

報道関係各位

2024年3月29日  
株式会社クロス・マーケティング

## キャンプ・バーベキューの直近1年間の実施率は2年前と変わらず アウトドア用品の購入先は「専門店」と「ホームセンター」

－アウトドアに関する調査（2024年） キャンプ・バーベキュー編－

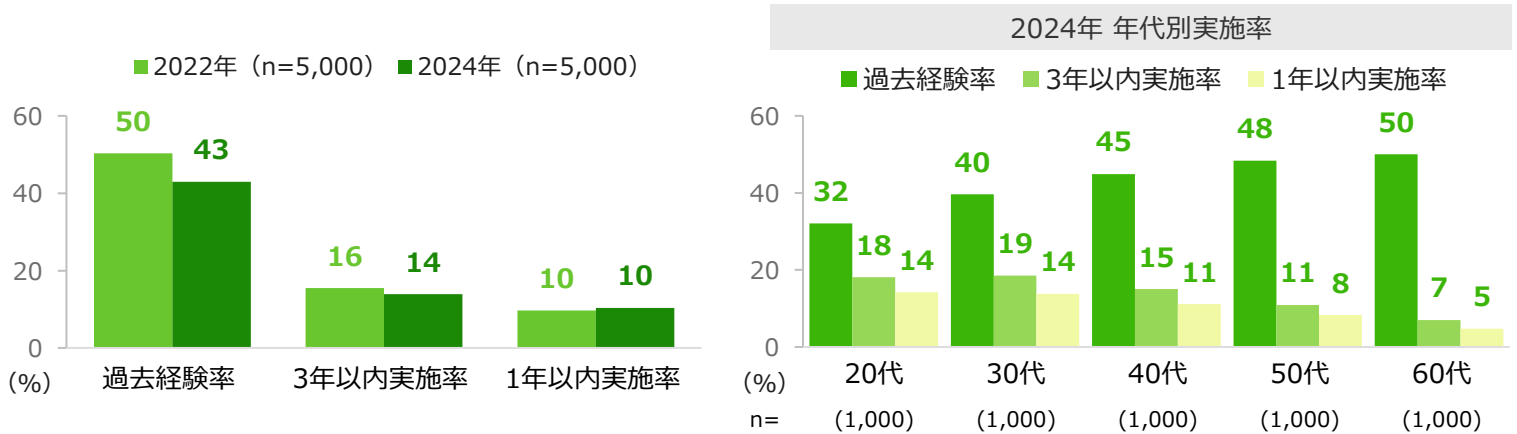
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女5,000人を対象に「アウトドアに関する調査（2024年）」を実施しました。今回はキャンプ、バーベキューについて、実施率、実施頻度、意向者の実施する場合の条件、非実施者の理由、好きなブランド、購入先などをピックアップし、分析をしました。

### ■調査結果（一部抜粋）

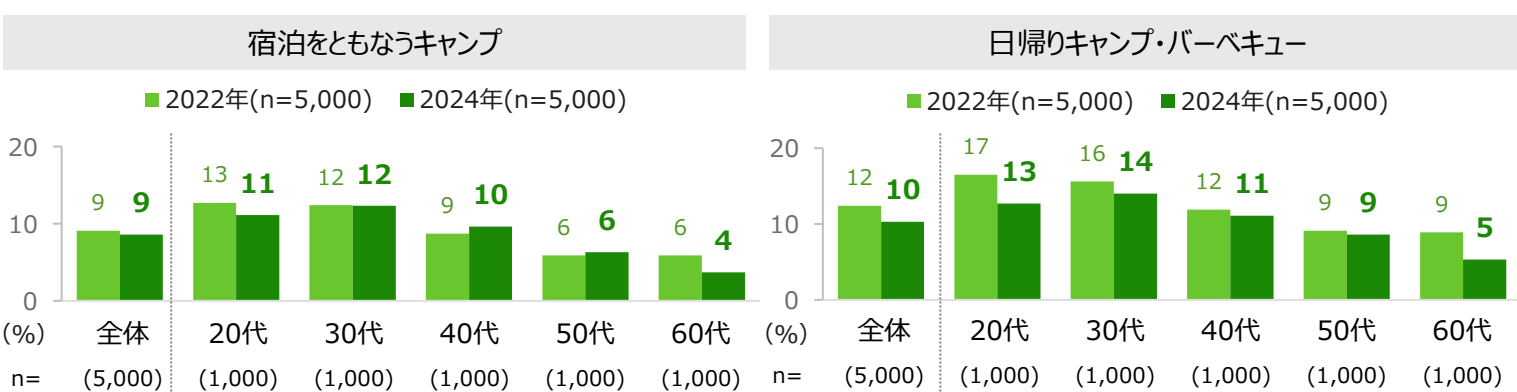
- ✓ **【キャンプ・バーベキュー実施率】** 宿泊をともなう／日帰りのキャンプ・バーベキュー実施経験者は43%、直近3年以内は14%、1年以内は10%であり、2年前と比べ大きな変わりはない。直近3年以内、1年以内の実施率は20～30代で高い。＜図1＞ 宿泊をともなうキャンプの実施率は9%、日帰りのキャンプ・バーベキューの実施率は10%であり、いずれも20～40代の実施率が高い。日帰りのキャンプ・バーベキューの実施率は、コロナ禍の2022年より、どの年代でもやや低下していた。＜図2＞
- ✓ **【実施頻度・実施条件・非実施理由】** キャンプ・バーベキューを月に1回以上実施している割合は、宿泊をともなうキャンプで28%、日帰りキャンプ・バーベキューは18%と、宿泊をともなうキャンプの方が高い。宿泊／日帰りともに20～30代の実施頻度は特に高い。＜図3＞ 今後のキャンプ・バーベキューの意向者に対し、行う場合の条件を確認した。「もっと時間ができたら」「一緒にしてくれる人が見つかったら」「収入があがったら」が上位であり、「収入があがったら」「道具が揃えられたら」という金銭面にかかわる割合は20～40代で高い。＜図4＞ キャンプ・バーベキューの未経験の理由は、「道具など関連用品をそろえるのが大変」「疲れる」「虫が嫌い」など。＜図5＞
- ✓ **【好きなブランド・購入チャネル】** 好きなアウトドアブランドを3つまで聴取した結果、道具は「コールマン」「モンベル」「スノーピーク」、衣類では「ザ・ノース・フェイス」「モンベル」「コールマン」「パタゴニア」が上位にあがった。＜図6＞ アウトドアスポーツ・キャンプ・バーベキューなどの道具の購入先は「アウトドア・キャンプ用品専門店」が62%、「ホームセンター」50%、「アマゾンなど一般的なECサイト」35%。「専門店」「ホームセンター」は50～60代の利用が目立った。＜図7＞

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/sports/20240329outdoor/>

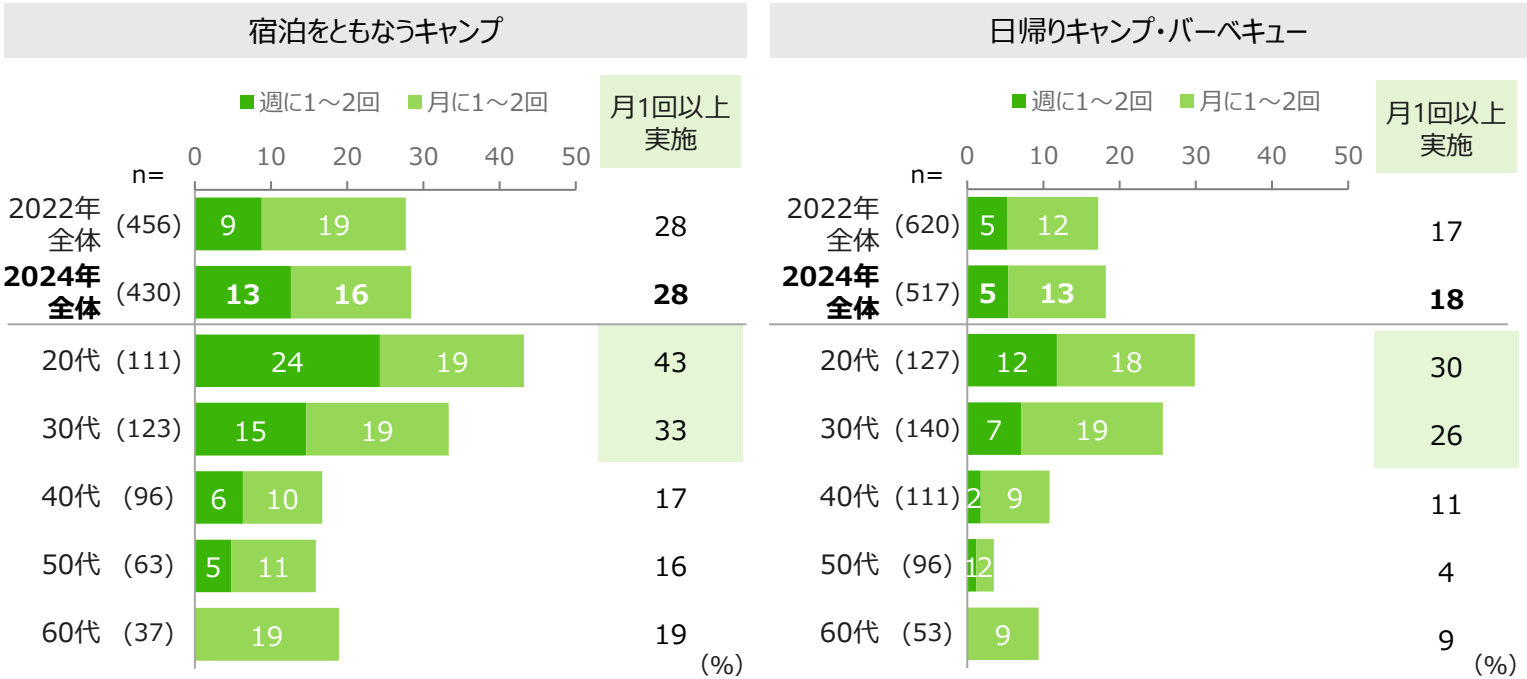
＜図1＞ 宿泊／日帰りのキャンプ・バーベキュー実施率（複数回答）



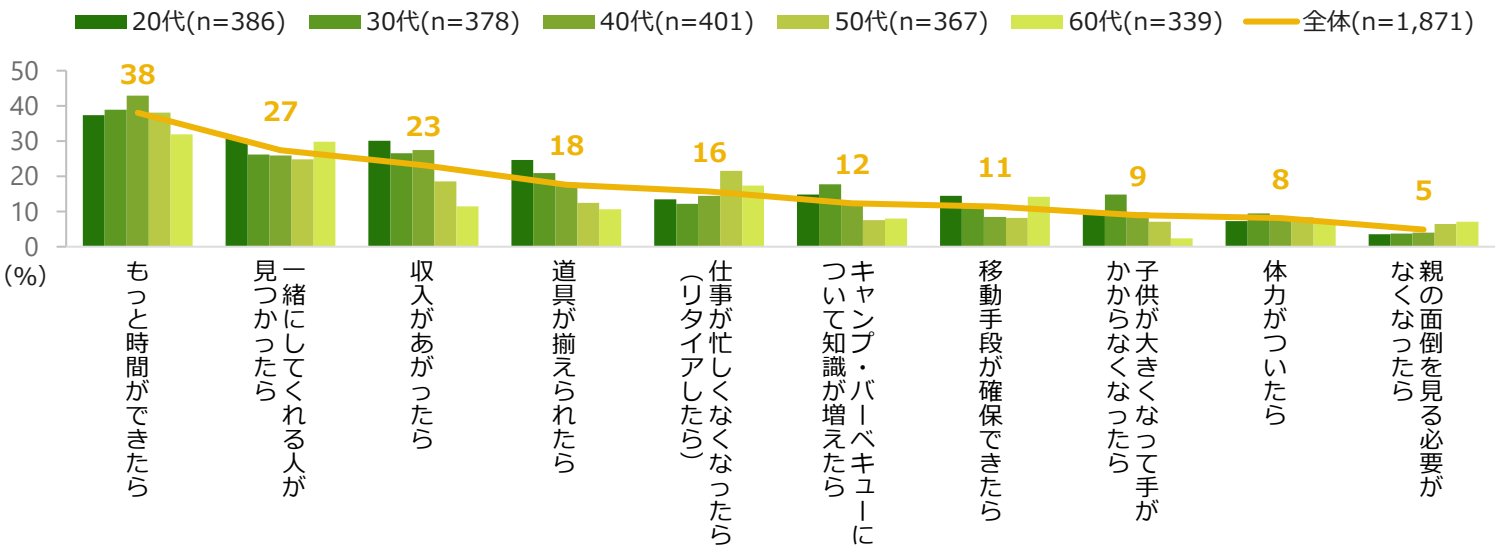
＜図2＞ キャンプ・バーベキュー3年以内実施率／時系列（複数回答）



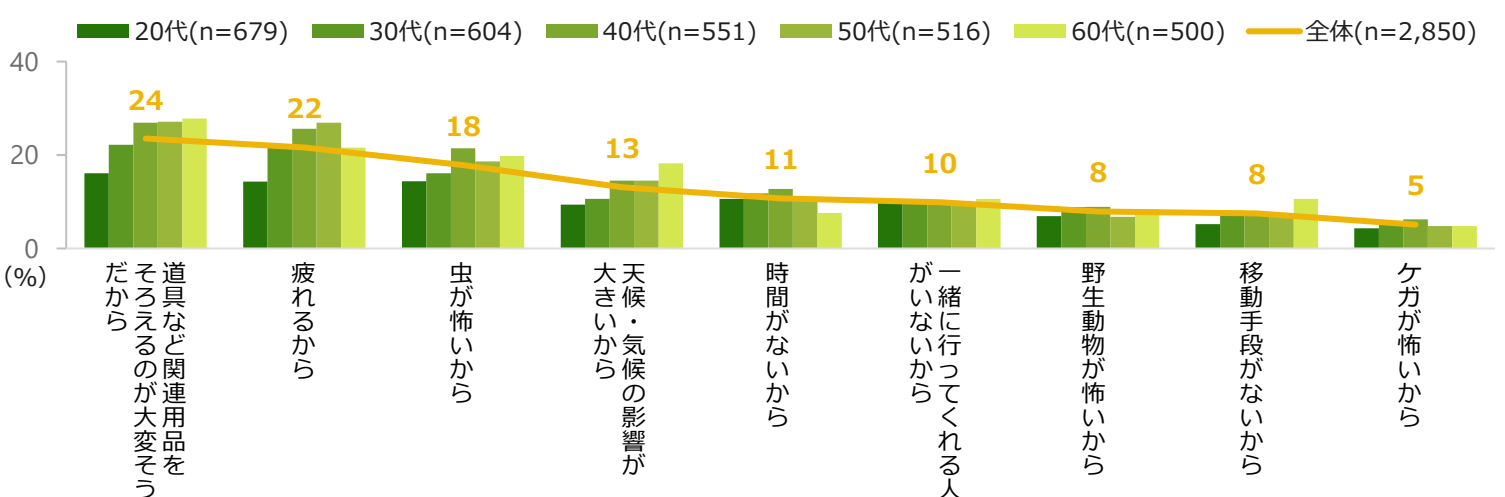
＜図3＞ キャンプ・バーベキューの実施頻度（単一回答）※ベース：宿泊／日帰り各キャンプ・バーベキュー3年以内実施者



＜図4＞ キャンプ・バーベキューを行いたい場合の条件（複数回答）※ベース：宿泊／日帰り各キャンプ・バーベキューの実施意向者

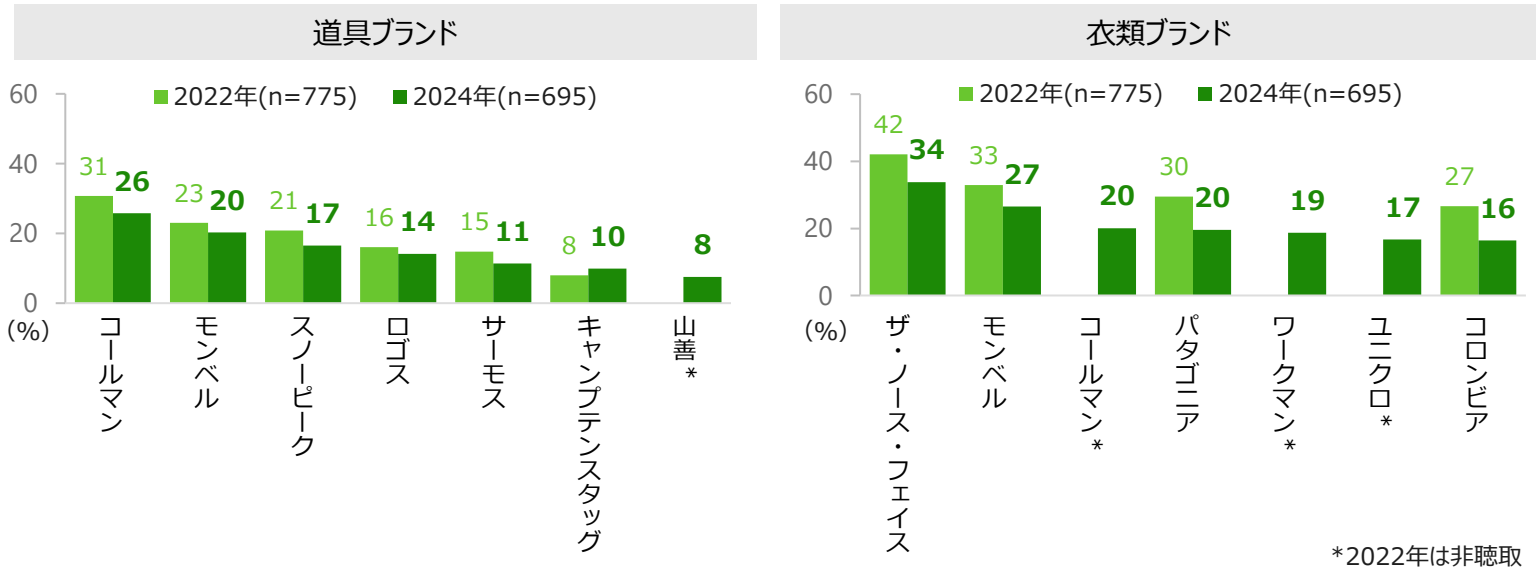


＜図5＞ キャンプ・バーベキューを実施しない理由（複数回答）※ベース：宿泊／日帰り各キャンプ・バーベキュー未経験者



＜図6＞好きなアウトドアブランド（複数回答3つまで聴取）

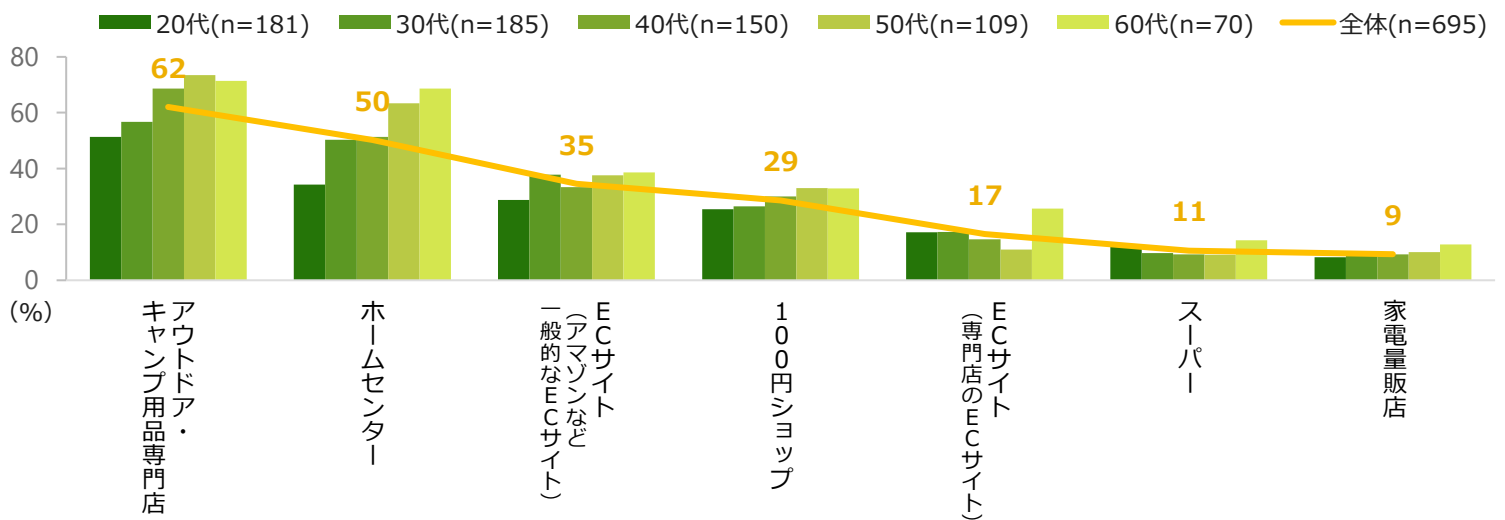
※ベース：宿泊／日帰り各キャンプ・バーベキュー3年以内実施者、上位7項目を抜粋して掲載



\*2022年は非聴取

＜図7＞アウトドアスポーツ/キャンプ・バーベキューの道具の購入チャネル（複数回答）

※ベース：宿泊／日帰り各キャンプ・バーベキュー3年以内実施者



■レポート項目一覧

□ 属性設問

(性別／年齢／未婚／同居家族／職業／居住地／自家用車の世帯保有状況／保有・カーシェアの車タイプ／オートバイ・自転車の個人保有状況／オートバイ・自転車の個人保有タイプ／世帯年収)

▼ 調査結果詳細

- キャンプ・バーベキュー経験（過去／直近3年／直近1年）
- 各キャンプ・バーベキュー経験（過去／直近3年／直近1年）
- 宿泊と日帰りどちらが多いか
- 宿泊／日帰りキャンプ・バーベキュー実施頻度
- 宿泊／日帰りキャンプ・バーベキューで行く場所
- 宿泊／日帰り現在利用・今後利用したいキャンプ場
- 宿泊／日帰りキャンプ・バーベキュー一緒に行く人
- 宿泊／日帰りキャンプ・バーベキューを始めた時期
- 宿泊／日帰りキャンプ・バーベキューをする理由
- キャンプ・バーベキュー関連道具の保有状況
- キャンプ・バーベキューをする際の交通手段
- キャンプ・バーベキューをしたことがない理由
- 今後してみたいキャンプ・バーベキュー
- 今後キャンプ・バーベキューをするようになるきっかけ
- 現在、キャンプ・バーベキューを行う際に行っている地方
- これから、キャンプ・バーベキューを行う際に行きたい地方
- 好きなアウトドア専門ブランド（衣類／道具）
- アウトドアスポーツ・キャンプに関する参考情報
- アウトドアスポーツ・キャンプ道具の購入チャネル

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/sports/20240329outdoor/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
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 : 2024年3月5日（火）～3月7日（木）  
              2022年3月8日（火）～3月14日（月）  
有効回答数 : 本調査5,000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](mailto: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・・・」