

世界ラリー選手権(ラリージャパン 2026)における 経済波及効果 調査報告書

令和8年9月

目 次

I 調査の概要.....	1
1. 調査目的	1
2. 調査方法	1
II 経済波及効果の結果.....	2
1. 世界ラリー選手権(ラリージャパン 2026)による経済波及効果の計測結果.....	2
2. 経済波及効果計測の詳細.....	3
III アンケート調査結果	4
1. 調査結果の概要	4
2. 調査結果からの考察	6
3. 調査結果一覧	11

I 調査の概要

1. 調査目的

豊田市が主催する世界ラリー選手権(ラリージャパン 2026)のイベントが、日本全国にもたらす経済波及効果を計測するための基礎資料とするために実施した。

2. 調査方法

- 調査方法 : サービスパーク及び観戦エリア等での聞き取りによりアンケート調査を実施
- 調査地点 : 令和 8(2026)年 5 月 28 日(木) オープニングイベント(名古屋市)
(愛知県体育館敷地/名城公園南遊園)
令和 8(2026)年 5 月 30 日(土) 藤岡 SSS Kojima スタジアム観戦エリア
令和 8(2026)年 5 月 31 日(日) 豊田スタジアムサービスパーク
三河湖 SS 三河湖観戦エリア
- 調査人員 : 株式会社サーベイリサーチセンター 調査員 16 名
- 調査時間 :
 - ①5 月 28 日(木):オープニングイベント 13 時 00 分開始、18 時 00 分終了
 - ②5 月 30 日(土):藤岡 SSS 13 時 00 分開始、19 時 00 分終了
 - ③5 月 31 日(日):豊田スタジアムサービスパーク 10 時 00 分開始、16 時 00 分終了
三河湖 SS 10 時 00 分開始、14 時 00 分終了
- 回収枚数 : 501 枚(目標数:400 枚)

Ⅱ 経済波及効果の結果

1. 世界ラリー選手権(ラリージャパン 2026)による経済波及効果の計測結果

◆経済波及効果総額	約 150 億 1,400 万円
◆来場者数	有料エリア：71,600 人
	無料エリア：463,400 人

(単位：百万円)

直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果	総合効果
7,087	4,489	3,439	15,014

※四捨五入の関係により、内訳の合計と合計値が一致しない場合があります。

◇経済波及効果とは

経済波及効果とは、新たな消費(新規需要額)が発生した場合に、その需要を満足するための生産に向けて、必要とされる(中間投入される)財・サービスの需要を通して、各部門の生産がどれだけ発生するかを金額で示したものである。

今回の経済波及効果の測定においては、以下に示す直接効果に第1次波及効果と第2次波及効果を加えたものを経済波及効果としている。

➤ 直接効果

新たな消費行動によって産業の生産が直接的に増加する効果を指す。ここでは、世界ラリー選手権の観戦やイベントに訪れた際の支出(総消費額)のうち、日本国内で最終的に生産された財やサービスに対する消費額を指す。具体的には、ホテルや飲食店等の消費額に加え、公式グッズ、スタジアム内外で購入した飲食費、スタジアム等への交通費などのうち、国内で生産された財やサービスに対する消費額を指す。

➤ 第1次波及効果

新規需要額に該当する財やサービスを生産するために必要とされる財やサービスの生産活動(例えば材料の生産)を通して、国内の各産業の生産に波及する効果を指す。国外で最終的に生産された財・サービスであっても、その生産にあたって、国内で生産された財やサービスを使っている場合は、国内の第1次波及効果に含まれる。例えば、公式グッズの原材料である化学繊維などの国内での生産額の増加を指す。

➤ 第2次波及効果

直接効果及び第1次波及効果によって所得を得た雇用者の消費行動が国内の各事業の生産に波及する効果を指す。例えば、公式グッズやその原材料などを生産する雇用者が、その収入により食料品・衣服などを購入することで発生する各産業の生産増加を指す。

2. 経済波及効果計測の詳細

今回の試算にあたっては、「世界ラリー選手権(ラリージャパン 2026)」観戦者アンケートから得られた観戦者消費額及びイベント開催に伴う主催者、参加チームによる消費額により、経済波及効果を推計した。

(百万円)

	総消費額	生産波及効果			
		直接効果	一次波及効果	二次波及効果	総合効果
観戦者	3,910.5	3,497.6	2,576.0	1,549.8	7,623.4
主催者等	2,639.2	2,517.6	1,152.1	1,373.1	5,042.9
参加チーム	1,141.0	1,071.2	760.8	515.5	2,347.5
合計	7,690.8	7,086.5	4,488.9	3,438.5	15,013.8

注：値は小数点第2位以下を非表示としている。表示された値は小数点第2位以下を四捨五入した値である。

◇その他の効果

粗付加価値誘発額 約 83 億 6,600 万円

雇用者所得誘発額 約 44 億 1,600 万円

雇用誘発数 約 1,176 人

➤ 粗付加価値額

各部門の生産額によって生み出された付加価値であり、雇用者所得や営業余剰などを含む

➤ 雇用者所得誘発額、雇用誘発数

各部門の生産により生み出される雇用者所得と、生産が1年かけて行われると想定した場合に誘発される雇用者数

	粗付加価値 誘発額 (百万円)	うち	雇用 誘発数 (人)
		雇用者所得 誘発額	
観戦者	3,965.2	1,990.4	567
主催者等	3,204.6	1,763.5	432
参加チーム	1,196.1	662.1	177
合計	8,366.0	4,415.9	1,176

注1：粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額は小数点第2位以下を非表示としている。表示された値は小数点第2位以下を四捨五入した値である。

注2：雇用誘発数は小数点以下を非表示としている。表示された値は小数点以下を四捨五入した値である。

Ⅲ アンケート調査結果

1. 調査結果の概要

◆来場者の特性

○性別・年代

調査対象者の性別は男性が6割半ばとなった。特に、三河湖会場では男性の割合が多くなっている。

年代は「50代」、「40代」、「60代」の順に多く、特に「50代」が3割半ばとほかの年代に比べて突出して多い。特に、三河湖会場では「50代」が多くなっている。

○来場人数・一緒に来た人

来場人数は「2人」が5割強と最も多く、平均来場人数は2.2人である。

一緒に来た人は「夫婦」が約4割と最も高く、次いで「その他の家族」が約3割と、家族での来場が多かった。

○居住地

来場者の居住地は、豊田市内が約2割、豊田市を除く愛知県内が3割半ば、愛知県外からが約4割と、愛知県外からの来場者が最も多い結果となった。調査地点別にみると、三河湖SSで愛知県外が半数以上を占めている。

愛知県内の市町村では、「豊田市」、「名古屋市」、「岡崎市」の順に多くなっている。

愛知県外の都道府県としては、「岐阜県」と「大阪府」からの来場が26人ずつと最も多く、次いで「東京都」「神奈川県」が20人ずつとなった。近隣県だけでなく、関東の遠方からの来場が多い結果となった。

◆ラリー観戦に伴う行動

○宿泊

宿泊をした(する予定)の来場者は約3割で、宿泊数としては「1泊」が最も多く、平均宿泊数は2.2泊となった。居住地別にみると、愛知県外からの来訪客については約7割が宿泊を伴っている。

宿泊場所は、「豊田市内」は26.1%であり、調査地点別でみると、豊田市内の調査地点においても、宿泊場所に豊田市を選ぶ人は3割未満にとどまった。これはスタッフや関係者が豊田市内のホテルを押さえていた関係で、一般の観戦者は豊田市内の宿泊先に空きがなく、周辺地域の宿泊先が選ばれた可能性が高い。

○ラリー観戦の形態

ラリー観戦の有料チケットを購入して観戦した人は約 7 割となった。また、名古屋市では 3 割強、豊田スタジアムでは約 2 割となった。

そのほかの観戦形態としては、「テレビ・ネット配信等での観戦」が約 6 割、「パブリックビューイングで観戦」がとなった。

また、調査地点別にみると、名古屋市では「観戦しない」が約 1 割と少数ながらみられた。このことから、名古屋市会場ではラリー競技そのものを観戦することを目的とせず、イベントへの参加を目的として来場する人も一定数いたことがうかがえる。

○平均使用金額

ラリー観戦全工程での平均使用金額は 20,601 円となった。

居住地別にみると、愛知県外来訪者は 36,453 円、愛知県内の来訪者は 9,802 円と県外客の消費は県内客の約 3.7 倍の使用金額となっている。

宿泊の有無別にみると、宿泊を伴う来場者の平均使用金額は 46,489 円、日帰りの来場者の平均使用金額は 10,361 円となり、宿泊を伴う来場者は日帰りの来場者の約 4.5 倍の使用金額となっている。

◆ラリー観戦における満足度

○満足度得点（5 点満点）

満足度得点（5 点満点）は、「イベント全体」「会場コンテンツ（ブース・イベント）」「ラリー観戦のしやすさ（パブリックビューイングを含む）」の順で高く、いずれも平均が 4 を超えている。一方で、「チケット価格」は平均 3.59 とほかの項目に比べて満足度が低い。

調査地点別にみると、藤岡 SSS では「飲食店の充実度」以外のすべての項目で全体よりも平均満足度が高くなっている。一方で、三河湖 SS ではすべての項目で平均満足度が全体よりも低く、特に「グッズの購入・充実度」「ラリー観戦のしやすさ（パブリックビューイングを含む）」の満足度が低く、課題が見られた。また、名古屋市では「飲食店の充実度」の満足度が低く、豊田スタジアムは「グッズの購入・充実度」や「飲食店の充実度」の満足度が高い結果となり、各会場の特徴が表れた結果となった。

「ラリー観戦のしやすさ」は藤岡 SSS で特に高く、自由意見においても、屋根付きであることを評価し、次回も開催してほしいというポジティブな意見がみられた。一方、ラリー観戦の見やすさや会場設備については、「より近い場所で観戦したい」「パブリックビューイングの画面が小さい」といった不満・要望もみられた。こうした意見を踏まえ、観戦場所やパブリックビューイング等の観戦環境を充実させることは、ラリー観戦の満足度をさらに高め、イベント全体の満足度向上やリピーターの獲得につなげるうえで重要である。

2. 調査結果からの考察

◆消費額について

○全体の消費額について

費目別の一人あたり消費額は、交通費が6,136円となった。今回の調査では、県外居住者が4割以上となり、新幹線や自家用車を利用した場合の高速代等の金額が高く、交通費の支出が多くなったと考えられる。

また、お土産・グッズ購入費が5,425円となっている。中でも、繊維製品のグッズは3,231円と消費額が高く、公式グッズの品目としてユニフォームやTシャツ、帽子・バッグなどの繊維製品の種類が多く、単価も比較的高かったことから、繊維製品のグッズ購入費が高くなったと考えられる。

飲食費は5,394円となっている。内訳として、「店舗での飲食費」が2,264円となっており、イベントへの来場に合わせて、旅程の中で外食するなどの消費行動が生じていたことがうかがえる。

図 1 一人当たり消費額(全体)

費目		一人当たり消費額(円)
車利用	レンタカー代	236
	ガソリン代(給油した場合のみ)	1,658
	駐車場代	430
	高速代	2,139
車以外の交通手段	飛行機代	343
	鉄道	355
	新幹線	733
	バス	42
	フェリー	200
交通費 合計		6,136
宿泊費		3,573
飲食費	飲み物代	1,218
	食べ物代	1,912
	店舗での飲食費	2,264
飲食費 合計		5,394
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	3,231
	土産代 工業製品	1,384
	土産代 食料品	811
お土産・グッズ購入 合計		5,425
他観光サービスの利用	他施設の入場料	71
	その他	2

※一人当たり消費額は、アンケート回答者全員の消費額の合計を回答者数で割って算出している。

◆消費の拡大について

図 2 一人当たり消費額(居住地別)

費目		豊田市内	愛知県内	愛知県外
		一人当たり 消費額(円)	一人当たり 消費額(円)	一人当たり 消費額(円)
車利用	レンタカー代	0	19	565
	ガソリン代(給油した 場合のみ)	196	766	3,286
	駐車場代	151	419	594
	高速代	41	447	4,849
車以外の交通手段	飛行機代	0	0	847
	鉄道	101	427	431
	新幹線	0	0	1,809
	バス	48	12	67
	フェリー	0	0	493
交通費 合計		536	2,089	12,941
宿泊費		0	340	8,507
飲食費	飲み物代	687	884	1,818
	食べ物代	1,611	1,326	2,614
	店舗での飲食費	1,044	1,256	3,862
飲食費 合計		3,342	3,465	8,293
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	3,220	2,988	3,458
	土産代 工業製品	1,039	1,499	1,471
	土産代 食料品	257	184	1,690
お土産・グッズ購入 合計		4,516	4,671	6,619
他観光サービスの 利用	他施設の入場料	9	86	92
	その他	9	0	0
全体		8,412	10,652	36,453
		9,802		

※一人当たり消費額は、居住地ごとに、アンケート回答者全員の消費額の合計を回答者数で割って算出している。

図 3 一人当たり消費額(調査地点別)

費目		名古屋市	藤岡	三河湖	豊田 スタジアム
		一人当たり 消費額(円)	一人当たり 消費額(円)	一人当たり 消費額(円)	一人当たり 消費額(円)
車利用	レンタカー代	56	76	700	135
	ガソリン代(給油した 場合のみ)	796	1,527	2,739	1,412
	駐車場代	391	333	322	703
	高速代	1,034	2,120	3,629	1,504
車以外の交通手段	飛行機代	556	0	808	208
	鉄道	1,245	64	85	371
	新幹線	1,225	702	642	500
	バス	47	3	117	19
	フェリー	0	0	833	0
交通費 合計		5,350	4,826	9,875	4,853
宿泊費		2,843	3,686	5,898	1,632
飲食費	飲み物代	1,544	1,217	1,376	817
	食べ物代	1,852	1,787	2,059	1,988
	店舗での飲食費	2,711	2,305	2,558	1,575
飲食費 合計		6,107	5,309	5,994	4,380
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	2,696	3,998	2,761	3,009
	土産代 工業製品	741	1,845	615	1,977
	土産代 食料品	1,206	664	1,008	527
お土産・グッズ購入 合計		4,643	6,506	4,385	5,513
他観光サービスの 利用	他施設の入場料	172	68	58	13
	その他	0	0	0	8
他観光サービスの利用 合計		172	68	58	22
全体		19,115	20,395	26,210	16,399

※一人当たり消費額は、調査地点ごとに、アンケート回答者全員の消費額の合計を回答者数で割って算出している。

○満足度と会場コンテンツの改善

今回のイベントの満足度を見ると、イベント全体の評価について「満足」と「まあ満足」を合わせた『満足』の割合が約 9 割と、非常に満足度の高い結果となった。一方で、消費につながるお土産・グッズ購入費や飲食費に関わる「グッズの購入・充実度」や「飲食店の充実度」については、他の項目と比較して平均点が低かったため、改善の余地があるといえる。

「グッズの購入・充実度」については三河湖 SS で満足度が低い。実際に、地点別に一人当たり消費額を見ると、お土産・グッズ購入費の支出が高い傾向にある県外からの来場者が多いにもかかわらず、他調査地点に比べてグッズ消費額が低い結果となった。これは、三河湖 SS のグッズ販売エリアが限られていたことが影響していると考えられる。

自由意見においても、グッズの売り切れや販売エリアに対する不満が多くみられたことから、来場者数や需要に応じた十分な在庫の確保、販売場所の拡充など、次回以降のグッズ販売の充実・改善が求められる。

「飲食店の充実度」については名古屋市で満足度が低かった。イベントスペースのうちキッチンカースペースが限られていたことから、飲食機会の少なさに不満を感じた来場者が多かったと推測される。名古屋市会場では、ラリー観戦を主な目的とせず、イベント自体を目的として来場した調査対象者もみられた。こうした来場者にとっては会場内での飲食が主要な消費機会の一つになると考えられるため、特にライト層の消費を促す観点からも、飲食店の充実が重要である。

○愛知県外からの来場者の増加

「愛知県外」からの来場者の 1 人当たりの平均消費額は 36,453 円であり、豊田市を含む愛知県内在住者の 9,802 円の約 3.7 倍となっている。県外からの来場者は、宿泊費や交通費など、遠方からの来訪に伴う支出が発生することに加え、滞在時間が長くなりやすいことなどから、飲食費についても県内在住者より高くなっている。また、お土産・グッズ購入費についても県内在住者より高く、ラリーそのものへの関心が高い層が県外から訪れていることがうかがえる。

このように、県外からの来場者は、ラリー観戦に伴う交通・宿泊だけでなく、飲食やグッズ購入など幅広い消費を行っていることから、県外来場者をさらに増やすことが、地域における消費額の拡大につながると考えられる。

県外来場客のイベントの満足度を見ると、イベント全体の満足度は高い傾向にあったが、消費が見込めるグッズの購入・充実度についてはやや満足度が低い結果となった。ラリーそのものへの関心が高いと考えられる県外来場客に対し、グッズの品ぞろえや購入環境を充実させることで、満足度の向上とさらなる消費の促進につながると考えられる。

また、県外来場者の消費費目のうち、他観光サービスの利用にかかる消費額が小さく、愛知県内在住者と同程度となっている。このことから、現状では、県外からラリー観戦を目的に訪れた来場者が、観戦前後に周辺地域を観光することで消費を生み出す流れは、十分に形成されていないと考えられる。今後は、県外からの来場をラリー観戦だけで終わらせず、観戦前後に地域の観光や飲食、買い物等を楽しんでもらうことで、さらなる消費拡大につなげていくことが期待される。

現在も、宿泊施設と観戦チケットを組み合わせた商品販売などの取組が行われているが、今後はこうした取組をさらに充実させ、県外来場者が観戦前後に訪問したい観光地や、利用したいツアー、観光に求める内容等を把握し、ラリー観戦者のニーズに応じた観光情報の発信や観光商品の造成につなげることが必要である。

○愛知県内からの来場者の増加

愛知県内からの来場者については、ほとんどが日帰り客となっており、県外からの来場者と比較して、時間的・経済的な来場のハードルが低いと考えられる。そのため、調査結果を見ても、ラリーファンはもちろんのこと、ラリーに詳しくないライト層の来場も一定数見受けられた。この特徴を生かし、ライト層を新たなファンとして取り込んでいくことが重要である。

ライト層としては、大きく2つの層が考えられる。1つ目は、家族連れ・こどもである。実際、豊田スタジアムでは子連れの家族の来場者が多く、ラリー観戦だけでなく、豊田スタジアムのイベント・コンテンツそのものを魅力と感じて来場した層も多く見られた。また、自由意見でも「子供向けのコンテンツ・ブース」に関する意見が多く、一定のニーズがあると考えられる。家族連れを取り込むため、こどもでも楽しめるコンテンツを充実させることで、会場での滞在時間を延ばし、飲食等での消費拡大や、将来的なファンやリピーターの獲得につなげることが期待される。

2つ目はラリー初心者である。自由意見では「初心者向けの案内が欲しい」といった意見もみられた。ラリーに関する知識が少ない来場者にとっても競技の魅力を理解し、観戦を楽しめるよう、競技の基本的なルールや見どころ、観戦方法、コースの特徴などを分かりやすく紹介する案内の充実が求められる。ラリー初心者が参加・観戦しやすい環境を整えることで、新たなファン層の獲得につながり、継続的な来場による地域での消費拡大も期待される。

○名古屋市でのオープニングセレモニー開催による消費

今回初めて実施した名古屋市でのオープニングセレモニーでは、調査結果から、ラリー観戦の有料チケットを購入していない観客が約7割を占めており、ラリー観戦そのものではなく、イベントへの参加を目的として来場した人が多かったと考えられる。

このことから、ラリーとの関連性が高く、普段とは異なる特別感のあるイベントを実施することで、ラリーファンの関心を引き、新たな来場を促すとともに、交通費や飲食費、グッズ購入費等を含む地域での消費拡大につながる可能性がある。

今後も、ラリーの開催に合わせて、開催前後にラリーファンにとって魅力的な特別な体験を提供する場として関連イベントを充実させることで、新たな来場者の獲得や滞在時間の延長、地域における消費拡大につなげていくことが期待される。

また、消費の内訳をみると、公共交通費や宿泊費の平均額が比較的高く、名古屋市が公共交通によるアクセスに優れた都市であることや、周辺地域からの来訪者に加えて宿泊を伴う来訪者が一定数いたことも、全体の消費額を押し上げる要因となったと考えられる。こうした都市部での関連イベントの開催は、ラリー観戦を目的としない層の来場を促しながら、交通・宿泊・飲食等の幅広い地域消費につなげられる可能性がある。

3. 調査結果一覧

問1 あなたご自身の年代・性別を教えてください。（それぞれ1つのみに○）

①性別 ②年代

性別は、「男性」が66.9%、「女性」が33.1%となった。調査地点別にみると、三河湖SSで「男性」の割合が多い。

図4 性別

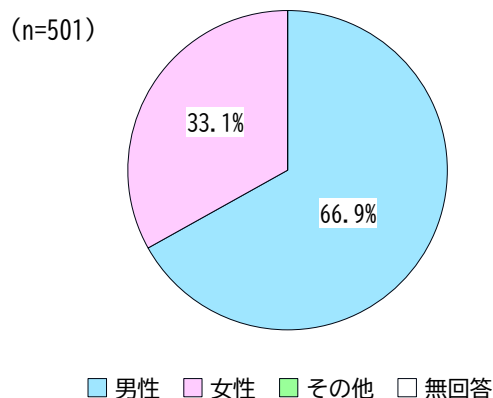
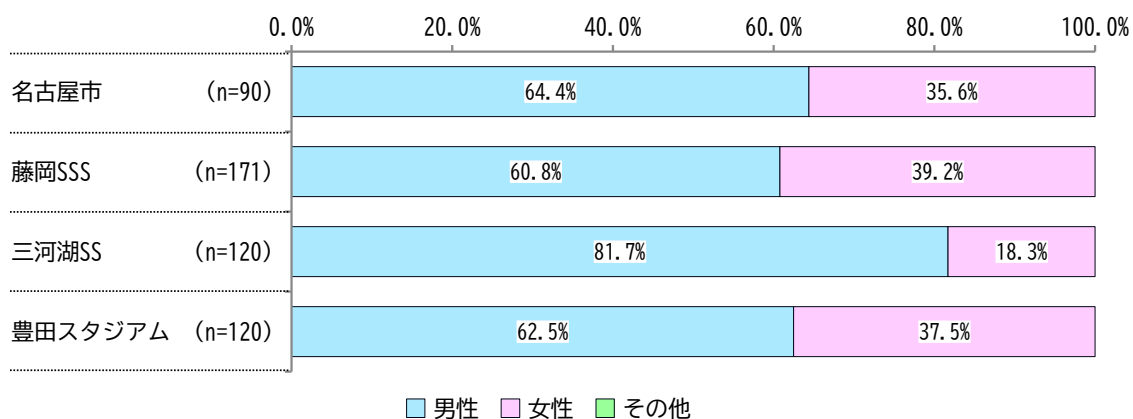


図5 性別(調査地点別)



年代は、「50代」が35.3%と最も多く、次いで「40代」が18.4%、「60代」が17.8%、「30代」が13.2%、「20代」が12.0%となっている。

調査地点別にみると、豊田スタジアムは他地点に比べて40代以下の割合が多い傾向にある。

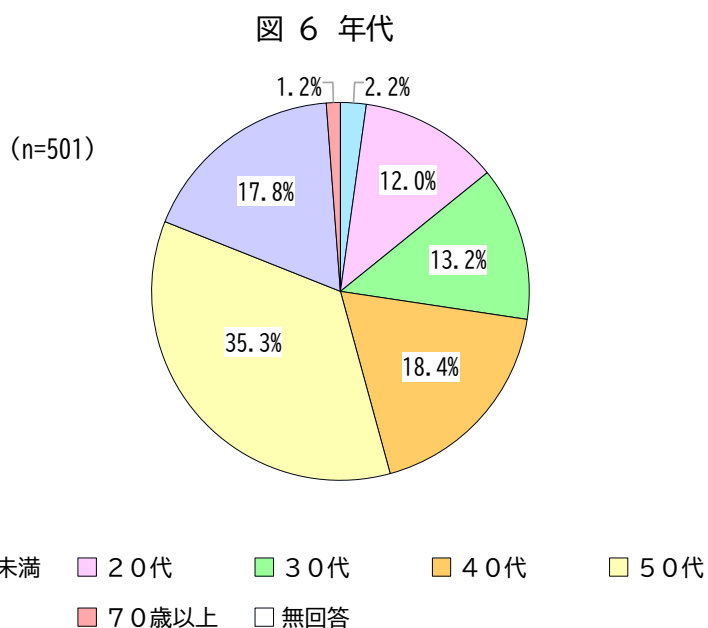
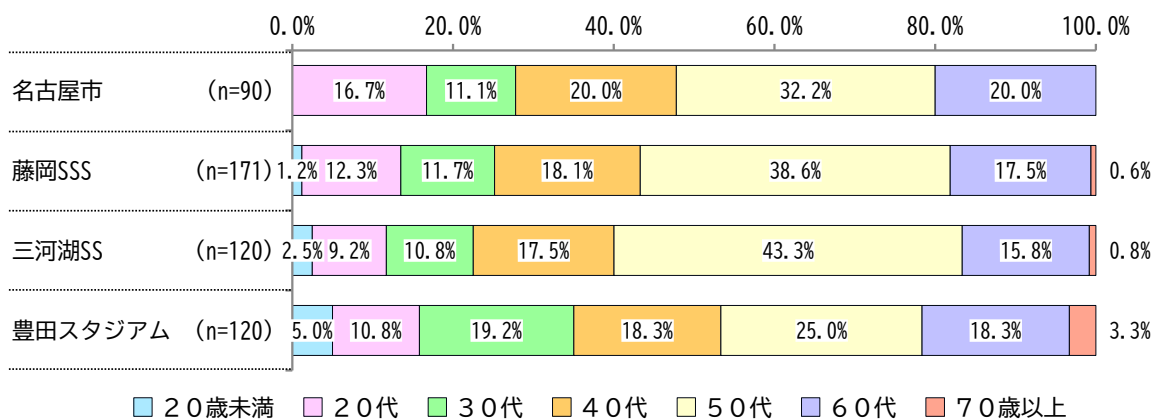


図 7 年代(調査地点別)



問2 本日は、何人で、どなたと、どちらからいらっしゃいましたか。あなたご自身を含めてお答えください。（①何人で“数字で” ②（2人以上の場合）どなたと。）
（〇はいくつでも）

来訪人数は「2人」が53.1%と最も多く、次いで「1人」が22.8%となっている。平均来場人数は2.2人となった。

調査地点別にみると、名古屋市では「1人」の割合が他地点に比べて多くなっている。

図 8 来訪人数

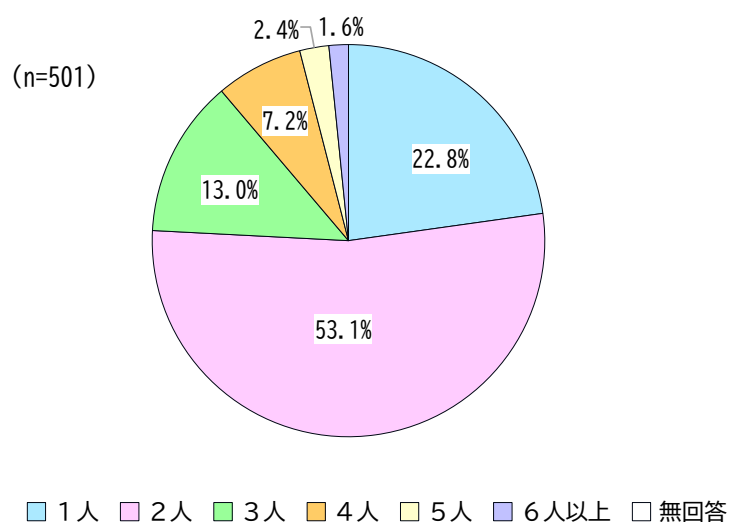
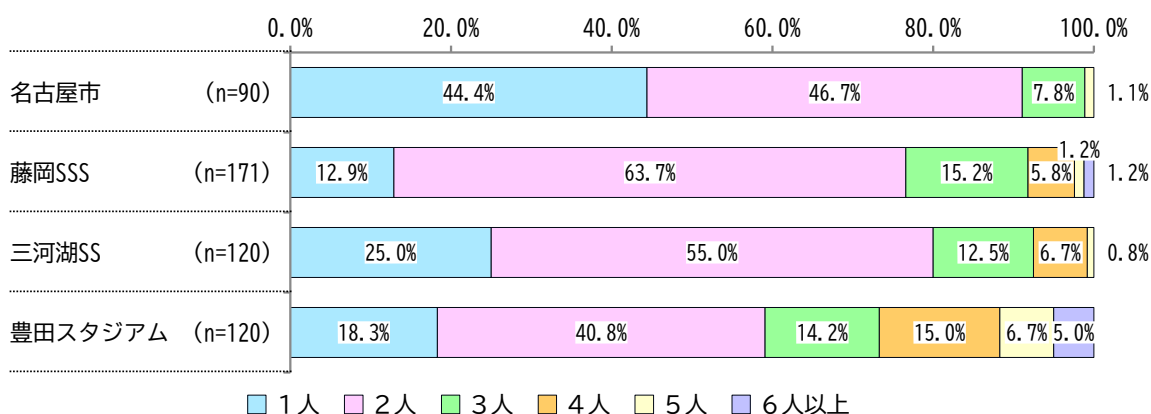


図 9 来訪人数(調査地点別)



一緒に来た人については、「夫婦」が40.8%と最も多く、次いで「その他の家族」が29.2%、「友人・知人」が21.7%となっている。

調査地点別にみると、豊田スタジアムで「幼児や小学生連れの家族」が42.9%と多くなっており、こども連れでの来訪が多いことがわかる。

図 10 一緒に来た人

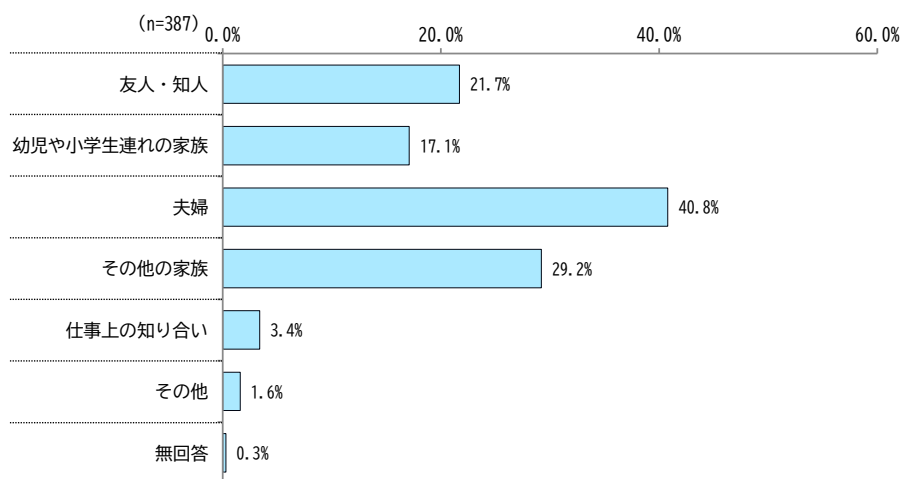
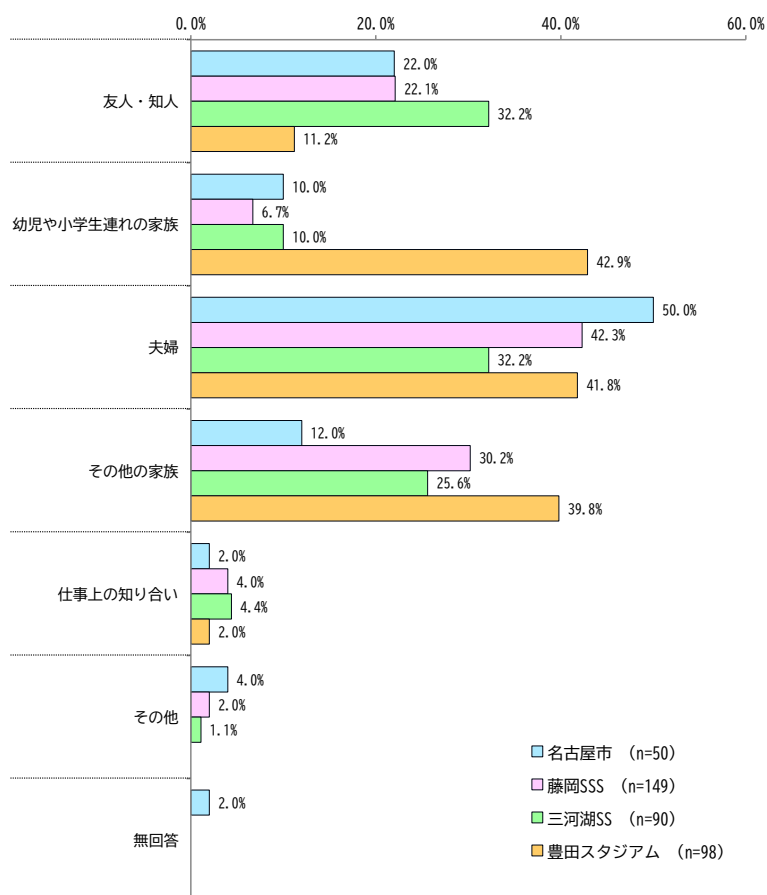


図 11 一緒に来た人(調査地点別)



問 2③ どちらからいらっしゃいましたか。（1つのみに○）

居住地は、「愛知県外」が40.5%と最も多く、次いで「愛知県内」（※豊田市を除く）が36.9%、「豊田市」が22.6%となっている。

また、愛知県内からは「名古屋市」「岡崎市」が、愛知県外からは「岐阜県」「大阪府」「東京都」「神奈川県」などが多くなっている。

調査地点別にみると、名古屋市に「豊田市内」から来訪している割合は低い。また、「愛知県外」からの来訪が多いのは、三河湖 SS が56.7%と最も多く、次いで藤岡 SSS が42.1%となっている。

図 12 居住地

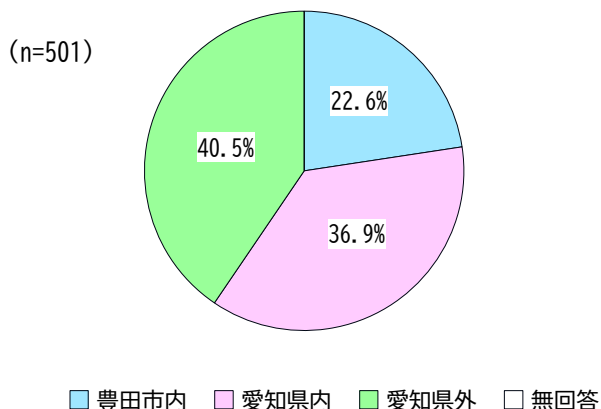


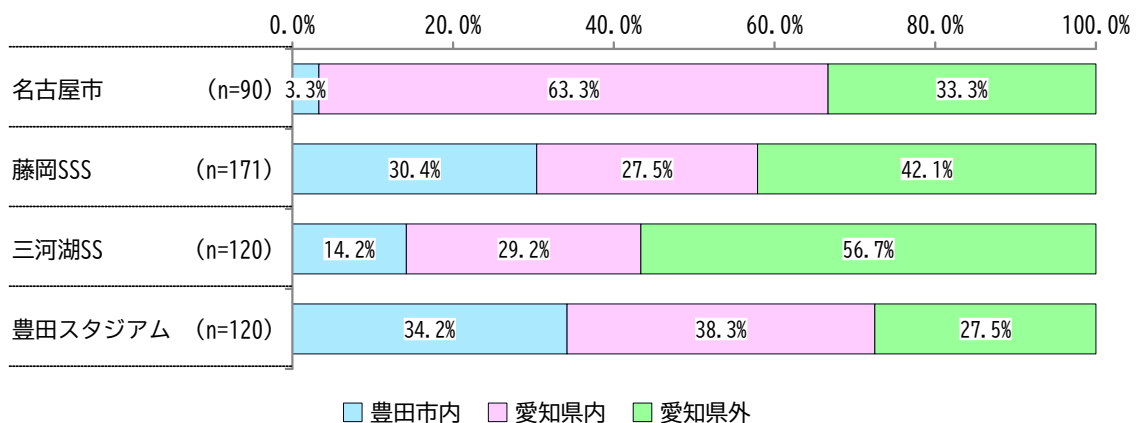
図 13 愛知県内の居住地

愛知県内の市町村	回答数
名古屋市	68
岡崎市	14
日進市	9
刈谷市	8
安城市	7
瀬戸市	7
みよし市	5
豊橋市	5
春日井市	5
一宮市	4
東浦町	4
東郷町	4
その他	45

図 14 愛知県外の居住地

都道府県	回答数
岐阜県	26
大阪府	26
東京都	20
神奈川県	20
埼玉県	13
静岡県	13
兵庫県	10
三重県	9
滋賀県	9
千葉県	6
長野県	6
京都府	6
群馬県	5
その他	19

図 15 居住地(調査地点別)



問3 ラリージャパンへの来訪は何回目ですか。（1つのみに○）

ラリージャパンへの来訪回数は、「3回目以上」が58.3%と最も多く、次いで「初めて」が26.1%、「2回目」が15.6%となっている。

居住地別にみると、愛知県内で「初めて」が31.4%とほかの地域に比べて多い。

図 16 ラリージャパンへの来訪回数

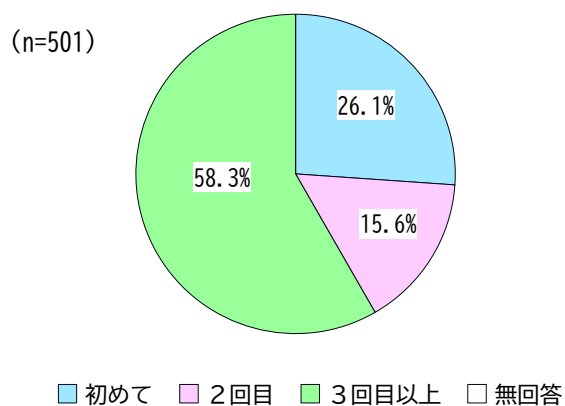
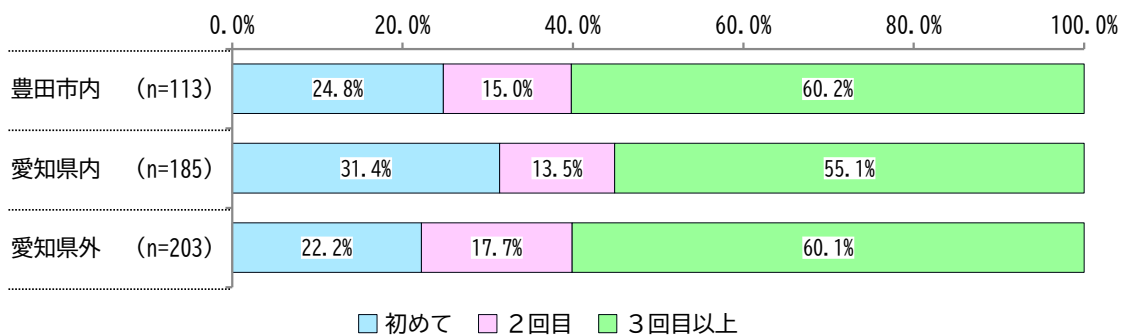


図 17 ラリージャパンへの来訪回数(居住地別)



問4 今回のラリー観戦は、日帰りですか、宿泊を伴ってのお出かけですか。
(1つのみに○)

今回のお出かけについては、「日帰り」が71.7%、「宿泊」が28.3%となっている。

居住地別にみると、豊田市内・愛知県内の観戦者はほとんどの人が日帰りである一方、愛知県外からの来訪者は宿泊が68.5%と半数以上となっている。

調査地点別にみると、三河湖SSでは宿泊を伴う来訪客が多い。これは、愛知県外からの来訪客が多かったことが関係していると考えられる。

図 18 宿泊の有無

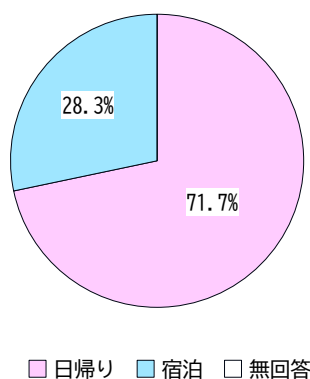


図 19 宿泊の有無(居住地別)

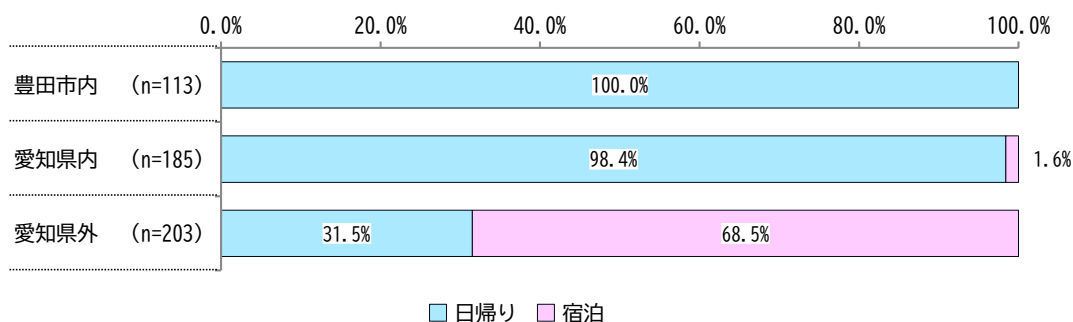
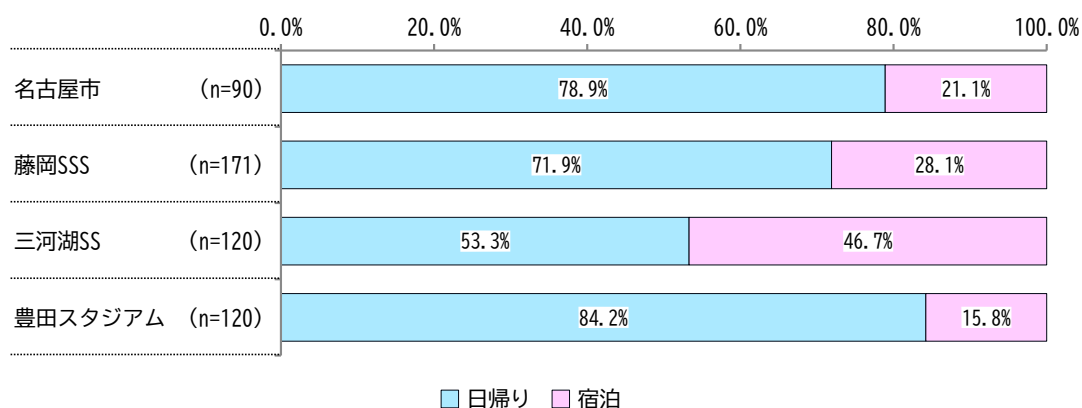


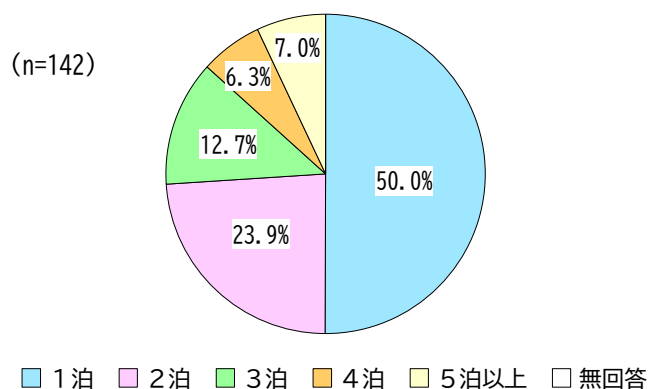
図 20 宿泊の有無(調査地点別)



問 4-1 （宿泊する場合）何泊の宿泊ですか。

宿泊者(142 人)に対し、宿泊数をたずねたところ、「1泊」が 50.0%と最も多く、次いで「2泊」が 23.9%、「3泊」が 12.7%、「4泊」が 6.3%、「5泊以上」が 7.0%となっており、平均宿泊数は 2.2 泊となっている。

図 21 宿泊数



問 4-2 どちらにお泊まりですか。（〇はいくつでも）

宿泊者(142 人)に対し、宿泊した場所についてたずねたところ、「その他愛知県内」が 47.9%と最も多く、次いで「豊田市内」が 26.1%となっている。藤岡 SSS、三河湖 SS、豊田スタジアムなど、豊田市内の調査地点においても、「豊田市内」の宿泊は 3 割未満にとどまっている。

図 22 宿泊した場所について

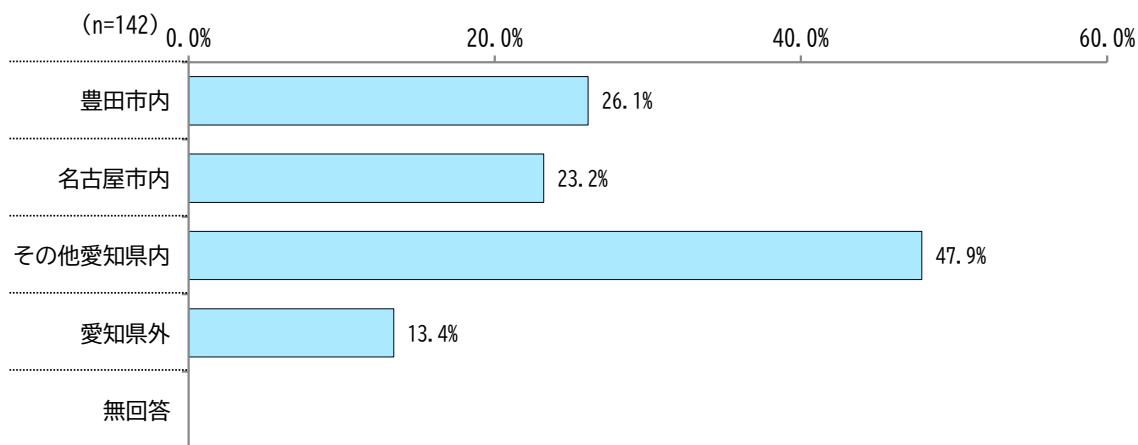


図 23 宿泊した場所について(名古屋市)

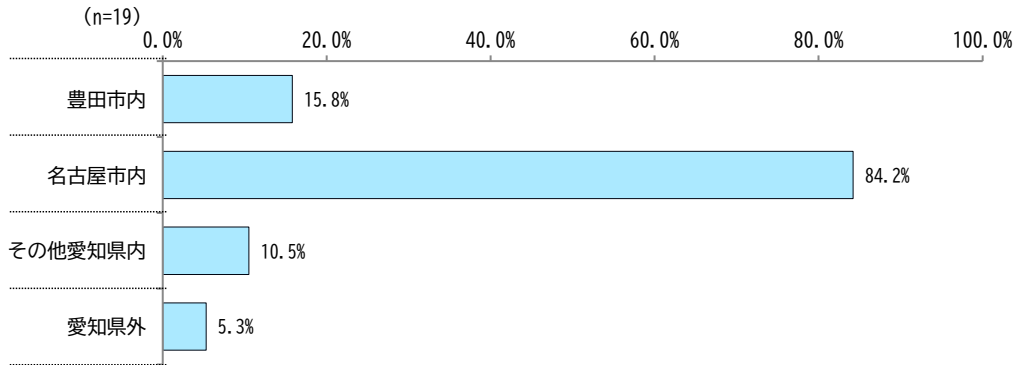


図 24 宿泊した場所について(藤岡 SSS)

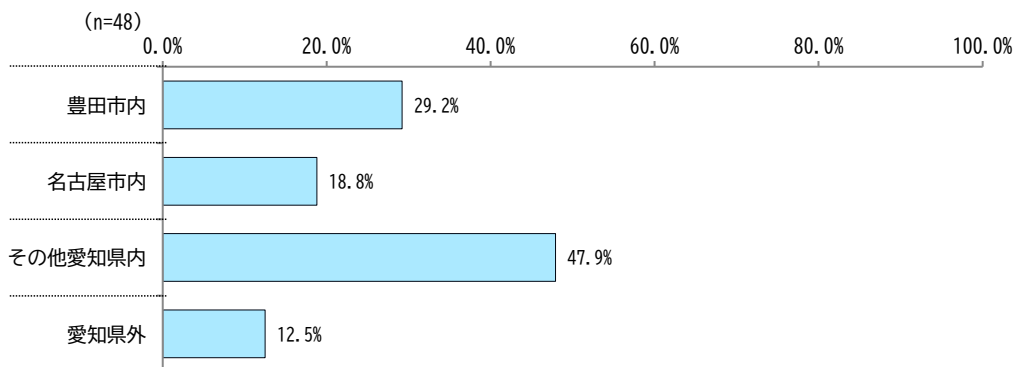


図 25 宿泊した場所について(三河湖 SS)

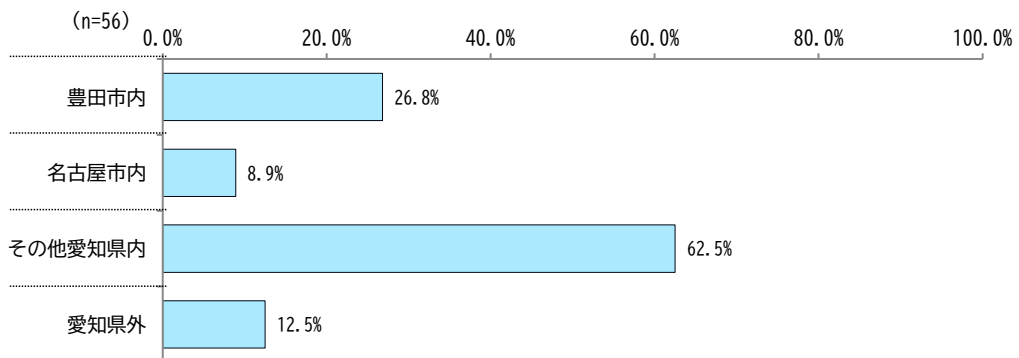
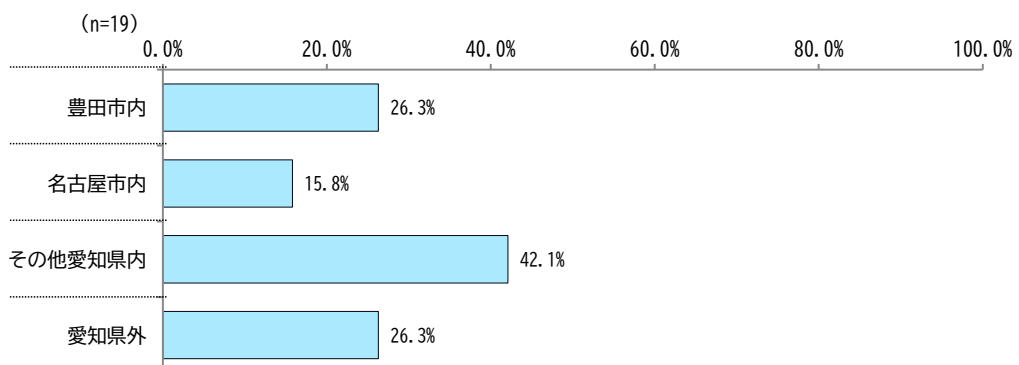


図 26 宿泊した場所について(豊田スタジアム)



問5 今回のラリージャパンではどこで競技を観戦しましたか。予定も含めてお答えください。（〇はいくつでも）

「有料チケットを購入し観戦」が69.1%と最も多く、次いで「テレビ・ネット配信等で観戦」が59.9%、「パブリックビューイングで観戦」が52.3%となっている。

調査地点別にみると、豊田スタジアムでは「有料観戦チケットを購入し観戦」が20.8%と低い一方、「パブリックビューイングで観戦」が98.3%と他地点に比べて大幅に多くなっている。名古屋市では「観戦しない」も11.1%見られた。

図 27 競技の観戦形態

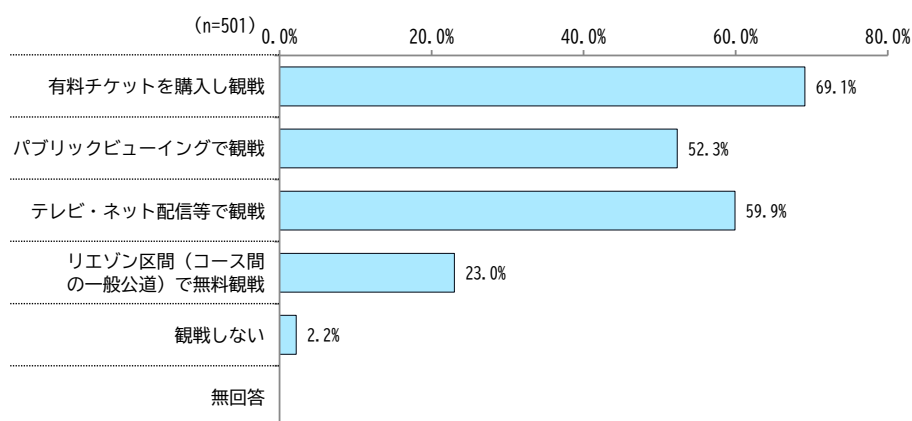
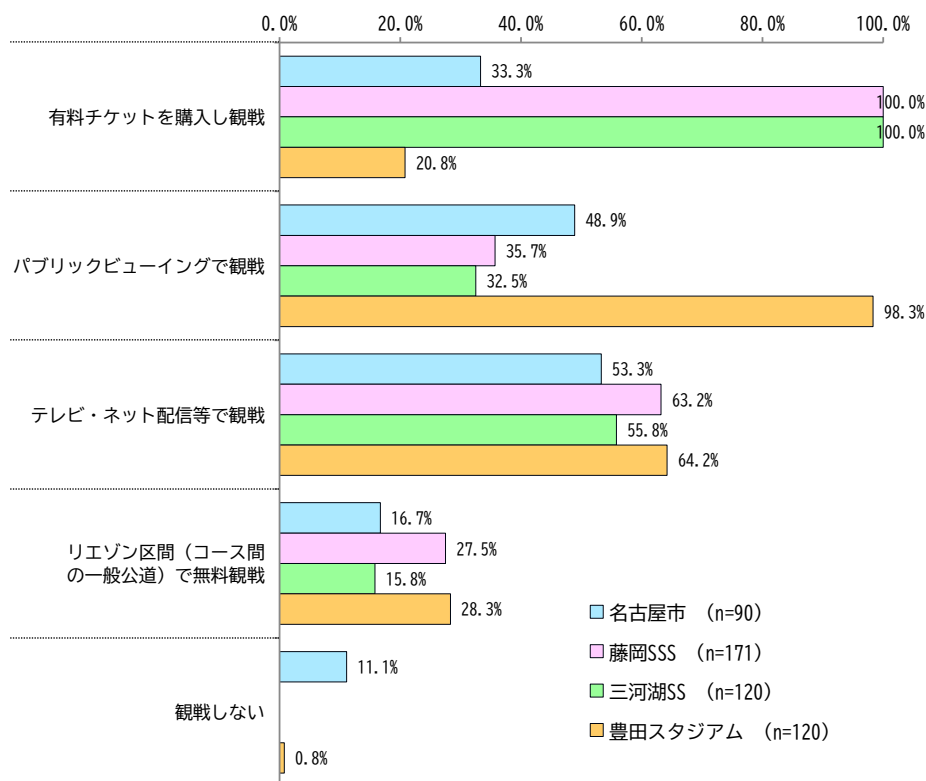


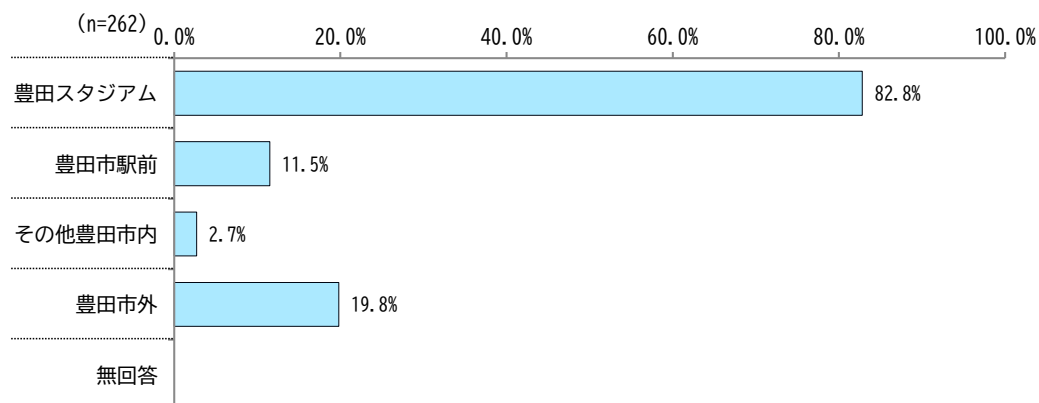
図 28 競技の観戦形態(調査地点別)



(パブリックビューイング観戦者のみ) 観戦エリアはどこですか。(〇はいくつでも)

パブリックビューイング観戦者について、観戦エリアは「豊田スタジアム」が82.8%、次いで「豊田市外」が19.8%となっている。「豊田市外」については、名古屋市で「オープニングセレモニー会場」「久屋大通公園」でのパブリックビューイングが実施されたことが影響していると考えられる。

図 29 パブリックビューイングの観戦エリア



【(参考)調査地点別】

図 30 パブリックビューイングの観戦エリア(名古屋市)

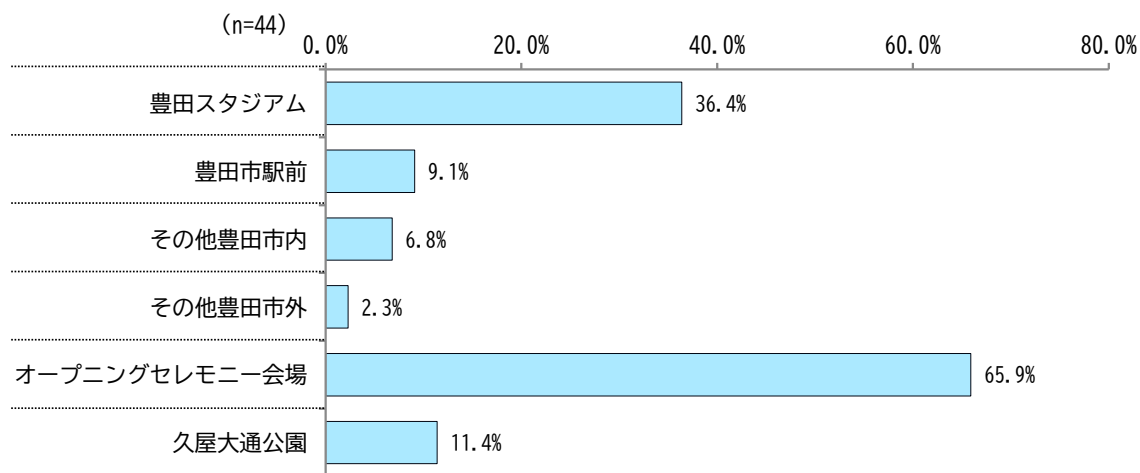


図 31 パブリックビューイングの観戦エリア(藤岡 SSS)

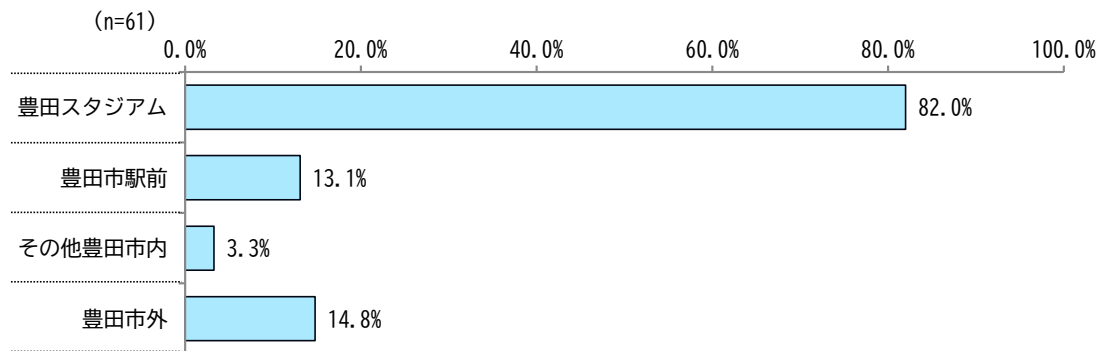


図 32 パブリックビューイングの観戦エリア(三河湖 SS)

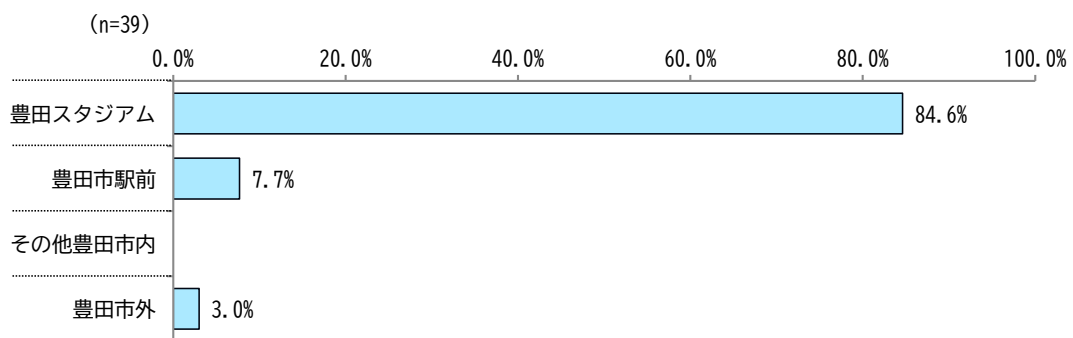
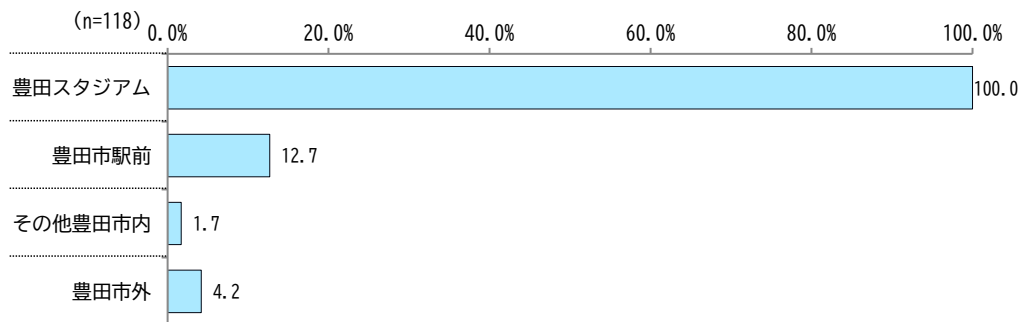


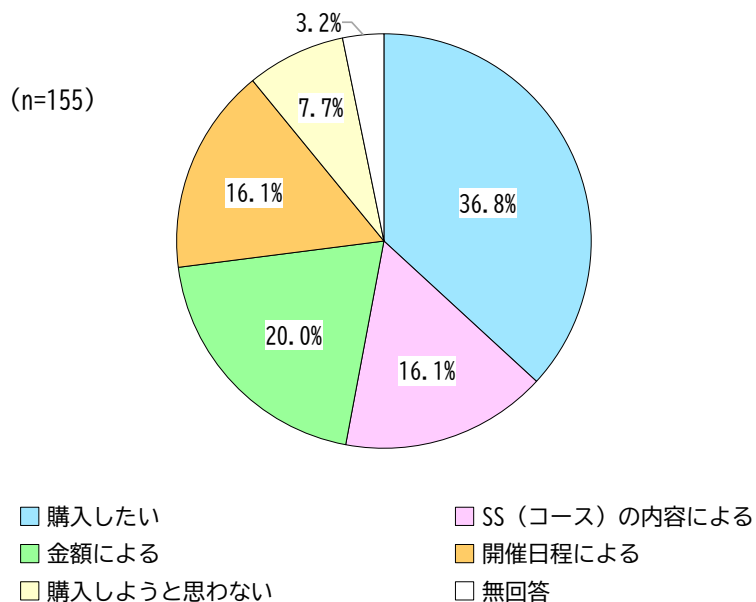
図 33 パブリックビューイングの観戦エリア(豊田スタジアム)



問 5-1 （今回有料観戦をしていない人のみ）次回は有料で観戦したいと思いますか。
（1つのみに○）

今回有料観戦をしていない人に対して、次回の有料観戦意向を聞いたところ、「購入したい」が36.8%、「金額による」が20.0%となっている。

図 34 次回の有料観戦意向

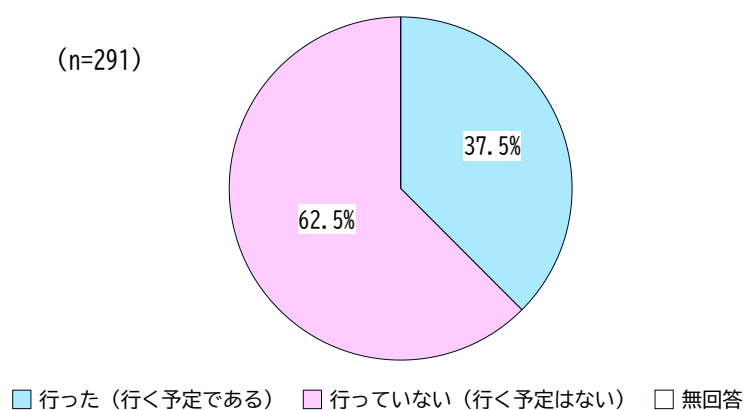


【藤岡 SSS・三河湖 SS】

問 6 サービスパーク（豊田スタジアムでのイベント）には行きましたか。もしくは行く予定ですか。（1つのみに○）

藤岡 SSS・三河湖 SS の観客のうち、サービスパークに「行った（行く予定である）」割合は 37.5%、「行っていない（行く予定はない）」は 62.5%と、半数以上がサービスパークには行っていない。

図 35 サービスパークに行ったか



問 7A サービスパークの魅力は何だと思いますか。（3つまでに○）

「車両整備の見学」が 67.2%と最も多く、次いで「選手に会える」が 48.9%、「ラリーカーを一度に見ることができる」が 37.2%となった。

調査地点別にみると、豊田スタジアムでは「車両整備の見学」「選手に会える」の割合は他地点よりも低く、「パブリックビューイングですべての競技を観戦できる」「子供向け体験企画(ラリー大学)」「キッチンカーやグルメ」といった項目が多くなっている。

図 36 サービスパークの魅力は何か

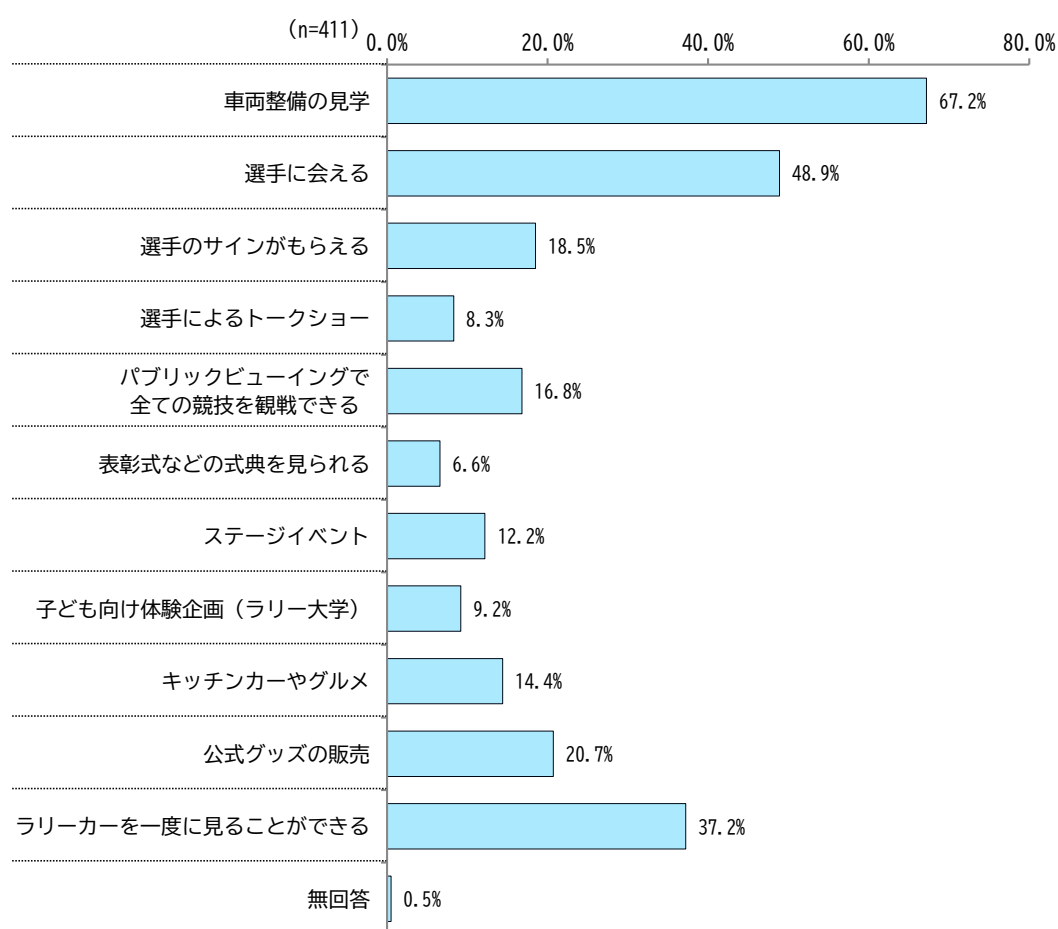
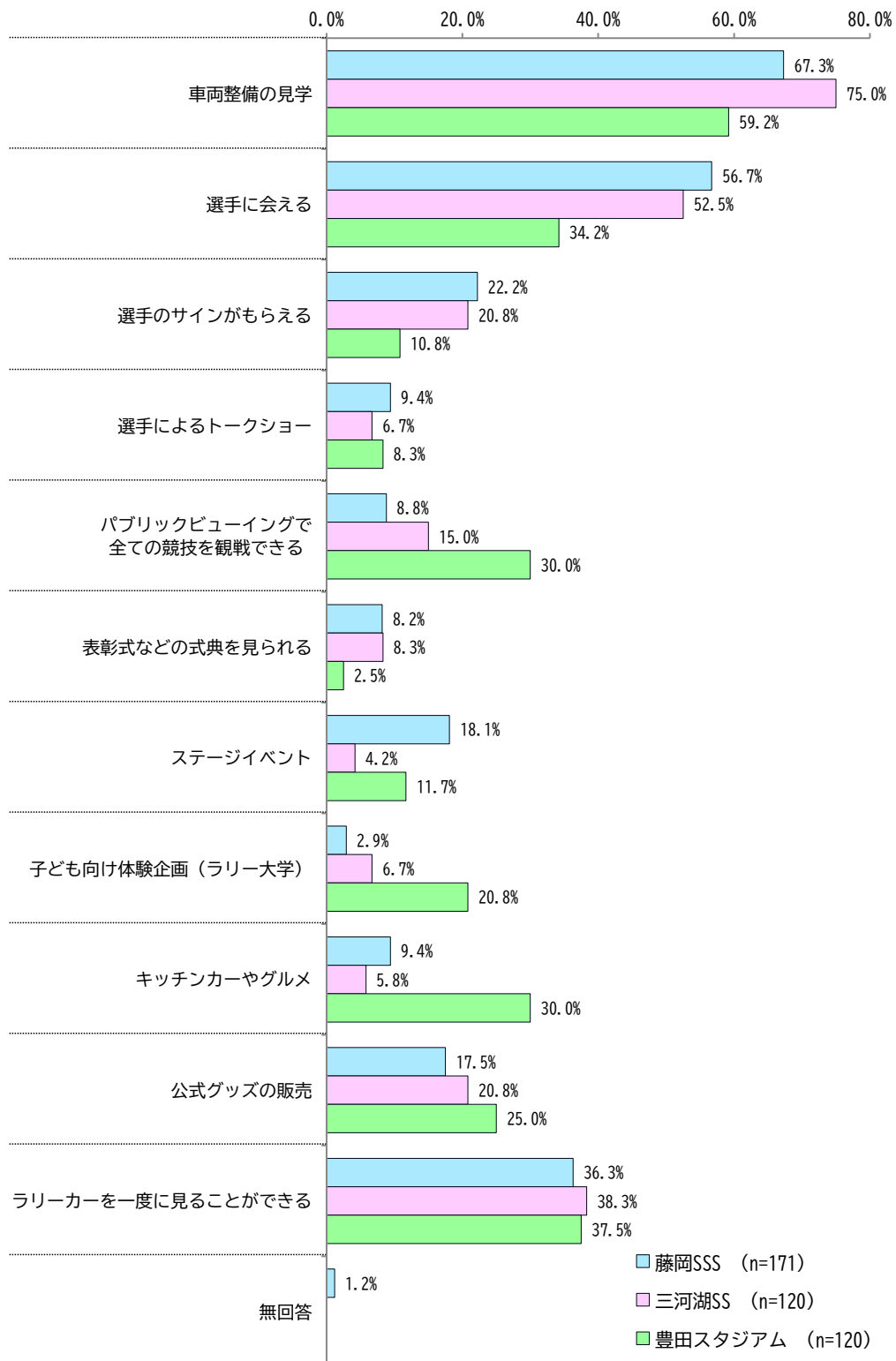


図 37 サービスパークの魅力は何か(調査地点別)

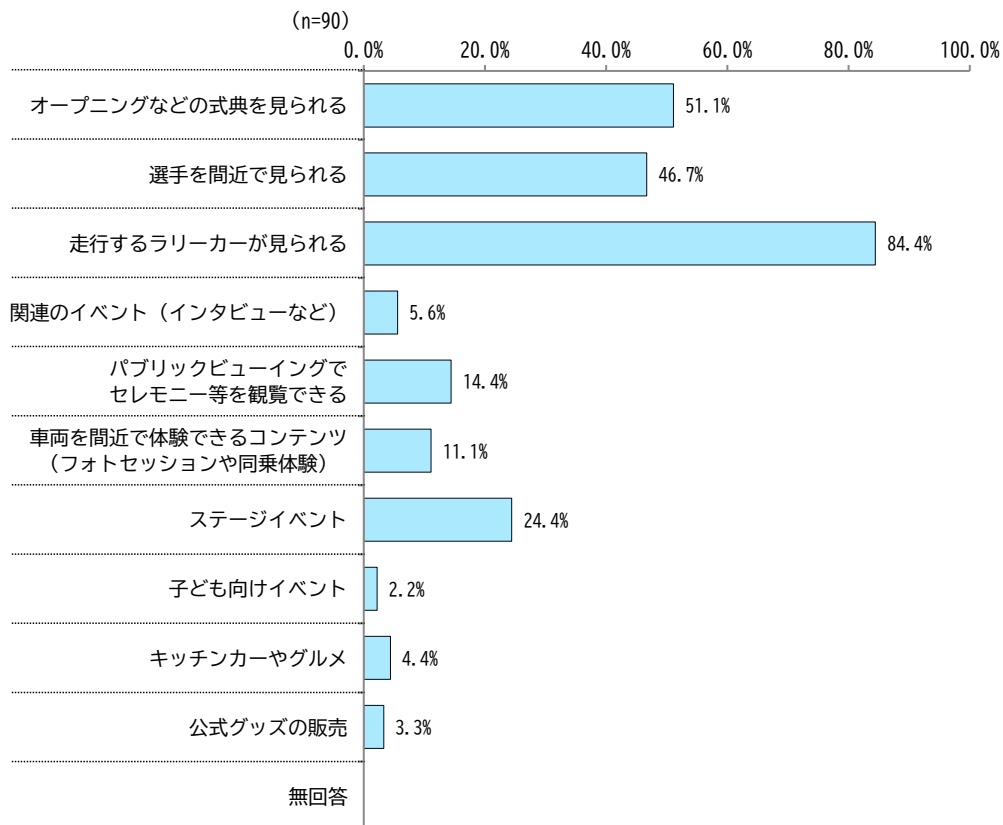


【名古屋市】

問 7B 名古屋会場の魅力は何だと思いますか。（3つまでに○）

名古屋会場の魅力は「走行するラリーカーが見られる」が84.4%で最も多く、次いで「オープニングなどの式典を見られる」が51.1%、「選手を間近で見られる」が46.7%となっている。

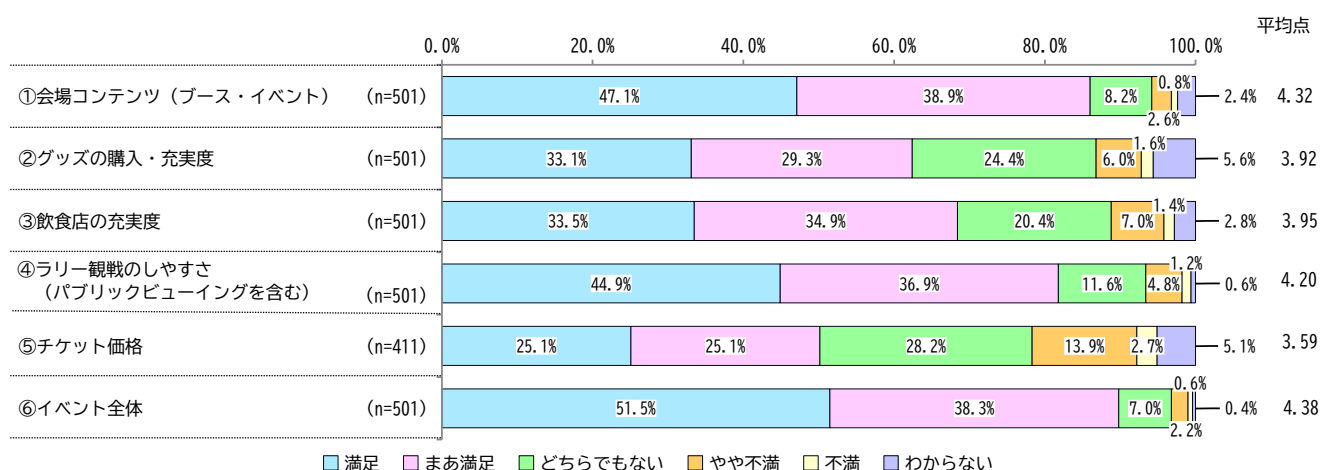
図 38 名古屋会場の魅力は何か



問 8 今回のラリー観戦における、各項目の満足度を教えてください。
(それぞれ1つのみに○)

ラリー観戦における、各項目の満足度をみると、「⑥イベント全体」が4.38と最も多く、次いで「①会場コンテンツ(ブース・イベント)」が4.32、「④ラリー観戦のしやすさ(パブリックビューイングを含む)」が4.20となっている。一方で、「⑤チケット価格」は3.59と満足度は低くなっている。

図 39 ラリー観戦における満足度



調査地点ごとで各項目の満足度をみると、名古屋市では「①会場コンテンツ(ブース・イベント)」の満足度は高いものの、「②グッズの購入・充実度」や「③飲食店の充実度」への満足度が低くなっている。

藤岡 SSS については、すべての項目において平均的に満足度が高く、特に「④ラリー観戦のしやすさ(パブリックビューイングを含む)」や「⑥イベント全体」への満足度が最も高い。

三河湖 SS については、全体的に満足度の平均点が低めとなっており、特に「②グッズの購入・充実度」、「④ラリー観戦のしやすさ(パブリックビューイングを含む)」、「⑤チケット価格」での満足度が他地点に比べて低い。

豊田スタジアムについては、「②グッズの購入・充実度」や「③飲食店の充実度」の満足度が高くなっている。

図 40 ①会場コンテンツ(ブース・イベント) (調査地点別)

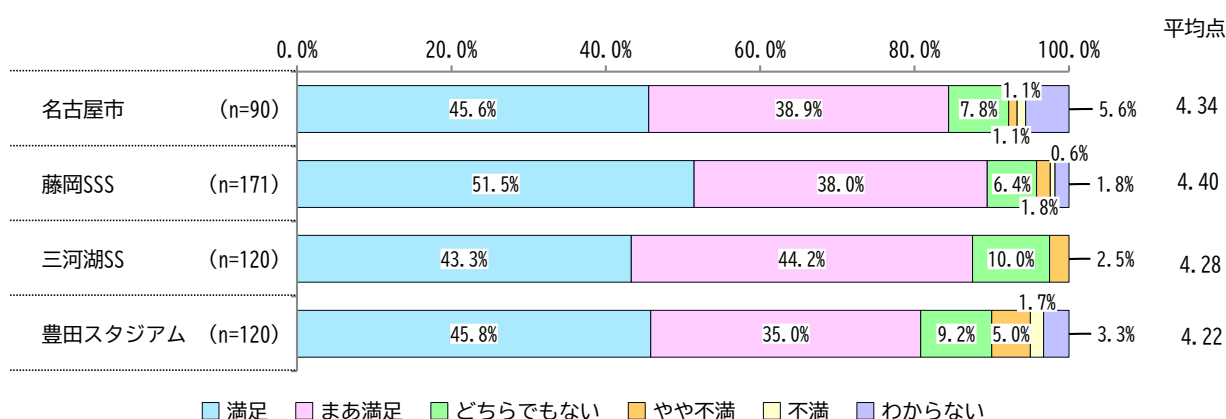


図 41 ②グッズの購入・充実度 (調査地点別)

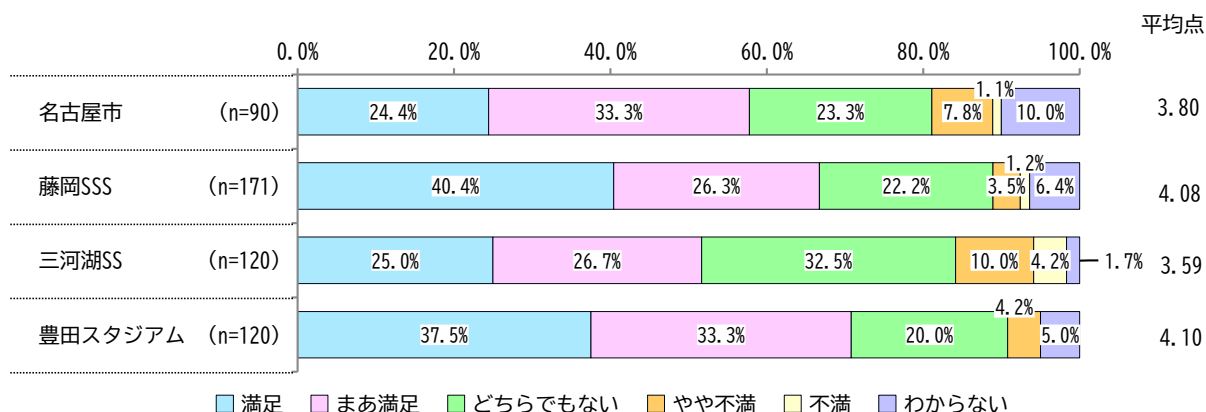


図 42 ③飲食店の充実度（調査地点別）

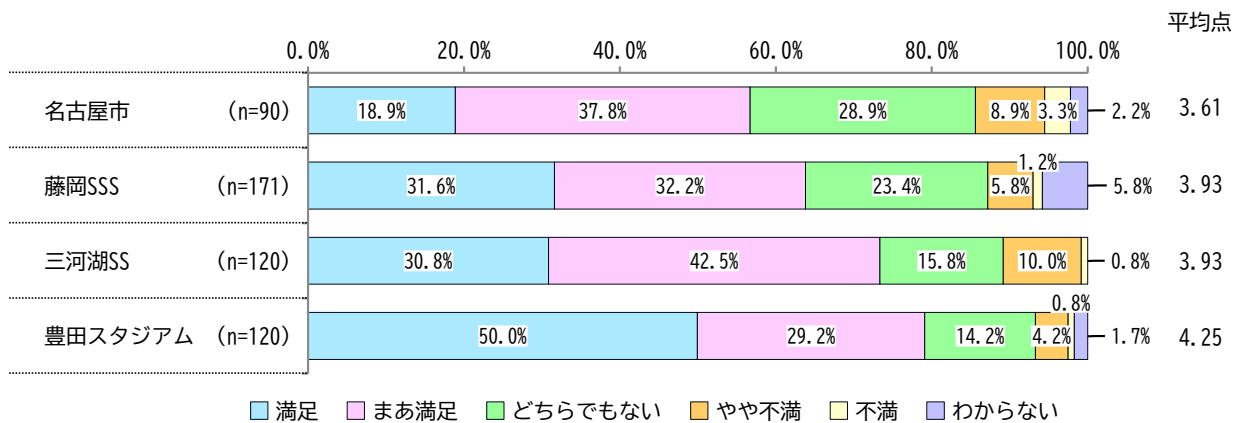


図 43 ④ラリー観戦のしやすさ(パブリックビューイングを含む)（調査地点別）

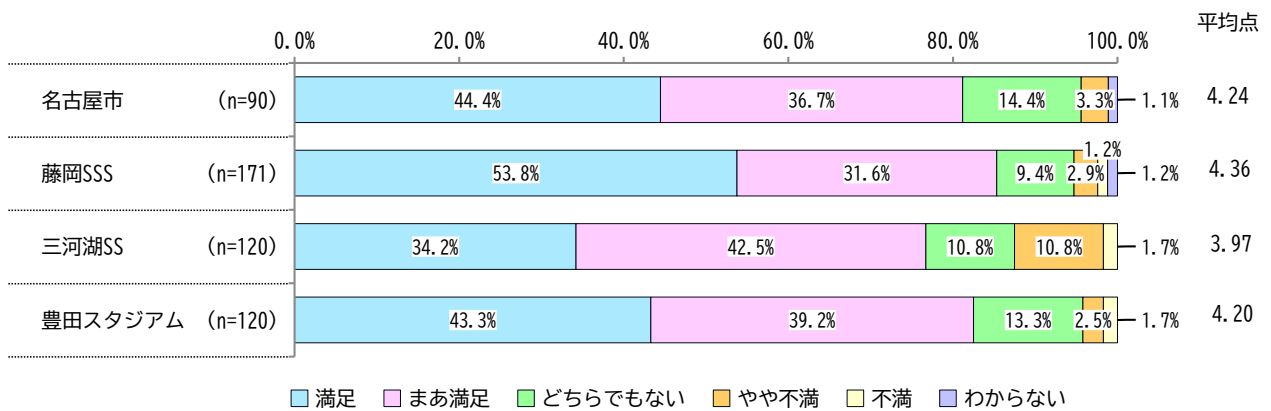


図 44 ⑤チケット価格（調査地点別）

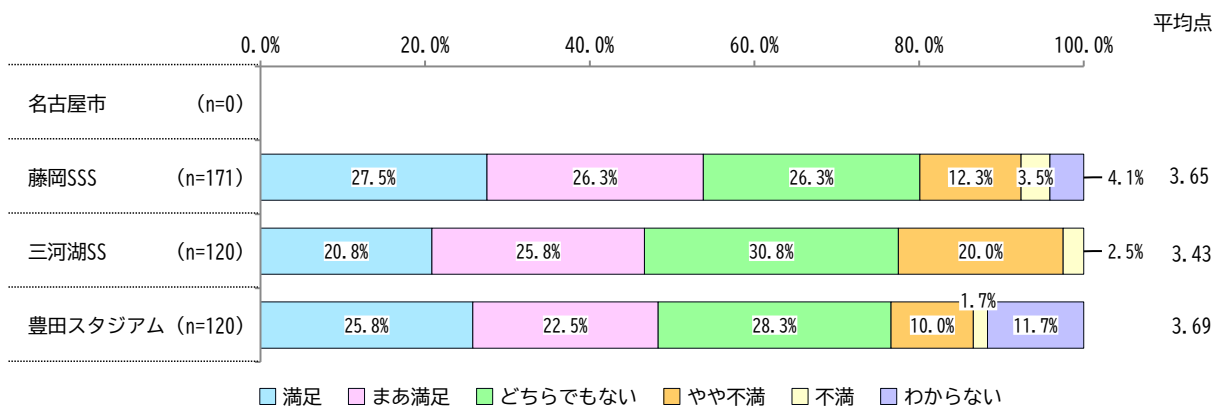
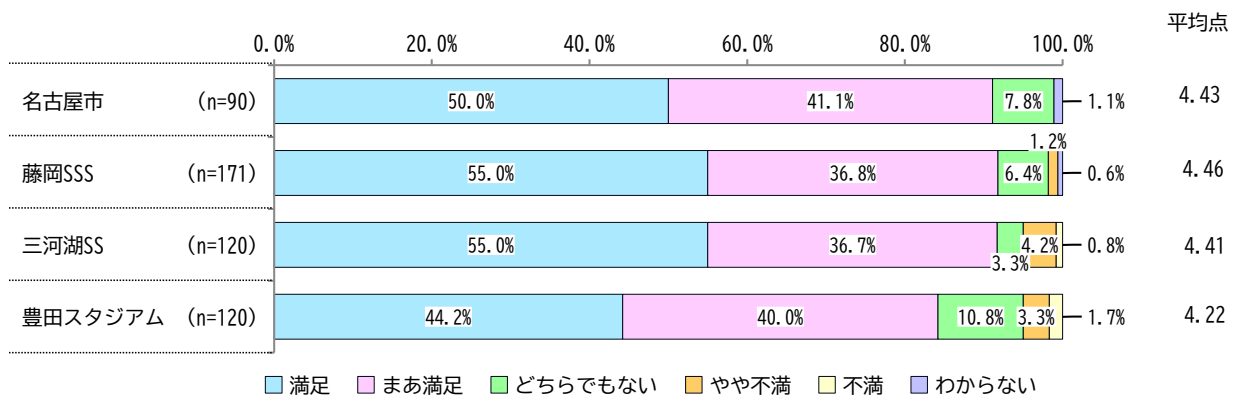


図 45 ⑥イベント全体（調査地点別）



居住地ごとで各項目の満足度をみると、ほとんどの項目で大きな違いはみられないが、「②グッズの購入・充実度」において、愛知県外の満足度がやや低い傾向にある。

図 46 ①会場コンテンツ(ブース・イベント) (居住地別)

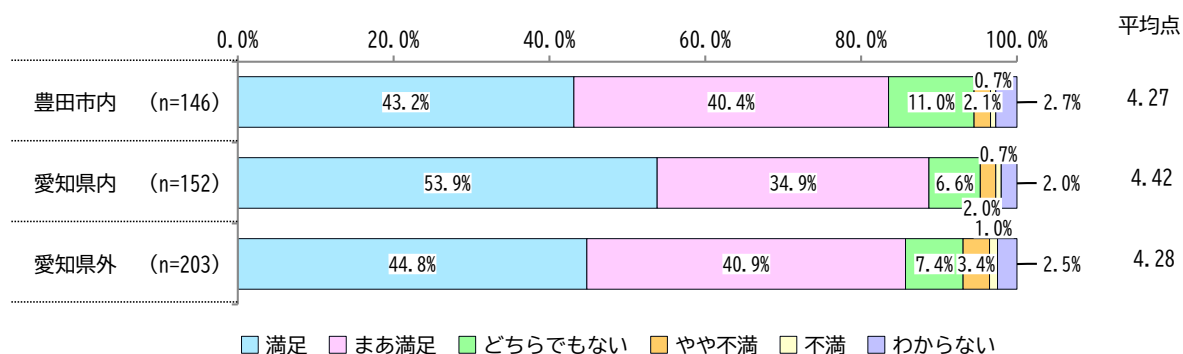


図 47 ②グッズの購入・充実度 (居住地別)

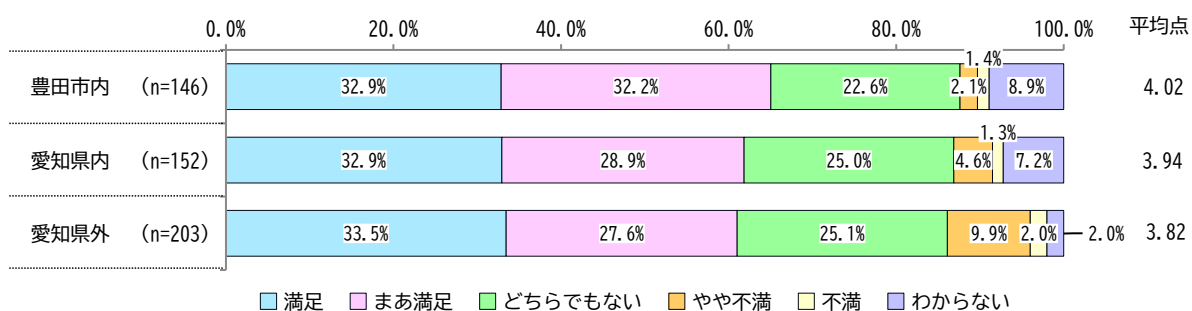


図 48 ③飲食店の充実度 (居住地別)

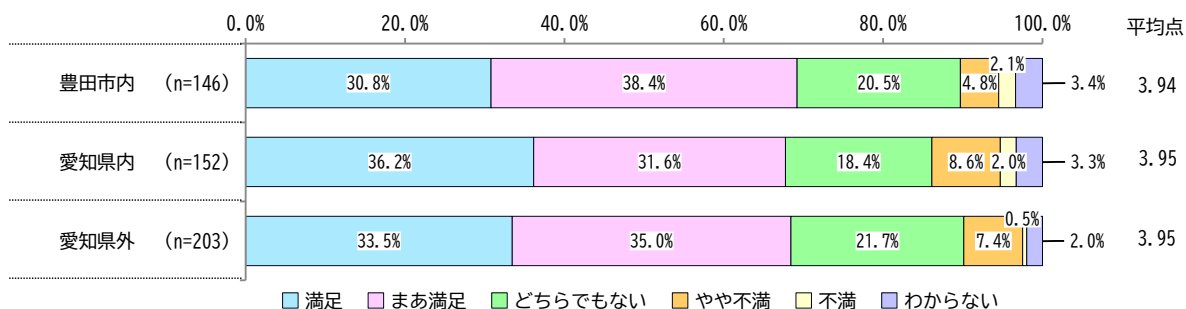


図 49 ④ラリー観戦のしやすさ（居住地別）

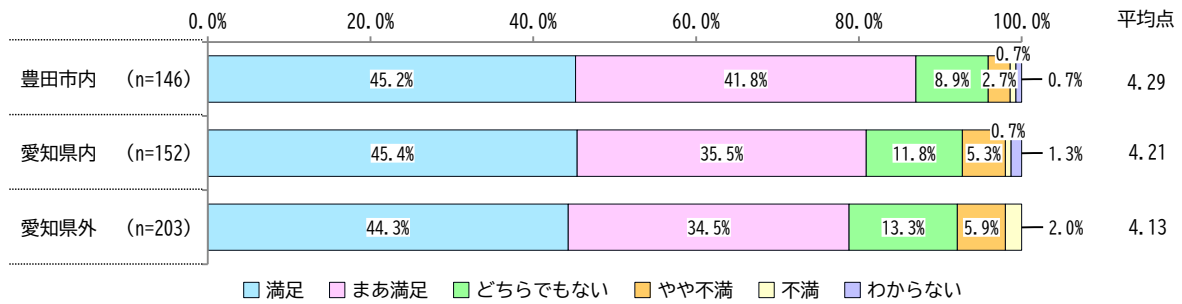


図 50 ⑤チケット価格（居住地別）

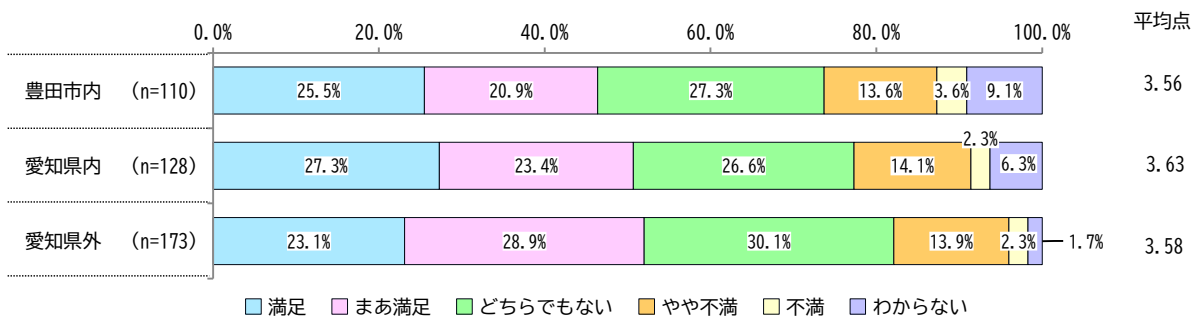
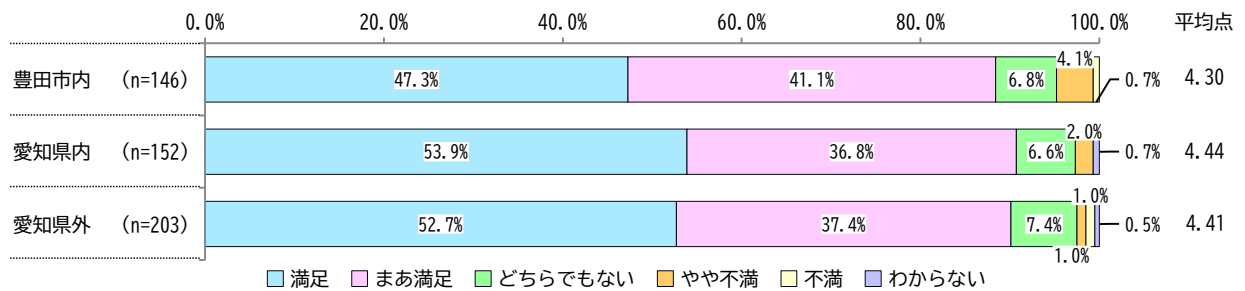


図 51 ⑥イベント全体（居住地別）



問 9 今回のラリー観戦全行程の旅行費用の内訳を、これからのご予定も含めて教えてください。（一人あたりの金額）

平均使用金額は「20,601 円」となっている。

費目別にみると、「フェリー」が 50,000 円と最も高く、次いで「飛行機代」が 28,667 円、「新幹線」が 17,488 円、「宿泊費」が 15,298 円となっている。

交通手段は、回答数からみて「高速代」のかかる車・バイク等の利用者が最も多く、次いで「鉄道」の利用者が多くなっている。旅行での購入品としては「土産代 繊維製品」が最も購入者が多くなっている。

図 52 今回のラリー観戦全行程での旅行費用の内訳について

費目		人数	一人当たりの金額
車利用	レンタカー代	13 人	9,096 円
	ガソリン代(給油した場合のみ)	192 人	4,327 円
	駐車場代	148 人	1,455 円
	高速代	215 人	4,984 円
車以外の交通手段	飛行機代	6 人	28,667 円
	鉄道	99 人	1,797 円
	新幹線	21 人	17,488 円
	バス	19 人	1,108 円
	フェリー	2 人	50,000 円
宿泊費	宿泊費	117 人	15,298 円
飲食費	飲み物代	402 人	1,518 円
	食べ物代	426 人	2,249 円
	店舗での飲食費	277 人	4,094 円
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	231 人	7,008 円
	土産代 工業製品	137 人	5,060 円
	土産代 食料品	133 人	3,054 円
他観光サービスの利用	他施設の入場料	19 人	1,882 円
	その他	1 人	1,000 円
全体		501 人	20,601 円

※使用金額は各費目で支出のあった人の平均値であり、アンケート回答者全体の平均値ではない

居住地別にみると、「愛知県外」の平均使用金額が36,453円と最も高く、費目別にみると、飛行機代、新幹線などの交通費の単価が高い。また、「豊田市を除く愛知県内」の平均使用金額は「豊田市内」よりも高くなっている。

図 53 今回のラリー観戦全行程での旅行費用の内訳について(居住地別)

費目		豊田市内		豊田市を除く愛知県内		愛知県外	
		人数(人)	平均使用金額(円)	人数(人)	平均使用金額(円)	人数(人)	平均使用金額(円)
車利用	レンタカー代	0	0	1	3500	12	9563
	ガソリン代(給油した場合のみ)	14	1579	41	3455	137	4869
	駐車場代	18	948	50	1552	80	1508
	高速代	3	1533	50	1653	162	6076
車以外の交通手段	飛行機代	0	0	0	0	6	28667
	鉄道	11	1035	59	1338	29	3019
	新幹線	0	0	0	0	21	17488
	バス	9	602	5	428	5	2700
	フェリー	0	0	0	0	2	50000
宿泊費	宿泊費	0	0	3	20967	114	15149
飲食費	飲み物代	82	947	135	1211	185	1995
	食べ物代	98	1858	142	1728	186	2853
	店舗での飲食費	41	2876	82	2833	154	5091
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	53	6865	70	7898	108	6500
	土産代 工業製品	22	5335	43	6448	72	4146
	土産代 食料品	15	1938	20	1699	98	3501
他観光サービスの利用	他施設の入場料	1	1000	2	8000	16	1172
	その他	1	1000	0	0	0	0
全体		113 人	8,412 円	185 人	10,652 円	203 人	36,453 円

※使用金額は各費目で支出のあった人の平均値であり、アンケート回答者全体の平均値ではない

宿泊の有無別にみると、宿泊した来場者の平均使用金額は、「46,489 円」となっており、日帰りの場合の約 4.5 倍となっている。費目別にみると、宿泊費はもちろん、レンタカー代、飛行機代などの交通費、飲食費などの単価が高い。

図 54 今回のラリー観戦全行程での旅行費用の内訳について(宿泊の有無別)

費目		日帰り		宿泊	
		人数(人)	平均使用金額(円)	人数	平均使用金額(円)
車利用	レンタカー代	0	0	13	9,096
	ガソリン代(給油した場合のみ)	85	3,106	107	5,297
	駐車場代	90	1,427	58	1,497
	高速代	103	3,006	112	6,803
車以外の交通手段	飛行機代	0	0	6	28,667
	鉄道	78	1,424	21	3,179
	新幹線	3	11,093	18	18,554
	バス	15	671	4	2,750
	フェリー	0	0	2	50,000
宿泊費	宿泊費	0	0	117	15,298
飲食費	飲み物代	266	1,081	136	2,373
	食べ物代	290	1,705	136	3,409
	店舗での飲食費	158	2,660	119	5,999
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	156	6,728	75	7,590
	土産代 工業製品	92	5,288	45	4,592
	土産代 食料品	53	2,065	80	3,709
他観光サービスの利用	他施設の入場料	3	4,833	16	1,328
	その他	1	1,000	0	0
全体		359	10,361	142	46,489

※使用金額は各費目で支出のあった人の平均値であり、アンケート回答者全体の平均値ではない

調査地点別にみると、三河湖 SS で平均使用金額が「26,210 円」と最も高くなっている。

図 55 今回のラリー観戦全行程での旅行費用の内訳について(調査地点別)

費目		名古屋市		藤岡 SSS		三河湖 SS		豊田スタジアム	
		人数(人)	平均使用金額(円)	人数	平均使用金額(円)	人数	平均使用金額(円)	人数	平均使用金額(円)
車利用	レンタカー代	1	5,000	2	6,500	8	10,500	2	8,125
	ガソリン代(給油した場合のみ)	16	4,480	75	3,481	75	4,382	26	6,515
	駐車場代	20	1,761	42	1,357	35	1,105	51	1,655
	高速代	18	5,170	84	4,316	80	5,443	33	5,468
車以外の交通手段	飛行機代	2	25,000	0	0	3	32,333	1	25,000
	鉄道	53	2,115	12	918	6	1,700	28	1,592
	新幹線	8	13,781	6	20,000	4	19,250	3	20,000
	バス	5	848	1	500	6	2,333	7	331
	フェリー	0	0	0	0	2	50,000	0	0
宿泊費	宿泊費	14	18,279	42	15,008	45	15,729	16	12,238
飲食費	飲み物代	68	2,044	136	1,530	105	1,573	93	1,054
	食べ物代	63	2,645	142	2,152	111	2,226	110	2,169
	店舗での飲食費	47	5,191	107	3,684	69	4,449	54	3,500
お土産・グッズ購入	土産代 繊維製品	38	6,386	91	7,513	51	6,497	51	7,080
	土産代 工業製品	24	2,779	53	5,952	23	3,210	37	6,411
	土産代 食料品	26	4,173	40	2,837	46	2,630	21	3,010
他観光サービスの利用	他施設の入場料	4	3,875	8	1,463	5	1,390	2	800
	その他	0	0	0	0	0	0	1	1,000
全体		90	19,115	171	20,395	120	26,210	120	16,399

※使用金額は各費目で支出のあった人の平均値であり、アンケート回答者全体の平均値ではない

問 10 市外の方のみにお聞きします。今回のラリージャパンを通じた印象の変化を教えてください。①豊田市の印象がよかった ②観光や買い物などラリー以外の目的でも豊田市を訪れたい（それぞれ1つのみに○）

「②観光や買い物などラリー以外の目的でも豊田市を訪れたい」については、「そう思う」が36.1%と最も高く、次いで「とてもそう思う」が32.0%となった。『思う』の割合は68.1%となり、豊田市への来訪意欲の喚起につながっている。

図 56 ①豊田市の印象がよかった

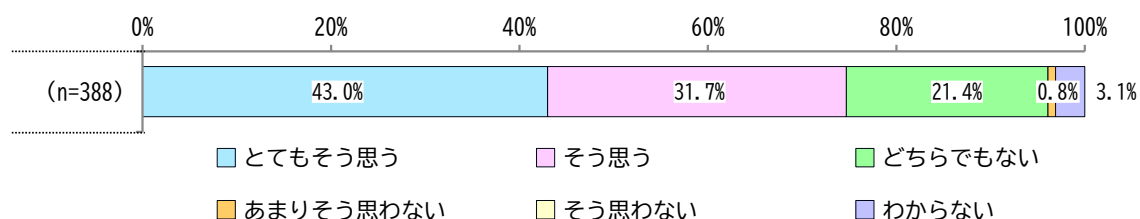
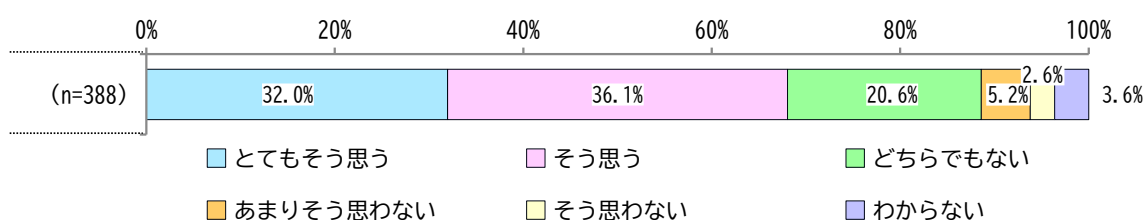


図 57 ②観光や買い物などラリー以外の目的でも豊田市を訪れたい



問 11 次回以降のラリージャパンについて、各項目のあなたの意向について教えてください。
 ①次回のラリージャパンにも来たい ②次回以降のラリージャパンを家族・友人に勧めたい（それぞれ1つのみに○）

「①次回のラリージャパンにも来たい」について、「とてもそう思う」が74.7%と最も高く、次いで「そう思う」が21.2%となった。『思う』は95.9%と、ほとんどの来場者が次回以降のラリージャパンへの来訪意向を示している。

「②次回以降のラリージャパンを家族・友人に勧めたい」について、「とてもそう思う」が63.1%と最も高く、次いで「そう思う」が25.0%となった。『思う』は88.1%となり、次回以降のラリージャパンを周りの人に勧めたいという意向も高い。

図 58 ①次回のラリージャパンにも来たい

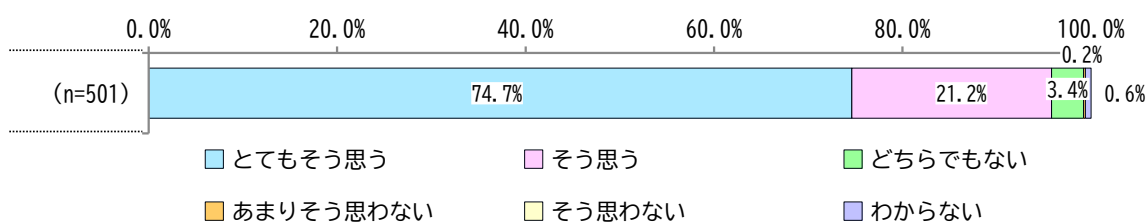
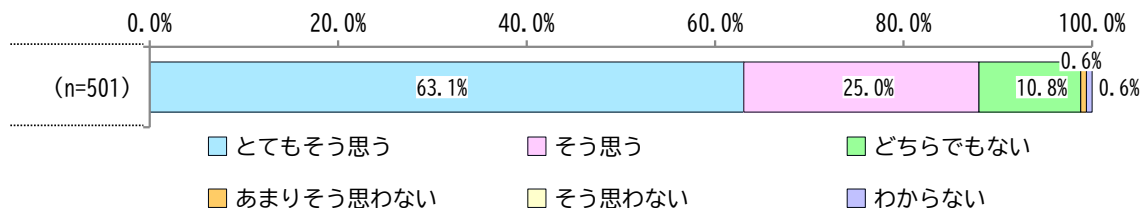


図 59 ②次回以降のラリージャパンを家族・友人に勧めたい

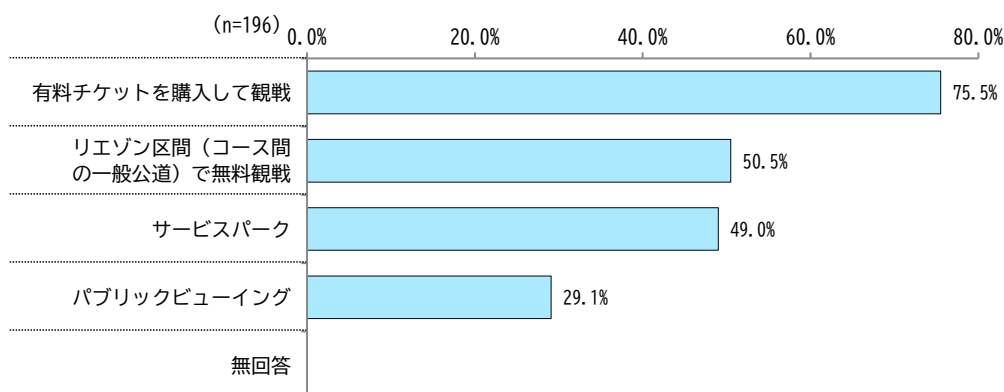


【名古屋市、豊田スタジアム】

問 11-1 問 11①で「とてもそう思う」「そう思う」と回答した方にお聞きします。
 次回のラリージャパンではどこに来訪したいと思いますか。（〇はいくつでも）

「有料チケットを購入して観戦」が 75.5%で最も高く、次いで「リエゾン区間（コース間の一般公道）で無料観戦」が 50.5%、「サービスパーク」が 49.0%となっている。

図 60 次回のラリージャパンではどこに来訪したいか



問 12 ラリージャパンが豊田市で開催されることによる効果は何だと思えますか。（〇はいくつでも）

ラリージャパンが豊田市で開催されることによる効果としては、「モータースポーツ振興／クルマへの興味関心の醸成」が 76.2%と最も高く、次いで「地域経済の活性化」が 70.1%、「豊田市の知名度向上」が 44.7%となっている。

居住地別にみると、豊田市内でやや「地域の誇りや愛着の醸成」が高くなっている。

図 61 ラリージャパンが豊田市で開催されることによる効果

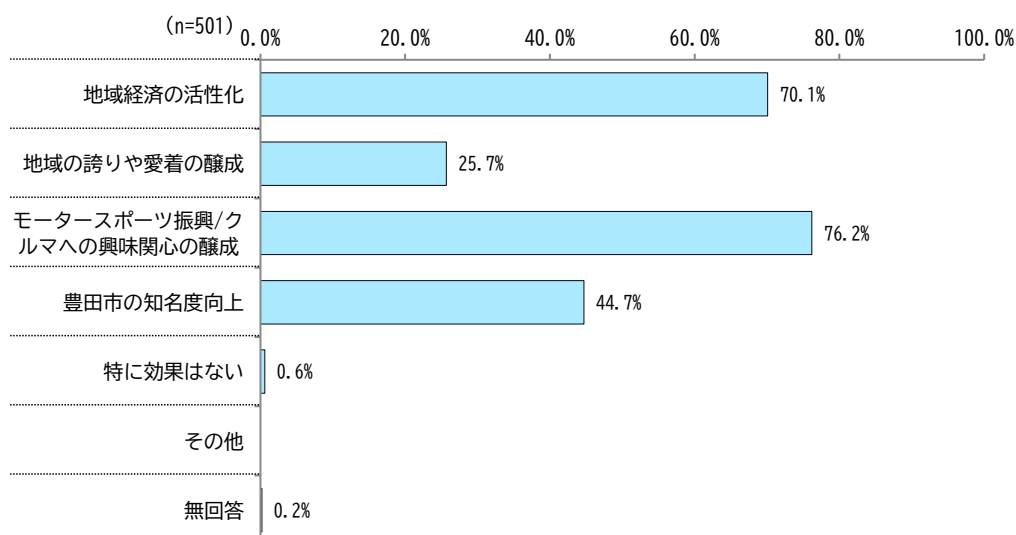
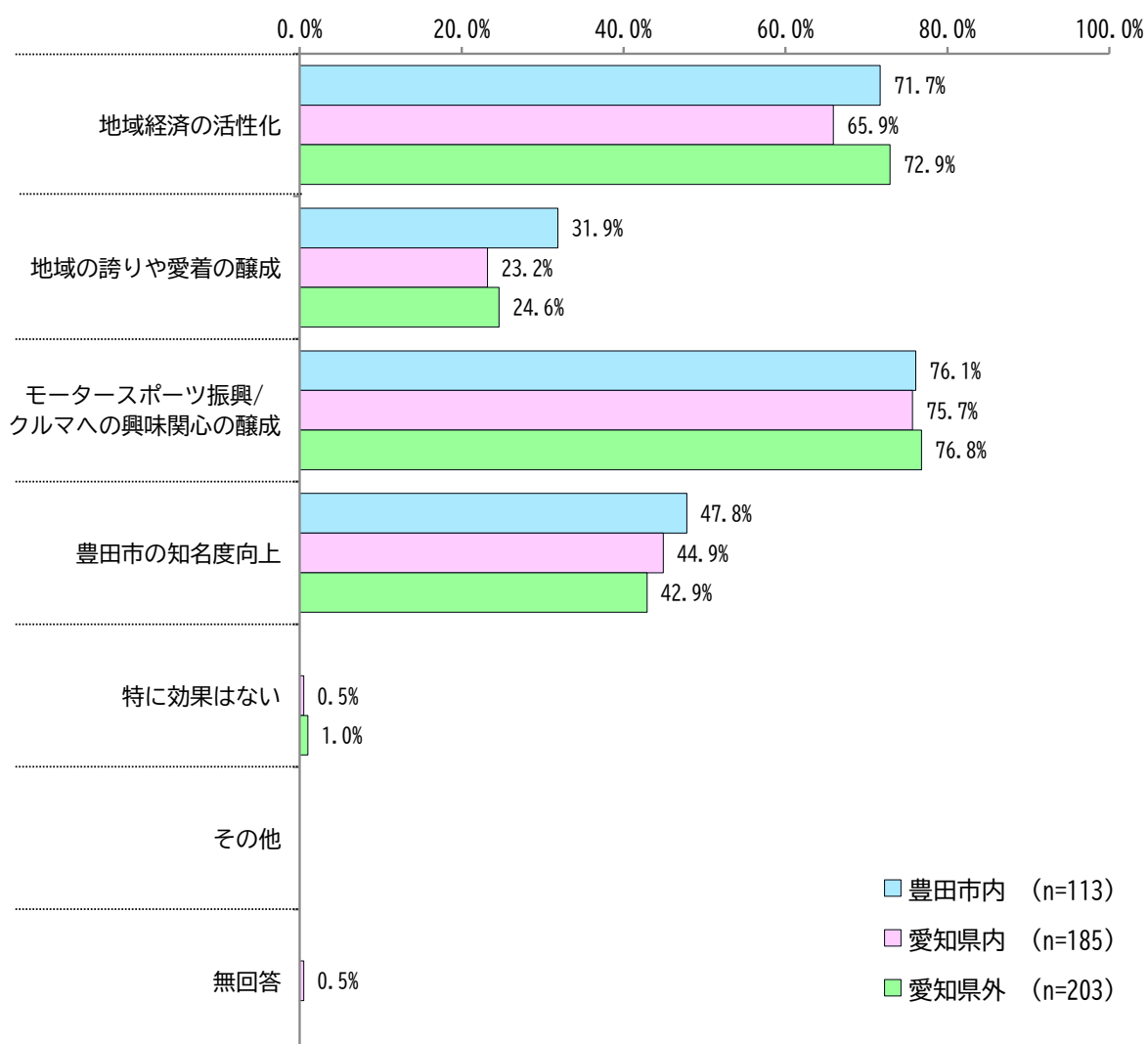


図 62 ラリージャパンが豊田市で開催されることによる効果(居住地別)



問 13 満足に思ったこと、不満に思ったことについてなど、ご自由にご意見をお聞かせください。

満足に思ったこと、不満に思ったことについては、360 人から 406 件の意見があがった。「観戦のしやすさ」が 39 件と最も高く、次いで「コンテンツ」が 31 件、「観戦環境」が 28 件となっている。

意見の多かった「観戦のしやすさ」については、「観戦場所が屋根付きでよかった」という満足の意見や、「もっと近くで見たい」や「パブリックビューイングの画面が小さい」という不満・要望の意見どちらも見られた。

図 63 自由意見

意見	件数
観戦のしやすさ	39
コンテンツ	31
観戦環境	28
会場のわかりやすさ・スタッフ対応	26
満足・楽しい	24
飲食・売店	24
会場へのアクセス	24
開催時期・天候	16
豊田スタジアムでのSSS	16
トイレ	16
グッズ販売	15
チケット価格	14
会場設備	14
駐車場について	13
宣伝・盛り上がり・モータースポーツの発展	12
ラリーの継続希望	11
オープニングセレモニーについて	11
待ち時間	8
SS・コースの内容	7
リエゾン	7
チケット購入について	6
混雑	5
開場時間	5
場所取り	5
会場の入り口・道	5
開催日程・時間帯	3
その他	21

図 64 自由意見(回答性質別)

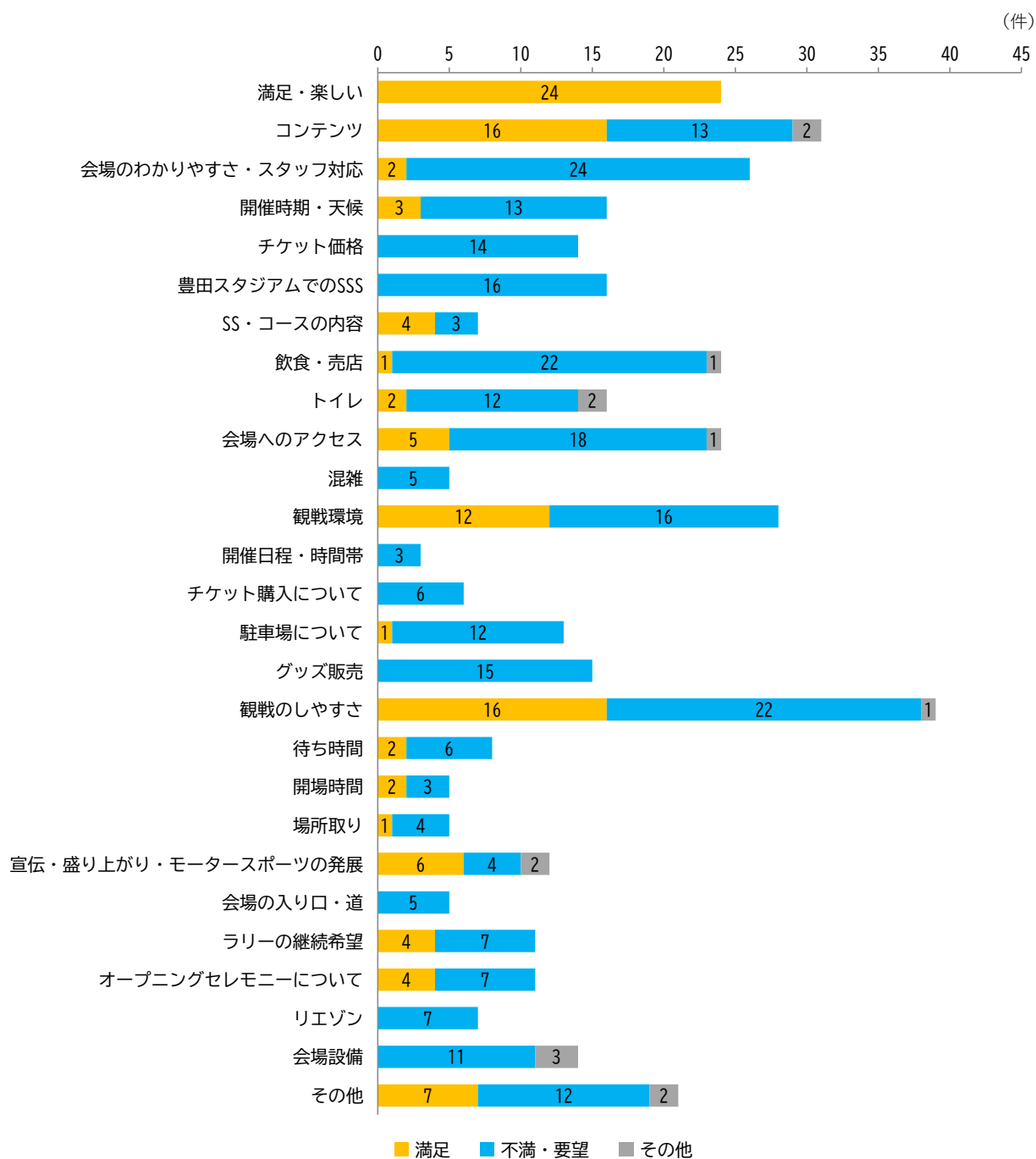


図 65 自由意見(地点別)

