

富士山における外国人登山者の属性と意識

—中国と台湾からの登山者に着目して—

趙楊然¹・Jones Thomas Edward²・山本清龍¹・古井戸宏通¹

1 東京大学大学院農学生命科学研究科

2 立命館アジア太平洋大学アジア太平洋学部

要旨：本研究では、富士登山者数が上位になっている中国登山者（中国大陸、香港、マカオを含む）と台湾登山者を取り上げて、登山者の属性と意識を明らかにして、外国人登山者の適正利用を促進するための方策を考察する。登山者への調査の結果、中国登山者と台湾登山者とも男女の人数差がなく、ほとんどは初めて富士山を登った。富士山保全協力金の事前認識が少なかった。しかし、中台登山者の中心となる年齢層が違い、普段の運動と登山の頻度も異なっていた。中国登山者が長期滞在・個人登山が多かったが、台湾登山者が短期滞在・団体登山が多かった。適正利用に資すると考えられる山小屋の宿泊率は中国登山者において低かった。中国登山者にウェブでの情報発信を充実させ、団体旅行の多い台湾登山者には、ガイド向けの啓発を強化すべきである。

キーワード：富士山、外国人登山者、属性、意識

The characteristics and awareness of foreign climbers at Mount Fuji: Focusing on climbers from China and Taiwan

Yangran ZHAO¹, Thomas Edward JONES², Kiyotatsu YAMAMOTO¹, Hiromichi FURUIDO¹

Graduate School of Agricultural and Life Sciences, The University of Tokyo 1

College of Asia Pacific Studies, Ritsumeikan Asia Pacific University 2

Abstract: This study focused on Mount Fuji climbers from China (including mainland, Hong Kong, Macao) and Taiwan to clarify their characteristics and awareness, and provide recommendations for appropriate use. Results showed no significant difference in the number of male and females. Most were climbing Mt. Fuji for the first time. Prior recognition of the Mt. Fuji conservation donation was low. Between the climbers from China and Taiwan, age groups and the frequency of regular climbing and exercise showed significant differences. Most of the Chinese climbers stayed in Japan over 90 days and organized the climb individually, while most Taiwanese climbers were on a short stay and climbed in groups. The proportion of Chinese staying in mountain huts climbers was lower. For climbers from China we should provide information mainly through the internet. For Taiwanese who climb in groups we should strengthen training specially targeting guides.

Keywords: Mount Fuji; foreign climbers; characteristics; awareness

I はじめに

近年、アジアからの訪日観光客が急増し、富士山を始めとする山岳地域を訪ねる観光客も増えてきた。環境省の国立公園満喫プロジェクトなど外国人を保護地域へと誘致する施策も推進されているが、外国人の保護地域における利用行動の実態は不明な部分が多く、トレーニングなど事前の準備不足も指摘されており（5）、外国人による保護地域の適正利用を推進するための基礎情報の収集が求められている。

富士山外国人登山者数をみると、2011-2012年の調査（6）では、米・英・印の順に多かった。この調査結果は英語の調査票のみを配布していたことから、アジア圏からの登山者数を過小評価していた可能性がある。これを改善するため、2015年に筆者らは英語に加え、中国語の調査票も配布し、同様な調査を行った。調査結果（7）は中国からの登山者が最も多く、次いでアメリカ、台湾の順に多かった。この調査は中国と台湾からの富士登山者の初めての本格調査であるが、個票レベルの分析を行

っていないかった。本稿は 2015 年の中国と台湾登山者の個票データを分析したものである。

II 目的と方法

1. 目的 「Iはじめに」述べたように、富士山外国人登山者のうち、中国および台湾からの登山者が多くを占めるようになってきている。そこで本研究は、中国、台湾からの富士登山者を取り上げて登山行動と意識を明らかにし、外国人登山者の適正利用を促進するための方策について考察することを目的とする。

2. 方法 2015年8月6日(木曜日)から8月10日(月曜日)に、富士山の主要な4つの登山道のうち最も登山者が多い吉田口登山道を調査地として選定し、五合目泉ヶ滝付近の吉田口登山道分岐地点において面接式調査票調査を実施した。調査日の5日間のいずれも晴天だった。調査員は日・英・中国語を用いて、頂上を目指して登山した後に下りてくる外国人登山者を無作為に抽出し、調査対象とした。本研究は、すべての回答者のデータを整理して、満足度を t 検定で、その他の比率の差を χ^2 検定で分析した。(全ての質問項目について無回答があり、検定から除外した。*: P<0.05, **: P<0.01, ***: P<0.001。)

III 結果

82 人の中国登山者と 54 人の台湾登山者から有効回答を得た。576 人の外国人登山者の有効回答数のうち、それぞれ 14%と 9%を占めている。

1. 基本属性 回答者の基本属性(表1)を見ると、年齢について、中国登山者は 20 代が 62%と最も多く、40 代以上は 8%に過ぎない。台湾登山者は若年層の 20 代~30 代が 54%と過半を占める一方、40 代以上も 47%で半分近くを占めた。性別は大差なく、中台とも男性の方が過半を占めたが、女性も半数近くを占めていた。日本語能力は、総じて中国登山者が台湾登山者に優っていた。普段の運動と登山の頻度について、中国登山者の中で、運動と登山を「全くしない」「たまにする」人が 47%と 54%だった。台湾登山者の中に、運動と登山を「全くしない」「たまにする」人が 21%と 24%だった。台湾登山者の運動と登山の頻度が高いことが認められる。

2. 日本への滞在日数・来訪歴・来訪目的 中国登山者は長期滞在と短期滞在が半分ずつだったが、台湾登山者は短期滞在が 93%で多かった(表2)。短期滞在者について見ると、台湾登山者の 68%が一週間以内の滞在期間となった。中国登山者は 77%で 8~14 日の滞在期間内に富士山を登った。また、中国登山者の 56%が初めて日本

を訪れたことに対して、台湾登山者の 82%が 2 回目以上の日本来訪だった。日本に来る目的は中国登山者が 83%で、台湾登山者が 92%で、両方とも観光がメインだった。

表-1. 基本属性

Tab.1 Climber characteristics

項目	中国		台湾		検定	
	人数	割合	人数	割合		
年齢	10代	8	10%	0	0%	***
	20代	51	62%	10	19%	
	30代	16	20%	19	35%	
	40代	5	6%	13	24%	
	50代	1	1%	8	15%	
	60代	1	1%	3	6%	
	70代	0	0%	1	2%	
性別	男性	43	52%	29	54%	
	女性	39	48%	25	46%	
日本語能力	話せない	27	33%	34	63%	***
	ほとんど話せない	27	33%	14	26%	
	会話程度	20	24%	5	9%	
	ビジネスレベル	3	4%	1	2%	
	ネイティブレベル	5	6%	0	0%	
普段の運動	全くしない	1	1%	1	2%	**
	たまにする(月1回)	37	46%	10	19%	
	時々する(週1~2回)	32	40%	32	59%	
	よくする(週3回以上)	11	14%	11	20%	
普段の登山	全くしない	3	4%	0	0%	***
	たまにする(年1回)	41	50%	13	24%	
	時々する(年1~2回)	28	34%	23	43%	

表-2. 日本への滞在日数・来訪歴・来訪目的

Tab.2 Time in Japan, visit history and reason

項目	中国		台湾		検定	
	人数	割合	人数	割合		
日本滞在	長期滞在(90日以上)	40	50%	4	7%	***
	短期滞在	40	50%	50	93%	
日本滞在校期间(短期滞在回答者のみ)	≤7日	3	9%	34	68%	***
	8~14日	27	77%	13	26%	
	15~21日	0	0%	0	0%	
	22~31日	0	0%	2	4%	
日本来訪回数(短期滞在回答者のみ)	はじめて	20	56%	9	18%	***
	はじめてではない	16	44%	41	82%	
日本に来る目的(短期滞在回答者のみ)	観光	30	83%	46	92%	
	仕事	2	6%	1	2%	
	学習	3	8%	1	2%	

3. 登山属性、富士山保全協力金と関係する意識 登山属性を表3に見る。中国の団体登山者は 14%しかなかったが、台湾の団体登山者は 55%だった。初回富士登山者の割合は、中国登山者でも台湾登山者でも 90%を超えた。登頂を達成した割合は、中国登山者でも台湾登山者

でも9割だった。中国登山者と台湾登山者の中に、登山前に山小屋のことを知っていた人がどちらでも8割を超えたが、実際に山小屋に泊まった人は中国登山者の64%に対し、台湾登山者は98%に上った。山小屋を利用しなかった回答者の中に、「その他」の自由回答は「休まずに登頂を計画する」、「時間がなかった」、「宿泊の必要がなかった」、「自分に挑戦したかった」などがあった。

表-3. 登山属性

Tab.3 Climbing characteristics

項目		中国		台湾		検定
		人数	割合	人数	割合	
グループ	個人	67	86%	24	45%	***
	団体	11	14%	29	55%	
富士登山回数	はじめて	77	95%	49	92%	
	はじめてではない	4	5%	4	8%	
登頂	達成	70	90%	47	92%	
	断念	8	10%	4	8%	
山小屋の事前認識	知っていた	61	85%	37	84%	
	知らなかった	11	15%	7	16%	
山小屋宿泊	泊まった	51	64%	51	98%	***
	泊まらなかった	29	36%	1	2%	
山小屋を利用しなかった理由	高すぎる	9		1		
	混みすぎ	5		0		
	予約が難しい	9		0		

富士山保全協力金(以下「協力金」)制度において、32%の中国登山者と34%の台湾登山者が事前に知っていた(表4)。制度の情報は、中国登山者の29%が友人から、52%がインターネットから得ていた。台湾登山者では19%が友人から、81%がインターネットから得ていた。実際に協力金を支払ったのは、中国登山者の43%と台湾登山者の32%だった。

表-4. 富士山保全協力金に関する意識

Tab.4 Awareness of the Mt. Fuji conservation donation

項目		中国		台湾		検定
		人数	割合	人数	割合	
協力金の制度の事前認識	知っていた	26	32%	18	34%	
	知らなかった	55	68%	35	66%	
制度の情報源(事前に知っていた回答者のみ)	友人	6	29%	3	19%	
	インターネット	11	52%	13	81%	
	その他	4	19%	0	0%	
協力金を支払った	支払った	34	43%	17	32%	

4. 満足度 「満足度」欄の0から10の点数は「とても不満」から「とても満足」に対応する(表5)。「山小屋」に対する満足度について、7点以上の割合は中国登山者が66%、台湾登山者が70%だった。その中に、台湾

表-5. 満足度

Tab.5 Climber satisfaction

項目	満足度	中国		台湾		検定
		人数	割合	人数	割合	
山小屋	0	4	8%	0	0%	
	1	0	0%	0	0%	
	2	2	4%	0	0%	
	3	1	2%	1	2%	
	4	0	0%	5	10%	
	5	6	12%	5	10%	
	6	4	8%	4	8%	
	7	7	14%	6	12%	
	8	16	32%	6	12%	
	9	3	6%	11	22%	
10	7	14%	12	24%		
施設に対する満足度	0	0	0%	0	0%	
	1	0	0%	0	0%	
	2	0	0%	0	0%	
	3	0	0%	1	2%	
	4	0	0%	1	2%	
	5	3	4%	3	6%	
	6	4	5%	2	4%	
	7	9	12%	4	8%	
	8	17	22%	10	19%	
	9	14	18%	13	25%	
10	30	39%	18	35%		
トイレ	0	2	3%	0	0%	**
	1	5	6%	3	6%	
	2	1	1%	0	0%	
	3	6	8%	3	6%	
	4	6	8%	1	2%	
	5	17	22%	4	8%	
	6	11	14%	3	6%	
	7	4	5%	12	23%	
	8	13	16%	2	4%	
	9	8	10%	10	19%	
10	6	8%	14	27%		
今回の登山全体に対する満足度	0	0	0%	0	0%	
	1	0	0%	0	0%	
	2	0	0%	0	0%	
	3	0	0%	0	0%	
	4	1	1%	0	0%	
	5	4	5%	2	4%	
	6	9	11%	4	8%	
	7	15	19%	8	15%	
	8	26	33%	16	31%	
	9	19	24%	14	27%	

登山者の46%で「9」～「10」の高い評価をつけていた。中国登山者の20%が「9」～「10」を選んだ。そして、8%の中国登山者が「0」と評価した。「道標・案内標識」については、57%の中国登山者と60%の台湾登山者が「9」～「10」と評価した。一方で、「2」以下に評価する人はいなかった。現在の道標・案内標識の英中の翻訳などが役に立っている。「トイレ」に対して、「4」以下の低評価をした比率は中国登山者が26%だったが、台湾登山者が14%しかなかった。それに対して、「9」～「10」を選択した中国登山者は18%、台湾登山者は46%があった。全体の満足度をみると、「3」以下の評価は皆無だった。「8」

の評価が最多であり、中国登山者の33%、台湾登山者の31%を占めた。加えて、30%の中国登山者と42%の台湾登山者が「9」～「10」を選んだ。

そして、自由回答により、山小屋に対して、「狭すぎる」「騒がしい」ことによる、不眠や睡眠の質の低下を訴える声があった。道標・案内標識に対しては、「読みやすい」というポジティブなコメントがあった。トイレに対して、「においがする」「手を洗うところがない」という使用感と「料金が安い」という支払額に対する不満があった。全体の満足度に対して、「疲れた」という体力の感覚がある一方、「素晴らしい経験」「チャレンジできた」という充実感も見られるコメントもあった。

IV まとめと考察

中国と台湾登山者を比較した結果、中国登山者の特徴は20代と30代の若年層が中心であり、ある程度の日本語能力を持っている人が比較的に多かった。台湾登山者は中年で、普段運動や登山をしている人が多いのが特徴である。そして、観光などを目的とする短期滞在者が多かった。団体登山も中国登山者より多かった。日本来訪のリピーターも多かった。中国登山者でも台湾登山者でも初めて富士山に登る人が多く、協力金制度の事前認識が低かった。中国登山者の山小屋宿泊率が低かった。施設に対する満足度について、道標・案内標識に高い満足を得たが、山小屋とトイレについては様々な評価が見られるが、台湾登山者の評価が比較的高かった。登山全体に対する満足度は高いが、満点評価が少なかった。

台湾は短期滞在ビザ免除国・地域の一つとなっており、頻りに日本に来ることが容易であるため、滞在期間が短くても、二日間かかる富士登山をする人が多いと考えられる。また、富士山の登山ツアーは台湾の特徴的な団体旅行商品の一つである(3)ので、団体登山が多い。一方、2000年からの一連のビザ発給緩和政策によって、訪日中国人観光客が訪日外国人観光客の1位になっている(1, 4)が、団体旅行商品は一週間程度で多数の都市を訪問することが特徴である(2, 3)。富士山近辺であれば、富士スバルライン5合目や富士山周辺の観光施設を中心に回る商品がメインである(2, 3)。

多くの中国登山者が山小屋を事前に知っていたのに、宿泊率が高くなかった。利用しなかった理由及び若者と個人旅行の多い特徴から見ると、弾丸登山が登山初心者健康上にリスクがあることを理解していないと考えられる。これは管理側から見ると適正利用ではない。高山病などの症状が現れ、救護所で診療する時に受診料は無料で、地元自治体が負担している。富士山の環境保全や

登山者の安全対策等に資する協力金制度について、事前認識が低かった。外国人登山者の適正利用を促進するため、協力金制度の事前情報提供の方法論を検討し、潜在的な登山者に確実に情報を提供すべきである(8)。富士山情報を発信する公式HPを見ると、静岡県「富士山世界遺産公式サイト」に協力金制度の簡体字と繁体字の情報がある。環境省・山梨県・静岡県の「富士登山オフィシャルサイト」と富士山世界文化遺産協議会のHPには協力金制度の日本語と英語の説明はあるが、簡体字と繁体字の説明がない。インターネットを通じた情報伝達が不十分だとわかる。そこで、個人登山の多い中国登山者に、中国のSNSなどを通じて、弾丸登山のリスクや協力金制度の存在を頻りに発信することが重要だと考えられる。団体登山の多い台湾登山者も協力金の事前認識が低いので、旅行団体のガイド向けの啓発も必要だと考えられる。

謝辞: 調査にご協力いただいた山梨県富士山科学研究所の方々、岩手大と明治大の学生たちに感謝します。

引用文献

- (1) 黄愛珍 (2017) 訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向. *アジア研究* 12 : 25-40
- (2) 任海 (2015) 中国人の団体旅行における富士山観光. *富士学研究* 13(1) : 18-25
- (3) (公財) 日本交通公社 (2018) 旅行年報 2018. (公財) 日本交通公社, 217pp
- (4) 日本政府観光局 (2018) 訪日旅行データハンドブック 2018 (世界 20 市場). 日本政府観光局, 東京 : 685pp
- (5) T.E. Jones, K. Yamamoto, U. Hayashi (2013) Investigating Climber Preparedness: A Comparative Survey of Domestic and Foreign Climber Trends Prior to Ascent of Mount Fuji. *Proceedings of JITR Annual Conference* 28: 297-300
- (6) T.E. Jones, K. Yamamoto (2016) Segment-based monitoring of domestic and international climbers at Mount Fuji: Targeted risk reduction strategies for existing and emerging visitor segments. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 13: 10-17
- (7) T.E. Jones, K. Yamamoto (2016) Visitor perspectives of UNESCO World Heritage Site branding: A comparative study of domestic and international climbers at Mount Fuji. *Proceedings of JITR annual conference* 31: 77-80
- (8) 山本清龍, ジョーンズ トマス エドワード (2017) 富士山保全協力金の支払行動を規定する因子に関する研究. *環境情報科学学術研究論文集* 31 : 189-194