

くるま旅

Kuruma Tabi

VOL.
2007

3

団塊世代の
キャンピングカーライフ
シニア市場の拡大を伝える「キャンピングカー白書2007」



JRVA

日本RV協会 発行

キャンピングカーで

ハッピースローライフ



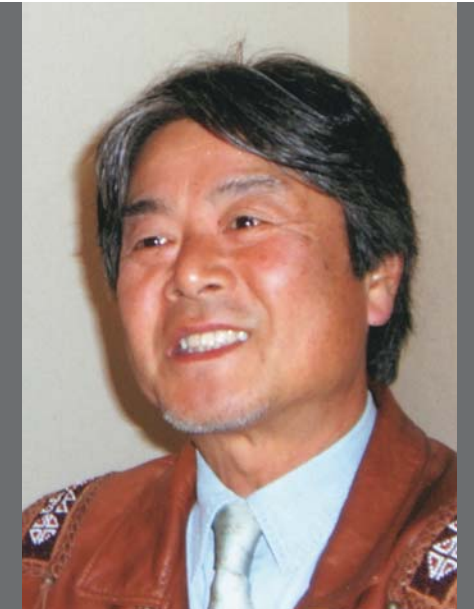
マイク真木

1944年生まれ。フォーク歌手。俳優。
1966年に『バラが咲いた』で100万枚以上の大ヒット。
他に『気楽にいこう』『キャンプだホイ』などヒット曲多数。



増田英樹

1951年生まれ。日本RV協会会長



マイク真木さんの生き方は 団塊の世代の憧れ

【増田】キャンピングカーショーの来場者にも、50歳以上の人たちが急に増えてきて、“アクティブシニア”と呼ばれる活動的な団塊の世代に、キャンピングカーがブームが巻き起こりつつある感じなのですが、こういう傾向をマイクさんはどう思われますか？

【マイク】日本にも、ようやく欧米型のライフスタイルというのが定着してきたということ

なんでしょうね。

僕はハワイにも暮らしましたし、アメリカにもよく行っているのだから分かりますが、アメリカ人は、働いているうちにもう定年後のライフスタイルを考えているんですね。キャンピングカーを使って、ゆったり全米を旅するなどというの、そのひとつです。

ところが、日本人は働くことを優先する文化のなかで生きてきたから、今まではなかなか定年後の暮らしをイメージすることができ

なかった。

それが団塊の世代が大量に定年を迎えることになって、ようやくリタイア後の人生を考える気運が生まれたということではないでしょうか。

【増田】そういった意味で、私たち団塊の世代の人間は、マイクさんの生き方からいっぱい学べるように思うんですよ。

海辺に家を持ち、釣り、サーフィンを楽しむ。キャンプもお好きですね。家もご自分

でカントリー調にリフォームされたり、お米まで自分でつくられている。そして空いた時間には絵を描いて楽しんでられる。

まさにスローライフとかロハスとか、DIYの精神を生かしながらローコストでマイペースで生きていくという、今の時代に望まれているライフスタイルにぴったり合った生き方なんですね。

マイクさんのライフスタイルを見ていると、まさに定年後の「豊かな人生」というものの

理想像を実現しているように感じられます。

私たちマイクさんに憧れる世代は、いまだにマイクさんの生き方に学ぶべきところが多いように感じるんですよ。

【マイク】いやあ(笑)。若い頃から生き方はそんなに変わっていないんです。あまり先のことを考えず、あくせくしない生き方をしてきましたから。

そもそも「バラが咲いた」というヒット曲も、自分で必死に売り込んだものじゃないんで

す。あれは、別の人が歌うはずになっていたんですよ。僕は代役でデモテープを作っただけ。

そうしたら、プロデューサーの人がそれを聞いて「マイクの歌でいこう」ということになってくれたんですね。だから、スキー場のバイトから帰ってくる時、クルマの中でラジオを付けたら、いきなり僕の歌が流れてきたので、びっくりしましたよ。すべて成り行きまかせの人生です(笑)。



マイク真木さんは、アウトドアライフの達人。左は庭に置かれたバーベキューグリル。右は手作りのツリーハウス



マイク真木さんの手掛けた絵。時間があれば絵を描くのが趣味。ハワイで暮らした頃の印象を表した「ハワイアン・サン」

気楽にいこう、のんびりいこうという呼びかけは、今の時代へのメッセージとして必要なんだと思います。

マイク

Mike Maki



キャンピングカーが「シニア文化」を創造する

【増田】そんなマイクさんの生き方を上手に表現された歌が、CMソングとしてヒットした『気楽にいこう』でしたね。

確か鈴木ヒロミツさんが、ガス欠のクルマを後ろからのんびり押していくという石油会社のCMでした。

【マイク】あれは1971年頃だったと思います。ちょうど日本が高度成長に疑問を感じ始めた時代で、「物ばかりあふれる便利な社会に幸せはあるのか?」ということをみんな考え始めた時代でしたから、ああいう歌がインパクトを与えたのでしょうね。

【増田】それこそ、今の時代に求められる考え方でしょうね。地球の温暖化、石油エネルギー枯渇への危機など、我々がスピードを上げて求めてきた文明の進歩が裏目に出そうな時代になっていますよね。

マイクさんの「気楽にいこう、のんびりいこう」という呼びかけは、20年以上前の曲にもかかわらず、今の時代へのメッセージ



として必要なんだと思います。

団塊の世代は、がむしゃらに働く模範をつくって後の世代に示したけれど、次は豊かな余生を送るという模範をつくらねばならない。そういう時代が来ましたね。

【マイク】とにかく、団塊の世代がはじめて「仕事」を離れるわけですよ。働きバチだ

った彼らは、今まで仕事や会社を離れた視点で社会や地球を見ることがなかったと思うんですよ。

それが、ようやく自分の外に広がるいろいろなものを、ゆっくり眺める時間が取れるようになったわけですね。仕事に追われていた限りは、そんな時間は取れませんから

ね。
【増田】その「ゆっくり眺める時間」というものを、今彼らがキャンピングカーに求めているように感じるんですね。

今度の「キャンピングカー白書」の調査でも分かったことですが、キャンピングカーの旅で実現したいことは「気に入った場所を見つけて、のんびり滞在したい」ということなんですね。また、一般道をゆっくり走りながら、日本一周してみたいという人たちもいる。

子育てを終わったシニア夫婦を中心に、今そう望む人たちが増えていることが分かったんです。

私たち日本RV協会でも、そのような動きに呼応して、キャンピングカーライフを楽しむ方々へのソフトの充実をいろいろと進めてきました。

たとえば、お客様の利便性を向上させる目的で「くるま旅クラブ」という組織を発足させましたし、そのクラブの会員になることで、日本全国のホテルや旅館の温泉施設

をリーズナブルな料金で使用できる「湯YOUパーク」というシステムも整備しました。

実際に、このクラブに入られて「湯YOUパーク」を利用されるシニア夫婦が増えています。

まさに、キャンピングカーが「シニア文化」を花開かせる時代がついに来たという印象があるんですね。

「ありがとう」を言い合える夫婦になろう

【マイク】基本は「夫婦」ですよ。僕は離婚も経験しているから(笑)よく分かるんですけど、夫婦が円満でいてこそ、家族も一体となる。

しかし、日本人の夫婦は仲は良くても、愛情表現がうまくないので、誤解も生まれやすいですね。

別に、アメリカ映画のように家に帰ったら抱き合うなんてことをしなくてもいいんです。ただ、感謝したい気持ちが生じたとき

に「ありがとう」という一言をいうだけでいいんです。

僕はこの前『ありがとう〜こころのパラ〜』という歌を作ったんですが、それは日本の中年男性は、なかなか「ありがとう」という言葉を出せないと感じたからなんですね。いまだにテレだとかカッコ付けがある。

しかし、この一言をいうか言わないかで、決定的に違ってきますよ。

僕は、これからキャンピングカーで日本一周しようと計画しているご夫婦の方に言いたい。旅行中に、相手が何か良いことをしてくれたら、素直に「ありがとう」といましょうと。

【増田】大事なことですね。私は、団塊の世代にキャンピングカーが普及することは、それによって個人としても豊かな時間が持てるようになるだけでなく、今まで日本に存在しなかった新しい夫婦像が生まれるようにも感じています。



Hideki Masuda

「ゆっくり眺める時間」というものを、今彼らがキャンピングカーに求めているように感じる。

増田

「キャンピングカー白書2007」が伝えるユーザーの素顔 「50歳夫婦のふたり旅」が主流

ふたり旅
楽しんでいます!



山本馬骨ご夫妻

キャンピングカーユーザーの平均年齢は49.88歳

平均年齢は約50歳。世帯収入は600万円台の後半。そしてその半数の人たちは、夫婦ふたりの「くるま旅」を楽しんでいる。

そんなキャンピングカーユーザー像が、このたび日本RV協会の発行した「キャンピングカー白書2007」から浮かび上がってきた。

このユーザー調査は、日本RV協会が

主宰する「くるま旅クラブ」の会員のうち、その1,245人の回答をもとにまとめられたもので、ほぼ平均的なキャンピングカーユーザーの実状を推測するものといっている。

それによると、キャンピングカーユーザーの平均年齢は、テントキャンプを楽しむ人たちの平均年齢より約10歳ほど高い49.88歳。まさに、定年退職後のライフス

タイルを思い描きながらキャンピングカーに接している人たちがその中軸を占めていることが分かる。

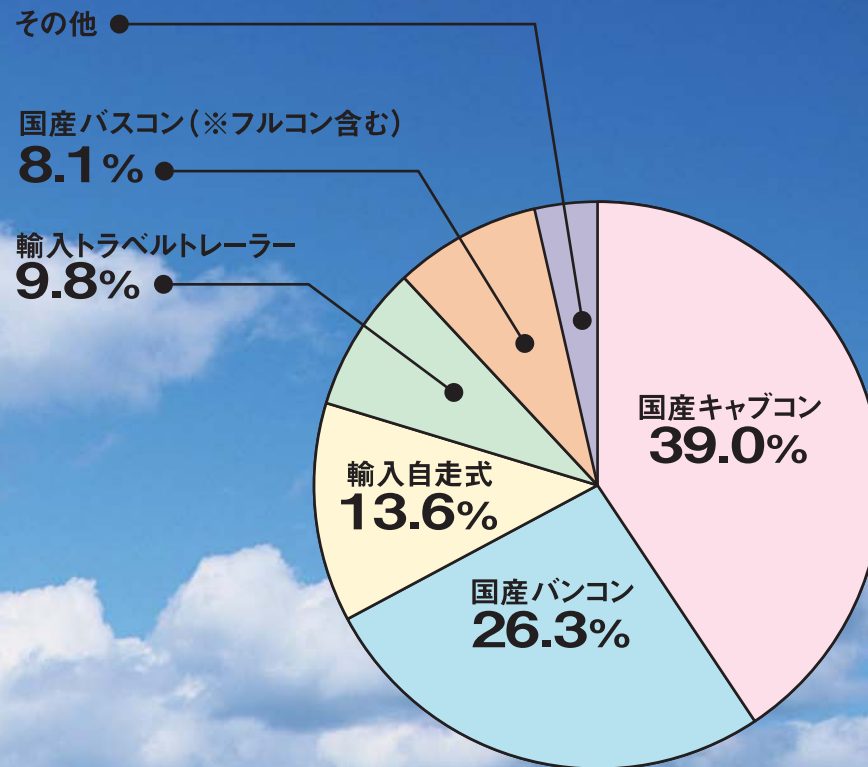
また、ユーザーの買っているクルマの価格帯としては、400万円台から500万円台のキャンピングカーが多く、その内訳は、国産キャブコンの所有者が39.0%。国産バンコンは26.3%。国産バスコンと国産フルコンは合わせて約8%。つまり全体の7

割強が国産ビルダーの製作したキャンピングカーに乗っていることが分かった。

一方、輸入車では、トラベルトレーラーを購入した人がユーザー全体の1割に迫る9.8%を占め、自走式の輸入車を所有している人は、アメリカ製・ヨーロッパ製を含めて、全体の13.6%ということが明らかになった。

くるま旅クラブ会員所有車のタイプ別比率

【くるま旅クラブ会員アンケート調べ】



COLUMN 山本さんが教える長距離旅行のコツ

●「くるま旅」では、毎日の生活環境が変わるので、疲れているのに眠れないということがよくある。しかしそれを気にしていても始まらない。「眠くなったら寝る。眠くないときは寝ない」。そう思って悠然と構えていればいい。快眠は、眠くない状態では決して実現できない。だから、逆に眠くなったときは、道の駅や高速道路のサービスエリアなどを利用して、昼間でも短い仮眠を取る。そのようなリズムを身につけることが、長距離のキャンピングカーライフを円滑にこなす力となる。

●旅に出ると、解放感も手伝い、つい美食・飽食に傾きがちである。しかし、グルメ旅行

は、長期のくるま旅では避けた方が望ましい。健康と予算に狂いが生じがちになるからだ。特にコレステロールや中性脂肪に関して注意を受けている人は要注意。健康に留意して、最低でも1日1食は自分で調理して食べるようにしたい。

●熟年夫婦の「くるま旅」を上手に続けるコツは、いつも一緒に行動するなどという形でお互いを縛らないことを心がけることが肝要。同じ観光地に行っても、時には夫婦で見た目の異なる場合もある。また、片方は疲れてクルマの中で休んでいたいときもある。その場合は、思い切って、夫婦が別な行動を楽し

むことも必要だ。お互いが自由に楽しむ時間を尊重しあうことが、かえって長旅をストレスなく続けられる秘訣となる。

シニア夫婦のくるま旅を実践し、その楽しさとノウハウをまとめた山本馬骨さんの著作。日本RV協会の推薦図書にもなっている。

山本馬骨・著

『くるま旅くらし心得帖』新風舎 1575円



多くのユーザーが、キャンピングカーで自由をGet!

ユーザーたちの購買動機を調べてみると、何とんでも目立ったのは「家族との触れ合いを求めて」という回答。その数は「趣味を生かすため」「テントキャンプからのステップアップ」という答を抜いて、全体の5割を占めた。

そして、回答者の7割以上の人が、「キャンピングカーを買ったことによって家族共通の話題が増え、団らんの時間が増えた」ことを指摘している。

さらに、旅行のスタイルが大きく変化し、天候を気にすることなく「出発時間や目的地を気楽に決められるようになった」(42.9%)、「温泉や観光施設をめぐるのが楽しくなった」(21.2%)と答えているように、キャンピングカーが“旅行”のイメージを「気楽で自由」なものに変えた様子が伝わってくる。

ユーザーが将来に叶えてみたい夢とし

ては、「気に入ったところでのんびり滞在したい」と答えた人が全体の6割を超え、63.4%に達した。

そのほかの答として、「日本一周旅行」「自分で使い勝手のよいように改造する」などという声もあがっているが、なかには「世界一周」「大陸でのキャンプ」など、キャンピングカー旅行に大きな夢を抱いている人が存在していることも分かった。

■ キャンピングカーを買って良かったこと

出発時間や目的地を気楽に決められるようになった **42.9%**

温泉や観光施設をめぐるのが楽しくなった **21.2%**

【キャンピングカー白書2007調べ】

「ふたり旅」を楽しむ人が半数

今回の白書で浮かび上がったのは、キャンプ場でアウトドアを楽しむテントキャンパーたちとキャンピングカーユーザーでは、その家族構成が異なるということだった。

(社)日本オート・キャンプ協会の発行する「オートキャンプ白書2006」によると、テントキャンプ中心に楽しんでいる人たちの場合は、キャンプの同行者として誰を選ぶかという問いに対して、「子供を連れた家族」と答えた人が72.1%と圧倒的な多数を示し、それに対し「夫婦だけ」と答えた人は13.6%にとどまった。

一方、キャンピングカーユーザーの場合は、「夫婦2人」と答えた人が48.8%を占め、「子供を含めた家族」(44.9%)とい

う答を3.9ポイント上回った。そして全体の約4割のユーザーが、ペットと一緒に旅行を楽しんでいることも判明した。

このことから、キャンピングカーユーザーはファミリー層から、子供の代わりにペットを連れたシニアカップル層へと移行していることが読みとれる。

では、多くのキャンピングカーユーザーはどんな旅行を楽しんでいるのか。

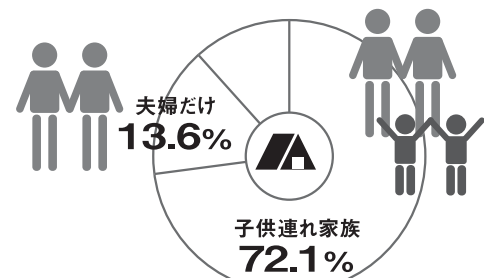
まず、宿泊場所としては、2割強の人が、可能な限りキャンプ場に泊まると答えている。キャンプ場は、ほとんどの施設でAC電源、給水設備、シャワー(風呂)設備などを完備しており、セキュリティも保証

されている。そのため、ユーザーが最も安心して泊まれる施設として認知されているようだ。

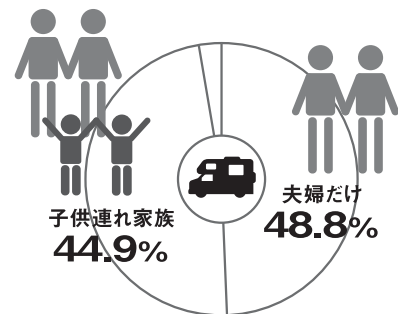
また、日本RV協会が提唱する「湯YOUパーク」(提携ホテルや提携旅館の駐車場)を利用している人も5.2%ほど存在した。

しかし、旅行のスケジュール調整が整わない場合は、道の駅や高速道路のサービスエリアなどで短い時間の仮眠・休息をとっている人たちもおり、各ユーザーが臨機応変に休息場所を使い分けている様子がうかがえる。

■ キャンプ同行者割合



テントキャンプを中心とする人達の同行者割合



キャンピングカー利用者の同行者割合



旅行予算は1日1万707円

また、キャンピングカーを年にどのくらい利用しているかという問いでは、「20回以上」と答えた人が最も多く、その比率は全体の23.0%だった。「日常の足」として通勤や買い物に常時使用している人も17.7%いることから、ユーザーの4割はかなり頻りにキャンピングカーを使用していることが分かった。

ちなみに、キャンピングカーユーザーの年間利用回数を平均すると、15~16回という計算になった。

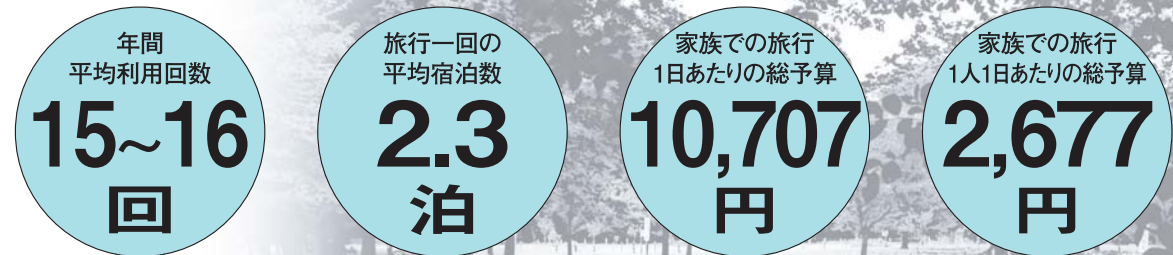
1回のキャンピングカー旅行で何泊するかという問いには、いちばん多い回答が2泊3日で全体の47.7%だった。続いて多いのは1泊2日の27.1%だった。

平均すると2.3泊になり、まだまだ欧米なみの長距離旅行からはかけ離れている現状をうかがわせた。

しかし、定年退職を迎えて、自由に旅行する時間数を確保できるシニアユーザー層が増加することが見込まれる今年以降は、キャンピングカー旅行の宿泊数がさら

に伸びることが予想される。

また、家族でキャンピングカー旅行をした場合、1日あたりの総予算としてどれくらい使うかを調べたところ、1日平均1万707円という金額になった。1家族のメンバーを仮に4人と仮定すると、1人あたりの1日の出費は約2,677円。ホテルや旅館に宿泊する旅行と比べると、キャンピングカー利用者がいかに経済的な旅行を実現しているかが分かる。



「キャンピングカー白書2007」が伝えるユーザーの素顔
「50歳夫婦のふたり旅」が主流



「キャンピングカー白書2007」が伝える業界の現在

シニア市場がキャンピングカー産業を支える

日本におけるキャンピングカー保有台数は 5万台

日本でキャンピングカーの製造および販売に携わっている会社のほとんどは、日本RV協会(JRVA)に所属しているが、その協会会員数は125社。従業員数はバイト、パートタイマーも含めて1,061人(06年8月調べ)である。

では、その人たちが、昨年は何台のキャンピングカーを出荷し、さらに過去から現在に至るまで何台の車両を世に送り

出したのか。

このほどまとめられた「キャンピングカー白書2007」において、ようやくその正確な数字が把握できるようになった。

それによると、昨年度調査による一昨年(2005年)の国産キャンピングカーおよび輸入キャンピングカーの総出荷台数は約3,500台。05年度までに出荷された総台数は国産・輸入含めて約5万

台という数値が明らかになり、07年末には6万台弱に達するものと思われる。

これまでは「累計保有台数30万台」などと、およそ実数とかけ離れた数値が計上され、それが新聞・雑誌などによって報道されていたが、今回日本RV協会の実態調査によって作成された白書は、同協会初の公式見解として非常に貴重なものとなった。

日本RV協会
会員数

125
社

2005年
総出荷台数

3500
台

05年度までの
総出荷台数

約5万
台

あいまいな“キャンピング車”を排除した正確な実数

従来公表されていた数値と今回の調査による数値がかけ離れているのは、2000年10月に、国土交通省が「キャンピング車の新構造要件」を適用し、それまであいまいな部分の多かった「キャンピング車」の規定を厳密化したことが大きく関係している。

かつてキャンピングカーには、税金・保

険面における優遇処置があったため、登録規定が厳密でないことを利用して、普通の乗用車に容易に取り外しができる簡易装備を組み込んで、キャンピング車登録(8ナンバー登録)を行うケースが多かった。

たとえば、自動車検査登録協会は、05年のキャンピングカー保有台数を25

万7,586台と発表しているが、これはそれらの簡易装備の乗用車系キャンピング登録車を含んだ数値である。

しかし今後は、そのような簡易装備の乗用車系キャンピング車は車検を通すことが難しくなるため漸減し、徐々に日本RV協会が公表する数値に近づいていくものと予想される。

シニア市場がキャンピングカー産業を支える



増加傾向を示すキャンピングカーの出荷台数

今回の調査は、車検上キャンピングカーとして正式に認められる車両のみを対象としたため、従来の総保有台数とは大きな開きが出たが、純然たるキャンピングカーとしての出荷台数は、国産車・輸入車とも前年より確実に増加している。

05年度のRV協会の国産キャンピングカーの総出荷台数は合計3,060台で、前年比14.22%増の伸び率を示した。

種類別にみると、国産バンコンの出荷

台数が一番多く1,651台(17.26%増)。次に国産キャブコンが続き1,101台(5.0%増)。3番目は国産バスコンの113台(前年比25.56%増)となった。

一方、05年度の輸入キャンピングカーの総輸入台数は443台で、種類別にみると、トラベルトレーラーの輸入台数が一番多く、308台(前年比11.12%増)という数を記録した。次に多いのはクラスCの83台。3番目はクラスAの20台だった。

北米市場でも減少傾向を見せるクラスB(バンコン)は、日本においても輸入台数が少なく、05年度の輸入は8台であった。

また、日本RV協会以外の事業者の出荷台数も含め、05年度までに出荷されたキャンピングカーの総台数を調査してみると、国産車と輸入車を合わせて、約5万台ということが分かった。



■ 国産キャンピングカー種類別 2005年出荷台数



■ 輸入キャンピングカー種類別 2005年出荷台数



将来に明るい展望を抱くビルダーと販社

各キャンピングカー業者が、この業界の将来をどう考えているかを調べたところ、やはり前掲した出荷台数の増加を反映したような回答が寄せられた。

「キャンピングカー産業は将来はもっと成長する」と予測する業者は全体の57.57%にのぼり、「横這い」と答えた事業者(33.33%)、「期待できない」と観測する事業者(9.1%)を大きく引き離れた。

実際、いま定年退職をひかえた団塊の

世代を中心にキャンピングカーブームが巻き起こっており、その世代が示す購買意欲の高まりを各事業者が実感していることがこのデータから読みとれる。

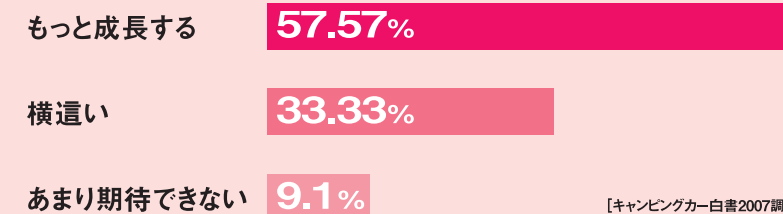
事業規模の拡大を目指すときの指標となる「設備投資」への意欲を調べても、前掲のデータを裏付ける回答が得られた。

「近い将来設備投資をする予定がある」と答えた数は31件にのぼり、また「最近設備投資をしたばかりである」という回

答も22件寄せられた。それに対し、「当面設備投資はしない」という回答は35件だった。

このように、設備投資を終えた事業者と、設備投資を計画している事業者の総数が設備投資を見合わせる事業者より約18社も多いことから、将来の成長を予測しているキャンピングカー事業者が多いことが裏付けられた。

■ キャンピングカー業者が考える業界の将来



信用性の強化と企業倫理の確立がテーマ

各事業者の経営課題を尋ねてみると、会社経営において一番心がけていることとして、「会社としての信用性の強化および企業倫理の確立」をモットーとして掲げる事業者が最も多く、その回答数は67件だった。

次に多かったのは、「お客様に対する

アフターサービスの充実」で58件だった。

このような回答が上位にあがってきたのは、全体の売上も高まってきて、多くの事業者が業界の将来に明るい展望を抱くようになってきたことを反映している。

「信用性の強化や企業倫理の確立」は、ある程度の基礎体力のある企業でな

ければ自信をもって取りかかれぬ。キャンピングカー業界はそこまでの力を付けてきたことになる。

「アフターサービスの充実」が次点に上がったというのも、それを真剣に取り組める体力を持った事業者が増えてきたことを意味している。

素朴な疑問 Q&A

Q キャンピングカーは電気が使えるようになっていますが、家庭の電気とでは、どう使い方が違うのでしょうか？

A キャンピングカーではエンジンを切っても、次のような装備が使えるようになっていきます。
①室内照明 ②冷蔵庫 ③FFヒーター ④DC対応TV

これらの装備が使えるのは、キャンピングカーの多くが自動車用のバッテリーとは別に、室内の電気製品を使うためのサブバッテリーというものを搭載しているからです。

しかしサブバッテリーから供給される電気は無尽蔵ではありません。走行しない状態で長期間同じ場所に滞在していると、やがて電気が空になってしまいます。

またサブバッテリーだけでは、基本的に下記のような電気製品は使うことができません。

- 電子レンジ（ごく短時間ならサブバッテリーでも可）
- 室内用エアコン
- 電磁プレート
- ドライヤー
- 炊飯器
- 電気ポット
- TV（液晶TVなどではカーアダプターで12vにも対応）



これらの電気製品を使いたいときは、キャンプ場に行って、そこで供給される100ボルトのAC（交流）電源を借りてキャンピングカーに接続することになります。

ただし、電子レンジやエアコン、電磁プレート、ドライヤーのような電力の強いものは、キャンプ場で供給する電源のアンペア数が30アンペア程度確保されていないと、キャンプ場全体のブレーカーを落とすことになってしまいます。そのキャンプ場の電源がどの程度のアンペア数を確保しているのかを見極めながら、慎重に対応するのがいいでしょう。

その懸念を解消する手段として、発電機をキャンピングカーに搭載している人もいます。ただし、発電機は騒音が発生するために、その使用を禁止しているキャンプ場もあります。またキャンプ場以外の場所で泊まる際には、マナーの問題上、使用を控えたり、使用する時間帯を考慮しなければならないこともあります。

Q キャンピングカーのガスとは、どのようなものなのでしょうか？

A キャンピングカーで一般的に普及しているガスは、LPG（プロパンガス）です。

キャンピングカーの熱源としてよく使われるのはLPGです。これによって、コンロ、温水ボイラー、FFヒーターなどを作動させることができます。

しかし、ボンベのガスがなくなった場合は、LPG燃料を売っているガススタンドに行かなければなりませんので、多少の不便さが伴います。

この不便さを解消するため、近頃は熱源をガスから電気に切り換えるキャンピングカーも増えてきました。最近では、入手しやすいカセットガスを熱源にしたカセットコンロを採用するものも多くなりました。



Q キャンピングカーにトイレは必要ですか？

A 必要だと思う人と、必要ではないと考える人の両方がいます。

車内にトイレがなくても、高速道路のSA・PA、道の駅に行けば必ずトイレがありますし、キャンプ場にもあります。だから、必ず必要というものでもありません。

しかし、長距離旅行をしていれば、いつもトイレのある場所に泊まれるとは限りませんし、またトイレのあるキャンプ場などに泊まっても、雨の降った夜や寒い季節には、遠い場所のトイレまで歩いていくのは面倒なときもあります。女性や小さな子供がいる場合もトイレがあれば安心で

きるでしょう。

ちなみに、国産キャンピングカーではカセットトイレと呼ばれるものが普及しています。これはタンクに汚物が溜まったら、それを便座の下から引き出し、トイレで処理できるようになったものです。

ポータブルトイレという便座ごと持ち運びできる小型のトイレもあります。

輸入車の場合は、マリントイレというタイプが普及しています。これは車内に設置された固定タンクの中に汚物を流し込

むという構造になっていて、キャンプ場などにある専用のトイレ施設で処理します。この施設を「ダンプステーション」といいます。



Q 寝る場所はどのように探すのですか？

A キャンピングカーオーナーの宿泊場所として理想的なものはキャンプ場です。



現在日本には 約1,300カ所のオートキャンプ場が整備されており、ほとんどのキャンプ場ではキャンピングカーライフを楽しむためのトイレ、シャワー（場所によっては温泉）などの諸設備が用意されています。特にキャンプ場がサービスするAC電源は、キャンピングカーにとってはとてもありがたいものです。

他にも、車内に設置されたトイレの処

理、給水タンクへの水の補給など、キャンプ場ならではの宿泊メリットはたくさんあります。また、夜間はゲートを閉めて場内を閉鎖するところもあるので、セキュリティ面でも安心できます。

日本RV協会が提唱している「湯YOUパーク」もキャンピングカー宿泊場所としてお勧めできます。これは、キャンピングカーでホテル・旅館の駐車場に泊まったまま、その温泉施設だけを低料金で利用できるシステムで、場合によってはその施設内で供与される食事も堪能できるようになっています。

短時間の仮眠程度であるならば、全国に845カ所設置されている「道の駅」という公共駐車場を利用することもできます。

ただし、この施設は原則的には宿泊場所ではないので、ここでキャンプを行うなどは差し控えることはもちろん、ゴミの不法投棄や騒音など、他の駐車車両へ迷惑がかからないような配慮は常に心がけなければなりません。

ルールさえ守れば、道の駅には大型車でも安心して駐車できる広い駐車場がありますし、24時間使えるトイレ、飲料用自販機なども揃っていますので、休憩施設としての利用価値は高いでしょう。

また、同じように短時間の仮眠であるならば、道の駅と似たような機能を持つ高速道路のサービスエリアやパーキングエリアを活用することもできます。