

2026年7月10日 臨時号
コールマン事業部

【イベントレポート】

東京国立博物館でコールマンの“これまでとこれから”を体感 『コールマン日本創業 50 周年メディア発表会』

教育・保育評論家の汐見稔幸先生とモデル／タレントの mai さんがゲスト登場し、
『子どもの成育と自然体験の関係』についてのトークセッションを実施
初お披露目となる 50 周年記念アイテムをはじめロングセラー／最新アイテムの展示も



ニューウェルブランズ・ジャパン合同会社コールマン事業部(本社:東京都港区、社長:マーク・パンサー、以下コールマン)は、日本創業 50 周年を記念した『コールマン日本創業 50 周年メディア発表会』を、歴史の息吹と自然が感じられる東京国立博物館で 2026 年 6 月 1 日(月)に開催しました。

1900 年にアメリカで創業したコールマンは、1976 年 5 月 12 日に日本でのブランド展開を開始。以来 50 年にわたり、高温多湿な環境でも快適に過ごせる「ダークルームテクノロジー」搭載製品など日本の風土に適した製品を展開するとともに、アップサイクルへの取り組み「MFYR」や被災地への支援活動などの日本独自の取り組みも行ってきました。

今回の発表会では、そのなかでも特にコールマンが日本で力を入れて取り組んできた「子どもの情操教育」について、東京大学名誉教授／教育・保育評論家の汐見稔幸先生とモデル／タレント、そして一児の母である mai さんをお迎えし、「子どもの成育と自然体験の関係」というテーマでトークセッションを行うとともに、この日初お披露目となった 50 周年記念アイテムをはじめコールマンの各種ロングセラー／最新アイテムの展示を行いました。本レポートでは、トークセッションの内容を中心に当日の様態をお届けします。

■現代の子どもを取り巻く「脱自然化」と自然体験が人間にもたらす効果

現代の子どもは「自然の中で遊ぶこと」が全くできなくなっている—

東京大学名誉教授／教育・保育評論家の汐見稔幸先生、モデル／タレントの mai さん、そしてコーマン マーケティングディレクター 根本昌幸の 3 名による特別なトークセッション。その冒頭、子ども研究の第一人者でありながら、自身も 3 人の子育てと 9 人の孫育てを経験している汐見先生から、現代の子育て環境に対する強い危機感が示されました。

汐見先生:現代の子どもは、小さい時から自然の中で遊ぶことが全くできなくなっています。かつては日常の一部だったスズメの声や台所の調理音といった生活・自然の音に代わり、現代の赤ちゃんが耳にするのはスマホの着信音やテレビ、自動車の音といった人工的なものばかりです。さらに、かつて最大の遊び場だった「家の前の道」が舗装されていき、車道となったことで子どもの遊び場が減少していています。

人類 20 万年の歴史と「微生物との共生」、なぜ自然に触れると健康になるのか? —

では、なぜ人間にとって自然と触れ合うことがプラスになるのでしょうか。汐見先生は、生物学や医学の観点から 2 つの大きな理由を挙げました。

汐見先生:人間が特定の空間で「いい気分だな」と感じる感覚は、人類 20 万年の歴史の中で蓄えられ、遺伝子に残されたものです。そのため、昔から人間がやってきたこと、つまり自然の中で群れて遊ぶことをそのまま行うことで“人間の中にある自然性と、外の自然性が上手に共鳴していくこと”が子どもの成長において最も大切です。そして、人間の体は無数の微生物と共生しており、幼少期の泥んこ遊びなどを通じて腸内細菌(大腸におよそ 100 兆個)が増えることで健康や免疫バランスが保たれます。また、森の木々がウイルスから身を守るために放出する物質「フィトンチッド(ヒノキのヒノキチオールなど)」は、人間が浴びることで体を浄化する効果があり(森林浴)、人間は本来そうした自然のなかで暮らすことで健康を維持するようにできているのです。



東京大学名誉教授／教育・保育評論家
汐見稔幸先生

さらに汐見先生は、自然の中には「足が滑る」「予想外の景色が広がっている」といった偶然の出来事が溢れており、これに上手に対応する力こそが、現代社会で強く求められている「非認知能力（やりくり力や適応力）」の基礎になると語りました。一方で都市化とは、すべての空間の役割やルールを決めて「偶然」をなくしていく作業であり、便利さと引き換えに、人間が自分で意味を決めていく世界を奪ってしまいます。汐見先生は「AI社会による利便性の追求と、脱自然化が同時に進めば、人類の存在意義そのものが問われかねない」と、現代社会が抱える大きな課題を投げかけました。

■子育てのリアルな声と、親としての葛藤

都心での子育ての悩みとキャンプが教えてくれた「非日常」の本質 —

一児の母である mai さんは、汐見先生のお話によく共感しながらも、リアルな子育ての葛藤を明かしました。

mai さん: 汐見先生のお話を聞いて、改めて自然体験の大切さを感じますね。私は出産がちょうどコロナ禍だったのですが、当時は家の中でいかに楽しむかということに重きを置きつつも「子どものためには外に出なきゃ」という葛藤があったのを思い出します。また、いまは都心で暮らしているため、外遊びの選択肢が公園くらいしかなくて、外に出て子どもに色々なことをさせたいけれど、何から始めればいいのか、どこへ行けばいいのか悩んでいるご家庭はすごく多いんじゃないかと思います。



モデル/タレント
mai さん

これを受け、コールマンの根本は、汐見先生の著書から大きな気づきを得たエピソードを披露しました。

根本: アウトドアブランドとして、以前は日々の生活で体験できないこと(=非日常)を提供しようと考えていましたが、汐見先生の本を拝読して「雨が降ったらどうしようなど、自然の中の思い通りにならないものに対応していくこと」こそが非日常なんだと教えていただきました。実際に、コールマン主催のキャンプイベントでも、たった2泊3日の間に参加した子どもたちの表情が劇的に変わりますね。キャンプ用品は30年前に比べて格段に便利に進化していますし、いまはわざわざ遠くのキャンプ場まで行かなくても手軽に自然体験ができる場所が増えています。まずはぜひ身近な場所で手軽な自然体験からチャレンジしてもらいたいと思います。

■指示待ちの子どもを作らないために。今日からできる自然遊びのコツ —

トークセッションの後半では、maiさんから「具体的な外遊びのポイントや、親の見守り方のコツ」について質問が投げかけられ、汐見先生とコールマン根本がそれぞれの視点で回答しました。

「基本は放置」で大人の指示はいらない(汐見先生)

汐見先生:ある幼稚園の実際のエピソードなのですが、普段から先生の言うことをちゃんと聞く子どもたちが、キャンプ場に到着して自由にさせた途端に誰一人として自発的に動けなくなってしまったという話もあります。親の心構えとして「基本は子どもを放置、自由にさせること」が大事です。「これやっごらん」と親が指示を出すと「これをやらないといけない」という縛りが増えてしまいます。何をしたいかわからずじっとしている時は、親が先に楽しそうに遊んでお手本を見せるのが良いでしょう。また、特定の公園に通うなどして異なる年齢の友達を増やせば、子どもたちは上の子の真似をして自然と社会性を育てていくため、親は少し距離を置いて見守るだけで十分です。

都会の制限はなしで、まずは「親が全力で楽しむ」(コールマン 根本)

根本:コールマン主催のキャンプイベントに訪れる多くの親御さんからも同様の相談を受けますが、その際、私は必ず「ダメ」と言わないことをお願いしています。「都会で生活していると『これはやっちゃダメ』という制限が多くなりがちですね。もちろん危険なことは止めなければなりません、子どもが数人集まってしまうと実はそれほど危ないことはやりません。汐見先生もおっしゃる通り、もし子どもが遊び方に困っている様子だったら、まずは親が楽しんでくださいと伝えています。そんな親の姿を見れば、子どもも自然に楽しくなって、自分たちで遊ぶようになりますからね。

2人の回答を受けて maiさんは、「根本的なことだけれどすごく大事なこと。改めて自分の子どもとの向き合い方を考えたい」と深く感銘を受けた様子でトークセッションは幕を閉じました。



写真左からコールマン 根本、maiさん、汐見先生



みんなで灯そう、次の50年。

News Release

■ 東京国立博物館の美しい日本庭園にコールマンアイテムを展示

トークセッション終了後には、東京国立博物館の美しい日本庭園／家屋を舞台にコールマンアイテムを展示。この日、初お披露目となった50周年記念アイテムに加えて、コールマンの歴史を語るうえで欠かせないロングセラーアイテムと最新アイテムの比較、歴史資料などを通して、参加者はコールマンの“これまでとこれから”を体感しました。

50周年記念アイテムには、日本の伝統的な「桜亀甲文様」が全体にあしらわれており※、“人々の絆をつないできたこれまでの50年の歴史を大切にしながら、これからも末永く発展し、未来に向けて挑戦し続けていく”という想いを表現しています。また、カラーには“春の明け方の空”を思わせる「春暁(しゅんぎょう)」を採用。日本の美しい自然の情景の中でも、春の朝焼けの空から着想を得ており、コールマンのさらなる発展への期待を象徴しています。

※テイク9は周年ロゴのみ使用。

▷ 50周年特設サイト:<https://www.coleman.co.jp/coleman50th>





みんなで灯そう、次の50年。

News Release

■ リリースおよび製品画像データに関する注意事項

- ・弊社から配信するニュースリリースメールは、報道関係者のみに限らせていただきます。
- ・貴媒体にて製品画像データの使用をご希望される場合は、事前にコールマンPR担当宛にご連絡をお願いいたします。
- ・製品画像・サンプル貸出についてはご使用まで余裕をもってご依頼いただきますようお願いいたします。
- ・本広報資料に関する画像は、「製品画像データの取扱いに関する注意事項」をご一読の上、下記URLよりダウンロードをお願いいたします。

<https://www.coleman.co.jp/press?file=https://www.coleman.co.jp/wp-content/uploads/2026/07/2026-Coleman-50thpressconference.zip>

- ・ダウンロードしていただくデータのご使用は、メディア・報道目的のみに限らせていただきます。
- ・製品画像データのダウンロードには、ID とパスワードが必要となります。ID とパスワードは、弊社から配信するニュースリリースメールに明記しています。※ID とパスワードの他者への転送およびメディアへの掲載はご遠慮ください。

【クレジット表記／掲載用お問い合わせ先】

コールマン カスタマーサービス

フリーコール:0120-111-957

受付時間: 月曜日～金曜日 10:00～17:30

(土・日・祝日を除く)

ウェブサイト: <https://www.coleman.co.jp>



みんなで灯そう、次の50年。

コールマンは、2026年に日本での創業50周年を迎えます。私たちはこの節目の年を通じて、皆さまへの感謝の気持ちをさまざまな形でお届けしてまいります。アウトドアの楽しさとともに歩んできた50年。これからも、皆さまのそばで、自然とつながる時間をサポートしてまいります。

ニューウェルブランズ・ジャパン合同会社

職務執行者 ショーン・チャールズ・ベックストローム

マーク・パンサー(社長)

従業員数 371名 ※直雇用のみ(2025年12月31日現在)

住所 〒108-0023 東京都港区芝浦4-9-25 芝浦スクエアビル

・1976年より、コールマン各種製品の企画・製造、輸入および国内販売を行っています。

・公式サイト: ブランドサイトURL <https://www.coleman.co.jp/>

オンラインショップURL <https://ec.coleman.co.jp/>

【プレスリリースおよび取材に関するお問い合わせ】

コールマン PR 担当

千田(せんだ) TEL: 090-1113-4332

穴南(あなん) TEL: 070-4303-7366

Email: coleman.press-pr@kyodo-pr.co.jp