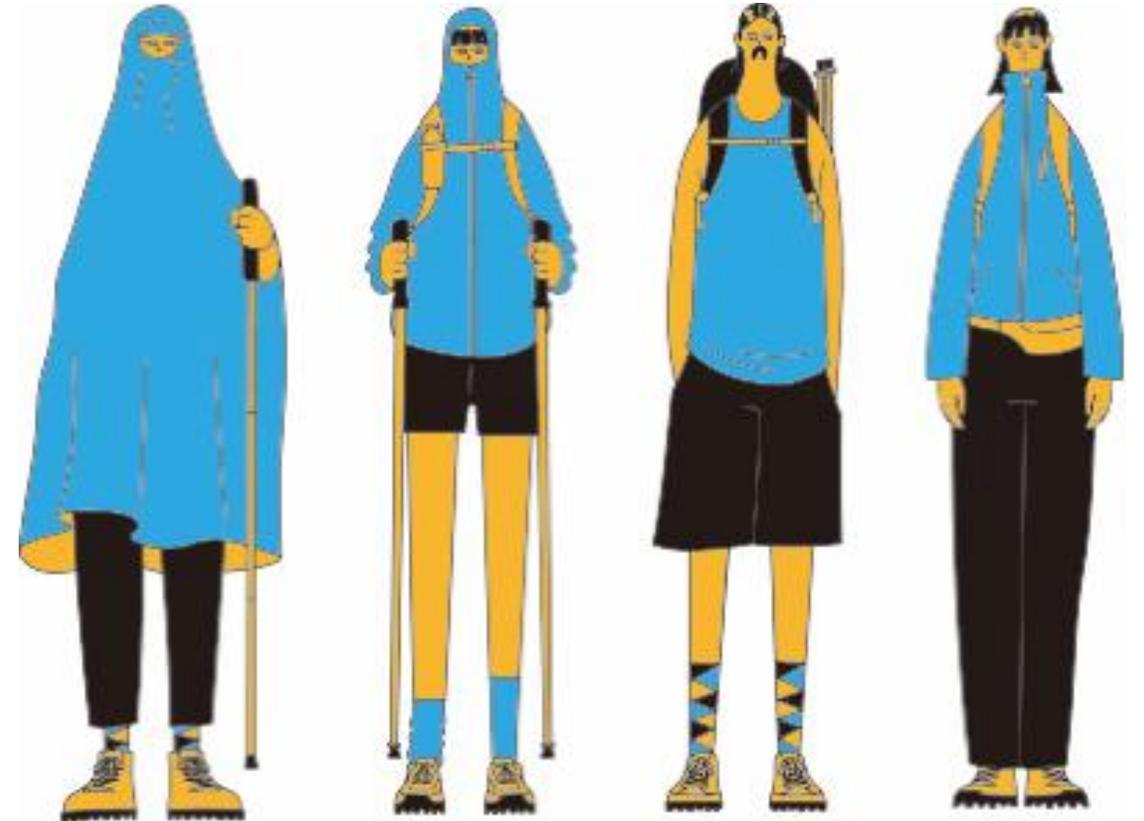


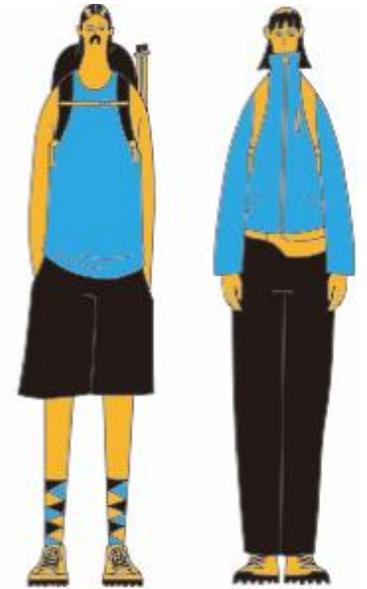
EVENT REPORT

GO OUT SUPER HIKING JAPAN Vol. 1

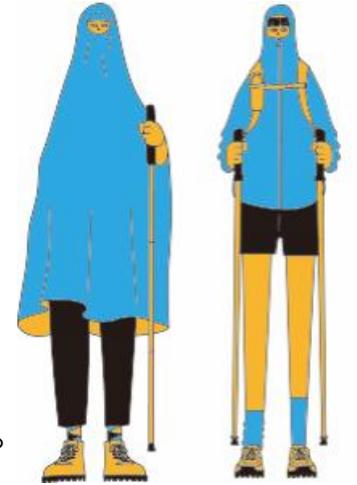


イベント開催概要

- ◆名称 GO OUT SUPER HIKING JAPAN vol.1
- ◆開催日時 2025年10月25日（土）26日（日）
- ◆天候 雨
- ◆開催場所 ハイキング（山梨県精進湖民宿村から静岡県富士宮市麓）
宿泊地 ふもとっぱら（静岡県富士宮市麓156）
*コース詳細とスケジュールについては次頁参照
- ◆来場者数 272人
- ◆参加費 13,000円(入場券)、14,000円（駐車場券付き入場券）
- ◆主催 GO OUT SUPER HIKING JAPAN 実行委員会
- ◆企画制作 （株）三栄 GO OUT、（株）ヨンロクニ
- ◆監修／協力 株式会社ふもとっぱら（竹川将樹）
特定非営利活動法人富士トレイルランナーズ倶楽部（三浦 務）
一般社団法人コンサベーション・アライアンス・ジャパン（三浦 務・滝沢 守生）
- ◆後援 富士河口湖町、富士宮市、株式会社ふもとっぱら



イベントの特徴



1. 富士山麓を舞台にしたロング・ディスタンス・ハイキング

富士山の裾野を横断する雄大なトレイルを、2日かけて歩くプログラム。

樹海、森、湖、湧水、牧草地など、多様なランドスケープを一度に体験できる唯一無二のルート。

2. “キャンプ × ハイキング × ローカル” が融合した新アウトドアイベント

地元食材、サウナ、ワークショップ、ブランド協力、ライブ、トークショーなどの総合アウトドアイベント。

参加者には1日目の昼、夜、2日目の朝の食事とドリンクを提供。

3. ルートには東海自然歩道を採用

今回は日本最古のトレイル東海自然歩道をルートに採用。イベント後も同じルートを歩くことができ、年間を通して地域活性化にも貢献。

4. ハイカーをサポートするブランド協力

アウトドアブランドがシューズ試し履き、ワークショップ、小物提供などを実施。

ギア・アパレルとの接点をつくり、「体験を通してブランドを知る」仕組みを実現。

5. 自主性とコミュニティを重視したイベント運営

参加者それぞれのペースで歩く“セルフハイキング方式”。

だが孤独ではなく、チェックポイントやキャンプでの交流など、自然とコミュニティが生まれるデザイン。

6. 参加者の体験価値を最大化する「メディア×イベント」構造

GO OUT本誌・WEB・SNSでの露出が組み合わさり、イベント参加＝カルチャーへの参加になる。

事後の特集記事や写真公開も楽しみのひとつ。

イベントのコンセプト

CONCEPT 1 | “歩くことで、世界が広がる”

ただの移動ではなく、歩く速度だからこそ見えてくる景色、人、空気。
ハイキングを通じて、参加者それぞれの「気づき」を育てる。
GO OUTらしい“遊びの感性”を、歩くという行為で再発見するイベント。

CONCEPT 2 | “アウトドアカルチャーを編集するトレイルイベント”

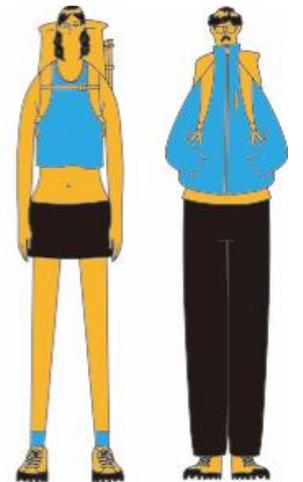
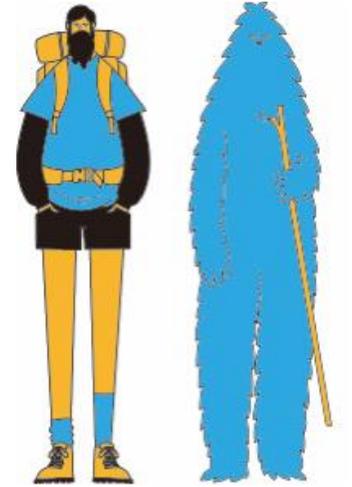
音楽・ファッション・ローカル食・ギア・コミュニティ。
GO OUTが得意とするカルチャー編集力を、ハイキングというフィールドに凝縮。
メディアの世界観がそのまま立ち上がる“立体メディア型イベント”。

CONCEPT 3 | “ロングトレイルをもっと身近に”

本格的なロング・ディスタンス・ハイキングへの入口となる企画。
初心者でも挑戦しやすい構成で、歩ききる達成感を全員が味わえる。
「次はもっと長く歩きたい」というステップアップを生む。

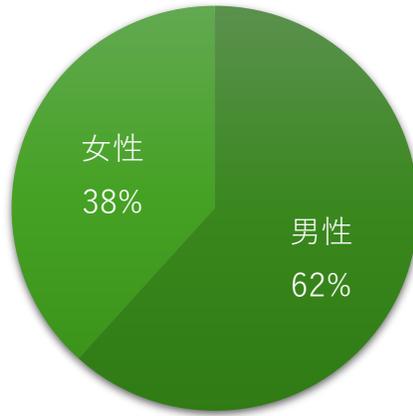
CONCEPT 4 | “自然と人が混ざり合う、原点回帰のアウトドア体験”

自然豊かな特別な土地で、自然・文化・人がひとつに重なる時間をつくる。

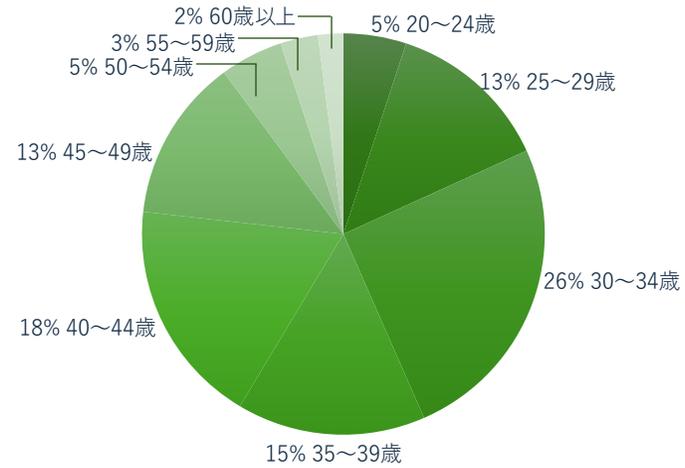


<来場者属性>

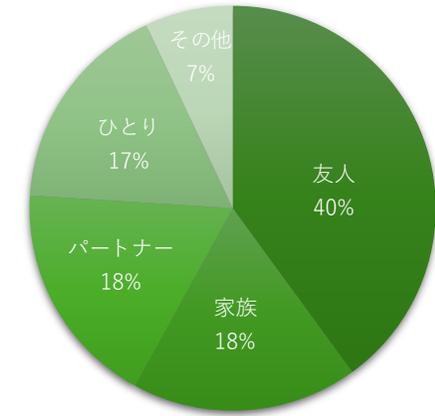
<性別>



<年齢>

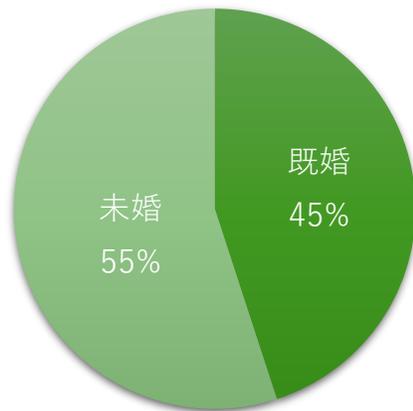


<同行者構成>

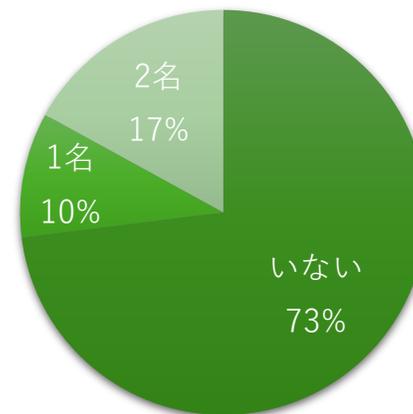


■ 20~24歳 ■ 25~29歳 ■ 30~34歳 ■ 35~39歳 ■ 40~44歳
■ 45~49歳 ■ 50~54歳 ■ 55~59歳 ■ 60歳以上

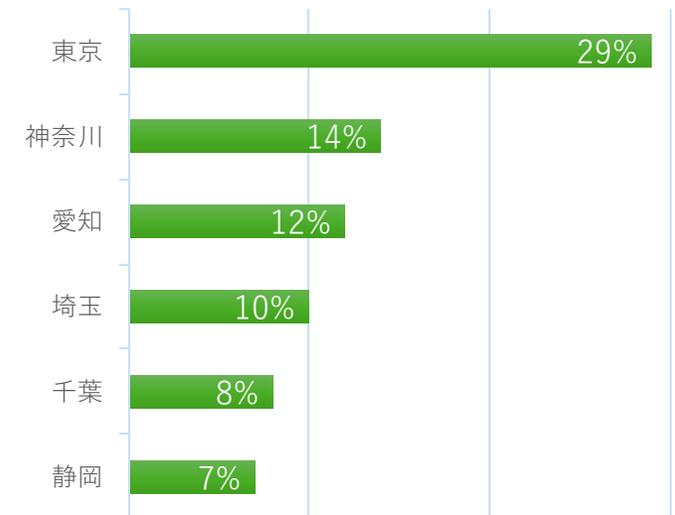
<既婚未婚>



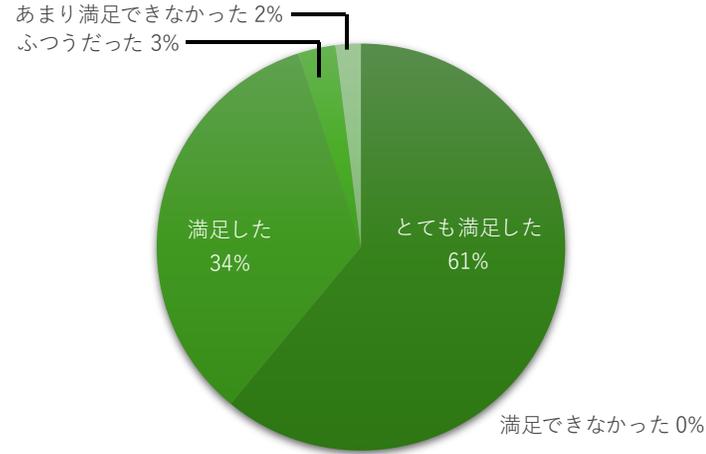
<子供人数>



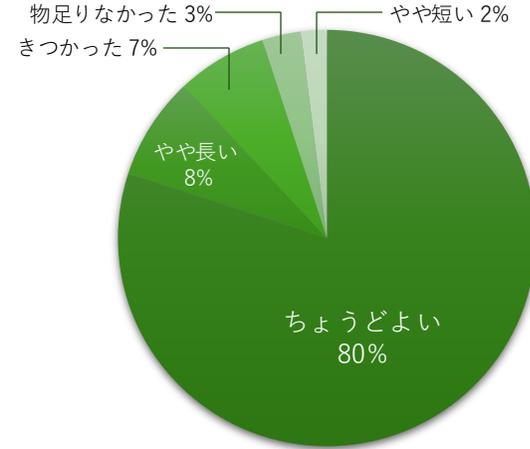
<都道府県>



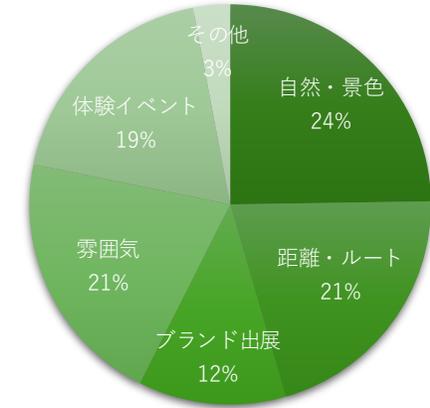
<参加満足度>



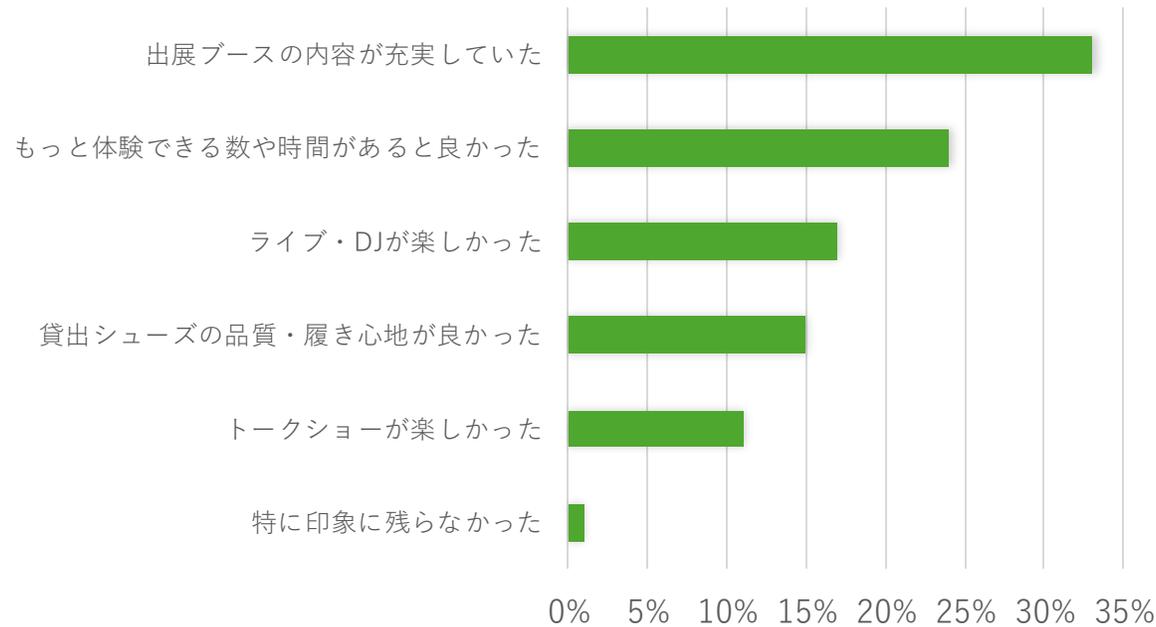
<距離・難易度>



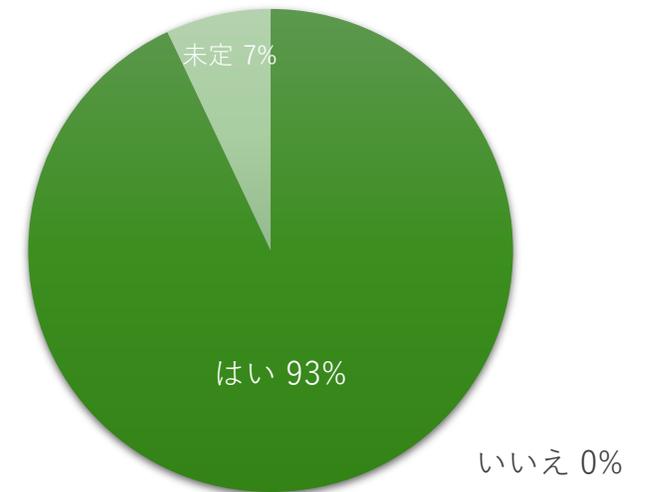
<参加の決め手になったポイント>



<貸出シューズ・出展ブース・コンテンツの満足度>



次回も参加しますか



チェックイン～スタート@精進湖民宿村

精進湖民宿村にある旧小学校をスタート地点として使用し、前日からの宿泊にも対応して来場者の受け入れを行いました。体育館内にはチェックインカウンターを設置するとともに、スタート地点での出展を希望するブランド向けにブーススペースを提供。各ブランドはPRや体験コンテンツ、試着などを実施し、来場者とのコミュニケーションを積極的に図ることができました。また、ハイキングに不慣れで荷物が大きく重い参加者の負担を軽減するため、荷物の預かり・運搬サービスを体育館で受け付けましたが、予想を上回る多くの方にご利用いただきました。



スタートは樹海の森から始まり、普段は目にすることの少ない苔むした景観を楽しみながら、本栖湖の最初のチェックポイントへ向かいます。そこを越えると、人の手が入った林を抜けてランチポイントへ進みます。その後は国道の歩道を歩く区間があり、天候が良ければ富士山を望みながら最後のチェックポイントである富士山ワイナリーへ到達します。ワイナリーを出ると、草原が広がるヨーロッパのような風景の中を進み、ゴールのふもとっばらへ到着します。バラエティ豊かなコースは来場者からも好評でした。



1つ目のチェックポイントは、KEENのサポートにより展開。参加者が挑戦できるコーンスローゲームを用意し、スタートから第1CPまでのルートを「KEEN ROAD」と命名してKEENロゴ入りの目印を設置しました。2つ目のチェックポイントは、休校中の小学校の校庭を利用したランチエリアとし、マルモ食品様のご協力により富士宮焼きそばを提供しました。3つ目のチェックポイントは、ARC'TERYXのサポートにより展開。ゴールで回答するとプレゼントがもらえるクイズを実施したほか、ワイナリーでワインを楽しむこともできました。ゴールまでのルートは「ARC'TERYX ROAD」として装飾し、参加者を迎えました。

第1CP KEEN

コーンスローなどのコンテンツを用意して、コミュニケーションを行っていた。ゲームの参加景品、エナジーバーを配布するなど、多くの人に参加していた。



第2CP ランチ (マルモ食品)

開催場所の名物、富士宮焼きそば製麺会社のサポートによる、焼きそばランチ。卵も地元養鶏場から仕入れた地産地消のメニューを展開。



第3CP ARC'TERYX

ゴール地点で回答すれば豪華景品がもらえるクイズの出題スポットを運営。ワイナリーでは試飲やホットワインなどの販売提供も行われた。



ゴール地点、キャンプ出展エリア

ゴール地点となったふもとっばらには、協賛ブランドのブースがずらりと並びました。ワークショップを通じて来場者に体験してもらい、ブランドを認知しロゴを身につけてもらうことで理解を深めるブース、新作アイテムを実際のフィールドで試着・試用しリアルな使用感を体験できるブース、会場限定価格で商品を販売するブースなど、各ブランドが趣向を凝らした企画を展開しました。また、小規模ブランドの出店もあり、幅広いブランドと出会えるエリアとなりました。



出展 協賛 16ブランド

ARC'TERYX
AVANT GARDE
Big Agnes
B.V.D.瞬暖GRID-TEC
Caledoor
Haglöfs
hinata
HOVERAir
KARHU
KEEN
rig footwear
SALOMON
THE NORTH FACE
TYMER
全国山の日協議会
湯るまる

協カ 8ブランド

HIKER'S GIN
IKEJIRI HIKING CLUB
LOG
MOUNTAIN GOURMET LAB.
SAVE SHOCK
YAMAP
瓦奇岳
迷迭香



DAY2 ルート、ゴール

2日目は、ふもとっぱらから約5km先の陣馬の滝を目指して折り返すルートを設定しました。登山道とは異なり、里山の道を歩くことで地域の雰囲気に触れられ、途中には吊り橋や石橋もあり、地域の歴史を感じながら進むことができました。ゴール地点には地域の集会所として利用されている古民家を使用し、併催イベントとして地域のマーケットを実施。地元食材を使ったピザを味わったり、地域の方々との交流を楽しんだり、多様な体験を提供しました。なお、スタート地点の精進湖民宿村へは、チャーターした送迎バスにてふもとっぱらから移動しました。



コンテンツ（ライブ、トークショー、DJ）

オートキャンプが主流のふもとっばらに、ソロやUL系テントが軒を連ね、まるで山のテン場のような新鮮な景観が広がりました。キャンプ場を拠点にハイキングを楽しむという新たな遊び方を示すことができたと言えます。イベントスペースでは、ブランドブースに加え、屋内施設の金山テラスにてトークショー、ライブ、DJなどのコンテンツを実施。多くの来場者が集まり、ハイキングの疲れを感じさせない盛り上がりを見せていました。また、屋外エリアにはテントサウナを設置し、参加者のリフレッシュコンテンツとして大いに活用されました。



Yukibeb



SOTOmi



ChibiChael

モデルの未妃、ハイカーの清田勝、ファシリテーターに渡邊卓郎を迎えTHE NORTH FACEのサポートで行われたハイカーズトークショーは@gootjpnのInstagramアカウントでライブ配信を行い、会場に出来なかった人にも届けた。2025年11月現在22000人にリーチして、6816人に再生された。

注目度の高いウルトラライト系ブランドや、カジュアルミックスの着こなしなど、ファッション感度の高い来場者が多く参加していました。ハイキングというアクティビティに加え、ファッションカルチャーとしての側面も同時に楽しむ人々が集まったことで、イベントとして多角的な展開の可能性が感じられました。また、雨天での開催となったことで、参加者からは「装備として持っているレインウエアを披露できてよかった」という声も寄せられました。雨の開催が必ずしもマイナス要因ではなく、アイテムのテストの場としても活用できる可能性があることが分かりました。



配布物（パンフレット、記念品、協カブランド、サンプリング）

スタート地点ではサンプリングアイテムを配布しました。飲食物やサプリメントなど、その場で使用することで体験・実感につながるアイテムは参加者から好評を得ていました。また、パンフレットはイベントのタイムテーブル、ルートマップ、注意事項に加え、提供食材や富士宮市の紹介、さらにチェックポイントでのスタンプ台紙としても活用できるデザインで制作しました。最終ゴール地点では、登山愛好家が収集する「山のピンバッジ」をモチーフにした特製ピンバッジをプレゼントしました。そのほか、ジャクリからはポータブル電源、花太陽雨からはクラフトビール、コールマンからはタープの提供およびレンタル協力をいただきました。

サンプリングアイテム



TOUGH GUMMY (カバヤ)、GOODDAY FACTORY (メガロス)、Amino Vital (味の素)、サロモン、環境省

パンフレット「HIKING PASSPORT」

The brochure is a comprehensive guide for the 'SUPER HIKING JAPAN Vol.1' event. It includes:

- ABOUT SUPER HIKING JAPAN:** An introductory page with the event logo, dates (2025 10.25 (sat) ~ 26 (sun)), and location (@ 東海自然歩道). It features a 'HIKING PASSPORT' graphic.
- STARTER PACK / APPLICATION:** A page titled 'スタート前 / アプリ「FURARI」の登録をお忘れなく!!' (Before start / Don't forget to register the app 'FURARI'!!). It provides instructions on how to use the app for registration and tracking.
- MAPS:** A '会場MAP' (Venue Map) showing the event location and a 'ROAD MAP' (Route Map) detailing the hiking route from the start to the finish line.
- DAY 1: Part 4 ARC'TERYX ROAD:** A detailed section for the final day, including a 'CHECK POINT 4 DAY GOAL' and a 'CAMP LOUNGE' area. It features a route map and a 'LAST SECTION 50min' indicator.
- GO OUT SUPER HIKING JAPAN vol.1:** A page titled 'GO OUT SUPER HIKING JAPAN vol.1の食を支えてくれた、富士山の恵み。' (The food that supported GO OUT SUPER HIKING JAPAN vol.1, blessed by Mt. Fuji). It features photos of food and text about the local produce used.
- SPONSORSHIP BRAND:** A page listing the event's sponsors, including KEEN, SALOMON, THE NORTH FACE, and others.
- MISSION COMPLETE! 完歩証:** A page for the 'Mission Complete! 完歩証' (Mission Complete! Completion Certificate), which includes a 'CHECK IN STAMP' area and a 'MISSION COMPLETE! 完歩証' graphic.



完歩証 記念バッジ

地域との連携と魅力発信、地元食材の食事提供

地域との交流および魅力の発信を重要な要素として位置づけた今回のイベントでは、富士河口湖町、富士宮市、そしてキャンプ会場である株式会社ふもとっばらに後援いただき、地域と密接に連携しながら多様なコンテンツを企画しました。参加者に提供した3食の食事には、地元・富士宮市で採れた野菜、肉、卵を多く使用。地元の茶メーカーや食肉生産者にも協力いただき、地域ならではのグルメを楽しんでもらうことができました。また、来場者に配布したパンフレットには地域紹介の記事を掲載し、参加者の理解促進にもつなげました。さらに、イベントのハイキングルートそのものの魅力を多くの人に伝えられたことも大きな成果です。参加者からは「季節や天候が違う時期にも歩いてみたい」という声が寄せられるなど、地域の魅力発信にしっかりと貢献できた。



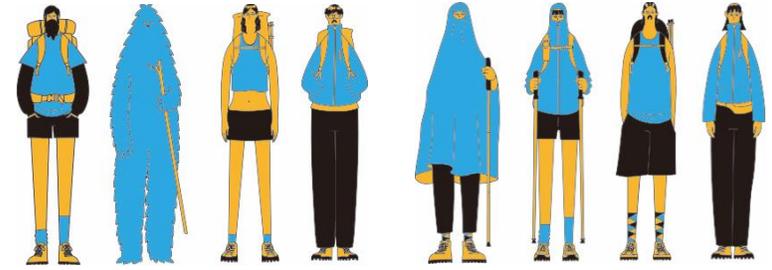
自治体の後援により、会場として廃校、休校となっている小学校の敷地を有効活用させていただき、CPスペースを制作



・開催地域の協力企業
Yamaichi、うるおいてい、富士の雅ネギ、マルモ食品、FUJIYAMA HUNTER'S BEER、CHILLBEANSROASTED SOFFEE、チキンハウス青木養鶏場、朝霧ハム株式会社、ChezKaori、富士山ワイナリー、富士宮市市役所、富士河口湖町役場

ゴール地点の集落、猪之頭地区が主催するマーケットイベントを併催。地元で作られた工芸品、加工食品、地域で育てられた野菜などを買求めることができ参加者と地域文化との交流が生まれた

SEE YOU NEXT HIKING



GO OUT SUPER HIKING JAPAN にご参加いただいた皆さま、そして本イベントの開催に力を貸して下さった全てのブランド・パートナー・スタッフ・地域の方々に、あらためて心より御礼申し上げます。

初開催となった今回、天候や運営体制など、予測できないことも多い中でのチャレンジでしたが、参加者の皆さまの前向きな姿勢と、自然を楽しむ気持ちに支えられ、GO OUTらしい“ハイキングの楽しさとカルチャー”を共有できた二日間になりました。歩くスピードでしか得られない景色、出会い、会話、そして静かな時間。それらは雑誌やWEBでは伝えきれない、立体的な“体験のGO OUT”そのものでした。

森の匂い、食事の風景、音楽を楽しむ笑顔、仲間と交わすお疲れさまの声。すべてがこのイベントを特別なものにしてくれました。また、地域との連携やブランド協力によって、新しいアウトドア体験の形を提案できたことも大きな財産です。

このイベントを通じて、ロング・ディスタンス・ハイキングがより身近な存在になり、それぞれの生活やアウトドアライフが少しでも豊かになるきっかけになっていれば幸いです。

今回見えた課題や改善点は、次回開催にしっかり反映し、より安心して、そしてより楽しく歩けるイベントへと進化させていきます。

まだ始まったばかりの GO OUT SUPER HIKING JAPAN ですが、皆さまとともに育てていくロングトレイルのカルチャーでありたいと考えています。

最後にもう一度、この場を借りて深く感謝申し上げます。

歩いて、語って、笑って、時には雨に打たれながらも前に進む——そんな皆さまの姿が、私たちスタッフにとって何よりの力になりました。次のハイキングで、またお会いしましょう。

GO OUT編集部／GO OUT SUPER HIKING JAPAN 運営一同