

日本キャンプ協会「キャンプ保険（国内旅行傷害保険）」の事故分析

○小西 岳勝（静岡県立朝霧野外活動センター）、太田 正義（常葉大学教育学部）

1. 緒言

公益社団法人日本キャンプ協会では、1999年から協会に登録している指導者がキャンプを実施する際に割安な掛け金で加入できる「キャンプ保険（国内旅行傷害保険）」、「デイプログラム保険（レクリエーション保険）」を用意している。本研究では、「キャンプ保険」の1999年4月から2016年3月までの17年間に保険金請求があった怪我や事故概要の分析を行う。野外活動の事故事例の分析やヒヤリハットの分析は、青木ら¹⁾による青少年教育施設における事故事例の収集・分析、国立オリンピック記念青少年総合センター²⁾による全国的な野外活動のけが・病気の発生状況に関する研究、傷害保険を対象とした事故分析はボーイスカウト日本連盟による「そなえよつねに共済」の事故データ分析³⁾が行われている。本研究は事故分析を通じて安全管理の基礎資料を得ることを目的とする。

2. 研究方法

2.1 対象

1999年4月から2016年3月までに日本キャンプ協会キャンプ保険に保険金請求があり、事故データが得られた299件の事故を対象とした。なお年度別の加入者総数は得られているもののそれらの属性の情報は得られなかった。

2.2 事故データの分類・集計

キャンプ保険の保険金支払いに際しては以下の情報が取得された。「事故日」、「受傷者情報（年齢・性別）」、「事故状況（記述）」、「通院・入院日数」、「支払い保険金額」。なお「事故状況（記述）」の情報だけでは、データの分析が困難であり、得られた記述をもとに以下に分類・集計をした。「発生場所」、「プログラム」、「事故の要因」、「傷病の種類」、「受傷部位」。なお、記述から判断が困難なものほどの項目も「不明」として処理した

2.3 事故データの分析

事故発生状況の経年変化を把握するため、17年間の加入者数と事故発生率の、また季節別の傾向を把握するため事故件数と発生率のクロス集計をそれぞれ行った。次に事故データを基に、性別と年齢層、

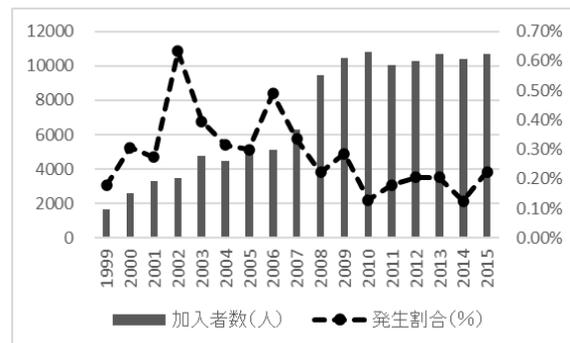
プログラムのクロス集計を行った。また、保険金支払い金額が高くなる重傷となった事故は、どのようなプログラムや事故の要因が影響しているのか検討した。

3 結果と考察

3.1 キャンプ保険の加入者推移と事故発生割合

17年間の加入者は2007年まで6000人程度だったが、2008年以降10000人を超えるようになった（表1）。保険請求件数の発生割合は、平均0.25%であるが、2002年度の0.63%が最大であり、2006年度に0.49%の発生があるものの、長期的には減少傾向が続いている。

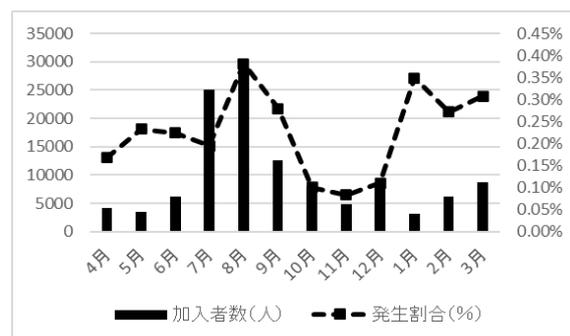
表1 年度別加入者数と事故発生割合



3.2 月別の加入者数と事故の発生割合

加入者数は7～9月の夏季で半数を超える。しかし12月、3月の申し込みもあり、学校などの長期休みに多くの事業が実施されているためと考えられる（表2）。また8月は事故の件数、発生割合とも多いが、1～3月の件数は少ないものの、事故発生割合が高くなっている。冬季はスキー、スケートなど雪上、氷上活動が増え、事故が増加する傾向だと考えられる。

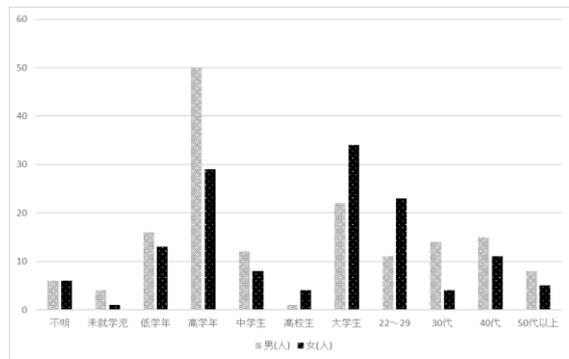
表2 月別加入者数と事故発生割合



3.3 性別と年代別にみた事故の発生件数

男女の事故発生状況に大きな差は見られなかったが(表3)、性別と年齢を比較したところ、小学校高学年では男性に事故発生件数が多く、大学生から20歳代の女性は男性に比べて事故発生件数が多かった。

表3 性別にみた事故発生状況



これらの事故件数の性差は保険加入者数が当初より差があったためなのか、それとも事故発生率に性差が生じるのかは判断が困難である。なお、大学生から20代の女性は男性に比べ転倒による事故が多く発生した。

3.4 事故の要因の発生件数と保険金支払額

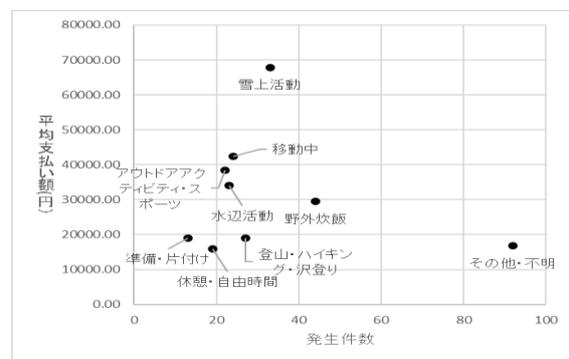
事故の要因別に発生件数を分類すると上位5項目は、転倒(127件)、虫・動物(64件)、物や人が当たる、ぶつかる(33件)、刃物(25件)、熱源(20件)であった。おおむね事故の発生要因は先行研究と一致している。転倒による事故は捻挫や打撲による軽傷ですんだ事故から、骨折、脱臼など重傷で入院する事例も多く見られた。虫・動物による事故は虫刺されによる通院が1~2日の軽傷が多い。重傷の事例は少ないものの、マムシなど蛇に噛まれ入院する事例もあった。

3.5 プログラム別に見た重傷度と支払い額の特徴

事故の発生は、野外炊飯(44件)、雪上活動(34件)、登山・ハイキング・沢登り(27件)、移動中(24件)、水辺活動(23件)の順に多かった。野外炊飯では、鉋、包丁など刃物によるけが、熱せられた鍋などを触るやけどが発生した。刃物によるけがでは鉋の使用では重傷化しやすく、反対に包丁によるけがは軽傷で済んでいる。また、やけどでは熱せられた鍋の取手を触る程度の軽傷なものから、熱湯に触るなどの広範囲に触れるもの、目に火の粉が入るなど重傷化するけがも発生している。

また、支払額の平均金額をプログラム別に分析したところ、支払額の平均額は、29,483円だった。平均額を超えたプログラムは、雪上活動(67,862円)、移動中(42,434円)、アウトドアアクティビティ・スポーツ(38,363円)、水辺活動(34,105円)、野外炊飯(29,488円)である。なかでも雪上活動は3スキー・スノーボード、そり滑りなどによる事故が発生しており、軽度の捻挫などもあるが、骨折を伴う重傷化する事故が発生している。なお、そり滑りによる転倒事故で骨折を伴う大けがが発生し後遺症も含め300万円が支払われているが、この事故は突出して支払い額が多いため、支払額の平均金額から除外した。

表4 プログラム別にみた平均支払い額



4 結論と課題

本研究ではキャンプ保険における事故の概要を把握することはできたが、事故データの詳細な分析は、加入者の総数や加入者の属性(指導者か参加者)、事故時の活動プログラムの詳細や発生時間などが不明であり困難であった。今後は、保険請求時の聞き取り情報のより詳細な定型化が必要である。また本研究は2015年度末までの情報であり、2016年度以降の事故分析も今後続けていく予定である。

引用文献

- 1) 青木康太郎、小林祥之 青少年教育施設における危険度の高い活動・生活行動の現況と安全対策に関する一考察 キャンプ研究、24、25-36、2021
- 2) 国立オリンピック記念青少年総合センター調査連絡会 小・中学生のキャンプ中のけが・病気の発生状況に関する研究 1999、55-62
- 3) 公益財団法人日本ボーイスカウト連盟、野外活動のための安全・安心講座、2020、46-63

インバウンドキャンプ市場（中国）の可能性

○王聖慧 （株）粉雪天堂、（株）クロスプロジェクトグループ

キャンプ事業に参入するまでは中国語スキースクールや中華圏向けの日本スキー場ポータルサイトの運営など、私は中華圏のインバウンドスキーを中心に事業を行っていた。冬の事業がメインであったため、オールシーズン運営を目指してキャンプ事業を視野に入れ、（株）クロスプロジェクトグループにてキャンプ事業のノウハウを学ばせて頂いた。コロナでインバウンド市場全体がほぼゼロに近い状況であるが、アフターコロナのインバウンド市場（中国）の可能性を感じ、調査した現段階の情報と愚見を述べさせて頂く。

コロナの影響で日本国内の旅行業、宿泊業は不調が続く中、キャンプ関連事業が好調である。コロナで外出制限されるのは日本だけではなく、アジアの中華圏でも同じ状況である。中国でも台湾でもキャンプ場（グランピングも含め）ビジネスは今までにない勢いで市場が伸びている。例えば中国のECサイトの大手ティーモール（天猫）ではキャンプ関連用品の売上が二年連続倍増し、一般のアウトドア用品が二桁の増加率より遥かに超えている。中国のロコミアプリ「小紅書」では2021年1月から5月までのキャンプ（露営）検索数が前年比428%である。様々のメディアやイベントでキャンプに関する露出が増えている中、中国のキャンプ市場はどんな現状であるか、キャンパー属性、キャンプ場、キャンプ用品ブランドなどの角度から基本情報の調査を行っていた。

2020年は中国の「キャンプ元年」である。日本と違い、中国のキャンプ市場ではまだまだ途上であり、業界がスタートしたばかりの段階である。キャンプ人口が正確な統計データがほとんどなく、業界の動向がどうなっているか、業界団体も民間企業も模索しながら業界を作っていく状況である。一方、コロナの影響で追い風に乗っているキャンプ業界はやっと「キャンプ元年」を迎え、今後の可能性にも期待できると言えるであろう。業界の若さと同じように実はキャンパーの年齢層も20代と30代がメイン

であり、新しいライフスタイルと新しい体験を求める傾向が強いと見られる。例えば焚き火をじっくり見て楽しんだり、自然の静かさを楽しんだりするより、賑やかさを好むユーザーが多いである。その代表的な事例はキャンプとフリーマーケットとのコラボレーションである。キャンパーたちはキャンプしに来ると同時に自慢の手作り商品を販売したり他のキャンパーの作ったカクテルを飲んだり賑やかなキャンプライフを過ごしている。



キャンプ場が不足している。人口が14億人である中国ではキャンプ場の数はまだ少なく、上海近辺では施設として完備しているキャンプ場は十箇所もないほどハード施設の建設が不足している。この背景には市場の未熟や土地問題や建設ノウハウなど様々な要因がある。業界初期ではキャンプ場の数が少ないことはどの国も同じである。しかし、土地問題は日本と違い、行政が経営するキャンプ場がなく、民間企業が事業用地の取得にかなり難易度が高かったり、そもそも土地の私有化ができなかったりキャンプ場建設の一番の難関である。そしてキャンプ場建設のノウハウが少ないため、どこからスタートするか、どこに注意すべきかなどノウハウが欠けている。

キャンプ用品の売れ筋が良く、今後も伸び続ける

であろう。中国国産のブランドで上場企業のモビガーデンをはじめ、ベルテント代表のノルディスク、日本のスノーピークやキャプテンスタグを含め、世界各国のブランドが今中国マーケットに進出している。欧州最大のスポーツ見本市と言われているISPO（イスポ）は2021年7月上海で開催し、初めて中国キャンプ市場についてのフォーラムを行い、業界の成長に大いに期待できると見られる。

このように中国のキャンプ市場が急成長している中、アフターコロナのインバウンド市場では中国の旅行者は日本でキャンプする可能性があるのだろうか。それに伴い、どんなビジネスチャンスがあるか、どんな課題があるだろう。

まず日本でキャンプする可能性が非常に高いと考える。中国国内のキャンプ場施設が不足で、日本ではフルレンタル商品を提供すればいつものホテル泊ではなくキャンプすることが非日常体験となり、一般客からキャンパーまで幅広く販売できる。また、旅行者の動向としてはモノ消費からコト消費に変わり続ける。北海道のパウダースキーを楽しんだりバランスバイクのストライダー大会に参加したり今までにはない旅行のスタイルが増えている。その中ではキャンプすることは宿泊の一択だったり、一つの体験商品となったりする。平日の稼働率を上げることや、フルレンタルの高単価プランの販売数を増やすなど日本国内市場では難航だった課題の打開策の一つになるのではないかと考える。

そこで、今現状のキャンプ場でインバウンドの中国客を迎えるならどんな課題があるだろう。まずは言語だと思われがちだが、一番の課題は商品だと考える。言語問題はアルバイトの通訳を雇用するか翻訳機を使えばなんとかなる課題で、根本的な商品が違うことを大前提としてある。今まで日本で販売しているキャンプ場使用料やレンタルセットなどの商品をそのまま販売すると売れないであろう。海外から来るお客様は車で来ることもなく、キャンプ用具から小物まで何も持っていない状態で来ていることを想像すれば通常のフルセットでは物足りないことに気づく。そして、商品がある程度完成する

と、今度どうやって商品を中国のお客様に知って頂くか、宣伝活動はもう一つ課題である。最後にお客様が本当にキャンプ場に来たら、その対応に既存のスタッフが対応できないケースがほとんどである。通訳の雇用を増やすべきか翻訳機で対応するか様々な運営上の課題が出てくる。

課題が山ほどあるが、そもそも既存のキャンプ場はインバウンドを狙うべきかどうかまず自己診断が必要かと考える。交通のアクセスが一番のポイントだと考える。ほとんどのオートキャンプ場はマイカーで来ることが前提であり、公共交通機関（自社シャトルバスも含む）で来られるかどうか、海外のお客様にとっては重要である。また高速からの距離ではなく、空港からの移動距離が海外客の基準である。そしてキャンプ場近辺では有名な観光スポットがあれば非常に集客しやすく、逆にキャンプという体験しかないエリアでは独特のキャンプ商品を生み出す必要がある。またキャンプ場ではフリーWi-Fiがあるかどうか、日本のお客様には絶対必要でないものが海外客にとっては絶対必要である。

以上、中国のインバウンドキャンプについて基本中の基本情報であるが、今後のアフターコロナでは中国に限らず、グローバルのお客様が日本のキャンプ場に足を運ぶことが増えると予測する中、どこの国のどんなお客様にどんな商品を提供するか、いろいろ可能性があると思われる。日本国内市場では好調ではあるが、プラスアルファの選択肢としてアフターコロナのインバウンドを今から準備できるときと新しい道が拓いていくのではないかと考える。

2020夏コロナ禍の大学キャンプ実習－オンラインでやってみた－

○山根真紀（日本福祉大学）、藤井三弥子（愛知県キャンプ協会）、時安和行（至学館大学）、吉田理史（信州アウトドアプロジェクト）、上野朋子（大東文化大学非常勤）

【はじめに】

8月末に実施予定だったキャンプ実習は、新型コロナウイルス感染拡大の影響でオンライン開催となった。ギリギリまで対面実施を追求したが、学生の安全・安心を最優先し、大学側の方針に従うこととなった。

オンライン実施にあたり、①本来の実習の目的をどのように達成するか、②そのためのプログラム作成では、オンラインならではの利点をうまく使うこと、全体、グループ、個人の活動をバランスよく取り入れること、個人で考えたり、工夫したりといった場面を取り入れることなどを考慮した。③さらに何よりも、キャンプに行ってみたいと思えるような

内容にすることを心がけた。その結果学生からは、「画面越しではあったが、キャンプのアクティビティに触れ、仲間との交流が深まり、つまらないと思っていた実習が楽しかった」という感想が多く得られた。

今回の発表では、実施したプログラムの詳細とそれに対する学生の振り返りを通して、コロナ禍のキャンプ実習、知恵と工夫と協力で、活路を拓いた一例として報告したい。

【実習概要】

キャンプ実習は日本福祉大学スポーツ科学部の

表1. キャンプ実習プログラム（ZOOMによるオンライン実習）

限	8/29（土）	8/30（日）	8/31（月）	9/1（火）
1 9:20～	オリエンテーション スタッフ紹介 GW（BOS※1）自己紹介	（実習） 森のレストラン 全体⇒個人	（ライブ） 山歩き トレイルラン	（グループ） ふりかえり GW
2 11:00～ 12:30	（実習） アイスブレイク、イニシア チブゲーム 全体⇒GW	（グループ） 森のレストラン GW：グループ内発表 GW⇒全体共有	（ライブ） 薪わりと火おこし	全体発表会 全体共有
3 13:25～ 14:55	（講義） キャンプと安全 いくつかのアクティビティ を例に	（ライブ） テント設営	（講義） キャンプのアクティビ ティ 楽しみ方とその工夫 集いの演出（キャンプ ファイヤー・キャンド ルサービス）	まとめ（個人） レポート作成
4 15:05～ 16:35	（講義、グループ） キャンプと環境教育—地球 に、自然に優しいキャン プのために 全体⇒GW⇒全体共有	（ライブ・実習） ロープワーク	（講義、グループ） キャンプの企画 「やってみたいキャン プ」 全体⇒GW⇒共有	
課題	1日のふりかえりをスタディ（※2）に提出（400字程度） 本日の内容をふりかえり、自分自身やグループの取り組み、講義やグループワークで感じたことやかかんがえたことを記載する			

※1 GW（グループワーク）はブレイクアウトセッション（BOS）で、班ごとに分かれて活動

※2 スタディ：本学の授業用ポータルサイトで、学生はレポート提出や資料のダウンロードができる

専門実技『野外運動A』として実施され、野外運動B（スキー実習）、野外運動C（水辺実習）を含め、卒業までにいずれかの種目を履修しなければならない選択必修科目である。対象は1年生、例年信州高遠青少年自然の家で3泊4日の日程で実施していた。

2020年度は8月29日（土）～9月1日（火）の4日間ZOOMによるオンライン授業とし、履修学生は80名（男子64名、女子16名）であった。プログラムを表1に示した。スタッフは8名（非常勤講師4名、本学教員4名）であった。学生は10名で1班の8班編成とし、グループワーク（GW）はZOOMの機能であるブレイクアウトセッション（BOS）を用い、各班にファシリテーターとしてスタッフを1名配置した。

オンライン授業実施上の注意点として、学生にはZOOM入室後表示される名前を《○班 □□△△》に変更させ、全体の授業中はミュート、ビデオのON/OFFは自由とさせた。ただしGWでは、ビデオはONとし（原則）、マイクはミュート、発言する際に解除するよう事前に周知した。

【プログラム】

実施したプログラムの詳細について、講義、実習、ライブ配信、に分けて説明する。

1) 講義

『キャンプと安全』では、野外炊事を中心にリスク要因と対策、指導者の役割と指導のポイントについて解説した。『キャンプと環境教育—地球に、自然に優しいキャンプのために—』では、実際に起きているキャンプでの環境汚染や破壊に触れ、キャンプを行う上で配慮すべきこと、持つべき意識、それを日常にどのように生かすかについて講義した。

3日目には、授業の学びをもとに『やってみようキャンプ』を学生に企画させた。『企画の前に考えること』や『キャンプのアクティビティ』を紹介した後、企画に必要な要素について講義した。

各講義終了後はGWを実施し、それぞれのテーマに基づいて意見交換を行い、代表者による発表を行い全体で共有した。

2) 実習

見たり聴いたりするだけでなく、学生が実際に活動する場面を、オンラインでも取り入れた。

まず『アイスブレイク』では、スタッフを中心にジャンケンゲーム、リズムゲームなどで、学生の反応を引き出し、緊張感を取り除いていった。その後

のGWではグループ内で自己紹介や共通点探しなどを行い、コミュニケーションを深めた。

『森のレストラン』では、自宅周辺で自然素材を採取し、料理に見立てたひと皿を作成させた。その後コンテスト形式で発表会を行い、優秀作品を選出した。身近な自然に目を向ける機会となった。

3) ライブ配信

長野県戸隠キャンプ場からライブ配信を行った。ポケットWi-Fi、ビデオカメラ、マイク等の機材準備が必要だったが、ライブ感が伝わり学生の満足度も高かった。実施した活動は、『テント設営』『ロープワーク』『山歩き』『トレイルラン』『薪わりと火おこし』である。大学側から補足説明を加えたり、キャンプ場の様子を伝えたりと、さながらTV中継風で充実していたのではないかと自負している。

【学生のレポートから】

授業のまとめとして提出させたレポート72名分から、学生の感想を一部報告する。

まず、キャンプ実習が対面からオンラインに変更になったことよって、「参加することに不安、つまらなそう、緊張する、対面ができなくて残念だ」といったネガティブな感想が49名（68.0%）に見られた。しかし、実際に実習に参加したことで、「コミュニケーションがとれた、話せるようになった、仲が深まったなど」33名（45.8%）、「楽しかった、充実していた、良かったなど」31名（43.0%）、「キャンプに行きたくなくなった」13名（18.0%）、「協調性や自主性が高まった、班で協力できた」12名（16.7%）といったポジティブな記述が多く見られた（複数回答）。

BOSによるGWについては、「回を重ねるごとに発言が増えた、意見が言えるようになった、話すことに抵抗がなくなった」と、GWの質的な向上を認識する学生がいる一方で、「あまり意見を出せなかった、意見が少なくまとめるのに苦労した、話し合いに参加しない学生がいた」とGW運営の困難さに関する記述も認められた。

【まとめ】

今回のオンラインキャンプ実習、プログラムの内容が質・量ともにバランスよく、ライブ配信は現地にいるような臨場感が体験でき、効果的であった。学生にとって初期のGWは困難な課題の一つで、ファシリテーターの役割が重要であることが明らかとなった。

自然学校と企業・メーカーとの連携に向けた取り組み

○徳田真彦（大阪体育大学）、原田順一（NPO法人湘南自然学校）

1. はじめに

現在、30代を中心とした民間の自然学校職員や大学教員が集まり、より良い自然体験活動の未来を創っていくために、勉強会やオンラインサロンを実施している。その中で、勉強をするだけの集まりではなく、行動をしていく仲間であるという信念から、7つのプロジェクトが進められている。

①政策提言

②自然学校と企業との連携

③社会提案型企業連携

④研究提言

⑤青少年教育施設改革

⑥出版

⑦募金

本発表では、自然学校と企業との連携および研究提言プロジェクトが共同して取り組んでいる取り組みについて、紹介したい。

2. 連携プロジェクトについて

矢野経済研究所調査によると、2020年の国内のアウトドア市場規模(用品、施設、サービスの合計)は、4895億円(予想)となっている。コロナの影響で2019年の5169億円から約270億円減と予想されているが、キャンプを含むライトアウトドア市場は微減にとどまっており、マイナス基調は新型コロナウイルス感染症による一時的なもので、アウトドア市場全体では、今後数年は増加基調が続くと予想されている。今日の市場の盛り上がりは誰もが感じているが、その盛り上がりは自然学校や野外教育の業界にまで及んでいるかという、そうとは言えない現状があるだろう。アウトドアメーカーをはじめとする様々な企業は、自然学校の存在は認知しつつも、業界に対する理解や関心が少ないように感じている。マーケティングアドバイザーの加藤龍氏(元日本ゴア社)によると、企業はビジネス効率を求める傾向があり、結果が見えやすい事業や対象に対して結び付くことが多く、自然学校との連携には必然的に時間をかけて取り組んでいくことになるため、連携しづらい側面があることを指摘している。しかし、これから

の時代は、SDGsをはじめ環境や教育を取り巻く課題に対して企業も取り組んでいくことを求められていることから、これまでの状況とは変わっていくのではないかと述べている。

一方で、2011年3月に発行された「2010年自然学校全国調査報告書」によると、全国に3696校の自然学校がある事が示されており、11年経った現在も大きな変動はないのではないかとと思われる。全国でこれほどの自然学校がある中で、そこに関わる指導者やボランティアリーダー、参加者、保護者は相当数に及ぶものと容易に想像できる。自然学校で行われるキャンプ事業では、当然アウトドア活動を行うために必要なウェア、ギア等を使用しており、ここには大きな市場があるものと考えられる。

しかしながら、自然学校の種別や、指導者・参加者特性、指導者や参加者がどのようなアウトドアウェアやギアを使っているのか、必要としているのかといった、具体的なデータは「2010年自然学校全国調査報告書」以降、見当たらない。このようなデータは、自然学校の活動を説明するものとして必要なものであり、企業側に市場を根拠づけるものとしても重要な役割を担うだろう。また、何より現状を知ることが、自然学校の課題の把握や今後の発展する方向性を考える上で非常に重要なデータとなり得る。

以上のような課題をクリアするために、2021年6月より、「アウトドアメーカーをはじめとする企業の自然学校への認知度向上」を目的に、自然学校と共同してプロジェクトを立ち上げた。現在は、プロジェクトの最初のステップとして、「実態調査」に取り組んでおり、具体的には、以下の点を明らかにすることを検討している。

①自然学校の実態調査

- 1) 自然学校で行われている活動、活動に必要な装備、備品(施設保有の装備・備品含む)
- 2) 自然学校の活動への参加者の特性(数、年齢層、男女比など)
- 3) 自然学校の指導者(職員)の特性(数、年齢層、男女比など)

②自然学校の参加者、指導者のギア、ウェアの実態調査

- 1) 参加者に必要なギア、ウェアの特性(価格、機能性、デザイン性など)
- 2) 参加者および保護者のニーズの把握
- 3) 指導者(職員)に必要なギア、ウェアの特性(価格、機能性、デザイン性など)
- 4) 指導者(職員)のニーズの把握

3.パイロット調査

プロジェクトの遂行にあたって、まずは小さなモデルケースを創ることを目標とし、A自然学校に協力頂き、参加者のギア、ウェアの実態を明らかにすることを目的にパイロット調査を実施した。調査期間は2021年7月23日～2021年8月31日とし、調査対象は2021年度にA自然学校のキャンプ事業に子どもを参加させた保護者であった。調査内容は、①保護者・参加者の特性(性別、学校段階、日常生活でのキャンプ活動の日数、キャンプ事業に参加させている理由)、②キャンプウェアに関する調査(ウェアを選ぶ際に重要視すること、ウェアに関する要望や困っていること)、③キャンプギアに関する調査(用意するのに苦労するもの、ギアに関する要望や困っていること)の3つであった。

現在データを分析中であるが、49名の保護者から得られたウェアおよびギアに関する質問の集計結果をいくつか紹介したい。

「キャンプに参加させる際のウェア(服)で、下記事項(価格が安い、機能性、ファッション性、ブランド名、日常でも使える汎用性)をどの程度重要視しますか」という質問を「かなりする、する、あまりしない、しない」の4段階で回答を求めた結果、機能性および日常でも使える汎用性の2項目については、かなりする、すると答えた割合は85%を超える結果となった。また、その他重要視することを自由記述で求めた結果、「サイズ調整ができること」、「長く使える事」、「耐久性」などが挙げられ、保護者は子どもをキャンプ事業に参加させる際に用意するウェアとして、「日常的に長く使えるもの」を求めていることが考えられる。その他、「名前欄が大きいと良い」といった保護者ならではのコメントもあった。

「キャンプに参加させる際に用意するギア(道具)

で苦労するものはありますか」という質問をA自然学校で用意するギアを記載し、回答してもらった結果、「雨具(30%)」、「服(20%)」、「ラッシュガード(20%)」を用意するのに苦労していると回答し、衣類に関して約70%の割合が苦労していると回答する結果となった。その理由として、「使う頻度が低い割には、アウトドアブランドの高機能レインウェアは価格が高めなこと」、「来年には成長して使えなくなるので、高価なものを選びにくい」、「ちゃんとしたキャンプに参加させたことが無いので、どれくらいの価格のものや、メーカーを選ぶのがいいのか、わからない」といった理由が挙げられた。前述した、日常的に長く使えるものを重要視するという結果と共通していると考えられる。また、「レンタルしてほしい」「おすすめ商品の紹介してほしい」「通販サイトの紹介してほしい」などの記載が見られた。

今後詳細に分析をしていく必要があるが、自然学校のキャンプ事業に関わるウェアやギアに関するニーズや要望の傾向を見て取ることができた。この調査結果は、企業だけでなく、自然学校の運営等にも役立つデータとなり得る。今後、キャンプリーダーや職員への調査なども進めていきたい。

4.さいごに

このプロジェクトは、参加者がアウトドア活動をさらに楽しめるようになること、指導者はより高度な教育を行えるようになること、企業のブランディングやウェアやギアの機能性向上につながることで、地域の活性化に寄与することといった「参加者」、「指導者」、「企業」、「地域」がより良く連携し、明るい未来を創っていくことを目指している。そのためには、実践と研究を融合させながら進めていくことが必要不可欠であり、手探りではあるが、より良い融合を目指して進めていきたい。

参考引用

- 1) 株式会社矢野経済研究所:「アウトドア市場に関する調査2020」.
- 2) 走林社中,第3回円形劇場「アウトドアメーカーとの連携について～地域・社会への貢献を考える～」.2021.6.17.加藤龍氏パーソナルコメント.
- 3) 2010年自然学校全国調査報告書:公益社団法人日本環境教育フォーラム,2011.3.

密を避けた野外炊飯(鉢輪炊飯)

○中島 宏(福岡県キャンプ協会)

1. はじめに

学校で行う宿泊体験の野外調理実習は家庭科の授業の延長線で、全員で分担して調理実習を行うケースをよく見かけます。「あなたは薪係」「あなたは炊飯係」「そしてカレー係」等。そのため、野外調理場は過密状態に陥ります。そして自分の担当した過程しか体験していません。そこでコロナ禍で福岡市内の小学校A・福岡市B公民館で行った野外調理実習を紹介したいと思います。

また 福岡市野外活動センターで行っている「防災キャンプ」も同様のプログラムを進行しているので合わせて紹介します。

【基本的考え】(自分のご飯は自分で炊く)

自分のかまど作り	5号鉢の植木鉢
自分の食する米の量	牛乳パック3cm
炊くための燃料・火加減	輪切り牛乳パック40分
自分の炊飯具兼食器	100均の土鍋
密にならない場所	風向きと高さを考える

2. 当日の流れ

2-1. オリエンテーション

災害時のことも考えて避難所では「火」は焚けません。自宅避難ということで家にある植木鉢でかまどを作ります。燃料は牛乳パックを輪切りにして使います。ガスが止まってもご飯が炊けます。ガスが出るなら一度土鍋でご飯を炊いてみましょう。停電になっても大丈夫です。

2-2. 土鍋(お米を研いで浸水時間)

牛乳パックを3センチで切った容器。これには150cc(お米120g)が入ります。自分が1食どれくらいを食べるのかを考えてみましょう。そして30分浸水。一度水を捨てて改めて150ccの水を差します。第2関節という迷信は使用しない。

2-3. 鉢輪製作(約30分)

素鉢の5号鉢を使用します。穴を開ける場所を鉛筆や釘などで線を描いて穴あけ開始です。釘と小さ

な金槌を使って開けていきます。この工程は以前から「鉢ランタン」の製作で説明します。穴が空いたらいよいよ炊飯です。ペグを2本貫って燃やす場所を探します。

2-4. 炊飯開始(約40分)

牛乳パックは事前に2センチ前後の幅で輪切りにして用意しています。給食の牛乳パックを貯めておいてもかまいません。焚きつけには麻ひもを5cm配っています。1パックの牛乳パック3個で、10分強で炊きあがります。子どもは4~5個必要だと思います。炊きあがりは泡が出なくなるのと土鍋の二の穴から香ばしい香りがしてきます。あとは蒸らしです。

周囲の清掃と後片付けをしましょう。牛乳パックは完全燃焼して「灰」はほとんど出ませんし煙も出ません。

2-5. 食卓じゅんぴ(副食配布)(10)

早く炊きあがった人から班で食べる場所の設定をします。鉢輪炊飯は自分の食べるご飯作りですから、副食は本部で作ります。学校では給食のおかずが用意されますし、防災キャンプでは井物(中華井、すき焼き井)を用意して土鍋のご飯にかけます。

カレーは人参やジャガイモを煮るのに時間がかかるので火力の少ない献立をと考えます。

2-6. 食事・後片付け(30)

黙食で行います。自分作った鉢輪とご飯を炊いた土鍋は持ち帰ります。小学校の場合洗い場が密になるので土鍋は袋に入れて持ち帰ってから洗うようにします。

2-7. 振り返り

省略します。

3. その他付随のプログラム

公民館ではこれプラスカトラリーづくりをしています。学校では新聞紙を用いた「シータポン」を作ってそこに座ったりしています。