

## 「アウトドア」男女の意識差があちこちに

～みんなが一緒に楽しむには注意が必要！？～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第158号として、アウトドア活動とキャンプに関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータもご提供できますのでお気軽にお問い合わせください。

### ■ バーベキュー経験者は過半数超え

都市部を中心に、外出がはばかれる期間が長く続いています。「密」を避けたリフレッシュ手段としてアウトドアでの活動に注目が集まっています。アウトドア活動を人々がどのように楽しんでいるのかを探りました。

まず「あなたがこれまでに経験したアウトドア活動を教えてください」（図表1）と聞いたところ、最も割合が高かったのが「バーベキュー」（57.0%）でした。男女合計で見ると、唯一過半数を越えています。

2位が「キャンプ」（48.6%）、3位「登山・ハイキング」（47.2%）ですが、男性に限ってみると、それぞれ経験したことがあるのが、54.5%、51.7%と50%を越えました。ほとんどのアウトドア活動において、経験したことがある割合は男性のほうが高くなっています。男女で10ポイント以上の差がついているのが「キャンプ」（11.9ポイント）、「釣り」（22.7ポイント）、「ランニング・ジョギング」（20.1ポイント）、「サイクリング」（11.9ポイント）です。

「経験はない」と回答した人は19.3%だったので、8割以上の人は、「何らかのアウトドア活動を経験したことがある」ということとなります。

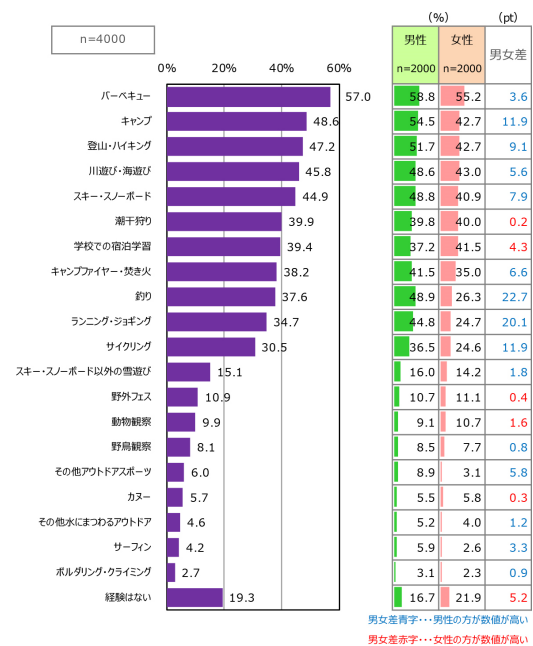
### ■ 意外に多い「友人きっかけでアウトドア」

「あなたがアウトドア活動を始めた理由を教えてください」（図表2）という質問では、1位が「自然を感じたいため」（42.9%）でした。「気分転換のため」（34.8%）、「友人に誘われたため」（26.4%）と続きますが、「職場で誘われたため」（7.5%）、「両親の影響」（5.4%）と比べると、アウトドア活動を始めるにあたっては、友人の影響が大きいことがわかります。

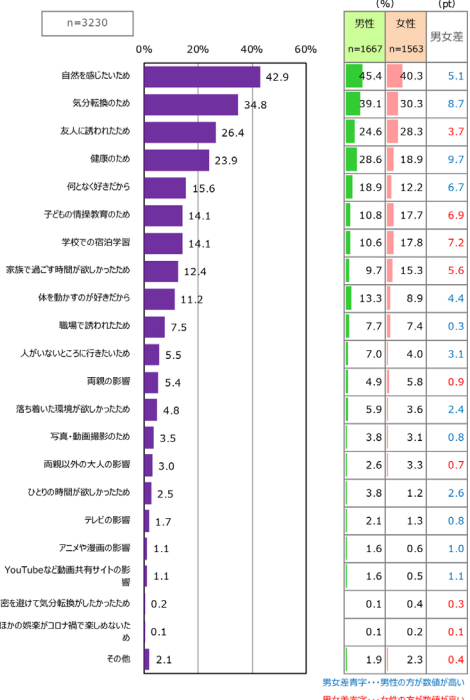
また、女性のほうが自分以外の要因でアウトドアを体験する傾向にあるようです。「友人に誘われたため」（男性：24.6%、女性：28.3%）、「学校での宿泊学習」（10.6%、17.8%）「両親の影響」（4.9%、5.8%）というように、男性以上に周りの影響が大きくなっています。

また、「子どもの情操教育のため」（10.8%、17.7%）「家族で過ごす時間が欲しかったため」（9.7%、15.3%）でも女性のほうが割合が高いため、「自分がやりたい」というだけでなく、子どもや家族のことを考えて、一緒にやってみようという意識が強いようです。

図表1「あなたがこれまでに経験したアウトドア活動を教えてください（お答えはいくつでも）」への回答



図表2「あなたがアウトドア活動を始めた理由を教えてください。（お答えはいくつでも）」への回答



## ■ アニメや漫画、YouTube の影響でアウトドアにのめり込む人も

「あなたのアウトドア歴(1年に1度以上、継続的にアウトドア活動を楽しんでいる年数)を教えてください」という質問では、「継続的にはアウトドアを楽しんでいない」という人が64.3%と最多でした。しかし、その次に多かったのが「20年以上」(15.7%)という回答です。このことから、続ける人数は少なくとも、続ける人は長く続ける傾向があるようです。

周りから影響を受けてアウトドア活動を始めた場合、アウトドア歴と関連があるのか(図表3)を見てみます。「継続的にはアウトドアを楽しんでいない」と回答した人の割合が全体よりも高かったのが、「友人に誘われたため」(29.9%、全体:26.4%)、「職場で誘われたため」(8.4%、全体:7.5%)、「学校での宿泊学習」(18.6%、全体:14.1%)でした。

周りからの誘いかげは「とりあえずやってみよう」というきっかけにはなるようですが、継続してアウトドア活動を楽しむようになるかどうかはまた別の話、ということでしょう。

「アニメや漫画の影響」は全体では1.1%ですが、「コロナ禍以前(2020年2月以前)に始め2年未満」(10.1%)、「3年以上5年未満」(10.2%)と、特定の層で割合が高くなっています。同じように、「YouTube など動画共有サイトの影響」も全体では1.1%ですが、「2年以上3年未満」の人では8.2%です。「3年以上5年未満」の層では「テレビの影響」(5.7%)も比較的高い数値ですが、アウトドアにおいても新しいメディアの影響力は無視できなさそうです。

同時に、メディアの影響でアウトドアを始めるのはミーハーな印象もあるかもしれませんが、すぐに飽きてしまうのではなく、長続きしている人がそれなりにいることがわかります。

図表3 「あなたがアウトドア活動を始めた理由を教えてください」への回答のうち、メディアの影響や、誘われたという回答と、アウトドア歴(1年に1度以上、継続的にアウトドア活動を楽しんでいる年数)のクロス集計

	全体(人)	アニメや漫画の影響	YouTubeなど動画共有サイトの影響	テレビの影響	両親の影響	両親以外の大人の影響	友人に誘われたため	職場で誘われたため	学校での宿泊学習
全体	3230	1.1	1.1	1.7	5.4	3.0	26.4	7.5	14.1
コロナ禍以降(2020年3月以降)に始めた	56	5.4	5.4	3.6	1.8	5.4	7.1	0.0	1.8
コロナ禍以前(2020年2月以前)に始めた	79	10.1	2.5	1.3	1.3	5.1	11.4	6.3	3.8
2年以上3年未満	73	8.2	8.2	2.7	6.8	8.2	16.4	4.1	6.8
3年以上5年未満	88	10.2	4.5	5.7	6.8	4.5	27.3	5.7	6.8
5年以上10年未満	139	2.2	1.4	3.6	4.3	1.4	20.9	4.3	4.3
10年以上20年未満	211	1.4	2.8	1.9	7.6	4.7	23.2	5.2	6.6
20年以上	507	0.2	1.4	2.6	5.7	2.4	20.9	7.5	6.5
継続的にはアウトドアを楽しんでいない	2077	0.1	0.2	1.1	5.2	2.6	29.9	8.4	18.6

## ■ 男性は「キャンプ自体」が大好き！

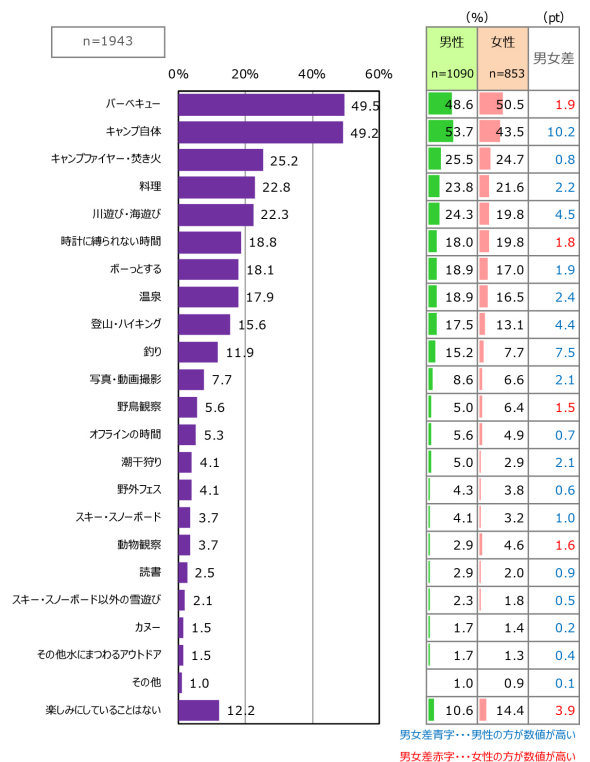
以降は、アウトドアのなかでも、キャンプを主題に質問しました。キャンプに出かけたときは、ただテントで寝るだけでなく、アウトドアならではのいろいろな活動をするはずで、「あなたがキャンプで楽しみにしていることを教えてください」(図表4)と聞いたところ、最も割合が高かったのが「バーベキュー」(49.5%)、2位が「キャンプ自体」(49.2%)です。

男性だけで見ると、「キャンプ自体」「バーベキュー」の順ですが、「キャンプ自体」と回答した男性は53.7%、女性は43.5%と10ポイント以上の開きがあり、「バーベキュー」と回答した男女にあまり差がないため、逆転しています。

アクティビティに混じって、「時計に縛られない時間」(18.8%)、「ポーっとする」(18.1%)も上位に食い込んでいることから、普段の生活とは違う、贅沢な時間の過ごし方を味わうためにキャンプに出かける人も多いようです。

「釣り」については、「これまでに経験したことがある男女の差」(男性:48.9%、女性:26.3%)も大きかったですが、「楽しみにしているか」という点でも男性が15.2%、女性が7.7%と大きな開きがあります。食材調達を兼ねていても、釣りばかりにうつつを抜かしている男性陣は、女性陣からあきれられてしまうかもしれません。

図表4 「あなたがキャンプで楽しみにしていることを教えてください(お答えはいくつでも)」への回答



## ■ リタイア後は「ゆっくり連泊」も人気に

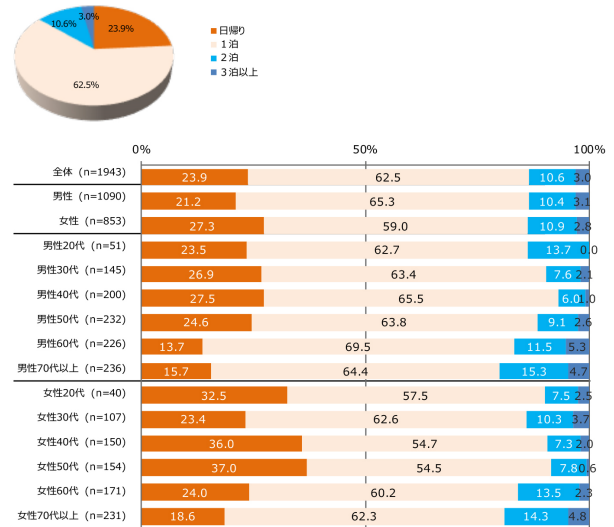
「あなたがキャンプをするとき、何泊することが最も多いか教えてください」と質問すると、「1泊」が62.5%で最多、次点が「日帰り」(23.9%)という結果でした。

性年代別に見ても「1泊」が1位、「日帰り」が2位というのは変わらないのですが、年代による変動は男女で似た傾向があります。「日帰り」の割合が高いのは、男性だと40代(27.5%)と30代(26.9%)で、女性だと50代(37.0%)、40代(36.0%)になっています。また「2泊」が最も多いのは男女ともに70代以上。「3泊以上」は男性だと60代(5.3%)が最も高く、70代以上も4.7%とほぼ変わらない割合で、女性は70代以上(4.8%)が最多です。

子連れでは親の負担が大きく、働き盛りであれば、そこまでじっくりは時間を取れないもの。そのぶん、リタイア後は「せっかく出かけたのだから、ゆっくりしよう」という意識が働いているのかもしれませんが。

また、20代女性も「日帰り」という回答が32.5%と高い水準です。最近ではデイキャンプが注目を集めています、「日帰りはどう？」と声をかけると、若い女性にとっては参加するハードルが下がるかもしれません。

図表5「あなたがキャンプをするとき、何泊することが最も多いか教えてください。(お答えはひとつ)」への回答



## ■ キャンプにはやっぱり肉とビールが欠かせない

「あなたがキャンプをするときに持っていくものを教えてください」(図表6)と聞いたところ、食品以外で最も多かったのが「テント」(54.5%)でした。そのあとは「寝袋」(11.9%)、「ラップ・アルミホイル」(48.0%)、「蚊取り線香・防虫スプレー」(46.3%)と続きます。

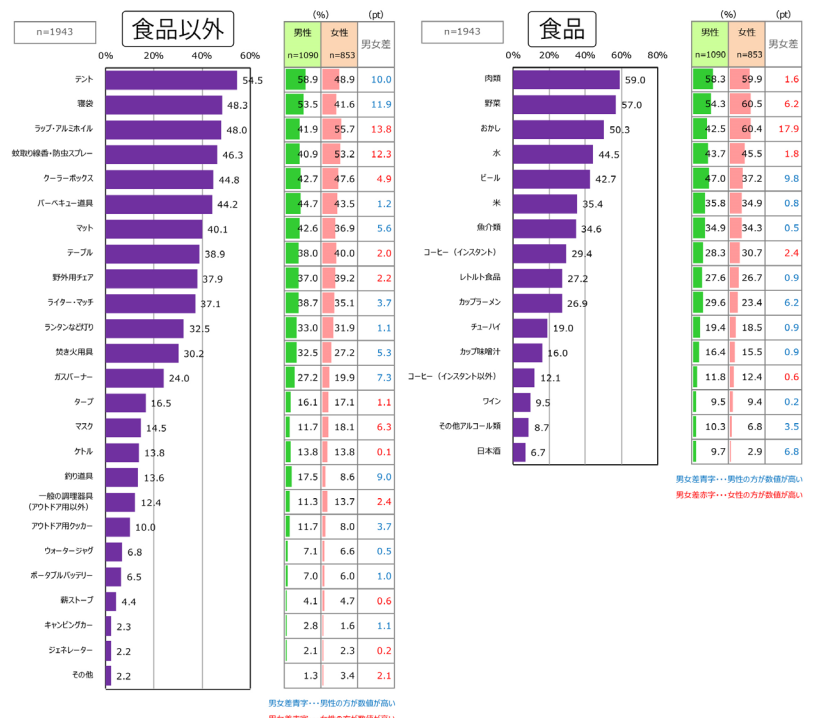
この上位4つについて、「テント」「寝袋」は男性が10ポイント以上高く、「ラップ・アルミホイル」「蚊取り線香・防虫スプレー」は女性が10ポイント以上高いというように、男女差が大きくなっています。キャンプの準備にも男女での役割分担があるように見えてきます。

数は少ないものの、「薪ストーブ」(4.4%)や「ジェネレーター」(2.2%)といった大掛かりなものを持っていくという人もいました。

次に食品系を見てみると、「肉類」が59.0%で1位。2位の「野菜」(57.0%)をわずかに上回りました。そして、飲み物では「水」(44.5%)と「ビール」(42.7%)がほぼ変わりません。約半数の人がキャンプでのバーベキューを楽しみにしているということでしたが、「キャンプならバーベキュー！そしてバーベキューには肉とビール！」と考えている人は、かなり多いようです。

また、「レトルト食品」(27.2%)や「カップラーメン」(26.9%)といったお湯を沸かすだけで調理できる食品も人気ですが、その2つ以上に「コーヒー(インスタント)」(29.4%)を持っていく人が多いという結果に。「コーヒー(インスタント以外)」を持っていく人も12.1%います。焚き火を囲みながら、あるいは朝起きてから、いつもとは違う空気に囲まれて、ゆっくりコーヒーを味わいたいという人がかなりいることがうかがえます。

図表6「あなたがキャンプをするときに持っていくものを教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答





## ■ 「虫がいや」を乗り越えられれば楽しみが広がる

アウトドア活動の思い出や、悩みを自由回答で聞いたところ、やはりコロナ禍の影響は無視できないようでした。普段の生活とは違ったコミュニケーションが生まれるのがアウトドア。「家族や友人たちと心置きなく楽しむためにも、コロナ禍が早く収束してほしい」という声が多く寄せられました。また、女性は全年代、男性では若い年代中心に「虫がいや」という声。参加するみんなが楽しめるかどうかは、虫対策もカギを握っていそうです。

### 《 アウトドア活動やキャンプにまつわる思い出・悩み 》

#### 【キャンプファイヤーは世代を問わない「よき思い出」】

- 学校のクラスみんなでピザを作ったり、キャンプファイヤーをしたり、大人数での活動がほとんどだったのでにぎやかで思い出に残った。虫は嫌だったが、防虫対策はしたし、楽しかったので我慢できた。(女性・20代)
- 虫は嫌いだけど、外でキャンプファイヤーを囲みながら楽しむバーベキューや語らいには日常を離れた解放感や楽しみがある。(女性・30代)
- 学校や職場でのキャンプでは、キャンプファイヤーやフォークダンスが楽しかった。(女性・70代以上)

#### 【キャンプブームやコロナ禍の影響で】

- テレビやスマホに囲まれて生活していると自然の音(水の音や虫、鳥の声等)を聞きそびれることが多い。キャンプでは自然を感じることができるが、今年はコロナ禍で、キャンプ流行もあり予約が取れない。(女性・40代)
- バーベキューだけは毎年、仲間内で行なっていたが、コロナでそれもできなくなった。(男性・40代)

#### 【面倒なのがいい、面倒なのがいや】

- テントをレンタルする以外は家で日常使用しているもので間に合わせる。年に一度しか使わないのに揃えるのはもったいないし、保管場所もない。かたちから入らず工夫したほうが、思い出に残る。(女性・70代以上)
- 現地に向かうまでのドライブ中はみんなで語らい、到着したら、準備から片付けまでの一連の行動を共同で実施することが楽しいし勉強になる。(男性・50代)
- 小さい頃は親の同僚とお付き合いで、ときどきBBQなどすることがあり楽しかった。大人になると準備が大変だとわかり、気が進まない。今後誘われることがあっても、行くのはいやだと思えそう。(女性・40代)
- 娘と夫はアウトドアでやりたいことが正反対で、家族では行きたくないと思ってしまうことも。(女性・30代)

#### 【アウトドアは世代を越えて楽しめる】

- アウトドアはいつも家族で楽しんできた。夫や息子が料理に腕を振るってくれ、自然の中で五感を働かせる楽しさが格別であった。今は子や孫達が率先して計画してくれたのについていく喜びがある。(女性・70代以上)
- いつも娘や孫などとキャンプを楽しんでいたが、昨年のコロナ以降行けていない。早く収束し以前のように楽しみたい。(男性・70代以上)

調査機関:株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「アウトドア活動とキャンプ」に関する意識調査を実施。

期間:2021年4月24日～4月28日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

**株式会社プラネットとは** <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

**From プラネットとは** [https://www.planet-van.co.jp/news/from\\_planet.html](https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html) (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なピックスなどをご紹介します。

#### 本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、<sup>つのだ</sup>角田)

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp