

「レジャー白書2011」発表

あっという間に19兆円台 パチンコ産業 8%の大幅ダウン

公益財団法人日本生産性本部は8月3日、「レジャー白書2011」を発表した。2010年のレジャー市場は、人口減少と高齢化が進む中でランニング・自転車ブームが続き、映画、学習系レジャーなどが好調だった。市場規模の大きいパチンコ・パチスロは前年比8%マイナスの19兆円台で、7年連続の落ち込みとなり、余暇市場全体の低迷にも影響した。日本経済全体は回復基調にあったが、3月11日に発生した東日本大震災によって大きなダメージを受けた。今回の白書では、大震災後にレジャー・観光産業が果たすべき社会的役割についても緊急特集として考察した。

**余暇活動の参加人口
400万人減も
「学習系」が上昇**

前年からの高速道路料金値下げが追い風となって、「ドライブ」が2年連続で首位だったが、参加人口は400万人以上減少した。「映画」は宮崎アニメなど邦画を中心に集客し、前年に引き続き4位と健闘した。惑星探査機「はやぶさ」帰還後の科学ブームなどで学習系レジャーが注目され、「動物園、植物園、水族館、博物館」がベスト5に顔を出し、「学習、調べもの」が16位から13位に上昇した。手近な娯楽が堅調で、「カラオケ」が7位に、前年21位だった「ゲームセンター・ゲームコーナー」が17位に上がった。(表1)

パチンコ・パチスロは前年の33位から31位に上がったが、参加人口は50万人減少した。

余暇市場の動向

映画、テレビが

史上最高に

2010年の余暇市場は、67兆

表1 ●余暇活動の参加人口ベスト10

2009			2010		
順位	余暇活動種目	万人	順位	余暇活動種目	万人
1	ドライブ	6,740	1	ドライブ	6,290
2	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	6,390	2	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	6,150
3	外食(日常的なものを除く)	6,370	3	外食(日常的なものを除く)	6,040
4	映画(テレビは除く)	5,260	4	映画(テレビは除く)	5,150
5	音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど)	5,150	5	動物園、植物園、水族館、博物館	4,800
6	動物園、植物園、水族館、博物館	5,040	6	音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど)	4,700
7	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	5,010	7	カラオケ	4,680
8	カラオケ	5,000	8	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	4,550
9	宝くじ	4,950	9	宝くじ	4,440
10	テレビゲーム(家庭での)	4,720	10	テレビゲーム(家庭での)	4,290
33	パチンコ・パチスロ	1,720	31	パチンコ・パチスロ	1,670

9750億円で前年比2.1%マイナスだった。

スポーツ部門の市場規模は4兆150億円で前年比1・4%マイナスだった。ランニング用品、スポーツ自転車、キャンプ用品、フィットネス用品が堅調だった。ゴルフ用品は、高性能の高額クラブ以外は全体にマイナスだった。フィットネスクラブは下げ止まり感が見られたが、ゴルフ場、同練習場、テニススクールはマイナスだった。

趣味・創作部門は10兆8840億円で前年比6・3%プラスだった。映画の興行収入は史上最高を記録した。テレビの売り上げも家電エコポイント制度の恩恵で過去最高となった。カメラはデジタル一眼レフの販売台数が伸びたが、単価下落が響いてマイナス成長だった。書籍はミリオンセラーが5点出たが全体では低調だった。

tootooが ネットで大幅増

娯楽部門は43兆5610億円で前年比4・7%マイナスだった。テレビゲーム・ゲームソフトが売り上げを落としたほか、公営競技（中央・地方競馬、競輪、競艇など）の売り上げは前年比6・3%

表2●おもな余暇市場の推移

(単位：億円) (%)

調査年	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	伸び率	
スポーツ	ゴルフ用品	4,740	4,370	4,370	4,400	4,390	4,240	4,000	3,590	3,550	-1.1
	スキー・スノーボード用品	2,390	2,050	1,910	1,860	1,800	1,760	1,680	1,570	1,510	-3.8
	ゴルフ場	15,010	13,510	11,220	10,500	10,420	10,770	10,550	10,000	9,650	-3.5
	ボウリング場	1,170	1,170	1,070	1,040	1,020	1,010	910	830	820	-1.2
	フィットネスクラブ	3,650	3,580	3,800	4,020	4,270	4,220	4,160	4,090	4,140	1.2
	スポーツ観戦料	1,230	1,280	1,360	1,340	1,340	1,390	1,350	1,450	1,390	-4.1
趣味・創作	趣味・創作用品	16,580	16,860	16,200	15,050	14,870	15,070	14,510	14,090	14,060	-0.3
	鑑賞レジャー用品	37,450	37,370	38,010	35,880	35,300	33,320	33,940	31,370	38,750	23.5
	学習レジャーサービス	10,920	10,620	10,670	9,780	9,790	9,910	9,710	9,200	8,730	-5.1
	映画	1,710	1,970	2,110	1,980	2,030	1,980	1,950	2,060	2,210	7.3
娯楽	パチンコ・パチスロ	286,970	292,250	294,860	287,490	274,550	229,800	217,160	210,650	193,800	-8.0
	ゲームセンター	5,520	5,600	5,960	6,260	6,580	6,780	5,950	5,150	4,760	-7.6
	テレビゲーム・ゲームソフト	6,230	5,010	4,360	4,970	6,800	7,110	6,580	5,590	5,320	-5.3
	中央競馬など公営競技	34,350	31,330	29,310	28,950	28,230	27,590	27,570	25,900	24,280	-6.3
	宝くじ	9,500	10,920	10,740	11,050	10,940	10,440	10,420	9,880	9,200	-6.9
	外食	129,240	126,040	120,740	121,570	124,080	127,510	128,440	126,080	127,000	0.7
	カラオケボックス(ルーム)	5,010	4,750	4,110	4,210	4,360	4,270	4,210	3,850	3,790	-1.6
観光・娯楽	遊園地・レジャーランド	4,730	6,590	6,320	6,300	6,480	6,430	6,400	6,230	5,990	-3.9
	国内航空	3,720	3,530	3,670	3,760	4,150	4,250	4,180	3,770	3,850	2.1
	旅館	22,080	20,710	19,790	19,700	19,110	18,730	17,610	15,850	14,570	-8.1
	ホテル	10,250	10,180	10,230	10,410	10,720	10,930	10,380	9,760	9,760	0.0
	旅行業(手数料収入)	7,540	6,830	6,700	6,920	7,070	7,250	6,850	6,660	6,850	2.9
	海外旅行(国際線収入)	8,410	8,010	8,630	9,080	9,770	10,570	10,630	6,410	7,050	10.0
余暇市場合計	850,850	832,290	812,720	801,220	791,740	745,950	726,860	694,500	679,750	-2.1	

「レジャー白書」とは：

国民のレジャー活動を需給両面から総合的に分析し、余暇意識及び余暇活動への参加実態を調査している公益財団法人日本生産性本部の出版物。

1977年（昭和52年）に創刊され、2011年版で通算35号。全国の15歳以上79歳以下の男女を対象にインターネット調査し、今回は3728サンプルを有効回収した。調査時期はことし1月だが、3月11日の東日本大震災後についても調査を加えた。

表紙の写真は、震災後、ホームで浦和レッズを迎え撃つベガルタ仙台。

（「レジャー白書2011」は、同本部ホームページ <http://www.jpc-net.jp> より申し込みが可能です）



パチンコ・パチスロの動向 7年連続減で、20兆円台パス

パチンコ・パチスロの市場規模（貸玉・貸メダル料）は19兆3800億円、前年比8%マイナスで、

マイナスで、19年連続で減少した。宝くじの販売額は前年比6・9%マイナスで、4年連続減少した。スポーツ振興くじtotoの販売額は前年比23・3%の大幅増となり、販売チャンネル別売上げシェアではインターネット販売の割合が51・5%と半数を超えた。外食は低価格路線の店に客が流れ、客単価が下がってほぼ横ばいだった。観光・行楽部門は9兆5150億円で前年比1%プラスだった。

乗用車はエコカー減税とエコカー補助金の効果で、長期低迷から一時的に回復した。遊園地・テーマパークが全般的に厳しい収支状況の中で、「東京ディズニーリゾート」は売上高、営業利益とも過去最高を記録した。旅行業の取扱額では国内旅行は前年比2・1%マイナスだったが、海外旅行が12・1%と大きく伸び、全体で2・9%増加した。（以上、表2）

7年連続の減少となった。前年は21兆円ぎりぎり踏みとどまったが、1年間で20兆円を突き抜け、

19兆円台に落ち込んだことになる。ホール数は1万2479店と前年比1・4%マイナスで、15年連続の減少だった（警察庁「風営白書」）。遊技機設置台数ではパチンコ機はほぼ横ばいだが、パチスロ機は5号機の新規顧客が

増えてきたため増加した。1店あたりの設置台数も増加傾向にあり、店舗の大型化が一層進んでいる。

参加やや下降の 1670万人

参加人口1670万人、参加率（1年に1回以上パチンコ・パチスロをした人の割合）16・3%、年間平均活動回数19・9回はいずれも前年より減った。年間平均費用は08年までは10万円を超えていたが、09年に7万円台に落ち、10年も7万7000円にとどまった。経験率（過去に1度でも遊技した経験のある人の比率）は52・3%と人口の過半数を占めており、業界はこれら「スリープ層」の呼び戻し策を検討している。（以上、表3）

参加率を性・年代別に見ると、男性全体は22・8%とほぼ横ばい。1989年は43・8%と半数に近い参加率だったが03年以降ほぼ20%台で定着している。男性では20代、40代の割合がやや伸び、30、60代が減少した。女性は全体で10・2%

表3●パチンコ・パチスロの参加及び市場動向

調査年	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
参加率 (%)	18.6	19.8	15.9	16.3	15.5	15.0	13.1	14.3	16.8	16.3
年間平均活動回数	23.9	25.5	26.8	27.5	23.6	28.1	25.6	29.6	20.4	19.9
参加人口 (万人)	2,020	2,170	1,740	1,790	1,710	1,660	1,450	1,580	1,720	1,670
ホール事業所数	16,988	16,504	16,076	15,617	15,165	14,674	13,585	12,937	12,652	12,497
パチンコ台数 (万台)	342	325	323	308	296	293	295	308	316	316
パチスロ台数 (万台)	132	161	166	189	194	200	164	145	135	139
1ホール当たり設置台数	279	294	304	318	323	336	338	350	356	365
市場規模 (億円)	286,970	292,250	296,340	294,860	287,490	274,550	229,800	217,160	210,650	193,800
対前年伸び率 (%)	0.8	5.1	1.4	-0.5	-2.5	-4.5	-15.5	-5.5	-3.0	-8.0

と前年より減少したが、かろうじて2ケタを維持した。（表4）

表4●パチンコ・パチスロの性・年代別参加率の推移

(単位：%)

調査年	1989	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
全体	29.8	19.8	15.9	16.3	15.5	15.0	13.1	14.3	16.8	16.3
男性全体	43.8	30.2	24.4	24.8	23.3	22.8	19.6	22.0	22.9	22.8
10代	34.8	14.8	6.0	9.6	13.0	9.0	3.7	4.3	11.4	7.5
20代	56.7	49.5	31.2	32.0	33.5	35.1	23.0	34.4	24.5	26.9
30代	53.8	40.6	35.0	29.8	28.4	28.6	30.3	30.6	27.5	24.7
40代	50.2	29.4	27.9	24.5	27.8	19.1	21.3	25.0	27.1	27.5
50代	38.0	28.0	23.8	31.4	25.9	29.1	23.4	23.4	22.9	28.9
60代以上	24.4	17.7	16.5	16.3	11.9	13.4	11.4	11.6	19.4	16.5
女性全体	15.6	10.1	7.9	8.3	8.2	7.6	6.9	7.0	11.1	10.2

出典：「レジャー白書」各年版

表5●パチンコ・パチスロのファン階層別人口の推移

(単位：万人)

調査年	1996	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
パチンコ・パチスロ人口	2760	2170	1740	1790	1710	1660	1450	1580	1720	1670
ライトファン(年1~11回)	1480	990	800	780	790	700	650	610	1050	970
ミドルファン(月1~4回)	880	850	650	710	690	650	600	690	420	480
ヘビーファン(年50回以上)	400	330	290	300	230	310	200	280	250	220
年間平均活動回数(回/年)	23.8	25.5	26.8	27.5	23.5	28.1	25.6	29.6	20.4	19.9

「レジャー白書」作成のための「余暇活動に関する調査」より推計

低貸玉営業が 27%の大幅増

ファン階層別人口を、白書作成のための調査資料の数値から推計したところ、ライトファン(年に1~11回プレー) 970万人、ミドルファン(月1~4回プレー) 480万人、ヘビーファン(年50回以上プレー) 220万人で、ミドルファンは伸びたがライト、ヘビーファンはやや減少した。(表5)

営業形態では1円パチンコなど「低価コーナー」のある店舗が7935軒と前年比27.1%の大幅プラスとなった。ホール経営全体で見ると、ファンの減少と低貸玉営業の普及による単価の低下で売

「レジャー白書」緊急特集

大震災後のレジャー産業の役割 期待大きい個性的な取り組み

3月11日の東日本大震災によって、わが国のレジャー・観光産業は施設の破壊、交通インフラの寸断といった直接的被害に加えて、

原発事故による計画停電、営業自粛と消費自粛、放射能漏れによる風評被害などを経験し、外国人旅

上高が減少した。遊技機購入費などの確保のため、高粗利体質になっており、さらなるファンの減少につながっていると見られる。

10年のホールの倒産件数は28件、負債総額208億3900万円で、それぞれ前年よりさらに減少した。件数の減少は民事再生法ではなくリ・スケジュール(借入金の返済条件緩和)が増加したためと無理な遊技機購入を控えたため、負債総額の減少は大型倒産がなかったためと思われる。東日本大震災への対応では、業界団体を中心にボランティアを派遣し、義援金を寄付した。また、被災地へ救援物資を配送し、節電要請に応じてネオンなどの消灯や輪番休業を実施している。

行客の激減などを含めて、多方面にわたって深刻な打撃を受けた。

(表6)

一方で、レジャー・観光産業は被災者・被災地支援に積極的に取り組んできた。義援金、物資輸送、ボランティア活動をはじめ、宿泊

表6●業界ごとの主要な被害状況

旅行業	訪日外国人旅行客は激減し、東北地方を中心に国内旅行客も減少。
運輸交通	東北新幹線のほか、東北地方の在来線、仙台空港などが地震・津波で被災。
宿泊産業	震災直後は宿泊客が見込めず、「営業自粛」するケースが目立った。外国人の予約キャンセル、需要減少が全国的に大きな痛手に。
会員制リゾート	東北地方の一部施設等で地震の被害。首都圏では計画停電による臨時休業。
パチンコ業界	石原都知事の発言を契機に節電問題がクローズアップされ、業界による「輪番休業」実施へ。
スポーツ業界	震災直後は各スポーツで需要が激減（ゴルフ等）。プロ野球の開幕は、ナイター実施でセ・パの対応が食い違うなど迷走。
ミュージアム	いわき市の水族館「アクアマリン福島」が被災により休業（現在は再開）。
テーマパーク	ディズニーランドが地震および節電のため4月まで営業自粛。
ゴルフ場	東北地方の一部施設で、コースに亀裂などの被害。3月は用品の売上が激減、コンペ自粛も相次ぐ。
テニスクラブ	首都圏では「計画停電」や節電により、ナイター営業に大きく影響。
スキー場	シーズン終盤に震災が発生、例年よりも1ヶ月以上早く事実上の営業終了。
海水浴場	環境省で海水浴の安全基準を策定。全国の海水浴場で放射線値測定が進む。

出所：報道資料および業界ヒアリングをもとに作成

産業・会員制リゾート業界・オー
トキャンプ業界などの被災者受け
入れ、Jリーグの復興支援チャリ
ティーマッチ・イベント、スポー
ツ用品業界のアウトドア用品やシ
ューズの提供、観光業界の各種応

援イベント等、それぞれの業界の
強みや特徴を生かした個性豊かな
取り組みが見られた。そうした動
きにより、レジャー・観光産業へ
の「社会的ニーズ・関心」も高ま
った。白書では、今後、レジャー・

観光産業が「社会的ニ
ーズ・関心」に応える
ために実現可能な社会
的役割として、以下の
7つを挙げた。(表7)

**笑い・感動は
心の栄養**

①元気づける 世の中
の鬱状態は過度な自
粛や萎縮の原因となり、
日本全体の復興速度を
鈍らせる。楽しさ・笑
い・感動は心の栄養で
あり、人を元気にし、
生きるモチベーション
を与えてくれる。スポ
ーツ、趣味・創作、娯
楽、観光・行楽は、「人
に楽しんでもらう」こ
とを基本的使命とする
産業であり、その能力
を経済・社会に役立て
るために最もふさわし

い機能を持っている。典型的な例
は「なでしこジャパン」の大活躍
で、被災地だけでなく日本中に大
きな感動と勇気を与えた。ほかに、
被災地以外の地域から被災地・被
災者への応援として行われるアプ
ローチや商品化への様々な取り組
みが始まっている。

**楽しく日常の
復活へ**

②「日常」を支える・取り戻す
大震災で改めて認識されたのが
「日常」の価値。避難所生活者の
中には、パチンコを「憩いの場」
「ストレス発散の場」として、ホ
ールの営業再開を望む声が多かつ
た。「貸しクラブでもいいからゴ
ルフがしたい」といったニーズも
多く確認されている。カルチャー
センターでは、震災後も意識的に
通い続ける受講者が見られた。レ
ジャー活動が日常を保ち確認する
拠りどころになっており、復興の
最終目的は「レジャーのある日常
に戻ること」といってもいい。

**仲間づくりの
機能を**

③きずなを深める 大震災や原

発事故は被災地での日常的な人間
関係を分断した。これを機に、家
族、仲間、地域などのきずなを重
視する気運が高まった。被災地以
外の地域でも同様だった。レジャ
ーの「仲間づくり機能」「コミュ
ニケーション機能」は、こうした
社会的ニーズに応えるものとして
期待される。地域を越えてきずな
を深めるといふ点では、災害ボラ
ンティアなどの社会貢献活動も注
目される。ボランティア活動を対
象にしたツアー商品も開発されて
おり、きずなを深めるための自由
時間活動といえる。

**文化の魅力を
アピール**

④「文化」の掘り起こし・発信
観光による地域振興の必要性が
高まる中で、地域の文化資源の発
掘・深彫りが重要な課題となった。
レジャー施設に関しては動物園、
植物園、水族館、美術館、博物館、
郷土資料館など「ミュージアム」
の役割が大きい。また、東北の復
興実現のためには、東北文化の立
て直しが必要でない。7月に開催
された東北六魂祭のような、東北
6県が一丸となって文化的魅力を

アピールした取り組みは有効だった。

「仕事の余暇」の受け皿

⑤「生活のリズム」をデザインする
 〓 原発事故に端を発した電力危機は、日本人の生活リズムに思わぬ影響をもたらした。企業・業界は電力使用のピークの平準化や節電目的のため、輪番休業、休日の増加、サマータイム等に取り組み、人々の「仕事—余暇時間」の枠組みが変化した。こうした「社会実験」をしっかりと「生活のリズム」に定着させていくためには、レジャー産業が主導する受け皿づくりが必須となる。例えば、休暇・休業の長期化・分散化に対応した長期型旅行商品の開発など、レジャー産業サイドの取り組みと企業の制度改革が共鳴して新たな「生活のリズム」を生み出すことが期待される。

共感を集めた日本の国民性

⑥ソフトパワーの発揮
 〓 大震災の後、海外の多くの芸能人、アーティスト、アスリートがわが国へ

の支援をいち早く表明し、多くの日本人を勇気づけた。これは、日頃から海外の芸能やスポーツへ深い理解を示す日本人の国民性が、幅広い共感を集めたことによる。こうした一国の文化や価値観が国際社会から信頼や支援を集める力（ソフトパワー）は、文化、政策、政治的価値観等から生まれるとされている。文化の一端を担っているのはレジャー・観光・文化遺産であり、それらの価値を見出し、世界に向けて情報を発信することがレジャー産業の大きな役割となる。

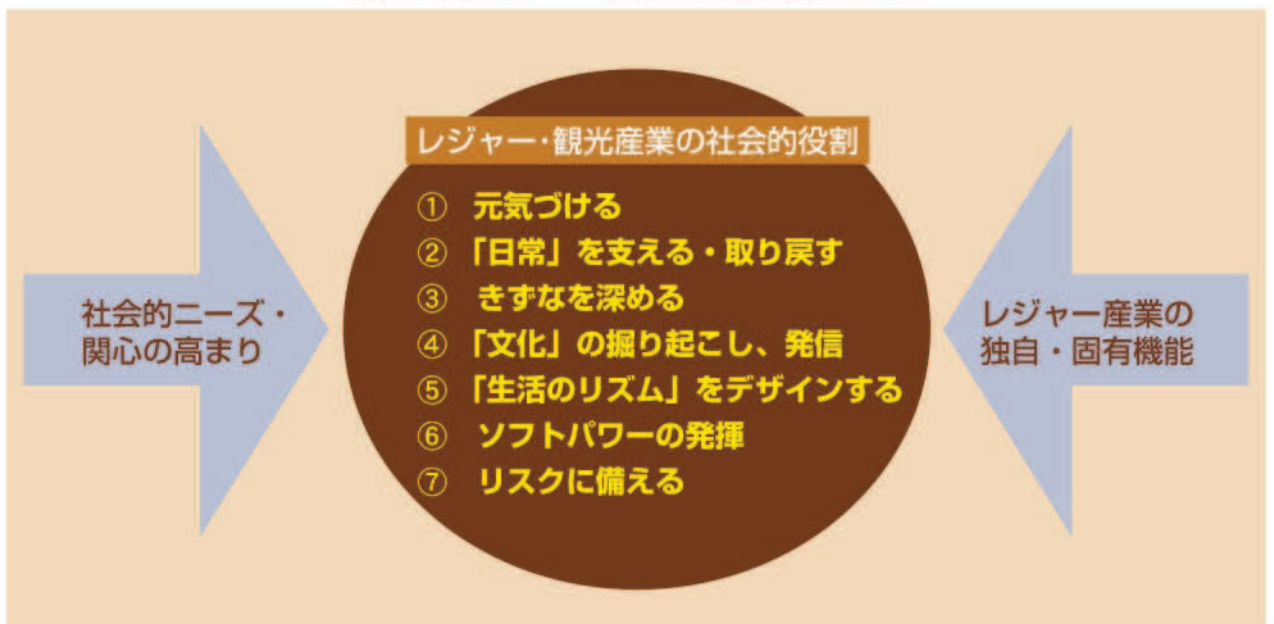
ライフレインの一端に

⑦リスクに備える
 〓 震災後、「安全・安心」への関心が高まった。多数の人を集めるレジャー・観光産業は、様々な形でリスク対応を迫られることになる。これを負担と考えず、むしろ「リスクに強い産業」を目指して地域のニーズに応える存在となり、産業としての基盤強化を図ることが大切だ。ホテル・旅館などの宿泊施設が被災者の受け入れに貢献したことは、宿泊施設が災害時に地域のライフ

ラインの一端を担えることを証明した。また、都市部のテニスコートやゴルフ練習場などの空間は「防災空間」として避難場所、仮設住宅設置場所、救済物資保管所などの機能を持ちうる。レジャー産業が自らのポテンシャルを強化し、地域に密着し、そうした動きを自治体が支援する展開が考えられる。

レジャー・観光産業が足腰を強めて成長することは、我が国の危機管理能力を高めるだけでなく、経済成長にも大きく寄与する。レジャー・観光産業はこのような経済的・社会的役割を担っていることを自覚し、自己再認識と責任感を高めていく

表7●レジャー・観光産業の社会的役割



ことが求められる、と白書は結んでいる。