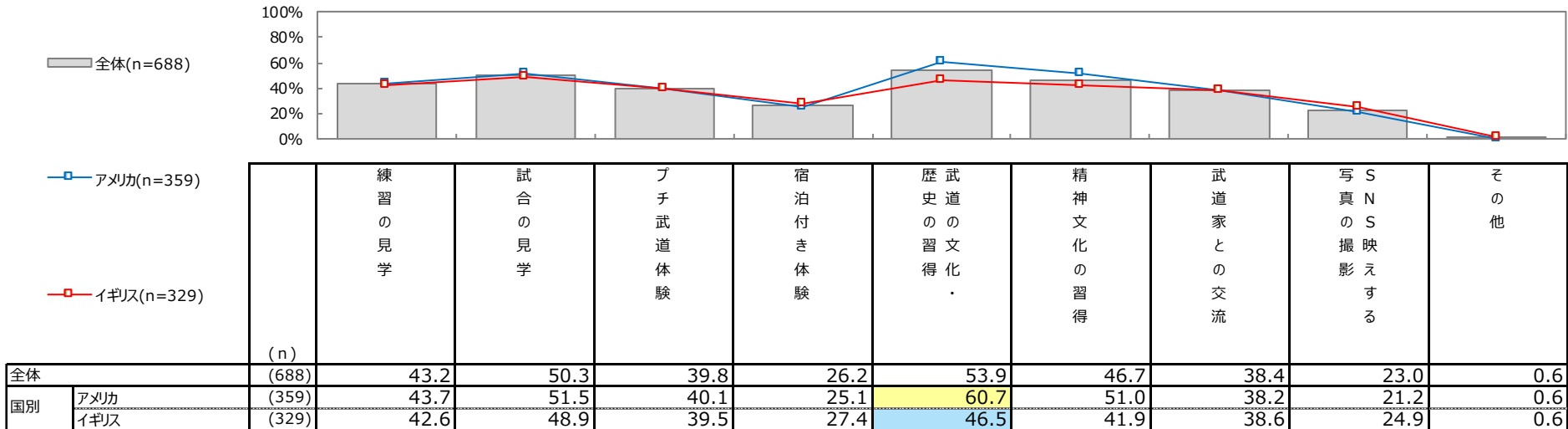
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上低いセル

*赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q10.あなたは武道体験について、どのような内容を期待しますか。(いくつでも)【MA】

- ・全体では、「武道の文化・歴史の習得」が53.9%で最も高く、次いで「試合の見学(50.3%)」「精神文化の習得(46.7%)」である。
- ・「国別」では、「アメリカ」で「武道の文化・歴史の習得」が全体と比較して高い。



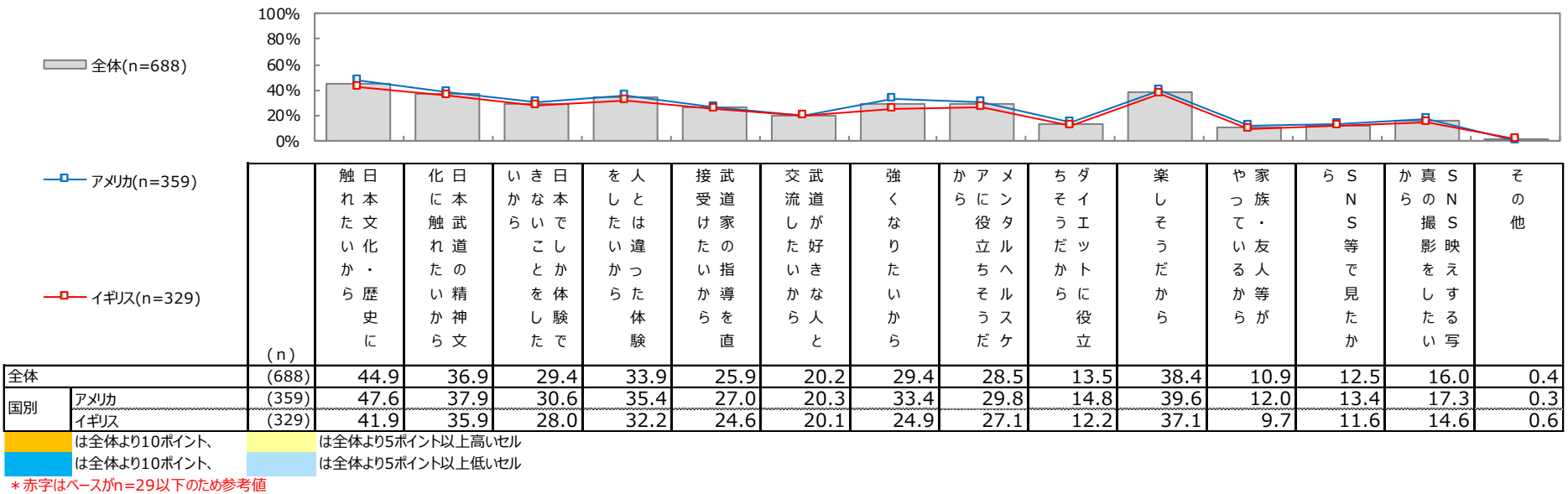
 は全体より10ポイント、は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、は全体より5ポイント以上低いセル

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q11.あなたが武道体験してみたい理由は何ですか。(いくつでも)【MA】

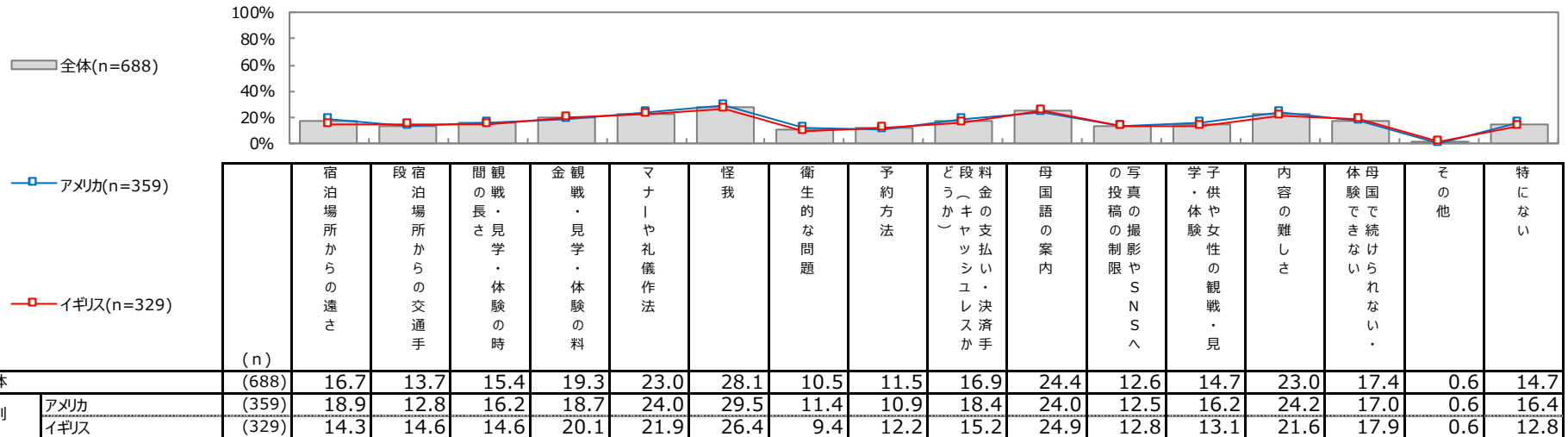
・全体では、「日本文化・歴史に触れたいから」が44.9%で最も高く、次いで「楽しそうだから(38.4%)」「日本武道の精神文化に触れたいから(36.9%)」である。



武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q12.あなたがその武道を体験するにあたって、不安に思うことは何ですか。(いくつかでも)【MA】

・全体では、「怪我」が28.1%で最も高く、次いで「母国語の案内(24.4%)」「マナーや礼儀作法(23.0%)」「内容の難しさ(23.0%)」である。



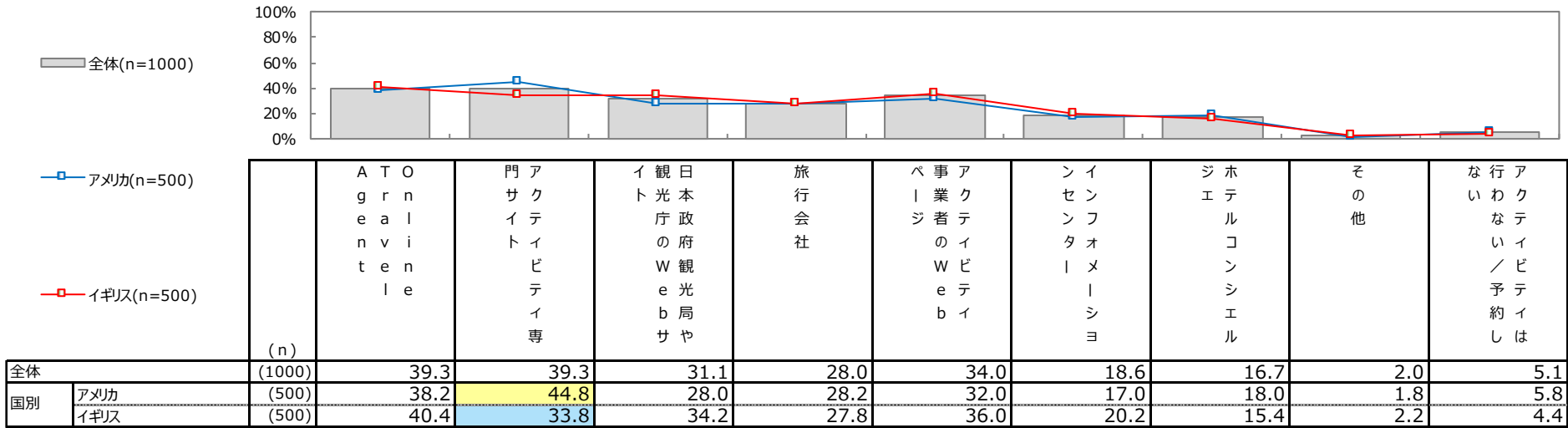
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上低いセル

*赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q13.あなたが、海外旅行先でのアクティビティを予約する際によく使う予約方法は何か。 ※武道、日本旅行かどうかに関わらずお答えください。（いくつでも）【MA】

- ・全体では、「Online Travel Agent」「アクティビティ専門サイト」が39.3%で最も高く、次いで「アクティビティ事業者のWebページ」が34.0%で続く。
- ・「国別」では、「アメリカ」で「アクティビティ専門サイト」が全体と比較して高い。



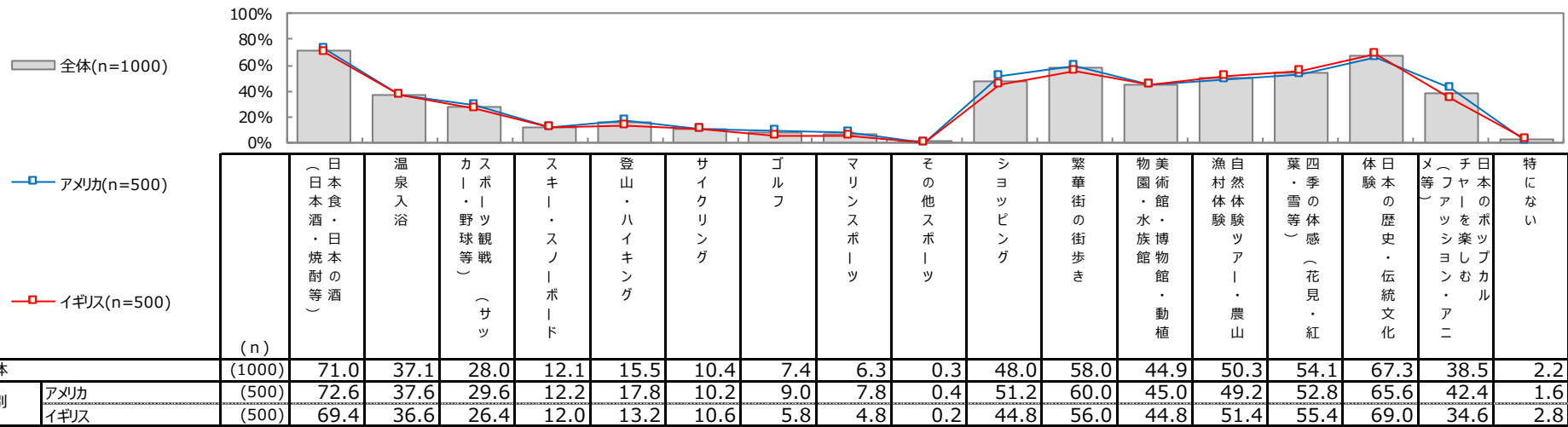
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上低いセル

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値

武道ツーリズムマーケティング調査資料

Q14.あなたが、日本旅行で期待すること（やってみたい事）は何ですか。（いくつでも）【MA】

・全体では、「日本食・日本の酒（日本酒・焼酎等）」が71.0%で最も高く、次いで「日本の歴史・伝統文化体験(67.3%)」「繁華街の街歩き(58.0%)」である。



 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上高いセル
 は全体より10ポイント、 は全体より5ポイント以上低いセル

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値