

目 次

巻頭要約

2020年のオートキャンプ概況：コロナ禍で流行語大賞にも	1
オートキャンプ活動の実態：回数、泊数とも前年を上回る	2
オートキャンプ場の実態：コロナ禍により稼働率が減少	3
キャンプ用品の需要動向：秋・冬も年間通じて購入	4
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	5

第1章 2020年のオートキャンプ活動

第1節 キャンパーの実態	6
1. キャンパーの構成	6
(1) オートキャンプ参加人口：610万人	6
(2) 平均年齢：42.5歳	7
(3) 経験年数：平均7.3年と前年から微減	9
(4) 始めたきっかけ：1位は「子どものため」	10
(5) キャンプ同行者：人気の「ソロキャンプ」が4位	11
(6) キャンプの人数：平均3.6人	13
(7) 世帯年収：中心は400万円未満	14
(8) 職業：会社員が半数以上	14
第2節 オートキャンプ活動の実態	15
1. キャンプ活動	15
(1) 自宅からの距離：平均138km、より「近場志向」に	15
(2) キャンプ場までの所要時間：平均0.1時間短縮	16
(3) リピート率：平均3.0回で前年下回る	16
(4) 年間キャンプ回数：平均4.6回で0.2回増	17
(5) 延べキャンプ泊数：平均6.1泊で0.3泊増	19
(6) 活動時期：9月が最多で63.8%	20
(7) キャンプ費用：平均18,828円	21

(8) レンタル用品の利用：コロナ禍の影響	22
2. キャンパーの行動と意識	24
(1) イベント：参加志向 59.2%	24
(2) キャンプ時の事故：事故なし 7割	24
(3) ペット：「夫婦だけ」ペット連れ 16.9%	25
(4) キャンプ場選び：すべての年代で「キャンプ場検索サイト」が 1 位	26
(5) 情報の発信：「する」が約 4 割	27
第 3 節 キャンパーの意識と価値観	28
1. キャンプに求めるもの	28
(1) キャンプの魅力：ソロキャンプは解放感	28
(2) 好きな過ごし方：BBQ を楽しむ約 7 割	28
2. キャンプ場に求めるもの	29
(1) サービス：行き届いた清掃が継続第 1 位	29
(2) 施設・設備：水はけが良いサイトが要望 1 位	30
(3) 適切と考える料金：平均 5,053 円	30
(4) グランピングについて：若い人ほど人気	31
3. レジャー・余暇生活	32
(1) 生涯キャンプ：「続ける」 92.3%	32
(2) レジャー満足度：満足・まあ満足が 79%	32
(3) 生活の力点：レジャー・余暇生活に重点	33

第 2 章 オートキャンプ場の実態

第 1 節 オートキャンプ場の施設	34
1. 整備状況：全国に 1,309 カ所	34
2. 開設年：90 年代開設のキャンプ場がリニューアル期に	34
3. 管理形態：指定管理者契約期間 5 年以上が 75.9% と約 11 ポイント上昇	35
4. 設備の整備状況：無線 LAN 設備の整備が進む	37
5. バリアフリー化：公共交通系施設と比較しバリアフリー化に遅れ	38
第 2 節 オートキャンプ場の管理	39
1. 営業期間：通年営業 48.1% で増加傾向	39

2. 管理体制	40
(1) 管理体制：昼間・夜間の管理人常駐率が低下	40
(2) アーリーチェックイン・レイトチェックアウト：「有料で行っている」が増加傾向	41
3. 利用料金	43
(1) 利用料金：全国平均は 4,396 円	43
(2) キャンセル料：過半数が通年でキャンセル料徴収	44
4. 予約	46
(1) 予約方式：電話による予約受付は減少し WEB 予約が増加	46
(2) 予約管理：パソコンで管理が増加	49
5. ペットの対応：ペット可キャンプ場 8 割はペット料金無し	50
6. 料金設定：ソロキャンパー割引 7.9%	51
7. 保険加入：保険加入率は 79.9%	52
8. 場内での事故：薪割りなどによるケガや焚火による火傷など最多	53
9. キャンパーからの苦情：マナーに関する苦情最多	54
10. 管理上の問題点：鳥獣被害が深刻化	55
11. ゴミ収集：コロナ禍でゴミの持ち帰り増加	56
12. キャンパーのマナー：「悪くなった」が前年より 8.4 ポイント増	57
第 3 節 オートキャンプ場の運営	58
1. 2020 年の利用状況	58
(1) 稼働率：コロナ禍により稼働率が前年比減	58
(2) 売上高：1,000 万円未満が約 4 割	60
(3) 利用状況：「増えた」前年比 36.3 ポイント減	61
(4) 平日の利用者：ソロキャンパーは大きく増加	62
2. 2020 年の収支状況	64
(1) 収支状況：過去最高となった昨年から一転（近畿、東海は健闘）	64
(2) 収入の内訳：基本料収入が 60.2%	68
3. 宣伝方法：インスタグラムが倍増	69
4. オートキャンプの将来性	71
(1) オートキャンプの将来性：「拡大発展する」14.1 ポイント増	71
(2) 施設改善等への投資：再投資意欲がさらに高まる	72

5. グランピング：徐々に対応進む	73
6. オートキャンプ場評価：星マーク認定で情報提供	74
7. 2020年のキャンパーの傾向：ソロキャンパー急増	74
8. ソロキャンパーを増やす取り組み：約20%が実施または検討	75
9. 新型コロナウイルス感染拡大の影響：オートキャンプにも大きな影を落とす	76
(1) 休業した月：4月、5月はほぼ休業	76
(2) 感染対策（マスク・消毒液設置以外）：ほぼすべてのキャンプ場で実施	77
(3) コロナ禍による利用制限：41.8%でサイト数削減	78
(4) 予約制限：約5割のキャンプ場で予約を制限	79
(5) 給付金、助成金、補助金等の受給状況：約65%が受給	80
(6) G o T o トラベル事業対象施設：対象施設16.9%	80
10. キャッシュレス支払い導入状況：40.7%で導入	82
11. キャンプ場の運営・管理で困っていたことと、その解決策	83

第3章 キャンプ用品の需要動向

1. キャンプ用品の輸入動向	91
(1) テントの輸入：記録をさらに更新	91
(2) シュラフの輸入：冬キャンプ用高価格帯に	92
(3) タープ：スタイルの変化で微減に	92
2. キャンプ用品販売動向	93
(1) 販売の傾向：「増えた」が85.7%	93
(2) 用品販売の収益性：顧客増で「改善」進む	94
(3) 用品販売の売上予想：8割以上が「増える」	94
3. キャンプ用品傾向	95
(1) テント：多様化で全体増	95
(2) キャンプスタイル：テント+タープが主流	96
(3) 照明器具：ホワイトガソリン式が微増	96
(4) 調理の燃料：ホワイトガソリン微増に転じる	97
(5) その他：小型飯ごうが依然人気	97

（６）購入金額：ビギナー増で購入金額アップ	97
（７）購入時期：年間を通じて活発に	98
（８）購入先：インターネット半数超える	99
４．キャンプ用品の市場規模：コロナ禍でも堅調な伸び	100

第４章 オートキャンプに使う車の傾向

１．使用する車：ソロキャンプは「軽自動車」	101
２．キャンピングカー	102
（１）20年の登録傾向：1.2ポイント増	102
（２）キャンピングトレーラー：前年より9.8%増	104
（３）その他のキャンピングカー：軽自動車のキャンピングカーがさらに伸び	105
（４）キャンピングカーのレンタカー：コロナ禍でも増加	106
（５）キャンピングカーのキャンパー：テント派の泊数を5.1泊上回る	106

《付録》

オートキャンプ場における新型コロナウイルス感染症感染予防ガイドライン

１．オートキャンプ場における新型コロナウイルス感染リスク	110
２．感染リスクの洗い出し	111
３．感染リスクに応じた感染予防対策	112
４．感染が疑われる症状のある従業員・キャンパーへの対応	115
５．キャンパーへの協力要請	115
６．キャンプ場利用後のキャンパーが陽性と判定された場合	116
７．感染防止対策の周知・情報提供	117