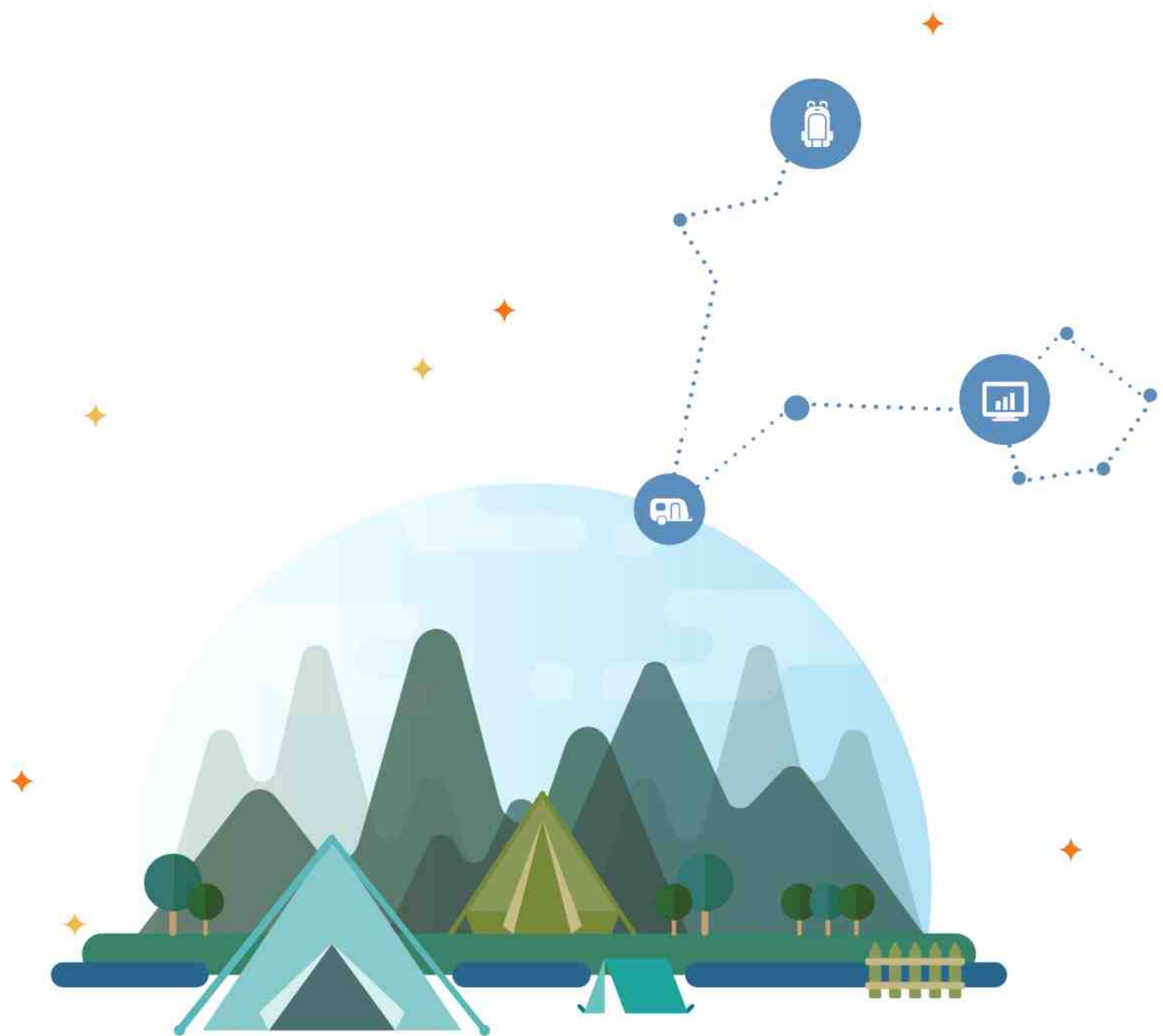


2019년 기준

# 캠핑관광 이용객 실태조사 보고서

2020.12





## 제 출 문

---

한국관광공사 귀하

본 보고서를

「2019년 기준 캠핑관광 이용객 실태조사」 연구의 최종보고서로 제출합니다.

2020년 12월

(사)캠핑아웃도어진흥원, (주)케이스탯리서치

---



요약본



## I. 캠핑 주요 수치 변화

### 등록 캠핑장 수(개)



### 캠핑 산업 규모(원)



### 캠핑이용자 수(명)

'17년 목표 모집단은 등록야영장을 이용한 캠핑이용자이며, '18년~'19년 조사의 목표 표집단은 전국민을 대상으로 하여 미등록 야영장 이용 캠핑 인구까지 포함된 내용으로 해석에 유의해야 함



2018년 조사부터 숙박, 당일로 구분하여 캠핑이용자 수를 추정함

캠핑이용자 수(명)	만 19세 이상	
	2018	2019
숙박	4,033,275	3,985,234
당일	1,442,316	1,390,126
숙박 + 당일	5,475,592	5,375,360

## II. 연구의 개요

### 1. 연구의 배경

- ▲ 캠핑이용자에 대한 객관적 통계 지표의 필요성
- ▲ 캠핑장 안전과 운영에 대한 정책적 지원을 위해 캠핑장 운영에 대한 객관적 통계 지표 필요
- ▲ 캠핑산업의 중요성 인식 및 정책적 지원을 위한 근거 틀 마련

### 2. 연구의 목적

- ▲ 캠핑 산업 수요자 측면의 캠핑이용자 실태 파악
- ▲ 캠핑이용자의 캠핑 활동에 대한 인식과 행동을 파악
- ▲ 캠핑장 운영 실태 파악
- ▲ 캠핑 산업의 표적 집단 파악

### 3. 연구의 범위 및 내용

- ▷ 시간적 범위: 2019년 1월 ~ 2019년 12월
- ▷ 연구 기간: 2020년 5월 ~ 2020년 11월
- ▷ 조사대상 및 내용
  - ▲ 캠핑이용자 실태조사: 캠핑 이용자 2,028명 조사(국내 캠핑 커뮤니티 회원 대상 온라인 조사)
  - ▲ 캠핑운영자 실태조사: 캠핑장 사업자 지자체별 캠핑업체 조사(캠핑장 운영 200업체)
  - ▲ 캠핑이용자 수 추정 조사: 3,010표본(유·무선 RDD를 활용한 전화조사)
  - ▲ 캠핑이용자 및 캠핑산업규모 추정





## 4. 개념 정의

### ▲ 캠핑의 정의

“캠핑이란, 자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하여, 다양한 아웃도어 레크리에이션 또는 휴식을 취하는 행위를 뜻함”

### ▲ 캠핑이용자의 조작적 정의

“캠핑이용자(Camper, 야영자)란, 자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하여, 다양한 아웃도어 레크리에이션 또는 휴식을 취하는 캠핑을 1년에 1회 이상 하는 사람을 뜻함”

### ▲ 캠핑 산업의 정의

“캠핑 산업이란 캠핑에 필요한 용품을 제조·유통하거나 캠핑활동을 위한 장소, 재화, 서비스를 제공하는 영리·비영리 활동을 말함”

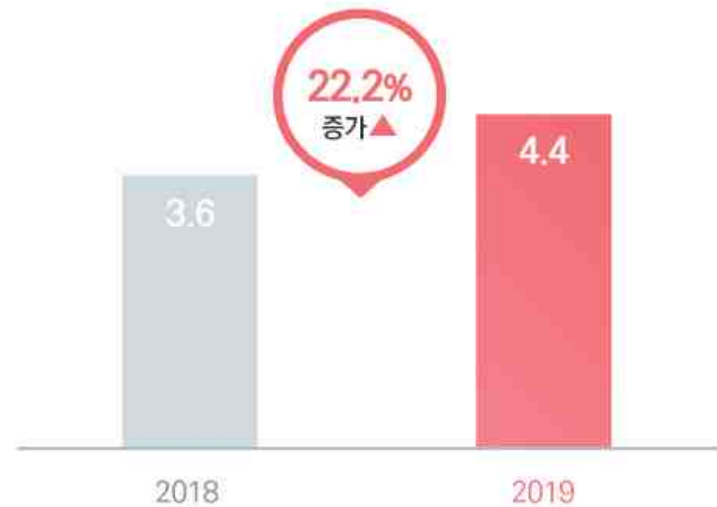




## III. 캠핑 이용자 실태조사

### 1. 캠핑 횟수

- ▲ 2019년 1년 평균 캠핑 횟수는 4.4회로  
나타나 전년도 대비 22.2%(0.8회)  
증가한 것으로 나타났음



[그림1] 2018~2019 1년 평균 캠핑 횟수 (단위: 회)

### 2. 1회 평균 캠핑 숙박 일수

- ▲ 2019년 1회 평균 캠핑 숙박 일수는 1.6일로  
나타나 전년도 대비 14.3%(0.2)일  
증가한 것으로 나타났음



[그림2] 2018~2019 1년 평균 숙박 일수 (단위: 일)

### 3. 캠핑 1회시 지출비용

- ▲ 2019년 캠핑 1회시 지출비용(캠핑동반 인원)은  
295,000원으로 전년도 대비 14.0%(48,000원) 감소함
- ▲ 2019년 캠핑 1회시 1인 기준 지출비용은  
88,323원으로 전년도 대비 0.7%(599원) 증가함
- ▲ 2018년 캠핑 평균 인원은 3.91명으로,  
1인 1회 캠핑시 87,724원이 소요됨
- ▲ 2019년 캠핑 평균 인원은 3.34명으로,  
1인 1회 캠핑시 88,323원이 소요됨



[그림3] 2018~2019 캠핑 1회시 지출비용 (단위: 원)

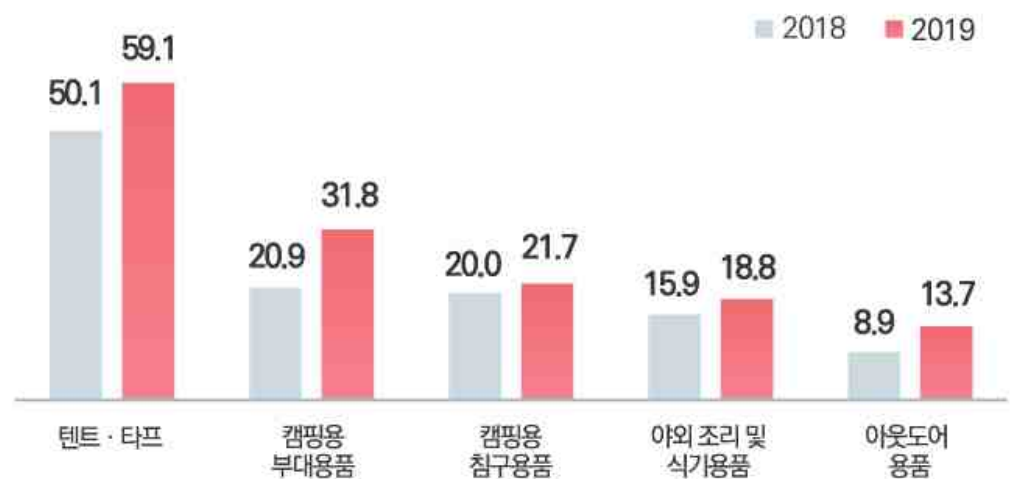
#### 4. 1년 간 구매한 캠핑용품 소요비용

- ▲ 2019년 20세 이상 캠핑이용자들이 한 해 동안 구매한 캠핑용품 소요비용은 145만 1,000원으로 조사됨
- ▲ 전년도와 비교하여 살펴보면, 2018년(115만 8,000원) 대비 25.3%(29만 3,000원 증가) 증가한 것으로 나타났음
- ▲ 2019년 평균 가족 수는 3.34명으로 조사되었으므로, 1년간 구매한 캠핑용품 소요비용을 1인 기준으로 계산하면, 2019년 한 해 1인당 구매 캠핑용품 소요비용은 43만 4,000원으로 나타남
- ▲ 2018년 평균 가족 수는 3.40명으로, 1인당 구매 캠핑용품 소요비용을 1인 기준으로 계산하면 34만 1,000원임
- ▲ 따라서 2019년 1인당 1년 간 구매한 캠핑용품은 전년 대비 9만 3,000원(27.3%) 증가한 것으로 나타났음



[그림 4] 연도별 1년간 구매한 캠핑용품 소요비용 (단위:만원)

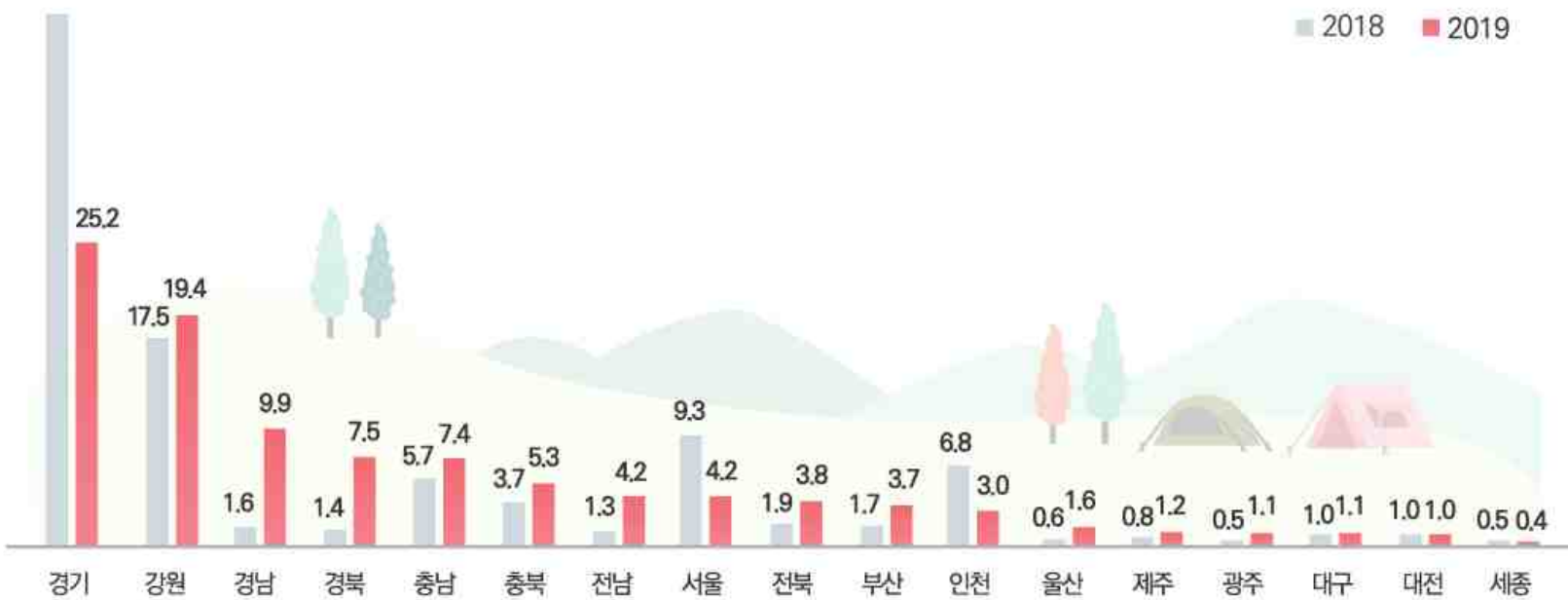
- ▲ 2019년 전체 캠핑용품 구매 비용 대비 항목별 캠핑용품 구매 비용의 분포를 살펴보면, '텐트·타프'가 59만 1,000원 (40.7%)으로 가장 많았으며, 이어서 '캠핑용 부대용품'이 31만 8,000원(21.9%), '캠핑용 침구용품'이 21만 7,000원(15.0%), '야외 조리 및 식기용품'이 18만 8,000원(13.0%), '아웃도어 용품(의류, 신발 등)'이 13만 7,000원(9.4%)의 순으로 나타남



[그림 5] 연도별 1년간 구매한 캠핑용품 항목별 소요비용 (단위:만원)

## 5. 최근 방문 캠핑 지역

▲ 캠핑이용자들의 최근 방문 캠핑 지역을 살펴본 결과, '경기' 지역이 25.2%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '강원' 19.4%, '경남' 9.9%, '경북' 7.5%, '충남' 7.4%, '충북' 5.3% 등의 순으로 나타남



[그림6] 최근 방문 캠핑 지역 (단위:%)

## 6. 캠핑 동반자

### 1) 본인 포함 캠핑 인원 수

▲ 2019년 본인을 포함한 캠핑 인원 수는  
평균 3.34명인 것으로 나타나  
2018년 대비 14.6%(0.57명) 감소함



[그림 7] 본인 포함 캠핑 인원수 (단위:명)

## 2) 동반자 유형

▲ 동반자의 유형은 '가족'이 74.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '친구' 30.0%, '연인' 16.9%, '혼자' 5.9% 등의 순으로 나타남



[그림 8] 동반자 유형 (중복응답, 단위: %)

## 7. 캠핑 시 선호 숙박 유형

▲ 캠핑 시 선호하는 숙박 유형을 살펴보면, '일반 텐트'가 74.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카/카라반/트레일러'가 10.7%, '특별한 선호 형태 없음' 7.2%, '글램핑' 6.4% 등의 순으로 나타남

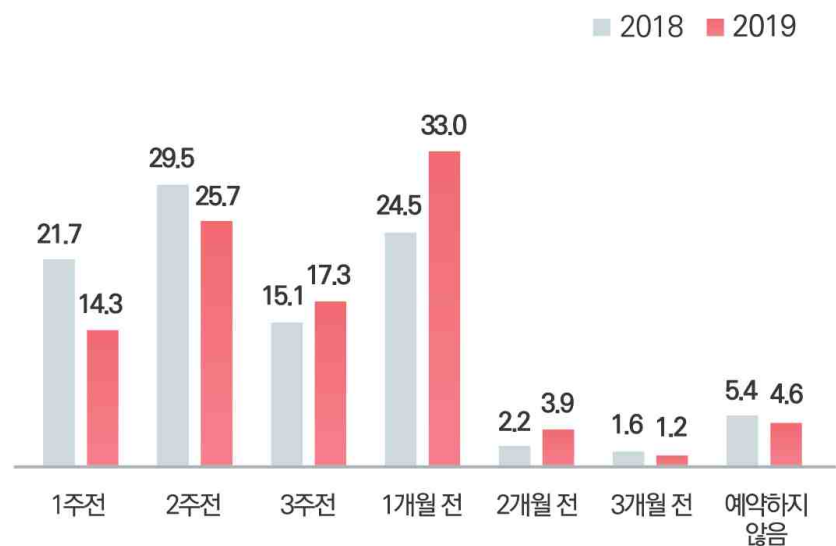


[그림 9] 캠핑 시 선호 숙박 유형 (단위: %)



## 8. 캠핑장 예약 시기

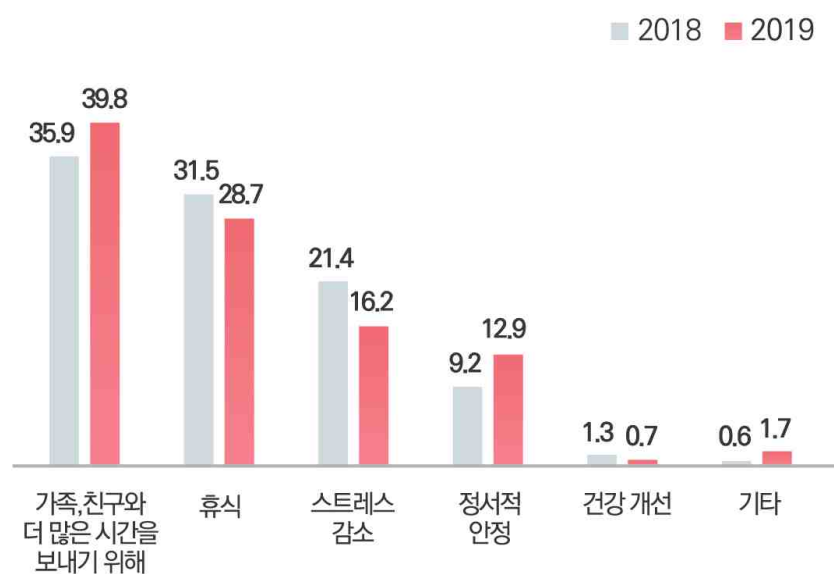
▲ 캠핑장 예약 시기를 살펴보면, 출발일 기준으로 '1개월 전'에 예약을 한다는 의견이 33.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '2주 전'이 25.7%, '3주 전'이 17.3%, '1주 전'이 14.3% 등의 순으로 나타났음



[그림10] 캠핑장 예약 시기 (단위:%)

## 9. 캠핑을 가는 이유

▲ 캠핑을 가는 이유를 살펴보면, '가족이나 친구들과 더 많은 시간을 보내기 위해'가 39.8%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '휴식을 취하기 위해'가 28.7%, '스트레스 감소를 위해'가 16.2%, '정서적 안정을 위해'가 12.9% 등의 순으로 나타났음



[그림11] 캠핑을 가는 이유 (단위:%)



## 10. 캠핑장에서 많이 하는 활동

▲ 캠핑이용자가 캠핑장에서 많이 하는 활동은 전체응답 중 '모닥불 놀이'가 60.1%, '휴식'이 60.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '바비큐'가 56.5%, '요리'가 37.4%, '걷기/하이킹'이 22.1% 등의 순으로 나타남

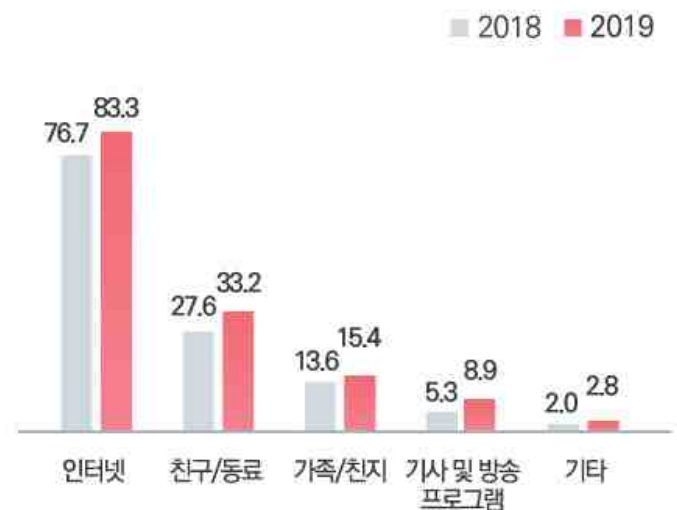


[그림12] 캠핑장에서 많이 하는 활동 (중복응답, 단위:%)

## 11. 캠핑장 정보 습득 경로

### 1) 캠핑장 정보 습득 경로

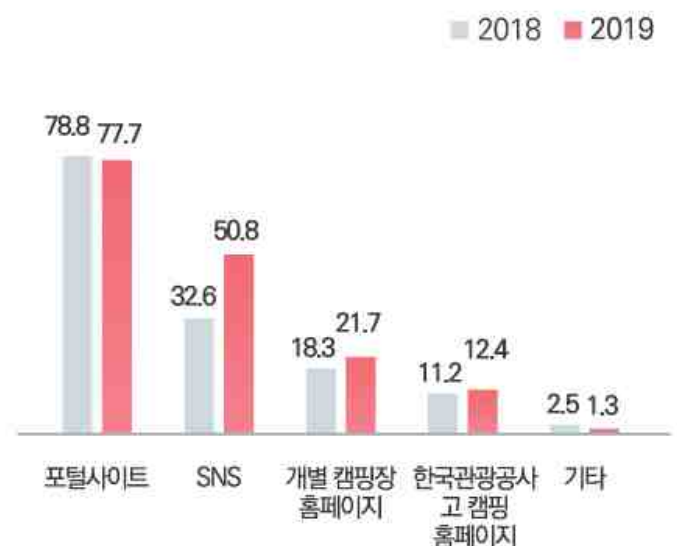
▲ 캠핑장 정보를 습득하는 경로는 '인터넷'이 83.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '친구/동료'가 33.2%, '가족/친지'가 15.4%, '기사 및 방송프로그램'이 8.9% 등의 순으로 나타났음



[그림 13] 캠핑장 정보 습득 경로 (중복응답, 단위:%)

### 2) 온라인 정보 습득 경로

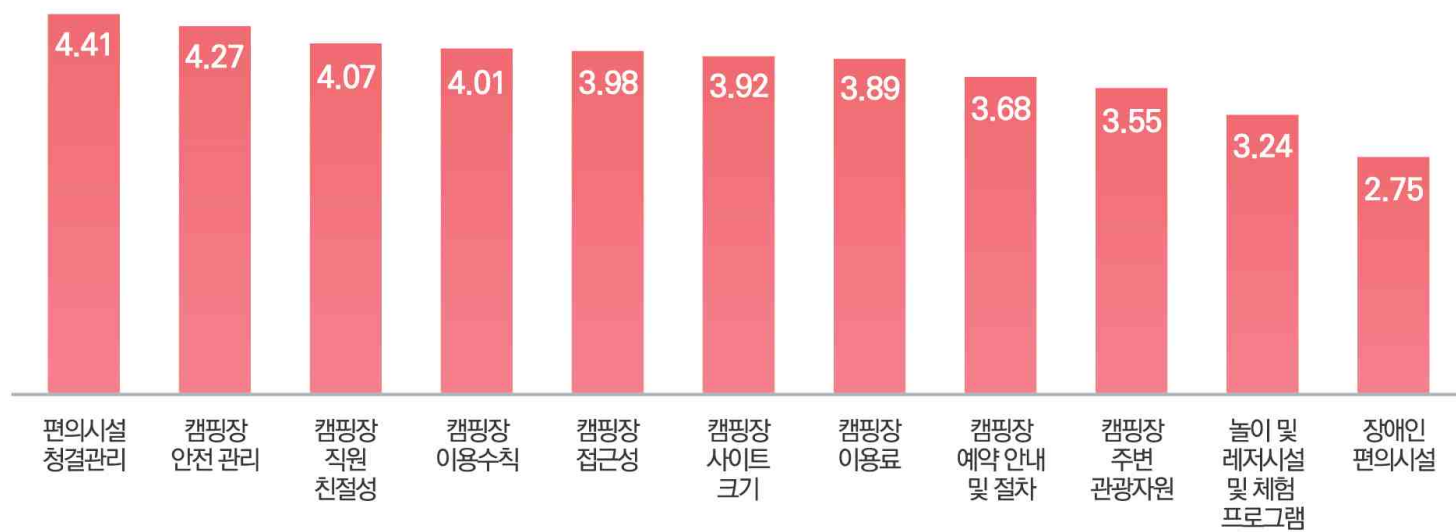
▲ 캠핑장 정보를 습득하는 온라인 경로는 '포털 사이트(네이버, 다음, 구글 등)'가 77.7%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 'SNS'가 50.8%, '개별 캠핑장 홈페이지'가 21.7%, '한국관광공사 고캠핑 홈페이지'가 12.4% 등의 순으로 나타났음



[그림 14] 온라인 정보 습득 경로 (중복응답, 단위: %)

## 12. 캠핑장 선택 중요도

▲ 캠핑장 선택 중요도는 ‘화장실, 샤워시설 등 편의시설 청결관리’가 4.41점으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘캠핑장 안전관리’(4.27점), ‘캠핑장 직원 친절성’(4.07점), ‘캠핑장 이용수칙’(4.01점), ‘캠핑장 접근성’(3.98점), ‘캠핑장 사이트 크기’(3.92점) 등의 순으로 나타남



[그림 15] 캠핑장 선택 중요도(단위:점, 5점 만점 기준)

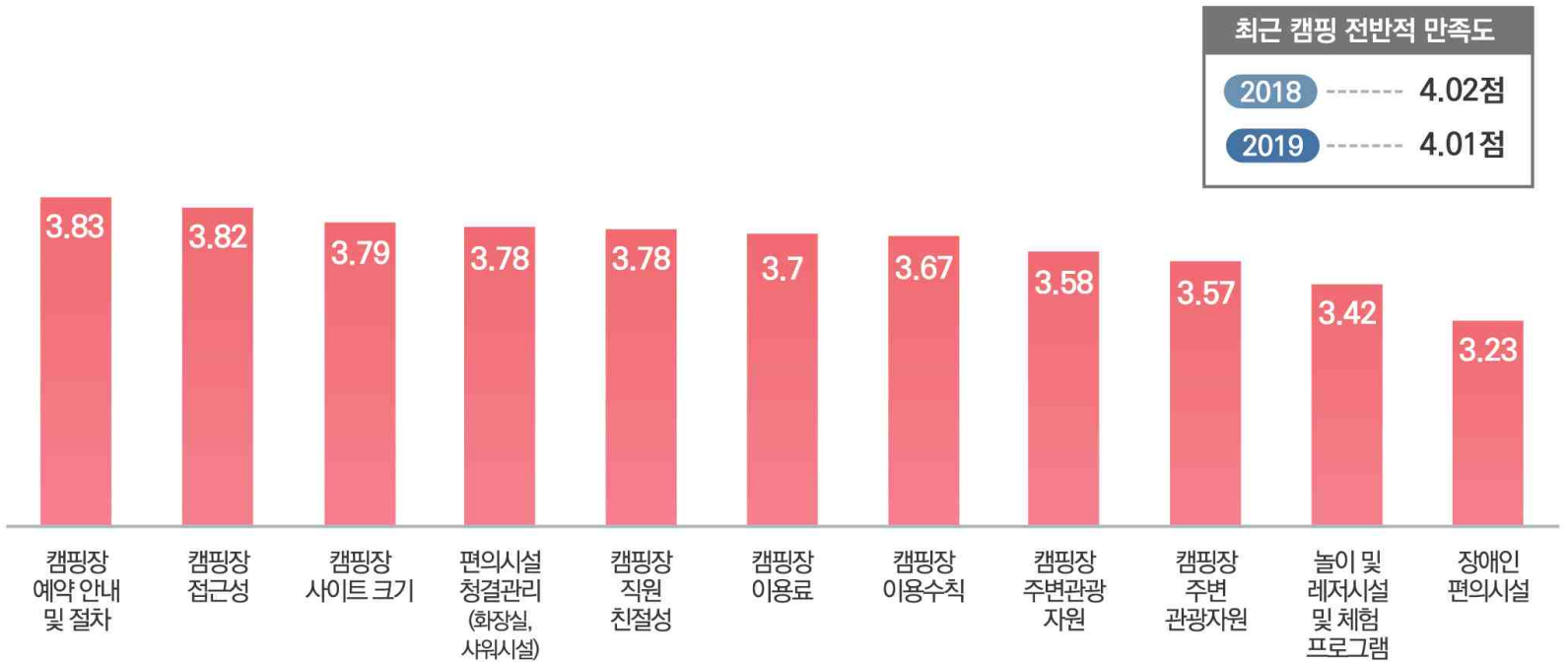




### 13. 최근 캠핑 및 캠핑장 만족도

▲ 최근 캠핑에 대한 만족도는 4.01점으로 나타남

▲ 캠핑장 만족도는 '캠핑장 예약 안내 및 절차'가 3.83점으로 가장 높았고, 다음은 '캠핑장 접근성'(3.82점), '캠핑장 사이트 크기'(3.79점), '화장실, 샤워시설 등 편의시설 청결관리'(3.78점), '캠핑장 직원 친절성'(3.78점) 등의 순으로 나타남



[그림 16] 캠핑장 만족도(단위:점, 5점 만점 기준)





## IV. 캠핑운영자 실태조사

### 1. 캠핑장 현황

#### ▶ 캠핑장 일반 현황

2019년 실제 운영되고 있는 캠핑장은 2,233개로,  
2018년 (1,900개) 대비 333개 (17.5%) 증가

- ▲ 캠핑장 2,233개(100.0%)는 소규모(1~49사이트)  
캠핑장이 1,789개(80.1%), 중·대규모(50사이트 이상)  
캠핑장 444개(19.9%)로 구성
- ▲ 캠핑장 2,233개(100.0%)는 공공운영 493개(22.1%),  
민간운영 1,740개(77.9%)로 구성
- ▲ 캠핑장 사이트 76,941개(100.0%)는 일반 사이트  
68,472개(89.0%), 글램핑 사이트 5,428개(7.1%),  
카라반 사이트 3,041개(4.0%)로 구성



### 2. 캠핑장 주요사항 추정

#### ▶ 캠핑장 운영 직원

2019년 실제 운영되고 있는 캠핑장 직원 수(추정)는 8,497명으로,  
2018년 (6,335명) 대비 2,162명 (34.1%) 증가

- ▲ 상용직원 5,495명 + 일용직원 3,002명
- ▲ 설문조사 결과 권역별-규모별로 분석된 직원 수  
(상용직 및 일용직) 평균을 이용하여 실제 운영하는  
캠핑장 직원 수를 추정



## ▶ 캠핑장 매출액

2019년 실제 운영되고 있는 캠핑장 매출액(추정)은 약 3,068억원으로,  
2018년 (2,781억원) 대비 287억 (10.3%) 증가

- ▲ 사이트 2,774억 + 부대업장 294억
- ▲ 설문조사 결과 권역별·규모별로 분석된 매출액  
(사이트 및 부대업장) 평균을 이용하여 실제 운영하는  
캠핑장 매출액 추정



## ▶ 캠핑장 가동율

2019년 실제 운영되고 있는 캠핑장 사이트 가동율(추정)은 약 24.4%로,  
2018년 (15.2%) 대비 9.2%p 증가

- ▲ 계산식: 총 판매 사이트 6,861,643개 /  
(보유 사이트 76,941개 × 365일)
- ▲ 설문조사에 나타난 캠핑장 사이트 평균을 이용하여  
실제 사이트 추정





## V. 국내 캠핑산업규모 추정

### ▶ 국내 캠핑산업규모

2019년 캠핑산업규모(추정)는 약 3조 689억원으로,  
2018년 약 2조 6,474억원 대비 4,215억원 (19.2%) 증가

▲  $3,068,868,816,766\text{원} = 3,985,234\text{명} \times (335,629\text{원} + 434,431\text{원})$

▲ 총 캠핑이용자 인구수(추정) : 3,985,234명

▲ 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑비용 :  
 $335,629\text{원} = 295,000\text{원} / 3.34\text{명} \times 3.80\text{회}$

▲ 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑장비 구입비용 :  
 $434,431\text{원} = 1,451,000\text{원} / \text{평균 가족 수 } 3.34\text{명}$



### ▶ 캠핑이용자

2019년 숙박 캠핑이용자 수(추정)는 399만명으로,  
2018년 (약 403만명) 대비 4만명 (1.0%) 감소

▲ 2019년 당일 캠핑 인구수는 약 139만명으로 나타남

▲ 2019년 숙박과 당일 캠핑 인구수는 538만명으로 추정됨



### ▶ 캠핑이용자 연인원

2019년 캠핑이용자 연 인원 수(추정)는 약 2,298만명으로,  
2018년 약 (1,446만명) 대비 852만명 (58.9%) 증가

▲ 2019 연인원 수 계산식  $22,977,344 = 3,080.808 \times 2,233 \times 3.34$

▲ 설문 사이트 수 평균(추정): 3,080.808개

▲ 실제 운영 캠핑장 수: 2,233개

▲ 캠핑 동반자 수: 3.34명



### ▶ 캠핑이용자 1인당 연간 캠핑비용 평균

2019년 캠핑이용자 1인당 연간 캠핑비용(추정)은 약 335,629원으로,  
2018년 (약 315,806원) 보다 19,823원 (6.3%) 증가

▲ 1인당 연간 캠핑비용 계산식:

$$335,629\text{원} = (295,000\text{원} / 3.34\text{명}) \times 3.80$$

▲ 평균 동반인원인 3.34명

▲ 연간 캠핑 횟수 3.80회



### ▶ 캠핑이용자 1인당 연간 캠핑장비 구입비용

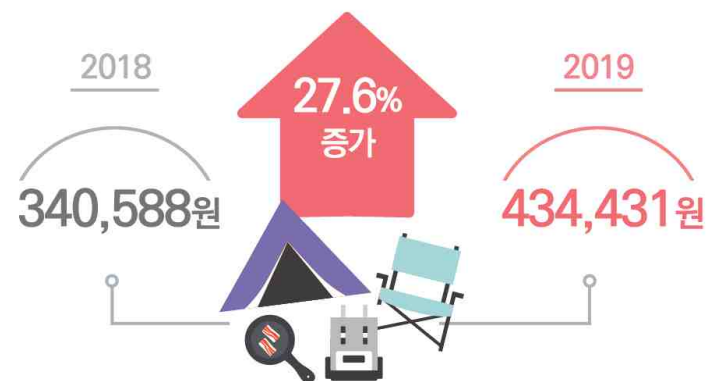
2019년 캠핑이용자 1인당 연간 캠핑장비 구입비용(추정)은 약 434,431원으로,  
2018년 (약 340,588원) 대비 93,843원 (27.6%) 증가

▲ 1인당 연간 캠핑장비 구입비 계산식:

$$434,431\text{원} = 1,451,000\text{원} / 3.34\text{명}$$

▲ 캠핑장비 구입비용 1,451,000원

▲ 평균 가족 수 3.34명



# CONTENTS

<b>제1장. 연구의 개요</b>	<b>21</b>
1. 조사의 필요성	21
2. 조사의 목적	21
3. 조사 기준 기간	21
4. 조사 대상 및 방법	21
5. 자료 수집 방법	22
6. 조사 항목	22
7. 자료 처리 및 분석	23
<b>제2장. 캠핑의 정의</b>	<b>25</b>
1. 개념 정의 절차	27
2. 개념 정의	29
<b>제3장. 캠핑이용자 모수추정 결과</b>	<b>31</b>
1. 조사의 목적 및 필요성	33
1) 조사의 필요성	33
2) 조사의 목적	33
2. 조사 개요	33
3. 조사 범위 및 방법	34
1) 조사 기간 기준	34
2) 개념 정의	34
3) 조사 항목	34
4) 조사 방법	35
5) 자료 처리 및 분석	35
4. 조사 기관	35
5. 표본 설계	36
1) 모집단 정의 및 현황	36
2) 표본 배분	37
3) 가중치 산출	37

# CONTENTS

6. 표본 특성 .....	38
7. 분석 결과 .....	39
1) 캠핑 이용률 .....	39
2) 캠핑 숙박 여부 .....	41
3) 캠핑 이용 횟수 .....	43
4) 캠핑 숙박 일수 .....	45
5) 캠핑 동반 미성년자 여부 및 동반 미성년자 수 .....	47
6) 캠핑 비용 이유 .....	49
7) 해외여행 경험 여부 및 해외여행 횟수 .....	51
8. 캠핑 인구수 추정 .....	54
1) 만 19세 이상 캠핑 인구수 추정 .....	54
2) 연도별 캠핑 인구수 비교 .....	55
<b>제4장. 캠핑이용자 실태조사 .....</b>	<b>57</b>
1. 조사 개요 .....	59
1) 조사의 필요성 .....	59
2) 조사의 목적 .....	59
3) 조사 대상 기간 .....	59
4) 조사 대상 및 방법 .....	59
5) 자료 수집 방법 .....	59
6) 조사 항목 .....	60
7) 자료 처리 및 분석 .....	60
2. 표본 설계 .....	61
1) 표본 추출틀 .....	61
3. 주요 분석 결과 .....	62
1) 응답자 특성 .....	62
(1) 성별 .....	63
(2) 연령 .....	63
(3) 거주 지역 .....	64
(4) 직업 .....	64
(5) 혼인여부 .....	65



# CONTENTS

(6) 월가구 소득 .....	65
(7) 가족 구성원 수 .....	66
(8) 19세 이하 자녀 수 .....	66
2) 캠핑이용 현황 .....	67
(1) 연간 평균 캠핑 횟수 .....	67
(2) 1회 평균 캠핑 숙박 일수 .....	67
(3) 캠핑 경력 .....	68
3) 캠핑이용 행태 .....	69
(1) 캠핑 이유 .....	69
(2) 캠핑 동반자 유형 .....	70
(3) 평균 캠핑 인원(본인 포함) .....	71
(4) 미성년 자녀 동반 여부 및 동반 인원 수 .....	72
(5) 선호 숙박 유형 .....	73
(6) 캠핑 예약 시기 .....	74
(7) 캠핑 정보 습득 경로 .....	75
(8) 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트 .....	76
(9) 캠핑장 선택기준별 중요도 .....	77
(10) 캠핑장 주요 활동 .....	78
(11) 캠핑 1회 시 전체 지출 비용(동반자 포함) .....	79
(12) 연간 캠핑용품 지출액 .....	82
4) 캠핑 평가 .....	83
(1) IPA 분석 .....	85
4. 캠핑 관련 정책 인지도 및 평가 .....	87
1) 캠핑 관련 정책 인지도 .....	87
2) 캠핑 관련 정책 평가 .....	87
5. 응답자 특성별 분석 .....	88
1) 응답자 특성별 캠핑이용 현황 .....	88
(1) 응답자 특성별 연간 평균 캠핑 횟수 .....	88
(2) 응답자 특성별 평균 캠핑 숙박 일수 .....	90
(3) 응답자 특성별 캠핑 경력 .....	92
2) 캠핑이용 행태 .....	94



# CONTENTS

(1) 응답자 특성별 캠핑 이유 .....	94
(2) 응답자 특성별 캠핑 동반자 유형 .....	96
(3) 응답자 특성별 평균 캠핑 인원 .....	97
(4) 응답자 특성별 선호 숙박 유형 .....	99
(5) 응답자 특성별 캠핑 예약 시기 .....	101
(6) 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 경로 .....	103
(7) 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트 .....	104
(8) 응답자 특성별 캠핑장 선택속성별 중요도 .....	105
(9) 응답자 특성별 캠핑장 주요 활동 .....	106
(10) 응답자 특성별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) .....	107
(11) 응답자 특성별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 .....	109
3) 캠핑 평가 .....	111
(1) 응답자 특성별 캠핑 전반적 만족도 .....	111
(2) 응답자 특성별 캠핑장 항목별 만족도 .....	113
4) 캠핑 관련 정책 인지도 및 평가 .....	114
(1) 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 인지도 .....	114
(2) 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 평가 .....	117
<b>제5장. 캠핑장 운영 실태조사 .....</b>	<b>121</b>
1. 조사의 필요성 및 목적 .....	123
1) 조사의 필요성 .....	123
2) 조사의 목적 .....	123
2. 조사의 범위 및 방법 .....	124
1) 조사의 범위 .....	124
2) 조사의 방법 .....	124
3. 모집단 및 표본조사 .....	125
1) 목표모집단과 조사모집단 .....	125
2) 표본 설계 방법 .....	127
(1) 표본 추출 기준 .....	127
3) 모집단 추정을 위한 표본 추출 .....	129
4) 분석의 방법 .....	130

# CONTENTS

4. 분석 결과 .....	131
1) 모집단 분석 .....	131
(1) 전국 .....	131
(2) 전국 지역별 분석 .....	134
(2) 수도권 .....	145
(3) 충청권 .....	151
(4) 호남권 .....	157
(5) 대경권 .....	163
(6) 동남권 .....	169
(7) 강원권 .....	175
2) 표본조사 결과 .....	181
(1) 표본 캠핑장 특성 .....	181
(2) 표본 캠핑장 현황 .....	182
(3) 표본 캠핑장 보유시설 .....	188
3) 모집단 추정 .....	190
(1) 매출액 현황 .....	190
(2) 직원 수 현황 .....	192
(3) 가동률 현황 .....	194
(4) 중위수 현황 .....	195
 제6장. 2019년 기준 추정 결과 .....	197
1. 추정 방법 .....	199
2. 국내 캠핑산업 규모 .....	200
 제7장. 부록 설문지 .....	201

# CONTENTS

## < 표차례 >

[ 표 1-1 ] 이용자 모수 추정 조사 항목 .....	22
[ 표 1-2 ] 이용자 실태조사 항목 .....	23
[ 표 1-3 ] 운영자 실태조사 항목 .....	23
[ 표 2-1 ] 캠핑, 캠핑산업, 캠핑이용자 개념 정리 절차 .....	27
[ 표 3-1 ] 조사 개요 .....	33
[ 표 3-2 ] 조사 항목 .....	34
[ 표 3-3 ] 모집단 현황 .....	36
[ 표 3-4 ] 표본 특성 .....	38
[ 표 3-5 ] 계층별 캠핑 이용률 .....	40
[ 표 3-6 ] 계층별 캠핑숙박 여부 .....	42
[ 표 3-7 ] 계층별 평균 캠핑 이용 횟수 .....	44
[ 표 3-8 ] 계층별 캠핑 숙박 일수 .....	46
[ 표 3-9 ] 계층별 캠핑 동반 미성년자 여부 및 동반 미성년자 수 .....	48
[ 표 3-10 ] 계층별 캠핑 비이용 이유 .....	50
[ 표 3-11 ] 계층별 해외여행 경험 여부 및 해외여행 횟수 .....	52
[ 표 3-12 ] 해외여행 경험률 비교 .....	53
[ 표 3-13 ] 해외 출국자 수 비교 .....	53
[ 표 3-14 ] 캠핑 이용률 .....	54
[ 표 3-15 ] 연도별 캠핑 인구수 .....	55
[ 표 4-1 ] 조사 항목 .....	60
[ 표 4-2 ] 2019년 기준 모수추정 결과 : 캠핑이용자 성별-연령별 분포 .....	61
[ 표 4-3 ] 응답자 특성 .....	62
[ 표 4-4 ] 캠핑이용자 성별 비율 .....	63
[ 표 4-5 ] 캠핑이용자 연령대 비율 .....	63
[ 표 4-6 ] 캠핑이용자 거주 지역별 비율 .....	64
[ 표 4-7 ] 캠핑이용자 직업별 비율 .....	64
[ 표 4-8 ] 캠핑이용자 혼인여부별 비율 .....	65
[ 표 4-9 ] 캠핑이용자 월가구 소득별 비율 .....	65
[ 표 4-10 ] 캠핑이용자 가족 구성원 수(본인 포함) 비율 .....	66
[ 표 4-11 ] 캠핑이용자 19세 이하 자녀 수 .....	66

# CONTENTS

[ 표 4-12 ] 1년 평균 캠핑 횟수 .....	67
[ 표 4-13 ] 1회 평균 캠핑 숙박 일수 .....	67
[ 표 4-14 ] 캠핑 경력 .....	68
[ 표 4-15 ] 캠핑 이유 .....	69
[ 표 4-16 ] 캠핑 동반자 유형 .....	70
[ 표 4-17 ] 평균 캠핑 인원(본인 포함) .....	71
[ 표 4-18 ] 미성년 자녀 동반 여부 .....	72
[ 표 4-19 ] 미성년 자녀 동반 인원 수 .....	72
[ 표 4-20 ] 선호 숙박 유형 .....	73
[ 표 4-21 ] 캠핑 예약 시기 .....	74
[ 표 4-22 ] 캠핑 정보 습득 경로 및 인터넷 사이트 .....	75
[ 표 4-23 ] 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트 .....	76
[ 표 4-24 ] 캠핑장 선택속성별 중요도 .....	77
[ 표 4-25 ] 캠핑장 주요 활동 .....	78
[ 표 4-26 ] 캠핑 1회 시 전체 지출액(동반자 포함) .....	79
[ 표 4-27 ] 캠핑 1회 시 항목별 지출(동반자 포함) .....	79
[ 표 4-28 ] 숙박 유형별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함) .....	80
[ 표 4-29 ] 방문 지역별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함) .....	81
[ 표 4-30 ] 가구당 연간 캠핑용품 지출액 .....	82
[ 표 4-31 ] 캠핑 전반적 만족도 .....	83
[ 표 4-32 ] 캠핑장 항목별 만족도 .....	84
[ 표 4-33 ] IPA(중요도-만족도 분석)의 4사분면 .....	85
[ 표 4-34 ] 캠핑장 속성별 중요도-만족도 분석 결과 .....	86
[ 표 4-35 ] 캠핑 관련 정책 인지도 .....	87
[ 표 4-36 ] 캠핑 관련 정책 평가 .....	87
[ 표 4-37 ] 응답자 특성별 평균 캠핑 횟수 .....	88
[ 표 4-38 ] 응답자 특성별 캠핑 숙박 일수 .....	90
[ 표 4-39 ] 응답자 특성별 캠핑 경력 .....	92
[ 표 4-40 ] 응답자 특성별 캠핑 이유 .....	94
[ 표 4-41 ] 응답자 특성별 캠핑 동반자 유형(중복 응답) .....	96
[ 표 4-42 ] 응답자 특성별 평균 캠핑 인원(본인 포함) .....	97
[ 표 4-43 ] 응답자 특성별 선호 숙박 유형 .....	99

# CONTENTS

[ 표 4-44 ] 응답자 특성별 캠핑 예약 시기 .....	101
[ 표 4-45 ] 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 경로(중복응답) .....	103
[ 표 4-46 ] 응답자 특성별 이용 인터넷 사이트(중복응답) .....	104
[ 표 4-47 ] 응답자 특성별 캠핑장 선택속성별 중요도 .....	105
[ 표 4-48 ] 응답자 특성별 캠핑장 주요 활동(중복응답) .....	106
[ 표 4-49 ] 응답자 특성별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) .....	107
[ 표 4-50 ] 응답자 특성별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 .....	109
[ 표 4-51 ] 응답자 특성별 캠핑 전반적 만족도 .....	111
[ 표 4-52 ] 응답자 특성별 캠핑장 항목별 만족도 .....	113
[ 표 4-53 ] 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 인지도 .....	114
[ 표 4-54 ] 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 평가 .....	117
[ 표 5-1 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별 캠핑장 현황 .....	125
[ 표 5-2 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 현황 .....	126
[ 표 5-3 ] 2019 캠핑장 표본의 권역별 표본 배분 현황 .....	127
[ 표 5-4 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 표본 배분 현황 .....	128
[ 표 5-5 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단·표본의 권역별·규모별 비율 현황 .....	129
[ 표 5-6 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단·표본의 권역별·규모별 현황 .....	130
[ 표 5-7 ] 2019 캠핑장 모집단의 캠핑장 수, 사이트 수 권역별 현황 .....	131
[ 표 5-8 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 변화 현황 .....	132
[ 표 5-9 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 권역별 변화 현황 .....	133
[ 표 5-10 ] 2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 및 사이트 현황 .....	134
[ 표 5-11 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 변화 현황 .....	136
[ 표 5-12 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 사이트 변화 현황 .....	137
[ 표 5-13 ] 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	138
[ 표 5-14 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	139
[ 표 5-15 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식별·규모별 캠핑장 현황 .....	140
[ 표 5-16 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	141
[ 표 5-17 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	142
[ 표 5-18 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별·캠핑장 수 현황 .....	143
[ 표 5-19 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	144
[ 표 5-20 ] 수도권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	145
[ 표 5-21 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	146



# CONTENTS

[ 표 5-22 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	147
[ 표 5-23 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	148
[ 표 5-24 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	149
[ 표 5-25 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	150
[ 표 5-26 ] 충청권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	151
[ 표 5-27 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	152
[ 표 5-28 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	153
[ 표 5-29 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	154
[ 표 5-30 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	155
[ 표 5-31 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	156
[ 표 5-32 ] 호남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	157
[ 표 5-33 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	158
[ 표 5-34 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	159
[ 표 5-35 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	160
[ 표 5-36 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	161
[ 표 5-37 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	162
[ 표 5-38 ] 대경권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	163
[ 표 5-39 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	164
[ 표 5-40 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	165
[ 표 5-41 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	166
[ 표 5-42 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	167
[ 표 5-43 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	168
[ 표 5-44 ] 동남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	169
[ 표 5-45 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	170
[ 표 5-46 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	171
[ 표 5-47 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	172
[ 표 5-48 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	173
[ 표 5-49 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	174
[ 표 5-50 ] 강원권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	175
[ 표 5-51 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	176
[ 표 5-52 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	177
[ 표 5-53 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	178

# CONTENTS

[ 표 5-54 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	179
[ 표 5-55 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	180
[ 표 5-56 ] 2019 응답 표본의 권역별·규모별 캠핑장 현황 .....	181
[ 표 5-57 ] 2018~2019 응답 표본 캠핑장의 매출액 평균 .....	182
[ 표 5-58 ] 2019 응답 표본 캠핑장의 권역별·규모별 매출액 평균 .....	183
[ 표 5-59 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균 .....	184
[ 표 5-60 ] 2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균 .....	185
[ 표 5-61 ] 2018~2019 표본 캠핑장의 가동률 .....	186
[ 표 5-62 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·사이트 가동률 .....	187
[ 표 5-63 ] 2019 응답 표본 편의시설 보유현황 .....	188
[ 표 5-64 ] 2019 응답 표본 운동시설 보유현황 .....	189
[ 표 5-65 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·매출유형별 매출액 추정 .....	190
[ 표 5-66 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 매출액 추정 .....	191
[ 표 5-67 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·고용형태별 일상용 직원 수 추정 .....	192
[ 표 5-68 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별·고용형태별 일상용 직원 수 추정 .....	193
[ 표 5-69 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 사이트 가동률 .....	194
[ 표 5-70 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 사이트의 권역별 중위수 .....	195
[ 표 5-71 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 권역별 사이트 유형별 평균 .....	196
[ 표 6-1 ] 2017~2019 캠핑장 모집단 권역별 사이트 유형별 평균 .....	200

## < 그림 차례 >

[ 그림 3-1 ] 조사 방법 .....	35
[ 그림 3-2 ] 캠핑 이용률 .....	39
[ 그림 3-3 ] 캠핑 숙박 여부 .....	41
[ 그림 3-4 ] 캠핑 이용 횟수 .....	43
[ 그림 3-5 ] 캠핑 숙박 일수 .....	45
[ 그림 3-6 ] 캠핑 동반 미성년자 여부 및 동반 미성년자 수 .....	47
[ 그림 3-7 ] 캠핑 비이용 이유 .....	49
[ 그림 3-8 ] 해외여행 경험 여부 및 해외여행 횟수 .....	51

# CONTENTS

[ 그림 4-1 ] 캠핑이용자 성별 .....	63
[ 그림 4-2 ] 캠핑이용자 연령대 .....	63
[ 그림 4-3 ] 캠핑이용자 거주지역 .....	64
[ 그림 4-4 ] 캠핑이용자 거주지역 .....	64
[ 그림 4-5 ] 캠핑이용자 혼인 여부 .....	65
[ 그림 4-6 ] 캠핑이용자 월가구 소득 .....	65
[ 그림 4-7 ] 캠핑이용자 가족 구성원 수 비율 .....	66
[ 그림 4-8 ] 캠핑이용자 19세 이하 자녀 수 비율 .....	66
[ 그림 4-9 ] 연간 평균 캠핑 횟수 .....	67
[ 그림 4-10 ] 1회 평균 캠핑 숙박 일수 .....	67
[ 그림 4-11 ] 캠핑이용자의 캠핑 경력 비율 .....	68
[ 그림 4-12 ] 캠핑이용자의 평균 캠핑 경력 .....	68
[ 그림 4-13 ] 캠핑 이유 .....	69
[ 그림 4-14 ] 캠핑 동반자 유형 .....	70
[ 그림 4-15 ] 평균 캠핑 인원(본인 포함) .....	71
[ 그림 4-16 ] 평균 캠핑 인원 분포(본인 포함) .....	71
[ 그림 4-17 ] 미성년 자녀 동반 여부 .....	72
[ 그림 4-18 ] 미성년 자녀 동반 인원 수 비율 .....	72
[ 그림 4-19 ] 선호 숙박 유형 .....	73
[ 그림 4-20 ] 캠핑 예약 시기 .....	74
[ 그림 4-21 ] 캠핑 정보 습득 경로 .....	75
[ 그림 4-22 ] 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트 .....	76
[ 그림 4-23 ] 캠핑장 선택속성별 중요도 평균 .....	77
[ 그림 4-24 ] 캠핑장 주요 활동 비율 .....	78
[ 그림 4-25 ] 캠핑 1회 시 전체 지출액(동반자 포함) .....	79
[ 그림 4-26 ] 캠핑 1회 시 항목별 지출 비율(동반자 포함) .....	79
[ 그림 4-27 ] 숙박 유형별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함) .....	80
[ 그림 4-28 ] 방문 지역별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함) .....	81
[ 그림 4-29 ] 가구당 연간 캠핑용품 지출액 .....	82
[ 그림 4-30 ] 항목별 캠핑용품 지출 비율 .....	82
[ 그림 4-31 ] 캠핑 전반적 만족도 .....	83
[ 그림 4-32 ] 캠핑 전반적 만족도 응답 비율 .....	83
[ 그림 4-33 ] 캠핑장 항목별 만족도 .....	84

# CONTENTS

[ 그림 4-34 ] 캠핑장 선택속성별 중요도-만족도 분석 격자	86
[ 그림 4-35 ] 캠핑 관련 정책 인지도 비율	87
[ 그림 4-36 ] 캠핑 관련 정책 평가 비율	87
[ 그림 4-37 ] 성별 연간 평균 캠핑 횟수	89
[ 그림 4-38 ] 연령대별 연간 평균 캠핑 횟수	89
[ 그림 4-39 ] 월가구소득별 연간 평균 캠핑 횟수	89
[ 그림 4-40 ] 성별 평균 캠핑 숙박 일수	91
[ 그림 4-41 ] 연령대별 연간 평균 캠핑 횟수	91
[ 그림 4-42 ] 혼인 여부별 연간 평균 캠핑 횟수	91
[ 그림 4-43 ] 월가구소득별 연간 평균 캠핑 횟수	91
[ 그림 4-44 ] 성별 캠핑 경력	93
[ 그림 4-45 ] 연령대별 캠핑 경력	93
[ 그림 4-46 ] 혼인 여부별 캠핑 경력	93
[ 그림 4-47 ] 월 가구 소득별 캠핑 경력	93
[ 그림 4-48 ] 성별 캠핑 이유	95
[ 그림 4-49 ] 연령대별 캠핑 이유	95
[ 그림 4-50 ] 혼인 여부별 캠핑 이유	95
[ 그림 4-51 ] 월 가구 소득별 여부별 캠핑 이유	95
[ 그림 4-52 ] 성별 평균 캠핑 인원	98
[ 그림 4-53 ] 혼인 여부별 평균 캠핑 인원	98
[ 그림 4-54 ] 연령대별 평균 캠핑 인원	98
[ 그림 4-55 ] 월 가구 소득별 평균 캠핑 인원	98
[ 그림 4-56 ] 성별 선호 숙박 유형	100
[ 그림 4-57 ] 연령대별 선호 숙박 유형	100
[ 그림 4-58 ] 혼인 여부별 선호 숙박 유형	100
[ 그림 4-59 ] 월 가구 소득별 선호 숙박 유형	100
[ 그림 4-60 ] 성별 캠핑 예약 시기	102
[ 그림 4-61 ] 연령대별 캠핑 예약 시기	102
[ 그림 4-62 ] 혼인여부별 캠핑 예약 시기	102
[ 그림 4-63 ] 월 가구 소득별 여부별 캠핑 예약 시기	102
[ 그림 4-64 ] 성별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함)	108



# CONTENTS

[ 그림 4-65 ] 혼인여부별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) .....	108
[ 그림 4-66 ] 연령대별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) .....	108
[ 그림 4-67 ] 월 가구 소득별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) .....	108
[ 그림 4-68 ] 성별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 .....	110
[ 그림 4-69 ] 혼인 여부별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 .....	110
[ 그림 4-70 ] 연령대별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 .....	110
[ 그림 4-71 ] 월 가구 소득별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 .....	110
[ 그림 4-72 ] 성별 캠핑 전반적 만족도 .....	112
[ 그림 4-73 ] 혼인 여부별 캠핑 전반적 만족도 .....	112
[ 그림 4-74 ] 연령대별 캠핑 전반적 만족도 .....	112
[ 그림 4-75 ] 월 가구 소득별 캠핑 전반적 만족도 .....	112
[ 그림 4-76 ] 성별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 인지도 .....	115
[ 그림 4-77 ] 성별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	115
[ 그림 4-78 ] 연령대별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 인지도 .....	115
[ 그림 4-79 ] 연령대별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	115
[ 그림 4-80 ] 혼인 여부별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 인지도 .....	116
[ 그림 4-81 ] 혼인 여부별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	116
[ 그림 4-82 ] 월 가구 소득별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 인지도 .....	116
[ 그림 4-83 ] 월 가구 소득별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	116
[ 그림 4-84 ] 성별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 .....	118
[ 그림 4-85 ] 성별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	118
[ 그림 4-86 ] 연령대별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 .....	118
[ 그림 4-87 ] 연령대별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	118
[ 그림 4-88 ] 혼인 여부별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 .....	119
[ 그림 4-89 ] 혼인 여부별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	119
[ 그림 4-90 ] 월 가구 소득별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 .....	119
[ 그림 4-91 ] 월 가구 소득별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 .....	119
[ 그림 5-1 ] 2019 모집단의 권역별 캠핑장 현황 .....	125
[ 그림 5-2 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 현황 .....	126
[ 그림 5-3 ] 2019 캠핑장 표본의 권역별 표본 배분 현황 .....	127
[ 그림 5-4 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 표본 배분 현황 .....	128
[ 그림 5-5 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단 표본의 권역별·규모별 비율 현황 .....	129

# CONTENTS

[ 그림 5-6 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단 표본의 권역별·규모별 현황 .....	130
[ 그림 5-7 ] 2019 캠핑장 모집단의 캠핑장 수, 사이트 수 권역별 현황 .....	131
[ 그림 5-8 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 변화 현황 .....	132
[ 그림 5-9 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 권역별 변화 현황 .....	133
[ 그림 5-10 ] 2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 및 사이트 현황 .....	135
[ 그림 5-11 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 변화 현황 .....	136
[ 그림 5-12 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 사이트 변화 현황 .....	137
[ 그림 5-13 ] 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	138
[ 그림 5-14 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	139
[ 그림 5-15 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식별·규모별 캠핑장 현황 .....	140
[ 그림 5-16 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	141
[ 그림 5-17 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	142
[ 그림 5-18 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 캠핑장 수 현황 .....	143
[ 그림 5-19 ] 수도권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	145
[ 그림 5-20 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	146
[ 그림 5-21 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	147
[ 그림 5-22 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	148
[ 그림 5-23 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	149
[ 그림 5-24 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	150
[ 그림 5-25 ] 충청권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	151
[ 그림 5-26 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	152
[ 그림 5-27 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	153
[ 그림 5-28 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	154
[ 그림 5-29 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	155
[ 그림 5-30 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	156
[ 그림 5-31 ] 호남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	157
[ 그림 5-32 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	158
[ 그림 5-33 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	159
[ 그림 5-34 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	160
[ 그림 5-35 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	161
[ 그림 5-36 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	162
[ 그림 5-37 ] 대경권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	163
[ 그림 5-38 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	164
[ 그림 5-39 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	165

# CONTENTS

[ 그림 5-40 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	166
[ 그림 5-41 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	167
[ 그림 5-42 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	168
[ 그림 5-43 ] 동남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	169
[ 그림 5-44 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	170
[ 그림 5-45 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	171
[ 그림 5-46 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	172
[ 그림 5-47 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	173
[ 그림 5-48 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	174
[ 그림 5-49 ] 강원권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	175
[ 그림 5-50 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 .....	176
[ 그림 5-51 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 .....	177
[ 그림 5-52 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 .....	178
[ 그림 5-53 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 .....	179
[ 그림 5-54 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 .....	180
[ 그림 5-55 ] 2019 응답 표본의 권역별·규모별 캠핑장 현황 .....	181
[ 그림 5-56 ] 2018~2019 응답 표본 캠핑장의 매출액 평균 .....	182
[ 그림 5-57 ] 2019 응답 표본 캠핑장의 권역별·규모별 매출액 평균 .....	183
[ 그림 5-58 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균 .....	184
[ 그림 5-59 ] 2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균 .....	185
[ 그림 5-60 ] 2018~2019 표본 캠핑장의 가동률 .....	186
[ 그림 5-61 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·사이트 가동률 .....	187
[ 그림 5-62 ] 2019 응답 표본 편의시설 보유현황 .....	188
[ 그림 5-63 ] 2019 응답 표본 운동시설 보유현황 .....	189
[ 그림 5-64 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·매출유형별 매출액 추정 .....	190
[ 그림 5-65 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 매출액 추정 .....	191
[ 그림 5-66 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·고용형태별 일상용 직원 수 추정 .....	192
[ 그림 5-67 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별·고용형태별 일상용 직원 수 추정 .....	193
[ 그림 5-68 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 사이트 가동률 .....	194
[ 그림 5-69 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 사이트의 권역별 중위수 .....	195
[ 그림 5-70 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 권역별 사이트 유형별 평균 .....	196
[ 그림 6-1 ] 캠핑산업 규모 추정방법 .....	199
[ 그림 6-2 ] 국내 캠핑산업규모 추정방법 .....	200

01

## 연구의 개요





## 1. 조사의 필요성

- ▶ 캠핑 이용 실태에 대한 객관적 통계 지표의 필요성
  - 캠핑은 우리나라 국민의 약 10%가 이용하고 있는 중요한 국민 여가 중의 하나임
  - 특히 코로나19 영향으로 해외여행이 불가능한 현재에 가족 단위의 캠핑이용자 수가 급증하고 있음
  - 그러나 국내 캠핑이용자에 대한 현황 및 실태 파악은 미흡한 수준으로, 캠핑이 국가 차원의 중요 여가로 정착되기 위해서는 캠핑이용자에 대한 전반적인 통계조사가 필요한 실정임
- ▶ 캠핑장 안전과 운영에 대한 정책적 지원을 위해 캠핑장 운영에 대한 객관적 통계 지표 필요
  - 등록야영장 수는 매년 증가하고 있으며, 캠핑장 안전 운영을 위해서 객관적인 캠핑장 운영현황 조사가 필요함
  - 중요한 국민 여가 중의 하나인 캠핑에 대해 대부분 민간 캠핑장 운영자가 국민 캠핑문화에 기여하는 바가 큼
  - 따라서, 캠핑장 운영자에게 정책적 지원이 필요하며, 이러한 정책적 지원을 위해서는 캠핑장 운영에 대한 객관적인 조사가 필요함
- ▶ 캠핑의 중요성 인식 및 정책적 지원을 위한 근거 틀 마련
  - 캠핑은 중요한 국민 여가 중 하나이며, 따라서 캠핑의 발전은 국민 여가 발전에 매우 중요한 사항임
  - 캠핑의 정책적 육성 및 지원을 위한 타당성이 제시되어야 하며, 이를 위해 본 조사를 통해 지속적이며 다양한 정책적 지원을 제공하기 위한 근거 틀을 마련함

## 2. 조사의 목적

- ▶ 본 조사의 목적은 캠핑이용자의 실태를 파악하는 것으로 세부 목적은 다음과 같음
  - 2019년 기준 캠핑 시 소요되는 총 지출 비용과 캠핑장 이용 빈도를 조사하여 캠핑산업 수요자 측면의 캠핑이용자 실태 파악
  - 2019년 기준 캠핑이용자의 캠핑 활동에 대한 인식과 행동을 파악
  - 2019년 기준 캠핑장 운영 실태 파악
  - 2019년 기준 캠핑이용자의 인구통계학적 변인을 조사함으로써 캠핑산업의 표적 집단 파악
  - 2018년, 2019년 결과 데이터와의 비교를 통해 캠핑이용자의 행태 및 캠핑장운영 실태 변화추이 파악

## 3. 조사 기준 기간

- ▶ 본 조사의 기준 기간은 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일임

## 4. 조사 대상 및 방법

- ▶ 조사 대상
  - 2019년 한 해 동안 1박 이상의 캠핑 경험이 있는 만 19세 이상의 국민
  - 2019년 12월 31일 이전에 등록한 야영장

## 5. 자료 수집 방법

- ▶ 이용자 모수 추정 조사
  - 전국 만 19세 이상 성인남녀 3,010명 조사
  - 2019년 12월 기준의 행정안전부 주민등록인구 통계 16개 지역, 성별, 나이별 층화표본추출방식
  - 유·무선 RDD(Random Digit Dialing)를 활용한 전화조사
- ▶ 이용자 실태조사
  - 국내 캠핑 인구의 1/4을 차지하는 국내 최대 캠핑 정보공유 카페 및 캠핑 쇼핑몰의 이용자를 대상으로 조사
  - 해당 카페 및 쇼핑몰의 온라인 홈페이지에 배너 광고를 활용하여 캠핑이용자 조사에 참여할 수 있도록 함
- ▶ 운영자 실태조사
  - 한국관광공사 고캠핑(www.gocamping.or.kr)을 바탕으로 2019년 모집단에 포함되는 캠핑장 운영자를 대상으로 조사
  - 표본 조사의 경우, 권역별로 비례표본배분법을 활용하여 캠핑장 운영자를 대상으로 조사를 통해 자료를 수집 함
  - 방문조사, 전화조사, 모바일/웹 설문조사 등 캠핑장 운영자의 편의에 맞춰 조사에 참여할 수 있도록 함
- ▶ 응답 완료자에 한하여 모바일 기프티콘을 발송하여 조사 관심도 및 응답률을 제고함

## 6. 조사 항목

- ▶ 이용자 모수 추정 조사
  - 조사항목은 캠핑이용자 파악, 캠핑 이용 행태, 캠핑 비이용 행태, 해외여행 이용자 파악, 해외여행 횟수로 구성되었음

[ 표 1-1 ] 이용자 모수 추정 조사 항목

구분	항목	구분	항목
캠핑이용자 파악	캠핑 이용 여부	캠핑 비이용 행태	캠핑 비이용 이유
	야외지역 방문 여부		
	캠핑용품 사용 여부		
캠핑 이용 행태	숙박 여부	해외여행 이용자 파악	해외여행 여부
	캠핑 이용 횟수	해외여행 횟수	해외여행 횟수
	평균 숙박 일수		
	캠핑 동반 미성년 자녀 수		

## ▶ 이용자 실태조사 항목

- 조사항목은 캠핑 총량, 캠핑이용 행태, 캠핑 평가, 캠핑 관련 정책 인지도 및 평가, 인구 통계학 특성으로 구성되었음

[ 표 1-2 ] 이용자 실태조사 항목

구분	항목	구분	항목
캠핑 총량	캠핑 횟수	캠핑이용 행태	최근 캠핑 방문지
	캠핑 숙박 일수		1회 캠핑 소요 비용
캠핑이용 행태	캠핑 경력		연간 캠핑용품 지출액
	캠핑 이유	캠핑 평가	최근 캠핑 방문지
	캠핑 동반자 유형		캠핑 만족도
	평균 캠핑 인원		캠핑장 항목별 만족도
	미성년 자녀 동반 여부 및 인원 수	캠핑 관련 정책 인지도 및 평가	캠핑 관련 정책 인지도
	선호 숙박 유형		캠핑 관련 정책 평가
	캠핑 예약 시기	인구 통계학 특성	성별
	캠핑 정보 습득 경로		연령대
	캠핑 정보 습득 인터넷 사이트		혼인 여부
	캠핑장 항목별 중요도		직업
	캠핑장 주요 활동		월 평균 가구 소득
	1회 캠핑 소요 비용		가족 구성원 수
	연간 캠핑용품 지출액		거주 지역

## ▶ 운영자 실태조사 항목

- 모집단 조사항목은 캠핑장 지역(권역), 사이트 규모, 운영방식, 사이트 유형 등으로 구성되었음
- 표본 조사항목은 캠핑장 매출액, 종사원 수, 가동률, 보유시설 등으로 구성되었음

[ 표 1-3 ] 운영자 실태조사 항목

구분	항목	구분	항목
모집단 조사	캠핑장 지역(권역)	표본 조사	캠핑장 매출액
	캠핑장 사이트 규모		캠핑장 종사원 수
	캠핑장 운영방식		캠핑장 가동률
	캠핑장 사이트 유형		캠핑장 보유시설

## 7. 자료 처리 및 분석

- ▶ 2019년 기준 캠핑이용자 수 추정 조사는 최종적으로 3,010표본의 응답 결과를 분석에 활용함
- ▶ 2019년 기준 캠핑이용자 조사는 최종적으로 2,000표본의 응답 결과를 분석에 활용함
- ▶ 2019년 기준 캠핑장 운영자 조사는 최종적으로 200표본의 응답 결과를 분석에 활용함
- ▶ 자료 분석은 SPSS 통계 Package 및 MS-Excel을 활용하여 분석함





02

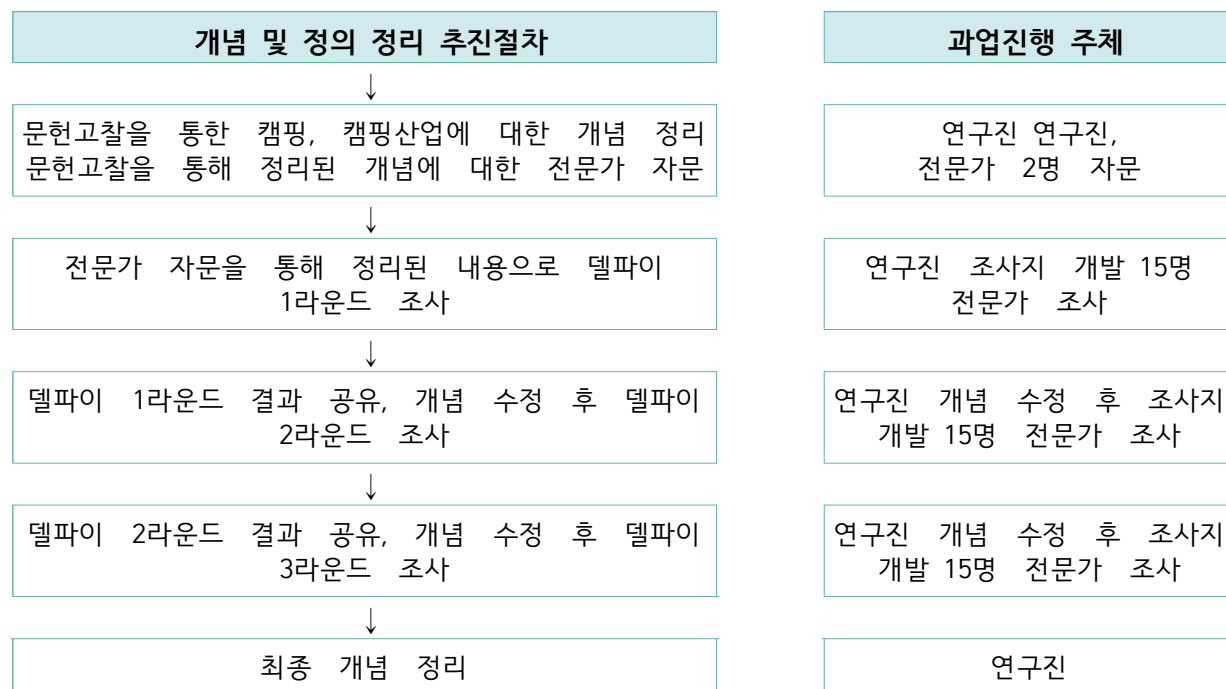
## 캠핑의 정의



## 1. 개념 정의 절차

- ▶ 개념 정의를 다음과 같은 절차에 의해 정리하였음
- 조사기준 2017년 캠핑산업현황 통계조사 연구에서 본 연구의 중요한 개념 중 하나인 캠핑과 캠핑산업, 캠핑이용자의 개념을 확정하였음
- 캠핑, 캠핑산업 및 캠핑이용자 정의 정리절차

[ 표 2-1 ] 캠핑, 캠핑산업, 캠핑이용자 개념 정리 절차



- ▶ 문헌 고찰을 통한 캠핑, 캠핑산업의 개념 정리
  - 연구진은 선행 연구 조사를 통해 캠핑, 캠핑산업 개념을 정리하였음
  - 선행연구조사 결과 개념이 없는 경우는 유의어, 유사 산업에 대한 정의 및 개념을 정리하였음
- ▶ 문헌 고찰을 통해 정리된 개념에 대한 전문가 자문
  - 연구진은 선행연구조사를 통해 정리된 개념에 대하여 전문가 2인의 자문을 진행하였음
  - 전문가 자문 내용을 근거로 개념을 수정·보완하였음
- ▶ 전문가 자문을 통해 정리된 내용으로 델파이 1라운드 조사
  - 연구진은 수정된 개념을 정리하여 델파이 1라운드 조사지를 개발하고 전문가 15인을 대상으로 조사를 진행하였음
  - 1라운드 조사지에는 선행조사 결과를 정리하였으며, 정리한 개념과 이를 수정할 수 있도록 개방형으로 조사지를 개발하여 조사를 진행하였음
  - 델파이 대상 전문가는 10년 이상의 연구 경력이 있는 박사 이상의 연구자들과 캠핑 관련 전문가를 선별하여 진행하였음
- ▶ 델파이 1라운드 결과 공유, 개념 수정 후 델파이 2라운드 조사
  - 델파이 1라운드 결과를 공유하고 캠핑, 캠핑이용자, 캠핑산업의 정의를 수정하였음
  - 1라운드 결과를 통해 수정·보완한 개념 및 정의를 정리하고, 이를 다시 수정할 수 있도록 개방형 조사지를 개발하여 조사를 진행하였음
- ▶ 델파이 2라운드 결과 공유, 개념 수정 후 델파이 3라운드 조사
  - 델파이 2라운드 결과를 공유하고 캠핑, 캠핑이용자, 캠핑산업의 정의를 수정하였음
  - 2라운드 결과를 토대로 연구진들의 회의를 거쳐 개념 및 정의를 정리하고, 이에 대한 타당성 조사를 위해 5점 척도 조사와 의견 제시용 개방형 조사지를 개발하여 3라운드 조사를 진행하였음
- ▶ 최종 개념 정리
  - 델파이 3라운드 결과 대부분의 전문가들은 연구진이 정의한 개념에 대하여 타당한 것으로 판단하였음
  - 3라운드 결과를 공유하고 캠핑, 캠핑이용자의 개념과 캠핑산업의 조작적 정의를 최종 확정하였음
  - 조사기준 2016년 캠핑산업현황 통계조사 보고서에서는 캠핑이용자를 캠퍼로 표기하였으나, 연구진 논의를 통해 2017년 조사부터는 캠핑이용자로 수정 표기하였음
  - 조사기준 2018년 조사부터는 5명의 전문가 논의 후에 캠핑과 캠핑이용자의 정의 부분에서 “최소 하룻밤 이상”을 제외하였음. 이유는 캠핑의 당일 이용자가 증가하면서 캠핑과 캠핑이용자 개념의 확대 필요성에 대해 합의하였음



## 2. 개념 정의

- 본 과제에서는 총 다섯 단계의 문헌 고찰, 전문가 자문, 1·2·3차 델파이 조사 절차를 통하여 각 개념들을 수정·보완하고 정리하였음
- 각 단계별로 관광, 캠핑 분야의 전문가 의견을 수용하여 본 연구진들의 회의를 거쳐 반영 여부를 결정하였음
- 마지막 3차 델파이 결과 과반 이상의 점수를 기록하였으며 ‘캠핑’, ‘캠핑산업’의 정의와 조작적 정의를 다음과 같이 최종적으로 확립하였음
- 조사기준 2018년 조사부터는 캠핑과 캠핑이용자의 정의에서 “최소 하룻밤 이상”을 제외하였음

### ▶ 캠핑의 정의

- 캠핑이란, 자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카(Recreational Vehicle) 등을 이용하며, 다양한 아웃도어 레크리에이션 또는 휴식을 취하는 일련의 활동을 말한다.

### ▶ 캠핑이용자의 정의

- 캠핑이용자(Camper)란, 자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카 (Recreational Vehicle) 등을 이용하며, 다양한 아웃도어 레크리에이션 또는 휴식을 취하는 캠핑을 1년에 1회 이상 하는 사람을 말한다.

### ▶ 캠핑산업의 정의

- 캠핑산업이란 캠핑에 필요한 용품을 제조·유통하거나 캠핑활동을 위한 장소, 재화, 서비스를 제공하는 영리·비영리 활동을 말한다.

### ▶ 캠핑산업의 조작적 정의

- 캠핑산업이란 캠핑에 필요한 용품을 제조·유통하는 캠핑용품 제조·유통업, 캠핑활동을 위한 장소 및 서비스를 제공하는 캠핑장업과 캠핑이용자들이 캠핑활동을 하면서 소비하는 영리·비영리 활동을 말한다.



03

캠핑이용자  
모수추정 결과





## 1. 조사의 목적 및 필요성

### 1) 조사의 필요성

- ▶ 캠핑이용자 규모에 대한 객관적 통계 지표의 필요성
  - 전 세계적으로 캠핑산업이 크게 성장하고 있으며, 국내의 경우 최근 캠핑에 대한 수요와 공급이 급속히 증가하고 있음
  - 그러나 국내의 경우 캠핑이용자에 대한 규모 및 현황 파악이 미비한 수준으로, 캠핑이 국가 차원의 중요한 국민 여가로 정착하기 위해서는 국내 캠핑이용자 규모 파악을 위한 통계조사가 필요한 실정임
- ▶ 우리나라 국민에 대한 캠핑 이용률 파악을 통해 캠핑이용자 규모 자료 마련
  - 캠핑 이용률을 파악함으로써 우리나라 국민의 캠핑이용자 규모를 확인할 수 있는 자료 마련
  - 캠핑 인구의 지속적인 증가를 위한 마케팅 활용에 필요한 기초자료 확보

### 2) 조사의 목적

- ▶ 본 조사는 캠핑의 수요자인 캠핑이용자 수를 추정하는 것으로 세부 목적은 다음과 같음
  - 2019년 기준 캠핑이용자의 총 규모를 파악하고, 인구통계학적 변인을 조사함으로써 국내 캠핑이용자 세부 특성 파악
  - 2019년 한 해 동안의 캠핑 이용 횟수 및 숙박 일수, 캠핑 동반 미성년 자녀 수 등을 파악하여 캠핑이용자의 전반적인 행태 및 특징 파악
  - 캠핑 비이용자를 대상으로 캠핑을 하지 않는 이유를 조사하여 캠핑 장애 요인을 발굴

## 2. 조사 개요

[ 표 3-1 ] 조사 개요

조사 대상	■ 전국 만 19세 이상 성인 남녀
조사 규모	■ 3,010표본(※ 표본오차: 95% 신뢰수준에서 ±1.8%point)
조사 방법	■ 유·무선 RDD(Random Digit Dialing)를 활용한 전화조사
표본 추출	■ 지역/성/연령별 인구 비례에 따른 할당 추출법
조사 시기	■ 2020년 7월 28일(화) ~ 2020년 8월 11일(화)

### 3. 조사 범위 및 방법

#### 1) 조사 기준 기간

- ▶ 본 조사의 기준 기간은 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일임

#### 2) 개념 정의

- ▶ 캠핑의 조작적 정의
  - 캠핑이란, 자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하여 다양한 아웃도어 레크레이션 또는 휴식을 취하는 행위를 뜻함
  - 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비가 꼭 설치되어야 하며, 비캠핑 장비(그늘막, 돛자리, 간이의자 등) 등을 설치한 후 이뤄지는 야외활동(운동회, 바비큐, 피크닉 등)은 캠핑으로 정의하지 않음
- ▶ 캠핑이용자의 정의
  - 캠핑이용자란, 자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하여, 다양한 아웃도어 레크레이션 또는 휴식을 취하는 캠핑을 1년에 1회 이상 하는 사람을 뜻함

#### 3) 조사 항목

[ 표 3-2 ] 조사 항목

캠핑이용자 파악	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 캠핑 이용 여부</li> <li>■ 야외지역 방문 여부</li> <li>■ 캠핑용품 사용 여부</li> </ul>
캠핑 이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 숙박 여부</li> <li>■ 캠핑 이용 횟수</li> <li>■ 평균 숙박 일수</li> <li>■ 캠핑 동반 미성년 자녀 수</li> </ul>
캠핑 비이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 캠핑 비이용 이유</li> </ul>
해외여행 이용자 파악 <sup>1)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 해외여행 여부</li> <li>■ 해외여행 횟수</li> </ul>

1) 본 조사의 결과 신뢰도 확인을 위해 한국문화관광연구원의 '출국관광통계 해외 출국자 수'와 '2019년 국민여행조사 해외여행 경험률' 결과를 비교 지표로 활용하여 '해외여행 이용자 파악' 문항과 비교함

#### 4) 조사 방법

- ▶ 본 조사는 CATI(Computer Assisted Telephone Interview)를 활용한 전화면접 조사로 수행



[ 그림 3-1 ] 조사 방법

#### 5) 자료 처리 및 분석

- ▶ 『2019년 기준 캠핑이용자 모수추정 결과』의 모든 자료는 가중치를 적용하였으며, 통계 프로그램인 IBM SPSS Statistics 22를 사용하여 분석함

#### 4. 조사 기관

- ▶ 조사 주관 기관 : 한국관광공사
- ▶ 조사 수행 기관 : (사)캠핑아웃도어진흥원, (주)케이스탯리서치

## 5. 표본 설계

### 1) 모집단 정의 및 현황

- ▶ 모집단은 2019년 12월 기준의 행정안전부 주민등록인구통계 자료를 이용함
- 2019년 12월 모집단 수는 만 19세 이상 성인남녀 기준으로 총 43,362,250명으로 집계됨

[ 표 3-3 ] 모집단 현황

(단위 : 명)

구분		계	19~29세	30대	40대	50대	60세 이상
전국	계	43,362,250	7,448,669	7,071,024	8,383,230	8,667,377	11,791,950
	남	21,490,774	3,916,063	3,631,290	4,260,978	4,366,687	5,315,756
	여	21,871,476	3,532,606	3,439,734	4,122,252	4,300,690	6,476,194
서울특별시	계	8,358,505	1,568,285	1,509,959	1,560,983	1,539,968	2,179,310
	남	4,039,140	770,414	754,830	773,528	754,442	985,926
	여	4,319,365	797,871	755,129	787,455	785,526	1,193,384
부산광역시	계	2,925,216	474,085	435,710	517,782	583,099	914,540
	남	1,423,528	248,554	222,456	260,329	282,121	410,068
	여	1,501,688	225,531	213,254	257,453	300,978	504,472
대구광역시	계	2,044,001	355,121	305,986	393,387	428,249	561,258
	남	1,001,048	190,838	157,920	194,076	209,676	248,538
	여	1,042,953	164,283	148,066	199,311	218,573	312,720
인천광역시	계	2,467,012	443,245	421,189	489,961	516,594	596,023
	남	1,230,484	231,532	217,146	250,143	258,399	273,264
	여	1,236,528	211,713	204,043	239,818	258,195	322,759
광주광역시	계	1,187,165	229,095	192,943	244,566	233,280	287,281
	남	581,558	119,673	97,812	121,383	115,453	127,237
	여	605,607	109,422	95,131	123,183	117,827	160,044
대전광역시	계	1,219,618	232,385	200,480	242,481	243,869	300,403
	남	604,787	122,277	103,621	121,088	121,187	136,614
	여	614,831	110,108	96,859	121,393	122,682	163,789
울산광역시	계	941,618	163,840	159,743	190,771	211,359	215,905
	남	482,272	91,407	84,210	96,712	107,891	102,052
	여	459,346	72,433	75,533	94,059	103,468	113,853
경기도	계	10,867,983	1,939,464	1,925,827	2,290,198	2,198,828	2,513,666
	남	5,442,472	1,019,518	988,359	1,163,371	1,115,137	1,156,087
	여	5,425,511	919,946	937,468	1,126,827	1,083,691	1,357,579
강원도	계	1,307,380	200,335	170,669	228,292	270,588	437,496
	남	654,539	111,662	89,075	117,822	138,497	197,483
	여	652,841	88,673	81,594	110,470	132,091	240,013
충청북도	계	1,336,170	220,010	200,080	243,597	274,429	398,054
	남	674,238	121,555	105,427	126,389	140,888	179,979
	여	661,932	98,455	94,653	117,208	133,541	218,075
충청남도 (세종포함)	계	2,015,939	311,111	340,717	392,827	383,984	587,300
	남	1,021,353	168,404	179,409	208,398	201,482	263,660
	여	994,586	142,707	161,308	184,429	182,502	323,640
전라북도	계	1,523,014	237,517	197,979	274,445	303,635	509,438
	남	751,610	127,470	101,899	142,008	156,274	223,959
	여	771,404	110,047	96,080	132,437	147,361	285,479
전라남도	계	1,577,412	228,268	195,424	266,036	318,048	569,636
	남	787,837	125,768	102,774	142,564	169,455	247,276
	여	789,575	102,500	92,650	123,472	148,593	322,360
경상북도	계	2,261,153	325,799	306,807	391,533	465,268	771,746
	남	1,131,350	182,405	163,100	204,587	239,878	341,380



## 2) 표본 배분

- ▶ 본 조사의 목표 표본은 비용과 시간 등을 고려하여 3,000표본으로 정하였으며, 표본 배분은 성별, 연령별, 지역별로 층화한 후 주민등록인구통계를 이용하여 단순비례배분함
- ▶ 이때 지역별로 최소분석단위가 30표본 미만일 경우 최소분석 표본 확보를 위해 30표본 미만인 지역에 30표본을 먼저 배분한 후 남은 표본을 비례배분함

## 3) 가중치 산출

- ▶ 본 조사는 『2019년 국민여행조사』의 ‘해외여행 경험률’을 이용하여 캠핑 경험률을 보정하기 위해 RIM(Random Iterative Method) 가중치를 산출하여 적용함
- ▶ 『2019년 국민여행조사』는 대한민국 내 모든 가구의 만 15세 이상의 전체 국민을 대상으로 하기 때문에 본 조사의 목표 모집단(만 19세 이상의 성인남녀)보다 모집단 범위가 크고, 매월 4,000표본씩 총 48,000표본을 조사하기 때문에 표본의 규모와 대표성이 확보되었다고 판단하여 『2019년 국민여행조사』의 지역별, 성별, 연령별 ‘해외여행 경험률’을 가중치 변수로 활용함
- ▶ RIM 가중치를 적용할 경우 주민등록인구통계(성×연령×지역) 및 해외여행 경험 여부별 모집단 크기의 주변 비율과 가중치의 해당 주변 비율이 같아지게 되며, RIM 가중법의 반복적 절차는 다음과 같음

### ① 지역×성×연령 층별 주변비율 조정

- 이전 단계에서 얻어진 표본가중치  $W_j$ 에 대하여 다음과 같이 가중치를 조정함

$$W_{j(a)} = W_j \times \frac{N_a}{T_a}$$

- 여기서  $T_a$ 와  $N_a$ 는 각각  $a$ 번째 층에 대한  $W_j$ 의 합계와 모집단 크기를 나타냄( $a = 1, 2, \dots, H$ )

### ② 해외여행 경험 여부별 주변비율 조정

- 이전 단계에서 얻어진 표본가중치  $W_j$ 에 대하여 다음과 같이 가중치를 조정함

$$W_{j(b)} = W_j \times \frac{N_b}{T_b}$$

- 여기서  $T_b$ 와  $N_b$ 는 각각 해외여행 경험 여부별  $W_j$ 의 합계와 모집단 크기를 나타냄( $b = 1, 2$ )

### ③ 가중치에 더 이상의 변화가 없을 때까지 위의 ①~②의 과정을 반복함

## 6. 표본 특성

- ▶ 목표 표본은 3,000표본이었으나 총 3,010개 표본이 조사되었으며, 조사된 표본 모두를 결과 분석함
- ▶ 본 보고서의 모든 분석 내용은 가중치가 적용된 사례를 이용하여 분석함

[ 표 3-4 ] 표본 특성

구분		가중치 미적용		가중치 적용	
		사례수(명)	구성비(%)	사례수(명)	구성비(%)
전체		(3,010)	100.0	(3,010)	100.0
성별	남자	(1,490)	49.5	(1,487)	49.4
	여자	(1,520)	50.5	(1,523)	50.6
연령별	19~29세	(510)	16.9	(517)	17.2
	30대	(484)	16.1	(490)	16.3
	40대	(575)	19.1	(584)	19.4
	50대	(610)	20.3	(602)	20.0
	60세 이상	(831)	27.6	(817)	27.1
지역별	서울	(580)	19.3	(578)	19.2
	인천/경기	(927)	30.8	(930)	30.9
	대전/충남/충북	(313)	10.4	(315)	10.5
	광주/전북/전남	(298)	9.9	(297)	9.9
	대구/경북	(299)	9.9	(300)	10.0
	부산/울산/경남	(462)	15.3	(463)	15.4
	강원/제주	(131)	4.4	(127)	4.2
직업별	농업/임업/어업	(94)	3.1	(94)	3.1
	자영업	(395)	13.1	(388)	12.9
	블루칼라	(512)	17.0	(522)	17.3
	화이트칼라	(664)	22.1	(856)	28.4
	가정주부	(201)	6.7	(548)	18.2
	학생	(550)	18.3	(200)	6.7
	무직/기타	(196)	6.5	(392)	13.0
	모름/무응답	(398)	13.2	(12)	0.4
월가구 소득별	100만원 미만	(431)	14.3	(433)	14.4
	100~200만원 미만	(333)	11.1	(336)	11.2
	200~300만원 미만	(419)	13.9	(418)	13.9
	300~400만원 미만	(397)	13.2	(400)	13.3
	400~500만원 미만	(325)	10.8	(330)	11.0
	500만원 이상	(848)	28.2	(825)	27.4
	모름/무응답	(257)	8.5	(268)	8.9

## 7. 분석 결과

### 1) 캠핑 이용률

#### ▶ 전체 결과

- 만 19세 이상 성인남녀의 2019년 캠핑 이용률은 12.4%로 나타났으며, 이 중 9.2%는 '숙박 캠핑', 3.2%는 '당일 캠핑'을 다녀온 것으로 나타남
- 반면, 2019년 한 해 동안 캠핑을 다녀오지 않은 국민은 87.6%로 조사됨

(전체 N = 3,010)

[ 그림 3-2 ] 캠핑 이용률 (단위 : %)

▶ 계층별 결과

- 계층별로 캠핑 이용률을 살펴보면, 30대(21.0%), 화이트칼라(20.5%), 월 가구 소득 400만원 이상(400만원~500만원 미만 : 19.0%, 500만원 이상 : 20.2%) 계층에서 높음
- 캠핑 이용률을 세부적으로 살펴본 결과, '숙박' 캠핑은 40대(15.3%), 화이트칼라(14.7%) 계층에서 높았고, '당일' 캠핑은 30대(6.4%), 400만원~500만원 미만(5.3%) 계층에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편, 캠핑 비이용자는 60세 이상(96.8%), 농업/임업/어업(98.7%), 가정주부(93.7%), 무직/기타(93.3%), 월 가구 소득 200만원 미만(100만원 미만 : 99.0%, 100만원~200만원 미만 : 94.8%) 계층에서 높음

[ 표 3-5 ] 계층별 캠핑 이용률

(단위 : %)

구분		사례수(명)	캠핑 비이용	캠핑 이용	숙박 캠핑	당일 캠핑
전체		(3,010)	87.6	12.4	9.2	3.2
성별	남자	(1,487)	85.8	14.2	11.0	3.2
	여자	(1,523)	89.4	10.6	7.4	3.2
연령별	19~29세	(517)	84.0	16.0	10.5	5.6
	30대	(490)	79.0	21.0	14.6	6.4
	40대	(584)	80.9	19.1	15.3	3.7
	50대	(602)	91.7	8.3	6.6	1.6
	60세 이상	(817)	96.8	3.2	2.6	0.6
지역별	서울	(578)	87.3	12.7	9.3	3.4
	인천/경기	(930)	87.1	12.9	9.7	3.2
	대전/충남/충북	(315)	87.4	12.6	9.0	3.6
	광주/전북/전남	(297)	89.0	11.0	7.5	3.4
	대구/경북	(300)	89.7	10.3	6.9	3.4
	부산/울산/경남	(463)	87.1	12.9	10.4	2.5
	강원/제주	(127)	86.5	13.5	10.4	3.1
직업별	농업/임업/어업	(94)	98.7	1.3	1.3	0.0
	자영업	(388)	86.0	14.0	10.0	4.0
	블루칼라	(522)	90.3	9.7	8.0	1.6
	화이트칼라	(856)	79.5	20.5	14.7	5.9
	가정주부	(548)	93.7	6.3	5.1	1.2
	학생	(200)	85.4	14.6	9.3	5.3
	무직/기타	(392)	93.3	6.7	5.4	1.4
	모름/무응답	(12)	88.9	11.1	11.1	0.0
월가구 소득별	100만원 미만	(433)	99.0	1.0	.5	0.5
	100~200만원 미만	(336)	94.8	5.2	3.4	1.8
	200~300만원 미만	(418)	90.9	9.1	6.2	2.8
	300~400만원 미만	(400)	85.2	14.8	11.1	3.7
	400~500만원 미만	(330)	81.0	19.0	13.7	5.3
	500만원 이상	(825)	79.8	20.2	16.1	4.1
	모름/무응답	(268)	90.6	9.4	5.5	3.9

## 2) 캠핑 숙박 여부

### ▶ 전체 결과

- 캠핑이용자를 대상으로 캠핑 시 숙박 여부를 확인한 결과, 캠핑이용자 중 74.1%가 숙박 경험이 있는 것으로 나타남
- 캠핑이용자 중 '숙박 캠핑'과 '당일 캠핑'을 모두 경험한 캠핑이용자는 32.9%로 나타났으며, '숙박 캠핑'만 경험한 캠핑이용자는 41.2%로 나타남
- 한편, '당일 캠핑'만 경험한 캠핑이용자는 25.9%로 조사됨

(캠핑이용자 N = 373)

[ 그림 3-3 ] 캠핑 숙박 여부 (단위 : %)



▶ 계층별 결과

- 계층별로 '숙박 캠핑'을 경험한 캠핑이용자를 살펴보면, 60세 이상(82.1%) 계층에서 높았음
- '숙박 캠핑'만 경험한 캠핑이용자는 50대(49.1%), 광주/전북/전남(68.8%), 대구/경북(66.9%), 블루칼라(59.9%), 월 가구 소득 100만원~200만원 미만(54.2%) 계층에서 높았고, '숙박 캠핑'과 '당일 캠핑'을 모두 경험한 캠핑이용자는 대전/충남/충북(44.4%) 계층에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편, 숙박 없이 '당일 캠핑'만 경험한 캠핑이용자는 30대(30.4%), 대구/경북(33.1%), 학생(36.4%) 계층에서 상대적으로 높았음

[ 표 3-6 ] 계층별 캠핑숙박 여부

(캠핑이용자, 단위 : %)

구분		사례수(명)	당일만 경험	숙박 경험	숙박만 경험	숙박/당일 둘 다 경험
전체		(373)	25.9	74.1	41.2	32.9
성별	남자	(212)	22.6	77.4	43.5	34.0
	여자	(162)	30.2	69.8	38.2	31.6
연령별	19~29세	(83)	34.7	65.3	34.2	31.1
	30대	(103)	30.4	69.6	36.1	33.6
	40대	(111)	19.5	80.5	47.4	33.0
	50대	(50)	20.0	80.0	49.1	30.9
	60세 이상	(26)	17.9	82.1	42.1	40.0
지역별	서울	(73)	26.9	73.1	38.2	35.0
	인천/경기	(120)	24.7	75.3	46.0	29.3
	대전/충남/충북	(40)	28.8	71.2	37.5	33.7
	광주/전북/전남	(33)	31.2	68.8	49.9	18.9
	대구/경북	(31)	33.1	66.9	25.3	41.6
	부산/울산/경남	(60)	19.1	80.9	39.6	41.3
	강원/제주	(17)	23.2	76.8	46.7	30.2
직업별	농업/임업/어업	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
	자영업	(54)	28.5	71.5	42.7	28.8
	블루칼라	(50)	16.9	83.1	59.9	23.2
	화이트칼라	(176)	28.6	71.4	37.2	34.2
	가정주부	(35)	18.5	81.5	42.5	39.0
	학생	(29)	36.4	63.6	34.1	29.4
	무직/기타	(26)	20.1	79.9	33.9	46.0
	모름/무응답	(1)	0.0	100.0	100.0	0.0
월가구 소득별	100만원 미만	(4)	48.5	51.5	51.5	0.0
	100~200만원 미만	(18)	34.5	65.5	47.8	17.7
	200~300만원 미만	(38)	31.1	68.9	30.7	38.2
	300~400만원 미만	(59)	25.1	74.9	40.8	34.1
	400~500만원 미만	(63)	27.9	72.1	37.5	34.6
	500만원 이상	(166)	20.4	79.6	44.9	34.7
	모름/무응답	(25)	41.1	58.9	36.2	22.7

※ 사례수 30 이하는 해석 시 주의를 요함

### 3) 캠핑 이용 횟수

▶ 전체 결과

- 2019년 숙박 캠핑 이용 횟수는 '1회'가 26.2%로 가장 많았고, 다음은 '2회'(20.2%), '3회'(19.5%), '10회 이상'(15.8%), '5회'(10.1%) 등의 순으로 나타났으며, 평균으로는 연간 4.4회 이용하는 것으로 나타남
- 당일 캠핑 이용 횟수도 '1회'가 26.8%로 가장 많았고, 다음은 '2회'(21.2%), '3회'(19.1%), '10회 이상'(15.8%), '5회'(7.6%) 등의 순으로 나타났으며, 평균으로는 연간 4.3회 이용하는 것으로 나타남
- 숙박 캠핑과 당일 캠핑을 모두 이용하는 캠핑이용자의 캠핑 이용 횟수도 '1회'가 21.6%로 가장 많았고, 다음은 '2회'(17.1%), '3회'(16.2%), '10회 이상'(15.7%) 등의 순으로 나타났으며, 평균은 5.7회로 조사됨

(숙박 캠핑이용자 N = 277, 당일 캠핑이용자 N = 213, 숙박+당일 캠핑이용자 N = 373)

숙박  
당일  
숙박+당일

[ 그림 3-4 ] 캠핑 이용 횟수 (단위 : %)

▶ 계층별 결과

- 계층별로 평균 캠핑 이용 횟수를 살펴보면, 숙박 캠핑은 여성(3.8회)보다 남성(4.8회)의 이용 횟수가 많았고, 60세 이상(9.7회), 월 가구 소득 200~300만원 미만(5.6회) 계층에서도 타 계층 대비 이용 횟수가 높은 것으로 나타남
- 당일 캠핑은 여성(3.9회)보다 남성(4.7회)의 이용 횟수가 많았고, 30대(5.1회)가 타 연령층 대비 이용 횟수가 많았음. 또한, 월 가구 소득 200~300만원 미만(5.4회) 계층에서 당일 캠핑 이용 횟수가 많은 것으로 나타남
- 숙박 캠핑과 당일 캠핑을 모두 이용하는 캠핑이용자의 평균 캠핑 이용 횟수는 30대(6.4회), 대전/충남/충북(8.1회), 부산/울산/경남(6.3회), 200~300만원 미만(7.6회) 계층에서 많은 것으로 조사됨

[ 표 3-7 ] 계층별 평균 캠핑 이용 횟수

(캠핑이용자, 단위 : 회)

구분		숙박		당일		숙박+당일	
		사례수(명)	이용 횟수	사례수(명)	이용 횟수	사례수(명)	이용 횟수
전체		(277)	4.4	(213)	4.3	(373)	5.7
성별	남자	(164)	4.8	(116)	4.7	(212)	6.3
	여자	(113)	3.8	(97)	3.9	(162)	5.0
연령별	19~29세	(54)	2.7	(55)	2.4	(83)	3.4
	30대	(72)	4.6	(64)	5.1	(103)	6.4
	40대	(90)	4.2	(55)	4.9	(111)	5.8
	50대	(40)	3.8	(25)	4.6	(50)	5.4
	60세 이상	(21)	9.7	(14)	6.0	(26)	11.3
지역별	서울	(54)	3.3	(44)	3.4	(73)	4.5
	인천/경기	(90)	4.6	(63)	3.9	(120)	5.6
	대전/충남/충북	(28)	5.4	(25)	6.8	(40)	8.1
	광주/전북/전남	(22)	4.9	(15)	3.8	(33)	5.2
	대구/경북	(21)	3.6	(22)	3.5	(31)	4.9
	부산/울산/경남	(48)	4.1	(34)	5.5	(60)	6.4
	강원/제주	(13)	6.4	(9)	3.7	(17)	6.9
직업별	농업/임업/어업	(1)	10.0	(1)	10.0	(1)	20.0
	자영업	(39)	4.0	(29)	4.1	(54)	5.1
	블루칼라	(42)	4.1	(20)	4.1	(50)	5.1
	화이트칼라	(125)	4.0	(107)	4.6	(176)	5.7
	가정주부	(28)	3.3	(20)	5.2	(35)	5.7
	학생	(19)	3.7	(19)	2.8	(29)	4.2
	무직/기타	(21)	9.5	(17)	3.6	(26)	9.8
	모름/무응답	(1)	5.0	-	-	(1)	5.0
월가구 소득별	100만원 미만	(2)	2.6	(2)	3.0	(4)	2.8
	100~200만원 미만	(12)	2.7	(9)	4.2	(18)	4.0
	200~300만원 미만	(26)	5.6	(26)	5.4	(38)	7.6
	300~400만원 미만	(44)	4.7	(33)	3.3	(59)	5.4
	400~500만원 미만	(45)	3.8	(38)	4.1	(63)	5.2
	500만원 이상	(133)	4.5	(88)	5.0	(166)	6.2
	모름/무응답	(15)	3.6	(16)	1.9	(25)	3.4

※ 사례수 30 이하는 해석 시 주의를 요함

#### 4) 캠핑 숙박 일수

##### ▶ 전체 결과

- 숙박 캠핑을 한 번 다녀올 때 평균 숙박 일정으로 '1박'(69.2%) 일정이 가장 많았고, 다음은 '2박'(26.5%), '3박'(3.1%), '5박 이상'(1.0%), '4박'(0.3%) 일정 순으로 나타남
- 한편, 평균 숙박 일수는 1.4일로 조사됨

(숙박 캠핑이용자 N = 277)

[ 그림 3-5 ] 캠핑 숙박 일수 (단위 : %)

▶ 계층별 결과

- 계층별로 캠핑 숙박 일수를 살펴보면, 모든 계층에서 '1박' 일정으로 캠핑을 다녀오는 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 특히 19~29세(80.5%), 30대(79.9%), 인천/경기(31.8%), 월 가구 소득 100~200만원 미만(81.0%) 계층에서 높게 나타남
- 평균 숙박 일수는 60세 이상(2.1일), 강원/제주(2.3일), 월 가구 소득 100~200만원 미만(2.4일)에서 길게 나타남

[ 표 3-8 ] 계층별 캠핑 숙박 일수

(숙박 캠핑이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	1박	2박	3박	4박	5박 이상	평균 (일)
전체		(277)	69.2	26.5	3.1	0.3	1.0	1.4
성별	남자	(164)	67.1	28.6	3.7	0.0	0.6	1.4
	여자	(113)	72.2	23.3	2.1	0.8	1.5	1.5
연령별	19~29세	(54)	80.5	15.5	4.0	0.0	0.0	1.2
	30대	(72)	79.9	17.6	0.0	0.0	2.4	1.5
	40대	(90)	63.6	33.7	2.7	0.0	0.0	1.4
	50대	(40)	64.3	28.3	5.1	2.3	0.0	1.5
	60세 이상	(21)	36.7	50.0	8.7	0.0	4.5	2.1
지역별	서울	(54)	74.0	19.4	5.2	0.0	1.4	1.5
	인천/경기	(90)	65.9	31.8	1.2	0.0	1.1	1.4
	대전/충남/충북	(28)	65.1	27.0	8.0	0.0	0.0	1.4
	광주/전북/전남	(22)	65.5	30.5	0.0	4.0	0.0	1.4
	대구/경북	(21)	78.3	21.7	0.0	0.0	0.0	1.2
	부산/울산/경남	(48)	69.9	25.4	4.7	0.0	0.0	1.3
	강원/제주	(13)	69.9	22.7	0.0	0.0	7.4	2.3
직업별	농업/임업/어업	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	자영업	(39)	61.9	31.7	6.4	0.0	0.0	1.4
	블루칼라	(42)	68.4	31.6	0.0	0.0	0.0	1.3
	화이트칼라	(125)	70.9	24.9	2.1	0.7	1.4	1.5
	가정주부	(28)	72.4	27.6	0.0	0.0	0.0	1.3
	학생	(19)	87.3	6.8	5.9	0.0	0.0	1.2
	무직/기타	(21)	56.0	28.8	10.6	0.0	4.6	1.9
	모름/무응답	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.0
월가구 소득별	100만원 미만	(2)	54.5	45.5	0.0	0.0	0.0	1.5
	100~200만원 미만	(12)	81.0	0.0	10.4	0.0	8.6	2.4
	200~300만원 미만	(26)	75.9	24.1	0.0	0.0	0.0	1.2
	300~400만원 미만	(44)	65.7	34.3	0.0	0.0	0.0	1.3
	400~500만원 미만	(45)	63.4	32.0	2.6	2.0	0.0	1.4
	500만원 이상	(133)	70.4	24.5	3.8	0.0	1.3	1.5
	모름/무응답	(15)	67.3	25.3	7.4	0.0	0.0	1.4

※ 사례수 30 이하는 해석 시 주의를 요함



## 5) 캠핑 동반 미성년자 여부 및 동반 미성년자 수

### ▶ 전체 결과

- 캠핑 시 동반한 만 19세 미만의 미성년자가 있는지를 파악한 결과, 캠핑이용자 중 50.5%가 미성년자와 함께 캠핑을 다녀온 것으로 나타남
- 동반한 미성년자 수는 평균 2.0명으로 나타났으며, 세부적으로는 '1명'이 28.8%, '2명'이 52.8%, '3명 이상'이 18.4%로 조사됨

(캠핑이용자 N = 373)

[ 그림 3-6 ]캠핑 동반 미성년자 여부 및 동반 미성년자 수 (단위 : %)

▶ 계층별 결과

- 계층별로 살펴본 결과, 여성(56.6%), 19~29세(66.6%), 가정주부(72.0%) 계층에서 캠핑 시 미성년자를 동반하는 비율이 높은 것으로 나타남
- 캠핑 동반 미성년자 수는 대부분의 계층에서 '2명'이 많은 가운데, 특히 30대(59.8%), 대구/경북(57.7%), 가정주부(69.7%), 월 가구 소득 100~200만원 미만(55.5%) 계층에서 높게 나타났으며, 평균 동반 미성년 자녀 수는 60세 이상(2.5명)에서 가장 많은 것으로 나타남

[ 표 3-9 ] 계층별 캠핑 동반 미성년자 여부 및 동반 미성년자 수

(캠핑이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	없다	있다	1명	2명	3명 이상	평균(명)
전체		(373)	49.5	50.5	28.8	52.8	18.4	2.0
성별	남자	(212)	54.1	45.9	30.6	48.3	21.1	2.1
	여자	(162)	43.4	56.6	26.9	57.6	15.5	1.9
연령별	19~29세	(83)	76.9	23.1	66.6	20.4	13.0	1.6
	30대	(103)	42.2	57.8	27.4	59.8	12.8	1.9
	40대	(111)	14.3	85.7	22.1	54.3	23.6	2.2
	50대	(50)	84.4	15.6	52.6	36.4	11.0	1.6
	60세 이상	(26)	75.0	25.0	0.0	82.0	18.0	2.5
지역별	서울	(73)	60.4	39.6	30.1	50.3	19.6	1.9
	인천/경기	(120)	50.4	49.6	29.8	56.9	13.3	1.9
	대전/충남/충북	(40)	26.7	73.3	29.4	53.5	17.0	2.0
	광주/전북/전남	(33)	52.6	47.4	19.2	44.7	36.1	2.7
	대구/경북	(31)	50.3	49.7	13.9	57.7	28.4	2.5
	부산/울산/경남	(60)	46.8	53.2	37.5	49.7	12.8	1.9
	강원/제주	(17)	51.8	48.2	27.1	46.9	25.9	2.0
직업별	농업/임업/어업	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	2.0
	자영업	(54)	51.5	48.5	20.2	55.3	24.5	2.1
	블루칼라	(50)	55.1	44.9	26.9	45.3	27.8	2.5
	화이트칼라	(176)	45.1	54.9	29.8	54.1	16.1	1.9
	가정주부	(35)	28.0	72.0	13.1	69.7	17.2	2.0
	학생	(29)	69.9	30.1	67.7	21.8	10.5	1.4
	무직/기타	(26)	69.4	30.6	60.7	24.9	14.4	1.8
	모름/무응답	(1)	100.0	0.0	-	-	-	-
월가구 소득별	100만원 미만	(4)	79.9	20.1	0.0	100.0	0.0	2.0
	100~200만원 미만	(18)	71.2	28.8	21.1	55.5	23.4	2.0
	200~300만원 미만	(38)	51.7	48.3	52.9	42.1	5.1	1.6
	300~400만원 미만	(59)	57.0	43.0	18.3	53.8	27.9	2.3
	400~500만원 미만	(63)	42.6	57.4	27.6	47.7	24.7	2.2
	500만원 이상	(166)	42.2	57.8	27.8	54.9	17.2	1.9
	모름/무응답	(25)	74.2	25.8	32.6	67.4	0.0	1.7

※ 사례수 30 이하는 해석 시 주의를 요함

## 6) 캠핑 비이용 이유

### ▶ 전체 결과

- 2019년 한 해 동안 캠핑을 다녀오지 못한 이유(중복응답 기준)로 '캠핑에 관심이 없어서'(47.2%)가 주로 꼽혔고, 다음은 '시간이 없어서'(41.5%), '캠핑장비 마련(구입)이 부담되어'(37.9%), '캠핑 갈 경비가 부족해서'(26.1%), '함께 캠핑할 사람이 없어서'(16.9%), '캠핑 정보 및 시설이 부족해서'(16.3%), '돌봐야 하는 가족이 있어서'(14.1%), '건강상의 이유로'(13.7%) 등의 순으로 나타남

(캠핑 비이용자 N = 2,637)

1순위      중복

캠핑 비이용 이유 (단위 : %)

▶ 계층별 결과

- 계층별로 살펴보면, '캠핑에 관심이 없어서'는 19~29세(58.0%), 서울(50.7%), 학생(55.5%), 화이트칼라(55.4%), 월 가구 소득 500만원 이상(56.8%) 계층에서 높았고, '시간이 없어서'는 남자(44.4%), 19~29세(54.1%), 월 가구 소득 300~400만원 미만(50.6%) 계층에서 높은 것으로 나타남
- 한편, '캠핑장비 마련(구입)이 부담되어'는 30대(48.6%), 화이트칼라(47.5%) 계층에서, '캠핑 갈 경비가 부족해서'는 19~29세(32.3%), 학생(37.3%) 계층에서 상대적으로 높았음

[ 표 3-10 ] 계층별 캠핑 비이용 이유

(캠핑 비이용자, 중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	캠핑에 관심이 없어서	시간이 없어서	캠핑장비 마련 (구입)이 부담되어	캠핑 갈 경비가 부족해서	함께 캠핑할 사람이 없어서
전체		(2,637)	47.2	41.5	37.9	26.1	16.9
성별	남자	(1,275)	46.1	44.4	38.5	29.1	17.4
	여자	(1,362)	48.3	38.8	37.4	23.2	16.5
연령별	19~29세	(434)	58.0	54.1	47.2	32.3	13.8
	30대	(387)	53.7	44.4	48.6	19.9	9.5
	40대	(472)	49.1	40.8	40.8	21.7	14.6
	50대	(552)	44.8	44.3	32.3	22.9	19.1
	60세 이상	(791)	38.8	31.7	29.9	30.6	22.2
지역별	서울	(505)	50.7	38.4	40.7	25.9	17.3
	인천/경기	(810)	48.2	41.5	39.2	25.8	16.2
	대전/충남/충북	(275)	48.5	43.6	35.6	17.1	17.6
	광주/전북/전남	(264)	40.5	38.8	39.7	30.4	19.1
	대구/경북	(269)	43.4	44.5	36.5	34.1	20.2
	부산/울산/경남	(404)	46.6	43.0	37.7	26.1	14.4
	강원/제주	(110)	48.9	44.3	21.8	21.7	15.7
직업별	농업/임업/어업	(93)	31.0	61.4	31.9	23.9	13.1
	자영업	(333)	45.7	51.9	34.2	18.2	13.3
	블루칼라	(471)	43.4	51.0	38.3	34.9	20.6
	화이트칼라	(680)	55.4	40.8	47.5	16.5	12.9
	가정주부	(513)	46.2	25.6	29.2	24.4	21.4
	학생	(171)	55.5	60.1	41.9	37.3	11.0
	무직/기타	(366)	39.2	30.1	35.1	37.0	20.3
	모름/무응답	(10)	70.4	25.8	29.6	44.2	22.1
월가구 소득별	100만원 미만	(429)	30.1	29.3	26.9	37.9	24.8
	100~200만원 미만	(318)	40.1	45.7	37.4	39.9	19.8
	200~300만원 미만	(380)	48.3	42.6	45.5	32.1	14.5
	300~400만원 미만	(340)	49.2	50.6	48.3	23.2	15.2
	400~500만원 미만	(268)	51.8	47.6	40.6	18.2	15.5
	500만원 이상	(659)	56.8	36.1	38.0	14.2	14.1
	모름/무응답	(243)	51.5	51.1	28.4	22.6	15.0

※ 사례수 30 이하는 해석 시 주의를 요함

## 7) 해외여행 경험 여부 및 해외여행 횟수

### ▶ 전체 결과

- 2019년 한 해 동안 해외여행 경험률은 24.1%로 나타났으며, 해외여행 횟수는 '1회'(56.4%), '2회'(25.1%), '3회'(10.3%), '5회 이상'(5.9%), '4회'(2.3%) 순으로 나타남
- 한편, 2019년 해외여행 경험자의 평균 해외여행 횟수는 1.9회로 조사됨

(전체 N = 3,010)

해외여행 경험 여부 및 해외여행 횟수 (단위 : %)



▶ 계층별 결과

- 계층별로 해외여행 경험률을 살펴보면, 30대(34.0%), 대전/충남/충북(27.9%), 화이트칼라(36.5%), 월 가구 소득 500만원 이상(41.8%) 계층에서 높은 것으로 나타남
- 해외여행 횟수는 대부분의 계층에서 '1회' 응답이 가장 높은 것으로 나타났으며, 평균 해외여행 횟수는 여성(1.7회)보다 남성(2.2회)이 더욱 많았고, 서울(2.2회), 자영업(2.5회), 월 가구 소득 500만원 이상(2.1회) 계층에서 많은 것으로 나타남

[ 표 3-11 ] 계층별 해외여행 경험 여부 및 해외여행 횟수

(전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	없다	있다	1회	2회	3회	4회	5회 이상
전체		(3,010)	75.9	24.1	(725)	56.4	25.1	10.3	2.3
성별	남자	(1,487)	77.7	22.3	(332)	53.6	23.0	11.9	2.5
	여자	(1,523)	74.1	25.9	(394)	58.7	26.9	8.9	2.2
연령별	19~29세	(517)	70.2	29.8	(154)	51.8	29.2	12.3	2.1
	30대	(490)	66.0	34.0	(166)	57.2	20.8	11.3	2.7
	40대	(584)	79.3	20.7	(121)	55.1	25.6	8.0	3.4
	50대	(602)	72.9	27.1	(163)	52.1	28.2	10.7	1.5
	60세 이상	(817)	85.2	14.8	(121)	68.2	21.1	8.0	2.2
지역별	서울	(578)	73.3	26.7	(154)	44.2	28.2	13.8	3.9
	인천/경기	(930)	74.3	25.7	(239)	54.4	26.4	10.3	2.4
	대전/충남/충북	(315)	72.1	27.9	(88)	72.1	17.3	10.6	0.0
	광주/전북/전남	(297)	78.6	21.4	(64)	54.3	32.7	5.9	0.0
	대구/경북	(300)	87.9	12.1	(36)	56.9	32.1	9.9	0.0
	부산/울산/경남	(463)	74.5	25.5	(118)	65.6	18.3	8.3	3.6
	강원/제주	(127)	79.1	20.9	(27)	56.5	24.7	7.8	3.5
직업별	농업/임업/어업	(94)	84.0	16.0	(15)	59.8	40.2	0.0	0.0
	자영업	(388)	78.2	21.8	(85)	42.2	23.5	17.9	5.2
	블루칼라	(522)	81.8	18.2	(95)	75.1	18.1	2.5	0.0
	화이트칼라	(856)	63.5	36.5	(312)	50.1	27.0	12.7	3.2
	가정주부	(548)	80.4	19.6	(107)	63.9	25.1	8.7	.9
	학생	(200)	68.7	31.3	(63)	60.7	26.5	7.0	1.0
	무직/기타	(392)	88.1	11.9	(47)	63.2	22.8	7.7	2.0
	모름/무응답	(12)	77.9	22.1	(3)	34.9	30.1	0.0	0.0
월가구 소득별	100만원 미만	(433)	94.8	5.2	(23)	84.2	11.7	4.1	0.0
	100~200만원 미만	(336)	88.2	11.8	(40)	72.1	23.4	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(418)	78.9	21.1	(88)	54.6	27.0	11.6	2.5
	300~400만원 미만	(400)	76.6	23.4	(94)	65.2	18.4	11.9	.9
	400~500만원 미만	(330)	72.7	27.3	(90)	67.4	17.9	7.4	0.0
	500만원 이상	(825)	58.2	41.8	(344)	47.6	29.6	11.6	3.7
	모름/무응답	(268)	82.6	17.4	(47)	58.7	24.1	11.5	2.0

※ 사례수 30 이하는 해석 시 주의를 요함

▶ 비교지표 결과

- 2019년 국민여행조사<sup>2)</sup>의 해외여행 경험률
- 본 조사의 해외여행 경험률은 24.1%로 2019년 국민여행조사의 해외여행 경험률(23.2%)과 유사한 결과를 보임

[ 표 3-12 ] 해외여행 경험률 비교

(단위 : %)

구분	본조사(A)	'19년 국민여행조사(B)	GAP(A-B)
해외여행 경험률	24.1	23.2	0.9

▶ 2019년 출국관광통계<sup>3)</sup>의 해외 출국자 수

- 출국관광통계와의 비교 분석을 위해 본 조사의 '해외여행 경험률'과 '해외여행 평균 횟수' 결과로 해외 출국자 수를 추정하며 다음과 같은 공식을 사용함

$$\text{만 19세 이상 해외 출국자 수} = T \times o \times d$$

$T$  : 2019년 12월 기준 주민등록인구통계의 만 19세 이상 인구수<sup>4)</sup>

$o$  : 해외여행 경험률

$d$  : 해외여행 평균 횟수

- 추정된 2019년 만 19세 이상 해외여행 출국자 수는 21,286,365명으로 2019년 출국관광통계의 만 21세 이상 해외 출국자 수(23,375,731명) 대비 352만명 적은 것으로 나타남

$$\begin{aligned} \text{만 19세 이상 해외 출국자 수} &= T \times o \times d \\ &= 43,362,250\text{명} \times 24.1\% \times 1.9\text{회} \\ &= 19,855,574\text{명} \end{aligned}$$

[ 표 3-13 ] 해외 출국자 수 비교

(단위 : 명)

구분	본조사(A)	'19년 출국관광통계 만 21세 이상(B)	GAP(A-B)
해외 출국자 수	19,855,574	23,375,731	-3,520,157

2) 2019년 국민여행조사는 대한민국 내 모든 가구의 만 15세 이상의 전체 국민을 대상으로 매월 4,000표본씩 총 48,000표본을 가구방문 조사방법으로 조사하며, 주요 조사내용은 크게 '여행 횟수', '여행 지역(세부 관광지)', '여행 일수', '여행 지출경비' 등으로 구성되어 있음

3) 출국관광통계는 연령별 결과가 10세 단위로만 구분되어 만 21세 이상의 결과부터 분석에 활용함

4) 2019년 기준 주민등록인구통계의 만 19세 이상 인구수는 43,362,250명으로 분석됨

## 8. 캠핑 인구수 추정

### 1) 만 19세 이상 캠핑 인구수 추정

- 만 19세 이상의 캠핑 인구수를 추정하기 위하여 다음과 같은 공식을 사용함

$$\text{만 19세 이상 캠핑 인구수} = T \times r_{1,2,3}$$

$T$  : 2019년 12월 기준 주민등록인구통계의 만 19세 이상 인구수

$r_1$  : 숙박 캠핑 이용률

$r_2$  : 당일 캠핑 이용률

$r_3$  : 숙박+당일 캠핑 이용률

[ 표 3-14 ] 캠핑 이용률

(단위 : %)

구분	숙박	당일	당일+숙박
전체	9.2	3.2	12.4

#### ▶ 만 19세 이상 숙박 캠핑 인구수 추정

- 만 19세 이상의 숙박 캠핑 인구수는 3,985,234명으로 추정됨

$$\begin{aligned} \text{만 19세 이상 숙박 캠핑 인구수} &= T \times r_1 \\ &= 43,362,250 \text{명} \times 9.2\% \\ &= 3,985,234 \text{명} \end{aligned}$$

#### ▶ 만 19세 이상 당일 캠핑 인구수 추정

- 만 19세 이상의 당일 캠핑 인구수는 1,390,126명으로 추정됨

$$\begin{aligned} \text{만 19세 이상 숙박 캠핑 인구수} &= T \times r_2 \\ &= 43,362,250 \text{명} \times 3.2\% \\ &= 1,390,126 \text{명} \end{aligned}$$

#### ▶ 만 19세 이상 숙박+당일 캠핑 인구수 추정

- 만 19세 이상의 숙박+당일 캠핑 인구수는 5,375,360명으로 추정됨

$$\begin{aligned} \text{만 19세 이상 숙박+당일 캠핑 인구수} &= T \times r_3 \\ &= 43,362,250 \text{명} \times 12.4\% \\ &= 5,375,360 \text{명} \end{aligned}$$

2) 연도별 캠핑 인구수 비교<sup>5)</sup>

- 2019년 숙박 캠핑 인구수는 3,985,234명으로 2018년(4,033,275명) 대비 약 4만명 이상 감소한 것으로 나타났으며, 당일 캠핑 인구수는 1,390,126명으로 2018년 (1,442,316명) 대비 약 5만명 감소한 것으로 나타남

[ 표 3-15 ] 연도별 캠핑 인구수 (단위 : 명)

(단위 : 명)				
구분	2016년	2017년	2018년	2019년
숙박	3,104,589	3,010,627	4,033,275	3,985,234
당일	-	-	1,442,316	1,390,126
숙박+당일	-	-	5,475,592	5,375,360

5) 2016년과 2017년은 성인 캠핑이용자를 대상으로 조사를 하였으며, 캠핑의 정의를 “자신의 거주지 밖에서 최소 하룻밤 이상을 텐트, 트레일러, 캠핑카 등을 이용하여, 다양한 아웃도어 레크레이션 또는 휴식을 취하는 일련의 활동”으로 정의하여 2018년~2019년 기준으로 숙박 캠핑에 해당됨. 따라서 연도별 캠핑 인구수 비교 시 2018년~2019년 결과는 만 19세 이상의 성인남녀, 숙박 캠핑 결과를 기준으로 분석함



04

## 캠핑이용자 실태조사





## 1. 조사 개요

### 1) 조사의 필요성

- ▶ 캠핑이용자 현황 및 실태에 대한 객관적 통계 지표의 필요성
  - 전 세계적으로 캠핑산업이 크게 성장하고 있으며, 국내의 경우 최근 캠핑에 대한 수요와 공급이 급속히 증가하고 있음
  - 그러나 국내의 경우 캠핑이용자에 대한 현황 및 실태 파악은 미비한 수준으로, 캠핑이 국가 차원의 중요 여가 활동으로 정착되기 위하여 캠핑이용자에 대한 전반적인 통계조사가 필요한 실정임
- ▶ 캠핑이용자에 대한 캠핑 이용 환경 및 실태 파악을 통해 현황 자료 마련
  - 캠핑이용자를 대상으로 캠핑 이용 환경 및 실태를 파악함으로써 우리나라 국민의 캠핑 이용 현황을 확인할 수 있는 자료 마련
  - 캠핑 이용 환경 개선 및 캠핑 인구의 지속적인 유입 유도를 위해 필요한 기초자료 확보

### 2) 조사의 목적

- ▶ 본 조사의 목적은 캠핑의 수요자인 캠핑이용자를 파악하는 것으로 세부 목적은 다음과 같음
  - 2019년 기준 캠핑이용자의 인구통계학적 변인을 조사함으로써 캠핑이용자의 표적 집단 파악
  - 2019년 기준 캠핑 시 소요되는 총 지출 비용과 캠핑장 이용 빈도를 조사하여 캠핑산업 수요자 측면의 경제 규모를 파악
  - 2019년 기준 캠핑이용자의 캠핑 활동에 대한 인식과 행동을 파악
  - 2017년, 2018년 결과 데이터와의 비교를 통해 캠핑이용자의 행태 변화추이 파악

### 3) 조사 기준 기간

- ▶ 본 조사의 기준 기간은 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일임

### 4) 조사 대상 및 방법

- ▶ 조사 대상 : 2019년 한 해 동안 1박 이상의 캠핑 경험이 있는 만 19세 이상의 국민

### 5) 자료 수집 방법

- ▶ 국내 캠핑 인구의 1/4을 차지하는 국내 최대 캠핑 정보공유 카페 및 캠핑 쇼핑몰의 이용자를 대상으로 조사
- ▶ 해당 카페 및 쇼핑몰의 온라인 홈페이지에 배너 광고를 활용하여 캠핑이용자 조사에 참여할 수 있도록 함
- ▶ 응답 완료자에 한하여 모바일 기프티콘을 발송하여 조사 관심도 및 응답률을 제고함

## 6) 조사 항목

- ▶ 조사항목은 캠핑 총량, 캠핑이용 행태, 캠핑 평가, 캠핑 관련 정책 인지도 및 평가, 인구 통계학 특성으로 구성되었음

[ 표 4-1 ] 조사 항목

구분	항목	구분	항목
캠핑 총량	캠핑 횟수	캠핑이용 행태	최근 캠핑 방문지
	캠핑 숙박 일수		1회 캠핑 소요 비용
	캠핑 경력		연간 캠핑용품 지출액
캠핑이용 행태	캠핑 이유	캠핑 평가	최근 캠핑 방문지
	캠핑 동반자 유형		캠핑 만족도
	평균 캠핑 인원		캠핑장 항목별 만족도
	미성년 자녀 동반 여부 및 인원 수	캠핑 관련 정책 인지도 및 평가	캠핑 관련 정책 인지도
	선호 숙박 유형		캠핑 관련 정책 평가
	캠핑 예약 시기		
	캠핑 정보 습득 경로	인구 통계학 특성	성별
	캠핑 정보 습득 인터넷 사이트		연령대
	캠핑장 항목별 중요도		혼인 여부
	캠핑장 주요 활동		직업
	1회 캠핑 소요 비용		월 평균 가구 소득
	연간 캠핑용품 지출액		가족 구성원 수
			거주 지역

## 7) 자료 처리 및 분석

- ▶ 2019년 기준 캠핑이용자 조사는 최종적으로 2,000부의 설문지를 분석에 활용함
- ▶ 자료 분석은 통계 프로그램인 IBM SPSS Statistics 18을 사용하여 분석함

## 2. 표본 설계

### 1) 표본 추출틀

- ▶ 캠핑이용자를 대상으로 표본을 추출하기 위하여 사전에 조사한 캠핑이용자 모수 추정 결과를 표본 추출틀로 적용함
- ▶ 캠핑이용자 모수 추정 조사는 2019년 기준 주민등록 인구통계의 성/연령/지역별 인구비례에 따라 할당 추출법을 적용하여 전국 만 19세 이상 남녀를 대상으로 표본을 추출함
  - 2020년 7월 28일(화)부터 2020년 8월 11일(화)까지 유·무선 RDD(Random Digit Dialing)를 활용한 전화면접 조사를 수행한 결과 3,010표본을 추출함(표본오차: 95% 신뢰수준에서  $\pm 1.8\%$ point)
  - 총 3,010 표본을 추출한 캠핑이용자 모수 추정 결과의 성/연령 인구비례에 따라 캠핑이용자의 표본을 할당 추출함
  - 모집단 현황은 가중치를 적용하였으며, 통계 프로그램인 IBM SPSS Statistics 22를 사용하여 분석함
- ▶ 2019년 기준 캠핑이용자 모수 추정 결과는 다음과 같이 나타났으며, 캠핑이용자 표본 추출은 모수 추정 결과의 성별-연령별 분포 비율을 적용하여 추출함

[ 표 4-2 ] 2019년 기준 모수추정 결과 : 캠핑이용자 성별-연령별 분포

(단위 : 명, %)

연령대	성별				총계	
	남자		여자			
	사례수(명)	구성비(%)	사례수(명)	구성비(%)	사례수(명)	구성비(%)
전체	(1,487)	49.4	(1,523)	50.6	(3,010)	100.0
19~29세	(277)	53.5	(241)	46.5	(517)	100.0
30대	(249)	50.8	(241)	49.2	(490)	100.0
40대	(293)	50.2	(291)	49.8	(584)	100.0
50대	(301)	50.0	(301)	50.0	(602)	100.0
60세 이상	(367)	45.0	(449)	55.0	(817)	100.0

### 3. 주요 분석 결과

#### 1) 응답자 특성

[ 표 4-3 ] 응답자 특성

구분		사례수(명)	구성비(%)
전체		2,000	100.0
성별	남자	1,125	56.2
	여자	875	43.7
연령	19~29세	445	22.2
	30대	555	27.7
	40대	592	29.6
	50대	353	17.7
	60세 이상	55	2.7
지역	서울	402	20.1
	인천/경기	629	31.4
	대전/충남/충북/세종	211	10.5
	광주/전북/전남	171	8.5
	대구/경북	170	8.5
	부산/울산/경남	321	16.0
	강원/제주	96	4.8
직업	농업/임업/어업	13	0.6
	자영업	233	11.7
	블루칼라	302	15.1
	화이트칼라	1,110	55.5
	가정주부	159	7.9
	학생	76	3.8
	무직/기타	107	5.3
혼인여부	기혼	1,452	72.6
	미혼	548	27.4
월가구 소득	100만원 미만	17	0.9
	100~200만원 미만	83	4.2
	200~300만원 미만	332	16.6
	300~400만원 미만	419	20.9

(1) 성별

- 응답자의 성별은 남자 56.2%, 여자 43.7%로 나타남

[ 표 4-4 ] 캠핑이용자 성별 비율

(단위 : %, %p)			
구분	2018	2019	증감률
남자	54.3	56.2	1.9%p
여자	45.7	43.7	-2.0%p

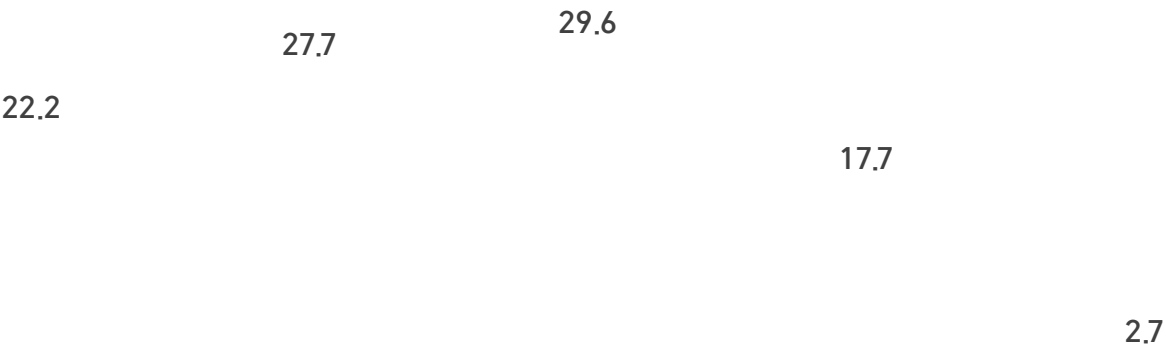
[ 그림 4-1 ] 캠핑이용자 성별 (단위 : %)

(2) 연령

- 응답자의 연령대는 40대가 29.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 30대(27.7%), 20대(22.2%), 50대(17.7%), 60대(2.7%) 순으로 나타남

[ 표 4-5 ] 캠핑이용자 연령대 비율

(단위 : %, %p)			
구분	2018	2019	증감률
19~29세	7.6	22.2	14.6%p
30대	39.0	27.7	-11.3%p
40대	14.9	29.6	14.7%p
50대	23.5	17.7	-5.8%p
60세 이상	15.0	2.7	-12.3%p



[ 그림 4-2 ] 캠핑이용자 연령대 (단위 : %)



(3) 거주 지역

- 응답자의 거주지역은 '인천/경기'가 31.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '서울(20.1%)', '부산/울산/경남(16.0%)', '대전/충남/충북/세종(10.5%)' 등의 순으로 나타남

[ 표 4-6 ] 캠핑이용자 거주 지역별 비율

(단위 : %, %p)			
구분	2018	2019	증감률
인천/경기	58.8	31.4	-27.4%p
서울	27.4	20.1	-7.3%p
부산/울산/경남	1.6	16.0	14.4%p
대전/충남/충북/세종	5.8	10.5	4.7%p
광주/전북/전남	2.2	8.5	6.3%p
대구/경북	1.9	8.5	6.6%p
강원/제주	2.1	4.8	2.7%p



[ 그림 4-3 ] 캠핑이용자 거주지역 (단위 : %)

(4) 직업

- 응답자의 직업은 '화이트칼라'가 55.5%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '블루칼라(15.1%)', '자영업(11.7%)', '가정주부(7.9%)' 등의 순으로 나타남

[ 표 4-7 ] 캠핑이용자 직업별 비율

(단위 : %)							
구분	화이트칼라	블루칼라	자영업	가정주부	무직/기타	학생	농업/임업/어업
2019	55.5	15.1	11.7	7.9	5.3	3.8	0.6

\* 2019년 직업 구분이 변경되어 2018년 수치와 비교 불가능



[ 그림 4-4 ] 캠핑이용자 직업 (단위 : %)

(5) 혼인여부

- 응답자의 혼인여부는 '기혼'이 72.6%로 나타났으며, '미혼'이 27.4%로 나타났음

[ 표 4-8 ] 캠핑이용자 혼인여부별 비율

(단위 : %, %p)			
구분	2018	2019	증감률
기혼	78.0	72.6	-5.4%p
미혼	22.0	27.4	5.4%p

27.4%

[ 그림 4-5 ] 캠핑이용자 혼인 여부 (단위 : %)

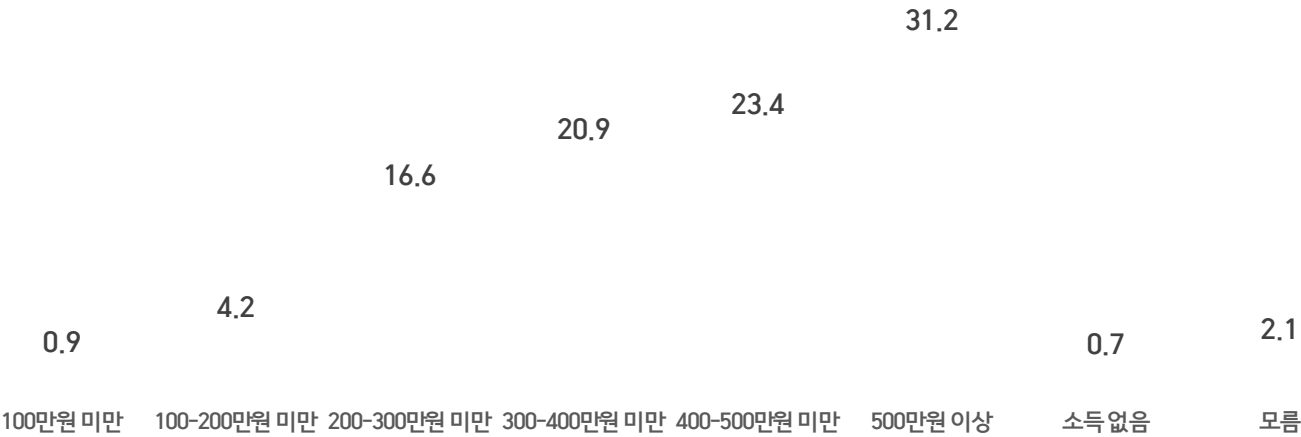
(6) 월가구 소득

- 응답자의 월가구 소득은 '500만원 이상'이 31.2%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '400~500만원 미만(23.4%)', '300~400만원 미만(20.9%)', '200~300만원(16.6%)' 등의 순으로 나타남

[ 표 4-9 ] 캠핑이용자 월가구 소득별 비율

(단위 : %)								
구분	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	소득 없음	모름
2019	0.9	4.2	16.6	20.9	23.4	31.2	0.7	2.1

\* 2019년 소득 기준이 변경되어 2018년 수치와 비교 불가능



[ 그림 4-6 ] 캠핑이용자 월가구 소득 (단위 : %)

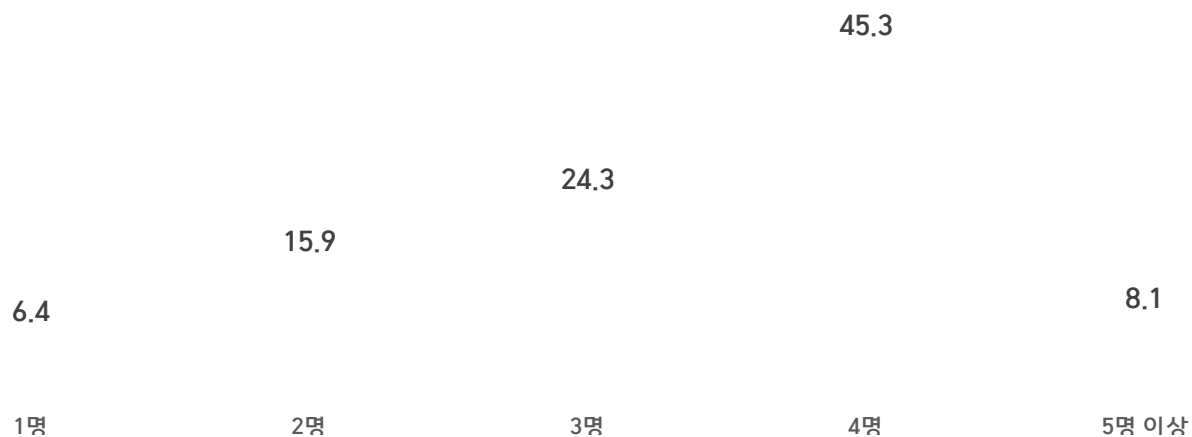
### (7) 가족 구성원 수

- 응답자의 평균 가족 구성원 수(본인 포함)는 3.34명으로 나타났음
- 응답자의 가족 구성원 수(본인 포함)는 '4명'이 45.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '3명(24.3%)', '2명(15.9%)' '5명 이상(11.2%)', '1명(6.3%)'의 순으로 나타났음

[ 표 4-10 ] 캠핑이용자 가족 구성원 수(본인 포함) 비율

(단위 : 명, %, %p)

구분		2018	2019	증감률
평균(명)		3.40	3.34	-1.8%
구성비 (%)	1명	6.3	6.4	0.1%p
	2명	16.6	15.9	-0.7%p
	3명	22.1	24.3	2.2%p
	4명	43.8	45.3	1.5%p
	5명 이상	11.2	8.1	-3.1%p



[ 그림 4-7 ] 캠핑이용자 가족 구성원 수 비율 (단위 : %)

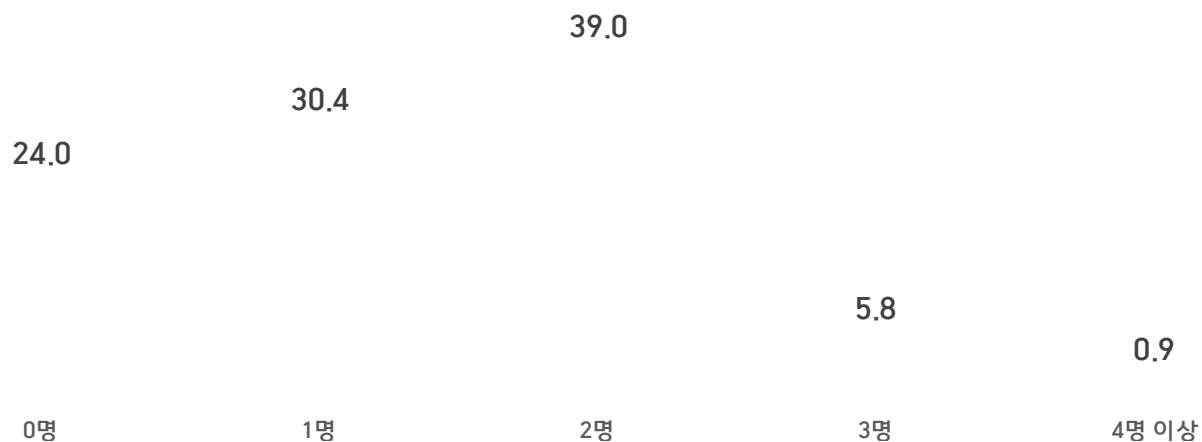
### (8) 19세 이하 자녀 수

- 응답자의 평균 19세 이하 자녀 수는 1.29명으로 나타났음
- 응답자의 19세 이하 자녀 수는 '2명'이 39.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '1명(30.4%)', '0명(24.0%)' 등의 순으로 나타났음

[ 표 4-11 ] 캠핑이용자 19세 이하 자녀 수

(단위 : 명, %, %p)

구분		2018	2019	증감률
평균(명)		0.9	1.29	43.3%
구성비 (%)	0명	45.1	24.0	-21.1%p
	1명	20.4	30.4	10.0%p
	2명	28.3	39.0	10.7%p
	3명	4.8	5.8	1.0%p
	4명 이상	1.5	0.9	-0.6%p

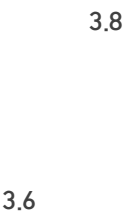


[ 그림 4-8 ] 캠핑이용자 19세 이하 자녀 수 비율 (단위 : %)

2) 캠핑이용 현황

(1) 연간 평균 캠핑 횟수

- 캠핑이용자의 2019년 연간 평균 캠핑 횟수는 3.8회로 나타남
- 2018년(3.6회) 대비 5.6%(0.2회) 증가함



[ 표 4-12 ] 1년 평균 캠핑 횟수

(단위 : 일, %)

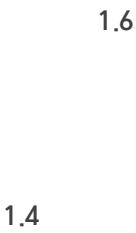
구분	2018	2019	증감률
연간 평균 캠핑 횟수	3.6	3.8	5.6%

\* 2018~2019 캠핑횟수는 캠핑이용자 모집단 추정결과를 사용하였음

[ 그림 4-9 ] 연간 평균 캠핑 횟수 (단위 : %)

(2) 1회 평균 캠핑 숙박 일수

- 캠핑이용자의 2019년 1회 평균 캠핑 숙박 일수는 1.6일로 나타남
- 2018년 대비 14.3%(0.2일) 증가하였음



[ 표 4-13 ] 1회 평균 캠핑 숙박 일수

(단위 : 일, %)

구분	2018	2019	증감률
1회 평균 캠핑 숙박 일수	1.4	1.6	14.3%

[ 그림 4-10 ] 1회 평균 캠핑 숙박 일수 (단위 : %)

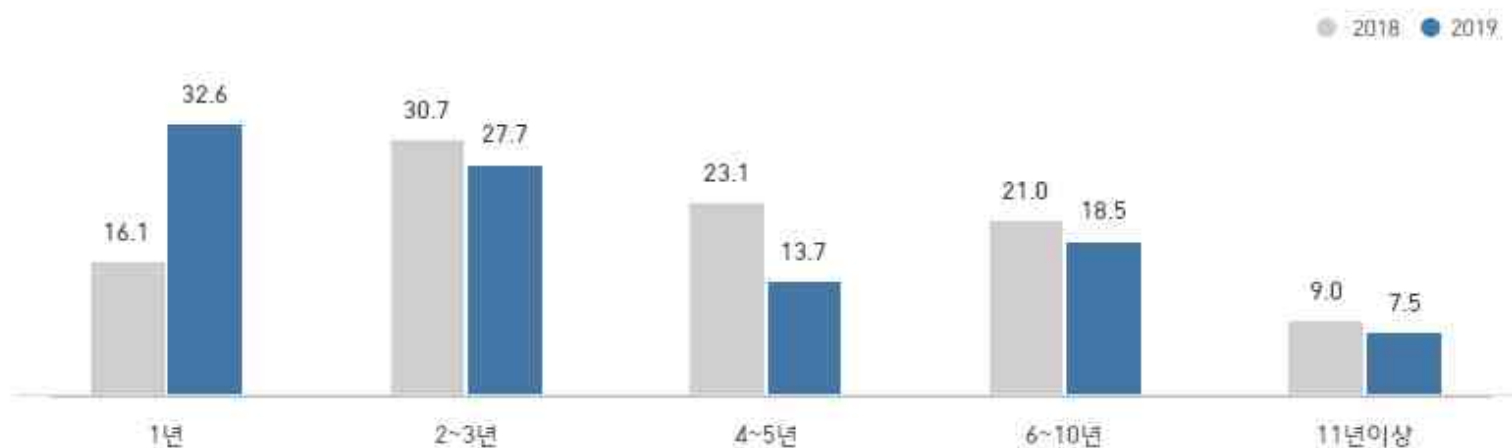
### (3) 캠핑 경력

- 2019년 기준 캠핑이용자의 캠핑 경력 분포를 살펴보면 1년이 32.6%로 가장 높게 나타남
- 이어서 2~3년(27.7%), 6~10년(18.5%), 4~5년(13.7%), 11년 이상(7.5%)의 순으로 나타났음
- 2018년 대비 캠핑 경력이 1년인 경우가 가장 많이 증가(16.5%p)한 것으로 나타났으며, 캠핑 경력 4~5년이 가장 많이 감소(-9.4%p)한 것으로 나타났음
- 2019년 기준 캠핑이용자의 평균 캠핑 경력은 4.4년으로 나타나 2018년 대비 1.3년(22.8%) 감소한 것으로 나타남

[ 표 4-14 ] 캠핑 경력

(단위 : 년, %, %p)

구분		2018	2019	증감(% , %p)
평균(년)		5.7	4.4	-22.8%
구성비 (%)	1년	16.1	32.6	16.5%p
	2~3년	30.7	27.7	-3%p
	4~5년	23.1	13.7	-9.4%p
	6~10년	21	18.5	-2.5%p
	11년 이상	9	7.5	-1.5%p
	계	100	100	-



[ 그림 4-11 ] 캠핑이용자의 캠핑 경력 비율 (단위 : %)

5.7

4.4

[ 그림 4-12 ] 캠핑이용자의 평균 캠핑 경력 (단위 : 년)

### 3) 캠핑이용 행태

#### (1) 캠핑 이유

- 캠핑을 가는 이유로 '가족·친구와 더 많은 시간을 보내기 위해(39.8%)'가 가장 높았고, 다음은 '휴식(28.7%)', '스트레스 감소(16.2%)', '정서적 안정(12.9%)', '기타(1.7%)', '건강개선(0.7%)'의 순으로 나타났음
- 기타 응답으로는 '아이들을 위해(정서발달, 자연 속 시간, 즐거운 시간 등)'와 '자연이 좋아서'의 응답이 가장 많이 응답되었으며, 그 외에도 '경치', '도심의 시끄러움에서 벗어나기 위해', '재미', '취미활동', '불놀이', '비용절감', '반려견과의 시간' 등의 답변이 나타났음
- '18년 대비 '가족·친구와 시간'은 3.9%p, '정서적 안정'은 3.7%p 증가한 반면, '휴식'은 2.8%p, '스트레스 감소'는 5.2%p 감소한 것으로 나타남

[ 표 4-15 ] 캠핑 이유

(단위 : %, %p)

구분	2018	2019	증감률
가족·친구와 더 많은 시간	35.9	39.8	3.9%p
휴식	31.5	28.7	-2.8%p
스트레스 감소	21.4	16.2	-5.2%p
정서적 안정	9.2	12.9	3.7%p
기타	0.6	1.7	1.1%p
건강 개선	1.3	0.7	-0.6%p



[ 그림 4-13 ] 캠핑 이유 (단위 : %)



## (2) 캠핑 동반자 유형

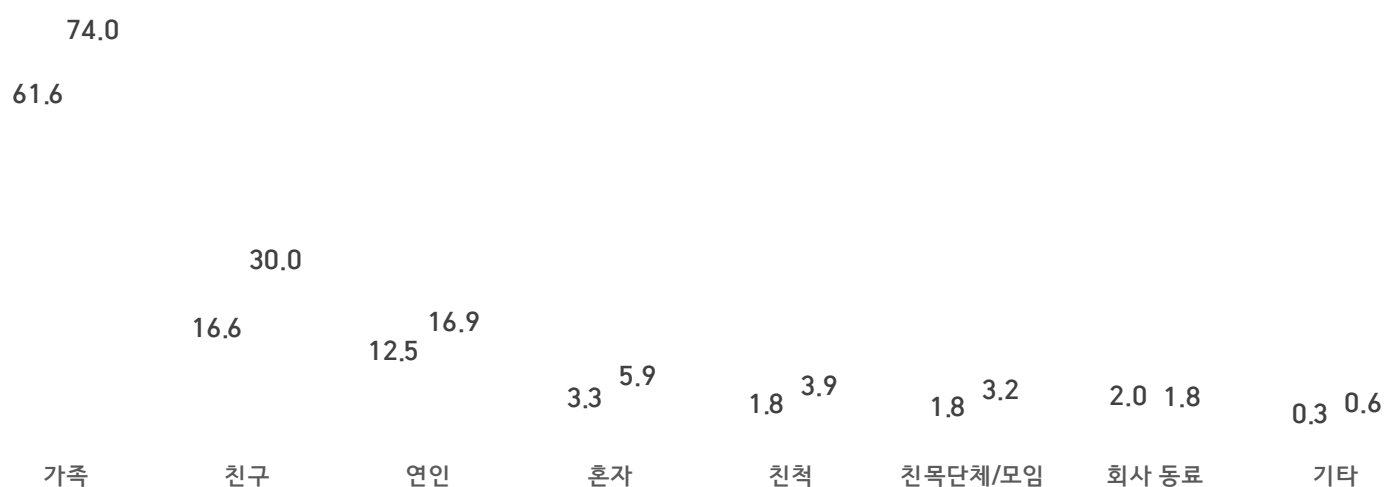
- 캠핑 동반자 유형은 '가족'이 74%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '친구(30%)', '연인(16.9%)', '혼자(5.9%)', '친척(3.9%)' 등의 순으로 나타남
- 2018년과 비교하여 살펴보면, 캠핑 동반자 유형이 높은 순서는 유사하게 나타났으나, '친구' 응답 비율이 13.4%p, '가족' 응답 비율이 12.4%p 증가하였음

[ 표 4-16 ] 캠핑 동반자 유형

(단위 : %, %p)

구분	2018	2019	증감률
가족	61.6	74	12.4%p
친구	16.6	30	13.4%p
연인	12.5	16.9	4.4%p
혼자	3.3	5.9	2.6%p
친척	1.8	3.9	2.1%p
친목단체/모임	1.8	3.2	1.4%p
회사 동료	2.0	1.8	-0.2%p
기타	0.3	0.6	0.3%p

\* '친목단체/모임' 항목의 경우, 2018 기준 조사에서는 '동호회' 항목으로 조사되었음



[ 그림 4-14 ] 캠핑 동반자 유형 (단위 : %)

(3) 평균 캠핑 인원(본인 포함)

- 2019년 본인을 포함한 캠핑 인원 수는 평균 3.34명인 것으로 나타나 2018년 대비 14.6% 감소하였음
- 2019년 캠핑이용자의 평균 캠핑 인원 분포를 살펴보면, ‘4명’이 32.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘2명(29.0%)’, ‘3명(22.0%)’ 등의 순으로 나타남
- 2018년과 비교하여 살펴보면, 평균 캠핑 인원의 높은 순서는 유사하게 나타났으나, ‘2명’ 응답 비율이 8.7%p, ‘3명’ 응답 비율이 5%p 증가하였음

[ 표 4-17 ] 평균 캠핑 인원(본인 포함)

구분		2018	2019	증감률
평균(명)		3.91	3.34	-14.6%
구성비 (%)	1명	2.9	4.9	2%p
	2명	20.3	29.0	8.7%p
	3명	17.0	22.0	5%p
	4명	32.9	32.1	-0.8%p
	5명 이상	26.9	11.9	-15%p



[ 그림 4-16 ] 평균 캠핑 인원 분포(본인 포함) (단위 : %)

#### (4) 미성년 자녀 동반 여부 및 동반 인원 수

- 본인 포함 평균 캠핑 인원 2명 이상 응답자를 대상으로 미성년 자녀 동반 여부와 미성년 자녀 동반 인원 수(동반한다고 응답한 경우, N=988)에 응답하도록 함
- 2019년 기준 혼자 캠핑하지 않는 경우(N=1,901), '미성년 자녀 동반'인 경우가 52%로 나타났으며, '미성년 자녀를 동반하지 않음'이 48%로 나타남
- 미성년 자녀를 동반한다고 응답한 캠핑이용자(N=988)의 미성년 자녀 수 평균은 1.89명으로 나타남
- 미성년 자녀 수 분포를 살펴보면, '2명'이 54.3%로 가장 높게 나타났으며, '1명(31.9%)', '3명(8.9%)' 등의 순으로 나타남

[ 표 4-18 ] 미성년 자녀 동반 여부

(단위 : %)

구분(N=1,901)	구성비
미성년 자녀 동반	52.0
미성년 자녀 동반하지 않음	48.0

\* 평균 캠핑 인원 2명 이상 응답자에 한해서 응답하도록 함

[ 표 4-19 ] 미성년 자녀 동반 인원 수

(단위 : 명, %)

구분(N=988)		구성비
평균(명)		1.89
구성비(%)	1명	31.9
	2명	54.3
	3명	8.9
	4명	3.7
	5명 이상	1.1

\* 미성년 자녀 동반 여부에 '있음' 응답자에 한해서 응답하도록 함

1명 2명 3명 4명 5명 이상

[ 그림 4-17 ] 미성년 자녀 동반 여부 (단위 : %)

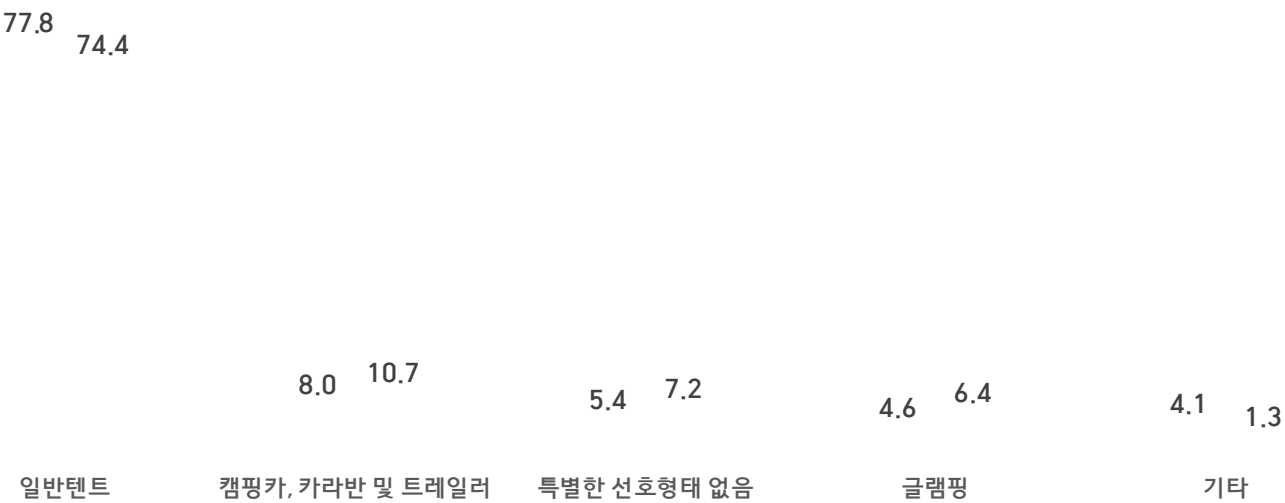
[ 그림 4-18 ] 미성년 자녀 동반 인원 수 비율 (단위 : %)

(5) 선호 숙박 유형

- 2019년 캠핑 시 선호하는 숙박 유형을 살펴보면, ‘일반텐트’가 74.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘캠핑카, 카라반 및 트레일러(10.7%)’, ‘특별한 선호 형태 없음(7.2%)’, ‘글램핑(6.4%)’, ‘기타(1.3%)’의 순으로 나타남
- 1.3%의 응답률을 차지한 기타 응답으로는 ‘루프탑’, ‘백패킹’, ‘차박’, ‘카텐트’ 등의 답변이 응답되었음
- 전년대비 ‘일반텐트’ 응답 비율이 3.4%p 감소한 것으로 나타난 반면 ‘캠핑카, 카라반 및 트레일러’는 2.7%p 증가한 것으로 나타남

[ 표 4-20 ] 선호 숙박 유형

(단위 : %, %p)			
구분	2018	2019	증감률
일반텐트	77.8	74.4	-3.4%p
캠핑카, 카라반 및 트레일러	8.0	10.7	2.7%p
특별한 선호형태 없음	5.4	7.2	1.8%p
글램핑	4.6	6.4	1.8%p
기타	4.1	1.3	-2.8%p



[ 그림 4-19 ] 선호 숙박 유형 (단위 : %)

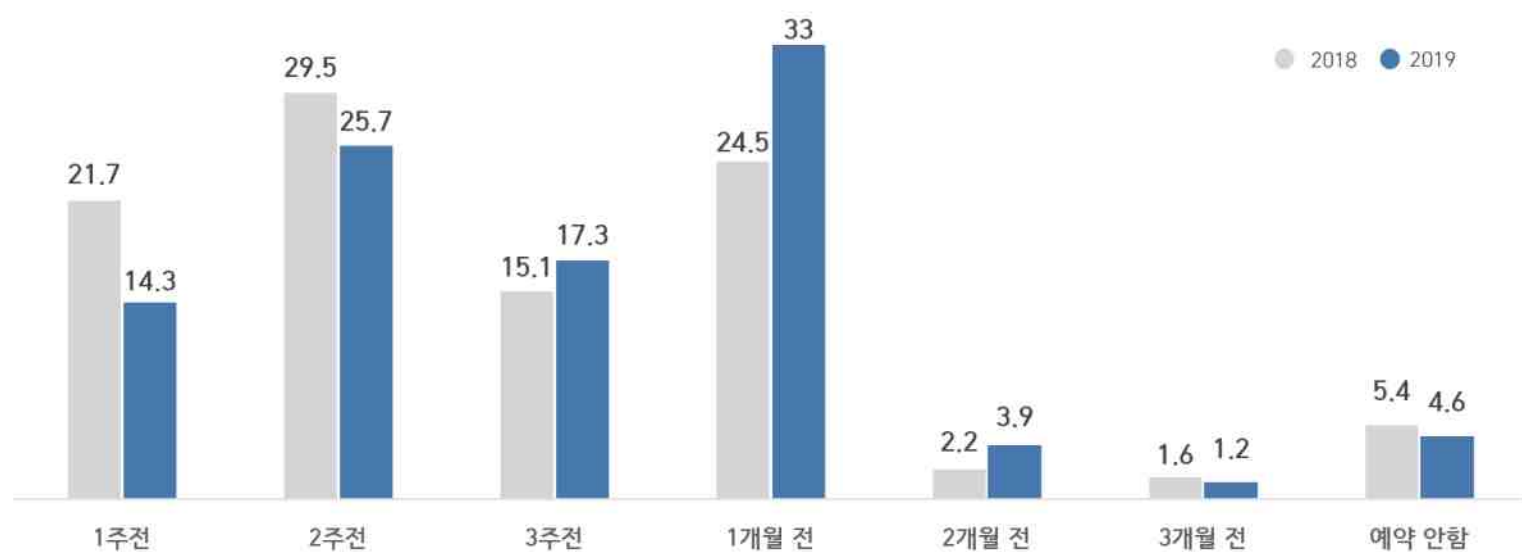
## (6) 캠핑 예약 시기

- 2019년 캠핑장 예약시기는 출발일 기준으로 '1개월 전'에 예약한다는 의견이 33%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '2주 전(25.7%)', '3주 전(17.3%)', '1주 전(14.3%)' 등의 순으로 나타났음
- 전년 대비 '1개월 전' 응답이 8.5%p 증가한 것으로 나타난 반면, '1주 전'은 7.4%p 감소하였음

[ 표 4-21 ] 캠핑 예약 시기

(단위 : %, %p)

구분	2018	2019	증감률
1주전	21.7	14.3	-7.4%p
2주전	29.5	25.7	-3.8%p
3주전	15.1	17.3	2.2%p
1개월 전	24.5	33	8.5%p
2개월 전	2.2	3.9	1.7%p
3개월 전	1.6	1.2	-0.4%p
예약 안함	5.4	4.6	-0.8%p



[ 그림 4-20 ] 캠핑 예약 시기 (단위 : %)

(7) 캠핑 정보 습득 경로

- 캠핑 정보 습득 경로는 '인터넷'이 83.3%로 나타났으며, 이어서 '친구/동료(33.2%)', '가족/친지(15.4%)', '기사 및 방송 프로그램(8.9%)' 등의 순으로 나타남
- 2.8%를 차지한 '기타' 응답으로는 '갔던 곳 재방문', '용품점', '지도' 등의 응답이 나타났음
- 2018년 대비 '인터넷'은 6.6%p, '친구/동료'는 5.6%p 증가하였음

[ 표 4-22 ] 캠핑 정보 습득 경로 및 인터넷 사이트

(중복응답, 단위 : %, %p)			
구분	2018	2019	증감률
인터넷	76.7	83.3	6.6%p
친구/동료	27.6	33.2	5.6%p
가족/친지	13.6	15.4	1.8%p
기사 및 방송 프로그램	5.3	8.9	3.6%p
기타	2.0	2.8	0.8%p

\* 중복응답으로 합이 100%를 초과함



[ 그림 4-21 ] 캠핑 정보 습득 경로 (단위 : %)



### (8) 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트

- 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트는 '포털 사이트'가 77.7%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 'SNS(50.8%)', '개별 캠핑장 홈페이지(21.7%)', '한국관광공사 고캠핑(12.4%)' 등의 순으로 나타남
- 기타 응답으로는 '카페(캠핑퍼스트, 초캠 등)'가 가장 많이 응답되었으며, 그 외에도 '캠핑 어플리케이션', '유튜브' 등의 응답이 나타났음
- 2018년 대비 'SNS'의 응답 비율이 18.2%p 증가한 것으로 나타남

[ 표 4-23 ] 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트

(중복응답, 단위 : %, %p)

구분	2018	2019	증감률
포털 사이트	78.8	77.7	-1.1%p
SNS	32.6	50.8	18.2%p
개별 캠핑장 홈페이지	18.3	21.7	3.4%p
한국관광공사 고캠핑	11.2	12.4	1.2%p
기타	2.5	1.3	-1.2%p

\* 중복응답으로 합이 100%를 초과함



[ 그림 4-22 ] 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트 (단위 : %)

(9) 캠핑장 선택기준별 중요도

- 캠핑장 선택기준별 중요도는 '편의시설 청결관리(4.41점)', '캠핑장 안전관리(4.27점)', '캠핑장 직원 친절성(4.07점)', '캠핑장 이용수칙(4.01점)', '캠핑장 접근성(3.98점)', '캠핑장 사이트 크기(3.92점)', '이용료(3.89점)', '예약 안내 및 절차(3.68점)', '주변 관광자원(3.55점)' 등의 순으로 나타났다

[ 표 4-24 ] 캠핑장 선택속성별 중요도

구분	사례수(명)	구성비(%)					평균
		전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함	
편의시설 청결관리	(2,000)	0.3	1.3	9.7	35.3	53.6	4.41
캠핑장 안전 관리	(2,000)	0.4	1.3	13.9	39.5	44.9	4.27
캠핑장 직원 친절성	(2,000)	0.1	2.1	20.1	45.9	31.8	4.07
캠핑장 이용수칙	(2,000)	0.9	4.0	21.0	41.2	33.0	4.01
캠핑장 접근성	(2,000)	1.2	3.6	18.7	49.3	27.2	3.98
캠핑장 사이트 크기	(2,000)	1.0	4.1	20.8	49.8	24.3	3.92
캠핑장 이용료	(2,000)	1.1	3.5	24.6	46.9	24.0	3.89
캠핑장 예약 안내 및 절차	(2,000)	1.9	6.7	29.6	44.8	17.0	3.68
캠핑장 주변 관광자원	(2,000)	2.6	10.0	32.7	39.2	15.5	3.55
놀이 및 레저시설 및 체험 프로그램	(2,000)	9.1	14.8	31.0	32.9	12.2	3.24
장애인 편의시설	(2,000)	17.7	19.7	39.9	15.7	7.0	2.75



[ 그림 4-23 ] 캠핑장 선택속성별 중요도 평균 (단위 : 점, 5점 만점)

### (10) 캠핑장 주요 활동

- 2019년 캠핑장에서의 주요 활동은 '모닥불'이 60.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '휴식(60%)', '바비큐(56.5%)', '요리(37.4%)', '걷기/하이킹(22.1%)' 등의 순으로 나타남
- 기타 응답으로는 '아이들과 놀기'가 가장 많이 응답 되었으며, 그 외에도 '주변 관광', '대화', '낚시', '독서', '보드게임', '운동(베드민턴, 캐치볼)', '음악 감상', '사진 찍기' 등이 응답되었음
- 2018년 대비 '휴식'이 13.5%p, '바비큐'가 10.2%p, '요리'가 7.2%p 증가되었음

[ 표 4-25 ] 캠핑장 주요 활동

(중복응답, 단위 : %, %p)

구분	2018	2019	증감률
모닥불	55.6	60.1	4.5%p
휴식	46.5	60	13.5%p
바비큐	46.3	56.5	10.2%p
요리	30.2	37.4	7.2%p
걷기/하이킹	23.1	22.1	-1%p
영화 관람	14.4	15.2	0.8%p
수영	13.5	8.5	-5%p
수상레저	6.1	4.9	-1.2%p
자전거	5.1	4.6	-0.5%p
기타	1.7	2.1	0.4%p

\* 중복응답으로 합이 100%를 초과함



[ 그림 4-24 ] 캠핑장 주요 활동 비율 (단위 : %)

(11) 캠핑 1회 시 전체 지출 비용(동반자 포함)

- 2019년 캠핑 1회 시 지출 비용(동반자 포함)은 295,000원으로 나타났으며, 1인당 1회 캠핑 시 지출 비용은 88,323원으로 나타남
- 1인 1회 캠핑 지출 비용 = 동반자 포함 1회 캠핑 지출 비용(295,000원)/캠핑 평균 인원(3.34명) = 88,323원
- 캠핑 1회 시 항목별 지출비(동반자 포함)를 살펴보면, ‘식음료비’가 40.8%(121,000원)로 가장 많이 차지했으며, 이어서 ‘숙박비(28.3%, 84,000원)’, ‘교통비(19.0%, 56,000원)’, ‘여가 스포츠 활동비(9.7%, 29,000원)’, ‘기타(2.1%, 6,000원)’의 순으로 나타났음
- 기타 응답으로는 ‘장작, 숯, 등유와 같은 소모품 구입비’가 가장 많이 응답되었으며, 그 외에도 ‘기념품 구입비’, ‘놀이용품 구입비’, ‘입장료 및 관광’, ‘대여료’, ‘비상약 구입비’ 등이 응답되었음
- 2018년 대비 캠핑 1회 지출 비용(동반자 포함)이 14.0%(48,000원) 감소함
- 2018년 캠핑 평균 인원은 3.91명으로, 1인 1회 캠핑시 87,724원이 소요됨

[ 표 4-26 ] 캠핑 1회 시 전체 지출액(동반자 포함)

(단위 : 만원, %)			
구분	2018	2019	증감률
전체 소요 비용	34.3	29.5	-14.0%

[ 표 4-27 ] 캠핑 1회 시 항목별 전체 지출(동반자 포함)

구분	지출(만원)	구성비(%)
전체 소요 비용	29.5	100.0
식·음료비	12.1	40.8
숙박비(캠핑장 이용비)	8.4	28.3
교통비(거주지에서 캠핑장까지)	5.6	19.0
여가 스포츠 활동비	2.9	9.7
기타	0.6	2.1



[ 그림 4-25 ] 캠핑 1회 시 전체 지출액 (동반자 포함) (단위 : 만원)

[ 그림 4-25 ] 캠핑 1회 시 항목별 지출 비율(동반자 포함) (단위 : %)

- ▶ 숙박 유형별 캠핑 1회 시 전체 지출액(동반자 포함)을 살펴보면, '글램핑(N=208)'이 492,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러(N=211)'가 437,000원, '일반텐트(N=1,548)'가 252,000원, '기타(N=33)'가 183,000원으로 나타남
- '기타' 숙박 유형의 답변으로는 차박, 루프탑 텐트 등이 응답되었음
- ▶ 숙박 유형별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함)은 모든 항목에서 '글램핑'이 가장 많은 비용을 지출했으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러', '일반텐트', '기타'의 순으로 나타남
- '식·음료비'는 '글램핑'이 154,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러(146,000원)', '일반텐트(113,000원)', '기타(80,000원)'의 순으로 나타남
- '숙박비'는 '글램핑'이 167,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러(138,000원)', '일반텐트(66,000원)', '기타(43,000원)'의 순으로 나타남
- '교통비'는 '글램핑'이 93,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러'가 81,000원으로 나타났으며 '일반텐트'와 '기타'가 48,000원으로 동일하게 나타남
- '여가 스포츠 활동비'는 '글램핑'이 67,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러(65,000원)', '일반텐트(19,000원)', '기타(6,000원)'의 순으로 나타남
- '기타' 지출은 '글램핑'이 12,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑카, 카라반, 트레일러(6,000원)', '일반텐트'와 '기타'가 동일하게 5,000원의 순으로 나타남

[ 표 4-28 ] 숙박 유형별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함)

(단위 : 만원)

구분	글램핑 (N=208)	캠핑카, 카라반, 트레일러 (N=211)	일반텐트 (N=1,548)	기타 (N=33)
전체 비용	49.2	43.7	25.2	18.3
식·음료비	15.4	14.6	11.3	8.0
숙박비	16.7	13.8	6.6	4.3
교통비	9.3	8.1	4.8	4.8
여가 스포츠 활동비	6.7	6.5	1.9	0.6
기타	1.2	0.6	0.5	0.5

49.2

43.7

25.2

18.3

글램핑

캠핑카, 카라반, 트레일러

일반텐트

기타

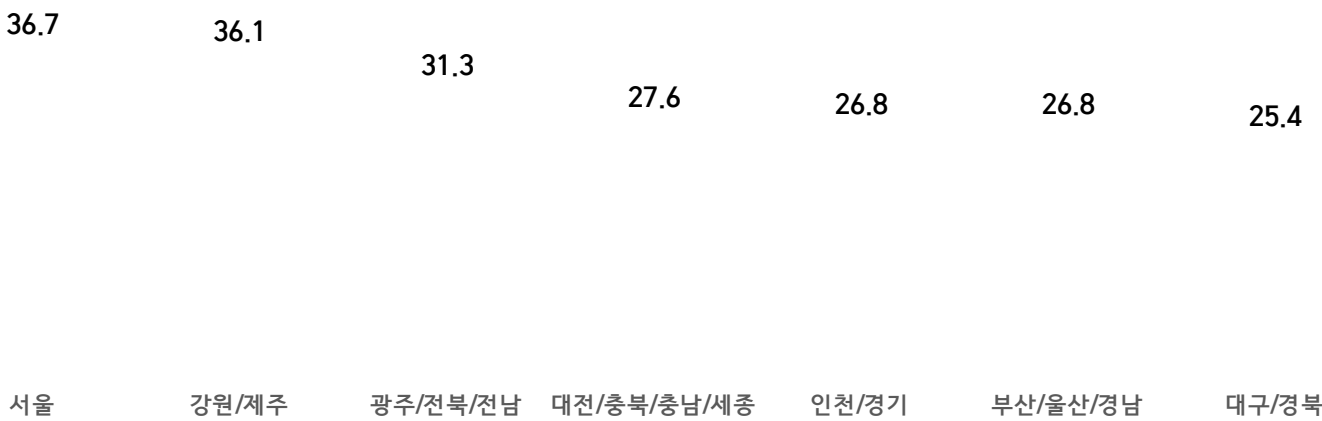
[ 그림 4-27 ] 숙박 유형별 캠핑 1회 각 항목별 지출액(동반자 포함) (단위 : 만원)

- ▶ 방문 지역별 캠핑 1회 시 전체 지출액(동반자 포함)을 살펴보면, '서울(N=83)'이 367,000원으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '강원/제주(N=412)'이 361,000원, '광주/전북/전남(N=182)'이 276,000원, '인천/경기(N=563)'과 '부산/울산/경남(N=306)'이 268,000원, '대구/경북(N=172)'이 254,000원으로 나타남
- ▶ 방문 지역별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함)은 항목에 따라 지역 차이가 있음
  - '식·음료비'는 '강원/제주' 방문자가 140,000원으로 가장 많이 지출함
  - '숙박비'는 '서울' 방문자가 130,000원으로 가장 많이 지출함
  - '교통비'는 '강원/제주' 방문자가 80,000원으로 가장 많이 지출함
  - '여가 스포츠 활동비'는 '서울' 방문자가 52,000원으로 가장 많이 지출함
  - '기타' 지출은 '강원/제주' 방문자가 8,000원으로 가장 많이 지출함

[ 표 4-29 ] 방문 지역별 캠핑 1회 시 전체 지출액(동반자 포함)

(단위 : 만원)

구분	서울 (N=83)	강원/제주 (N=412)	광주/전북/전남 (N=182)	대전/충남/ 충북/세종 (N=283)	인천/경기 (N=563)	부산/울산/경남 (N=306)	대구/경북 (N=172)
전체 비용	36.7	36.1	31.3	27.6	26.8	26.8	25.4
식·음료비	11.7	14.0	12.1	11.7	11.6	11.2	11.2
숙박비	13.0	9.4	8.0	7.7	8.2	7.9	6.9
교통비	6.0	8.0	6.5	5.4	4.4	4.8	5.0
여가 스포츠 활동비	5.2	4.0	4.1	2.3	2.2	2.4	1.9
기타	0.7	0.8	0.6	0.5	0.6	0.5	0.5



[ 그림 4-28 ] 방문 지역별 캠핑 1회 시 항목별 지출액(동반자 포함) (단위 : 만원)

## (12) 연간 캠핑용품 지출액

- 2019년 만 19세 이상 캠핑이용자들이 가구당 한 해 동안 구매한 캠핑용품 소요비용은 145만 1,000원으로 나타남
- 전년도와 비교하여 살펴보면, 2018년(115만 8,000원) 대비 25.3%(29만 3,000원) 증가한 것으로 나타났음
- 2019년 1인 기준 연간 전체 캠핑용품 소요비용은 43만 4,000원으로 나타나 2018년 1인 기준 연간 전체 캠핑용품 소요비용인 34만 1,000원보다 27.3%(9만 3,000원) 증가한 것으로 나타났음
- 2019년 가구당 소요비용(145.1만원)을 평균 가족 수(3.34명)으로 나누어 산출함
- 2018년 1인 기준 연간 전체 캠핑용품 소요비용은 가구당 소요비용(115.8만원)을 평균 가족 수(3.4명)으로 나눈 34만 1,000원
- 2019년 가구당 항목별 캠핑용품 구매비용 분포를 살펴보면, '텐트·타프'가 40.7%(59만 1,000원)으로 가장 많이 지출되었으며, 이어서 '캠핑용 부대용품(21.9%, 31만 8,000원)', '캠핑용 침구용품(15.0%, 21만 7,000원)', '야외조리 및 식기용품(13.0%, 18만 8,000원)', '아웃도어 용품(9.4%, 13만 7,000원)' 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 항목별 지출액은 증가하였으나, 항목별 비율을 살펴보면 '캠핑용 부대용품'은 3.9%p 증가한 반면, '텐트·타프'는 2.6%p 감소하였음

[ 표 4-30 ] 가구당 연간 캠핑용품 지출액

(단위 : 만원, %, %p)

구분	2018		2019		증감률
	지출액(만원)	구성비(%)	지출액(만원)	구성비(%)	
전체 캠핑용품 소요비용(가구당)	115.8	100.0	145.1	100.0	25.3%
텐트·타프	50.1	43.3	59.1	40.7	-2.6%p
캠핑용 부대용품	20.9	18.0	31.8	21.9	3.9%p
캠핑용 침구용품	20.0	17.3	21.7	15.0	-2.3%p
야외조리 및 식기용품	15.9	13.7	18.8	13.0	-0.7%p
아웃도어 용품(의류, 신발 등)	8.9	7.7	13.7	9.4	1.7%p

\* 1인 기준 연간 전체 캠핑용품 소요비용

- 2018년 : 115.8(가구당 소요비용)/3.4(평균 가족 수) = 34.1만원
- 2019년 : 145.1(가구당 소요비용)/3.34(평균 가족 수) = 43.4만원

[ 그림 4-29 ] 가구당 연간  
캠핑용품 지출액 (단위 : 만원)

[ 그림 4-30 ] 항목별 캠핑용품 지출 비율 (단위 : %)

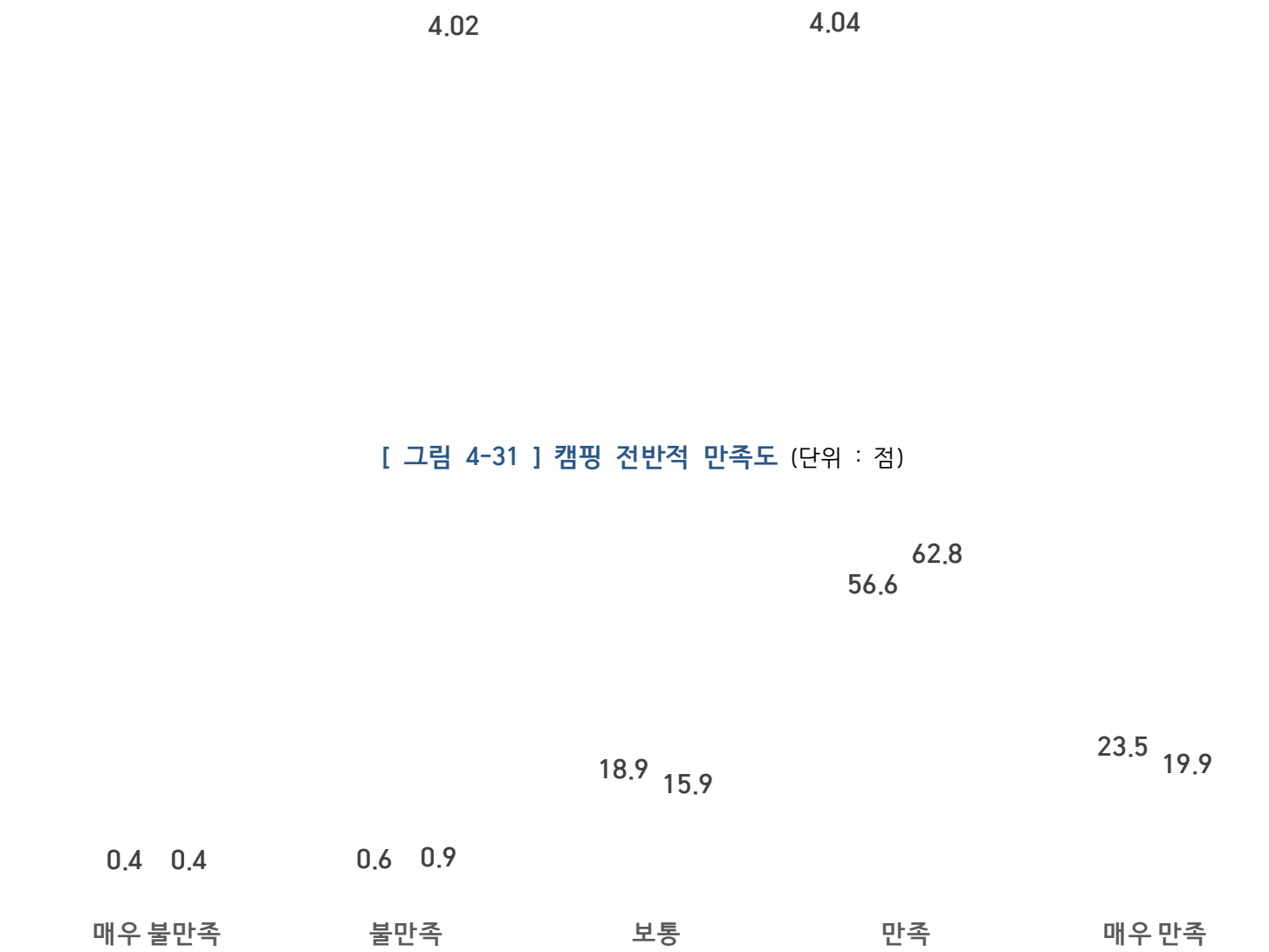


4) 캠핑 평가

- ▶ 캠핑 전반적 만족도
  - 2019년 캠핑이용자들의 최근 캠핑 경험의 평균 만족도는 4.01점으로 나타남
  - 2018년은 4.02점으로 전년 대비 0.2% 감소한 것으로 나타남
  - 캠핑이용자의 82.7%(만족=62.8%, 매우 만족=19.9%)가 만족하는 것으로 나타남
  - 반면 캠핑이용자의 1.4%가 최근 캠핑 경험에 만족하지 않는 것으로 나타남(불만족=0.9%, 매우 불만족=0.4%)

[ 표 4-31 ] 캠핑 전반적 만족도

구분		2018	2019	증감률
평균 만족도(점)		4.02	4.01	-0.2%
구성비 (%)	매우 불만족	0.4	0.4	0%p
	불만족	0.6	0.9	0.3%p
	보통	18.9	15.9	-3.0%p
	만족	56.6	62.8	6.2%p
	매우 만족	23.5	19.9	-3.6%p



[ 그림 4-32 ] 캠핑 전반적 만족도 응답 비율 (단위 : %)

▶ 캠핑장 항목별 만족도

- 캠핑장 항목별 만족도는 '캠핑장 예약 안내 및 절차'가 평균 3.83점으로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '캠핑장 접근성(3.82점)', '캠핑장 사이트 크기(3.79점)', '편의시설 청결관리 및 캠핑장 직원 친절성(3.78점)', '캠핑장 안전관리(3.7점)' 등의 순으로 나타났음

[ 표 4-32 ] 캠핑장 항목별 만족도

구분	사례수(명)	구성비(%)					평균
		전혀 만족하지 않음	만족하지 않음	보통	만족함	매우 만족함	
캠핑장 예약 안내 및 절차	(2,000)	0.4	2.2	27.0	54.4	15.9	3.83
캠핑장 접근성	(2,000)	0.4	2.7	29.1	50.0	17.9	3.82
캠핑장 사이트 크기	(2,000)	1.1	3.9	29.6	45.5	19.9	3.79
편의시설 청결관리	(2,000)	1.5	5.4	27.9	44.7	20.6	3.78
캠핑장 직원 친절성	(2,000)	0.6	3.8	32.4	43.4	19.9	3.78
캠핑장 안전 관리	(2,000)	0.9	4.4	34.6	44.6	15.6	3.7
캠핑장 이용료	(2,000)	0.7	5.8	35.4	41.8	16.3	3.67
캠핑장 이용수칙	(2,000)	2.2	7.7	35.0	39.4	15.6	3.58
캠핑장 주변 관광자원	(2,000)	0.9	3.8	45.2	37.9	12.2	3.57
놀이 및 레저시설 및 체험 프로그램	(2,000)	1.8	6.1	50.0	33.1	9.0	3.42
장애인 편의시설	(2,000)	2.7	6.5	62.2	22.5	6.1	3.23

3.83    3.82    3.79    3.78    3.78    3.7    3.67    3.58    3.57    3.42    3.23

캠핑장 예약 안내 및 절차    캠핑장 접근성    캠핑장 사이트 크기    편의시설 청결관리    캠핑장 직원 친절성    캠핑장 안전 관리    캠핑장 이용료    캠핑장 이용수칙    캠핑장 주변 관광자원    놀이, 레저시설 및 체험 프로그램    장애인 편의시설

[ 그림 4-33 ] 캠핑장 항목별 만족도 (단위 : 점, 5점 만점)

## (1) IPA 분석

### ▶ IPA 개요

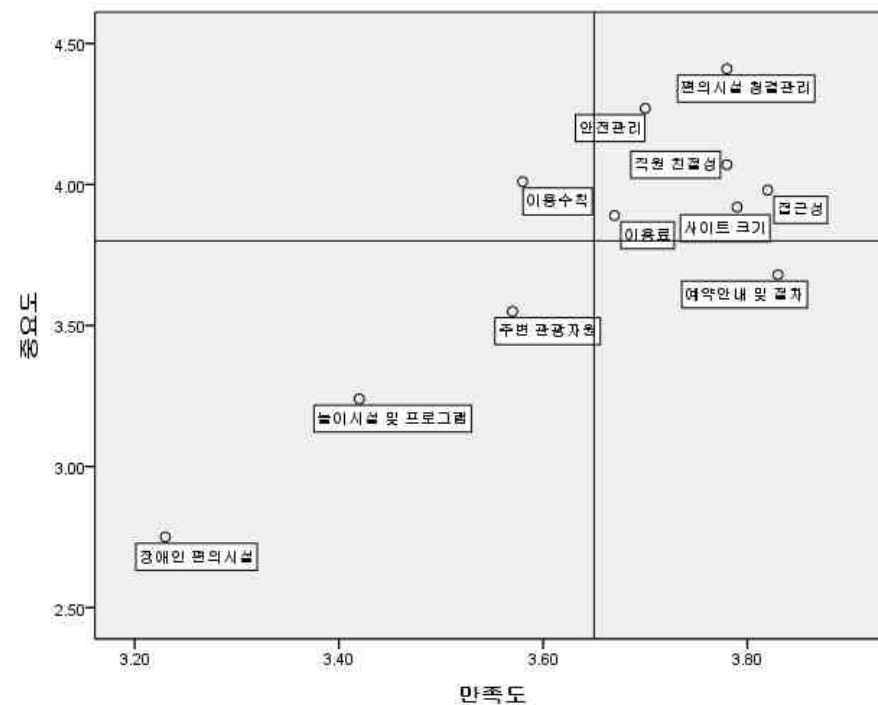
- IPA는 소비자가 상품 및 서비스 이용 전에 지각하는 상품의 선택 속성에 대한 중요도와 상품이용 이후 소비자가 평가한 상품 및 서비스에 대한 성취도(만족도)를 비교·분석하는 평가방법임
- IPA를 통해 측정된 평가요소의 중요도와 성취도는 제한된 자원 하에서 우선적으로 해결해야 할 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공함
- 평가요소 항목들은 2차원의 도면상에 중심점을 기준으로 4사분면에 구분되어지게 되며, 각각의 의미는 다음 표와 같음
  - 1사분면: 중요도와 만족도가 모두 높은 분면으로 상품이나 서비스가 경쟁력이 있음을 의미하며 이에 따라 좋은 실행도를 계속 유지해야 함
  - 2사분면: 소비자들은 중요하게 생각하는 속성이나, 만족도가 낮은 부분으로 가장 집중적으로 투자해야 하며 최소의 투자로 최대의 효과를 볼 수 있는 부분으로 노력 집중화가 필요한 분면
  - 3사분면: 중요도와 만족도 모두 낮은 우선순위 분면으로, 이 영역에는 추가적인 자원을 투자할 필요성이 상대적으로 낮음
  - 4사분면: 만족도는 높게 나타나지만 중요도가 낮은 분면으로, 이 분야에 투입된 자원을 다른 분야에 투자하면 더 효과적인 결과를 얻을 수 있음

[ 표 4-33 ] IPA(중요도-만족도 분석)의 4사분면

Ⅱ 사분면: 집중(Concentrate Here)	I 사분면: 유지(Keep up the Good Work)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 중요도, 낮은 만족도</li> <li>- 개선노력 집중 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 중요도, 높은 만족도</li> <li>- 지속적으로 높은 실행도 유지 필요</li> </ul>
Ⅲ 사분면: 저순위(Low Priority)	Ⅳ 사분면: 과잉(Possible Overkill)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 낮은 중요도, 낮은 만족도</li> <li>- 제한된 자원 투자 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 낮은 중요도, 높은 만족도</li> <li>- 과도한 투자를 한 경우로, 다른 분면으로 투자 분배 필요</li> </ul>

▶ IPA 분석 결과

- 중요도-만족도 분석(IPA) 결과 캠핑장 선택속성에 대한 IPA 격자도를 다음 그림과 같이 제시하였음
- 제1사분면은 중요도와 만족도가 모두 높아 좋은 실행도를 계속 유지해야 하는 분면으로 '캠핑장 이용료', '캠핑장 접근성', '화장실/샤워시설 등 편의시설 청결관리', '캠핑장 사이트 크기', '캠핑장 안전관리', '캠핑장 직원 친절성'이 포함되었음
- 제2사분면은 캠핑장 이용자는 중요하게 생각하는 속성이나 만족도가 낮아 향후 캠핑장에서 가장 집중적으로 투자해야 하는 분면으로 '캠핑장 이용수칙'이 포함되었음
- 제3사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮아 향후 캠핑장에서 추가적인 자원을 투자할 필요성이 상대적으로 낮은 분면으로 '장애인 편의시설', '놀이/레저시설 및 체험 프로그램', '캠핑장 주변 관광자원'이 포함되었음
- 제4사분면은 만족도는 높게 나타나지만 중요도가 낮아 향후 캠핑장에서 이 분야에 투입된 자원을 다른 분야에 투자하는 것이 더 효과적인 분면으로 '캠핑장 예약 안내 및 절차'가 포함되었음



[ 그림 4-34 ] 캠핑장 선택속성별 중요도-만족도 분석 격자

[ 표 4-34 ] 캠핑장 속성별 중요도-만족도 분석 결과

분면	캠핑장 선택속성별 중요도-만족도 평가요소	중요도		만족도		대응차 (만족도-중요도)
		평균	순위	평균	순위	
Ⅰ 사분면: 좋은 실행도 지속 유지	2. 캠핑장 이용료	3.89	7	3.67	7	-0.22
	3. 캠핑장 접근성	3.98	5	3.82	2	-0.15
	4. 화장실, 샤워시설 등 편의시설 청결관리	4.41	1	3.78	5	-0.63
	7. 캠핑장 사이트 크기	3.92	6	3.79	3	-0.13
	8. 캠핑장 안전 관리	4.27	2	3.78	6	-0.29
	9. 캠핑장 직원 친절성	4.07	3	3.78	4	-0.29
Ⅱ 사분면: 노력 집중화 지향	11. 캠핑장 이용수칙 (취입시간, 애완동물 출입, 노키즈 등)	4.01	4	3.58	8	-0.43
Ⅲ 사분면: 낮은 우선순위	5. 장애인 편의시설	2.75	11	3.23	10	0.48
	6. 놀이 및 레저시설 및 체험 프로그램	3.24	10	3.42	11	0.17

4. 캠핑 관련 정책 인지도 및 평가

1) 캠핑 관련 정책 인지도

- ‘캠핑장 화재배상책임보험 가입의무’에 대해 ‘알고 있다’고 응답한 캠핑이용자는 49.7%로 나타났으며, ‘모른다’로 응답한 캠핑이용자는 50.3%로 나타남
- ‘등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영’에 대해 ‘알고 있다’고 응답한 캠핑이용자는 46.4%로 나타났으며, ‘모른다’로 응답한 캠핑이용자는 53.6%로 나타남

[ 표 4-35 ] 캠핑 관련 정책 인지도

(단위 : %)

구분	알고 있음	모름
캠핑장 화재배상책임보험 가입의무	49.7	50.3
등록야영장 안내 정보망 ‘고캠핑’ 운영	46.4	53.6

[ 그림 4-35 ] 캠핑 관련 정책 인지도 비율 (단위 : %)

2) 캠핑 관련 정책 평가

- ‘캠핑장 화재배상책임보험 가입의무’가 캠핑 이용 활성화에 도움이 되는 정도는 평균 4.13점으로 나타남(5점 만점)
- ‘등록야영장 안내정보망 고캠핑 운영’이 캠핑 이용 활성화에 도움이 되는 정도는 평균 3.97점으로 나타남(5점 만점)

[ 표 4-36 ] 캠핑 관련 정책 평가

(단위 : 점, %)

구분	평균 점수(점)	구성비(%)		
		도움이 되지 않는다.	보통	도움이 된다.
캠핑장 화재배상책임보험 가입의무	4.13	2.5	20.3	77.2
등록야영장 안내 정보망 ‘고캠핑’ 운영	3.97	3.2	27.5	69.3

## 5. 응답자 특성별 분석

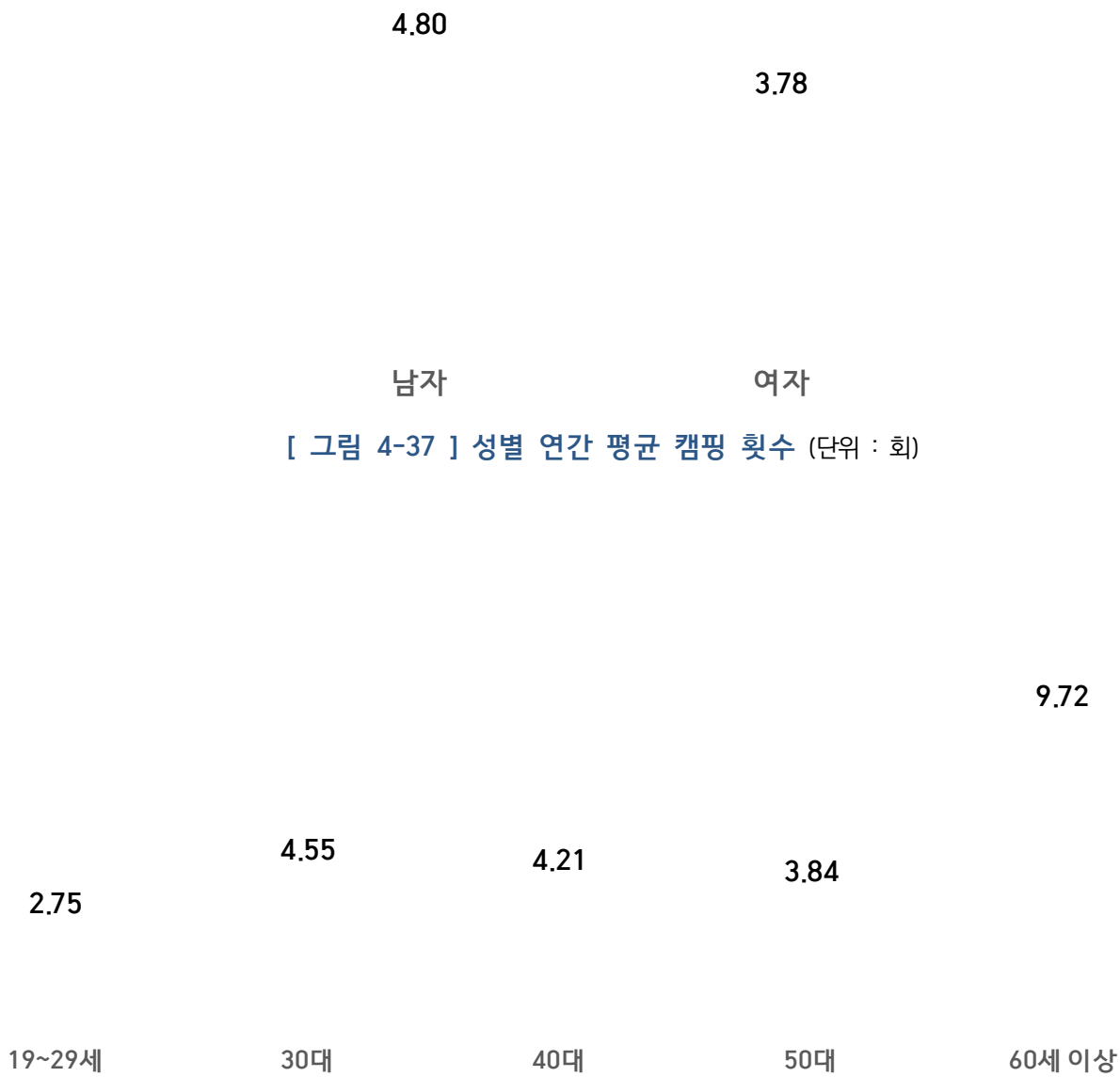
### 1) 응답자 특성별 캠핑이용 현황

#### (1) 응답자 특성별 연간 평균 캠핑 횟수

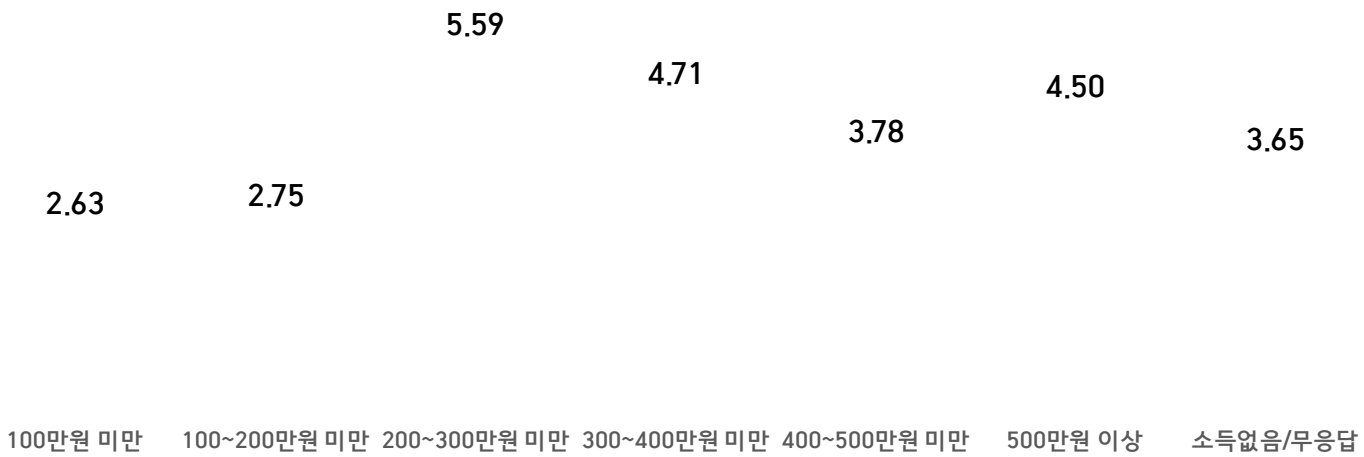
- 성별 연간 평균 캠핑 횟수는 '남자'가 4.80회, '여자'가 3.78회로 남자가 연간 캠핑 횟수가 더 높은 것으로 나타남
- 연령대별 연간 평균 캠핑 횟수는 '60대 이상'이 9.72회로 가장 높게 나타났음
- 월 가구 소득별 평균 캠핑 횟수는 '200~300만원 미만'이 5.59회로 가장 높게 나타났음

[ 표 4-37 ] 응답자 특성별 평균 캠핑 횟수

구분		사례수 (명)	구성비(%)											
			1회	2회	3회	4회	5회	6회	7회	8회	10회	11~ 20회	20~ 30회	31회 이상
전체		(277)	26.2	20.2	19.5	8.7	10.1	1.9	1.6	0.4	4.6	4.5	1.6	0.7
성별	남자	(164)	19.0	21.8	21.3	8.9	12.1	2.0	2.2	0.7	4.5	5.1	1.3	1.1
	여자	(113)	36.6	17.9	16.9	8.3	7.0	1.9	0.8	0.0	4.8	3.8	2.0	0.0
연령별	19~29세	(54)	41.3	15.9	21.0	9.9	7.8	0.0	1.1	0.0	0.8	2.2	0.0	0.0
	30대	(72)	22.8	23.9	20.1	6.0	11.8	1.0	1.5	0.0	5.9	2.2	4.8	0.0
	40대	(90)	18.5	20.1	23.7	9.7	11.4	2.7	0.0	1.2	5.8	6.9	0.0	0.0
	50대	(40)	33.6	24.9	15.0	7.4	2.3	5.4	2.3	0.0	2.6	4.3	2.1	0.0
	60세 이상	(21)	17.8	10.8	4.4	12.5	18.8	0.0	8.9	0.0	9.0	9.1	0.0	8.8
월가구 소득별	100만원 미만	(2)	45.5	0.0	0.0	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100~200만원 미만	(12)	38.4	24.9	9.6	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.2	0.0	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(26)	12.1	25.6	32.7	4.2	3.9	4.9	4.1	0.0	0.0	4.0	8.5	0.0
	300~400만원 미만	(44)	24.0	23.3	21.3	5.2	17.1	1.7	0.0	0.0	0.0	2.9	2.4	2.1
	400~500만원 미만	(45)	22.9	25.4	18.0	6.6	10.1	2.0	4.1	0.0	8.4	2.4	0.0	0.0
	500만원 이상	(133)	28.2	16.2	19.4	9.8	8.9	1.9	1.2	0.8	6.1	6.1	0.8	0.7
	소득없음/무응답	(15)	36.9	21.4	7.3	8.7	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0



[ 그림 4-37 ] 성별 연간 평균 캠핑 횟수 (단위 : 회)



[ 그림 4-39 ] 월가구소득별 연간 평균 캠핑 횟수 (단위 : 회)

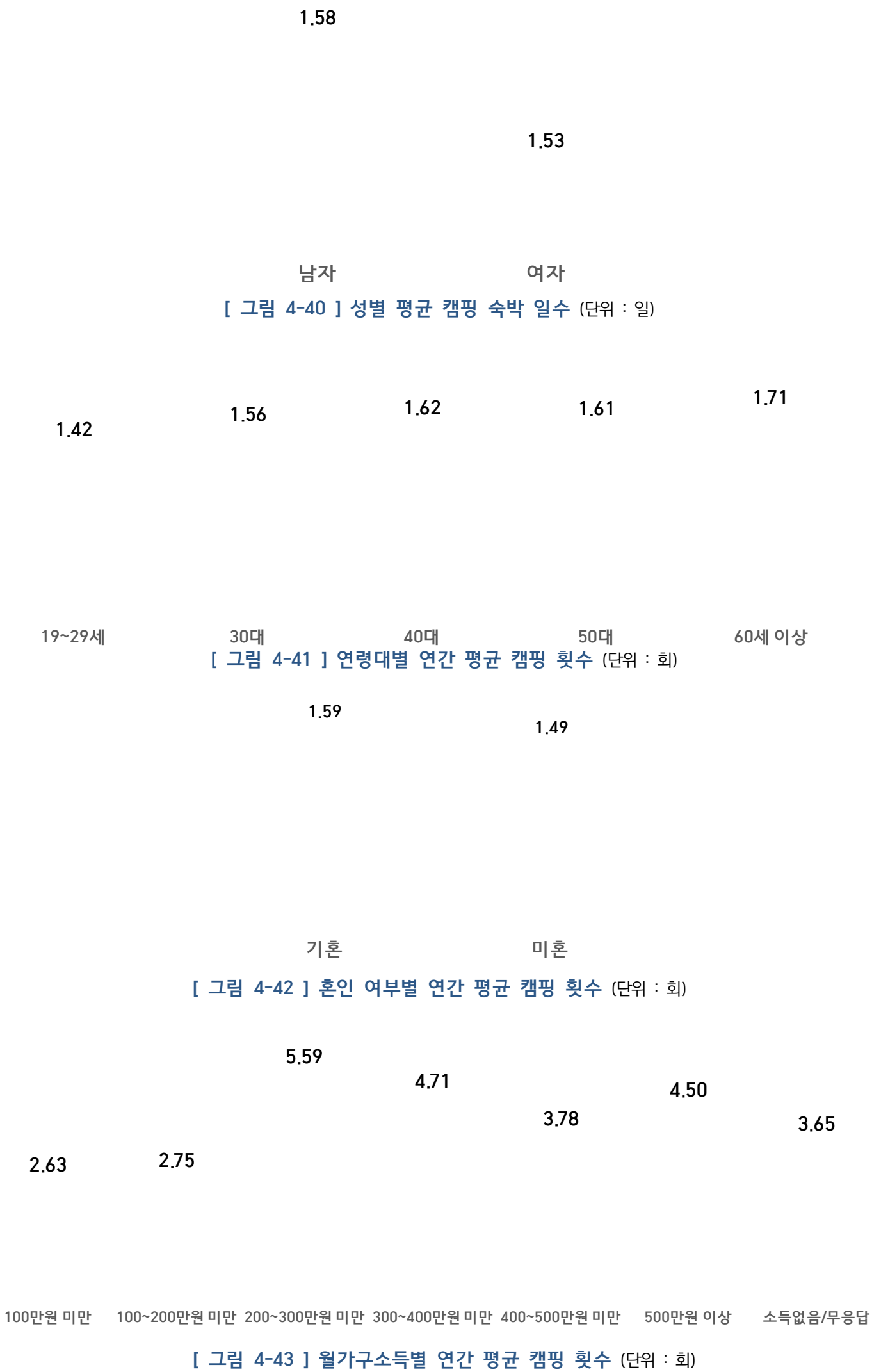


(2) 응답자 특성별 평균 캠핑 숙박 일수

- 성별 평균 캠핑 숙박일수는 '남자'가 1.58일, '여자'가 1.53일로 나타남
- 연령별 평균 캠핑 숙박일수는 '60세 이상'이 1.71일로 가장 높게 나타남
- 혼인 여부별 평균 캠핑 숙박일수는 '기혼'이 1.59일, '미혼'이 1.49일로 나타남
- 월 가구 소득별 평균 캠핑 숙박일수는 '300~400만원 미만'과 '500만원 이상'이 1.6회로 가장 높게 나타남

[ 표 4-38 ] 응답자 특성별 캠핑 숙박 일수

구분		사례수(명)	구성비(%)					평균
			1박	2박	3박	4박	5박 이상	
전체		(1,998)	49.9	46.3	2.8	0.6	0.4	1.56
성별	남자	(1,123)	48.6	47.6	3.0	0.4	0.5	1.58
	여자	(875)	51.7	44.7	2.5	0.9	0.2	1.53
연령별	19~29세	(443)	61.1	36.4	2.1	0.2	0.1	1.42
	30대	(555)	49.7	48.0	1.2	0.4	0.7	1.56
	40대	(592)	42.8	54.3	2.2	0.3	0.4	1.62
	50대	(353)	49.7	42.1	6.2	1.7	0.3	1.61
	60세 이상	(55)	39.7	51.4	7.2	1.7	0.0	1.71
혼인여부별	기혼	(1,451)	46.8	49.5	2.8	0.6	0.3	1.59
	미혼	(548)	58.2	38.0	2.6	0.5	0.7	1.49
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	71.1	28.9	0.0	0.0	0.0	1.29
	100~200만원 미만	(83)	48.3	51.7	0.0	0.0	0.0	1.52
	200~300만원 미만	(332)	55.5	41.9	1.3	0.7	0.6	1.50
	300~400만원 미만	(419)	47.5	48.0	4.1	0.2	0.2	1.60
	400~500만원 미만	(466)	51.0	44.9	2.5	0.8	0.7	1.55
	500만원 이상	(624)	47.0	48.7	3.4	0.6	0.3	1.60
	소득없음/무응답	(57)	54.8	41.9	1.7	1.6	0.0	1.50



### (3) 응답자 특성별 캠핑 경력

- 성별 캠핑 경력은 '남자'와 '여자' 모두 캠핑 경력 '1년'이 각각 28.8%, 37.5%로 가장 높게 나타났음
- 연령대별 캠핑 경력은 '19~29세(57.3%)', '30대(37.3%)', '60세 이상(29.3%)'에서는 '1년' 응답 비율이 가장 높았으며, '40대(29.8%)'와 '50대(24.2%)'는 '6~10년' 응답 비율이 가장 높게 나타남
- 혼인여부별 캠핑 경력은 '기혼'은 '2~3년'의 응답이 25.7%로 가장 높게 나타났으며, '미혼'은 '1년' 응답 비율이 가장 높게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑 경력은 '500만원 이상(2~3년, 28.1%)' 계층을 제외하고 모든 소득 계층에서 '1년'이 가장 높게 나타남

[ 표 4-39 ] 응답자 특성별 캠핑 경력

구분		사례수(명)	구성비(%)					
			1년	2~3년	4~5년	6~10년	11년이상	계
전체		(2,000)	32.6	27.7	13.7	18.5	7.5	100.0
성별	남자	(1,125)	28.8	25.3	13.9	22.3	9.7	100.0
	여자	(875)	37.5	30.8	13.5	13.6	4.6	100.0
연령별	19~29세	(445)	57.3	32.4	5.9	3.9	.6	100.0
	30대	(555)	37.3	33.2	11.1	14.4	3.9	100.0
	40대	(592)	19.5	24.3	18.2	29.8	8.3	100.0
	50대	(353)	16.7	20.4	20.0	24.2	18.7	100.0
	60세 이상	(55)	29.3	17.2	16.2	19.5	17.9	100.0
혼인여부별	기혼	(1,452)	25.4	25.7	15.8	23.5	9.5	100.0
	미혼	(548)	51.6	32.9	8.2	5.3	2.0	100.0
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	60.4	24.9	10.1	0.0	4.7	100.0
	100~200만원 미만	(83)	53.8	26.4	9.1	7.1	3.6	100.0
	200~300만원 미만	(332)	41.6	31.6	9.9	11.9	5.1	100.0
	300~400만원 미만	(419)	28.4	26.9	15.6	21.7	7.4	100.0
	400~500만원 미만	(467)	31.0	26.0	16.6	20.1	6.3	100.0
	500만원 이상	(625)	27.2	28.1	13.6	20.9	10.2	100.0
	소득없음/무응답	(57)	44.7	23.9	8.5	15.6	7.2	100.0

남자

여자

1년 2~3년 4~5년 6~10년 11년이상

[ 그림 4-44 ] 성별 캠핑 경력 (단위 : %)

19~29세			32.4	5.9	3.9
30대		33.2	11.1	14.4	3.9
40대	24.3	18.2	29.8	8.3	
50대	20.4	20	24.2	18.7	
60세 이상	17.2	16.2	19.5	17.9	

1년 2~3년 4~5년 6~10년 11년이상

[ 그림 4-45 ] 연령대별 캠핑 경력 (단위 : %)

기혼 25.7 15.8 23.5 9.5

미혼 32.9 8.2 5.3 2

1년 2~3년 4~5년 6~10년 11년이상

[ 그림 4-46 ] 혼인 여부별 캠핑 경력 (단위 : %)

100만원 미만	60.4	24.9	10.1	4.7	
100~200만원 미만	53.8	26.4	9.1	7.1	3.6
200~300만원 미만	41.6	31.6	9.9	11.9	5.1
300~400만원 미만	28.4	26.9	15.6	21.7	7.4
400~500만원 미만	31	26	16.6	20.1	6.3
500만원 이상	27.2	28.1	13.6	20.9	10.2
소득없음/무응답	44.7	23.9	8.5	15.6	7.2

1년 2~3년 4~5년 6~10년 11년이상

[ 그림 4-47 ] 월 가구 소득별 캠핑 경력 (단위 : %)

## 2) 캠핑이용 행태

### (1) 응답자 특성별 캠핑 이유

- 캠핑을 가는 이유를 응답자 성별로 살펴보면, 남자와 여자 모두 '가족·친구와 더 많은 시간을 보내기 위해서'가 가장 높은 비율로 나타났으며, 그 외 모든 이유에서도 동일한 순서의 유사한 비율로 나타남
- 연령대별로 살펴보면, 30대, 40대에서 캠핑을 가는 가장 중요한 이유는 '가족·친구와 더 많은 시간을 보내기 위해서'인 것으로 나타났으나, 20대, 50대, 60대 이상의 경우에는 '휴식'인 것으로 나타남
- 혼인 여부별로 살펴보면, 기혼의 경우에는 '가족·친구와 더 많은 시간을 보내기 위해서'가, 미혼의 경우에는 '휴식'이 캠핑 이유로 나타남
- 월가구 소득별로 살펴보면, 200만원 미만과 소득없음/무응답에서는 '휴식'이, 200만원 이상~500만원 이상은 '가족·친구와 더 많은 시간을 보내기 위해서'가 주요한 캠핑 이유로 나타났음

[ 표 4-40 ] 응답자 특성별 캠핑 이유

구분		사례수 (명)	구성비(%)					
			가족·친구 와 시간	휴식	스트레스 감소	정서적 안정	기타	건강 개선
전체		(2,000)	39.8	28.7	16.2	12.9	1.7	0.7
성별	남자	(1,125)	41.2	29.5	14.1	13.2	1.3	0.7
	여자	(875)	38.1	27.6	18.8	12.4	2.3	0.8
연령별	19~29세	(445)	23.6	39.8	21.4	12.3	1.8	1.0
	30대	(555)	50.2	17.7	17.0	12.3	2.5	0.3
	40대	(592)	48.3	24.9	12.7	11.9	2.0	0.2
	50대	(353)	32.5	35.2	14.5	16.1	0.3	1.4
	60세 이상	(55)	22.2	47.7	14.2	12.1	0.0	3.8
혼인 여부별	기혼	(1,452)	47.7	23.7	14.1	12.0	1.8	0.7
	미혼	(548)	19.0	41.8	21.6	15.0	1.6	0.9
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	11.7	66.6	12.6	0.0	3.8	5.3
	100~200만원 미만	(83)	17.4	51.0	17.2	12.3	1.2	0.9
	200~300만원 미만	(332)	33.2	29.8	20.5	13.8	1.5	1.2
	300~400만원 미만	(419)	42.4	26.1	17.1	12.0	1.7	0.8
	400~500만원 미만	(467)	46.3	26.9	11.7	14.1	0.8	0.2
	500만원 이상	(625)	42.1	25.9	16.5	12.6	2.2	0.6
	소득없음/무응답	(57)	22.7	41.4	16.9	10.4	6.8	1.8

남자

여자

가족·친구와 시간    휴식    스트레스 감소    정서적 안정    기타    건강 개선

[ 그림 4-48 ] 성별 캠핑 이유 (단위 : %)

19~29세

30대

40대

50대

60세

이상

1.4

3.8

가족·친구와 시간    휴식    스트레스 감소    정서적 안정    기타    건강 개선

[ 그림 4-49 ] 연령대별 캠핑 이유 (단위 : %)

기혼

미혼

가족·친구와 시간    휴식    스트레스 감소    정서적 안정    기타    건강 개선

[ 그림 4-50 ] 혼인 여부별 캠핑 이유 (단위 : %)

100만원 미만

66.6

12.6

3.8 5.3

100~200만원 미만

51

17.2

12.3 1.2

200~300만원 미만

29.8

20.5

13.8 1.5

300~400만원 미만

26.1

17.1

12 1.7

400~500만원 미만

26.9

11.7

14.1

500만원 이상

25.9

16.5

12.6 2.2

소득없음/무응답

41.4

16.9

10.4 6.8 1.8

가족·친구와 시간    휴식    스트레스 감소    정서적 안정    기타    건강 개선

[ 그림 4-51 ] 월 가구 소득별 여부별 캠핑 이유 (단위 : %)

## (2) 응답자 특성별 캠핑 동반자 유형

- 성별 캠핑 동반자 유형을 살펴보면, '남자(73.2%)'와 '여자(75%)' 모두 '가족' 응답이 가장 높게 나타났다
- 연령대별 캠핑 동반자 유형을 살펴보면, '19~29세'는 '연인' 응답이 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 외 연령대에서는 모두 '가족' 유형이 가장 많이 응답되었음
- 혼인 여부별 동반자 유형을 살펴보면, '기혼'은 '가족' 응답이 89.6%로 가장 높았고, '미혼'은 '연인' 응답이 47.6%로 가장 높게 나타났다
- 월 가구 소득별 동반자 유형을 살펴보면, '100만원 미만' 계층에서만 '혼자' 응답이 45.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 외 모든 소득 계층에서는 '가족' 응답이 가장 높았음

[ 표 4-41 ] 응답자 특성별 캠핑 동반자 유형(중복 응답)

구분		사례수 (명)	구성비(%)							
			가족	친구	연인	혼자	친척	친목단체/모임	회사 동료	기타
전체		(2,000)	74.0	30.0	16.9	5.9	3.9	3.2	1.8	0.6
성별	남자	(1,125)	73.2	31.5	13.5	7.9	3.4	3.5	2.6	0.5
	여자	(875)	75.0	28.1	21.2	3.4	4.5	2.7	0.9	0.7
연령별	19~29세	(445)	42.4	37.9	45.8	10.7	3.4	1.5	0.7	0.2
	30대	(555)	81.1	28.9	17.0	3.2	2.3	3.6	2.3	0.9
	40대	(592)	87.9	26.1	4.5	3.4	4.8	4.1	2.3	0.7
	50대	(353)	78.8	29.7	2.3	7.9	5.9	3.3	2.0	0.3
	60세 이상	(55)	77.5	22.9	9.3	9.6	1.7	2.0	0.0	0.0
혼인 여부별	기혼	(1,452)	89.6	25.7	5.3	3.5	4.1	3.6	2.3	0.5
	미혼	(548)	32.7	41.4	47.6	12.5	3.3	2.1	0.7	0.7
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	34.9	27.5	11.4	45.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	100~200만원 미만	(83)	43.5	37.8	28.6	12.4	6.2	5.8	1.3	1.3
	200~300만원 미만	(332)	52.0	30.6	32.8	10.3	4.9	3.2	1.7	0.9
	300~400만원 미만	(419)	78.5	32.2	11.1	6.6	3.7	1.9	3.5	0.2
	400~500만원 미만	(467)	84.2	29.0	10.4	3.1	4.8	2.5	1.5	0.6
	500만원 이상	(625)	82.3	27.6	14.2	3.4	2.3	4.4	1.4	0.5
	소득없음/무응답	(57)	50.1	36.1	34.2	5.1	7.0	1.7	0.0	0.0

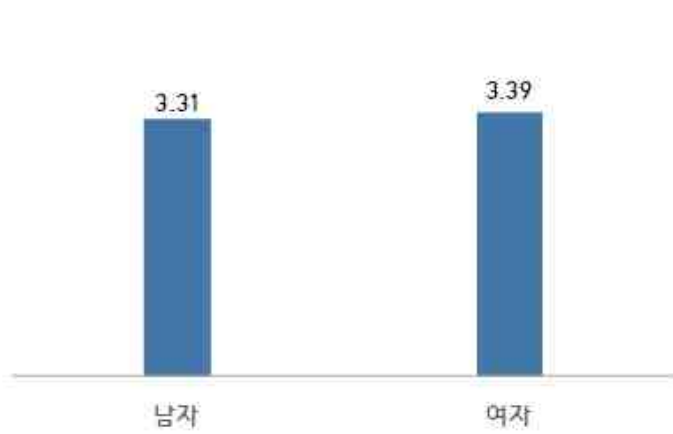


(3) 응답자 특성별 평균 캠핑 인원

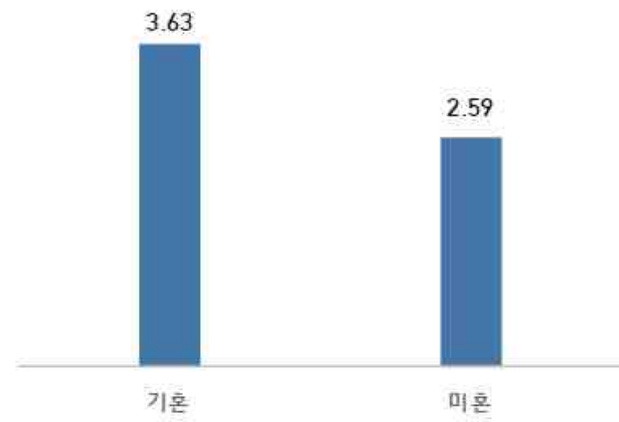
- 성별 평균 캠핑 인원을 살펴보면, '여자'가 3.39명, '남자'가 3.31명으로 나타남
- 연령대별 평균 캠핑 인원을 살펴보면, '40대'가 3.78명으로 가장 높게 나타남
- 혼인 여부별 평균 캠핑 인원을 살펴보면, '기혼'이 3.63명으로 '미혼(2.59명)'보다 높게 나타남
- 월 가구 소득별 평균 캠핑 인원을 살펴보면, '400~500만원 미만' 계층이 3.51명으로 가장 높게 나타남

[ 표 4-42 ] 응답자 특성별 평균 캠핑 인원(본인 포함)

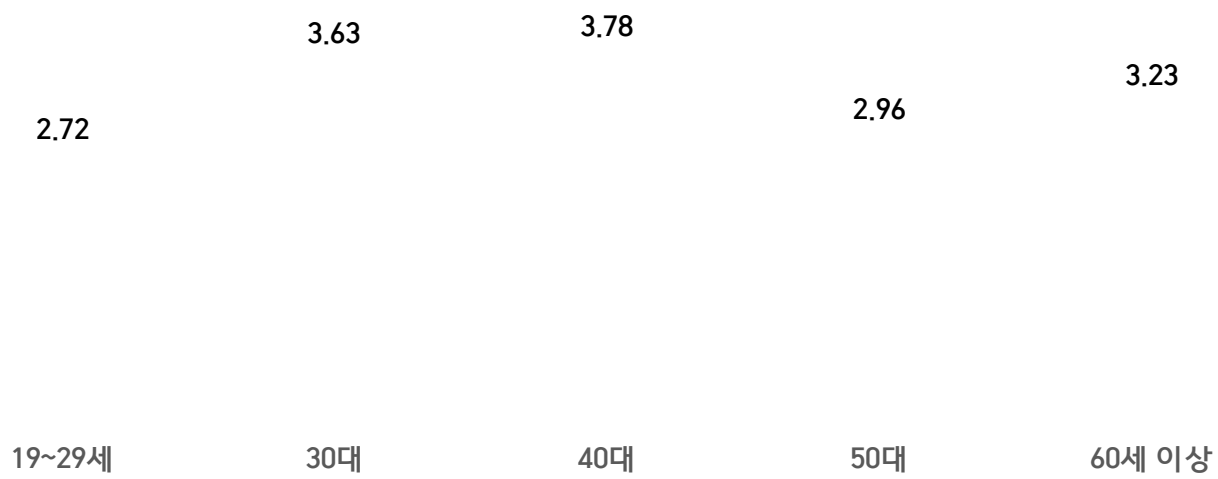
구분		사례수(명)	구성비(%)					평균
			1명	2명	3명	4명	5명 이상	
전체		(2,000)	4.9	29.0	22.0	32.1	11.9	3.34
성별	남자	(1,125)	6.2	26.9	23.5	33.1	10.2	3.31
	여자	(875)	3.4	31.6	20.0	30.9	14.1	3.39
연령별	19~29세	(445)	7.1	48.7	21.9	16.4	6.0	2.72
	30대	(555)	3.4	23.2	21.1	36.8	15.5	3.63
	40대	(592)	3.5	15.3	20.9	43.8	16.5	3.78
	50대	(353)	6.4	35.6	26.1	25.4	6.4	2.96
	60세 이상	(55)	9.4	31.7	18.1	30.5	10.2	3.23
혼인여부별	기혼	(1,452)	3.2	20.6	22.8	38.8	14.6	3.63
	미혼	(548)	9.6	51.1	19.8	14.6	4.9	2.59
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	41.3	24.6	16.4	17.6	0.0	2.10
	100~200만원 미만	(83)	3.9	61.7	18.5	9.1	6.8	2.68
	200~300만원 미만	(332)	7.2	40.3	21.5	22.4	8.6	2.99
	300~400만원 미만	(419)	4.1	24.7	22.2	35.8	13.1	3.46
	400~500만원 미만	(467)	3.5	22.7	23.1	38.9	11.9	3.51
	500만원 이상	(625)	4.4	24.8	21.7	35.2	13.9	3.49
	소득없음/무응답	(57)	6.8	46.3	24.4	10.4	12.1	2.97



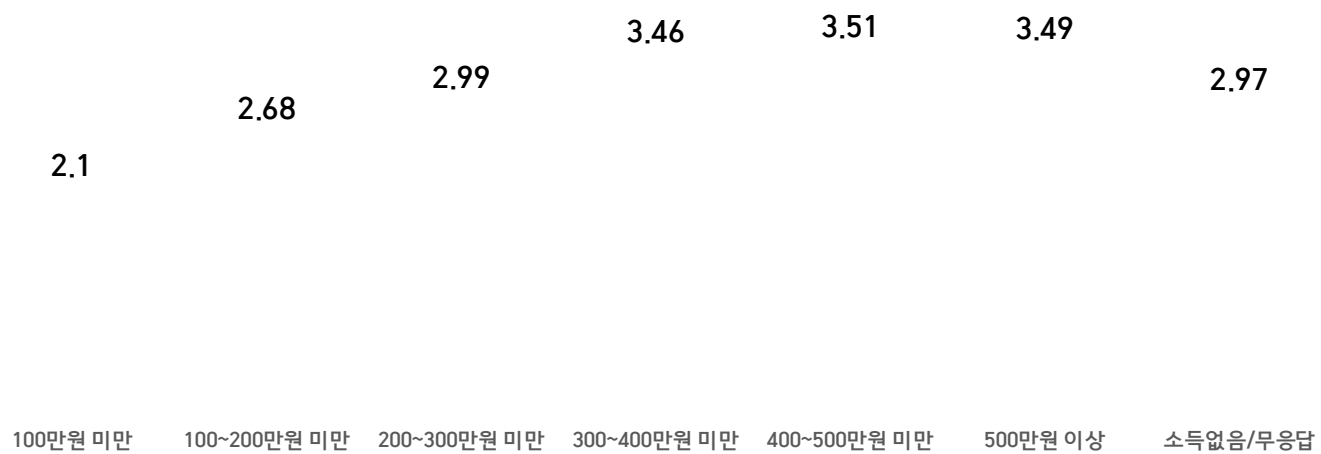
[ 그림 4-52 ] 성별 평균 캠핑 인원 (단위 : 명)



[ 그림 4-53 ] 혼인 여부별 평균 캠핑 인원 (단위 : 명)



[ 그림 4-54 ] 연령대별 평균 캠핑 인원 (단위 : 명)



[ 그림 4-55 ] 월 가구 소득별 평균 캠핑 인원 (단위 : 명)

(4) 응답자 특성별 선호 숙박 유형

- 성별 선호 숙박 유형을 살펴보면, '남자(72.8%)', '여자(76.6%)' 모두 '일반텐트'가 가장 높게 나타났다
- 연령대별 선호 숙박 유형을 살펴보면, 모든 연령대에서 '일반텐트'가 가장 높게 나타났다
- '60세 이상'은 '일반텐트(48.7%)' 다음으로 '캠핑카, 카라반 및 트레일러'의 응답이 35.1%로 상대적으로 높게 나타남
- '30대'와 '40대' 계층에서는 특히 '일반텐트' 선호 응답이 각각 87.3%, 80.4%로 상대적으로 높게 나타남
- 혼인여부별 선호 숙박 유형을 살펴보면, '기혼'과 '미혼' 모두 '일반텐트'가 가장 높게 나타났다
- 월 가구 소득별 선호 숙박 유형을 살펴보면 모든 소득 계층에서 '일반텐트'가 가장 높게 나타났다

[ 표 4-43 ] 응답자 특성별 선호 숙박 유형

구분		사례수(명)	구성비(%)					
			일반텐트	캠핑카, 카라반 및 트레일러	특별한 선호형태 없음	글램핑	기타	계
전체		(2,000)	74.4	10.7	7.2	6.4	1.3	100.0
성별	남자	(1,125)	72.8	11.5	7.9	6.2	1.7	100.0
	여자	(875)	76.6	9.7	6.2	6.7	0.8	100.0
연령별	19~29세	(445)	65.0	12.9	8.4	12.0	1.6	100.0
	30대	(555)	87.3	4.6	3.1	3.9	1.1	100.0
	40대	(592)	80.4	9.9	4.8	3.5	1.3	100.0
	50대	(353)	60.0	15.0	16.2	7.3	1.5	100.0
	60세 이상	(55)	48.7	35.1	5.4	10.8	0.0	100.0
혼인여부별	기혼	(1,452)	78.6	9.8	6.3	4.4	1.0	100.0
	미혼	(548)	63.6	13.2	9.5	11.6	2.1	100.0
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	50.1	23.7	20.3	5.9	0.0	100.0
	100~200만원 미만	(83)	69.1	13.3	9.3	4.7	3.7	100.0
	200~300만원 미만	(332)	77.0	7.0	7.8	6.5	1.6	100.0
	300~400만원 미만	(419)	72.9	12.3	6.7	7.7	0.5	100.0
	400~500만원 미만	(467)	74.8	9.5	8.5	5.8	1.4	100.0
	500만원 이상	(625)	76.1	11.9	4.7	5.8	1.4	100.0
	소득없음/무응답	(57)	64.0	10.1	15.5	10.5	0.0	100.0

남자

여자

일반텐트   캠핑카, 카라반 및 트레일러   특별한 선호형태 없음   글램핑   기타

[ 그림 4-56 ] 성별 선호 숙박 유형 (단위 : %)

19~29세	12.9	8.4	12	1.6
30대			4.6	3.1
40대			9.9	4.8
50대	15	16.2	7.3	1.5
60세 이상	35.1		5.4	10.8

일반텐트   캠핑카, 카라반 및 트레일러   특별한 선호형태 없음   글램핑   기타

[ 그림 4-57 ] 연령대별 선호 숙박 유형 (단위 : %)

기혼   9.8   6.3   4.4

미혼   13.2   9.5   11.6   2.1

일반텐트   캠핑카, 카라반 및 트레일러   특별한 선호형태 없음   글램핑   기타

[ 그림 4-58 ] 혼인 여부별 선호 숙박 유형 (단위 : %)

100만원 미만	23.7	20.3	5.9
100~200만원 미만	13.3	9.3	4.7
200~300만원 미만	7	7.8	6.5
300~400만원 미만	12.3	6.7	7.7
400~500만원 미만	9.5	8.5	5.8
500만원 이상	11.9	4.7	5.8
소득없음/무응답	10.1	15.5	10.5

일반텐트   캠핑카, 카라반 및 트레일러   특별한 선호형태 없음   글램핑   기타

[ 그림 4-59 ] 월 가구 소득별 선호 숙박 유형 (단위 : %)

(5) 응답자 특성별 캠핑 예약 시기

- 성별 캠핑 예약 시기를 살펴보면, '남성(31.4%)', '여성(34.9%)' 모두 '1개월 전' 응답이 가장 높게 나타남
- 연령대별 캠핑 예약 시기를 살펴보면, '60세 이상'이 '2주 전(38.8%)' 응답이 가장 높게 나타났으며, 그 외 연령대에서는 '1개월 전'이 가장 높게 나타남
- 혼인 여부별 캠핑 예약 시기를 살펴보면, '기혼(34.7%)', '미혼(28.3%)' 모두 '1개월 전' 응답이 가장 높게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑 예약 시기를 살펴보면, '100만원 미만' 계층에서는 '1주 전'이, '100~300만원 미만'과 '소득없음/무응답'은 '2주 전'이, '300~500만원 미만'과 '500만원 이상'에서는 '1개월 전'이 가장 높게 나타났음

[ 표 4-44 ] 응답자 특성별 캠핑 예약 시기

구분		사례수 (명)	구성비(%)						
			1주전	2주전	3주전	1개월 전	2개월 전	3개월 전	예약 안함
전체		(2,000)	14.3	25.7	17.3	33.0	3.9	1.2	4.6
성별	남자	(1,125)	14.9	26.2	16.9	31.4	3.8	1.1	5.6
	여자	(875)	13.6	25.1	17.8	34.9	4.1	1.3	3.2
연령별	19~29세	(445)	16.8	26.5	17.6	28.7	4.6	2.0	3.8
	30대	(555)	13.4	24.0	17.0	37.6	3.8	1.1	3.2
	40대	(592)	13.4	25.7	15.9	37.5	3.8	0.7	3.0
	50대	(353)	13.8	25.3	18.9	26.9	3.5	1.5	10.2
	60세 이상	(55)	18.1	38.8	22.0	10.6	5.3	0.0	5.2
혼인 여부별	기혼	(1,452)	13.6	25.3	17.0	34.7	3.9	0.7	4.8
	미혼	(548)	16.3	26.9	18.0	28.3	4.0	2.6	3.9
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	40.2	28.0	9.4	17.0	0.0	5.4	0.0
	100~200만원 미만	(83)	14.8	35.9	12.4	24.0	2.4	2.3	8.2
	200~300만원 미만	(332)	16.7	29.3	17.3	27.5	3.8	1.7	3.8
	300~400만원 미만	(419)	12.6	21.6	19.6	36.3	4.6	1.2	4.1
	400~500만원 미만	(467)	15.7	23.0	17.8	32.7	4.1	1.7	5.2
	500만원 이상	(625)	12.3	26.6	16.2	36.4	3.7	0.3	4.4
	소득없음/무응답	(57)	15.8	32.0	17.1	22.8	5.3	1.8	5.1

남자

여자

1주전 2주전 3주전 1개월 전 2개월 전 3개월 전 예약 안함

[ 그림 4-60 ] 성별 캠핑 예약 시기 (단위 : %)

19~29세	26.5	17.6	28.7	4.6	2.0	
30대	24.0	17.0	37.6	3.8		
40대	25.7	15.9	37.5	3.8		
50대	25.3	18.9	26.9	3.5		
60세 이상		38.8	22.0	10.6	5.3	
	1주전	2주전	3주전	1개월 전	2개월 전	3개월 전
						예약 안함

[ 그림 4-61 ] 연령대별 캠핑 예약 시기 (단위 : %)

기혼	25.3	17.0	34.7	3.9		
미혼	26.9	18.0	28.3	4.0	2.6	
	1주전	2주전	3주전	1개월 전	2개월 전	3개월 전
						예약 안함

[ 그림 4-62 ] 혼인여부별 캠핑 예약 시기 (단위 : %)

100만원 미만			28.0	9.4	17.0	5.4
100~200만원 미만	35.9	12.4	24.0	2.4		
200~300만원 미만	29.3	17.3	27.5	3.8		
300~400만원 미만	21.6	19.6	36.3	4.6		
400~500만원 미만	23.0	17.8	32.7	4.1		
500만원 이상	26.6	16.2	36.4	3.7		
소득없음/무응답	32.0	17.1	22.8	5.3		
	1주전	2주전	3주전	1개월 전	2개월 전	3개월 전
						예약 안함

[ 그림 4-63 ] 월 가구 소득별 여부별 캠핑 예약 시기 (단위 : %)

(6) 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 경로

- 성별 캠핑 정보 습득 경로를 살펴보면, '남자(83.2%)', '여자(83.5%)' 모두 '인터넷' 응답이 가장 높게 나타남
- 연령대별 캠핑 정보 습득 경로를 살펴보면, 모든 연령대에서 '인터넷' 응답이 가장 높게 나타남
- 혼인 여부별 캠핑 정보 습득 경로를 살펴보면, '기혼(85.2%)', '미혼(78.2%)' 모두 '인터넷' 응답이 가장 높게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑 정보 습득 경로를 살펴보면, 모든 소득 계층에서 '인터넷' 응답이 가장 높게 나타남

[ 표 4-45 ] 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 경로(중복응답)

구분		사례수(명)	구성비(%)				
			인터넷	친구/동료	가족/친지	기사 및 방송 프로그램	기타
전체		(2,000)	83.3	33.2	15.4	8.9	2.8
성별	남자	(1,125)	83.2	33.0	14.0	10.4	2.2
	여자	(875)	83.5	33.5	17.3	6.9	3.4
연령별	19~29세	(445)	78.2	41.6	15.1	8.9	3.3
	30대	(555)	91.6	29.8	12.5	6.0	2.5
	40대	(592)	87.9	31.8	10.3	7.0	3.3
	50대	(353)	72.2	30.4	26.3	16.5	1.8
	60세 이상	(55)	62.2	31.9	33.7	7.5	1.8
혼인여부별	기혼	(1,452)	85.2	30.3	16.4	8.7	2.7
	미혼	(548)	78.2	40.9	13.0	9.1	3.0
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	86.2	32.3	11.7	20.2	0.0
	100~200만원 미만	(83)	68.6	32.3	22.7	14.5	3.6
	200~300만원 미만	(332)	80.4	33.1	14.3	10.1	3.3
	300~400만원 미만	(419)	87.0	30.9	14.9	7.8	3.5
	400~500만원 미만	(467)	83.1	32.6	16.6	9.6	2.0
	500만원 이상	(625)	84.2	35.6	15.5	7.6	2.6
	소득없음/무응답	(57)	85.1	30.6	6.6	5.0	1.8

(7) 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트

- 모든 응답자 특성별 캠핑 정보 습득 인터넷 사이트는 '포털 사이트'가 가장 높게 나타났으며, 이어서 'SNS', '개별 캠핑장 홈페이지', '한국관광공사 고캠핑'의 순으로 나타남

[ 표 4-46 ] 응답자 특성별 이용 인터넷 사이트(중복응답)

구분		사례수(명)	구성비(%)				
			포털 사이트	SNS	개별 캠핑장 홈페이지	한국관광공사 고캠핑	기타
전체		(2,000)	77.7	50.8	21.7	12.4	1.3
성별	남자	(1,125)	76.7	46.5	23.1	14.0	1.4
	여자	(875)	79.0	56.3	19.9	10.2	1.1
연령별	19~29세	(445)	69.7	59.7	16.2	16.5	.4
	30대	(555)	83.8	54.1	22.1	5.2	1.8
	40대	(592)	81.3	46.8	26.6	8.3	1.7
	50대	(353)	72.5	45.0	19.6	23.6	.8
	60세 이상	(55)	75.4	25.4	23.2	22.2	1.3
혼인여부별	기혼	(1,452)	80.1	48.8	24.7	10.0	1.4
	미혼	(548)	71.4	56.0	13.8	18.6	0.9
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	79.0	56.2	15.1	11.7	0.0
	100~200만원 미만	(83)	73.1	44.9	13.0	26.0	0.9
	200~300만원 미만	(332)	73.5	54.1	18.5	12.4	0.9
	300~400만원 미만	(419)	75.8	53.1	23.2	13.8	1.4
	400~500만원 미만	(467)	80.8	45.9	24.2	12.5	1.3
	500만원 이상	(625)	80.2	50.6	22.4	10.1	1.6
	소득없음/무응답	(57)	69.3	63.5	15.7	4.8	0.0



(8) 응답자 특성별 캠핑장 선택속성별 중요도

- 성별 캠핑장 선택속성별 중요도를 살펴보면, 모든 응답자 특성별로 '청결관리'를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났음
- '안전관리'는 '30대(4.36점)', '300~500만원 미만(4.38점)'에서 상대적으로 높게 나타남
- '직원 친절성'은 '60세 이상(4.18점)'에서 상대적으로 높게 나타남
- '이용수칙'은 '30대(4.08점)'에서 상대적으로 높게 나타남
- '접근성'은 '100만원 미만(4.13점)'에서 상대적으로 높게 나타남
- '사이트 크기'는 '30대(4.07점)'에서 상대적으로 높게 나타남
- '이용료'는 '19~29세(3.97점)'와 '100만원 미만(4.16점)'에서 상대적으로 높게 나타남

[ 표 4-47 ] 응답자 특성별 캠핑장 선택속성별 중요도

구분		사례수 (명)	평균값									
			청결 관리	안전 관리	직원 친절성	이용 수칙	접근성	사이트 크기	이용료	예약 절차	관광 자원	놀이시 설 및 프로그램
전체		(2,000)	4.41	4.27	4.07	4.01	3.98	3.92	3.89	3.68	3.55	3.24
성별	남자	(1,125)	4.35	4.22	4.05	4.00	3.91	3.91	3.84	3.64	3.54	3.26
	여자	(875)	4.48	4.34	4.09	4.04	4.07	3.95	3.96	3.73	3.56	3.22
연령별	19~29세	(445)	4.38	4.15	3.95	3.97	3.99	3.76	3.97	3.68	3.54	3.00
	30대	(555)	4.54	4.36	4.16	4.08	4.01	4.07	3.90	3.72	3.40	3.35
	40대	(592)	4.38	4.29	4.07	4.04	3.97	4.01	3.88	3.66	3.56	3.30
	50대	(353)	4.31	4.26	4.07	3.92	3.94	3.77	3.81	3.65	3.73	3.27
	60세 이상	(55)	4.19	4.19	4.18	4.05	3.94	3.86	3.83	3.77	3.89	3.43
혼인 여부별	기혼	(1,452)	4.44	4.33	4.13	4.03	3.99	4.00	3.88	3.68	3.55	3.37
	미혼	(548)	4.31	4.11	3.92	3.96	3.96	3.71	3.93	3.68	3.54	2.90
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	4.34	3.92	3.96	3.70	4.13	3.09	4.16	3.76	3.47	2.98
	100~200만원 미만	(83)	4.06	3.93	3.84	3.74	3.85	3.73	4.05	3.67	3.62	2.95
	200~300만원 미만	(332)	4.36	4.20	4.04	4.07	3.89	3.91	3.91	3.65	3.48	3.03
	300~400만원 미만	(419)	4.41	4.38	4.14	4.06	3.95	3.98	3.90	3.71	3.58	3.37
	400~500만원 미만	(467)	4.48	4.33	4.10	4.06	4.05	3.91	3.89	3.67	3.57	3.38
	500만원 이상	(625)	4.43	4.25	4.06	3.98	4.01	3.96	3.85	3.70	3.55	3.23
	소득없음/무응답	(57)	4.31	4.23	4.02	3.90	3.97	3.82	3.86	3.50	3.47	3.02

(9) 응답자 특성별 캠핑장 주요 활동

- 성별 캠핑장 주요 활동을 살펴보면, '남자'는 '모닥불'이 60.4%로 가장 높게 나타났으며, '여자'는 '휴식'이 62.7%로 가장 높게 나타남
- 연령대별 캠핑장 주요 활동을 살펴보면, '19~29세(60.7%)'와 '60세 이상(51.3%)' 계층에서는 '바비큐'가 가장 높게 나타났으며, '30대(73.4%)', '40대(69.9%)' 계층에서는 '모닥불'이, '50대(61.9%)'는 '휴식' 응답이 가장 높게 나타남
- 혼인 여부별 캠핑장 주요 활동을 살펴보면, '기혼'은 '모닥불'이 64.4%로 가장 높게 나타났으며, '미혼'은 '바비큐'가 58.6%로 가장 높게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑장 주요 활동을 살펴보면, '100만원 미만(74.4%)', '300~400만원(60%)', '소득 없음/무응답(56.9%)' 계층에서는 '휴식'이 가장 높게 나타났으며, '100~200만원 미만(57.4%)'과 '400~500만원 미만(60.1%)', '500만원 이상(64.8%)' 계층에서는 '모닥불'이, '200~300만원 미만(61.7%)'에서는 '바비큐'가 가장 높은 것으로 나타났음

[ 표 4-48 ] 응답자 특성별 캠핑장 주요 활동(중복응답)

구분		사례수 (명)	구성비(%)									
			모닥불	휴식	바비큐	요리	걷기/하이킹	영화관람	수영	수상레저	자전거	기타
전체		(2,000)	60.1	60.0	56.5	37.4	22.1	15.2	8.5	4.9	4.6	2.1
성별	남자	(1,125)	60.4	58.0	56.4	34.4	23.1	14.9	9.0	5.5	5.6	1.9
	여자	(875)	59.7	62.7	56.6	41.3	20.8	15.7	7.8	4.1	3.4	2.4
연령별	19~29세	(445)	49.6	54.0	60.7	43.0	19.5	22.4	6.3	6.3	7.5	1.1
	30대	(555)	73.4	61.7	58.7	41.1	11.3	13.7	10.7	2.7	1.8	2.5
	40대	(592)	69.9	62.9	55.8	34.7	20.6	13.3	8.5	4.4	3.7	2.9
	50대	(353)	38.4	61.9	49.7	30.8	43.5	13.1	7.9	7.1	6.4	1.4
	60세 이상	(55)	44.2	49.1	51.3	25.8	31.1	7.4	7.0	6.5	9.0	1.8
혼인 여부별	기혼	(1,452)	64.4	62.9	55.7	36.1	22.1	13.3	9.1	3.5	3.8	2.5
	미혼	(548)	48.8	52.5	58.6	41.0	22.1	20.4	6.9	8.5	6.8	0.9
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	40.1	74.4	48.1	30.5	20.5	24.6	0.0	5.9	11.1	0.0
	100~200만원 미만	(83)	57.4	46.3	45.4	32.0	32.7	10.3	15.7	12.4	2.3	0.0
	200~300만원 미만	(332)	59.7	58.0	61.7	37.1	20.4	16.0	7.4	5.3	5.8	2.7
	300~400만원 미만	(419)	55.3	60.0	58.2	38.0	23.9	12.7	7.9	4.0	5.1	2.1
	400~500만원 미만	(467)	60.1	60.5	56.8	41.6	19.6	16.4	8.2	3.1	5.4	2.2
	500만원 이상	(625)	64.8	62.6	54.9	34.7	22.8	15.4	9.5	5.1	3.6	1.8
	소득없음/무응답	(57)	56.8	56.9	48.3	40.3	16.9	22.3	3.5	10.1	1.8	5.0

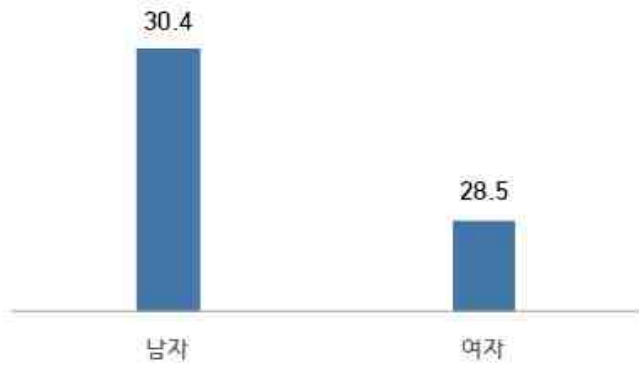
(10) 응답자 특성별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함)

- 성별 캠핑 1회 시 전체 지출 비용(동반자 포함)을 살펴보면, '남자'가 30.4만원, '여자'가 28.5만원으로 나타남
- 연령대별 캠핑 1회 시 전체 지출 비용(동반자 포함)을 살펴보면, '60세 이상'이 38.7만원으로 가장 많이 지출하는 것으로 나타남
- 혼인 여부별 캠핑 1회 시 전체 지출 비용(동반자 포함)을 살펴보면, '기혼'은 29.6만원, '미혼'은 29.5만원으로 유사하게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑 1회 시 전체 지출 비용(동반자 포함)을 살펴보면, '300~400만원 미만' 계층이 31.8만원으로 가장 많이 지출함

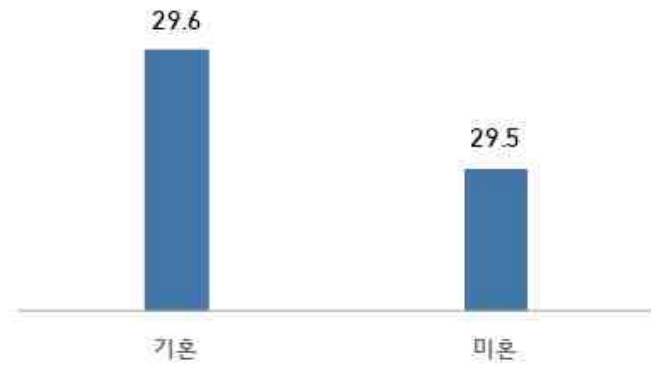
[ 표 4-49 ] 응답자 특성별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함)

(단위 : 명, 만원)

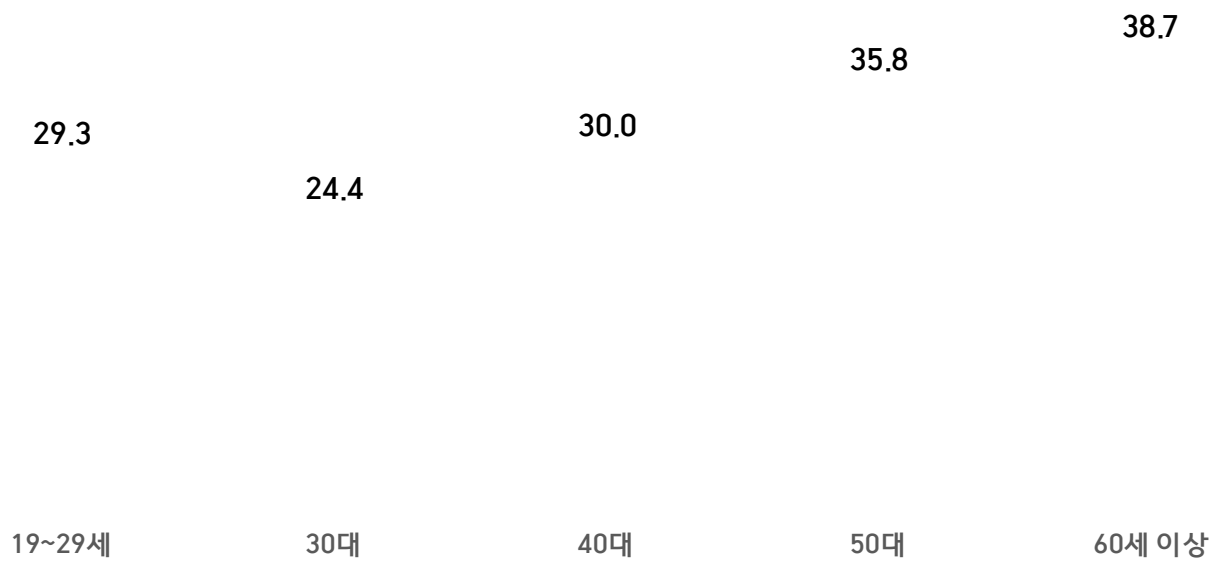
구분		사례수(명)	식·음료비	숙박비	교통비	여가 스포츠 활동비	기타	전체 비용
전체		(2,000)	12.1	8.4	5.6	2.9	0.6	29.5
성별	남자	(1,125)	12.2	8.4	6.0	3.3	0.6	30.4
	여자	(875)	11.9	8.4	5.2	2.4	0.7	28.5
연령별	19~29세	(445)	11.5	8.6	5.4	3.0	0.8	29.3
	30대	(555)	11.4	6.9	4.1	1.6	0.4	24.4
	40대	(592)	12.6	8.3	5.7	2.7	0.8	30.0
	50대	(353)	12.6	10.3	7.9	4.8	0.3	35.8
	60세 이상	(55)	14.6	10.6	7.6	4.8	1.1	38.7
혼인여부별	기혼	(1,452)	12.4	8.1	5.6	2.8	0.6	29.6
	미혼	(548)	11.1	9.1	5.7	3.1	0.5	29.5
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	9.7	8.8	6.3	3.8	0.1	28.7
	100~200만원 미만	(83)	10.0	7.3	5.7	1.9	0.3	25.0
	200~300만원 미만	(332)	9.9	7.4	5.3	2.6	0.4	25.5
	300~400만원 미만	(419)	13.1	9.0	6.1	2.9	0.7	31.8
	400~500만원 미만	(467)	12.5	8.4	5.9	3.2	0.6	30.6
	500만원 이상	(625)	12.7	8.8	5.3	3.0	0.8	30.5
	소득없음/무응답	(57)	10.2	6.5	5.3	1.8	0.3	23.9



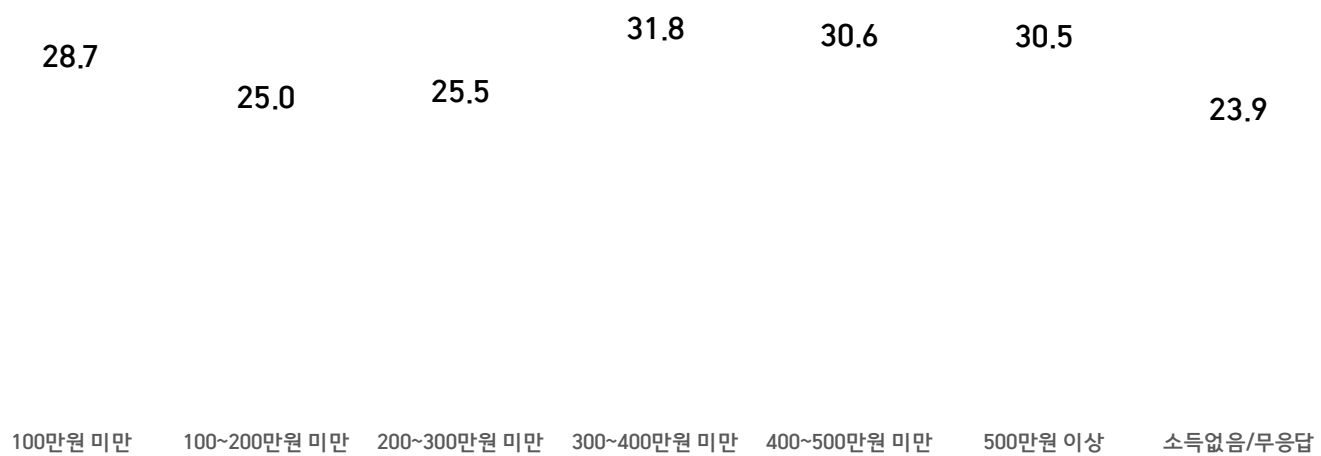
[ 그림 4-64 ] 성별 캠핑 1회 시 지출액  
(동반자 포함) (단위 : 만원)



[ 그림 4-65 ] 혼인여부별 캠핑 1회 시 지출액  
(동반자 포함) (단위 : 만원)



[ 그림 4-66 ] 연령대별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) (단위 : 만원)



[ 그림 4-67 ] 월 가구 소득별 캠핑 1회 시 지출액(동반자 포함) (단위 : 만원)

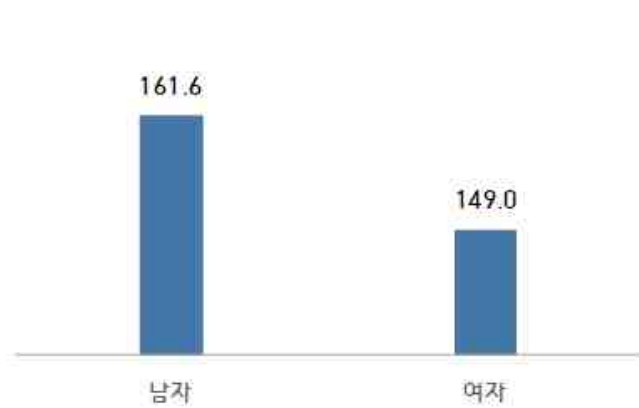
(11) 응답자 특성별 연간 가구당 캠핑용품 지출액

- 성별 연간 가구당 캠핑용품 전체 지출액을 살펴보면, '남자'가 161.6만원으로 '여자(149.0만원)'보다 높게 나타남
- 연령대별 연간 가구당 캠핑용품 전체 지출액을 살펴보면, '30대'가 191.9만원으로 가장 높게 나타남
- 혼인여부별 연간 가구당 캠핑용품 전체 지출액을 살펴보면, '기혼'이 171.7만원으로 '미혼(114.8만원)'보다 높게 나타남
- 월 가구 소득별 연간 가구당 캠핑용품 전체 지출액을 살펴보면, '500만원 이상'이 188.9만원으로 가장 높게 나타남

[ 표 4-50 ] 응답자 특성별 연간 가구당 캠핑용품 지출액

(단위 : 명, 만원)

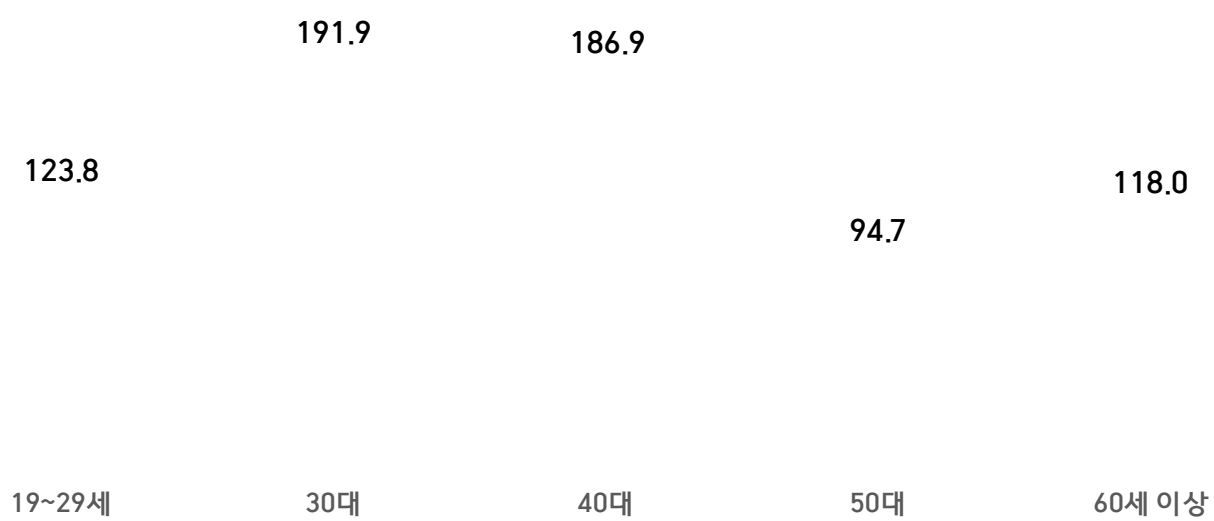
구분		사례수 (명)	텐트· 타프	캠핑용 부대용품	캠핑용 침구용품	야외조리 및 식기용품	아웃도어 용품	기타	전체 비용
전체		(2,000)	59.1	31.8	21.7	18.8	13.7	11.0	156.1
성별	남자	(1,125)	60.4	31.1	22.3	19.5	15.2	13.0	161.6
	여자	(875)	57.3	32.6	20.9	17.9	11.8	8.4	149.0
연령별	19~29세	(445)	42.6	27.4	20.2	16.8	14.7	2.2	123.8
	30대	(555)	85.3	38.2	24.8	20.7	8.7	14.3	191.9
	40대	(592)	66.2	38.2	24.4	22.1	15.6	20.4	186.9
	50대	(353)	30.5	18.0	15.0	13.3	15.3	2.7	94.7
	60세 이상	(55)	35.1	22.5	17.3	16.5	25.7	1.1	118.0
혼인여부별	기혼	(1,452)	67.1	34.1	22.8	19.9	13.4	14.5	171.7
	미혼	(548)	37.8	25.8	18.8	16.0	14.5	1.9	114.8
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	22.5	13.7	16.4	13.8	7.8	0.1	74.3
	100~200만원 미만	(83)	24.3	18.0	22.7	13.2	9.1	0.9	88.1
	200~300만원 미만	(332)	47.6	28.4	19.9	18.3	12.3	4.5	130.9
	300~400만원 미만	(419)	65.7	32.0	20.0	19.2	11.1	9.7	157.8
	400~500만원 미만	(467)	58.7	29.4	21.8	18.0	12.8	2.5	143.3
	500만원 이상	(625)	66.4	36.3	24.0	20.3	18.1	23.8	188.9
	소득없음/무응답	(57)	60.9	45.7	20.0	18.6	9.1	5.9	160.2



[ 그림 4-68 ] 성별 연간 가구당 캠핑용품 지출액  
(단위 : 만원)



[ 그림 4-69 ] 혼인 여부별 연간 가구당 캠핑용품 지출액  
(단위 : 만원)



[ 그림 4-70 ] 연령대별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 (단위 : 만원)



[ 그림 4-71 ] 월 가구 소득별 연간 가구당 캠핑용품 지출액 (단위 : 만원)

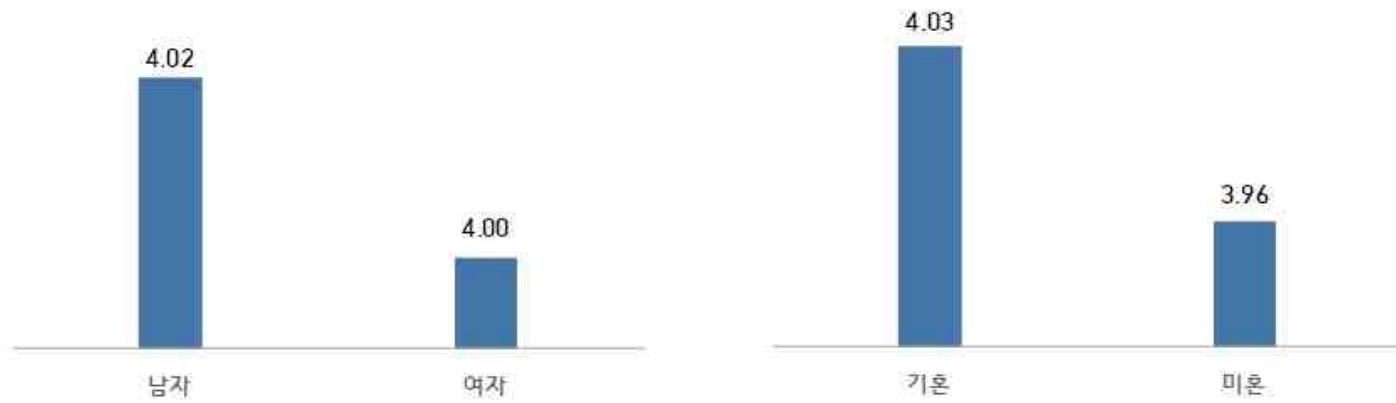
### 3) 캠핑 평가

#### (1) 응답자 특성별 캠핑 전반적 만족도

- 성별 캠핑 전반적 만족도를 살펴보면, '남자'가 4.02점, '여자'가 4점으로 나타남
- 연령대별 캠핑 전반적 만족도를 살펴보면, '30대'가 4.08점으로 가장 높게 나타난 반면, '50대'가 3.91점으로 가장 낮게 나타남
- 혼인 여부별 캠핑 전반적 만족도를 살펴보면, '기혼'이 4.03점으로 '미혼(3.96점)'보다 높게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑 전반적 만족도를 살펴보면, '300~400만원 미만'과 '500만원 이상' 계층이 4.04점으로 가장 높게 나타났으며, '소득 없음/무응답' 계층이 3.85점으로 가장 낮게 나타남

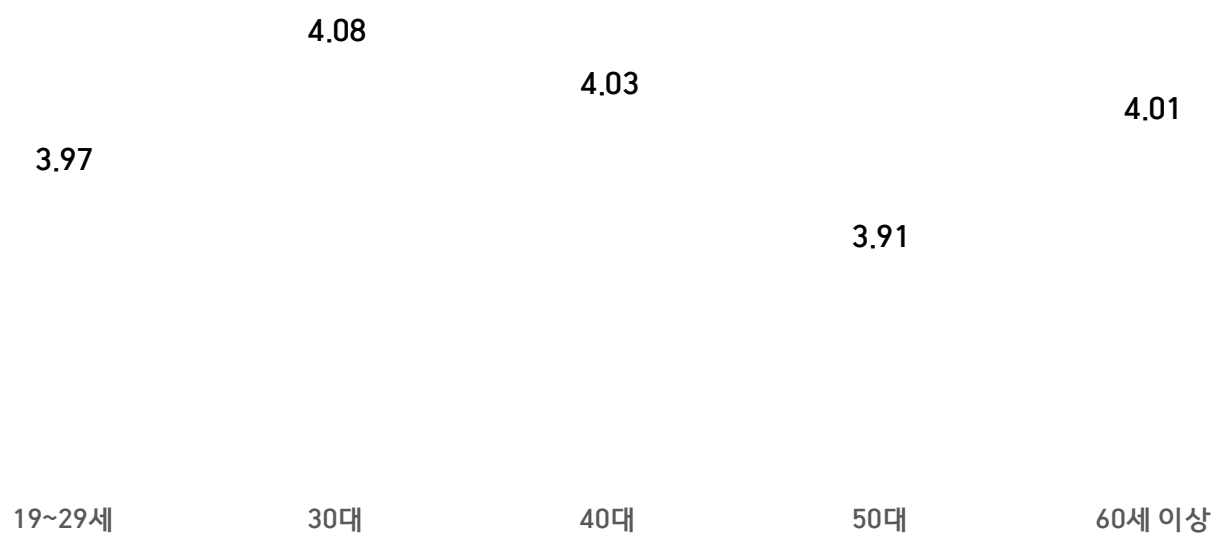
[ 표 4-51 ] 응답자 특성별 캠핑 전반적 만족도

구분		사례수(명)	구성비(%)					평균
			매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	
전체		(2,000)	0.4	0.9	15.9	62.8	19.9	4.01
성별	남자	(1,125)	0.3	0.7	15.9	63.5	19.6	4.02
	여자	(875)	0.7	1.1	16.0	61.9	20.3	4.00
연령별	19~29세	(445)	0.4	1.1	15.8	66.7	16.0	3.97
	30대	(555)	0.7	0.9	13.3	59.6	25.5	4.08
	40대	(592)	0.3	0.7	16.4	60.9	21.6	4.03
	50대	(353)	0.3	0.6	19.5	67.1	12.5	3.91
	60세 이상	(55)	0.0	3.5	16.5	55.8	24.2	4.01
혼인여부별	기혼	(1,452)	0.3	0.9	15.2	62.9	20.7	4.03
	미혼	(548)	0.9	0.9	17.8	62.4	17.9	3.96
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	0.0	0.0	30.1	47.0	22.8	3.93
	100~200만원 미만	(83)	1.3	3.5	31.2	53.8	10.2	3.68
	200~300만원 미만	(332)	0.2	1.8	16.8	59.9	21.3	4.00
	300~400만원 미만	(419)	0.0	0.2	14.9	65.3	19.5	4.04
	400~500만원 미만	(467)	0.4	0.4	13.6	67.5	18.1	4.02
	500만원 이상	(625)	0.6	0.8	14.6	61.8	22.1	4.04
	소득없음/무응답	(57)	1.8	2.0	25.5	51.4	19.4	3.85

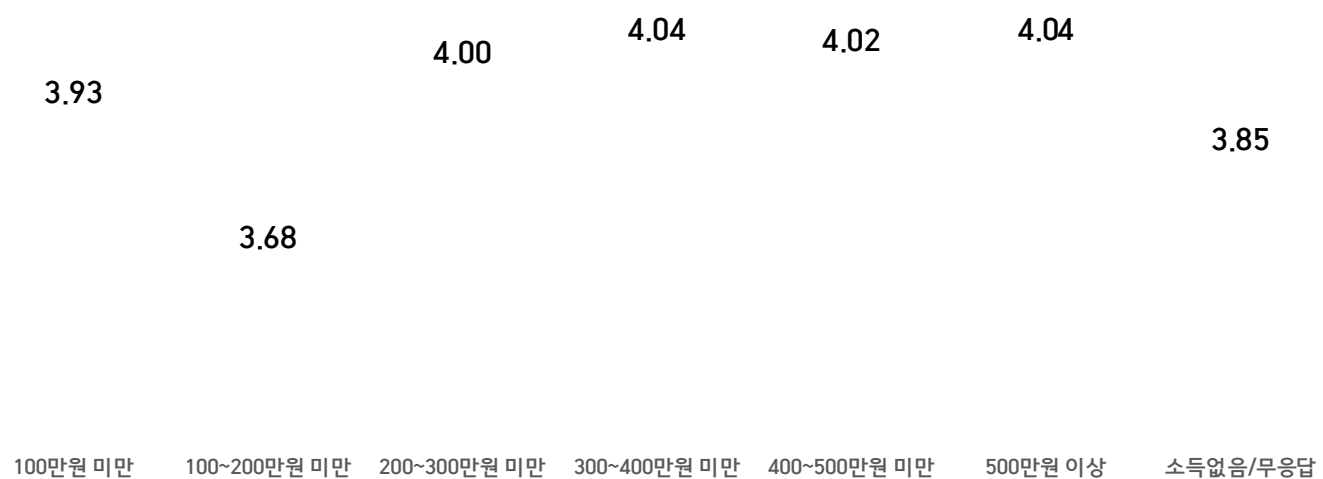


[ 그림 4-72 ] 성별 캠핑 전반적 만족도 (단위 : 점)

[ 그림 4-73 ] 혼인 여부별 캠핑 전반적 만족도 (단위 : 점)



[ 그림 4-74 ] 연령대별 캠핑 전반적 만족도 (단위 : 점)



[ 그림 4-75 ] 월 가구 소득별 캠핑 전반적 만족도 (단위 : 점)



(2) 응답자 특성별 캠핑장 항목별 만족도

- 성별 캠핑장 항목별 만족도를 살펴보면, '남자'는 '접근성(3.82점)' '여자'는 '예약 절차(3.86점)' 만족도를 가장 높게 평가함
- 연령별 캠핑장 항목별 만족도를 살펴보면, '19~29세(3.80점)', '50대(3.80점)', '60세 이상(3.86점)'은 '접근성'에 가장 만족한 반면, '30대(3.93점)'와 '40대(3.85점)'는 '예약절차'에 가장 만족한 것으로 평가함
- 혼인 여부별 캠핑장 항목별 만족도를 살펴보면, '기혼'은 '예약절차(3.80점)'에 가장 만족하였으며, '미혼'은 '접근성(3.80점)'에 가장 만족함
- 월 가구 소득별 캠핑장 항목별 만족도를 살펴보면, '100만원 미만(3.88점)', '400~500만원 미만(3.85점)' '500만원 이상(3.85점)'은 '접근성'에 가장 만족하였으며, 그 외 계층은 '접근성'에 가장 만족하였음

[ 표 4-52 ] 응답자 특성별 캠핑장 항목별 만족도

구분		사례수(명)	평균값									
			예약 절차	접근성	사이트 크기	청결 관리	직원 친절성	안전 관리	이용료	이용 수칙	주변 관광 자원	놀이 시설 및 프로그램
전체		(2,000)	3.83	3.82	3.79	3.78	3.78	3.70	3.67	3.58	3.57	3.42
성별	남자	(1,125)	3.81	3.82	3.78	3.80	3.78	3.69	3.66	3.59	3.55	3.39
	여자	(875)	3.86	3.82	3.81	3.75	3.78	3.70	3.69	3.58	3.59	3.45
연령별	19~29세	(445)	3.76	3.80	3.76	3.68	3.77	3.62	3.67	3.54	3.55	3.38
	30대	(555)	3.93	3.87	3.88	3.88	3.88	3.76	3.74	3.66	3.52	3.44
	40대	(592)	3.85	3.81	3.80	3.76	3.76	3.71	3.64	3.57	3.55	3.40
	50대	(353)	3.75	3.80	3.65	3.73	3.67	3.66	3.58	3.52	3.65	3.43
	60세 이상	(55)	3.80	3.86	3.95	3.85	3.82	3.82	3.92	3.80	3.87	3.58
혼인 여부별	기혼	(1,452)	3.87	3.83	3.82	3.81	3.80	3.72	3.67	3.61	3.57	3.44
	미혼	(548)	3.73	3.80	3.72	3.69	3.72	3.63	3.69	3.50	3.56	3.36
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	3.88	3.59	3.39	3.59	3.49	3.53	3.58	3.65	3.62	2.93
	100~200만원 미만	(83)	3.52	3.68	3.63	3.58	3.55	3.44	3.62	3.40	3.53	3.34
	200~300만원 미만	(332)	3.81	3.82	3.81	3.78	3.81	3.69	3.71	3.52	3.50	3.34
	300~400만원 미만	(419)	3.87	3.89	3.80	3.78	3.75	3.69	3.61	3.58	3.55	3.46
	400~500만원 미만	(467)	3.85	3.83	3.81	3.79	3.79	3.69	3.70	3.61	3.61	3.46
	500만원 이상	(625)	3.87	3.82	3.82	3.81	3.84	3.76	3.71	3.64	3.61	3.43
	소득없음/무응답	(57)	3.63	3.64	3.49	3.61	3.63	3.55	3.38	3.43	3.31	3.33

#### 4) 캠핑 관련 정책 인지도 및 평가

##### (1) 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 인지도

- 성별 '캠핑장 화재배상책임보험 가입의무'에 대한 인지도를 살펴보면, '남자'는 '알고 있음(51.9%)'이 조금 더 높은 반면, '여자'는 '모름(53.1%)'이 조금 더 높게 나타남
- 성별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영'에 대한 인지도를 살펴보면, '남자(51.9%)'와 '여자(55.9%)' 모두 '모름' 응답이 조금 더 높게 나타남
- 연령대별 '캠핑장 화재배상책임보험 가입의무'에 대한 인지도를 살펴보면, '19~29세(61.0%)', '30대(52.5%)', '60세 이상(50.3%)'의 계층에서는 '모름' 응답이 조금 더 높게 나타난 반면, '40대(54.1%)', '50대(59.5%)'는 '알고 있음' 응답이 조금 더 높게 나타남
- 연령대별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영'에 대한 인지도를 살펴보면, '50대(55.3%)'만 '알고 있음'의 응답이 조금 더 높게 나타난 반면, 그 외 연령대에서는 모두 '모름'의 응답이 높게 나타남
- 혼인 여부별 '캠핑장 화재배상책임보험 가입의무'에 대한 인지도를 살펴보면, '기혼'은 '알고 있음(52.2%)'의 응답이 조금 더 높게 나타난 반면, '미혼'은 '모름(56.8%)'의 응답이 조금 더 높게 나타남
- 혼인 여부별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영'에 대한 인지도를 살펴보면, '기혼(51.6%)'과 '미혼(59.1%)' 모두 '모름' 응답이 조금 더 높게 나타났음
- 월 가구 소득별 '캠핑장 화재배상책임보험 가입의무'에 대한 인지도를 살펴보면, '400~500만원 미만(50.6%)'과 '500만원 이상(53.6%)'을 제외하고 모든 소득 계층에서는 '모름' 응답이 조금 더 높게 나타났음
- 월 가구 소득별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영'에 대한 인지도를 살펴보면, 모든 계층에서 '모름'의 응답이 조금 더 높게 나타났음

[ 표 4-53 ] 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 인지도

구분		사례수(명)	캠핑장 화재배상책임보험 가입의무		등록야영장 안내 정보망 '고캠핑' 운영	
			알고 있음	모름	알고 있음	모름
전체		(2,000)	49.7	50.3	46.4	53.6
성별	남자	(1,125)	51.9	48.1	48.1	51.9
	여자	(875)	46.9	53.1	44.1	55.9
연령별	19~29세	(445)	39.0	61.0	38.3	61.7
	30대	(555)	47.5	52.5	45.5	54.5
	40대	(592)	54.1	45.9	47.9	52.1
	50대	(353)	59.5	40.5	55.3	44.7
	60세 이상	(55)	49.7	50.3	45.9	54.1
혼인여부별	기혼	(1,452)	52.2	47.8	48.4	51.6
	미혼	(548)	43.2	56.8	40.9	59.1
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	33.7	66.3	33.0	67.0
	100~200만원 미만	(83)	46.2	53.8	43.3	56.7
	200~300만원 미만	(332)	47.2	52.8	46.0	54.0
	300~400만원 미만	(419)	48.0	52.0	46.7	53.3
	400~500만원 미만	(467)	50.6	49.4	44.6	55.4
	500만원 이상	(625)	53.6	46.4	48.9	51.1
	소득없음/무응답	(57)	38.4	61.6	39.4	60.6

남자

여자

알고 있음      모름

[ 그림 4-76 ] 성별 ‘캠핑장 화재보험책임보험 가입의무’ 인지도 (단위 : %)

남자

여자

알고 있음      모름

[ 그림 4-77 ] 성별 ‘등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영’ 인지도 (단위 : %)

19~29세

61.0

30대

52.5

40대

45.9

50대

40.5

60세 이상

50.3

알고 있음      모름

[ 그림 4-78 ] 연령대별 ‘캠핑장 화재보험책임보험 가입의무’ 인지도 (단위 : %)

19~29세

61.7

30대

54.5

40대

52.1

50대

44.7

60세 이상

54.1

알고 있음      모름

[ 그림 4-79 ] 연령대별 ‘등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영’ 인지도 (단위 : %)

기혼	47.8		
미혼	56.8		
	알고 있음	모름	

[ 그림 4-80 ] 혼인 여부별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 인지도 (단위 : %)

기혼	51.6		
미혼	59.1		
	알고 있음	모름	

[ 그림 4-81 ] 혼인 여부별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 (단위 : %)

100만원 미만	66.3		
100~200만원 미만	53.8		
200~300만원 미만	52.8		
300~400만원 미만	52		
400~500만원 미만	49.4		
500만원 이상	46.4		
소득없음/무응답	61.6		
	알고 있음	모름	

[ 그림 4-82 ] 월 가구 소득별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 인지도 (단위 : %)

100만원 미만	67.0		
100~200만원 미만	56.7		
200~300만원 미만	54.0		
300~400만원 미만	53.3		
400~500만원 미만	55.4		
500만원 이상	51.1		
소득없음/무응답	60.6		
	알고 있음	모름	

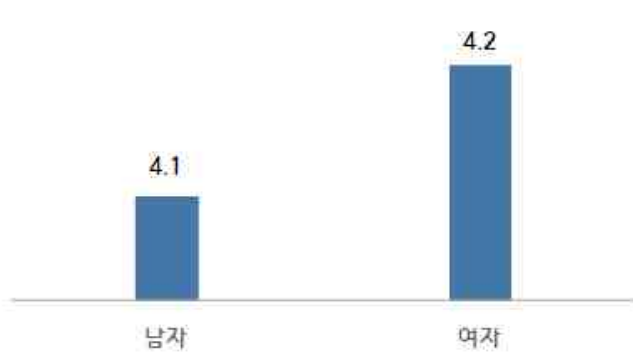
[ 그림 4-83 ] 월 가구 소득별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 (단위 : %)

(2) 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 평가

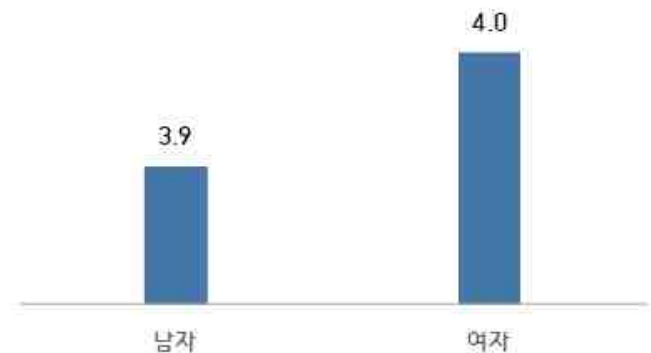
- 성별 캠핑 관련 정책 평가를 살펴보면, '여성'이 두 개의 정책에 대한 평가점수가 각각 4.2점, 4점으로 '남자'보다 조금 더 높게 나타남
- 연령대별 캠핑 관련 정책 평가를 살펴보면, '캠핑장 화재배상책임보험 가입의무'에 대해서는 '40대'가 4.2점으로 가장 높게 평가하였으며, '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영'에 대해서는 '40대'와 '50대', '60세 이상'이 4점으로 가장 높게 평가함
- 혼인 여부별 캠핑 관련 정책 평가를 살펴보면, '기혼'이 두 개의 정책에 대한 평가점수가 각각 4.2점, 4점으로 '미혼'보다 더 높게 나타남
- 월 가구 소득별 캠핑 관련 정책 평가를 살펴보면, '캠핑장 화재배상책임보험 가입의무'에 대해서는 '100만원 미만', '400~500만원 미만', '500만원 이상'이 4.2점으로 가장 높게 평가하였으며, '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영'에 대해서는 '100만원 미만' 계층이 4.1점으로 가장 높게 평가함

[ 표 4-54 ] 응답자 특성별 캠핑 관련 정책 평가

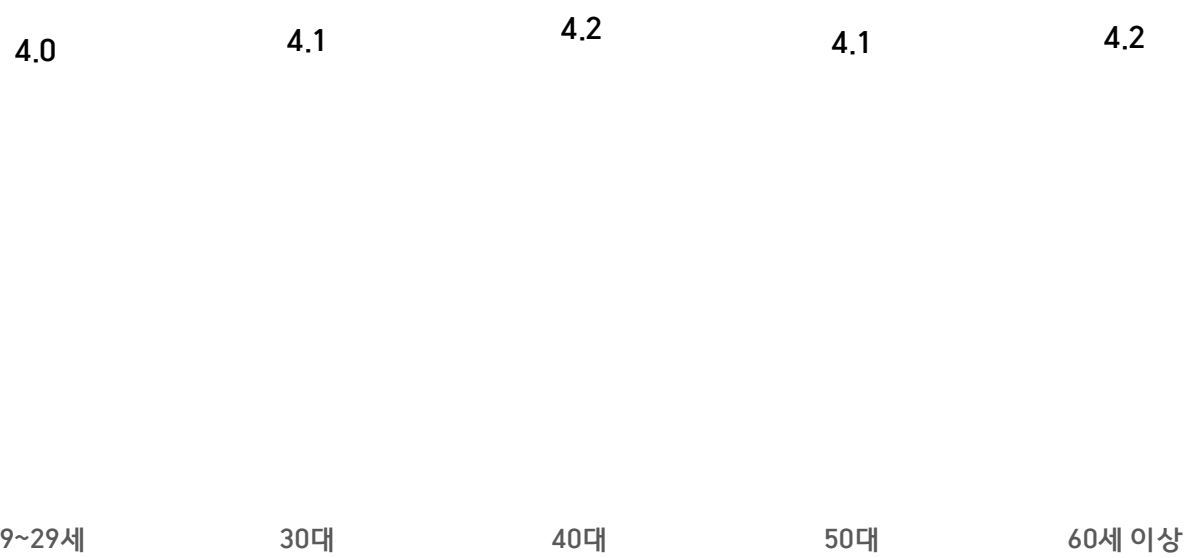
구분		사례수(명)	캠핑장 화재배상책임보험 가입의무				등록야영장 안내 정보망 '고캠핑' 운영			
			구성비(%)			평균	구성비(%)			평균
			그렇지 않다	보통	그렇다		그렇지 않다	보통	그렇다	
전체		(2,000)	2.5	20.3	77.2	4.1	3.3	27.5	69.3	4.0
성별	남자	(1,125)	3.1	20.5	76.4	4.1	3.8	29.0	67.2	3.9
	여자	(875)	1.7	20.2	78.2	4.2	2.6	25.5	71.9	4.0
연령별	19~29세	(445)	1.4	27.2	71.4	4.0	1.7	31.7	66.6	3.9
	30대	(555)	3.0	23.5	73.4	4.1	4.4	31.2	64.4	3.9
	40대	(592)	2.2	14.7	83.0	4.2	4.0	22.6	73.4	4.0
	50대	(353)	3.2	16.7	80.1	4.1	2.2	24.6	73.2	4.0
	60세 이상	(55)	3.7	16.6	79.8	4.2	3.7	26.2	70.1	4.0
혼인여부별	기혼	(1,452)	2.6	17.6	79.8	4.2	3.4	25.3	71.3	4.0
	미혼	(548)	2.2	27.6	70.1	4.0	3.0	33.0	64.0	3.9
월가구 소득별	100만원 미만	(17)	0.0	32.7	67.3	4.2	0.0	38.2	61.8	4.1
	100~200만원 미만	(83)	2.5	42.6	54.8	3.7	2.4	44.6	52.9	3.7
	200~300만원 미만	(332)	2.2	26.9	70.9	4.0	2.0	29.1	69.0	4.0
	300~400만원 미만	(419)	2.2	18.3	79.5	4.1	4.2	25.1	70.7	4.0
	400~500만원 미만	(467)	1.7	15.6	82.8	4.2	3.8	24.3	71.9	4.0
	500만원 이상	(625)	3.6	17.6	78.9	4.2	3.3	26.6	70.1	4.0
	소득없음/무응답	(57)	1.8	30.8	67.4	4.0	1.8	42.8	55.5	3.8



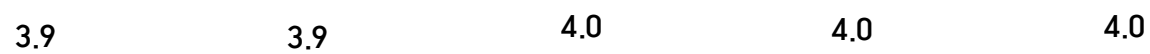
[ 그림 4-84 ] 성별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 (단위 : 점)



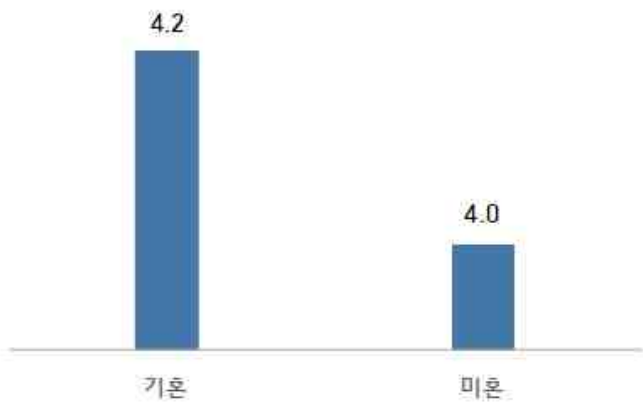
[ 그림 4-85 ] 성별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 (단위 : 점)



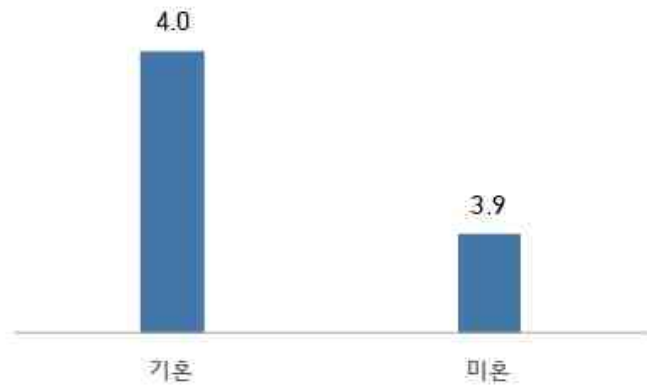
[ 그림 4-86 ] 연령대별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 (단위 : 점)



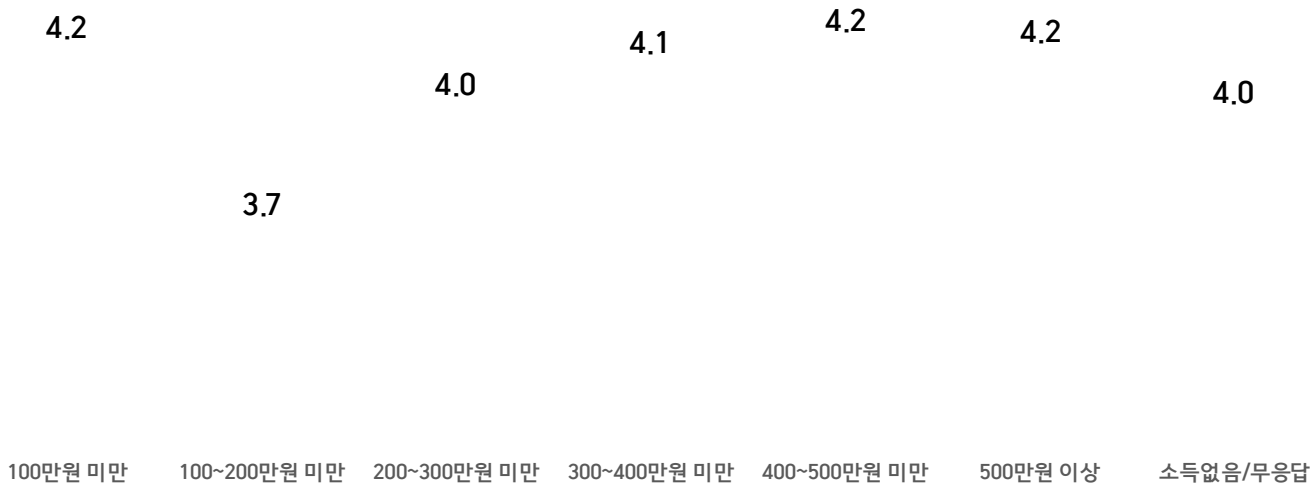
[ 그림 4-87 ] 연령대별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 (단위 : 점)



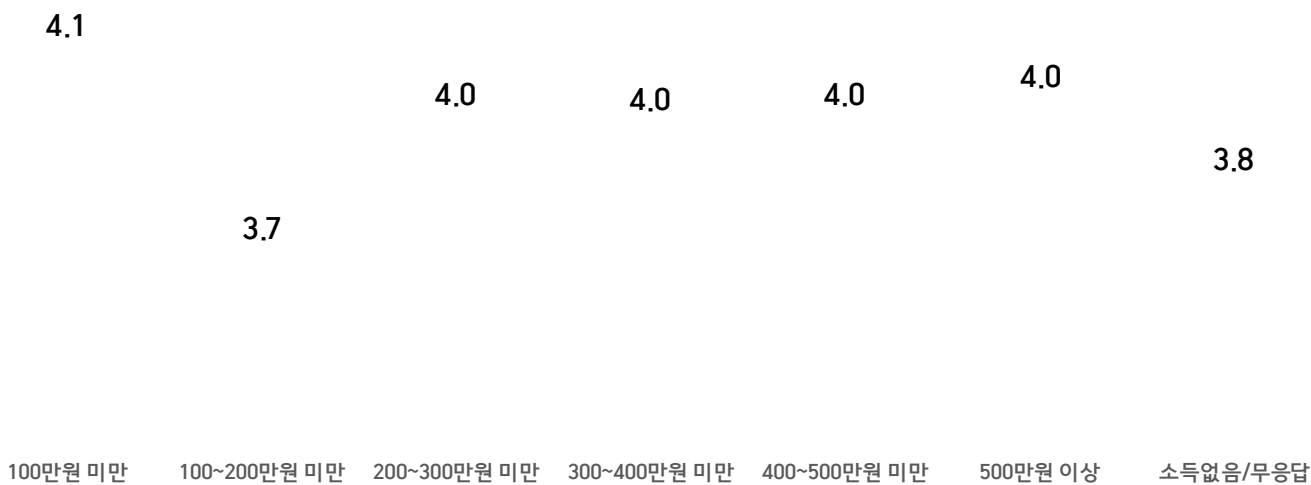
[ 그림 4-88 ] 혼인 여부별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 (단위 : 점)



[ 그림 4-89 ] 혼인 여부별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 (단위 : 점)



[ 그림 4-90 ] 월 가구 소득별 '캠핑장 화재보험책임보험 가입의무' 평가점수 (단위 : 점)



[ 그림 4-91 ] 월 가구 소득별 '등록야영장 안내 정보망 고캠핑 운영' 인지도 (단위 : 점)





05

캠핑장 운영  
실태조사



## 1. 조사의 필요성 및 목적

### 1) 조사의 필요성

- ▶ 캠핑장 운영의 경제적 규모 파악의 필요성
  - 전 세계적으로 캠핑산업이 크게 성장하고 있으며, 국내의 경우 캠핑장이 급속히 증가한 상황임
  - 캠핑장 운영에 대한 파악이 미비한 상태로, 산업 측면 활성화를 위해서 캠핑장의 경제적 규모를 파악할 필요가 있음
- ▶ 캠핑장 보유 시설 파악의 필요성
  - 아직 캠핑장이 보유한 시설에 대한 파악이 부족한 상태이며, 이에 지속적인 조사가 수행될 필요가 있음
  - 현재 캠핑장이 보유한 시설이 고객의 요구와 선호도 측면에서 만족하는 시설을 보유하고 있는지, 안전에 필요한 시설을 보유하고 있는지 등을 파악할 필요가 있음
- ▶ 캠핑장 운영의 전반적인 실태조사를 통한 현황 자료 마련
  - 캠핑장의 실태를 파악함으로써 우리나라 캠핑장의 현황을 확인할 수 있는 자료 마련
  - 캠핑장 운영의 지속적인 발전을 위한 마케팅 활용에 필요한 기초자료 확보

### 2) 조사의 목적

- ▶ 본 조사의 목적은 캠핑장의 운영 및 시설현황을 파악하는 것으로서 세부 목적은 다음과 같음
  - 캠핑장의 종사자 수 및 매출액을 조사함으로써 캠핑장의 경제적 규모 파악
  - 캠핑장의 주요 편의시설, 운동시설, 안전시설, 기타시설 등을 포함한 보유시설의 현황파악

## 2. 조사의 범위 및 방법

### 1) 조사의 범위

- ▶ 캠핑 운영현황(실적)
  - 사업체 명, 종업원 수(상용직, 일용직), 연간 총매출액, 사이트 매출액, 부대업장 매출액, 연간 총판매 사이트
- ▶ 시설보유 현황: 편의시설, 운동시설, 안전시설, 기타시설
  - 편의시설: 관리동, 화장실, 샤워실, 분리수거장, 전기시설, 식수대, 매점, Wi-Fi, 주차장, 공동취사장, 데크사이트, 바비큐시설, 피크닉테이블, 의무실, 식당카페, 장애인편의시설 등
  - 운동시설: 체육시설, 수영장, 운동장 등
  - 안전시설: CCTV, 자동제세동기, 대피시설 등
  - 기타시설: 산책로, 숲속쉼터, 캠프파이어, 도서관 등

### 2) 조사의 방법

- ▶ 운영자 조사는 2단계(1차 모집단 기초조사 · 2차 표본조사)로 구분하여 조사
  - 온라인 설문 조사, 현장 조사 및 유선 조사 등 병행
  - 성실한 응답을 위한 답례품 증정
- ▶ 1차 조사 / 모집단 기초조사
  - 2019년 기준 한국관광공사의 고캠핑 홈페이지에 등록된 2,452개의 캠핑장 데이터를 기준으로 2달 동안 홈페이지 및 블로그 등을 대상으로 주요 자료(아래 사항) 확인 및 보완하였음
  - 모집단 기초조사는 2020년 7월 27일부터 2020년 8월 6일까지 11일 동안 홈페이지 검색, 전화 등을 통해 자료를 수집함
  - 1차 조사결과 조사기간(2019년 1월 1일 ~ 2019년 12월 31일) 동안 정상 영업을 수행한 캠핑장 2,233개를 조사대상 모집단으로 선정하였으며, 219개의 캠핑장은 조사기간 이외 등록되었거나, 폐업 또는 휴업 등을 이유로 더 이상의 조사 진행이 불가능하여 제외하였음
  - 1차 조사 항목은 캠핑장명, 소재지(광역시·군), 홈페이지, 연락처(유선·무선), 운영사이트(일반·글램핑·카라반 구분), 운영방식(공공·민간)으로 구성함
    - \* 운영사이트(일반·글램핑·카라반 구분)의 경우, 해당 캠핑장이 보유한 사이트 중 가장 많은 사이트 형태를 기준으로 함
- ▶ 2차 조사 / 표본조사
  - 2019 표본 수는 모집단 2,233개에서 표본의 유효성 및 설명력 증대 등을 위하여 모집단 비율에 준하여 권역별·규모별로 200개를 선정함
  - 표본 설문조사는 2020년 10월 15일~10월 28일까지 13일 동안 전화, 메일, 온라인 조사 등을 병행하여 실시함
  - 표본 설문 시 성실한 응답을 위한 답례품으로 기프티콘 증정
  - 2차 표본조사 항목은 캠핑장명, 소재지(광역시·군), 응답자 성명, 연락처, 매출액(사이트 매출액, 부대 매출액), 일상용직, 총판매사이트 수로 구성

### 3. 모집단 및 표본조사

#### 1) 목표모집단과 조사모집단

- 목표모집단은 본 연구의 관심대상인 전국의 캠핑장이나 그 목표 모집단과 특성이 유사하여 이를 잘 대변하며 실제 조사가 가능한 캠핑장을 조사모집단으로 선정하고자 함
- 목표모집단 외에 조사모집단을 선정한 이유는, 캠핑장은 원래 영업개시 시 지자체에 등록해야 하나 현재 다수의 미등록 업체가 존재하고 있는 실정임
- 그러나 이러한 미등록 업체에 관한 정보는 획득하기 어렵고 무엇보다도 등록업체에 대한 현황파악이 우선적으로 처리되어야 하므로 본 연구에서는 지자체에 등록된 합법적인 캠핑장만을 조사모집단(이하 모집단)으로 선정하게 된 것임
- 2019년 12월 31일 현재 캠핑운영자 모집단은 한국관광공사 공식 홈페이지 '고캠핑(GO CAMPING)'에 등록된 모든 업체로 총 2,452개이나, 조사 대상기간(2019년 1월 1일 ~ 2019년 12월 31일)에 정상적으로 영업을 행한 2,233개 업체를 모집단으로 선정함(2019년 이후 등록 및 폐업 업체 제외)
- 2019 기준 조사모집단 분석결과, 총 2,233개로 수도권 611개(27.4%), 강원권 456개(20.4%), 충청권 355개(15.9%), 호남권 286개(12.8%), 대경권 264개(11.8%), 동남권 261개(11.7%)의 순으로 높게 나타남
- 2019 모집단의 권역별 캠핑장 현황은 [표 5-1], [그림 5-1]과 같음

[ 표 5-1 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별 캠핑장 현황

(단위 : 개, %)

구분	2019	
	모집단 수	비율
전체	2,233	100.0
수도권	611	27.4
충청권	355	15.9
호남권	286	12.8
대경권	264	11.8
동남권	261	11.7
강원권	456	20.4

[ 그림 5-1 ] 2019 모집단의 권역별 캠핑장 현황 (단위 : %)

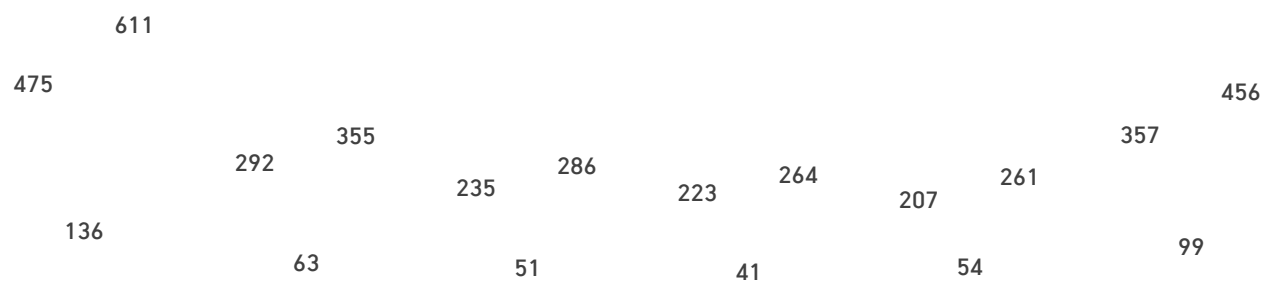
- ▶ 2019 모집단의 권역별·규모별 캠핑장 현황은 다음 [표 5-2], [그림 5-2]와 같음

[ 표 5-2 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	소규모		중·대규모		전체	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	1,789	100.0	444	100.0	2,233	100.0
수도권	475	26.6	136	30.6	611	27.4
충청권	292	16.3	63	14.2	355	15.9
호남권	235	13.1	51	11.5	286	12.8
대경권	223	12.5	41	9.2	264	11.8
동남권	207	11.6	54	12.2	261	11.7
강원권	357	20.0	99	22.3	456	20.4

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-2 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 현황 (단위 : 개)

## 2) 표본 설계 방법

### (1) 표본 추출 기준

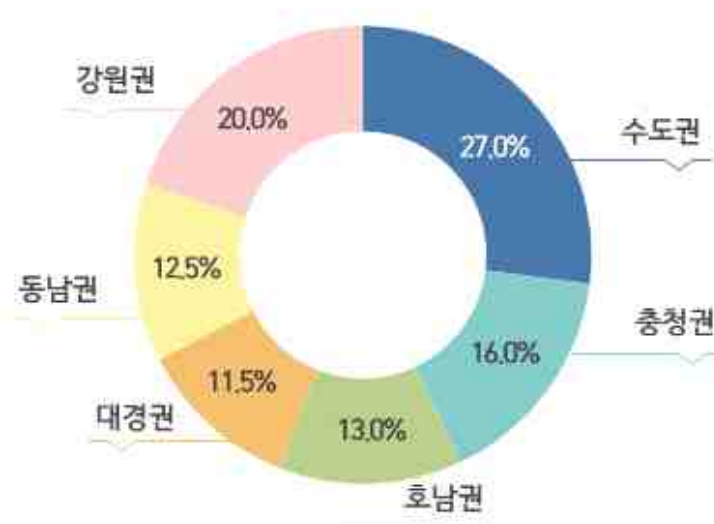
- 전문가들의 의견 및 연구진 회의 결과 지역과 규모에 따라 운영방식이 차이가 있을 것이라 판단에 따라 표본의 유의성을 높이기 위하여 '권역에 의한 구별'과 '규모에 의한 구별'을 기준으로 200개의 표본을 추출함
- ▶ 첫 번째 기준 '권역별 구분'
  - 캠핑장은 지자체에서 등록 및 관리하고 있으며, 캠핑장의 운영행태도 지역별 차이가 있을 것이라는 전문가의 의견을 반영하여, 국내에서 지역을 구분하는 데 적합한 '권역별 구분'을 적용하는 것이 타당하다고 사료됨
  - 한국은행 지역경제보고서(2017.06)에 의하면 전국을 수도권, 동남권, 충청권, 호남권, 대경권, 강원권, 제주권의 7개의 경제권역으로 구분하고 있는데, 제주권의 경우 특별자치도로서 경제권역에서는 구분의 실익이 있으나 캠핑운영측면에서는 규모면에서 큰 의미를 주지 못하므로 호남권에 포함하였음
  - 또한, 상기 근거를 바탕으로 작년도 기 작성된 '2018 캠핑산업현황 통계조사 보고서' 내 권역분류의 기준을 준용하여 본 연구에서도 6개의 경제권역(수도권, 동남권, 충청권, 호남권, 대경권, 강원권)으로 구분함
- ▶ 두 번째 기준 '보유 사이트 규모'
  - 현재 등록된 업체는 보유 사이트를 기준으로 할 때, 최소 1개(마레보 카라반)부터 522개(자라섬 캠핑장)로 다양함
  - 이들을 동일한 사업체로 볼 수 없으므로 '보유 사이트 규모'에 의한 기준을 포함하는 것이 타당하다고 사료됨
  - 따라서 본 연구에서는 전문가 자문 및 캠핑운영자 의견을 참고하여 보유사이트 기준을 설정하였고, 기준 소규모사이트의 경우 1~49사이트, 중·대규모 사이트의 경우 50사이트 이상으로 구분하였음
  - 2019 조사 표본은 총 200개로 수도권이 54개(27.0%), 강원권이 40개(20.0%), 충청권이 32개(16.0%), 호남권이 26개(13.0%), 동남권이 25개(12.5%), 대경권이 23개(11.5%)의 순으로 나타남
  - 2019 캠핑장 표본의 권역별 현황은 다음 [표 5-3], [그림 5-3]과 같음

[ 표 5-3 ] 2019 캠핑장 표본의 권역별 표본 배분 현황

(단위 : 개, %)

구분	2019		순위
	표본 수	비율	
전체	200	100.0	-
수도권	54	27.0	1
충청권	32	16.0	3
호남권	26	13.0	4
대경권	23	11.5	6
동남권	25	12.5	5
강원권	40	20.0	2

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-3 ] 2019 캠핑장 표본의 권역별 표본 배분 현황 (단위 : %)

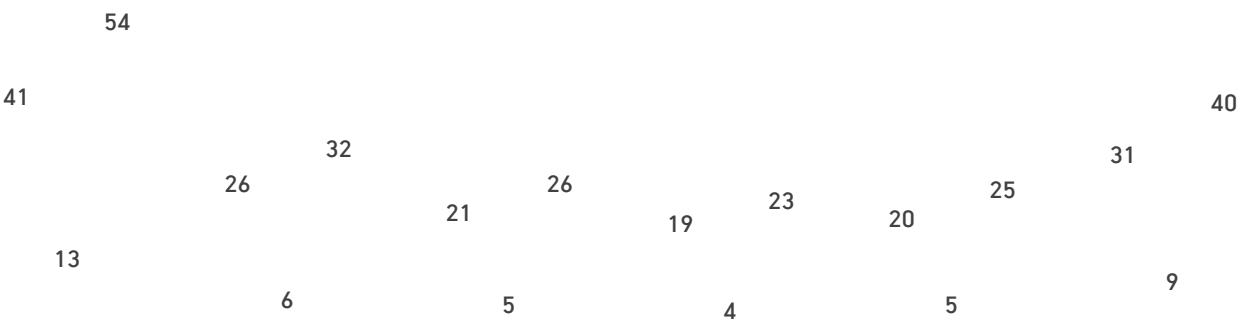
▶ 2019 표본의 권역별·규모별 캠핑장 표본 현황은 다음 [표 5-4], [그림 5-4]와 같음

[ 표 5-4 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 표본 배분 현황

(단위 : 개, %)

구분	소규모		중·대규모		전체	
	표본 수	비율	표본 수	비율	표본 수	비율
전체	158	100.0	42	100.0	200	100.0
수도권	41	25.9	13	31.0	54	27.0
충청권	26	16.5	6	14.3	32	16.0
호남권	21	13.3	5	11.9	26	13.0
대경권	19	12.0	4	9.5	23	11.5
동남권	20	12.7	5	11.9	25	12.5
강원권	31	19.6	9	21.4	40	20.0

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-4 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 표본 배분 현황 (단위 : 개)



## 3) 모집단 추정을 위한 표본 추출

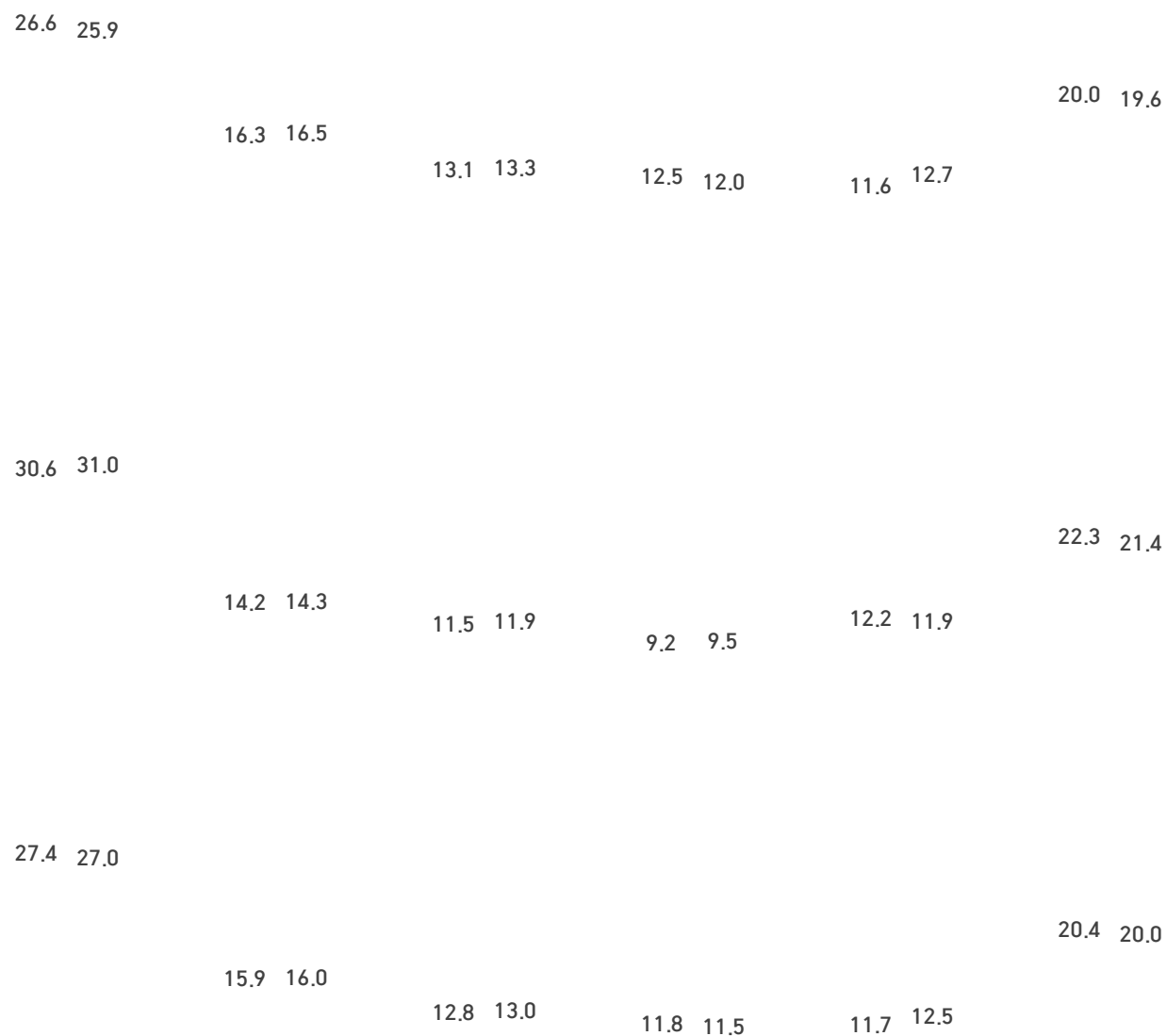
- 조사 대상 모집단 2,233개와 표본 200개의 권역별·규모별 비율이 적절히 분포된 것을 확인함
- 이로써 본 연구의 표본은 모집단을 추정하는데 적합하다고 판단됨
- 조사 대상 캠핑장의 모집단·표본의 권역별·규모별 비율 현황은 다음 [표 5-5], [그림 5-5]와 같음

[ 표 5-5 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단·표본의 권역별·규모별 비율 현황

(단위 : %)

구분	소규모		중·대규모		전체	
	모집단	표본	모집단	표본	모집단	표본
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
수도권	26.6	25.9	30.6	31.0	27.4	27.0
충청권	16.3	16.5	14.2	14.3	15.9	16.0
호남권	13.1	13.3	11.5	11.9	12.8	13.0
대경권	12.5	12.0	9.2	9.5	11.8	11.5
동남권	11.6	12.7	12.2	11.9	11.7	12.5
강원권	20.0	19.6	22.3	21.4	20.4	20.0

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-5 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단·표본의 권역별·규모별 비율 현황 (단위 : %)

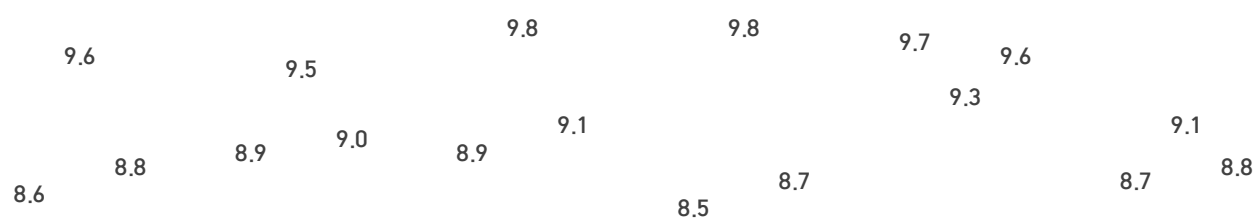
- 조사 대상 캠핑장의 모집단-표본의 권역별·규모별 분석결과 소규모 8.8%, 중·대규모 9.5%, 전체 9.0%로 분포하고 있음
- 이러한 결과 또한 표본을 통한 모집단 추정할 수 있을 것이라는 근거가 될 수 있음
- 2019 모집단-표본의 권역별·규모별 현황은 다음 [표 5-6], [그림 5-6]과 같음

[ 표 5-6 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단·표본의 권역별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	소규모		중·대규모		전체	
	(n/N)	비율	(n/N)	비율	(n/N)	비율
전체	158/1789	8.8	42/444	9.5	200/2,233	9.0
수도권	41/475	8.6	13/136	9.6	54/611	8.8
충청권	26/292	8.9	6/63	9.5	32/355	9.0
호남권	21/235	8.9	5/51	9.8	26/286	9.1
대경권	19/223	8.5	4/41	9.8	23/264	8.7
동남권	20/207	9.7	5/54	9.3	25/261	9.6
강원권	31/357	8.7	9/99	9.1	40/456	8.8

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-6 ] 2019 조사 대상 캠핑장 모집단·표본의 권역별·규모별 현황 (단위 : %)

#### 4) 분석의 방법

- ▶ SPSS 통계 Package 및 MS-Excel을 활용하였음
- ▶ 빈도 분석, 기술통계 분석, 교차분석, 다중반응 빈도 분석, 다중반응 교차분석을 사용해 분석하였음

## 4. 분석 결과

### 1) 모집단 분석

#### (1) 전국

##### ▶ 전국 권역별 분석

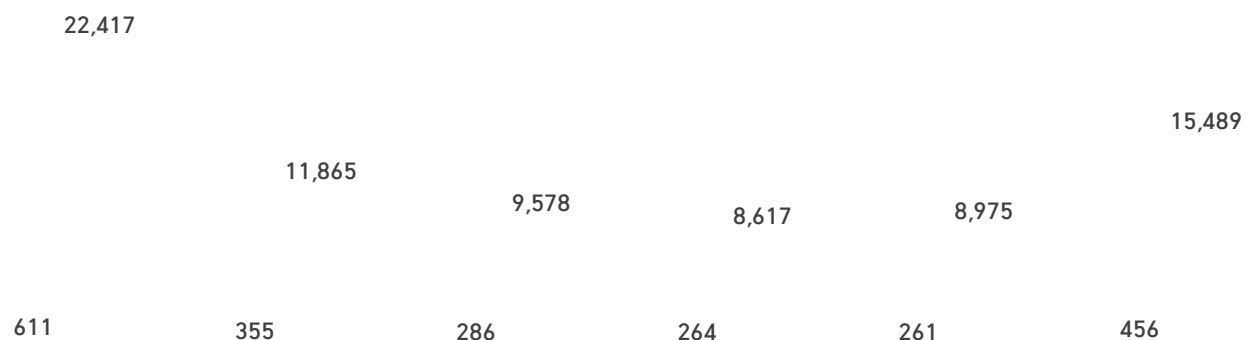
- 2019 조사도 2018 조사와 동일하게 전국을 6개 권역(수도권, 충청권, 호남권, 대경권, 동남권, 강원권)으로 구분하여 분석함
- 2019 조사대상 모집단 2,233개
  - 2019.12.31. 기준 고캠핑 등록업체 수 2,452개에서 조사기간(2019.1.1.~2019.12.31)외 등록업체 및 폐업 등으로 확인 불가업체 219개 제외
- 2019 조사대상 모집단을 권역별로 살펴보면
  - 수도권 캠핑장 611개(27.4%), 22,417사이트(29.1%)
  - 충청권 캠핑장 355개(15.9%), 11,865사이트(15.4%)
  - 호남권 캠핑장 286개(12.8%), 9,578사이트(12.4%)
  - 대경권 캠핑장 264개(11.8%), 8,617사이트(11.2%)
  - 동남권 캠핑장 261개(11.7%), 8,975사이트(11.7%)
  - 강원권 캠핑장 456개(20.4%), 15,489사이트(20.1%)로 나타남
- 2019 모집단의 캠핑장 수, 사이트 수에 대한 권역별 현황은 다음 [표 5-7], [그림 5-7]과 같음

[ 표 5-7 ] 2019 캠핑장 모집단의 캠핑장 수, 사이트 수 권역별 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트		순위(캠핑장)
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	
전체	2,233	100.0	76,941	100.0	-
수도권	611	27.4	22,417	29.1	1
충청권	355	15.9	11,865	15.4	3
호남권	286	12.8	9,578	12.4	4
대경권	264	11.8	8,617	11.2	5
동남권	261	11.7	8,975	11.7	6
강원권	456	20.4	15,489	20.1	2

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-7 ] 2019 캠핑장 모집단의 캠핑장 수, 사이트 수 권역별 현황 (단위 : 개)

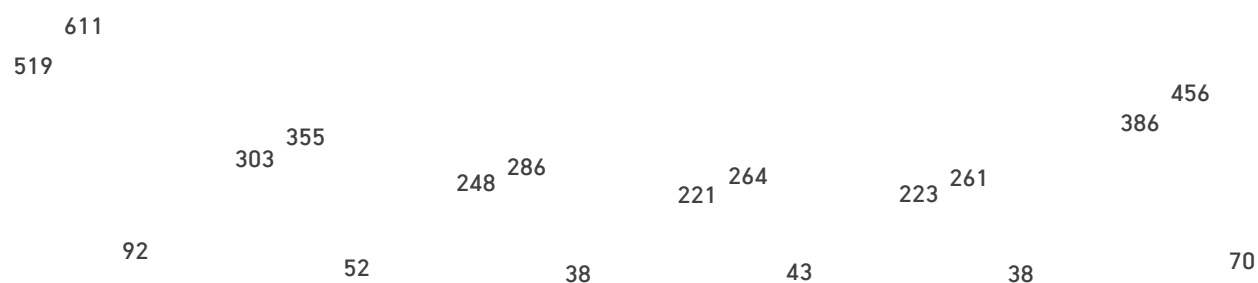
- 2018~2019 권역별로 구분하여 캠핑장 수의 변화를 살펴보면
  - 전체 2018년 1,900개에서 2019년 2,233개로 333개(17.5%) 증가
  - 수도권 2018년 519개(27.3%)에서 2019년 611개(27.4%)로 92개(17.7%) 증가
  - 충청권 2018년 303개(15.9%)에서 2019년 355개(15.9%)로 52개(17.2%) 증가
  - 호남권 2018년 248개(13.1%)에서 2019년 286개(12.8%)로 38개(15.3%) 증가
  - 대경권 2018년 221개(11.6%)에서 2019년 264개(11.8%)로 43개(19.5%) 증가
  - 동남권 2018년 223개(11.7%)에서 2019년 261개(11.7%)로 38개(17.0%) 증가
  - 강원권 2018년 386개(20.3%)에서 2019년 456개(20.4%)로 70개(18.1%) 증가
  - 분석결과 모든 권역이 증가한 것으로 나타남
- 2018~2019 모집단 캠핑장의 권역별 변화 현황은 다음 [표 5-8], [그림 5-8]과 같음

[ 표 5-8 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 변화 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	1,900	100.0	2,233	100.0	333	17.5
수도권	519	27.3	611	27.4	92	17.7
충청권	303	15.9	355	15.9	52	17.2
호남권	248	13.1	286	12.8	38	15.3
대경권	221	11.6	264	11.8	43	19.5
동남권	223	11.7	261	11.7	38	17.0
강원권	386	20.3	456	20.4	70	18.1

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-8 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 변화 현황 (단위 : 개)

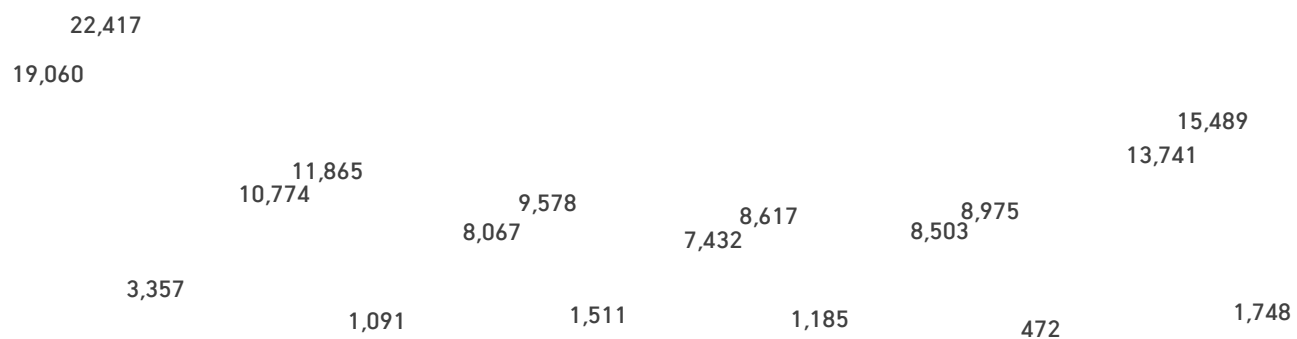
- 2018~2019 권역별로 구분하여 사이트 수의 변화를 살펴보면
  - 전체 2018년 67,577개에서, 2019년 76,941개로 9,364개(13.9%) 증가
  - 수도권 2018년 19,060개(28.2%)에서 2019년 22,417개(29.1%)로 3,357개(17.6%) 증가
  - 충청권 2018년 10,774개(15.9%)에서 2019년 11,865개(15.4%)로 1,091개(10.1%) 증가
  - 호남권 2018년 8,067개(11.9%)에서 2019년 9,578개(12.4%)로 1,511개(18.7%) 증가
  - 대경권 2018년 7,432개(11.0%)에서 2019년 8,617개(11.2%)로 1,185개(15.9%) 증가
  - 동남권 2018년 8,503개(12.6%)에서 2019년 8,975개(11.7%)로 472개(5.6%) 증가
  - 강원권 2018년 13,741개(20.3%)에서 2019년 15,489개(20.1%)로 1,748개(12.7%) 증가
  - 분석결과 모든 권역이 증가한 것으로 나타남
- 2018~2019 모집단 사이트의 권역별 변화 현황은 다음 [표 5-9], [그림 5-9]와 같음

[ 표 5-9 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 권역별 변화 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	67,577	100.0	76,941	100.0	9,364	13.9
수도권	19,060	28.2	22,417	29.1	3,357	17.6
충청권	10,774	15.9	11,865	15.4	1,091	10.1
호남권	8,067	11.9	9,578	12.4	1,511	18.7
대경권	7,432	11.0	8,617	11.2	1,185	15.9
동남권	8,503	12.6	8,975	11.7	472	5.6
강원권	13,741	20.3	15,489	20.1	1,748	12.7

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-9 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 권역별 변화 현황 (단위 : 개)

## (2) 전국 지역별 분석

- 전국을 17개 지역(서울, 경기, 인천, 대전, 세종, 충북, 충남, 광주, 전북, 전남, 제주, 경북, 대구, 경남, 부산, 울산, 강원)으로 구분하여 분석하였음
- 2019 지역별로 캠핑장 수를 구분하여 살펴보면, 경기도가 542개(24.3%)로 가장 많은 캠핑장을 보유하고 있으며, 이어서 강원 456개(20.4%), 경북 249개(11.2%), 경남 228개(10.2%), 충남 183개(8.2%), 충북 160개(7.2%), 전남 132개(5.9%), 전북 110개(4.9%), 인천 62개(2.8%), 제주 40개(1.8%), 울산 20개(0.9%), 대구 15개(0.7%), 부산 13개(0.6%), 서울 7개(0.3%), 대전 7개(0.3%), 세종 5개(0.2%), 광주 4개(0.2%)의 순으로 나타남
- 2019 지역별로 사이트 수를 구분하여 살펴보면, 경기도가 19,899개(25.9%)로 가장 많은 사이트수를 보유하고 있으며, 이어서 강원 15,489개(20.1%), 경북 8,225개(10.7%), 경남 7,803개(10.1%), 충남 6,065개(7.9%), 충북 5,383개(7.0%), 전북 4,713개(6.1%), 전남 4,092개(5.3%), 인천 1,988개(2.6%), 울산 637개(0.8%), 제주 628개(0.8%), 부산 535개(0.7%), 서울 530개(0.7%), 대구 392개(0.5%), 세종 233개(0.3%), 대전 184개(0.2%), 광주 145개(0.2%)의 순으로 나타남
- 2019 모집단의 지역별 캠핑장 및 사이트 수 현황은 다음 [표 5-10], [그림 5-10]과 같음

[ 표 5-10 ] 2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 및 사이트 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트		순위(캠핑장)
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	
전체	2,233	100.0	76,941	100.0	-
서울	7	0.3	530	0.7	14
경기	542	24.3	19,899	25.9	1
인천	62	2.8	1,988	2.6	9
대전	7	0.3	184	0.2	14
세종	5	0.2	233	0.3	16
충북	160	7.2	5,383	7.0	6
충남	183	8.2	6,065	7.9	5
광주	4	0.2	145	0.2	17
전북	110	4.9	4,713	6.1	8
전남	132	5.9	4,092	5.3	7
제주	40	1.8	628	0.8	10
경북	249	11.2	8,225	10.7	3
대구	15	0.7	392	0.5	12
경남	228	10.2	7,803	10.1	4
부산	13	0.6	535	0.7	13
울산	20	0.9	637	0.8	11
강원	456	20.4	15,489	20.1	2

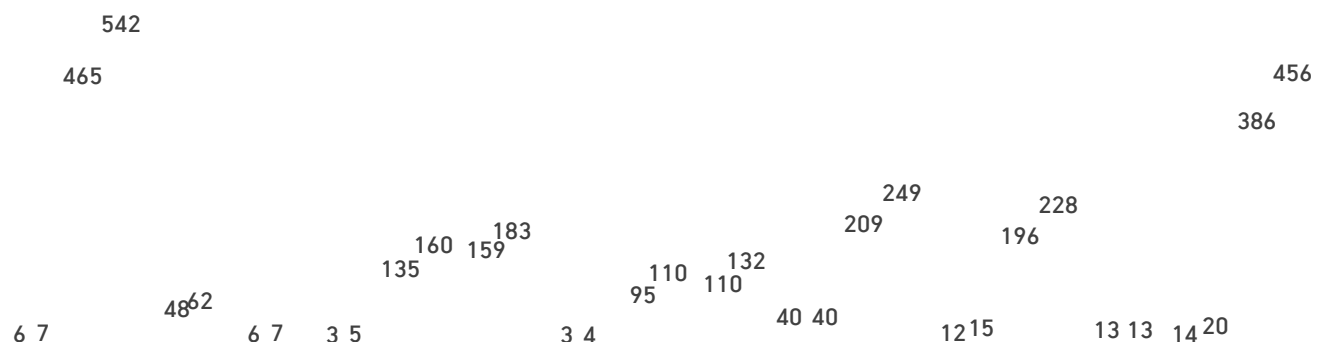
[ 그림 5-10 ] 2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 및 사이트 현황 (단위 : %)

- 2018~2019 지역별로 구분하여 캠핑장 수의 변화를 살펴보면
  - 서울 2018년 6개(0.3%)에서, 2019년 7개(0.3%)로 1개(16.7%) 증가
  - 경기 2018년 465개(24.5%)에서, 2019년 542개(0.3%)로 77개(16.6%) 증가
  - 인천 2018년 48개(2.5%)에서 2019년 62개(2.8%)로 14개(29.2%) 증가
  - 대전 2018년 6개(0.3%)에서 2019년 7개(0.3%)로 1개(16.7%) 증가
  - 세종 2018년 3개(0.2%)에서 2019년 5개(0.2%)로 2개(66.7%) 증가
  - 충북 2018년 135개(7.1%)에서 2019년 160개(7.2%)로 25개(18.5%) 증가
  - 충남 2018년 159개(8.4%)에서 2019년 183개(8.2%)로 24개(15.1%) 증가
  - 광주 2018년 3개(0.2%)에서 2019년 4개(0.2%)로 1개(33.3%) 증가
  - 전북 2018년 95개(5.0%)에서 2019년 110개(4.9%)로 15개(15.8%) 증가
  - 전남 2018년 110개(5.8%)에서 2019년 132개(5.9%)로 22개(20.0%) 증가
  - 제주 2018년 40개(2.1%)에서 2019년 40개(1.8%)로 유지
  - 경북 2018년 209개(11.0%)에서 2019년 249개(11.2%)로 40개(19.1%) 증가
  - 대구 2018년 12개(0.6%)에서 2019년 15개(0.7%)로 3개(25.0%) 증가
  - 경남 2018년 196개(10.3%)에서 2019년 228개(10.2%)로 32개(16.3%) 증가
  - 부산 2018년 13개(0.7%)에서 2019년 13개(0.6%)로 유지
  - 울산 2018년 14개(0.7%)에서 2019년 20개(0.9%)로 6개(42.9%) 증가
  - 강원 2018년 386개(20.3%)에서 2019년 456개(20.4%)로 70개(18.1%) 증가
- 2018~2019 모집단의 지역별 캠핑장 변화 현황은 다음 [표 5-11], [그림 5-11]과 같음

[ 표 5-11 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 변화 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	1,900	100.0	2,233	100.0	333	17.5
서울	6	0.3	7	0.3	1	16.7
경기	465	24.5	542	24.3	77	16.6
인천	48	2.5	62	2.8	14	29.2
대전	6	0.3	7	0.3	1	16.7
세종	3	0.2	5	0.2	2	66.7
충북	135	7.1	160	7.2	25	18.5
충남	159	8.4	183	8.2	24	15.1
광주	3	0.2	4	0.2	1	33.3
전북	95	5.0	110	4.9	15	15.8
전남	110	5.8	132	5.9	22	20.0
제주	40	2.1	40	1.8	0	-
경북	209	11.0	249	11.2	40	19.1
대구	12	0.6	15	0.7	3	25.0
경남	196	10.3	228	10.2	32	16.3
부산	13	0.7	13	0.6	0	-
울산	14	0.7	20	0.9	6	42.9
강원	386	20.3	456	20.4	70	18.1



[ 그림 5-11 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 캠핑장 변화 현황 (단위 : 개)

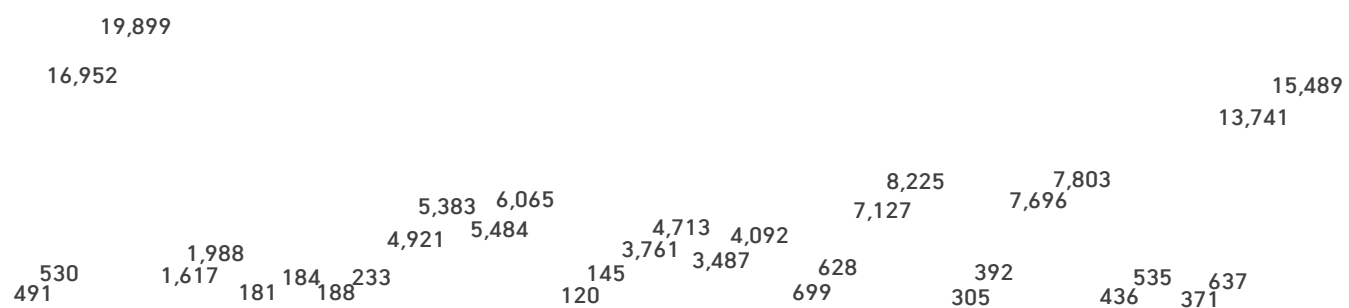


- 2018~2019 지역별로 캠핑장 사이트 수 분석 결과
  - 서울 2018년 491개(0.0%)에서, 2019년 530개(0.7%)로 39개(7.9%) 증가
  - 경기 2018년 16,952개(25.1%)에서, 2019년 19,899개(25.9%)로 2,947개(17.4%) 증가
  - 인천 2018년 1,617개(2.4%)에서 2019년 1,988개(2.6%)로 371개(22.9%) 증가
  - 대전 2018년 181개(0.3%)에서 2019년 184개(0.2%)로 3개(1.7%) 증가
  - 세종 2018년 188개(0.3%)에서 2019년 233개(0.3%)로 45개(23.9%) 증가
  - 충북 2018년 4,921개(7.3%)에서 2019년 5,383개(7.0%)로 462개(9.4%) 증가
  - 충남 2018년 5,484개(8.1%)에서 2019년 6,065개(7.9%)로 581개(10.6%) 증가
  - 광주 2018년 120개(0.2%)에서 2019년 145개(0.2%)로 25개(20.8%) 증가
  - 전북 2018년 3,761개(5.6%)에서 2019년 4,713개(6.1%)로 952개(25.3%) 증가
  - 전남 2018년 3,487개(5.2%)에서 2019년 4,092개(5.3%)로 605개(17.4%) 증가
  - 제주 2018년 699개(1.0%)에서 2019년 628개(0.8%)로 71개(-10.2%) 감소
  - 경북 2018년 7,127개(10.5%)에서 2019년 8,225개(10.7%)로 1,098개(15.4%) 증가
  - 대구 2018년 305개(0.5%)에서 2019년 392개(0.5%)로 87개(28.5%) 증가
  - 경남 2018년 7,696개(11.4%)에서 2019년 7,803개(10.1%)로 107개(1.4%) 증가
  - 부산 2018년 436개(0.6%)에서 2019년 535개(0.7%)로 99개(22.7%) 증가
  - 울산 2018년 371개(0.5%)에서 2019년 637개(0.8%)로 266개(71.7%) 증가
  - 강원 2018년 13,741개(20.3%)에서 2019년 15,489개(20.1%)로 1,748개(12.7%) 증가
- 2018~2019 모집단의 지역별 사이트 변화 현황은 다음 [표 5-12], [그림 5-12]와 같음

[ 표 5-12 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 사이트 변화 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	67,577	100.0	76,941	100.0	9,364	13.9
서울	491	0.7	530	0.7	39	7.9
경기	16,952	25.1	19,899	25.9	2,947	17.4
인천	1,617	2.4	1,988	2.6	371	22.9
대전	181	0.3	184	0.2	3	1.7
세종	188	0.3	233	0.3	45	23.9
충북	4,921	7.3	5,383	7.0	462	9.4
충남	5,484	8.1	6,065	7.9	581	10.6
광주	120	0.2	145	0.2	25	20.8
전북	3,761	5.6	4,713	6.1	952	25.3
전남	3,487	5.2	4,092	5.3	605	17.4
제주	699	1.0	628	0.8	-71	-10.2
경북	7,127	10.5	8,225	10.7	1,098	15.4
대구	305	0.5	392	0.5	87	28.5
경남	7,696	11.4	7,803	10.1	107	1.4
부산	436	0.6	535	0.7	99	22.7
울산	371	0.5	637	0.8	266	71.7
강원	13,741	20.3	15,489	20.1	1,748	12.7



[ 그림 5-12 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 지역별 사이트 변화 현황 (단위 : 개)

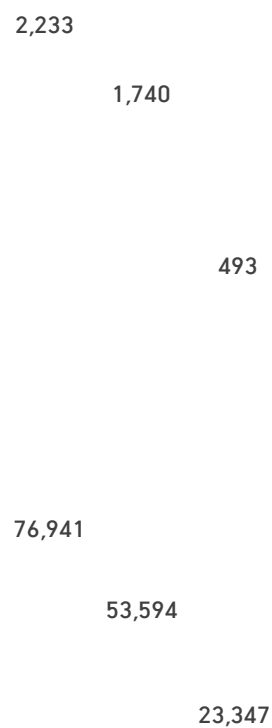
▶ 전국 운영방식 분석

- 전국 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 전국 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 2,233개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 1,740개(77.9%), 공공운영 캠핑장 수는 493개(22.1%)로 나타났음
  - 전체 사이트 수는 76,941개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 55,594개(69.7%), 공공운영 사이트 수는 23,347개(30.3%)로 나타남
- 전국 2019 운영방식별 분석결과 민간 영역이 주를 이루고 있음
- 전국 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-13], [그림 5-13]과 같음

[ 표 5-13 ] 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	2,233	100.0	76,941	100.0
민간운영	1,740	77.9	53,594	69.7
공공운영	493	22.1	23,347	30.3



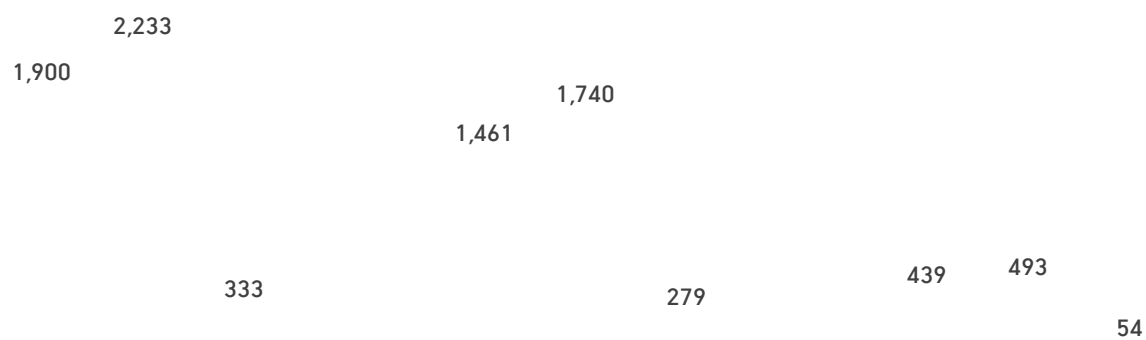
[ 그림 5-13 ] 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 2019 전국 모집단 캠핑장의 운영방식 현황을 살펴본 결과, 총 캠핑장 2,233개(100.0%) 중에서 민간운영은 1,740개(77.9%), 공공운영은 493개(22.1%)로 나타남
- 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 279개(19.1%) 증가, 공공운영에서 54개(12.3%) 증가, 전체적으로 333개(17.5%) 증가로 나타났음
- 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-14], [그림 5-14]와 같음

[ 표 5-14 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	1,900	100.0	2,233	100.0	333	17.5
민간운영	1,461	76.9	1,740	77.9	279	19.1
공공운영	439	23.1	493	22.1	54	12.3



[ 그림 5-14 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

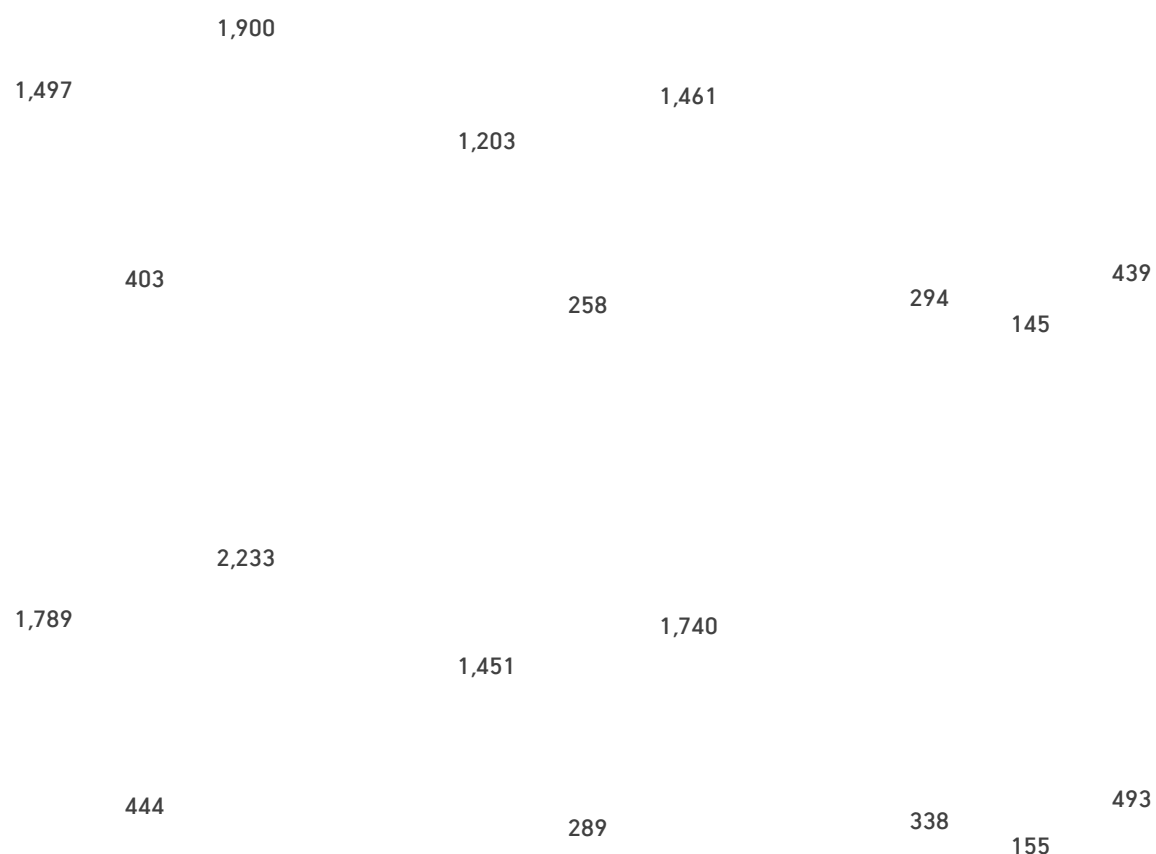
- 2019 전국의 운영방식과 규모를 교차하여 살펴본 결과, 민간의 경우 총 1,740개(100.0%) 중에서 소규모는 1,451개(83.4%), 중·대규모는 338개(60.6%), 공공의 경우 총 493개(100.0%) 중에서 소규모는 338개(68.6%)· 중·대규모는 155개(31.4%)로 나타났다
- 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 279개(19.1%) 증가, 공공운영에서 54개(12.3%) 증가하였음
- 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-15], [그림 5-15]와 같음

[ 표 5-15 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식별·규모별 캠핑장 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	1,497	403	1,900	1,789	444	2,233
	비율	78.8	21.2	100.0	80.1	19.9	100.0
민간운영	모집단 수	1,203	258	1,461	1,451	289	1,740
	비율	82.3	17.7	100.0	83.4	16.6	100.0
공공운영	모집단 수	294	145	439	338	155	493
	비율	67.0	33.0	100.0	68.6	31.4	100.0

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-15 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식별·규모별 캠핑장 현황 (단위 : 개)

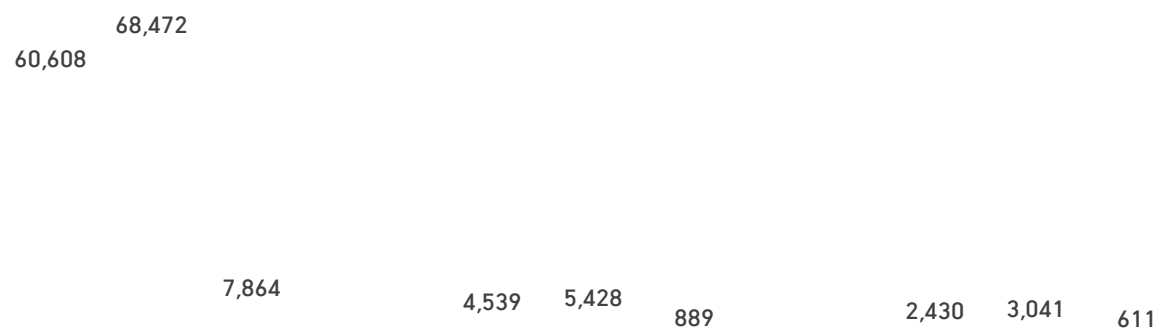
## ▶ 전국 사이트 유형별 분석

- 2019 전국의 사이트 유형별 현황을 살펴본 결과, 총 사이트 76,941개(100.0%) 중에서 일반 사이트 68,472개(89.0%), 글램핑 사이트 5,428개(7.1%), 카라반 사이트 3,041개(4.0%)로 구성되었음
- 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 9,364개(13.9%) 증가, 일반 사이트 7,864개(13.0%) 증가, 글램핑 사이트 889개(19.6%) 증가, 카라반 사이트 611개(25.1%) 증가하였음
- 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-16], [그림 5-16]과 같음

[ 표 5-16 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	67,577	100.0	76,941	100.0	9,364	13.9
일반 사이트	60,608	89.7	68,472	89.0	7,864	13.0
글램핑 사이트	4,539	6.7	5,428	7.1	889	19.6
카라반 사이트	2,430	3.6	3,041	4.0	611	25.1



[ 그림 5-16 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)

▶ 2019 모집단 사이트의 유형별 규모별 교차분석 결과

- 일반 사이트의 경우 총 68,472개(100.0%) 중에서 소규모 31,701개(46.3%), 중·대규모 36,771개(53.7%)로 구성
- 글램핑 사이트의 경우 총 5,428개(100.0%) 중에서 소규모 4,977개(91.7%), 중·대규모 451개(8.3%)로 구성
- 카라반 사이트의 경우 총 3,041개(100.0%) 중에서, 소규모 2,560(84.2%), 중·대규모 481개(15.8%)로 구성되었음

▶ 2018~2019 전국의 사이트 유형과 규모를 교차분석 한 결과

- 일반 사이트는 총 7,864개(13.0%) 증가로 소규모 3,806개(13.6%) 증가, 중·대규모 4,058개(12.4%)로 증가로 구성
- 글램핑 사이트의 경우 총 4,539개(19.6%) 증가로 소규모 3,913개(27.2%) 증가, 중·대규모 175개(-28.0%)로 감소로 구성
- 카라반 사이트의 경우 총 1,392개(-36.4%) 감소로 소규모 616개(-24.5%), 중·대규모 776개(-59.6%) 감소로 구성
- 사이트 전체의 경우 총 611개(25.1%) 증가로, 소규모 657개(34.5%), 중·대규모 46개(-8.7%) 감소로 구성되었음

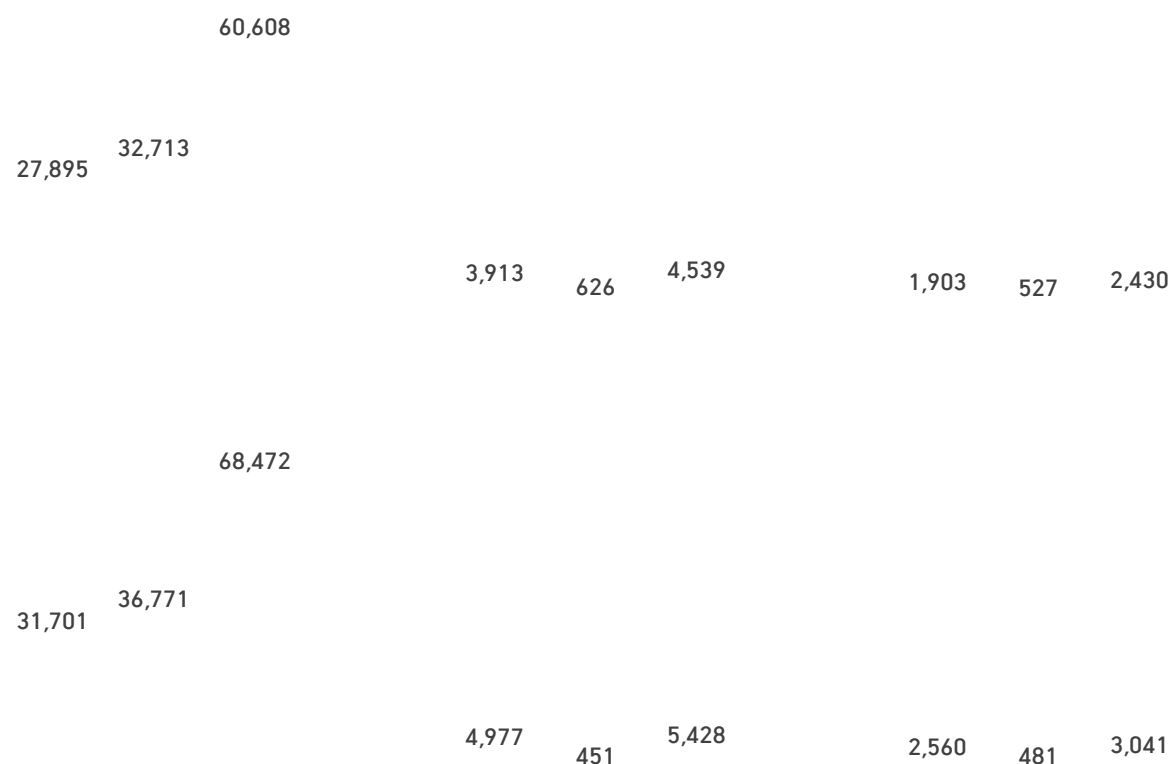
▶ 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-17], [그림 5-17]과 같음

[ 표 5-17 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	33,711	33,866	67,577	39,238	37,703	76,941
	비율	49.9	50.1	100.0	51.0	49.0	100.0
일반 사이트	모집단 수	27,895	32,713	60,608	31,701	36,771	68,472
	비율	46.0	54.0	100.0	46.3	53.7	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	3,913	626	4,539	4,977	451	5,428
	비율	86.2	13.8	100.0	91.7	8.3	100.0
카라반 사이트	모집단 수	1,903	527	2,430	2,560	481	3,041
	비율	78.3	21.7	100.0	84.2	15.8	100.0

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-17 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

## ▶ 전국 규모별 분석

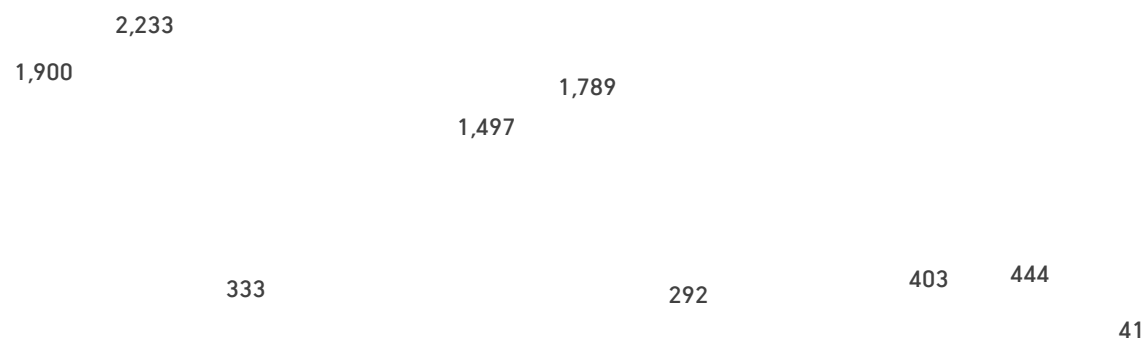
- 2019年全国의 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 2019 총 캠핑장 수는 2,233개(100.0%)로, 소규모 보유 캠핑장이 1,789개(80.1%), 중·대규모 보유 캠핑장이 444개(19.9%)로 나타남
- 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장은 333개(17.5%) 증가하였고, 소규모 캠핑장은 292개(19.5%) 증가, 중·대규모 캠핑장은 41개(10.2%) 증가한 것으로 나타남
- 2018~2019 모집단 사이트 규모별·캠핑장 수 분석 결과는 다음 [표 5-18], [그림 5-18]과 같음

[ 표 5-18 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별·캠핑장 수 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	1,900	100.0	2,233	100.0	333	17.5
소규모	1,497	78.8	1,789	80.1	292	19.5
중·대규모	403	21.2	444	19.9	41	10.2

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-18 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별·캠핑장 수 현황 (단위 : 개)

▶ 전국 운영방식, 사이트 유형, 규모별 현황

- 2019 총 캠핑장 수는 2,233개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 1,740개(77.9%), 공공운영 캠핑장 수는 493개(22.1%)로 구성
- 2019 총 캠핑장 2,233개(100.0%) 업체 중 소규모(1~49개 사이트 이상) 보유 캠핑장이 1,789개(80.1%), 중·대규모(50 사이트 이상) 보유 캠핑장이 444개(19.9%)로 구성
- 2019 총 사이트 수는 76,941개(100.0%) 중에서 일반사이트 수는 68,472개(89.0%), 글램핑 사이트 수는 5,428개(7.1%), 카라반 사이트 수는 3,041개(4.0%)로 구성되었음
- 2018~2019 모집단의 운영방식별·사이트 유형별·규모별 현황 분석 결과는 다음 [표 5-19]와 같음

[ 표 5-19 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분			2018			2019		
			소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
캠핑장	소계	모집단 수	1,497	403	1,900	1,789	444	2,233
		비율	78.8	21.2	100.0	80.1	19.9	100.0
	민간 운영	모집단 수	1,203	258	1,461	1,451	289	1,740
		비율	82.3	17.7	100.0	83.4	16.6	100.0
	공공 운영	모집단 수	294	145	439	338	155	493
		비율	67	33	100.0	68.6	31.4	100.0
사이트	소계	모집단 수	33,711	33,866	67,577	39,238	37,703	76,941
		비율	49.9	50.1	100.0	51	49	100.0
	일반 사이트	모집단 수	27,895	32,713	60,608	31,701	36,771	68,472
		비율	46	54	100.0	46.3	53.7	100.0
	글램핑 사이트	모집단 수	3,913	626	4,539	4,977	451	5,428
		비율	86.2	13.8	100.0	91.7	8.3	100.0
	카라반 사이트	모집단 수	1,903	527	2,430	2,560	481	3,041
		비율	78.3	21.7	100.0	84.2	15.8	100.0

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



## (2) 수도권

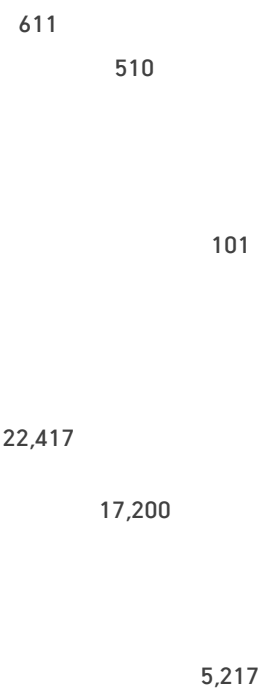
## ▶ 수도권 운영방식 분석

- 수도권 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 수도권 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 611개(100.0%)로, 민간운영 캠핑장 수는 510개(83.5%), 공공운영 캠핑장 수는 101개(16.5%)로 구성
  - 전체 사이트 수는 22,417개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 17,200개(76.7%), 공공운영 사이트 수는 5,217개(23.3%)로 구성
- 수도권 2019 운영방식별 분석결과 민간의 영역이 주를 이루고 있음
- 수도권 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-20], [그림 5-19]와 같음

[ 표 5-20 ] 수도권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	611	100.0	22,417	100.0
민간운영	510	83.5	17,200	76.7
공공운영	101	16.5	5,217	23.3



[ 그림 5-19 ] 수도권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 수도권 2019 캠핑장의 운영방식 현황 분석 결과, 전체 캠핑장 611개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 510개(83.5%), 공공운영 캠핑장 수는 101개(16.5%)로 나타남
- 수도권에서 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영 캠핑장 수는 76개(17.5%) 증가, 공공운영 캠핑장 수는 16개(18.8%) 증가, 전체 캠핑장 수는 92개(17.7%) 증가로 분석되었음
- 수도권 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-21], [그림 5-20]과 같음

[ 표 5-21 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	519	100.0	611	100.0	92	17.7
민간운영	434	83.6	510	83.5	76	17.5
공공운영	85	16.4	101	16.5	16	18.8



[ 그림 5-20 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

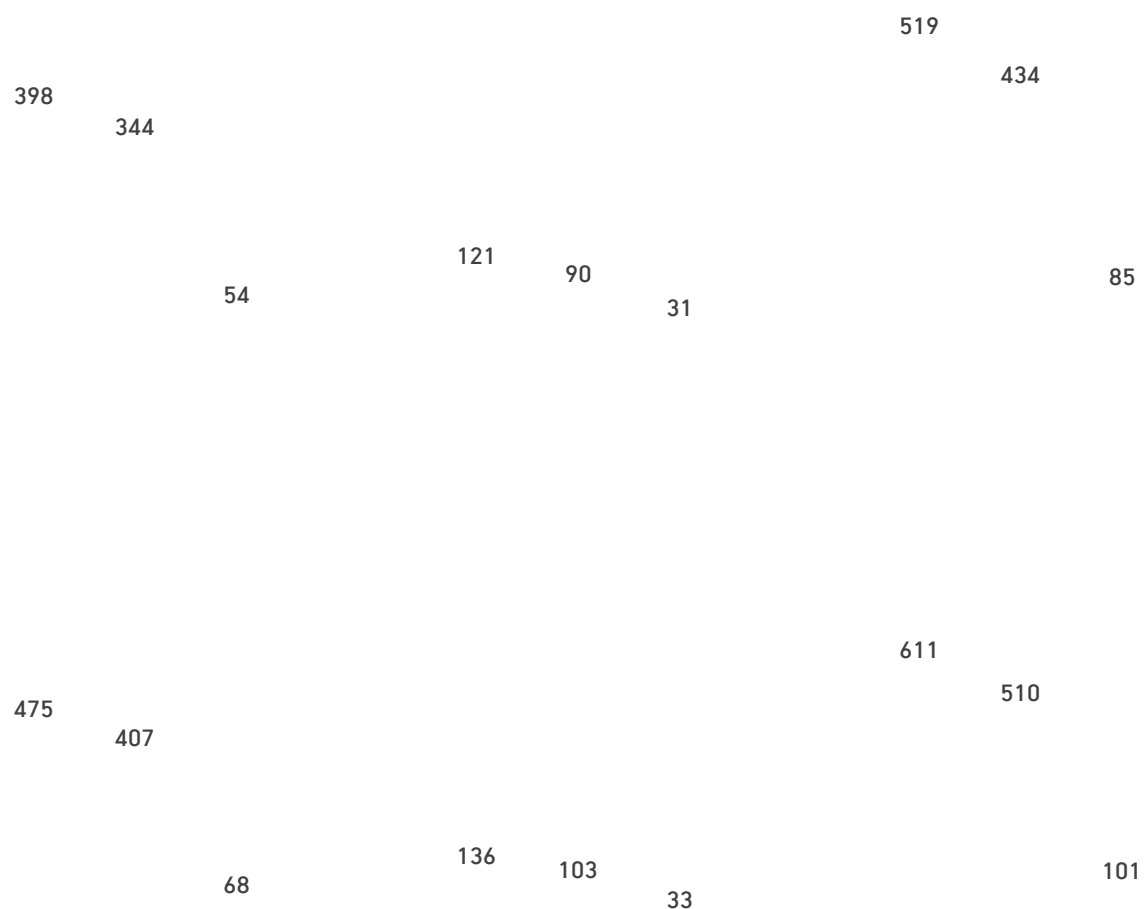
## ▶ 수도권 2019 캠핑장의 운영방식·규모별 교차 분석 결과

- 민간운영의 경우 총 캠핑장 수는 510개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장이 407개(79.8%), 중·대규모 103개(20.2%)로 구성
- 공공운영의 경우는 총 캠핑장 수가 101개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수가 68개(67.3%)· 중·대규모 캠핑장 수가 33개(32.7%)로 구성되었음
- 수도권 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 76개(17.5%) 증가하였고, 공공운영의 경우 16개(18.8%) 증가, 전체적으로 92개(17.7%) 증가하는 것으로 나타났음
- 수도권 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-22], [그림 5-21]과 같음

[ 표 5-22 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	398	121	519	475	136	611
	비율	76.7	23.3	100.0	77.7	22.3	100.0
민간운영	모집단 수	344	90	434	407	103	510
	비율	79.3	20.7	100.0	79.8	20.2	100.0
공공운영	모집단 수	54	31	85	68	33	101
	비율	63.5	36.5	100.0	67.3	32.7	100.0



[ 그림 5-21 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 수도권 사이트 유형별 분석

- 수도권 2019 사이트의 유형별 현황 분석 결과, 총 사이트 수는 22,417개(100.0%) 중에서 일반 사이트 수는 19,336개(86.3%), 글램핑 사이트 수는 2,233개(10.0%), 카라반 사이트 수는 848개(3.8%)로 구성된 것으로 나타남
- 수도권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 사이트 수는 3,357개(17.6%) 증가, 일반 사이트 수는 2,920개(17.8%) 증가, 글램핑 사이트 수는 324개(17.0%) 증가, 카라반 사이트 수는 113개(15.4%) 증가하였음
- 수도권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-23], [그림 5-22]와 같음

[ 표 5-23 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	19,060	100.0	22,417	100.0	3,357	17.6
일반 사이트	16,416	86.1	19,336	86.3	2,920	17.8
글램핑 사이트	1,909	10.0	2,233	10.0	324	17.0
카라반 사이트	735	3.9	848	3.8	113	15.4



[ 그림 5-22 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)

## ▶ 수도권 2019 모집단의 사이트 유형별·규모별로 교차 분석 결과

- 일반 사이트 수의 경우 총 19,336개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 7,811개(40.4%), 중·대규모 사이트 수는 11,525개(59.6%)로 구성
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 2,233개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 2,017개(90.3%), 중·대규모 사이트 수는 216개(9.7%)로 구성
- 카라반 사이트 수의 경우 총 848개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 745개(87.9%), 중·대규모 사이트 수는 103개(12.1%)로 구성되었음

## ▶ 수도권 2018년 대비 2019년의 사이트 수의 변화 결과

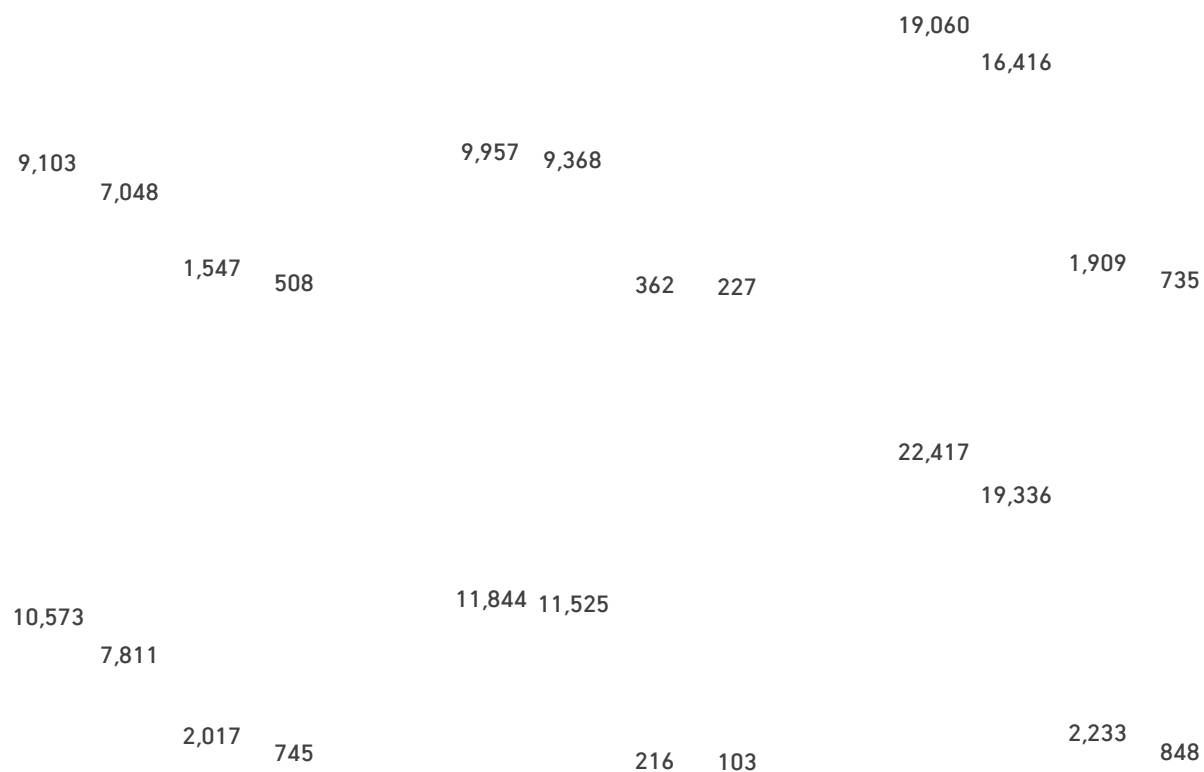
- 전체 사이트 수의 경우 총 3,357개(17.6%) 증가: 소규모 사이트 수 1,470개(16.1%) 증가, 중·대규모 사이트 수 1,887개(19.0%) 증가함
- 일반 사이트 수는 총 2,920개(17.8%) 증가: 소규모 사이트 수 763개(10.8%) 증가, 중·대규모 사이트 수 2,157개(23.0%) 증가함
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 324개(17.0%) 증가: 소규모 사이트 수 470개(30.4%) 증가, 중·대규모 사이트 수 146개(-40.3%) 감소함
- 카라반 사이트 수의 경우 총 113개(15.4%) 증가: 소규모 사이트 수 237개(46.7%) 증가, 중·대규모 사이트 수 124개(-54.6%) 감소함

## ▶ 수도권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차 분석 결과는 다음 [표 5-24], [그림 5-23]과 같음

[ 표 5-24 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	9,103	9,957	19,060	10,573	11,844	22,417
	비율	47.8	52.2	100.0	47.2	52.8	100.0
일반 사이트	모집단 수	7,048	9,368	16,416	7,811	11,525	19,336
	비율	42.9	57.1	100.0	40.4	59.6	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	1,547	362	1,909	2,017	216	2,233
	비율	81.0	19.0	100.0	90.3	9.7	100.0
카라반 사이트	모집단 수	508	227	735	745	103	848
	비율	69.1	30.9	100.0	87.9	12.1	100.0



[ 그림 5-23 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 수도권 규모별 분석

- 수도권 2019 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 전체 캠핑장 수는 611개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수는 475개(77.7%), 중·대규모 캠핑장 수는 136개(22.3%)로 구성되었음
- 수도권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장 수는 92개(17.7%) 증가하였으며, 소규모 캠핑장 수는 77개(19.3%) 증가, 중·대규모 캠핑장 수는 15개(12.4%) 증가함
- 수도권 2018~2019 모집단의 캠핑장 규모별 분석 결과는 다음 [표 5-25], [그림 5-24]와 같음

[ 표 5-25 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	519	100.0	611	100.0	92	17.7
소규모	398	76.6	475	77.7	77	19.3
중·대규모	121	23.3	136	22.3	15	12.4



[ 그림 5-24 ] 수도권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 (단위 : 개)

## (3) 충청권

## ▶ 충청권 운영방식 분석

- 충청권 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 충청권 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 355개(100.0%)로, 민간운영 캠핑장 수는 277개(78.0%), 공공운영 캠핑장 수는 78개(22.0%)로 구성
  - 전체 사이트 수는 11,865개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 8,455개(71.3%), 공공운영 사이트 수는 3,410개(28.7%)로 구성
  - 충청권 2019 운영방식별 분석결과 민간의 영역이 주를 이루고 있음
- 충청권 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-26], [그림 5-25]와 같음

[ 표 5-26 ] 충청권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	355	100.0	11,865	100.0
민간운영	277	78.0	8,455	71.3
공공운영	78	22.0	3,410	28.7

355

277

78

11,865

8,455

3,410

[ 그림 5-25 ] 충청권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 충청권 2019 캠핑장의 운영방식 현황 분석 결과, 전체 캠핑장 355개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 277개(78.0%), 공공운영 캠핑장 수는 78개(22.0%)로 나타남
- 충청권에서 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영 캠핑장 수는 46개(19.9%) 증가, 공공운영 캠핑장 수는 6개(8.3%) 증가, 전체 캠핑장 수는 52개(17.2%) 증가로 분석되었음
- 충청권 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-27], [그림 5-26]과 같음

[ 표 5-27 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	303	100.0	355	100.0	52	17.2
민간운영	231	76.2	277	78.0	46	19.9
공공운영	72	23.8	78	22.0	6	8.3



[ 그림 5-26 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)



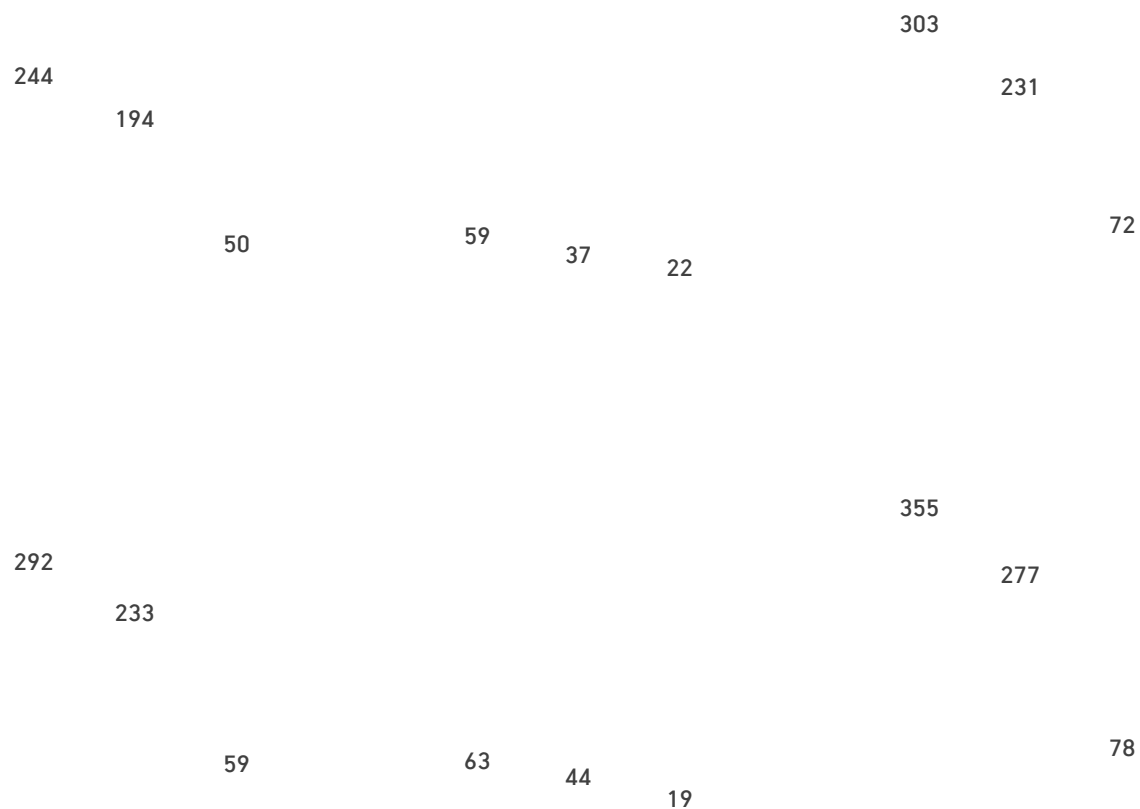
## ▶ 충청권 2019 캠핑장의 운영방식·규모별 교차 분석 결과

- 민간운영의 경우 총 캠핑장 수는 277개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장이 233개(84.1%), 중·대규모 44개(15.9%)로 구성
- 공공운영의 경우는 총 캠핑장 수가 78개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수가 59개(75.6%)· 중·대규모 캠핑장 수가 19개(24.4%)로 구성되었음
- 충청권 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 4개(-1.7%) 감소하였고, 공공운영의 경우 6개(8.3%) 증가, 전체적으로 52개(17.2%) 증가하는 것으로 나타났음
- 충청권 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-28], [그림 5-27]과 같음

[ 표 5-28 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	244	59	303	292	63	355
	비율	80.5	19.5	100.0	82.3	17.7	100.0
민간운영	모집단 수	194	37	231	233	44	277
	비율	84.0	16.0	100.0	84.1	15.9	100.0
공공운영	모집단 수	50	22	72	59	19	78
	비율	69.4	30.6	100.0	75.6	24.4	100.0



[ 그림 5-27 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 충청권 사이트 유형별 분석

- 충청권 2019 사이트의 유형별 현황 분석 결과, 총 사이트 수는 11,865개(100.0%) 중에서 일반 사이트 수는 10,659개(89.8%), 글램핑 사이트 수는 688개(5.8%), 카라반 사이트 수는 518개(4.4%)로 구성된 것으로 나타남
- 충청권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 사이트 수는 1,091개(10.1%) 증가, 일반 사이트 수는 993개(10.3%) 증가, 글램핑 사이트 수는 53개(8.3%) 증가, 카라반 사이트 수는 45개(9.5%) 증가하였음
- 충청권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-29], [그림 5-28]과 같음

[ 표 5-29 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	10,774	100.0	11,865	100.0	1,091	10.1
일반 사이트	9,666	89.7	10,659	89.8	993	10.3
글램핑 사이트	635	5.9	688	5.8	53	8.3
카라반 사이트	473	4.4	518	4.4	45	9.5



[ 그림 5-28 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)

## ▶ 충청권 2019 모집단의 사이트 유형별·규모별로 교차 분석 결과

- 일반 사이트 수의 경우 총 10,659개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 5,393개(50.6%), 중·대규모 사이트 수는 5,266개(49.4%)로 구성
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 688개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수가 688개(100.0%)로 나타남
- 카라반 사이트 수의 경우 총 518개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 405개(78.2%), 중·대규모 사이트 수는 113개(21.8%)로 구성되었음

## ▶ 충청권 2018년 대비 2019년의 사이트 수의 변화 결과

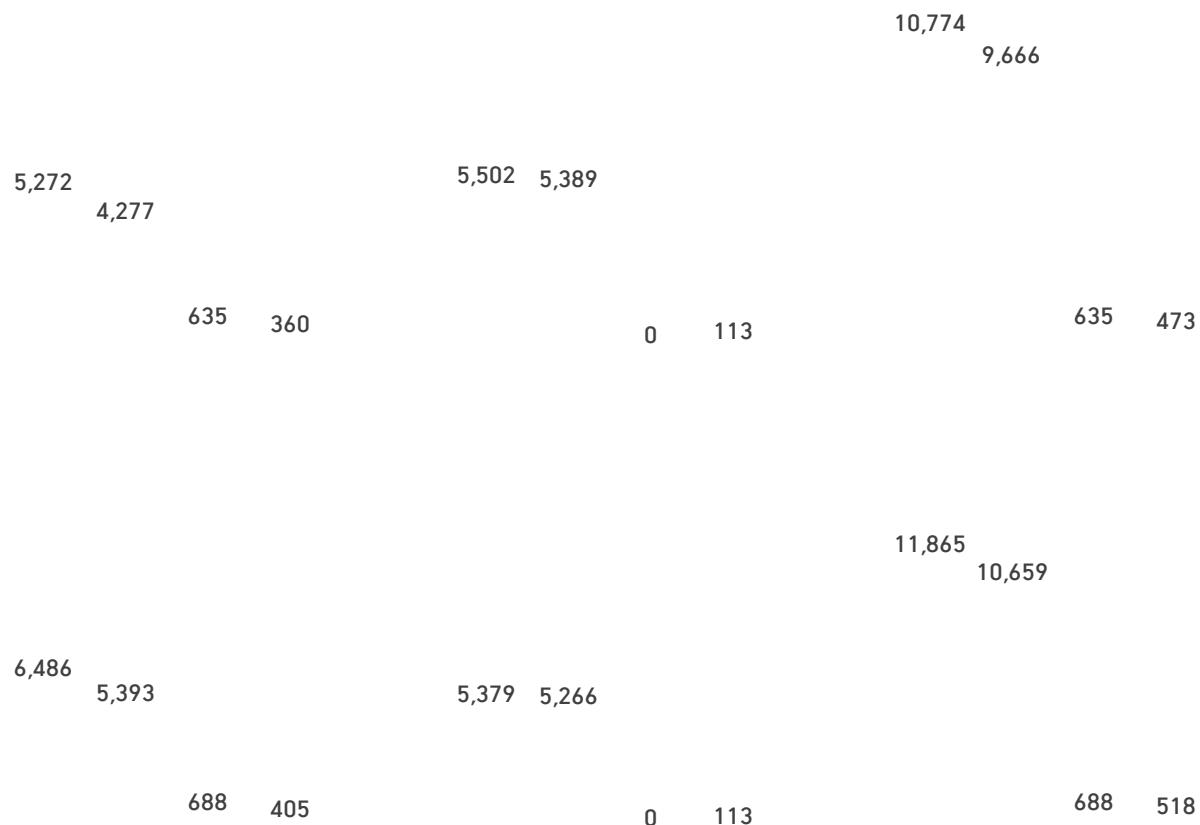
- 전체 사이트 수의 경우 총 1,091개(10.1%) 증가: 소규모 사이트 수 1,214개(23.0%) 증가, 중·대규모 사이트 수 123개(-2.2%) 감소함
- 일반 사이트 수는 총 993개(10.3%) 증가: 소규모 사이트 수 1,116개(26.1%) 증가, 중·대규모 사이트 수 123개(-2.3%) 감소함
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 33개(5.2%) 증가: 소규모 사이트 수 33개(5.2%) 증가함
- 카라반 사이트 수의 경우 총 45개(9.5%) 증가: 소규모 사이트 수 45개(12.5%) 증가, 중·대규모 사이트 수 113개(0.0%) 유지함

## ▶ 충청권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차 분석 결과는 다음 [표 5-30], [그림 5-29]와 같음

[ 표 5-30 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	5,272	5,502	10,774	6,486	5,379	11,865
	비율	48.9	51.1	100.0	54.7	45.3	100.0
일반 사이트	모집단 수	4,277	5,389	9,666	5,393	5,266	10,659
	비율	44.2	55.8	100.0	50.6	49.4	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	635	-	635	688	-	688
	비율	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0
카라반 사이트	모집단 수	360	113	473	405	113	518
	비율	76.1	23.9	100.0	78.2	21.8	100.0



[ 그림 5-29 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 충청권 규모별 분석

- 충청권 2019 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 전체 캠핑장 수는 355개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수는 292개(82.3%), 중·대규모 캠핑장 수는 63개(17.7%)로 구성되었음
- 충청권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장 수는 52개(17.2%) 증가하였으며, 소규모 캠핑장 수는 48개(19.7%) 증가, 중·대규모 캠핑장 수는 4개(6.8%) 증가함
- 충청권 2018~2019 모집단의 캠핑장 규모별 분석 결과는 다음 [표 5-31], [그림 5-30]과 같음

[ 표 5-31 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	303	100.0	355	100.0	52	17.2
소규모	244	80.5	292	82.3	48	19.7
중·대규모	59	19.5	63	17.7	4	6.8



[ 그림 5-30 ] 충청권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 (단위 : 개)

## (4) 호남권

## ▶ 호남권 운영방식 분석

- 호남권 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 호남권 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 286개(100.0%)로, 민간운영 캠핑장 수는 190개(66.4%), 공공운영 캠핑장 수는 96개(33.6%)로 구성
  - 전체 사이트 수는 9,578개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 4,994개(52.1%), 공공운영 사이트 수는 4,584개(47.9%)로 구성
- 호남권 2019 운영방식별 분석결과 민간의 영역이 주를 이루고 있음
- 호남권 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-32], [그림 5-31]과 같음

[ 표 5-32 ] 호남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	286	100.0	9,578	100.0
민간운영	190	66.4	4,994	52.1
공공운영	96	33.6	4,584	47.9

286

190

96

9,578

4,994

4,584

[ 그림 5-31 ] 호남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 호남권 2019 캠핑장의 운영방식 현황 분석 결과, 전체 캠핑장 286개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 190개(66.4%), 공공운영 캠핑장 수는 96개(33.6%)로 나타남
- 호남권에서 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영 캠핑장 수는 25개(15.2%) 증가, 공공운영 캠핑장 수는 13개(15.7%) 증가, 전체 캠핑장 수는 38개(15.3%) 증가로 분석되었음
- 호남권 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-33], [그림 5-32]와 같음

[ 표 5-33 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	248	100.0	286	100.0	38	15.3
민간운영	165	66.5	190	66.4	25	15.2
공공운영	83	33.5	96	33.6	13	15.7



[ 그림 5-32 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

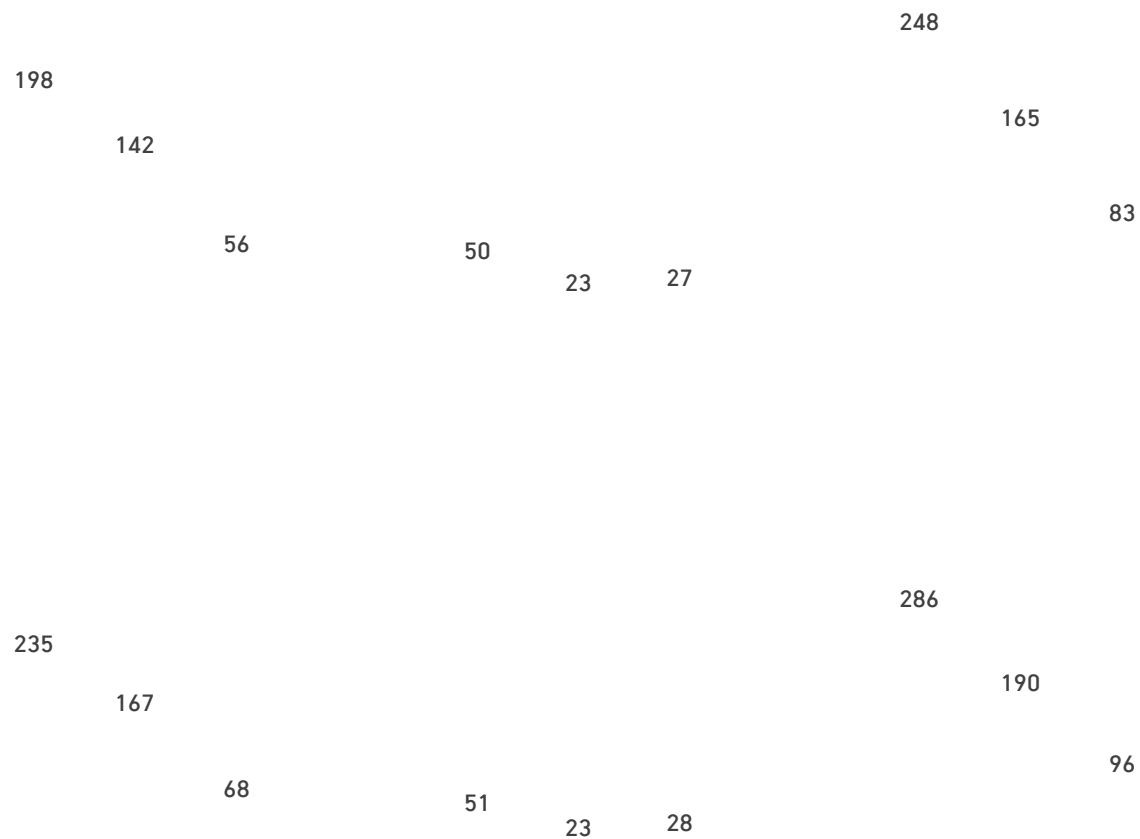
## ▶ 호남권 2019 캠핑장의 운영방식·규모별 교차 분석 결과

- 민간운영의 경우 총 캠핑장 수는 190개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장이 167개(87.9%), 중·대규모 23개(12.1%)로 구성
- 공공운영의 경우는 총 캠핑장 수가 96개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수가 68개(70.8%)· 중·대규모 캠핑장 수가 28개(29.2%)로 구성되었음
- 호남권 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 25개(15.2%) 증가하였고, 공공운영의 경우 13개(15.7%) 증가, 전체적으로 38개(15.3%) 증가하는 것으로 나타났다
- 호남권 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-34], [그림 5-33]과 같음

[ 표 5-34 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	198	50	248	235	51	286
	비율	79.8	20.2	100.0	82.2	17.8	100.0
민간운영	모집단 수	142	23	165	167	23	190
	비율	86.1	13.9	100.0	87.9	12.1	100.0
공공운영	모집단 수	56	27	83	68	28	96
	비율	67.5	32.5	100.0	70.8	29.2	100.0



[ 그림 5-33 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 호남권 사이트 유형별 분석

- 호남권 2019 사이트의 유형별 현황 분석 결과, 총 사이트 수는 9,578개(100.0%) 중에서 일반 사이트 수는 8,262개(86.3%), 글램핑 사이트 수는 467개(4.9%), 카라반 사이트 수는 849개(8.9%)로 구성된 것으로 나타남
- 호남권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 사이트 수는 1,511개(18.7%) 증가, 일반 사이트 수는 1,312개(18.9%) 증가, 글램핑 사이트 수는 76개(-14.0%) 감소, 카라반 사이트 수는 275개(47.9%) 증가하였음
- 호남권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-35], [그림 5-34]와 같음

[ 표 5-35 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	8,067	100.0	9,578	100.0	1,511	18.7
일반 사이트	6,950	86.2	8,262	86.3	1,312	18.9
글램핑 사이트	543	6.7	467	4.9	-76	-14.0
카라반 사이트	574	7.1	849	8.9	275	47.9



[ 그림 5-34 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)



## ▶ 호남권 2019 모집단의 사이트 유형별·규모별로 교차 분석 결과

- 일반 사이트 수의 경우 총 8,262개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 3,877개(46.9%), 중·대규모 사이트 수는 4,385개(53.1%)로 구성
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 467개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 467개(100.0%)로 구성
- 카라반 사이트 수의 경우 총 849개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 584개(68.8%), 중·대규모 사이트 수는 265개(31.2%)로 구성되었음

## ▶ 호남권 2018년 대비 2019년의 사이트 수의 변화 결과

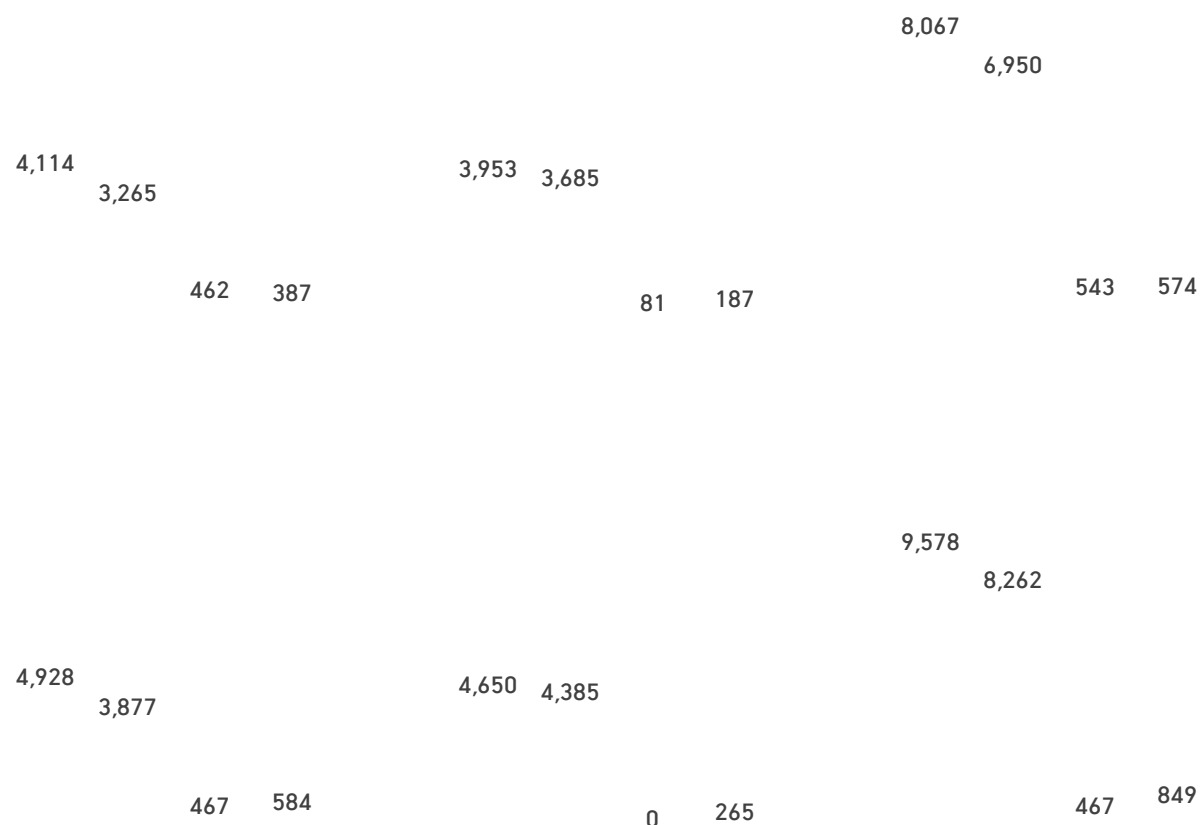
- 전체 사이트 수의 경우 총 1,511개(18.7%) 증가: 소규모 사이트 수 814개(19.8%) 증가, 중·대규모 사이트 수 697개(17.6%) 증가함
- 일반 사이트 수는 총 1,312개(18.9%) 증가: 소규모 사이트 수 612개(18.7%) 증가, 중·대규모 사이트 수 700개(19.0%) 증가함
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 76개(-14.0%) 감소: 소규모 사이트 수 5개(1.1%) 증가, 중·대규모 사이트 수 0개(-100.0%) 감소함
- 카라반 사이트 수의 경우 총 275개(47.9%) 증가: 소규모 사이트 수 197개(50.9%), 중·대규모 사이트 수 78개(41.7%) 감소함

## ▶ 호남권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차 분석 결과는 다음 [표 5-36], [그림 5-35]와 같음

[ 표 5-36 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	4,114	3,953	8,067	4,928	4,650	9,578
	비율	51.0	49.0	100.0	51.5	48.5	100.0
일반 사이트	모집단 수	3,265	3,685	6,950	3,877	4,385	8,262
	비율	47.0	53.0	100.0	46.9	53.1	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	462	81	543	467	-	467
	비율	85.1	14.9	100.0	100.0	-	100.0
카라반 사이트	모집단 수	387	187	574	584	265	849
	비율	67.4	32.6	100.0	68.8	31.2	100.0



[ 그림 5-35 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 호남권 규모별 분석

- 호남권 2019 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 전체 캠핑장 수는 286개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수는 235개(82.2%), 중·대규모 캠핑장 수는 51개(17.8%)로 구성되었음
- 호남권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장 수는 38개(15.3%) 증가하였으며, 소규모 캠핑장 수는 37개(18.7%) 증가, 중·대규모 캠핑장 수는 1개(2.0%) 증가함
- 호남권 2018~2019 모집단의 캠핑장 규모별 분석 결과는 다음 [표 5-37], [그림 5-36]과 같음

[ 표 5-37 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	248	100.0	286	100.0	38	15.3
소규모	198	79.8	235	82.2	37	18.7
중·대규모	50	20.2	51	17.8	1	2.0



[ 그림 5-36 ] 호남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 (단위 : 개)

## (5) 대경권

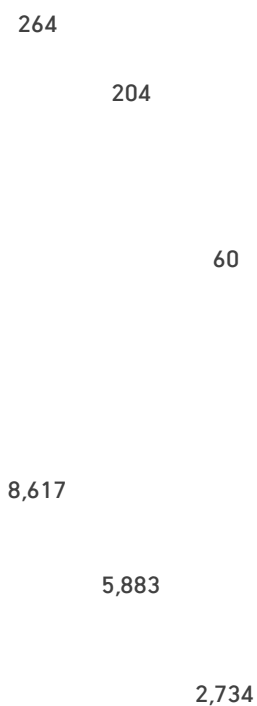
## ▶ 대경권 운영방식 분석

- 대경권 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 대경권 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 264개(100.0%)로, 민간운영 캠핑장 수는 204개(77.3%), 공공운영 캠핑장 수는 60개(22.7%)로 구성
  - 전체 사이트 수는 8,617개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 5,883개(68.3%), 공공운영 사이트 수는 2,734개(31.7%)로 구성
- 대경권 2019 운영방식별 분석결과 민간의 영역이 주를 이루고 있음
- 대경권 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-38], [그림 5-37]과 같음

[ 표 5-38 ] 대경권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	264	100.0	8,617	100.0
민간운영	204	77.3	5,883	68.3
공공운영	60	22.7	2,734	31.7



[ 그림 5-37 ] 대경권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 대경권 2019 캠핑장의 운영방식 현황 분석 결과, 전체 캠핑장 264개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 204개(77.3%), 공공운영 캠핑장 수는 60개(22.7%)로 나타남
- 대경권에서 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영 캠핑장 수는 37개(22.2%) 증가, 공공운영 캠핑장 수는 6개(11.1%) 증가, 전체 캠핑장 수는 43개(19.5%) 증가로 분석되었음
- 대경권 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-39], [그림 5-38]과 같음

[ 표 5-39 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	221	100.0	264	100.0	43	19.5
민간운영	167	75.6	204	77.3	37	22.2
공공운영	54	24.4	60	22.7	6	11.1



[ 그림 5-38 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

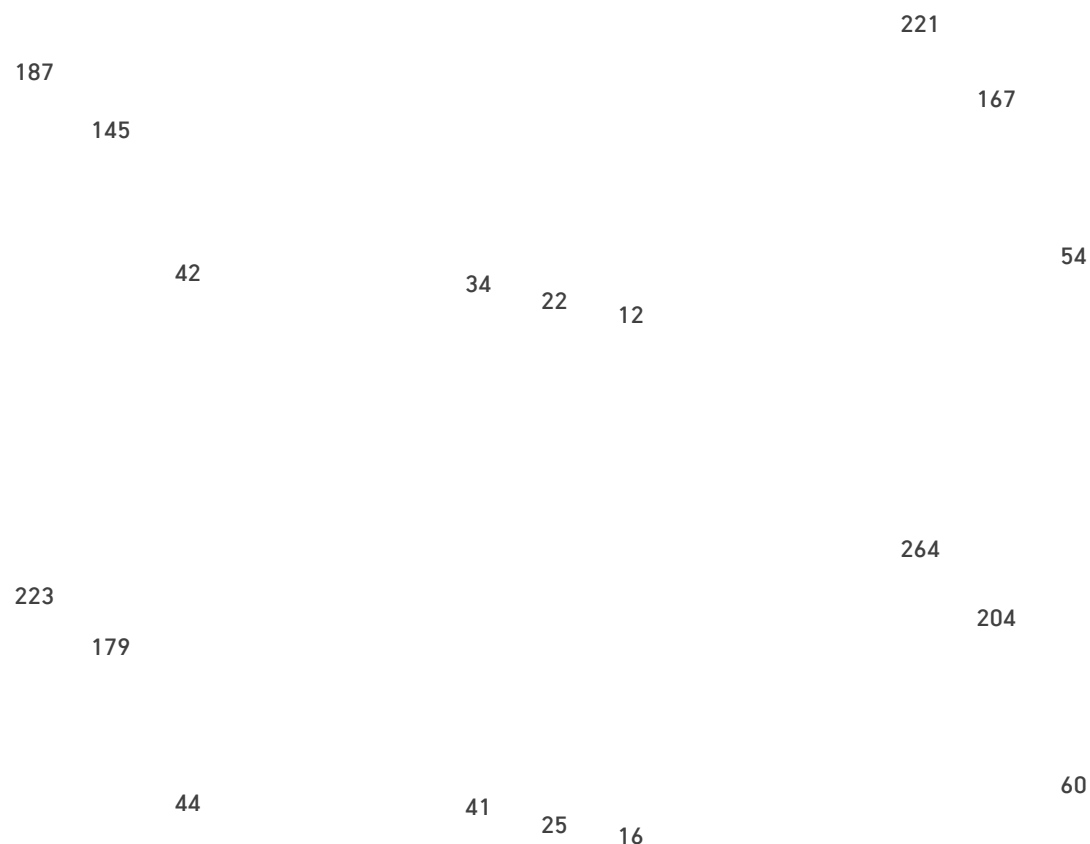
## ▶ 대경권 2019 캠핑장의 운영방식·규모별 교차 분석 결과

- 민간운영의 경우 총 캠핑장 수는 204개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장이 179개(87.7%), 중·대규모 25개(12.3%)로 구성
- 공공운영의 경우는 총 캠핑장 수가 60개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수가 44개(73.3%)· 중·대규모 캠핑장 수가 16개(26.7%)로 구성되었음
- 대경권 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 37개(22.2%) 증가하였고, 공공운영의 경우 6개(11.1%) 증가, 전체적으로 43개(19.5%) 증가하는 것으로 나타났음
- 대경권 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-40], [그림 5-39]와 같음

[ 표 5-40 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	187	34	221	223	41	264
	비율	84.6	15.4	100.0	84.5	15.5	100.0
민간운영	모집단 수	145	22	167	179	25	204
	비율	86.8	13.2	100.0	87.7	12.3	100.0
공공운영	모집단 수	42	12	54	44	16	60
	비율	77.8	22.2	100.0	73.3	26.7	100.0



[ 그림 5-39 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 대경권 사이트 유형별 분석

- 대경권 2019 사이트의 유형별 현황 분석 결과, 총 사이트 수는 8,617개(100.0%) 중에서 일반 사이트 수는 7,651개(88.8%), 글램핑 사이트 수는 685개(7.9%), 카라반 사이트 수는 281개(3.3%)로 구성된 것으로 나타남
- 대경권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 사이트 수는 1,185개(15.9%) 증가, 일반 사이트 수는 963개(14.4%) 증가, 글램핑 사이트 수는 189개(38.1%) 증가, 카라반 사이트 수는 33개(13.3%) 증가하였음
- 대경권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-41], [그림 5-40]과 같음

[ 표 5-41 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	7,432	100.0	8,617	100.0	1,185	15.9
일반 사이트	6,688	90.0	7,651	88.8	963	14.4
글램핑 사이트	496	6.7	685	7.9	189	38.1
카라반 사이트	248	3.3	281	3.3	33	13.3



[ 그림 5-40 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)

## ▶ 대경권 2019 모집단의 사이트 유형별·규모별로 교차 분석 결과

- 일반 사이트 수의 경우 총 7,651개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 3,901개(51.0%), 중·대규모 사이트 수는 3,750개(49.0%)로 구성
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 685개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 625개(91.2%), 중·대규모 사이트 수는 60개(8.8%)로 구성
- 카라반 사이트 수의 경우 총 281개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 281개(100.0%)로 구성되었음

## ▶ 대경권 2018년 대비 2019년의 사이트 수의 변화 결과

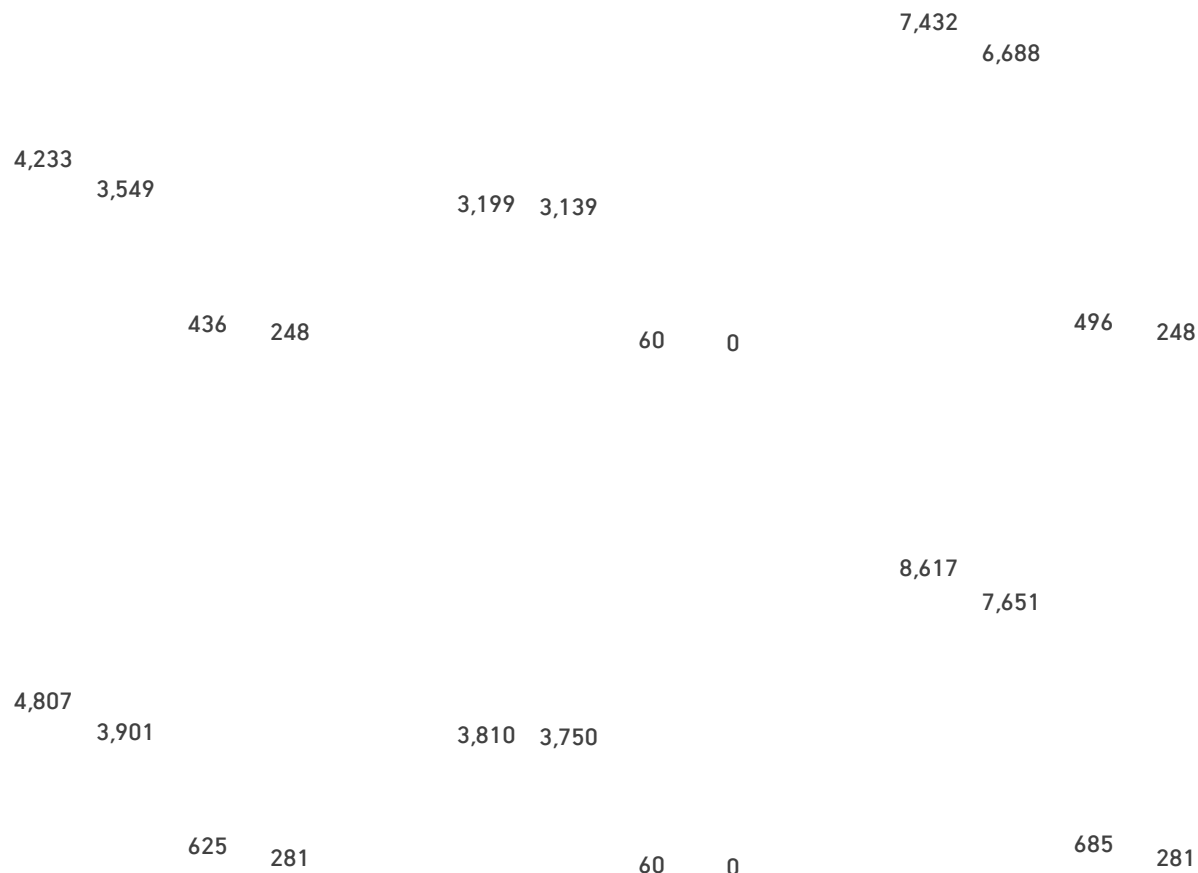
- 전체 사이트 수의 경우 총 1,185개(15.9%) 증가: 소규모 사이트 수 574개(13.6%) 증가, 중·대규모 사이트 수 611개(19.1%) 증가함
- 일반 사이트 수는 총 963개(14.4%) 증가: 소규모 사이트 수 352개(9.9%) 증가, 중·대규모 사이트 수 611개(19.5%) 증가함
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 189개(38.1%) 증가: 소규모 사이트 수 189개(43.3%) 증가, 중·대규모 사이트 수 60개(0.0%) 유지함
- 카라반 사이트 수의 경우 총 33개(13.3%) 증가: 소규모 사이트 수 33개(13.3%) 증가함

## ▶ 대경권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차 분석 결과는 다음 [표 5-42], [그림 5-41]과 같음

[ 표 5-42 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	4,233	3,199	7,432	4,807	3,810	8,617
	비율	57.0	43.0	100.0	55.8	44.2	100.0
일반 사이트	모집단 수	3,549	3,139	6,688	3,901	3,750	7,651
	비율	53.1	46.9	100.0	51.0	49.0	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	436	60	496	625	60	685
	비율	87.9	12.1	100.0	91.2	8.8	100.0
카라반 사이트	모집단 수	248	-	248	281	-	281
	비율	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0



[ 그림 5-41 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 대경권 규모별 분석

- 대경권 2019 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 전체 캠핑장 수는 264개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수는 223개(84.5%), 중·대규모 캠핑장 수는 41개(15.5%)로 구성되었음
- 대경권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장 수는 43개(19.5%) 증가하였으며, 소규모 캠핑장 수는 36개(19.3%) 증가, 중·대규모 캠핑장 수는 7개(20.6%) 증가함
- 대경권 2018~2019 모집단의 캠핑장 규모별 분석 결과는 다음 [표 5-43], [그림 5-42]와 같음

[ 표 5-43 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	221	100.0	264	100.0	43	19.5
소규모	187	84.6	223	84.5	36	19.3
중·대규모	34	15.4	41	15.5	7	20.6

261

186

75

8,975

5,216

3,759

[ 그림 5-42 ] 대경권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 (단위 : 개)



## (6) 동남권

## ▶ 동남권 운영방식 분석

- 동남권 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 동남권 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 261개(100.0%)로, 민간운영 캠핑장 수는 186개(71.3%), 공공운영 캠핑장 수는 75개(28.7%)로 구성
  - 전체 사이트 수는 8,975개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 5,216개(58.1%), 공공운영 사이트 수는 3,759개(41.9%)로 구성
- 동남권 2019 운영방식별 분석결과 민간의 영역이 주를 이루고 있음
- 동남권 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-44], [그림 5-43]과 같음

[ 표 5-44 ] 동남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	261	100.0	8,975	100.0
민간운영	186	71.3	5,216	58.1
공공운영	75	28.7	3,759	41.9

8,975

5,216

3,759

261 186 75

[ 그림 5-43 ] 동남권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 동남권 2019 캠핑장의 운영방식 현황 분석 결과, 전체 캠핑장 261개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 186개(71.3%), 공공운영 캠핑장 수는 75개(28.7%)로 나타남
- 동남권에서 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영 캠핑장 수는 33개(21.6%) 증가, 공공운영 캠핑장 수는 5개(7.1%) 증가, 전체 캠핑장 수는 38개(17.0%) 증가로 분석되었음
- 동남권 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-45], [그림 5-44]와 같음

[ 표 5-45 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	223	100.0	261	100.0	38	17.0
민간운영	153	68.6	186	71.3	33	21.6
공공운영	70	31.4	75	28.7	5	7.1



[ 그림 5-44 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

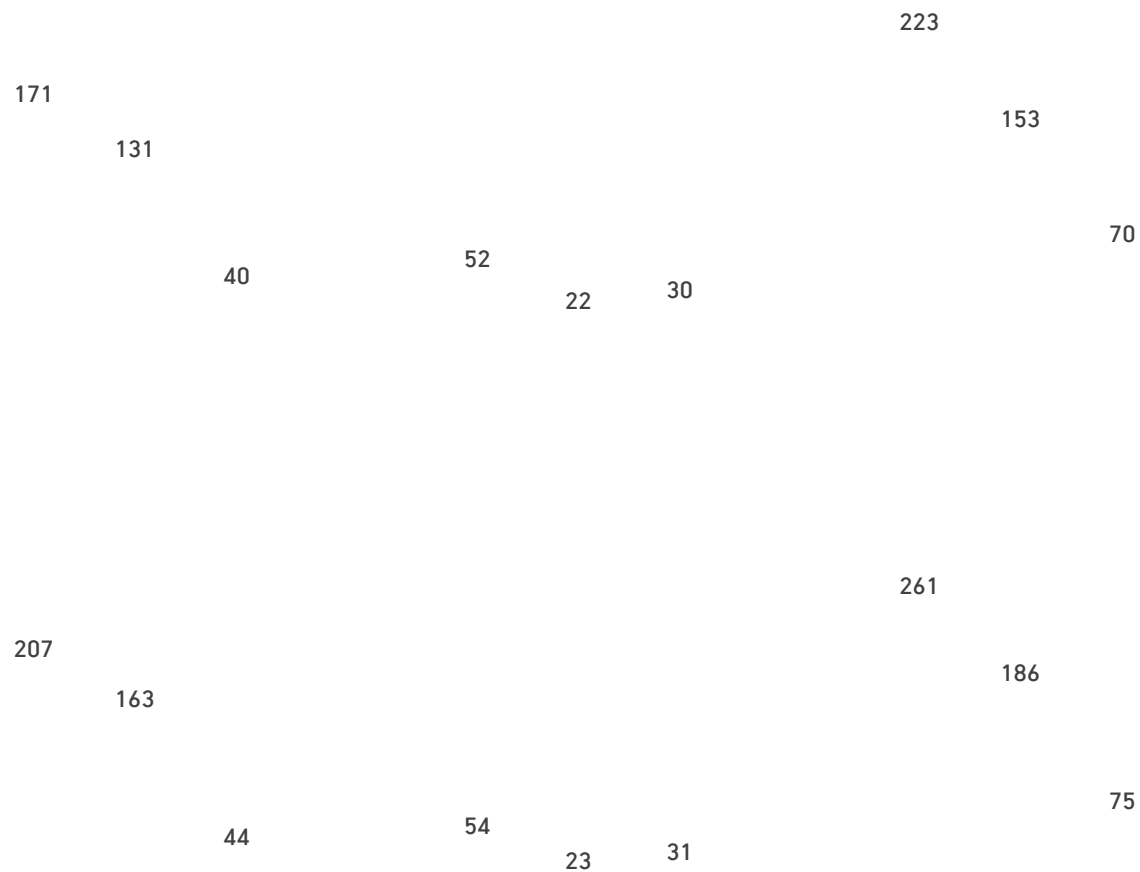
## ▶ 동남권 2019 캠핑장의 운영방식·규모별 교차 분석 결과

- 민간운영의 경우 총 캠핑장 수는 186개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장이 163개(87.6%), 중·대규모 23개(12.4%)로 구성
- 공공운영의 경우는 총 캠핑장 수가 75개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수가 44개(58.7%)· 중·대규모 캠핑장 수가 31개(41.3%)로 구성되었음
- 동남권 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 33개(21.6%) 증가하였고, 공공운영의 경우 5개(7.1%) 증가, 전체적으로 38개(17.0%) 증가하는 것으로 나타났다
- 동남권 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-46], [그림 5-45]와 같음

[ 표 5-46 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	171	52	223	207	54	261
	비율	76.7	23.3	100.0	79.3	20.7	100.0
민간운영	모집단 수	131	22	153	163	23	186
	비율	85.6	14.4	100.0	87.6	12.4	100.0
공공운영	모집단 수	40	30	70	44	31	75
	비율	57.1	42.9	100.0	58.7	41.3	100.0



[ 그림 5-45 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 동남권 사이트 유형별 분석

- 동남권 2019 사이트의 유형별 현황 분석 결과, 총 사이트 수는 8,975개(100.0%) 중에서 일반 사이트 수는 8,074개(90.0%), 글램핑 사이트 수는 655개(7.3%), 카라반 사이트 수는 246개(2.7%)로 구성된 것으로 나타남
- 동남권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 사이트 수는 472개(5.6%) 증가, 일반 사이트 수는 159개(2.0%) 증가, 글램핑 사이트 수는 251개(62.1%) 증가, 카라반 사이트 수는 62개(33.7%) 증가하였음
- 동남권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-47], [그림 5-46]과 같음

[ 표 5-47 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	8,503	100.0	8,975	100.0	472	5.6
일반 사이트	7,915	93.1	8,074	90.0	159	2.0
글램핑 사이트	404	4.8	655	7.3	251	62.1
카라반 사이트	184	2.2	246	2.7	62	33.7



[ 그림 5-46 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)

## ▶ 동남권 2019 모집단의 사이트 유형별·규모별로 교차 분석 결과

- 일반 사이트 수의 경우 총 8,074개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 3,925개(48.6%), 중·대규모 사이트 수는 4,149개(51.4%)로 구성
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 655개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 553개(84.4%), 중·대규모 사이트 수는 102개(15.6%)로 구성
- 카라반 사이트 수의 경우 총 246개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 246개(100.0%)로 구성되었음

## ▶ 동남권 2018년 대비 2019년의 사이트 수의 변화 결과

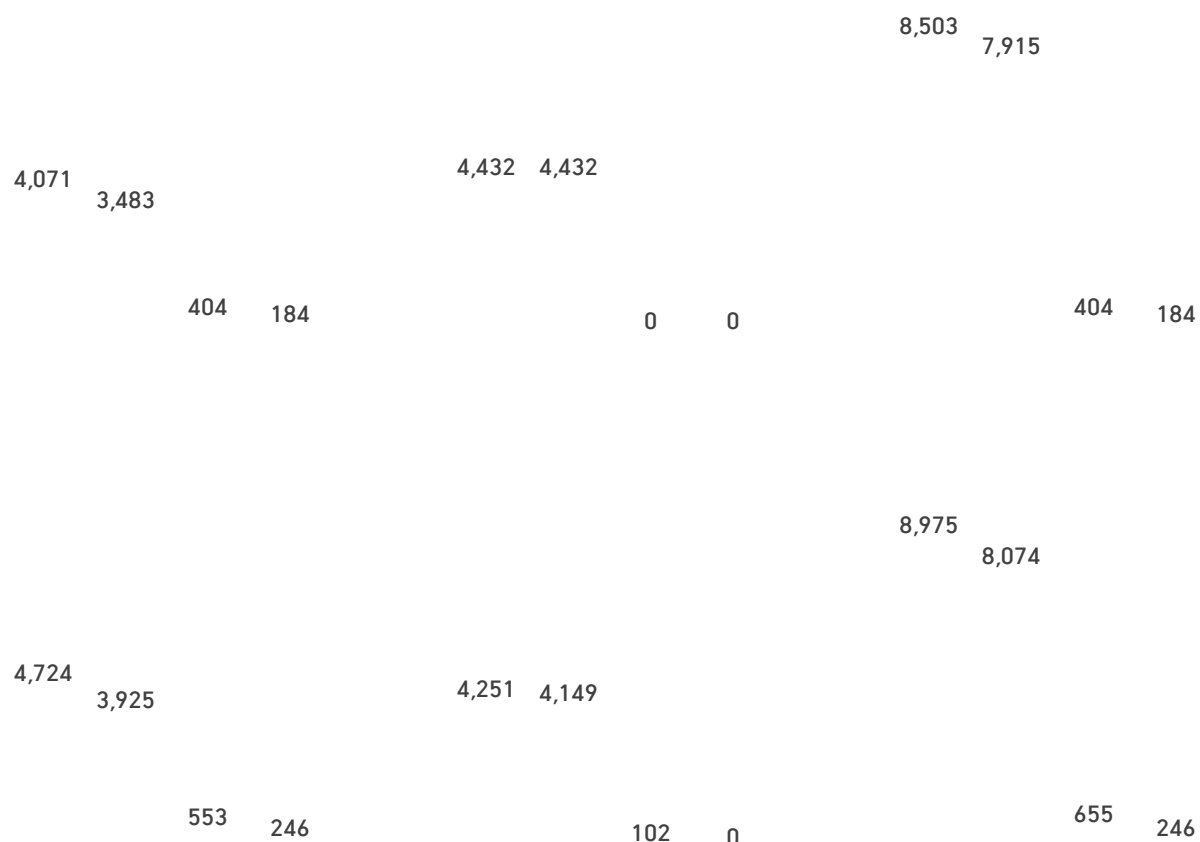
- 전체 사이트 수의 경우 총 472개(5.6%) 증가: 소규모 사이트 수 653개(16.0%) 증가, 중·대규모 사이트 수 181개(-4.1%) 감소함
- 일반 사이트 수는 총 159개(2.0%) 증가: 소규모 사이트 수 442개(12.7%) 증가, 중·대규모 사이트 수 283개(-6.4%) 감소함
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 251개(62.1%) 증가: 소규모 사이트 수 149개(36.9%) 증가, 중·대규모 사이트 수 102개로 신규 생성됨
- 카라반 사이트 수의 경우 총 62개(33.7%) 증가: 소규모 사이트 수 62개(33.7%) 증가함

## ▶ 동남권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차 분석 결과는 다음 [표 5-48], [그림 5-47]과 같음

[ 표 5-48 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	4,071	4,432	8,503	4,724	4,251	8,975
	비율	47.9	52.1	100.0	52.6	47.4	100.0
일반 사이트	모집단 수	3,483	4,432	7,915	3,925	4,149	8,074
	비율	44.0	56.0	100.0	48.6	51.4	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	404	-	404	553	102	655
	비율	100.0	-	100.0	84.4	15.6	100.0
카라반 사이트	모집단 수	184	-	184	246	-	246
	비율	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0



[ 그림 5-47 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 동남권 규모별 분석

- 동남권 2019 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 전체 캠핑장 수는 261개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수는 207개(79.3%), 중·대규모 캠핑장 수는 54개(20.7%)로 구성되었음
- 동남권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장 수는 38개(17.0%) 증가하였으며, 소규모 캠핑장 수는 36개(21.1%) 증가, 중·대규모 캠핑장 수는 2개(3.8%) 증가함
- 동남권 2018~2019 모집단의 캠핑장 규모별 분석 결과는 다음 [표 5-49], [그림 5-48]과 같음

[ 표 5-49 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	223	100.0	261	100.0	38	17.0
소규모	171	76.7	207	79.3	36	21.1
중·대규모	52	23.3	54	20.7	2	3.8



[ 그림 5-48 ] 동남권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 (단위 : 개)

## (7) 강원권

## ▶ 강원권 운영방식 분석

- 강원권 운영방식은 공공운영과 민간운영으로 구분하여 분석하였음
- 강원권 2019 운영방식별로 캠핑장을 구분하여 살펴보면
  - 전체 캠핑장 수는 456개(100.0%)로, 민간운영 캠핑장 수는 373개(81.8%), 공공운영 캠핑장 수는 83개(18.2%)로 구성
  - 전체 사이트 수는 15,489개(100.0%) 중에서 민간운영 사이트 수는 11,846개(76.5%), 공공운영 사이트 수는 3,643개(23.5%)로 구성
- 강원권 2019 운영방식별 분석결과 민간의 영역이 주를 이루고 있음
- 강원권 2019 모집단의 운영방식 현황은 다음 [표 5-50], [그림 5-49]와 같음

[ 표 5-50 ] 강원권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	캠핑장		사이트	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율
전체	456	100.0	15,489	100.0
민간운영	373	81.8	11,846	76.5
공공운영	83	18.2	3,643	23.5

456

373

83

15,489

11,846

3,643

[ 그림 5-49 ] 강원권 2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)

- 강원권 2019 캠핑장의 운영방식 현황 분석 결과, 전체 캠핑장 456개(100.0%) 중에서 민간운영 캠핑장 수는 373개(81.8%), 공공운영 캠핑장 수는 83개(18.2%)로 나타남
- 강원권에서 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영 캠핑장 수는 62개(19.9%) 증가, 공공운영 캠핑장 수는 8개(10.7%) 증가, 전체 캠핑장 수는 70개(18.1%) 증가로 분석되었음
- 강원권 2018~2019 모집단의 운영방식 변화 현황은 다음 [표 5-51], [그림 5-50]과 같음

[ 표 5-51 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19-'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	386	100.0	456	100.0	70	18.1
민간운영	311	80.6	373	81.8	62	19.9
공공운영	75	19.4	83	18.2	8	10.7



[ 그림 5-50 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식 현황 (단위 : 개)



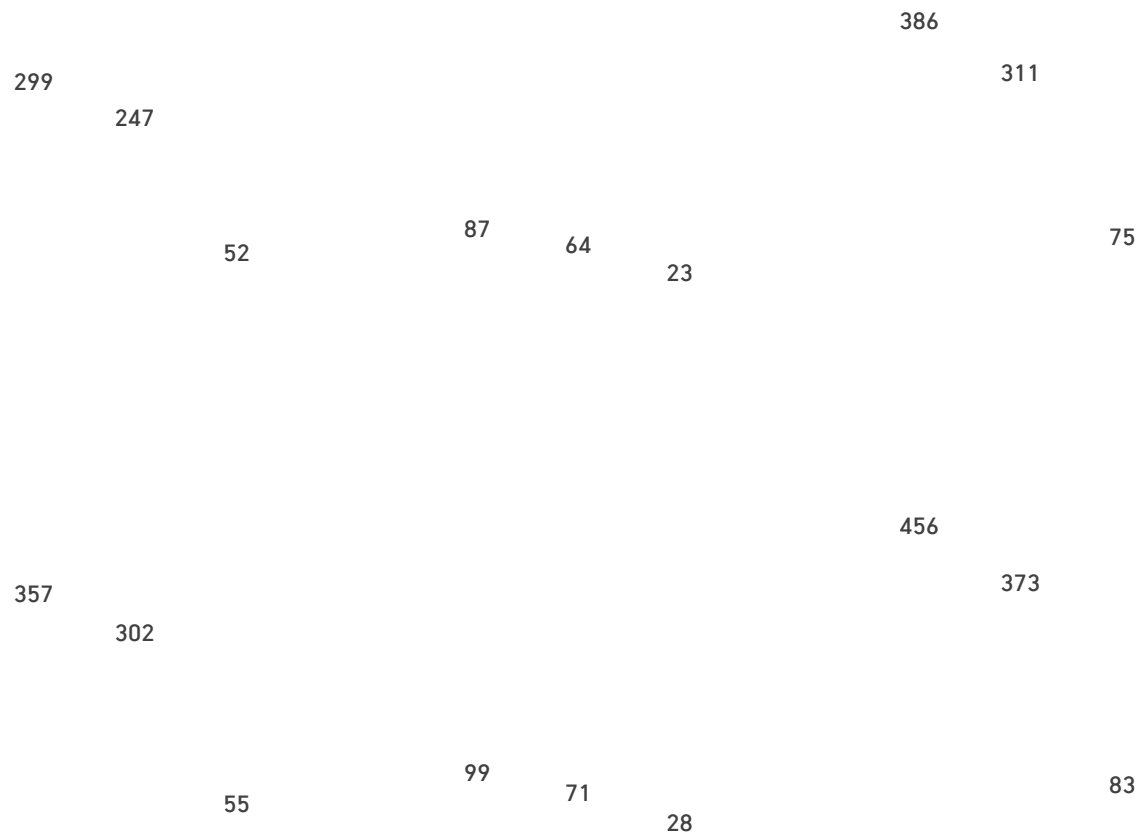
## ▶ 강원권 2019 캠핑장의 운영방식·규모별 교차 분석 결과

- 민간운영의 경우 총 캠핑장 수는 373개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장이 302개(81.0%), 중·대규모 71개(19.0%)로 구성
- 공공운영의 경우는 총 캠핑장 수가 83개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수가 55개(66.3%)· 중·대규모 캠핑장 수가 28개(33.7%)로 구성되었음
- 강원권 2018년 대비 2019년의 경우, 민간운영에서 62개(19.9%) 증가하였고, 공공운영의 경우 8개(10.7%) 증가, 전체적으로 70개(18.1%) 증가하는 것으로 나타났음
- 강원권 2018~2019 모집단의 운영방식·규모별 교차분석 결과는 다음 [표 5-52], [그림 5-51]과 같음

[ 표 5-52 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	299	87	386	357	99	456
	비율	77.5	22.5	100.0	78.3	21.7	100.0
민간운영	모집단 수	247	64	311	302	71	373
	비율	79.4	20.6	100.0	81.0	19.0	100.0
공공운영	모집단 수	52	23	75	55	28	83
	비율	69.3	30.7	100.0	66.3	33.7	100.0



[ 그림 5-51 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 운영방식·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 강원권 사이트 유형별 분석

- 강원권 2019 사이트의 유형별 현황 분석 결과, 총 사이트 수는 15,489개(100.0%) 중에서 일반 사이트 수는 14,490개(93.6%), 글램핑 사이트 수는 700개(4.5%), 카라반 사이트 수는 299개(1.9%)로 구성된 것으로 나타남
- 강원권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 사이트 수는 1,748개(12.7%) 증가, 일반 사이트 수는 1,517개(11.7%) 증가, 글램핑 사이트 수는 148개(26.8%) 증가, 카라반 사이트 수는 83개(38.4%) 증가하였음
- 강원권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별 분석 결과는 다음 [표 5-53], [그림 5-52]와 같음

[ 표 5-53 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	13,741	100.0	15,489	100.0	1,748	12.7
일반 사이트	12,973	94.4	14,490	93.6	1,517	11.7
글램핑 사이트	552	4.0	700	4.5	148	26.8
카라반 사이트	216	1.6	299	1.9	83	38.4



[ 그림 5-52 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별 현황 (단위 : 개)

## ▶ 강원권 2019 모집단의 사이트 유형별·규모별로 교차 분석 결과

- 일반 사이트 수의 경우 총 14,490개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 6,794개(46.9%), 중·대규모 사이트 수는 7,696개(53.1%)로 구성
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 700개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 627개(89.6%), 중·대규모 사이트 수는 73개(10.4%)로 구성
- 카라반 사이트 수의 경우 총 299개(100.0%) 중에서 소규모 사이트 수는 299개(100.0%)로 구성되었음

## ▶ 강원권 2019년 대비 2019년의 사이트 수의 변화 결과

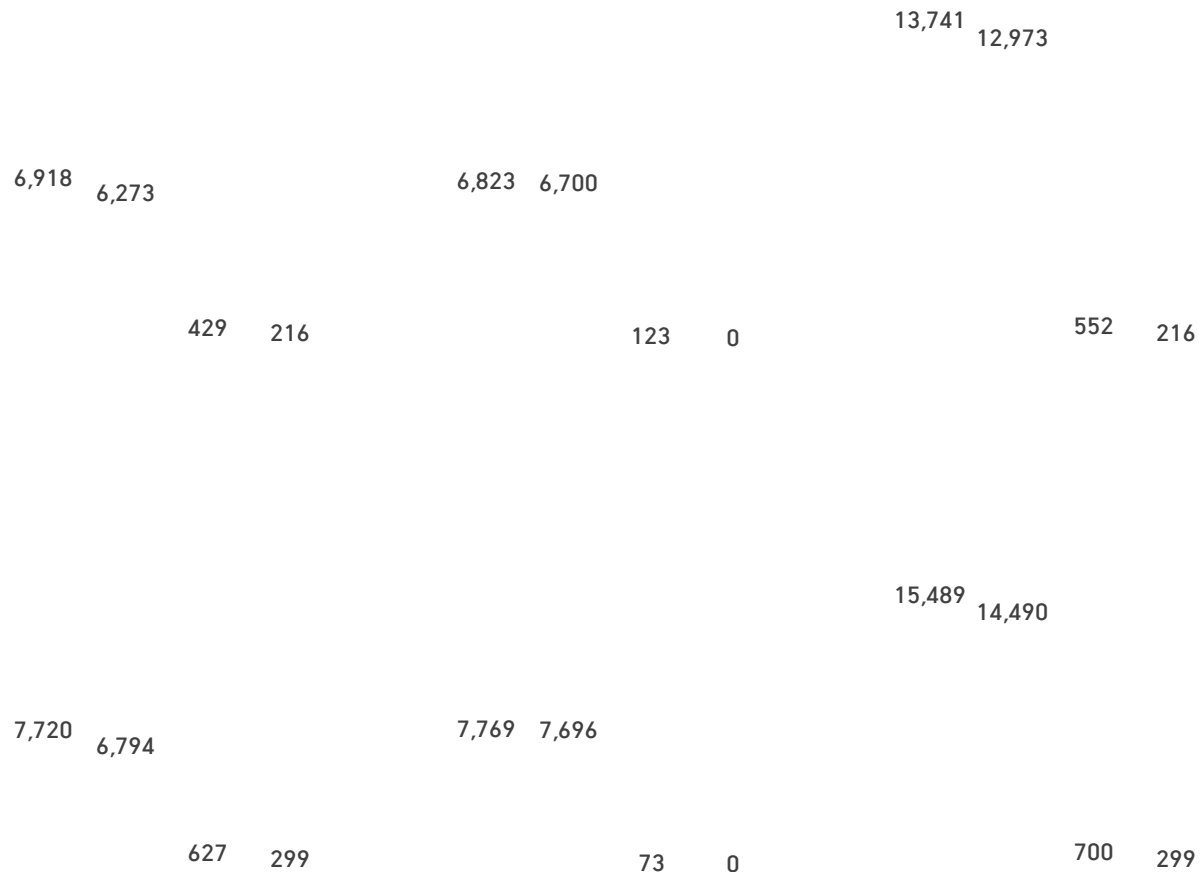
- 전체 사이트 수의 경우 총 1,748개(12.7%) 증가: 소규모 사이트 수 802개(11.6%) 증가, 중·대규모 사이트 수 946개(13.9%) 증가함
- 일반 사이트 수는 총 1,517개(11.7%) 증가: 소규모 사이트 수 521개(8.3%) 증가, 중·대규모 사이트 수 996개(14.9%) 증가함
- 글램핑 사이트 수의 경우 총 148개(26.8%) 증가: 소규모 사이트 수 198개(46.2%) 증가, 중·대규모 사이트 수 50개(-40.7%) 감소함
- 카라반 사이트 수의 경우 총 83개(38.4%) 증가: 소규모 사이트 수 83개(38.4%) 증가함

## ▶ 강원권 2018~2019 모집단의 사이트 유형별·규모별 교차 분석 결과는 다음 [표 5-54], [그림 5-53]과 같음

[ 표 5-54 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분		2018			2019		
		소규모	중·대규모	소계	소규모	중·대규모	소계
전체	모집단 수	6,918	6,823	13,741	7,720	7,769	15,489
	비율	50.3	49.7	100.0	49.8	50.2	100.0
일반 사이트	모집단 수	6,273	6,700	12,973	6,794	7,696	14,490
	비율	48.4	51.6	100.0	46.9	53.1	100.0
글램핑 사이트	모집단 수	429	123	552	627	73	700
	비율	77.7	22.3	100.0	89.6	10.4	100.0
카라반 사이트	모집단 수	216	-	216	299	-	299
	비율	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0



[ 그림 5-53 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 사이트 유형별·규모별 현황 (단위 : 개)

▶ 강원권 규모별 분석

- 강원권 2019 규모별 운영현황을 살펴본 결과, 전체 캠핑장 수는 456개(100.0%) 중에서 소규모 캠핑장 수는 357개(78.3%), 중·대규모 캠핑장 수는 99개(21.7%)로 구성되었음
- 강원권 2018년 대비 2019년의 경우, 전체 캠핑장 수는 70개(18.1%) 증가하였으며, 소규모 캠핑장 수는 58개(19.4%) 증가, 중·대규모 캠핑장 수는 12개(13.8%) 증가함
- 강원권 2018~2019 모집단의 캠핑장 규모별 분석 결과는 다음 [표 5-55], [그림 5-54]와 같음

[ 표 5-55 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황

(단위 : 개, %)

구분	2018		2019		전년대비('19~'18)	
	모집단 수	비율	모집단 수	비율	모집단 수	증감률
전체	386	100.0	456	100.0	70	18.1
소규모	299	77.5	357	78.3	58	19.4
중·대규모	87	22.5	99	21.7	12	13.8



[ 그림 5-54 ] 강원권 2018~2019 캠핑장 모집단의 규모별 현황 (단위 : 개)

## 2) 표본조사 결과

## (1) 표본 캠핑장 특성

## ▶ 응답 표본과 분석 대상 표본

- 2019 분석 표본 캠핑장의 권역별·규모별 비율 및 수를 살펴보면
  - 수도권 캠핑장은 27.0%(전체 54개, 소규모 41개, 중·대규모 13개)
  - 충청권 캠핑장은 16.0%(전체 32개, 소규모 26개, 중·대규모 6개)
  - 호남권 캠핑장은 13.0%(전체 26개, 소규모 21개, 중·대규모 5개)
  - 대경권 캠핑장은 11.5%(전체 23개, 소규모 19개, 중·대규모 4개)
  - 동남권 캠핑장은 12.5%(전체 25개, 소규모 20개, 중·대규모 5개)
  - 강원권 캠핑장은 20.0%(전체 40개, 소규모 31개, 중·대규모 9개)
- 분석에 사용된 표본 200개의 권역별·규모별 캠핑장 현황은 다음 [표 5-56]과 [그림 5-55]와 같음

[ 표 5-56 ] 2019 응답 표본의 권역별·규모별 캠핑장 현황

(단위 : 개, %)

구분	소규모		중·대규모		전체	
	표본 수	비율	표본 수	비율	표본 수	증감률
전체	158	100.0	42	100.0	200	100.0
수도권	41	25.9	13	31.0	54	27.0
충청권	26	16.5	6	14.3	32	16.0
호남권	21	13.3	5	11.9	26	13.0
대경권	19	12.0	4	9.5	23	11.5
동남권	20	12.7	5	11.9	25	12.5
강원권	31	19.6	9	21.4	40	20.0

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-55 ] 2019 응답 표본의 권역별·규모별 캠핑장 현황 (단위 : 개)

## (2) 표본 캠핑장 현황

### ▶ 분석 표본 매출액 평균

- 2019 기준 연간 전체 매출평균은 143.1백만원(100.0%), 사이트 매출액 평균은 129.7백만원(90.6%), 부대업장 매출액 평균은 13.4백만원(9.4%)으로 나타났다
- 2018년 대비 2019년의 경우 전체 매출액 평균 기준으로 10.7백만원(-7.6%) 감소, 사이트 매출액 평균 기준으로 8.4백만원(-38.5%) 감소, 부대업장 매출액 평균 기준으로 19.1백만원(-11.8%) 감소
- 2018~2019 표본 캠핑장의 매출액 평균 특성은 다음 [표 5-57], [그림 5-56]과 같음

[ 표 5-57 ] 2018~2019 응답 표본 캠핑장의 매출액 평균

(단위 : 백만원, %)

구분	2018(n=424)		2019(n=200)		전년대비('19~'18)	
	매출평균	비율	매출평균	비율	매출평균	증감률
전체 매출액 평균	162.2	100.0	143.1	100	-10.7	-7.6
사이트 매출액 평균	140.4	86.5	129.7	90.6	-8.4	-38.5
부대업장 매출액 평균	21.8	13.5	13.4	9.4	-19.1	-11.8



[ 그림 5-56 ] 2018~2019 응답 표본 캠핑장의 매출액 평균 (단위 : 백만원)

## ▶ 2019 기준 권역별·규모별 매출액 평균을 살펴보면

- 수도권 매출액 평균은 소규모 캠핑장이 210.6백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 195.0백만원(92.6%), 부대업장 매출액 평균은 15.6백만원(7.4%)으로 구성되고, 중·대규모 캠핑장이 166.7백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 146.7백만원(88.0%), 부대업장 매출액 평균은 20백만원(12.0%)으로 구성되었음
- 충청권 매출액 평균은 소규모 캠핑장이 134.9백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 117.1백만원(86.8%), 부대업장 매출액 평균 17.8백만원(13.2%)으로 구성되고, 중·대규모 캠핑장이 61.2백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 54.9백만원(89.7%), 부대업장 매출액 평균은 6.3백만원(10.3%)으로 구성되었음
- 호남권 매출액 평균은 소규모 캠핑장이 123.1백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 112.1백만원(91.1%), 부대업장 매출액 평균은 10.9백만원(8.9%)으로 구성되었고, 중·대규모 캠핑장이 260.0백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 242.0백만원(93.1%), 부대업장 매출액 평균은 18.0백만원(6.9%)으로 구성되었음
- 대경권 매출액 평균은 소규모 캠핑장이 52.0백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 34.9백만원(67.1%), 부대업장 매출액 평균은 17.1백만원(32.9%)으로 구성되었고, 중·대규모 캠핑장이 222.5백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 213.8백만원(96.1%), 부대업장 매출액 평균은 8.8백만원(4.0%)으로 구성되었음
- 동남권 매출액 평균은 소규모 캠핑장이 193.4백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 175.6백만원(90.8%), 부대업장 매출액 평균은 17.8백만원(9.2%)으로 구성되었고, 중·대규모 캠핑장이 292.5백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 282.1백만원(96.4%), 부대업장 매출액 평균은 10.3백만원(3.5%)으로 구성되었음
- 강원권 매출액 평균은 소규모 캠핑장이 48.2백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 45.1백만원(93.6%), 부대업장 매출액 평균은 3.2백만원(6.6%)으로 구성되었고, 중·대규모 캠핑장이 49.9백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액 평균은 43.2백만원(86.6%), 부대업장 매출액 평균은 6.7백만원(13.4%)으로 구성되었음

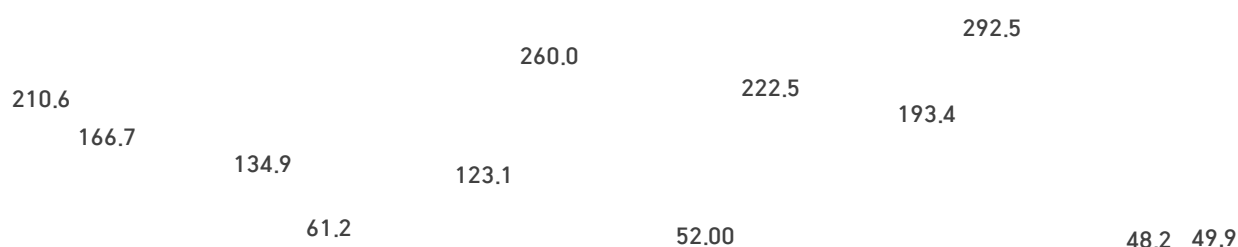
## ▶ 2019 분석 표본 캠핑장의 권역별·규모별 매출액 평균은 다음 [표 5-58], [그림 5-57]과 같음

[ 표 5-58 ] 2019 응답 표본 캠핑장의 권역별·규모별 매출액 평균

(단위 : 백만원, %)

구분	소규모 매출액 평균			중·대규모 매출액 평균		
	사이트매출	부대업장매출	매출액	사이트매출	부대업장매출	매출액
전체	124.6	13.6	138.1	147.7	12.9	160.6
수도권	195.0	15.6	210.6	146.7	20.0	166.7
충청권	117.1	17.8	134.9	54.9	6.3	61.2
호남권	112.1	10.9	123.1	242.0	18.0	260.0
대경권	34.9	17.1	52.0	213.8	8.8	222.5
동남권	175.6	17.8	193.4	282.1	10.3	292.5
강원권	45.1	3.2	48.2	43.2	6.7	49.9

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-57 ] 2019 응답 표본 캠핑장의 권역별·규모별 매출액 평균 (단위 : 백만원)

▶ 표본 직원 수 평균

- 2019년 기준 표본은 전체 일상용직 평균 3.9명(100.0%)을 고용하고 있었으며, 상용직원 수는 2.5명(64.1%), 일용직원 수는 1.4명(35.9%)으로 구성되었음
- 2019년 기준 권역별·고용형태별로 구분하여 살펴보면
  - 수도권 일상용직은 평균 3.8명(100.0%)이며, 상용직원수는 2.6명(68.4%), 일용직원수는 1.1명(28.9%)으로 구성되었음
  - 충청권 일상용직은 평균 3.5명(100.0%)이며, 상용직원수는 1.6명(61.5%), 일용직원수는 1.0명(38.5%)으로 구성되었음
  - 호남권 일상용직은 평균 3.0명(100.0%)이며, 상용직원수는 4.2명(66.7%), 일용직원수는 2.2명(34.9%)으로 구성되었음
  - 대경권 일상용직은 평균 3.6명(100.0%)이며, 상용직원수는 1.9명(61.3%), 일용직원수는 1.2명(38.7%)으로 구성되었음
  - 동남권 일상용직은 평균 3.4명(100.0%)이며, 상용직원수는 4.0명(58.0%), 일용직원수는 3.0명(43.5%)으로 구성되었음
  - 강원권 일상용직은 평균 2.4명(100.0%)이며, 상용직원수는 1.5명(75.0%), 일용직원수는 0.5명(25.0%)으로 구성되었음
- 2018~2019 분석 표본 직원 수 평균의 권역별·고용형태별 특성은 다음 [표 5-59], [그림 5-58]과 같음

[ 표 5-59 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균

(단위 : 명)

구분	2018(n=424)			2019(n=200)		
	상용직	일용직	일상용직	상용직	일용직	일상용직
전체	2.3	1.1	3.4	2.5	1.4	3.9
수도권	2.7	1.2	3.9	2.6	1.1	3.8
충청권	2.5	1.0	3.5	1.6	1.0	2.6
호남권	1.8	1.2	3.0	4.2	2.2	6.3
대경권	2.3	1.3	3.6	1.9	1.2	3.1
동남권	2.7	0.7	3.4	4.0	3.0	6.9
강원권	1.5	0.9	2.4	1.5	0.5	2.0



[ 그림 5-58 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균 (단위 : 명)



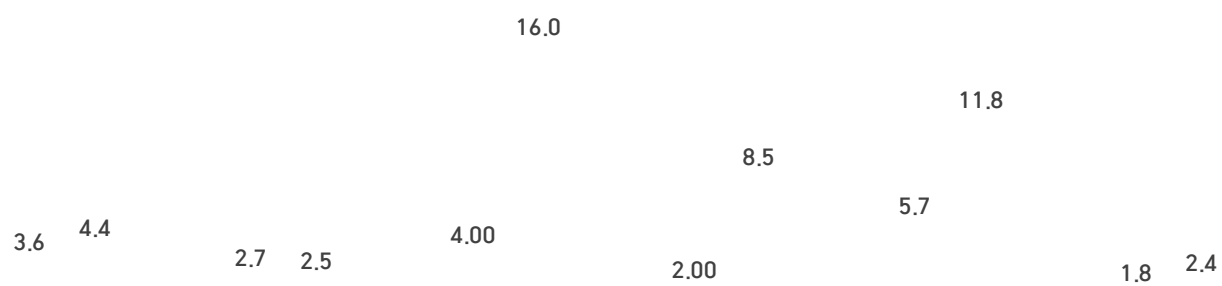
- 2019 분석 표본 권역별·규모별 직원 수 평균은 다음 [표 5-60], [그림 5-59]와 같음

[ 표 5-60 ] 2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균

(단위 : 명)

구분	소규모 직원 수 평균			중·대규모 직원 수 평균		
	상용직	일용직	일상용직	상용직	일용직	일상용직
수도권	2.3	1.2	3.6	3.5	0.8	4.4
충청권	1.6	1.0	2.7	1.5	1.0	2.5
호남권	2.7	1.4	4.0	10.4	5.6	16.0
대경권	1.2	0.8	2.0	5.5	3.0	8.5
동남권	2.6	3.1	5.7	9.4	2.4	11.8
강원권	1.4	0.4	1.8	1.6	0.9	2.4

\* 소규모(1~49개), 중·대규모(50개 이상)



[ 그림 5-59 ] 2019 응답 표본 권역별·고용형태별 직원 수 평균 (단위 : 명)

▶ 표본 가동률

- 2019년 기준 표본 가동률 전체 22.9%(총 판매 사이트 616,162개, 보유 사이트 7,383개, 연간 총 판매 가능 사이트 2,694,795개)로 나타났다
- 2018~2019 표본 캠핑장의 가동률 특성은 다음 [표 5-61], [그림 5-60]과 같으며, 2018년의 경우 표본은 424개 기준이며, 2019년의 경우 표본은 200개 기준임

[ 표 5-61 ] 2018~2019 표본 캠핑장의 가동률

(단위 : 개, %)

구분	2018(n=424)	2019(n=200)	전년대비('19~'18)	
			차이	증감률
연간 총 판매사이트	825,132	616,162	-208,970	-25.3
총 보유사이트	14,450	7,383	-7,067	-48.9
연간 총 판매가능사이트	5,274,250	2,694,795	-2,579,455	-48.9
연간 가동률*	15.6	22.9	7.3	46.8

\* 연간 가동률 = 연간 총 판매 사이트 / 연간 총 판매 가능 사이트

[ 그림 5-60 ] 2018~2019 표본 캠핑장의 가동률 (단위 : %)

- 2019 기준 권역별로 사이트 비율 및 가동률을 살펴보면
  - 수도권은 23.3%(총 판매 사이트 176,364개, 보유 사이트 2,073개)
  - 충청권은 22.1%(총 판매 사이트 82,367개, 보유 사이트 1,023개)
  - 호남권은 21.2%(총 판매 사이트 61,393개, 보유 사이트 792개)
  - 대경권은 21.2%(총 판매 사이트 96,914개, 보유 사이트 1,251개)
  - 동남권은 28.3%(총 판매 사이트 109,769개, 보유 사이트 1,064개)
  - 강원권은 20.7%(총 판매 사이트 89,355개, 보유 사이트 1,180개)임
- 2018년 대비 2019년의 경우, 조사된 캠핑장 수익 경우 224개(-52.8%) 감소, 총판매사이트 수익 경우 208,970개(-25.3%) 감소하였음
- 2018~2019 표본 캠핑장의 권역별·사이트 가동률 특성은 다음 [표 5-62], [그림 5-61]과 같음

[ 표 5-62 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·사이트 가동률

(단위 : 개, %)

구분	2018(n=424)			2019(n=200)		
	총판매사이트	보유사이트	가동률	총판매사이트	보유사이트	가동률
전체	825,132	14,450	15.6	616,162	7,383	22.9
수도권	267,777	4,854	15.1	176,364	2,073	23.3
충청권	129,797	2,226	16.0	82,367	1,023	22.1
호남권	109,954	1,699	17.7	61,393	792	21.2
대경권	95,729	1,427	18.4	96,914	1,251	21.2
동남권	105,529	2,174	13.3	109,769	1,064	28.3
강원권	116,346	2,070	15.4	89,355	1,180	20.7

\* 가동률 = 총판매사이트/(보유사이트\*365)\*100



[ 그림 5-61 ] 2018~2019 응답 표본 권역별·사이트 가동률 (단위 : %)

### (3) 표본 캠핑장 보유시설

▶ 표본 편의시설 보유현황

- 2019 기준 표본 캠핑장의 편의시설 보유현황의 경우 화장실 200개(100.0%), 분리수거장 198개(99.0%), 관리동 196개(98.0%), 주차장 189개(94.5%), 샤워실 188개(94.0%) 등의 순으로 나타났음
- 2019 분석 표본의 편의시설 보유 현황은 다음 [표 5-63], [그림 5-62]와 같음

[ 표 5-63 ] 2019 응답 표본 편의시설 보유현황

(단위 : 개, %)

편의시설	보유수	보유율	편의시설	보유수	보유율
관리동	196	98.0	주차장	189	94.5
화장실	200	100.0	공동취사장	118	59.0
샤워실	188	94.0	데크사이트	129	64.5
분리수거장	198	99.0	바비큐시설	78	39.0
전기시설	187	93.5	피크닉테이블	108	54.0
식수대	143	71.5	의무실	106	53.0
매점	129	64.5	식당카페	35	17.5
WIFI	153	76.5	장애인편의시설	59	29.5

[ 그림 5-62 ] 2019 응답 표본 편의시설 보유현황 (단위 : 개)

## ▶ 표본 운동시설, 안전시설 및 기타시설 보유현황

- 2019 기준 표본 캠핑장의 운동시설 보유현황의 경우 수영장 88개(44.0%), 운동장 81개(40.5%), 체육시설 63개(31.5%) 등의 순으로 나타났다
- 2019 기준 표본 캠핑장의 안전시설 보유현황의 경우 CCTV 179개(89.5%), 대피시설 129개(64.5%), 자동제세동기 49개(24.5%) 등의 순으로 나타났다
- 2019 기준 표본 캠핑장의 기타시설 보유현황의 경우 산책로 98개(49.0%), 숲속쉼터 63개(31.5%), 캠프파이어 54개(27.0%), 도서관 23개(11.5%) 등의 순으로 나타났다
- 2019 표본의 운동시설 보유현황은 다음 [표 5-64], [그림 5-63]과 같음

[ 표 5-64 ] 2019 응답 표본 운동시설 보유현황

(단위 : 개, %)

운동시설	보유수	보유율	기타시설	보유수	보유율
체육시설	63	31.5	산책로	98	49.0
수영장	88	44.0	숲속쉼터	63	31.5
운동장	81	40.5	캠프파이어	54	27.0
안전시설	보유수	보유율	도서관	23	11.5
CCTV	179	89.5			
자동제세동기	49	24.5			
대피시설	129	64.5			

[ 그림 5-63 ] 2019 응답 표본 운동시설 보유현황 (단위 : 개)

### 3) 모집단 추정

#### (1) 매출액 현황

##### ▶ 모집단 매출액 추정

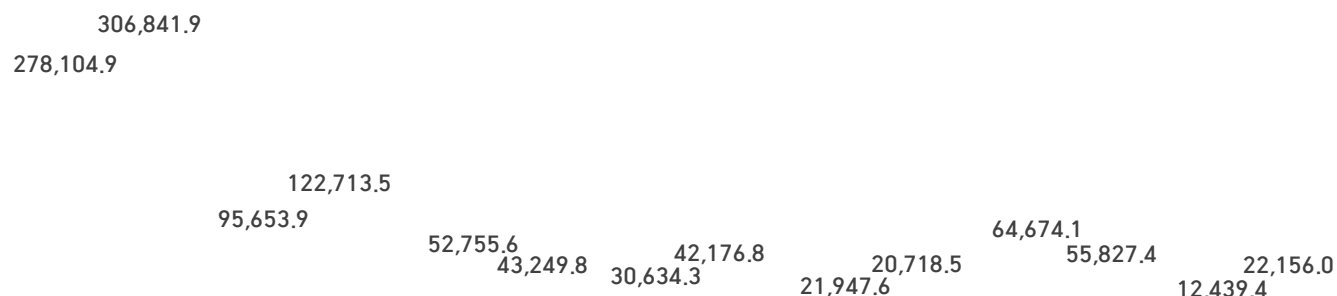
- 본 조사에 나타난 2019 표본의 권역별·규모별 매출액(사이트 매출액 평균 및 부대업장 매출액 평균)을 이용하여, 모집단의 권역별 매출액을 추정한 결과, 전체 306,841.9백만원(100.0%)이며, 사이트 매출액은 277,405.4백만원(90.4%), 부대업장 매출액은 29,436.5백만원(9.6%)으로 추정되었음
- 2019 기준 권역별·규모별로 매출액의 추정 금액을 살펴보면
  - 수도권 매출액은 전체 122,713.5백만원(100.0%)으로 추정되었으며, 사이트 매출액 112,587.0백만원(91.7%), 부대업장 매출액 10,126.4백만원(8.3%)으로 구성되었음
  - 충청권 매출액은 전체 43,249.8백만원(100.0%)으로 추정되었으며, 사이트 매출액 37,640.5백만원(87.0%), 부대업장 매출액 5,609.2백만원(13.0%)으로 구성되었음
  - 호남권 매출액은 전체 42,176.8백만원(100.0%)으로 추정되었으며, 사이트 매출액 38,687.9백만원(91.7%), 부대업장 매출액 3,488.9백만원(8.3%)으로 구성되었음
  - 대경권 매출액은 전체 20,718.5백만원(100.0%)으로 추정되었으며, 사이트 매출은 16,539.0백만원(79.8%), 부대업장 매출액 4,179.5백만원(20.2%)으로 구성되었음
  - 동남권 매출액은 전체 55,827.4백만원(100.0%)으로 추정되었으며, 사이트 매출액 51,582.9백만원(92.4%), 부대업장 매출액 4,244.5만원(7.6%)으로 구성되었음
  - 강원권 매출액은 전체 22,156.0백만원(100.0%)으로 추정되었으며, 사이트 매출액 20,368.00백만원(91.9%), 부대업장 매출액 1,788.0백만원(8.1%)으로 구성되었음
- 2018년 대비 2019년 매출액은 287억(10.3%) 증가한 것으로 분석되었음
- 2019 모집단의 권역별·매출유형별 매출액을 추정한 결과 다음 [표 5-65], [그림 5-64]와 같음

[ 표 5-65 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·매출유형별 매출액 추정

(단위 : 백만원)

구분	2018(N=1,900)				2019(N=2,233)			
	모집단 수	사이트매출	부대매출	매출액	모집단 수	사이트매출	부대매출	매출액
전체	1,900	239,583.1	38,521.8	278,104.9	2,233	277,405.4	29,436.5	306,841.9
수도권	519	81,994.8	13,659.1	95,653.9	611	112,587.0	10,126.4	122,713.5
충청권	303	43,706.5	9,049.2	52,755.6	355	37,640.5	5,609.2	43,249.8
호남권	248	26,133.8	4,500.4	30,634.3	286	38,687.9	3,488.9	42,176.8
대경권	221	17,867.2	4,080.4	21,947.6	264	16,539.0	4,179.5	20,718.5
동남권	223	59,556.1	5,118.0	64,674.1	261	51,582.9	4,244.5	55,827.4
강원권	386	10,324.7	2,114.7	12,439.4	456	20,368.0	1,788.0	22,156.0

\* 부대매출: 부대업장매출



[ 그림 5-64 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·매출유형별 매출액 추정 (단위 : 백만원)

- 2019 모집단의 권역별·규모별 매출액을 추정한 결과 다음 [표 5-66], [그림 5-65]와 같음

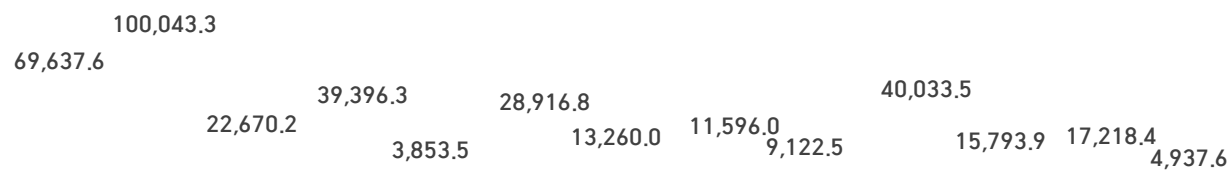
[ 표 5-66 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 매출액 추정

(단위 : 백만원)

구분	소규모				중대규모			
	모집단 수	사이트매출	부대매출	매출액	모집단 수	사이트매출	부대매출	매출액
전체	1,789	213,382.8	23,821.4	237,204.2	444	64,022.6	5,615.1	69,637.6
수도권	475	92,636.9	7,406.4	100,043.3	136	19,950.2	2,720.0	22,670.2
충청권	292	34,184.5	5,211.8	39,396.3	63	3,456.1	397.4	3,853.5
호남권	235	26,345.9	2,570.9	28,916.8	51	12,342.0	918.0	13,260.0
대경권	223	7,775.3	3,820.7	11,596.0	41	8,763.8	358.8	9,122.5
동남권	207	36,347.9	3,685.6	40,033.5	54	15,235.0	558.8	15,793.9
강원권	357	16,092.5	1,125.9	17,218.4	99	4,275.6	662.1	4,937.6

\* 부대매출: 부대업장매출

237,204.2



[ 그림 5-65 ] 2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별 매출액 추정 (단위 : 백만원)

## (2) 직원 수 현황

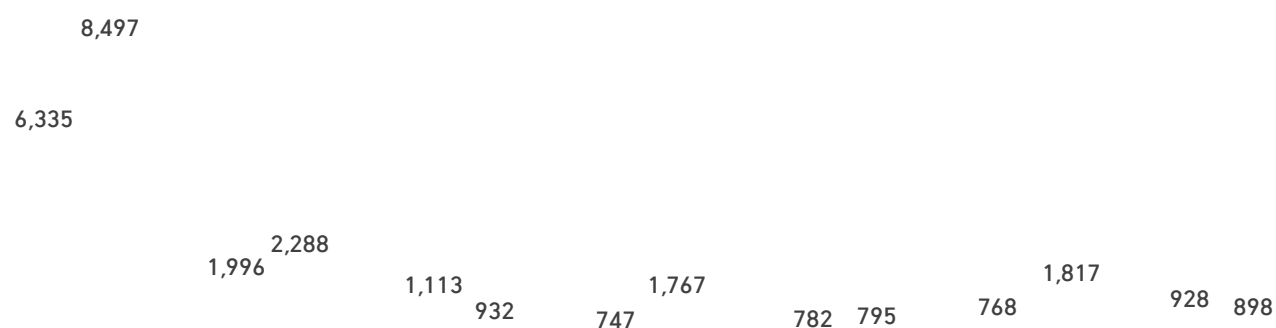
### ▶ 일상용직 인원 현황 추정

- 2019 표본조사에 나타난 직원 수를 권역별, 규모별, 일상용직별 평균을 활용하여 모집단의 직원 수를 추정한 결과, 전체 8,497명(100.0%)중 상용직원은 5,495명(64.7%), 일용직원은 3,002명(35.3%) 종사하고 있는 것으로 나타남
- 2019 기준 권역별로 고용형태별 일상용 직원 수를 추정해보면
  - 수도권 일상용 직원 수는 2,288명(100.0%)이며, 상용직원 수 1,582명(69.1%), 일용직원 수 706명(30.9%)으로 구성되었음
  - 충청권 일상용 직원 수는 932명(100.0%)이며, 상용직원 수 566명(60.7%), 일용직원 수 366명(39.3%)으로 구성되었음
  - 호남권 일상용 직원 수는 1,767명(100.0%)이며, 상용직원 수 1,157명(65.5%), 일용직원 수 610명(34.5%)으로 구성되었음
  - 대경권 일상용 직원 수는 795명(100.0%)이며, 상용직원 수 484명(60.9%), 일용직원 수 311명(39.1%)으로 구성되었음
  - 동남권 일상용 직원 수는 1,817명(100.0%)이며, 상용직원 수 1,046명(57.6%), 일용직원 수 771명(42.4%)으로 구성되었음
  - 강원권 일상용 직원 수는 898명(100.0%)이며, 상용직원 수 661명(73.6%), 일용직원 수 238명(26.5%)으로 구성되었음
- 2018년 대비 2019년의 경우, 모집단의 직원 수는 전체 2,162명(34.1%) 증가한 것으로 추정됨
- 2018~2019 모집단의 권역별·고용형태별 직원 수를 추정한 결과는 다음 [표 5-67], [그림 5-66]과 같음

[ 표 5-67 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·고용형태별 일상용 직원 수 추정

(단위 : 명)

구분	2018(N=1,900)				2019(N=2,233)			
	모집단 수	상용직	일용직	일상용직	모집단 수	상용직	일용직	일상용직
전체	1,900	4,284	2,051	6,335	2,233	5,495	3,002	8,497
수도권	519	1,364	632	1,996	611	1,582	706	2,288
충청권	303	815	299	1,113	355	566	366	932
호남권	248	441	305	747	286	1,157	610	1,767
대경권	221	498	285	782	264	484	311	795
동남권	223	602	166	768	261	1,046	771	1,817
강원권	386	564	364	928	456	661	238	898



[ 그림 5-66 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·고용형태별 일상용 직원 수 추정 (단위 : 명)



- 2019 모집단의 권역별·규모별 직원 수를 추정한 결과 다음 [표 5-68], [그림 5-67]과 같음

[ 표 5-68 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별·고용형태별 일상용 직원 수 추정

(단위 : 명)

구분	소규모				중·대규모			
	모집단 수	상용직	일용직	일상용직	모집단 수	상용직	일용직	일상용직
전체	1,789	3,502	2,198	5,700	444	1,993	804	2,798
수도권	475	1,101	591	1,691	136	481	115	596
충청권	292	472	303	775	63	95	63	158
호남권	235	627	325	951	51	530	286	816
대경권	223	258	188	446	41	226	123	349
동남권	207	538	642	1,180	54	508	130	637
강원권	357	507	150	656	99	154	88	242

5,700

2,798

1,691

596

775

158

951

816

446

349

1,180

637

656

242

[ 그림 5-67 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별·규모별·고용형태별 일상용 직원 수 추정 (단위 : 명)

### (3) 가동률 현황

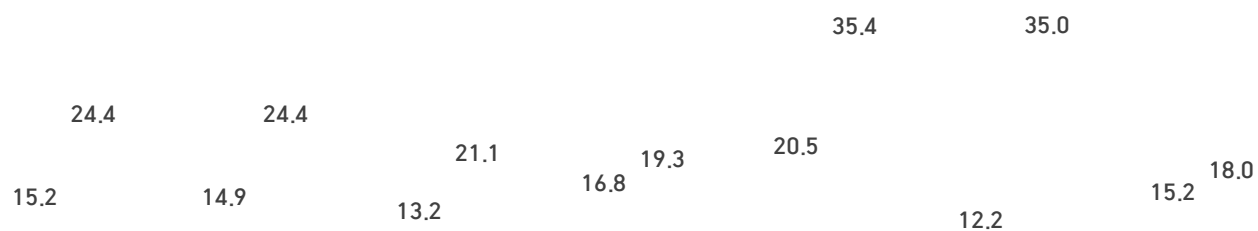
- 모집단 가동률 추정
- 2019 기준 표본조사에서 나타난 가동률(총 판매 사이트 및 보유 사이트)을 이용하여 권역별 가동률을 추정한 결과, 전체 24.4%(총 판매 사이트 6,861,643개, 보유사이트 76,941개)로 추정됨
- 2019 기준 권역별로 가동률을 살펴보면
  - 수도권은 24.4%(총 판매 사이트 1,995,527개, 보유 사이트 22,417개)
  - 충청권은 21.1%(총 판매 사이트 913,753개, 보유 사이트 11,865개)
  - 호남권은 19.3%(총 판매 사이트 675,323개, 보유 사이트 9,578개)
  - 대경권은 35.4%(총 판매 사이트 1,112,403개, 보유 사이트 8,617개)
  - 동남권은 35.0%(총 판매 사이트 1,145,989개, 보유 사이트 8,975개)
  - 강원권은 18.0%(총 판매 사이트 1,018,647개, 보유 사이트 15,489개)
- 2018~2019 모집단의 권역별 사이트 가동률을 추정한 결과 다음 [표 5-69], [그림 5-68]과 같음

[ 표 5-69 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 사이트 가동률

(단위 : 개, %)

구분	2018(N=1,900)				2019(N=2,233)			
	모집단 수	총판매 사이트	보유사이트	가동률	모집단 수	총판매 사이트	보유사이트	가동률
전체	1,900	3,747,890	67,577	15.2	2,233	6,861,643	76,941	24.4
수도권	519	1,037,137	19,060	14.9	611	1,995,527	22,417	24.4
충청권	303	517,479	10,774	13.2	355	913,753	11,865	21.1
호남권	248	495,793	8,067	16.8	286	675,323	9,578	19.3
대경권	221	556,741	7,432	20.5	264	1,112,403	8,617	35.4
동남권	223	379,565	8,503	12.2	261	1,145,989	8,975	35.0
강원권	386	761,176	13,741	15.2	456	1,018,647	15,489	18.0

\* 가동률 = 총 판매사이트/(보유사이트\*365)\*100



[ 그림 5-68 ] 2018~2019 캠핑장 모집단의 권역별 사이트 가동률 (단위 : %)

## (4) 중위수 현황

## ▶ 모집단 권역별 중위수

- 2019 기준 권역별 중위수를 살펴보면
  - 수도권은 총 사이트 20.0개
  - 충청권은 총 사이트 24.0개
  - 호남권은 총 사이트 19.0개
  - 대경권은 총 사이트 20.0개
  - 동남권은 총 사이트 25.0개
  - 강원권은 총 사이트 24.5개
- 2018~2019 모집단의 권역별 중위수는 다음 [표 5-70], [그림 5-69]와 같음

[ 표 5-70 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 사이트의 권역별 중위수

(단위 : 개)

구분	2018(N=1,900)				2019(N=2,233)			
	모집단 수	일반	글램핑	카라반	모집단 수	일반	글램핑	카라반
수도권	519	25	0	0	611	20.0	0	0
충청권	303	21	0	0	355	24.0	0	0
호남권	248	24	0	0	286	19.0	0	0
대경권	221	21	0	0	264	20.0	0	0
동남권	223	21	0	0	261	25.0	0	0
강원권	386	23	0	0	456	24.5	0	0



[ 그림 5-69 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 사이트의 권역별 중위수 (단위 : 개)

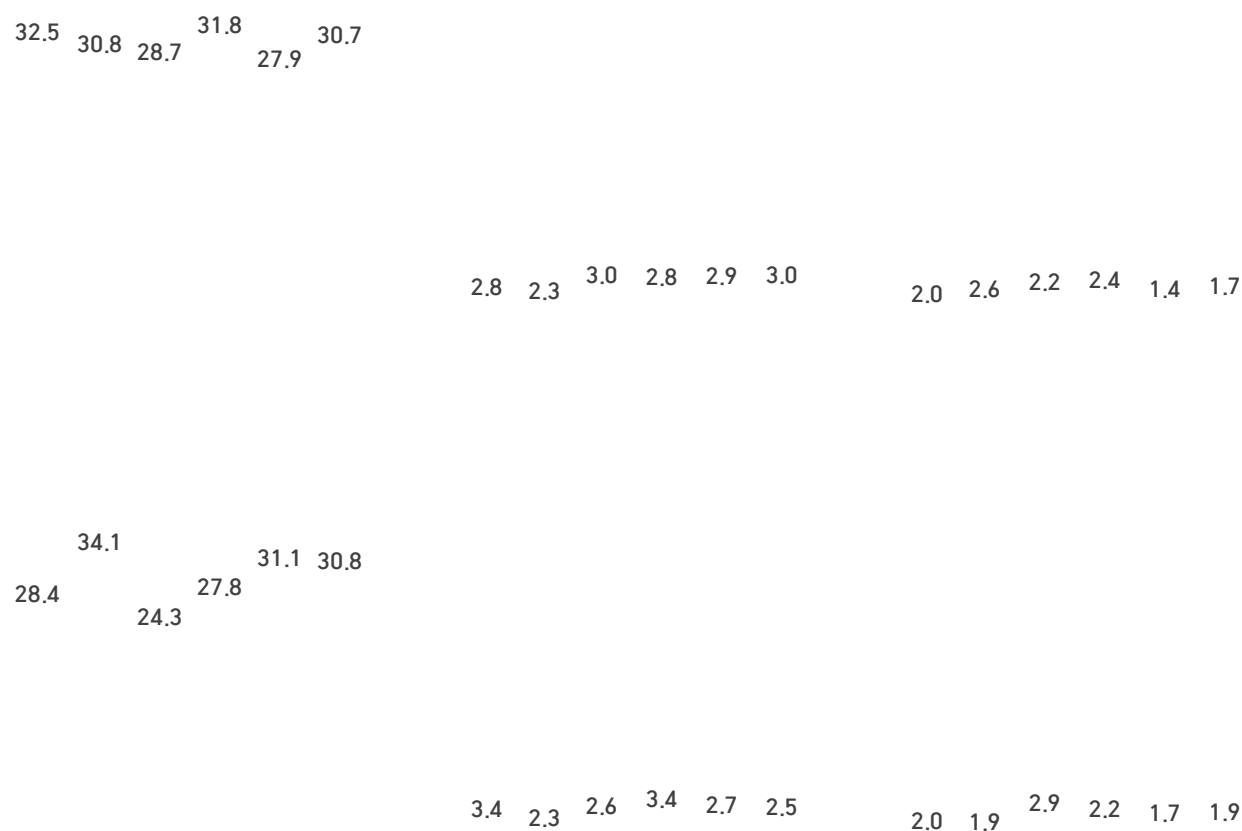
▶ 모집단 권역에 따른 사이트 수 평균

- 2019 권역별 사이트 수의 평균을 살펴보면
  - 수도권은 총 사이트 33.8개(일반 사이트 28.4개 · 글램핑 사이트 3.4개 · 카라반 사이트 2.0개)
  - 충청권은 총 사이트 38.3개(일반 사이트 34.1개 · 글램핑 사이트 2.3개 · 카라반 사이트 1.9개)
  - 호남권은 총 사이트 29.8개(일반 사이트 24.3개 · 글램핑 사이트 2.6개 · 카라반 사이트 2.9개)
  - 대경권은 총 사이트 33.5개(일반 사이트 27.8개 · 글램핑 사이트 3.4개 · 카라반 사이트 2.2개)
  - 동남권은 총 사이트 35.6개(일반 사이트 31.1개 · 글램핑 사이트 2.7개 · 카라반 사이트 1.7개)
  - 강원권은 총 사이트 35.2개(일반 사이트 30.8개 · 글램핑 사이트 2.5개 · 카라반 사이트 1.9개)
- 2018년 대비 2019년의 권역별 전체 평균 사이트의 경우, 수도권 3.4개(-9.1%) 감소, 충청권 2.5개(7.0%) 증가, 호남권 4.1개(-12.1%) 감소, 대경권 3.5개(-9.5%) 감소, 동남권 3.4개(10.6%) 증가, 강원권 0.1개(-0.3%) 감소한 것으로 나타남
- 2018~2019 모집단 권역별 사이트 유형별 평균은 다음 [표 5-71], [그림 5-70]과 같음

[ 표 5-71 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 권역별 사이트 유형별 평균

(단위 : 개)

구분	2018(N=1,900)					2019(N=2,233)				
	모집단 수	일반	글램핑	카라반	소계	모집단 수	일반	글램핑	카라반	소계
수도권	519	32.5	2.8	2.0	37.2	611	28.4	3.4	2.0	33.8
충청권	303	30.8	2.3	2.6	35.8	355	34.1	2.3	1.9	38.3
호남권	248	28.7	3.0	2.2	33.9	286	24.3	2.6	2.9	29.8
대경권	221	31.8	2.8	2.4	37.0	264	27.8	3.4	2.2	33.5
동남권	223	27.9	2.9	1.4	32.2	261	31.1	2.7	1.7	35.6
강원권	386	30.7	3.0	1.7	35.3	456	30.8	2.5	1.9	35.2



[ 그림 5-70 ] 2018~2019 캠핑장 모집단 권역별 사이트 유형별 평균 (단위 : 개)



06

2019년 기준  
추정 결과



## 1. 추정 방법

- ▶ 본 연구는 국내 캠핑산업규모 추정을 위해 캠핑장 운영자와 캠핑장 이용자 수 추정조사 및 이용자 실태조사를 실시하였음
- ▶ 본 연구에서의 조사는 온라인 조사와 오프라인 조사를 병행하였음(캠핑 운영자 모집단 수 = 2,233, 캠핑 운영자 표본 수 = 200, 캠핑이용자 수 추정조사 표본 수 = 3,010, 캠핑이용자 실태조사 표본 수 = 2,028)
- ▶ 국내 캠핑산업규모는 아래 그림과 같이 2019년 동안 캠핑 경험이 있는 총 캠핑이용자 수에 캠핑이용자 1인당 연간 캠핑을 하면서 사용한 평균 비용과 캠핑이용자 1인당 연간 캠핑 장비를 구입했던 평균 비용을 곱하여 추정할 수 있음
- ▶ 연간 평균 캠핑 비용은 캠핑장 이용자 조사에 참가한 캠핑이용자가 1회 평균 캠핑 시 사용했던 비용을 함께 캠핑한 평균 인원수로 나누고, 연간 평균 캠핑 횟수를 곱하여 추정할 수 있음
- ▶ 연간 평균 캠핑장비 구입비용은 캠핑이용자 조사를 통해서 캠핑이용자가 연간 장비를 구입한 비용을 평균 가족 수로 나누면 1인당 평균 연간 장비 구입비를 구할 수 있음
- ▶ 조사에서 캠핑 장비를 구입하지 않은 사람은 0원으로 하고, 평균 캠핑장비 구입비용 계산 시 구입하지 않은 사람의 인원수를 포함하였음

- 캠핑산업규모  
= 총 캠핑이용자 수 × (캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑비용 + 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑장비 구입비용)
- 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑 비용  
= 캠핑이용자 1인당 평균 캠핑 비용 × 연간 캠핑 횟수  
= (캠핑이용자 1회 평균 캠핑 비용 ÷ 캠핑 시 평균 동반인원) × 연간 평균 캠핑 횟수
- 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑장비 구입비용  
= 캠핑이용자 연간 평균 가구 당 캠핑장비 구입비용 ÷ 평균 가족 수

[ 그림 6-1 ] 캠핑산업 규모 추정방법

## 2. 국내 캠핑산업 규모

- ▶ 본 연구에서 진행되었던 캠핑이용자 수 추정조사에 따르면, 2019년 기준 우리나라 캠핑이용자 수는 399만 명으로 추산되었으며, 캠핑이용자실태조사 결과에 따르면, 2019년 한 해 동안 평균 동반인원은 3.34명으로 나타났음
- ▶ 캠핑장 이용자 실태조사에 참여한 2,028명의 1회 평균 캠핑비용의 평균은 295,000원이었고, 이것을 평균 동반인원인 3.34명으로 나누어서 1회 평균 캠핑 비용 88,323원으로 추정할 수 있음
- ▶ 위에서 구한 1회 평균 캠핑 비용 88,323원에 연간 캠핑 횟수 3.80회를 곱하여 1인당 연간 평균 캠핑 비용이 335,629원으로 추정할 수 있음
- ▶ 캠핑이용자가 연간 평균 장비를 구입한 비용의 합은 1,451,000원이었고, 이것을 평균 가족 수 3.34명으로 나눈 값은 434,431원으로 추정할 수 있음
- ▶ 앞서 설명한 것과 같이 장비를 구입하지 않은 사람은 0원으로 표기하고 연간 평균 장비구입 비용 계산할 시, 구입하지 않은 사람 수도 포함시켰음
- ▶ 총 캠핑이용자수 3,985,234명에 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑비용 335,629원과 캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑장비 구입비용 434,431원의 합을 곱하여, 2019년 국내 캠핑산업규모가 3조 689억 원으로 추정할 수 있음
- ▶ 즉, 2019년 국내 캠핑산업규모는 3조 689억 원으로 추정할 수 있음
- ▶ 2019년 국내 캠핑산업규모는 아래 그림과 같은 과정을 통해서 추정할 수 있음

[ 표 6-1 ] 2017~2019 캠핑장 모집단 권역별 사이트 유형별 평균

(단위 : 억원)

구분	2017	2018	2019
캠핑산업규모	20,040	26,474	30,689

- 연간 평균 캠핑 비용  

$$= \text{캠핑이용자 1인당 1회 평균 캠핑 비용} \times \text{연간 캠핑 횟수}$$

$$= (\text{캠핑이용자 1회 평균 캠핑 비용} \div \text{캠핑 시 평균 동반인원}) \times \text{연간 평균 캠핑 횟수}$$

$$= \text{캠핑이용자 1인의 1회 평균 캠핑 비용 88,323원} \times \text{연간 평균 캠핑 3.80회}$$
- 연간 평균 캠핑장비 구입비용  

$$= \text{캠핑이용자 연간 평균 가구 당 장비구입비용} \div \text{평균 가족 수}$$

$$= \text{캠핑이용자 연간 평균 가구 당 장비구입비용 1,451,000원} \div \text{평균 가족 수 3.34명}$$
- 캠핑산업규모  

$$= \text{총 캠핑이용자 수} \times (\text{캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑비용} + \text{캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑장비 구입비용})$$

$$= \text{총 캠핑이용자 수 3,985,234명} \times (\text{캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑비용 335,629원} + \text{캠핑이용자 1인당 연간 평균 캠핑장비 구입비용 434,431원})$$

$$= \text{2019년 국내 캠핑산업규모 3,068,869,294,040원}$$

※ 소수점에 의해 일의 자리 수치가 다를 수 있음

[ 그림 6-2 ] 국내 캠핑산업규모 추정방법



07

부록  
설문지



## 2019년 기준 캠핑 이용자 모수 추정

안녕하십니까? 저는 여론조사 전문기관인 ○○○○○○○○의 면접원 ○○○입니다. 저희는 우리나라 국민의 여가활동에 대해 여론조사를 하고 있습니다. 본 설문지에 응답하신 내용은 정책 개발과 연구목적 외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않고 통계법 제33조 및 34조에 따라 비밀이 보장됩니다. 잠시만 협조해주시면 감사하겠습니다.

RDD 지역 확인	SQ1) ○○님께서 살고 계신 지역은 어디입니까?			
	① 서울	② 부산	③ 대구	④ 인천
	⑤ 광주	⑥ 대전	⑦ 울산	⑧ 경기
	⑨ 강원	⑩ 충북	⑪ 충남(세종 포함)	⑫ 전북
	⑬ 전남	⑭ 경북	⑮ 경남	⑯ 제주
성별	SQ2) 성 별 : ① 남자      ② 여자			
연령	SQ3) 실례지만, ○○님의 연세는 올해 만으로 어떻게 되십니까? 만( )세 → 만 19세 미만 설문 중단			

### (1) 여행 여부

#### [여행 경험 여부]

문1) ○○님께서 2019년 1월 1일부터 12월 31일 한 해 동안 야외활동 또는 휴식 등의 목적으로 거주지를 벗어나신 적이 있으십니까?

- ① 있다 → 문2)로 이동      ② 없다 → 문8)로 이동

#### [여행 형태]

문2) ○○님께서 2019년 한 해 동안 거주지를 벗어나 어떤 활동을 하셨는지 모두 선택해 주시기 바랍니다.  
(※ 보기 로테이션)

- ① 자연풍경 및 역사 유적지 감상      ② 테마파크, 동/식물원, 박물관 방문  
③ 스포츠, 레포츠 활동      ④ 휴식/휴양, 온천/스파  
⑤ 캠핑 활동      ⑥ 기타(구체적으로: \_\_\_\_\_)

→ ⑤번 응답자만 문3)로 이동, ⑤번 비응답 시 문8)로 이동

### (2) 캠핑 이용 실태

#### [캠핑 장비 이용 여부]

문3) ○○님께서 2019년 한 해 동안 거주지를 벗어나 캠핑 활동을 하실 때 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하셨습니까?

- ① 그렇다 → 문4)로 이동      ② 아니다 → 문8)로 이동

#### [캠핑 숙박 여부]

문4) 그렇다면, 어느 방법으로 캠핑 활동을 하셨습니까?

- ① 당일 동안 있었다      ② 하루 이상 숙박하였다  
③ 둘 다 경험하였다

[캠핑 이용 횟수]

문5) ○○님께서 **2019년 한 해 동안** 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하여 캠핑 활동을 하신 적이 몇 번이십니까? 당일 캠핑과 숙박 캠핑을 모두 경험하셨으면 구분하여 응답해 주시기 바랍니다.

당일 캠핑 (                    )회, 숙박 캠핑 (                    )회

**[평균 숙박 일수]**

문6) (문4. ②, ③ 응답자) ○○님께서 2019년에 숙박 캠핑을 한 번 다녀오실 때 평균 몇 박 일정으로 다녀오셨습니까?

평균 (        )박

[캠핑 동반 미성년 동반자 수]

문기) ○○님께서는 2019년 한 해 동안 캠핑을 함께 다녀온 만 19세 미만의 미성년 동반자가 있으십니까? 있다면 몇 명입니까?

- ① 있다( )명                      ② 없다 → DQ1)로 이동

### [캠핑 비용 이유]

문8) ○○님께서 **2019년 한 해 동안** 캠핑을 하지 않으신 이유는 무엇입니까? 가장 큰 이유 순서대로 3가지만 선택해 주세요. (※ 보기 로테이션)

1순위(     ), 2순위(     ), 3순위(     )

- ① 캠핑에 관심이 없어서
  - ② 캠핑 정보 및 시설이 부족해서
  - ③ 건강상의 이유로
  - ④ 시간이 없어서
  - ⑤ 캠핑 갈 경비가 부족해서
  - ⑥ 함께 캠핑할 사람이 없어서
  - ⑦ 집안에 돌봐야 하는 가족이 있어서
  - ⑧ 캠핑장비 마련(구입)이 부담되어
  - ⑨ 기타(구체적으로 응답해주세요 : \_\_\_\_\_ )

통계분류를 위해 몇 가지만 더 질문 드리겠습니다.

DQ1) 실례지만, ○○님 닉의 월 평균 가구 총 소득은 대략 어느 정도입니까?

- ① 100만원 미만                      ② 100만원 ~ 200만원 미만                      ③ 200만원 ~ 300만원 미만  
④ 300만원 ~ 400만원 미만                      ⑤ 400만원 ~ 500만원 미만                      ⑥ 500만원 ~ 600만원 미만  
⑦ 600만원 ~ 700만원 미만                      ⑧ 700만원 ~ 800만원 미만                      ⑨ 800만원 ~ 900만원 미만  
⑩ 900만원 ~ 1000만원 미만                      ⑪ 1000만원 이상                      ⑨⑨ (읽지 말 것) 모름/무응답

DQ2) ○○님께서 하시고 계신 일은 무엇입니까?

- ① 농업/임업/어업                      ② 자영업                      ③ 판매/영업/서비스직  
④ 생산/기능/노무직                      ⑤ 사무/기술직                      ⑥ 경영/관리/전문직  
⑦ 가정주부                      ⑧ 학생                      ⑨ 무직  
⑩ 기타(                      )                      99 (알지 말 것)모름/무응답

DQ3-1) ○○님께서 **2019년 한 해 동안** 국내를 벗어나 해외를 다녀오신 적이 있으십니까?

- ① 있다 → DQ3-2)로 이동                      ② 없다

DQ3-2) (DQ3-1. ① 응답자) 있다면 2019년 한 해 동안 총 몇 번을 다녀오셨습니까? ( )번

## 2019년 기준 캠핑 이용자 실태조사

통계법 제33조(비밀의 보호) - 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

안녕하십니까? 캠핑객 여러분

본 설문은 ○○○○○○○○○○에서 우리나라 캠핑 이용자 현황을 조사하기 위해 작성되었습니다. 귀하의 캠핑장 방문경험을 토대로 본 설문에 응답해 주시기 바랍니다. 본 설문은 익명으로 진행됩니다.

**만 19세 이상만** 설문에 참여 가능합니다.

수집한 조사결과는 연구목적 이외에는 결코 사용되지 않을 것이며, 응답해 주신 개인정보는 통계법(제4조 국가 등의 책무, 제33조 비밀의 보호)에 의하여 철저히 보호되므로 성실하게 설문에 응해주시기 바랍니다.

2020. 09.

SQ1 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

① 남성

② 여성

SQ2 귀하의 연세는 2019년 기준으로 어떻게 되십니까? 만 나이로 응답해주세요.

만 \_\_\_\_\_ 세 ◀ 만 19세 미만 면접 중단

SQ3 귀하께서 2019년 기준으로 거주하셨던 지역은 어디입니까?

① 서울

② 부산

③ 대구

④ 인천

⑤ 광주

⑥ 대전

⑦ 울산

⑧ 세종

⑨ 경기

⑩ 강원

⑪ 충북

⑫ 충남

⑬ 전북

⑭ 전남

⑮ 경북

⑯ 경남

⑰ 제주

### ※ 캠핑 정의

자신의 거주지 밖에서 텐트, 트레일러, 캠핑카 중 1개 이상의 캠핑 장비를 이용하여, 다양한 아웃도어 레크리에이션 또는 휴식을 취하는 행위를 뜻함

SQ4-1 귀하는 2019년 1월 1일부터 12월31일까지 위의 [캠핑 정의]에 맞는 캠핑 활동을 1박 이상하신 경험이 있습니까?

① 있다

② 없다 ◀ (설문 중단)

SQ4-2 귀하의 캠핑 경력(여가활동으로서)은 얼마나 되셨습니까?

\_\_\_\_\_년

**Part 1. 다음은 귀하의 캠핑 계획 수립과 관련된 사항입니다. 해당하는 곳에 응답해주시기 바랍니다.**

1-1 캠핑을 가는 가장 중요한 이유는 무엇입니까? (단일선택)

① 스트레스 감소를 위해

② 휴식을 취하기 위해

③ 정서적 안정을 위해

④ 가족이나 친구들과 더 많은 시간을 보내기 위해

⑤ 건강 개선을 위해

⑥ 기타 ( )

1-2 주로 누구와 함께 캠핑을 하십니까? (2개만 골라주세요.)

① 연인

② 가족

③ 친구

④ 친척

1-4 귀하는 출발일 기준으로 며칠 전부터 캠핑 예약을 하십니까?

- ① 1주전(당일예약포함)      ② 2주전      ③ 3주전      ④ 1개월전  
⑤ 2개월전      ⑥ 3개월전      ⑦ 예약하지 않음

1-5 캠핑을 위한 캠핑 정보는 주로 어디에서 구하십니까? (2개만 골라주세요.)

- ① 가족/친지      ② 친구/동료      ③ 인터넷      ④ 기사 및 방송 프로그램      ⑤ 기타 (      )

1-6 캠핑정보를 인터넷에서 정보를 구하신다면, 어떤 인터넷 사이트를 주로 참고하십니까? (2개만 골라주세요.)

- ① 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등)      ② 한국관광공사 고 캠핑 홈페이지  
③ SNS(카페, 블로그, 인스타그램, 페이스북, 트위터 등)      ④ 개별 캠핑장 홈페이지  
⑤ 기타 (      )

**Part 2. 다음은 귀하의 캠핑장 선택기준 및 캠핑시의 활동에 대한 사항입니다. 해당하는 곳에 응답해주시기 바랍니다.**

2-1 귀하께서는 캠핑장을 선택할 때 어떤 점을 중요하게 고려하십니까? 다음 각 항목별로 중요도를 응답해주시기 바랍니다.

	항 목	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
1	캠핑장 예약 안내 및 절차	①	②	③	④	⑤
2	캠핑장 이용료	①	②	③	④	⑤
3	캠핑장 접근성	①	②	③	④	⑤
4	화장실, 샤워시설 등 편의시설 청결관리	①	②	③	④	⑤
5	장애인 편의시설	①	②	③	④	⑤
6	놀이 및 레저시설 및 체험 프로그램	①	②	③	④	⑤
7	캠핑장 사이트 크기	①	②	③	④	⑤
8	캠핑장 안전 관리	①	②	③	④	⑤
9	캠핑장 직원 친절성	①	②	③	④	⑤
10	캠핑장 주변 관광자원	①	②	③	④	⑤
11	캠핑장 이용수칙(취침시간, 애완동물 출입, 노키즈 등)	①	②	③	④	⑤

2-2 캠핑장에서 많이 하는 활동은 무엇입니까? (3개만 골라주세요.)

- ① 모닥불 놀이      ② 걷기/하이킹      ③ 수영      ④ 수상 레저      ⑤ 바비큐  
⑥ 영화 관람      ⑦ 자전거      ⑧ 요리      ⑨ 휴식      ⑩ 기타(      )

**Part 3. 다음은 2019년 캠핑 중 가장 마지막에 다녀오신 캠핑에 대한 사항입니다. 해당하는 곳에 응답 해 주시기 바랍니다.**

3-1 2019년 캠핑 중 가장 마지막에 다녀오신 캠핑 지역은 어디였습니까?

- ① 서울      ② 부산      ③ 대구      ④ 인천      ⑤ 광주      ⑥ 대전  
⑦ 울산      ⑧ 세종      ⑨ 경기      ⑩ 강원      ⑪ 충북      ⑫ 충남

3-4 당시 **본인을 포함해서** 함께 캠핑한 동반자의 성별과 나이에별 인원수를 적어주십시오.

성별 나이대	남자	여자
20대 미만	_____명	_____명
20대	_____명	_____명
30대	_____명	_____명
40대	_____명	_____명
50대	_____명	_____명
60대 이상	_____명	_____명

3-5 귀하가 **2019년 캠핑 중 가장 마지막에 다녀오신** 캠핑에서 소요하신 비용에 관련된 사항입니다.

※ 동반자가 포함된 전체 소요비용을 기입해 주시기 바랍니다.

※ 지출하지 않은 항목은 '0'으로 기입해 주시고, ②~⑥의 합계가 ①의 전체 비용과 일치하도록 응답해 주십시오.

항 목	지출 금액 (만원)
① 전체 비용 (②~⑥의 합계와 일치하도록 작성)	_____만원
② 거주지에서 캠핑장까지 교통비 (기차, 고속버스, 유류비, 통행비 등)	_____만원
③ 숙박비 (캠핑장 이용비)	_____만원
④ 식·음료비	_____만원
⑤ 여가 스포츠 활동비 (관광지 입장료, 낚시, 수상스포츠, 놀이기구 이용료 등)	_____만원
⑥ 기타 (직접 적어주십시오: _____)	_____만원

3-6 당시 캠핑에 대해 전반적으로 얼마나 만족하셨습니다?

① 매우 불만족      ② 불만족      ③ 보통      ④ 만족      ⑤ 매우 만족

3-7 당시 다녀오신 캠핑장의 다음 각 항목에 대한 **만족도**를 응답해 주시기 바랍니다.

	항 목	매우 불만족	불만족	보통	만족
1	캠핑장 예약 안내 및 절차	①	②	③	④
2	캠핑장 이용료	①	②	③	④
3	캠핑장 접근성	①	②	③	④
4	화장실, 샤워시설 등 편의시설 청결관리	①	②	③	④
5	장애인 편의시설	①	②	③	④
6	놀이 및 레저시설 및 체험 프로그램	①	②	③	④
7	캠핑장 사이트 크기	①	②	③	④
8	캠핑장 안전 관리	①	②	③	④
9	캠핑장 직원 친절성	①	②	③	④
10	캠핑장 주변 관광자원	①	②	③	④
11	캠핑장 이용수칙(취침시간, 애완동물 출입, 노키즈 등)	①	②	③	④

**Part 4. 다음은 귀하의 작년(2019.01.01. ~ 2019.12.31.) 캠핑활동에 대한 사항입니다.**  
**해당하는 곳에 응답해주시기 바랍니다.**

- 4-1 귀하는 2019년 한 해 동안 총 몇 회 캠핑장을 이용하셨습니다?  
 총 \_\_\_\_\_ 회
- 4-2 귀하는 2019년에 1회 캠핑 시 평균 몇 박 일정으로 다녀오셨습니까?  
 평균 \_\_\_\_\_ 박
- 4-3 작년(2019년)에 귀하를 포함한 동반 인원수는 평균적으로 몇 명이었습니다?  
 평균 \_\_\_\_\_ 명
- 4-4 **[동반 인원수 2명 이상만]** 동반 인원수에 만 19세 미만의 미성년 자녀가 있으십니까? 있다면 몇 명입니까?  
 ① 있다( )명                      ② 없다
- 4-5 작년에 구입한 항목별 캠핑 용품에 대한 사항입니다.  
 ※ 지출 금액은 귀하를 포함한 가구 기준으로 작성해 주시기 바랍니다.  
 ※ 작년에 구입하신 항목이 아니면 기재하지 마십시오.

구분	항 목	구입가격
	예	
텐트·타프	텐트 세트(그늘막 포함), 타프 등	만원
캠핑용침구 용품	침낭, 취침용 패드(매트리스), 이불, 배게 등	만원
야외 조리 및 식기 용품	코펠/식기, 화로대, 바비큐 그릴, 꼬치/집게/브러쉬, 버너 등	만원
아웃도어 용품	아웃도어 의류, 아웃도어 신발, 배낭, 아이젠, 스틱 등	만원
캠핑용 부대 용품	해먹, 야외용 의자/테이블, 랜턴, 캠핑용 난로, 캠핑용 수납가방, 아이스박스(음식물 저장용), 캠핑용 전기장판	만원
기타 (직접 적어주십시오: )		만원

**Part 5. 다음은 국내 캠핑장 관련 정책에 대한 문항입니다. 해당하는 곳에 응답해주시기 바랍니다.**

- 5 국내에서는 우리나라 국민의 안전하고 건전한 캠핑장 이용 활성화를 위하여 다음과 같은 제도 및 정책을 시행하고 있습니다. 다음 정책이 캠핑장 이용에 얼마나 도움이 되신다고 생각하십니까?

시행 정책	인지도		캠핑장 이용 활성화에 도움이 된다				
	알고 있다	모른다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1) 캠핑장 화재배상책임보험 가입의무	①	②	①	②	③	④	⑤
2) 등록야영장 안내 정보망 '고캠핑' 운영	①	②	①	②	③	④	⑤



해당하는 곳에 응답해주시기 바랍니다.

6-1 귀하께서는 결혼을 하셨습니까? 2019년 기준으로 응답해주세요.

- ① 기혼    ② 미혼

6-2 귀 닥의 총 가족 수는 몇 명입니까? 2019년 기준으로 응답해주세요

○ 同

6-3 귀 닥의 가족 중 19세 이하 자녀의 수는 몇 명입니까? 2019년 기준으로 응답해주세요.



6-4 귀 닥의 2019년 1년 동안의 세금 공제 전의 월 평균 소득은 어떻게 되십니까?

- ① 100만원 미만      ② 100~200만원 미만      ③ 200~300만원 미만      ④ 300~400만원 미만  
⑤ 400~500만원 미만      ⑥ 500만원 이상      ⑦ 소득 없음      ⑧ 모름

6-5 귀하의 직업은 무엇입니까? 2019년 기준으로 응답해주세요.

- |              |          |           |
|--------------|----------|-----------|
| ① 농업, 어업, 임업 | ② 자영업    | ③ 판매/서비스직 |
| ④ 기능/숙련공     | ⑤ 일반작업직  | ⑥ 사무/기술직  |
| ⑦ 경영관리직      | ⑧ 전문/자유직 | ⑨ 가정주부    |
| ⑩ 학생         | ⑪ 무직     | ⑫ 기타      |

## 2019년 기준 캠핑장 운영자 실태조사

통계법 제33조(비밀의 보호) - 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

안녕하십니까? 캠핑장 운영사업자 여러분

(사)캠핑아웃도어진흥원은 문화체육관광부와 한국관광공사 요청으로 캠핑운영자 통계조사를 위한 연구를 진행하고자 합니다. 귀하의 캠핑운영 사업을 토대로 본 설문에 응답해 주시기 바랍니다. 본 설문은 익명으로 진행됩니다.

귀하께서 응답하신 내용은 오로지 학술 목적으로만 사용됩니다. 전체 응답자들의 결과를 통합하여 통계 분석하며, 개인의 응답은 공개되지 않습니다. 아울러 응답해 주신 개인정보는 통계법(제4조 국가 등의 책무, 제33조 비밀의 보호)에 따라 철저히 보호되므로 성실하게 설문에 응해주시기 바랍니다.

다음은 응답시 유의사항입니다.

- ✓ 본 조사는 귀 기관의 현황을 잘 알고 계시는 관리책임자 및 실무자 분이 응답해 주십시오.
- ✓ 특별한 언급이 없는 한 모든 설문의 응답기준은 2019년1월1일 ~ 2019년12월31일까지이며, 응답시점은 2019년 12월 31일을 기준으로 작성하여 주시기 바랍니다.

2020. 09.

1 다음은 본 설문에 응답하신 분에 관련된 사항입니다. 해당란에 답변하여 주십시오.

성명		연락처	
----	--	-----	--

2 다음은 회사의 일반 사항에 관련된 질문입니다. 해당란에 답변하여 주십시오.

사업체 명						
지역						
종업원 수		상용직		일용직		
		_____명		_____명		
2019 기준	실적	연간 총매출액		연간 숙박시설매출액 (텐트, 카라반, 글램핑 등)		연간 부대시설매출액 (매점, 부대시설 등)
		_____원		_____원		_____원
	실적	계절별 가동율*				연간 책임보험료
		봄 (3월~6월)	여름 (7월~8월)	가을 (9월~10월)	겨울 (11월~2월)	
		_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	

\* 캠핑 활동의 특성상 겨울이 빠르게 시작되며, 이를 기준으로 4계절을 구분하였음. 단, 여름(7~8월)은 극성수기이며, 가을(9~10월) 준성수기로 구분됨.

- 항목 추가설명 -

상용직	임금을 받고 일하는 근로자 가운데 하루하루 일자리를 찾지 않고 안정적으로 고용돼 있는 사람을 의미함
일용직	하루를 단위로 지급하는 임금인 일당을 받는 노동자나 고용계약기간이 정해져 있는 기간제 노동자를 의미함
연간 총매출	2019년 일년 동안 숙박시설 매출액과 부대시설 매출액의 총합
연간 숙박시설 매출액	2019년 일년 동안 숙박시설(캠핑사이트, 카라반, 글램핑 등) 판매를 통해 발생한 매출액의 합
연간 부대시설 매출액	2019년 일년 동안 부대시설(매점, 장작판매, 주차장 등) 판매를 통해 발생한 매출액의 합
계절별 가동율	2019년을 기준으로 계절별 판매 가능한 전 사이트 대비 판매된 총 사이트의 비율 봄, 여름, 가을, 겨울로 구분하여 조사하고 평균 값을 통해 연간 가동율을 추정
연간 책임보험료	2019년 일년 동안 화재배상책임보험, 배상책임보험 가입을 위해 지출한 연간보험료

3 다음은 시설 보유 현황에 관련된 사항입니다. 보유하고 있는 시설을 모두 선택해 주십시오.

시설 종류	체크	시설 종류	체크	시설 종류	체크	시설 종류	체크
관리동		화장실		체육시설 (야구장, 축구장, 농구장, 족구장, 승마장, 골프장, 테니스장 등)		수영장 (물놀이장, 워터 슬라이드)	
샤워실		공동 취사장		도서관		운동장 (놀이터)	
식수대		캠프파이어		숲속쉼터		주차장	
바비큐 시설		식당·카페		매점 (대여소)		산책로	
분리수거장		장애인 편의시설		대피시설		의무실 (의무장비)	
Wi-Fi (유·무료)		CCTV		자동제세동기 (AED)		전기시설	
피크닉 테이블		데크사이트					
기타 (직접 적어주십시오: _____ )							

