

南 信 州
CAMP *session*

CAMPLIFER
2020
モニタリングレポート

Monitoring
Report



新しい日常のページを開く、CAMPLIFER 2020レポート 「キャンプと日常を一つに」

2020年、大きな変化の年に、
南信州キャンプセッションは活動をスタートしました。

日本のキャンプシーンに、ローカルで生きる私たちの価値観を発信したい。
キャンプカルチャーを通じて、地元で持続可能な経済文化圏を作っていきたい、
そんな想いで繋がった、若いキャンプ場経営者達が、
立ち上げメンバーの中心です。

日常のすべてが変わっていくタイミングで、
もし心のどこかで望んでいた「非日常」の光景が、
これからの「日常」にできるのだとしたらー。
ショック状態の社会に向けて、何か未来を掴むきっかけとなるような提案をしていきたい。
そんな想いを乗せて「キャンプと日常を一つに」というキャッチコピーと共に
CAMPLIFERのプロジェクトはスタートしました。

CAMPLIFERにお申し込みいただいたのは、
「新しい日常」に向けてポジティブな一歩を踏み出した方々だったと思います。
そんな皆様と一緒に、新しいサービスを体験することができて、
私たちはとても幸せでした。

日本人の生き方がもっと自然に近づいて、
リラックスした、本当の意味で豊かなものになるようにー。

このモニタリングレポートが、「新しい日常」の次なるページを、
共に創る礎となることを願いつつ公表いたします。

また、毎回のプロジェクトでは、
「平日のキャンプ需要のモニタリング」として、
ユーザーの皆様にご協力を頂きました。

この場を借りてお礼を申し上げます。
誠にありがとうございました。

CAMP LIFER

~プレスリリースと市場の反響~

[プレスリリースと反響]

8月19日

PRタイムスにてプレスリリース(3万円分/同時にHP・動画公開)

8月20日

申し込みスタート

8月22日

Insta/FB広告(5日間/3万円分) 約66000回リーチ

[ホームページアクセス]

リリース後 7日間/4972回 5ヶ月間/13680回

動画再生回数:

リリース後 7日間/1350回 5ヶ月間/2150回

[掲載メディア]

インターネット 約25媒体

新聞 4回(信毎経済面等)

雑誌 3回

ラジオ 3回(県内局)

テレビ 4回(県内・特番2回)

展示会招待(レジャー&アウトドアEXPO JAPANにて講演)

集客結果:

10日で完売 45名が体験 5名キャンセル

南信州

CAMP
Session

南信州キャンプセッション
平日サブスクモニタリング事業まとめ

CAMP LIFER 2020 1st シーズン
2020年9月1日～11月30日

基本的なサービス内容

- 平日のソロキャンプが月額 4500 円
- 3ヶ月間を通して入会
- 7つの加盟キャンプ場が使い放題
- 同伴の家族（二親等以内）のみ 日額 +1000 円 / 人で利用可能

モニタリング手法

キャンプ場による利用データ集計、アンケート調査による

アンケート

加入時アンケート：1 回実施

質問内容 「年齢，性別，居住地，職業（業界），休日の傾向，申し込み動機，サービスの使い方，予定する来場頻度」

利用時アンケート：毎回実施

質問内容 「今回のキャンプの泊数，グループ構成，来場目的，キャンプ場に改善を望む点，
ワーケーションの利用実態，平日キャンプをしてみたの感想，CAMPLIFER のサービスへのご提案」

CAMPLIFER ユーザーアンケート回答率

参加人数	45 名
回答率	70.5%
利用件数	156
回答数	110

利用件数集計結果 (CAMPLIFER 45名、7つの加盟キャンプ場)

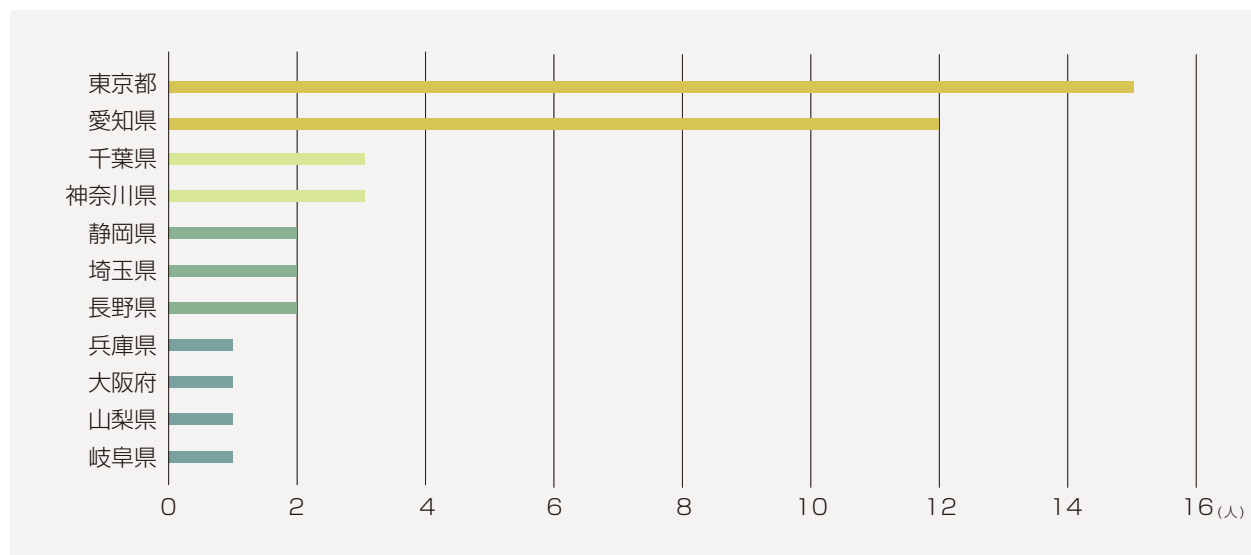
月毎の利用件数

	9月	10月	11月	合計
利用件数	59	59	38	156
利用室数	82	87	87	256

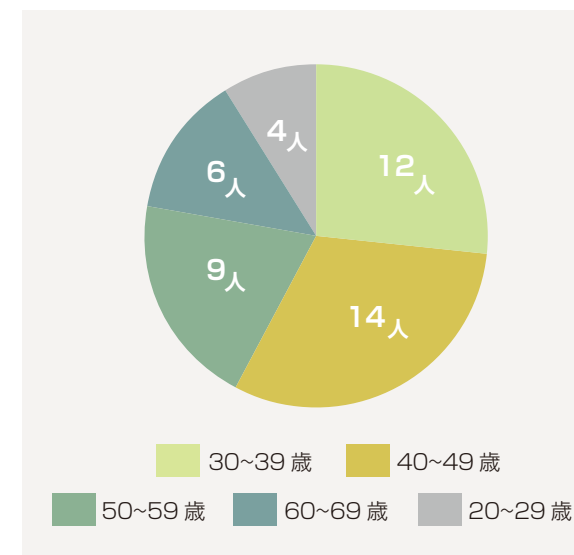
のべ宿泊者数

	9月	10月	11月	合計
大人	98	102	87	287
子供	2	0	6	8
宿泊者数	100	102	93	295

利用者の居住地



利用者の年齢



各ユーザーの合計泊数

泊数	人数
28泊	1人
21泊	1人
16泊	1人
12泊	1人
10泊	1人
8泊	1人
6泊	7人
5泊	9人
3泊	5人
2泊	8人
1泊	2人
0泊	8人

各ユーザーの来場回数

回数	人数
12回	1人
8回	1人
6回	5人
5回	4人
4回	3人
3回	7人
2回	10人
1回	6人
0回	8人

1回のキャンプ平均泊数

CAMP LIFER

平均 1.67泊

CAMP LIFERの
上位6人を抜かすと
(13%)

平均 1.37泊

日本の平均

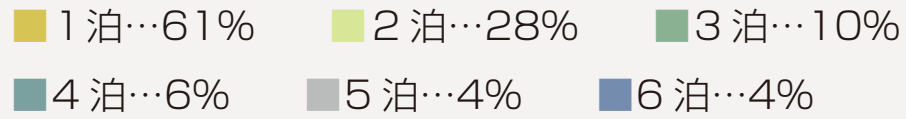
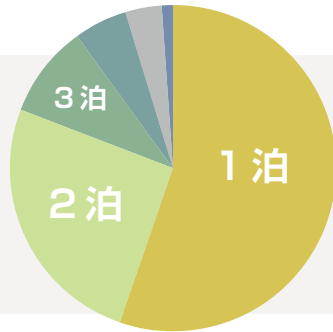
1.28泊

(オートキャンプ白書 2020)

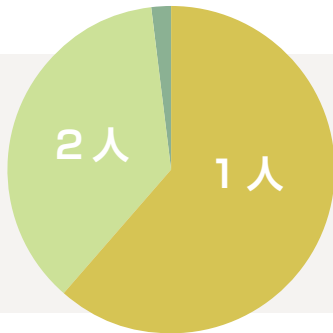
南 信 州

CAMP
session

1回のキャンプの泊数と回数

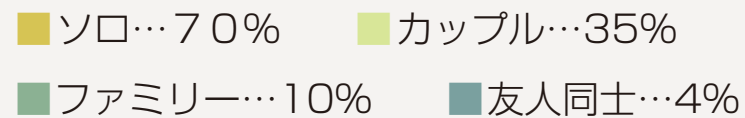
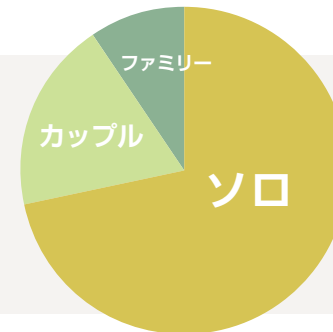


グループの人数



グループ人数の平均 1.26人

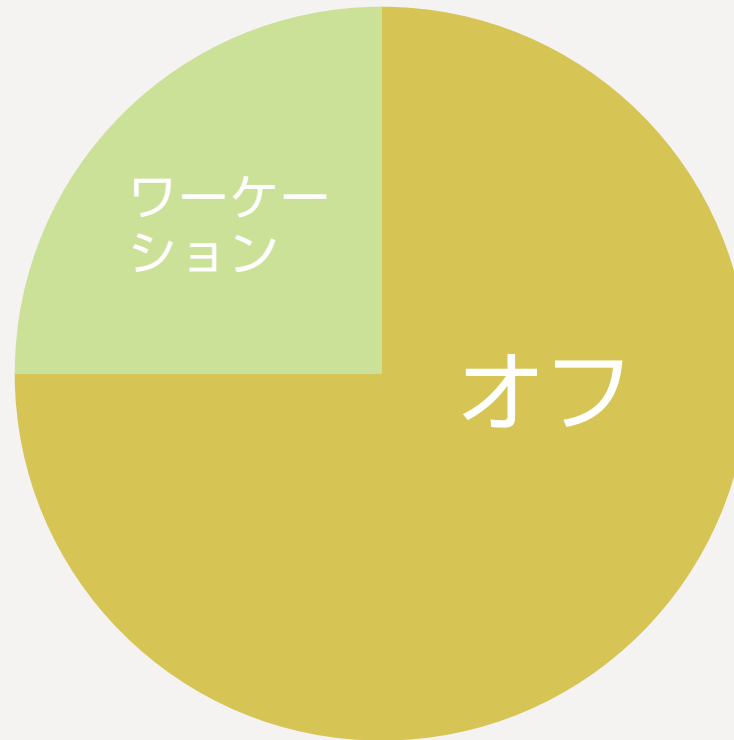
一緒に来ている相手



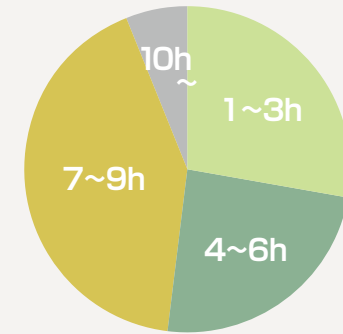
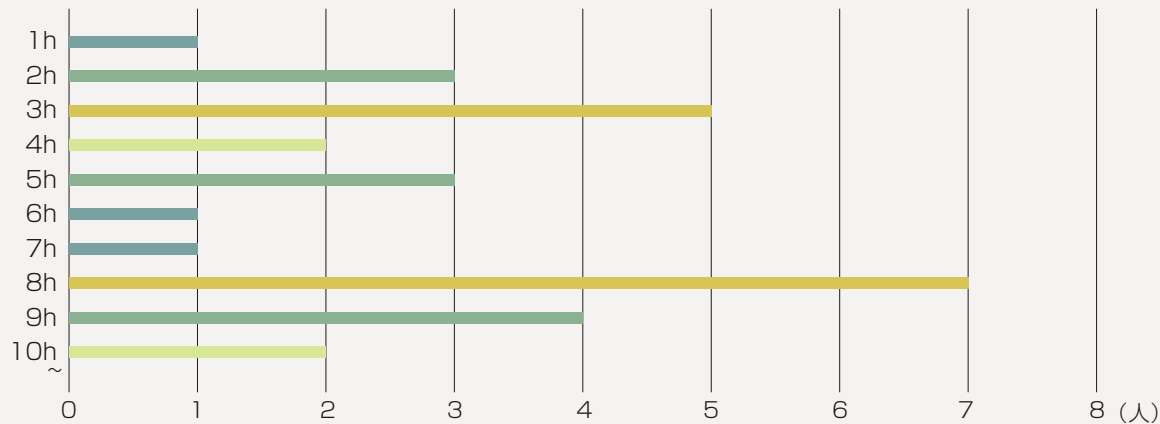
南 信 州

CAMP
session

主な利用目的



ワーケーションでの1日の仕事時間



ワーケーションで利用してみたの感想・課題・改善要望

- ・ワークスペース ,wifi の利用時間の拡充・時間外の対応 … 6件
- ・テントサイトでの wifi … 4件
- ・個室ワークブース … 4件
- ・ランチ・間食の提供 … 3件
- ・携帯電波の問題 … 3件
- ・ワークスペース ,wifi の利用料金 … 2件
- ・ワークスペースの設備・サービス … 2件
- ・事前情報に夜ミスマッチ解消 … 2件
- ・定休日の問題 … 1件

データ考察

見えてきたユーザー像

全体

- 年齢層はバラバラ（既存キャンプユーザーとほぼ同じ）
- 今回は都市部にヒットした（FB 広告は県内・関東・東海エリアに出した）
- 「元を取れた」（月に2泊）人は50%
- 平均的に長くいた人が少しだけ多かった。「まだまだ」か「長期の兆し」か。
- 3泊以上の長期滞在率は11%（1泊61% 2泊28% 3泊以上11%）
- 「長期=ワーケーション」でもない。オフもある。

オフユーザー

- ソロが6割。2人が4割
- 静けさを最も好む
- スタッフとの交流も好む（一人なのでそこにフォーカスしていく）

ワーケーション

- 仕事時間が「チョット派」と「ガッツリ派」に2分される
- 若い=ワーケーションでもない。20~50代まで幅広くいる
- 2泊以上が理想。1泊しか行けない時も多いのでインアウトを長めに希望している
- ソロが多数。カップルや子連れのパターンもある（今後は友人もありそう）
- ワーク環境の充実（価格・ニーズを捉えた利便性）が重要

南信州

CAMP
session

感想・改善要望

CAMP LIFER として平日にキャンプをしてみて、ご自身で気づいたことや、感じたことを教えてください。

- 平日キャンプの良さを実感（人が少ない、開放感、予約競争が無い、自然が満喫できて気持ち良い） …40 名
- 今まで訪れることのなかったキャンプ場、地域、時期に行くきっかけになった …13 名
- 課題の発見。ワーケーション（環境、働き方）長期滞在（洗濯、雨対策、ゴミ）平日キャンプ（セキュリティ、寂しさ） …13 名
- 意外と人が多かった。周囲の人のマナーが悪くうるさかった …10 名
- 自然の中で仕事ができることの良さ。ワーケーションが可能だという気づき …9 名
- 自分自身の豊かな時間の使い方の発見。コロナ禍での楽しみ方の発見 …5 名
- 道路渋滞のストレスがない …3 名
- ソロキャンプ仲間が多く、楽しみやすい …3 名
- その他 …9 名

CAMP LIFER のサービスについて、ご提案、改善を望む点など自由にお書き下さい。

- エリアや加盟キャンプ場を増やして欲しい …12名
- 利用できるサイトを制限しないで欲しい …10名
- とにかく継続して欲しい …9名
- 周辺情報の充実 …7名
- HP 情報の拡充 …6名
- チェックイン/アウト時間の柔軟化 …5名
- 予約方法の改善 …5名
- シーズンの拡大（冬キャンプ） …3名
- 1ヶ月単位での販売 …3名
- 会員の優越感・コミュニティへの参加 …3名
- Wifi/ワークスペースの利便性 …2名
- 定休日があり、長期滞在しづらい …2名
- キャビンの割引 …2名
- 友人もサービスして欲しい …2名
- 公式 SNS の充実 …1名
- 価格の値下げ …1名
- 価格が安すぎる …1名

CAMPLIFER 事業 | 目指すべきもの

この事業の KPI (重要達成指標)

- ・「平日キャンプ」「長期滞在」の定義、価値、インフラなど、条件を探求する
- ・「新しいことに挑戦する人たち」との繋がりをつくる

この事業のアウトカム (最終的に実現したいこと)

- ・ 交流人口が拡大し、地方に知的労働層が流入することにより、魅力ある地方を共創する機会が生まれる。
地方にある自然に根ざした産業におけるイノベーションが起こる。
- ・ 日本社会が、都市集中型社会から地方分散型社会に向けて変化することで、持続可能な社会をつくることことができる。
 - ・ 日本人の働き方 / 休み方がより、自由に、効率的に変化していく。
 - ・ 長野県 / 南信州エリア全体としての魅力につながっていく。

今後のサービスの方向性

(以下、すべて現時点で計画しているモノのみを記入しています)

ユーザーと一緒に作り上げていく

- ・ ユーザーコミュニティをつくる (SNS)
- ・ ユーザー、加入を考えている方々とウェビナーなどでコミュニケーション
- ・ ユーザーも参加して CAMPLIFER のサービス設計チームをつくる

今後計画している改善

- ・ HP の基礎情報の改善
- ・ CAMPLIFER の先にある南信州へのガイド、周遊情報・移住情報の充実
- ・ 各キャンプ場における利用サイトの選択肢の改善
- ・ 各キャンプ場におけるワークスペースの利用しやすさの改善

～今後のスケジュール～

2021 年 2 月 19 日

ウェビナー：【NAGANO観光アカデミー#13】南信州キャンプセッション座談会

「長野らしいキャンプカルチャー / キャンプブームの先にある社会を考える / CAMPLIFER モニタリングレポート」

YOUTUBE リンク QR



2021 年 3 月上旬

CAMPLIFER2021 サービス公表 / 既存ユーザー先行発売

2021 年 3 月中旬

CAMPLIFER2021 販売開始

CAMPLIFER 2020 モニタリングレポート

Monitoring
Report

Produce by 南信州キャンプセッション

Marketing&Report by Yuudai Kubota(四徳温泉キャンプ場)

Report Design by Haruhito Sasaki(Glocal Communication/おおぐて湖キャンプ場)

Photo by Shunsuke Kubota (Aurora Photography/CAMP LIFER)

Supported by 長野県観光機構

南 信 州
CAMP
Session

南信州
CAMP
Session

