

富士山ガイダンス&ワークショップ 2020 の概要

1. 開催概要

(1) 開催の目的

近年増加している外国人登山者に対して、安全で快適な富士登山を推進するためにはどのような情報提供が必要なのか、どう対応するべきか、参加者の皆様とともに考え、関係者各々がこれから果たすべき役割について意見交換し、今後の取組に役立てていくことを目的とする。

(2) 開催日時

令和2年1月21日(火) 13:00~17:00 (12:30 受付開始、17:00 終了)

(3) 開催場所

ちよだプラットフォームスクウェア 5階 会議室 504・505
(東京都千代田区神田錦町 3-21)

(4) 対象者

登山ツアーを企画・催行する旅行会社、登山関連の出版社やWEBサイト運営者、登山用品店、登山ガイド、その他富士登山関係者 25~30名程度

(5) プログラム

13:00~ 開会

13:05~ 第1部: 話題提供

外国人登山者数及び外国人登山者への情報提供の現状

環境省富士箱根伊豆国立公園管理事務所 三浦国立公園利用企画官

現場で遭遇する外国人登山者の実態と課題

富士山吉田口旅館組合青年部 井上 義景 氏

須走口富士山ナビゲーター 藤澤 美歩 氏

14:20~ 第2部: 意見交換会(ワークショップ)

テーマ: 富士山における外国人登山者への効果的な情報提供

コーディネーター: 東京大学大学院 山本 清龍 准教授

17:00 閉会

(6) 配布資料

・富士山ガイダンス&ワークショップ 2020 プログラム

・富士山ガイダンス&ワークショップ 2020 資料

【資料1】外国人登山者の実態と情報提供について(三浦氏発表資料)

【資料2】富士山吉田口における外国人登山者の実態と課題(井上氏発表資料)

【資料3】須走口五合目における外国人登山者への対応(藤澤氏発表資料)

・参加者アンケート

2 . 参加者

当日は、行政関係者を含め下表に示す業種から計 23 名の参加を得た。

表 2-1 参加状況

業種等	参加者数
旅行会社	(2社) 2名
出版社等	(2社) 2名
登山用品店	(2社) 3名
登山ガイド	2名
山小屋	3名
現地指導員	3名
行政関係者	8名
計	23名

3. 話題提供の概要

第1部の話題提供では、3名の講師による講演が行われた。その概要は以下の通りである。

(1) 外国人登山者数及び外国人登山者への情報提供の現状

講師：環境省富士箱根伊豆国立公園管理事務所 三浦国立公園利用企画官

- ・管理者の立場から、富士山登山者数の実態（外国人登山者数含む）外国人登山者の情報利用の実態（富士登山オフィシャルサイトの利用状況、チラシ・パンフレット等の多言語対応の状況等）現場での外国人登山者への対応状況を紹介。
- ・また、外国人登山者への情報提供における課題として、以下5点を指摘した。
 - 登山口に到達するまでの情報提供の充実
 - 登山口での多様な媒体や手段の活用による情報提供・指導の強化
 - 英語による情報内容の充実と、言語に拠らない方法による多国籍化への対応
 - 外国人登山者に特に多い問題に対応した情報内容の充実
 - 日本の印象と富士登山の満足度を高める質の高い情報提供の工夫

(2) 富士山吉田口における外国人登山者の実態と課題

講師：富士山吉田口旅館組合青年部 井上 義景 氏

- ・吉田口において山小屋を運営する立場から、外国人登山者とのトラブル（違法行為、宿泊マナー、登山マナー、ガイド付きツアーでの問題、食事と文化の違いから発生する問題）について、具体例を多数紹介。
- ・外国人登山者の多国籍化に伴い、発生している問題も多様化していることを指摘。課題解決には、関係主体と連携しながら、問題を一つずつ切り分けて丁寧に対応を考えていくことが重要と言及。

(3) 須走口五合目における外国人登山者への対応

講師：須走口富士山ナビゲーター 藤澤 美歩 氏

- ・須走口五合目における富士山ナビゲーターの業務内容について説明するとともに、特に須走口で外国人登山者の大きな課題である下山間違いについて詳しく紹介。
- ・外国人登山者の下山間違いが発覚した場合の対応手順に加え、下山間違いのエピソードを多数紹介するとともに、下山間違いの解決策やその他課題への対応（荒天時の外国人への情報周知、キャッシュレス推進、看板表記の充実等）を提案した。



井上氏による話題提供の様子



藤澤氏による話題提供の様子

4. 意見交換会（ワークショップ）の概要及び実施結果

（1）進め方

- ・参加者が4グループ（1グループ5～6名程度）に分かれ、ワールドカフェ方式により、1ラウンド（20～30分）ごとに席替えをしながら、グループ討議を行った。
- ・ワークショップ前半（第1～2ラウンド）は、「外国人登山者が抱える現状と課題」をテーマに、外国人登山者の増加・多国籍化に伴い発生している問題について、意見交換を行った。第2ラウンド終了時点で各グループの代表者による中間発表を行い、意見交換結果の共有を行った。
- ・ワークショップ後半（第3ラウンド）は、前半の討議結果を踏まえ、「外国人登山者への効果的な情報提供の方法」をテーマに、誰が、いつ、どのような方法で情報提供を行うことが効果的か、議論を行った。最後に各グループの代表者による発表を行い、効果的な情報提供の方法のアイデアについて、共有を行った。

少人数でカフェのようなリラックスした空間での話し合いを数回繰り返す。様々な意見を出し合い拡散していく場面や、出席者同士で仲良くなり盛り上がっていくような場面に適した手法。テーマに沿った議論を行うが、各グループの意見として最後に集約することはしないことが特徴。

（2）意見交換会（ワークショップ）の進行

時刻	時間	プログラム	内容
14:20	(00:05)	進め方の説明	・WSの進め方、ワールドカフェ方式のルール等の説明
14:25	(00:10)	課題設定	・コーディネーターより、第1部を受けた意見交換会の課題を参加者に提示
14:35	(00:30)	第1ラウンド	テーマ1：外国人登山者の現状と課題 ・自己紹介（所属、自身と富士山との関わり等） ・各自でアイデアを付箋に書き出し ・自由討議（意見を付箋に書き込み、模造紙に貼り付けながら話し合い）
15:05	(00:05)	メンバーチェンジ + 第2ラウンドの 進め方説明	（ホスト1～2名を残して、他のメンバーは別テーブルへ移動） ・コーディネーターより、第2ラウンドの課題を提示
15:10	(00:25)	第2ラウンド	・第1ラウンドの内容の共有（ホストが第1ラウンドの話し合いの内容を紹介） ・自由討議 ・中間発表に向けたまとめ
15:35	(00:20)	中間発表	・グループ毎に代表者が討議結果を発表
		メンバーチェンジ + 第3ラウンドの 進め方説明	（参加者は最初のグループに戻る） ・コーディネーターより、中間発表を踏まえて第3ラウンドの課題を提示。
15:55	(00:30)	第3ラウンド	テーマ2：外国人登山者への効果的な情報提供の方法 ・各自でアイデアを付箋に書き出し ・自由討議 ・最終発表に向けたまとめ
16:25	(00:20)	最終発表	・グループ毎に代表者が討議結果を発表
16:45	(00:10)	コーディネーター による総括	・最終発表を踏まえてワークショップ全体を総括

(3) 意見交換会(ワークショップ)実施結果

4グループに分かれてテーマ1及びテーマ2について意見交換を行った結果、各グループの代表によって発表された内容をもとに整理すると以下の通りである。

テーマ1：外国人登山者の現状と課題

- ・参加者それぞれの立場から、外国人登山者の現状と課題について、活発な意見交換が行われた。
- ・特にアジア圏の外国人登山者は、富士山を観光地として捉えており、文化の違いから、装備の不十分さや登山ルール・マナー(ゴミのポイ捨て、混雑時のルート外れや無理な追い越し等)の周知が不十分であることを指摘する意見が多く見られた。特に、海外から旅行で訪れた登山者は、日本人や在日外国人とは異なり、登山日程の変更が難しいため、悪天候でも無理をして登山しようとする傾向にあることも指摘があった。
- ・富士山の安全登山に関する情報提供は、行政機関をはじめとして、ウェブサイト等を通じて発信されているが、外国人登山者にはそれらの情報がうまく伝わっておらず、下山道間違い等が起きてしまうとの意見も多かった。
- ・中間発表後、コーディネーターより、外国人登山者の課題を解決するためには、富士山登山に関する正しい情報を適切にターゲットに届ける方法にも改善が必要との方向性が示された。

テーマ2：外国人登山者への効果的な情報提供の方法

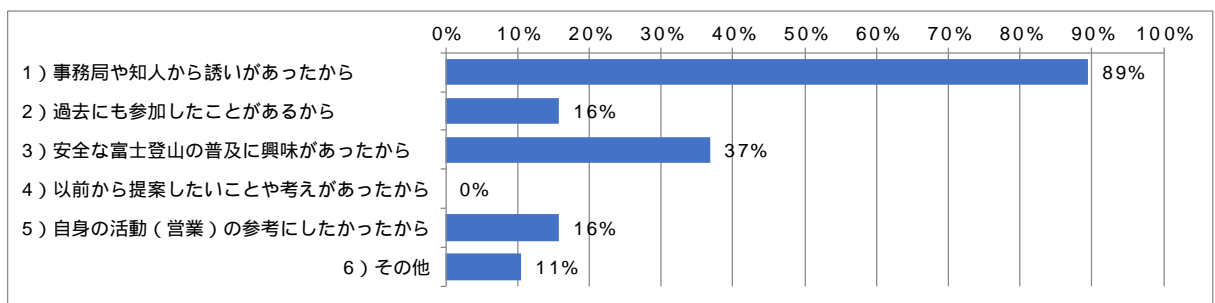
- ・テーマ1の討議結果を踏まえ、外国人登山者への効果的な情報提供の方法について、情報提供のタイミング別(出発前/山麓～登山口/現場(登山中))、情報提供の実施主体別(現場関係者/旅行会社/登山用品販売店/メディア/行政等の管理者/その他)でアイデア出しを行った。
- ・特に多くの提案が行われたのは、出発前の事前の情報提供方法であり、富士登山オフィシャルサイトの充実や、YouTubeでの動画配信や富士山アプリの開発・提供、SNS等のツール活用等のアイデアが多く見られた。また、山麓～登山口までは、登山口や五合目までのシャトルバス内での動画上映による情報提供や、悪天候時には富士山麓の観光で満足してもらおうといったアイデアも見られた。
- ・また、情報提供の実施主体としては、既存の情報提供ネットワークだけでなく、大使館や外国人労働者の雇用企業を通じた情報提供等、新しい情報提供ルート開拓の必要性についても指摘があった。

5 . 参加者アンケート結果

意見交換会参加者を対象にアンケート調査を実施し、19名から回答を得た。結果の概要は以下の通りである。

(1) 参加の動機 (複数回答)

- ・参加の動機は、候補者に直接参加呼びかけを行ったため、「事務局や知人から誘いがあったから」が89%と最も多かった。
- ・次いで「安全な富士登山の普及に興味があったから」が37%、「過去にも参加したことがあるから」及び「自身の活動(営業)の参考にしたかったから」が16%であった。

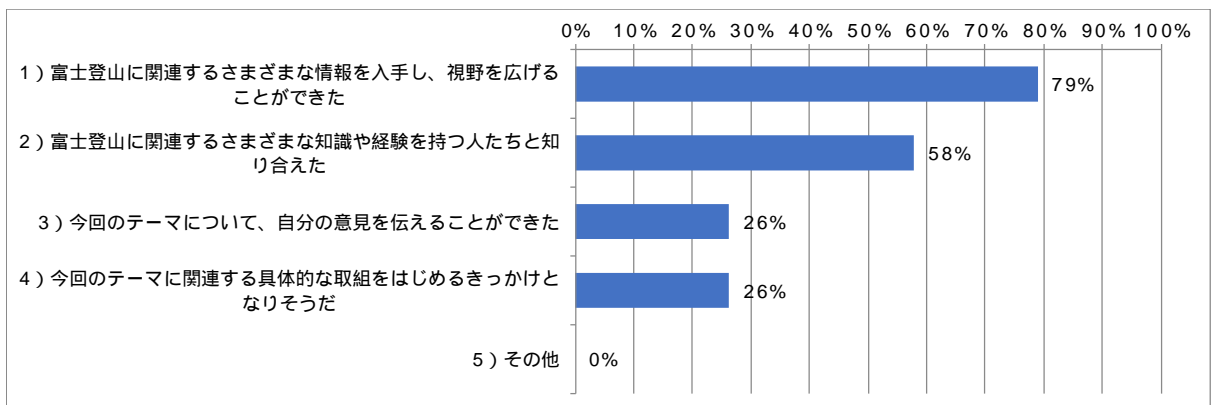


n = 19

図 5-1 参加の動機(複数回答)

(2) 参加した感想 (複数回答)

- ・富士山ガイドンス&ワークショップに参加した感想は、「富士登山に関連するさまざまな情報を入手し、視野を広げることができた(79%)」が最も多く、次いで「富士登山に関連するさまざまな知識や経験を持つ人たちと知り合えた(58%)」であった。

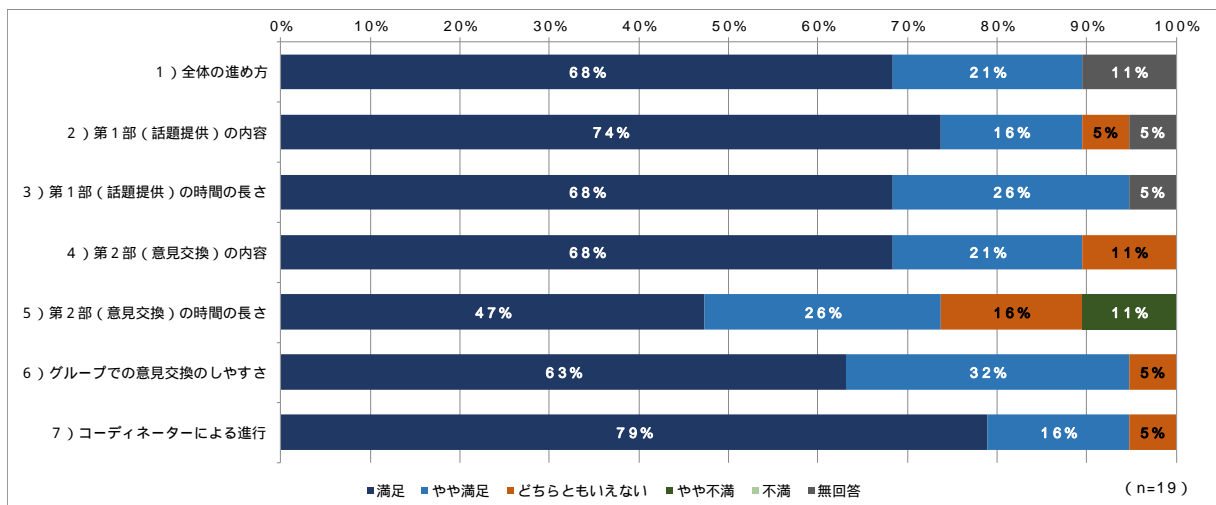


n = 19

図 5-2 参加した感想(複数回答)

(3) 進め方に対する感想・意見

- ・富士山ガイダンス&ワークショップの進め方については、「第2部の時間の長さ」以外の項目が、約9割が満足(満足+やや満足)とする結果であった。
- ・「満足」の回答割合が最も高かったのは「コーディネーターによる進行(79%)」であり、次いで「第1部(話題提供)の内容(74%)」であった。
- ・一方、「第2部(意見交換)の時間の長さ」は最も満足度が低く、「どちらともいえない」の割合が16%、「やや不満」の割合が11%となっている。
- ・前回ガイダンス(平成29年度)と比較すると、一部設問は異なるものの、全体的に「満足」の回答割合が増加し、「どちらともいえない」及び「やや不満」の割合が減少していることから、進め方については前回よりも改善されたものと考えられる。



【参考：前回の結果】

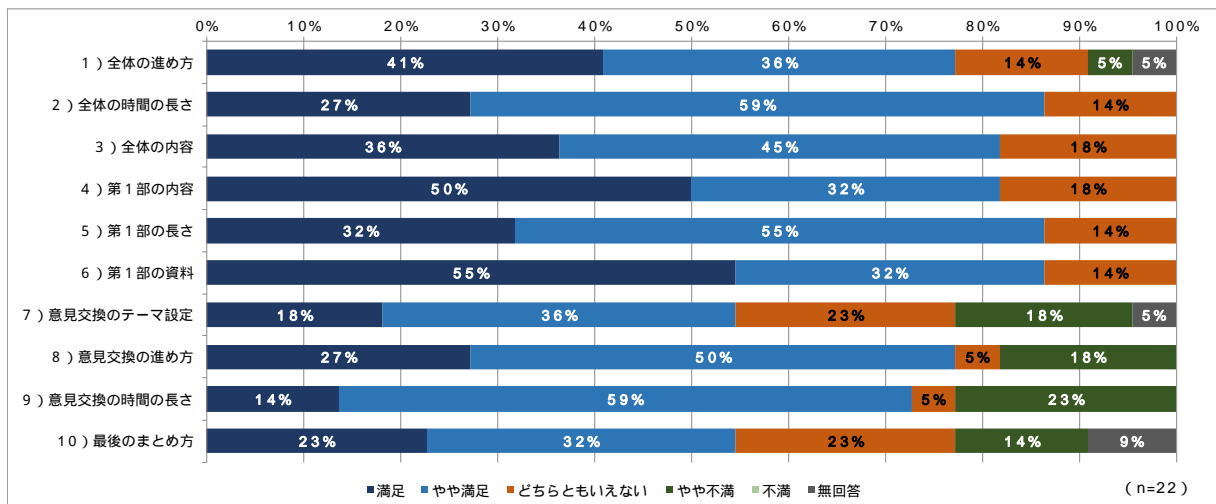


図 5-3 進め方に対する感想

- ・具体的な感想としては、以下が挙げられており、前述の「第2部(意見交換)の時間の長さ」に対する不満は、時間の短さに対するものと考えられる。
- ・また、意見交換の結果の具体化や実行可能性に対する不安の意見も見られた。

表 5-1 進め方に対する意見

	満足な点	不満な点
第1部	・外国人の富士登山に対する認識が持てたことは良かった。	・話題提供は現場の方の意見を聞ける貴重な機会なのでもう少し話を聞きたかった。
第2部	・存分に富士山について討論でき、有意義であった。 ・多くの意見を聞くことができて良かった。 ・様々な業種の方と同じ話題で意見交換できたこと、様々な業界の人と知り会えたことは良かった。	意見交換の時間の長さ ・意見交換の時間はなるべく長く、時間厳守できるようにマネジメントしてほしかった。 ・話し合いの時間が少々短いと感じた。 ・時間が短く深く意見交換できない。 アイデアの具体化 ・なかなか具体的、すぐ実行できそうな案までたどりつけなかった。 ・ワークショップはとても良かったが、これを実際の活動までなかなかつなげられなさそうな苦しさを感じた。 その他 ・意見交換時の各テーブルの会話内容は録音すべき。

(4) イチオシのアイデア

- ・現場ではなく、事前の準備段階での情報提供が重要視されており、富士登山オフィシャルサイトの活用・改善と誘導に加え、YouTubeでの動画配信や富士山アプリの開発・提供、SNS等のツール活用、外国人登山者への新しいアプローチに関連するアイデアが多く挙げられた。
- ・また、大使館や外国人労働者の雇用企業を通じた情報提供といった従来とは異なるネットワークの活用や、外国人登山者が情報を得ている媒体に確実にアプローチすることが重要との意見が挙げられている。

表 5-2 イチオシのアイデア

業種等	イチオシのアイデア
山岳ガイド	・新宿での情報提供 ・登山者掲示板
旅行業	・台風直撃など明らかに危険だと分かった場合県側から情報を発信してツアー自体を止めさせる様にするのはどうか？ ・人気ユーチューバーを使っでの PR ・アプリとの連携
出版・WEB制作運営	・外国人労働者が多い企業への情報発信。実際にトラブルになっている人達に情報をきちんと届けられる仕組みが必要だと思いました。
登山用品販売・レンタル	・富士山アプリ ・バスでの動画と外国語マップの配布(バス車内で自由にもらえるように) ・外国人が情報を得ている媒体にアプローチする。 ・大使館を含めた行政との連携でマナーを進めて行く。

業種等	イチオシのアイデア
案内指導員	<ul style="list-style-type: none"> ・装備品に認証マークをつけるなどはとてもいいと思いました。 ・オシャレな動画は是非見てみたいです。 ・登山前外国人に対してビジターセンターなどでのレクチャーを受けないと登山できないというのは実施する価値があると思う。 ・ゴミ箱の設置 ・オフィシャルサイトへの誘導、色々な情報発信の模索。 ・現場での啓発している時点で手遅れ、事前に情報を入手させるやり方。
山小屋	<ul style="list-style-type: none"> ・山小屋として情報発信する事はなかなか難しく、広く多くの分野の方に協力いただけると有難いです。 ・ターゲットの国の人気ユーチューバーに情報発信を依頼する。
行政機関関係者	<ul style="list-style-type: none"> ・動画(ムービー・アニメーション)の提供、特に短編のもの。 ・情報の統一化 ・富士山の登山ルートが4つある事を伝える重要性(間違いに対する防止) ・富士山アプリ(現在地の把握や分岐でアラームなど) ・大使館への働きかけ ・悪天候時の登山道通行止め以外の登山者入山規制方法についてアイデアを頂きたかった。 ・サイトを見た人にメリットをつける。 ・作製された動画を富士山の関係者が皆で広めていく。

(5) 外国人登山者への情報提供の取組

- ・参加者自身の立場から、富士山ガイドンス&ワークショップでの意見交換等を踏まえて、具体的に実施したい富士山における外国人登山者への情報提供の取組は、下表に示す通りである。
- ・ウェブサイトの充実(ページ増設、多言語化等)や SNS の活用等、事前の情報提供を充実させるための取組の提案が多数見られた。

表 5-3 外国人登山者への情報提供に関して具体的に実施したい取組(業種別)

業種等	具体的に実施したい取組
山岳ガイド	<ul style="list-style-type: none"> ・現場での情報提供
旅行業	<ul style="list-style-type: none"> ・HP の新規ページの設置 ・英語ページの増設 ・会社 HP への富士山オフィシャルサイト URL 掲載
出版・WEB 制作運営	<ul style="list-style-type: none"> ・富士登山に特化した登山地図アプリ開発
登山用品販売・レンタル	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人向けパンフレット設置及び配布 ・機会があれば外国人向けの装備説明会 ・外国語でのマップの配布 ・海外情報媒体へのアプローチ
案内指導員	<ul style="list-style-type: none"> ・バス添乗員業務等の機会を活用して、一般的な団体外国人観光客に対して、富士登山の情報提供を行う ・SNS の利用
山小屋	<ul style="list-style-type: none"> ・Web 上でのマナー情報の充実・多言語化 ・予約時の情報発信

業種等	具体的に実施したい取組
行政機関関係者	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設への情報共有(麓の事前泊する施設) ・予約サイトや旅行会社、レンタル会社への情報共有と発信の協力 ・こまめな情報発信、現場との連携 ・啓発動画作成 ・インスタ、Twitter 等、登山に興味のない人への情報収集の入口となるツールの利用 ・Web サイト情報の整理、見やすいものにしていく

(6) 今後取り上げてほしいテーマ

- ・今後取り上げてほしいテーマは、下表に示す通りである。
- ・安全登山のための情報提供や富士山の収容力、保全協力金等がテーマとして挙げられた。
- ・また、テーマとは異なるが、交通関係の事業者やマスコミ関係者の参加を求める意見も見られた。

表 5-4 今後取り上げてほしいテーマ

分類	今後取り上げてほしいテーマ
安全登山	<ul style="list-style-type: none"> ・安全登山(命を守る)ための情報提供について ・登山マナーについて ・噴火・災害等での対応について ・登山者の技量
収容力	<ul style="list-style-type: none"> ・安全な入山の人数規制について
協力金	<ul style="list-style-type: none"> ・入山料(協力金)について ・保全協力金のあり方、啓発について
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・登山前後の周辺観光の提供など ・交通機関、バスターミナル会社に登山客の現状を聞いてみたい。 ・情報発信がネックになるのでマスコミや交通関係者もワークショップにいたほうが良いのでは？

6. 結果のまとめ

参加者アンケート結果も含め、富士登山における外国人登山者への効果的な情報提供の方法について意見交換(ワークショップ)の結果をまとめると表 6-1 のとおり。

表 6-1 外国人登山者への効果的な情報提供の方法（グループごとの意見交換結果の集約）

印：参加者アンケートでイチオシの取組として回答があったもの

	出発前	山麓～登山口	現場(登山中)
現場関係者 (ガイド、山小屋、 指導員等)	<ul style="list-style-type: none"> ガイドによる装備チェック 宿泊者へのマナー・天気の情報提供 バスチケット売り場での情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人への登山前5合目での強制レクチャーを実施 伝言案内板(仲間とはぐれた人とか、山頂の情報とか) 登山者への声かけ(ルート確認・ルート説明・装備説明・天候案内・ご来光の時間・下山の砂滑りなど) 2～3分のマナー啓発動画 	<ul style="list-style-type: none"> 須走口ナビログ、英語表記もできれば 登山口～山小屋の連携(とりあえず6～7合目まで)。山頂は冷蔵庫並みだと伝える 正しい情報・必要な情報。メーリス、須走・吉田情報共有 ガイド同伴を義務化
旅行会社	<ul style="list-style-type: none"> バス内でマナールール啓発の徹底 飛行機やバスの予約サイトで発信 レターで知らせる 必要な装備(ヘルメット+防寒具)を記載する アプリの強制ダウンロード ゲストハウスのホストに情報提供(啓発サイト・アニメ、リンクを貼ってもらう) 	<ul style="list-style-type: none"> 車内でビデオ上映(エイリアンの登山でルール伝える) バスや電車内でガイダンスを流す 雨の日は麓～5合目の観光で満足してもらう 	<ul style="list-style-type: none"> 現場情報の発信。 ライブカメラで山頂の情報を見せる 直前でも参加できるツアーを作る
登山用品 販売店	<ul style="list-style-type: none"> 装備に富士山認証マーク(100均はダメ) 全国のストアで、来店者へ富士山ガイドのパンフを(外国語)を手渡す 山の店に行けばパンフレットが入手できる(パンフレットがほしければ山の店に行く)のが当たり前(行政・観光・ショップの連携) 日本の観光ガイドに載せてもらう(ロンリープラネット) 在日の方へのアプローチ強化(行政サポートのもと) 装備リストの配布 事前説明会+登山用品販売店。装備・マナー等 安全に登るセミナー開催 山麓の情報提供 事故・事例を伝える 		
メディア	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム人の人気 YouTuber に啓発動画を流す依頼 影響力のある Youtuber による情報提供依頼(国ごと) SNSでの発信(YouTubeとか) 雑誌等でWEBサイトの発信 更新頻度も上げる必要。常に新しい内容・現場の内容 山の記録(ヤマレコ)を翻訳して掲載する (マナー・リスク)遺産としての価値の発信・WEBでの情報提供(なるべく一律化) 啓発アニメーションにはダメなことだけではなく”したら良いよ”ということも入れる YouTube等の映像で登山の危険性を発信 引っ掛かりやすい検索ワードの設定 	<ul style="list-style-type: none"> ライブニュース 駅や五合目のシャトルバス発着場での情報発信の強化(デジタルサイネージの導入等) 	<ul style="list-style-type: none"> ヤマレコ・クチコミ・マップ(GPS)英語対応 富士山英語マップの作成(リスク・マナーの掲載)
行政等の 管理者	<ul style="list-style-type: none"> 「富士山」で検索した場合にオフィシャルサイトが必ず筆頭に来るように さまざまなWEBサイトの情報を統一する オフィシャルサイトをとにかく見るようにする 見るべきサイトに優先順位をつける(必ず見るべきサイトとより詳しい情報が欲しい場合に見るサイト等) 情報提供サイトの相互リンクを自由にできるようにしてほしい 富士宮口で啓発パンフレット・DVDの配布 入場規制によりサービス向上 富士登山オフィシャルサイトをはじめとした情報発信 ターゲットを絞った情報発信(オフィシャルサイト等) 登山ガイドの国家資格化 	<ul style="list-style-type: none"> 五合目 or バスの中でマナー啓発ビデオを見る オフィシャルサイトを見たことを確認する(またはそれに類するVTRを見せる) レクチャー動画や警告ムービーの作成 インフォメーションセンターでの案内。登山バス車内での案内(DVD・音声) 現場を知っている人に啓発してもらう(連携強化) 	<ul style="list-style-type: none"> 富士山アプリ 誘導標識・案内方法の改善 富士山全体での位置がわかるサインを設置する(イラストだけで理解出来るもの) パトロール(人員) 五合目総合管理センターでのレクチャー。DVD・音声 現地連絡員・六合目センター・富士山レンジャー・安全誘導員
その他	<ul style="list-style-type: none"> 各国情報網への働きかけ(大使館 etc) 啓発動画は短いもので楽しいもの(短時間であれば汎用性が高い) メディアが積極的に現状把握、行政等データ交換(何を発信するか) 発信者の連携(情報共有) エージェント向けの事前レク 外国人予約者には特定のサイトを通す(窓口の一元化 普及啓発) <外国人労働者受け入れ企業> 外国人労働者を受け入れる企業の研修担当に情報提供協力してほしい 外国人労働者が多い企業に発信(情報の更新) 事前に調べてこないと損をする仕組み(サイトを見て事前予約、事前購入しなければ余計に料金がかかる) <交通事業者> バス停・駐車場とか、5合目までに情報共有(5合目での情報提供では遅い!!) バス・タクシー業者、交通機関との連携 各サイトの管理者共通で「大事な情報」を発信 山小屋の意識統一は必要 	<ul style="list-style-type: none"> バスタ新宿等で情報発信 バスの座席等に富士山マップを入れる 路線バス・登山シャトルバス内で日・英動画配信 	<ul style="list-style-type: none"> GPS(スマホ)連動アプリの導入 現在地がわかる GoogleMap 的なものの活用 インターネットの活用(山小屋・山梨県側・行政との連携・地元代表) 登山道外れや道間違いを警告するビーコン配布(協力金と引き換え)