

# 新しい家族旅行としてのオートキャンプ

## —日本におけるオートキャンプ・ブームの発生要因について—(上)

長谷川 教 佐

### 1. 序論

現在、日本人が生活の中でもっとも重視したいことはレジャーである。2014年度の内閣府の調査によれば、日本人が今後の生活で重視したいことの第1位は「レジャー・余暇生活」(37.5%)で、第2位は「所得・収入」(34.3%)、第3位は「資産・貯蓄」(33.4%)となっている<sup>1)</sup>。戦後の日本人の生活において長い間課題であった住生活の改善が進み、1983年にレジャーが生活の中でもっとも重視したいことになって以来、一貫してレジャーは首位を保ち続けている。

レジャーとは、一般的には全生活時間から労働、勉強のような拘束時間と、睡眠、食事などの生理的必需時間を引いた残余の自由な時間とその活動とされている(大衆文化事典)<sup>2)</sup>。ここではレジャーを活動として考えるが、一口にレジャーといってもその中には多様な活動が含まれる。『レジャー白書』は、従来レジャーをスポーツ、趣味・創作、娯楽、観光・行楽の四分野に分類してきた<sup>3)</sup>。そのうちの観光・行楽分野のレジャーには、国内観光旅行、海外旅行を始めとしてドライブ、遊園地・動物園、登山などととも、オートキャンプというレジャー活動が含まれている。

オートキャンプとは「自動車にテントその他の道具を積みか、キャンピングカーを利用して定められた場所(オートキャンプ場)で野外生活を営むこと」(世界大百科事典<sup>4)</sup>)とされているが、その意味にはさまざまなバリエーションがある。広義では自動車を使用するキャンプ全体を意味するが、狭義では自動車をキャンプ場内に乗り入れて自動車の中または横で宿泊するものを意味する。すなわちキャンピングカーに宿泊するものと、自動車の横にテントを設営して宿泊するものである。狭義のオートキャンプに含まれないものは、キャンプ場の駐車場に自動車を駐車して、テントサイトにテントを設営して宿泊するものである。ここではオートキャンプの意味として広義のオートキャンプを用いる。

オートキャンプはアメリカでは戦前から行われ、ヨーロッパやカナダでは戦後急速に発展した(世界大百科事典<sup>5)</sup>)。日本では茂木愼雄が1926年に初めてオートキャンプを紹介した<sup>6)</sup>が、当時の日本では自家用車を

持つものはほとんどなくオートキャンプも行われなかった。日本でオートキャンプが始まったのは1960年代後半である<sup>7)</sup>。この時期のモータリゼーションの中で、オートキャンプを楽しむ人々がごく少数ながら出現してきた。しかしその後もあまり普及せず、『レジャー白書』に調査項目として登場したのは1992年である。

2013年に日本でオートキャンプを行った人(以下、参加者と表記)の数はおよそ750万人<sup>8)</sup>である。しかし1990年代には約1600万人がオートキャンプを行っていた。オートキャンプの参加者数は、1980年代以降急激に増加して1990年代中葉に約1600万人に達した後減少し、近年は700万人台で推移している<sup>9)</sup>。

また、オートキャンプ場の数を見ると、狭義のオートキャンプができるオートキャンプ場は現在日本では1283ヶ所存在している<sup>10)</sup>。1966年に開設された芦ノ湖国際モビレージが嚆矢とされているが、その後はあまり増加しなかった。しかし1980年代から公設の常北家族旅行村を初めとして続々とオートキャンプ場が作られ始めた。そして、1990年には約200ヶ所<sup>11)</sup>だったオートキャンプ場は1996年には1000ヶ所を超えた<sup>12)</sup>。

このような日本のオートキャンプについては、従来レジャー政策や地域振興という観点から調査・分析されてきた。現代ではレジャー活動とレジャー産業は強く結びついているため、オートキャンプに関する経済的な面(経済効果や産業支援など)と施設に関する面(施設整備、安全管理など)から多くの調査や報告がなされてきた。これらの面からの研究もいくつか存在する<sup>13)</sup>が、多くは経済面では産業界や経済関係官庁の報告や提案であり、施設面ではキャンプ場の設置や運営に関連の深い運輸省(現国土交通省)や地方公共団体などの報告や提案である。

それに対してレジャーとしてのオートキャンプそのものに焦点をあてて分析したものは管見によればまったく見あたらない。そこでオートキャンプの上位概念であるキャンプに関する研究をみても、これについては多くの研究が蓄積されている。しかしキャンプは野外教育または野外活動という教育的観点から研究されてきた。そこではキャンプを人間形成や集団訓練

など教育活動の一環としてとらえているので、キャンプの教育的効果やキャンプの効果的な実施方法などについての研究となり、レジャーとしてのキャンプは研究の対象となっていない<sup>14)</sup>。このようにオートキャンプのみならずレジャーとしてのキャンプに範囲を広げても、ほとんど研究はみられなかった。しかし、オートキャンプというレジャーを全体としてとらえるためには、地域振興や経済的な観点あるいは施策・管理運営の観点からだけでなく、オートキャンプを行う人々の意識や行動の観点からの研究も不可欠である。

オートキャンプは1990年代には年間約1600万人が参加するレジャーとなったが、なぜ当時オートキャンプを行う人々が急増したのだろうか。そのようなブームが発生した理由についても研究は行われていないが、オートキャンプに関連する官庁や団体、業界の関係者によっていくつかの要因が背景として指摘されている。

たとえば岡本はオートキャンプ参加者の急増の背景について、以下の三点を指摘している<sup>15)</sup>。第一はモーターゼーションの進展による自家用車の普及であり、第二は週休2日制の普及を初めとする余暇時間の増大である。第三は人々の意識価値観の変化であり、これが最大の要因とされている。具体的には、心の豊かさを求める価値観の変化によって、人々のレジャー志向が以下のように変化したという。すなわち「見るレジャー」から「するレジャー」への変化、アウトドア志向の高まり、仕事から家庭優先への意識変化による家族志向である。

また、原・大隅はオートキャンプ・ブームの背景として、以下の四つの要因を指摘している<sup>16)</sup>。第一は余暇環境の変化であり、人々のレジャーが金銭消費型から時間消費型へ変化したこと、第二はストレスからの開放やゆとりを求める都市の住民の自然志向と、家族が余暇を過ごす単位となってきたという家族志向である。第三は快適なキャンプ場の増加とRVや手軽なキャンプ用品の普及という施設と道具の大幅な進歩、そして第四は地域振興策の一つとしてのオートキャンプ場整備という供給側の事情である<sup>17)</sup>。

以上のようにオートキャンプ・ブームが発生した要因に関しては、ブームの背景という表現ながら自家用車の普及、余暇時間の増大、自然志向や家族志向という価値観の変化、キャンプ場の整備、用品の充実などがあげられている。しかしこれらはオートキャンプ・ブームの背後にある事情として並列的に指摘されているだけであって、これらがどのようにブームを成立させていったのかは不明である。また、これらはオートキャンプ・ブームの頃に見られた社会・経済的状況あるいは社会意識ではあるが、これらがブームの要因や背景とされる根拠は示されていない。

では、多くの人々はどのような理由でオートキャン

プに参加したのだろうか。本論の目的はこの時期に日本でオートキャンプのブームが発生した要因を明らかにすることである。上記のようにいくつかの要因(背景)が指摘されているがそれらについて改めて検討し、またその要因がどのようにオートキャンプのブームを成立させていったのかについて考察する。

オートキャンプのブームからすでに20年以上経過しているため、質問紙調査や面接調査を行って当時の参加者の参加動機や行動を知ることは困難である。またオートキャンプに関する資料は前述のように経済的観点や施設運営の観点によるものに限られる。そこで本論では日本オートキャンプ協会や観光関係団体が当時行ったオートキャンプに関する各種調査の結果と、当時の政府関係やマスメディアの資料などを用いて、ブームが発生した要因の検討を行う。協会や団体の調査は当該団体のもつ性格からかならずしも学術的意図を持って行われたものではなく、またブーム成立の要因を検討するために必要な項目をすべて網羅しているわけではない。しかし日本オートキャンプ協会は統括組織であるがゆえにオートキャンプ場の協力が得やすく、全国の主要なオートキャンプ場の参加者に対して大規模な質問紙調査を行っているため、その調査対象は母集団の代表性が高いと考えられる。

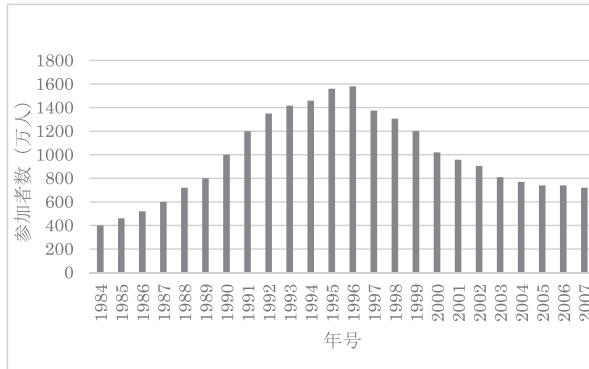
## 2. オートキャンプのブーム期

### 2-1 オートキャンプ参加者数とオートキャンプ場新設数

オートキャンプ・ブームの発生した要因を考えるためには、まずこのブームが発生した時期について確認しておく必要がある。日本におけるオートキャンプ参加者数の推移を見てみよう。日本オートキャンプ協会によれば1985年に460万人であったオートキャンプ参加者数は1990年に1000万人に達し、1996年には1580万人のピークを迎えた。しかしその後は毎年減少して2000年には1020万人となった。さらに2005年には740万人まで減少し、以後現在まで700万人台で推移している<sup>18)</sup>【図1】。

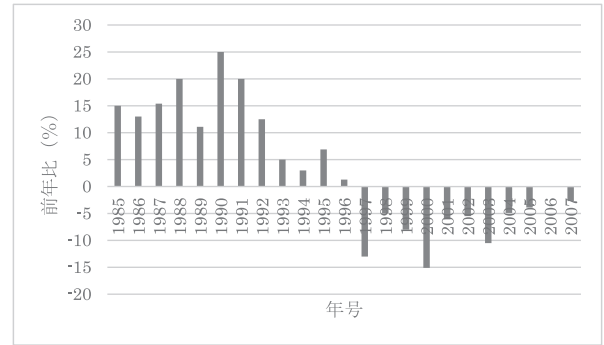
また、オートキャンプ場の新規開設数は1980年代後半から増加し、1990年代に急増した。1970年代後半には24ヶ所、1980年代前半には28ヶ所であったが、1980年代後半は50ヶ所に増加し、1990年代前半には170ヶ所、後半には194ヶ所に急増した。しかし年度別に見ると新規開設数は1995年がピークで、以後急速に減少した<sup>19)</sup>。1980年代後半には新規開設数がそれ以前の20ヶ所台から50ヶ所台へと増加し、1990年代前半には50ヶ所台から170ヶ所台へと急増している。一般的にオートキャンプ場の新規開設は計画段階から用地取得、整備などで4~5年程度かかるとさ

図1 オートキャンプ参加者数の推移



『オートキャンプ白書』各年版より作成

図2 オートキャンプ参加者数の前年比



『オートキャンプ白書』各年版より作成

れる<sup>20)</sup>ので、1980年代後半に多くのオートキャンプ場新設の計画が立てられたと考えられる。

このオートキャンプ参加者数とオートキャンプ場新設数の推移から、オートキャンプのブーム期について考えてみよう。ブームは一般的には「あることがにわかに関心を呼んで、一時的に非常な勢いで流行すること」(日本国語大辞典<sup>21)</sup>)とされているので、参加者数が急増した1980年代後半から参加者数が最大に達した1990年代中葉がオートキャンプのブーム期に当たる。またオートキャンプ場新設数の推移から見ても、オートキャンプ場の新設がそれ以前に比べて倍増した1980年代後半から新規開設数のピークである1990年代中葉がブーム期であるといえる。

## 2-2 オートキャンプ・ブームの急騰期とその参加者

ブームとは広く流行現象一般をさす(大衆文化事典<sup>22)</sup>)が、池内は流行には五つの段階があるとして、それぞれを潜在期、初発期、急騰期、停滞期、衰退期としている<sup>23)</sup>。ブームは前述のように「あることがにわかに関心を呼んで、一時的に非常な勢いで流行すること」なので、この意味では流行の普及率が急激に上昇するというブームの特徴をもっともよく示すのは急騰期である。急騰期を過ぎた停滞期では、流行の採用者総数はなお増加するものの普及の伸び率は低下し、採用者数が最大に達する時には伸び率はゼロである。

オートキャンプ参加者数がもっとも多い時期は1990年代前半から中葉であったので、一般的にはオートキャンプのブームは1990年代前半とされている<sup>24)</sup>。この時期は日本においてオートキャンプ以外にもいくつかのアウトドア・レジャーが盛んになり、アウトドア・ブームと呼ばれた時期でもある<sup>25)</sup>。しかし、オートキャンプ参加者数増加の伸び率を見ると、1980年代後半は参加者数増加の伸び率(前年比)が高かったが、1991年以降は増加の伸び率は一貫して低下している【図2】。このことから若干のずれはあるものの1980年代前半くらいまでが初発期で、1980年代後半

が急騰期、1990年代前半が停滞期、1990年代後半以降が衰退期とみてよい。ゆえに本論では、ブームの特徴をもっともよく示す時期である急騰期にあたる1980年代後半を中心に、オートキャンプ・ブーム成立の要因を考察する。

同じ流行であってもそれを採用する理由は流行の段階によって異なる。流行の各段階でそれを採用する人々を考える上で参考になるのが、ロジャーズの普及過程における採用者カテゴリである。ロジャーズは採用者を採用の早い順に、革新者、初期採用者、前期採用者、後期採用者、遅滞者とタイプ化し、革新者と初期採用者の合計は採用者全体の最初の16%で、前期採用者はそれに続く34%(累計で50%)としている<sup>26)</sup>。1989年のオートキャンプの参加者数は約800万人で、1996年の最大参加者数1580万人のおよそ50%に達した。ゆえに1980年代後半の参加者は大半が前期採用者に該当する。1980年代後半はブームの急騰期であったので、この時期にオートキャンプに参加してブームの中心になったのはおもに前期採用者層であった。

ロジャーズは、前期採用者はそれ以前の採用者に比べて慎重に行動し、他人に先んじて採用することはないとしている<sup>27)</sup>。オートキャンプ・ブームにおける前期採用者は、革新者や初期採用者のように積極的にマスメディアなどからオートキャンプに関する情報を収集したりはせず、マスメディアや友人から情報が入ってきてから関心を持つ。たとえば、専門的な雑誌を購読して情報を収集するのではなく、ふだん購読している一般的な雑誌からその情報を得る。そして他者の採用状況を見て慎重に判断し、採用する利点があれば採用する。しかし後期採用者に比べると、“皆がやっているから”とか“周囲から勧められて”という同調によって採用する要素は少ない。自分にとって利点があるのかを慎重に判断し、そのうえで主体的に選択するのである。

彼らより前に採用する革新者層や初期採用者層はオ

オートキャンプに関して非常に積極的ではあるが、人数的には少数であるため彼らだけではブームは成立しない。ゆえに1980年代後半のオートキャンプ・ブームの急騰期に参加する前期採用者層が、このブーム発生の要因を明らかにするためにもっとも適した層であるといえる。彼らの多くは主体的に選択して参加を決定したのであり、その数が急激に増加したためにオートキャンプのブームが発生した。

なお、オートキャンプ・ブームの潜在期においては日本オートキャンプ協会に加盟するオートキャンプクラブの活動が活発であった。しかし1970年代に入ってから1980年代前半までクラブ数の増加は低迷していた<sup>28)</sup>。ゆえに初発期から急騰期の段階は、そのような集団的なオートキャンプではなく、個々の家族単位のオートキャンプが増加していったのであり、家族単位の参加者層がこのブームを形成した主要な層である。これらの参加者はどのような理由でオートキャンプに参加することを選択したのだろうか。

### 3. 自家用車の普及と余暇時間の増加

#### 3-1 自家用車の普及

前述のように、自家用車の普及と余暇時間の増大をオートキャンプ・ブームの背景として指摘しているものは多い。確かに家庭に自家用車がなければオートキャンプを行うことは困難である。日本における自家用車の世帯普及率は1970年には22.1%であったが、1975年には41.2%となり、1980年には58.5%となって過半数に達した。さらに1985年には自家用車は67.4%の家庭に普及していた<sup>29)</sup>。このような自家用車の普及がオートキャンプを行うことの可能な人口（潜在人口）を増加させることは間違いない。しかし、自家用車は多様な用途やレジャーに使用するものなので、自家用車を所有することがそのままオートキャンプの採用につながるわけではない。1985年にはすでに3分の2以上の家庭が自家用車を所有しており、各種のレジャーにも使用されていた。たとえば1984年には夏休みの旅行に自家用車を利用する人が鉄道を利用する人を相当上回っていた<sup>30)</sup>。また1990年の自家用車所有率は77.3%であった<sup>31)</sup>ので、1985年からの5年間でわずか9.9ポイントしか増加していないが、オートキャンプ参加者はその同じ期間に2.2倍に増加していた。すでに3分の2以上の家庭が自家用車を所有していた1985年以降にオートキャンプの参加者が急増していたのである。

またオートキャンプはテントやテーブル・イスなど大型のキャンプ用品を大量に運ぶ必要があることから、日本でRVが増加したことがオートキャンプ・ブームと関連しているように考えられる。乗用車販売台数に

占めるRVの割合は1991年が16%、1996年が39%、2000年が59%であった<sup>32)</sup>。RVの急増は1990年代なので1980年代後半のブーム期はまだRVは普及していないし、オートキャンプ・ブームが縮小した後もRVは増加している。ゆえに、オートキャンプのブームとRVの増加は直接的には関係がない。

以上のことは自家用車の普及がオートキャンプ・ブームの要因であるとはいえないことを示している。ただし、自家用車がなければオートキャンプを行うことは困難であるので、自家用車の普及はオートキャンプのブームを可能にさせるための前提となる条件である。

#### 3-2 余暇時間の増加

余暇時間の増加についてはどうだろうか。そもそも余暇時間が存在しなければオートキャンプをはじめレジャー活動そのものが不可能である。また、余暇時間が増加すればオートキャンプを行う可能性は増大する。では当時の日本人の余暇時間とオートキャンプの関係についてみてみよう。

日本人の総労働時間（所定内+所定外）は1985年以降かなり減少した。1985年は2112時間だったが1990年は2044時間であったので、5年間で68時間減少している<sup>33)</sup>。週休2日制については、なんらかの週休2日制を適用されている労働者の割合は1980年には74.1%であったが、1985年には76.5%、1990年には82.7%となっていた<sup>34)</sup>。1985年から1990年の適用者の増加は6.2ポイントである。また夏期休暇の日数は、1985年が3.5日、1990年も3.7日<sup>35)</sup>とほとんど増加していなかった。このようにオートキャンプ・ブームの急騰期において、年間総労働時間は減少したものの、週休2日制の適用者はそれほど増加しておらず、夏期休暇はほとんど増加していなかった。しかし夏期休暇が増加していなかったにもかかわらず、当時の日本のキャンプシーズンは7月から8月の夏期休暇期間に集中していたのである<sup>36)</sup>。余暇時間が増大すればオートキャンプを行う可能性が増大するとはいえ、オートキャンプの急騰期には週末や夏期休暇の余暇時間はそれほど増加していなかったので、余暇時間はオートキャンプ・ブームにほとんど影響を与えていないことになる。日本オートキャンプ協会のオートキャンプ参加者に対する調査（以下、調査と表記）でも、当時オートキャンプを始めた動機として「休暇が増えたから」と回答した者は0.5%しかいなかった<sup>37)</sup>。

以上から、自家用車の普及と余暇時間の存在はオートキャンプ・ブームの発生を可能にさせるための前提条件ということになる。1985年には自家用車はすでに3分の2の家庭に保有されていて以後それほど増加しなかったし、また週末や夏期休暇の余暇時間はほとんど増加しなかったが、オートキャンプの参加者は

急増した。ゆえに、これらをオートキャンプ・ブームの要因と考えることは適当ではない。

#### 4. 自然志向

##### 4-1 自然志向の指摘

オートキャンプ・ブームの要因として自然志向の高揚を指摘するものは多い。前述の指摘のほか、大隅はブームの背景として、ゆとりや自然を強く求める当時の日本人の志向をあげている<sup>38)</sup>。また山口はアウトドア志向の高まりからオートキャンプが一躍ブームになったと述べている<sup>39)</sup>。日本ではアウトドアという語は単に戸外と言うよりも自然と同義に使われている<sup>40)</sup>ので、これも自然志向を要因とするものに含まれる。

1980年代の調査においても、オートキャンプを始めた動機として「自然に親しむ」や「自然が好き」を回答するものが多かった。1983年の調査では「自然に親しむ」が37%でもっとも多く、以下「子ども達との団らん」が25%、「キャンプが好き」が23%であった<sup>41)</sup>。また1989年の調査では「家族と過ごすため」(32.0%)がもっとも多かったものの、「自然が好き」(29.8%)も同程度に多かった<sup>42)</sup>。さらにマスメディアがオートキャンプ・ブームと名付けた1992年の調査でも「家族と過ごすため」(38.3%)に次いで「自然が好き」(34.3%)と回答した者が多かった<sup>43)</sup>。このようにどの時期も自然志向が最多かそれに近い回答を得ていたのである。

##### 4-2 “手軽な自然”志向

では、人々の自然志向はオートキャンプ・ブーム発生の要因なのだろうか。日本の高度経済成長の後期には自然破壊や公害の問題が大きく取り上げられ、また都市化のさらなる進展によって、それまでの工業化や開発のありかたが見直され、人工的なものに対して自然というものの評価が高まった。しかし、当時多くの人々が自然を求めてオートキャンプを行ったのかを考えると、以下の三点から、人々の自然志向をオートキャンプ・ブーム成立の要因とすることはできない。

まず第一は人々がオートキャンプに求めている利便性と快適性である。1983年と1989年の調査のいずれにおいても、参加者の多くがオートキャンプ場に求めているものは、水洗化されたトイレを始め、徹底した清掃、風呂や温水シャワーの設置、場内の照明、売店の設置などであった。そしてそのためには、料金が高くても良いと考えているものが多かった<sup>44)</sup>。すなわち便利で快適な環境を求めているのである。

快適で便利なオートキャンプ場を求めていることから、オートキャンプの参加者が真に自然の中で過ごすことを求めてオートキャンプを行っていたとは考え

にくい。オートキャンプ場を開設すること自体が自然に手を入れある程度人工的な環境を作ることになるが、できるだけ自然を残したオートキャンプ場ではなく、さらに設備を充実して快適化することを求めているのである。それはオートキャンプを人工化=脱自然化することにほかならない。そこには、オートキャンプを可能な限り都市での日常生活に近づけたいという意識が存在する。大森は人間が本当に自然と接するためにはできるだけ人工の力に頼ることを避けなければならず、利便性や機能性の追求には一定の限度があるべき<sup>45)</sup>としているが、多くのオートキャンプ参加者が求めているのは利便性が高く快適なオートキャンプ場であった。

またオートキャンプに参加する動機として、参加者は子どもたちを自然に触れさせたい、あるいは自然の中で過ごす体験をさせたいと回答している。たとえば、ある男性は2歳と1歳の子どもとともにオートキャンプを始めた理由として、「子供に小さい時から自然に親しませてやりたい」<sup>46)</sup>と述べている。ただ、このような幼児や児童を同伴したオートキャンプでは自然であることを志向するより、「安全で快適で便利」という日常生活に近いオートキャンプが必要になる。

第二はオートキャンプにおけるイベントの問題である。オートキャンプ参加者数のピークを過ぎた直後、全国のオートキャンプ場に対する調査を行ったレジャー産業情報編集部は、多くのオートキャンプ場はそれまで客を楽しませるソフトが不在であったこと反省として、イベントを増やすことを計画していた<sup>47)</sup>という。またさまざまなイベントを実施するオートキャンプ場が人気であることから、利用者に対して楽しさを提供できないオートキャンプ場は単なる簡易宿泊施設にとどまるしかないと述べている<sup>48)</sup>。1、2泊程度のオートキャンプであってもイベントやプログラムを提供してもらうことを求めていることから、オートキャンプの主たる目的は自然に親しむことよりも、イベントやプログラムを通じて家族とともに楽しく過ごすことにあったと考えられる。

第三は日本のオートキャンプ参加者の年齢層の偏りである。参加者(世帯主)のうち30代と40代が大半を占めており、それ以外の年代の参加者は少ない。欧米では一生継続するレジャーと言われ中高年層までオートキャンプが普及している<sup>49)</sup>が、日本でオートキャンプを行う人々は幼稚園前から小学生くらいまでの子どもを持つ家族が中心であるということである。このことはブームの急騰期である1987年においても、参加者数が最大となった1996年においても、また2006年においても同様であった<sup>50)</sup>。

オートキャンプを行う動機が自然に親しむということであれば、その動機が存在する限り年齢に関係なく

オートキャンプを継続するはずだが、子どもが中学・高校段階以上の年齢層の多くはオートキャンプを継続していない。1987年(オートキャンプの参加者数は600万人)に30~40代の年齢層は参加者の88.6%を占めていた(50~60代は8.2%)が、彼らが50~60代となった2006年(同740万人)における50~60代以上の参加者は8.8%しかいなかった<sup>51)</sup>。これは1987年にオートキャンプに参加した者の大半は、20年後にはオートキャンプを行っていない<sup>52)</sup>ということであり、オートキャンプに参加した理由を人々の自然志向とするには疑問が残る。

また継続の問題とは別に、この数字はどの時点でも新たにオートキャンプを始めたものがやはり30~40代中心であったことを示している。人々の自然志向が高揚して自然に親しむことを求めてオートキャンプを始めるのであれば、それほど年代は偏らず他の年代層も新規に参加するはずである。しかし30~40代だけに偏っていたということは自然に親しむためという理由でオートキャンプを始めたわけではないことを示している。

以上のことから、日本のオートキャンプ参加者は自然に親しむことを主要な目的としておらず、このことをオートキャンプ・ブーム成立の要因とすることはできない。では、オートキャンプへの参加は自然志向とまったく関係してないのだろうか。前述のようにオートキャンプ参加者の多くが、オートキャンプを始めた動機として「自然に親しむ」ことを回答していた。またオートキャンプの魅力として「自然とのふれあい」(37.6%)を回答したものが第1位で、「心のやすらぎ」(16.7%)や「親子の対話」(12.1%)などよりも断然多かった<sup>53)</sup>。それらをオートキャンプ・ブーム成立の要因と考えることはできないが、快適で便利な環境の中で触れる“人工的な”自然であっても、それに親しむことはオートキャンプの魅力であることは否定できない。人々の自然志向はオートキャンプへの参加を左右する要因にはならないが、参加した場合にはその自然は魅力と感じられていた。その自然は利便性や快適性を前提とした人工的な自然であり、参加者の持っていたのはいわば“手軽な自然”志向である。

(続)

## 新しい家族旅行としてのオートキャンプ (下) 目次

### 5 家族志向

#### 5-1 家族志向と家族旅行

#### 5-2 家族旅行としてのオートキャンプの採用

- (1) 活動する旅行という性格
- (2) 家族の関係の深化
- (3) 子どもが喜ぶ旅行

#### 5-3 自家用車を使った新しい家族旅行

### 6 新奇性

#### 6-1 新しいキャンプ・スタイル

#### 6-2 欧米というプレステージ

### 7 結論

#### 注・文献

#### 注・文献

- 1) 内閣府 2014 「今後の生活の力点」『国民生活に関する世論調査』  
<http://survey.gov-online.go.jp/h26/h26-life/zh/z32.html> (2015/08/23 閲覧)
- 2) 石川弘義・津金澤聰廣他編 1991『大衆文化事典』弘文堂 PP 853-854
- 3) 日本生産性本部『レジャー白書』なお、2012年からは新たに「その他」という分野を加えている。
- 4) 加藤周一他編 1988『世界大百科事典』(第4巻) 平凡社 P 299
- 5) 同上
- 6) 茂木慎雄 1926『キャンプの仕方と其の場所』実業之日本社 PP 186-187
- 7) 日本オートキャンプ協会 2009『協会40年のあゆみ—新しいライフスタイルと文化の創造』日本オートキャンプ協会 P 13
- 8) 日本オートキャンプ協会 2014『オートキャンプ白書 2014』P 1
- 9) 日本オートキャンプ協会 1997『オートキャンプ白書 1997』P 5 および日本オートキャンプ協会 2014 前掲書 P 6  
なお、余暇開発センター(現・日本生産性本部)『レジャー白書』でも1993年版以降オートキャンプ参加者数を掲載しているが、算出方法が異なるためその数は大幅に違う。ここでは参加者数に16歳未満の子どもの人数も含めて考えるので『オートキャンプ白書』の数字を用いる。
- 10) 日本オートキャンプ協会 2014 前掲書 P 33
- 11) 1990年には日本のキャンプ場は2610ヶ所、うちオートキャンプ場は約200ヶ所であった。総理府 1991『観光白書』平成3年版 P 184
- 12) 日本オートキャンプ協会 2009 前掲書 PP 88-95
- 13) たとえば原田房信 2006「北海道のオートキャンプ場における観光客と利用者の分析」『北見大学論集』28(2)、谷口善雄 2003「地域住民のオートキャンプ場利用の可能性に関する研究」『札幌国際大学観光教育研究年報』3 など。
- 14) たとえば日本キャンプ協会の『キャンプ研究』(第1巻~第14巻)には、オートキャンプをはじめレジャーとしてのキャンプに関する研究は見当た

- らない。
- 15) 岡本昌光 1985 「成長時代に入ったわが国のオートキャンプ」『トランスポート』 1985-5 P 58
  - 16) 原重一・大隅一志 1995 「わが国のオートキャンプの現状と将来展望」『運輸と経済』55(10) PP 52-53
  - 17) ただしこれはブーム後期に考察されたものであり、第三と第四の背景はオートキャンプのブームに対応して出現したものと考えられる。
  - 18) 日本オートキャンプ協会 1997 前掲書 P 5 および日本オートキャンプ協会 2014 前掲書 P 6
  - 19) 明瀬一裕 「オートキャンプ場新設数の推移 (1975-2001)」  
<http://homepage2.nifty.com/ifcc/museum/pdf/campsite4.pdf> (2015/08/23 閲覧)
  - 20) 余暇開発センター 1991 「ファミリーキャンプは新しいレジャー意識の芽生え」『ロアジール』1991-8 P 9
  - 21) 日本大辞典刊行会編 1981 『日本国語大辞典 (縮刷版)』(第9巻) 小学館 P 274
  - 22) 石川弘義・津金澤聰廣他編 1991 前掲書 PP 678-679
  - 23) 池内一 1968 「流行」八木晃 『心理学 2』培風館 1968 P 323
  - 24) たとえば自由国民社編 1999 「オートキャンプ」『現代用語の基礎知識』自由国民社 P 1315
  - 25) 電通 「世相・風俗 (1992)」『広告景気年表』  
[http://www.dentsu.co.jp/books/ad\\_nenpyo/](http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/)  
(2015/08/23 閲覧)  
および自由国民社編 1992 「アウト・ドア・スポーツ」『現代用語の基礎知識』自由国民社 P 1268
  - 26) E. M. Rogers 1982 “Diffusion on Innovations” Third Edition The Free Press  
E. M. ロジャーズ 1990 『イノベーション普及学』産能大学出版部 PP 354-356
  - 27) 同上 P 360
  - 28) 日本オートキャンプ協会 2009 前掲書 P 20
  - 29) 内閣府 2013 前掲資料
  - 30) 「「個」のレジャー演出——行動力で旅の主役」日本経済新聞 1984/08/15
  - 31) 内閣府 2013 前掲資料
  - 32) 松島憲之 2000 「最近の自動車市場の動向」  
[http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g00911\\_fj.pdf](http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g00911_fj.pdf) 2000/09/11 (2015/08/23 閲覧)
  - 33) 厚生労働省高知労働局 「総実労働時間の推移」  
<http://kochi-roudoukyoku.jsite.mhlw.go.jp/library/kochi-roudoukyoku/topics/topics222.pdf>  
(2015/08/23 閲覧)
  - 34) 同上
  - 35) 労務安全情報センター 「日本の労働統計—労働時間・休日・休暇」  
<http://labor.tank.jp/toukei/outline/roudoujikan10.html> (2015/08/23 閲覧)
  - 36) 日本オートキャンプ協会 1990 『オートキャンプ白書 1990』P 8
  - 37) 同上 P 10
  - 38) 大隅一志 1999 「計画・整備の現場から—“森と一つになれる” オートキャンプ場づくり」『観光文化』23-3 PP 2-3
  - 39) 山口有次 「わが国のレジャー史」  
<http://www.f.waseda.jp/yuiyamagu/database/history/history.htm> (2015/08/23 閲覧)
  - 40) 大森義彦 1998 「アウトドアレクリエーション・レジャーをめぐる問題点」『高知大学学術研究報告 (社会科学)』第47巻 P 7
  - 41) 日本オートキャンプ協会 1986 『オートキャンプ白書 1986』P 11
  - 42) 日本オートキャンプ協会 1990 『オートキャンプ白書 1990』PP 10-11
  - 43) 日本オートキャンプ協会 1993 『オートキャンプ白書 1993』P 38
  - 44) 日本オートキャンプ協会 1986 前掲書 P 18、日本オートキャンプ協会 1990 前掲書 P 17
  - 45) 大森義彦 1996 「アウトドアレクリエーションと歩行」『高知大学学術研究報告 (社会科学)』第45巻 P 8
  - 46) 「テントも自分で選んで“星”の輝くキャンプ場へ」日本経済新聞 1988/07/14
  - 47) 月刊レジャー産業情報編集部 1998 「全国オートキャンプ場アンケート調査集計(2)」『月刊レジャー産業情報』1998-5 P 169
  - 48) 月刊レジャー産業情報編集部 1998 「全国オートキャンプ場アンケート調査集計(3)」『月刊レジャー産業情報』1998-6 P 185
  - 49) 原重一・大隅一志 1995 前掲論文 PP 54-55
  - 50) 日本オートキャンプ協会 『オートキャンプ白書 1988』P 3、同白書 1997 P 7、同白書 2000 P 4、同白書 2007 P 3
  - 51) 同上
  - 52) 10年後の1997年も同様の傾向が見られた。ただしこの時点では子どもがまだ独立しておらず、自宅に子どもを残してオートキャンプを行うことが難しいという可能性もある。
  - 53) 日本オートキャンプ協会 1986 前掲書 P 11