

SRC 自主調査の調査結果について

2022 第二回在留外国人総合調査 「在留外国人の余暇活動について」

■ 趣旨

- わが国では、在留外国人の受け入れに関して、出入国管理法が2018年12月に改正され、2019年4月から施行されています。この改正法は、在留資格「特定技能1号」「特定技能2号」の創設等を主とするもので、これにより多くの外国人の方と一緒に居住し、働く環境が整備されていくこととなります。一方で、こうした外国人を受け入れる「受入準備」や「人権意識」「多文化共生意識」等、課題を抱えています。また、外国人側も「日本の規範意識」「教育、言語、雇用、医療・保健・福祉、災害」等の知識も不足しているのが現状です。
- わが社では、これまで多くの自治体での「健康・介護・福祉・共生・観光・防災・教育」等の計画策定に携わっています。また、SDGsの理念の元、持続可能な社会を目指して、取り組む事業にもこれらの視点を含めています。こうした現状の中で、今後、生活を共にしていく「在留外国人」を対象とした総合的な調査を行うこととし、**2020年3月「第一回 在留外国人総合調査」**に引き続き、時系列調査として**2022年2月「第二回 在留外国人総合調査」**を実施いたしました。
- 今回は「在留外国人総合調査」の内、「余暇活動について」公表いたします。

■ 実施体制

- 調査主体 株式会社サーベイリサーチセンター
<https://www.surece.co.jp/contact/>
 SRC 情報総研

■ 調査実施概要

- 地域調査 全国
 但し、居住地は登録モニターの居住地に準じた。
- 調査方法 インターネット調査（インターネットリサーチモニターに対するクローズド調査）
- 調査対象 20歳以上男女モニター
 ※モニターはリンクオブアジアへの登録者105カ国約20,000人のパネルを活用。
 国別対象の設定は、2021年末法務省「国籍・地域別在留外国人数の推移」の構成比を参照し設定した。
- 調査項目 属性項目を含めて70問
- 有効回答 999人
- 調査内容 基本属性／右図参照
- 調査期間 2022年第二回調査
 2022年（令和4年）2月2日（水）配信開始～2月22日（火）調査終了

 参考：2020年第一回調査
 2020年（令和2年）3月27日（金）配信開始～4月17日（金）調査終了

< 設問の課題分類項目 >

主なテーマ	内容	SDGs
収入・貧困	・ 外国人の生活感と国内での境遇	1 貧困の削減
保健・福祉	・ 外国人の保険(健)と健康と国内の社会システムへの適応 ・ 外国人の保証と国内の社会システムへの適応 ・ コロナウイルス感染症等の防疫対策	3 持続可能な開発のための健康
日本語対応・教育・いじめ	・ 外国人の教育環境といじめなどの課題及び国内の教育システムへの適応	4 質の高い教育をみんなに
ジェンダー・不平等・人権等	・ 外国人を含む共生や人権課題について	5 性別平等 10 人や国の不平等をなくす
雇用環境・就業	・ 外国人の就業環境と働きがい及び国内の就業システムへの適応	8 持続可能な成長を創出
持続可能な都市	・ 外国人の住(コミュニティ)環境の課題や国内の居住及びコミュニティシステムへの適応 ・ 外国人を含む災害対策の在り方	11 持続可能な都市とコミュニティ
平和	・ 外国人との共生や国内の法律システムへの適応	16 平和と公正

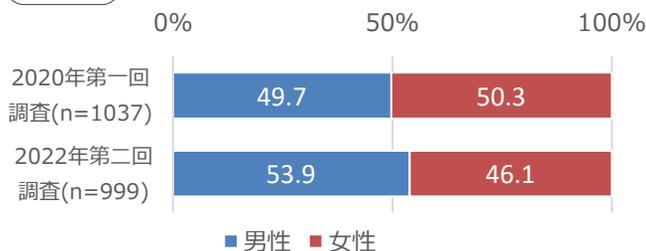
※各課題分類毎に順次レポートをリリースいたします。

■ 対象者属性

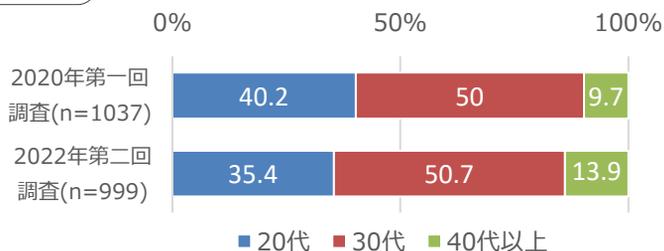
本調査の対象者の属性は下記に示します。

※ 性・年代・在留資格は「モニター」の登録属性に影響を受けているので、各種統計で公表されている割合等には合致しない。

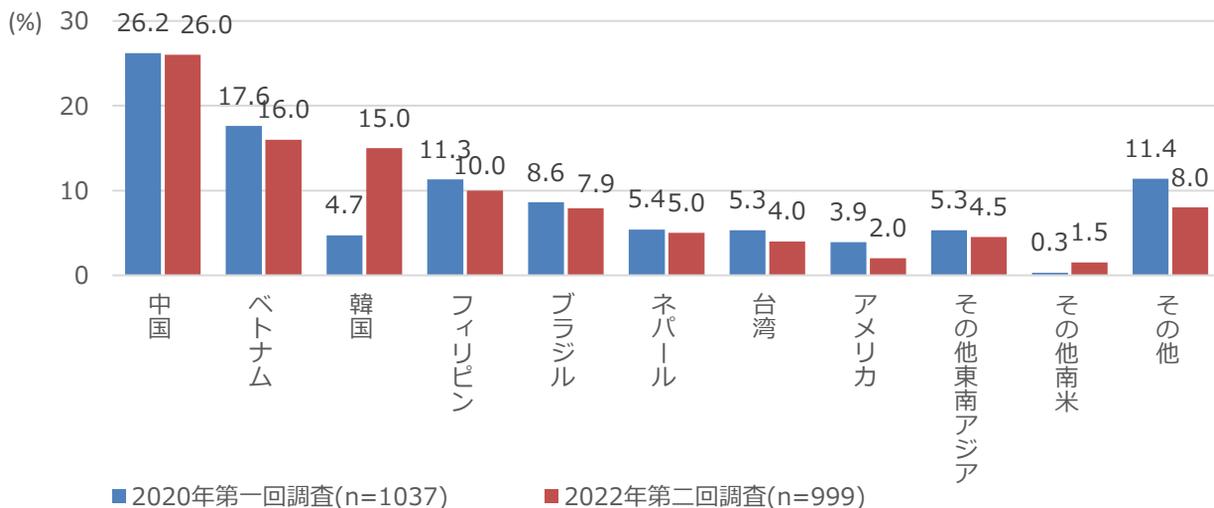
性別



年代

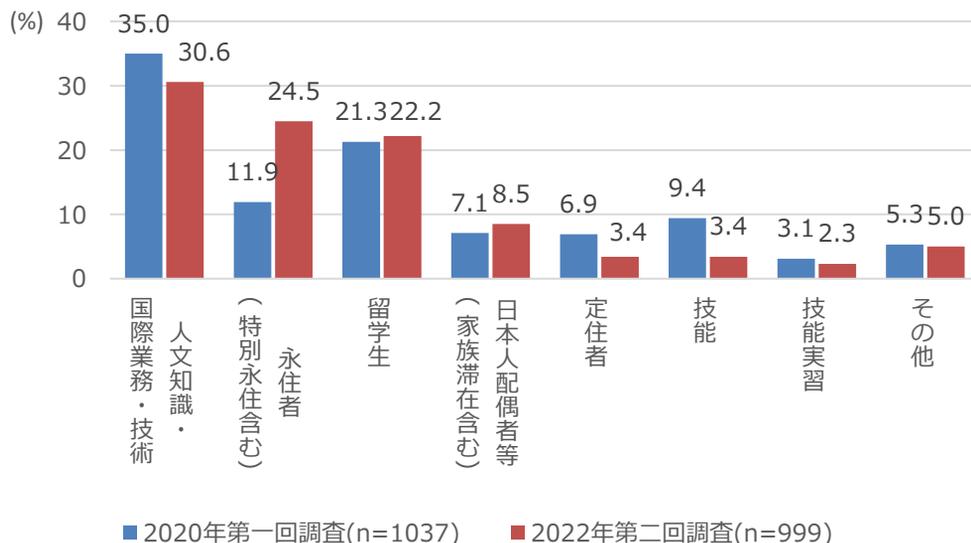


国籍統合



※ 国籍統合の国名は法務省「国籍・地域別在留外国人数の推移」統計の表記に合わせている。

在留資格統合



■ 調査結果のポイント

『総括』

- 今回の調査はコロナ禍での余暇活動を把握することになり、「スマホゲーム、テレビゲーム」「音楽鑑賞、ビデオ鑑賞」といった“巣ごもり系”の参加率が高く、「外食」「散歩、街歩き」「ショッピング」等の“お出かけ”系の活動も比較的活発であったが、これらの希望率は必ずしも高くなく、理想と現実にギャップがあった。
- 永住者や居住期間が長くなると「ドライブ」や「国内観光旅行」への参加率が高まるが、留学生は「スマホゲーム、テレビゲーム」「音楽鑑賞、ビデオ鑑賞」「SNS等のデジタルコミュニケーション」等の参加率が高く、「散歩、街歩き」「ショッピング」を含めて屋内・近場・近隣での活動が主であることが確認できた。
- 今後、地域での多文化共生を目指す上では在留外国人との交流が不可欠であるが、今回の調査結果から“交流・触れ合い系”の余暇活動に着目し、さらに参加希望率が高いものを実施することが望ましい。具体的には、「バーベキュー」や「スポーツ観戦」は広い層が希望しているので、「スポーツ大会&BBQ」等の展開が効果的と考える。
- 今回の余暇活動のパートで参考にした「レジャー白書」（公益財団法人日本生産性本部、2020年調査）より日本人の参加率と比較すると、選択肢が若干異なるが「動画鑑賞」「読書」「音楽鑑賞」といった“巣ごもり系”が上位3項目にあり、在留外国人の状況（2020調査）とは異なる。
- 在留外国人は日本での余暇活動においても不自由さがあり、言葉の問題や情報が無いといったことが考えられるため、多言語情報サイトの開設など彼らの“豊かなジャパンライフ”を支援するような展開も望まれる。

1. 過去1年間に参加した余暇活動（実態）

- 参加実態では「外食」「散歩、街歩き」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「ショッピング」が6割以上、「スマホゲーム、テレビゲーム」「音楽鑑賞、ビデオ鑑賞」「ウォーキング、ジョギング、マラソン」「国内観光旅行」についても5割に達し、これらが上位項目である。
- 在留資格別では、永住者の「ドライブ」が特に高く、「国内観光旅行」「遊園地他」も他者より高いことから、比較的自由に旅行、行楽を実施していたものと推察できる。
- 居住期間別では、期間が長くなるほど「映画」「遊園地等」「ドライブ」の参加率が高まり、10年以上になると「外食」「散歩、街歩き」「ショッピング」が7割に達した。

2. 参加したい余暇活動（希望）

- 希望する余暇活動は「海外旅行」「国内観光旅行」の2項目のみが半数を超え、次いで「バーベキュー」「遊園地等」「ドライブ」といった“レジャー系”の項目が上位にきた。“巣ごもり系”の「SNS等のデジタルコミュニケーション」や「スマホゲーム、テレビゲーム」は男性20代のみ4.5割弱と高い。
- 国籍別では、フィリピンは「バーベキュー」「遊園地等」「ドライブ」が他国より高めの希望率を示しているが、中国は希望率が5割を上回る項目は無く、韓国も「海外旅行」以外は希望率5割未満となっている。
- 在留資格別では、留学生の「国内観光旅行」が約7割と特に高く、「海外旅行」「遊園地等」「バーベキュー」「ドライブ」「スポーツ観戦」などが続き、「どこかに行きたい」「楽しみたい」といった志向が推察できる。

3. 余暇活動の潜在ニーズ（希望－実態）

- 「外食」「散歩、街歩き」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「ショッピング」等の参加率は5割を上回るが、希望率は3割以下となっており、“理想と現実”のギャップが確認できる。
- 希望率が高い「海外旅行」「バーベキュー」「スポーツ観戦」は、コロナ禍において実施不可、自粛といった活動であったことから参加率が大幅に低く、“参加したくても、参加できなかった”項目として捉えることができる。

4. 余暇活動の実態と希望の変化

- 2020年調査の結果を概ね“コロナ前”として捉え、2022年調査を“コロナ中”として捉えると、参加率の上位にある「散歩、街歩き」「ショッピング」「外食」はコロナ前中で大きな落ち込みはないが、「映画（テレビは除く）」「遊園地等」は1割強、「海外旅行」「カラオケ」は2割程度減少し、一定数自粛した状況が確認できる。
- 希望率の変化をみると、上位にある「海外旅行」「国内観光旅行」「バーベキュー」「遊園地等」といった旅行系、レジャー系の余暇活動へのニーズが高まっている。「SNS等のデジタルコミュニケーション」は1割程度低下、「スマホゲーム、テレビゲーム」も5%程度低下し、“巣ごもり系”のニーズはコロナの影響で低下している。

■過去1年間に参加した余暇活動（実態）

1 性年代別にみた余暇活動（実態）

- 全体では、「外食」「散歩、街歩き」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「ショッピング」が6割以上と高くなっているが、「スマホゲーム、テレビゲーム」「音楽鑑賞、ビデオ鑑賞」「ウォーキング、ジョギング、マラソン」「国内観光旅行」についても5割に達するなど、特定の活動に偏った傾向は示さなかった。
- 男性についてみると、20代は上記8項目全てが6割を上回り、他の世代より活発な状況が確認できる。30代は20代と比べて総じて参加率が若干低くなっているが、「ドライブ」は56.5%と他世代より高い。40代以上は「国内観光旅行」への参加率が低くなっているが、「映画」は50.7%と男性他世代より高い。
- 女性については、20代は「散歩、街歩き」と「ショッピング」が7割を超え、「SNS等のデジタルコミュニケーション」も69.5%に達するなど、これが3大余暇活動と想定できる。30代は「外食」が71.1%と性年代別で最も高く、40代以上は女性の中では総じて参加率が低くなり、「ショッピング」は48.4%と5割を若干下回ったが、「ドライブ」は43.8%と女性他世代より高い。
- 活動別にみると、「バーベキュー」は総じて男性、「ドライブ」は30代、40代以上、「スポーツ観戦」は男性20代といった特徴も確認できる。

Q62-1 性年代別 過去1年間に参加した余暇活動（実態）

（単位：％）

参加した活動（実態）	全体 (n=999)	男性			女性		
		20代 (n=180)	30代 (n=283)	40代以上 (n=75)	20代 (n=174)	30代 (n=223)	40代以上 (n=64)
外食(日常的なものは除く)	63.8	63.9	58.0	66.7	66.1	71.7	51.6
散歩、街歩き	63.4	64.4	55.8	53.3	73.0	67.3	65.6
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	61.1	65.6	47.0	65.3	69.5	67.7	59.4
ショッピング	60.7	63.3	51.2	52.0	70.7	69.1	48.4
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	55.9	67.8	49.5	56.0	60.3	55.2	40.6
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	55.9	64.4	47.0	58.7	64.9	52.9	53.1
ウォーキング、ジョギング、マラソン	54.3	63.9	51.9	62.7	52.9	47.5	54.7
国内観光旅行	53.3	60.6	56.9	37.3	50.0	52.5	46.9
映画(テレビは除く)	44.3	39.4	40.3	50.7	52.3	47.5	35.9
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	41.0	28.3	47.3	29.3	45.4	45.3	35.9
ドライブ	39.5	28.9	56.5	42.7	27.0	34.1	43.8
バーベキュー	37.5	49.4	43.8	42.7	29.9	27.4	26.6
トレーニング、体操	29.7	27.8	36.0	24.0	28.7	27.4	25.0
ゲームセンター、ゲームコーナー	23.4	19.4	25.1	25.3	31.6	21.5	9.4
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	22.2	17.8	17.0	18.7	29.9	27.4	23.4
カラオケ	21.7	20.0	22.3	17.3	28.7	19.7	17.2
海外旅行	20.8	12.2	31.4	17.3	17.8	16.1	26.6
カードゲーム、オセロ	20.0	16.1	18.0	26.7	26.4	18.8	18.8
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	19.8	38.9	19.4	21.3	15.5	10.3	10.9

凡例 **70%以上** **60~70%** 50~60% 40~50% **30~40%**

■過去1年間に参加した余暇活動（実態）

2 国籍、在留資格別にみた余暇活動（実態）

- 国籍別にみると、フィリピンは「散歩、街歩き」が78.0%、「外食」が75.0%と高く、この組み合わせでは近場・近隣での余暇活動と思われるが、「国内観光旅行」も79.0%に達し、その他の項目も総じて他国より高い傾向にあることから、基本的には活発な国民性と推察できる。
- 一方、中国は「外食」が47.3%、「SNS等のデジタルコミュニケーション」が48.8%など、他国と比べて参加率が低めな傾向があるが、「ドライブ」は52.7%と若干高い。
- ベトナムは「散歩、街歩き」が49.4%と他国より低く5割弱となり、「国内観光旅行」「遊園地他」「ドライブ」「バーベキュー」といった活動も総じて参加率が他国より低い。
- 韓国は「芸術鑑賞」が他国より若干高くなっているが、特化した傾向は示していない。
- 在留資格別でみると、永住者の「ドライブ」が71.4%と特に高い一方、留学生は14.4%に留まっていることから日本国内で車を運転できる免許証の所有の有無に起因しているものと推察でき、永住者はさらに「国内観光旅行」「遊園地他」も他者より高いことから比較的自由に遠出し、行楽を楽しんでいるものと思われる。
- 留学生は、全体での上位7項目に対して6割以上の参加率となっており、同じような余暇活動を皆が行っている傾向があるが、「バーベキュー」が43.7%、「スポーツ観戦」が35.1%となっていることから、仲間同士で楽しむような活動にも参加していたものと思われる。
- 人文知識・国際業務・技術者については、全体傾向と類似した傾向を示している中、「映画」は45.8%と他資格者より若干高い。

Q62-1 国籍、在留資格別 過去1年間に参加した余暇活動（実態）

（単位：％）

	全体 (n=999)	国籍				在留資格		
		中国 (n=260)	韓国 (n=150)	フィリピン (n=100)	ベトナム (n=160)	永住者 (n=245)	留学生 (n=222)	人文知識・国際 業務・技術 (n=306)
外食(日常的なものは除く)	63.8	47.3	68.7	75.0	64.4	55.5	61.3	60.8
散歩、街歩き	63.4	67.3	60.0	78.0	49.4	66.5	63.5	66.0
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	61.1	48.8	61.3	62.0	60.0	42.0	67.1	61.8
ショッピング	60.7	59.2	57.3	63.0	53.8	57.1	64.9	59.5
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	55.9	50.0	52.0	54.0	53.8	36.3	69.8	52.0
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	55.9	46.5	42.0	66.0	51.9	43.3	69.4	54.2
ウォーキング、ジョギング、マラソン	54.3	43.5	54.0	62.0	58.1	53.9	63.5	42.5
国内観光旅行	53.3	50.4	46.0	79.0	37.5	64.1	54.5	52.0
映画(テレビは除く)	44.3	35.0	37.3	46.0	45.6	36.7	39.6	45.8
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	41.0	45.4	34.0	55.0	33.1	60.8	24.8	40.5
ドライブ	39.5	52.7	39.3	46.0	18.8	71.4	14.4	35.3
バーベキュー	37.5	31.9	28.7	51.0	31.3	48.2	43.7	28.8
トレーニング、体操	29.7	34.2	30.0	24.0	26.3	40.0	21.6	31.7
ゲームセンター、ゲームコーナー	23.4	27.3	17.3	27.0	19.4	27.8	19.8	22.9
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	22.2	22.7	30.7	20.0	10.0	20.8	16.2	27.1
カラオケ	21.7	25.8	21.3	18.0	16.9	27.3	19.8	23.9
海外旅行	20.8	20.4	10.7	41.0	13.1	36.7	12.6	17.6
カードゲーム、オセロ	20.0	22.7	16.7	17.0	11.9	22.0	15.8	21.2
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	19.8	16.2	7.3	31.0	14.4	19.6	35.1	14.4

凡例: 70%以上 60~70% 50~60% 40~50% 30~40%

注: 国、在留資格ともn=100以上確保できたところのみ抽出

■過去1年間に参加した余暇活動（実態）

3 居住期間、同居者別にみた余暇活動（実態）

- 居住期間別では、3年以内は「外食」「散歩、街歩き」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「ショッピング」「スマホゲーム、テレビゲーム」「音楽鑑賞、ビデオ鑑賞」「ウォーキング、ジョギング、マラソン」といった7項目で6割程度の参加率になっており、皆が同じような余暇活動を行っている推察できるが、この傾向は留学生と類似している。
- 4～9年では、上位の活動自体は3年以内と同じであるが、参加率が6割弱と若干低下する一方、「映画」や「遊園地等」「ドライブ」といった項目は期間が長くなるほど若干、高くなっている。10年以上では「外食」「散歩、街歩き」「ショッピング」が7割に達し、これらの参加率が高まっている。
- 同居者別にみると、同居者なしは「散歩、街歩き」が74.3%と高く、子ども（5歳まで）と幼児がいるところは「SNS等のデジタルコミュニケーション」が82.1%、「外食」が80.1%と8割に達し、パートナーと暮らしている方は「ドライブ」49.9%、「遊園地等」45.2%が他者より若干、高くなっているなど、多少、傾向の相違が確認できる。

Q62-1 居住期間、同居者別 過去1年間に参加した余暇活動（実態）

（単位：％）

	全体 (n=999)	居住期間			同居者		
		3年以内 (n=229)	4～9年 (n=562)	10年以上 (208)	同居者なし (n=374)	パートナー (n=597)	子ども (5歳まで) (n=156)
外食(日常的なものは除く)	63.8	64.2	60.9	71.2	68.4	63.9	80.1
散歩、街歩き	63.4	66.8	58.4	73.1	74.3	58.6	56.4
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	61.1	64.6	56.8	68.8	66.3	59.0	82.1
ショッピング	60.7	61.6	56.8	70.2	68.7	57.2	63.5
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	55.9	63.3	52.7	56.3	60.7	54.0	69.9
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	55.9	64.6	50.4	61.1	63.1	51.5	51.3
ウォーキング、ジョギング、マラソン	54.3	62.4	52.0	51.4	56.1	53.8	59.0
国内観光旅行	53.3	57.2	53.2	49.0	59.6	50.5	28.2
映画(テレビは除く)	44.3	39.7	44.8	48.1	42.0	47.3	48.1
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	41.0	31.0	44.1	43.8	36.4	45.2	34.0
ドライブ	39.5	19.7	44.7	47.6	30.7	49.9	30.8
バーベキュー	37.5	41.9	38.4	30.3	38.0	39.6	36.5
トレーニング、体操	29.7	23.1	31.1	33.2	32.6	29.8	16.0
ゲームセンター、ゲームコーナー	23.4	20.5	24.4	24.0	22.2	24.5	17.3
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	22.2	18.8	23.1	23.6	26.2	20.1	16.0
カラオケ	21.7	20.1	23.1	19.7	26.7	19.3	9.0
海外旅行	20.8	17.5	23.5	17.3	18.2	22.5	7.1
カードゲーム、オセロ	20.0	18.3	20.1	21.6	20.1	21.5	17.9
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	19.8	31.0	17.6	13.5	27.0	16.4	12.8

凡例: 70%以上 60～70% 50～60% 40～50% 30～40%

注: 同居者はn=100以上確保できたところのみ抽出

■参加したい余暇活動（希望）

4 性年代別にみた余暇活動（希望）

- 参加したい余暇活動といった希望についてみると、全体では「海外旅行」が59.4%と最も高く、「国内観光旅行」が54.9%と続き、この2項目のみが5割を上回った。次いで「バーベキュー」47.7%、「遊園地等」47.3%、「ドライブ」40.6%とレジャー関係の項目が上位にきた。
- 男性についてみると、20代は「海外旅行」「国内観光旅行」ともに6割を上回り、「遊園地等」も58.3%と6割弱、さらに4割以上を示す項目も他世代より多いことから、希望する余暇活動に多様性があることが確認できる一方、30代は逆に希望率が総じて低い。40代以上は「海外旅行」のみ6割を上回ったが、その他の項目は5割未満、「トレーニング、体操」は36.0%と他世代より高い。
- 女性については20代、30代ともに「海外旅行」が7割弱、40代以上も6割弱となっており、「国内観光旅行」も各世代で5割を上回るが、「遊園地等」は20代のみ5割を超えて他世代より若干高い。
- 項目別にみると、「スポーツ観戦」は男性20代が49.4%と高いが、女性20代、30代も4割程度希望している。「芸術鑑賞」は女性40代以上が43.8%、女性20代40.8%と4割程度となっており、男性より高い。「ショッピング」は男性20代で48.9%となっているが、女性は各世代3割弱となっており、先述の「実態」では参加率が高いが、希望としては女性は低くなっている。
- 「SNS等のデジタルコミュニケーション」や「スマホゲーム、テレビゲーム」は男性20代で45.0%となっているが、男性30代、40代以上、女性全世代は2割未満となっている。この2項目も先述の「実態」では5割前後の参加率であったが、男性20代以外は特に希望して参加したい活動ではない状況が確認できる。

Q62-2 性年代別 参加したい余暇活動（希望）

（単位：％）

参加したい活動(希望)	全体 (n=999)	男性			女性		
		20代 (n=180)	30代 (n=283)	40代以上 (n=75)	20代 (n=174)	30代 (n=223)	40代以上 (n=64)
海外旅行	59.4	62.8	43.1	61.3	69.0	69.1	59.4
国内観光旅行	54.9	65.6	49.5	49.3	57.5	52.5	56.3
バーベキュー	47.7	49.4	48.4	41.3	50.0	48.4	39.1
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	47.3	58.3	35.3	46.7	53.4	49.8	45.3
ドライブ	40.6	48.9	44.9	24.0	42.0	35.4	32.8
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	37.0	49.4	29.3	32.0	39.7	39.0	28.1
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	32.5	22.2	25.8	37.3	40.8	38.1	43.8
カラオケ	31.7	26.1	23.0	36.0	38.5	40.8	31.3
ショッピング	30.5	48.9	21.6	34.7	27.0	29.6	26.6
散歩、街歩き	28.0	42.8	22.6	28.0	24.1	26.5	26.6
外食(日常的なものは除く)	27.6	41.7	16.3	26.7	29.3	28.7	31.3
ウォーキング、ジョギング、マラソン	26.9	40.0	22.3	26.7	25.3	25.6	20.3
トレーニング、体操	24.9	17.2	19.8	36.0	27.6	31.4	26.6
映画(テレビは除く)	24.6	25.0	15.2	25.3	31.6	29.6	28.1
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	22.6	40.0	12.0	20.0	20.7	26.0	17.2
ゲームセンター、ゲームコーナー	22.3	18.9	19.1	22.7	25.3	29.1	14.1
カードゲーム、オセロ	21.8	22.2	17.0	22.7	23.0	27.4	18.8
SNS、Twitterなどのデジタルコミュニケーション	21.7	45.0	12.7	10.7	22.4	20.2	12.5
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	20.9	45.0	13.4	16.0	19.0	16.1	14.1

凡例： 70%以上 60～70% 50～60% 40～50% 30～40%

■参加したい余暇活動（希望）

5 国籍、在留資格別にみた余暇活動（希望）

- 国籍別に参加したい余暇活動をみると、フィリピン、ベトナムは「海外旅行」「国内観光旅行」とも上位で6割前後の希望率であるが、韓国は「海外旅行」のみ6割を上回り、中国は両項目とも5割弱といった状況から、国によって多少の温度差はある。
- フィリピンは「バーベキュー」「遊園地等」「ドライブ」といった項目も他国より高めの希望率を示しており、先述の参加した余暇活動の実態と同様、余暇志向が強い傾向が確認できる。
- 一方、中国は希望率が5割を上回る項目は一つも無く、韓国も上記の「海外旅行」以外は希望率5割未満となっている。
- 在留資格別では、留学生の「国内観光旅行」が69.8%と特に高く、「海外旅行」の65.3%、「遊園地等」の61.7%、さらに5割前後で「バーベキュー」「ドライブ」「スポーツ観戦」といった項目が並び、「どこかに行きたい」「楽しみたい」といった志向が推察できる。また、「ショッピング」や「外食」も他者より希望率が高い。
- 永住者も「海外旅行」「国内観光旅行」「バーベキュー」「ドライブ」といった項目は5割程度の希望率を示しているが、その他の項目は全て3割未満と低い。

Q62-2 国籍、在留資格別 参加したい余暇活動（希望）

（単位：％）

参加したい活動（希望）	全体 (n=999)	国籍				在留資格		
		中国 (n=260)	韓国 (n=150)	フィリピン (n=100)	ベトナム (n=160)	永住者 (n=245)	留学生 (n=222)	人文知識・国際 業務・技術 (n=306)
海外旅行	59.4	46.5	63.3	63.0	58.1	49.0	65.3	61.1
国内観光旅行	54.9	48.8	46.0	62.0	57.5	45.7	69.8	52.9
バーベキュー	47.7	48.5	44.0	54.0	40.0	49.0	50.9	47.7
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	47.3	42.3	40.7	51.0	41.9	29.0	61.7	50.3
ドライブ	40.6	48.8	34.0	46.0	25.6	50.2	48.6	31.7
スポーツ観戦（サッカー、野球、相撲など）	37.0	29.2	42.0	41.0	29.4	26.9	47.3	34.6
芸術鑑賞（美術館、ミュージカル、落語など）	32.5	25.8	36.0	44.0	31.3	21.2	26.6	36.9
カラオケ	31.7	31.5	32.7	34.0	30.6	22.0	27.0	35.3
ショッピング	30.5	28.1	26.0	37.0	23.1	22.0	52.7	26.1
散歩、街歩き	28.0	23.8	22.7	30.0	27.5	24.1	39.2	23.5
外食（日常的なものは除く）	27.6	30.0	22.7	30.0	13.1	26.1	41.9	25.5
ウォーキング、ジョギング、マラソン	26.9	16.5	26.7	29.0	21.3	20.8	36.5	25.5
トレーニング、体操	24.9	20.0	33.3	25.0	25.0	19.2	14.0	28.8
映画（テレビは除く）	24.6	21.5	29.3	21.0	24.4	20.0	24.8	26.1
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞（レンタル含む）	22.6	13.1	20.0	29.0	16.9	17.6	38.3	18.6
ゲームセンター、ゲームコーナー	22.3	15.8	24.0	21.0	26.3	14.3	15.8	28.4
カードゲーム、オセロ	21.8	10.4	24.0	21.0	30.6	11.4	13.5	25.8
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	21.7	15.0	14.0	30.0	19.4	12.2	40.5	20.9
スマホゲーム、テレビゲーム（家庭での）	20.9	12.3	12.7	26.0	18.1	11.0	35.1	20.3

凡例：70%以上 60～70% 50～60% 40～50% 30～40%

注：国、在留資格ともn=100以上確保できたところのみ抽出

■参加したい余暇活動（希望）

6 居住期間、同居者別にみた余暇活動（希望）

- 居住期間別に参加したい余暇活動をみると、3年以内は「海外旅行」「国内観光旅行」ともに6割程度、4～9年では両項目が5割程度、10年以上では「海外旅行」が7割を超えるなど、この2項目が上位にあることは共通しているが、希望率は若干の相違があった。
- 3年以内は次いで「バーベキュー」「遊園地等」「ドライブ」「スポーツ観戦」なども5割前後、さらに「ショッピング」「外食」も4割程度と他より希望率が若干高くなっているが、この傾向は先述の留学生と類似している。
- 「芸術鑑賞」や「カラオケ」は10年以上の希望率が4割程度に達するなど、居住期間が長くなるほど高くなる傾向があるが、「ショッピング」や「外食」は3年以内で4割程度あり、期間が短い人ほど希望率が高い。
- 同居者別では、同居者なしの「海外旅行」が7割程度と高く、その他の項目も他者より希望率が高いが、「ショッピング」や「外食」の状況も含め、この傾向は上記の居住期間3年以内、さらに先述の留学生と類似している。
- パートナーと二人暮らしでは各項目とも希望率が低下するが、5歳までの幼児がいると「国内観光旅行」や「遊園地等」への希望が高くなっている。

Q62-2 居住期間、同居者別 参加したい余暇活動（希望）

（単位：％）

参加したい活動（希望）	全体 (n=999)	居住期間			同居者		
		3年以内 (n=229)	4～9年 (n=562)	10年以上 (208)	同居者なし (n=374)	パートナー (n=597)	子ども (5歳まで) (n=156)
海外旅行	59.4	65.1	52.5	71.6	69.3	53.6	59.6
国内観光旅行	54.9	61.6	51.6	56.3	59.9	50.7	62.8
バーベキュー	47.7	54.6	43.8	51.0	57.5	44.6	41.7
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	47.3	55.9	44.1	46.6	59.9	39.4	51.3
ドライブ	40.6	49.8	40.7	30.3	46.8	39.3	31.4
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	37.0	48.9	32.6	36.1	46.0	32.5	44.2
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	32.5	26.2	31.9	41.3	31.0	33.7	46.8
カラオケ	31.7	23.6	30.6	43.8	35.3	27.6	32.1
ショッピング	30.5	40.6	26.7	29.8	40.6	24.1	33.3
散歩、街歩き	28.0	38.9	23.8	27.4	37.2	23.1	27.6
外食(日常的なものは除く)	27.6	40.2	20.5	33.2	40.1	20.1	23.1
ウォーキング、ジョギング、マラソン	26.9	38.0	23.0	25.5	37.7	20.7	27.6
トレーニング、体操	24.9	16.2	26.3	30.8	29.1	22.3	28.8
映画(テレビは除く)	24.6	23.6	23.7	28.4	29.9	20.5	25.6
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	22.6	38.0	17.6	19.2	32.9	15.8	18.6
ゲームセンター、ゲームコーナー	22.3	21.8	23.8	18.8	25.7	20.7	17.9
カードゲーム、オセロ	21.8	17.9	23.1	22.6	24.1	20.1	25.0
SNS、Twitterなどのデジタルコミュニケーション	21.7	34.5	17.6	18.8	32.4	14.0	14.1
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	20.9	36.7	16.5	15.4	33.4	13.4	10.9

凡例： 70%以上 60～70% 50～60% 40～50% 30～40%

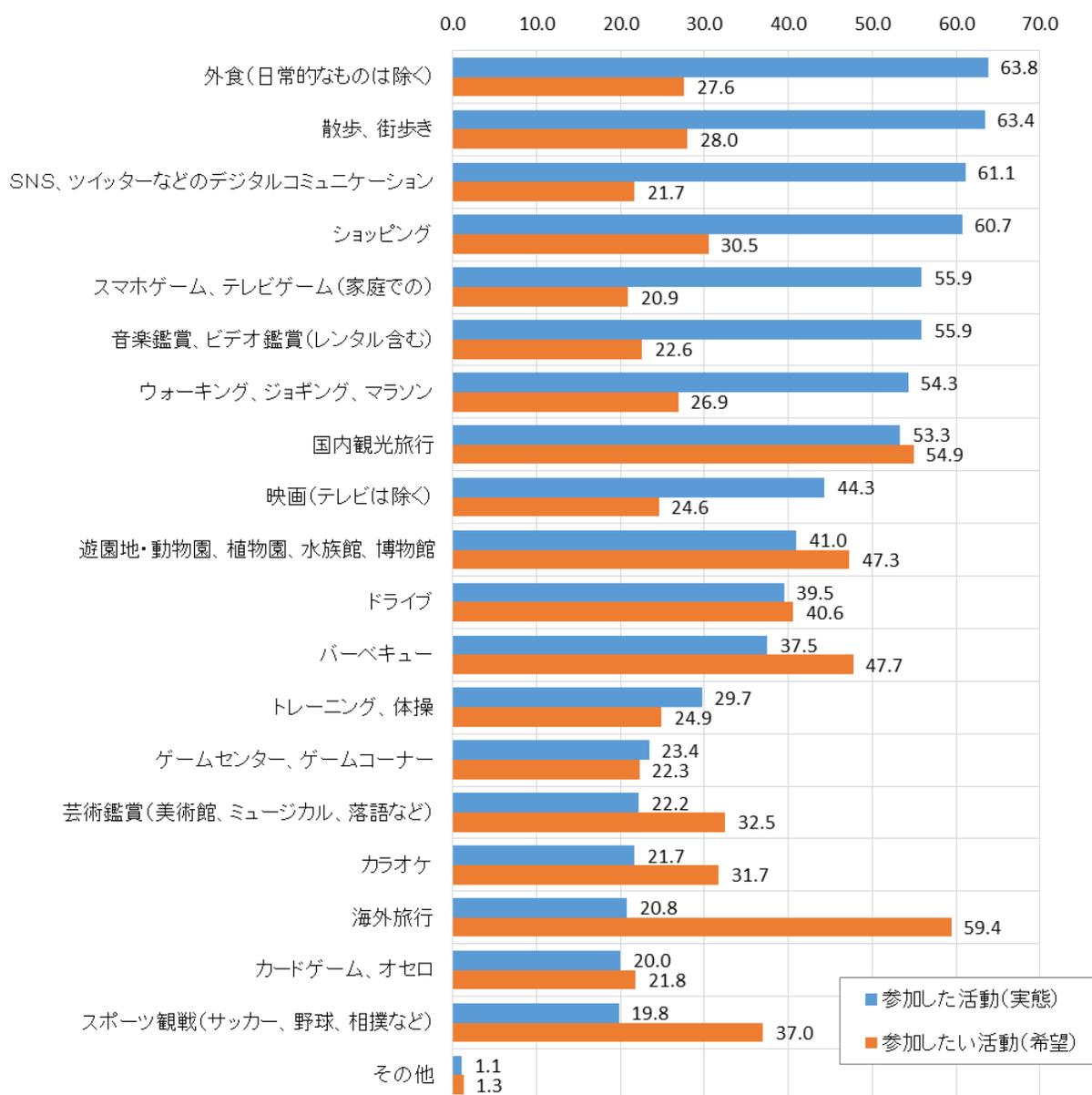
注：同居者はn=100以上確保できたところのみ抽出

■余暇活動の潜在ニーズ（希望－実態）

6 参加した余暇活動（実態）と参加したい余暇活動（希望）の比較

- 参加した余暇活動として上位にある「外食」「散歩、街歩き」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「ショッピング」「スマホゲーム」「テレビゲーム」「音楽鑑賞、ビデオ鑑賞」「ウォーキング、ジョギング、マラソン」については参加率5割を上回っているが、同項目の希望率は3割程度かそれ以下となっており、“理想と現実”のギャップが確認できる。
- 希望率が高い「海外旅行」「バーベキュー」「スポーツ観戦」はコロナ禍において実施不可、あるいは自粛といった活動であったことから参加率が大幅に低く、“参加したくても、参加できなかった”項目と捉えることができる。
- 「国内観光旅行」や「ドライブ」は希望率が高いが、参加率の落ち込みが少なく、ある程度欲求を満たすことができた余暇活動と推察できる。

Q62-1・2 参加した余暇活動（実態）と参加したい余暇活動（希望）の比較 （単位：％）



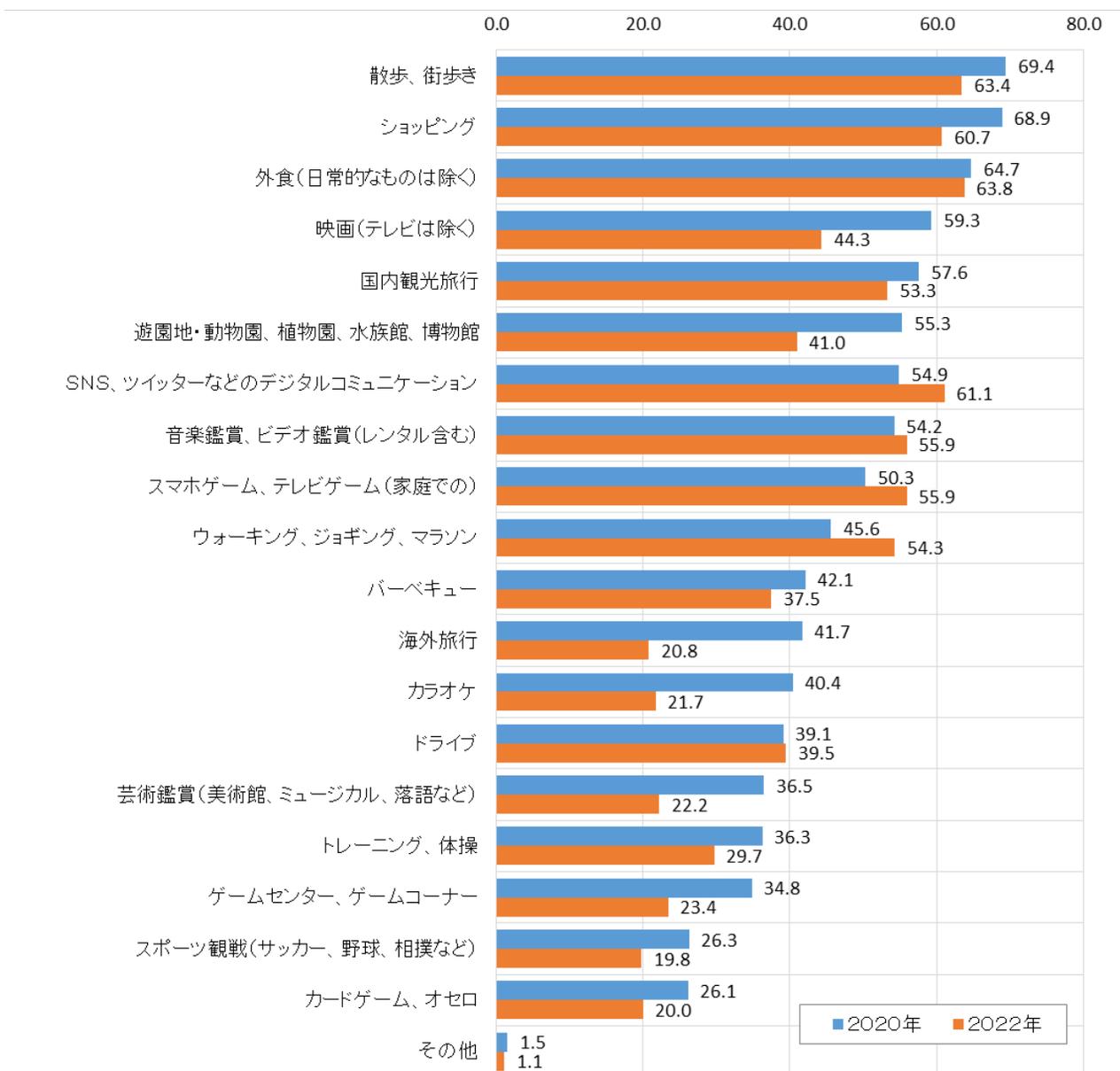
■参加した余暇活動（実態）の変化

7 参加した余暇活動（実態）の調査年比較

- 2020年において「この1年間で参加した余暇活動」を調査した結果を概ね“コロナ前”として捉え、2022年調査を“コロナ中”として捉えると、参加率の上位にある「散歩、街歩き」「ショッピング」「外食」はコロナ前中で大きな落ち込みはないが、「映画（テレビは除く）」は参加率59.3%から44.3%、「遊園地等」は55.3%から41.0%となっており、コロナの影響で一定数自粛した状況が確認できる。
- 中位にある「海外旅行」は41.7%が20.8%、「カラオケ」が40.4%から21.7%へと減少しており、これらの項目はコロナの影響が大きかったと推察できる。
- 一方、「SNS等のデジタルコミュニケーション」「スマホゲーム、テレビゲーム」等の“巣ごもり系”の活動は5%程度増加し、「ウォーキング、ジョギング、マラソン」といった“健康系”も1割程度増加している。

Q62-1・2 参加した余暇活動（実態）の調査年比較

（単位：％）



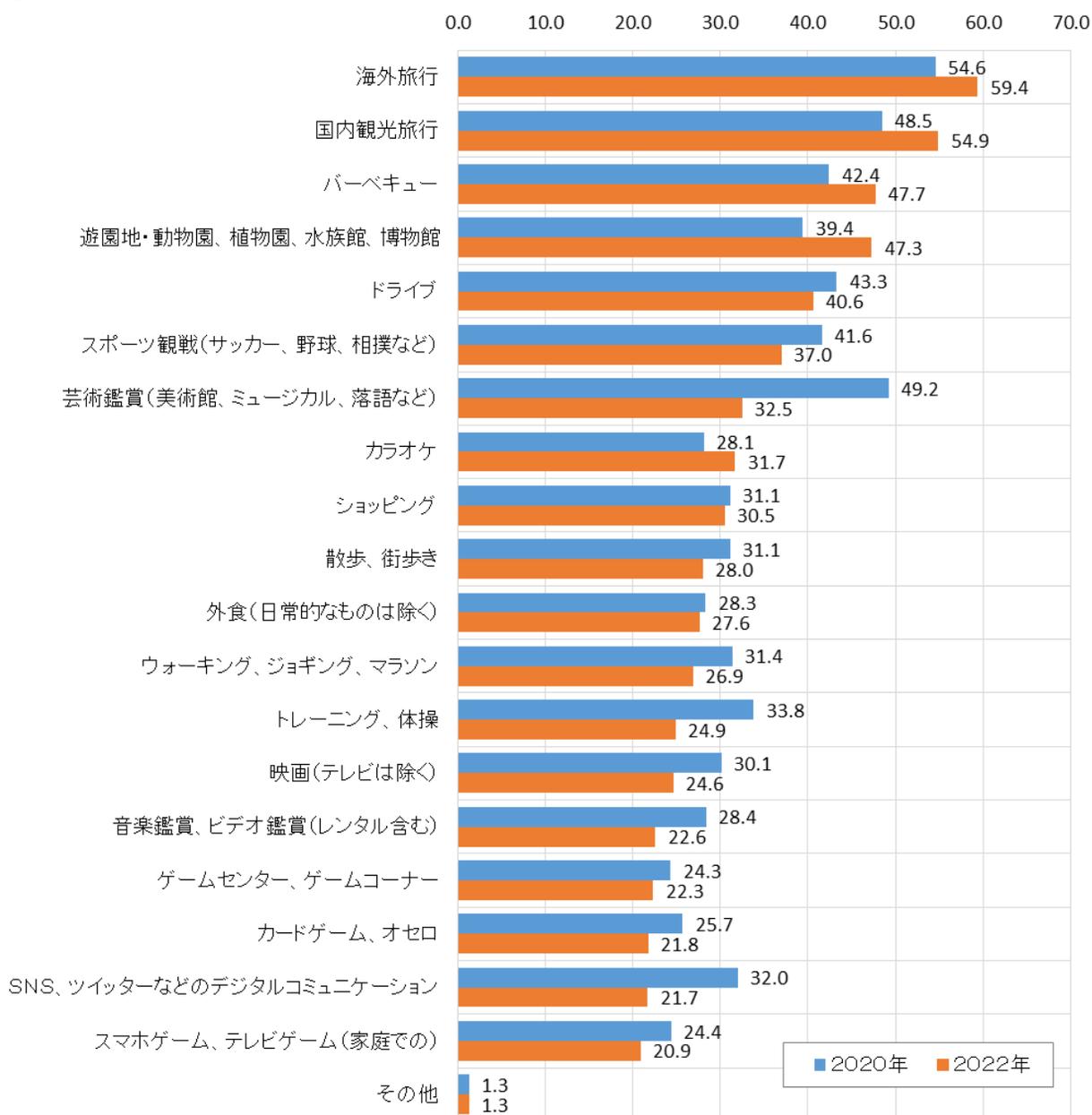
■参加したい余暇活動（希望）の変化

8 参加したい余暇活動（希望）の調査年比較

- 2020年に「参加したい余暇活動」を調査した結果を概ね“コロナ前”として捉え、2022年調査を“コロナ中”として捉えると、希望率の上位にある「海外旅行」「国内観光旅行」「バーベキュー」「遊園地等」といった旅行系、レジャー系の余暇活動へのニーズがコロナ禍において高まっている状況が確認できる。
- 「ドライブ」は43.3%から40.6%、「カラオケ」は28.1%から31.7%、「ショッピング」は31.1%から30.5%となっており、これらの活動はコロナ禍がニーズに対して与えた影響が比較的小さかったといえる。
- 「SNS等のデジタルコミュニケーション」は32.0%から21.7%と1割程度低下し、「スマホゲーム、テレビゲーム」も24.4%から20.9%と低下しているなど、以前は一定数あった“巣ごもり系”のニーズは、コロナ禍の影響で低下したと捉えることができる。

Q62-1・2 参加したい余暇活動（希望）の調査年比較

(単位：%)



■サーベイリサーチセンター 会社概要

- 会社名 : 株式会社サーベイリサーチセンター
- 所在地 : 東京都荒川区西日暮里2丁目40番10号

- 設立 : 1975 (昭和50) 年2月
- 資本金 : 6,000万円
- 年商 : 97億円 (2021年度)

- 代表者 : 代表取締役 藤澤 士朗、長尾 健、石川 俊之
- 社員数 : 社員305名、契約スタッフ435名 合計740名 (2022年4月1日現在)
- 事業所 : 東京 (本社)、札幌、盛岡、仙台、静岡、名古屋、大阪、岡山、広島、高松、福岡、熊本、那覇

- 主要事業 : 世論調査・行政計画策定支援、都市・交通計画調査、マーケティング・リサーチ

- 所属団体 : 公益財団法人 日本世論調査協会
一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会 (JMRA)
日本災害情報学会
一般社団法人 交通工学研究会 他

- その他 : ISO9001認証取得 (2000年6月)
プライバシーマーク付与認定 (2000年12月)
ISO20252認証取得 (2010年10月)
ISO27001認証取得 (2015年11月) ※

※認証区分及び認証範囲 :

- ・MR部及びGMR部が実施するインターネットリサーチサービスの企画及び提供
- ・全国ネットワーク部及び沖縄事務所が実施する世論・市場調査サービスの企画及び提供

■本件に関するお問合せ先

株式会社サーベイリサーチセンター <https://www.surece.co.jp/>

- 広報担当 : 松下 正人 E-mail : src_support@surece.co.jp
品質部
TEL : 03-3802-6779 FAX : 03-3802-6729

- 調査担当 : 石川 俊之 E-mail : ishi_t@surece.co.jp
岩崎 雅宏 E-mail : iwa_m@surece.co.jp
熊谷 智 E-mail : kumagai_s@surece.co.jp
営業企画本部
TEL : 03-3802-6727 FAX : 03-3802-7321

- 調査結果の引用にあたっては、調査主体名として「株式会社サーベイリサーチセンター」を必ず明記して利用してください
- 調査結果の無断転載・複製を禁じます
- 本紙に記載している情報は、発表日時点のものです