



# 户外用品

日本机会品类动向调查

调查报告书

2024年6月28日

报告主要数据来源：矢野研究所调查报告

Copyright © 2024 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有 © 2024 亚马逊



## 目录

### 01 户外用品 市场概况

### 02 各品类市场概况

- 2-1. 户外服装 5
- 2-2. 户外鞋类 7
- 2-3. 背包及相关包类 9
- 2-4. 帐篷及天幕类 11
- 2-5. 桌椅类 13

### 03 消费者调查

- 3-1. 户外服装 18
- 3-2. 户外鞋类 27
- 3-3. 背包及相关包类 33



# 01

## 户外用品

## 市场概况



- 户外服装

- 帐篷及天幕类

  - 燃料类

- 户外鞋类

  - 睡袋

- 桌椅类

- 背包及相关包类

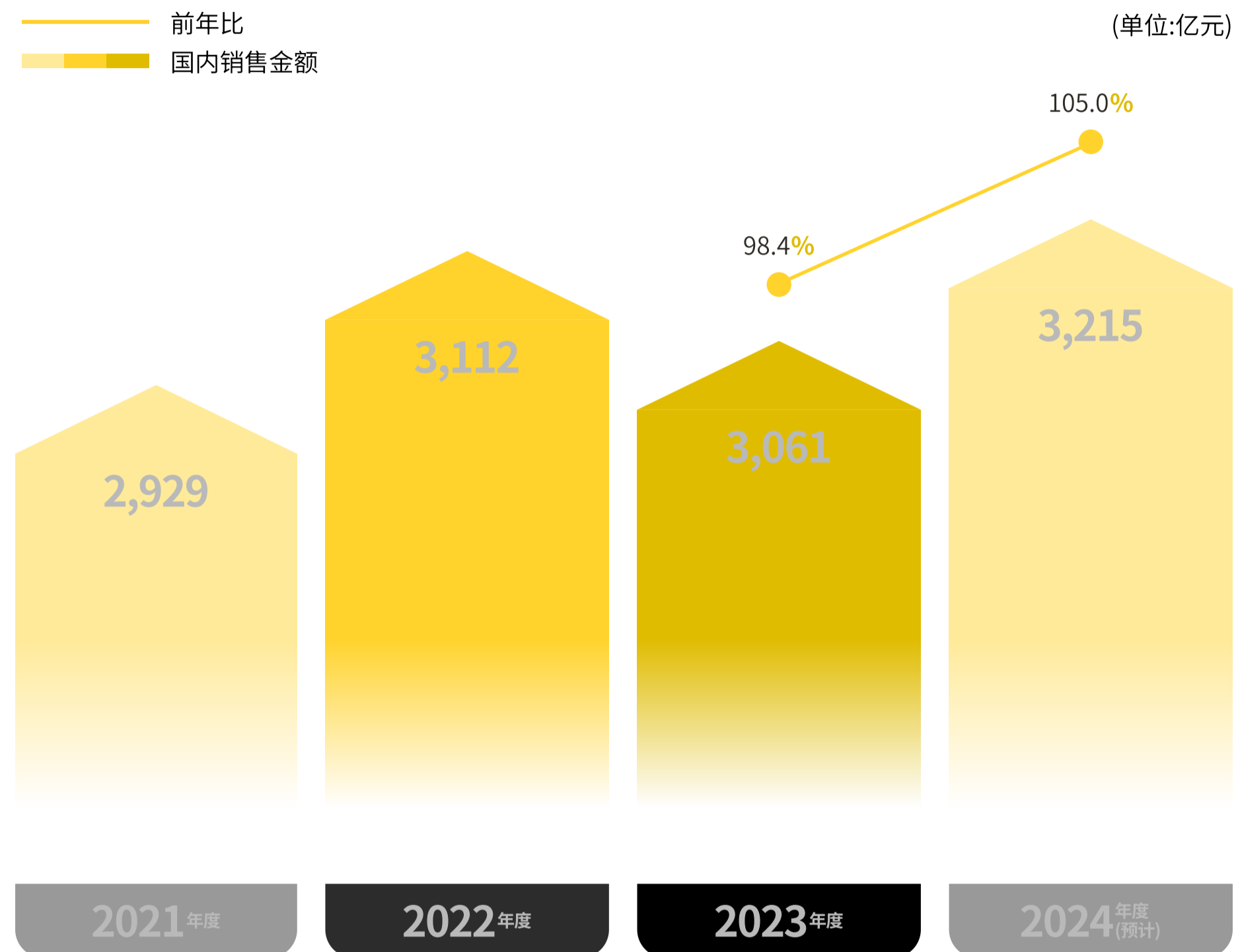
  - 照明器具类(如灯笼和灯具)及炊具、餐具类

  - 冷却器及水壶类

※粗体字为「2. 各品类 市场概况」(P4~)的分析对象项目

# 户外用品

## 市场趋势与整体概况



### 最新动向

#### 2024年国内销售金额预计比前一年增长5%

虽然2023年露营热潮已减退，整体市场缩小，但2024年露营用品的需求正在恢复，同时，户外服装作为日常穿着需求（日常使用和城市使用）也在不断增长，市场预计将会进一步扩大。

#### 即使不热衷户外活动的人也会选择的品牌

近年来，户外品牌不仅受到户外爱好者的喜爱，还被选为生活方式的时尚单品。针对商务、青少年、孕妇、第一产业和防灾等领域的产品研发正在进行，并积极向这些领域投入相关产品。

# 02

## 各品类

## 市场概况

- 户外服装
- 背包及相关包类
- 桌椅类
- 户外鞋类
- 帐篷及天幕类



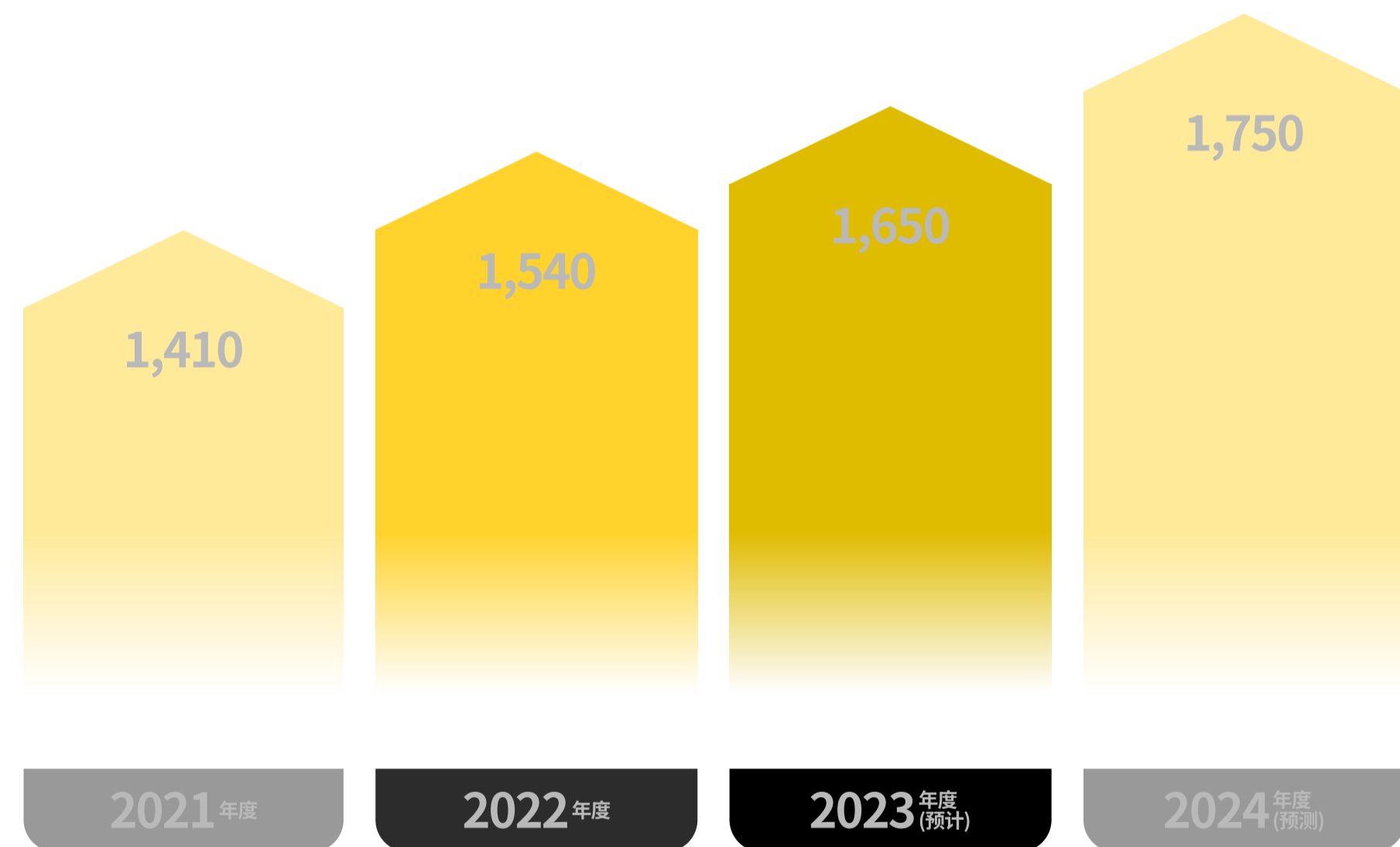
# 户外服装

## 市场趋势与整体概况

# 02

国内销售金额

(单位:亿元)



### 影响需求的要素

1. 户外活动（登山、露营）参与者的动向、暖冬（气候）的动向、工薪族等新兴势力的动向直接影响需求。
2. 露营热潮因疫情缓和而人气高涨，疫情结束后势头放缓，增添户外运动色彩的服装品牌受到追捧。
3. 优衣库、WORKMAN等低价户外服装的流行不可忽视。

### 主要顾客

1. 过去，以老年群体为主的登山者是主要目标顾客，随着日常生活中的需求扩大，年轻群体也开始接受户外服装。孕妇和孩子等特定群体的需求扩大也是保持受欢迎的原因之一。
2. 近年来，访日外国游客的需求也在增加，近期受日元贬值等影响，“始祖鸟”等海外人气品牌在日本广受欢迎，销量良好。

### 厂商动向

1. 拥有THE NORTH FACE品牌的“Goldwin”占据市场领先地位。第二名是Montbell，两家公司占据了50%以上的市场份额。
2. 除了带有THE NORTH FACE (TNF) LOGO的T恤产品，“Mountain Jacket”、“Denali Jacket”、“Nuptse Jacket”等外套系列深受欢迎。
3. 近年来，户外服装和日常服饰的界限变得模糊，两者逐步演变为无缝发展。



### 最新动向

#### 2023年较前一年增长7.1%

以日常生活需求为基础，旅行、登山、户外活动等需求不断恢复，入境旅游的全面复苏也成为利好因素。

#### 2024年预计较去年成长6.1%

日常穿着和城市使用已经得到普及，特别是购买群体扩大到了儿童和孕妇等，预计该市场仍将保持良好势头。

# 户外服装

## 日本潮流热门商品

本资料文中计价单位为日元

# 02

Source: <https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/NT32446>  
<https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/NAW72332>  
<https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/NP61800>  
<https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/ND92335>  
[https://webshop.montbell.jp/goods/dispatch.php?product\\_id=1101666](https://webshop.montbell.jp/goods/dispatch.php?product_id=1101666)  
<https://arcteryx.jp/products/konseal-hybrid-hoody-m>  
<https://arcteryx.jp/products/delta-1-2-zip-m>

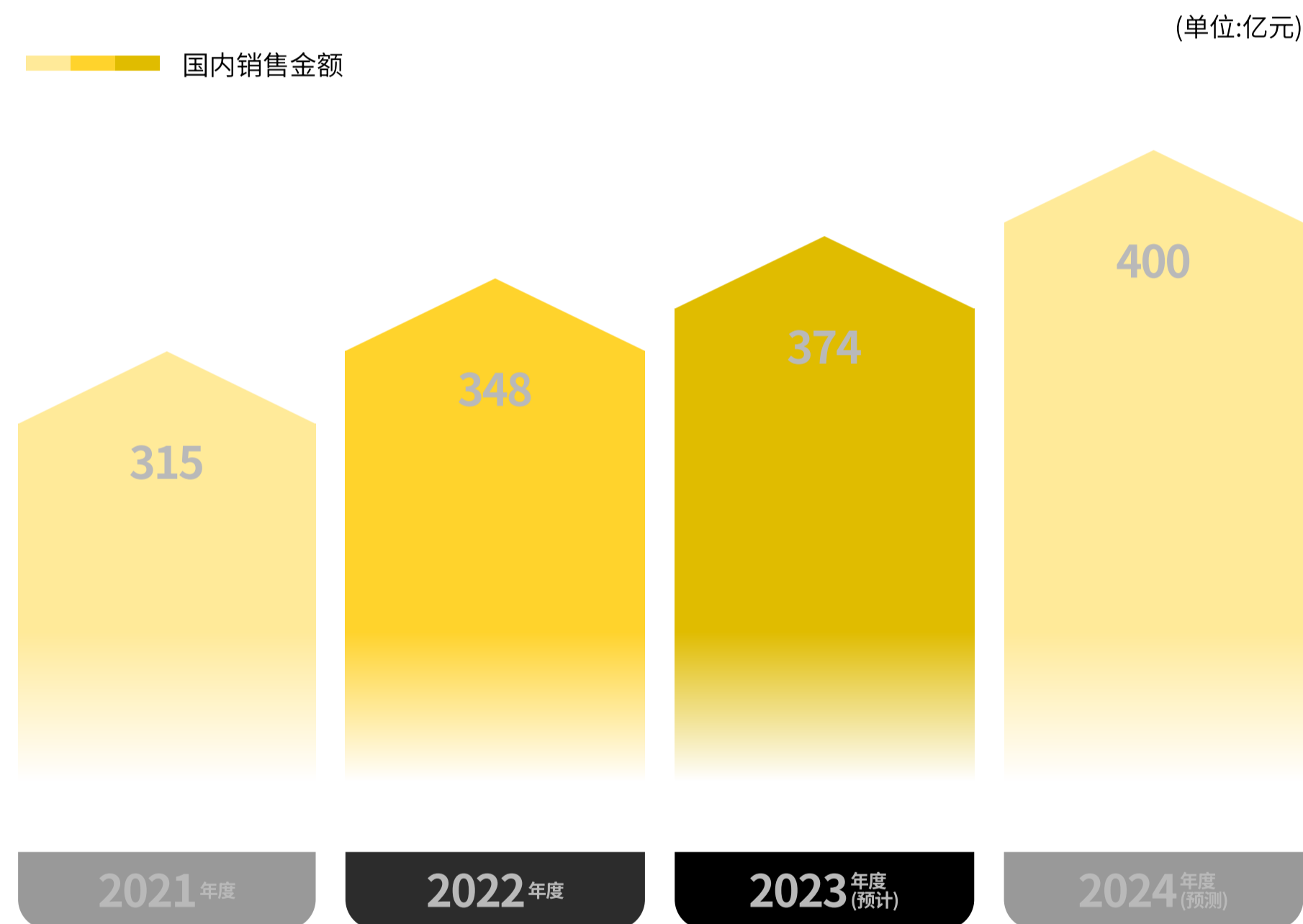
品名	LOGO T恤	山地夹克	Denali系列夹克	Nuptse系列夹克	Superior 羽绒圆领夹克	Superior 羽绒圆领夹克	KONSEAL 高性能连帽衫	DELTA 高性能前拉链套头衫
适用性别	UNISEX	MEN	WOMEN	MEN	MEN; WOMEN	MEN; WOMEN	MEN	MEN
可选尺码	S,M,L,XL	XS ~ XXL	M,L,XL	S,M,L,XL,XXL	XS、S、M、L、XL	XS、S、M、L、XL	S,M,L	S,M,L
可选颜色	灰色, 黑色, 白色, 靛蓝色	蓝色, 黑色, 棕色, 苔色	卡其色, 灰 色, 黑色	咖啡色, 粉色	蓝绿色、黑色、 深绿色等	蓝绿色、黑色 、深绿色等	冰蓝色, 深紫色, 黑色	冰蓝色, 深紫色, 黑 色
重量	N/A	810g	N/A	705g	165g	165g	260g	260g
适用场景	日常穿着	冬季登山, 滑雪等 秋冬季户外运动	日常穿着	各类户外活动, 日常穿着	户外贴身羽绒 服; 日常穿着	户外贴身羽绒 服; 日常穿着	登山, 攀岩, 徒步	登山, 攀岩
特色性能	快干, 柔软, 舒适	GORE-TEX材料	轻便却厚实, 气密性高	防水防静电 电防撕裂	材质轻盈, 优秀保温 性能, 防静电加工	材质轻盈, 优秀保温 性能, 防静电加工	保温透气, 防风轻便	舒适柔软, 透气保 暖, 经久耐用
价格	¥5,280	¥58,300	¥22,500	¥38,500	¥13,200	¥13,200	¥39,600	¥29,700

Outdoor. 户外用品

# 户外鞋类

## 市场趋势与整体概况

# 02



### 影响需求的要素

1. 以登山为主的户外活动参与者的人数增减对销售有很大影响。
2. 户外品牌的鞋款不仅在娱乐场合受欢迎，也在商务场合和休闲场合中被广泛接受。
3. 日常生活中突如其来的暴雨、大雪、路面结冰等情况，使得防水性强、保温性好和防滑外底的鞋款得以派上用场。

### 主要顾客

1. 在登山、徒步等户外场合穿着的户外参与者当中，老年群体被认为是户外鞋类的主要客户。
2. 在需要行走泥泞地面的露营等活动中，防水性强和长时间穿着不易闷热的户外品牌鞋款会发挥重要作用。
3. 不仅在户外专业店，普通鞋店和精选店铺中的户外鞋类销售渠道也在扩大。

### 厂商动向

1. 以登山鞋和徒步鞋为主的Montbell拥有最高市场份额。尽管价格不断上涨，Montbell凭借其高性价比在零售商和用户中获得高度支持。
2. Columbia的“HAWTHORNE（霍桑）”系列等具有防水功能的商品备受关注。
3. 传统上，踩鞋跟并不是正确的穿鞋方式，但通过采用弹性鞋面技术等方式提升了鞋跟的贴合感，不再需要鞋跟芯的鞋款在不断增加。



### 最新动向

#### 2023年较前一年增长7.5%

随着登山需求的恢复，以及日常生活需求的稳步增长，户外鞋类市场整体表现良好。然而，商品价格的上涨对销售的影响仍是一个挑战。

#### 2024年预计较去年成长7%

尽管购买频率下降，但随着产品单价上升，市场规模仍保持同比增长。受日元贬值的影响，需密切关注产品价格上涨的趋势。

# 户外用鞋

## 02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。

### 日本选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

Source: <https://www.columbiasports.co.jp/shop/ehawthorn/>  
<https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/NF52357>  
<https://www.keenfootwear.jp/products/mens-hoodmoc-hs-dark-olive-timberwolf>

### COLUMBIA

在运动鞋中具有防水功能的产品曾经并不常见，但最近却引人注目。COLUMBIA的“HAWTHORNE”系列便是以防水为主打功能的热门产品系列之一。



在COLUMBIA独有的防水透湿科技「OMNI-TECH」加下，“HAWTHORNE”系列兼集功能和设计于一体，并以其高性价比成为消费者可无需担心天气每天使用的热门系列产品之一

### COLUMBIA HAWTHORNE系列



¥14,300

¥14,300

¥11,000

¥11,000

¥14,300

## 方便穿脱 伸缩性好

在户外需要穿脱鞋子的场景非常多，为了方便消费者穿脱鞋，通过采用伸缩性好的鞋面等来改善合脚程度，因而不需要鞋跟芯的鞋子的数量在逐渐增加。

“鞋跟可以踩下去”的鞋子作为一种新趋势，已成为最近的热门话题。



### THE NORTH FACE Stratum PIKA

¥16,830

是考虑了水陆两栖活动的两用鞋。鞋跟可以折叠，旨在提高放松场合和运动时两方的舒适度。



### KEEN HOODMOC

¥18,150

采用转换式设计，可以通过折叠鞋跟来当作可以一脚蹬的拖鞋来穿，适用于从露营到日常使用的各种用途。

# 背包及相关包类

## 02

### 市场趋势与整体概况

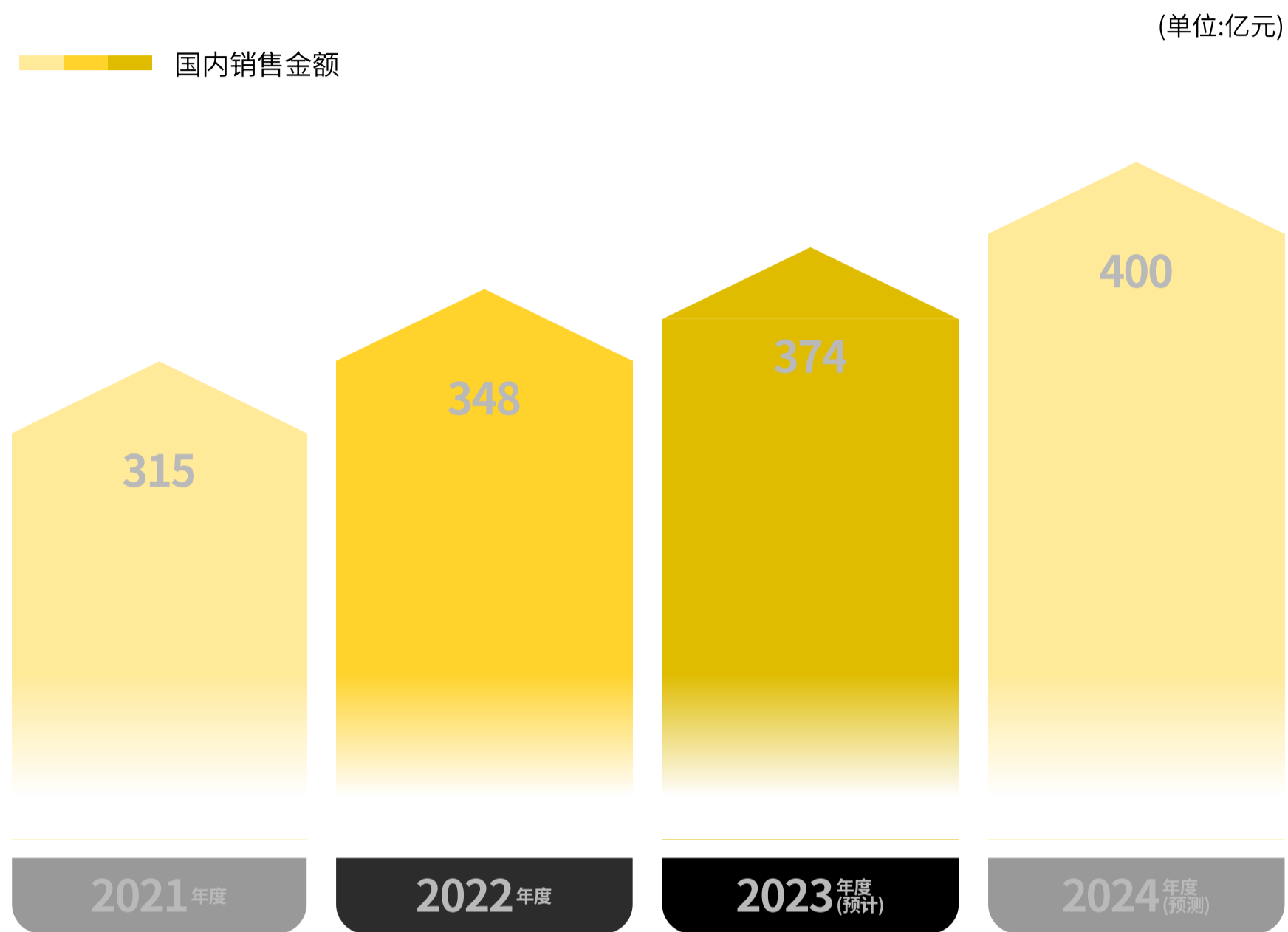
#### 最新动向

#### 2023年较前一年增长9.6%

随着日常生活需求和旅行需要的复苏，以及包括富士山在内的登山者数量的增加，促进了登山用背包的需求恢复。

#### 2024年预计较去年成长5%

在生活方式方面，普通服装品牌的休闲包和商务包的界限也在逐渐淡化，用户在购买时也会考虑户外品牌。户外品牌也扩展了面向商务的产品线。



#### 影响需求的要素

- 随着登山难度的增加，从容量和性能的角度来看，背包装备的重要性逐渐提升。因此，登山者的人数对户外背包的需求有重大影响，是需求趋势的重要指标。
- 由于商务手提包逐渐被商务双肩包所取代，户外品牌的背包需求也随之增加。

#### 主要顾客

- 由于这些装备主要在登山和徒步等户外活动中使用，因此户外活动参与者是主要客户群体。具体来看，老年群体占据了较高的比例。
- 通过将登山背包的技术和材料应用到其他背包中，使得这类背包不仅具备耐久性，还能够在恶劣天气条件下使用。随着日常使用和旅行需求的增加，10到39岁的用户也在不断增加。

#### 厂商动向

- 从登山到日常生活的多方面需求来看，Columbia占据了最高的市场份额。
- 在背包及相关包类中，容量在25公升左右的“日用背包”产品销售表现良好。
- The North Face的经典日用背包“Fuse Box II”在中学生及20多岁的年轻群体中备受欢迎，成为畅销型号。在商务包当中，The North Face的“Shuttle”和ARCTERYX的“Blade”是这个品类的代表。



Outdoor: 户外用品

# 背包及相关包类

## 02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与您参考设计当地消费者会喜爱的新品。

Source: <https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/NM82255>  
[https://www.gregory.jp/item/detail/TAILMATEXS\\_F50\\_1/1041](https://www.gregory.jp/item/detail/TAILMATEXS_F50_1/1041)  
[https://www.gregory.jp/item/detail/CLASSICSACOCHEM\\_E83\\_1/0440](https://www.gregory.jp/item/detail/CLASSICSACOCHEM_E83_1/0440)  
<https://www.goldwin.co.jp/ap/item/i/m/NM82329>  
<https://www.mammut.jp/items/2510-03911>  
<https://www.millet.jp/c/products/MIS0696>

### 日本选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元



#### THE NORTH FACE Fuse Box Series

~¥20,900 / H46×W33×D15cm / 30L  
丰富的颜色选择与易于使用的大容量构造

THE NORTH FACE的经典包型，是在中学生和20多岁的年轻一代中深受欢迎的长期热销产品。如果包括合作款和限量款的话，它常年有10种以上的颜色选择，使消费者可以随意选择自己喜欢的颜色。并且由于它有30升的容量，非常方便收纳学校用品和运动服，因而在年轻人中很受好评。



#### GREGORY SACOCHE

¥6,600 / H20×W27cm / 2L  
做工结实+超高收纳力

面料轻薄，可收纳外出时的必要小物品的小型单肩包也是受欢迎的产品。不止传统户外品牌，时尚品牌也在接连推出相应的新款。

挂在胸前使用的腰包也很受欢迎，各大制造商都在扩大其相应的产品阵容。



#### GREGORY TAILMATE

¥9,900 / H13.5×W31.5×D10.5cm / 3.5L  
不管是城市使用还是户外散步都合适，存放随身必需品很方便的小包。



#### THE NORTH FACE Shuttle Daypack

~¥28,600 / H46×W29×D18cm / 24L  
重量·材料：980g;1050D尼龙



#### MILEET EXP 20+ SERIES

¥19,800 / H46×W25×D10~18cm / 20+8L  
重量·材料：890g;210D尼龙



#### MAMMUT SEON SERIES

~¥22,500 / H46.7×W30.5×D14.5cm / 25L  
重量·材料：990g;聚酰胺+尼龙

许多厂商都在加强兼具商务包功能的产品阵容。通过运用在开发登山包过程中研究出的科技与材料，使得这类包除了更耐用之外，在恶劣天气下也能放心使用，因此来自上班族的需求正在稳步增加。

# 帐篷及天幕类

## 02

### 市场趋势与整体概况

#### 最新动向

#### 入门级用户的急剧增加促进市场扩大。

受新冠疫情的影响，露营热潮维持了稳定的需求，尤其在疫情期间，露营的爆火使得入门级用户迅速增加。

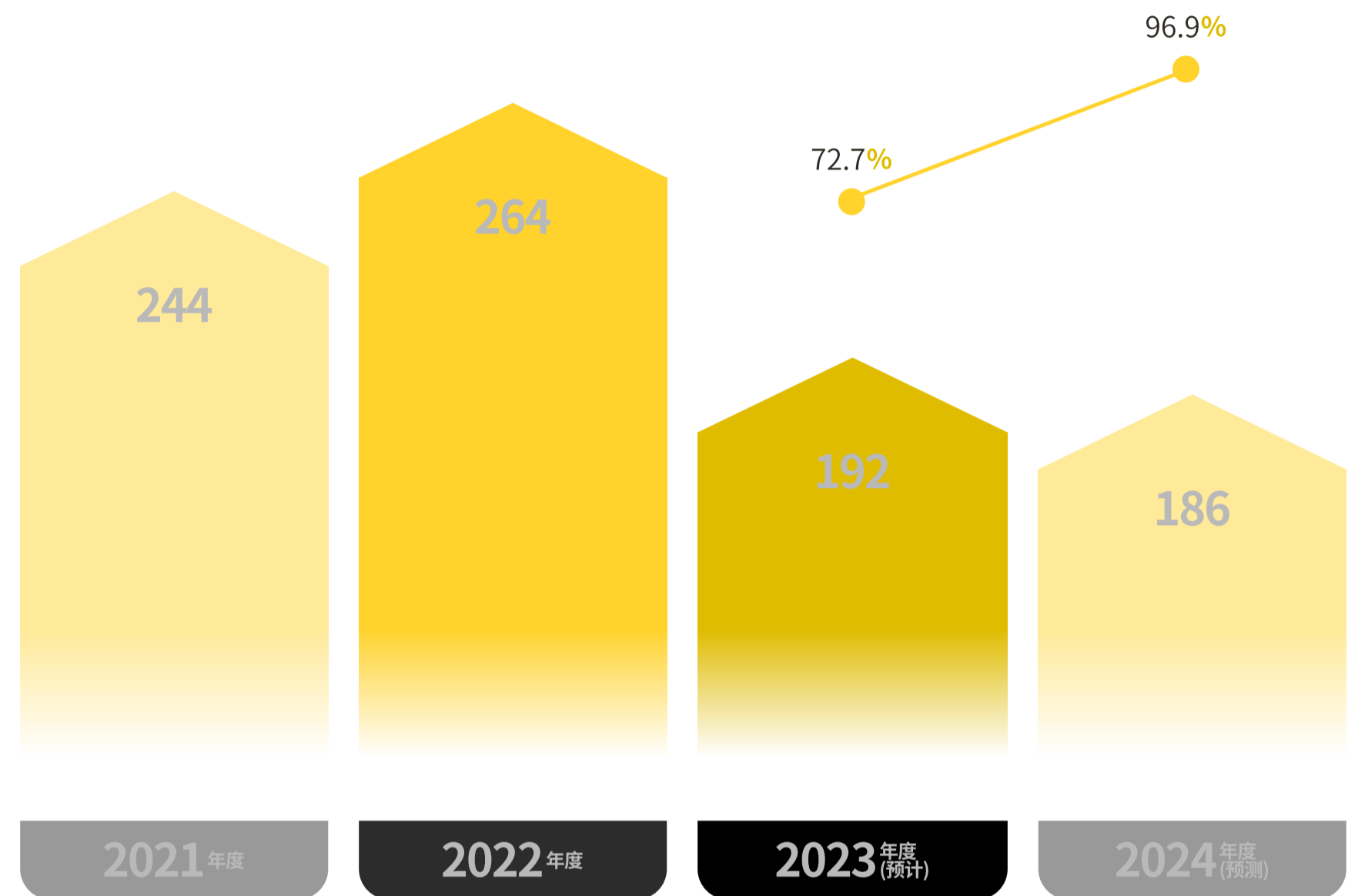
#### 2024年预计为去年的96.9%

登山用途相关的产品销售随着登山者数量的恢复保持稳健增长。尽管露营需求有所下降，随着库存逐渐被消化，订单预计会逐步回升。



前年比  
国内出货

(单位:亿元)



#### 影响需求的要素

1. 登山需求持续稳固，露营需求趋势将左右该品类市场。
2. 作为露营基本装备之一，帐篷及天幕类受到入门级用户影响趋势较大。实际上，在新冠疫情期间，入门级用户急剧增加，2020年的特别定额津贴推动了购买行为。

#### 主要顾客

1. 登山者和户外休闲爱好者（如露营和烧烤等）是主要的用户群体。在登山者中，使用帐篷和天幕类等装备通常被视为相对高级的用户，需求量虽小但稳定。
2. 露营爱好者主要集中在30到40多岁的人群，以带孩子的家庭为主，但随着50到60多岁夫妇和20多岁团体的加入，参与露营的年龄层逐渐扩大。

#### 厂商动向

1. Snow Peak占据最大市场份额，位列第二的Coleman与Snow Peak两家公司的市场份额总和超过50%。
2. 近几年，夏季酷热导致人们对遮阳率的关注度增加。Coleman推出了搭载“暗室技术”、可遮挡90%以上太阳光线、抑制室内温度上升的帐篷，销售情况良好。
3. 随着“单人露营”的流行，1~2人用的小型帐篷需求稳定。类似Montbell的山岳帐篷也被认为是市场上销售表现良好的产品。



Coleman

snow peak

Coleman与Snow Peak 两家公司的市场份额总和超过 50%

# 户外帐篷

## 日本选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

# 02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与您参考设计当地消费者会喜爱的新品。

Source: <https://ec.coleman.co.jp/category/513/2208860.html>  
<https://ec.coleman.co.jp/category/513/2000036446.html>  
<https://ec.coleman.co.jp/category/513/2000039087.html>  
[https://webshop.montbell.jp/goods/dispatch.php?product\\_id=1122648](https://webshop.montbell.jp/goods/dispatch.php?product_id=1122648)  
<https://www.montbell.jp/generalpage/dispatch.php?id=396>

### Coleman

过去几年的夏天都非常炎热，使得在露营地难以入睡的户外爱好者大幅增加。防高温是和防虫并列的，夏季野营最大的难题，因此露营爱好者对能解决这类问题的商品非常关心。



COLEMAN推出的配备“暗室科技”的帐篷销售强劲，该技术据称可阻挡90%以上的阳光并显著抑制帐篷内温度上升。

### COLEMAN DARK ROOM TECHNOLOGY系列



¥ 11,800



¥ 12,980



¥ 54,780

## 耐火 防热

自从燃烧篝火作为享受露营的一种方式蓬勃发展以来，耐火花的棉质帐篷越来越受欢迎。此外，作为设计巧思的一环，配有风扇作为防热措施的帐篷，以及带有插座的帐篷（可用于在专业露营地）等，也非常受欢迎。



### MONTBELL Stellaridge Series

¥ 35,200 (本体) / ¥ 17,600 (防雨布) / 春~冬  
由于它重量轻且收纳后不占地方，可以放进一个人也能单独携带的行李中，这样即使露营者没有私家车也可以露营，因此非常受独自露营者的欢迎。

除了常规露营用品制造商生产的小型帐篷外，MONTBELL等厂商生产的山地帐篷也表现良好。

# 桌椅类

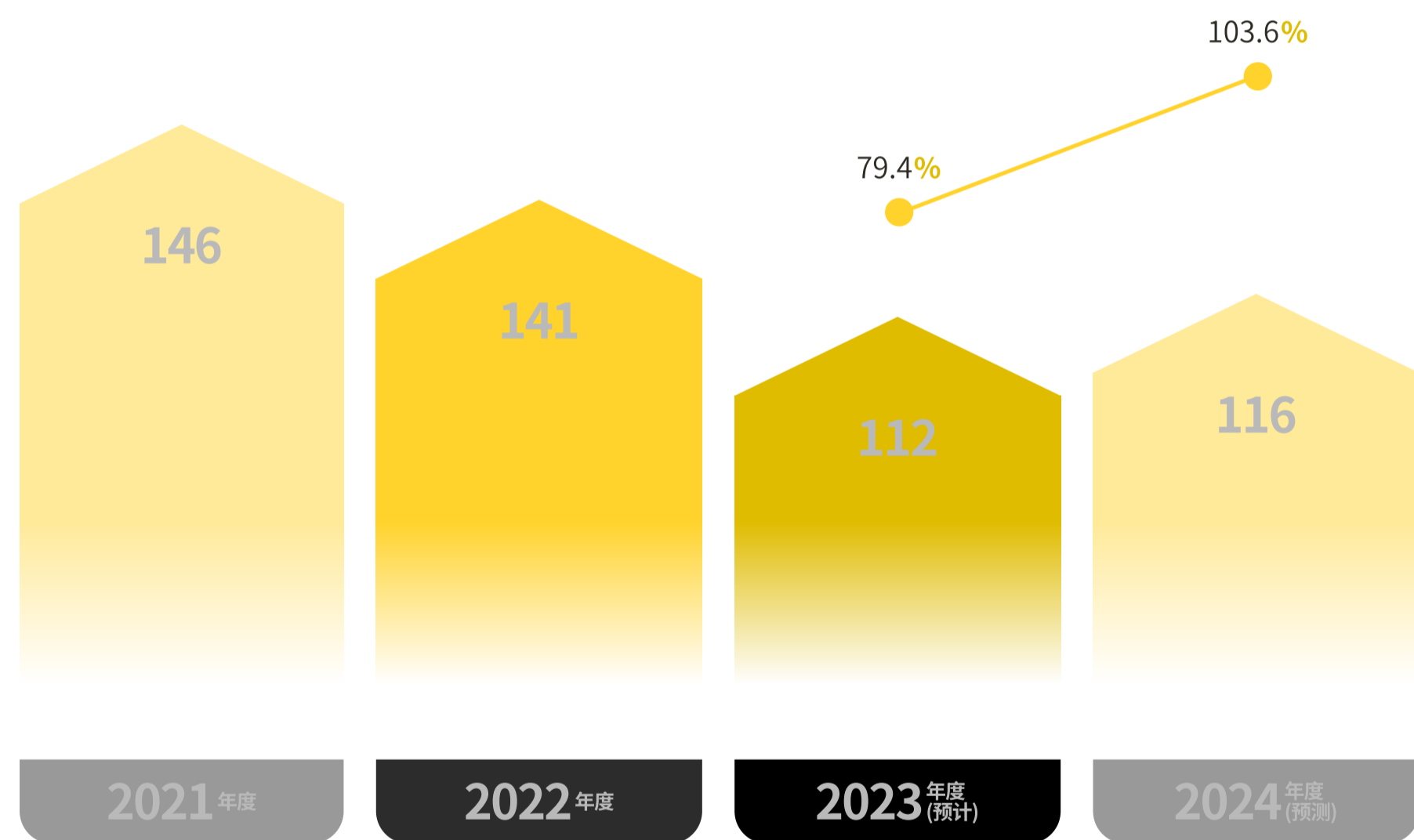
## 市场趋势与整体概况

# 02



前年比  
国内销售金额

(单位:亿元)



## 影响需求的要素

1. 在新冠疫情期间,出现了“椅子聚会”等流行活动。露营和户外活动的动向是最重要的影响因素。
2. 除了受到露营趋势的影响,运动会、节庆和户外音乐节等户外活动也会影响需求。实际上在新冠疫情期间,尽管露营需求增加,但由于各类活动取消,市场整体呈现缩小趋势。

## 主要顾客

1. 露营和烧烤等户外用餐时必备的物品。通常被视为首要购买的物品,入门级用户所占比例较高。
2. 活动需求不仅来自于普通参与者,还来自于参展公司和团体等。户外活动包括野外音乐节、展会、节庆等,遍布日本各地,是客户群体。

## 厂商动向

1. 拥有Coleman品牌的“Newell Brands Japan”占据市场的领先地位。Newell Brands Japan通过销售以露营需求为中心的产品,以其广泛的销售渠道和高性价比著称。此外,即使是不爱户外的人也对“Coleman”品牌有较高的认知度。
2. 近年来,随着单人露营者的增加,单人用桌子等小型商品的需求也在增加,同时由于篝火的流行,矮桌的需求也在扩大。

### 最新动向

## 人们开始在家中使用的桌椅等户外家具

户外活动以外的用途扩大。在新冠疫情期间,创造出了“户外生活”和“阳台露营”等需求。商品住宅房地产商也将“户外”作为一种生活方式来提倡。

## 2024年预计较去年成长3.6%

虽然2023年露营热潮有所消退,市场规模缩小,但预计2024年各类活动陆续举办,市场规模有望超过2023年。

户外用品

# 户外桌椅

## 02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。

### 日本选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

#### Coleman

桌子和椅子是露营或烧烤等户外野炊时的必备物品，从注重设计的时髦到强调便携性的可折叠式商品，市场上各类商品种类繁多。



最近即使在非户外人群中「Coleman」的认知度也很高，成为品牌的一大优势。

### 方便收纳 不占空间



¥7,480



¥12,980



¥7,590

# 03

## 消费者

## 调查

- 户外服装
- 户外鞋类
- 背包及相关包类



Outdoor Products

# 消费者调查报告

03

	男性	女性
20 ~ 29岁	120	120
30 ~ 39岁	120	120
40 ~ 49岁	120	120
50 ~ 59岁	120	120
60 ~ 69岁	120	120
共计	1200份	



## 调查概要

### 调查方法

互联网消费者监测调查

### 调查对象

符合以下2点的20岁到69岁男性/女性

- 最近1年有穿戴户外服装、鞋子和包的人
- 最近1年有购买户外服装、鞋子和包的人(仅限新品)

### 回收问卷数量 (共有3类)

共计1,200 (针对性别/年龄平均分配)

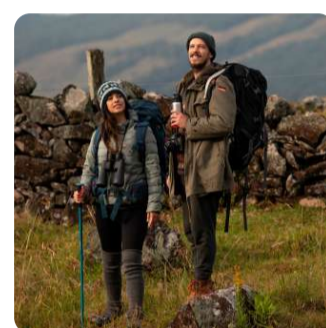
# 户外用品的用途

# 03

## 户外服装



**39%**  
露营/BBQ



**35.5%**  
徒步旅行/郊游

## 户外鞋类



**39%**  
露营/BBQ



**35.8%**  
徒步旅行/郊游

## 背包及相关包类



**40%**  
露营/BBQ



**32.5%**  
徒步旅行/郊游

## 户外服饰类 / 选择人群分类

**20~49岁**  
露营/BBQ



**50岁以后**  
徒步旅行/郊游

**1500万日元以上**  
徒步旅行/郊游

## 户外服装

- “露营/BBQ”回答人数最多，达38.8%，
- “徒步旅行/郊游”35.5%
- 20岁-49岁回答最多的是“露营/BBQ”
- 50岁以后回答最多的是“徒步旅行/郊游”
- 此外，家庭年收入在1500万日元以上的群体，选择“徒步旅行/郊游”的回答也很多。

## 户外鞋类

- 徒步旅行/郊游”回答人数最多，占比39%，
- 其次是35.8%的“露营/BBQ”。

## 背包及相关包类

- “露营/BBQ”回答人数最多，达40%
- 其次是“徒步旅行/郊游”32.5%。

# 用途与想购买的品牌

如果在以下类别中 不知名但性价比很高的品牌 排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

## 03 户外服装

### 用途

在“登山”和“徒步旅行/郊游”中，外套类（夹克、羽绒服、防雨服）的比例较高，而在“露营/BBQ”中，衬衫、T恤、针织衫的比例更高。

### 想购买的品牌



#### 羽绒和棉衣

整体上，“不知名但性价比高的品牌”占据首位  
男性偏好Columbia，女性偏好“不知名但性价比高的品牌”



#### T恤和针织衫

Montbell占据最高市场份额，  
其次是“不知名但性价比高的品牌”  
ARC'TERYX近年人气迅速上升



#### 夹克

Montbell占据最高市场份额，其次是The North Face和“不知名但性价比高的品牌”  
男女之间都偏好Montbell，年轻人中The North Face很受欢迎。



#### 裤子和短裤

男性和收入在“~400万日元”范围内的人群中，  
更多支持“不知名但性价比高的品牌”



#### 运动衫和卫衣

Adidas占据最高市场份额，男女均受欢迎  
女性和20多岁人群中Patagonia很受欢迎



#### 防雨服

Montbell占据最高市场份额，其次是“不知名但性价比高的品牌”  
Montbell在各个属性（性别、年龄、家庭年收入）中都获得支持  
家庭年收入“~400万日元”范围内，Workman占据最高市场份额



#### 内衣

Montbell占据最高市场份额，其次是“不知名但性价比高的品牌”，之后是Workman



#### 抓绒服

品牌较为均衡，Columbia占据最高市场份额，其次是Coleman、Patagonia、The North Face和Adidas  
男性偏好Coleman，女性偏好The North Face。

# 想购买的产品设计

## 03 户外服装

### 设计分类



**内衣、T恤、针织衫、衬衫、裤子和短裤**  
简单而沉稳的设计比例较高。



**防雨服**  
花哨而明亮的设计比例较高。



**上衣和外套**  
不过于花哨、也过于简单的设计比例较高。



**夹克、运动衫、卫衣**  
不过于花哨、也过于简单的设计比例较高。



# 想购买的产品颜色

## 03 户外服装

### 整体偏好

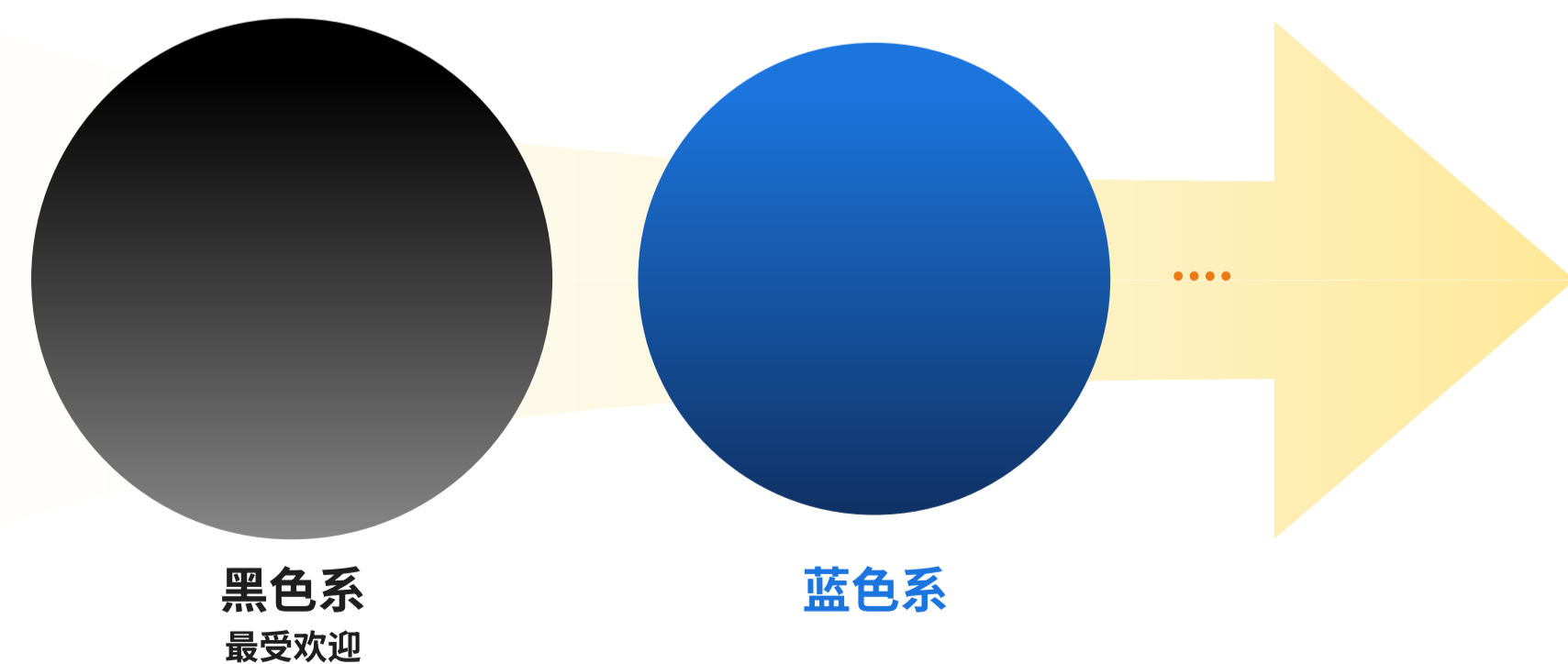
- 黑色系最受欢迎，其次是蓝色系。
- 部分消费者不特别在意颜色，T恤和针织衫中这一比例为24.6%。

### 各品类偏好

- 防雨服：60多岁人群偏好红色系。
- 抓绒衣：红色系整体最受欢迎。男性偏好红色系，女性没有明显偏好。
- 衬衫：蓝色系最受欢迎。

### 年龄偏好

- 50多岁：对颜色没有特别偏好。
- 60多岁：偏好红色系。



### 整体偏好



**24.6%**  
T恤和针织衫  
不特别在意颜色

### 品类偏好



**60多岁**  
防雨服  
偏好红色系

### 品类偏好



**男性**  
抓绒衣  
红色系整体最受欢迎  
(女性没有明显偏好)

### 品类偏好



**蓝色系**  
衬衫  
蓝色系最受欢迎

# 想购买的产品预算

## 03 户外服装

### 概况

- 外套类预算多在20,000日元以上，
- T恤类约八成预算在20,000日元以下。



### 具体品类预算



#### 羽绒和棉衣



20,000~29,999日元占比最高，  
女性预算高于男性



#### T恤和针织衫



4,999日元以下占比最高，  
年龄越大预算越高。



#### 夹克



多数人未决定具体预算



#### 裤子和短裤



5,000~9,999日元占比最高，  
男女趋势相同。



#### 运动衫和卫衣



5,000~9,999日元占比最高。



#### 防雨服



10,000~19,999日元占比最高，  
年龄越大预算越低



#### 内衣



5,000~9,999日元占比最高，女性预算偏低，男性在5,000~9,999日元和10,000~19,999日元的预算比例相同。



#### 抓绒服



10,000~19,999日元占比最高



#### 衬衫



5,000~9,999日元和10,000~19,999日元占比相同，  
女性预算高于男性

# 03 户外服装

## 想购买的产品面料



### 整体趋势

“无特别偏好”的比例较高。

### 具体品类材料偏好



#### 防雨服

整体上“GORE-TEX”的占比最高，20多岁的人群偏好“聚酯纤维”，无特别偏好”的比例也较高。



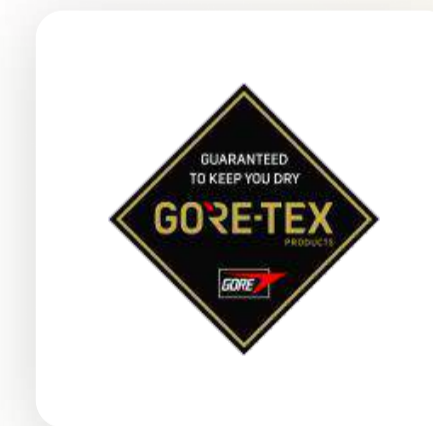
#### 运动衫和卫衣

整体上“无特别偏好”的比例最高，60多岁的人群偏好“GORE-TEX”。



#### T恤和针织衫

偏好棉质材料。



**GORE-TEX**  
人气品牌

# 消费者重视的性能

## 03 户外服装



防寒保暖性



轻量性



防水透湿性



防水性



吸汗速干吸湿性



弹性



UV防护



耐久性



### 羽绒服



最重视：防寒保暖性



其次：轻量性、防水透湿性、防水性、吸汗速干吸湿性



### 夹克



最重视：防寒保暖性



其次：防水透湿性、轻量性、耐久性



### 防雨服



最重视：防水透湿性



其次：轻量性



### 抓绒服



最重视：防寒保暖性



其次：耐久性、防水透湿性、防水性、吸汗速干吸湿性



### 运动衫和帽衫



最重视：防寒保暖性



其次：吸汗速干吸湿性、轻量性



### T恤和针织衫



最重视：吸汗速干吸湿性



其次：弹性、轻量性、UV防护



### 衬衫



最重视：吸汗速干吸湿性



其次：轻量性、防寒保暖性、防水性



### 裤子和短裤



最重视：弹性



其次：吸汗速干吸湿性、轻量性、防水透湿性、防水性



### 内衣



最重视：吸汗速干吸湿性



其次：防寒保暖性、弹性、耐久性

# 影响消费者购买的因素

## 03 户外服装



### 羽绒和中空纤维填充物

- 最重视: 价格、设计
- 其次: 品牌、功能/性能、衣物材料



### 夹克

- 最重视: 设计
- 其次: 功能/性能、颜色



### 防雨服

- 最重视: 功能/性能
- 其次: 价格、设计、衣物材料



### 抓绒服

- 最重视: 价格、设计
- 其次: 品牌



### 运动衫和帽衫

- 最重视: 设计
- 其次: 价格、颜色、功能/性能



### T恤和针织衫

- 最重视: 价格
- 其次: 设计



### 衬衫

- 最重视: 功能/性能
- 其次: 价格、衣物材料、设计、颜色



### 裤子和短裤

- 最重视: 功能/性能
- 其次: 设计、价格



### 内衣

- 最重视: 功能/性能
- 其次: 价格、衣物材料

# 消费者的使用与购买频率、 网上购买的理由以及获取信息的来源

## 03 户外服装

### 使用与购买频率

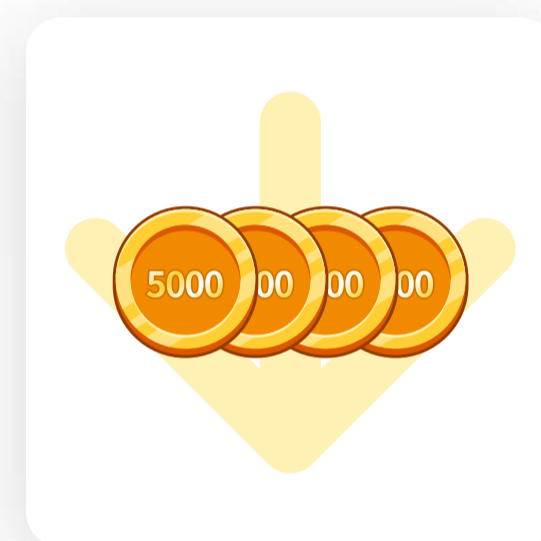
- “每年几次”的使用频率占比最大。近年来，户外服装街头穿着增加，使用频率较往年有所增加。
- “每年1次左右”被认为是主要购买频率。

### 网上购买的理由

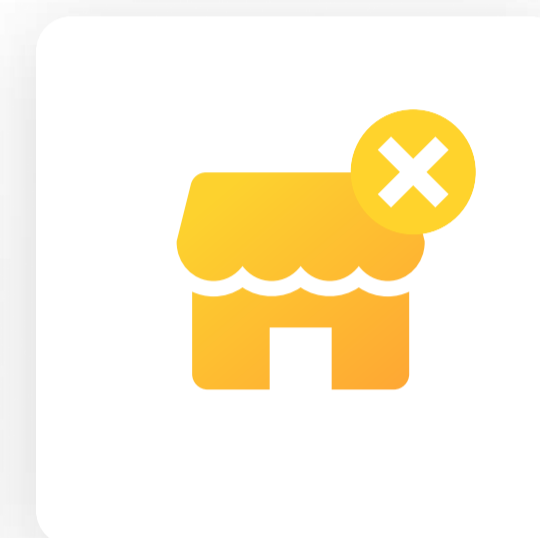
- 在线购买的理由中，“便宜”占最多。价格优势被认为是在线购物的最大魅力。
- 性别差异：男性“便宜”（30.1%）比例最高，女性“因为不知道附近有可以购买的实体店”（25.0%）比例最高。
- Amazon的“便宜”回答占4成。“乐天市场”的“因为有积分回馈”的理由较多。

### 获取信息的来源

- 有关户外服装的信息主要从SNS获取的用户（33.0%）占最大比例。特别是20多和30多岁的用户倾向于从SNS中获取商品信息。这种趋势在户外鞋和包中也同样存在。



**30.1%**  
男性消费者  
便宜



**25.0%**  
女性消费者  
没有实体店

# 关于想购买的产品评论



## 03 户外服装

紧凑的设计。

能装下所有物品的衣服。

不闷热，有防水性且速干的性能。

1. 希望有带防水功能的羽绒夹克等。
2. 配有冷暖双功能的衣服。
3. 如果有很多口袋会很高兴。
4. 具有防虫功能的面料。
5. 夏季用的登山袜。

希望有更多女性觉得可爱的设计，价格便宜。

全素主义者适用的产品。在日本很少见，所以总是在海外购买。

一年四季都能穿的羽绒服。

想要有更多内袋的衣服。

斗篷的种类太少了。

轻便的衣物。

### 高亮评论

- 具有防虫功能的面料。
- 夏季用的登山袜。
- 透气性好，不会产生异味的衣物。
- 防虫的衬衫。
- 适合矮个子的人。
- 希望有可折叠成小体积的衣物。
- 将男装直接改为女装的衣物。

# 户外鞋的用途、类型及品牌

## 03 户外鞋类

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

### 用途

- 根据性别划分，男女都以“徒步旅行/郊游”为最主要的用途。
- 根据家庭年收入划分，高收入家庭则更多购买用于“露营/BBQ”的用品，而低收入群体则更多关注“徒步旅行/郊游”的用品。

### 想购买的类型 / 用途



#### 登山

最多人想要购买的是“高筒登山靴”。



#### 徒步旅行

最多人想要购买的是“中筒登山靴”。



#### 露营/BBQ

最多人想要购买的是“运动鞋”。

### 想购买的品牌



#### 登山靴

登山靴方面，Montbell和Columbia的人气很高。有20%的人希望购买“不知名但性价比高的品牌”。



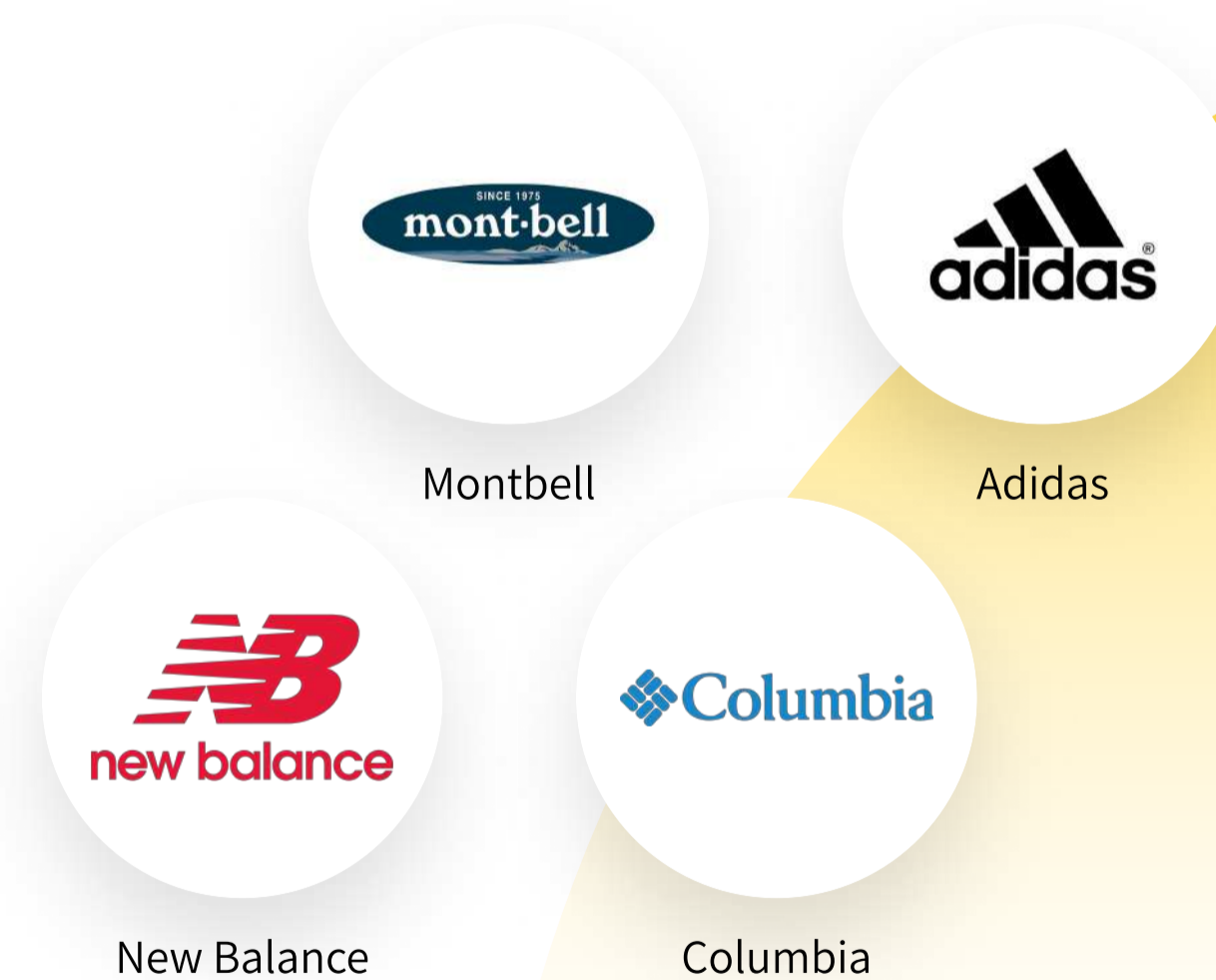
#### 越野跑鞋

越野跑鞋方面，Adidas的人气最高，达到30.2%。



#### 户外休闲运动鞋

户外休闲运动鞋方面，Adidas以半数的人气遥遥领先，其次是New Balance。



### 人气品牌

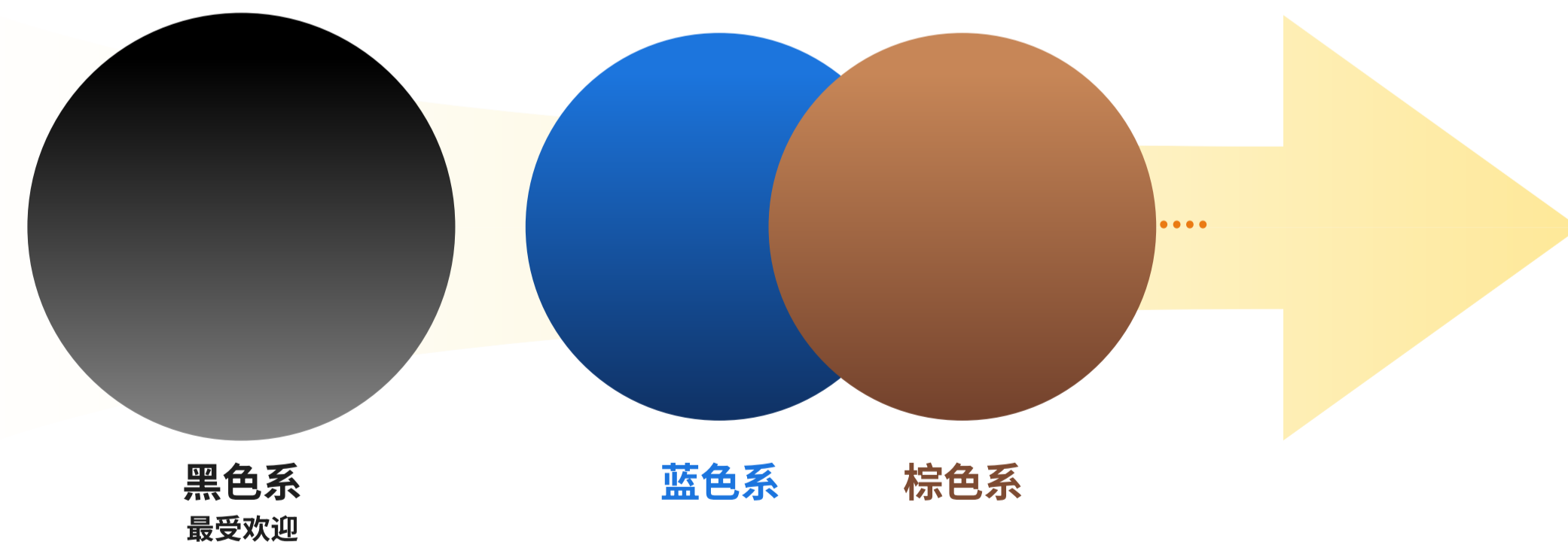
# 想购买的产品设计、颜色与预算

## 03 户外鞋类

### 想购买的产品设计

- 总体上“简单而稳重的设计”和“不过于花哨、也不过于简单的设计”最受欢迎。
- 喜欢花哨设计的用户很少。

### 想购买的产品颜色



### 购买预算

\*图标每5000日元为一个单位



#### 登山靴



预算大致在10000日元以上，预算范围很广。



#### 高筒登山靴



男性多为“10000~14999日元”，女性多为“20000~29999日元”



#### 中筒登山靴



大多数人预算为“15000~19999日元”。



#### 运动鞋



大多数人预算为“5000~14999日元”。

# 想购买的产品鞋面、鞋底材质以及鞋带类型

## 03 户外鞋类



### 鞋面材质

#### 登山靴



- GORE-TEX以及其他鞋子中的“网状”材质最受用户青睐。
- 高筒登山靴最受欢迎的是“GORE-TEX”材质。
- 中筒登山靴则是“GORE-TEX”和“合成皮革”材质最多。
- 低筒登山靴对“GORE-TEX”材质的需求最大。



#### 越野跑鞋

- 用户普遍希望使用“网状”材质。



#### 运动鞋

- “网状”材质也是最受欢迎的。

### 鞋面材质



#### 鞋带

- 整体来看，用户更偏好“一般的鞋带”。
- 其次，很多用户喜欢“免系鞋带”。

### 鞋底材质

#### 鞋底

- 对于任何类型的鞋子，大多数用户表示不太在意“鞋底材质”。
- 在意鞋底材质的用户中，“橡胶”材质最受欢迎。



# 消费者重视的功能及购买时重视的要素

## 03 户外鞋类

重视功能



舒适性



安全性



防水透湿性



耐久性



轻量性

重视要素



价格



功能



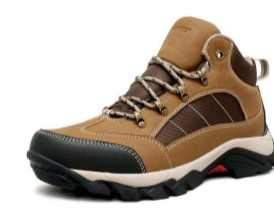
设计

### 重视的功能



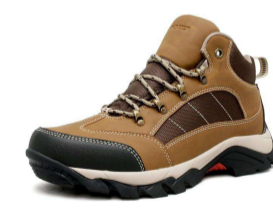
#### 高筒登山靴

最重视的功能是“安全性”超过40%的用户选择了这一项。其次“耐久性”占23.2% 第三“透气·防水性”



#### 中筒登山靴

最重视的功能是“安全性”。第二是“防水·透湿性”，第三是“耐久性”



#### 低筒登山靴

与高筒登山靴相同，“安全性”是最多用户重视的功能



#### 越野跑鞋

最重视的要素是“轻便性”和“舒适性”



#### 运动鞋

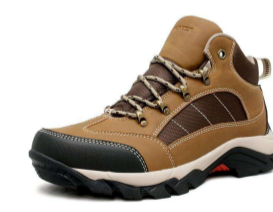
最重视的要素依次是“轻便性”、“舒适性”、“安全性”

### 重视的要素



#### 高筒登山靴

最重视的要素是“功能性能”。其次是“设计”。第三是“价格”



#### 中筒登山靴

最重视的要素是“功能性能”。其次是“设计”。第三是“价格”



#### 低筒登山靴

最重视的要素是“设计”。其次是“功能性能”。第三是“价格”



#### 运动鞋

购买时重视的要素依次是“价格”和“设计”



#### 越野跑鞋

购买时重视的要素依次是“价格”和“设计”

# 消费者使用与购买频率 网上购买的理由

## 03 户外鞋类

### ● 使用 频率



登山

徒步旅行

露营

**每月一次**  
使用频率的比例较高

### ● 购买 频率



登山

徒步旅行

露营

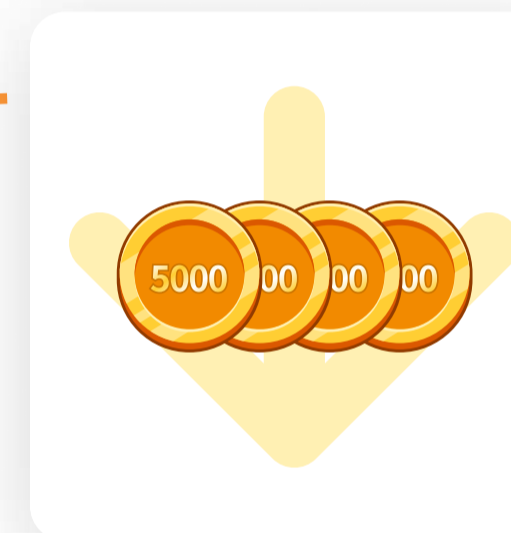
**每年一次**

使用频率的比例较高

**每2~3年一次**

使用频率的比例较高

### ● 购买 理由



**便宜**

最多数的  
选择理由

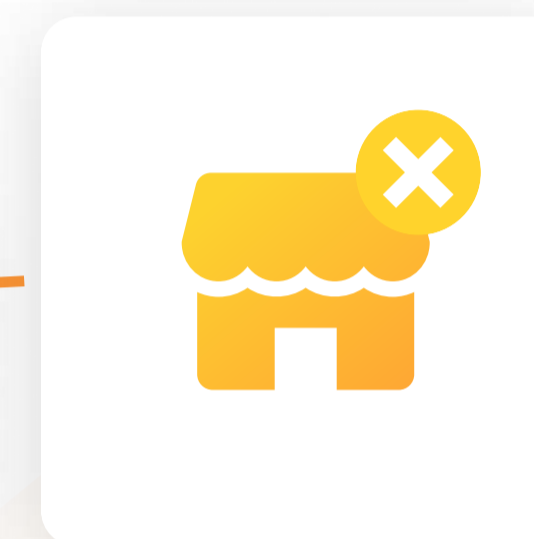


Amazon

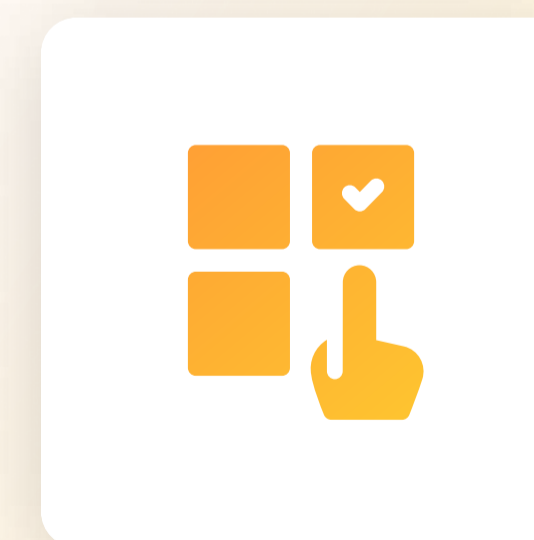


乐天市场

Amazon有4成的回答是因为“商品种类多”  
乐天市场则是因为“容易积累积分”



**没有实体店**  
其次的购买理由



**选择种类多**  
其次的购买理由

# 关于想购买的产品评论



## 03 户外鞋类

如果有可以轻松用洗衣机清洗的鞋子，会很感兴趣。

希望有耐用且坚固的鞋子。目前市面上太多易损坏的鞋子。

想要可以自动行走的鞋子

Converse的厚底运动鞋

想要Hanwag的鞋子。  
希望La Sportiva能有更多的颜色选择。

因为经常在帐篷和小屋之间进出，所以需要穿脱方便的鞋子

希望NIKE、New Balance、Hoka提高功能性，推出专门的徒步鞋

想选择海外制造或设计的鞋子，很难找到适合高脚背宽脚的鞋子。

如果有能够应对灾害的鞋子就好了。避难生活若持续较久，感觉会像露营一样，因此需要类似的性能

希望有可以在城市穿的鞋子，或是雨天用的防水鞋，意大利或西班牙的尺码感觉不错。

Mizuno的越野跑鞋

### 高亮评论

- 希望有像防滑轮胎一样不在雪地滑倒的鞋子
- 想要像Hoka那样超轻量的户外鞋
- 希望有防滑功能完备、防水性能好、站着也能穿脱的徒步鞋
- 脱下后容易穿上，不会因为橡胶老化而损坏
- Rockport撤出日本，只能买到部分商品，感到遗憾
- 国内销售的尺码和颜色比海外少，如果能看到实物就好了

# 消费者购买的用途与品类

## 03 背包及相关包类

### 户外背包及相关包类的用途

- 20岁~40多岁回答“露营/BBQ”为主，50岁以后大多回答“徒步旅行/郊游”。
- 年收入在1201万~1500万日元以上的人群中，选择徒步旅行/郊游的比例较高。

### 户外背包及相关包类的类型

双肩包和日用背包的比例较高。  
特别是“徒步旅行/郊游”占7成，  
“登山”占8成以上。



20~49岁

露营/BBQ



50岁以后

徒步旅行/郊游

1500万日元以上

徒步旅行/郊游



70%

徒步旅行/郊游



80%

登山

# 想购买的产品设计、设计与颜色

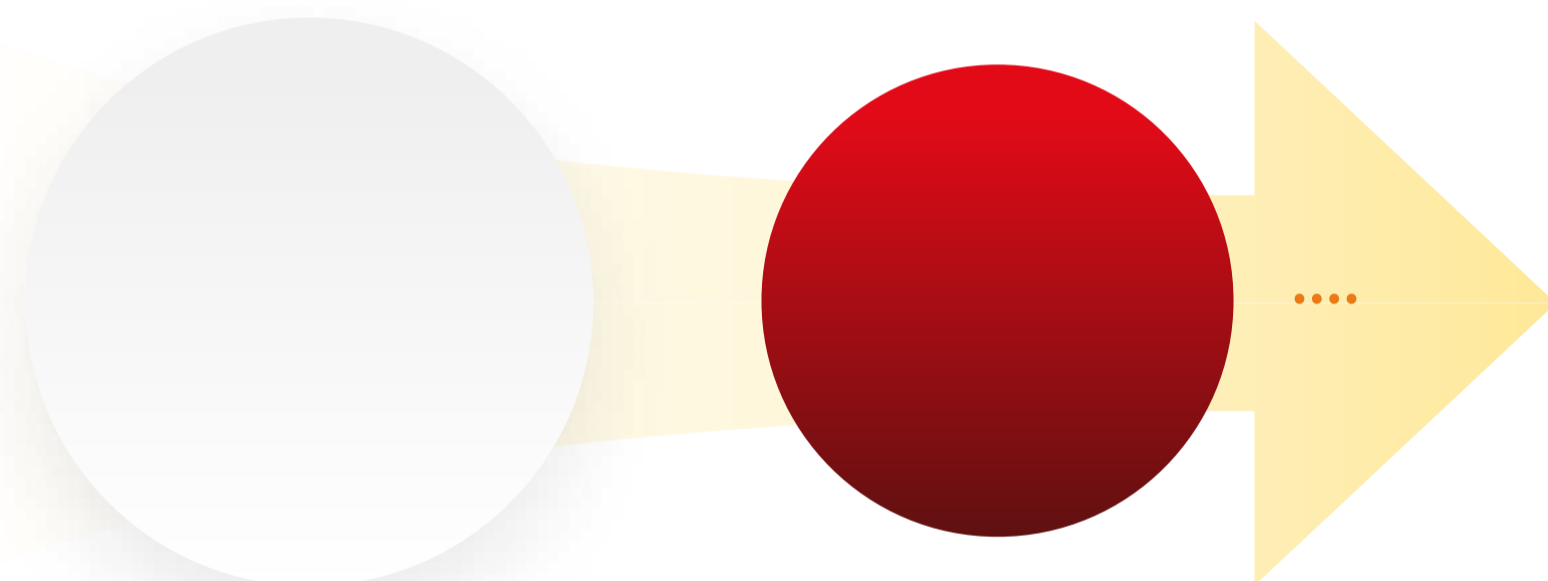
## 03 背包及相关包类

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

### 想购买的产品设计

- 总体上偏好“简单而稳重的设计”

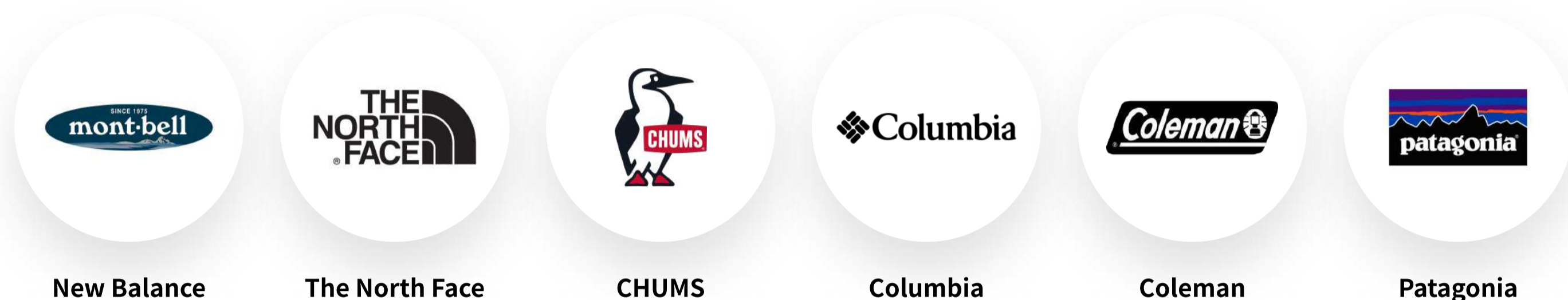
### 想购买的产品颜色



白色系  
最受欢迎

红色系  
部分喜欢

### 想购买的产品品牌



New Balance

The North Face

CHUMS

Columbia

Coleman

Patagonia



### 双肩包·日用背包

Montbell排在首位，The North Face紧随其后，两者支持率几乎相同。同时，“性价比高的品牌”也很受欢迎。Montbell在40岁以上人群中支持率较高，20多岁则偏好“性价比高的品牌”。30多岁则对The North Face有较高偏好。



### 单肩包

CHUMS排在首位，其次是Columbia。20~30多岁人群中，CHUMS占比高。男性偏好Coleman，女性则偏好The North Face。



### 手提包

Coleman和The North Face排在首位，其次是“性价比高的品牌”。手提包和单肩包相似，男性偏好Coleman，女性则偏好The North Face。



### 腰包

The North Face, Montbell排在首位。



### 斜挎包

Coleman排在首位，其次是Montbell，然后是Columbia, Patagonia, The North Face。



# 购买预算与想购买的背包容量



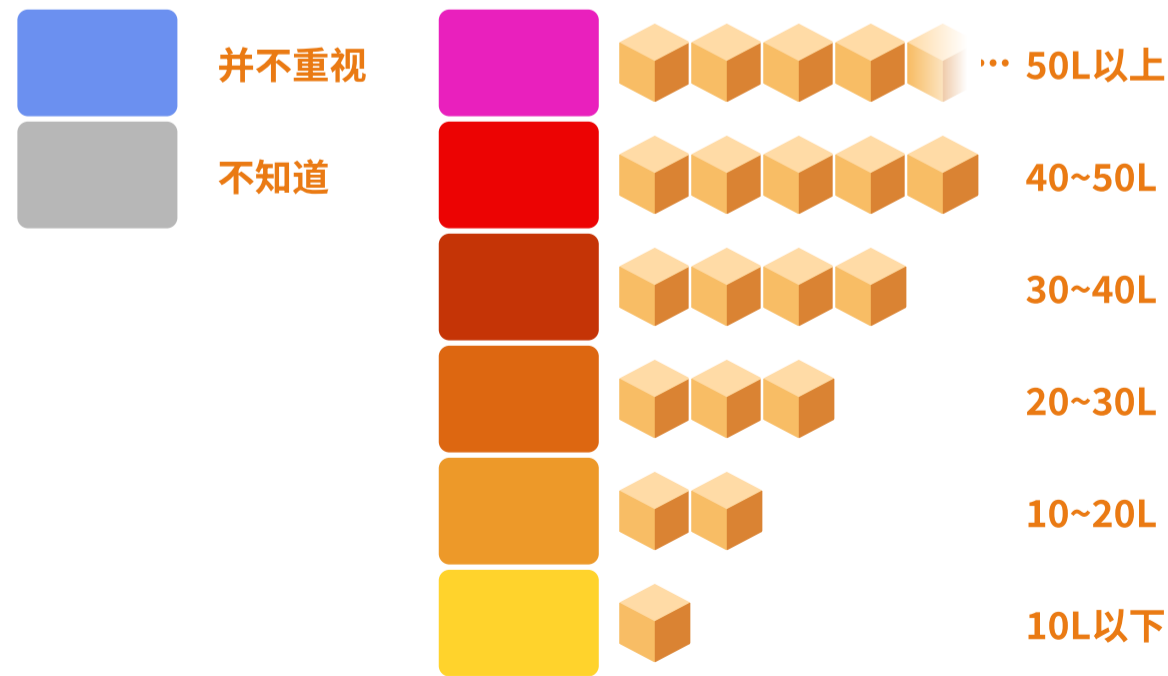
## 购买预算

• 购买预算倾向于在 10,000日元~19,999日元之间

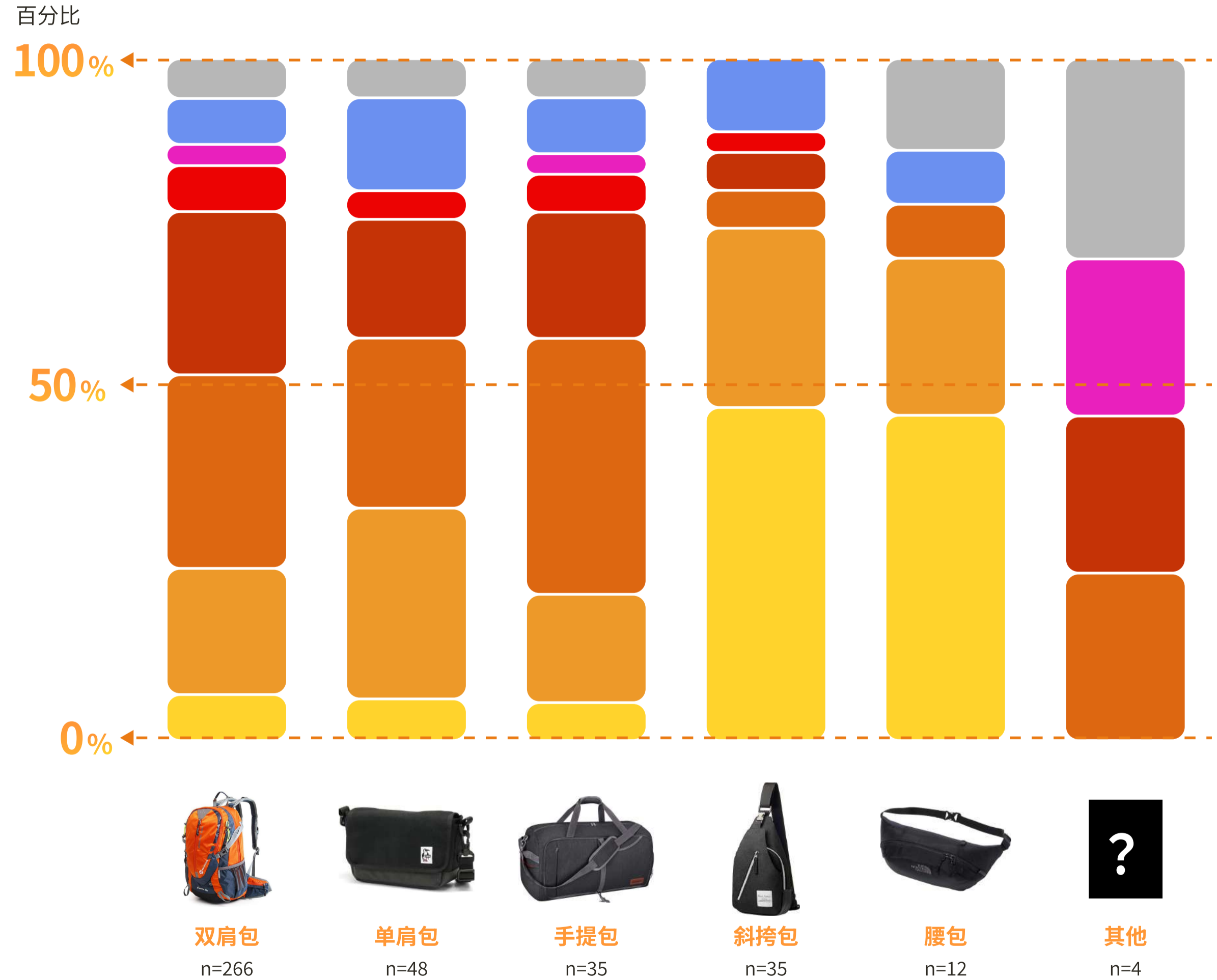


## 背包容量

每个图标为10L的容积单位



## 03 背包及相关包类



# 想购买的产品材质与重视的性能

## 03 背包及相关包类



容量·收纳力

防水透湿性

耐久性

轻量性

### 产品材质

- “不特别重视”的比例较高。
- “尼龙”和“聚酯”次之。双肩包·日用背包中“GORE-TEX”的构成比例较高



GORE-TEX



#### 双肩包·日用背包

“轻量性”和“容量·收纳力”。其次是“耐久性”。



#### 腰包

最重视的功能是“容量·收纳力”。次之是“防水性”、“轻量性”和“贴合度”。



#### 单肩包

最重视的功能是“耐久性”，其次是“轻量性”和“防水性”。



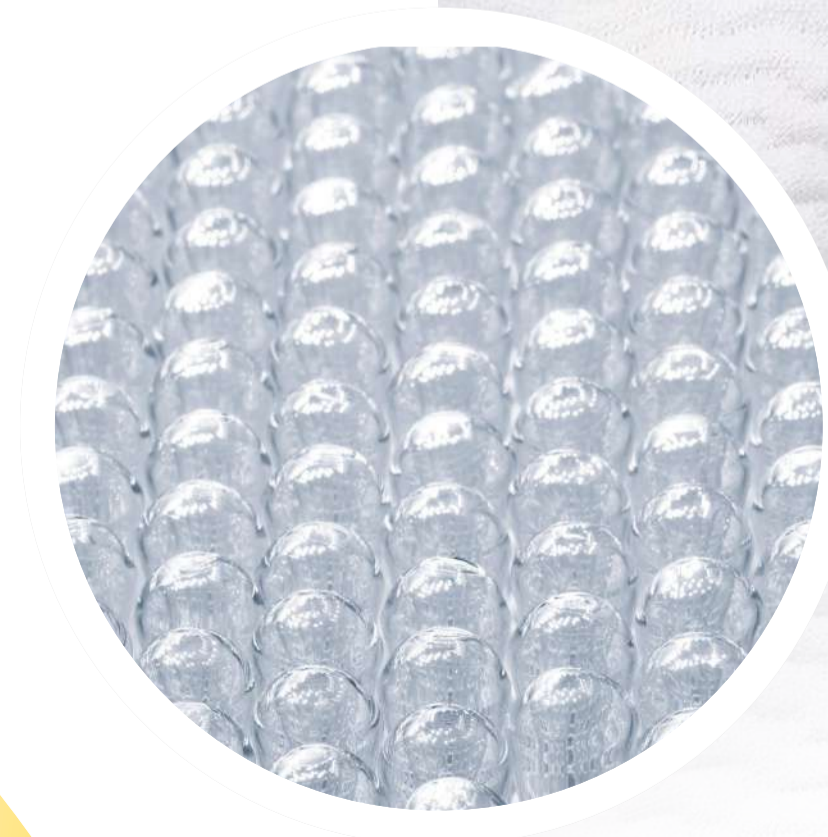
#### 斜挎包

最重视的功能是“轻量性”，其次是“容量·收纳力”。



#### 手提包

最重视的功能是“耐久性”和“防水性”。其次是“贴合度”。



# 购买时重视的要素

## 03 背包及相关包类

重视要素



价格



功能



设计



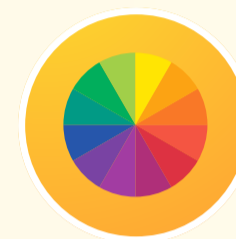
容量



材质



品牌



颜色



### 双肩包·日用背包



最重视的要素是“设计”，其次是“功能/性能”和“品牌”



### 单肩包



最重视的要素是“设计”。其他因素较为均衡。第二重要的因素是“容量”



### 腰包



最重视的要素是“设计”，其次是“价格”，“功能/性能”也是重要的考虑因素



### 手提包



最重视的要素是“价格”，其次是“设计”。由于“颜色”也占较高比例，因此对设计方面有较高需求。



### 斜挎包



最重视的要素是“设计”，占比非常高。第二重要的要素是“材质”，其次是“容量”，表明容量也是重要的考虑因素。

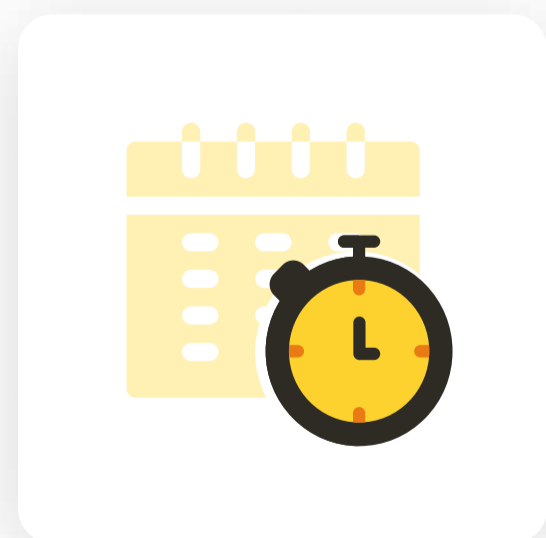
## 消费者使用与购买频率、选择网购的理由

### 使用频率

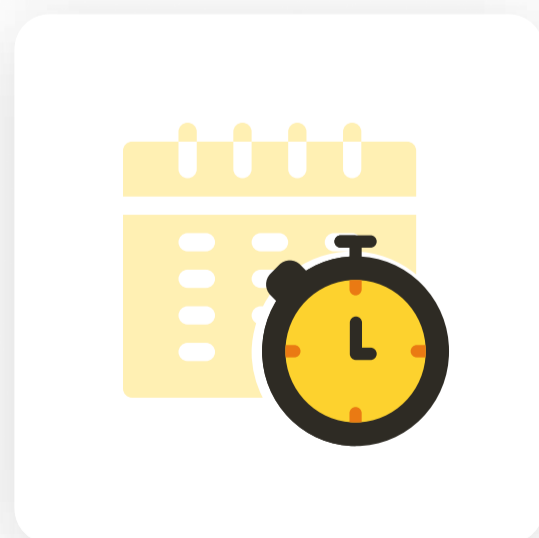
“每月2~3次”和“每月1次左右”的构成比例较高。近年来，户外背包在城市中的使用增加，因此使用频率有所提升。

### 购买频率

“每2~3年一次”是主要频率区间。  
“每半年一次”和“每年一次”的构成比例较高，表明有定期更换和追加购买的情况。



2~3年一次  
主要频率



半年一次  
比例较高  
1年一次  
比例较高

### 选择网购的理由

Amazon “商品种类多”占4成回答。  
乐天市场因为“积分容易积累”而被许多用户选择。



Amazon



乐天市场

# 关于想购买的产品评论



## 03 背包及相关包类

### 高亮评论

- 短时间内也好，具备迷你灯等照明功能的背包
- 使用不容易有异味的材质制作的包
- 附带椅子的背包 轻便、防水且设计美观的背包
- 希望有日常使用和旅行兼用的背包
- 行李少时如果有收纳功能会很高兴

带风扇

具备保冷功能且轻便的包

多功能背包

GPS功能

包的外侧可以牢固地装上雨伞

使用含有驱虫剂材料制作的背包

可以紧凑收纳

带有挂水瓶的“瓶子挂钩（钥匙扣类型的金属挂钩）”会很方便

即使手脏也能触摸手机的手机袋型单肩包

# 满意度调查问卷



## 03 背包及相关包类



如果您还有其它想了解的内容，  
请扫描下面的二维码或者点击链接给我们留下您的反馈

[https://amazonexteu.qualtrics.com/jfe/form/SV\\_d5nnU3KEayKvunQ](https://amazonexteu.qualtrics.com/jfe/form/SV_d5nnU3KEayKvunQ)