

報道関係各位

2026年4月22日
株式会社クロス・マーケティング

テーマパークや遊園地へ年1回以上行く人は23%、20代は38% 気になることは「料金」「待ち時間」「混雑のひどさ」

－テーマパーク・遊園地に関する調査（2026年）－

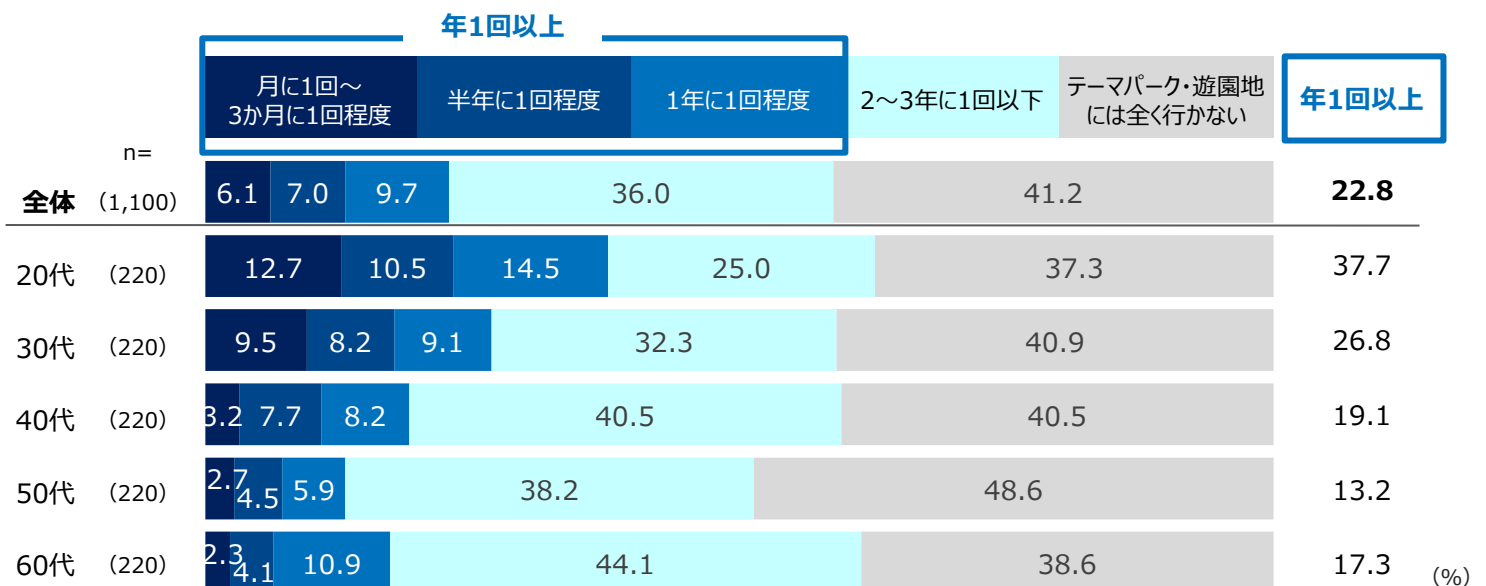
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「テーマパーク・遊園地に関する調査（2026年）」を実施しました。ここ数年、新しいテーマパークが次々と開業するなか、ゴールデンウィークに向け、お出かけの計画を立てている方も多いのではないのでしょうか。今回は、テーマパーク・遊園地へ行く頻度、興味あるジャンル、楽しみ方、気になること・不安なこと、現在行ってみたいと思うテーマパークとその理由について調査しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260422themepark>

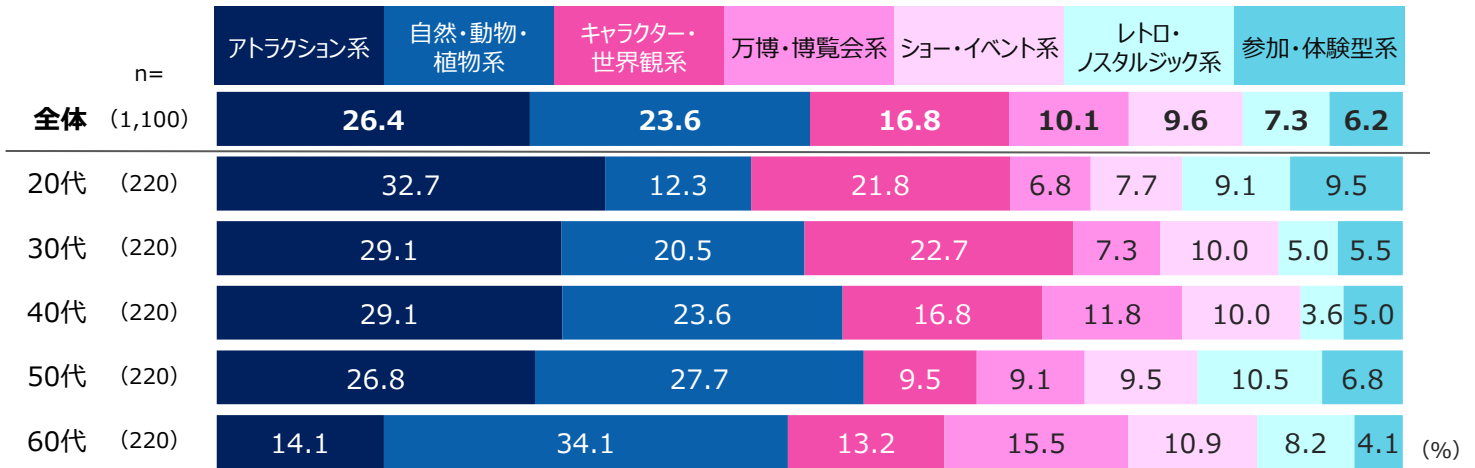
■調査結果

- ✓ **テーマパーク・遊園地へ「1年に1回以上」行く人は22.8%。全く行かない人は41.2%。**
20代は「1年に1回以上」が37.7%と利用頻度が高い。〈図1〉
- ✓ **最も興味のあるテーマパーク・遊園地のジャンルは、「アトラクション系」「自然・動物・植物系」が2割台。**
「アトラクション系」は若年層で、「自然・動物・植物系」は年代が上がるほど興味がある。30代は「キャラクター・世界観系」、60代は「万博・博覧会系」への興味が他の年代と比べ高め。〈図2〉
- ✓ **「食べ歩きや食事」「非日常感・没入感を味わうこと」が、テーマパーク・遊園地の楽しみ方の上位。**
20代は「非日常感・没入感を味わうこと」「家族や友人と過ごす時間の共有」「新アトラクションや新エリアの体験」「絶叫マシンやスリルのある乗り物」が高い。〈図3〉
- ✓ **テーマパーク・遊園地で気になることは、42.2%が「入園料・入場料・アトラクション料金が高い」と回答。「待ち時間が長くなりそう」「混雑」を懸念する人も多い。**
その他、「天気・気温の影響」、「園内の飲食・レストランが割高」を気にする人が3割前後。〈図4〉
- ✓ **行ってみたいテーマパーク・遊園地は、アトラクションや新しい施設、イベントへの興味だけでなく、独自の世界観や癒し、気分転換を求める意見もみられた。**〈図5〉

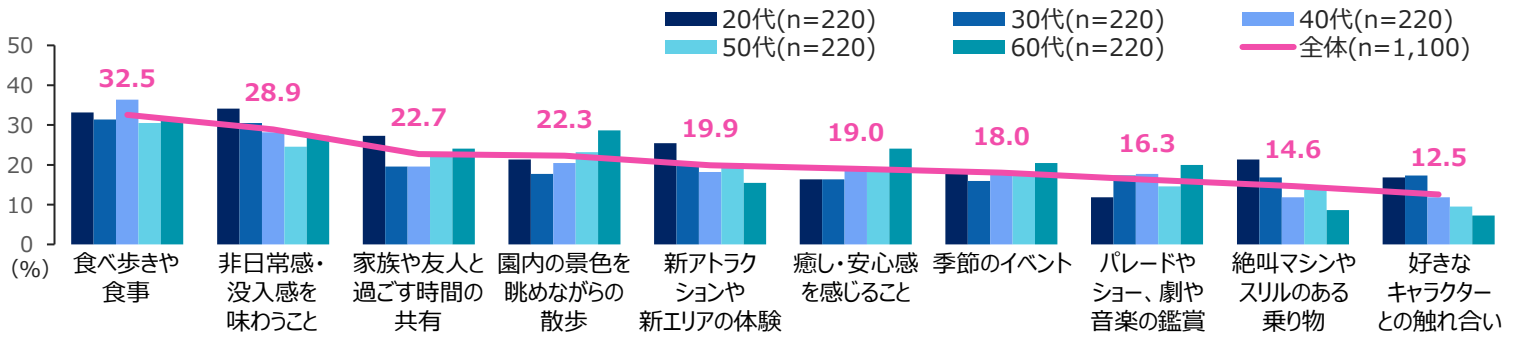
<図1> テーマパーク・遊園地へ行く頻度（単一回答：n=1,100）



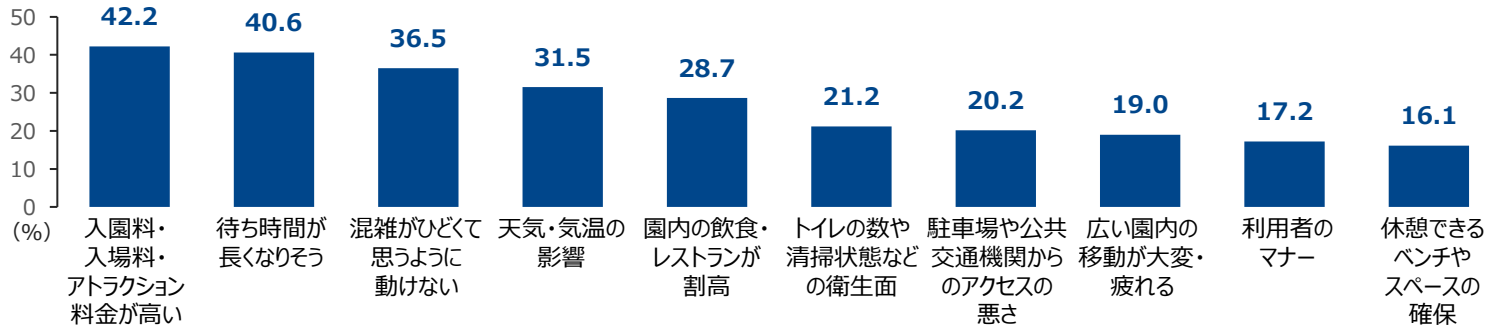
<図2> 最も興味のあるテーマパーク・遊園地のジャンル (単一回答 n=1,100)



<図3> テーマパーク・遊園地の楽しみ方 TOP10 (複数回答: n=1,100)



<図4> テーマパーク・遊園地で気になること・不安 TOP10 (複数回答: n=1,100)



<図5> 現在行ってみたいテーマパーク・遊園地とその理由 (自由回答一部抜粋: n=1,100)

東京ディズニーリゾート (ランド・シー)

- ・ 現実離れできる癒しや楽しさのある空間だから。音楽や映画も好きで、アトラクションを楽しんだり幅広い楽しみ方があるので飽きないで楽しめる。(男性30代)
- ・ 非日常を満喫できる。アトラクションを体験しなくても、そこに居て、美味しい食事やのんびり過ごす事に幸せを感じるから。(女性60代)
- ・ ホスピタリティに溢れているから。(女性20代)

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (USJ)

- ・ 好きなコンテンツの期間限定コラボイベントが開催されているから。(女性30代)
- ・ ハリーポッターが好きなので、一度その世界観を味わってみたい。(女性50代)

サンリオピューロランド & ハーモニーランド

- ・ 子供の頃から親しんできたキャラクターの世界で、大人になった今だからこそ、自分のお金と時間を使って自由に満喫する体験ができるから。(女性40代)
- ・ とにかく空間が可愛くてグッズもたくさんあった。1回では回りきれないのでまた行きたい。(女性20代)

ハウステンボス

- ・ 異国のような雰囲気を楽しもう。(女性50代)
- ・ 大人でもゆっくり楽しめる。(女性40代)

富士急ハイランド

- ・ アトラクションのクオリティが高く場所も自然豊かなところで気分転換できそうだから。(男性30代)

ジャングリア沖縄

- ・ 沖縄の自然と融合したテーマパークに興味があるから。(男性40代)

ポケパーク カントー

- ・ ポケモンのアトラクション施設に興味があるから。(男性20代)

ジブリパーク

- ・ ジブリの作品が大好きで、その世界観に浸りたいから。(女性40代)

西武園ゆうえんち

- ・ 昭和を再現した『夕日の丘商店街』が楽しそうだから。駄菓子屋やレトロな撮影スポットに懐かしさを感じながら、時を忘れて一日中楽しめそう。(女性20代)

■ 調査項目

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 属性設問 | <input type="checkbox"/> テーマパーク・遊園地の楽しみ方 |
| <input type="checkbox"/> テーマパーク・遊園地へ行く頻度 | <input type="checkbox"/> テーマパーク・遊園地で気になること・不安 |
| <input type="checkbox"/> 最も興味のあるテーマパーク・遊園地のジャンル | <input type="checkbox"/> 現在行ってみたいテーマパーク・遊園地とその理由 |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260422themepark>

■ 調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～69歳の男女
調査期間 : 2026年4月17日 (金) ～18日 (土)
有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」