

コロナ禍の アウトドア行動

福岡県居住者の「アウトドア行動」に
関する調査

2022年10月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2022年9月16日（金）～9月22日（木）

4. 調査規模

569サンプル

■性	件数	構成比 (%)
男性	198	34.8
女性	371	65.2
全体	569	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	313	55.0
市外都市圏	130	22.8
その他福岡県	126	22.1
全体	569	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	14	2.5
30代	99	17.4
40代	117	20.6
50代	112	19.7
60代	154	27.1
70代以上	73	12.8
全体	569	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	119	20.9
既婚・子どもなし	61	10.7
既婚・子どもが小学生以下	106	18.6
既婚・子どもが中学生以上で扶養	74	13.0
既婚・子育て終了	203	35.7
その他	6	1.1
全体	569	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	130	22.8
公務員	12	2.1
団体職員・病院勤務	18	3.2
経営者・会社役員	11	1.9
派遣社員・契約社員	41	7.2
商工自営	25	4.4
農林漁業	-	-
自由業	10	1.8
学生	3	0.5
パート・アルバイト	93	16.3
専業主婦（主夫）	150	26.4
無職	69	12.1
その他	7	1.2
全体	569	100.0

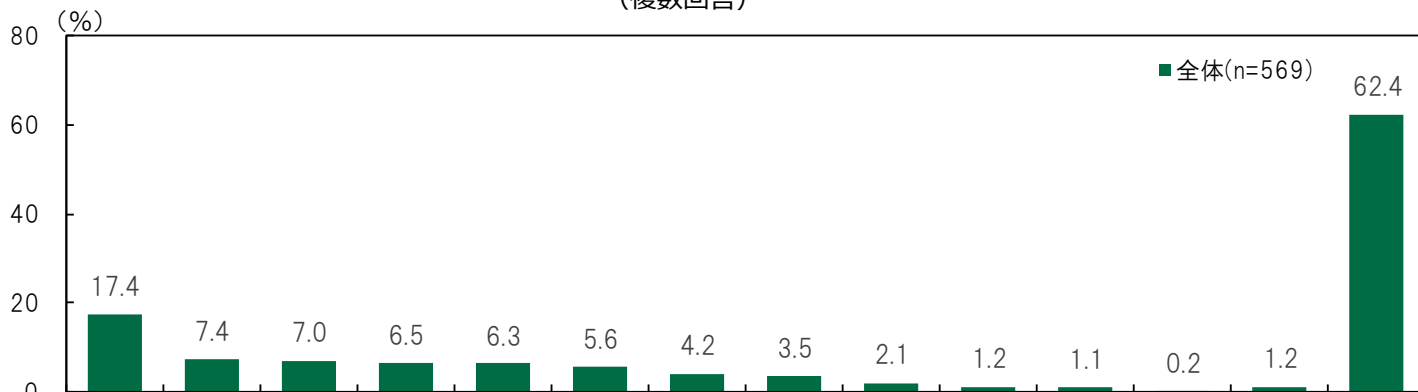
【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

全体で37%、若年層の41%が一年間にアウトドア行動を行う。

- コロナ禍でもあるこの一年間のうちに、アウトドアを行った年間アウトドア実践率は全体で37.6%。
- 実践したものの上位は、「バーベキュー」「ハイキング」「ピクニック」の順であった。

◆この一年で実践したアウトドア行動
(複数回答)



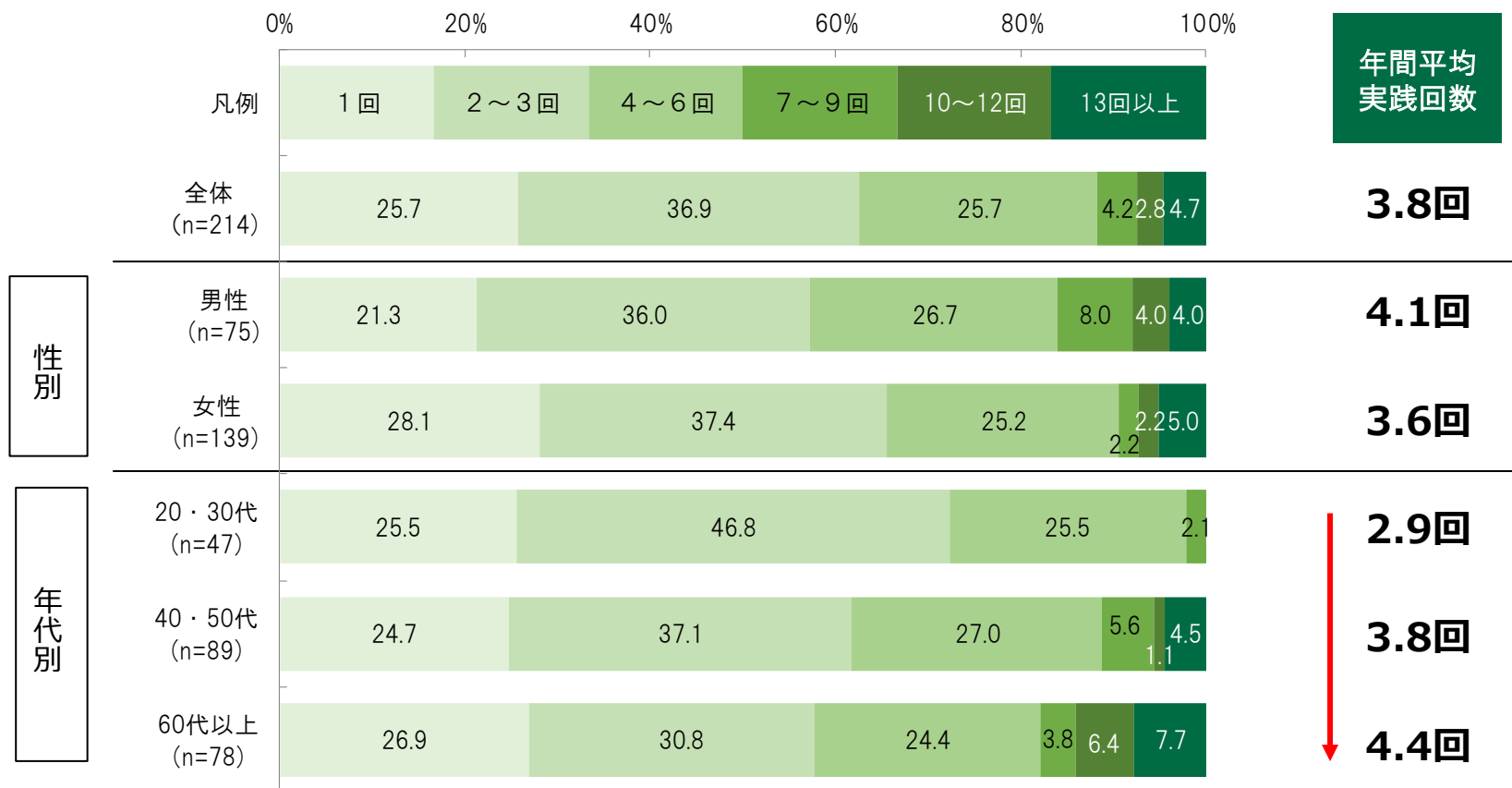
調査数		バーベキュー	ハイキング	ピクニック	釣り	海水浴	登山	キャンプ	サイクリング	マリンスポーツ	オートキャンプ	グランピング	スノースポーツ	その他	この1年間には行っていない	アウトドア実践率	
全体		569	17.4	7.4	7.0	6.5	6.3	5.6	4.2	3.5	2.1	1.2	1.1	0.2	1.2	62.4	37.6%
性別	男性	198	16.7	10.1	4.0	7.1	4.5	6.1	3.5	6.6	1.5	1.5	1.0	-	1.0	62.1	37.9%
	女性	371	17.8	5.9	8.6	6.2	7.3	5.4	4.6	1.9	2.4	1.1	1.1	0.3	1.3	62.5	37.5%
年代別	20・30代	113	19.5	0.9	15.9	8.8	12.4	4.4	8.0	0.9	3.5	0.9	0.9	0.9	0.9	58.4	41.6%
	40・50代	229	21.0	6.6	7.0	7.4	7.9	6.1	3.5	3.9	3.1	1.3	0.9	-	1.3	61.1	38.9%
	60代以上	227	12.8	11.5	2.6	4.4	1.8	5.7	3.1	4.4	0.4	1.3	1.3	-	1.3	65.6	34.4%

*アウトドア実践率:100%-「この1年間には行っていない」

実践頻度は高齢層、男性が多い。

- 年間平均実践回数は全体で3.8回。男性、60代以上が多い。

◆年間アウトドア実践頻度
(単一回答)

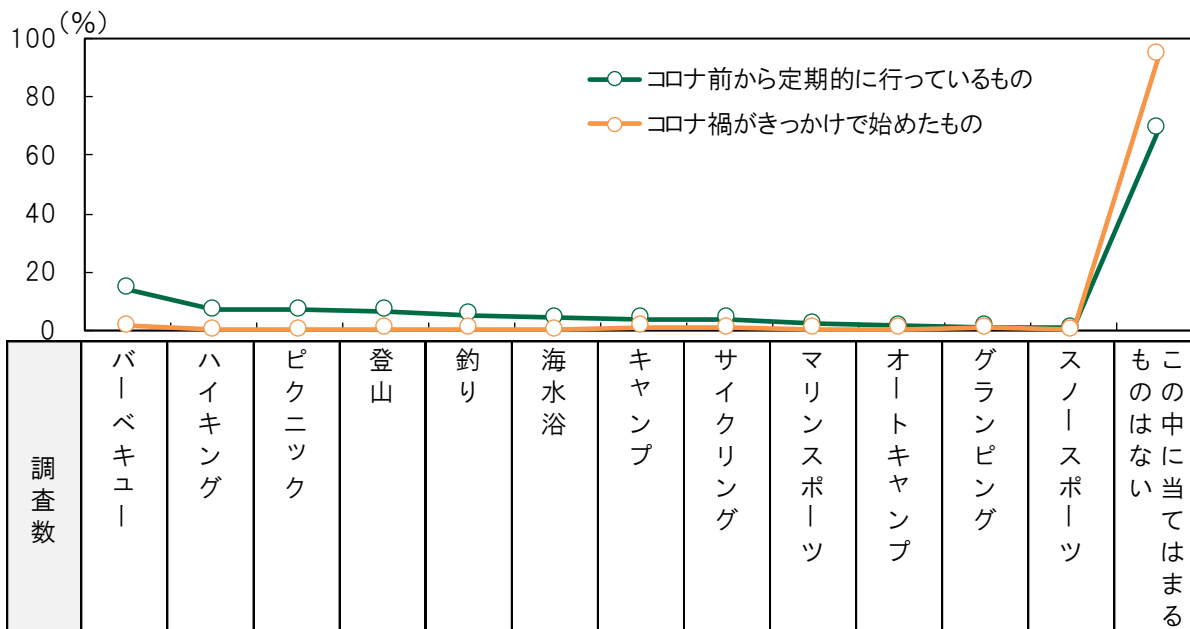


* 年間平均実践回数: 「1回」=1、「2~3回」=2.5、「4~6回」=5、「7~9回」=8、「10~12回」=11、「13回以上」=15として加重平均値を算出。

コロナがきっかけとなって何らかのアウトドアを始めた割合は5.3%とわずかである。

●コロナ前から定期的に行っているアウトドア行動の実践率は30.8%。コロナがきっかけとなって始めたアウトドア行動の実践率は5.3%。

◆コロナ前、コロナ契機のアウトドア行動
(複数回答)



コロナ前から定期的に行っているもの

コロナ禍がきっかけで始めたもの

コロナ前
継続的
実践率

30.8%

コロナ
契機
実践率

5.3%

* 実践率: 100% - 「この中に当てはまるものはない」

●コロナ前から継続的に実践していたものでは、男性は「登山」「釣り」、女性は「バーベキュー」「ピクニック」、20・30代は「ピクニック」の割合がやや高い。

◆コロナ前、コロナ契機のアウトドア行動
(複数回答)

【%】

		調査数	バーベキュー	ハイキング	ピクニック	登山	釣り	海水浴	キャンプ	サイクリング	マリンスポーツ	オートキャンプ	グランピング	スノースポーツ	この中に当てはまるものはない
全体		569	14.1	7.0	6.9	6.7	5.3	4.0	3.7	3.7	2.1	1.4	1.2	0.7	69.2
性別	男性	198	11.1	8.6	3.5	9.6	8.1	4.0	3.0	6.6	1.5	2.0	0.5	2.0	68.2
	女性	371	15.6	6.2	8.6	5.1	3.8	4.0	4.0	2.2	2.4	1.1	1.6	-	69.8
年代別	20・30代	113	13.3	1.8	13.3	4.4	3.5	7.1	2.7	-	4.4	0.9	0.9	-	68.1
	40・50代	229	18.8	7.4	7.4	6.1	6.6	6.1	5.2	3.9	2.6	2.2	2.2	0.9	65.1
	60代以上	227	9.7	9.3	3.1	8.4	4.8	0.4	2.6	5.3	0.4	0.9	0.4	0.9	74.0
全体		569	1.4	0.2	0.2	0.5	0.4	-	1.2	0.9	0.4	0.4	0.9	0.2	94.7
性別	男性	198	1.0	0.5	-	-	0.5	-	1.0	2.0	-	0.5	1.0	-	93.9
	女性	371	1.6	-	0.3	0.8	0.3	-	1.3	0.3	0.5	0.3	0.8	0.3	95.1
年代別	20・30代	113	1.8	-	-	0.9	0.9	-	3.5	-	1.8	0.9	-	-	91.2
	40・50代	229	2.2	0.4	0.4	0.4	-	-	0.4	1.3	-	-	1.3	0.4	94.3
	60代以上	227	0.4	-	-	0.4	0.4	-	0.9	0.9	-	0.4	0.9	-	96.9

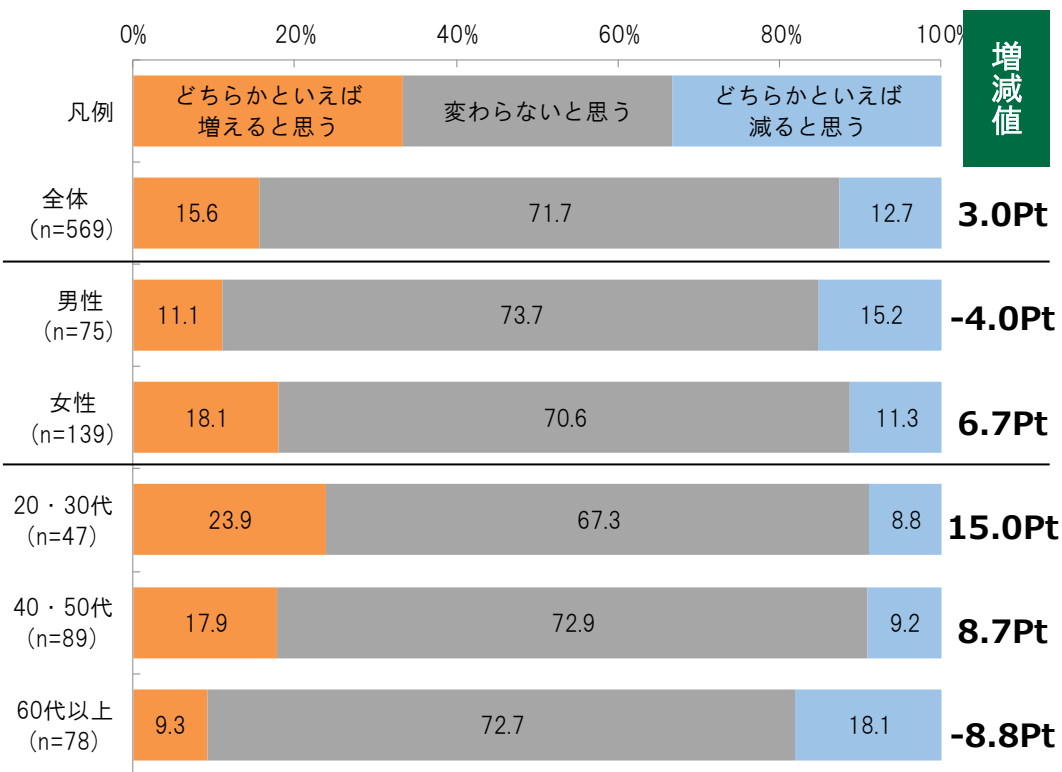
定期的
に実践
コロナ以前から

きっかけで始めた
コロナ禍が

これまでのアウトドア実践層は、男性、高齢者が多かったが、今後は女性や若年層も増えると予想しており、幅広い層に定着していく可能性がある。

● 今後アウトドア行動の増減予想は、全体では増加予想が3.0ポイントとやや高い。

◆ 今後のアウトドアレジャーの増減予想（単一回答）



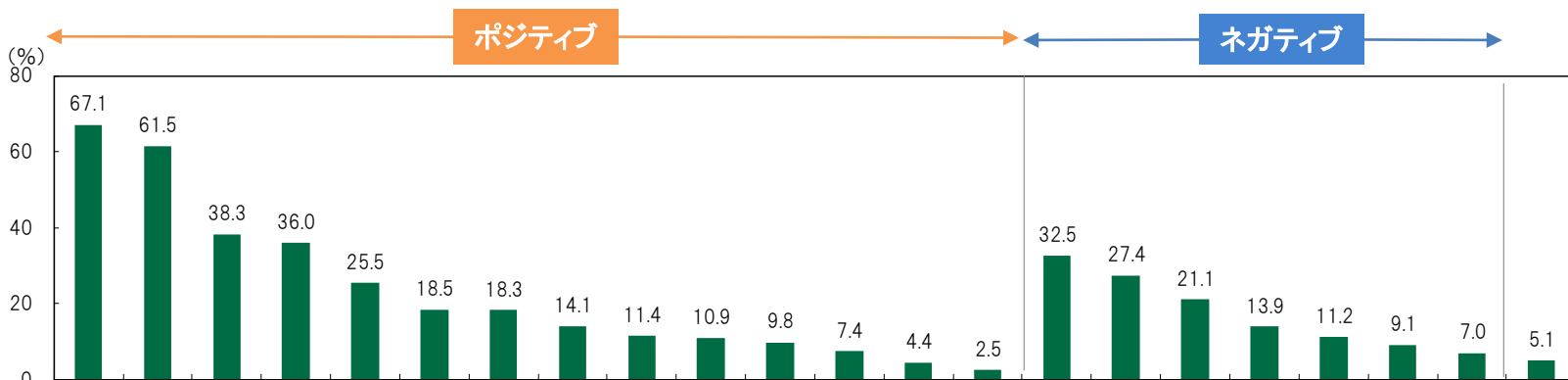
調査数	【%】			【ポイント】		
	どちらかといえば増える	変わらないと思う	どちらかといえば減る	増減値		
全体	569	15.6	71.7	12.7	3.0	
性別	男性	198	11.1	73.7	15.2	-4.0
	女性	371	18.1	70.6	11.3	6.7
年代別	20・30代	113	23.9	67.3	8.8	15.0
	40・50代	229	17.9	72.9	9.2	8.7
	60代以上	227	9.3	72.7	18.1	-8.8

* 増減値: 「どちらかといえば増えると思う」-「どちらかといえば減ると思う」

リフレッシュ、自然に触れられるイメージが高い。それ以外はネガティブなイメージも3割前後ある。

- 「自然に触れられる」「リフレッシュ」「健康に良い」が上位である。一方、「体力がいる」「片づけが大変」といった否定的イメージもある。
- 女性は「家族で楽しめる」「普段できない体験ができる」が男性に比べて高い一方で、「体力がいる」「片づけが大変」「準備・計画が大変」といったネガティブなイメージもやや高く、アウトドア行動に対して、負担感を抱いていることが垣間見える。

◆アウトドア行動のイメージ（複数回答）



調査数		自然に触れられる	リフレッシュできる	健康に良い	家族で楽しめる	普段できない体験ができる	普段行かない場所に行ける	密を避けられる	発見や刺激がある	同行者と交流が深まる	低予算でできる	一人で楽しめる	仲間ができる	道具を揃える楽しさがある	上達する喜びがある	体力がいる	片づけが大変	準備・計画が大変	お金がかかる	予備知識がいる	危ない	汚い	当てはまるものはない	
全体		569	67.1	61.5	38.3	36.0	25.5	18.5	18.3	14.1	11.4	10.9	9.8	7.4	4.4	2.5	32.5	27.4	21.1	13.9	11.2	9.1	7.0	5.1
性別	男性	198	64.1	60.6	39.9	27.3	17.2	13.6	15.7	9.1	8.1	12.1	14.6	6.6	5.1	2.0	22.2	21.7	14.6	12.6	7.6	6.6	5.1	7.6
	女性	371	68.7	62.0	37.5	40.7	29.9	21.0	19.7	16.7	13.2	10.2	7.3	7.8	4.0	2.7	38.0	30.5	24.5	14.6	13.2	10.5	8.1	3.8
年代別	20・30代	113	61.1	55.8	39.8	41.6	31.0	16.8	12.4	16.8	9.7	10.6	5.3	6.2	5.3	1.8	31.9	30.1	26.5	20.4	9.7	14.2	9.7	8.8
	40・50代	229	65.9	65.9	31.0	41.0	22.7	19.2	22.7	14.8	14.0	7.0	10.5	7.4	3.5	2.6	30.6	31.9	21.0	16.6	13.1	6.6	7.0	3.5
	60代以上	227	71.4	59.9	44.9	28.2	25.6	18.5	16.7	11.9	9.7	15.0	11.5	7.9	4.8	2.6	34.8	21.6	18.5	7.9	10.1	9.3	5.7	4.8

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp