



「レジジャー白書2026」(速報版) 詳細資料

2026年 7月 16日

公益財団法人 日本生産性本部
余暇創研



公益財団法人 日本生産性本部
JAPAN PRODUCTIVITY CENTER



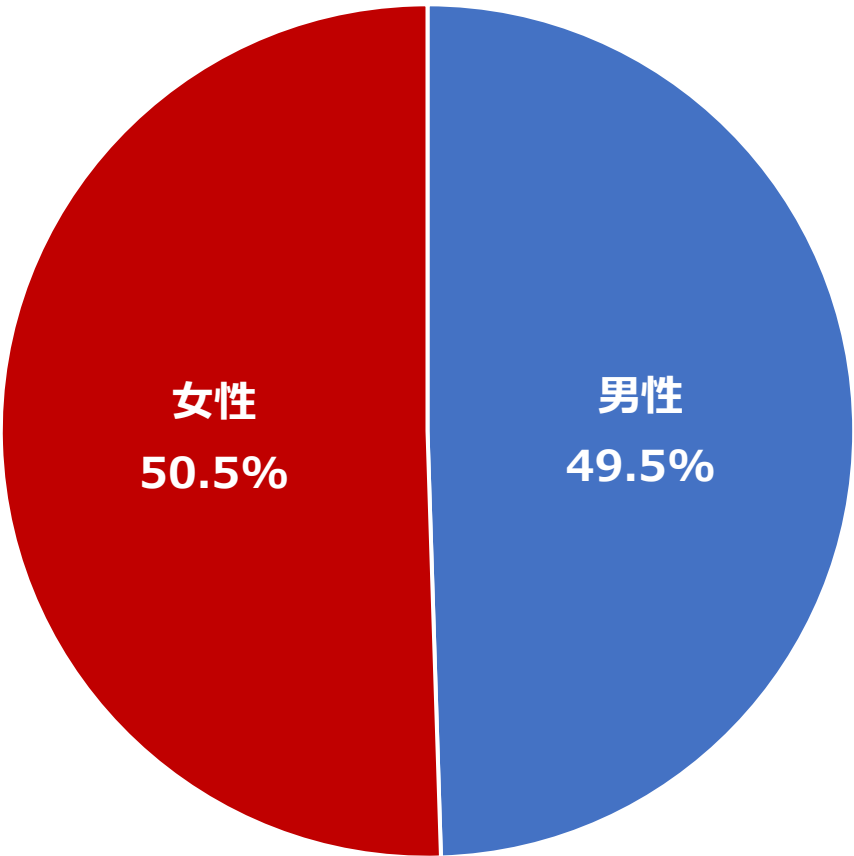
2025年余暇活動実態調査 実施概要



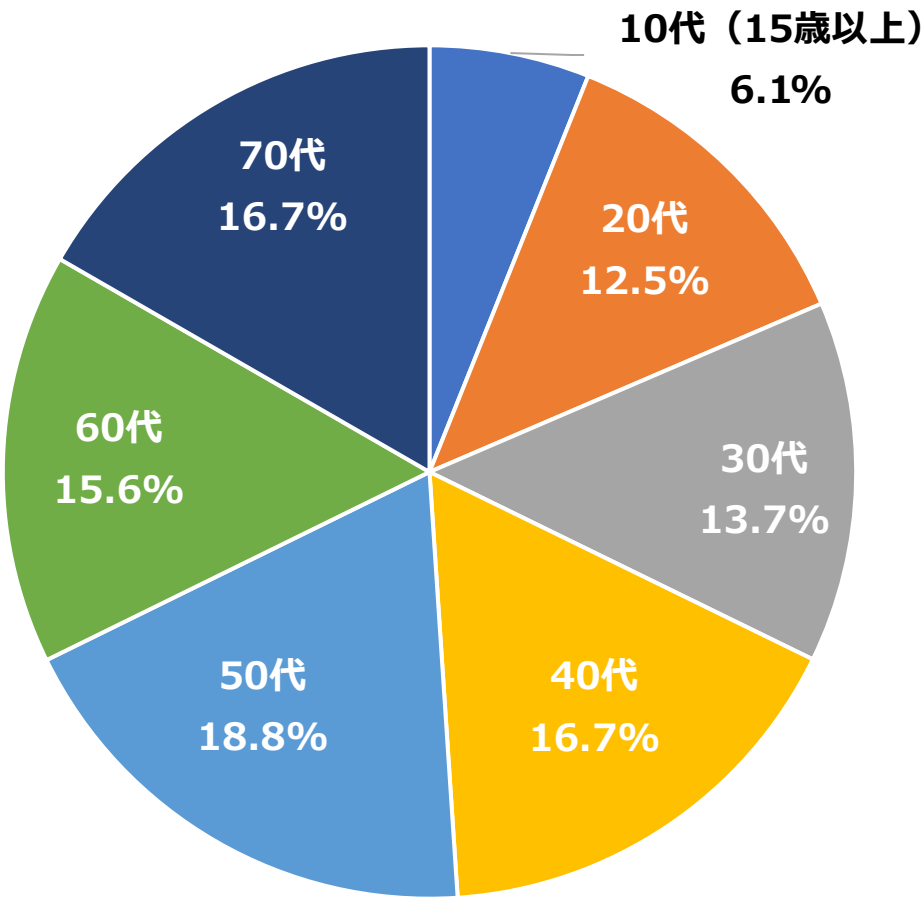
- 調査内容 : 2025年の国民の余暇意識および余暇活動への参加実態調査
- 調査対象 : 全国の15～79歳の男女
※調査会社のモニターを、総人口の性・年代別、地域別構成に準拠して割付
- 有効回答数 : 3,279
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査実施時期 : 2026年2月
- 調査種目 : 108種目
スポーツ部門28種目、趣味・創作部門29種目、娯楽部門21種目、
観光・行楽部門12種目、その他部門18種目
※参加年齢に下限がある種目は下限年齢以上を調査対象としている。
18歳以上 「パチンコ」
19歳以上 「サッカーくじ(toto)」
20歳以上 「中央競馬」「地方競馬」「競輪」「ボートレース」「オートレース」
「バー、スナック、パブ、飲み屋」「クラブ・キャバレー」

- 余暇時間のゆとり感指数：余暇時間の増減を示す指数。
2025年の余暇時間が前年より「増えた」と回答した人の割合から、「減った」と回答した人の割合を差し引いた値。
- 余暇支出のゆとり感指数：余暇活動に使ったお金(余暇支出)の増減を示す指数。
2025年の余暇支出が前年より「増えた」と回答した人の割合から、「減った」と回答した人の割合を差し引いた値。
- 仕事と余暇の重視：回答者自身が、日ごろの考えとして、仕事と余暇のどちらに重きを置いているかを尋ねたもの。なお、ここでの「仕事」には勉強や家事を含む。
- 参加率：ある余暇活動を、2025年の1年間に1回以上行った人(回答者)の割合。
- 年間平均活動回数：ある余暇活動を行った人の一人当たり年間活動回数の平均。
- 年間平均費用：ある余暇活動を行った人の一人当たり年間活動費用の平均。
- 希望率：ある余暇活動を将来やってみたい、あるいは今後も続けたいとする人(回答者)の割合。
- 潜在需要：希望はあるがまだ実現していない(今後実現が期待される)需要の大きさ。
希望率から参加率を差し引いた値。

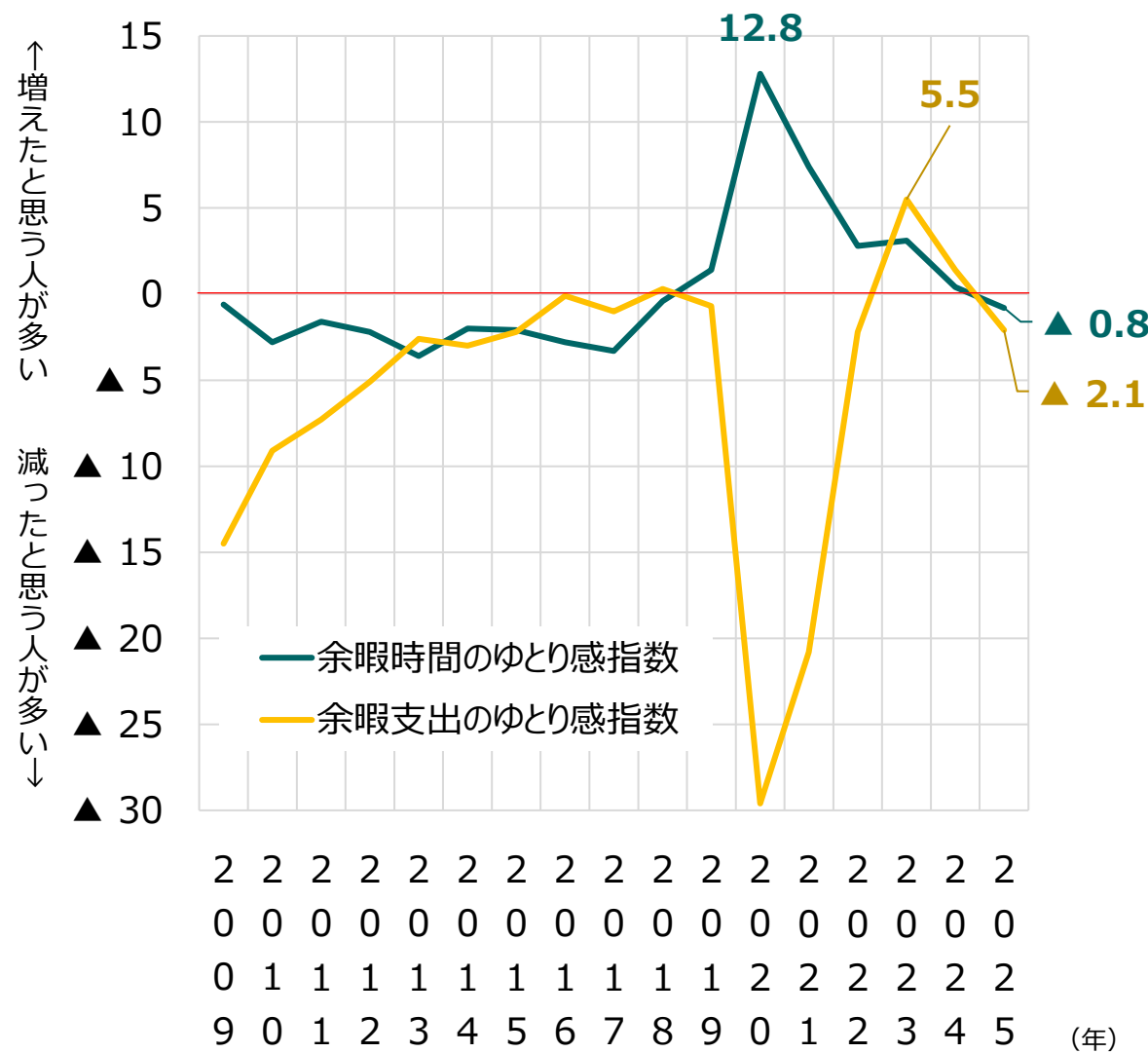
性別



年代別

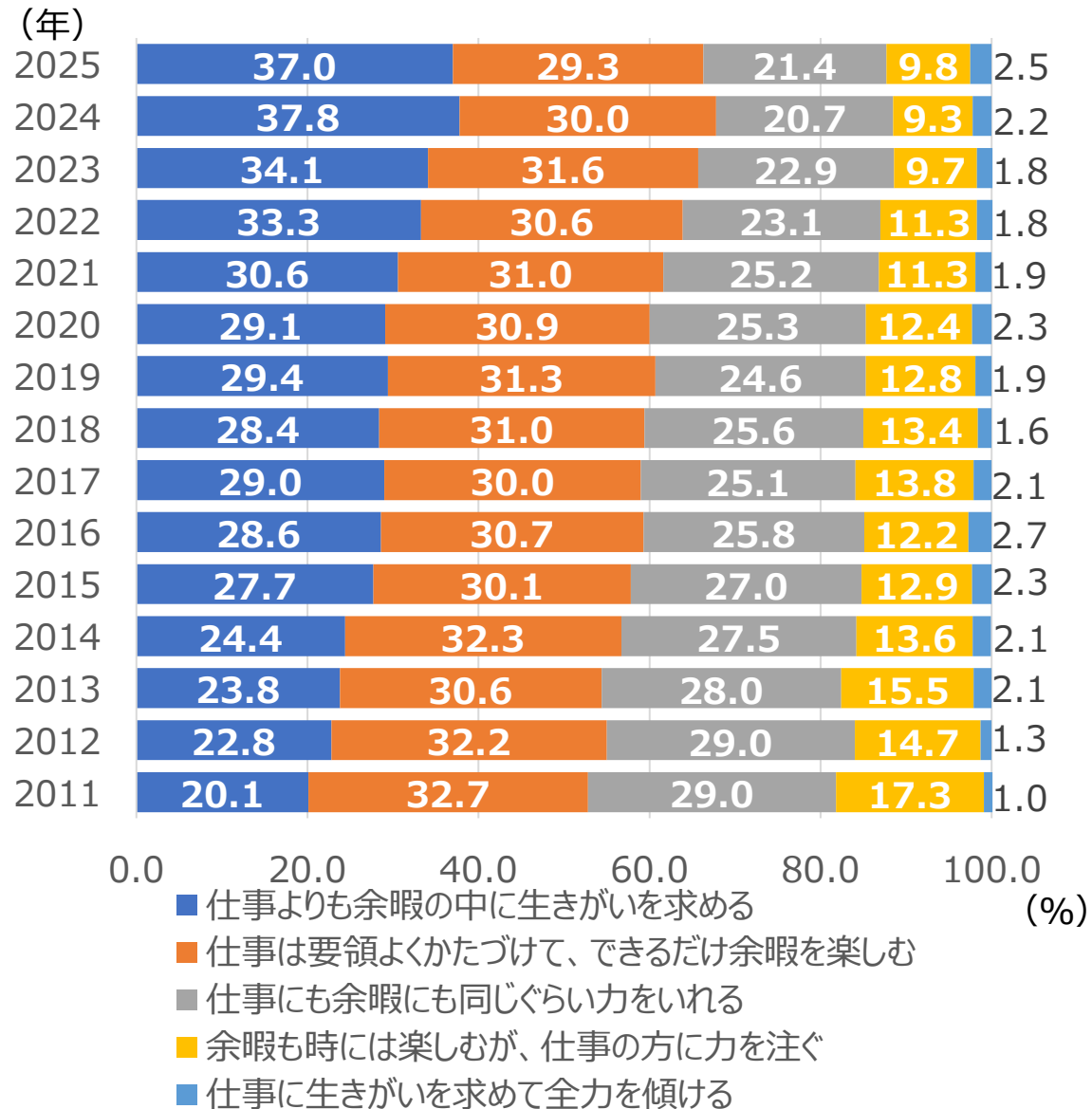


余暇時間のゆとり感指数・余暇支出のゆとり感指数の変化



- ゆとり感指数とは、余暇時間および余暇支出について、前年より「増えた」と回答した人と「減った」と回答した人の割合の差分を表示したもの。
- 余暇時間のゆとり感指数は2020年に大きく上昇し12.8となったのち低下傾向となった。2025年にはマイナス0.8と、2018年以来のマイナスになった。
- 余暇支出のゆとり感指数は2020年に大きく低下したのち、2021年以降は段階的に回復し、2023年はプラスに転じ5.5となった。その後低下し、2025年は再度マイナスに転じ、マイナス2.1となった。

仕事と余暇のどちらを重視するか:「余暇重視派」が多いものの、前年より減少

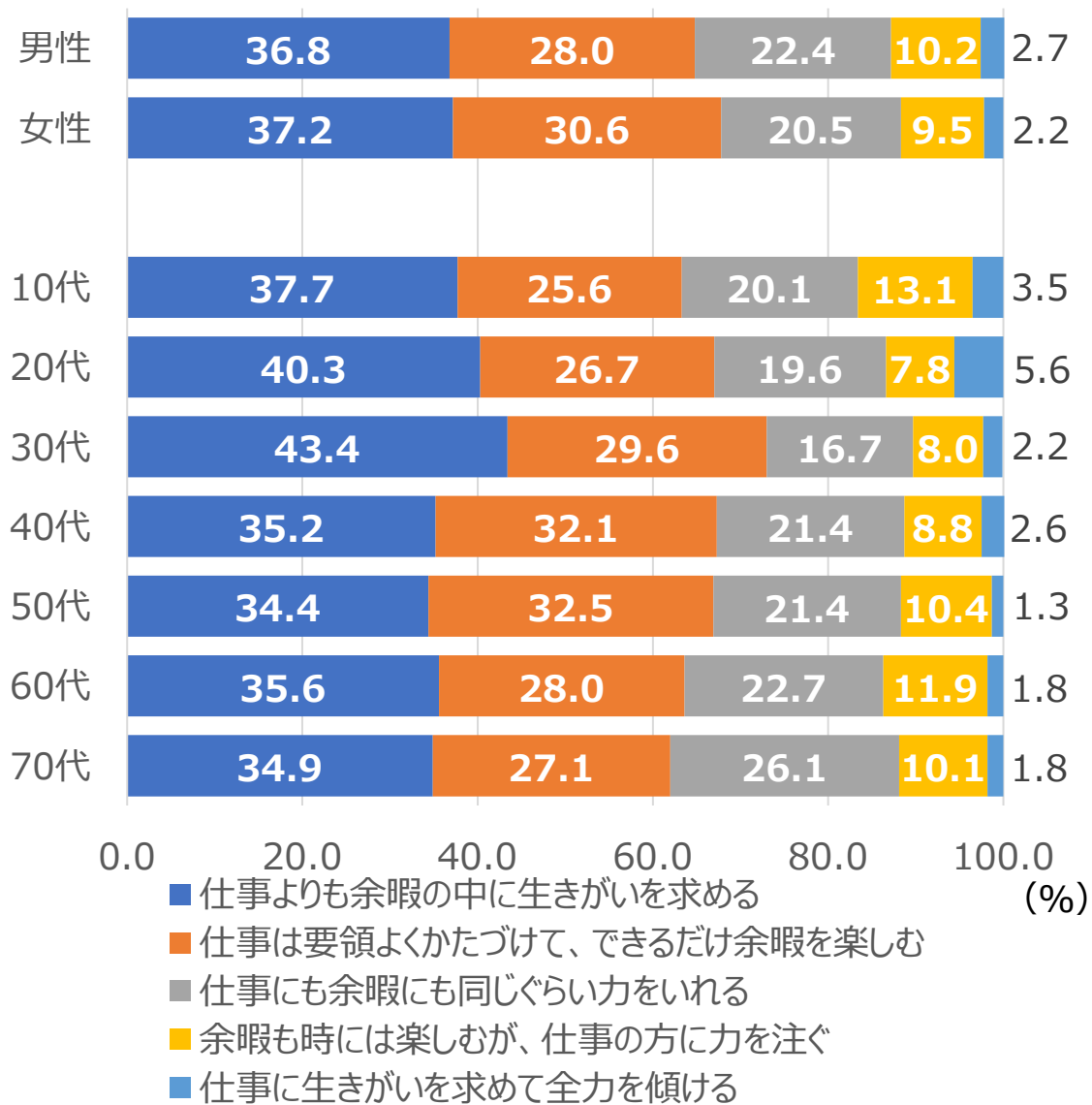


※ここでの「仕事」には勉強や家事が含まれる。

- 「あなたは仕事(勉強や家事を含む)と余暇のどちらに重きを置いていますか」と尋ねたところ、余暇重視派(「仕事よりも余暇の中に生きがいを求める」と「仕事は要領よくかたづけて、できるだけ余暇を楽しむ」の合計)は近年増加傾向にあり、2024年には過去最高の67.8%となったが、2025年は66.3%に減少した。内訳をみると、どちらも前年から0.7~0.8ポイント減少している。
- 「仕事に生きがいを求めて全力を傾ける」の割合は2011年から2025年にかけて大きく変動していない。
- 「仕事にも余暇にも同じぐらい力をいれる」と「余暇も時には楽しむが、仕事の方に力を注ぐ」の割合は、年によって増減しつつも、2024年まで減少傾向にあった。2025年はともに前年より増加している。

性別・年代別 仕事と余暇のどちらを重視するか(2025)

:若年層は「余暇重視派」が多い一方で、「仕事に生きがい」も比較的多い



※ここでの「仕事」には勉強や家事が含まれる。

- 男女別に「仕事と余暇の重視」をみたところ、男性の余暇重視派は64.8%、女性は67.8%と、わずかに女性の方が多。女性の余暇重視派は2/3以上となった。
- 年代別に余暇重視派の割合をみると、30代は7割以上、20、40、50代は67%程度、10、60、70代は63%前後となっている。「仕事よりも余暇の中に生きがいを求める」に限定すると、30代の43.4%がピークで、40代以上は約35%と30代以下より少ない。
- 年代別の「仕事に生きがいを求めて全力を傾ける」の割合は20代が最多となった。20～30代は「仕事にも余暇にも同じぐらい力をいれる」と「余暇も時には楽しむが、仕事の方に力を注ぐ」の割合が他年代より少ない。

余暇活動参加率の上位10種目:「国内観光旅行」が1位も前年から参加率減少



順位	2024年		2025年	
	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)
1	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	48.3	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	47.7
2	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	38.1	外食 (日常的なものは除く)	39.5
3	外食 (日常的なものは除く)	35.6	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	36.4
4	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	33.8	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.6
5	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	33.3	映画 (テレビは除く)	33.7
6	ウォーキング	31.6	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	33.3
7	映画 (テレビは除く)	30.5	ウォーキング	29.2
8	ドライブ	30.2	ドライブ	28.0
9	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	28.6	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	27.4
10	SNS、エックスなどの デジタルコミュニケーション	25.9	SNS、エックスなどの デジタルコミュニケーション	27.0

- 「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」が、47.7%で、4年連続の1位だが、前年(48.3%)からは微減した。コロナ禍前の2019年の参加率水準(54.3%)には至っていない。
- 2位は「外食(日常的なものは除く)」で2024年から3.9ポイント増。2020年以降最多の39.5%となり、順位を1つ上げたが、2019年(43.7%)より低い。
- 入れ替わりで2024年2位の「動画鑑賞(レンタル、配信を含む)」が1.7ポイント減少し3位。4位は「音楽鑑賞(配信、CD、レコード、テープ、FMなど)」、5位は「映画(テレビは除く)」で、どちらも2024年より参加率が増加した。2024年4位の「読書(仕事、勉強などを除く娯楽としての)」は、参加率の減少はわずかであったが、他種目と入れ替わる形で6位に低下した。

男女別 余暇活動参加率の上位10種目:男女とも「国内観光旅行」「外食」が1位・2位



男性

男性	2024年		2025年	
	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)
1	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	46.0	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	46.2
2	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	40.2	外食 (日常的なものは除く)	39.1
3	外食 (日常的なものは除く)	33.8	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	38.7
4	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	33.5	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	33.9
5	ウォーキング	32.2	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	30.9
6	ドライブ	31.3	ドライブ	30.7
7	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	31.1	映画 (テレビは除く)	30.6
8	映画 (テレビは除く)	28.6	ウォーキング	30.3
9	テレビゲーム (家庭での)	25.3	テレビゲーム (家庭での)	27.3
10	SNS、エックスなどの デジタルコミュニケーション	24.1	SNS、エックスなどの デジタルコミュニケーション	27.2

女性

女性	2024年		2025年	
	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)
1	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	50.5	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	49.2
2	外食 (日常的なものは除く)	37.3	外食 (日常的なものは除く)	39.9
3	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	36.5	映画 (テレビは除く)	36.7
4	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	36.1	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	35.6
5	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	33.7	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	35.2
6	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	33.1	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	34.2
7	映画 (テレビは除く)	32.5	ウインドウショッピング (見て歩きなど娯楽としての)	32.4
8	ウォーキング / ウインドウショッピング	31.0	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	32.2
9	(見て歩きなど娯楽としての)		動物園、植物園、水族館、 博物館	30.3
10	ドライブ / 動物園、植物園、水族館、 博物館	29.2	ウォーキング	28.1

余暇活動希望率の上位10種目:「国内観光旅行」が引き続き1位

順位	2024年		2025年	
	余暇活動種目	希望率 (%)	余暇活動種目	希望率 (%)
1	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	64.1	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	62.6
2	動物園、植物園、水族館、博物館	35.8	動物園、植物園、水族館、博物館	35.8
3	温浴施設 (健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	35.4	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	35.6
4	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	35.0	外食 (日常的なものは除く)	35.0
5	外食 (日常的なものは除く)	33.0	温浴施設 (健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	34.0
6	ウォーキング	32.7	映画 (テレビは除く)	32.2
7	映画 (テレビは除く)	31.3	ウォーキング	31.8
8	遊園地、テーマパーク	31.2	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	29.8
9	ドライブ	30.2	遊園地、テーマパーク	29.6
10	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	29.2	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	29.0

- 「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」が62.6%と、2024年より1.5ポイント減少したものの継続して1位となった。「国内観光旅行」の希望率は、2位以下と約27ポイントの差をつけている。
- 2位は前年から継続して「動物園、植物園、水族館、博物館」であり、希望率も前年と同じ35.8%となっている。
- 3位は「読書(仕事、勉強などを除く娯楽としての)」であり、2023年の2位から2024年は4位に低下したが、0.6ポイント増加して3位となった。
- 2024年3位の「温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)」が1.4ポイント減少して5位となった。

余暇活動潜在需要の上位10種目:「海外旅行」が前年に引き続き1位

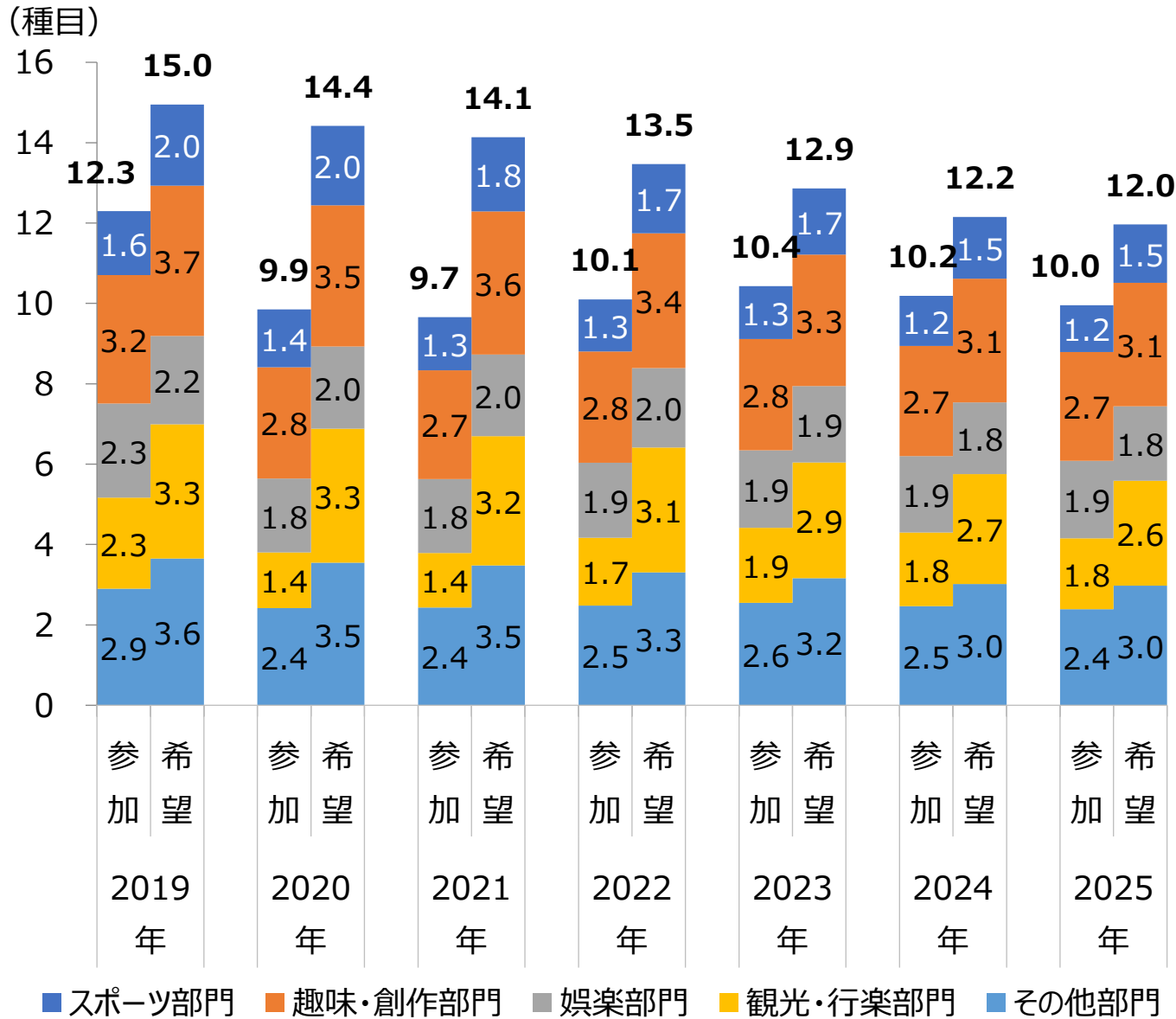


順位	2024年		2025年	
	余暇活動種目	潜在需要 (%)	余暇活動種目	潜在需要 (%)
1	海外旅行	17.6	海外旅行	15.5
2	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	15.8	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	14.9
3	温浴施設 (健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	11.8	動物園、植物園、水族館、博物館	11.5
4	動物園、植物園、水族館、博物館	11.2	遊園地、テーマパーク	11.3
5	遊園地、テーマパーク	11.1	温浴施設 (健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	10.7
6	クルージング (客船による)	9.7	クルージング (客船による)	9.6
7	バーベキュー	9.2	バーベキュー	9.0
8	ピクニック、ハイキング、野外散歩	8.5	ピクニック、ハイキング、野外散歩	8.3
9	催し物、博覧会	8.3	催し物、博覧会	6.5
10	観劇 (テレビは除く)	6.5	音楽会、コンサートなど	6.4

- 希望率と参加率の差を、潜在需要(希望はあるがまだ実現していない需要)として算出した。
- 2025年は、2024年と同様に、1位が「海外旅行」、2位が「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」となった。ただし、「海外旅行」は2024年より2.1ポイント、「国内観光旅行」は2024年より0.9ポイント減少。どちらも希望率の低下に伴い、潜在需要も前年より低下している。
- 2024年3位だった「温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)」も同様に希望率が低下したことで潜在需要が低下し5位。入れ替わって「動物園、植物園、水族館、博物館」が3位に、「遊園地、テーマパーク」が4位となっている。
- 多くの種目で、参加率、希望率ともに2024年より低下したことで、潜在需要も低下する傾向が見受けられた。

※各種目の「参加率」と「希望率」はp.12～14をご覧ください。

一人当たり平均参加・希望種目数の推移:ともに前年より0.2種目微減



- 一人当たりの平均参加種目数は10.0種目となり、2024年よりわずかに減少した。コロナ禍以降、2021年の9.7種目を底に、2022年10.1種目、2023年10.4種目と微増の傾向にあったが、その後減少している。なお、コロナ禍前の2019年は12.3種目であり、比べると2.3種目の差がみられる。
- 部門別にみると、2024年に比べ「その他部門」が0.1種目減少している。
- 一人当たりの平均希望種目数は12.0種目と、平均参加種目数同様2024年に比べ0.2種目減少した。平均希望種目数は年々減少している。部門別にみると、2025年は「観光・行楽部門」で0.1種目減少している。

※それぞれの値は小数第2位で四捨五入している。そのため、全部門の合計値がグラフ上部の数値と一致しないことがある。

各種目の参加率・年間平均活動回数・年間平均費用・希望率



スポーツ部門

	余暇活動種目	参加率 (%)	年間平均 活動回数 (回)	年間平均費用 (千円)	希望率 (%)
1	ジョギング、マラソン	17.8	40.2	14.9	19.0
2	体操（器具を使わないもの）	17.6	59.4	11.9	16.7
3	トレーニング	15.4	57.8	28.0	17.3
4	エアロビクス、ジャズダンス	2.7	52.3	57.0	4.7
5	卓球	4.1	9.6	8.7	4.4
6	バドミントン	4.6	12.9	13.3	5.6
7	キャッチボール、野球	4.9	14.3	17.1	4.5
8	ソフトボール	1.6	13.0	20.7	1.5
9	サイクリング、サイクルスポーツ	5.2	31.6	23.1	5.7
10	アイススケート	0.8	3.0	12.2	2.4
11	ボウリング	4.0	5.9	15.8	5.4
12	サッカー	3.4	20.8	26.0	2.3
13	バレーボール	3.3	17.2	8.9	2.8
14	バスケットボール	2.4	19.8	11.0	1.9
15	水泳（プールでの）	5.6	25.2	27.5	10.1
16	柔道、剣道、空手などの武道	1.7	45.1	35.8	2.0
17	ゲートボール	0.5	17.1	31.1	0.7
18	ゴルフ（コース）	3.7	16.9	166.0	4.5
19	ゴルフ（練習場）	3.7	19.6	34.4	4.4
20	テニス	2.8	32.4	55.5	4.6
21	乗馬	0.5	8.1	94.6	3.6
22	スキー	2.3	5.6	66.5	4.6
23	スノーボード	1.3	8.1	86.9	3.5
24	釣り	4.5	12.8	41.6	7.5
25	スキンドайビング、スキューバダイビング	0.7	10.9	101.0	2.4
26	サーフィン、ウインドサーフィン	0.5	8.0	82.9	1.4
27	ヨット、モーターボート	0.2	8.2	46.0	0.7
28	ハンググライダー、パラグライダーなど	0.3	1.0	37.5	1.7

趣味・創作部門

	余暇活動種目	参加率 (%)	年間平均 活動回数 (回)	年間平均費用 (千円)	希望率 (%)
1	文芸の創作（小説、詩、和歌、俳句など）	4.1	28.3	12.3	6.7
2	写真の制作	8.0	28.3	22.5	7.9
3	動画の制作・編集	7.1	18.6	12.7	9.1
4	動画鑑賞（レンタル、配信を含む）	36.4	59.2	10.1	26.1
5	コーラス	1.5	26.1	26.6	2.2
6	洋楽の演奏	6.5	45.2	18.7	9.2
7	邦楽、民謡	2.3	36.8	24.5	2.0
8	絵を描く、彫刻する	6.5	25.9	10.6	8.9
9	陶芸	1.1	11.3	26.9	5.1
10	趣味工芸（組みひも、ペーパークラフト、革細工など）	4.0	19.4	22.1	7.0
11	模型づくり	2.5	17.1	27.8	5.0
12	日曜大工	6.8	11.6	20.1	9.7
13	園芸、庭いじり	19.8	39.7	17.8	18.8
14	編物、織物、手芸	7.4	29.4	12.0	10.0
15	洋裁、和裁	4.3	21.3	21.3	4.8
16	料理（日常的なものは除く）	12.5	31.5	28.3	13.8
17	スポーツ観戦（テレビは除く）	13.7	17.5	19.7	16.3
18	映画（テレビは除く）	33.7	11.4	8.3	32.2
19	観劇（テレビは除く）	7.6	6.2	22.2	13.4
20	演芸鑑賞（テレビは除く）	3.5	8.3	22.8	8.0
21	音楽会、コンサートなど	17.1	6.3	32.3	23.5
22	音楽鑑賞（配信、CD、レコード、テープ、FMなど）	34.6	65.3	14.3	29.0
23	美術鑑賞（テレビは除く）	10.4	7.0	8.3	13.4
24	書道	1.9	22.8	21.4	4.1
25	お茶	2.0	20.2	36.3	3.3
26	お花	1.3	14.8	23.9	2.4
27	おどり（日舞など）	0.4	13.1	42.7	1.1
28	洋舞、社交ダンス	0.7	42.7	82.4	1.7
29	学習、調べもの	13.5	59.8	18.3	12.6

各種目の参加率・年間平均活動回数・年間平均費用・希望率



娯楽部門

	余暇活動種目	参加率 (%)	年間平均 活動回数 (回)	年間平均費用 (千円)	希望率 (%)
1	囲碁	1.0	18.2	16.4	2.6
2	将棋	4.2	18.1	6.7	5.1
3	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	15.9	10.5	4.6	11.4
4	カラオケ	19.1	7.8	16.4	19.6
5	テレビゲーム (家庭での)	20.9	52.7	17.7	18.1
6	ゲームセンター、ゲームコーナー	14.2	12.3	11.0	10.6
7	麻雀	4.3	18.6	11.0	7.3
8	ビリヤード	2.2	9.9	22.8	4.0
9	パチンコ	7.4	25.5	93.0	5.0
10	宝くじ	19.0	13.2	24.9	17.4
11	サッカーくじ (toto)	4.0	26.6	24.6	4.5
12	中央競馬	8.4	28.7	90.2	9.5
13	地方競馬	4.1	22.8	54.2	5.0
14	競輪	2.7	30.0	67.6	2.8
15	ボートレース	2.4	24.2	63.2	3.2
16	オートレース	1.6	20.9	39.8	2.0
17	外食 (日常的なものは除く)	39.5	17.5	58.9	35.0
18	バー、スナック、パブ、飲み屋	11.0	11.9	69.0	9.5
19	クラブ、キャバレー	1.1	6.4	52.8	1.5
20	ディスコ	0.4	11.8	13.0	0.9
21	サウナ	8.8	13.7	14.9	9.5

観光・行楽部門

	余暇活動種目	参加率 (%)	年間平均 活動回数 (回)	年間平均費用 (千円)	希望率 (%)
1	遊園地、テーマパーク	18.3	3.4	36.5	29.6
2	ドライブ	28.0	13.6	27.2	28.6
3	ピクニック、ハイキング、野外散歩	12.5	13.0	19.7	20.8
4	登山	4.6	5.0	33.1	9.5
5	オートキャンプ	2.5	7.9	56.4	7.8
6	フィールドアスレチック	1.1	9.4	87.2	3.6
7	海水浴	3.8	5.8	34.0	7.7
8	動物園、植物園、水族館、博物館	24.3	3.6	12.9	35.8
9	催し物、博覧会	11.2	4.4	18.9	17.7
10	帰省旅行	15.8	4.3	57.8	15.4
11	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	47.7	4.3	130.2	62.6
12	海外旅行	6.7	2.4	355.6	22.2

その他部門

	余暇活動種目	参加率 (%)	年間平均 活動回数 (回)	年間平均費用 (千円)	希望率 (%)
1	バーベキュー	12.1	3.0	18.1	21.1
2	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）	23.3	9.3	16.0	34.0
3	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	27.4	9.8	18.6	29.8
4	クルージング（客船による）	1.3	3.7	200.4	10.9
5	エステティック、ホームエステ	3.4	13.6	72.0	8.6
6	ペット（遊ぶ・世話する）	14.2		63.8	17.1
7	農園（市民農園など）	2.6	31.5	29.2	6.3
8	ファッション（楽しみとしての）	13.2	17.5	81.5	16.3
9	ボランティア活動	5.3	18.7	16.5	7.7
10	フットサル	1.1	18.6	18.0	1.9
11	ウォーキング	29.2	55.8	6.3	31.8
12	パークゴルフ・グラウンドゴルフなどの簡易ゴルフ	1.3	10.2	32.8	3.0
13	カヌー、ラフティング	0.8	4.3	28.8	3.3
14	SNS、エックスなどのデジタルコミュニケーション	27.0	81.5	4.4	23.6
15	ソーシャルゲームなどのオンラインゲーム	14.2	80.8	15.9	13.4
16	読書（仕事、勉強などを除く娯楽としての）	33.3	49.6	14.5	35.6
17	ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）	23.7	18.7	11.2	21.4
18	ヨガ、ピラティス	6.0	45.8	41.1	11.9

直近10年間の余暇活動参加率上位10種目(2016～2020年)

順位	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)
1	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	53.0	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	52.3	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	54.4	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	54.3	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	39.4
2	外食 (日常的なものは除く)	40.6	外食 (日常的なものは除く)	39.7	外食 (日常的なものは除く)	41.9	外食 (日常的なものは除く)	43.7	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	36.9
3	ドライブ / 読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	38.5	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	38.6	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	41.8	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	41.3	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.5
4			ドライブ	38.0	ドライブ	41.7	ドライブ	39.8	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	34.3
5	映画 (テレビは除く)	35.4	映画 (テレビは除く)	34.1	映画 (テレビは除く)	36.1	映画 (テレビは除く)	37.6	ドライブ	33.8
6	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	33.8	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	33.0	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	35.6	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	35.7	外食 (日常的なものは除く)	33.7
7	動物園、植物園、 水族館、博物館	30.9	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	31.8	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.7	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	35.6	ウォーキング	33.2
8	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	30.5	動物園、植物園、 水族館、博物館	30.8	動物園、植物園、 水族館、博物館	33.4	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	35.3	映画 (テレビは除く)	27.8
9	ウォーキング	29.9	ウォーキング	29.6	ウィンドウショッピング (見て歩きなど娯楽としての)	30.7	動物園、植物園、 水族館、博物館	33.5	SNS、ツイッターなどの デジタルコミュニケーション	26.1
10	ウィンドウショッピング (見て歩きなど娯楽としての)	28.4	カラオケ	29.1	ウォーキング	30.3	ウォーキング	32.4	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	25.6

直近10年間の余暇活動参加率上位10種目(2021～2025年)



順位	2021年		2022年		2023年		2024年		2025年	
	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)	余暇活動種目	参加率 (%)
1	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	37.6	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	42.8	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	48.7	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	48.3	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	47.7
2	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	37.4	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	38.4	外食 (日常的なものは除く)	39.2	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	38.1	外食 (日常的なものは除く)	39.5
3	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.7	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	36.6	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	37.0	外食 (日常的なものは除く)	35.6	動画鑑賞 (レンタル、配信を含む)	36.4
4	外食 (日常的なものは除く)	33.4	外食 (日常的なものは除く)	35.8	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	36.3	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	33.8	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.6
5	ウォーキング	32.9	ドライブ	34.6	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.5	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	33.3	映画 (テレビは除く)	33.7
6	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	32.8	音楽鑑賞 (配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	34.2	ドライブ	32.7	ウォーキング	31.6	読書 (仕事、勉強などを除く娯楽としての)	33.3
7	ドライブ	28.9	ウォーキング	31.5	映画 (テレビは除く) / ウォーキング	32.1	映画 (テレビは除く)	30.5	ウォーキング	29.2
8	映画 (テレビは除く)	28.2	映画 (テレビは除く)	30.7			ドライブ	30.2	ドライブ	28.0
9	SNS、ツイッターなどの デジタルコミュニケーション	26.2	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	27.2	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	30.8	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	28.6	複合ショッピングセンター、 アウトレットモール	27.4
10	園芸、庭いじり	25.3	SNS、ツイッターなどの デジタルコミュニケーション	24.7	SNS、ツイッターなどの デジタルコミュニケーション	26.1	SNS、エックスなどの デジタルコミュニケーション	25.9	SNS、エックスなどの デジタルコミュニケーション	27.0