



近年のお花見は、大人数の宴席だけではなく、個人レベルで様々な楽しみ方が広がっています。

たとえば、お花見は「桜の木の下にレジャーシートを敷いて宴を催すもの」という形だけではなく、「お散歩」「ドライブ」「スポーツ」などの時間に、その通り道に咲いている桜を楽しむ人が多くなっています。

よりパーソナルなライフスタイルを重視する今の人々の傾向がお花見にも表れているのでしょう。

それでも、桜の季節は多くの日本にとって心躍る季節。

春のワクワクする気分が盛り上がったり、思い出を含めた思い入れのある季節であることも多いでしょう。

宴会しなくても、桜の季節が大切な季節であり続けることに変わりはありません。

参考オープンデータ

- お花見の楽しみ方で最も回答が多かったのは「歩きながら桜を鑑賞する『散歩派』」(65.3%) (アサヒHD ハピ研2017年2月)
- 一人でお花見する人は、**16%でこの10年間で約10ポイントアップ**。(2007年=6.7%、2010年=7.0%、2013年=11.6%、2016年=16.6%、2017年=16.0%) 特にこの3年間は高い数値を推移。(アサヒHD ハピ研 2017年2月)
- 花見をする理由は、「**春を感じるから**」が47.8%と最も高く、「家族や友人と楽しい時間を過ごすため(45.5%)」、「桜が好きだから(40.5%)」と続く。(楽天リサーチ 2017年2月)
- お花見の持ち物で、昨年よりも伸びているのは、「紙コップ・お皿・箸」、「お酒」、そして「**片付け用のゴミ袋**」。今後取り入れたいグッズは、「テーブル&椅子(47.9%)」、「暖房器具(35.2%)」、「クーラーボックス(33.8%)」が上位。(日本ホームパーティー協会 2017年2月)



定着

プチ花見/ひとり花見

「大勢での宴会はあまり好みじゃない」または「予定が合わなかったけど、桜の季節は楽しみたい」、「段取りや予定に縛られるのが嫌いなので、一人でぷらっと行きたい」など、「ひとり花見」をのんびりと楽しむスタイルが定着し始めてます。昨今の「おひとりさま」ニーズは、お花見にも影響を与えているようです。

また、通勤通学や買い物の通り道で桜を眺める程度という、散歩型、移動型のお花見をしている人も多く、宴会しなくても桜を楽しむ人が多く存在しています。

一人で来た方がよりゆっくりと花が見れていい。

買い物の途中に桜の木があるので、それを見る。

三脚カメラを持って行って、堂々と写真を撮りに行く。

ペットのお散歩がてらプチ花見。



人気!

グランピング的花見

近年人気のグランピング（グラマラス×キャンピングの造語）的なスタイルがお花見にも影響してきているようです。

お花見と一緒にバーベキューが楽しめる施設や企業の屋台出店など、お弁当やレジャーシートを持ち込まなくても楽しめるてぶら花見ができる環境も増えています。

お花見できるキャンプ場で、バーベキュー。

お花見してから、カフェで女子会



変化

マナーアップ

お花見でのゴミ問題。同様にゴミ問題が話題になる近年のハロウィンでは、デザインされたゴミ袋を使ったり、清掃ボランティアが注目されることが多くなりましたが、お花見でもマナーを気にするユーザーが増えてきたようです。お花見アイテムとして、桜柄のゴミ袋なども売られています。

ゴミ袋も用意して行かなくちゃ。



定番

SNS花見

インスタグラムなどの画像系SNSには、やはり桜の写真や動画が溢れます。アウトドアのお花見には行かない派の人でも「エア花見」を楽しめますし、写真映える桜のシーンは、幅広い年代の投稿者のネタとしても需要あり。SNSを介したお花見は各種プロモーションの定番コンタクトポイントですが、新規性のある展開も期待されるでしょう。

花粉や混雑が苦手だからお花見には行ってない。

この時期、タイムラインが桜だらけ。