

# オートキャンプ白書2009

## —時代に応えるライフスタイルとして—

### 要 旨

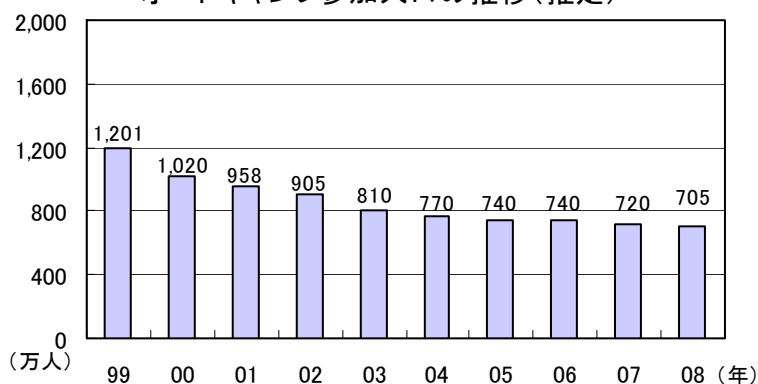
08年のオートキャンプの現状を分析した「オートキャンプ白書2009—時代に応えるライフスタイルとして—」が、日本オート・キャンプ協会（会長・長谷川純三）から発表された。キャンプ場やキャンパーなどへのアンケートデータをもとにキャンプ業界について分析したもので、今年で24版目となる。08年はガソリンの高騰、世界金融危機など、レジャーにとってマイナス要因が多かったにもかかわらず、個々の数値はそれほど大きな影響は出ておらず、キャンプが不況などに強いレジャーであることを実証している。

## 第1章 2008年のオートキャンプ活動

08年のオートキャンプ参加人口（1年間に1回以上キャンプをした人）は、705万人と推定される。参加人口は97年以降、連続して減少していたが、06年の740万人以降、下げ止まり傾向にあった。08年は、景気後退に加え、ガソリン価格の高騰の影響もあった中で、他の指標では、活発化の傾向も見られるなど、こうした減少の傾向は一時的なものと思われる。

キャンパーの年齢構成は依然として30代～40代が82.3%とファミリー層が圧倒的な数を占めている。一方、50代の参加人口が06年6.9%、07年7.9%、08年は8.0%。また、60代では、06年1.8%、07年2.0%から08年は2.8%と、子育てを終えた世代の増加も注目される。

オートキャンプ参加人口の推移(推定)



## 回数・泊数ともに前年比増

「キャンプ回数」では平均で4.2回となっており、07年の4.0回から0.2ポイント上昇。1年間のキャンプの「延べ泊数」も平均6.5泊で、07年の6.0泊から0.5ポイント上昇しており、個々のキャンプ活動がより活発化していることを示している。

月別の「活動時期」では、秋キャンプ人気の傾向が続いており、中でも10月は、07年の39.5%に対して69.4%、29.9ポイント増と大きな伸びを見せた。これは8月にピークを迎えたガソリン価格が秋以降、急落したためと考えられる。

こうした現象はガソリン消費量が多いキャンピングカーユーザーには一層顕著に現れており、07年48.8%だった10月の参加率は、89.7%と40.9ポイント上昇している。

1泊2日当たりのキャンプの費用（交通費・キャンプ場利用料・食材など）は、平均2万1,650円で、前年比で500円増加した。この理由としては、原油・原材料価格の高騰による諸物価の値上がりを反映したものと見られる。

## キャンプ場評価で料金が3位に

キャンプ場を選ぶ方法として「インターネットとガイド両方を見て」が38.4%でトップだが「インターネットを見て」の31.9%に対して、「雑誌やガイドを見て」が20.9%となっており、調査以来初めて「インターネット」が、「ガイドブック」を上回った。

キャンパーがキャンプ場の「良い」「悪い」の評価の基準では、一番多いのが、「施設内容」で57.3%。続いて「清潔・快適な管理」46.9%、3番目が「料金」の33.3%で、以下「自然環境」、「場内の雰囲気」と続く。1位、2位は昨年同様だが、今回の調査で初めて「料金」が3位に入った。これは不景気と物価上昇によりキャンパーが料金に、より敏感になったためと考えられる。

こうしたキャンプ活動のデータの中から、キャンピングカーのユーザー（キャンピングトレーラーを含む）を取り出してみるとテントキャンパーとは大きく異なっている。

「キャンプ回数」は11.5回と、全体平均4.3回の3倍。「延べ泊数」では平均6.5泊に対して19.8泊でおおよそ3倍と活動が極めて活発であることがわかる。活動時期でもテントキャンパーにはオフシーズンの12月で25.9%、1月24.1%、2月24.1%、3月37.9%と高い参加率を示す。

また年収を見ると、全体最頻値が500万円代であるのに対して、キャンピングカー所有者の最頻値は1,000万円となっている。

## 第2章 オートキャンプ場の実態

サイトまで車の乗り入れが可能なオートキャンプ場は、全国に1,293カ所となっている。そうしたキャンプ場の管理形態は、民間と公設に分けられ、公設キャンプ場は運営する団体によって以下に分類することができる。地方公共団体が直接運営するもの、財団など公的団体が運営するもの、3セクなど会社が管理を行うもの、民間企業が管理するものの4種類となる。

キャンプ場の平均収容規模は107サイト。サイトの種類別では、オートキャンプサイトが、68サイト、車の乗り入れできないテントサイトが28サイト、キャビン・バンガローなどの宿泊施設は11棟となっている。キャンプ場の営業期間は、年間通じてオープンしている通年営業の施設は全体の43.0%。積雪の有無など、その地の気候により営業期間は異なり、九州・沖縄地方では通年営業の割合が76.3%なのに比べ、北海道では4.5%となっている。

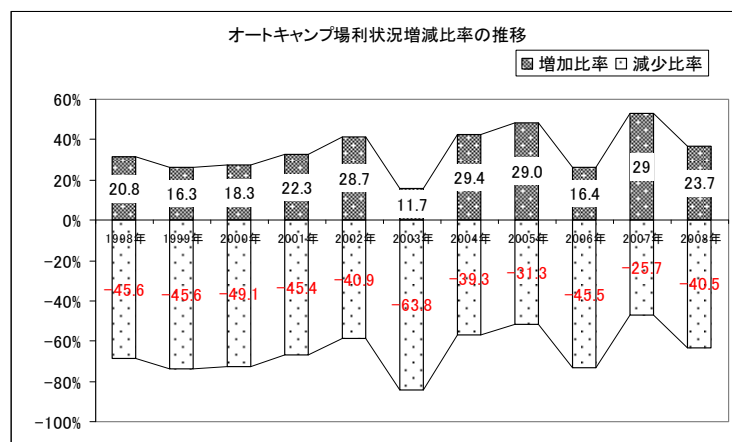
大人2人、子供2人が利用した場合のキャンプ場の利用料金の全国平均は、4,653円で前年より29円、0.6%値上がりしている。地域別では北海道が最も安く、3,471円。最も高いのが関東の5,379円となっている。料金を過去5年間さかのぼると、徐々に上昇しており、5年間で236円上昇している。

予約をキャンセルした際に発生するキャンセル料は、「有り」と答えたキャンプ場は49.1%で、「なし」が48.0%となっており、半数のキャンプ場でキャンセル料を徴収していることがわかる。

地域別では、トップの東海71.1%に続き、近畿65.5%、関東では50.4%となっており、大都市圏周辺ではキャンセル料を徴収しているキャンプ場が多い。

ペットの対応では69.9%のキャンプ場でペットOKとなっており、07年より2.3ポイント上昇している。またペットOKのキャンプ場のうち7.2%がペット料金を徴収している。

08年のキャンプサイトの稼働率は10.4%で、07年の10.5%に比べてマイナス0.1ポイントとなったが、下げ幅は少なく、世界金融危機やガソリン価格の高騰による大きな影響は見られない。



利用状況で利用者が「増えた」と答えたキャンプ場、23.7%から、「減った」と答えた40.5%を差し引いた業況判断指数（D I）は、マイナス16.8%となり、07年にプラスとなった数値は再びマイナスに転じた。収支状況では、黒字が22.6%で07年より0.2ポイント上昇しており、赤字も42.3%と、07年より8.7ポイント上昇している。

黒字の要因としては「天候」と答えたのが46.0%、「利用者の増大」「経営の合理化」はともに41.3%で、この内、経営の合理化は07年の29.6%と比べて11.7ポイント上昇しており、指定管理者制度導入の効果の現れと考えられる。

赤字の要因としては、「利用者の減少」が65.3%（07年50.6%）、「天候」19.5%（07年34.6%）コストアップが15.3%（07年17.3%）となっている。このうち「天候」が15.1ポイント下降しているのに対して、「利用者の減少」が14.7ポイント上昇しており、赤字の要因としては「利用者の減少」による影響が大きいことがわかる。

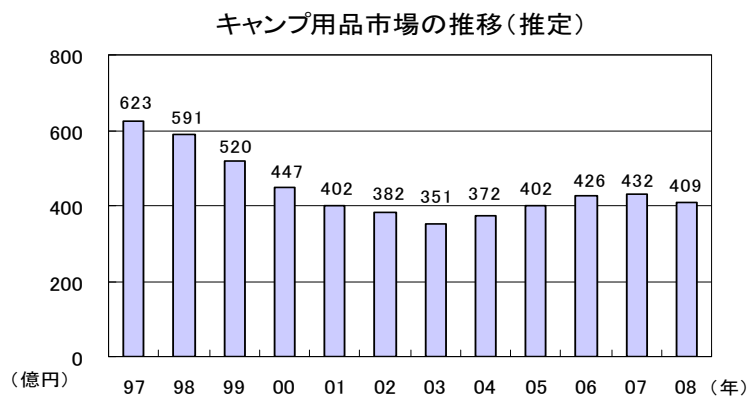
### 第3章 キャンプ用品の需要動向

08年のキャンプ用品市場は、前年比5.3%減の409億円となった。04年から07年までの4年間は徐々に回復傾向にあったが、08年は輸入原価高騰による販売価格の上昇もあり、キャンプ用品の主力であるテント、シュラフの売上げが鈍化し、前年比で減少となった。

ここ数年は市場拡大を牽引するヒット商品の不在、高機能による販売価格の上昇が購入を抑制したと考えられる。また防災用品としてのキャンプ用品の活用や、野外フェスティバルでの需要拡大も一段落して、キャンプ需要をカバーするまでには至らなかった。

キャンプ用品小売店へのアンケートでは、09年への期待度は高く、野外フェスティバルの用品需要、30代ニューファミリーのキャンプデビュー、熟年層のキャンプUターン現象などをその理由としてあげている。

08年のキャンプ用品の輸入量は、テントが金額で、28億7,600万円（前年比17.4%減）、重量では4,518トン（同12.5%減）。シュラフは金額で12億600万円（同6.5%減）、重量で1,274トン（0.2%増）。タープが26億200万円（13.4%増）、5,380トン（10.3%増）となっている。



## 第4章 キャンピングカーの現況

08年3月末現在の全国のキャンピングカー（キャンピングトレーラーを含む・キャンピング車として登録されている車両・軽自動車を除く）の登録台数は18万1,973台で、07年の20万3,470台から2万1,497台、10.6%のマイナスとなった。

登録台数は、98年以来10年振りに20万台を割り込み、97年の18万9,682台に近い台数となっている。また軽自動車をベースとしたキャンピングカーは08年で600台となっており、06年の302台から2年間で倍増という著しい伸びを示している。

需要動向では、現在、国産のキャンピングカー中心となっており、これまでのハイエースベースのモデルから、08年初頭にはライトエースがモデルチェンジしたこともあり、同車をベースとしたモデルが相次いで開発された。またマイクロバスなどをベースとする1千万円台の高級モデルも各社から登場している。

08年の販売傾向は全体では微増。新車の販売台数が若干落ちた中で、中古車の販売が伸び新車と中古車の売り上げが逆転した店舗もあった。

