

今月の

数字

1,870万人
(国内のバーベキュー人口)

松田 恭子

Profile まつだ・きょうこ ●日本能率協会総合研究所で公共系地域計画コンサルタントとして10年間勤務後、東京農業大学国際食糧情報学科助手を経て農業コンサルタントとして独立。実需者と生産者の連携の仕組みづくりや産地ブランド戦略を支援している。日本政策金融公庫農業経営上級アドバイザー試験合格者。㈱結アソシエイト代表取締役。

ここ数年、キャンプやバーベキューの人気が増えている。キャンプは20年来のブームに沸き、9月下旬には福島県天栄村でオートキャンプの世界大会「第89回FICCオートキャンプ世界大会」が開催された。

矢野経済研究所の調査によれば、国内のアウトドア市場は2018年時点で5,007億7,000万円と大台に乗り、伸び率も2年間で前年比3.2%増、7.5%増と拡大している。同研究所ではアウトドア市場を4区分に分けている。①登山、②ライトアウトドア（キャンプ、ハイキング、釣り、野外フェスなど自然環境との関わりを主たる目的としたレジャー）、③アウトドアスポーツ（トレイルランニング、スポーツクライミングなど競技スポーツ）、④ライフスタイル（アウトドアブランドが販売する日常生活、ビジネス、トラベルで用いられる用品）のうち、最大のシェアを占めるのが②ライトアウトドアの2,746億5,000万円だ。人気のライトアウトドアのうち、オートキャンプ人口は約850万人、バーベキュー人口は1,870万人。いずれも30代の参加率が高く、バーベキューでは25.5%が参加し、キャンプでも23.0%が定期的にキャンプを行なっている。アウトドアを楽しむ若者が増えているのはなぜか？

30代世帯の家計消費支出は、2013年から2018年にかけて年間323万5,000円から334万6,000円へと3%の微増となった。40代（19%増）や50代（27%増）に比べると支出の伸びは抑えられている。このなかで、住居・光熱・通信の支出は減少している一方、食料（13%増）は年間11万円以上支出を伸ばしている。また、教育娯楽サービスにかかる支出は年間1世帯当たり21万4,283円と5年前に比べ3%増にとどまって

いるものの、教育娯楽サービスのうち、パック旅行費（31%減）の代わりに宿泊料（45%増）の支出が増えている。他にも、音楽月謝は減少したが、スポーツ月謝は増加し、ケーブルテレビ受信料は減少したが、スポーツ施設・遊園地・文化施設への入場料の支出は増加している。インターネットを活用する30代は、お仕着せの定型サービスを消費するのではなく、家族や勤務先の同僚・友人と一緒に能動的に楽しめるサービスを魅力的と感じているようだ。30代にとってアウトドアは、子供が大きくなって習い事が始まる前に家族一緒に過ごせる大事なひと時であり、友人との共同作業で普段わからない一面を見て関係を深める場であるのかもしれない。

人気のライトアウトドア市場を企業も放っておかない。家電量販店「ヨドバシカメラ」を運営するヨドバシホールディングスは、4月にアウトドア用品店のICI石井スポーツを完全子会社化し、今後はヨドバシカメラでのアウトドア用品店のテナント展開や通販サイトでの取り扱いを予定している。アウトドア用品店のモンベルは、「フレンドショップ」という制度を作り、全国の山小屋、宿泊施設、フェリー、レンタカー、ロープウエー、飲食店、土産物店、道の駅など全国1,800カ所以上と提携し、会員への情報発信と商品・サービス提供を行なっている。

手ぶらでバーベキューを楽しめるよう、商業施設の屋上を活用し、運営機材や食材、予約受付業務を提供する都市型バーベキュー店を展開する企業も現れた。都内では東急百貨店本店・日本橋三越本店・大井競馬場・渋谷マルイ・京王百貨店新宿店にも出店されている。人の心をつかむサービスとノウハウの展開はお見事で、農業でも大いに学んでコト消費へ対応していきたいものだ。