

直近1年以内にキャンプに行った人のうち17.9%は「ソロキャンプ」を行ったという結果に。今後キャンプに行く予定・意向がある人は約3割

- キャンプに関する調査 -

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20210630/>

楽天インサイト株式会社は、「キャンプに関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2021年6月1日（火）から6月2日（水）の2日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に行いました。直近1年以内のキャンプ経験や、コロナ禍で話題にあがることが多い「ソロキャンプ」、「おうちキャンプ」についての関心を聴取しました。

■□ 調査結果 □■

■直近1年以内にキャンプに行った人は全体で11.2%。行った人の割合は2019年調査時から大きな変化はないが、20代男性で平均回数がやや上昇

直近1年以内にキャンプに行った回数を聞いたところ、行った人の年間平均回数は約2.5回、1回以上行った人の合計は11.2%となった。性年代別にみると、20代男性はキャンプに行った人の割合が3割を超え、全体よりも高い結果となった。

2019年6月に実施した調査結果（注）と比較すると、年間平均回数および直近1年以内に1回以上キャンプに行った人の割合に大きな差はないが、性年代別にみると年間平均回数は20代男性が平均約1.5回増加し、同じ20代でも女性では平均約3.0回減少した。男性20代で直近1年以内に1回以上キャンプに行った人は、2019年に実施した調査と同様に全体の3割超で、特に20代男性の間でキャンプ人気が続いて高いことがうかがえる。また、男性50代ではキャンプに行った人が前回と比較して約4ポイント増えた一方で、女性50代では約5ポイント減少した。

直近1年以内に1回以上キャンプに行った人に、1回のキャンプにかかる1人あたりの費用を聞いたところ、平均費用は13,348円となった。

（注）2019年6月「キャンプに関する調査」 <https://insight.rakuten.co.jp/report/20190722/>

◇直近1年以内にキャンプに行った回数 (n=1,000：全員回答) 単一回答 単位：%

		(n)	1回	2~3回	4~5回	6~10回	11回以上	行っていない	(%)	行った(計)	年間平均回数
全体		(1,000)	5.2	3.8				88.8		11.2	2.5
性年代	男性	20代 (83)	6.0	12.0	6.0	3.6			69.9	30.1	3.9
		30代 (93)	8.6						87.1	12.9	2.4
		40代 (120)	6.7	5.0					85.8	14.2	2.5
		50代 (105)	6.7	3.8					86.7	13.3	2.3
		60代 (102)	4.9						93.1	6.9	1.4
	女性	20代 (79)	8.9	5.1					86.1	13.9	1.5
		30代 (90)	4.4	4.4					90.0	10.0	2.1
		40代 (117)	3.4	3.4					92.3	7.7	2.1
		50代 (104)							97.1	2.9	2.2
		60代 (107)							95.3	4.7	1.9

* 3%未満のグラフスコアは非表示

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

2021年6月調査時

		(n)	行った(計)	年間平均回数
全体		(1,000)	11.2	2.5
性年代	男性	20代 (83)	30.1	3.9
		30代 (93)	12.9	2.4
		40代 (120)	14.2	2.5
		50代 (105)	13.3	2.3
		60代 (102)	6.9	1.4
	女性	20代 (79)	13.9	1.5
		30代 (90)	10.0	2.1
		40代 (117)	7.7	2.1
		50代 (104)	2.9	2.2
		60代 (107)	4.7	1.9

(%)

2019年6月調査時

		(n)	行った(計)	年間平均回数
全体		(1,000)	12.7	2.5
性年代	男性	20代 (81)	30.9	2.4
		30代 (95)	20.0	1.7
		40代 (120)	16.7	2.3
		50代 (99)	9.1	2.0
		60代 (108)	13.0	3.3
	女性	20代 (76)	14.5	4.5
		30代 (92)	8.7	2.4
		40代 (117)	5.1	2.9
		50代 (98)	8.2	1.2
		60代 (114)	6.1	2.1

(%)

行った(計) 差分 2021年-2019年	年間平均回数 差分 2021年-2019年
-1.50	+0.03
-0.74	+1.50
-7.10	+0.64
-2.50	+0.20
+4.24	+0.32
-6.10	-1.86
-0.55	-3.00
+1.30	-0.38
+2.56	-0.86
-5.28	+0.98
-1.47	-0.24

◇1回のキャンプにかかる1人あたりの費用 (n=112：直近1年にキャンプに行った人) 単一回答 単位：%

(n)	5,000円未満	5,000円以上~10,000円未満	10,000円以上~15,000円未満	15,000円以上~20,000円未満	20,000円以上~25,000円未満	25,000円以上~30,000円未満	30,000円以上~35,000円未満	35,000円以上~40,000円未満	40,000円以上~45,000円未満	45,000円以上~50,000円未満	50,000円以上	平均金額(円)
(112)	12.5	37.5	19.6	13.4	5.4	4.5	1.8	1.8	0.9	0.9	1.8	13,348

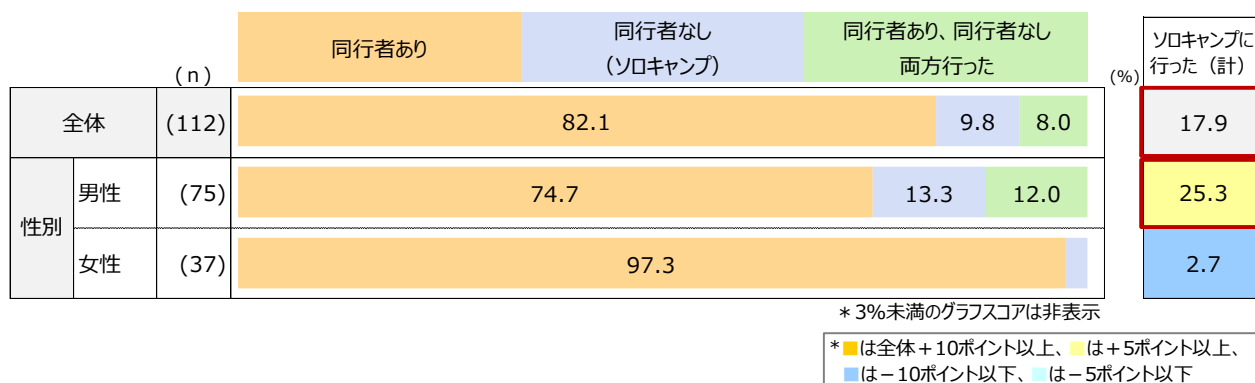
(%)

■直近1年以内にキャンプに行った男性の25.3%が「ソロキャンプ」に行っている。「ソロキャンプ」以外で同行者がいる場合、親子連れが最多

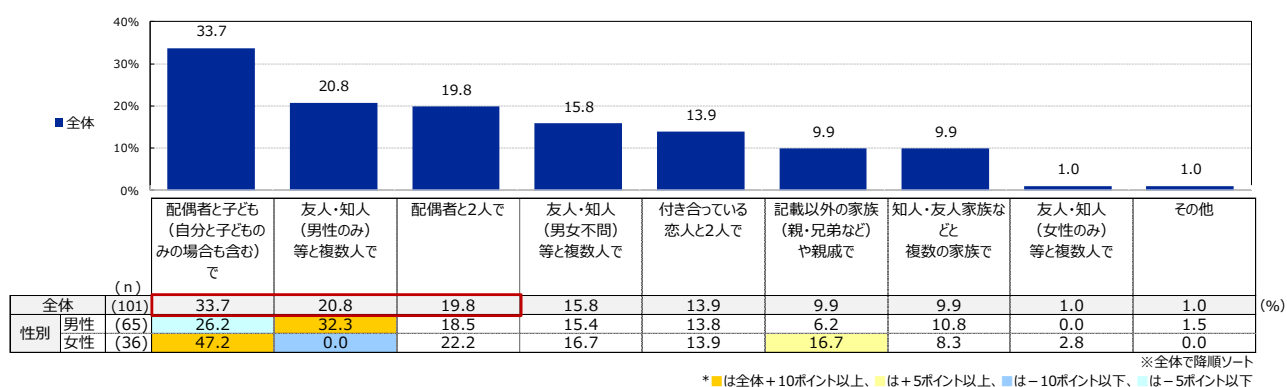
直近1年以内にキャンプに行った人に同行者の有無を聞いたところ、全体の17.9%が同行者なしでのキャンプに行っており、「ソロキャンプ」の経験があった。男女別で見ると、男性は25.3%で女性の2.7%を大きく上回った。

直近1年以内に同行者と一緒にキャンプに行った人に、どんなグループで行ったのかを聞いたところ、「配偶者と子ども」が最も多く33.7%、次いで「友人・知人（男性のみ）」（20.8%）、「配偶者と2人」（19.8%）の順で回答した人が多かった。

◇直近1年以内に行ったキャンプでの同行者の有無（n=112：直近1年にキャンプに行った人）単一回答
単位：%



◇直近1年以内に行ったキャンプの同行者（同行者なしのソロキャンプを除く）（n=101：直近1年以内に同行者と一緒にキャンプに行った人）複数回答 単位：%

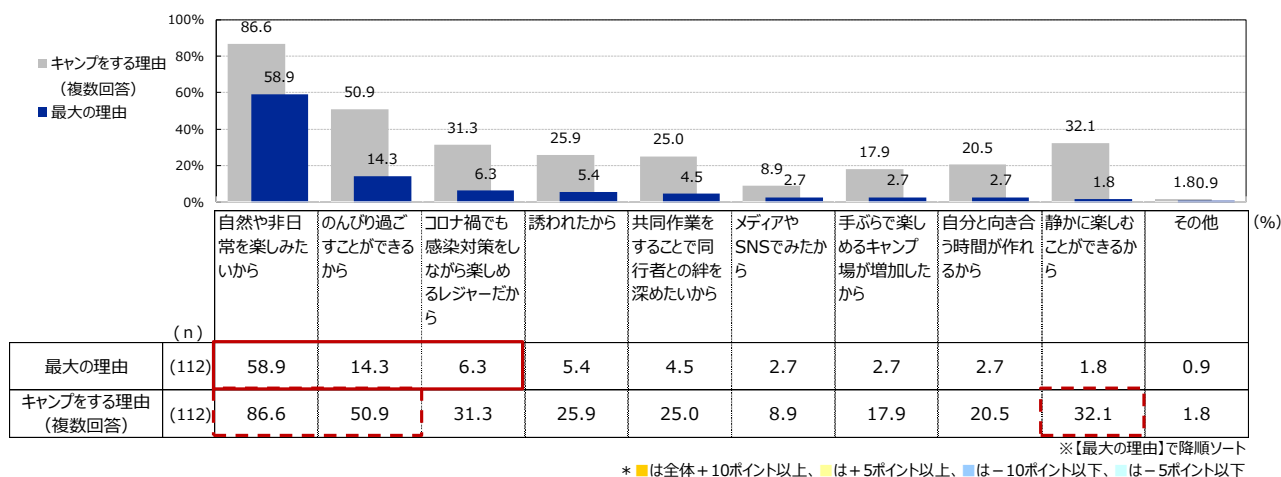


■キャンプに行く最大の理由は「自然や非日常を楽しみたい」（58.9%）。3位に「コロナ禍でも感染対策をしながら楽しめる」（6.3%）

直近1年以内にキャンプに行った人にキャンプをする理由を聞いたところ、複数回答では「自然や非日常を楽しみたい」（86.6%）、「のんびり過ごすことができる」（50.9%）、「静かに楽しむことができる」

(32.1%)の順となった。また、キャンプをする最大の理由について聞いたところ、上位2つの「自然や非日常を楽しみたい」(58.9%)、「のんびり過ごすことができる」(14.3%)の順は変わらなかったが、次いで「コロナ禍でも感染対策をしながら楽しめる」(6.3%)となった。

◇キャンプをする理由 (n=112：直近1年以内にキャンプに行った人) 複数/単一選択 単位：%

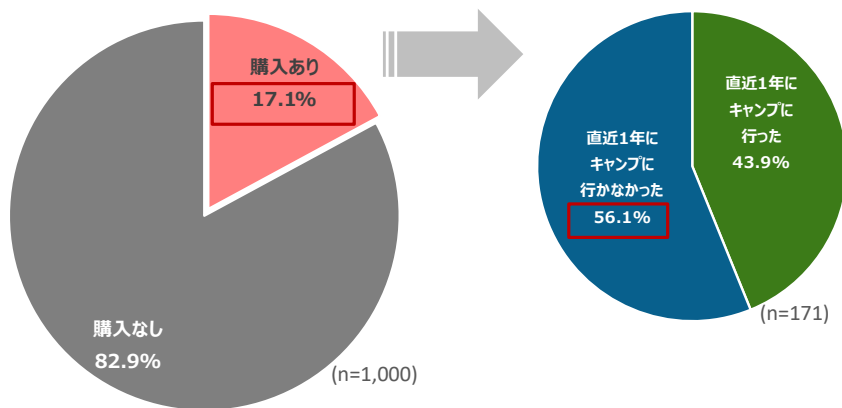


■直近1年以内に購入したキャンプ用品の1位は「椅子」。自宅でも使うアイテムは「メスティン」がトップ10入り

キャンプ用品について、直近1年以内に購入したものがあつかを聞いたところ、全体の17.1%がいずれかのキャンプ用品を購入しており、その過半数は、直近1年以内にはキャンプに行かなかった人であった。キャンプに行っていない人でも、キャンプ用品を購入した人が多いことがわかる。

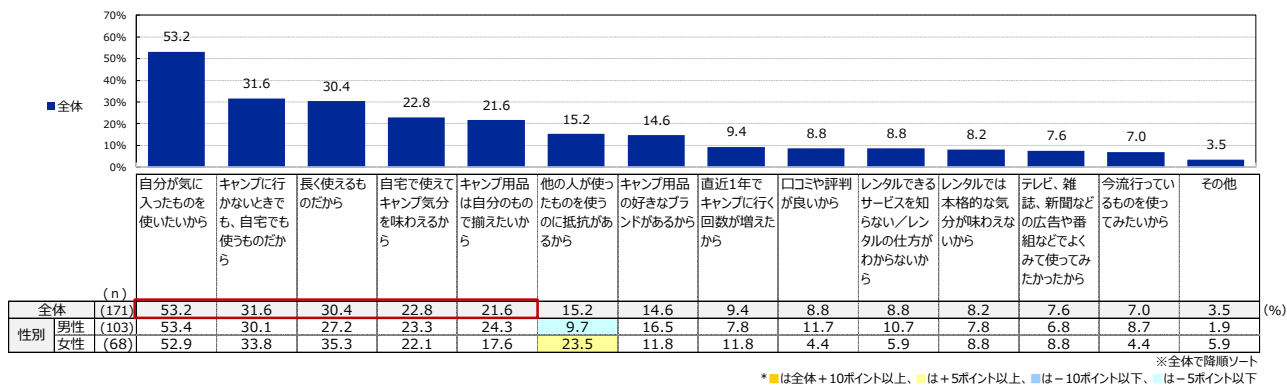
直近1年以内にキャンプ用品を購入した人に、レンタルではなく購入する理由を聞いたところ、「自分が気に入ったものを使いたいから」(53.2%)、「キャンプに行かないときでも、自宅でも使うものだから」(31.6%)、「長く使えるものだから」(30.4%)、「自宅で使えてキャンプ気分を味わえるから」(22.8%)、「キャンプ用品は自分のもので揃えたいから」(21.6%)の順で回答者が多かった。直近1年以内に購入したキャンプ用品は「椅子」が最多で26.9%、次いで「テント」(25.1%)、「クーラーバッグ・ボックス」(24.0%)の順で回答者が多かった。「自宅でも使う」あるいは「自宅で使えてキャンプ気分が味わえる」という理由で購入したキャンプ用品についても聞いたところ、「フライパンや鍋・ダッチオーブン」(7.0%)、「メスティン」(飯ごう) (4.1%)といった調理器具類が10位以内にランクインした。

◇直近1年以内に購入したキャンプ用品の有無 単位：%



◇キャンプ用品をレンタルではなく購入する理由 (n=171：直近1年以内にキャンプ用品を購入した人)

複数回答 単位：%



◇直近1年以内に購入したキャンプ用品と自宅でも使う目的で購入したキャンプ用品 (n=171：直近1年以内にキャンプ用品を購入した人) 複数回答 単位：%

直近1年で購入したキャンプ用品 (上位10)

順位	カテゴリー	アイテム	%
1位	【アウトドアファニチャー】	椅子	26.9
2位	【テント・キャリー用品】	テント	25.1
3位	【テント・キャリー用品】	クーラーバッグ・ボックス	24.0
4位	【調理器具類】	皿やコップなどの食器	19.9
5位	【アウトドアファニチャー】	テーブル	19.3
6位	【その他小物類】	ランタン	16.4
7位	【アウトドア用寝具】	寝袋	15.2
8位	【バーベキュー・焚き火用品】	グリル	12.3
8位	【バーベキュー・焚き火用品】	焚き火台	12.3
8位	【その他小物類】	ライト・ランプ	12.3

自宅でも使う目的で購入したキャンプ用品 (上位10)

順位	カテゴリー	アイテム	%	直近1年で購入した人の割合 (%)	自宅でも使う目的で購入された割合 (%)
1位	【アウトドアファニチャー】	椅子	12.3	26.9	45.7%
2位	【テント・キャリー用品】	クーラーバッグ・ボックス	10.5	24.0	43.9%
3位	【アウトドアファニチャー】	テーブル	8.2	19.3	42.4%
4位	【調理器具類】	フライパンや鍋・ダッチオーブン	7.0	11.1	63.2%
4位	【調理器具類】	皿やコップなどの食器	7.0	19.9	35.3%
4位	【テント・キャリー用品】	テント	7.0	25.1	27.9%
7位	【テント・キャリー用品】	タープ	5.3	10.5	50.0%
7位	【その他小物類】	ランタン	5.3	16.4	32.1%
9位	【調理器具類】	メスティン	4.1	9.9	41.2%
10位	【バーベキュー・焚き火用品】	グリル	3.5	12.3	28.6%

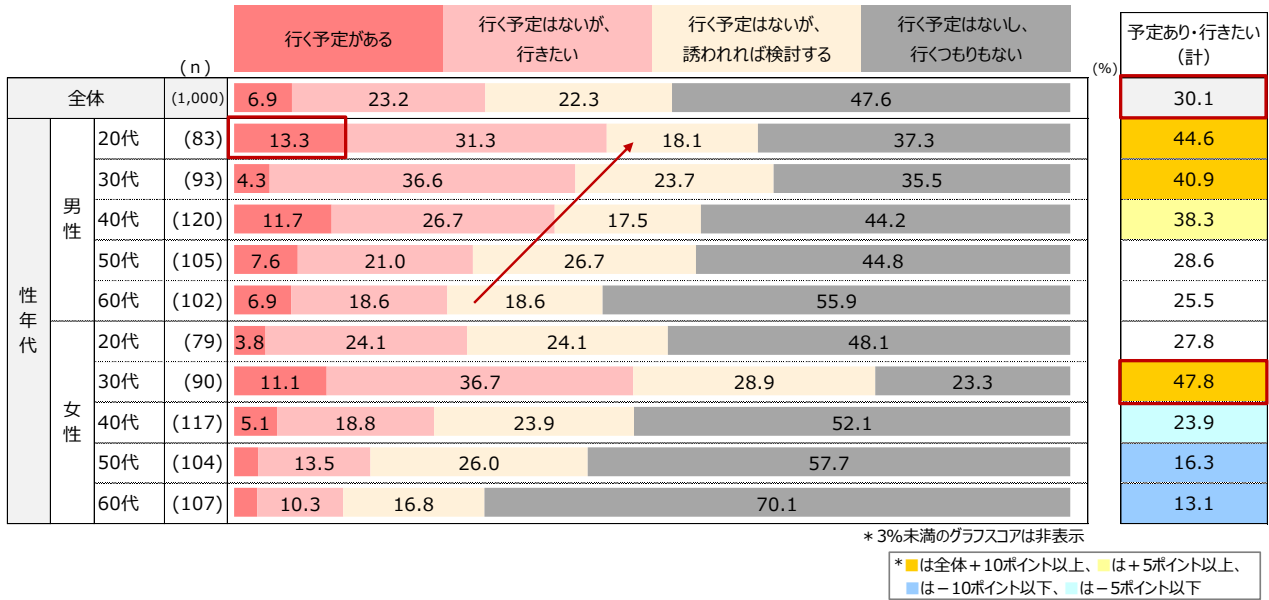
■今後キャンプの「予定がある／行きたい」人の合計は全体で約3割。30代女性のおよそ半数が「行く予定がある／行きたい」と回答

今後、キャンプに行く予定があるかを聞いたところ、「予定がある／行きたい」（「行く予定がある」と「行く予定はないが、行きたい」と回答した人の合計）と回答した人は全体の30.1%だった。

性年代別にみると、男性は年代が下がるにつれて「予定がある／行きたい」と回答した人の割合が高か

った。20代男性は「行く予定がある」と回答した人が13.3%で、全体よりも高かった。また、女性では30代の47.8%が「予定がある／行きたい」と回答し、他の年代より意向度が高い結果となった。

◇今後キャンプに行く予定 (n=1,000：全員回答) 単一回答 単位：%



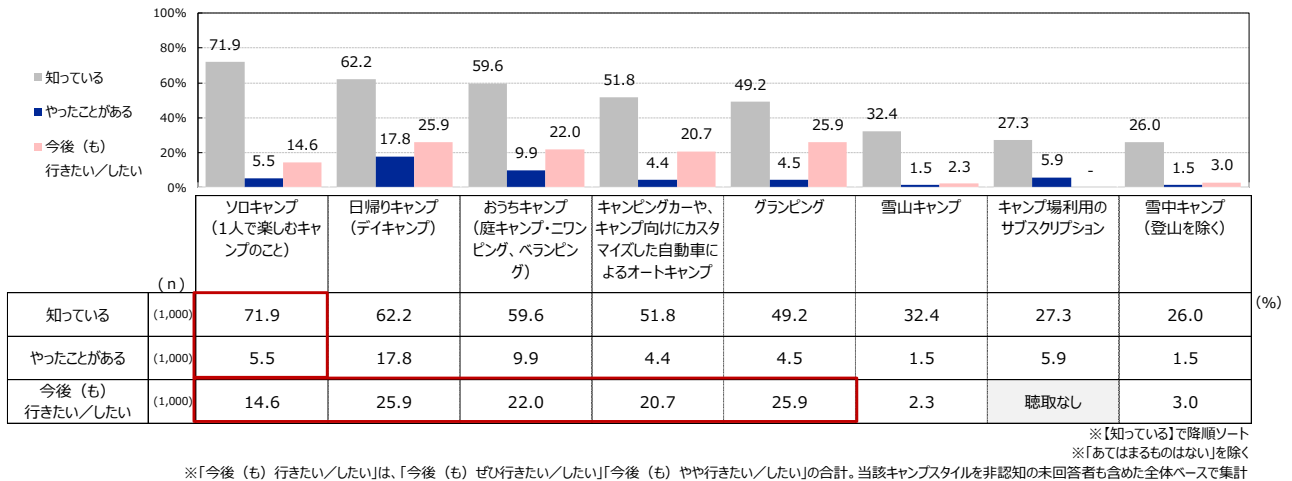
■ソロキャンプの認知度は7割超も、これまで実際に経験があるのは5.5%。ソロキャンプの最大の魅力は「自由に時間が過ごせる（同行者と好みを合わせなくていい）から」

昨今広がりを見せている様々なキャンプのスタイルや遊び方について、知っているかどうか、経験があるかを聞いたところ、7割以上が「ソロキャンプ」を「知っている」と回答したものの、これまでに実際に経験がある人は全体で5.5%にとどまった。

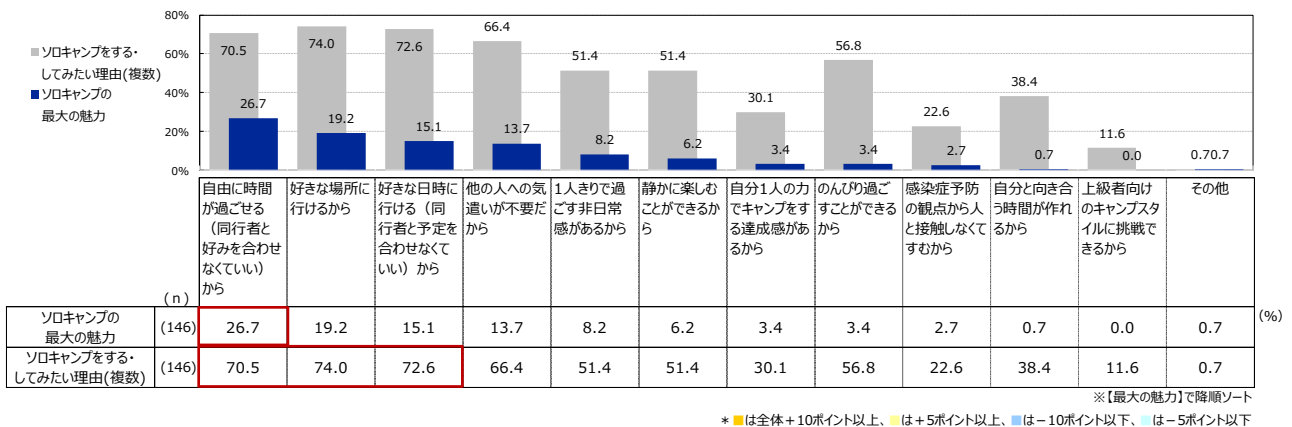
キャンプのスタイルや遊び方について今後の意向を聞いたところ、「今後（も）行きたい／したい」と回答した人が最も多かったのは「日帰りキャンプ」、「グランピング」が同率で25.9%、次いで「おうちキャンプ」(22.0%)、「キャンピングカーやカスタマイズした自動車によるオートキャンプ」(20.7%)、「ソロキャンプ」(14.6%)の順となった。

「ソロキャンプ」に「今後（も）行きたい／したい」と回答した人に、ソロキャンプをする理由、してみたい理由を聞いたところ、複数回答では「好きな場所に行けるから」(74.0%)、「好きな日時に行ける（同行者と予定を合わせなくていい）から」(72.6%)、「自由に時間が過ごせる（同行者と好みを合わせなくていい）から」(70.5%)の順でいずれも7割以上の人が回答した。また、最大の魅力について聞いたところ、「自由に時間が過ごせる（同行者と好みを合わせなくていい）から」が最多で26.7%だった。

◇キャンプのスタイル・遊び方ごとの認知度・経験有無・今後の意向 (n=1000：全員回答ベース) 単位：%



◇ソロキャンプをする/してみたい理由と最大の魅力 (「ソロキャンプ」に「今後(も)行きたい」と回答した人) 複数/単一選択 単位：%



【調査概要】

調査エリア : 全国
 調査対象者 : 20歳～69歳 男女
 回収サンプルサイズ : 1,000 サンプルサイズ
 調査期間 : 2021年6月1日(火)から6月2日(水)
 調査実施機関 : 楽天インサイト株式会社

(注) 本レポートでは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。