

# 富士山における外国人観光客の保全意識について

Research on conservation awareness of foreign tourists in Mount Fuji

蒯卓溧

KUAI Zhuoyun

## 1. はじめに

2013年6月22日、富士山は「信仰の対象と芸術の源泉」としての価値が認められ、世界文化遺産に登録された。しかし、世界文化遺産に登録される前、同年の5月にイコモス（ICOMOS: International Council on Monuments and Sites; 国際記念物遺跡会議）から「富士山全体の価値（山麓から山頂までの神聖で美しい景観）の保全と利活用（アクセス・レクリエーション・開発）との均衡」と「富士山の価値（構成資産の関係性）の理解と促進」という二つの勧告（文化庁、2013a）を受けた。さらに、6月の世界遺産委員会では、富士山の登山道の保全手法など文化的価値の基盤となっている景観や自然環境の劣化への対策、登山者の収容力など来訪者管理戦略の立案を求められた。こういった世界遺産登録時の条件をクリアし、富士山の OUV（Outstanding Universal Value; 顕著な普遍的価値）を保つため、山梨、静岡両県はマイカー規制の強化、富士山保全協力金の社会実験の試行、また登山者を対象にアンケート調査の実行などの訪問者対策を次々と着手しはじめた（富士山世界文化遺産学術委員会、2015）。

しかし、多くの訪問者対策のなかで、外国人訪問者への対策が十分ではないことが課題として挙げられた。例えば、富士山から下山した登山者を対象にアンケートを実施したものの、この対象者からは外国人登山者が除外されていた。日本政府観光局（Japan National Tourism Organization; JNTO）の統計データによると2013年から2015年の、訪日外国人の総数はそれぞれ2013年10,363,904人、2014年13,413,467人、2015年16,316,900人（1月から10月まで）と増加傾向にある（日本政府観光局、2015）。しかも、毎年7月から8月までの期間、訪日外国人観光客の数は増加している。これはちょうど富士山の開山期間と重なっている。

さらに、2010年、環境省が行ったアンケート調査（環境省、2010）の結果によると、富士山に登山に行った外国人登山者の数は調査協力者の23.5%を占めており、決して無視できる人数ではない。年々増加する訪日外国人の数から見ると、富士山を訪れる外国人登山者の数も少なくないと推測できる。これほど多くの外国人観光客が富士山に登山する可能性があるにもかかわらず、外国人観光客のデータがきちんと取られていないことは富士山の保全対策にとって不十分だと考えられる。そこで、本研究では、ICOMOS 勧告のなかで指摘された来訪者の管理問題、とくに外国人観光客の保全意識について着目した。環境保全意識の形成には、日常で行っている行動と関係すること（多々納ら、2008）と富士山での利用マナーは利用者の混雑意識と関係することが明らかになっている（山本ら、2004）ことから、意識は常に行動と繋がり、相互に影響をしている。したがって、筆者は外国人観光客の富士山の環境に対する保全意識が向上することによって、現在問題になっている外国人観光客のマナー向上にも繋がると考え、研究を進めることとした。

外国人観光客の保全意識の調査については3つの切り口が考えられる。一つ目は、外国人観光客に対する情報提供である。ビジターセンター、富士山五合目吉田口総合管理センターなどの施設や設備の整備を効率化することが考えられる。二つ目は、富士山を訪れる外国人観光客の行動とそれに対するマナー・環境教育である。三つ目は、富士山保全協力金に関する外国人観光客の意識と外国人観光客に対する効果である。この三つを本研究の切り口とし、外国人観光客の保全意識を明らかにし、世界遺産地域の保護に提言することを研究の目的とする。

## 2. 富士山の世界遺産登録の経緯

富士山は、古くから宗教的登山のメッカであり、それゆえ有名な観光地でもあった。富士山は、明治44年に日光とともに、国立公園の対象となり、大正10年には有力な国立公園候補地となった。その後も富士山は、日本における国立公園設立運動の先進的存在となり、1936年に富士箱根伊豆国立公園に指定された。富士山は国立公園の観光開発と自然保護をめぐる確執の先駆的モデルであり、また国立公園設立史において記念すべき地域であった(村串 2005)。

1990年代前半、富士山は世界自然遺産としての登録が検討されたが、「広大な富士山での排泄やゴミ捨てはそれほど大げさなことではなかった」といったごく普通の国民的認識が、「世界的に顕著な普遍的価値」を求める世界遺産基準と合致しなかった(佐野、2008)。また、富士山は原生自然とは言えず、火山として見ても同様の山は他国にもあり、若い山である富士山は植生にも乏しい(西村、2013)と考えられた。

その後、世界文化遺産としての登録を目指すこととなったのは2005年12月19日に山梨、静岡両県と10市町村などで構成された「富士山世界文化遺産登録推進両県合同会議」が発足したことによる(西村、2012)。2013年4月30日、ICOMOSによる勧告がユネスコ世界遺産センターより通知され、三保松原を除き「記載」が適当との勧告がなされた(文化庁、2013a)。同年6月22日、カンボジアのプノンペンで開催された第37回世界遺産委員会において、富士山の世界遺産登録が決定された。なお、除外すべきとされていた三保松原も含まれることとなり、世界遺産としての正式登録名は「富士山—信仰の山と芸術の源泉」となった(文化庁、2013b)。

## 3. 研究方法

### (1) 調査目的

本研究では外国人登山者を対象にアンケート調査を実施した。このアンケート調査は、富士山に來訪する外国人登山者の保全に対する意識と彼らに対してどのような環境教育と情報提供が適切なのかを解明した上で、富士山によりよい環境・価値保全対策を探ることを目的とする。

### (2) 調査方法

調査方法については、アンケート調査の対象者に回答後、直接感想を聞くため、対面式のアンケート調査方法を選んだ。より正確なデータを収集するた

め、2014年8月22日(土)に富士山及び一部の構成資産での先行調査を行ったうえで、2015年7月28日(火)、同年8月9日(日)の二日間、富士山五合目吉田口の下山口でアンケート調査を行った。また、アンケート結果を補うため、外国人登山者及び、富士山五合目総合管理センターのスタッフに聞き取り調査を行った。

## 4. 結果

アンケート調査表は、富士山を訪れる外国人登山者(回答者)の属性(表1)、富士山に関する理解と経験(表2)、ガイドの同行と情報提供について(表3)、富士山保全協力金について(表4)及び富士山に関する印象(表5)などの項目から構成された。結果は、以下のようにまとめた。

### (1) 外国人登山者の属性

まず、回答者の属性に関するデータ(表1)から見ると、男女比は5:3であり、外国人登山者の約8割は20代から40代であった。この世代は情報化時代、デジタル時代に属し、インターネットを利用して情報を得ることが一般的である。彼らに情報を伝えるには、インターネットが一番効率的な方法だと考えられる(山本・Jones、2014)。また、回答者の半数以上がアジア人であり、とくに中国、台湾、香港、韓国など近隣の地域から來た登山者が多い。そのため、アジア系言語とくに中国語(簡体字、繁体字)、韓国語、英語での対応が重要であり、インターネット、および現地での情報提供にはこれらの言語が必要不可欠である。他の地域の優先順位としては、スペイン語、フランス語、ロシア語などの情報提供も要求される。さらに、127人の回答者のうち、102人(80.3%)は「旅行・観光」を目的として訪日し、富士山を訪れたことが分かった。富士山にいる外国人登山者に関する問題解決には、観光目的で訪日する外国人観光客の立場から考えることが必要である。

表1 外国人登山者（回答者）の属性

項目	カテゴリー	人	割合 (%)
調査日	7月28日	52	40.9
	8月9日	75	59.1
年齢	10代	6	4.7
	20代	37	29.1
	30代	48	37.8
	40代	28	22.0
	50代	6	4.7
	60代	2	1.6
性別	男性	79	62.2
	女性	48	37.8
地域分布	アジア	69	54.3
	ヨーロッパ	33	26.0
	北アメリカ	13	10.2
	オセアニア	8	6.3
	南アメリカ	4	3.1
訪日目的	観光・旅行	102	80.3
	留学	18	14.2
	その他	7	5.5

## (2) 富士山に関する理解と経験

次に、表2を見ると、少数だが、富士山が世界遺産であることを知らない回答者がいた。また、世界文化遺産ではなく、自然遺産や複合遺産と勘違いした回答者もいた。登山者が自主的に富士山の情報を収集するのが望ましいが、富士山を訪れる外国人登山者に対する情報伝達システムに問題があるとも言える。

また、今回の外国人登山者の9割は富士山の「初心者」であり、約7割の外国人登山者はご来光を主目的に登山をしていた。これら9割の「初心者」のうちいったい何割の人が富士山のルールを知っているのかが懸念される。これらの「初心者」に対して、新たなマナー・環境教育の仕方を考えるべきであろう。さらに、外国人登山者にとって、富士山のイメージとして一番当てはまるものは「信仰の山」でも、「芸術の源泉」でもなく、「観光名所」として認識されていることが分かった。富士山の世界遺産登録の根拠となった信仰や芸術の源泉といった観点で富士山をみている外国人観光客が少なく、富士山の価値そのものが外国人登山者に知られていないことが分かった。これらのデータから外国人登山者に対しての情報伝達、環境教育のあり方を改善すべきだと考

えられる。

表2 富士山に関する理解と経験

項目	カテゴリー	人	割合 (%)
世界遺産登録	知っている	122	96.1
	知らない	5	3.9
登山回数	初めて	115	90.1
	2回目	9	7.1
	3回目	1	0.8
	5回目	2	1.6
登山目的	登山（ご来光を含む）	92	72.4
	散策・ハイキング	17	13.4
	学校の研修・合宿	8	6.3
	自然観察・学習	4	3.1
	その他	6	4.7

## (3) ガイドの同行と情報提供について

表3を見ると、約9割の外国人登山者はガイドを同行させていない。もしガイドをさせる場合、アジア人69人中29人（42.0%）は日本にいる友達が最も望ましいガイドだと答えた。それに対して、ヨーロッパ人33人中27人（81.8%）、北アメリカ人13人中10人（76.9%）は現地（日本）の旅行会社の登山ガイドが最も適切なガイドだと回答した。

「自分の国の添乗員」を選んだ外国人登山者は中国人しかいなかった。その理由としては、訪日中国人の旅行形式は他の国より団体旅行の比重が高く、個人旅行との比率は約3:2であり（日本政府観光局JNTO、2014）、中国人登山者は団体ツアーの中国語ができるガイドを選択したと考えられる。

表3 ガイドの同行と情報提供について

項目	カテゴリー	人	割合 (%)
登山ガイド	同行しなかった	115	90.6
	全行程で同行	12	9.4
ガイドを同行させるとしたら	日本旅行会社のガイド	61	48.0
	日本にいる友達	41	32.3
	自国の添乗員	20	15.7
	山梨、静岡県在住のネイチャーガイド等	5	3.9
	専門家	0	0.0
富士山について知りたいこと	歴史、文化のこと	87	68.5
	自然のこと	35	27.6
	写真スポット	3	2.4
	世界遺産のこと	2	1.6
	お土産のこと	0	0.0

#### (4) 富士山保全協力金について

富士山保全協力金に関するデータ（表4）によると、127人の外国人登山者のうち2人しか富士山保全協力金を支払わなかった。保全協力金を支払わなかった理由としては、「任意だから」が最も多かった。そのほか、アジア人69人中27人（39.1%）は保全協力金の1,000円が高いから支払わなかった。それに対して、ヨーロッパ人33人中21人（63.6%）、北アメリカ人13人中10人（76.9%）、オセアニア人8人中7人（87.5%）、南アメリカ人4人中4人（100.0%）は保全協力金を徴収する目的や使い道がよく分からないから、支払わなかったと回答している。

また、127人の回答者のうち、富士山保全協力金のことを知らない外国人登山者が27人（21.3%）もいた。それぞれ、アジア人69人中18人（26.1%）、ヨーロッパ人33人中6人（18.2%）、北アメリカ人13人中2人（15.4%）、南アメリカ人4人中1人（25.0%）であった。保全協力金を知らない外国人登山者はすべての地域に見られることから、地域固有の問題ではなく、普遍的な問題である。

外国人登山者は富士山保全協力金の説明を聞いたうえで、協力金の活用目的として「富士山の環境保全」という選択肢を第一に選んだ。外国人登山者は、富士山の環境保全についてある程度の保全意識を持っているため、富士山保全協力金の活用目的をきちんと伝えることにより、協力者が増える可能性があると思われる。

このほか、およそ9割のヨーロッパ人、8割のオ

セニア人、8割の南アメリカ人は「外国語による情報提供」を望んだ。これは現在の外国語による情報提供が不十分であることを指していると考えられる。

これらのデータに対して、平成27年山梨、静岡県が日本人向けのアンケート調査の結果により、富士山保全協力金の協力率はそれぞれ約42%、47%であった。また、2013年夏の富士山社会実験（富士山保全協力金）のデータにより、富士山保全協力金に協力の意志を持っていた登山者は3127人中2461人（78.5%）であり、実際に協力した登山者は全体の67.8%であった。外国人観光客の協力率と一定の差がある。

表4 富士山保全協力金について

項目	カテゴリー	人	割合 (%)
支払い状況	支払わなかった	125	98.4
	支払った	2	1.6
支払わなかった理由（複数回答可）*1	任意だから	83	65.4
	使い道が分からない	62	48.8
	1,000円は高いから	31	24.4
	他の料金を支払った	0	0.0
	その他	27	21.3
保全協力金の活用方法（複数回答可）	富士山の環境保全	89	70.1
	外国語による情報提供	73	57.5
	登山道や道標の整備	32	25.2
	混雑緩和、利用制限	27	21.3
	環境保全型トイレ	14	11.0
	ビジターセンター等の教育施設	7	5.5
	その他	3	2.4

#### (5) 富士山の印象

最後に、富士山の印象に関するデータ（表5）によると、外国人登山者にとって、一番深い印象を残したものは富士山の美しい景色であった。これは富士山のイメージとして、「観光名所」が一番多くに認識されていることと合致する。これに次いで、富士山における登山者の行列と外国人観光客の姿が印象的であったことがわかった。

表5 富士山に関する印象

項目	カテゴリー	人	割合 (%)
富士山のイメージ	観光名所	113	89.0
	自然が豊かな場所	13	10.2
	信仰の山	1	0.8
	芸術の源泉	0	0.0
印象深いところ (複数回答可)	美しい景色	119	93.7
	登山者の行列	70	55.1
	外国人観光客の多さ	33	26.0
	伝統的文化	21	16.5
	トイレ	18	14.2
	ゴミ	0	0.0
改善して欲しい点	お土産	0	0.0
	外国人向けの情報	97	76.4
	富士山に詳しいガイド	21	16.5
	外国語でするツアー	17	13.4
	多言語に訳された道標	2	1.6

注 有効回答数 127 人。\*1 有効回答数 125 人 (富士山保全協力金を支払わなかった登山者のみ)

## 5. 提言

### (1) 外国人観光客への情報提供のあり方について

日本政府観光局 (JNTO) のデータによると、2015 年 1 月から 10 月の訪日外国人数は 16,316,900 人であり、2014 年に比べ 48.2% も増加した (JNTO, 2015)。また、JTB グループの訪日外国人に関する予測では、2020 年の東京オリンピック開催時には、訪日外国人はさらに増加し、年間 2000 万人を超えるという予想である (JTB グループ, 2015)。実際、JNTO のデータから、2015 年の訪日外国人はすでに 2000 万人の予測に近づいているため、2020 年はこれを上回る外国人観光客が予想される。増える一方の訪日外国人のうち、富士山を訪れる人は決して少なくなることはない。その結果、富士山での外国人への対応と情報提供はますます要求され、いまの状況のままでは対応しきれないと考えられる。

情報提供について、外国人登山者も日本人登山者も、富士山に関する情報伝達としては 3 つの手段がとられる。すなわち、インターネット、ガイド、ビジターセンターもしくは五合目の総合管理センターという 3 つの方法である。特に今回の調査結果から、ガイドが同行しなかった外国人登山者が 9 割もいた。

外国人登山者はインターネット、ビジターセンターまたは総合管理センターを利用することで、富士山に関する情報を集める傾向が見える。そこで、1) インターネットでの情報をより探しやすくするため、一箇所のワン・ストップサイトに情報を集めること、2) ビジターセンター・総合管理センター等の現地施設で外国語対応の情報強化、3) 外国語ができる富士山ガイドの育成などの情報提供方法の改善が考えられる。

### (2) 外国人観光客の保全意識とマナー向上のための環境教育のあり方について

保全意識とは、ある対象の価値を保護するための考え方、あるいは気持ちだと考える。意識を直接測るのは困難であるが、意識の差から行われたマナー行為によって客観的に測ることができる。したがって、保全意識を高めれば、マナーは自然に改善されると思われる。

外国人を対象にマナー向上のための環境教育を実施するためには、まず外国人の特徴を知らなければならぬ。例えば、世界中に各地域によって、国立公園や国定公園などへの環境配慮が異なり、守るべきルールも違っている。そのため、各地域の国民が受けたマナー教育も異なっていると考えられる。

富士山のマナー問題のうち最も困った問題は外国人による溶岩の持ちかえりである。他国に行く前に、その国のルールを勉強することが基本であるが、すべての人にそれを要求するのは不可能である。これらの登山者に対して、事前にルールを知らせることが必要だと考える。このような施設を富士山の登山口前に設置してもいいが、筆者はインターネット上のオンライン教室を提案する。

全登山者に富士登山前の事前講義の受講を義務付ける。富士登山者全員がホームページにアクセスして、そこで富士登山のルール説明など登山者に知らせたい情報を動画で見る。さらに、動画の説明内容をもとにした問題を 10 問ぐらい出し、合格した登山者にはのみ富士登山の許可を与えた登山カードを発行する。富士山の登山口で受講済みの富士山登山カードを提示し、バーコードをスキャンして富士山に入山するという一連の環境教育システムを構築する。かつて登山許可を取ったことがある登山者には富士登山のルールを忘れないように、富士登山をするたびにウェブサイト上で 10 問の問題に答えることを必須とし、合格者のみに登山許可を延長する。

### (3) 富士山保全協力金のあり方について

富士山保全協力金の協力者の割合は登山者の保全意識と関係し、保全意識を向上させれば、富士山保全協力金の協力率は上がると考えられる。一方で、富士山保全協力金の支払いが、必ずしも環境保全意識に基づいているわけではない。富士山保全協力金を支払う前に、まずは登山者の環境保全意識を高めるための環境教育を実施すべきだと考える。

ここで、富士山保全協力金の仕組みに(2)に提案した登山カードを含めることを提言したい。富士山に関するルール・情報を聞いたうえで、そのまま富士山保全協力金のオンライン支払いを可能にすれば、協力率を高めることだけでなく、現地で現金を徴収する手間を省くこともできる。

登山カードシステムの利点として、外国人観光客を含む富士登山をする登山者全員の環境保全意識を高め、マナー教育を兼ねた環境教育が可能になると考える。登山者全員が登山カードを持つことで、毎年の富士登山者の属性、及びこれらの変化傾向が容易に把握できる。また、アクシデントが起きたときに、登山者の身元確認作業にも役に立つ。そして、富士山保全協力金も、登山カード取得時に、インターネットで事前に支払うことにより、現金で扱うリスクが低くなる。さらに、登山カードは富士山だけのパスではなく、富士山を最初の事例として、他の地域にも同じカードを応用することが期待できるという将来性を持つシステムである。また、このシステムをスマートフォンのアプリ化することも考えられる。最後に、本研究の対象である外国人観光客問題もこのシステムから外国語による情報提供とマナー・環境教育を受けることができる。

### 参考・引用文献

- 1) 文化庁 2013a : 我が国の推薦資産に係る世界遺産委員会諮問機関による評価結果及び勧告について、pp. 1-3
- 2) 富士山世界文化遺産学術委員会 2015 : 今夏の富士山の状況、資料1
- 3) 環境省 2010 : 富士山の適正利用に関するアンケート調査結果—登山者アンケート集計結果、p. 17
- 4) 多々納道子・村松麻衣子・田中貴子 2008、小学生の環境保全意識の形成、教育臨床総合研究7、pp. 53-64
- 5) 山本清龍・齋藤伊久太郎・本郷哲郎・小笠原輝 2004、利用者の意識構造分析を通じた富士登山の問題の構造化、LRJ67 (5)、pp. 689-692
- 6) 村串仁三郎 2005 : 国立公園成立史の研究、法政大学出版局、

pp. 47-69、pp. 143-193

- 7) 佐野充 2008 : 富士山の世界遺産登録への取り組みにおける自然遺産としての価値評価の意義、地球環境 (国際環境研究会) 13、p. 54
- 8) 西村幸夫 2013 : 富士山が世界遺産に登録されるまで、世界遺産年報 2014、日本ユネスコ協会連盟、pp. 10-11
- 9) 西村幸夫 2012 : 富士山、世界遺産—富士山の世界遺産登録へ向けて、ブックエンド、p. 9
- 10) 文化庁 2013b : 「富士山」の世界遺産一覧表への記載決定について
- 11) 山本清龍・T. E. Jones 2014 : 富士山に関するアンケート調査報告 (2008・2013)、山梨県環境科学研究所、p. 72

### 参考サイト

- 1) 日本政府観光局 (JNTO) : 2013年~2015年訪日外客数 (総数)、2015  
[http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism\\_data/pdf/2013\\_15\\_tourists.pdf](http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/pdf/2013_15_tourists.pdf) (2015年1月8日参照)
- 2) 外務省 2012 : 「武家の古都・鎌倉」及び「富士山」の推薦書 (暫定版) のユネスコへの提出、2012  
[http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/9/0922\\_01.html](http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/9/0922_01.html) (2015年1月8日参照)
- 3) 日本政府観光局 (JNTO) 2014年中国の基礎データ  
[http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism\\_data/pdf/market\\_basic\\_china.pdf](http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/pdf/market_basic_china.pdf) (2015年1月8日参照)