

アウトドアブームの到来

ソウル駐在員事務所

洪承元

韓国では最近、天気の良い週末になるとアウトドア用品を片手に外出する家族連れの姿をよく目にします。デパートや大型スーパー店内にはアウトドア用品の販売スペースが設けてあり、大勢の客で賑わっています。

2013年三星経済研究所の資料によると、国内のアウトドア市場は約6兆5,000億ウォン(日本円：約5,850億円、為替レート100ウォン=9円)規模に達し、これは約1兆円と言われる米国アウトドア市場に次ぎ、世界第二位の規模とされています。アウトドアブランド各社は最近のキャンプブームを追い風に、キャンプ関連用品の販売に力を注いでいます。



現在、国内には1,100カ所余り(2012年4月基準)のキャンプ場施設があり、アウトドアブランド、オートキャンプ専門会社、地方自治体が運営する施設も増加しています。これまで快適な宿泊施設が不足していた地方においては、自治体主導のもと廃校グラウンドや空き地に芝生を敷きキャンプ場を造成し、都心部のキャンパーを誘致することに成功しています。キャンパーたちは、田舎暮らしの体験と同時にキャンプを楽しむことができ、そこでたくさんの地元特産品を購入して帰ります。これは地域経済の活性化にも大きく貢献しています。

【ロッテマートソウル駅店のキャンプ用品コーナー】

では、なぜキャンプの人気の高まっているのでしょうか？週休二日制の定着、厳しい競争社会における癒しなどの理由は様々でしょう。また、父親のイメージも一昔のような厳格な父親像とは一変し、友達のように接したり相談できる父親、「フレンディー (Friend+Daddy)」の存在、アウトドアやレジャー活動を通じて子供と過ごす時間の大切さを実感する父親が多くなったことも理由の一つでしょう。以前は家族との週末旅行といえば、コンドミニアムやペンションで過ごすことが定番でしたが、キャンプ用品とテントさえあればどこへでも出かけられるという手軽さ、キャンプ場施設の充実、アウトドア用品の利便性などがキャンプの人気をますます向上させているようです。



【キャンプを楽しむ家族 ソウル市ノウルキャンプ場】

また、キャンプの人気はアウトドア業界だけでなく他業界にも好影響をもたらしています。食品会社はキャンプ場内で自社商品の試食販売を行うなどマーケティングにも積極的です。自動車業界は

キャンピングカーの販売促進、カメラ業界ではアウトドアに役立つ撮影方法のデモンストレーションの実施、キャンプ用品レンタル会社の登場など関連産業も活気づいてきました。

日頃のストレスを自宅でゆっくり解消するのもいいでしょうが、自然の中でマイナスイオンを浴びながら家族と過ごす時間は、仕事で疲れた現代人に一層の安らぎを与えてくれることでしょう。私も今年こそは是非キャンプ場に足を運んでみようと思います。