

【スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業（スポーツツーリズム需要拡大に向けた促進強化強化事業）】

## 事業内容5.武道ツーリズムへの興味関心に関する調査

2020年3月13日

株式会社 JTBCコミュニケーションデザイン

# 目次

■ 調査概要	2
■ 回答者プロフィール	4-5
■ 結果の要約	7
■ 調査結果詳細	9-18

# 調査概要

## 調査設計

調査手法	オンライン定量調査：スクリーニング調査及び本調査						
本調査対象者条件	<ul style="list-style-type: none"><li>20-69歳の男女</li><li>3年以内訪日経験者</li></ul>						
調査エリア	アメリカ・イギリス（全土）						
割付・サンプルサイズ		20代	30代	40代	50代	60代	性年代均等 各50サンプル 合計 500サンプル/国
	男性	50	50	50	50	50	
	女性	50	50	50	50	50	
実査期間	2020年1月						
実施機関	楽天インサイト株式会社						

# 回答者プロフィール

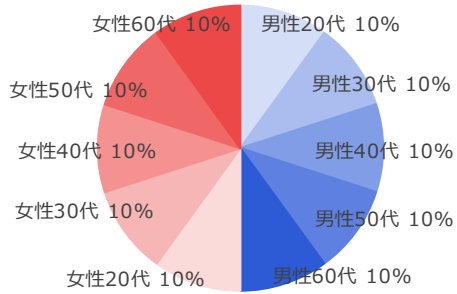
---

# 回答者プロフィール

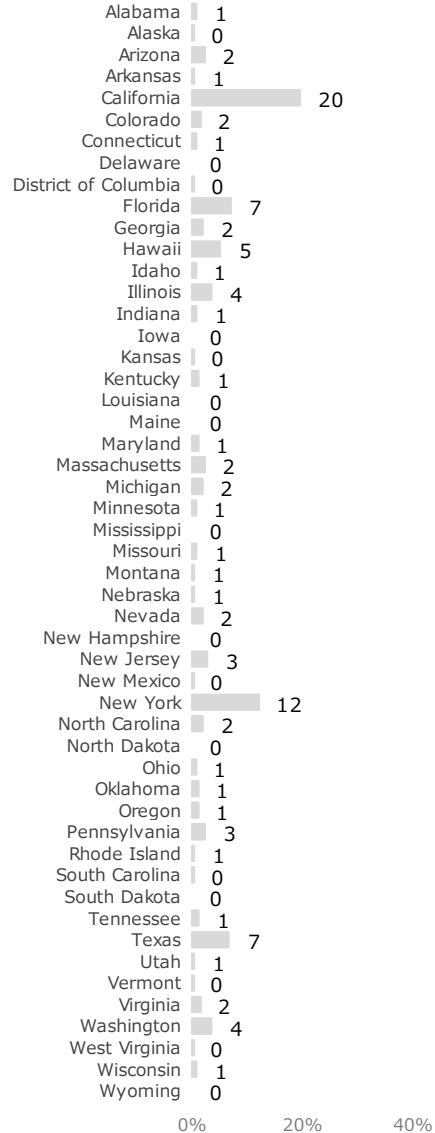
## アメリカ

### 性年代

※割付

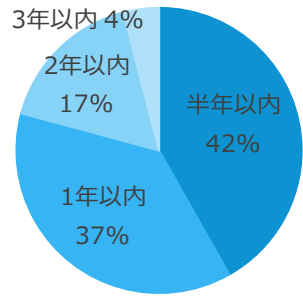


### 居住エリア



### 直近の日本旅行時期

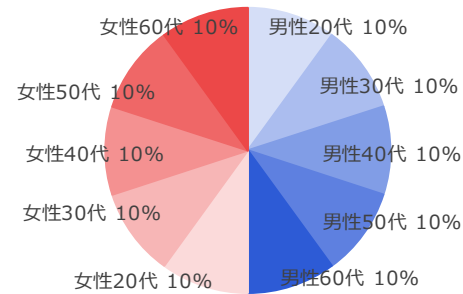
※調査対象は、3年以内



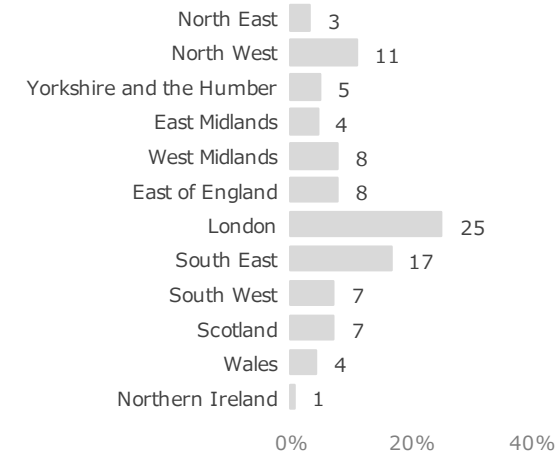
## イギリス

### 性年代

※割付

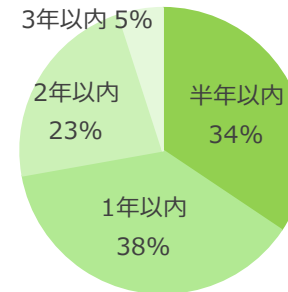


### 居住エリア



### 直近の日本旅行時期

※調査対象は、3年以内

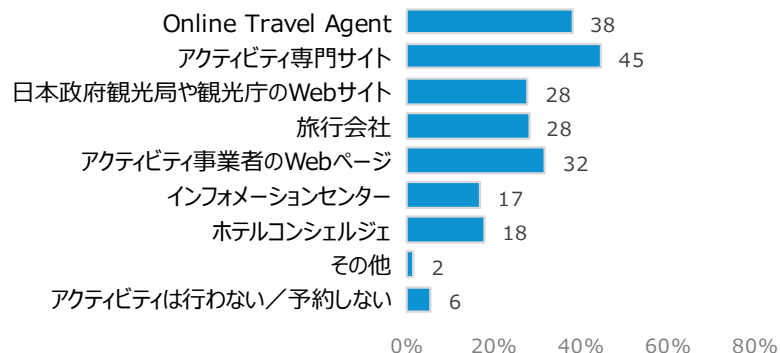


各国 n=500

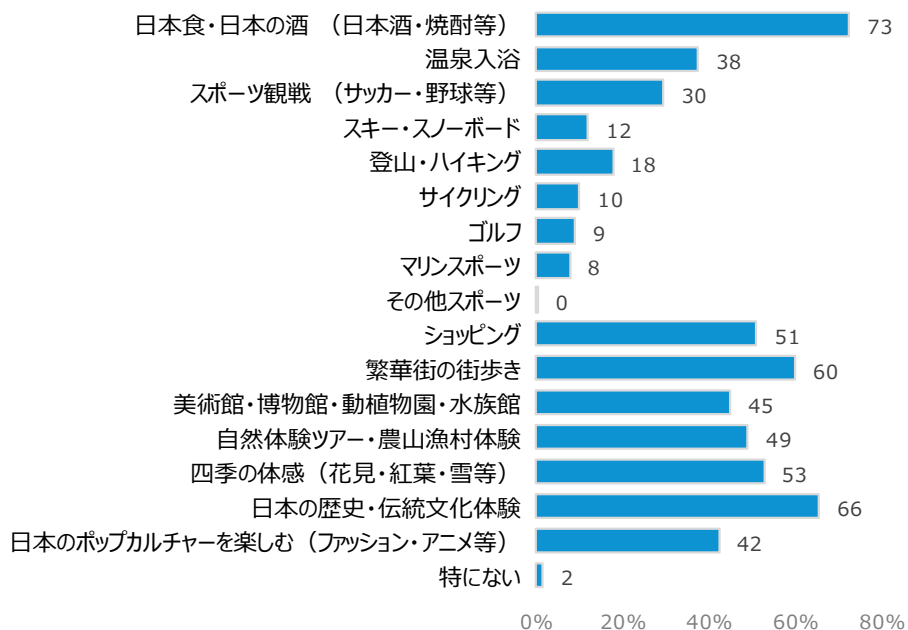
# 回答者プロフィール

## アメリカ

### 海外旅行でのアクティビティ予約方法

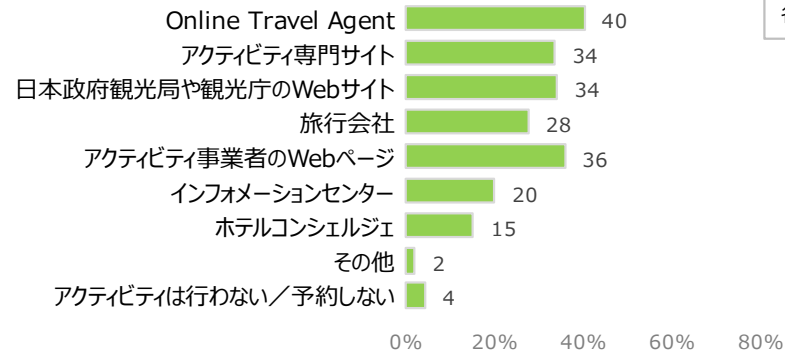


### 日本旅行で期待すること



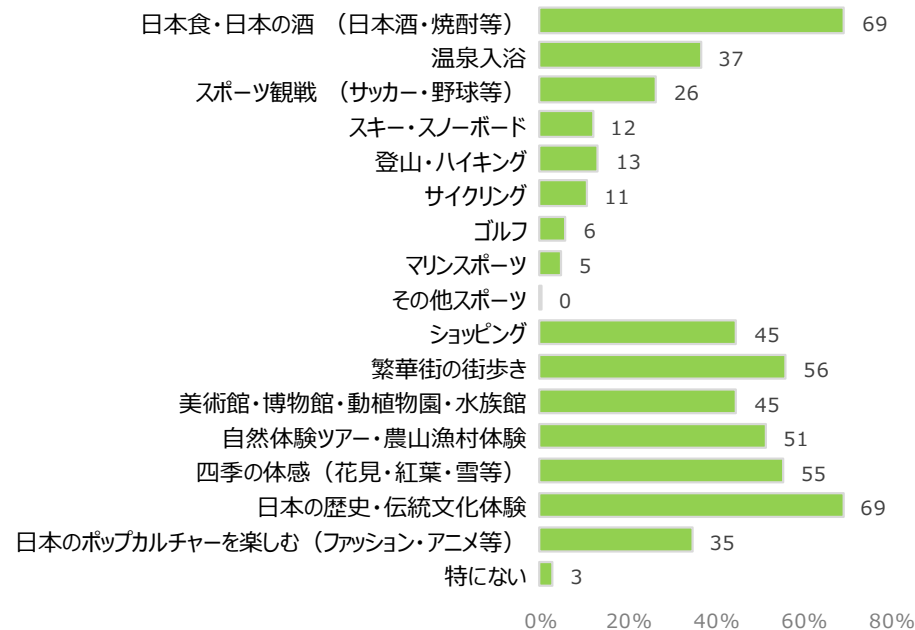
## イギリス

### 海外旅行でのアクティビティ予約方法



各国 n=500

### 日本旅行で期待すること



## 結果の要約

---

# 結果の要約

現状	認知見学体験	<ul style="list-style-type: none"><li>現状、認知や観戦・見学が高いのは相撲。ただし、実際の体験は低い。</li><li>相撲に次いで空手や柔道の認知や観戦・見学が高く、体験も他の武道に比べ高い。柔道・空手の体験経験者のうち、3-4割が1年以上の経験者。</li><li>若年層、特に男性の認知、見学、体験が高い。</li></ul>
	認知経路	<ul style="list-style-type: none"><li>武道の観戦・見学のみの方は、テレビ番組からの認知が60%と突出して高い。</li><li>体験者は、認知経路が幅広く、特にオンラインメディアを活用している様子がうかがえる。</li></ul>
	問題点重視点	<ul style="list-style-type: none"><li>マナーや礼儀作法が分からない、母国語の案内がない、怪我への不安、料金や時間などが武道の見学・体験の問題点として挙げられた。特に体験者では問題点が多い。</li><li>重視点は、楽しさや日本文化・歴史に触れることが高くなった。</li></ul>
今後	意向	<ul style="list-style-type: none"><li>空手が最も高く、次いで柔道や剣道、弓道や合気道となった。</li><li>若年層の男性、女性の順に体験意向が高い。</li></ul>
	期待不安	<ul style="list-style-type: none"><li>期待することは、文化・歴史の習得、次いで試合の見学となった。文化・歴史の習得は体験意向理由としても高い。</li><li>不安要素では、怪我、母国語の案内や内容の難しさ、マナーや礼儀作法などが挙げられた。</li></ul>

武道への関心が高いのは、若年層、特に男性が中心となり、彼らが活用しているオンラインメディアを通じての武道体験プロモーションが効果的と考えられる。また、試合見学や単純に体験を通して強くなる、といったことだけではなく、武道の日本文化・歴史に触れることへの期待が高いため、体験と併せて学べるようなコンテンツが望ましい。一方で、楽しさや、SNS映えする写真、人と違った体験も挙がっており、気軽に武道に触れてもらうため、問題・懸念点として挙げられていた怪我などに対する対策やマナーなどの母国語での案内も必要と考えられる。

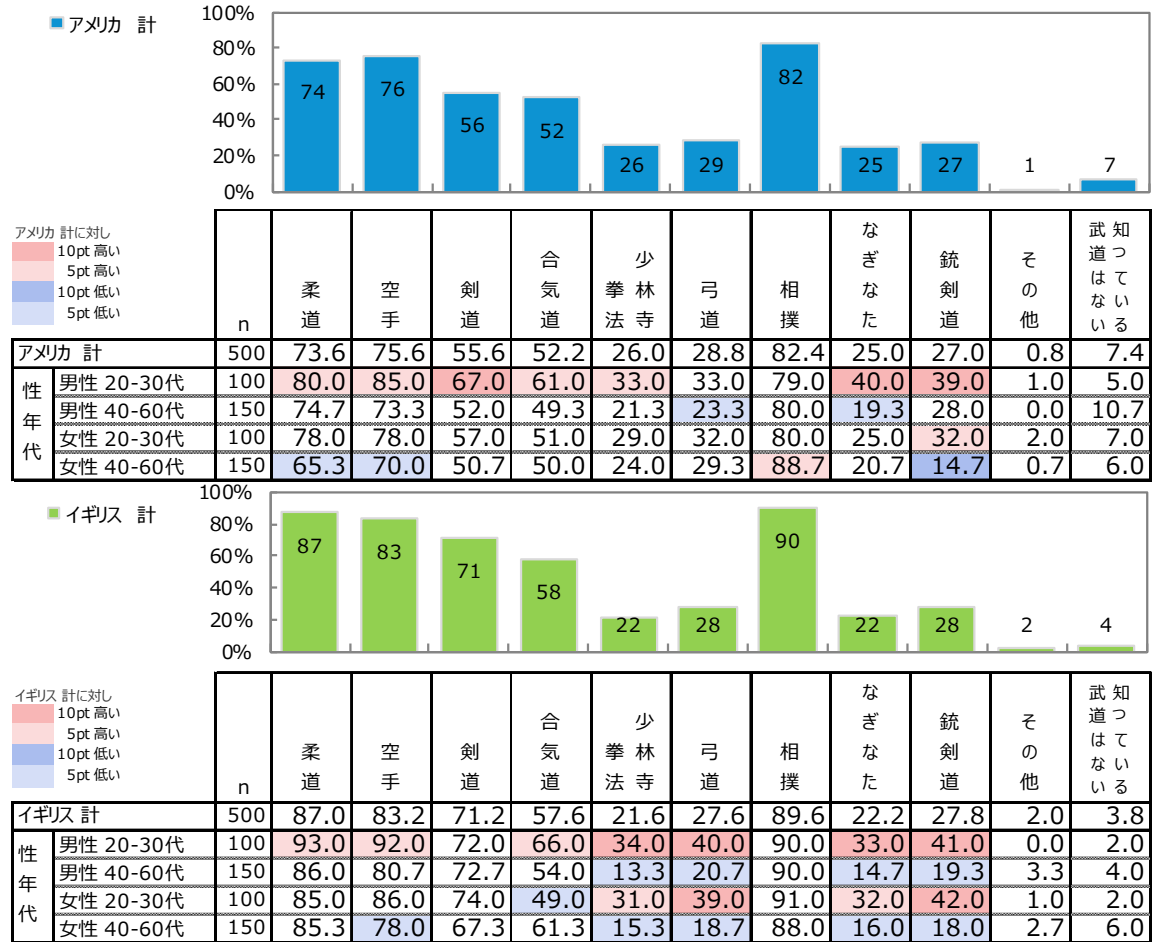
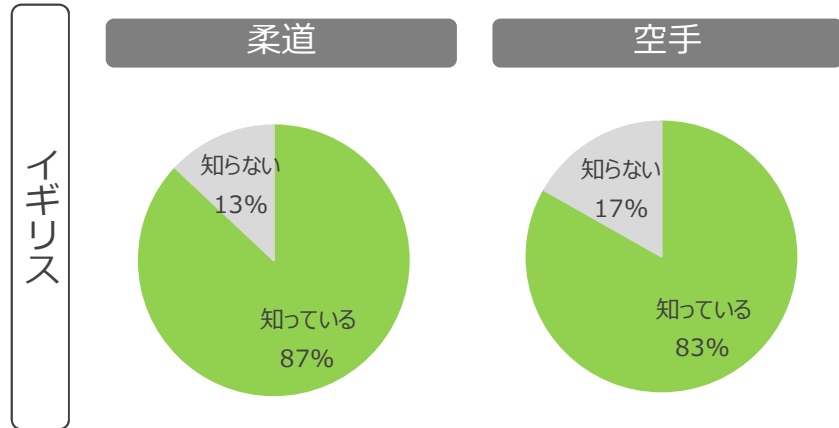
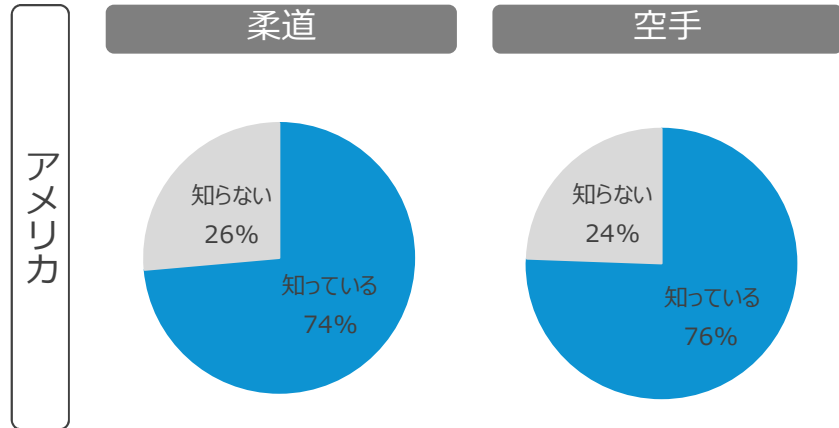


## 調査結果詳細

---

# 武道認知

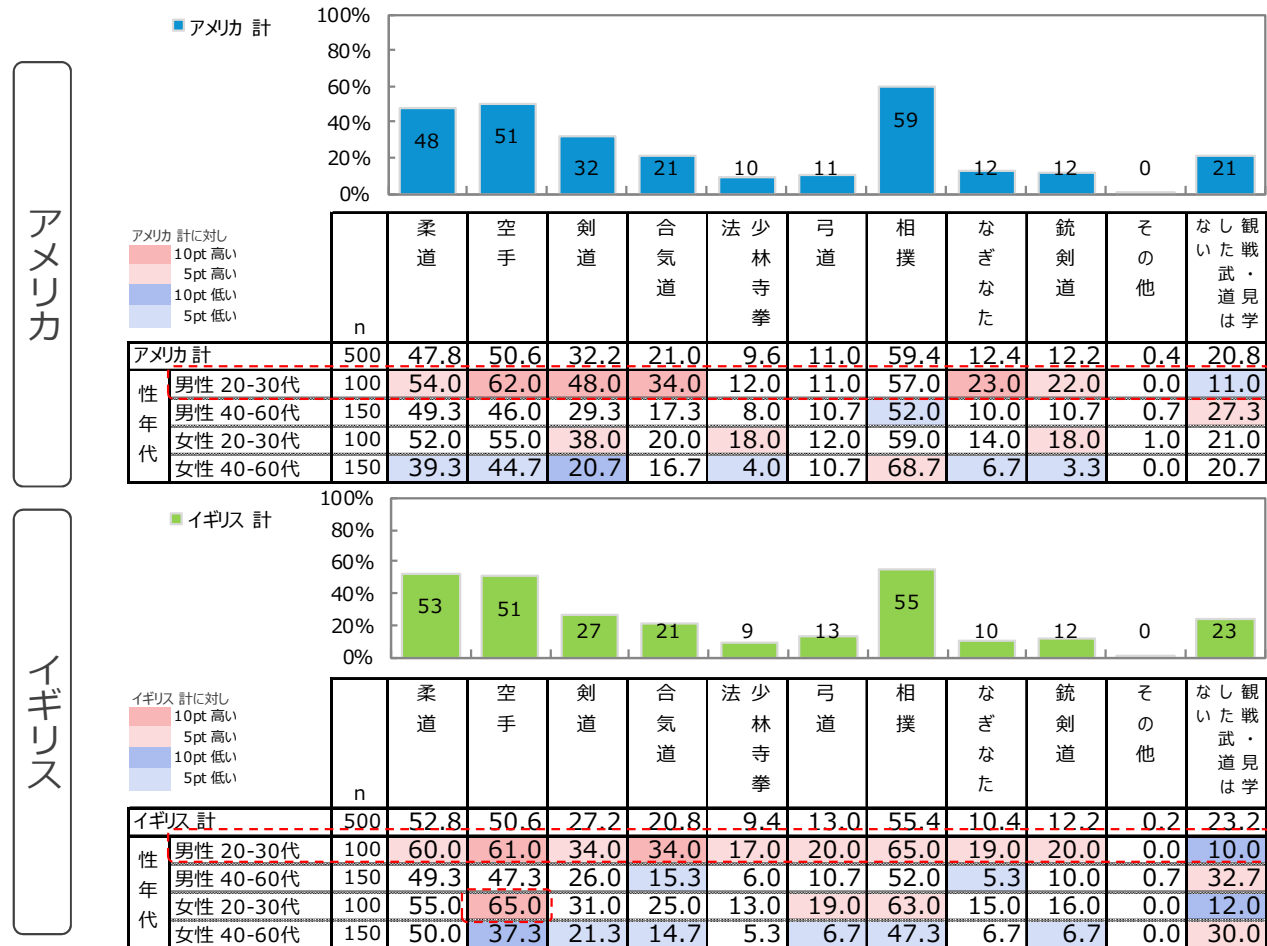
- アメリカで柔道を認知している方は74%、空手は76%、イギリスでは柔道が87%、空手が83%となった。
- その他の武道では、2カ国ともに相撲が最も高く、アメリカで82%、イギリスは90%に上った。剣道や合気道は柔道・空手よりもやや認知が低く、その他の武道は、20%台の認知となった。
- 2カ国ともに若年層、特に男性で認知の高い武道が多い。



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。【各SA】 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。【MA】

# 武道観戦・見学経験

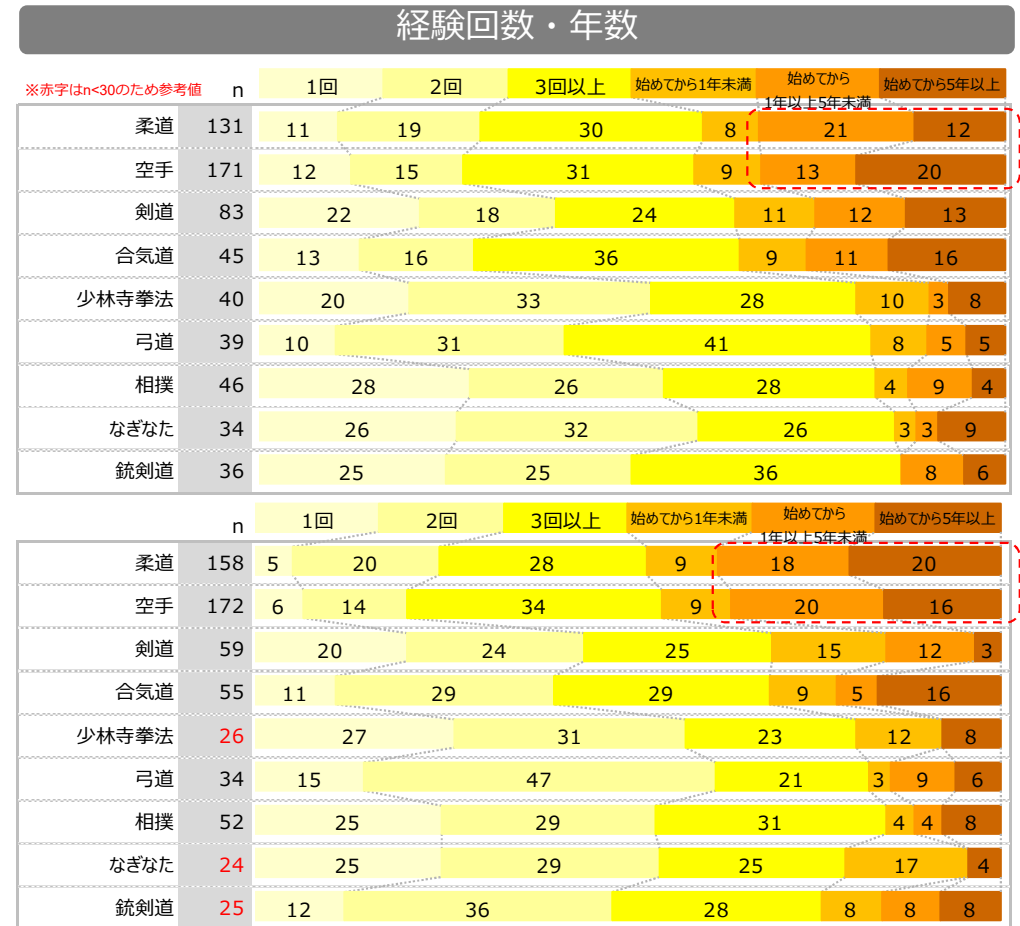
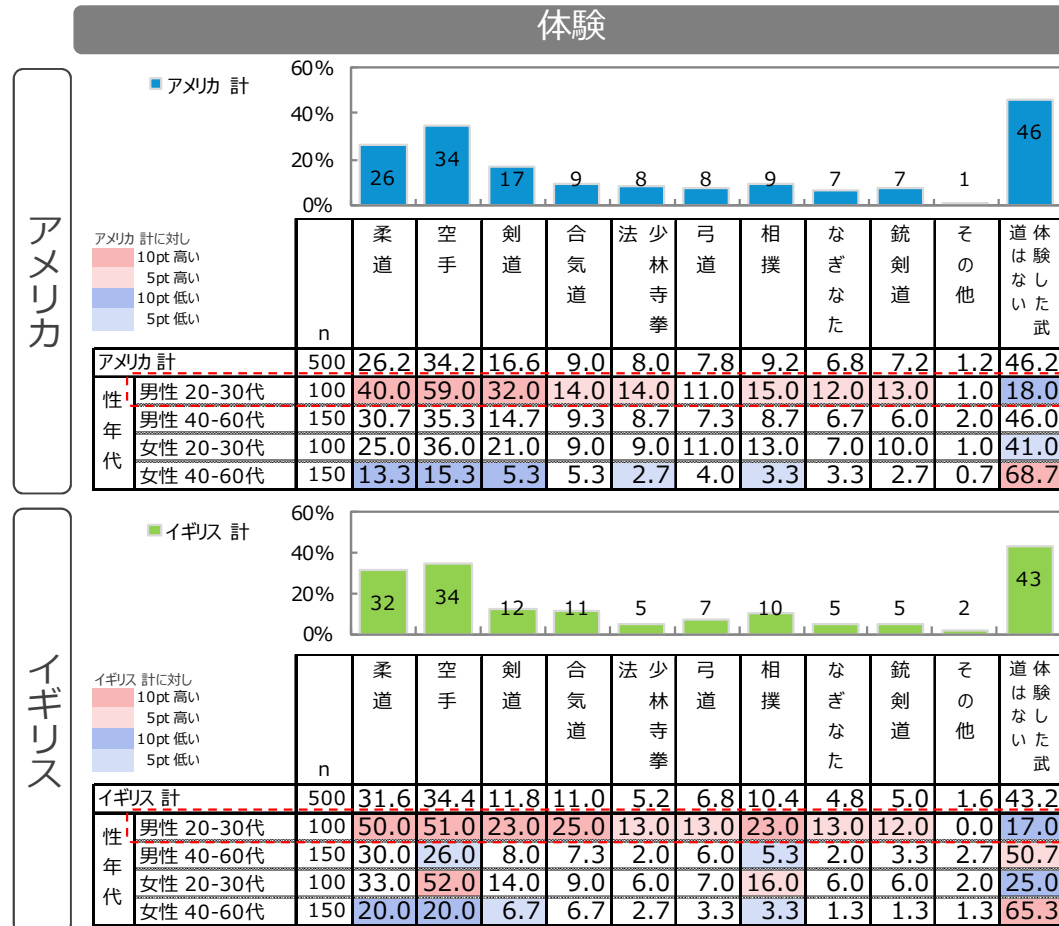
- 武道の観戦や見学経験では、2カ国ともに相撲が最も高く、アメリカでは59%、イギリスでは55%となった。柔道や空手が50%前後とそれに続く。
- 2カ国ともに、多くの武道で男性20-30代の観戦・見学経験が高くなった。イギリスでは、女性の20-30代の空手の観戦・見学経験が他の性年代に比べ高い。



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。【MA】

# 武道体験・経験回数

- 実際に体験した武道がある方は2カ国ともに6割程度で、空手が最も多く34%となった。次いで柔道がアメリカ26%、イギリス32%となった。他の武道は10%前後に留まる。観戦・見学同様に、男性20-30代が他の性年代に比べ高く、イギリスでは、女性の20-30代の空手が高くなった。
- 経験回数・年数では、多くの武道で7~8割の方が数回の経験のみとなったが、柔道や空手では3~4割の方が1年以上の経験があった。

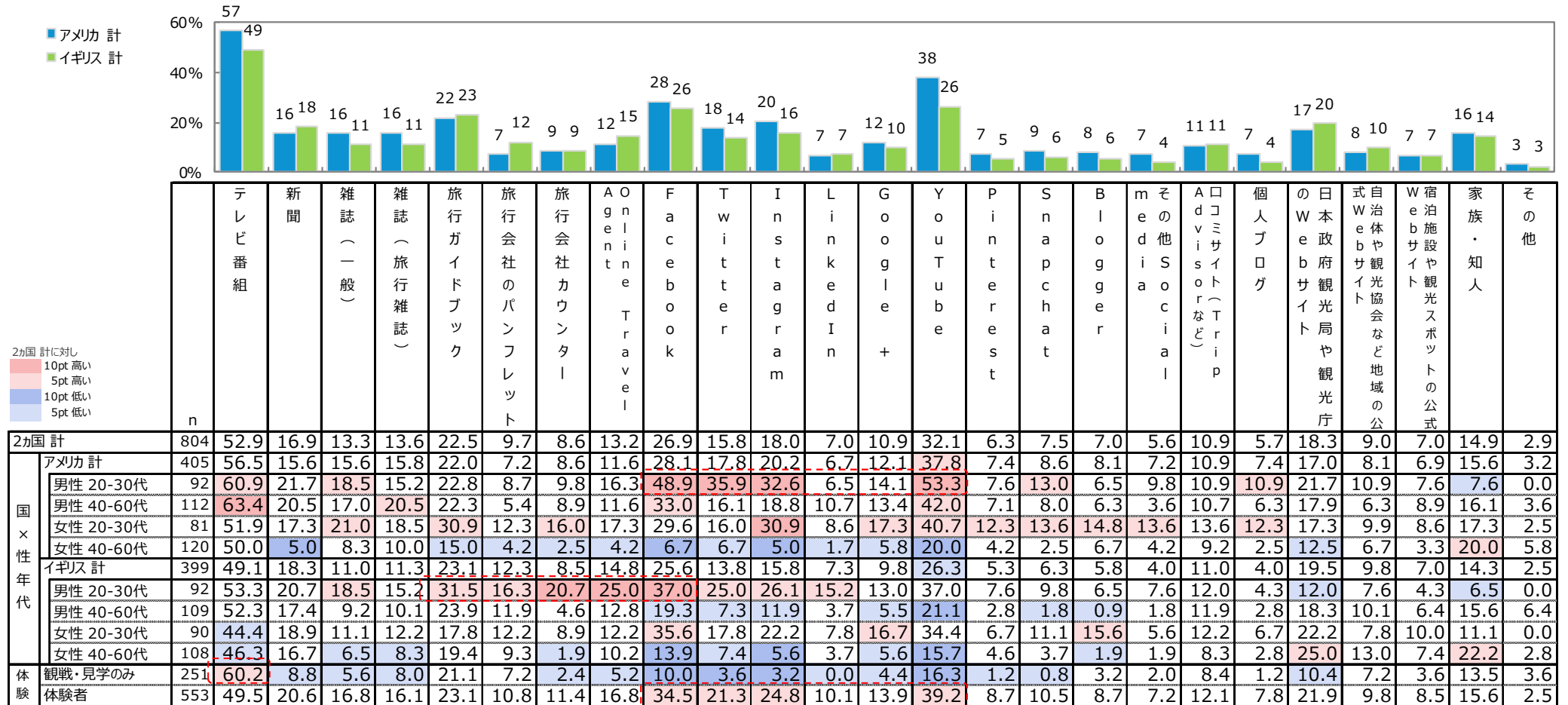


Q4.あなたが実際に体験をした武道はありますか。 ※恒常的に体験されているものも含めてお答えください。【MA】

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。【各SA】 ※体験した武道のみ

# 武道観戦・見学・体験 認知経路

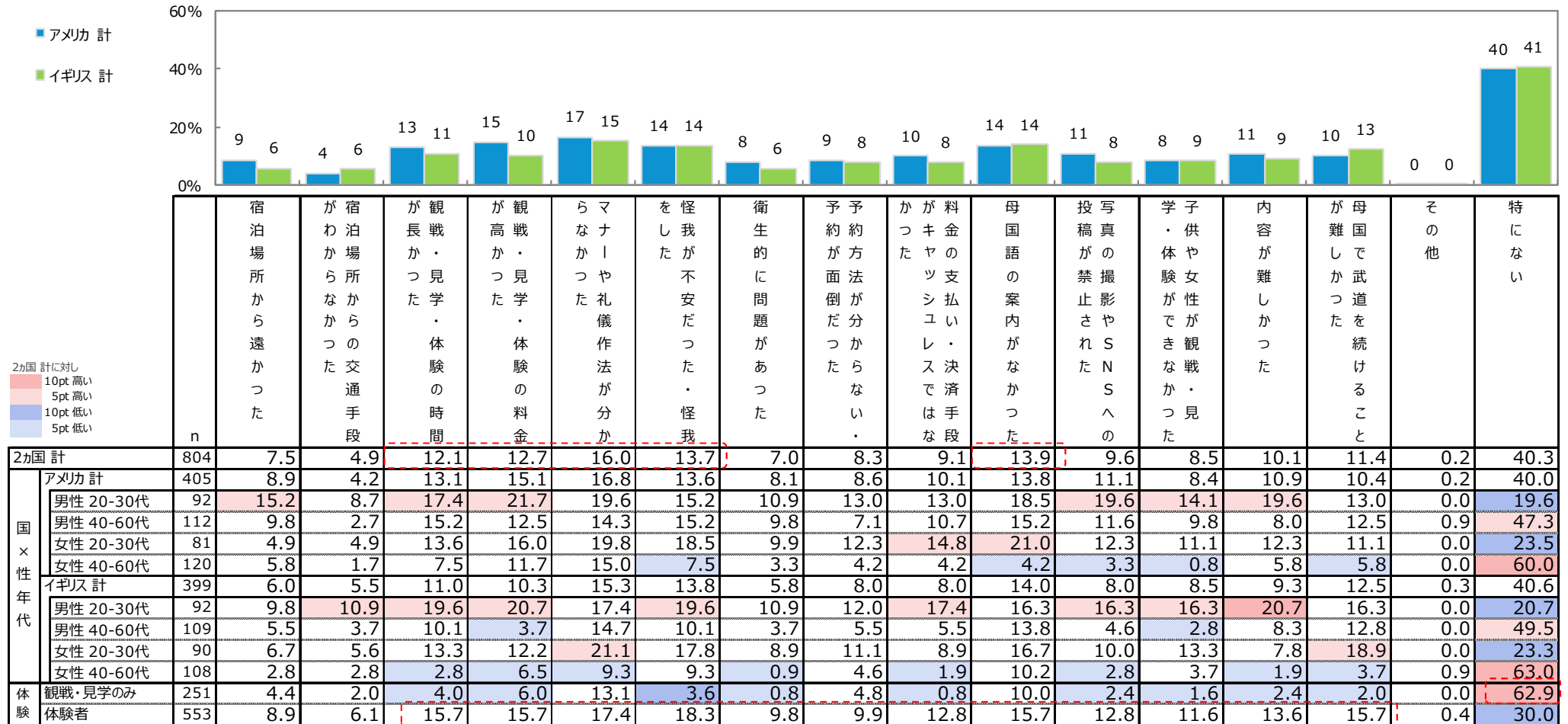
- 武道の観戦・見学・体験の認知経路は、2カ国ともテレビ番組が最も高く、次いでYouTube、Facebookのオンラインメディアが続いた。
- 男性20-30代は2カ国ともに認知経路が他の性年代に比べて高いが、アメリカではオンラインメディア、イギリスでは旅行ガイドブックや旅行会社からの認知が高い傾向にある。また、観戦・見学のみの方はテレビ番組からの認知が60%と突出して高い。体験者は認知経路が幅広いが、特にYouTubeやFacebookなどのオンラインメディアが高い。



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。【MA】 ※観戦・見学・体験者のみ

# 武道観戦・見学・体験 問題点

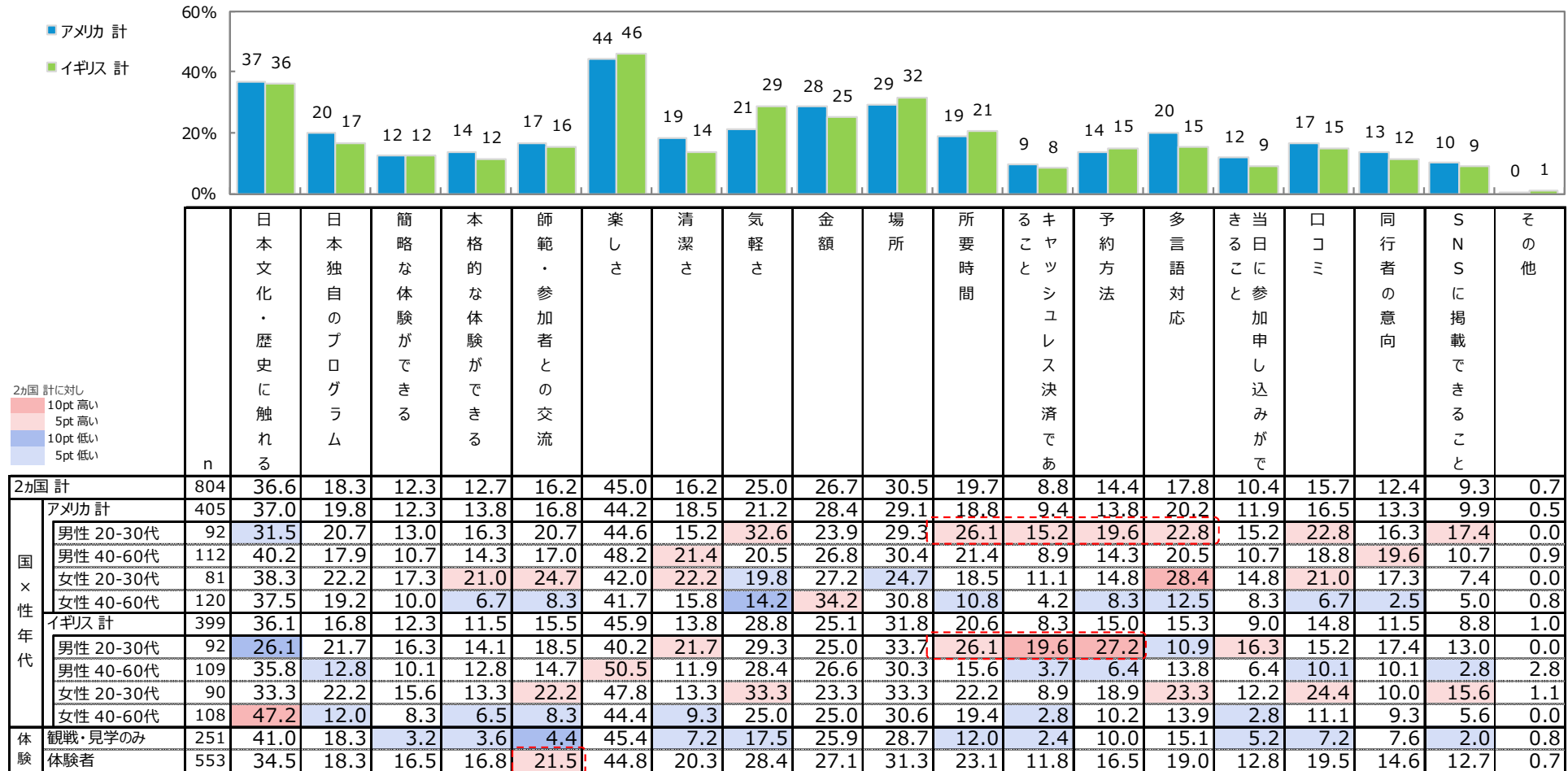
- 武道の観戦・見学・体験時の問題点としては、2カ国ともにマナーや礼儀作法が分からない、母国語の案内がない、怪我への不安、料金の高さ、時間の長さ等が挙げられた。
- 観戦・見学のみの方は問題点が特にないと答えた方が6割以上となったが、体験者では様々な問題点が挙げられている。



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。【MA】 ※観戦・見学・体験者のみ

# 武道観戦・見学・体験 重視点

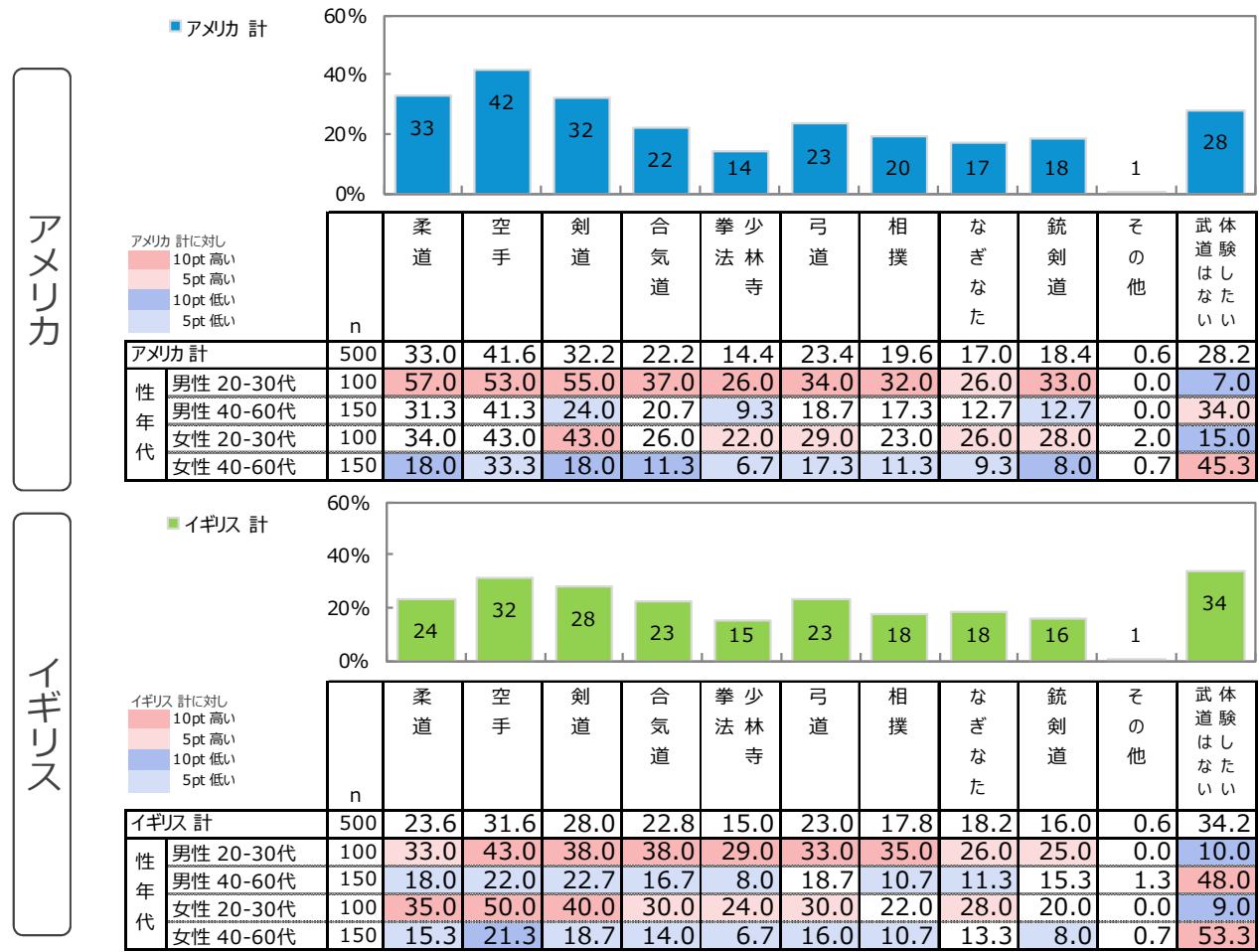
- 武道の観戦・見学・体験における重視点では、2カ国ともに「楽しさ」、次いで「日本文化・歴史に触れる」ことが高くなった。
- 男性20-30代では、キャッシュレス決済や予約方法など、利便性に関することが他の年代に比べて高い。
- 体験者では、師範・参加者との交流が、観戦・見学のみの方に比べ高くなった。



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。【MA】 ※観戦・見学・体験者のみ

# 武道 体験意向

- 武道の体験意向では、2カ国ともに空手が最も高く、アメリカでは42%、イギリスでは32%の意向となった。
- アメリカでは、空手に次いで柔道や剣道が30%程度、弓道と合気道が20%程度と続く。イギリスも同様な傾向だが各武道のスコアの差は少ない。
- アメリカは男性20-30代、次いで女性20-30代の体験意向が高い。イギリスは男女ともに20-30代が高い。

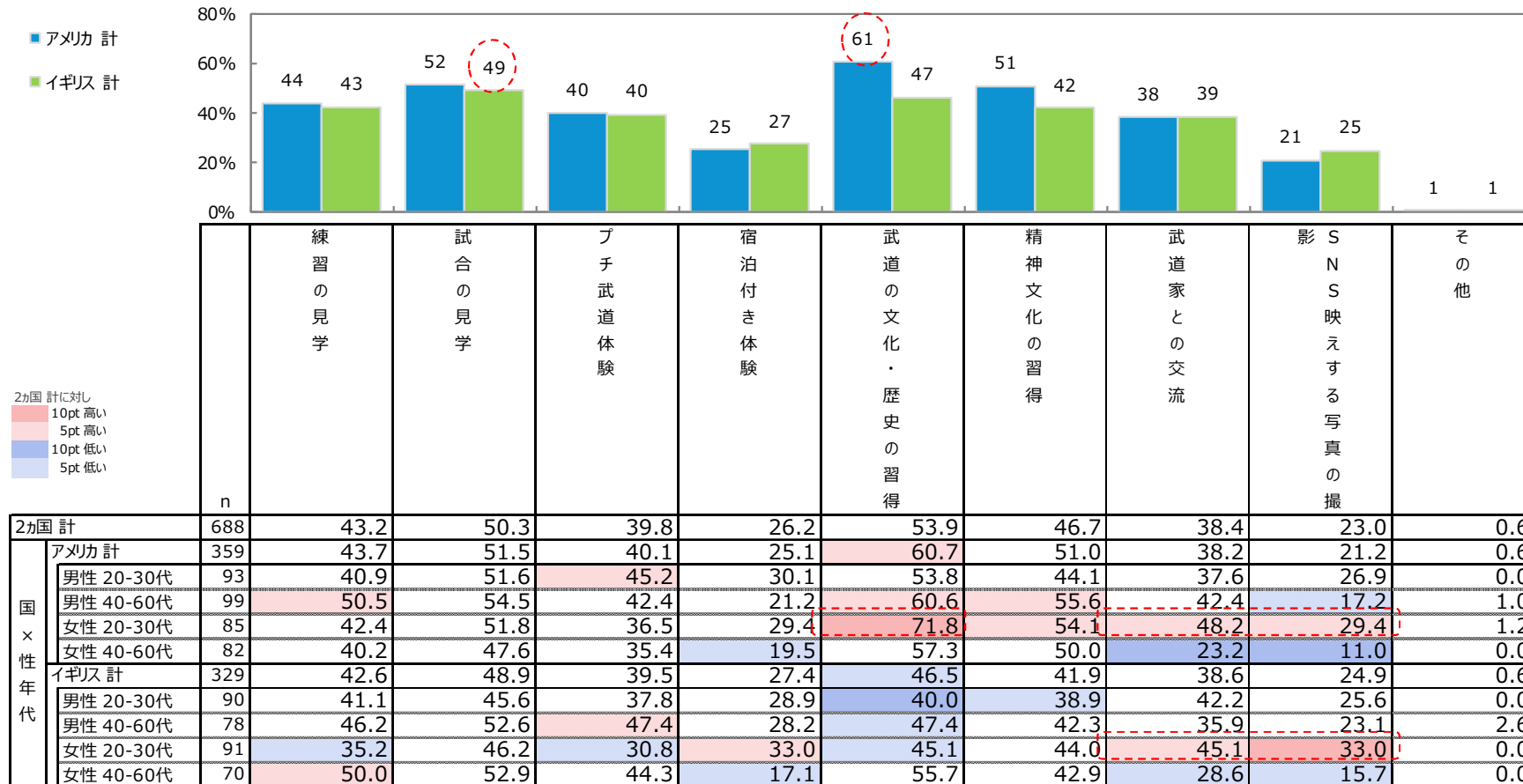


Q9.日本には、体験できるさまざまな武道があります。今後あなたが体験をしたい武道はありますか。 ※観戦・見学したい武道も含めてお答えください。【MA】



# 武道体験 期待すること

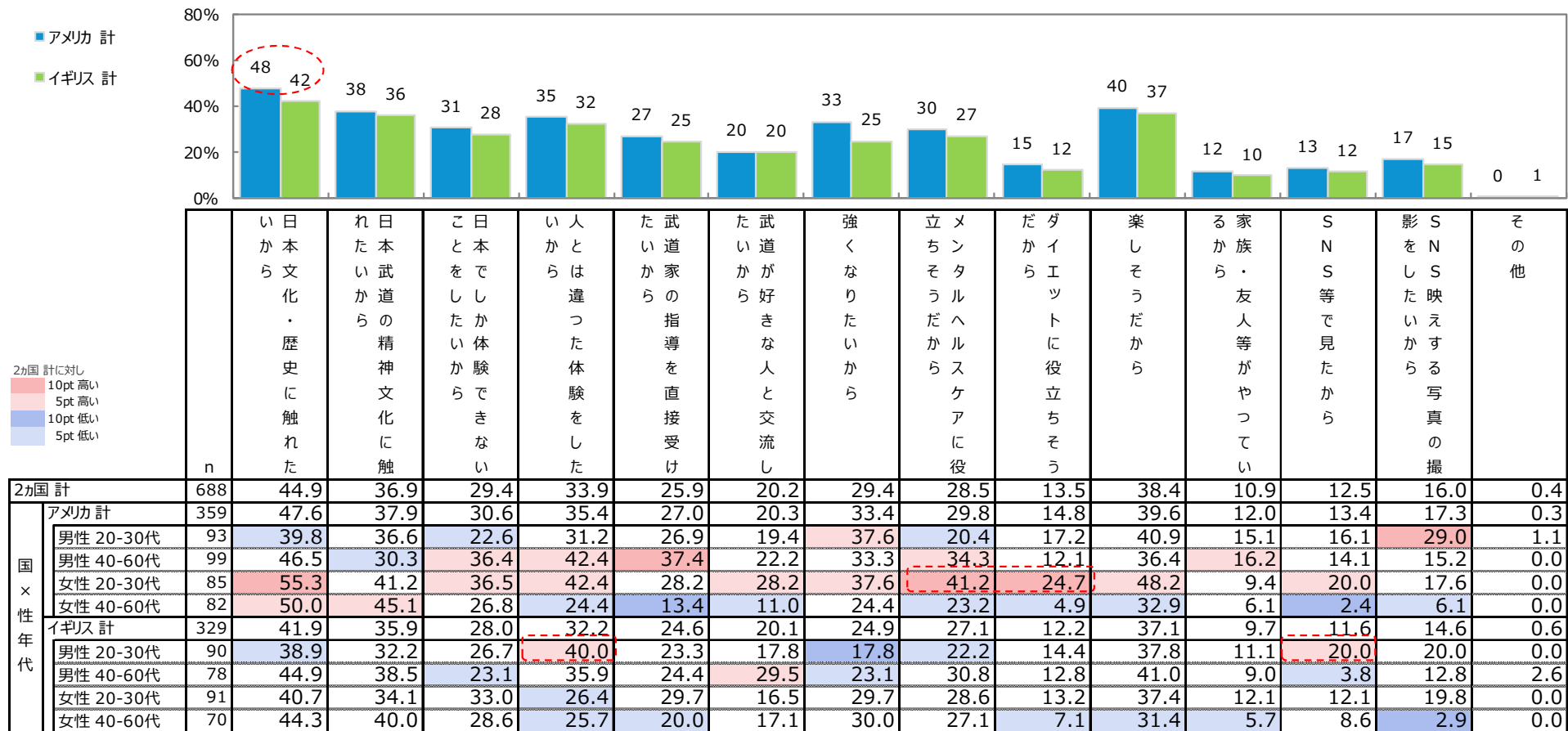
- 武道体験に期待することは、アメリカで武道の文化・歴史の習得が最も高く61%となった。特に女性20-30代で高い。次いで試合の見学、精神文化の取得となった。
- イギリスでは、試合の見学が49%と最も高く、次いで武道の文化・歴史の習得（47%）となった。
- 女性20-30代では、2カ国ともに武道家との交流やSNS映えする写真の撮影が他の性年代に比べ高くなった。



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。【MA】 ※体験意向者のみ

# 武道体験 意向理由

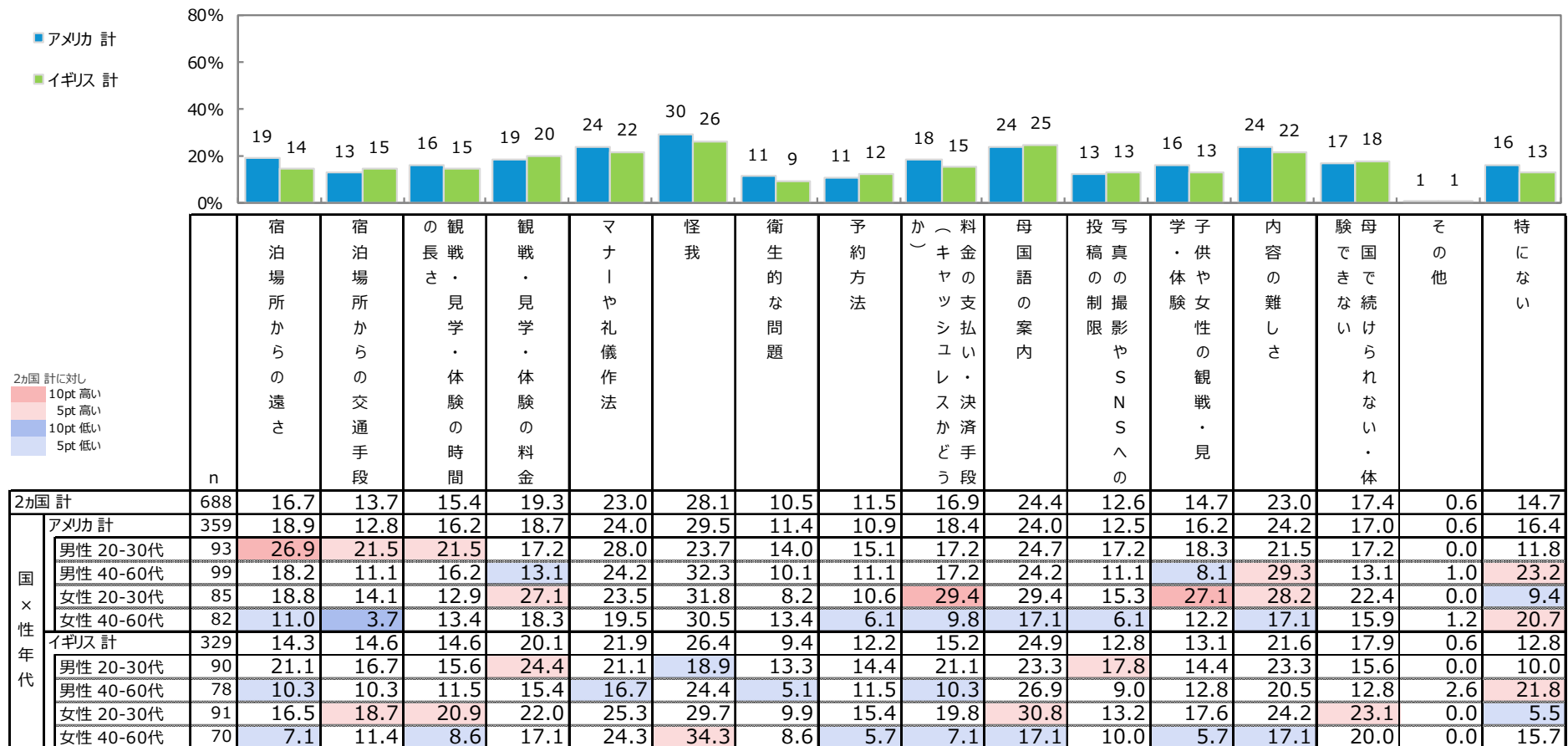
- 武道体験をしたい理由では、2カ国ともに日本文化・歴史に触れたいからが最も高くなった。次いで楽しそうだからが続く。
- アメリカの女性20-30代では、メンタルヘルスケアやダイエットに役立つが他の性年代よりも高い。
- イギリスの男性20-30代では、人と違った経験をしたい、SNSで見たからが他の年代に比べ高い。



Q11.あなたが武道体験をしてみたい理由は何ですか。【MA】 ※体験意向者のみ

# 武道体験 不安要素

- 武道体験の不安要素では、2カ国ともに怪我が最も高くなった。次いで母国語の案内や内容の難しさ、マナーや礼儀作法などが20%程度挙がった。



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。【MA】 ※体験意向者のみ

# Appendix : 調査項目・提示画像

設問番号	設問形式	項目
SC1	SA	性別
SC2	FA	年齢
SC3	SA	居住地域
SC4	MA	海外旅行経験国・地域
SC5	SA	日本渡航時期
Q1	SAMT	柔道・空手認知（オリンピック種目）
Q2	MA	武道認知
Q3	MA	観戦・見学経験
Q4	MA	体験経験
Q5	SAMT	経験回数/年数
Q6	MA	武道コンテンツ認知経路
Q7	MA	武道コンテンツ困ったこと
Q8	MA	武道コンテンツ重視点
Q9	MA	武道体験意向
Q10	MA	期待する内容
Q11	MA	体験してみたい理由
Q12	MA	不安点
Q13	MA	海外旅行アクティビティ予約方法
Q14	MA	日本旅行への期待

提示画像		
		
柔道	空手	剣道
		
合気道	少林寺拳法	弓道
		
相撲	なぎなた	銃剣道

## 総括

### 【プロモーションについて】

- ・テレビ番組の認知率が60%と高く影響力が大きい。
- ・マスコミなどの目に留まるようオンラインにて適宜情報を世界に向け発信をし続けることが現状望ましい。
- ・SNSやインスタグラムなどのSNS映えする武道の風景写真や人物像などのムーブメント創出を心掛ける必要がある。

### 【受け入れ調査について】

- ・訪日旅行者は言葉やマナー、礼儀作法に対して大きな不安を持っているため良質なコミュニケーションをはかる必要がある。
- ・外国人目線に立った体験マニュアルや分かりやすい外国語パンフ作成などをしていく必要がある。
- ・武道が持つストーリー性のあるオリジナルの体験プログラムなども併せて用意しモノとコト体験が相乗効果を生み日本ならではのコンテンツとして確立をする必要がある。

### 【今後について】

日本の歴史・文化に高い関心を持っている者であるため武道ツーリズム体験を取り巻く周辺環境にも整備等をする必要がありガイドによる武道の歴史解説や観光体験商品などを提供し自国に戻ったあとに武道体験を周りに伝えたいとなるような仕掛け、ファン層拡大の工夫が必要である。