

## 巻頭要約 2019年のオートキャンプ概況

### 夏荒天でもプラスに

新元号「令和」のスタートとなった2019年は、5月1日から元号が変わって、この日が休日になったために、ゴールデンウィーク（GW）は10連休となり、特に後半は天候にも恵まれ好調なスタートを切った。しかしもう一つのピークであるお盆には台風が上陸し、秋には台風15号と台風19号が上陸して暴風雨により河畔のキャンプ場ではサイトが流され、19年の営業ができなくなるキャンプ場や、強風により電気などのインフラが寸断され一時営業ができなくなるキャンプ場も出た。

台風は各地域に大きな爪痕を残したが、台風などで天候に恵まれなかった反面、秋・冬の需要が高まり、キャンプ全体としては大きなマイナスとはならなかった。

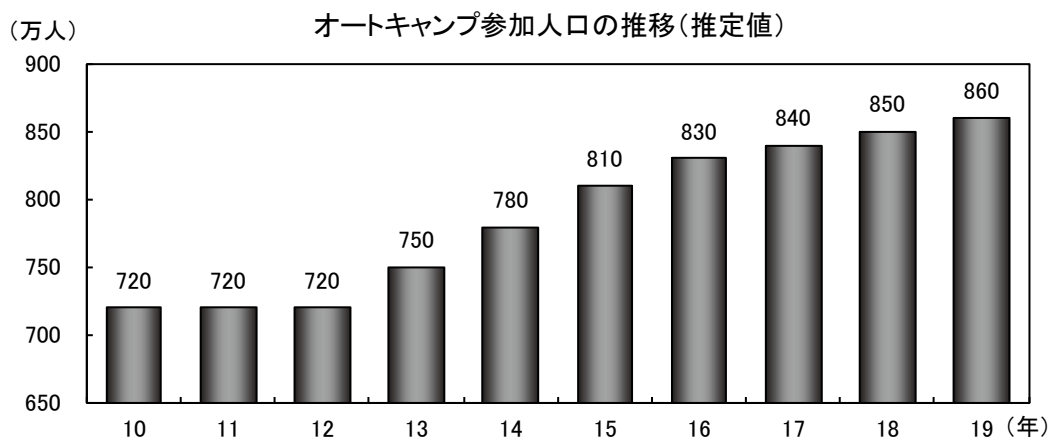
これまでテレビや新聞では夏のレジャーとして、夏前に紹介されることが多かったキャンプだが、近年は秋ごろに「冬キャンプ」の楽しみ方を紹介するケースが増えている。また「キャンプを始めたきっかけ」では「ユーチューブを見て」という回答が目立つようになった。ネットメディアでは季節に関係なく情報が流れることもあり、これまでの「キャンプは夏」というイメージは少しずつ変化している。こうした変化が秋や冬のキャンプを押し上げ、天候に恵まれなかった夏の落ち込みを秋と冬のキャンプがカバーした。

19年には、キャンパー関連のデータはプラスとなっているものが多く、「キャンプ歴1年」のビギナー層が前年比5.8ポイント増となり、全体のキャンプ平均回数も3.7回から4.4回に増加した。新規参入が増え、キャンプが活発に行なわれた様子が表れている。

キャンプ場から見た19年の傾向では「ソロキャンパーが増えた」と感じているキャンプ場は51.7%と昨年の36.2%から大きく伸びており、その他「初心者が増えた」、「冬のキャンパーが増えた」も前年を上回った。

台風などの被害も多かった年だが、季節の広がりなどからオートキャンプ参加人口（1年に1回以上キャンプをした人の数）は860万人と前年を上回る好調な結果となった。

（2020年の2月から世界を覆った新型コロナウイルス感染拡大のキャンプへの影響については巻末にまとめた）



## オートキャンプ活動の実態 さらに伸びる冬キャンプ

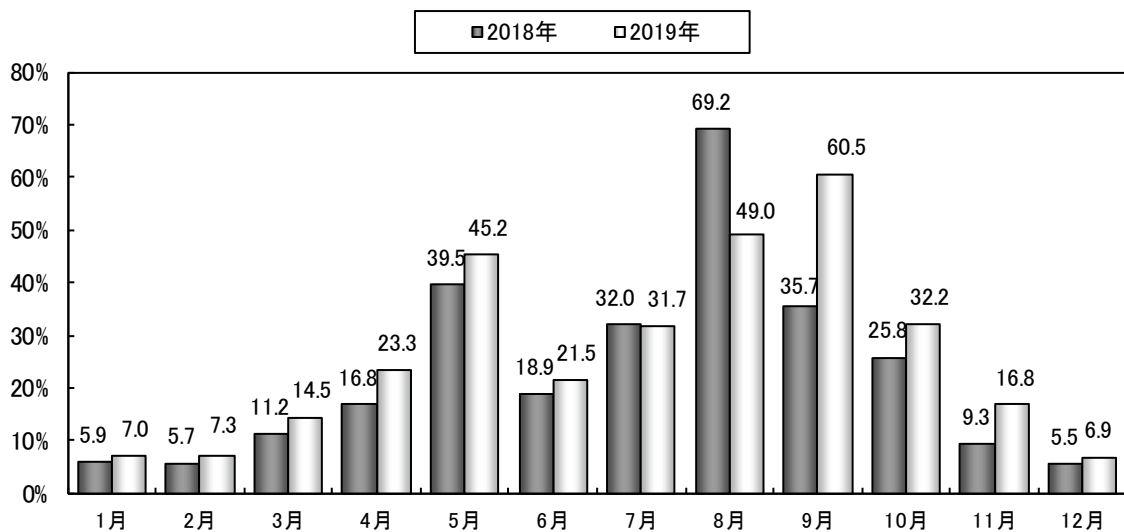
19年の「平均キャンプ回数」は4.4回と前年より0.7回増加。キャンプビギナーの「キャンプ経験1年」という人は22.6%と5.8ポイント増加。これに伴い平均キャンプ歴は7.4年と0.8年下がるなど、キャンプを新たに始める人が増えている様子が見られる。

キャンパーの志向の変化では、前年よりも近い場所でキャンプを楽しむ傾向があり、キャンプ場までの移動時間は平均3時間と前年より12分短縮。キャンプ同行者別で、比較的移動距離の長い、「夫婦だけ」、「1人（ソロキャンプ）」の最頻値（一番多い値）は18年が300km以上だったのに対し、19年は「夫婦だけ」「1人（ソロキャンプ）」とも「100km以内」が最頻値となっており、近場志向が表れている。

冬キャンプはさらに伸びを見せている。お盆時期が天候に恵まれなかったこともあり、秋・冬キャンプの人気の高まりから、従来は比較的閑散期であった11月から3月も18年を上回る結果となった。

キャンパーの平均年齢は42.6歳で、30代は31.3%と2.0ポイント増。「団塊ジュニア世代」の40代は38.0%で1.9ポイント減となった。平均年齢はこれまで上下しながらも右肩上がりに推移してきた。これまで「団塊世代」に続いて人口ボリュームの高い「団塊ジュニア世代」が小さな子供を持つ「子育て期」にあり、平均年齢はこの世代の年齢に呼応して上がってきた。しかし現在、団塊ジュニア世代は45歳から48歳と子育て卒業期を迎えており、今後は30代の広がり期待される。

キャンプをした月



## オートキャンプ場の実態 稼働率過去最高を更新

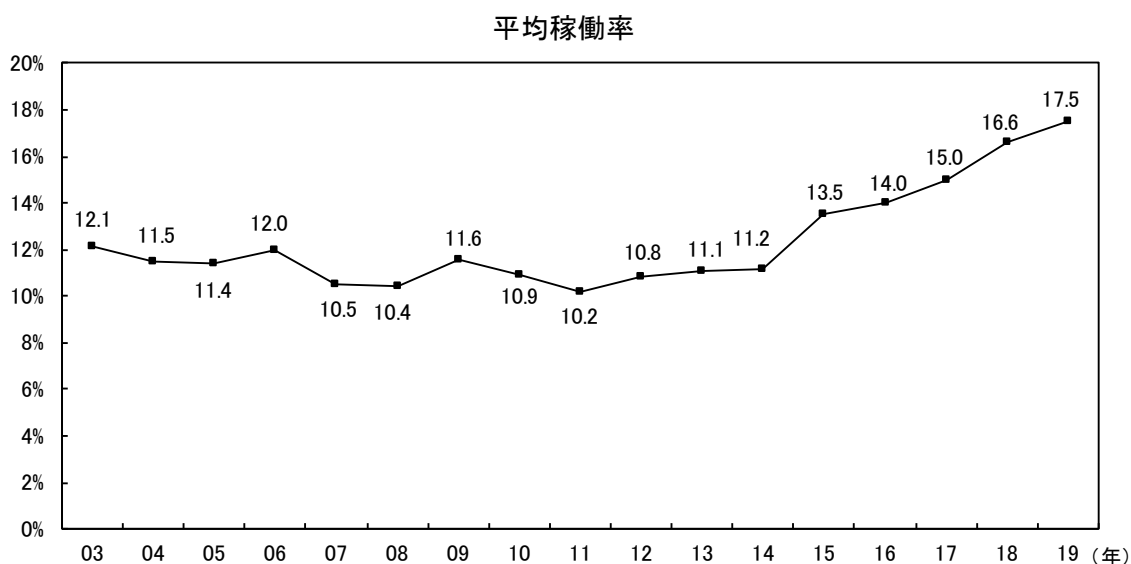
19年のキャンパーの傾向をキャンプ場に聞いたところ一番多かったのは「ソロキャンパーが増えた」51.7%と18年から15.5ポイントの大きな伸びを見せており、ソロキャンプ人気が高まっていることがわかる。

ソロキャンプと並んで近年伸びているのが「平日利用」だが19年も引き続き伸びており、平日利用が「増えた」と答えたキャンプ場は47.0%と前年を12.2ポイント上回った。

こうした状況の中でキャンプ場の稼働率は17.5%と0.9ポイント上昇し、15年以来続いている過去最高をさらに更新した。キャンプ場の繁忙期以外の「平日利用」が増えたことが稼働率の上昇につながっていると見られる。収支が「黒字」もしくは「トントン」であると答えたキャンプ場は73.8%と前年よりも5.0ポイント上昇しており、こちらもキャンプ場が好調な様子が伺える。

一方で、収支が「悪くなった」と答えた13.4%のキャンプ場では、その理由の約8割が「利用者の減少」としている。「利用者が減少した理由」としては「悪天候」「自然災害」が目立つ。また「利用者減」の回答は、台風15号、19号の上陸した関東、東北に多く見られ、台風の被害によるもの大きいと見られる。

近年の自然災害は狭い範囲で大きな被害が出ることが多く、19年のキャンプ場では台風の被害や影響があったところと、被害がなかったところで明暗が分かれている。



## キャンプ用品の需要動向

# ネットショップがアウトドアショップ抜く

従来、キャンプ用品の購入先の1位はアウトドアショップだったが、19年は初めて「インターネットなどの通信販売」（ネットショップ・41.6%）が「アウトドアショップ」（41.4%）を抜いて1位となった。ネットショップを選んだ理由として、「行かなくても良い」「時間が無くても買える」「人の評価が聞ける」などがあげられた。ネットショップは実物を見ることはできないが、スタッフの説明の代わりに買った人の評価が見られることや、忙しい人にとって時間と手間が省けることからネットショップでの購入が増えている。

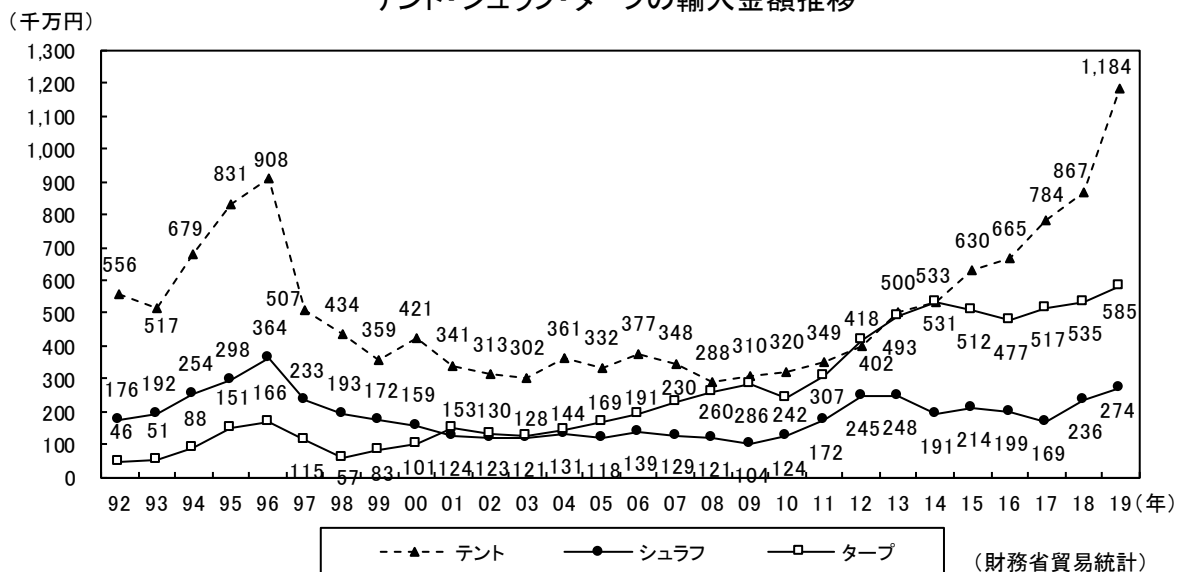
代表的なキャンプ用品であるテントの輸入量を見ると118億4,000万円と18年から31億7,000万円、36.6%増と大きく伸び、テントの輸入金額は初めて100億円を超えた。シュラフの輸入金額は27億4,000万円と18年から3億8,000万円・16.1%増となった。シュラフの輸入単価を見ると1,629円と18年の1,592円を上回り上昇傾向にある。冬キャンプの人気により、冬に使用可能な高価格帯ものが増加しているためと見られる。

全体の販売傾向としては昨年に引き続き、秋・冬キャンプに使用する焚火関連グッズやシュラフ、またソロキャンプに使用するツーリングテントの好調さが指摘されている。

「持っているテント」では、これまで一番基本的な形の「ドーム型」が43.5%と18年から7.8ポイント下がった。反対にテント一つで寝室とリビングを確保できる「ツールーム型」が29.9%で18年より5.4ポイント増と伸びており、この傾向は続きそうである。

こうしたキャンプ用品販売の好調な中で、キャンプ用品の推定市場規模は、753億円・前年比7.1%増と18年をさらに上回った。

テント・シュラフ・タープの輸入金額推移



## オートキャンプに使う車 キャンピングカー登録台数0.4%増

キャンプに使用する車で伸びているのは軽自動車で、「ミニバン」(33.4%)、「ステーションワゴン」(15.5%)、「オフロード型4WD・SUV」13.9%の上位3つは変わらないが、4位は「軽自動車」(7.2%)、5位「コンパクトカー」(6.3%)となり、18年まで4位だった「セダン」(6.2%)は6位となった。同行者別の「使用した車」を見ると「1人(ソロキャンプ)」では軽自動車がバイクに続き2位となっており、ソロキャンプ人気が進むにつれて車の小型化を押し上げていると見られる。

キャンピングカーは、近年その目的はキャンプに限定されず、釣りや車中泊などに利用するなど、幅広い楽しみ方ができる車として広がっている。また販売だけでなくレンタルキャンピングカーも増えており、インバウンド需要などを見据えて様々な企業が参入している。

キャンピングカーの台数は、車検上「キャンピング車」として登録されているもので19年3月現在10万5,563台(軽自動車は除く)となり18年度比で0.4%増となった。「キャンピング車」として登録する場合はベッドの広さ等定められた「構造要件」を満たす必要があるが、近年は「キャンピング車」として登録しない「簡易キャンピングカー」もあり、その台数は含まれていない。またその手軽な価格から人気の高い軽自動車のキャンピングカーも2,484台と18年を8.9%上回る台数が登録されている。

