

富士山須走口のブランディング

静岡県立大学経営情報学部 大久保あかね研究室

指導教員：教授 大久保あかね

参加学生：阿部太一、鈴木美羽、千頭和花、兒玉康生、稲葉愛、
稲葉紗奈、宇津見歩、大野心寧、塩澤舞夏、中西英
菜、早川未悠、宮古茉奈花、山本依吹、渡邊琳

1 要約

本研究は富士山の須走登山口に焦点を当て、須走口がより特色ある登山口として認識されることを目指すものである。まず初めに須走口以外の各登山口を視察し、各五合目を利用している登山者等に質問紙調査や観察調査を実施した。調査の中から得た各登山口の利点・欠点を分析・比較し、須走登山口を良い方向へ導く方策を小山町関係者とも議論を重ね、小富士の活用や、インフォメーションセンターの改善を中心に改善案を提案した。

2 研究の目的

富士山須走口は、小山町を代表する重要な文化・観光資源である。首都圏からのアクセスが良いこと、また他の登山口と比べて森林限界が高く、五合目周辺で散策ができるなどの有意性がある。一方で五合目駐車場の駐車台数や山小屋の収容人数の不足により、近年登山客数及び五合目周辺観光客数が伸び悩んでいる。他の登山道の状況を踏まえて須走口のあり方を見直し、独自の魅力発信による誘客を測ることを本年度の研究目的とする。

3 研究の内容

小山町の須走登山口を、富士宮口や新御殿場口、吉田口などの他の富士登山の拠点である各五合目と比較検討するため、以下のスケジュールで4回の現地調査や質問紙及び観察調査、また小山町の方との意見交換会を実施した。

・4月、5月、6月【基礎調査】

図書館での文書検索、またインターネットを用いて、須走登山口及び他の登山口や小山町について調査を進めた。基本情報（人口や産業など）や観光スポット、SNS調査（#検索や口コミ分析）をしたことで、小山町及び須走登山口への知識を深めた。

・7月【質問紙調査の準備】

基礎調査をもとに、フィールドワークで質問する項目を作成するための議論を重ねた。特に回答順序や言葉遣いによって、誘導質問にならないように慎重に設問を採択した。



写真1 調査の様子

・8月12日【御殿場口、富士宮口の調査】

チームを2グループに分けて、同日に新御殿場口と富士宮口の調査とフィールドワークを実施した。

・8月19日、20日【須走口、小山町の調査】

2日間にわたって、須走口と小山町にて調査とフィールドワークを実施した。

1日目は須走口を訪問し、小富士の散策を体験した。また山小屋とインフォメーションセンターを訪問し、須走口の魅力を実感することができた。

2日目は小山町をマイクロバスで周遊し、観光客の視点で視察を行った。

・8月23日【吉田口の調査】

登山口として4つ目となる吉田口を訪問し、調査とフィールドワークを行った。

・10月【調査のまとめ】

アンケート調査やフィールドワークから得られた情報をまとめ、整理した。

・11月20日【小山町の皆さんと意見交換】

フィールドワークと調査の結果をもとに、小山町関係者と意見交換会を実施した。現場の意見を改めていただくことができ、より現実的な提案に結び付ける必要性を感じた。



写真2 小山町での視察

4 研究の成果

成果① 各登山口と比較した須走口の現状分析

これまでの調査で得られた各登山口の現状を以下の表のように比較した。

交通アクセスの面において、バスの本数は吉田口が1時間に1本、須走口を含む他3つの登山口は2時間に1本となっている。駐車場の台数は富士宮口と吉田口がほか二つと比べて圧倒的に多い。また、売店、トイレの数も吉田口が圧倒的に多い他、登山口の標識の数も吉田口が最多である。以上より、他の登山口に比べて吉田口が突出してアクセスに関して優れた点が多い一方で、須走口は吉田口以外の登山口と大差はないことが分かる。よって私たちは、吉田口にターゲットを絞って、吉田口と比較した提案を考えた。

成果② 小富士の魅力発見

8月19日に実施した須走登山口へのフィールドワークにて小富士に登った際に感じたことについて示す。小富士の特徴は、第一に富士山頂を目指す登山と比べて初心者にも挑戦しやすく、軽装でも登ることができるといった点が挙げられる。実際に登ってみて、樹林帯に囲まれていること、標高差も少ないことから、登山時間は片道20分程度ながら、富士山の魅力を十分に満喫できた。一方で、須走登山口や小富士に関して事前に情報検索をした際になかなか情報が集まらず、情報発信の不十分さをもどかしく感じた。

表 富士登山口(各五合目)の現状比較

	富士宮口	御殿場口	須走口	吉田口
バスの本数 (往路)	1/2h	1/2h	1/2h	駅から1/1h
				駐車場から2/1h
バスの本数 (復路)	1/2h	1/2h	1/2h	1/1h
駐車場の料金	無料	無料	無料	1000円
	1時間以上1000円 (マイカー規制中)			
駐車場の台数	550台+1000台	500台	200台+500台(マイカー規制)	1400台
売店の数	1	1	2	レストラン5 売店5
トイレの数	3	4	3	男:洋式5・和式1/女: 洋式14和式2/多目的: 洋式2
トイレの料金	無料	無料	200円	無料
座れる場所や日陰の数	5~6席(売店)		山小屋前に 休憩施設あり	広い休憩所あり
外国人向け案内の有無	確認できず	確認できず	有	有

注)フィールドワーク及び各種資料から筆者作成

成果③ インフォメーションセンターの活用

須走口には、環境省が運営するインフォメーションセンターが存在する。インフォメーションセンターは、「富士山の“今”が分かる」というコンセプトで作られており気象状

況や混雑具合など安全な登山に欠かせない情報を出発前に入手することができる。また、登山口では貴重なfree-WiFiも完備されていることから、すべての登山者が登山前に訪れるべき場所であると考えられる。しかしながら、実際には利用者が少なく、雰囲気的に入りにくい印象を受けた。

5 地域への提言

本研究で実施した各種調査と議論を経て、小山町の須走登山口のブランディングに向けて、以下の3つの提案を考えた。

■提案① 登山ゲートの作成

第一に、須走登山口へ着くまでの期待感を高めるものとして、富士山モチーフの標識・ゲートを作ることを提案する。富士登山をしない通行者に対しても、ここから富士登山ができることを伝える効果も期待できる。

さらに現在の須走多用途広場駐車場の名称を、吉田口駐車場の「富士山パーキング」のように分かりやすく、なおかつ親しみやすい「富士山金太郎パーキング」のように変更することを提案したい。駐車場の名前変更により堅苦しいイメージを撤廃し、看板の改良や入口ゲートを設置することで富士山に到着した実感を得られる。

また、意見交換会ではインターチェンジの活用については国の事業であるため実現が困難との回答があったが、令和7年に開設予定の「小山スマートインターチェンジ」を須走登山口のブランディングに活用することを提案したい。須走登山口に向かう行程の中から、富士登山の「わくわく感」を醸成することが、ブランディングにもつながると考える。



図 須走口駐車場ゲート(案)

■提案② 小富士の活用

須走登山口でのフィールドワークを経て、私たちは小富士の魅力を発信することで須走登山口の活性化に繋がると実感した。小富士へのミニ登山は、森林に囲まれ、起伏も少ない道を歩き、森を抜けると間近に雄大な富士山を望むことができる、素晴らしい資源であると考えた。他の登山口には存在しない、唯一無二の須走口の魅力が、小富士に集約されている。

しかしながら、現時点では事前に小富士に関する情報を収集することが困難である。そこで情報発信策として、“四季折々の小富士”を提案したい。

具体的には、春は雪が残った富士山の美しい景色を伝える。また新緑の時期は登山のため初心者にも適した登山シーズンだ。夏には、星空と夜景を眺めるのも魅力的だ。麓にある自衛隊の演習場から花火を打ち上げ、小富士の山頂から花火を眺めることができるならば、さらに素晴らしい。

また秋には、小富士を登るまでの道のりで木々たちの紅葉を楽しみ、さらに多種多様なキノコが生息しているためキノコの鑑賞をすることができる。冬は富士山には登れないものの、空気が澄んでおり、星がきれいに見える季節のため、富士山と星空と一緒に楽しむことができる。しかし、富士山は11月中旬から4月末まで有料道路の「ふじあざみライン」が閉鎖され、冬の小富士は現状活用できない。したがって、冬に行うイベントについて検討の余地がある。また、小富士を訪れる人を増加させるためにSNSを活用した情報発信も重要である。



写真3 小富士での集合写真

■提案③ インフォメーションセンターの活用

登山に必要な情報が集約しているインフォメーションセンターを、よりたくさんの人々に利用してほしいと考え、以下の2つの提案を考えた。

ひとつは、WiFiのピクトグラムの設置である。登山者、特にインバウンド客にとって、WiFiの有無は死活問題でもある。インフォメーションセンターにはfree-WiFiが設置されているにかかわらず、施設の中に入らなければWiFiがあることが分からない。WiFiがあることが明示されていれば、必ず立ち寄る場所になるため、施設の外にピクトグラムを設置してほしい。

ふたつ目は、休憩室兼更衣室の整備である。現在休憩スペースは設置されているが、更衣室がない。登山後に、再びインフォメーションセンターを利用してもらうために更衣室を設置することを提案する。

インフォメーションセンターに関しては、現状環境省・小山町観光協会などの複数の組織の下で管理されているため、組織間の調整が必要であるが、重要性を鑑みてこの2つの改善から始めていただきたい。

6 地域からの評価

次年度（令和7年度）以降、特に富士登山に関しては、その在り方が大きく変わることとなります。つまり、これまでは富士登山をする人は「協力金 1,000円」を支払う（あくまでも“任意”）決まりでしたが、次年度からは「入山料 4,000円（ただし、従来の協力金 1,000円分も含む）」を支払うことが静岡県の条例により“義務”化されます。この入山料4,000円の義務化に関しては、静岡県と山梨県が歩調を合わせて調整を進めていることであるため、今回皆様が調査していただいた山梨県の富士吉田口を含むすべての登山口で実施されることとなります。さて、同じ4,000円を支払うなら、皆さんはどの登山口を選びますか？

単純に「お金」の問題だけではありませんが、登山者（来訪者）に『須走口を選んでいただくため』には、これまで以上の工夫や課題解決が必要となります。その意味からも、今回皆様から戴いた御意見は大変貴重であると考えます。

さて、富士山という特殊な場所であることから容易に出来ないことも多いですが、直ぐに取り組めることもあると思います。例えば小富士の魅力発信など、直ぐに出来ることは早速検討に入って行きたいと考えます。（これに関しては改めて町のHPを見てみると、相当深く掘り下げて行かないと「小富士」に辿り着けないし、そこにも殆ど情報が出ていないし…といった具合で、皆様が小富士に感じた“魅力”を全く情報発信できていないな、と改めて痛感いたしました。）

また、インフォメーションセンターのWi-Fiピクトに関しては、先日、環境省の方々にお会いした際、「学生からこんな提案がありました」とお話したところ、「確かに建物に入り辛い、入口がわかり辛い、といった意見が多いことから、次年度、入口付近に解り易い看板を立てることを検討している」との回答を得ました。現段階でも、その看板にWi-Fiピクトを書き込む予定でいる、とのことでしたが「出来るだけ大きく表示してください！」とアドバイスをしておきました。

その他、すべての提案についてコメント出来ずに申し訳ありませんが、どれもとても興味深いものばかりでしたので、今後の業務の参考とさせていただきたいと思っております。ありがとうございました。

最後になりますが、皆様からの提案にもあるとおり、新東名の開通に伴い小山町における観光の情勢は大きく変わると予想されますし、多くの期待を膨らませているところがあります。今後、こういった町の変わりゆく将来をしっかりと見据え、より有効な観光行政の推進を図ってまいりたいと考えます。今回は誠にありがとうございました。

（小山町経済産業部商工観光課 観光交流班 課長補佐 兼 班長 藤曲喜久）