

平成登山ブームに関する一考察

山形 俊之^a

^a 湘北短期大学総合ビジネス学科

【抄録】

現在、アウトドアレジャーの中で、登山がブームだといわれている。1980年代後期から平成年間を通じて継続しているこのブームは年齢・性別を問わず多くの人々を山に向かわせ、その中には多くのビギナー登山者も含まれている。また、登山を中心に据えた新たなアウトドア・ビジネスや観光ビジネスが展開されるようになったのも、この登山ブームの特徴といえる。本稿ではこのブームを「平成登山ブーム」として概観する。まず近代登山史から見た平成登山ブームの背景について考察し、平成登山ブームにおける登山者数の統計的考察を行ったうえで、平成登山ブームを支え、人々を山に導いた要因について考察したい。

【キーワード】

ツアー登山 登山 登山ブーム

はじめに

近年、幅広い年齢層に支持されているアウトドア・レジャー活動が登山である。一昔前までの登山と言えば、「きつい・汚い・危険」という3Kのイメージが強く、何よりも「男性の活動」というイメージが強かった。しかしながら、現在では、登山業界のみならず、ファッション業界、マスコミ業界、旅行業界を巻き込んだ大きなブームになり、老若男女問わずに楽しめるアクティビティーと見られるようになった。

筆者にとって、登山は楽しい活動なのだが、3Kのイメージは拭えない。しかし、昨今の新しい登山者にとっては、そのイメージが薄くなっている

ことは明らかなようである。特に「危険」という要素が念頭にないのではないかと思う時もある。2011年夏、卒業したばかりの教え子から「富士山に登るので装備をそろえました。見てください。」という写真付きのメールを受信した。トレッキングシューズ、小さなバックパック、ウインドブレーカー、シャツなどが並んでいたが、残念ながら標準の夏山装備でしかなかった。「もっと厚手のアウターを持たないと寒いよ」というアドバイスをしたが、何より驚いたのが、その教え子は登山初体験だったことである。挙句の果てに「アウターがないので先生のを貸してください」と言われた時には、啞然としてしまった。その後別の卒業生からも「会社の仲間と登山に行くので、道具などについて教えてほしい」という質問を何度か受けたが、たいていの場合、その仲間のほとんどが登山初体験で、リーダーがいないという状況下での

<連絡先>

山形 俊之 yamagata@shohoku.ac.jp

登山だと聞いて「やめたほうがいいのか？」とアドバイスしたこともある。ちなみに彼女たちは山ガールとして一応のデビューを果たしたらしい。

こうしたビギナー登山者が増えただけでなく、旅行会社が、いわゆる「ツアー登山」を企画実行したのもこの登山ブームの特徴であろう。山岳ガイドがリーダーになって比較的少人数で催行される「ガイド登山」に比べ、10～20人という大人数を数名の山岳ガイドでリードする「ツアー登山」が多くの登山者に利用されるようになった。旅行会社が企画しているためか「安全な」パッケージツアーと同等に見えるのだろう。正直に言うと、筆者はこのツアー登山に対してやや懐疑的な印象を持っている。ともすれば生命の危険が隣り合わせになっている行為にお客様を案内するということが自体、「旅行」として成立するのだろうか。各旅行会社がツアー登山を企画する際には『ツアー登山運行ガイドライン』が遵守されているはずであるが、それでも大小の事故が起こってしまっている。利用者が旅行会社も通常のパッケージ旅行とツアー登山を混同してはいないだろうか。

確かに登山がブームになって、パッケージツアーまで販売され、多くの人が山に触れ、楽しい時間を過ごしてくれることは登山愛好家の一人としてうれしいことなのだが、登山行為がとても軽く考えられている気がしてならない。山に入る上で必要不可欠なのは、「山は危険な場所」という認識である。確かに登山用具の進化や交通機関の発展によって、登山は以前より3Kには見えなくなったのかもしれない。しかしそれでも「山は危険な場所」であることに変わりはない。このことを最も重要視しなければならないビジネスの一つがツアー登山であろう。

ツアー登山が内包する問題点やツアー登山の在り方について、筆者は研究者としてのみならず、

一登山者としての視点からも考察していきたいと考えている。また、これからも発展するであろうアウトドア・レジャーを、「観光」という視点からどのように扱っていくべきかも考察したい。

アウトドア・アクティビティーは、一般的に人気に大きく左右され、ブームに大きく依存するといわれる。そこで本稿では、そもそも登山をビジネスにした背景である、現在の登山ブームについて考えたい。まず第1章では、日本近代登山史における登山ブームの時代区分について考察するとともに、各ブームの要因について考える。そして第2章では、平成に入ったところからの登山ブームについて統計的分析を試み、この登山ブームが途切れることなく現在まで継続されていることを明らかにする。第3章では、約30年にわたる平成登山ブーム継続を支えてきた要因について考察したい。

1. 登山ブームの歴史的考察

～平成登山ブームは本当か？～

日本近代登山史上、何回か「登山ブーム」と呼べる現象が見られている。ただ、現在のように明確に「○○登山ブーム」として認識されていたわけではない。またその期間についても、登山家や研究者によって様々な意見がある。まずはその登山ブームについて考察したい。

日本近代登山史の幕開けについては1890年前後と言われている。1888年～94年にわたって3度日本に宣教師としてやってきたイギリス人Walter Westonは、在日中、日本各地の山に登った。彼はその経験を1896年に*Mountaineering and Exploration in the JAPANESE ALPS*として出版した。また、在日中に彼は小島烏水にも会い、日本山岳会結成の示唆をしたという¹。この頃から、それまで信仰や職務上の理由が中心に行われ

ていた登山が、個人的な楽しみや充足感を得るスポーツのような感覚で捉えられるようになった。これが日本近代登山の始まりである。

日本近代登山史における「登山ブーム」の時代区分は、大きく分けるとスタートをどこに置くかによって2パターンある。一つは羽根田治が提唱している時代区分である。彼は山岳遭難や登山技術に関する研究をしており、遭難史を研究していく中で、登山ブームと遭難件数の増加に密接な関係があることを明らかにしている。そのため、登山ブームについて考えるなら、この幕開けの年から現在まで約120年間というタイムスパンで見ることが適切と述べている²。羽根田は歴史上3回の登山ブームがあるとしており、各ブームのきっかけになった出来事についても、ある程度明確に述べている³。

①羽根田案

(カッコ内はブームの火付けになった出来事)

第1次登山ブーム：

1920年頃(1921年 横有恒がアイガー東山稜初登攀)～1938年(国家総動員法公布)

第2次登山ブーム：

1950年代(1956年 日本山岳会隊がマナスル初登頂)～1970年代

第3次登山ブーム：

1980年代後半または90年代初頭～現在

一方、一般的に考えられている登山ブームは、第2次世界大戦後以降にその始まりを設定するもので、やはり3回のブームがあるとしている。ただし、その分け方にはいくつかの意見が見られる。まず、登山愛好家でもあり信州毎日新聞記者として山岳遭難や山岳環境問題について追及している菊池俊朗が提唱している区分を以下に挙げよう⁴。

②-A 菊池案

第1次登山ブーム：

1950年頃～1960年頃 戦後登山ブーム

第2次登山ブーム：

1963年～1970年頃 大衆登山時代

第3次登山ブーム：1990年代初頭～現在

これに対して、日本で最もポピュラーかつ歴史ある山岳雑誌『山と溪谷』編集長神谷有二は登山ブームをやはり第二次世界大戦以降としながらも、以下のように区分している⁵。

②-B 神谷案

第1次登山ブーム：

1960年頃 日本山岳会隊がマナスル初登頂

第2次登山ブーム：

1994年頃 テレビ番組による中高年日本百名山ブーム

第3次登山ブーム：

2007年頃～現在 マスコミが格好良く登山を取り上げ始めた

神谷は、各ブームの終わりを明確にはしていないが、第1次ブームの終わりについては、おそらく1970年代を想定していると思われる。一方で、彼が想定した第2次、第3次登山ブームのきっかけは注目に値する。第3章で詳しく検討しよう。

本稿の目的はこの区分を明確にすることではないのだが、第2次世界大戦後の登山ブームについてももう少し詳細に検証してみたい。まず戦後初の登山ブームに関しては、その発端を1956年に日本山岳会隊がマナスル初登頂したことに設定しているようである。羽根田はこの登山ブームについて次のように述べている。「1952年秋の偵察から始まった日本のマナスル遠征は、(中略)3度の挑戦でようやく実を結び、56(昭和31)年5月9日、横

有恒率いる日本山岳会隊がその山頂に立った。この「日本人初の8000メートル登頂」のニュースは、(中略)戦後の日本人に自信を取り戻させるとともに、(中略)一大登山ブームを巻き起こした⁶。」さらに羽根田は、1950年の朝鮮戦争特需による景気回復もこの登山ブームの要因としている。好景気に加えて世界を凌駕したニュースが大きな起爆剤になり、未踏ルート開拓など先鋭的な登山が主流となった。それと同時に、登山の主役は高校・大学山岳部から社会人に移っていき、社会人山岳会は全国各地に誕生し、「3人寄れば山岳会」と言われたのはこの頃である。

1960年代の登山ブームに関して注目すべきは、ブレ団塊および団塊世代が山に入った時期であること、そして登山スタイルの多様化が見られたことである。菊池はこの時期の登山ブームについて次のように述べている。「ベビーブーマーたちが山を目指した(中略)いわゆる大衆登山時代が到来し、若い世代の登山者が圧倒的に多かった⁷。」また、羽根田も次のように述べている。「マナスル登頂に触発されて始まった第2次登山ブームは1960年代から70年代にかけて成熟期を迎え、登山はどんどん多様化していくことになる。先鋭的な登山家や社会人山岳会が冬期登攀やヨーロッパ・アルプスの岩壁登攀に心血を注ぐ一方、市井の一般登山者はハイキング、縦走登山、岩登り、沢登り、雪山登山、アイスクライミングなど、それぞれの身の丈に合ったジャンルの登山を趣味として楽しんでいた⁸。」つまり1960年代～1970年代の登山ブームは、これまで山岳部や山岳会などに所属した、いわばエリート登山者にのみ許されていた様々な登山スタイルに、一般の登山者が挑戦できるようになった時期と言ってもいいだろう。その意味で、筆者はこの時期こそ戦後初の「大衆登山ブーム」と考えている。

本稿でメインに扱う登山ブームは、羽根田・菊

池が「第3次」、神谷が「第2次・第3次」とした、1980年代から現在まで続く長期的なブームである。3者の意見を比較すると、明らかなのは、この登山ブームは中高年登山者に牽引されて始まったということである。羽根田は、高度経済成長期の終わりごろ、若者たちの登山離れが顕著になると同時に、中高年登山者が目立ってきた要因を次のように分析している。「若者の気質が変わって登山に3Kのイメージを抱くようになったこと、上下関係のある体育会系的な組織が敬遠されるようになっていったこと、経済成長が一段落して中高年世代に時間と金の余裕が出てきたことなどが考えられる⁹。」ここでいう「中高年世代」には、1960～1970年代にかけての登山ブームに山に挑み、中断していた男性、また子育てから解放された女性が含まれていると考えていい。つまり、リバイバル需要が増えたのである。それに加え、1990年以降バブル崩壊後の不景気から、あまりお金のかからないレジャー活動として登山を選択した他の年齢層の人々が徐々に増加してきたことも、ブームが加速していく要因であることは明らかである。もちろんその下地として、1960年代～1970年代の登山ブームにおいて、多様化した登山スタイルに、ビギナーを含む一般の登山者が挑戦できる環境が整っていたことも、大きな要因であることは言うまでもない。そこで、このブームの時期について再度考えてみると、このブームの始まりは1980年代から予兆が見られ、バブルが崩壊した1990年頃から本格化とみていいと思われる。つまり短く見積もって平成に入ってから24年、長く見積もれば30年近く経過した現在までブームと言われ続けていることになる。筆者がこのブームを「平成登山ブーム」と考える理由はここにある。神谷はこの時期を2区分に分けているが、筆者は一つと考えたい。次章で見るように、登山人口推移と男女別・年齢別登山参加率、そしてその

要因を考えると、ブームが中断したとは考えられないからである。

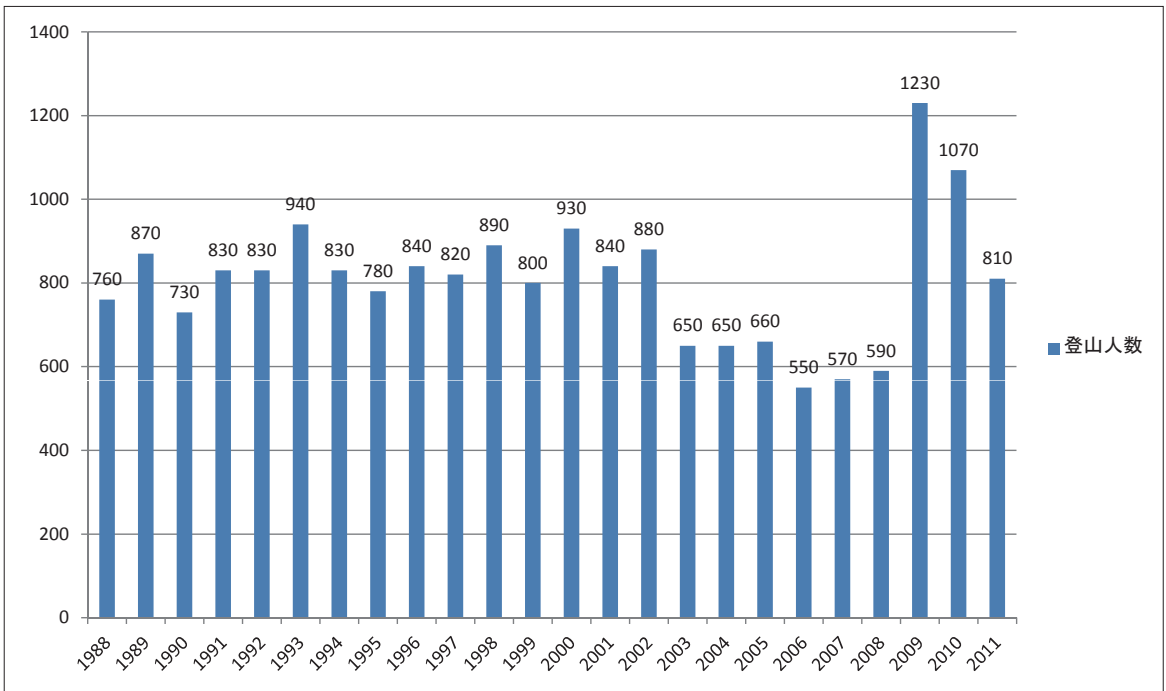
2. 統計でみる平成登山ブーム

ここでは、この約4半世紀に亘って本当にブームが継続されているのかを検証したい。とは言ったものの、実は長期的かつ正確な入山者数の全国的記録や統計は、筆者が知る限り存在しない。各都道府県警察や各自治体が発表しているものがあるが、入山可能な山を有するすべての都道府県が統計を取っているわけではない。また、統計の取り方もかなり恣意的である。山小屋への宿泊者数、

登山届や登山カードに記載された入山者数、場合によっては交通機関利用者数を計上することもある。ここまでいくと、入山者=登山者ではないのは明らかである。そもそも登山者全員が登山届を出しているかという別な大問題もある。

このような状況の中で、参考となる資料に、公益財団法人日本生産性本部が毎年発行している『レジャー白書』がある。ここには91種類の余暇活動への参加人口、参加率などの統計があり、その余暇活動に「登山」が挙げられている。表1は1988（昭和63）年から2011年の登山参加者人口のグラフである。

表1 登山人数（『レジャー白書』より）



『レジャー白書』の統計を元に計算すると、24年間の平均登山参加者数は806.5万人である。そこで、800万人を一応の基準と考えて表を見ると、2003年から2008年にかけて、連続して顕著な減

少が見られるが、それを除けば平均的な参加人数で推移していることがわかる。一方、大きく増加に転じた年には、1993年、2000年には900万人以上、そして2009年と2010年には1,000万人を超え

る人々が登山を行ったことになっている¹⁰。株式会社オリエンタルランドホームページ (www.olc.co.jp/tdr/guest/) によると、2009年の東京ディズニーリゾート入園者数が約2,600万人なので、2009年にはその半分弱にも及ぶ人数が登山をしたことになる。

しかしながら、この数字を100%鵜呑みにはできない。『レジャー白書』の統計調査方法としては、全国の(5万人以上の都市に在住する)15歳～79歳までの男女に余暇活動への参加に関するインターネットアンケートを実施し、その回答から統計を作成している。2012年度版の有効回収数は3,294件で、2012年の登山者数810万には程遠い。実は、1年間に1回以上その活動を行ったという人口の割合(参加率)を出し、それに15歳～79歳までの人口(2012年では10,237万人¹¹)を掛け合わせた値なのである。調査手法の変更も見られる。2009年度版(2008年の統計)までは訪問留置法によるアンケート調査だったのを、2010年度版(2009年統計)からインターネット調査に変更した。IT技術の発達から当然のことと言えようが、その変更により「余暇活動への参加率が全般的に高めにしている傾向が見られる」という影響も観察されている。

また、別な問題としては、登山が包括する多様なジャンルを区分けしていない、つまり登山の多様性にアンケート内容が追いついていないことである。例えば、平成登山ブームの中で流行しているのがクライミングである。クライミングジムが発展し、今やスポーツとして定着しつつあることから、クライミング人口は30万人とも40万人とも言われている。その中で、ジムのみでクライミングをしているだけ人もいるわけだが、クライミングは明らかに登山行為になるので¹²、その人たちも「登山者」になってしまうのである。さらに曖昧なのがトレイルランニングだろう。「ランニング」

と「登山」は別項目とされており、トレイルランナーがどちらで回答しているか不明なのである。そのため、ここで挙げる参加者数、参加率などの数値は、あくまで目安として今後の分析をしようと思う。

もう一度、表1を俯瞰すると、登山者が比較的多かった時期が、神谷の登山ブーム区分とほぼ一致することがわかる。しかし全体的にみると、500万人を超える人々が入山しており、ブームとしては連続性を失ったとは言えないと筆者は考える。ここで問題になるのは、2003～2008年の減少である。そこで、2003～2008年に焦点を当てて、ブームとしての連続性が失われたといえるかどうか考えみよう。

年間で最も多くの登山者が観察されるのが夏山シーズン(7月～9月)である。この時期に登山活動に影響を及ぼす事象があると、その年の登山者数にも大きな影響がある。最も低い2006年に関し言えば、全国的な長雨と集中豪雨による大きな被害が、各地で報告された。山岳地域においても、登山道までのアクセスルートの崩落などがあり、7月の中部山岳地域での登山者数にかなりの減少が見られた¹³。2003年～2008年の夏山シーズンに影響を与えたと考えられる天災を挙げてみると、次のようなものがある。

2003年7月 宮城県北部地震

2004年7月 新潟、福島、福井で集中豪雨・洪水

同年8月 東京都心で38日連続真夏日

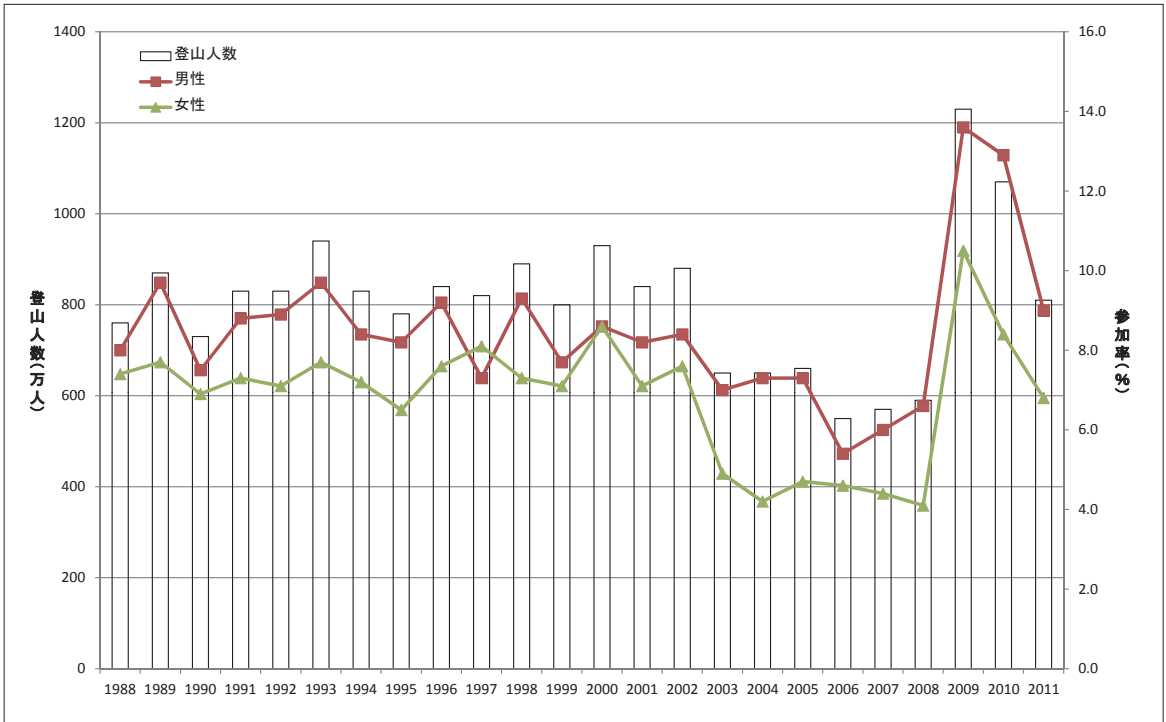
(最長記録)

2006年7月 全国各地で集中豪雨による被害

2007年7月 新潟中越沖地震

こうした自然現象により物理的に入山できない地域が多かったこともこの6年間の特徴と言っていると思われる。にもかかわらず、1990年以降の登山ブームが途切れたと考えられるかと言えば、そうは言えない。登山界の2006年を振り返る『山と

表2 登山人口と男女別参加率の推移（『レジャー白書』より）



溪谷』2007年1月号のコラム「ガイド登山の利用者が増えてきている」を見ると「500万とも1000万ともいわれている、日本の登山者人口。この数字のうちの大多数は、山岳会などに所属しない、いわゆる未組織登山者である。」とある。これを見ると2006年推定登山者人数が最少だとは到底思えない書き出しである。もちろんコラムの著者はそのことを知らないわけだが、筆者が目じりたいのは、登山業界ではブームが下火になっていると感じていないということである。

別な視点からも考えてみよう。上の表は表1に男女別登山参加率を加えたものである。

男女の参加率からみると、2000年に同率である以外、一貫して男性参加率のほうが高いことがわかる。また、登山者数が少ない6年間に焦点を当てると、2003年～2005年、2006年～2008年にかけては、それぞれ男性の参加率増加、女性の参

加率減少という傾向が見られることがわかる。さらに、年齢別の参加率推移からその要因を詳細に探してみたい。男性について考えると、これまでこの登山ブームの担い手と考えられていた、60代以上の参加率が、2003年から2008年までで5ポイント減少している。一方増加しているのは20代と30代男性である。6年間の増加率だけを見るとそれぞれ0.6ポイントとそれほど大きくないが、2つの世代で増加傾向に推移していることにより、全体的な増加傾向に繋がっているものと思われる。一方、女性に関して言うと、50代と60代の著しい減少が、女性参加率の全体的減少の要因と思われる。同じく6年間の参加率をみると、50代女性は3.0ポイント減少、60代女性は1.2ポイント減少している。注目すべきは、2004年から2005年にかけての女性参加率の微増である。これは、30代女性の参加率が1.2ポイント上昇していること

がその要因として考えられる。

この男女ともに見られる高齢登山者の減少と、30代女性登山者の増加という傾向は、同時期における日本勤労者山岳連盟加盟者数の増減と同じ傾向にあった¹⁴。『山と溪谷』2007年1月号において、同連盟事務局長川嶋高志は、その要因として①高齢者の山岳会退会者増加、そして②各加盟山岳会への20～30代独身女性の新規入会者が目立つという2つの傾向を挙げている¹⁵。この傾向は、2003年から2008年までの期間がある種の世代交代の時期だったことに起因すると筆者は考えている。

実際に参加者数、参加率が爆発的に増加する2008年から2009年の統計を見てみよう。

表3 2008年から2009年にかけての年齢別登山参加者率（『レジャー白書より』）

		(単位：%)					
		男性					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
2008		5.7	4.5	5.0	6.6	8.8	7.3
2009		8.0	15.1	11.9	15.8	11.3	15.6

		女性					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
2008		1.4	4.3	2.0	6.9	4.2	4.2
2009		16.4	11.8	5.8	7.3	7.4	14.2

表3から、年代にかかわらず参加率が増加したことがわかる。非常に高い増加率を示しているのが男性も女性も60代以上であるが、平成登山ブームの牽引者が中高年登山者であることから、これは当然といえよう。一方で、60代を上回る増加率がみられる年代がある。男性から見てみよう。男性60代の8.3ポイント増加を上回る増加が見られるのが、20代の10.6ポイント増、そして40代の9.2ポイント増である。女性ではなんと10代で15

ポイントの増加、20代でも7.5ポイントの増加が見られるのである。『レジャー白書』の統計にはいわゆる登山初体験かつ年間登山回数1回の人もカウントされるわけだが、それにしても登山行為を行った若い世代が増えたことは、2008年から2009年にかけての大きな特徴と考えてよさそうである。以上のことから、2003年から2008年にかけて登山者数の減少が観察されるのは、ブームの切れ目ではなく、登山者層がビギナーを含む若手登山者に移行しつつある世代交代の時期に当たったためという説明が妥当だと思われる。

以上の検証から、平成に始まる登山ブームは途切れることなく現在まで続いており、現在もなお終焉を見せていないものであると結論付けたい。

3. 平成登山ブームを支えるもの

筆者に山を教えてくれたのは、高校時代の山岳部顧問の山本和幸先生、山岳ガイドの今井制夫氏、そして父である。このうち今井氏と父は戦後の登山ブームにおいて精力的に山に入り、先鋭的な登山をしてきた、いわゆる「山ヤ」であり¹⁶、山本先生は70年～80年代に活躍してきたクライマーである。つまり筆者は1960年から1970年代の登山ブーム精神を指導されてきたことになる。もちろん当時の話もよく聞かされてきた。そこから、筆者はある一つの思いを抱くようになった。それは、平成登山ブームはそれ以前の登山ブームと異なり、①ブームが登山以外の外的要因によって支えられていること、そして②登山スタイルの多様化が細分化につながっているということである。ここではこの2点に焦点を当てて、平成登山ブームが長期間にわたり継続している要因について考察したい。

3-1 平成登山ブームを支えた要素

それまでの登山ブームを支えてきたのは、何よりも、「山に登ってやる」という登山者の強い目的意識であるように思う。第2次世界大戦後、数々の8000m峰が登頂されるようになり、1956年には日本人がマナスルを初登頂したことに触発され、登山家たちの目が海外に向くようになると同時に、より困難なルートをクリアするという先鋭的な登山が主流になった。山に登ることそのものが目的であり、ジャンルの多様化はあったものの、山に登るルートが登山道、沢、岩壁と多様化したに過ぎず、登山者は一様に山に登るということを目的に山に入っていたように思う。今井氏と父が「昔は山を心底愛して山に登る人が多かったよね。」とよく話していたのを憶えている。もちろん海外からの登山道具の輸入拡大や登山用具店の拡張などの要素もあるだろうが、まさに「山があるから山に登る」という目的意識がブームを支えていた大きな要因であった。一方で平成登山ブームを支えてきたのは大きく分けると①中高年者の目を登山に向ける要素、②若い世代に対して登山活動を促す要素、そして③登山を支える道具の革新という3点が大きな要因と考えられる。

まず①については、「日本百名山」登山という流行である。日本百名山は1964年に出版された深田久弥の山岳随筆で、彼が自ら登った山から百座を選定し、描いたものである。これが1994年から95年にかけて、『日本百名山』としてNHK衛星第2テレビジョンで放送された。深田久弥の文章とともに山が紹介されるというものだが、筆者は直接この番組を見たことはない。しかし視聴者の話を聞くと、登山に対する潜在的な欲求を刺激するには十分な内容だったという。さらに1995年、NHKは『中高年の登山学』という番組を教育テレビで放送する。講師は著名な登山家であり、登山教室「無名山塾」主宰でもある岩崎元郎という何

とも贅沢な番組だが、これが大きな一押しとなった。折しも健康志向の高まりとともに中高年は山に入った¹⁷。この日本百名山登山ブームにより中高年登山者が爆発的に増加し、いわゆる「中高年登山ブーム」を形成するに至る¹⁸。

この中高年登山ブームにビジネスチャンスを見出したのは旅行業界であった。ツアー登山の歴史に関しては今後さらなる調査が必要となるが、登山を旅行商品として扱った初めての企業は、1973年に設立され、海外の山を中心に「山旅」を扱うアルパインツアーサービス株式会社であると考えられる¹⁹。その他の、現在登山ツアーを実施する大多数の旅行会社は、1990年前後から登山ツアーを実施し始めていると思われる。先日万里の長城での遭難事故により旅行業取り消し処分を受けたアミューズトラベルも1991年に設立されている。また、クラブツーリズムや朝日旅行などは、それぞれ近畿日本ツーリスト、JTBで培われた旅行業のノウハウを生かしてツアー登山に参入してきた旅行会社である。

ツアー登山の利用者数は中高年に限らず増加しているという。ツアー登山最大の魅力は、「連れて行ってくれる」こと、旅行会社が運営しているために「安心感」があることだと羽根田は指摘する²⁰。ツアー登山は、旅行感覚で利用できるうえに、安全が確保されている手軽で、わずらわしい人間関係も気にすることはない理想的な登山手段として、中高年登山者に認識されながら発展し始めたのである。もちろんそれは全て誤った思い込みなのだが、ツアー登山が中高年登山者にとっては最も手軽な登山スタイルとして定着したことには間違いない。

次に②の若者を山に誘った要因について考えてみよう。中高年登山ブームの起爆剤はテレビ放送だったわけだが、若者に対して登山を促したのも、やはりメディアであった。しかもそのメイン

ターゲットは30代前後の女性である。『山と溪谷』2007年1月号にて、当時の編集長勝峰富雄は、「しばらく中高年一色だった登山者層も、若い人、とくに30代前後の女性が増えてきました。転換期と言えるいま、特定の価値観を押しつけるのではなく、山や登山の多様な魅力を伝えることが、総合山岳雑誌『山と溪谷』の役割だと思います。」と述べている。前章でみたように、『レジャー白書』統計上、登山者数が減少している2003年から2008年の間、水面下では20代、30代女性登山者の増加が進んできており、登山業界がそれを転換期と捉えたことにより、中高年登山ブームに加えて若者、特に女性登山ブームという新たなブームが生じるに至ったのである。そして女性登山ブームは、いわゆる「山ガール」という登山者スタイルに発展していく。

「山ガール」という呼称がいつから使われているか定かではない。しかしながら、その片鱗は2005年に見られる。マガジンハウス発行『ku:nel』2005年7月1日号には、「ヤッホーヤッホー、山登り」という特集が組まれ、小学館発行の女性誌『Oggi』では2006年8月号で「夏山に出かけよう」という特集を組んでいる。しかしまだこの頃は本格的な登山というよりは、癒し、自然回帰というキーワードから登山がクローズアップされたにすぎない程度だった。女性向け登山専門誌としては、2009年6月に樫出版社から『ランドネ』が発行された。同時期に、同出版社から『PEAKS』という若者向け登山専門雑誌が創刊されているが、本格的な山岳専門雑誌『山と溪谷』『岳人』のように深く先鋭的な内容というよりも、自然が大好きで山に出かけてみたいという若い世代をターゲットにした内容になっている。『ランドネ』は女性のためのアウトドア雑誌という位置づけで出版されているので、内容もメイクやファッション、山での料理など、これまでの山岳専門誌に見られない題材

を扱っている。この創刊号において既に山スカートスタイルやカラーサポートタイツが紹介されている。また、山ガールファッションを爆発的に発展させた背景に、いわゆる夏山フェスが挙げられる。2008年から始まった、北アルプス南部の涸沢フェスや北部で行われる立山黒部アルペンフェスなど、山に登らなくては参加できない夏フェスが実施されるようになったのである。当然山ガールたちは思い思いの山ガールファッションに身を包み、山にやってくる。それを山岳雑誌のみならずさまざまなファッション誌やテレビなどが取り上げ、一大ブームになったのである。表3に見られる2009年の10代、20代女性の参加率増加にはこのような背景もあると考えていいだろう。

一方男性はと言えば、『PEAKS』に代表されるアウトドア雑誌や男性ファッション誌においてやはりアウトドア・ファッションと登山が取り上げられたことに反応を示した。「山ガール」に対抗して「山メン」という言葉も一時期耳にしたが、山ガールほどの継続性はなかったようである。いずれにしても、男性用の登山用品もカラーバリエーションが豊富になったのは、もちろん視認性向上という機能的な理由もあろうが、こうした山ファッションの充実により、多くの若者層を取り込むことができるというメーカーの思惑もあったのだろう。

また、2011年には、山岳救助ボランティア島崎三歩が活躍する石塚真一の漫画『岳 みんなの山』が、小栗旬・長澤まさみ主演で『岳 一ガク』として映画化された。『レジャー白書』統計でみると、2009年以降、登山人数・参加率ともに下降調で推移しているが、この映画が登山者数に影響を及ぼすかどうか、来年の統計が待ち遠しい。テレビ番組としては、2012年にはTBSで『サマーレスキュー〜天空の診療所〜』が放送された。さらに日本テレビ『世界の果てまでイッテQ!』では芸

人イモトアヤコによる登山企画で、マッキンリー、アコンカグア、モンブラン、マッターホルン登山が放送され、最終的にエベレスト登山を目指している。ドキュメンタリーとしてもNHKのみならず様々な放送局で登山や山を扱ったものが放送されている。これらの番組の視聴率については定かではないが、これも若者の足を山に向けるきっかけとして十分な役割を果たしていると推察される。

最後に③の登山道具の革新について、キーワードは「軽量化・サポート強化」である。筆者が初めて買った登山靴は革製のもので、片方で1.4kgの重さがある。もちろん冬期登山にも対応する靴である。しかし現在では、テント泊縦走～冬期登山に対応する片方1kg以下の登山靴が入手できる。ザック、テント、ウェア、小物に至るまでコンパクトかつ軽量になっている。筆者が登山で教わったのは「いかに重い荷物を背負うことができるか」ということで、歩荷をはじめとしたトレーニングを行った。そしてただでさえ重いからこそ「1gでも荷物を軽くすること」を常に意識させられた。しかし道具自体が軽くコンパクトになっているので、単純に「楽に」登山ができるようになったのである。山ガールとして登山を始めた女性たちは当初、山小屋にさらなる利便性を求めたものだが、今やマイテント持参で入山する風景は珍しくなくなってきた。これも道具が軽量・コンパクトになった結果であろう。「サポート」面では、トレッキングポールや機能性タイツの進歩は登山者をサポートし、快適な登山の実現に寄与している。トレッキングポールは2003～2005年にかけて、山岳ガイドが中心となって2本持ちでの使用を推奨したことにより一般化した登山用具である。機能性タイツとして初めて開発された商品は、下着メーカーとして有名なワコールのCW-Xである。開発のきっかけは、関係者がスキーで靱帯を痛め、

その際に下半身をテーピングで保護したことだったという。もともと女性用として売り出され、ランナーをはじめ、膝をケアする必要のあるスポーツを行っている女性の間で拡大していった。もちろん女性登山者もその中に含まれている。男性用CW-Xはユーザーの要望により後になって作られた。CW-Xをはじめとする機能性タイツは、大きく分けると「サポート用」と「回復用」に分かれており、今や複数の機能性タイツを持って入山する登山者もいるという。

また、女性登山者が増加してきたことから、各メーカーが女性用商品に力を入れ始めた。かつて女性用登山用具はウェアと（メーカーによっては）登山靴くらいだったが、現在ではザックやトレッキングポールまで女性用商品が作られている。特徴としては、ファッションに敏感な若い世代が多くなってきたので、軽量・コンパクトだけでなく、カラフルでかわいらしい商品が多いこと、そして「アウトドア・ファッション」として、街場でも着こなせるデザインが増えてきたことが挙げられる。女性用で流行してきた特徴は、男性用にも波及する。アウトドア・ファッションは、男性用・女性用ともにファッション誌でも定期的に取り上げられるようになっていった。

さらにデジタル機器の進化も大きな要因である。腕時計には高度計・温度計・気圧計が装備されているだけではなく、心拍数や消費カロリーを消費し、GPSで記録を取る機能を搭載したモデルも見られる。デジタルマップが見られ、現在位置を確認できるGPS専用機は小型化・軽量化・低価格化し、一般の登山者にも行き届くようになった。何よりも携帯電話の復旧とスマートフォンアプリの発展が顕著であろう。今や救助要請のほとんどが携帯電話からであり、山中での通話範囲もどんどん広がっている。また、地図は持っていないけれどスマートフォンの山用地図アプリを利用して

いる若い登山者は多い。こうしたデジタル機器が発達することにより、山が身近になると同時に山中での安心感も増すのだろう。もちろんデジタル機器に対する過信・盲信は絶対に禁物であることは言うまでもない。

以上のことから、平成登山ブームを支えてきた要因としては、まずメディアという要素がかなり大きなウェイトを占めていることがわかる。小説、雑誌のみならずドラマ、映画、イベント、さらにはインターネットというマルチメディアが、多くの人々に登山や山に関する情報とともに、山に行きたくするようなイメージを与えることに成功したのである。それにビギナーや中高年を支える機能的な道具やデジタル機器の発達や、ツアー登山のように「手軽に連れて行ってくれる」システムが加わったことにより、登山＝3Kというイメージが払拭され、さまざまな年齢層の人々が山に登る状況が作り出され、それが現在も継続している。これら多くの外的要因に支えられることで、平成登山ブームはここまで長い期間継続されてきたのである。

3-2 登山スタイルの多様化から細分化へ

平成登山ブームを支えるもう一つの要素と考えられるのは、1960年代から1970年代にかけて多様化した登山スタイルが、個別のアウトドア・レジャーとして定着の様相を見せてきたことである。

高度経済成長期、多くの一般登山者がピークハントのみならず、ハイキング、縦走登山、岩登り、沢登り、雪山登山、アイスクライミングという様々な登山スタイルを楽しむことができるようになったことは第1章で述べた。この多様化したスタイルが独自性をもって定着したと同時に、新たな登山スタイルが生まれたのも平成登山ブームを支えた要因と考えられる。紙面の関係上、すべての登

山スタイルに言及できないので、ここでは岩登りとトレイルランニングについての考察にとどめたい。

岩登り自体、大正期には行われていた。それ以降も先鋭的な登山スタイルには岩登り、すなわちロッククライミングが常につきものであった。そのため現在でも常に新しい技術が生み出され、クライミングギアも進化を続けている。この岩登りの練習として最適なのは、やはり岩に登ることである。筆者も丹沢の広沢寺や秩父の日和田山にあるゲレンデ²¹には毎週のように通っていた。それでも雨が降ればクライミングなどできなくなってしまう。そんな時に便利だったのがクライミングジムである。室内の練習場と考えるとわかりやすい。ただし通常ゲレンデでの岩登りはパートナーとロープを結び合って安全を確保しながらのクライミングだが、ジムでは3～5mくらいの人工壁をロープなしで登る、ボルダリングが主となっている。このボルダリングスタイルはフリークライミングの一スタイルと考えていい。ボルダリングが日本で流行し始めたのは1970年代のようである²²。もちろんその頃は外の岩場でのクライミングが行われていた。日本初のクライミングジムは1989年開業のOCSクライミングジム（大阪）とアルピン（東京）であるが、本格的な営業ベースのクライミングジムとしては、1992年に開業したT-ウォールであると菊池敏之は述べている²³。以降クライミングジムの数は右肩上がりに増え続けている。1997年には日本全国で20件弱だったのが、2008年には100件超、2012年現在で240件まで増加している。

もともと、岩登りは登山スタイルの一つであり、登頂するルートとして岩壁を登るというものである。しかしフリークライミングは、登頂する・しないに関わらず、その岩壁に設定されたルートをいかに速く・的確にクリアできるかに主眼を置く。

そのため、そのフィールドは山のみならず、河原の巨岩や室内の人工壁でもいいのである。さらに、難易度が様々に設定できることから、子供から大人まで楽しむことができ、女性にも楽しめる一種のスポーツとして独立の様相を呈してきたのである。クライミング競技会も開催され、世界大会で活躍する日本人クライマーも見受けられるようになった。最近ではダイエットのためにクライミングジムに通う人もいるという。それだけクライミングが、登山スタイルの岩登りから独立したスポーツとして認識されていったことの表れだろう。ジムでのクライミングがアウトドア・レジャーとして認められるかという指摘もあるが、そこは厳密になる必要はないと考える。クライミングジムは外岩を登るための練習場としての機能を常に持っており、レベルが上がって外岩に挑戦すれば、明らかにアウトドア・アクティビティーだからである。

もう一つ登山から独立したアウトドア・レジャーとして確立しそうなアクティビティーにトレイルランニングが挙げられる。とは言ったものの、トレイルランニングが「マラソンを山で」という発想で生まれたのか、「山を走ることを一つのスタイル」としたのかは不明である。1993年に第1回日本山岳耐久レース長谷川恒男Cup（ハセツネカップ）が東京都山岳連盟によって開催された。これは日本初、かつ日本を代表するトレイルランニングレースで、24時間で71.5kmを走る耐久レースである。レースの趣旨は「奥多摩の豊かな自然の中で自らの限界に挑戦」というだけでなく、環境保全も視野に入れた大きな理念のもと実施されているが、なぜトレイルランニングというスタイルにしたのかについては情報が見当たらなかった。その後、トレイルランニングはその参加者を増やしていくと同時に、日本全国の山岳地域で大会が行われるようになる。代表的なものを挙げる

と、富士登山競争では21kmを4時間30分で競う。また、OSJおんたけウルトラレースでは100kmを20時間以内に走る。そして圧巻なのがUltra-Trail Mt. Fuji (UTMF) とトランス・ジャパン・アルプス・レースである。前者は富士山を取り囲む山岳地帯156kmを48時間以内に走るもので、後者は富山湾から駿河湾まで420kmを北・中央・南アルプスを通して8日以内に走るという過酷極まりないレースである。マラソンでも42.195km以上を走るウルトラマラソンというのがあるが、山岳地帯で走るの、苦しさは比較にならないのではないかと推察できる。先程「マラソンが先か山が先か」的な話をしたが、ハセツネカップを運営しているのが東京都山岳連盟であることを考えると、登山から派生したと考えてもいいと思うのである。

ここで挙げたフリークライミングやトレイルランニングは登山から細分化した競技である。同様の競技はそれだけではない。沢登りやバックカントリースキーも登頂を介さず実施できるアウトドア・スポーツという性質を持つので、今後独立する可能性は大きい。

こうした登山スタイルの細分化は、純粋な登山者数を増加させるわけではないが、アウトドア・スポーツの実行者として「山に関わる人口」を増加させることにつながると思われる。そして、登山というスタイルでのみ山に入っていた人々が、様々なスタイルで山を楽しむことによって、平成登山ブームは下火になることなく継続されてきたといえるのである。

まとめ

これまでの考察により、平成登山ブームは、これまでのブームに比べ、長期間にわたるものであることがわかった。そしてベテランからビギナー

まで、年齢・性別を問わず、多くの人々に登山人氣が拡大したこともわかった。その大きな要因はメディアやファッション雑誌での紹介という外的要素や、ツアー登山のような「連れて行ってくれる」登山スタイルの発展により、登山に対するイメージが、3Kから手軽で楽しいアウトドア・アクティビティーに変化したこと、そして、登山道具の革新や、登山スタイルの細分化により、多くの人が登山を楽しむ素地が整ったことが挙げられる。しかし今新たな傾向が見られる。登山用具店などが実施する登山講座に中高年登山者が多く参加していること。そして「山ガール」が自立した「女性登山者」に変貌しようとしていることである。もちろんブームに乗って登山を始めたすべての人がそうとは言えない。おそらく一部だろう。しかしながら、この流れが大きくなったら、山に関する知識や登山技術をしっかりと身に付けた、自立した登山者が増えることになる。そうなった時、平成登山ブームは新たな段階に入ることになるだろう。その時に、利便性の良さからビギナーに人氣のツアー登山はどのような変化をするのか、これからも調査・観察を続けていきたい。

【注】

- 1 1905年に設立された日本初の山岳会。
- 2 羽根田治『山の遭難 あなたの山登りは大丈夫か』（2010）P. 18。
- 3 羽根田、PP. 13-61。
- 4 菊池俊朗『山の社会学』（2001）P. 13。
- 5 「私の山論」（『Sports & Spirits Number Do』2011年4月号）Number Web Site
(<http://number.bunshun.jp/articles/-/127071>)
より抜粋
- 6 羽根田、P. 30
- 7 菊池、P. 13
- 8 羽根田、P. 39

- 9 羽根田、P. 50
- 10 山岳遭難の研究をしている関西大学青山千彰は、その著書『山岳遭難の構図 すべての自己には理由がある』（2007年）で、1990年以降を第2次登山ブーム、2000年を第3次登山ブームととらえている。その理由は明確にはしていないが、2000年には表1にあるように登山参加者が多いこと、そして1998年から2000年にかけて遭難件数が200件も一気に増加したことからそのように考えたのであろう。
- 11 内訳は、男性5,064万人、女性5,173万人。
- 12 クライミングをスポーツとするか、登攀行為と考えるかについては意見が分かれる。例えば、保険業界の扱いを見ると興味深い。旅行中にクライミングを実施する場合、それがロープを使い安全を確保した「リードクライミング」であっても、数メートルの高さでロープなしで登る「ボルダリング」であっても、危険行為と考え、追加料金を取る保険会社もあれば、ボルダリングは高さが低いためか（？）通常の保険対象行為、つまり危険を伴わないスポーツと考える保険会社もある。逆にリードクライミングなら安全が確保されているので、危険のないスポーツと考える保険会社もある。
- 13 『山と溪谷』には毎月登山にかかわるニュースや事故報告が掲載されている。2006年10月号に記載されたこの年の夏山登山事情は、次のようなものであった。「この時の集中豪雨の影響で、JR身延駅から広河原に向かう県道南アルプス公園線は、道路決壊のため7月中旬から通行止め。丹沢でもヤビツ峠線が崩落のため通行止めになり、10月号発行当時もまだ復旧の目途が立っていないような状況であった。」（PP.80。）
- 14 日本勤労者山岳連盟（通称、労山）は、日本山岳協会と並んで、山岳会を統括する組織の一つ。労山は勤労者のための登山組織として1963年に発足。それまで大学山岳部や社会人山岳会がリードしてきたスポーツ文化としての登山を、もっと幅広い国民層で楽しもうという目的をもって創設された。
- 15 『山と溪谷』（2007年1月号）P. 43。
- 16 登山愛好家のことを「山ヤ」と呼ぶ。この呼称は昔から存在する。最近では沢登り愛好家のことを「沢ヤ」と呼ぶようになった。「クライマー」と呼んでも差し支えないが、最近のロッククラ

イミング人気により、「クライマー」はロッククライミングを中心に行う人（登山者も含む）を指し、区別しているようである。ちなみに英語では climber で統一されている。

- 17 統計的な資料はないが、こうした中高年登山者のおそらく大半はこの時期になって初めて登山を始めたビギナーであったと想像できる。しかし、こうした中高年登山者は山岳会などには所属せず、仲間同士でまたは、もっと恐ろしいことに単独で入山したことで、遭難者数の増加を招いたという負の側面もある。
- 18 羽根田、PP. 53-61。
- 19 筆者が知る限り、おそらく日本で初めてハイキング・トレッキング・登山を旅行商品として扱った旅行会社である。現在よく使われている「トレッキング」はアルパインツアーサービスが広めた登山スタイルで、この用語は、アルパインツアーサービスが商標登録している。
- 20 羽根田、PP. 224-251。
- 21 岩登り練習のための郊外の岩場を当時我々はゲレンデと呼んだが、最近では語義が若干変遷しているらしい。『実用登山用語データブック』によると、「大きな山の岩壁での登攀＝本チャンに対して、近郊にある小規模な岩場を練習用の場所ととらえてゲレンデと呼ばれていたが、近年、フリークライミングの隆盛により、近郊の岩場で高難度のルートを登ることがクライミングの主流になってきたことを背景に、練習用というニュアンスのあるゲレンデという呼び方はされなくなってきた」とある（『実用登山用語データブック』P. 86。）
- 22 菊池敏之『我々はいかに「石」にかじりついてきたか—日本フリークライミング小史—』（2004）P. 12、PP. 24-25。
- 23 菊池、『我々はいかに「石」にかじりついてきたか—日本フリークライミング小史—』P. 226。

【参考文献】

- 青山千彰（2007）『山岳遭難の構図 すべての事故には理由がある』東京新聞出版局
- 北山 真（2012）『フリークライミングのススメ』山と溪谷社
- 菊池敏之（2004）『我々はいかに「石」にかじりついてきたか—日本フリークライミング小史—』

東京新聞出版局

- 菊池俊朗（2001）『山の社会学』文藝春秋
- 羽根田治（2010）『山の遭難 あなたの山登りは大丈夫か』平凡社
- 深田久弥（1986）『日本百名山』新潮社
- 山と溪谷社編（2011）『実用登山用語データブック』山と溪谷社
- 『山と溪谷』（2007年1月号）山と溪谷社
- 『山と溪谷』（2010年4月号）山と溪谷社
- 『山と溪谷』（2011年1月号）山と溪谷社
- 『山と溪谷』（2012年1月号）山と溪谷社
- 『山と溪谷』（2012年9月号）山と溪谷社
- 『レジャー白書 '94』（1994年4月）余暇開発センター
- 『レジャー白書 2007』（2007年7月）社会経済生産性本部
- 『レジャー白書 2010』（2010年7月）日本生産性本部
- 『レジャー白書 2012』（2012年10月）日本生産性本部

Climbing Trend in Heisei Period

Toshiyuki YAMAGATA

[abstract]

Since the late 1980s, mountain climbing has been popular among Japanese people. Also it is said that the number of the mountain climbers has been increasing during this period. We will call this tendency “Climbing Trend in Heisei Period.” In this paper, we will examine this long-term popularity from three aspects.

First, we will survey the modern history of the mountain climbing in Japan and examine the background of the current climbing trend. Then we will statistically look over the change in the number of the mountain climbers during Heisei period. Lastly we will focus on some factors which have supported the continuousness of this long-term popularity.

This paper is intended as an introduction of the study in mountain tourism which has become a popular mountain climbing style during this period. We will also find out the background of its development.

[key words]

Tourism, Mountaineering, Climbing