記念行事

80周年を記念して、各地で記念行事を開催しました。いずれも国立公園の魅力を味わうもの、国立公園の役割や歴史を改めて考えるきっかけとなるものでした。

2016年

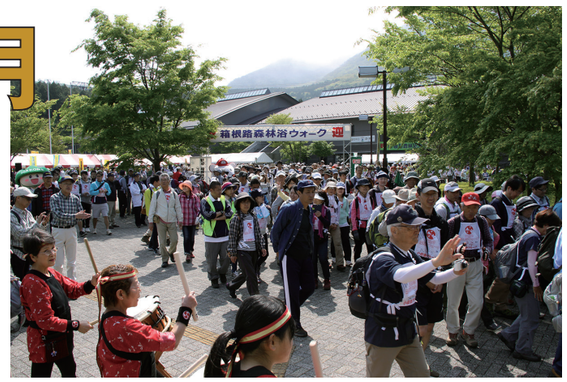
❶事業名　❷開催日　❸開催地　❹主催者　❺内容　❻参加者数

4月

❶箱根地域自然に親しむ運動
❷4月～11月
❸箱根町全域
❹自然に親しむ運動実行委員会（環境省・神奈川県・箱根町・（公財）神奈川県公園協会・（一財）自然公園財団箱根支部）
❺1年を通じて計13回の自然観察会を計画。箱根に詳しい案内人が一歩踏み込んだ奥の深い箱根を案内する。活動範囲は箱根の全域に及び、四季を通して自然を楽しむことができる。

❶第30回ケンペル・バーニー祭
❷4月17日
❸箱根町元箱根集会所他
❹ケンペルとバーニーを讃える会
❺明治19（1986）年に始まったこの祭典は、大正11（1922）年に英国人貿易商バーニーが元箱根の別荘に建立した石碑を顕彰するものである。箱根の自然をこよなく愛していたバーニーは、当時箱根で進められた乱開発に心痛め、江戸時代に来日しその著作で日本の自然と日本人を褒め称えたドイツ人ケンペルの言葉を石碑に刻み、我々にこの箱根の自然を更に美しくして子孫に伝えてほしいと訴えた。祭典は毎回、自然保護を誓い合う碑前祭と、専門家による講演会、そして参加者が箱根の自然を語り合う懇親会の3部構成となっている。特に今年は30回記念として、ケンペルとバーニーを紹介するパネル展示を2カ所で行った。
❻200名

5月



❶箱根路森林浴ウォーク2016
❷5月15日
❸箱根町総合体育館（主会場）
❹箱根町
❺富士を仰ぐ景勝と数々の名湯に恵まれた国際観光地「箱根」を舞台に、自然や歴史、ジオサイトなどの魅力を堪能しながら、多くの人々とふれあい、心と身体の健康づくりを図るためのウォーキングイベント。①芦ノ湖一周コース（22㎞）、②箱根湿生花園コース（16㎞）、③芦之湯・石仏コース（14㎞）の3コースがある。コースマップへの情報掲載やガイドの配置なども行い、箱根町の魅力を発信するイベントにもなっている。
❻959名

6月

❶富士山物知りクイズ王決定戦 第2回富士山クイズ大会
❷6月5日
❸御殿場市富士山交流センター　富士山樹空の森
❹NPOありがとう ふじさん
❺富士山クイズ大会、富士山クイズラリーを実施。富士山クイズ大会は、富士山に関する問題をキッズ・ジュニアクラス（小学生から中学生対象）、グランドクラス（高校生以上一般）に分けて実施し、上位者の表彰を行った。富士山クイズラリーは、クイズラリーブースを回りスタンプラリーを実施。また会場ではワークショップも開設し、間伐材を使った竹とんぼやコマの配布、本箱作りを実施した。
❻約230名

❶富士山ブナ林自然観察会
❷6月11日
❸富士山国有林、西臼塚
❹富士市環境保全課
❺富士山麓のブナ林を保全するため、平成6（1994）年度より毎年4月29日に富士山麓ブナ林創造事業を実施。市は植栽だけでなく、下草刈り、シカ除けの柵の設置、パトロール等、植栽地の維持・管理に努めている。この自然観察会では、植栽から20年程度が経過した植栽地の様子を見て管理の大切さを知り、また富士山麓ブナ林創造事業の植栽地（平成6年から平成10（1998）年）と富士山麓の自然林（西臼塚）の観察を通じて、富士山麓の自然環境を知ることを目的としている。
❻10名

❶富士箱根伊豆国立公園80周年 記念国立公園野生生物写真展
❷①6月27日～7月15日、②7月23日～8月18日、③8月27日～9月22日、④9月26日～10月13日
❸①大島町開発総合センター1F、②まっちゃーれセンター（神津島前浜港船客待合所）、③御蔵島船客待合所、④ココポート（三宅島阿古漁港船客待合所）
❹伊豆諸島自然保護官事務所
❺伊豆諸島自然保護官事務所にて撮影した富士箱根伊豆国立公園伊豆諸島地域の写真と、関東地方の各国立公園や鳥獣保護区で活動するアクティブ・レンジャーが撮影した写真（平成27（2015）年度アクティブ・レンジャー写真展展示作品）により、雄大な自然や動植物など富士箱根伊豆国立公園を含む各地域の様子を紹介する写真展。伊豆諸島の大島、神津島、御蔵島、三宅島にて開催。

7月

❶第45回山梨県自然保護大会
❷7月2日
❸山梨県甲斐市、甲斐市敷島総合文化会館
❹山梨県
❺山梨県自然環境保全条例により設置及び任命、業務等が定められている自然監視員の合同委嘱式。富士山での取組に関する講演会も開催。

❶外来植物撲滅大作戦
❷①7月24日　②9月10日
❸①富士山高鉢駐車場（富士宮市粟倉）
②富士山御殿場口新五合目
❹①静岡県・ふじさんネットワーク（共催）
②静岡県（協力：NPO法人富士山の自然を守るホシガラスの会）
❺静岡県が実施した富士山南麓の道路沿いの植物調査において、外来植物が多数確認された。今後、富士山の高標高地への侵入が懸念されることから、この現状を知っていただくとともに、環境保全活動の一環として、外来植物の除去活動を実施した。1回目は、富士山の二合目付近に位置する高鉢駐車場において、セイヨウタンポポを中心に約26㎏を除去した。2回目は、NPOとの協働により、御殿場口新五合目において、ヒメスイバを主に、24㎏の外来植物を除去した。
❻①49名　②47名

❶平成28年度富士山 クリーンアップ登山大作戦

❷①7月28日～29日　②10月15日
❸①富士山須走口五合目付近
②富士山富士宮口五合目付近
❹①静岡県　②静岡県（協力：富士山エコレンジャー）
❺1回目は、富士山五合目以上の良好な景観を維持する目的で、須走口五合目登山道入り口において、ごみ袋を登山者に渡し、登山中に拾ったごみを下山時に回収した。419名の登山者に協力してもらい、5.8kgのごみを回収した。2回目は、富士山の登山者の国際化によりマナー問題など自然環境への影響が懸念されることから、富士山エコレンジャーの指導のもと、留学生を対象に、自然や登山マナーを学びながらのごみ拾いを実施した。
❻①419名（ごみ拾い協力者）　②29名

8月

❶富士箱根伊豆国立公園指定 80周年記念企画展

❷8月23日～10月31日
❸箱根ビジターセンター
❹環境省箱根自然環境事務所
❺富士箱根伊豆国立公園の80年の歴史と果たしてきた役割を振り返る企画展を開催。これまでの年表に加え、過去と現在を比較する写真展示を実施。また、国立公園の普及・利用促進を目的に各地域の魅力を伝える展示コーナーも開設。

❶環境先進観光地-箱根 第54回美化大会

❷8月9日
❸仙石原小学校屋内運動場
❹箱根町
❺美しい箱根を大切にし、より美しくするため、住民に観光美化と自然保護の慣習化を図るとともに、観光客などに対して美化思想の普及を図るため、全町一斉美化清掃を実施。大会式典では美化功労者等の表彰、観光美化・自然愛護標語、ポスターコンクールの入賞者表彰、入賞作品の発表（朗読）を行うことにより、一層の美化推進を図る。
❻290名

9月

❶三ツ峠山清掃登山

❷9月25日
❸山梨県南都留郡西桂町下暮地地内
だるま石～八十八大師の間
❹西桂町（三ツ峠山清掃登山事務局）
❺三ツ峠山の貴重な自然環境保護に関する取組として三ツ峠山のゴミを回収するとともに、清掃活動を通じて三ツ峠山の自然について理解を深め、自然保護の大切さを学び広めることを目的に開催。
町内外の有志や町職員ら約40名が参加。三ツ峠登山道の史跡「ダルマ石」を出発し山頂まで空き缶や瓶、ペットボトルを拾いながら登った。約210kgのごみを集めた。なお、国民の祝日「山の日」の制定などを受け、町民が自然環境保護意識を高める機会にしようと初めて企画した。
❻36名（内11名スタッフ）

10月

❶平成28年度富士山の 草原性植生保全活動体験

❷10月1日
❸富士宮市根原地内（根原県有地）
❹静岡県・富士宮市・ふじさんネットワーク（協力：富士宮自然観察の会・NPO法人富士山自然の森づくり）
❺根原県有地では、人の手が加わることで、富士山麓を代表する自然的景観と、草原特有の貴重な生物相を維持してきた。しかし近年、人との関わりの減少などにより草原の形態が失われつつあるため、草原性植生の維持のため草刈り体験会を実施した。
❻34名

❶公開シンポジウム「御蔵島の外来種問題を考える」

❷10月21日
❸御蔵島村 開発総合センター
❹一般社団法人御蔵島観光協会
❺島の生態系の固有性は、海による物理的な隔離によって維持されてきた。御蔵島は、ニオイエビネやオカダトカゲ、ミクラミヤマクワガタといった希少固有種が、比較的良好な状態で保存されている。しかし、近年物流量増加に伴い、移入種が相次いで発見されている。ヤモリやサツマゴキブリが最たる例であるが、最近では、繁殖には至ってないと思われるものの、シュレーゲルアオガエルの移入も確認されている。村民ならびに伊豆諸島全体の行政関係者の外来種に関する知識・意識の向上を図り、外来種問題に対する対策について地域全体で考える契機とすべく、本シンポジウムを開催することとなった。
❻63名（島内55名、島外8名）

❶第7回富士・鳴沢 紅葉ロードレース大会

❷10月23日
❸鳴沢村内（活き活き広場）
❹鳴沢村・鳴沢村体育協会
❺鳴沢村の活性化及びPRを目的とし、全国各地から参加者を募り実施。参加者には雄大な富士山と鮮やかな紅葉を眺めながら、美味しい空気を味わい、村内全体が自然公園区域内である鳴沢村の自然を楽しみながら走ってもらう。
❻約2,500人

11月

❶滝まつり

❷11月22日
❸河津町梨本　初景滝前広場
❹河津町
❺簡単なアンケートを実施し、回答していただいた方に記念品として七滝のミネラルウォーター、または河津桜のピンバッジを進呈。併せて国立公園のチラシ配布し、周知啓発を行う。
❻約200名

12月

❶『伊豆大島の魅力の楽しみ方! 守り方!』を考えるワークショップ

❷12月11日、1月8日、1月9日
❸伊豆大島内の7地区（波浮港、泉津、岡田、差木地・クダッチ、野増・間伏、北の山、元町）
❹伊豆大島ジオパーク推進委員会・環境省伊豆諸島自然保護官事務所
❺伊豆大島ジオパークが国立公園と連携して実施するジオサイトの見直し及び保全・活用計画の内容及び国立公園の役割について地域住民とともに考えるワークショップ。

記念式典

記念事業のキックオフイベントとして記念式典を開催しました。多数の参加者のもと功労者表彰や国立公園の今後について考えるパネルディスカッションを行い、式典の最後には記念宣言の発表がありました。

平成28（2016）年3月6日（日）13:00-16:00
会場：ふじのくに千本松フォーラム（愛称：プラサ ヴェルデ。静岡県沼津市）3Fコンベンションホール B
参加者：260名

基調講演

日本人が知らない 日本の自然の魅力

水津陽子氏
合同会社フォーティR&C代表

すいづ・ようこ　地域活性化・まちづくりのコンサルタントとして、観光振興ビジョンの策定や地域ブランドづくりに携わる。全国200箇所以上の観光地を取材し、外国人観光客から見た日本の魅力について熟知。書籍『日本人だけが知らない「ニッポン」の観光地』の著者。

日本人が知らないニッポンの魅力、外国人が日本でしたいこと

平成25（2013）年に東京五輪招致が決定してから、インバウンド市場は日々拡大しています。一方、以前は東京、富士山、京都・大阪というゴールデンルートが中心だった訪問先は次第に地方へとシフト、外国人のニーズも変容しています。

世界一の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」が発表しています「外国人に人気の日本観光スポットランキング」を見ても平成25年から27年の間に興味関心は随分様変わりしています。すでに訪日客の6割がリピーターという現状で、求められるものも単なる物見遊山のモノ観光から、SIT（そこでしかできない特別な体験）などのコト観光へ移行しつつあります。

たとえば、宮島といえば嚴島神社は誰もが知るところですが、この会場の中にランキングにある弥山をご存知の方はおられますか。（手は挙がらず）今日は一人もおられないようですね。このように日本人は誰も知らないのに外国人には人気という観光地は珍しくありません。近年は外国人に人気の観光をメディアが取り上げ、それを見て日本人が訪れるという逆転現象も起きています。

では弥山をはじめとする外国人に人気の観光はどこが魅力なのでしょうか。弥山は嚴島神社の後ろに聳える山です。英語でいうアーキペラゴ、瀬戸内海の群島美が眺められる弥山山頂の展望台はミシュラン（グリーンガイド）の三ツ星を得ています。またその魅力は自然景観に留まらず、奇岩巨石や神社仏閣、弥山の七不思議などのスピリチュアルスポットを含め一つの世界観をなし認知、ブランド化されています。

では今、「富士箱根伊豆国立公園とはどんなところ?」と聞かれて、そこに一言で語れる統合された世界観、確立されたブランドイメージはあるでしょうか。

より具体的に外国人ニーズの志向変化を見てみましょう。観光庁の「訪日外国人消費動向調査2015年」で今回したことと比較し、次回したいことで高い伸びを見せたものには日本ならではの「四季の体感」29.2%のほか、「日本の日常生活の体験」22.5%、「自然体験ツアー・農漁村体験」15.4%がありました。

また2014年訪日外国人の地方訪問率は56%に上り、地方のみを訪問した人も28%に及んでいます。地方のみの訪問では北海道や九州の比率が高く、二大都市圏と地方を訪問した場合では高山・白川郷・松本等がある中部地方への訪問率が高くなっています。その中部の核となっているのが年間28万人の外国人宿泊客を集める岐阜県高山市です。人口約9万人の地方都市でありながら、「外国人の受け入れの質」や「観光のしやすさ」で高い評価を得てミシュランの三ツ星に選定。高山に逗留し、白川郷や松本城に足を延ばす観光スタイルが確立され、外国人の口コミで広がっているのです。

自然を見るのは0円、それを活かすビジネスモデル必要

観光は全産業の中でも収益性が低く、稼ぐ力が弱い産業の一つです。自然は見ているだけでは一銭のお金にもなりませんし、たくさん人が来ればいいというわけでもありません。環境負荷やゴミや騒音の問題など負の側面もあります。地域資源を活かすことで自然や地域を守る、持続可能なビジネスモデルの確立も必要です。

たとえば、国立公園内にある伊豆七島、神津島は花の百名山に数えられる天上山など魅力的な資源に恵まれた島ですがその知名度は低く、市場に照らした資源評価、ニーズに合致した観光商品、それらを提供する仕組みやノウハウが地域にはなく、資源は埋もれたまま、伊豆七島の入込客数は右肩下がりが続いています。

また国が無償提供するビックデータを活用した地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」で外国人の分布を見ると御殿場のアウトレットや河口湖、箱根など一部に集中。消費では山梨は観光・エンタメ、神奈川は飲食の消費が多いのに対し、静岡はアウトレットを中心としたモノ消費が中心でコト消費の比率が低くなっています。

長年一貫し国際観光に力を入れてきた大分県別府市は近年、湯けむり景観を柱に据えブランド化に成功。従来の「地獄めぐり」に加え、観光客が自ら食材を蒸す湯煙体験をできる「地獄蒸し料理」などの体験観光も人気で、年間の観光客は800万人超、外国人宿泊客数も30万人を突破しています。

昨年は「グランピング（豪華なキャンプ）」も話題となりました。単に自然を眺めるのではなく、素晴らしい自然を一番いい形で体験できる時間や場所、サービスを付加価値として商品化、収益性の高いビジネスモデルとしたものです。もちろん、これは自然を生かす一つの手法であり、グランピングをしましょうということではなく、地域それぞれが収益力の高い観光のビジネスモデルを確立していくことが必要という意味です。

平成32（2020）年の東京五輪では伊豆がサイクリング会場として選ばれていますが、競技会場となるだけでは効果は限定的なものになります。開催前に競技者や競技団体等の中で魅力的な場所としての認知、五輪後にもつながるPRや受け入れ体制づくりなどの取組が求められます。尾道、今治を結ぶ「しまなみ海道」は海の上を走る特異なサイクリングロードの魅力と、サイクリングブームの台湾と姉妹提携したことでサイクリストの中で認知が高まりました。

弥山山頂展望台からの眺め

地方創生では地域観光の推進組織「日本版DMO」の必要性も訴えられているところです。熊野古道を有す和歌山県田辺市は京都にはない素朴な日本の姿を見ることができると欧米豪に人気です。田辺市では日英対応のWEB上で旅館やガイドなど、着地型旅行商品の予約や決済ができるシステムを構築、すでに1億円超の売上を上げています。田辺では地域の魅力を最も理解してくれる欧米豪の客にターゲットを絞り、誘致と受け入れ態勢を整備していたことが成功に繋がりました。

また今後地域で一番考えなければいけないのが、外国人は何処から入って何処に抜けるのか――「訪日IN・OUT」ですが、こちらはパネルディスカッションでお話をさせていただきます。

事例報告

外国人観光客等受入れの取組と課題

事例報告——①

富士山地域

松本省二氏

FYG Mountain Guides代表

まつもと・しょうじ　カナダやニュージーランドでスノーボードとフリークライミングの多数の経験を得た後に、山梨県富士吉田市公認の富士登山案内人として登山ガイドを開始。多くの外国人を富士山山頂に案内。

私は1年通して国内外の方を対象とした登山ガイドをしております。バックグラウンドは、バックカントリースノーボードです。そこから、夏山登山、雪山登山北米の最高峰マッキンリーに行ったこともあります。ロックッククライミングやアイスクライミングもしております。

代表を務めていますFYG Mountain Guidesは平成20（2008）年設立。外国の方に安心して富士登山を楽しんでもらうことが目的です。特徴は、英語でのガイドと少人数制、ゆとりのあるスケジュールと混雑時を避けたツアーです。

世界中からお申し込みをいただいておりまして、多いのがアメリカ、ヨーロッパ、オセアニア、アジア、日本の方にご参加いただいております。写真に写っている女性は、7大陸の最高峰を制覇された方ですが、そんな方も富士山を魅力的に感じて登られます。

参加者の特徴は、快適に登りたい、ということです。経験者も多いですが、ガイドを雇ってより楽しみたいと思っています。30～40代が中心で3世帯家族の場合もあります。

登山理由は、日本人の文化的、精神的な部分で大切だと思ったから、チャレンジしたい、憧れだった、神聖な山だから、などあります。

1番の思い出となるのは、やっぱりご来光。後は、山頂からの山並みと噴火口。また、「山から登るならやっぱり一合目から!」という方も多くいます。

良かったという声として、吉田口をメインに利用していますが、東京からのアクセスがいいこと。山小屋が清潔で買い物にも困らない。全体的にトイレはきれいだと聞いています。

気になった点は、八合目以降のトイレが少ない点。後は、トイレがもう少しきれいだったらという苦情。五合目、山頂のご来光の混雑が気になったそうです。

近年、世界遺産登録による外国人登山者の変化を感じます。これまで、アジア系の方は五合目で帰られていたのですが、登っている姿をよく見ます。中東系の方も増えましたし、混雑時を避ける傾向にあります。

外国人にとっての富士登山は、世界的に有名な歴史ある富士山を「体験」したい、ということにありますので、これからも、快適な登山ができるようにしていきたいです。

事例報告——②

箱根地域

髙橋正美氏

富士箱根ゲストハウス代表

たかはし・まさみ　箱根仙石原のゲストハウスにおいて、過去30年間に世界75カ国から12万人を超える外国人観光客を受入れている。Visit Japan大使。

箱根の仙石原で家族経営のゲストハウスを営んでおります。最近、インバウンドが急成長しておりますが、インバウンドには団体客と個人客があります。私のゲストハウスは小さい宿なので、個人客を中心に受け入れております。

建物は、自宅を増改築した作りで、オープンしたのは昭和59（1984）年。客室数は15部屋、客数は世界75カ国から延べ14万人を超えています。営業形態は和風B&Bです。

平成26（2014）年の国籍別来客数の上位10カ国は、オーストラリア1,184名、次いで、フランス、アメリカ、イギリス、中国、ドイツ、シンガポール、タイ、オランダ、スペインとなっております。世界各国のお客様が宿泊されており、年齢層は0歳～90歳、平均年齢は35歳。男女比はほぼ半々でございます。

当館は大した施設ではありませんので、「出会い、ふれ合い、語り合い」を“おもてなし”にしております。外国人客にも、それぞれ人生ドラマがあります。身の上話になったときは、耳を傾けてあげるようにしています。また、日本の文化を知ってもらうだけでなく、お客様の方から自国の文化、例えば、バイオリンの演奏等を披露していただく場合もございます。

箱根の魅力につきましては、私は「外国人客は何をしたがっているのか?」という外国人目線でお伝えしたいと思います。1つ目は「森の中を歩きたい」です。特にヨーロッパの方たちは、森の中を歩くことを生活の一部にしている方が多いです。1週間滞在されまして、山歩きだけを楽しんで帰国されたドイツ人客もいらっしゃいました。次に、「温泉を楽しみたい」、「サイクリングをしたい」、「日本人の精神性にふれたい」、「地域の歴史にふれたい」、「自国にはない景観を見たい」、「箱根の自然を学びたい」といったことを求める方も多いです。また、外国人は、旅を通して自分の人生を豊かにしたいと考えている人が多いようです。旅に贅沢を求めるのではなく、人生を豊かにして自分自身の成長に結びつけたいと考えている人が多いようです。

箱根のハイキングコースの「指導標」は、最近、町と県が新しい指導標に作り替え、英語の説明を加えてくださりました。また、ハイキングコースに沿って管理杭を50mごとに打っていただきましたので、ハイカーにとっては自分の居場所がどの辺りなのかが分かりやすくなりました。

私は、地元の小中学生と外国人客の交流も行っています。小学生が英語の地図を作って外国人客に手渡して大変喜ばれた事例を、OECD観光委員会と第7回欧州ツーリズムサミットで発表したところ、米国コーネル大学が行ったアジアにおけるホスピタリティー産業調査で高く評価され「ベスト・プラクティス・チャンピオン」に選ばれました。現在、こうした取組は、私が個人的に行っているものですが、今後は、組織化して持続可能な活動にしていきたいと考えておりますので、これを機会に皆様のご支援ご協力をお願い申し上げます。

事例報告——③

伊豆半島地域

鈴木孝明氏

伊豆急ホールディングス株式会社営業推進部長

すずき・たかあき　伊豆急グループの訪日観光担当管理職として、海外からの誘客を推進している。また、伊豆観光推進協議会や美しい伊豆創造センターの役員として、伊豆半島地区全体の外国人向けのPRを推進している。

伊豆急グループは、伊東―下田を結ぶ鉄道とレジャー施設、不動産業を主に行い、インバウンドに関しましては東急グル

ープと連携して展開しております。

観光庁が発表しました、平成26（2014）年の旅行訪問先の実績調査によりますと、日本人の宿泊者は延べ4億2800万人。静岡県は全国で4位、内半分が伊豆半島に宿泊しております。しかしながら、外国人宿泊者数は全国11位に留まっており、日本人に比べてシェアが小さいことが分かります。

外国人の入込客数のシェアは台湾･中国が多いのに比べ、韓国のシェアが小さくなっています。台湾につきましては、精力的に行いましたセールス活動が功を奏しています。韓国につきましては、2泊3日が主流で首都圏に留まっていると推測しております。

主な移動手段は、団体は貸し切りバス、個人は外国人専用の切符が多く利用されています。ジャパンレールパス、JR東京ワイドパスの利用が著しく伸びております。

伊豆の知名度の低さが課題とされ、台湾旅行博覧会に出展するなど、PR活動に力を入れております。パンフレットの作成や人気ブロガーの招聘なども行いました。

また、wifiを設備し、SNSで情報発信できる環境を整えています。中国人はカード決済が主流ですので銀聯カードの利用先も広めております。映画で人気となりました「伊豆の踊り子」のロケ先、海鮮料理では金目鯛の煮つけ、しゃぶしゃぶが好印象です。

平成32（2020）年に向け、官民一体となって取り組むことが大切だと考えており、ALL伊豆でアピールし、知名度アップをしていきます。

事例報告――④

伊豆諸島地域

植松正孝氏

東京諸島観光連携推進協議会会長

うえまつ･まさたか　東京諸島観光連携推進協議会の会長として、伊豆諸島及び小笠原諸島の11島の連携体制の強化と観光を通じた地域活性化のために活躍中。

公園のエリアの有人島は、伊豆大島･利島･新島･式根島･神津島・三宅島・御蔵島・八丈島であり、この他、青ヶ島を入れての9島とその属島が伊豆諸島と呼ばれています。交通アクセスは、海路は東京・竹芝桟橋から東海汽船のジェット船と大型の貨客船が出ております。空路は、八丈島へは羽田から、大島・新島・神津島・三宅島へは調布飛行場より出ており、島々間を繋ぐヘリコプターもあります。

国立公園に指定されている所以の自然は、まず火山列島として特異な景観を有していることにあります。富士火山帯として、その形成する溶岩は、新島・式根島・神津島は流紋岩、他が玄武岩となっており、大島と三宅島においては今も活動中です。また、海食崖を御蔵島などで見ることができます。動植物は、ユニークな固有種も多く存在します。温帯多雨で、花では大島の椿、八丈島のフリージアなども楽しめます。自然植生は、常緑広葉樹林の原生林で、スダジイ・ツゲ・クワ・カシなどがみられます。スダジイは御蔵島で多く見ることができます。アシタバはどの島でも自生・栽培されています。

動物では、鳥類が豊富です。レッドリストに掲載されているアカコッコ・カンムリウミスズメ・イイジマムシクイなどを観ることができます。また、渡り鳥の経路としても貴重です。イルカなども観察され、御蔵島海域ではミナミハンドウイルカのウォッチングが盛んです。日本三大漁場の一つとも言われており、珊瑚類もきれいで、三宅島周辺はテーブル珊瑚の北限とも言われています。

観光では、火山の恵みである温泉は、特に新島･式根島･神津島では海岸に湧出しております。利用形態では、従来からマリンスポーツが中心で、釣り・ダイビング・サーフィンなども人気です。御蔵島ではエコツーリズムも推進しています。また、各島においては、夏を中心に体験・研修プログラムなども行われております。ランニングやトライアスロンなどのイベントがあり、近年は自転車やボルダリングにも力を入れています。

最後に、観光客を増やすための課題として3つ挙げますと、1つ目は自然の良さだけでは難しく、自然と人との関わり合いについて、さらに分かりやすく説明できるような仕組みづくりを図っていくことが大切です。2つ目は、島毎にPR活動を行っていますが、やはり点から面へと広域的に連携して発信する必要があると考えます。2年前から始めている東京諸島観光連携推進協議会という組織の活動がその一つです。3つ目は、外国人観光客の対応です。まずは首都圏に住んでいる外国人がターゲットと考えます。一方、海外から直接呼び込むことも進めなくてはなりませんが、その対象はまずリピート客で、そのためにはこの公園の他の3つのエリアとの連携や東京都とも一緒に進めることが大切と考えています。

パネルディスカッション

外国人観光客等の視点から考える富士箱根伊豆の自然の魅力

パネラー

水津陽子氏

合同会社フォーティR&C代表

松本省二氏

FYG Mountain Guides代表

髙橋正美氏

富士箱根ゲストハウス代表

鈴木孝明氏

伊豆急ホールディングス株式会社営業推進部長

植松正孝氏

東京諸島観光連携推進協議会会長

コーディネーター

福井隆氏

東京農工大学客員教授

ふくい･たかし　地域づくりや地域活性化のアドバイザーとして、日本各地の地域ブランド化等の取組を支援している。近年は、訪日観光振興を通じた地域活性化に注力。

福井◆基調講演、事例紹介でいろいろなキーワードが出てきました。ここからは、富士箱根伊豆の魅力を国内外にどのように発信していくか、あるいは、どういうことを発信していったらよいかを議論していきたいと思います。はじめに、ポイントを3つ申し上げます。まず1つ目、面的な発信です。富士山だけでなく、様々な魅力について市町村をまたぎ、点から面で魅力を発信していくこと。2つ目は、環境省の富士箱根伊豆国立公園のホームページに「太平洋の島々から霊峰富士を繋ぐ一大火山群～火山地形と文化が創り出す多様な景観～」とあります。富士山は、心の奥に根差した名峰だと書かれています。ご報告の中にもありましたが、外国人の方には日本人の精神性、すなわち「自然との共生」の部分に高い関心がある点です。3つ目は、観光が「物を見る」から「体験する」へ変化しています。同時に、観光庁のホームページでも書かれていますが、リピートする旅行者は、その地域が自分にとって特別になるかどうかが大変重要なポイントとなっています。旅行が人生の豊かさにつながることが大きなポイントになります。また、先ほどの水津さんご紹介のランキングで富士山は13位でした。6位は長野県の地獄谷温泉で、猿が温泉に入る方が人気あるんです。どういうことかというと、猿と日本人が共生していることに惹かれるわけですね。それでは、外国人の文脈で地域の魅力を発信するとはどういうことか、パネリストに伺っていきたいと思います。

松本◆富士登山の魅力は、400年前から続く巡礼登山を体験できること。そして富士山を見ながら周辺地域も歩けるところだと思います。

髙橋◆箱根の最大の魅力は富士山と箱根、芦ノ湖と鳥居のセットになった景観が、世界に通用していることでしょう。

鈴木◆伊豆半島最大の魅力は河津桜です。朝から晩まで撮影を、それでも足りないとも聞きました。後は、金目鯛料理が大変人気です。

植松◆大きく2つあります。1つは火山とその恵みです。世界的にも火山観光は人気があります。海外のようにマグマが噴出しているところは見に行けませんが、溶岩が流れた跡を見ることができますし、それが風や波に浸食された景観を楽しめます。温泉はありますし、火山灰のミネラル豊富な土壌からできる山の幸や複雑な海底に生きる海の幸もあります。もう1つは、陸続きではありませんが、大都市に近く、島の中心にある港に直接乗り入れることができるアクセスの良さです。

水津◆情報が伝播する時に、例えば箱根神社の赤い鳥居が印象的な芦ノ湖のように、それを見たら地域の魅力が伝わる、決定的な1枚の画像を持つ必要だと思います。もう一つは4つの地域がある中で、基調講演でもお話しした高山を基点して松本や白川郷へ足を延ばすように、どこかが核となって周辺の地域がつながり、線（観光ルート）となって見えてくるとよいと感じています。

福井◆分かりやすい例が熊野古道ですね。歴史や文化の文脈で大変人気です。熊野ツーリズムビューローというDMOが田辺市にありますが、そこはターゲットをオーストラリア・アメリカ・ヨーロッパだけでいいと明確に打ち出して成功しています。ヨーロッパの人々に響いているのは、日本での巡礼の道という神秘性。アメリカ人は違って、ロングトレイル。国によって響くところが違います。もし、

富士山を核にしたらどうしたらいいでしょう。

水津◆富士山は世界遺産に登録されましたが、富士講など、文化的な観光市場はまだ確立されていません。また自然という面でいえば、ジオパークなどは日本ではまだ(一般的な旅行)商品化(流通の意)されておらず、市場は確立されていません。ただ見るだけ、勉強みたいな難しい話を聞くのではなく、もっとその楽しみ方を提供するサポート体制を作り、観光商品として完成させていかないと一般の方は利用しにくいでしょう。

福井◆植松さん、ジオパークが一般者に利用しやすくなるにはどうしたらいいでしょうか。

植松◆ガイドの存在でしょうか。伊豆諸島の各島では、自然ガイドと観光ガイドの2種類でガイド養成を行っていますが、まだ人数的に足りていませんし、質についてもさらに上げる必要があります。水津さんにお聞きしたいのですが、ガイドの他にはどのようなことがありますか。

水津◆マップや申込のシステム化などがあります。熊野ではインターネット上でガイドや宿等の手配・決済ができ、日英2カ国語に対応しています。古道には500mおきに番号標柱があり、その番号はマップにも表記されているのでほぼ迷うことはなく、救急を呼ぶ際も番号を伝えれば居場所が特定できます。また海外の旅行先ではよく、当日宿の窓口でも申し込めるオプショナルツアーがあります。そうしたニーズとかみ合った(着地型)システムができるとよいと思います。(体験などの着地型ツアーは手続きが面倒だったり、分かりにくかったりすると)手間がかかるとやめてしまう人もいますが、(そうした仕組みを)一緒に考えていくことが利用率向上につながります。

福井◆熊野古道は各県にまたがりますが、1か所で全ての手配ができるところも素晴らしい。高橋さんのところはどういうところがポイントですか。

高橋◆一般的に、外国人をお客様として迎えていると思いますが、うちでは友人として迎えています。外国人というと特別な存在と考える方が多いと思いますが、日本人も外国人もみんな同じ人間なのです。それぞれに人生ドラマがあり、指を切れば痛いし、親切にすれば喜んでくれます。先ほどの景観の説明をする際は、神様や仏様の説明をする前に、人類共通の願いである家族の幸せなり、平和なり、国の発展なりを考えて箱根の景観をご覧ください、と伝えています。

福井◆大変大事なことですね。鈴木さん、より強く発信するためにはどうしたらいいでしょうか。

鈴木◆魅力の掘り起こしは必要ですね。ジオパーク、桜もありますが、お客様は景色に心打たれる。伊豆半島の眺望発信が必要です。

松本◆ユーザー目線が必要だと思います。登山者の立場に立った情報サービスや、施設の情報が集められるサービスなど、使い勝手のいい情報の準備です。今は、分かりにくさからくる問い合わせがたくさんあります。

福井◆看板やサインの件ですね。水津さん、熊野を例にするとどうでしょうか。

水津◆熊野ツーリズムビューローにブラットさんという方がいます。彼が情報を発信する際、外国の方がどうしたら心を打たれるかを考えて翻訳しています。古道の道においても道が分かりにくいところもありますから迷う場所では「ここは古道ではありません」などの看板を置くなど、きめ細かいサポート看板を設置しています。海外へのPRも田辺市では欧米客をターゲットにと決めていますから、明確です。その人にとって響くPRは何か、何でもかんでもやればいいわけではありません。

福井◆熊野に「大塔(おうとう)温泉」という温泉がありますが、その表記が「OTO HOT SPA」だったり「OOTO ONSEN」など以前は30種類もの表記があったそうです。それは、外人にとっては全て違うものと認識してしまいますよね。

水津◆熊野古道では小さな資源を掘り起こし、エピソードとして紹介してます。例えば、ある祠は昔、歯が痛い人が拝むために作った歯痛の神だとか、それを日本人の心(暮らしや精神性)として伝えています。

福井◆私は、この2年ほど農水省でグリーンツーリズムの事業を行いました。しかし、アメリカ人からは「グリーンツーリズムって野菜食べる旅行かと思った」と言われました。和製英語だからまるで通じていなかったのですね。どうやって伝えていくか。それを、富士箱根伊豆のそれぞれの魅力・役割から見ていきたいと思います。皆さんにお答えいただきます。

松本◆色々な背景の人がいるので、そうした多様な背景を持った方々が楽しめる場所になったらと思います。

高橋◆先にも申しましたが、海外からの旅行者は日本の旅行を通じて「人として成長したい」と思っている人が多い。受け手である我々もともに成長しようとする気持ちを持つことが大切だと思います。あとは地域住民の意識改革が必要ですね。地域の魅力を正しく理解し、感動する心があってこそ外国人に伝えることができるのです。自分の地域の魅力を正しく理解していない人が多いようです。

鈴木◆広域連携のモデルケースを作って、提案していくのがいいと思います。

植松◆エリアとして大変広範ですが、首都圏に近く、旅行ルートにも組みやすいですし、その組み合わせも多様に考えられます。広域な連携で大きく発信していくことが大切だと思います。

水津◆外国人の方は、富士山を登らずとも何らかの形で見ていると思うんです。移動の途中など、富士山はどこかで見るけど、だからといってそのためだけに日本に来る目的の一番にはなりにくい。ネックは、「伊豆」のブランド力のなさではないかと感じています。高山のように高山を核として白川郷や松本城、金沢などへ行く「サムライルート」のようなブランディングが伊豆でもできれば、伊豆から富士山、伊豆から伊豆諸島、伊豆の存在感を示すことが核となり、より面的な観光ができるのではないかと思います。

鈴木◆台湾での知名度は高いが、他はまだまだと感じています。伊豆半島はこれ、というものを伝えていくことが大切だと感じました。

福井◆マーケティングの話からすると、「あれもある、これもある」は、何もないのと同じこと。点から面へという部分が共通の思いだと思いますが、共通の言葉があるとするならばなんでしょうか。それぞれの地域に横串を刺すような。

植松◆「自然」と言いたいところですが、今日の皆さんのお話を聞いていると、人との関わり合いなど精神的な部分が大きいのではと思うようになっています。

鈴木◆首都圏から近いこと。あとは、おもてなしの心ではないでしょうか。

高橋◆伊豆諸島は別ですが、横のラインは東海道新幹線でつながっていますので、縦のラインは「人として成長するライン」と捉えたらよいのではないかと思います。

松本◆豊かな自然と人が密接しているところが、奥深さと幅広さにつながっていると思います。

水津◆首都圏から近いといっても、東京からの日帰りと1泊では変わってきます。しまなみ海道の(サイクリングロード)ように串に刺すかで変わってきます。

福井◆コンテンツがたくさんあることは分かりましたが、1つ目は、それをどのように面的な魅力で伝えていくか。2つ目は、有名な場所ではあるが、外国人にはまだ伝わりきれていない。日本人が培ってきた、自然と人間の共生、共に育ってきたものを魅力化していくことが必要ですね。3つ目は、リピーターになってもらうこと。4つ目は、富士の信仰など自然と人間の関係の豊かさを形にすることが、外国人にとって、そして日本人にとって大切だと思います。こうして、足元を皆さんで見直して、見える形で発信する。それが大変大事です。自然の説明だけでなく人と自然の持続的なあり方を文化的視点も含め形にしていく。もう一度言いますが、日本人には当たり前が外国人に伝わらない。これを、どう翻訳するか。よりよい未来のために、日本のリーディングヒッターとなるよう、日本の暮らしにとって価値ある形を作るため皆さんに頑張っていただきたいと思います。

功労者表彰

長きに渡り、国立公園の保護や利用の推進にご尽力いただいた方々を80周年の機会に表彰いたしました。そのご功績に感謝いたしますとともに、今後のますますのご活躍に期待したいと思います。

富士山地域	受賞者	主な活動
団体	猪之頭区	美化清掃、利用環境向上
	小山秀峰山岳会	利用者指導、救助活動
	公益財団法人富士山をきれいにする会	美化清掃
	公益財団法人堀内浩庵会	自然保護
	御殿場口山内組合	利用環境向上、救助活動
	御殿場山岳会	利用者指導、救助活動
	特定非営利活動法人富士山クラブ	美化清掃
	特定非営利法人富士山自然学校	自然保護、調査研究
	特定非営利法人富士山自然の森づくり	自然保護
	特定非営利法人富士山ナショナル・トラスト	自然保護
	七合目救助の会	遭難救助
	日本の心NHK富士山実行委員会	情報発信
	八合目救助の会	遭難救助
	富士山エコレンジャー連絡会	自然保護、美化清掃
	富士山表富士宮口登山組合	利用環境向上、救助活動
	富士山自然誌研究会	自然保護
	富士山須走口山内組合	利用環境向上、救助活動
	富士山須山口登山歩道保存会	美化清掃、利用環境向上
	富士山頂上奥宮境内地使用者組合	利用環境向上、救助活動
	富士山吉田口旅館組合	利用環境向上、救助活動
	富士山をいつまでも美しくする会	美化清掃
	富士自然観察の会	自然保護
	富士宮山岳会	利用者指導、救助活動
	富士宮自然観察の会	自然保護、美化清掃
	富士箱根トレイル推進協議会	利用環境向上、情報発信
	富士吉田市案内人組合	利用者指導、美化清掃
	御坂山岳会	遭難救助
	山梨県立峡南高等学校	美化清掃
個人	赤池宏文	利用者指導
	荒牧重雄	調査研究
	伊倉秀雄	救助活動
	菅常雄	自然保護
	富塚晴夫	情報発信
	中川雄三	自然保護、調査研究
	羽田健志	自然保護
	半場良一	自然保護
	北條彬雄	自然保護
	増澤武弘	調査研究
	三浦洋恵	利用者指導、美化清掃
	山田辰美	調査研究
	山本清龍	調査研究
	渡邉和将	救助活動
	渡辺浩司	美化清掃
	渡辺辰也	自然保護、利用者指導
	渡辺長敬	自然保護、利用者指導
	渡邊通人	調査研究、自然保護

箱根地域		
団体	奥箱根観光株式会社	利用環境向上
	公益財団法人神奈川県公園協会	利用環境向上
	湖尻地区施設協議会	美化清掃
	仙石原ススキ草原山焼き実行委員会	自然保護
	箱根温泉供給株式会社	利用環境向上
	箱根ジオパーク推進協議会	情報発信
	箱根自然環境保全活動研究会	利用環境向上
	箱根ボランティア解説員連絡会	自然保護、利用者指導
	箱根町観光美化推進協会	美化清掃
	箱根ロープウェイ株式会社	利用環境向上
	箱根を守る会	自然保護
	有限会社極楽茶屋	利用環境向上
個人	井上香世子	調査研究、自然保護
	猪原悟	利用者指導
	勝山輝男	調査研究
	上妻信夫	自然保護、調査研究

伊豆半島地域		
団体	天城自然ガイドクラブ	自然保護、利用者指導
	伊豆半島ジオパーク推進協議会	情報発信
	大瀬海浜商業組合	美化清掃
	城ヶ崎海岸の松と自然環境を守る会	自然保護
	沼津市立西浦小学校少年消防クラブ	自然保護
	美浜クラブ	美化清掃
個人	小山真人	調査研究

伊豆諸島地域		
団体	伊豆大島ジオパーク推進委員会	自然保護、情報発信
	大島自然愛好会	自然保護
	七島花の会神津島	調査研究、自然保護
	東海汽船株式会社	遭難救助、情報発信
	御蔵島観光協会	自然保護、調査研究
	三宅島自然ふれあい友の会	自然保護
個人	岡奈理子	調査研究、自然保護
	上條隆志	調査研究
	津久井雅志	調査研究
	長谷川雅美	調査研究
	平岡忠夫	自然保護
	山下歳彦	利用者指導、利用環境向上