

巻頭要約 2020年のオートキャンプ概況

2020年のオートキャンプ概況 コロナ禍で流行語大賞にも

2020年の始まりは、前年から引き続いて冬キャンプ人気の高まりからキャンプ場は賑わい、好調な滑り出しをみせたが、新型コロナウイルスの感染が拡大したことで状況は一変した。

1月上旬に中国・武漢市で発生したクラスターは瞬く間に世界中に拡散した。日本でも1月中旬に武漢市から帰国した神奈川県感染者が確認されたことを発端に、大型クルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス」での船内感染、2月の「さっぽろ雪まつり」に関連したクラスター発生など感染者が拡大した。

3月2日から全国の学校を対象とした一斉臨時休校の方針が出され、3月16日以降は、ほぼすべての学校が休校となった。他方で、屋外の遊びであるキャンプは比較的「3密」にならないとの見方から、マスコミなどでもキャンプが紹介されるようになる。

4月7日、7都府県（埼玉、千葉、東京、神奈川、大阪、兵庫、福岡）を対象に緊急事態宣言が発令され、4月16日に対象地域が全都道府県に拡大されたことにより、キャンプの最初のピークを迎えるゴールデンウィークに全国のほとんどのキャンプ場が閉鎖を余儀なくされた。

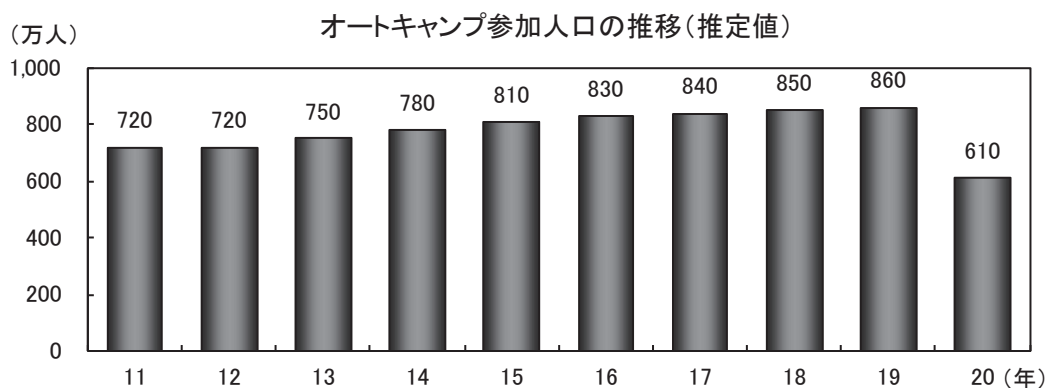
キャンプのもう一つのピークである夏には、8月に福岡県で「コロナ警報」が出るなど、地域により感染者数が増加したこともあり、お盆時期に影響が出たところもあった。

またキャンプ場によっては、利用者同士の距離を離すために隣接するサイトを空けて営業した。これらのキャンプ場では、営業サイト数が通常よりも少ないことから夏以後も例年より利用者減となった。

こうしたコロナ禍による厳しい状況のなかで20年のオートキャンプ参加人口は610万人となった。これは19年から約3割の減であるが、日帰りを含む国内旅行者の数は前年の約50%となっており、オートキャンプに対する影響は比較的少なかったと言える。

その一方で、外出や移動が制限されたこともあり、多くのメディアでキャンプが取り上げられ、日常生活でキャンプ道具を使う「おうちキャンプ」や、自宅のベランダでグランピング気分を味わう「ベランピング」などといった言葉が生み出され、移動が制限されているなかで人々のあいだに「キャンプに行きたい」という気持ちが醸成された。

そうした状況を反映して、その年話題となった新語・流行語を決める「流行語大賞」のトップ10に「ソロキャンプ」が入るなど1年を通じてキャンプが注目を集めた。



オートキャンプ活動の実態

回数、泊数とも前年を上回る

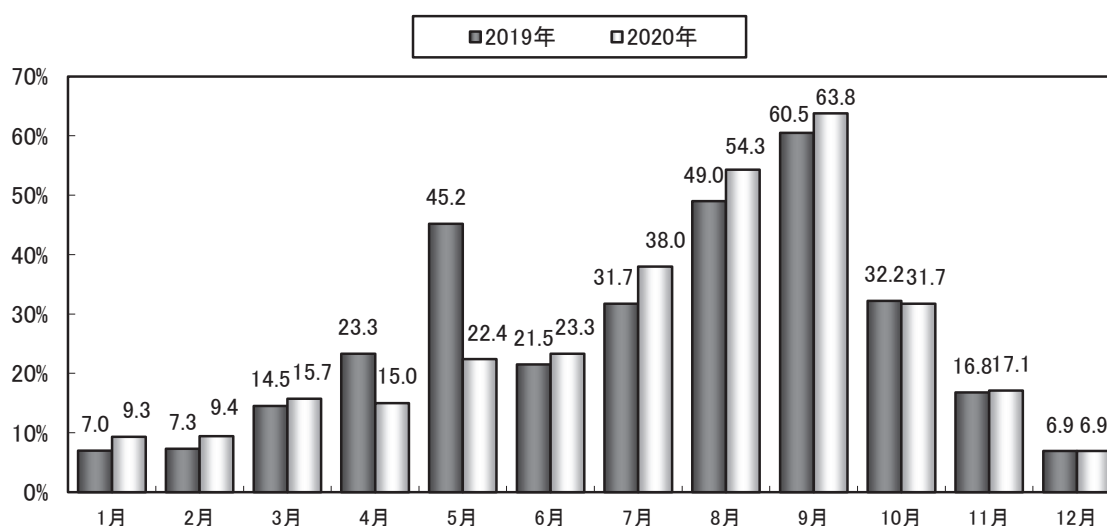
20年のキャンパーの特徴として、20代の増加と、ビギナー増加によるキャンプ経験年数の減があげられる。20代が占める割合は10.2%と前年比2.7ポイント増となっており、17年6.3%、18年6.6%、19年7.5%と年々増加傾向にある。こうした若年層の増加を裏付けるように「経験年数1年」のビギナーが19年の22.6%から20年は25.9%と3.3ポイント上昇する一方で、「キャンプ経験年数」は7.3年と0.1年の減となっている。

「キャンプの同行者」を見ると、メディアで注目された「1人（ソロキャンプ）」は11.1%と19年9.4%から1.7ポイントの増となった。その影響もあり、「今回のキャンプの人数」は、平均で3.6人と19年の4.3人から0.7人のマイナスとなっている。

キャンプに行く頻度はコロナ禍においても上昇傾向をみせた。「1年間でキャンプに行った回数」は平均4.6回で、19年の4.4回から0.2回増。「1年間にキャンプ場に泊まった泊数」は平均6.1泊で、19年5.8泊、18年5.5泊、17年5.0泊とこの4年で最多の数値となった。

好調な数字の一方で20年の大きな特徴は「キャンプをした月」にはっきりと出ている。例年最初のピークでゴールデンウィークを含む4月・5月が「緊急事態宣言」による移動の自粛などにより前年を大きく下回った。

キャンプをした月



オートキャンプ場の実態 コロナ禍により稼働率が減少

オートキャンプ場は、新型コロナウイルス感染の緊急事態宣言などにより、3月8.1%、4月85.0%、5月には97.7%が休業した。再開後もテントサイトの間隔を空けるため、キャンプ場の41.8%がサイト数を減らすなど制限されたなかで営業を行った。そのため11年から連続して前年を上回っていたキャンプ場の稼働率は、19年の17.5%から1.2ポイント下がり16.3%となった。

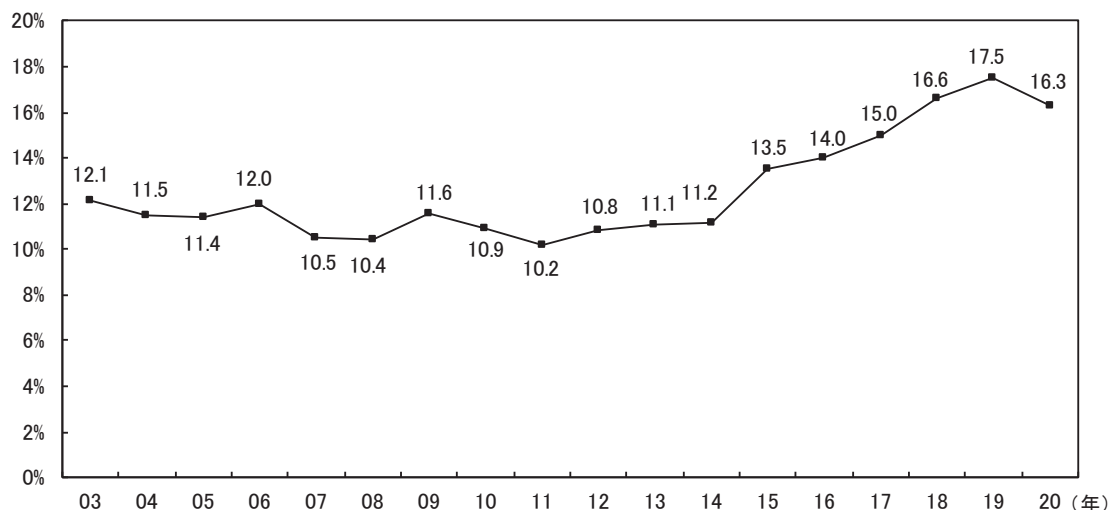
施設面では「管理棟で可能な無線LAN (Wi-Fi)」は46.6%で19年から7.7ポイント増、「サイトで可能な無線LAN (Wi-Fi)」は16.4%と少ないながら19年より7.0ポイント増とWi-Fi環境の整備が進んでいる。

来場者の傾向では「ソロキャンパーが増えた」65.6%（19年51.7%）が最も多く、「初心者が増えた」が45.0%（19年33.9%）、新規調査項目の「平日の利用者が増えた」が37.6%で3位となっている。キャンプ場の料金は家族3～4人を想定した設定が多く、増加傾向のソロキャンパーにとって割高感があり、より多くのソロキャンパーを獲得するために7.9%のキャンプ場がソロキャンパー割引を導入している。

「キャンプ場内事故」の総件数は多くはない。その中で毎年1位となる項目は「ケガ・病気」だが、20年は「焚火」に関連する事故が最も多く、「オノやナタを使って薪割りをする際のケガ」や「焚火による火傷」といった事例が目立った。焚火人気の高まりと、初心者が増えていることからこうした事故が多くなったとみられる。

キャンプ場から見たキャンパーの「マナー」では、「良くなってきた」15.3%（19年18.1%）が2.8ポイント減少しているのに対し、「悪くなった」21.2%（19年12.8%）は8.4ポイント増加しており、マナーを守れなくなっていると感じているキャンプ場が増えている。「悪くなった」の具体的な例では、「無断キャンセル」、「施設の破損」、「ゴミの分別を守らない」、「焚火による被害」など、初心者が増えたことに起因すると思われる内容が多くあげられた。

平均稼働率



キャンプ用品の需要動向 秋・冬も年間通じて購入

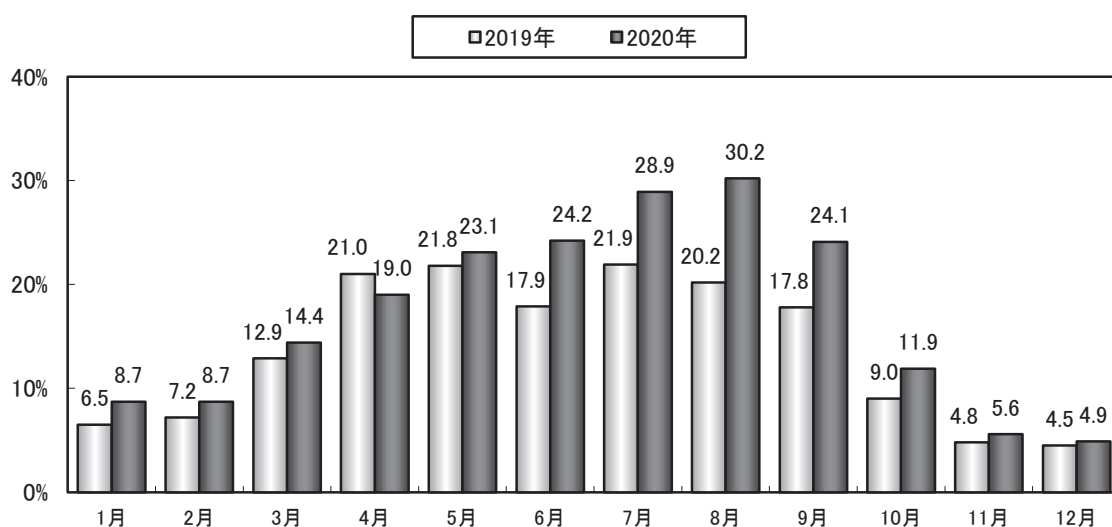
そのほとんどが海外で生産されているテントの輸入金額は129億7,000万円（19年118億4,000万円）と前年から11億3,000万円・9.5%増となり、キャンプ用品の販売の好調さを表している。

アウトドアショップへのアンケートでは、「焚火、ソロキャンプの用品が19年に引き続き好調だった」、「冬キャンプの広がりや年間を通して需要があった」、「自宅の庭やベランダで使用するなど自宅でキャンプ用品を使う人が増えたようだ」、「在宅ワーク用にコンパクトになるキャンプ用のテーブルやイスを買う人もみられた」、「他のレジャーと比較して密を避けるレジャーとして人気が高まった」、「入門者が増えたため、テントをはじめとしたキャンプ用品全般の需要が高まった」、「入門者では家族やソロに加え2人の『デュオキャンパー』なども増えた」、中には「需要が急増したため製品の供給が追い付かないものもあった」という意見も聞かれた。

アウトドア用品の購入先は19年に「インターネットなどの通信販売」が「アウトドアショップ」を抜いて1位になったが、20年は「インターネットなどの通信販売」がさらに伸び、50.5%（19年41.6%）と初めて5割を超えた。

購入時期を見ると、20年は1月～3月までは19年を上回り、「緊急事態宣言」が発令された4月は19年を下回ったものの、5月以降は前年を上回った。特に夏から秋にかけて前年を大きく上回り、ほぼ1年を通じて購入が活発だった様子が表れている。

購入時期



オートキャンプに使う車 「クロスオーバーモデル」が2位に

キャンプに使用する車のタイプでは、「ミニバン（ワンボックスカー含む）」が最も多く31.5%（19年33.4%）と前年から微減ながら順位に変わりはない。2位は「オフロード型4WD・SUV」16.5%（19年13.9%）となり、19年2位だった「ステーションワゴン」15.4%（19年15.5%）が3位となった。「SUV」では近年、「クロスオーバーモデル」などと呼ばれる、街中での快適な走行と日常生活での使いやすさを求めるモデルの人気の高まっており、こうした傾向がキャンプにも表れているとみられる。

また「1人（ソロキャンプ）」で使う車は、「軽自動車」が30.8%と前年から15.9ポイント上昇している一方、「オートバイ」が19年の23.0%から9.0%と14ポイントのマイナスとなっており、軽自動車に1人分の荷物を積み込み、1人のキャンプを楽しむ「ソロキャンプ」が増えている様子が表れている。

キャンプ場でのキャンピングカー（トレーラーを含む）の割合は全体の5.1%（19年4.3%）と大きな変化はないが、キャンプ以外の目的でキャンピングカーを購入する人も多く、登録台数は堅調に伸びている。全国で「キャンピング車」として登録されている台数は2020年3月末現在10万6,789台、19年の10万5,563台から前年比1,226台・1.2%（19年前年比398台・0.4%）増となった。廉価なキャンピングカーとして注目を集めた軽自動車をベース車としたキャンピングカー（キャンピントレーラーを含む）も、2,644台（19年2,484台）と19年から160台・6.4%増と堅調に増加している。

車のタイプ

