

年に1回以上テーマパークへ行く20代は6割以上！
チケット代の値上げで利用意向が減少した人は約6割

- テーマパークに関する調査 -

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20230407/>

楽天インサイト株式会社は、「テーマパークに関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2023年2月27日（月）と2月28日（火）の2日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に行いました。今回の調査では、コロナ禍の行動制限緩和に伴い外出をする人が増える中で、テーマパーク（注）の利用状況と値上げなどの意識・実態を調査しました。

（注）ここでのテーマパークとは、アトラクション設備等を備え、パレードやイベントなどを組み込んで人々を楽しませる観光施設（遊園地、水族館、動物園等）を指します。

■□ 調査結果 □■

■テーマパークへ1年に1回以上行く人は約3割で、20代は6割以上

テーマパークへ行く頻度を聞いたところ、「1年に1回以上」計（「月に2～3回以上」「月に1回程度」「2～3ヶ月に1回程度」「半年に1回程度」「1年に1回程度」の合計）は全体で33.7%だった。年代別でみると、「テーマパークには行かない」と回答した人は、50代・60代は2割台半ば（50代：26.0%、60代：26.3%）で、「1年に1回以上」計でも、50代・60代が全体より10ポイント以上低かった（50代：21.1%、60代：17.2%）。

◇テーマパークへ行く頻度（n=1,000：全員回答）単一回答 単位：%

(n)		月に2~3回以上	月に1回程度	2~3ヶ月に1回程度	半年に1回程度	1年に1回程度	それ以下	テーマパークには行かない	1年に1回以上計	
全体	(1,000)	4.0	9.2	18.5		44.4		21.9	33.7	
性別	男性	4.2	7.7	17.3		44.8		23.6	31.5	
	女性	3.8	10.7	19.8		44.0		20.2	35.9	
年代	20代	3.0	3.0	11.5		21.2		22.4	23.6	15.2
	30代	5.0		11.0		26.5		35.4		19.9
	40代	2.1	7.7			20.2		47.6		20.6
	50代	3.1		15.7			52.9		26.0	21.1
	60代	6.1	9.1				56.6		26.3	17.2

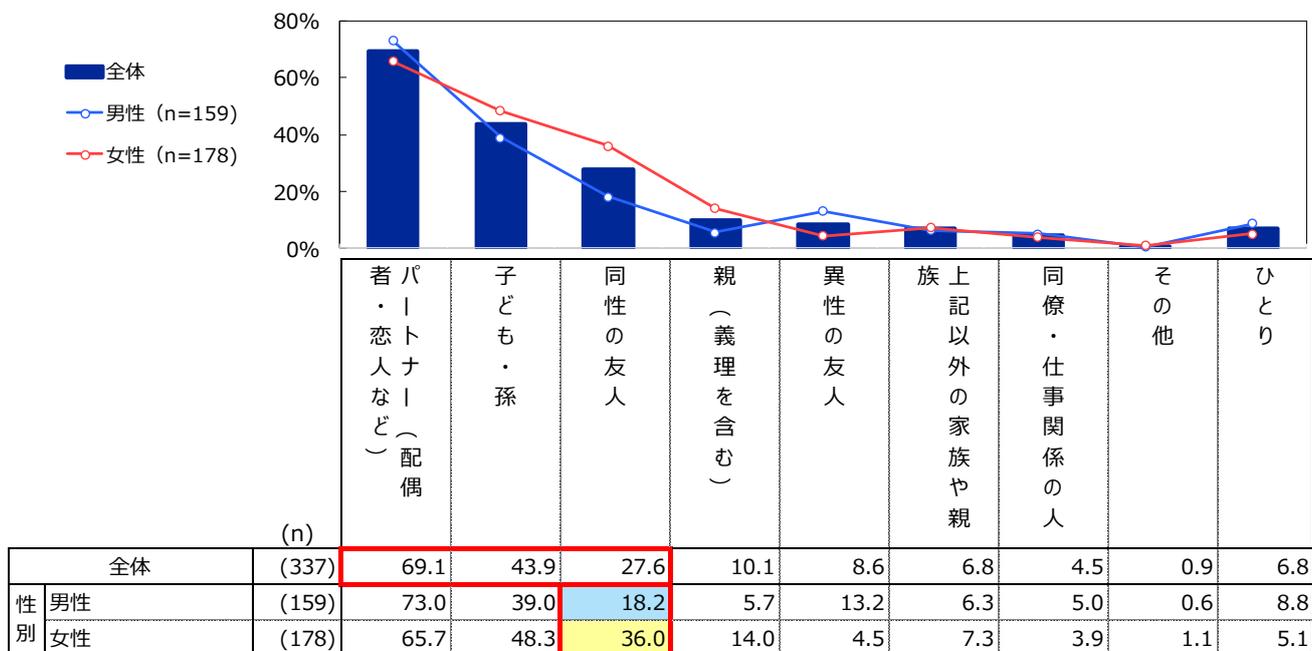
※ 2%未満のグラフスコアは非表示 ※1年に1回以上計は「月に2~3回以上」、「月に1回程度」、「2~3ヶ月に1回程度」、「半年に1回程度」、「1年に1回程度」の合計 (%)

※全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■テーマパークに一緒に行く人は、「パートナー（配偶者・恋人など）」が約7割でトップ

テーマパークに一緒に行く人を聞いたところ、「パートナー（配偶者・恋人など）」（69.1%）が最も多く、次いで「子ども・孫」（43.9%）、「同性の友人」（27.6%）となった。性別でみると、「同性の友人」は、女性の方が男性より15ポイント以上高かった（男性：18.2%、女性：36.0%）。

◇テーマパークに一緒に行く人（n=337：テーマパークに1年に1回以上行く人）複数回答 単位：%



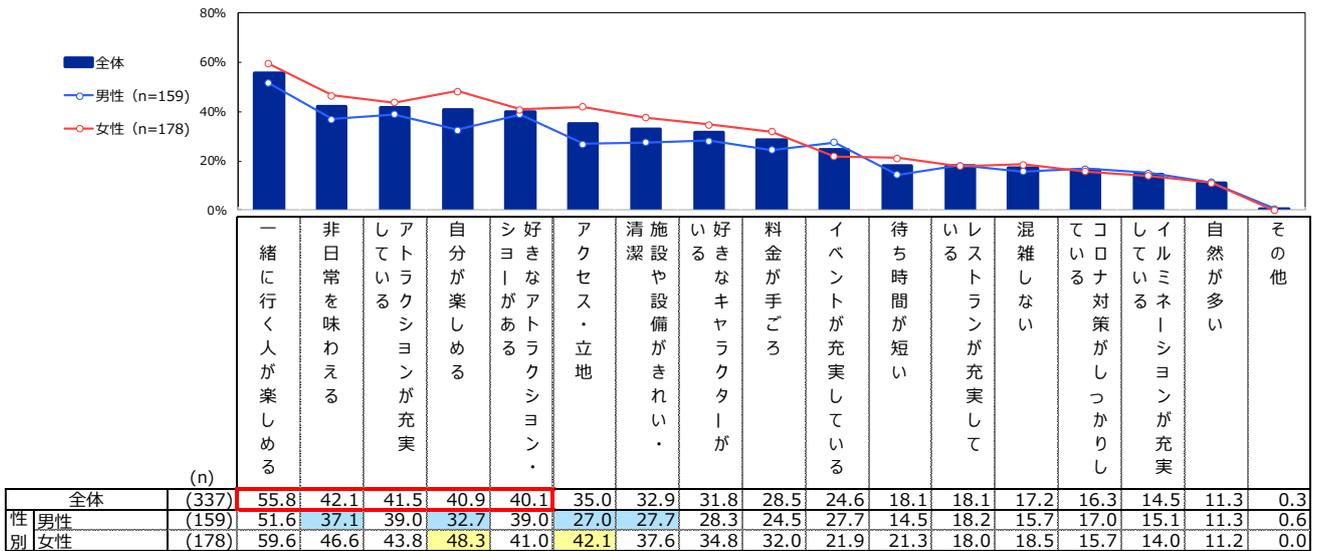
※全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下 (%)

※全体で降順ソート

■テーマパークを選ぶ際に重視するのは、「一緒に行く人が楽しめる」がトップ

テーマパークを選ぶ際に重視する点を聞いたところ、「一緒に行く人が楽しめる」(55.8%)が最も多く、次いで「非日常を味わえる」(42.1%)、「アトラクションが充実している」(41.5%)、「自分が楽しめる」(40.9%)、「好きなアトラクション・ショーがある」(40.1%)だった。また、全体でトップの「一緒に行く人が楽しめる」は、「自分が楽しめる」より15ポイント以上高かった。

◇テーマパークを選ぶ際の重視点 (n=337：テーマパークへ1年に1回以上行く人) 複数回答 単位：%



※全体で降順ソート
※全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下 (%)

■チケット代の値上げで、テーマパークを利用する意向が減少した人は約6割

最も利用するテーマパークにおいてチケット代の変更があったか聞いたところ、チケット代の「値上げがあった」と回答した人の中で「利用意向低下」した人の計(「やや利用意向が下がった」と「利用意向が下がった」の合計)は58.1%だった。性年代別でみると、男性30代の「利用意向低下」計は72.7%で、全体より10ポイント以上高かった。一方、男性20代はチケット代が値上がりしても「利用意向上昇」計(「やや利用意向が上がった」と「利用意向が上がった」の合計)が13.5%と全体より5ポイント以上高かったことから、他の性年代よりもテーマパークでかかる費用を意識しない傾向がみられた。

◇最も利用するテーマパークのチケット代変更による利用意向の変化

(n=356：最も利用するテーマパークのチケット代が「値上がった」と回答した人) 単一回答 単位：%

		(n)	利用意向が上がった	やや利用意向が上がった	変化はなかった	やや利用意向が下がった	利用意向が下がった	利用意向 上昇計	利用意向 低下計
全体		(356)	5.1	35.4	39.3	18.8		6.5	58.1
性別	男性	(165)	4.8	37.6	32.7	23.0		6.7	55.8
	女性	(191)	5.2	33.5	45.0	15.2		6.3	60.2
性年代	男性 20代	(37)	2.7	10.8	45.9	29.7	10.8	13.5	40.5
	男性 30代	(33)		27.3	36.4	36.4		0.0	72.7
	男性 40代	(39)	2.6	5.1	35.9	28.2	28.2	7.7	56.4
	男性 50代以上	(56)	3.6		39.3	35.7	19.6	5.4	55.4
	女性 20代	(45)	2.2	6.7	31.1	48.9	11.1	8.9	60.0
	女性 30代	(42)	4.8		28.6	57.1	9.5	4.8	66.7
	女性 40代	(44)	9.1		31.8	43.2	15.9	9.1	59.1
	女性 50代以上	(60)			40.0	35.0	21.7	3.3	56.7

※ 2%未満のグラフスコアは非表示

※ 利用意向上昇計は「利用意向が上がった」と「やや利用意向が上がった」の合計、利用意向低下計は「やや利用意向が下がった」と「利用意向が下がった」の合計 (%)

※ 全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■優先的に乗り物やアトラクションに乗車できる有料チケットを「買う」20代男性は26.4%

優先的に乗り物やアトラクションに乗車できる有料チケットの購入の有無について聞いたところ、「シーン・タイミングによっては買う」(58.5%)が最も多く、次いで「買わない」(28.4%)、「買う」(13.1%)となった。性年代別でみると、「買う」と回答した20代男性の割合が26.4%で全体より10ポイント以上高く、20代女性と比べても15ポイント以上高かった。

◇優先的に乗り物やアトラクションに乗車できる有料チケット購入の有無

(n=781：テーマパークに行く人) 単一回答 単位：%

		(n)	買う	シーン・タイミングによっては買う	買わない
全体		(781)	13.1	58.5	28.4
性別	男性	(385)	15.1	53.0	31.9
	女性	(396)	11.1	63.9	25.0
性年代	男性 20代	(72)	26.4	47.2	26.4
	男性 30代	(68)	11.8	55.9	32.4
	男性 40代	(93)	15.1	58.1	26.9
	男性 50代	(78)	14.1	48.7	37.2
	男性 60代	(74)	8.1	54.1	37.8
	女性 20代	(68)	7.4	61.8	30.9
	女性 30代	(77)	14.3	58.4	27.3
	女性 40代	(92)	16.3	65.2	18.5
	女性 50代	(87)	4.6	70.1	25.3
	女性 60代	(72)	12.5	62.5	25.0

(%)

■テーマパークでの滞在時間は、「5時間以上」が7割以上

テーマパークでの滞在時間を聞いたところ、「5時間以上」計（「5～6時間」と「7～9時間以上」の合計）が7割以上（77.1%）だった。性別で見ると、「5時間以上」計と答えた人は女性のほうが男性より15ポイント以上多く（男性：69.1%、女性：84.8%）、女性の方が長く滞在している傾向がみられた。

◇テーマパークでの滞在時間（n=781：テーマパークに行く人）単一回答 単位：%

		(n)	1時間未満	1～4時間	5～6時間	7～9時間以上	4時間以内計	5時間以上計
全体		(781)	2.9	20.0	32.4	44.7	22.9	77.1
性別	男性	(385)	4.9	26.0	32.5	36.6	30.9	69.1
	女性	(396)	14.1	32.3		52.5	15.2	84.8
性年代	男性 20代	(72)	4.2	30.6	19.4	45.8	34.7	65.3
	男性 30代	(68)	4.4	22.1	29.4	44.1	26.5	73.5
	男性 40代	(93)	4.3	22.6	37.6	35.5	26.9	73.1
	男性 50代	(78)	3.8	26.9	35.9	33.3	30.8	69.2
	男性 60代	(74)	8.1	28.4	37.8	25.7	36.5	63.5
	女性 20代	(68)	11.8	25.0		61.8	13.2	86.8
	女性 30代	(77)	16.9	27.3		54.5	18.2	81.8
	女性 40代	(92)	13.0	32.6		54.3	13.0	87.0
	女性 50代	(87)	2.3	6.9	36.8	54.0	9.2	90.8
	女性 60代	(72)		23.6	38.9	37.5	23.6	76.4

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 ※ 半日程度計は「1時間未満」と「1～4時間」の合計、半日以上計は「5～6時間」と「7～9時間」の合計 (%)
 ※ 全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

【調査概要】

調査エリア : 全国

調査対象者 : 20歳～69歳 男女

回収サンプルサイズ : 1,000 サンプルサイズ

調査期間 : 2023年2月27日(月)から2月28日(火)

調査実施機関 : 楽天インサイト株式会社

(注) 本レポートでは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。

以上