

GW、夏休み…キャンプシーズン到来！「キャンプ料理トレンド調査2019」**「キャンプ沼」にハマる人が急増中!?****今年のキャンプ料理は「動画映え」「自然回帰」「地産地消」に注目****20代はアニメの影響でソロキャンプ、女子キャンプが多い傾向**

キャンプ料理レシピサイト「ソトレシピ (<https://sotorecipe.com/>)」を運営する株式会社シーザスターズ（本社：東京都中野区、代表取締役：千秋広太郎）は、この度キャンプ料理に特化した調査機関・ソトレシピ総研によって「キャンプ料理トレンド調査2019」を実施しました。その結果を以下に、発表いたします。

「キャンプ料理トレンド調査2019」

- ① 20代の4人に1人がアニメきっかけでキャンプを開始
- ② 「キャンプ沼」にはまった人が多数。ブームからライフスタイルへ
- ③ キャンプスタイルのトレンドは「ソロキャンプ>グランピング」
- ④ キャンプ場近くのご当地食材を使った「地産地消料理」に需要
- ⑤ キャンプ料理の理想と現実は「おしゃれな料理」と「忘れ物」
- ⑥ キャンプ料理の注目は「ダッチオーブンを使った塊肉」

調査対象：20~40代の男女400名、2018年に2回以上キャンプに行った人を対象にインターネット調査で実施。
（下記の調査結果はn=400）
調査期間：2019年3月1日~3日

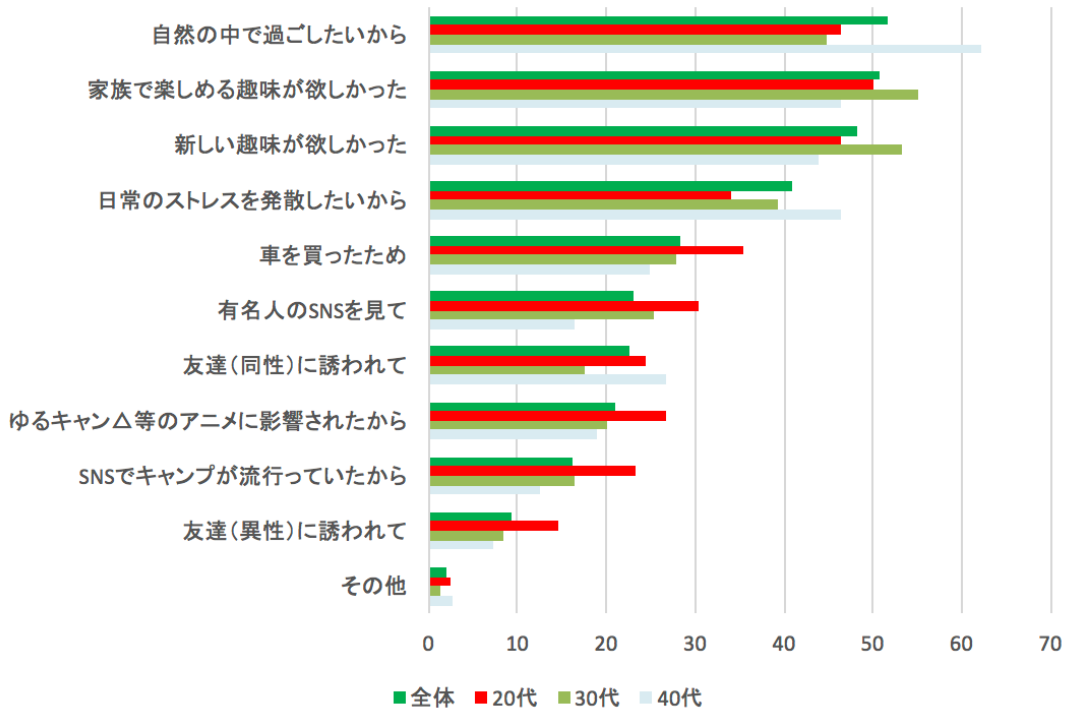
「ソトレシピ総研」とは

キャンプ料理レシピサイトである「ソトレシピ (<https://sotorecipe.com/>)」を運営するシーザスターズのリサーチ部門です。今回の調査は2019年のアウトドア市場での食事トレンドを把握する目的で実施しました。今後も定期的に「キャンプ料理市場」に関するリサーチを行い、発表してまいります。
※調査結果を引用される場合は、必ず「ソトレシピ総研『キャンプ料理トレンド調査2019』」とご記載ください。また広告制作物等にご利用の場合はご相談ください。

① 20代の4人に1人がアニメきっかけでキャンプを開始

20～40代男女に「キャンプを始めた理由」を聞いたところ、「自然の中で過ごしたい」51%、「家族で楽しめる趣味が欲しかった」50.8%、「新しい趣味が欲しかった」48.3%が上位となり、働き方改革で余暇の過ごし方が重視される中、新しい趣味として自然の中で過ごすキャンプを選ぶ方が多いことがわかりました。また、中でも注目は20代の4人に1人が「ゆるキャン△」などの漫画やアニメがきっかけでキャンプを始めたこと。従来のキャンプ層だけではなく、世の中の動向やトレンドのコンテンツによって、新たな層がキャンプを始めていることがわかりました。

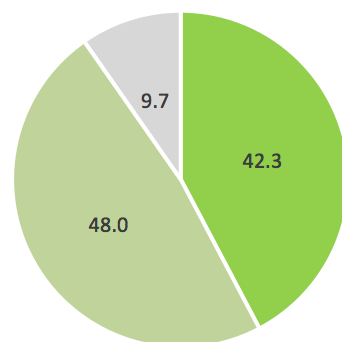
Q.キャンプを始めた理由は？(MA)



② キャンプにはまった人が9割！そのうち「キャンプ沼」レベルが4割以上

「キャンプにはまりましたか？」という質問に対しては、実に9割が「はまった」と回答。その中でも、キャンプにお金を使いすぎてしまうほどの「キャンプ沼」レベルではまってしまった人が4割以上にも及びました。キャンプは、新規層が一度体験するとハマってしまうほどの魅力があり、一過性のブームではなく継続性のあるライフスタイルになっていることがわかります。

Q.キャンプにはまりましたか？(SA)

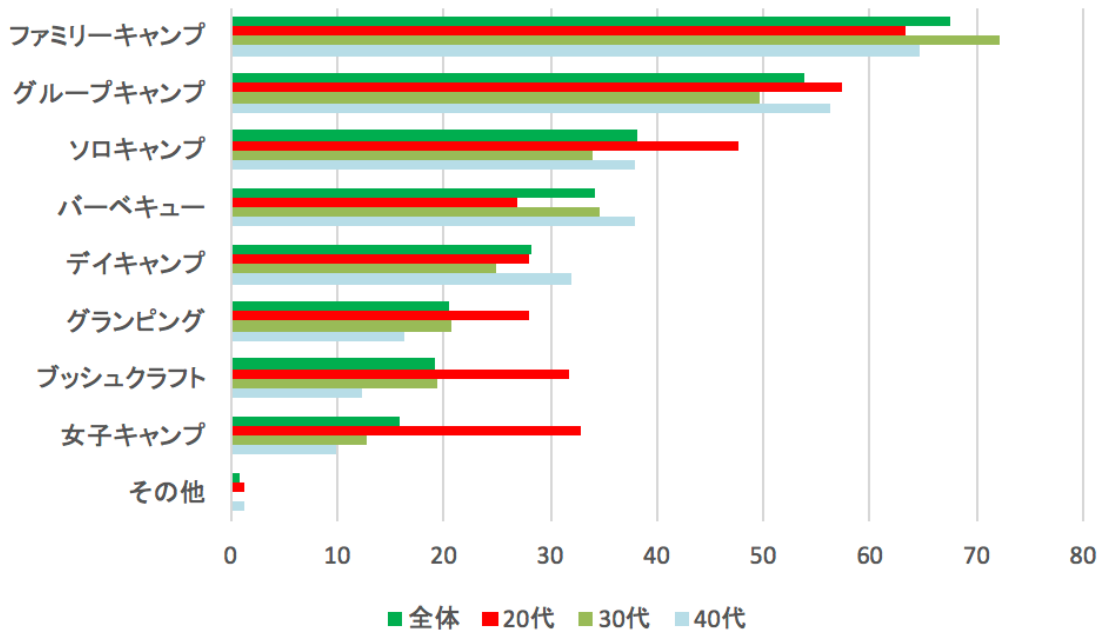


■「キャンプ沼」にはまってしまった ■ハマった ■ハマってはいない

③ キャンプスタイルのトレンドは「ソロキャンプ>グランピング」

キャンプスタイルについては、「ファミリーキャンプ」67.5%、「グループキャンプ」53.8%と大人数で楽しむスタイルが人気ですが、注目はそれに次ぐ38.3%で3位に入った「ソロキャンプ」。特に20代では47.6%と2人に1人がソロキャンプを実施。一方で近年話題になった「グランピング」はわずか20%でソロキャンプの約半数とキャンプスタイルの傾向が明らかに変化しています。既存キャンパーがブッシュクラフトなどをきっかけにソロキャンプにはまるケースもありますが、20代では前述のキャンプアニメ作品で描かれていたようなソロキャンプ、女子キャンプなどが多い傾向が見られました。

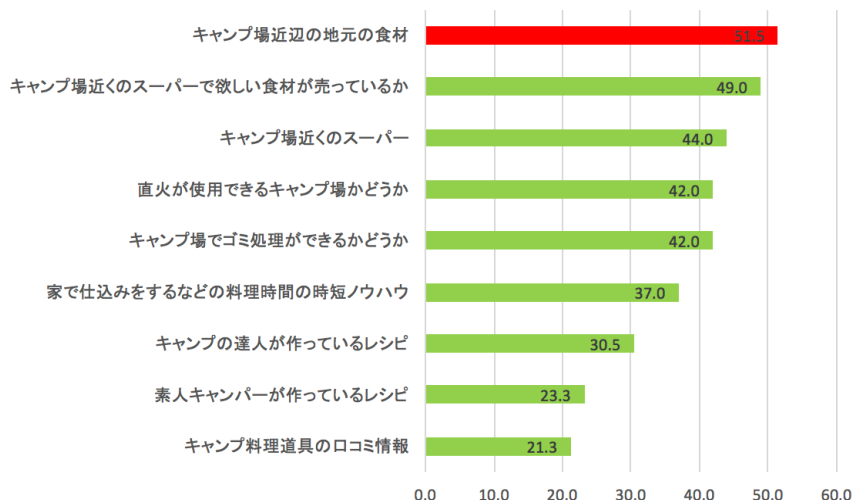
Q.あなたのキャンプスタイルは？(MA)



④ キャンプ場近くのご当地食材を使った「地産地消料理」に需要

Q.キャンプ料理に関することで知りたい情報は？(MA)

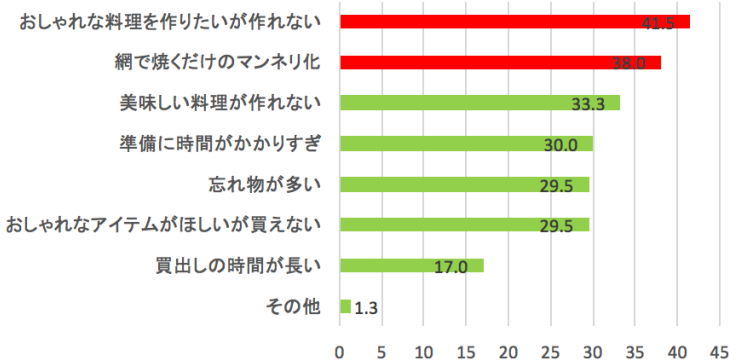
キャンプ料理でもっと知りたい情報については、「キャンプ場近辺の地元の食材」が51.5%と1位に。その地域の美味しい食材を楽しむ「地産地消キャンプ料理」にニーズがあることがわかりました。今後、キャンプ場、アウトドア業界の企業、地方自治体が連携し、キャンプ料理を活用した地方創生施策に取り組み、新しいキャンプの楽しみ方を提案できるとともに、地域の活性化にも繋がると考えられます。



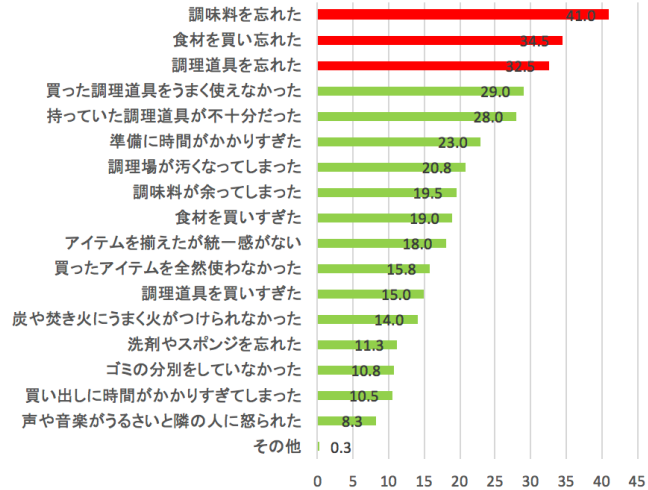
⑤ キャンプ料理の理想と現実は「おしゃれな料理」と「忘れ物」

一方でキャンプ料理に対する課題は「おしゃれな料理を作りたいが作れない」41.5%、「網で焼くだけのマンネリ化」38%と新しい料理にチャレンジしたい傾向が見られました。しかし、キャンプ料理であるあるな失敗は「調味料忘れ」41%、「食材忘れ」34.5%、「調理道具忘れ」32.5%と「忘れ物」が上位に。「おしゃれな料理」と「忘れ物」というキャンプ料理の理想と現実が浮き彫りになりました。

Q. キャンプ料理で課題に感じていることは？ (MA)



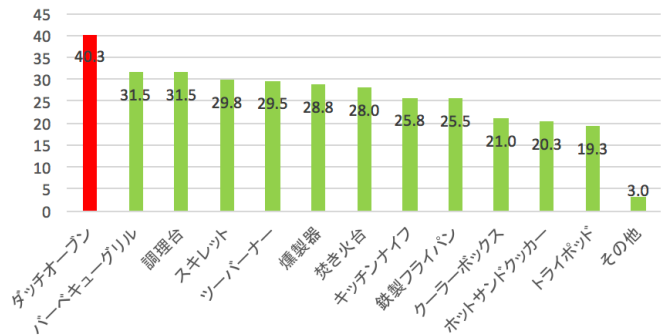
Q. キャンプ料理の失敗は？ (MA)



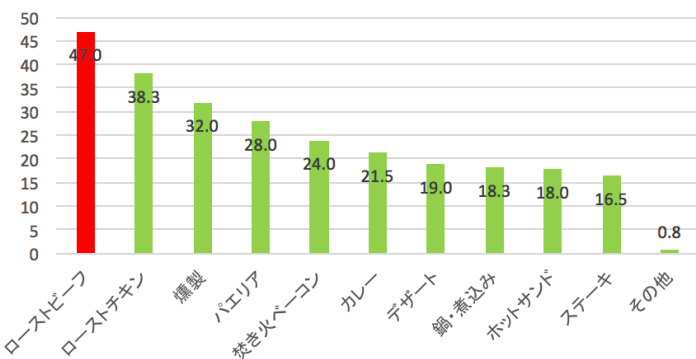
⑥ 今年作ってみたいキャンプ料理の注目は「豪快な塊肉」

「好きなキャンプ料理」については「カレー」66.3%がトップにきたものの、「今年チャレンジしたいキャンプ料理」は、1位「ローストビーフ」47%、2位「ローストチキン」38.3%と豪快な「肉料理」が上位で、「カレー」は21.5%。一方で今年買おうと思っているキャンプ道具1位が40.3%の「ダッチオーブン」なので、定番のカレーをキャンプで作っている人は多いものの、新しいチャレンジとしては「ダッチオーブンを使った塊肉料理」を作ってみたい人が多いと言えます。

Q. 今年買いたいキャンプ料理道具は？ (MA)



Q. 今年チャレンジしたいキャンプ料理は？ (MA)



<今回の調査結果を受けた2019年のキャンプ料理トレンド予測>

2019年、キャンプ料理の注目は、

①「動画映え」、②「自然回帰」、③「地産地消」の3点です。

まず、①に関しては、2018年は「ゆるキャン△」や「山と食欲と私」など漫画、アニメ作品がブレイクし、今までアウトドアとは接点がなかった人が興味を持ち始めました。作品内で描かれたキャンプ場に行ったり、その料理を作ってみたりと「聖地巡礼キャンプ」の流れがあり、多くのキャンプ場の方から例年とは違う繁忙さや、来場客層の変化があったという声を聞いています。

2019年に関しては、キャンプ番組や特集が増えたりと、テレビでキャンプが大きく扱われ始めています。企画には必ず「キャンプ料理」も扱われるため、豪快な肉料理のような調理の映像自体がテレビ受けする**「動画映え」**レシピが求められると考えています。

②の**「自然回帰」**は、前述のアウトドア作品の影響に加えて、既存のアウトドアユーザーである男性層を中心にできるだけ自然にあるものでキャンプを楽しむ「ブッシュクラフト」や、自転車やバイクで一人でキャンプに行く「バイクパッキング」などがトレンドになったことが要因として考えられます。近年は、ブームとなったグランピングよりも、この傾向を受けた自然そのものを楽しむ「自然回帰」の流れを汲み、キャンプ料理も「おしゃれかつワイルドな料理」に回帰するのではないのでしょうか。

③の**「地産地消」**は、旅をしながら食文化を楽しむ「フードツーリズム」の考え方が広がり、「せっかく地方のキャンプ場に行くのであれば、その土地のものを食べたい」という需要が高まっています。ただスーパーで食材を買うのではなく、地産地消を意識することでさらなるキャンプの楽しみ方が広がっていると言えます。

キャンプを始めとしたアウトドアは、これまでのカルチャーに加えて新しいチャネルやコンテンツが増えたことで市場が拡大しているように感じます。これらを見ると、日本でのアウトドアは一過性のブームではなく、ライフスタイルとして定着して来ていると言えるでしょう。そこで外せない「キャンプ料理」に関して、今後は独自の「食文化」として発展していくと考えております。

ソトレシピ総研 千秋 広太郎



<「ソトレシピ」とは？>

「ソトレシピ」は、『HAVE A DELICIOUS CAMP!』をテーマにアウトドアを愛するすべての方に、大自然の中で美味しい料理を楽しむきっかけを創りたいという想いで立ち上げた「キャンプ料理専門のレシピサイト」です。

URL : <https://sotorecipe.com/>