

# サイクリスト国勢調査 2018

## 調査結果レポート

\*本調査は平成30年度観光庁「テーマ別観光による地方誘客事業」の一環として実施した

ワールド●ニッポン

一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン  
全国サイクルツーリズム連携推進協議会



ツール・ド・ニッポンを運営する一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパンおよび、全国サイクルツーリズム連携推進協議会は、地域でサイクリングを楽しむ「サイクリスト」の行動実態把握を目的とした「サイクリストと調査2018」を実施しました。

本ページでは調査データをもとに、調査結果の一部を「サマリ・レポート」としてご紹介いたします。

※本調査は、平成30年度観光庁「テーマ別観光による地方誘客事業」の一環として実施しました

# 調査の目的

## サイクリングの行動実態を調査することによって

- ✓ サイクリング誘客によって地域にもたらされる効果/恩恵を明らかにする
- ✓ サイクリング客の思考/行動特性を明らかにする
- ✓ 地域が、サイクリング客の特性に応じた効果的な誘客施策に活かせるようにする
- ✓ 地域が、サイクリング客の特性に応じたサービスを提供できるようにする
- ✓ 地域でのサイクリング体験を最大化する（ミスマッチをなくす）

※調査実施概要は末尾に記載します

本調査においては、「サイクルツーリズム」を以下として定義する

---

「生活圏 (※1) ではない地域」を訪れ  
自転車で走ること

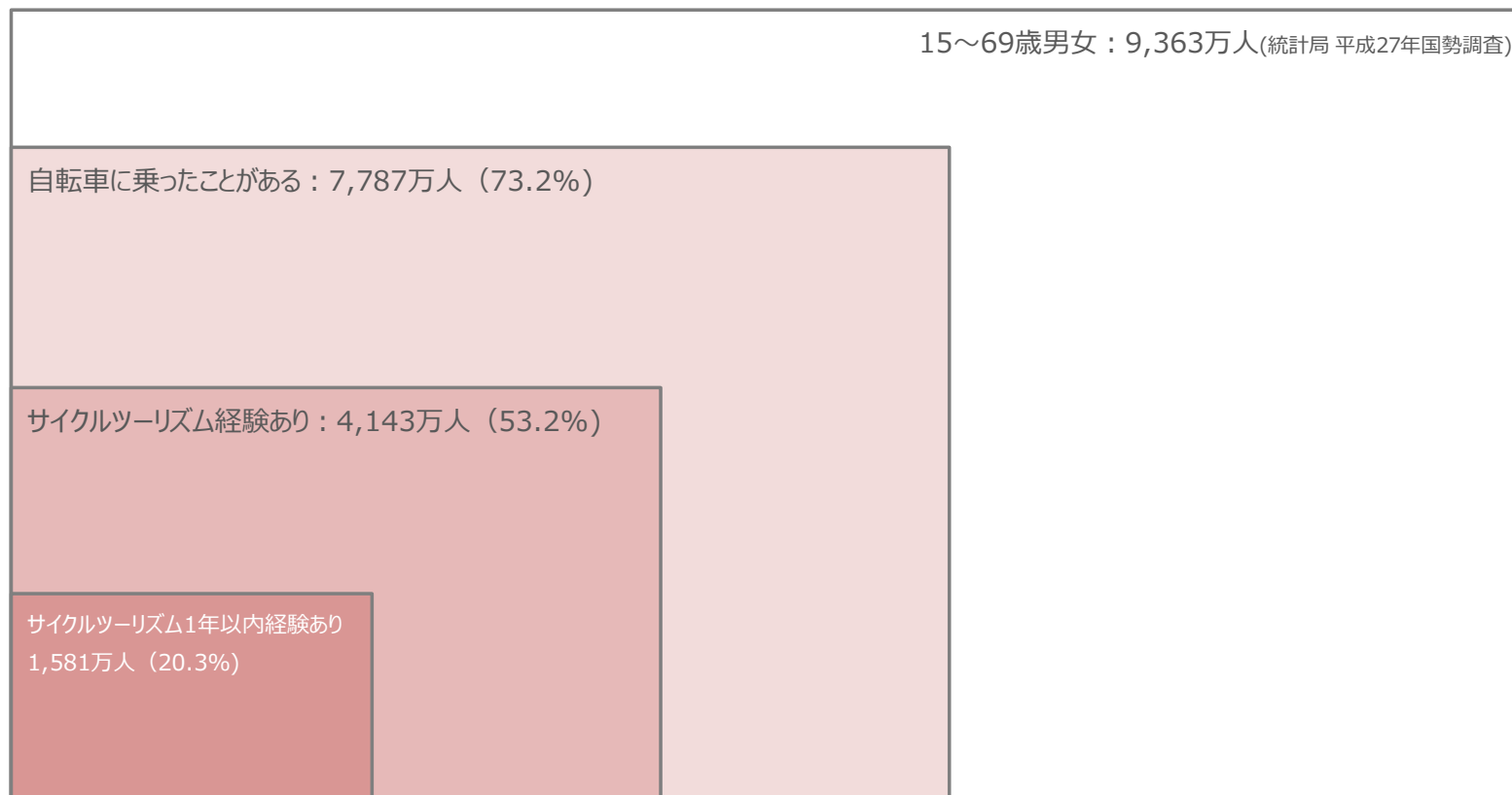
※1生活圏：  
生活の土台となる「居住」や「勤務・通勤」が主として行われる範囲・地域。

# サイクルツーリズムのマーケットポテンシャルは？ ①市場規模

ざっくり  
言うと

- ✓ 15-69歳の男女のうち、自転車に乗ったことがある人の割合は**73.2%**。人数としては、**約7,787万人**。
- ✓ このうち、サイクルツーリズムを経験したことがある人の割合は**53.2%**。人数としては、**約4,143万人**。
- ✓ 直近1年以内での経験者は**20.3%**。人数としては、**約1,581万人**。
- ✓ サイクルツーリズムの国内マーケットは、全体として**年間約1,256億円**である。（推計値のため誤差あり）

※各スコアはQuickベース



# サイクルツーリズムのマーケットポテンシャルは？ ②地域での消費

ざっくり  
言うと

- ✓ サイクルツーリズムで地域を訪れる際の予算は、**1回あたり平均約3.1万円/人**である。
- ✓ 1回あたりの予算で最も高いのが「**宿泊施設**」で、予算全体の**26%**、金額にすると**約8,100円**。
- ✓ その次に高いのが「**アクティビティ**」で、予算全体の**11%**、金額にすると**約3,500円**。

※各スコアはQuickベース

	予算	比率
宿泊施設	8,119円	26.0%
飲料・補給物	2,285円	7.3%
飲食店	2,895円	9.3%
温泉・銭湯	2,006円	6.4%
アクティビティ	3,488円	11.2%
地元ガイド	3,363円	10.8%
お土産	3,439円	11.0%
レジャー施設	2,970円	9.5%
レンタサイクル	2,639円	8.5%
合計	31,204円	100%

# サイクルツーリズムのマーケットポテンシャルは？ ②地域での消費

ざっくり  
言うと

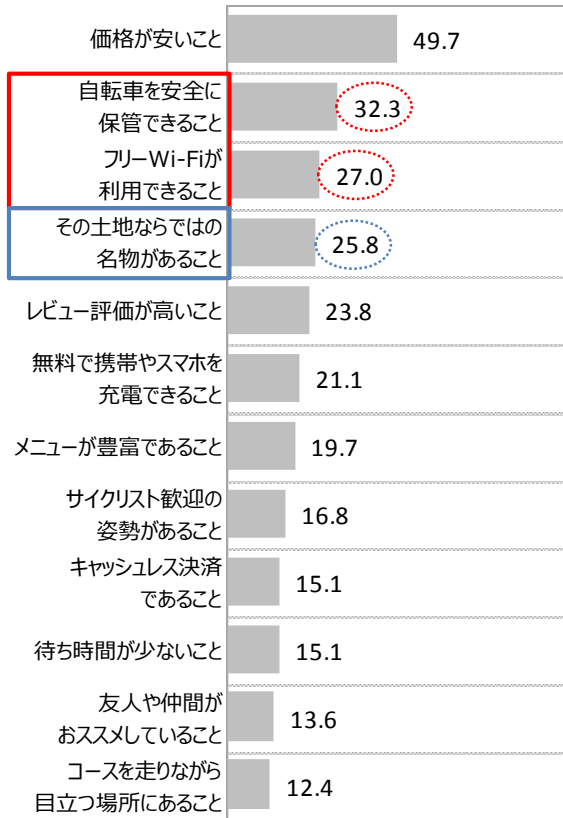
地域において、宿泊施設や休憩施設などを選ぶ時には

- ✓ 「価格が安いこと」を最も重視している
- ✓ 「**自転車を安全に保管できること**」や「**フリーWi-Fiが利用できること**」といった、設備面についても重視度が高い。
- ✓ 宿泊・休憩・飲食施設ともに「**その土地ならではの名物**」を求める、観光要素も重視している。

※各スコアはQuickベース

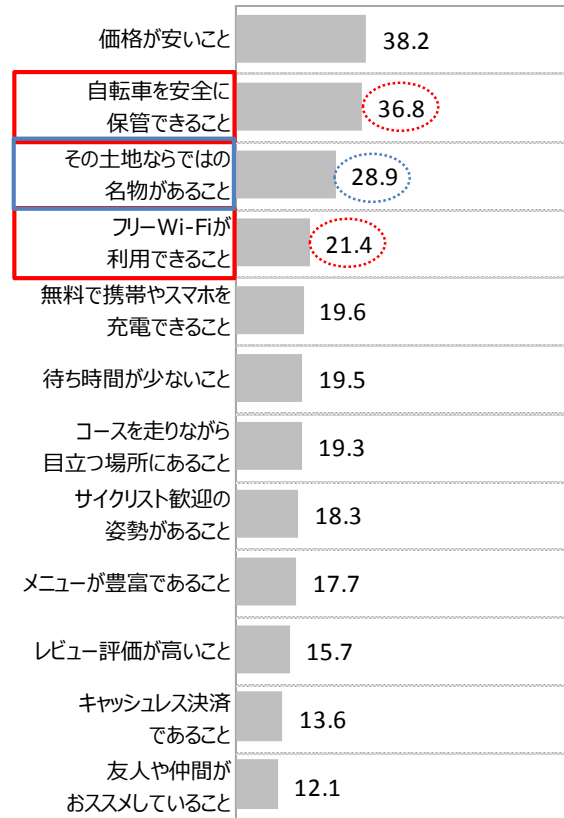
## 宿泊施設利用の重視点

■ 全体(n=1,033)



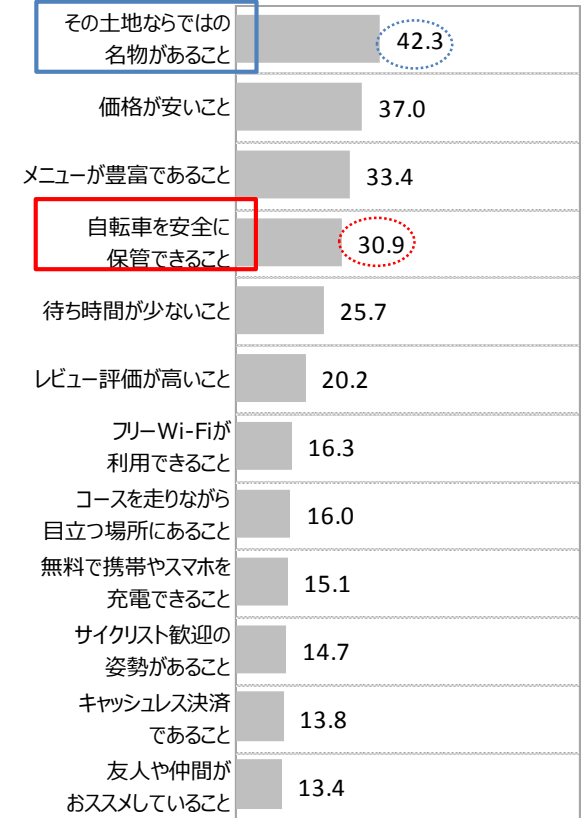
## 休憩施設利用の重視点

■ 全体(n=1,033)



## 飲食店利用の重視点

■ 全体(n=1,033)



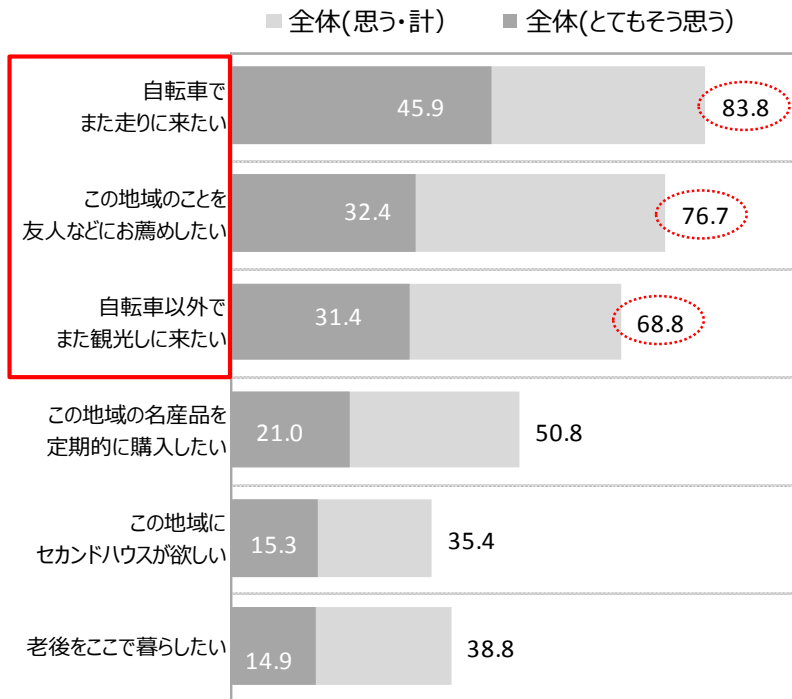
# サイクルツーリズムのマーケットポテンシャルは？ ③波及効果

ざっくり  
言うと

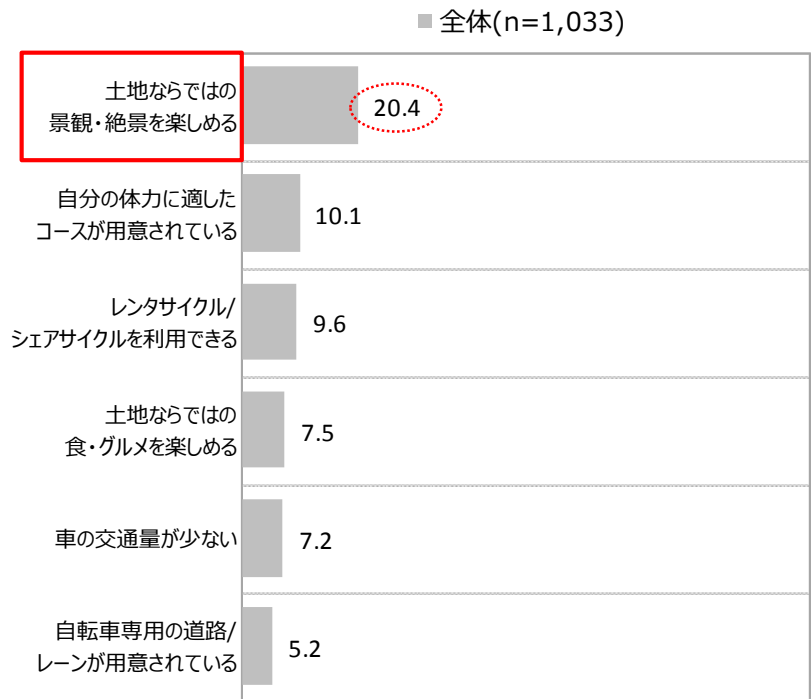
- ✓ サイクルツーリズム経験者は、走った地域について、**84%**が「**自転車でもた走りに来たい**」と思っている。**77%**が「**この地域のことを友人にお薦めしたい**」、**69%**が「**自転車以外でもた観光しに来たい**」と思っている。自転車で地域を走ることによって、その地域のファンになり、さらに口コミによる新規ファンの獲得も見込めると推測される。
- ✓ 地域を選ぶ時に最も重視することは、「**土地ならではの景観・絶景を楽しむこと**」が**20%**で最も高い。

※各スコアはQuickベース

## 走った地域に対する評価



## 地域選びの重視点










# サイクリング客は、どんな生態をしているの？ ①セグメンテーション

「生活圏外を自転車で走る際の行動（サイクルツーリズム行動）」の体系は「自転車の最頻用途（自転車を使う最も主な用途/何のために乗るか）」によって**6つのタイプ**に大別される

セグメント	条件
日常の移動手段層	自転車に乗る主な用途が、「通勤・通学」「仕事時の移動手段」「日常の移動手段」「災害時」のうちのいずれか
健康エクササイズ層	自転車に乗る主な用途が、「健康増進/運動不足解消のため」
旅行・レジャー手段層	自転車に乗る主な用途が、「旅行・レジャー・行楽時での移動手段」
ツーリング層	自転車に乗る主な用途が、「自分や仲間が計画したサイクリング・ツーリング」
サイクリングイベント層	自転車に乗る主な用途が、「サイクリングイベント参加」
レース層	自転車に乗る主な用途が、「レースイベント参加・トレーニング」

※「最頻用途」以外のファクター（脚力/最重視点/自転車モチベーション）軸によるセグメンテーションも試みたが、「ツーリズム行動」に最も鮮明な違いが見られたのが、「自転車の最頻用途」によるセグメンテーションだった。

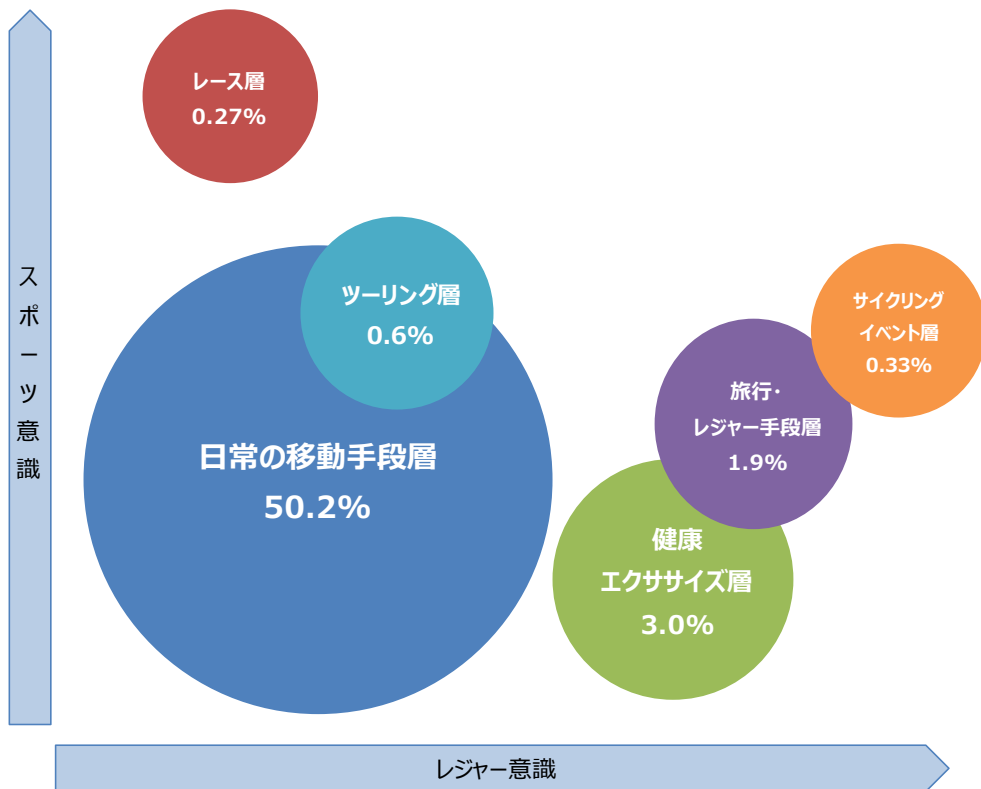
# サイクリング客は、どんな生態をしているの？ ②セグメント毎の特徴

	自転車に乗るモチベーション		地域選びの重視点	
	共通	セグメント毎に異なる	共通	セグメント毎に異なる
<b>日常の移動手段層</b>  最もボリュームは多いが、サイクルツーリズム経験者の割合は少なく、あっても日帰りが多かったりと、そこまでお金を使っていない。可処分所得は少なく、サイクリング時の予算も少ない。	自然や空気を感 <sub>じ</sub> て、爽快な気分 <sub>で</sub> 走 <sub>り</sub> たい	・街を散策しながら走りたい	土地ならではの景観・絶景を楽しむ	
<b>健康エクササイズ層</b>  健康を維持して元気であることを目的として自転車に乗っている。地域を走る時には、土地ならではの景観・絶景が楽しめることが重視点としてあがってくるので、健康増進と合わせて観光もしたいというニーズがある。		・体力をつけて元気でいたい ・病気を予防し健康を維持したい		・自分の体力に適したコースが用意されている ・土地ならではの食・グルメが用意されている
<b>旅行・レジャー手段層</b>  宿泊施設の利用やご当地体験も行う、消費には積極的な層。レンタサイクルの利用者が多く、地域選びの重視点にもレンタサイクルが利用できることがあがってくるので、自転車そのものへのこだわりは薄い。		・観光地や名所を走りたい ・自由気ままに走りたい		・レンタサイクル/シェアサイクルを利用できる
<b>ツーリング層</b>  快適に走れる距離が長く、サイクルツーリズム経験者の割合も66.2%と高い。起伏・勾配を感じながら走りたいというモチベーションが高めなので、スポーツ意識がやや高い層だが、消費には消極的。		・体力をつけて元気でいたい ・起伏・勾配を感じながら走りたい ・自由気ままに走りたい		・自分の体力に適したコースが用意されている ・サイクリングMAPが用意されている
<b>サイクリングイベント層</b>  可処分所得、サイクリング時の予算ともに高く、消費に最も積極的な層。地域を走る時には、レンタサイクルが利用できる、車が少ない、自転車の保管や盗難防止に配慮があるといった、設備・環境面を重視する。		・病気を予防し健康を維持したい ・目標に定めたタイム・距離で走りたい		・車の交通量が少ない ・自転車の保管や盗難防止への配慮 ・自分の体力に適したコースが用意されている
<b>レース層</b>  サイクルツーリズム経験者の割合は多いが、滞在日数は少なく、ご当地体験や観光はあまりしない。限界に挑戦したい、上位に入賞したいといったスポーツ意識が高く、自転車に対するこだわりが強い層。		・自分自身の限界に挑戦したい ・上位に入賞/表彰台にあがりた		・挑戦しがいのある目標がある

タイプ毎に自転車に乗るモチベーションや、走る場所選びの重視点が異なるので、どのタイプをターゲットにするかに応じて、とるべき誘客施策は異なる

# どのタイプをターゲットにするべき？ ①セグメント別・人口分布

自転車に乗らない人も含む全国一般（15-69歳男女）における各セグメントの割合を算出した。



	市場全体での割合	男女15-69歳の人口全体に置き換えた場合の推計
日常の移動手段層	50.2%	47,015,488人
健康エクササイズ層	3.0%	2,780,486人
旅行・レジャー手段層	1.9%	1,778,762人
ツーリング層	0.6%	608,524人
サイクリングイベント層	0.33%	308,943人
レース層	0.27%	252,771人
合計	56.3%	52,744,974人
その他の用途 用途なし	26.8%	25,120,503人
自転車に乗らない	16.8%	15,767,025人
合計	100.0%	93,632,502人

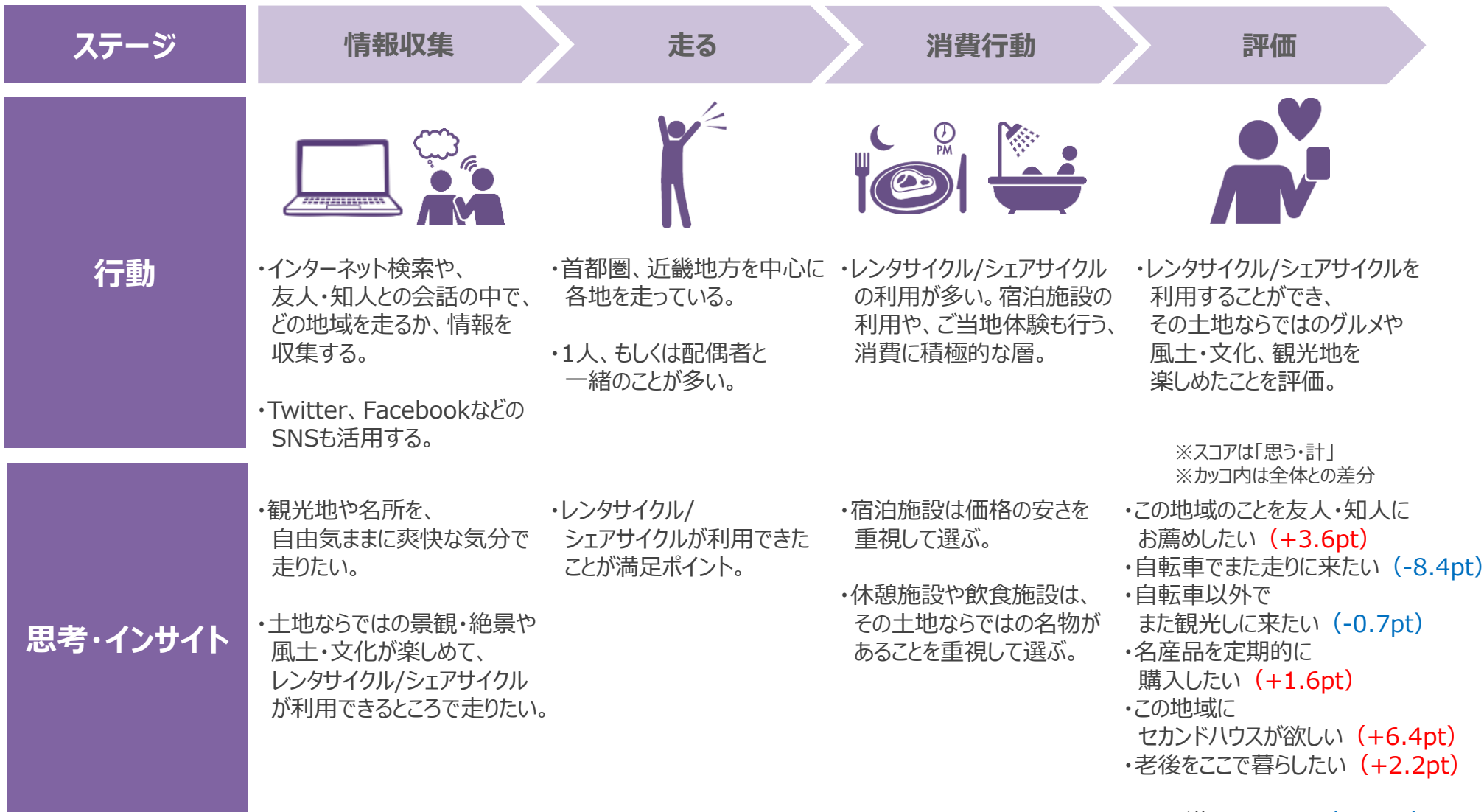
# どのタイプをターゲットにするべき？ ②セグメント別・市場規模

各セグメントのツーリズム関連出費から、**セグメント毎の市場規模**を推計した

	人口推計	サイクルツーリズム 経験比率 ※直近の1年以内	サイクルツーリズム 経験人数 ※直近の1年以内	可処分 所得/月	ツーリズム関連の 出費/月 平均%	ツーリズム関 連の出費/月 金額推計	サイクルツーリズム 経験人数 × ツーリズム関連の出費/月
日常の移動手段層	47,015,488人	22.7%	10,691,296人	40,343円	21.5%	8,657円	92,552,818,416円
健康エクササイズ層	2,780,486人	36.0%	1,001,724人	45,431円	23.0%	10,469円	10,486,766,855円
旅行・レジャー手段層	1,778,762人	44.2%	786,400人	54,624円	24.4%	13,348円	10,496,855,610円
ツーリング層	608,524人	66.2%	402,562人	40,684円	26.9%	10,953円	4,409,389,648円
サイクリングイベント層	308,943人	66.7%	205,962人	61,282円	36.2%	22,172円	4,566,491,157円
レース層	252,771人	66.7%	168,514人	64,643円	29.1%	18,793円	3,166,822,061円
							125,679,143,746円

# どのタイプをターゲットにするべき？ ③セグメント別・行動/嗜好特性

6つのセグメント毎に**特徴的なサイクルツーリズム行動**（カスタマージャーニーマップ）を作成した  
 その中から一例として、【旅行・レジャー手段層】のカスタマージャーニーマップを紹介する



# あなたの地域が選択すべきターゲットは？具体的な誘客施策は！？



## ワールド●ニッポン

地域毎に最適な①ターゲットの設定、②訴求すべき地域資源の掘り起こし、  
③効果的な誘客施策の立案・実行を、全面的にサポートいたします。

# こちらからお問合せください(WEB原稿用)

サイクリスト国勢調査2018の

調査結果レポート完全版「**サイクリストのトリセツ**」には、

- ・6セグメント別のサイクルツーリズム行動（カスタマージャーニーマップ）
- ・6セグメント別の誘客施策例や押さえるべきツボを掲載しています。

下記よりお問合せいただけましたら、担当者より資料をお送りいたします。

完全版レポート「サイクリストのトリセツ」はこちらから  
(問合せフォームへ)

<調査結果やデータの引用・転載について>

- ・調査データの引用・転載の際は、必ず「出典：ツール・ド・ニッポン（一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン）」と明記いただけますようお願いいたします。
- ・引用・転載先がWebページ（メディア/ブログ等）である場合、該当記事のURLをリンクしてご掲載ください。
- ・報道関係者様による引用の場合、利用・掲載状況の把握のため、こちら（リンク先：<http://www.tour-de-nippon.jp/series/contact/media/>）までお問い合わせいただくと幸いです。

# 調査概要(WEB原稿用)

- 調査主体 : 一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン  
全国サイクルツーリズム連携推進協議会  
\*平成30年度観光庁「テーマ別観光による地方誘客事業」の一環として実施
- 調査対象 : マクロミルモニタ = 15～69歳の男女  
一般サイクリスト = ツール・ド・ニッポン会員  
= ツール・ド・ニッポン公式サイト/SNSでの協力要請に応じた全国のサイクリスト
- 調査地域 : 全国
- 調査方法 : インターネットリサーチ
- 調査時期 : 【Quick】 SCR調査 : 2018年8月24日(金)～8月27日(月)  
本調査 : 2018年9月12日(水)～9月25日(火)  
【Questant】 2018年9月10日(月)～9月11日(火)
- 有効回答数 : 【Quick】 SCR調査 : 10,000サンプル  
本調査 : 1,033サンプル  
【Questant】 : 1,750サンプル
- 調査実施機関 : 株式会社マクロミル

## 調査結果の記述について

※n=30未満は参考値として記載