

～訪日外国人の 80%以上が『公演鑑賞』を計画！～ 劇場・コンサートホールに関するインバウンド調査結果を発表

文化施設の運営・コンサルティング業務を展開するサントリーパブリシティサービス株式会社(本社:東京都江東区、代表取締役社長:千大輔、以下 SPS)は、クラシック公演鑑賞者を対象として定期的にアンケート調査を実施しています。今回は過去 3 年以内に訪日した韓国、中国、台湾、アメリカ、イギリスの 20 代～60 代の男女 750 名を対象に調査を実施し、外国人の日本での公演鑑賞における実態が明らかになりました。

※調査結果は 2024 年の訪日外国人統計に基づいたウェイトバック集計を用いて、精度を高めたデータとしてまとめています。訪日外国人数出典:日本政府観光局(JNTO) [JNTO 統計](#)

◆サマリー

1. 訪日目的として「公演鑑賞」が重要な役割を担う

劇場・コンサートホールを利用した訪日外国人の 81.2%が訪日する際の目的の一つに「公演鑑賞」を挙げており、文化施設が訪日動機の重要な要素となっていることが判明しました。

2. 国別に異なる鑑賞ジャンルの傾向

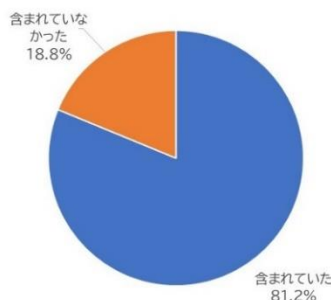
5 か国全体では「ミュージカル」が最も人気ですが、中国では「オペラ」が特に支持を集めるなど、国ごとに異なる傾向が見られました。

3. 劇場・コンサートホールへの来訪を促進するための要素

「チケット購入方法の分かりやすさ」が全体で最も重要視され、特にアメリカやイギリスではそのニーズが高いことが分かりました。

1. 訪日目的として「公演鑑賞」が重要な役割を担う

Q【訪日中クラシック施設利用経験ありの方】
日本を訪れる目的のひとつに、公演鑑賞が事前に含まれていましたか。
(N=500)



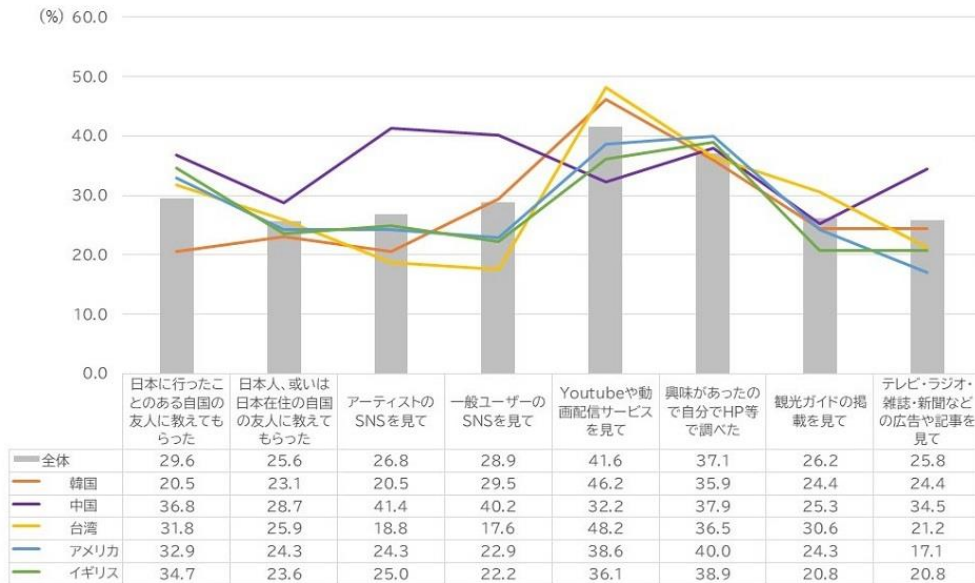
今回の調査では、劇場・コンサートホールを利用したことがあると答えた訪日外国人の 81.2%が、事前に訪日計画に「公演鑑賞」を組み込んでいたことが明らかになりました。これは、文化施設が訪日動機の重要な要素となっていることを示しており、インバウンド市場における文化体験の価値が改めて確認される結果となりました。

公演情報の取得方法としては、YouTube や動画配信サービス(41.6%)が最も多く、特に台湾や韓国で高い割合を占めています。一方、アメリカやイギリスでは、

インターネット検索を活用する傾向が強く、中国ではアーティストの SNS や友人の推薦が主要な情報源となっています。

Q【訪日中クラシック施設利用経験ありの方】/【公演鑑賞が事前に含まれていた方】
情報をどのように知ったのか等、きっかけを教えてください。

(N=392)



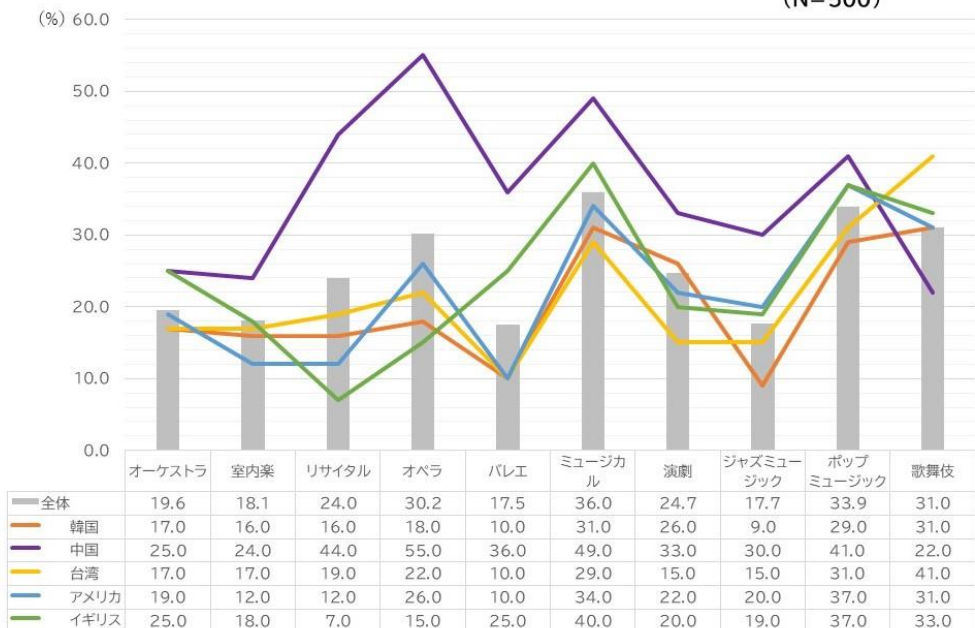
2. 国別に異なる鑑賞ジャンルの傾向

過去3年間の訪日時に鑑賞した公演のジャンルを聞いたところ、5か国全体で最も人気があったのは「ミュージカル」(36%)でした。一方、国別に見ると、中国では「オペラ」(55%)が圧倒的に人気を集め、他国とは一線を画しています。台湾では「歌舞伎」(41%)、アメリカでは「ポップミュージック」(37%)が最も支持されるなど、国ごとの嗜好の違いが確認されました。さらに、「オーケストラ」(19.6%)や「バレエ」(17.5%)は特定の国で関心を集めていることが分かります。

Q【訪日中クラシック施設利用経験ありの方】

過去3年間の日本への訪問時に、鑑賞されたジャンルをすべて教えてください。

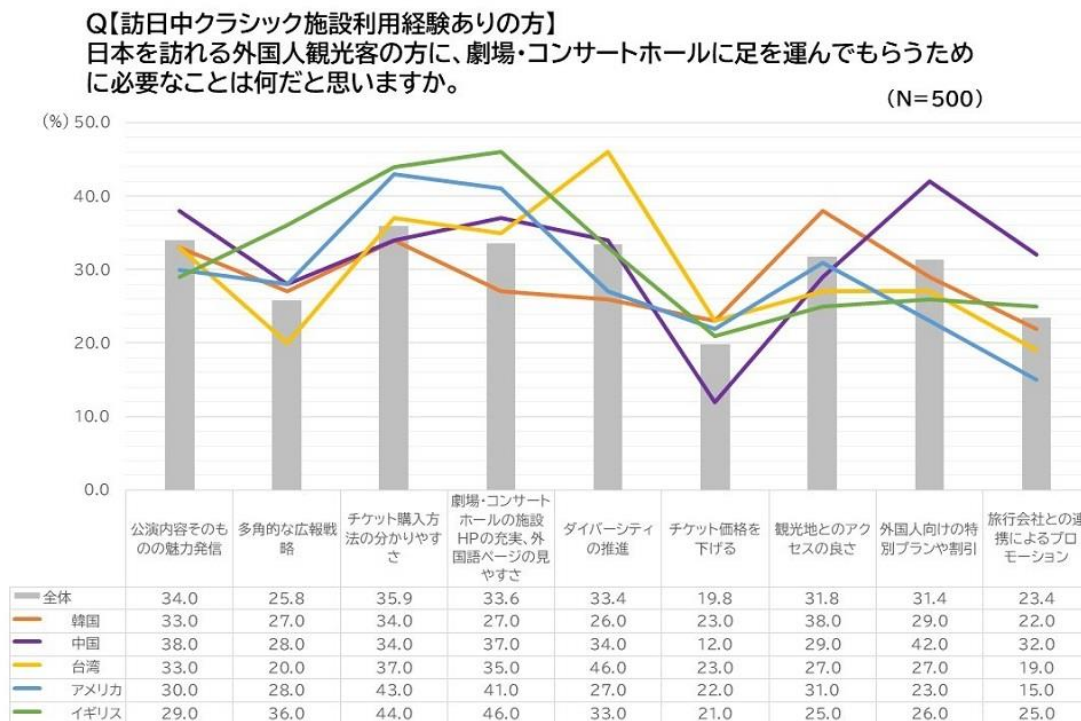
(N=500)



3. 劇場・コンサートホールへの来訪を促進するための要素

劇場・コンサートホールを訪れるために必要な要素として、5 か国全体の 35.9%が「チケット購入方法の分かりやすさ」を求めており、特にアメリカやイギリスでその傾向が強く見られました。日本では、海外のサイトと比べてチケット購入手続きが複雑な場合が多く、よりスムーズな購入体験が求められています。また、「公演内容の魅力の発信」や「施設 HP の充実」、「ダイバーシティ推進」も上位に挙げられています。

調査結果から、訪日外国人の文化体験に対するニーズは根強く、施設には公演はもちろん、その前後を含めた体験価値を高める取り組みが求められていると言えるでしょう。外国語対応や音声ガイドの充実、公演情報の発信力強化といったさまざまな施策を通じて、体験の魅力をさらに引き出し、ひいては施設全体の価値向上へと繋げていくことが期待されます。



SPS は、2020 年より劇場・コンサートホールに関する定期的なアンケート調査を実施しています。今後も公演鑑賞者からの貴重なフィードバックを収集し、文化施設の運営向上に役立てていきます。

調査結果全文をお知りになりたい方・クロスデータ等の活用方法は、弊社までお問い合わせください。



調査概要

調査目的: 訪日外国人の劇場・コンサートホールの利用実態把握

調査手法: インターネット定量調査(クロス・マーケティングアンケートモニター)

調査対象者: 韓国、中国、台湾、アメリカ、イギリスの 20 代～60 代男女、3 年以内に訪日した方

サンプル数: 各国サンプル数:劇場・コンサートホール利用者 100 名、非利用者 50 名(ウェイトバック集計実施)

調査期間: 2025 年 1 月 9 日(木)～1 月 16 日(木)

調査企画: サントリーパブリシティサービス株式会社

調査協力: クロス・マーケティング

国別回答者プロフィール
(N=750)

