

SRC 自主調査の調査結果について

2023 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「日本の規範知識」「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「人権・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)**、時系列調査として**2022年2月(「第二回 在留外国人総合調査」)**、に引き続き、**2023年5月(第三回 在留外国人総合調査)**に実施いたしました。
- 今回は「在留外国人総合調査」の内、「**在留外国人の余暇活動について**」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、2022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 1042サンプル
- 調査内容 基本属性／右図参照
- 調査期間 2023年第三回調査
2023年(令和5年)5月16日(火) 配信開始～5月29日(月)
調査終了

参考: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 >

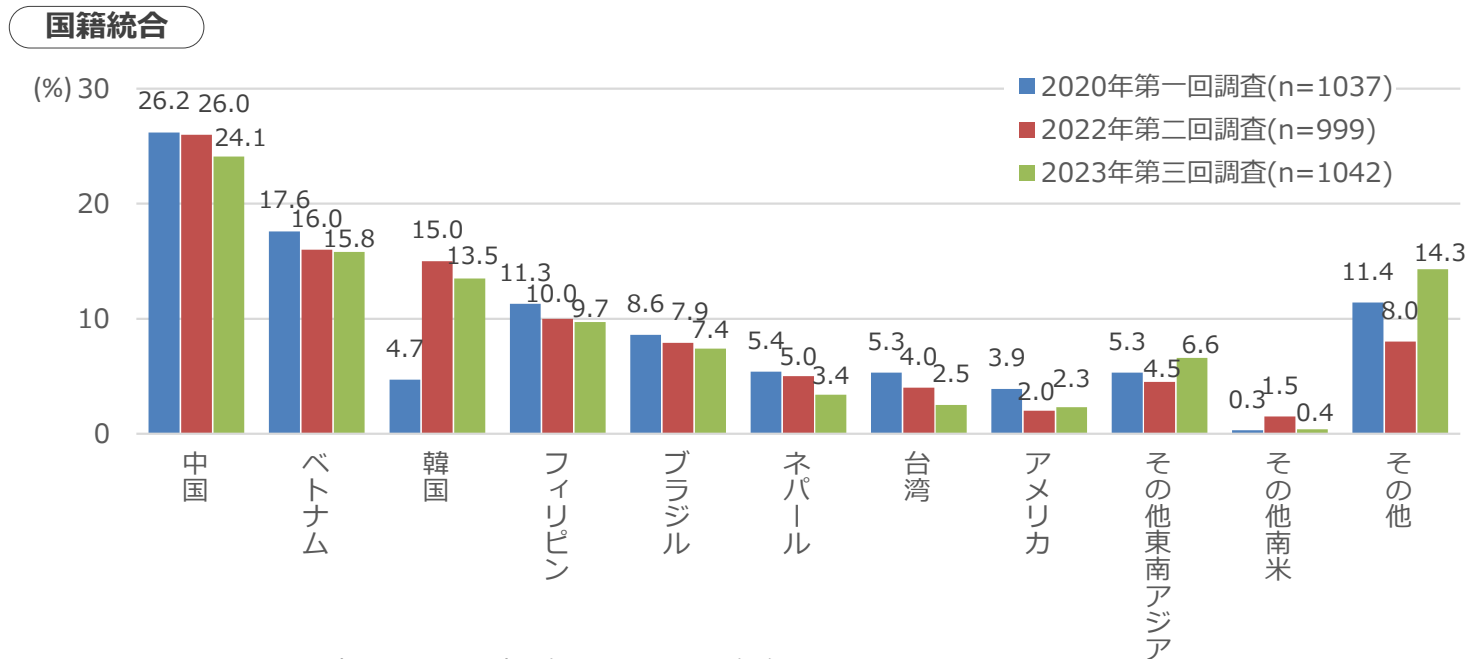
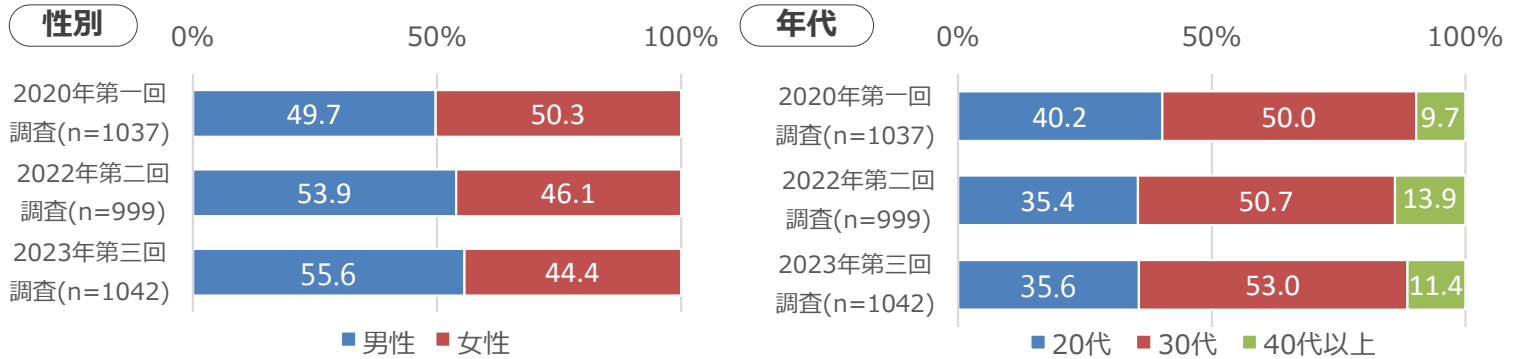
主なテーマ	内容	SDGs
収入・貧困	外国人の生活感と国内での境遇	1 貧困をなくそう
保健・福祉	外国人の保険(健)と健康と国内の社会システムへの適応 外国人の保証と国内の社会システムへの適応 コロナウイルス感染症等の防疫対策	3 健康な生活を
日本語対応・教育・いじめ	外国人の教育環境といじめなどの課題及び国内の教育システムへの適応	4 質の高い教育を
ジェンダー・不平・人権等	外国人を含む共生や人種課題について	5 性別平等 10 人や民族間の公平
雇用環境・就業	外国人の就業環境や働きがい及び国内の就業システムへの適応	8 豊かで持続可能な
持続可能な都市	外国人の住(コミュニティ)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
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。

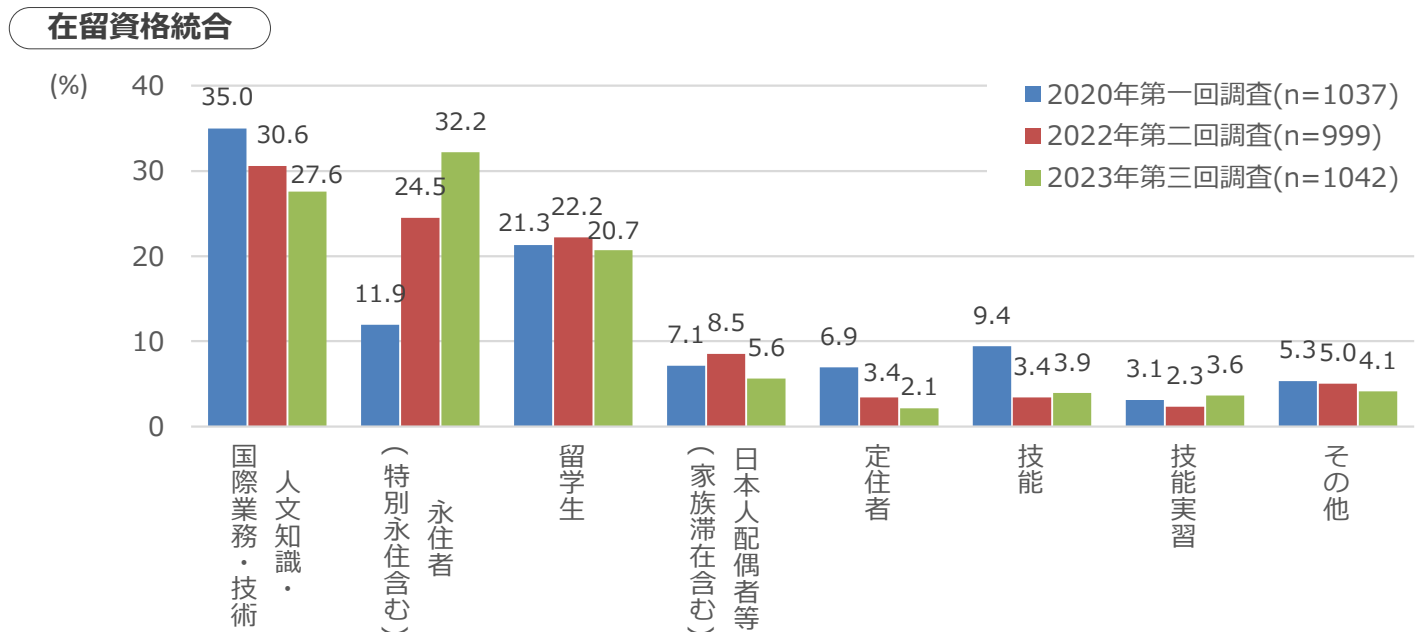
■ 対象者属性

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。



※ 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。



■ 調査結果のポイント

『総括』

- 今回の調査のタイミングは“コロナ後の余暇活動”を把握したことになり、参加率では「外食」「散歩、街歩き」が6割を超え、次いで「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」が半数を上回った。
- 余暇活動への参加希望率の上位は「海外旅行」と「国内観光旅行」が6割前後、次いで「スポーツ観戦」「遊園地等」「芸術鑑賞」と続くが、これらの項目はいずれも4割未満に留まっている。
- コロナ前（2020年調査）・中（2022年調査）・後（2023年調査）の余暇活動の実態では、“コロナ中”は「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」といった巣ごもり系、「ウォーキング、ジョギング、マラソン」といった健康維持系の参加率が増えたが、「外食」はほとんど変化がない。
- 希望率については「海外旅行」「国内観光旅行」が増加傾向を示し、在留外国人の旅行意欲が高まっている一方、「芸術鑑賞」「トレーニング、体操」は“コロナ中”に低下したままとなっている。
- 「ドライブ」「バーベキュー」「遊園地・動物園他」については、“コロナ中”はこれらの近場の余暇活動に対する参加意欲を高めたが、“コロナ後”の希望率は低下し、より遠方に行くような国内外の旅行を希望する人が増えたものと推察できる。

1. 過去1年間に参加した余暇活動（実態）

- 男女とも40代以上の「外食」「散歩、街歩き」の参加率が他世代より高く、女性40代以上は8割前後となっている。
- 国籍別にみると、フィリピンは「外食」が約7割、「ショッピング」「遊園地・動物園他」「国内観光旅行」等の外出系は6割超、「ゲームセンター他」「カラオケ」等の屋内系も他国より高く、余暇活動全般に積極的。一方、ベトナムは5割以上の参加率を示す余暇活動が無く、総じて他国より低い。
- 在留資格別にみると、永住者の「外食」が7割を超えて特に高いが、留学生の「外食」は4割弱と低く、かつ「スマホゲーム、テレビゲーム」が半数を超えて他国より若干高い状況から節約志向が推察できる。
- 居住期間別に「外食」を見ると、3年以内が約4割、4～9年は約6.5割、10年以上は約8割に達し、明らかに居住期間が長期化すれば「外食」の参加率が高くなっている。
- さらに同居人別に「外食」を見ると、同居人なしは6割弱、パートナーは7割弱、子ども（5歳まで）は約8割となっており、同居人人数が増えるほど参加率が高くなっている。

2. 参加したい余暇活動（希望）

- 「国内観光旅行」や「遊園地・動物園他」など、総じて20代は希望率が高く、「スマホゲーム、ゲームコーナー」は若年層ほど希望率が高い。「ドライブ」や「外食」は女性40代が4割前後と参加意欲を示している。
- 国籍別にをみると、各国とも「海外旅行」への参加意欲が高い中、中国の希望率は7割弱と特に高く、ベトナムは「国内観光旅行」と同程度で6割前後、フィリピンは各項目とも他国より若干高めの希望率を示している。
- 在留資格別では、永住者の「海外旅行」の希望率が約8割と特に高いが、留学生は「国内観光旅行」の方が高く、「スポーツ観戦」「遊園地・動物園他」なども含め、「まずは日本を楽しもう」といった感覚が推察できる。
- 居住期間別では、期間が短い方が「国内観光旅行」「スポーツ観戦」「遊園地・動物園他」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「散歩、街歩き」「ウォーキング、ジョギング等」といった希望率が高い。
- 同居者別では、パートナーと二人暮らしは「海外旅行」が約7割に達するが、総じて参加希望率が低く、子ども（5歳まで）も同じような傾向を示している中、「遊園地・動物園他」「バーベキュー」は若干高い。

3. 余暇活動の潜在ニーズ（希望－実態）

- 「外食」「散歩、街歩き」「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」の参加率は5割以上で上位にあるが、希望率は3割未満に留まっている。
- 「海外旅行」は希望率が6割以上と最も高いが、参加率は2割程度に留まり、なかなか希望がかなっていない状況が確認でき、上記も含め“理想と現実”のギャップが推察できる。

※ 余暇活動のパートでは、日本人との比較を念頭に「レジャー白書」（公益財団法人日本生産性本部、2020年調査）を参考に選択肢を設定しております。

■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」の参加率が6割を超え、「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」が半数を上回った。次いで「国内観光旅行」「映画」「遊園地・動物園他」など、外出系の余暇活動が5割弱で続いている。
- 男性についてみると、20代は「散歩、街歩き」「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」の参加率が6割を超えている。30代は「外食」が6.5割、「散歩、街歩き」が約5割に達した以外は参加率が半数以下に留まり、特に「国内観光旅行」が3割弱など、若干、他世代とは参加傾向が異なる。40代以上は「外食」「散歩、街歩き」が特に高く約7割、「SNS等のデジタルコミュニケーション」「国内観光旅行」「映画」も6割程度に達し、「ドライブ」は5割強と他世代より高い。
- 女性については、20代は「散歩、街歩き」の参加率が6割弱となっているが、総じて他世代より参加率が低い。30代と40代は上位にある項目が似ている中、40代は「散歩、街歩き」「外食」が約8割、「国内観光旅行」が7割約と特に高い参加率を示している。
- 活動別にみると、「スマホゲーム、テレビゲーム」は男性各世代、女性20代の参加率は5割弱となっているが、女性40代以上は3割程度に留まっている。「ドライブ」については男性40代が5割上回る一方、20代は2割程度に留まっている。「芸術鑑賞」や「海外旅行」は女性が総じて3割程度であるが、男性は2割前後となっている。

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=1,042)	男性			女性		
		20代 (n=201)	30代 (n=323)	40代以上 (n=55)	20代 (n=170)	30代 (n=229)	40代以上 (n=64)
外食(日常的なものは除く)	63.3	53.2	65.3	70.9	48.2	74.2	79.7
散歩、街歩き	61.5	64.7	50.5	72.7	59.4	67.7	81.3
ショッピング	56.6	60.7	47.4	54.5	57.1	65.1	60.9
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	53.4	60.7	44.0	60.0	55.9	57.2	51.6
国内観光旅行	48.3	50.7	29.4	63.6	46.5	63.3	73.4
映画(テレビは除く)	47.2	48.8	41.8	60.0	41.8	51.5	57.8
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	47.0	43.3	44.0	47.3	43.5	57.2	46.9
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	44.8	36.8	48.9	50.9	42.4	45.4	48.4
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	43.4	49.3	45.8	45.5	46.5	35.8	29.7
ウォーキング、ジョギング、マラソン	43.3	48.8	42.1	43.6	39.4	40.6	51.6
ドライブ	33.2	19.4	34.1	54.5	24.7	42.4	43.8
トレーニング、体操	29.2	21.4	38.1	32.7	33.5	23.1	15.6
ゲームセンター、ゲームコーナー	28.7	34.8	33.7	16.4	27.6	23.1	17.2
バーベキュー	28.0	24.9	21.7	29.1	32.4	37.1	25.0
カラオケ	27.6	33.8	26.6	23.6	24.7	28.4	21.9
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	24.7	20.9	16.7	25.5	30.0	33.2	31.3
海外旅行	23.4	14.4	16.4	27.3	29.4	31.4	39.1
カードゲーム、オセロ	19.6	21.4	28.5	12.7	17.1	11.8	9.4
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	12.5	12.4	9.3	25.5	14.1	10.9	18.8

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、中国は「散歩、街歩き」「ショッピング」の参加率が6割を超え、次いで「外食」「スマホゲーム、テレビゲーム」「SNS等のデジタルコミュニケーション」が5割を上回っていることなど、比較的身近な、あるいは屋内系の余暇活動の参加が他国より高い。
- フィリピンは「外食」の参加率が7割を超えて最も高く、「ショッピング」「遊園地・動物園他」「国内観光旅行」「ウォーキング他」も6割を上回り、外出系の項目が他国より高いが、「ゲームセンター、ゲームコーナー」「カラオケ」といった屋内系も他国より高いことから、余暇全般を積極的に楽しむ傾向が確認できる。
- 韓国は「散歩、街歩き」の参加率が約7割、「外食」も6割を超え、「国内観光旅行」「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「ウォーキング他」は5割以上であるが、他国より参加率が低い項目が多い。
- ベトナムは5割以上の参加率を示す余暇活動が無く、総じて他国より低い中、「カードゲーム、オセロ」が3割程度と他国より高い。
- 在留資格別にみると、永住者の「外食」の参加率が7割を超え、「散歩、街歩き」も5割を上回っているが、これら以外の項目は参加率5割以下に留まっている。
- 留学生は、全体で最上位の「外食」の参加率が4割弱に留まり、「ショッピング」の6割弱より低くなっている。「散歩、街歩き」「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」が半数を超えている状況を勘案すると、節約志向が現れていると推察できる。
- 人文知識・国際業務・技術者は「国内観光旅行」の参加率が6割強と他者の約2倍高いのが特徴的で、「外食」「散歩、街歩き」「SNS等のデジタルコミュニケーション」についても6割を超えている。

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：％）

参加した活動(実態)	全体 (n=1,042)	国籍				在留資格		
		中国 (n=251)	韓国 (n=141)	フィリピン (n=101)	ベトナム (n=165)	永住者 (n=346)	留学生 (n=216)	人文知識・国際 業務・技術(n=288)
外食(日常的なものは除く)	63.3	56.6	63.1	72.3	44.2	74.7	38.9	62.8
散歩、街歩き	61.5	64.5	70.9	59.4	46.1	56.0	57.9	63.5
ショッピング	56.6	62.9	56.0	67.3	41.8	48.2	57.4	58.7
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	53.4	53.0	51.8	51.5	44.8	42.0	53.7	61.5
国内観光旅行	48.3	37.5	58.2	61.4	37.6	31.5	37.5	64.2
映画(テレビは除く)	47.2	45.4	46.8	48.5	32.7	40.5	44.9	53.5
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	47.0	45.4	39.0	65.3	47.3	44.0	43.5	47.6
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	44.8	42.2	38.3	52.5	30.3	45.8	38.9	44.8
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	43.4	55.8	39.0	45.5	34.5	42.0	53.2	46.5
ウォーキング、ジョギング、マラソン	43.3	34.3	51.1	60.4	29.7	39.3	35.2	46.9
ドライブ	33.2	18.7	32.6	31.7	31.5	44.3	13.4	34.0
トレーニング、体操	29.2	31.9	24.8	24.8	29.7	36.9	31.0	21.9
ゲームセンター、ゲームコーナー	28.7	19.9	27.7	40.6	33.3	33.0	25.5	25.0
バーベキュー	28.0	20.7	32.6	26.7	35.2	19.0	31.9	33.7
カラオケ	27.6	19.9	31.2	45.5	27.9	24.4	23.6	29.9
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	24.7	14.7	34.8	25.7	20.0	17.6	29.2	31.3
海外旅行	23.4	10.4	36.2	24.8	20.0	18.5	21.8	27.8
カードゲーム、オセロ	19.6	18.7	14.2	16.8	32.7	24.1	18.1	15.6
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	12.5	6.8	12.8	11.9	9.1	6.3	13.4	16.0

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」の参加率が4割程度に留まるが、「散歩、街歩き」「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」は6割前後となっている。
- 4～9年の「外食」の参加率は約6.5割、10年以上になると「外食」が約8割に達し、明らかに居住期間が長期化すれば「外食」の参加率が高くなっている状況が確認できる。同じような傾向は「ドライブ」にも確認でき、10年以上では5割弱であるが、3年以内は約1.5割となっており、車や免許証の保有状況の影響もあるものと推察できる。
- 「国内観光旅行」の参加率については、10年以上では7割弱に達するが、3年以内、4～9年では4割程度に留まっており、差異が大きい。
- 同居人別に「外食」の参加率を見ると、同居人なしは6割弱、パートナーは7割弱、子ども（5歳まで）は約8割となっており、同居人人数が増えるほど参加率が高くなっている。
- 同居人なしは「SNS等のデジタルコミュニケーション」、子ども（5歳まで）では「遊園地・動物園他」「国内観光旅行」の参加率が他者より高くなっている。
- パートナーとの二人暮らしは「外食」「散歩、街歩き」のみ参加率5割以上を示しているが、その他の項目を見ると総じて参加率が他者より低めになっている。

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：％）

参加した活動(実態)	全体 (n=1,042)	居住期間			同居者		
		3年以内 (n=210)	4～9年 (n=629)	10年以上 (203)	同居人なし (n=444)	パートナー (n=533)	子ども (5歳まで) (n=88)
外食(日常的なものは除く)	63.3	41.4	65.2	80.3	58.3	66.8	83.0
散歩、街歩き	61.5	61.0	57.6	74.4	68.0	56.5	65.9
ショッピング	56.6	58.6	54.2	62.1	64.6	49.2	68.2
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	53.4	58.6	50.1	58.1	64.2	44.5	53.4
国内観光旅行	48.3	41.9	43.9	68.5	56.5	41.1	61.4
映画(テレビは除く)	47.2	40.0	48.2	51.7	53.2	41.8	34.1
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	47.0	41.9	46.6	53.7	45.9	46.2	75.0
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	44.8	36.2	46.4	48.8	46.2	43.7	40.9
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	43.4	47.1	44.0	37.4	48.0	40.0	33.0
ウォーキング、ジョギング、マラソン	43.3	34.8	45.6	44.8	45.7	41.5	28.4
ドライブ	33.2	15.2	34.3	48.3	25.2	40.3	43.2
トレーニング、体操	29.2	24.3	31.3	27.6	27.7	30.0	23.9
ゲームセンター、ゲームコーナー	28.7	30.0	30.5	21.7	28.6	28.7	22.7
バーベキュー	28.0	27.1	26.7	33.0	27.0	27.6	36.4
カラオケ	27.6	24.3	30.0	23.6	28.2	26.6	17.0
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	24.7	25.7	22.4	30.5	29.7	19.1	13.6
海外旅行	23.4	16.7	21.1	37.4	24.5	21.0	30.7
カードゲーム、オセロ	19.6	18.6	22.4	11.8	16.7	22.5	11.4
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	12.5	12.4	11.8	14.8	12.2	12.9	14.8

凡例: 70%以上 60～70% 50～60% 40～50% 30～40%

注: 同居者は上位3項目のみ抽出

■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」の希望率が64.0%と最も高く、「国内観光旅行」が57.4%と続き、この2項目のみが5割を上回った。次いで「スポーツ観戦」「遊園地等」「芸術鑑賞」と続くが、いずれも4割未満に留まっている。
- 男性についてみると、20代の希望率は「海外旅行」より「国内観光旅行」の方が高く6割を上回り、「遊園地・動物園等」や「SNS等のデジタルコミュニケーション」も5割程度となっている。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り、活発であることが推察できる。30代は逆に希望率が総じて低いが、「海外旅行」は7.5割と特に高い。40代以上は「海外旅行」が約6割、「国内観光旅行」が4割強であるが、これら以外は総じて希望率が低い中、「外食」「散歩、街歩き」「映画」「バーベキュー」といった項目は30代より2倍程度高くなっている。
- 女性については、20代の希望率は「国内観光旅行」が6割弱で最も高く、「海外旅行」も5割程度、「遊園地・動物園他」「芸術鑑賞」も4割程度となっている。30代、40代は「海外観光旅行」が最も高く6割以上に達し、「国内観光旅行」も5割程度となっている。
- 項目別に希望率をみると、「国内観光旅行」「遊園地・動物園他」をはじめ、総じて20代の希望率が高く、「スマホゲーム、ゲームコーナー」については若年層ほど希望率が高い。「ドライブ」や「外食」は女性40代が4割前後と参加意欲を示している。

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=1,042)	男性			女性		
		20代 (n=201)	30代 (n=323)	40代以上 (n=55)	20代 (n=170)	30代 (n=229)	40代以上 (n=64)
海外旅行	64.0	55.7	75.2	61.8	51.2	64.2	68.8
国内観光旅行	57.4	64.7	62.5	43.6	57.6	48.9	50.0
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	37.2	43.8	39.6	36.4	37.1	32.3	23.4
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	33.5	50.2	20.7	20.0	43.5	33.2	31.3
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	32.3	41.8	19.2	27.3	41.8	35.4	37.5
ドライブ	29.1	39.3	19.8	21.8	32.9	28.8	40.6
SNS、Twitterなどのデジタルコミュニケーション	27.3	51.2	15.8	21.8	31.2	22.3	21.9
外食(日常的なものは除く)	27.2	40.3	16.1	32.7	21.8	30.6	39.1
散歩、街歩き	26.9	46.8	12.7	30.9	31.2	24.5	29.7
ショッピング	26.6	40.8	13.3	27.3	31.2	27.5	32.8
ウォーキング、ジョギング、マラソン	25.7	48.3	13.0	23.6	32.9	17.9	29.7
映画(テレビは除く)	25.5	33.3	15.5	30.9	31.2	26.2	29.7
バーベキュー	25.4	27.9	15.5	34.5	32.9	28.4	29.7
トレーニング、体操	25.3	37.8	13.0	27.3	40.0	20.1	26.6
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	25.0	39.3	12.1	25.5	29.4	27.5	23.4
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	22.6	42.3	12.4	12.7	32.4	18.3	9.4
カラオケ	19.6	25.4	11.8	12.7	25.9	21.4	23.4
ゲームセンター、ゲームコーナー	14.6	24.9	12.1	7.3	13.5	13.5	7.8
カードゲーム、オセロ	13.3	22.9	7.7	18.2	14.1	10.9	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、各国とも「海外旅行」への参加意欲が高い中、中国は希望率が7割弱と特に高く、ベトナムは「国内観光旅行」と同程度で6割前後、「スポーツ観戦」は5割弱と他国より高い。
- フィリピンは各項目とも他国より若干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、余暇志向が高い傾向が確認できる。
- 在留資格別では、永住者の「海外旅行」の希望率が約8割と特に高いことが確認できる。留学生は「国内観光旅行」の方が6割程度と「海外旅行」の5割程度より高く、「スポーツ観戦」「遊園地・動物園他」「芸術鑑賞」も4割程度となっており、「まずは日本を楽しもう」といった感覚が推察できるが、人文知識・国際業務・技術も同じような傾向を示している。

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=1,042)	国籍				在留資格		
		中国 (n=251)	韓国 (n=141)	フィリピン (n=101)	ベトナム (n=165)	永住者 (n=346)	留学生 (n=216)	人文知識・国際 業務・技術 (n=288)
海外旅行	64.0	69.3	63.8	63.4	59.4	79.5	52.3	56.6
国内観光旅行	57.4	57.8	48.9	60.4	61.8	60.4	62.0	50.0
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	37.2	31.5	28.4	35.6	48.5	35.4	41.2	39.2
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	33.5	37.5	38.3	36.6	32.1	14.0	44.9	42.7
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	32.3	31.5	31.2	23.8	38.2	15.2	41.2	42.4
ドライブ	29.1	19.5	34.0	30.7	34.5	15.8	32.9	36.1
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	27.3	28.7	24.1	26.7	24.8	10.4	35.6	36.5
外食(日常的なものは除く)	27.2	21.9	27.7	37.6	17.0	14.9	23.6	31.9
散歩、街歩き	26.9	23.5	25.5	30.7	27.3	11.6	39.8	27.8
ショッピング	26.6	29.5	25.5	33.7	14.5	11.0	34.7	30.6
ウォーキング、ジョギング、マラソン	25.7	21.9	27.7	34.7	23.6	9.5	34.7	30.2
映画(テレビは除く)	25.5	32.7	25.5	18.8	20.6	13.7	31.9	30.2
バーベキュー	25.4	26.3	29.1	31.7	18.2	15.8	34.7	25.3
トレーニング、体操	25.3	23.9	25.5	15.8	24.2	11.3	39.4	30.6
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	25.0	16.3	22.7	22.8	27.3	10.1	33.3	31.6
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	22.6	22.3	20.6	19.8	20.6	6.8	33.8	26.4
カラオケ	19.6	23.5	20.6	32.7	15.8	8.3	24.1	22.6
ゲームセンター、ゲームコーナー	14.6	10.8	14.9	18.8	23.6	5.1	15.7	19.8
カードゲーム、オセロ	13.3	8.8	14.9	19.8	17.6	5.7	11.1	16.0

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、「海外旅行」「国内観光旅行」とともに上位にあるが、期間が短い方が「国内観光旅行」の希望率が高く、「スポーツ観戦」「遊園地・動物園他」「SNS等のデジタルコミュニケーション」「散歩、街歩き」「ウォーキング、ジョギング等」も同様な傾向を示している。
- 一方、4～9年は総じて参加希望率が低くなり、10年以上では「外食」が約3.5割と若干高い。
- 同居者別では、同居者なしは各項目とも居住期間3年以内と同じような希望率の傾向を示し、「国内観光旅行」「海外旅行」とともに6割前後となっているが若干、「国内観光旅行」の方が高い。
- パートナーと二人暮らしは「海外旅行」の希望率が約7割に達するが、総じて希望率が低く、子ども（5歳まで）も同じような傾向を示している中、「遊園地・動物園他」「バーベキュー」は若干高い。

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=1,042)	居住期間			同居者		
		3年以内 (n=210)	4～9年 (n=629)	10年以上 (203)	同居人なし (n=444)	パートナー (n=533)	子ども (5歳まで) (n=88)
海外旅行	64.0	51.4	67.2	67.0	57.0	69.6	63.6
国内観光旅行	57.4	65.2	58.8	44.8	60.4	56.1	48.9
スポーツ観戦(サッカー、野球、相撲など)	37.2	44.8	38.0	27.1	40.1	37.0	33.0
遊園地・動物園、植物園、水族館、博物館	33.5	47.6	30.5	28.1	44.1	22.9	34.1
芸術鑑賞(美術館、ミュージカル、落語など)	32.3	42.4	28.9	32.5	42.1	25.0	27.3
ドライブ	29.1	37.1	26.7	28.1	36.7	22.3	22.7
SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	27.3	46.7	22.6	21.7	40.8	16.5	20.5
外食(日常的なものは除く)	27.2	31.9	23.2	34.5	34.5	20.1	28.4
散歩、街歩き	26.9	45.2	20.8	26.6	37.2	17.6	20.5
ショッピング	26.6	39.5	22.7	25.1	36.9	17.3	25.0
ウォーキング、ジョギング、マラソン	25.7	41.4	21.8	21.7	37.2	15.9	15.9
映画(テレビは除く)	25.5	31.9	22.1	29.6	34.9	18.4	27.3
バーベキュー	25.4	30.5	22.7	28.6	28.6	20.8	30.7
トレーニング、体操	25.3	39.5	20.3	26.1	34.0	18.0	22.7
音楽鑑賞、ビデオ鑑賞(レンタル含む)	25.0	36.2	21.0	25.6	33.3	17.8	19.3
スマホゲーム、テレビゲーム(家庭での)	22.6	38.1	19.4	16.3	34.0	13.1	13.6
カラオケ	19.6	25.7	18.3	17.2	26.6	13.1	22.7
ゲームセンター、ゲームコーナー	14.6	19.5	14.0	11.3	17.8	10.5	12.5
カードゲーム、オセロ	13.3	16.7	12.6	12.3	18.2	8.1	9.1

凡例: 70%以上 60～70% 50～60% 40～50% 30～40%

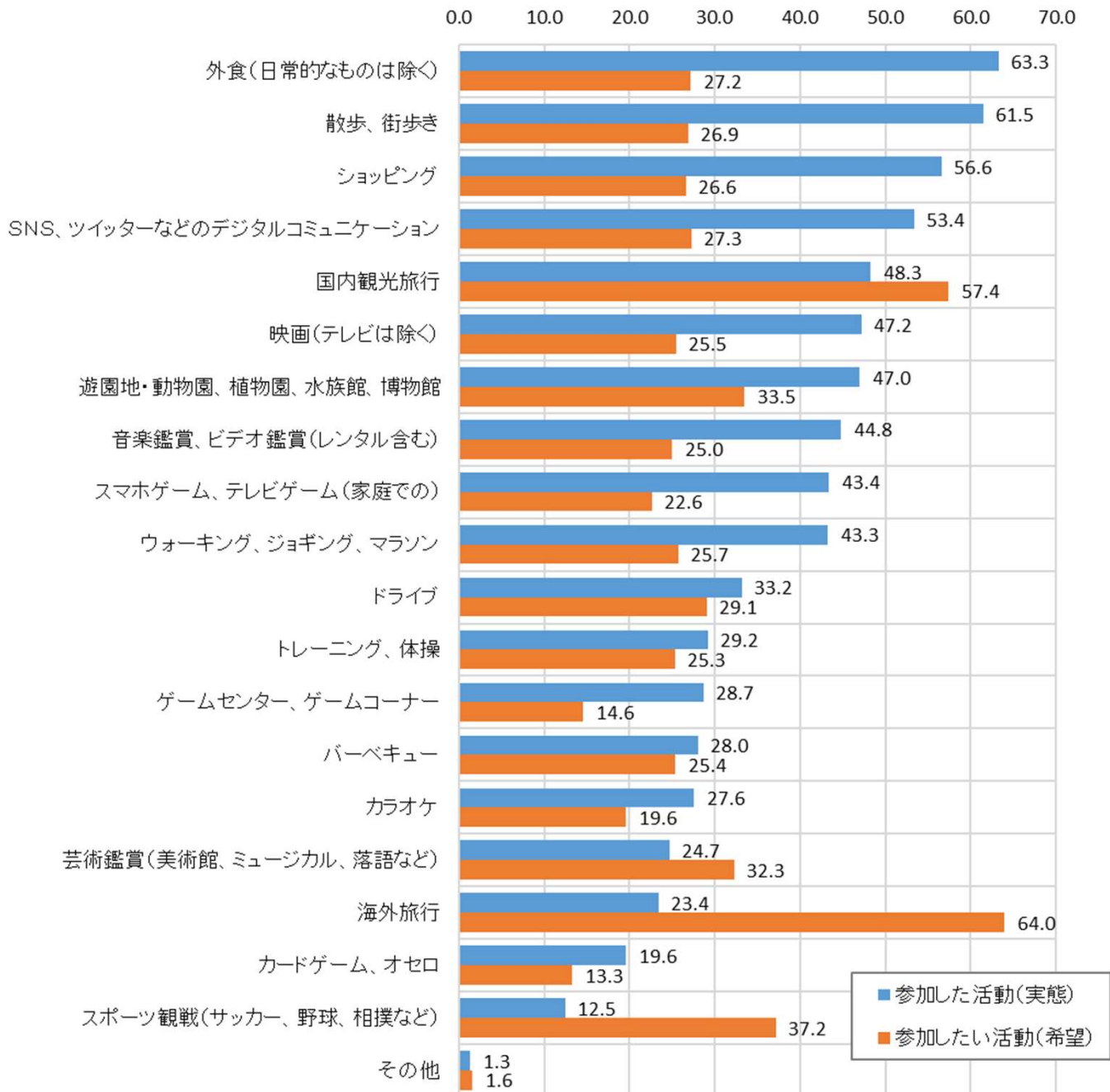
注: 同居者は上位3項目のみ抽出

■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

- 参加率で上位にある「外食」「散歩、街歩き」「ショッピング」「SNS等のデジタルコミュニケーション」については、これらの希望率は3割未満に留まっており、“理想と現実”のギャップが大きい。
- 「国内観光旅行」の参加率は5割弱、希望率は6割弱となっており、両者の差異が比較的少ない。「ドライブ」「トレーニング」「バーベキュー」も同様に3割前後で差異が少ない。
- 逆に、「海外旅行」は参加したい希望が6割以上と最も高いが、参加した実態は2割程度に留まり、なかなか希望がかなっていない状況が確認でき、「スポーツ観戦」も同じような傾向となっている。

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：％）



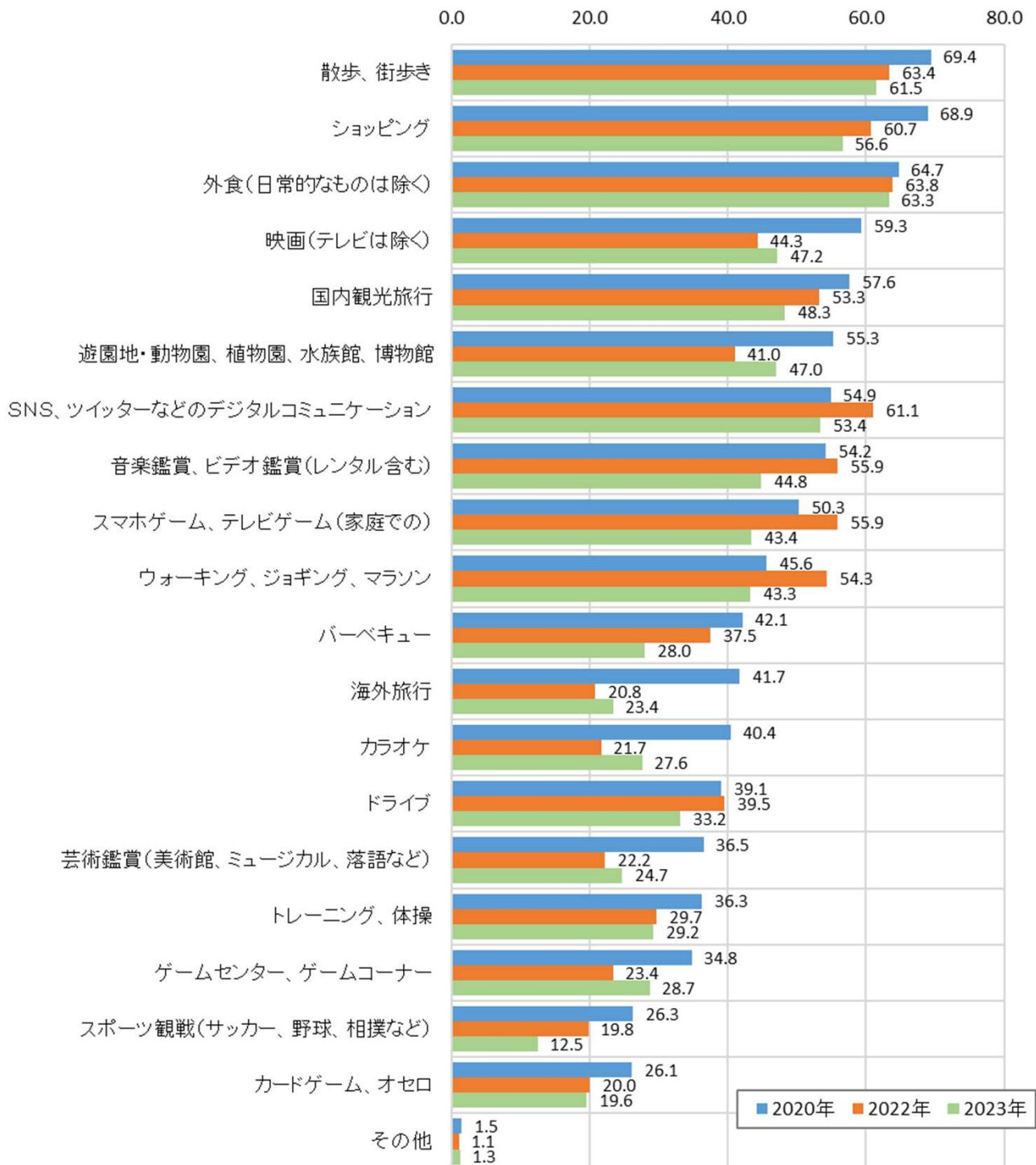
■ 参加した余暇活動（実態）の変化

7 参加した余暇活動（実態）の調査年比較

- 2020年調査を概ね“コロナ前”、2022年調査を“コロナ中”、2023年調査を“コロナ後”として捉えると、“コロナ中”に参加率が増えた余暇活動は「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」といった巣ごもり系と、健康維持系の「ウォーキング、ジョギング、マラソン」であったが、「外食」はほとんど変化（コロナの影響）がない状況が確認できる。
- 「ショッピング」「国内観光旅行」の参加率は減少傾向となっており、さらに総じて“コロナ前”を“コロナ後”が上回る項目が無いことから、コロナの影響によって在留外国人の余暇市場は縮小したものと推察できる。

Q62-1・2 参加した余暇活動（実態）の調査年比較

(単位：%)



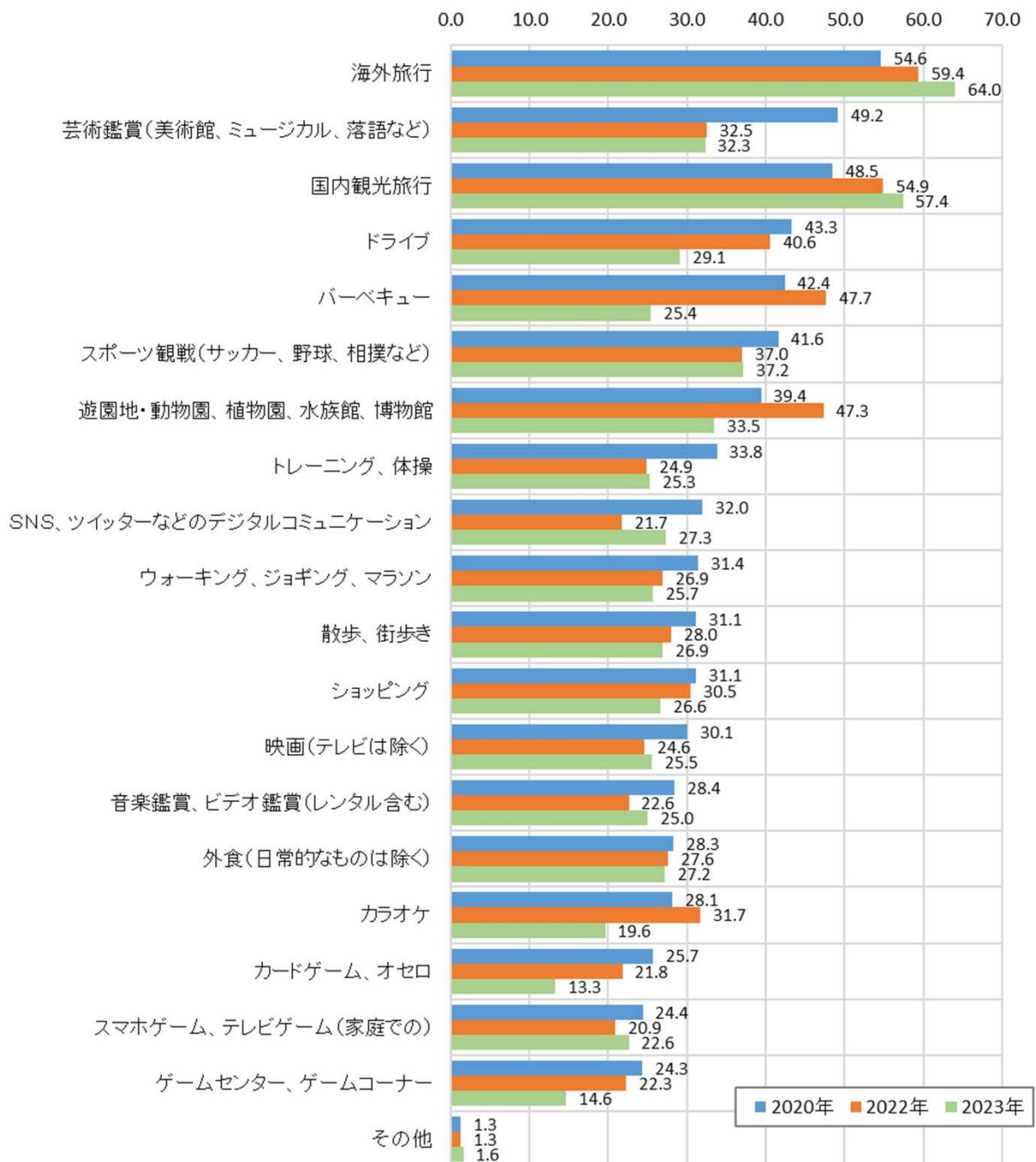
■参加したい余暇活動（希望）の変化

8 参加したい余暇活動（希望）の調査年比較

- 前項同様に2020年調査を概ね“コロナ前”、2022年調査を“コロナ中”、2023年調査を“コロナ後”と捉えると、「海外旅行」「国内観光旅行」の希望率は増加傾向を示し、在留外国人の旅行意欲が高まっている状況が確認できる。
- 「芸術鑑賞」の希望率は“コロナ中”に低下したまま“コロナ後”も下げ止まりとなっており、「トレーニング、体操」も同じような傾向を示している。
- 「ドライブ」「バーベキュー」「遊園地・動物園他」の希望率は“コロナ後”の低下が顕著に現れており、“コロナ中”はこれらの近場の余暇活動に対する参加意欲を高めたが、その後はより遠方に行くような国内外の旅行を希望する人が増えたものと推察できる。

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 : 106億円 (2022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、新潟、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