

【平成29年度】

中部山岳国立公園南部地域における
周遊性の確保及び滞在型利用の促進に向けた
二次交通手段の開発とプロモーション事業
報 告 書

平成30年3月

中部山岳国立公園南部地域周遊・滞在型利用推進方策研究会

目次

はじめに	1
本事業の概要	2
1 地域の概況	2
2 外国人利用促進における課題	2
3 実施内容	3
4 実施にあたっての考え方	4
5 実施プロセスとスケジュール	4
第1章 周遊交通チケットの開発販売支援	5
1 目的	5
2 平成29年度の実施プロセス	6
3 実施内容の詳細	6
4 まとめ	20
第2章 自然体験メニューの利用環境整備	21
1 目的	21
2 平成29年度の実施プロセス	21
3 実施内容の詳細	22
4 まとめ	27
第3章 プロモーションの展開	28
1 目的	28
2 平成29年度の実施プロセス	28
3 実施内容の詳細	28
4 まとめ	36
第4章 平成29年度の総括と次年度の方向性	37
第5章 今後の継続性についての展望	39

はじめに

本書は、環境省「国立公園満喫プロジェクト展開事業」として中部山岳国立公園南部地域を対象に実施された「中部山岳国立公園南部地域における周遊性の確保及び滞在型利用の促進に向けた二次交通手段の開発とプロモーション事業（以下、「本事業」という。）」について、平成 29 年度の実施内容を報告するものである。

本事業は平成 29・30 年度の 2 ヶ年度で、「周遊交通チケットの開発販売支援」「自然体験メニューの利用環境改善」「プロモーション」を行う。従って、事業全体の最終報告書は平成 30 年度に取りまとめられる。本書では平成 29 年度末時点での報告を行うため、初年度の進捗やそれを踏まえた次年度の展望が示される。

本書の構成は次のとおりである。

- ・ 本事業の概要……本事業の背景、目的、実施内容の全体像を示す
- ・ 第 1 章……「周遊交通チケットの開発販売支援」に関する平成 29 年度の総括を行う
- ・ 第 2 章……「自然体験メニューの利用環境整備」に関する平成 29 年度の総括を行う
- ・ 第 3 章……「プロモーション」に関する平成 29 年度の総括を行う
- ・ 第 4 章……平成 29 年度事業全体の総括と次年度の方向性を示す
- ・ 第 5 章……本事業終了後の継続性についての展望を示す

本事業の概要

1 地域の概況

中部山岳国立公園は飛騨山脈（北アルプス）を中心とする自然公園である。このうち今回対象地として選定された「南部地域（以下、「本地域」という。）」は、槍・穂高連峰・乗鞍岳・焼岳及びその山麓に広がる広大な高原を含む山岳地帯である。

本地域の大きな特徴は、3,000m級の急峻な山々に象徴される標高の高さである。その広大で変化に富む原生的自然の中では多様な植物相が見られ、ニホンカモシカやライチョウなど希少な動物も生息する。

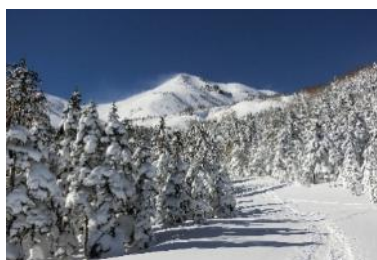
本地域は都市圏からのアクセスが良く、山岳道路やロープウェイ等で山岳地まで到達しやすいこともあり、多くの登山者が訪れている。また上高地、白骨温泉、奥飛騨温泉郷などの行楽地も多く抱えており、自然散策、風景鑑賞、温泉保養など、老若男女が四季を通じ自然を体験できる地域となっている。

自動車利用適正化事業（マイカー規制）、登山道の整備をはじめとして、古くから国、地方自治体、地域住民、民間企業、NPO等の多様な地域主体が連携して、国立公園としての利用環境を管理してきた歴史がある。

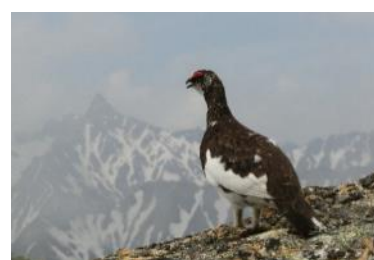
近年は外国人利用者も増加しており、中部山岳国立公園は富士箱根伊豆、支笏洞爺に次いで全国の国立公園で3番目の多さとなっている（平成25年現在）。欧米豪の利用者は登山をはじめとするアクティビティへの関心が高い一方、アジア圏の利用者は上高地や新穂高ロープウェイ等で短時間の立ち寄り観光を楽しんでいる。



上高地 河童橋と穂高連峰



冬の乗鞍岳



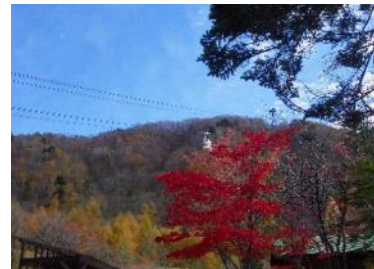
雷鳥と常念岳



乗鞍高原の水芭蕉



乗鞍岳の登山道



新穂高ロープウェイ

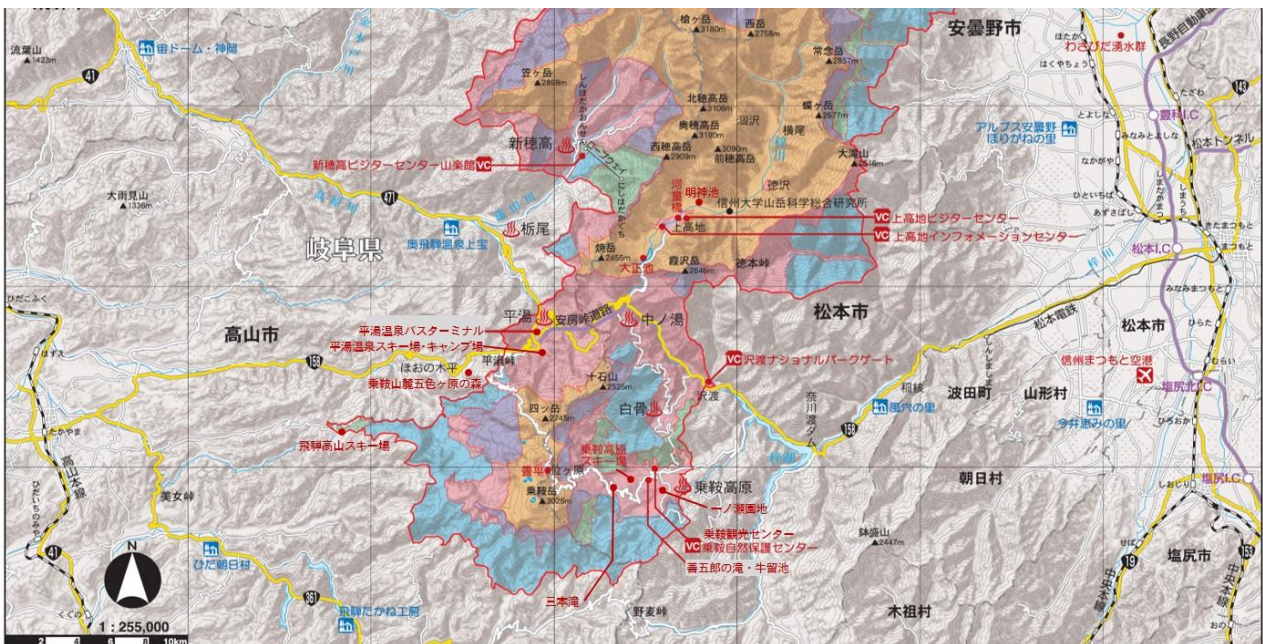
2 外国人利用促進における課題

本地域はすでに多くの外国人の入込みがあり、Webサイトや看板の多言語化など、基本的な受入環境も整っている。しかし都市圏からのアクセスの優位性と、東西に高山市と松本市という外国人誘客力が強い都市があることを勘案すると、そのポテンシャルを十分に活かしているとはいえない。具体的には次のような機会損失が生じている。

- 両市を訪れる外国人旅行者の多くが、本地域を国立公園と認識しないまま通過している
- 公園内に滞在する外国人旅行者の多くは、上高地などの一点観光に留まっている
- バス・電車等の二次交通が煩雑なため周遊しにくい
- 滞在して自然を楽しめるコンテンツの選択肢が少ない

以上の点から、外国人旅行者の通過者数の割に立ち寄り地点数や滞在時間が伸び悩んでおり、国立公園内の自然に触れる機会にも乏しいのが現状である。こうした状況を鑑みると、本地域では利用者呼び込む「量的な拡大」に加え、時間をかけて自然の価値を深く体験する環境を整えることによる「質的な拡大」を図ることが課題といえる。

<中部山岳国立公園南部地域のアクセスマップ>



3 実施内容

先の課題を踏まえて本事業は、外国人個人旅行者をターゲットとし、彼らが自然に触れながら周遊・滞在できる環境を整えることを目的として実施する。このために実施する具体的な事業として、以下の3つを行う。

(1) 周遊交通チケットの開発販売支援

二次交通の課題解消のため、地域内のバスや電車が定額で乗り放題となる周遊交通チケットを外国人旅行者へ効果的に販売できるよう、商品開発や販売環境の最適化を行う。

(2) 自然体験メニューの利用環境整備

公園内各所で個別に提供されているトレッキングやネイチャーガイド等の体験メニュー情報を集約し、外国人旅行者向けサービスを充実させることで、公園内レジャーの選択肢を増やす。

(3) プロモーションの展開

(1) (2)に関する情報を集約し、本地域での長期滞在を促すプロモーションを展開する。このためWebサイトやリーフレット等のツールを製作し、これを運用更新する仕組みをつくる。

4 実施にあたっての考え方

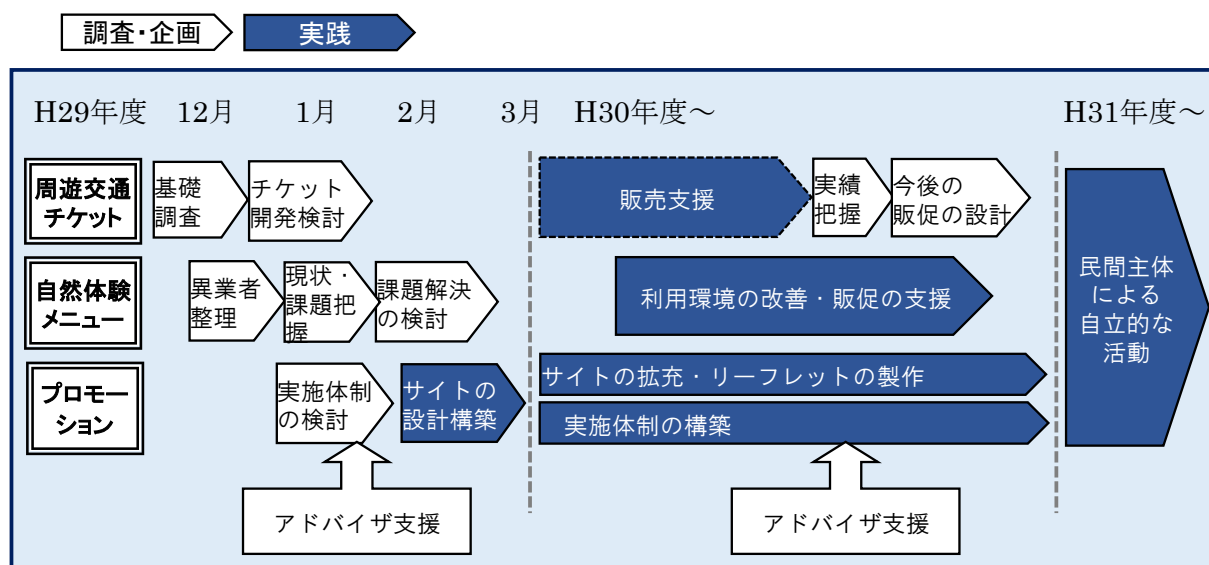
本事業で取り組む二次交通の改善やプロモーション等の事業は、単発事業では成果につながりにくい。従って本事業終了後も、地域全体で連携し、継続した取組としてマネジメントしていくことが求められる。

しかし多くの国立公園と同様に、本地域も複数の行政区にまたがる広域エリアであり、事業を継続的にマネジメントできる体制があるわけではない。「日本版DMO」でも提唱されているように、こうした広域エリアの観光事業の継続性を担保するには、地域内の多様な主体の合意を形成しながら事業をマネジメントできる体制が必要となる。

そこで本事業は、2ヵ年度における短期的成果の獲得に加えて、地域主体が広域観光事業を自立的に行える体制づくりを通じて、事業終了後の継続性の担保も目指す。

5 実施プロセスとスケジュール

平成29年度は調査・企画を中心に、平成30年度はその結果を踏まえた実践を中心として、3つの事業を並行して進める。



第1章 周遊交通チケットの開発販売支援

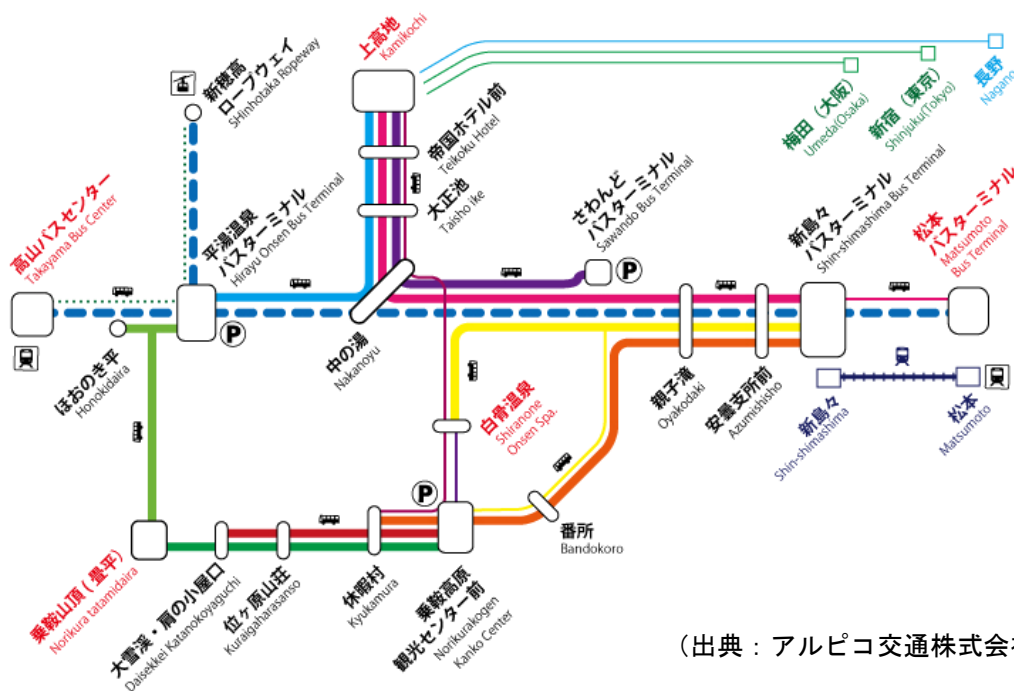
1 目的

本地域内には電車・バスの様々な路線が運行されており、公共交通で周遊する際は運賃支払いや乗り継ぎが煩雑になる（下図参照）。さらに本地域内では、外国人旅行者の多くが利用する定額交通チケット「ジャパン・レール・パス」（いわゆるJRパス）が使えないこともあり、外国人旅行者にとって特に二次交通上の不便さを感じやすい。

この課題解消に資すると考えられるのが、本地域で様々な種類で販売されている、定額乗り放題の「周遊交通チケット」である。正確な数字は把握できていないものの、購入者の多くは外国人旅行者であり、上高地の公式英語F a c e b o o kに周遊交通チケットについての問い合わせが寄せられるなど、高い訴求力があるとみられる。しかし現状では十分な情報案内ができておらず、チケットの存在を知らずに訪問する外国人旅行者も多いのが実情である。

そこで本事業では、交通事業者と連携しながら外国人旅行者に向けた効果的な「周遊交通チケット」の開発・宣伝・販売方法を模索し改善する。このことでチケット利用を促進し、二次交通環境の改善を図る。

<参考：本エリアの交通網概況>



(出典：アルピコ交通株式会社 HP より)

2 平成 29 年度の実施プロセス

既存の「周遊交通チケット」には種類が多く、想定するターゲットの動向やニーズに応じてどのようなチケットの販売や開発に力を入れるべきかを検討する必要がある。また利用促進のためには、現状の情報案内や販売のあり方を顧客目線で評価し、改善を図る必要がある。

このため平成 29 年度では、まず本地域内での移動に関する外国人旅行者の動向やニーズを把握する基礎調査を実施した。次にそれを踏まえて交通事業者と共に検討の場を持ち、次年度よりどのようなチケットを開発販売するかの方向性を検討した。

<平成 29 年度の実施プロセス>

- (1) 基礎調査
- (2) 交通事業者との開発販売の検討

3 実施内容の詳細

(1) 基礎調査

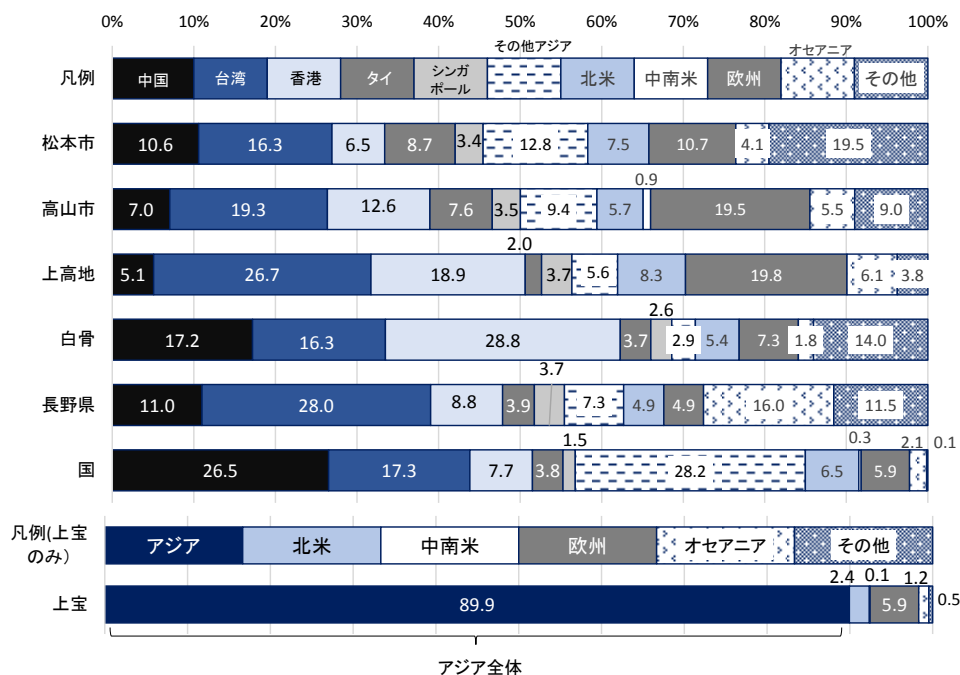
外国人旅行者の移動や周遊に関する既存統計や調査結果、交通周遊チケットの事例等を整理し、検討にあたっての基礎的なデータを取りまとめた。

①外国人旅行者に関する統計データ

■外国人旅行者の国籍別割合

全体的な割合としてはアジア圏からの利用者が多く、上宝地域では約 9 割を占めている。一方で松本市、高山市、上高地の数値は全国平均に比べてアジアより欧米豪の旅行者が多い。

<本エリアを訪問する外国人旅行者の国籍別割合（平成 28 年）>



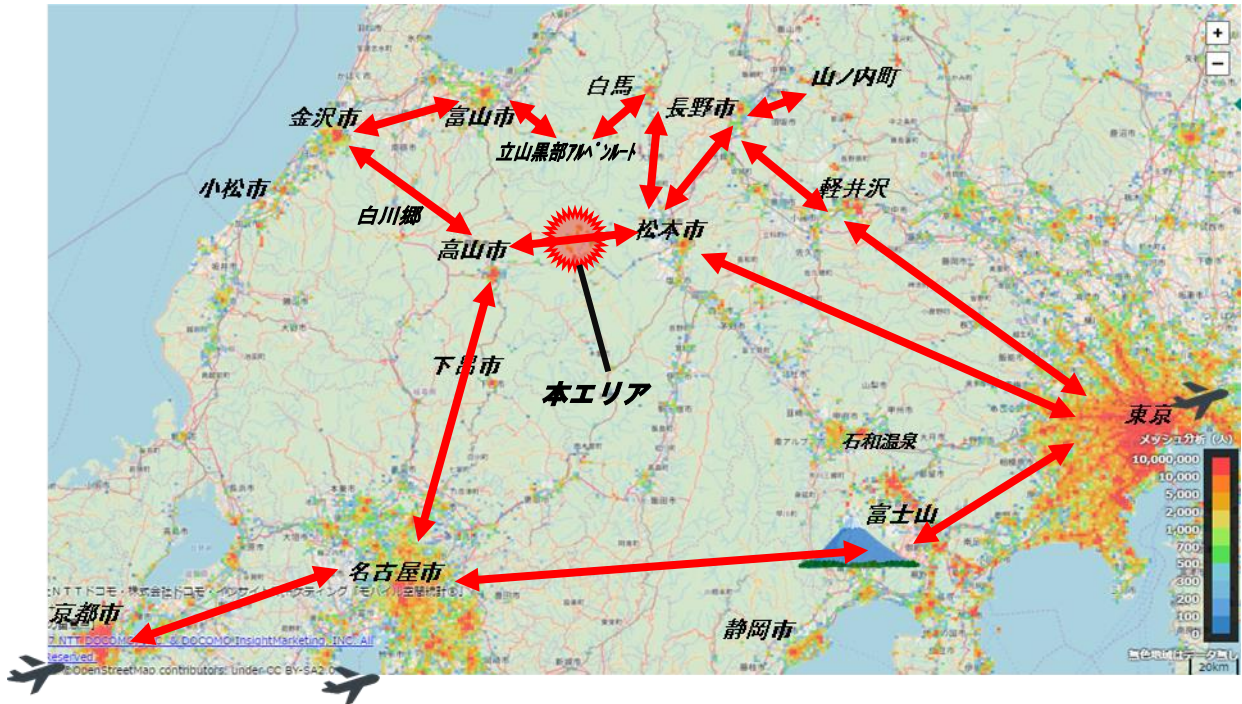
出典：松本市宿泊者統計、高山市「観光統計」、長野県「外国人延宿泊者数調査」、JNTO

(「中南米」の選択肢は高山市、上宝地域、国のみ。上宝地域はエリアより詳細の国籍別データがないため参考値)

■外国人旅行者の周辺での滞在・周遊状況

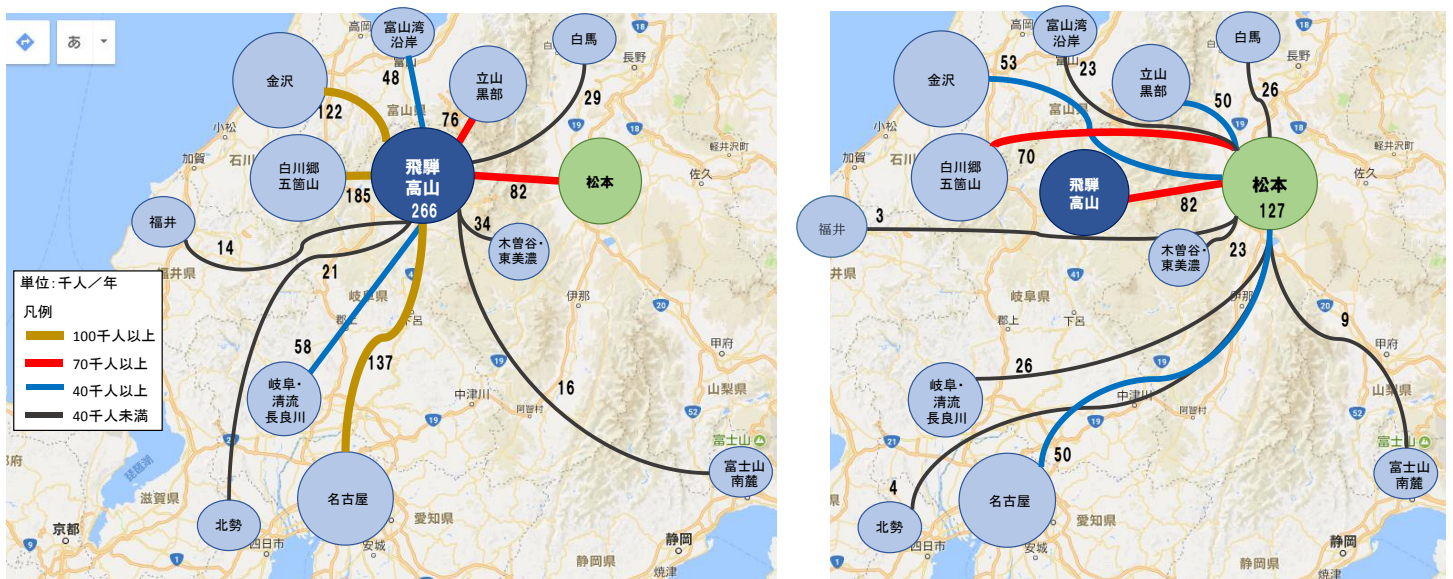
東京、名古屋、京都の大都市圏に加えて、近隣では金沢、白川郷、富山（立山黒部アルペンルート）、白馬、長野などでの滞在がみられる。本地域の両端にあたる松本市、高山市にも滞在が集中しており、こうした拠点間の移動の中で、外国人旅行者が本地域やその周辺を通過していると考えられる。

<周辺での外国人滞在状況と推測される移動経路>



出典：内閣府「RESAS」（外国人滞在分析）のヒートマップ上に、推測される移動経路を矢印で加えた

<中部圏域における拠点間の外国人流動量>

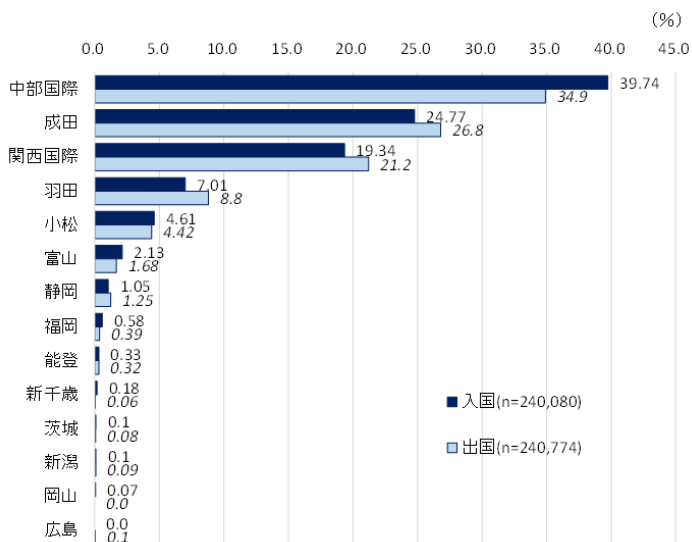


出典：中部運輸局提供「広域拠点区間外国人流動量」（平成27年、全国籍・全出国港）

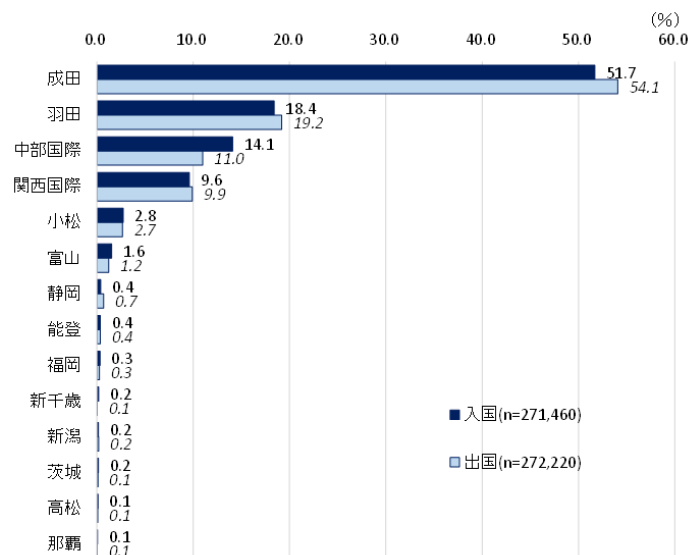
■岐阜県、長野県来訪者の入出国空港

岐阜県は、中部国際空港利用者が入出国ともに多く、35～40%程度。長野県は、成田空港利用者が多く、半数以上となっている。

＜岐阜県来訪外国人旅行者の入出国空港＞



＜長野県来訪外国人旅行者の入出国空港＞

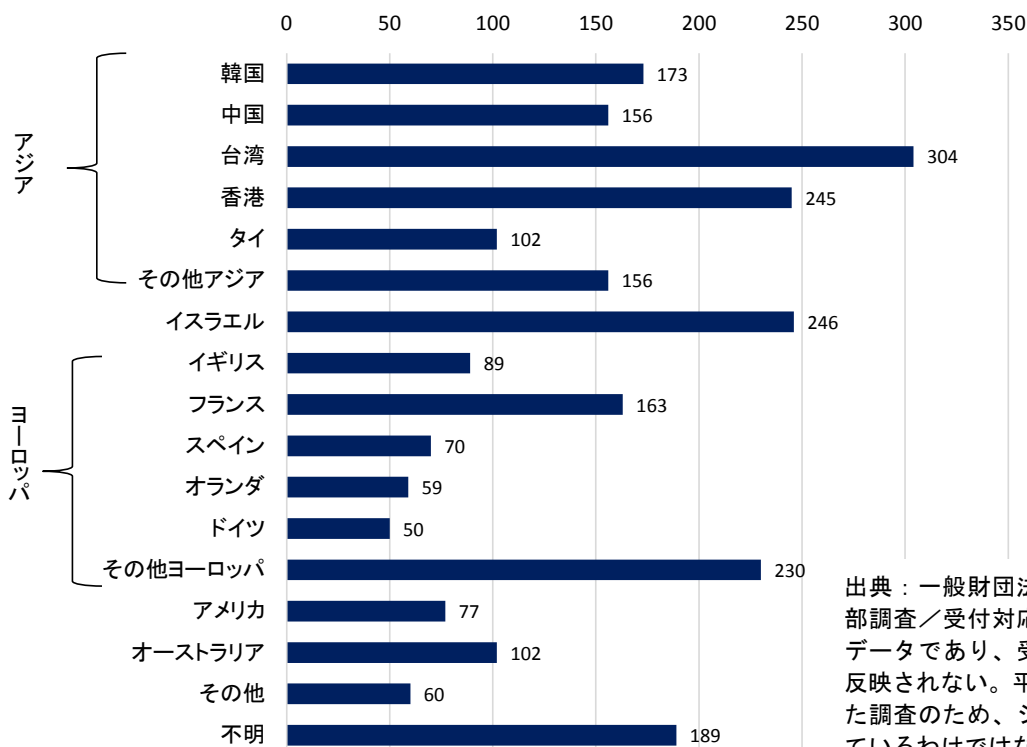


出典：内閣府「RESAS」（外国人入出国空港分析）平成 27 年 1 月～6 月

■上高地インフォメーションセンターの外国人利用者数

国籍別では台湾が最多で 304 人、次いでイスラエル 246 人、香港 245 人となっている。

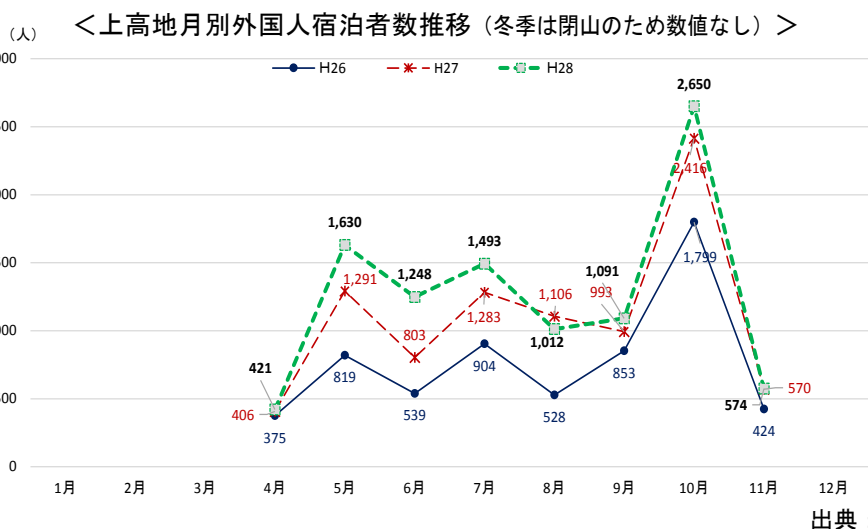
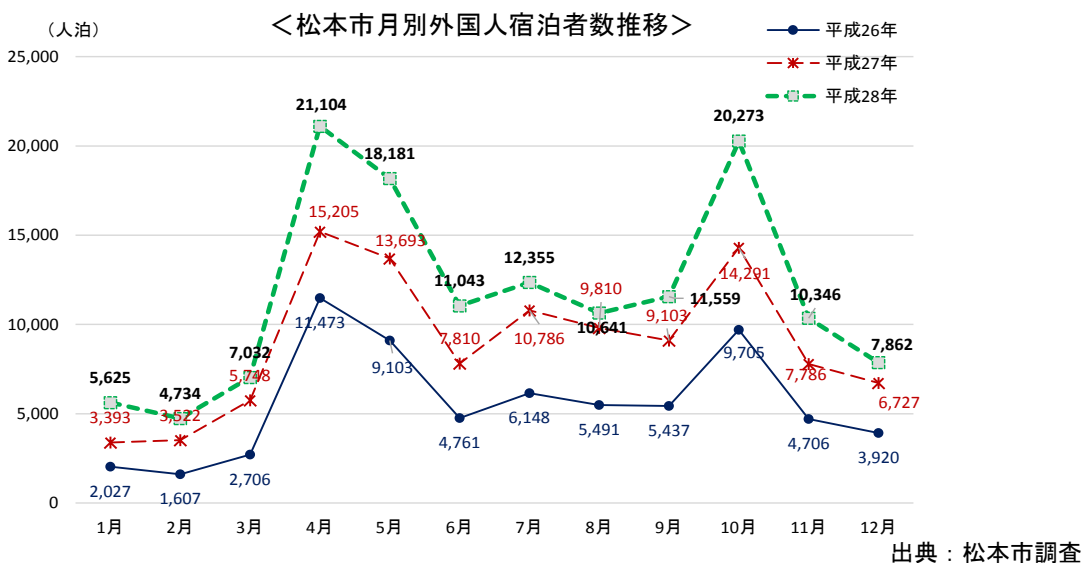
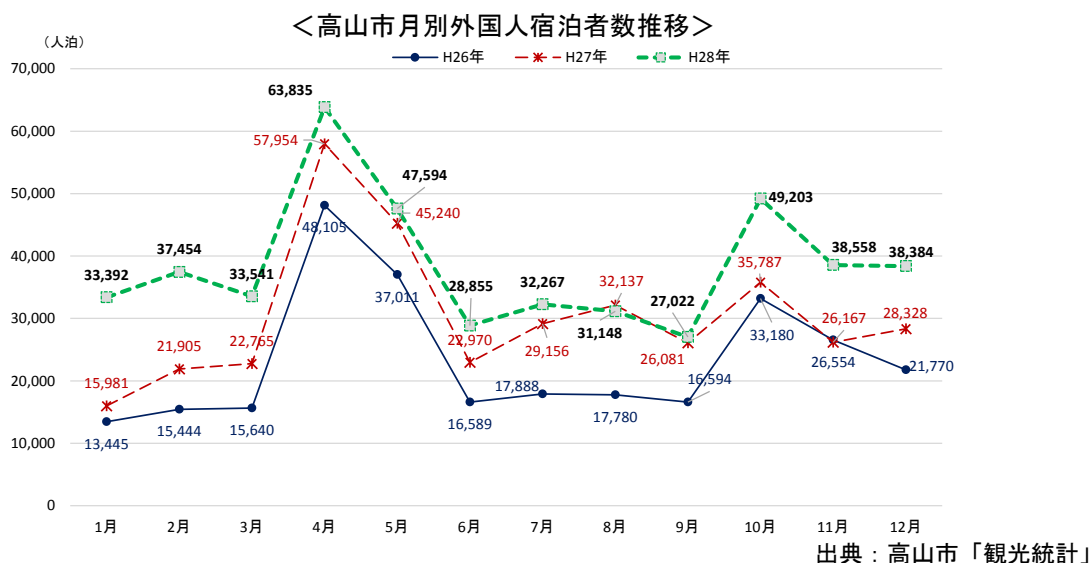
＜上高地インフォメーションセンター利用者の国籍割合（平成 29 年 10 月～11 月）＞
(人)



出典：一般財団法人自然公園財団上高地支部調査／受付対応した外国人旅行者の国籍データであり、受付利用がなければ数値に反映されない。平成 29 年 10 月から開始した調査のため、シーズン全体の傾向を示しているわけではないことに留意が必要。

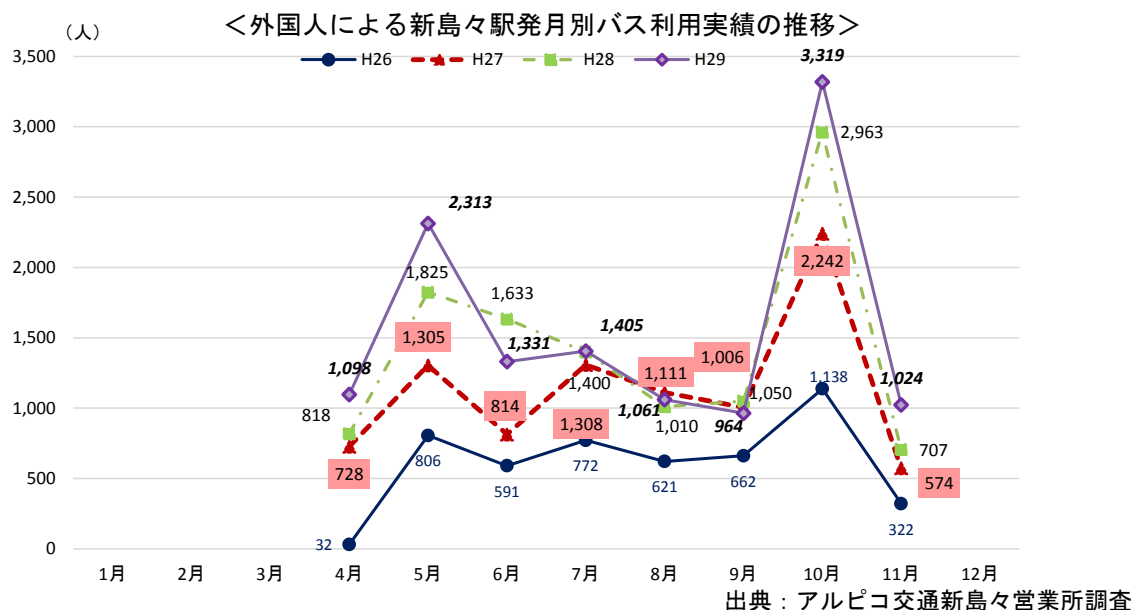
■外国人宿泊者数の季節変動

春（４～５月）と秋（１０月）がピークとなっている。桜や高山祭り、紅葉などのコンテンツなどが評価されていると考えられる。高山市は冬季期間も着実に客数が増加している。



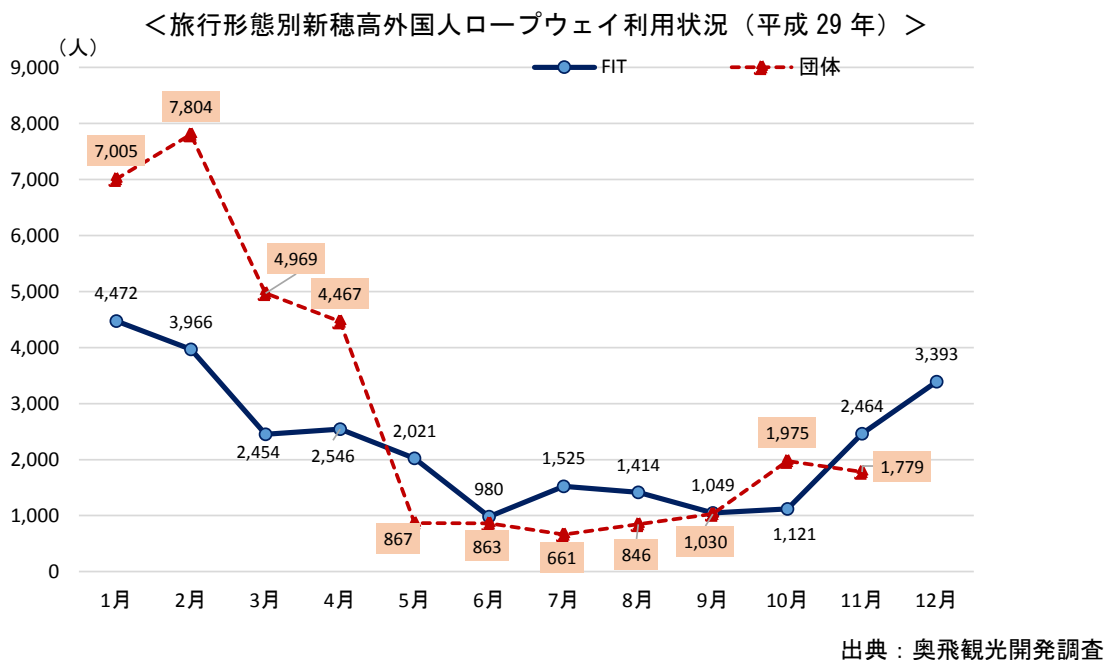
■新島々駅発バスの外国人利用者数

5月、10月がピークで、上高地の宿泊者数と同じ傾向となっている。



■新穂高ロープウェイの外国人利用者数

FIT、団体客ともに1～2月の冬季がピークであり、5月～9月は利用が落ち込んでいる。



②上高地を訪問した外国人旅行者アンケート調査

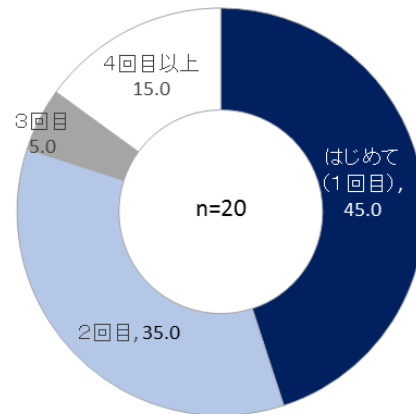
中部山岳国立公園南部地域利用推進協議会が平成 29 年 11～12 月に実施した、上高地を訪問した外国人旅行者 20 名へのアンケート調査データから、交通に関連する部分を抽出する。

■回答者の属性

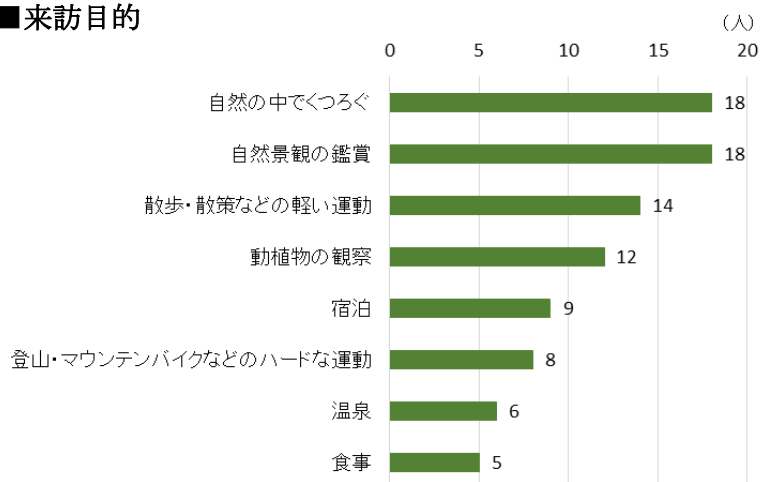
・居住地

エリア	居住地	人数
欧米豪	アメリカ	3
	イギリス	3
	オーストラリア	3
	ドイツ	2
	カナダ	1
アジア	台湾	2
	フィリピン	2
	タイ	1
	マレーシア	1
	シンガポール	1
アフリカ	南アフリカ	1
合計		20

・日本旅行の回数

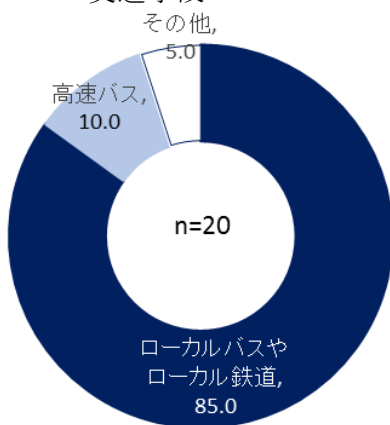


■来訪目的

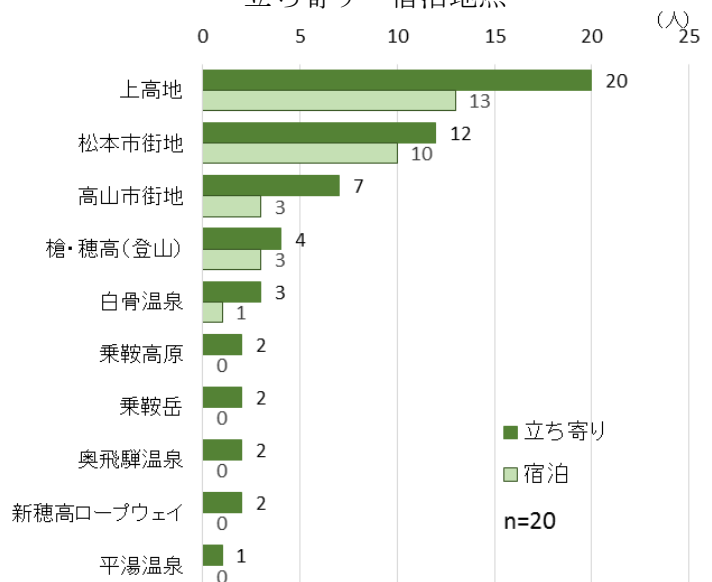


■来訪時の動向

・交通手段



・立ち寄り・宿泊地点



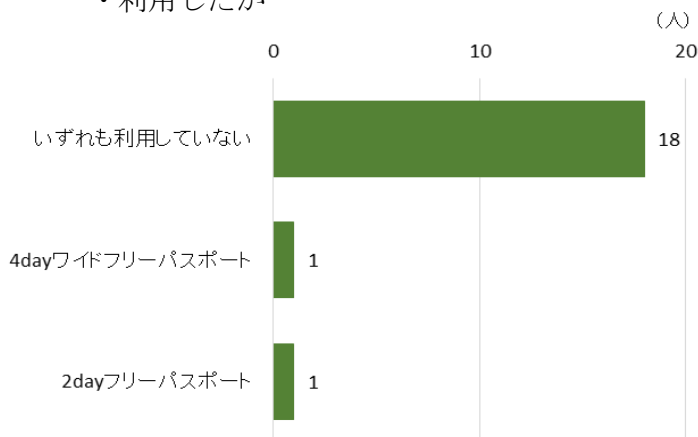
■交通に関する意見

自由記述に示された意見として、交通に関して次のような傾向が見られた。

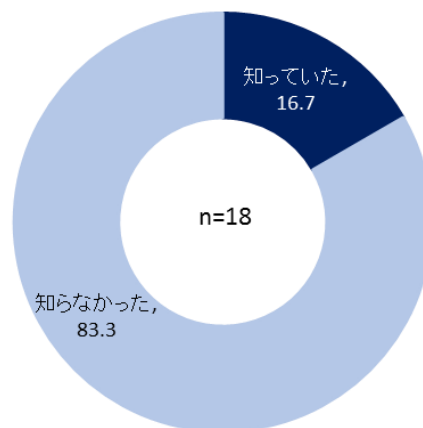
- ・ 事前情報、現地での情報の双方において、エリア内の交通情報が不足している。あっても分かりにくい。
- ・ 周遊交通チケットについて、チケット情報そのものが乏しい。またそのチケットでどの観光地を回れるかといった利用案内情報が不足している。

■周遊交通チケットの利用状況

・ 利用したか



・ 知っていたか



利用者は20人中2人(10%)であった。利用者の1人は19歳ドイツ人女性で、訪日は2回目、松本のゲストハウスに長期滞在しており、いわゆるバックパッカー層とみられる。もう1人は46歳のフィリピン人女性で、訪日は3回目、松本市街地・高山市街地に加えて上高地と乗鞍高原を周遊している。自由記述で「周遊できる地点が少なかったためうまく使わないと得にならないのが残念」とあり、チケットを十分活用できなかった可能性がある。

また利用しなかった18人にチケットの存在は知っていたか聞いたところ、知っていたのは3人(16.7%)であった。

■旅行動向のタイプ

本調査の回答者は、旅行動向から大きく以下のタイプに整理できる。

A 上高地観光を目的とした日帰り・通過型旅行者 (アジア圏に多い)

B キャンプ場や山小屋を利用して複数泊する登山者 (欧米圏に多い)

C 松本・高山を拠点とした比較的長期の滞在者 (バックパッカー層/欧米アジア双方)

回答から推測すると、交通周遊チケットはAおよびBのタイプにとっては必要性が薄く、Cのタイプは松本市・高山市の市街地周遊のために使うことが多いと考えられる。

本調査の回答者は、60%が松本市街地に、35%が高山市街地に立ち寄っているが、それ以外への立ち寄り少なく、地域内周遊の動きはあまり見られなかった。周遊交通チケットの販売ターゲットを、A～Cの既存タイプから選ぶのか、現状では少ないとみられる周遊タイプ市場の開拓を狙うのか、検討を要する。

③外国人向けに販売されている周遊交通チケットの事例

広域エリアに対応するものとして、2つの事例を取り上げる。

A) SUNQパス

- 運営主体：九州各県の交通事業者（主にバス事業者）による
連合組織、平成29年3月時点で49社
- 沿革：平成17年3月より7ヶ月限定で試験販売。翌18
年10月より本格運用スタート。平成21年2月
より旅行代理店での取り扱いを全国拡大。



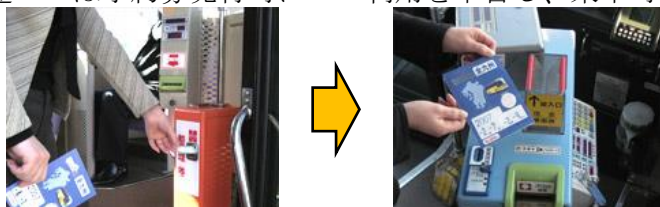
サービス概要

■交通サービス

- ・九州および山口県下関市周辺の高速バス、路線バスのほぼ全線と一部の船舶が乗り放題となる（約2,400路線が利用可能）。
- ・乗車可能バスのフロントと乗車口横には「SUNQパスステッカー」をバス添付。



- ・乗車時に整理券をとる→降車時にパスを乗務員に見せ、整理券を運賃箱へ入れる
※高速バスは予約券発行時にパス利用を申告し、乗車時に「予約券」とパスを提示



■連動商品

- ・グルメ、ショッピング、レジャー、宿泊の「特典」
（ワンドリンク無料、10%オフ等。全九州で用意され、福岡県だけで37の特典あり）

■料金

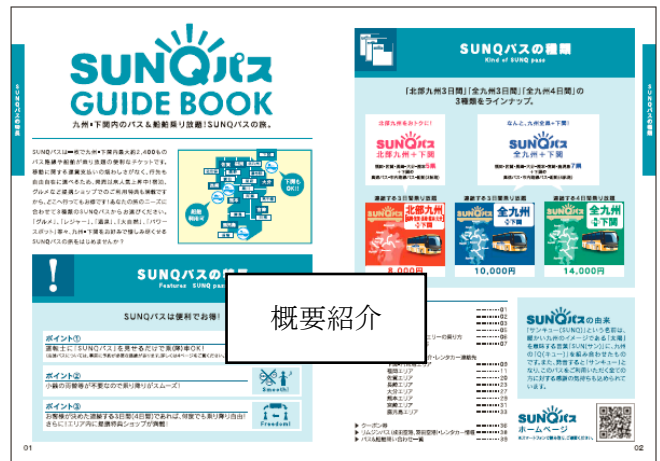
- ・全九州4日間……14,000円
- ・全九州3日間……10,000円
- ・北部九州3日間……8,000円

販売方法

- ・空港、バスターミナルやバス窓口、旅行代理店、コンビニ、ネットで購入可能。
※代理店・コンビニでは引換券を発行、ネット購入の場合は配送（540円）
- ・海外の旅行代理店とも連携し、旅行者の発地での販売も行っている。

宣伝方法

- ・ 公式HPを開設 (日、英、中、韓)
 - > TOPページ: キャンペーン情報、パス概要ページへのリンク、ニュース欄など
 - > パス概要ページ
 - > パス利用方法ページ: 使い方、期間、購入方法等
 - > 利用可能路線ページ
 - > 特典ページ
 - > 体験ルポ
- ・ 約40ページの専用ガイドブックを無料配布 (日、英、中、韓)
 - > サービス内容の概要、使い方
 - > 観光情報 (チケットを使ってどう観光を楽しむのかの案内)
 - > 特典情報 (何がお得なのかの案内)



・周遊モデルプランの紹介が充実している。

＞パスを使った長期旅行の「体験ルポ」を複数公開

＞パスだからできるユニークな旅のコースを全国公募し、優秀 30 作品を紹介
(優秀作品賞として「九州の名産品 (5,000 円相当)」を送付)

子連れてGO!GO!
初めてのバス旅行、初めての2泊3日。

子どもが喜ぶバスの旅へ
バス、電車、飛行機など、大きな乗り物が大好きな2人の息子。今度の家族旅行は車じゃなくて、子どもが喜ぶ乗り物に乗ってみたいなあ…

本当にイケルのか?
九州の東西南北、3日で完全制覇の旅。

生粋の“九州男児”が挑戦
福岡で生まれ育って20余年。世界の広さを体感し、見聞を広め、ひと回り成長したいと常々思っていた僕。しかしながら、現実的にはそんな休みもお金もなく、気持ちをくすぶらせていた。そんな折…

夫婦ふたり、
ゆったりめぐる観光名所。

たまには“夫婦二人きり”で
これまでは旅行するなんてことがなかった私たち夫婦ですが、「バスに乗って楽ちんに旅行したい」という夫に誘われて、佐賀、長崎、熊本、大分、福岡をぐるりとめぐる旅に…

大好きな母へ感謝の気持ちを込めて—
娘プロデュース、美食と癒しの南九州めぐり

母が退職。やっと自由になったから…
22年勤めていた会社を、母は昨年未だ退職した。正社員ではない、パートの事務員だ。今働いている私にとって、育児や家事をこなしながら連5日自転車通勤で通った母は…

ゆっくり、ゆったり、のんびり
23本のバスを乗り継ぐ、北部九州B級グルメの旅。

日々の疲れを癒すため…
毎日残業当たり前。休日出勤に代休無し。有給? なんですが、それは、そんな働き盛り30代半ばの男が、奇蹟的に休暇を手に入れた。となれば、旅だ。旅に出るぞ。とはいえ、予定がぎっしりの旅なんてまっぴらごめん。気ままな旅をするのだ。どうせなら、高遠なんて一切使わず路線バスで行こう。そして、地元の名産グルメを思う存分満喫するのだ。

※この記事の内容や金額などは2007年7月時点のものです。

1日目 まずは、パーカー

07:30 熊本交通センター乗車 (西鉄高速バス/ひのくに号)
ということで始まった路線バスの旅です。が、いきなり高速バスに乗ります(笑)。路線バスだけを使うのは、佐世保から福岡まで。その前後の熊本～佐世保、福岡～熊本は高速バスを使用することにします。せっかくなのでSUNQバスですから…

09:01 高遠郡山下車
さて、乗り換えます。熊本～佐世保間にも、もちろん普通線はあります。でも、7時10分発だといつもより朝早く起きなきゃいけないので、バス、9時10分発だと佐世保に着いたらもうお昼。その中間はないのですかと探していたら、高速バス予約センターの方が教えてくれました。「高遠郡山で、乗り換えることができますよ」と。つまり、熊本発福岡行きのバスで郡山まで行って、福岡発佐世保行きに乗り換えれば、つてことらしい。「福岡発のほうの方が便数が多いので、上手にご利用いただければ便利です」と、

結構大きい。なので郡山で乗り換えてみることに

優秀賞作品はこちら!

- Let's go Campus!
- 大自然を体験! 山めぐりの旅
- 家族も友達も楽しむトライアングルテーマパーク
- 自然と温泉と中国の(金魚・金鐘)を求めて!!
- グルメも観光も満喫したい!!
- カップルと友達と温泉おしゃべり旅
- 新緑が美しい今、学生気分をひとり旅
- 温泉でほっこり♪ 子は体験三銃弾!
- 歴史とグルメの3日間
- 日帰りマイたび〜8,000円で3日間満喫しよう〜
- 宿泊費0円!九州名産観光名所満喫マイたび
- 九州の景色・風景・観光・車内では買えない・郵便局で記念貯金
- よくばりマイたび
- 自分の好きな様に、決まった車もなくエコな旅
- 賞代節約!2大都市でよくばり満喫!!
- 岩山まわるか?
- バスで巡る鐘馬の旅
- 九州の温泉にふやけるほご入ってみよう
- 南九州 桜スポットめぐりの旅
- 桜と城と人馬観光
- 九州の当地グルメを食べつくしたい
- 温泉大好き! 動物大好き!
- 九州温泉天国とグルメ三銃
- 九州全車で当地グルメ三銃 食べ歩きの旅
- 鐘馬を訪ねてバスで行く
- 子ども to あそぼ!!
- SUNQバスの新トクテン施設をまわる旅
- 九州縦断・横断バス旅
- どうぶつマイたび
- 早瀬早起き 九州・下関 鐘馬の旅

詳細な体験ルポを
ブログ風に紹介

顧客から公募した
モデルコースを紹介

期間限定の特別キャン
ペーンも実施

SUNQバス
熊本・大分
に行こう!
キャンペーン
2017

2017年 4/28(金)～8/31(木)

期間中にSUNQバスで指定の場所を踏め、スタンプを3つ集めて応募しよう!
抽選で豪華賞品プレゼント!

SUNQバスは、九州県内および山口県下関市・宇布岐町を走るバス。および一部路線(1区)の経営を統一した新体制が、【SUNQ】とあるフリーバスチケットです。

選べる3種類!

- 山みず水別荘 湯山荘 1泊2日 ベア宿泊券 1泊2名様
- リソール 横瀬 GAHAMA terrace 1泊2日 ベア宿泊券 1泊2名様

B) 富士山西麓物語パスポート

- 運営主体：富士山西麓地域観光連絡会議（静岡県富士宮市、山梨県河口湖町が主体となって地元バス事業者と実施）
- 沿革：平成 28 年 11 月より販売開始。

サービス概要

■交通サービス

- ・富士山の西側を走る、富士急静岡バス、富士急山梨バスの 7 路線が 2 日間乗り放題となる。

■連動商品

- ・観光施設、ショッピング等の割引、プレゼント等
（エリア内で約 40 施設が参画）

■料金

- ・2,500 円（小人 1,250 円）

販売方法

- ・現地販売のみ（新富士駅、富士宮駅、河口湖駅、富士山駅）

※月間売上は平均 180 枚（ハイシーズンは 300 枚以上、直近 11 ヶ月で累計 1,995 枚）

※購入者の 46%が外国人旅行者（アジア系 F I T が多い）

宣伝方法

- ・エージェントセールス（関東圏・関西圏）※外国人向け商品を扱う旅行者も含む
- ・広告展開（日本旅行赤い風船、近畿日本ツーリストなど）
- ・海外営業（行政のセールス活動でチラシ、パンフレット等を配布）

・チラシ、ポスターの広域展開

（東京 23 区をはじめ、国際空港、横浜、川越、日光、浜松、京都、岐阜、各サービスエリアなど想定される個人旅行者の移動ルート上で広範囲に展開している）

・パンフレットによるエリア内宣伝

観光案内所、特典参画施設、駅などでパンフレットを展開

・公式 HP を開設（日、英） ※近くタイ語対応の予定

>パスポートの概要紹介

>富士山西麓エリアのプロモーション

（水、森、信仰、古道、開拓の 5 テーマによる「物語」の紹介）

>観光施設紹介

>自然体験メニュー紹介（アクティビティ）

>交通アクセス情報（バスの路線、時刻表など）



富士山 西麓物語

どこまでも、どこまで行っても、眼前に富士山！
22マイルつづく“ウエストロード”

富士山の西麓には、その雄大な雄姿を堪能するストレートロードが伸びている。その道のりすべてが、天地にあふれんばかりの富士山が目の前に迫る特等席だ。

その距離、およそ35km。静岡県富士市にある「富士山本宮浅間大社」を起点に、山梨県富士河口湖町の「本宮」(精進)の間道を目指し、標高700~1,000mに横たわる広大な高原エリアを越えてゆく。そんな西麓の魅力は、まずなんといっても、麓で圧倒的スケールを誇る景観系。そして望める富士山が、おもいきり自由にワイルドに、遊びや冒険をさせてくれるのも西麓なのだ。

歴史に響く遺跡は、刻々と表情を変え、さらに道から一歩足を踏み入れれば、神秘的な霊場や、富士山の生命力が豊つく水や森の世界も抱く。西麓の魅力はまだまた手つかず。発見と驚きに満ちた富士山のストーリーは、どこまでも、どこまで広がる。

アクティブ情報

西麓は、富士山の大自然を舞台にしたアウトドアのメッカ。空へ、海へ、高原へもっと自由に、アクティブに！

キャンプ

本館前や田舎湖の水辺のキャンプ場。広大な自然のフリーサイト、森のオートキャンプ場など魅力的なサイトが自由申し。設備が充実し自然も満喫しやすい西麓はキャンプデビューにもってこい。美しい星空の下で寝る。朝日に輝く雄鳥の富士山を眺めよう。

パラグライダー

朝霞といえど、世界遺産の富士山を一層しなやかに空に飛ばせるパラグライダーの醍醐味。初心者でも体験フライトやインストラクターとのタンデム飛行で空へのフライトである。全身を風を頼り、パラグライダーだけが舞うことのできる感動の富士山を満喫しよう。

レイクダイビング

フィッシング

信仰の物語

千年の時をさかのぼり、
信仰の道、巡礼の道

富士山本宮浅間大社 B-6

富士山を信仰する全国の浅間神社1,300社の総本宮。富士山の噴火を鎮めるため浅間大神(木花之佐久夜郎命)を祀ったのが起源。

荒ぶる火の神、母なる水の神として、遠く仰ぎ見た太古から、富士山はずっとわたしたち日本人にとって、畏怖し、敬い、感謝を捧げる聖峰だった。麓の湖も湧水も、溶岩洞穴も、登山道も、すべてが富士山の聖地。時代の流れとともに、祈りのカタチを変遷させながら、山頂から広大な裾野まで、壮大にして深淵な富士山の信仰宇宙が築かれてきた。そして、富士山が世界遺産になった今、雄大な富士が隣近にせまる西麓の道が、巡礼の道としてよみがえって見えてきた。

山梨県 富士山 静岡県

【お問い合わせ先】
富士急静岡バス株式会社 0544-26-8151
富士急山梨バス株式会社 0555-72-6877

バス路線・時刻表はこちら

運行情報のコース・時刻は変更する場合がありますので、ホームページ等で内容をご確認ください。

< 2事例に共通する傾向 >

- ・まずは顧客に「周遊したい」という動機づけ（旅行の目的設定）を行っている。具体的には「ストーリーの紹介」「周遊モデルプランの提案」などである。
- ・そのうえで、チケットの利便性や、特典によるお得さをアピールして購入の後押しを図っている。

(2) 交通事業者との開発販売の検討

基礎的データを踏まえて、中部山岳国立公園南部地域において、今後外国人旅行者向けにどのような周遊交通チケットを提供するかについて、下記のとおり関係主体による検討の場を持った。

第1回検討

- 日 程：平成 29 年 12 月 1 日 10：00～12：00
- 場 所：環境省松本自然環境事務所
- 出 席：環境省（松本自然環境事務所、上高地自然保護官事務所、平湯自然保護官事務所）、松本市（商工観光部山岳観光課）、濃飛乗合自動車株式会社、アルピコ交通株式会社、特定非営利活動法人 S C O P

第2回検討（中部山岳国立公園南部地域周遊・滞在型利用推進方策研究会として）

- 日 程：平成 30 年 1 月 15 日 10：30～12：00
- 場 所：高山市役所 地下1階大会議室
- 出 席：環境省（松本自然環境事務所、上高地自然保護官事務所、平湯自然保護官事務所）、岐阜県（飛騨県事務所振興防災課観光係）、高山市（商工観光部観光課、環境政策部環境政策推進課）、松本市（商工観光部山岳観光課）、濃飛乗合自動車株式会社、松本市アルプス観光協会、平湯温泉観光協会、飛騨乗鞍観光協会、特定非営利活動法人 S C O P

以上の検討を経て、今後本地域の周遊交通チケットを外国人旅行者向けに提供するにあたっての地域としての基本的な考え方を定めた。事務局によって情報を整理・追加した最終的な考え方を下記に示す。

- ターゲット：「日本の自然に関心のある外国人個人旅行者」

> 下記3つのタイプを想定する

タイプ	特徴	提供にあたってのポイント
アクティブタイプ	北アルプス登山を目的に訪問する。槍・穂高を中心に、山小屋やキャンプ場を利用して滞在する。	<ul style="list-style-type: none"> ・登山の前後で、上高地、乗鞍高原、奥飛騨温泉郷などにも立ち寄ることを提案する。 ・登山中には交通機関を使わないため、既存チケットの利便性は悪い。今後1日単位で使用できる回数券制などの開発を検討する。
バックパッカータイプ	高山・松本の両市街地や、本地域内のゲストハウス等に滞在する。日本滞在時間は比較的長い。	<ul style="list-style-type: none"> ・高山・松本へ立ち寄るだけでなく、国立公園内にも宿泊してもらい、ここならではの自然体験を提案する。国立公園内でどのような楽しみ方ができるかを伝えることが重要。
リゾートタイプ	上高地等に連泊してゆっくり自然や地域との触れ合いを楽しむ。	<ul style="list-style-type: none"> ・上高地の一点観光ではなく、そこから乗鞍や奥飛騨温泉郷などへ足を伸ばしてのさらなる楽しみ方を提案する。

■名称：本地域の交通周遊チケットの英語の総称（タイトル）※を新たに定めたいので、既存のチケットをこの新名称で統一して販売する。

※「アルプス・ナショナルパーク・パス」等、国立公園であることが伝わる名称を検討する。具体的名称は英語ネイティブの意見も踏まえて定める。

■種類：ひとまず既存の周遊交通チケットのうち、利用範囲・期間から外国人個人旅行者ニーズに最も適したものと考えられる「4day ワイドフリーパスポート」を、本地域の主力チケットとして大々的に宣伝していく。

なお他の種類のチケットも共通タイトルのもとに宣伝・販売していく。

<4day パスポートの概要>

- ・利用機関：4日間（地域内の交通機関が乗り放題となる）
- ・年間販売数：1,500～2,000枚程度（約8割が外国人旅行者による購入とみられる）

エリア内のバスが4日間乗り放題！

信州飛騨

アルプス

WIDE Free Passport

ワイド

フリーパスポート

ALPICO GROUP × 濃飛バス

信州飛騨アルプスワイドフリーパスポート

大人	10,290円	(12~3月 8,800円)
こども	5,150円	(12~3月 4,400円)

〈新穂高ロープウェイ往復乗車券付〉

大人	12,000円	(12~3月 9,800円)
こども	6,000円	(12~3月 4,900円)

長野県発売窓口

- 松本バスターミナル
- 新島々駅
- 上高地バスターミナル
- 乗鞍高原観光センターきつぷり遊り場（7/1～乗鞍登山バス終了まで営業）

電車・路線バスに関するお問い合わせ
 新島々営業所（6:00～19:00）
 TEL. 0263-92-2511

ALPICO GROUP
 アルピコ交通株式会社

岐阜県発売窓口

- 高山濃飛バスセンター
- 下呂バスセンター
- 白川郷バスターミナル
- 平塚バスターミナル
- 古川トラベルサロン

路線バスに関するお問い合わせ
 高山バスセンター（9:00～18:00）
 TEL. 0577-32-1688

濃飛バス
 濃飛乗合自動車株式会社

ご案内

- 本乗車券はフリー区間路線図に記載のある区間のバス・電車に乗り込むことができます。
- 本乗車券の適用期間は、使用開始から4日間で、適用開始後の払い戻しは致しません。
- 季節運行の路線もございますのでご利用の際は予め運行日をお確かめください。
- ご乗車の際は乗務員・係員にはっきりと適用期間の書いてある券をお示し下さい。
- 本乗車券以外に乗車整理券など必要な設備もありますので、事前にお確かめ下さい。
- 路線詳細についてはお問い合わせください。
- 頂線から直接アルピコ交通（松本電鉄）上高地線電車にお乗り換えの場合、終点新島々駅乗降口にて、松本～新島々線の運賃を含めてご精算致します。
- 高山～白川郷間の予約制の便はご利用いただけません。
- 平塚温泉～新穂高ロープウェイ間の高山地方鉄道便はご利用いただけません。



■販売元：濃飛乗合自動車株式会社、アルピコ交通株式会社

■宣伝にあたっての考え方：

チケット単体ではなく、下記と並行したプロモーションを行い、本地域が滞在・周遊するに値する楽しみ方のできる観光エリアであることを伝える。

- A) 国立公園のブランディング（価値ある自然環境をもったエリアであることを示す）
- B) 地域内で楽しめる自然体験メニューの紹介（滞在型旅行の動機付け）

宣伝メディアとしては下記を想定し、現地ではなく事前に情報を届けて顧客の旅行計画段階にアプローチする。

メディア	実施方法（想定）	活用方法（想定）
Webサイト、SNS	・展開事業「プロモーション」で製作予定（H29年より着手）	・URLの各方面へのPR ・SNS等の継続的な情報更新
チラシ、ポスター	（未定）	・空港や大都市の観光案内所等、FITの立寄拠点に配布
旅行代理店	・アルピコ交通株式会社、濃飛乗合自動車株式会社よりアプローチ※1	
大手交通事業者	・本研究会としてのアプローチを検討※2	

※1 代理店へ情報を出すタイミングで順次実施する

※2 JR、京王電鉄等の大手交通事業者と連携した広報、商品販売等を想定

- 配布物：チケット販売時にリーフレットを手渡し、本地域の滞在周遊の楽しみ方を紹介する。（リーフレットはH30年度に新しく製作する）
- その他：松本市側で日本人向けに開発された「アルプスパス」（2day+1パスポートが基盤になったもの）を踏襲して、外国人旅行者向けにも「特典」を提供する案もあったが、外国人旅行者の場合は「特典」の訴求力がさほど見込めないことからひとまず見合わせる。自然体験メニューの優待等については今後も検討し、チケットの付加価値を高める方法を模索する。

4 まとめ

外国人旅行者への訴求力が高く、その周遊利便性を高めることが見込まれるのは「4day ワイドフリーパスポート」である。しかし現時点では、松本市・高山市を訪問する外国人旅行者の数に比べて購入者が少なく、宣伝・販売方法に課題がある。

宣伝については、旅行計画を立てる段階で顧客に情報を届ける必要があり、本事業の「プロモーション」として実践する必要がある。販売方法については、東京の主要交通拠点や長野駅など、外国人旅行者が立ち寄る拠点での購入利便性の向上が求められる。

また「4day ワイドフリーパスポート」の購入者においても国立公園内周遊にこれを活用しているかどうかは不透明であり（高山・松本の市街地で利用されている可能性が高い）、宣伝販売の改善に加えて地域内コンテンツの開発・宣伝などによる周遊滞在を促す仕掛けもあわせて必要といえる。これについて本事業では「自然体験メニューの利用環境整備」として実践することになる。

第2章 自然体験メニューの利用環境整備

1 目的

国立公園には自然環境の魅力を利用者に伝え、深い理解を促すことが求められており、こうした体験を観光商品として提供する「自然体験メニュー（ネイチャーガイド、トレッキング、サイクリング等のプログラム）」は重要な役割を果たすものである。しかし海外の著名な国立公園と比べると、本地域は外国人利用者が「自然体験メニュー」を利用しやすい環境にあるとはいえない。その理由として、1つ目にメニューそのものの数・質が足りないこと、2つ目に既存メニューの情報が適切に案内されていないことが考えられる。

そこで外国人旅行者向けに提供できる自然体験メニューの情報を集約して案内すると共に、個々のメニューの外国人対応力の向上を図り、本地域で外国人個人旅行者が豊富な自然体験メニューを楽しめる環境整備を行う。

2 平成 29 年度の実施プロセス

本地域でどのような事業者がどのような自然体験メニューを提供しているか、提供実績や外国人旅行者が利用する際の課題等を把握したうえで、これを地域のメニュー提供事業者と共有しながら、今後の効果的な環境整備の方法を検討した。

実施のプロセスとしては、以下のとおりである。まず、提供している事業者の洗い出しを行い、現状・課題把握のためのアンケート調査を実施した。それらの結果をもとに、課題解決方針の検討に向けて部会を開催した。

<平成 29 年度の実施プロセス>

- (1) 【提供事業者の整理】 地域内事業者の洗い出し
- (2) 【現状・課題の把握】 自然体験メニュー販売状況把握アンケートの実施
- (3) 【課題解決の検討】 自然体験メニュー部会の開催

3 実施内容の詳細

(1) 地域内事業者の洗い出し

インターネット上のリサーチおよび関係機関へのヒアリングによって、中部山岳国立公園南部地域において自然体験メニューを提供している事業者を抽出、リスト化した。

<自然体験メニュー提供事業者>

no	事業主体	主な提供エリア
1	信州まつもと山岳ガイド協会やまたみ	上高地・乗鞍
2	上高地白樺自然学校(白樺荘)	上高地
3	上高地ナショナルパークガイド(五千尺ホテル)	上高地
4	ノーススター	乗鞍
5	リトルピークス	乗鞍・上高地
6	ゲストハウス雷鳥	乗鞍・上高地
7	休暇村乗鞍高原	乗鞍
8	乗鞍山麓五色ヶ原の森	乗鞍
9	ひらゆの森	平湯温泉
10	新穂高ロープウェイ	奥飛騨温泉
11	ふるさと体験 飛騨高山	高山市全域
12	美ら地球(ちゅらぼし)	飛騨高山周辺

(2) 自然体験メニュー販売状況把握アンケートの実施

■目的

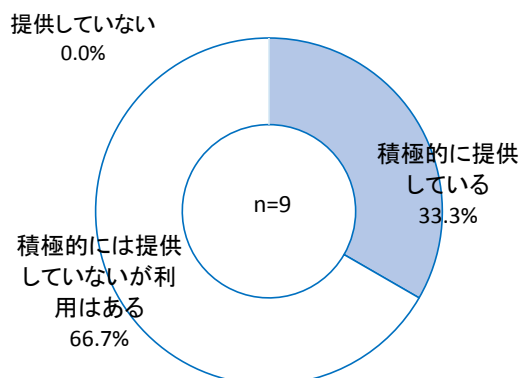
リストアップした事業者を対象に、外国人旅行者へ提供している自然体験メニューの内容や体制、今後の意向等を把握するためのアンケート調査を実施した。外国人旅行者に対して積極的に自然体験メニューを販売している事業者には、ヒアリング調査も実施し、課題や利用促進のために必要な情報を把握した。

■実施概要

- ・調査期間：平成 29 年 12 月 27 日～平成 30 年 1 月 10 日
- ・実施方法：メールまたは F A X
- ・調査項目：団体情報、自然体験メニューの提供状況、商品情報、今後の意向・課題

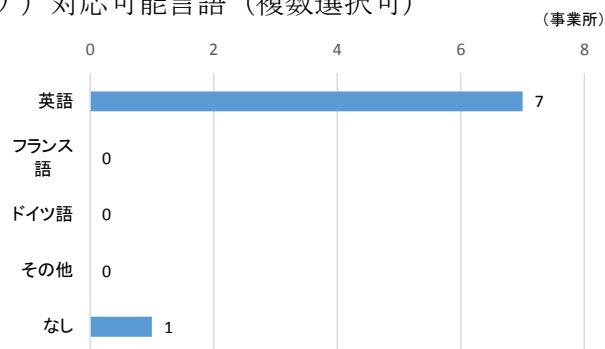
■アンケート結果

①外国人旅行者への商品提供状況

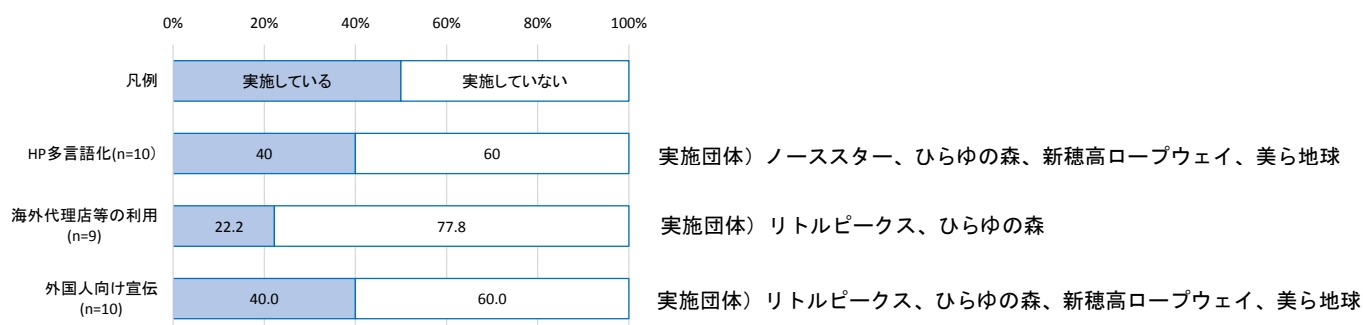


②提供体制

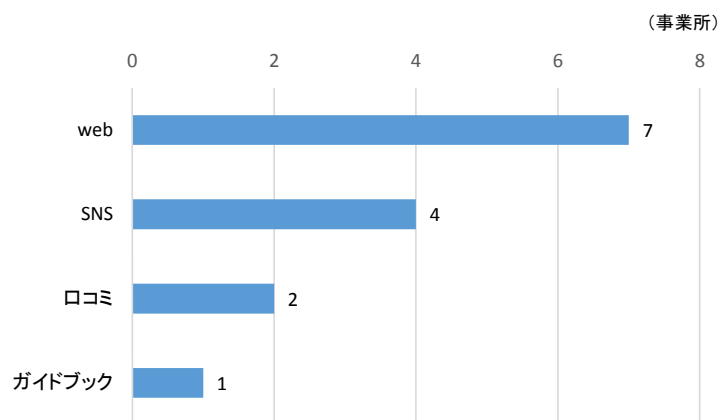
(ア) 対応可能言語 (複数選択可)



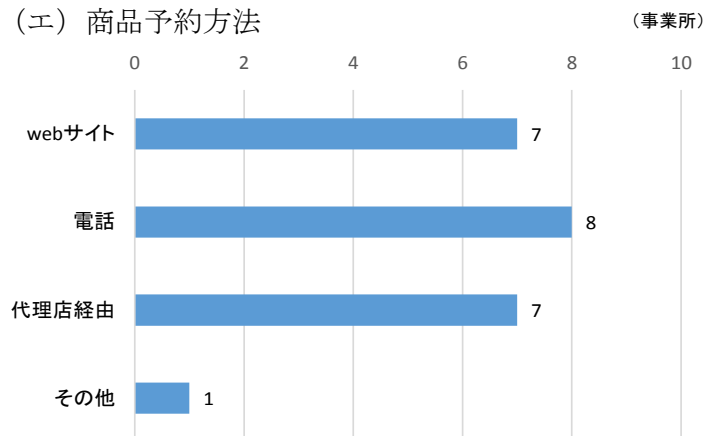
(イ) HPの多言語化、代理店等利用状況、外国人向け宣伝状況



(ウ) 外国人旅行者がメニューを知ったきっかけ

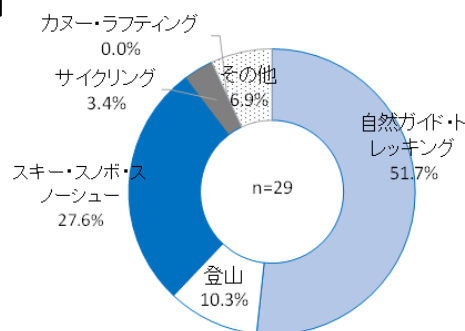


(エ) 商品予約方法



③提供メニューの詳細

(ア) 提供カテゴリ

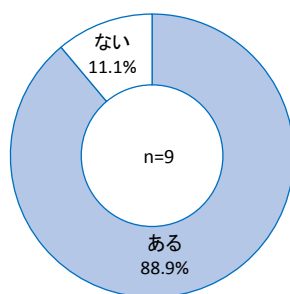


(イ) 提供されているメニュー一覧

no	カテゴリ	提供事業者	商品名	提供時期	価格	対象年齢	所要時間	重点商品	
1	自然ガイド・トレッキング	認定NPO法人信州まつもと山岳ガイド協会 やまたみ	上高地自然ガイド	4-11月	2,000円～	応相談	2～4時間		
2		上高地ホテル白樺荘	上高地散策コース	4-11月	ガイド1人につき 21,060円 定員15名まで	小学生以上	2～6時間	○	
3		ナショナルパークガイド		ベーシックコース 明神ノ大正池	4-11月	大人5,184円 小人3,888円	なし	2時間	
4				ベーシックコース ナイトノ早朝	4-11月	大人3,024円 小人1,944円	なし	1時間	
5				プライベートコース	4-11月	大人5,184円 小人3,888円	なし	1時間～	
6		五色ヶ原の森	久手御越滝ツアー	5-10月	大人3,500円 小人3,000円	10歳以上	3時間		
7		ひらゆの森		平湯探索ツアー	4-11月	大人2500円	中学生以上	2時間	
8				冬の上高地トレッキング	1-3月	大人8000円	中学生以上	6.5時間	
9		新穂高ロープウェイ		新緑ガイドウォーク	4-6月	大人1,200円 小人800円		1.5時間	
10				爽やかガイドウォーク	7-8月	大人1,200円 小人800円		1.5時間	
11				紅葉ガイドウォーク	9-11月	大人1,200円 小人800円		1.5時間	
12		一社)ふるさと体験飛騨高山	ミニエコツアー	通年	2,000円	小学生以上	3～4時間		
13	登山	認定NPO法人信州まつもと山岳ガイド協会 やまたみ	北アルプス登山ガイド	4-11月	30,000円/日～	応相談	1日～		
14		五色ヶ原の森		カモシカコース	5-10月	大人9,000円 小人5,300円	10歳以上	8.5時間	○
15				シラビソコース	5-10月	大人9,000円 小人5,300円	10歳以上	9時間	○
16	スキー・スノーボード・スノーシュー	株式会社ノーススター	スノーボードレッスン	12-4月	大人7,400円～ 小人9,900円 時間・人数により内容異なる	小学生以上	2時間～		
17			スノーシューツアー	12-3月	7,200円～	小学3年生以上	4時間～		
18			バックカントリーツアー	12-4月	10,500円～	応相談	8～9時間	○	
19		合同会社リトルピークス		乗鞍高原スノーシュー(半日)	12-5月	大人5000円 小人3800円	小学生以上	3時間	○
20				乗鞍高原スノーシュー(一日)	12-5月	大人9000円 小人6800円	小学生以上	6時間	○
21				上高地スノーシュー	12-5月	大人9000円 小人6800円	小学4年生以上	8時間	○
22		ひらゆの森	平湯温泉スノーシュー	12-3月	大人3000円	中学生以上	2時間	○	
23		新穂高ロープウェイ	スノーシューツアー	12-3月	大人4,000円 小人2,900円 ガイド・レンタルによって費用異なる	なし	2.5時間		
24	株式会社 美ら地球(ちゅらぼし)	新穂高スノーシュー	12-3月	大人9,300円 小人6,500円	10歳以上	2時間40分			
25	サイクリング	株式会社ノーススター	マウンテンバイクツアー	春～秋	8,300円～	中学生以上	4時間～	○	
26	その他	新穂高ロープウェイ	星空観賞便特別運行	11月 (計5日)	大人2,900円 小人1,450円		1.5時間	○	
27		一社)ふるさと体験飛騨高山	農林業体験全般	内容による	2,000円	小学生以上	2～3時間		

④外国人旅行者への提供に関する今後の意向

(ア) 積極的に宣伝していきたい商品の有無



(イ) 外国人旅行者へ商品を販売するうえでの課題(自由記述から主だった意見を整理した)

(i) 商品提供上の課題

- 外国語対応ガイドの不足

外国語対応可能なスタッフが不足しており、対応しにくい。

- 屋外でのw i - f i 環境

屋外でw i - f i 利用できる環境がほとんどないため、プログラム等に活用できない。(スマホやタブレットによる地図表示などができれば外国人対応力があがる)

- 外国人に訴求するプログラムの不足

外国人旅行者向けとして開発されたプログラムがない。日本人客に比べて冒険心が強く、よりハードなアクティビティを好む傾向にあるが、現状では物足りなさを感じていると思われる。安全を確保しつつも、スリルとともに日本の大自然を存分に味わえるようなプログラム開発が必要。

(ii) 外国人旅行者の滞在拡充にあたっての課題

- マウンテンバイク、ロードバイクの利用環境整備

近年、自転車を利用する外国人が増加しているが、地域としての利用環境は十分整っていない。専用道路の設定やルール、利用規程の策定を進め、外国人旅行者にとって魅力的な自転車利用環境を整備することが求められている。

- エリア情報発信の不足

地域に滞在するうえで必要な情報が全体的に不足している。危険区域や季節によって変わる通行禁止区域などの必須情報も日本語のみであることが多く、インターネット・現地の看板の両面で改善が求められる。長野・岐阜両県の情報を確認する必要がある点も、外国人旅行者にとっての分かりにくさにつながっている。

(3) 自然体験メニュー部会の開催

■目的

アンケート、ヒアリング結果をもとに商品を提供している事業者の現状、課題を整理し、外国人旅行者の利用促進に向けて取り組むべき内容を検討するために開催した。

■実施概要

- ・開催日：平成30年2月26日 10:30~12:00
- ・参加者：9名

事業者名
株式会社ノーススター
ナショナルパークガイド
ゲストハウス雷鳥
五色ヶ原の森案内センター
株式会社ひらゆの森
新穂高ロープウェイ(奥飛観光開発株式会社)

- ・内容：①今後のプロモーション方法の共有
②アンケート結果をもとに課題や今後の取組方針について意見交換

■意見交換の概要

①外国人向けプロモーションの強化

- ・外国人向けプロモーションの課題、強化の必要性については概ね異論はない。
- ・予約方法は当面各事業者のホームページへのリンクによって対応。その場合、予約管理の都合上、申込期限を設ける必要がある。
- ・言語レベルが事業者・対応スタッフごとに異なるため、メニューをプロモーションする際に対応可能なレベルを明記すべきである。
- ・体験型コンテンツを販売する大手サイトの利用も考えられるが、複数のサイトをまたいで在庫管理するシステムがないのがネック。事業者としては露出を増やすために利用したい考えがあるが、重複予約等の管理が難しいことから敬遠しているのが現状。

②外国人旅行者ニーズに応えるコンテンツ開発の必要性

- ・外国人旅行者は、ガイドなしで行ける場所なら自分だけで楽しみたいと考える。ガイドがいなければ行けない場所、できない体験があるからガイドに金を払う。その価値を伝えなければならない。
- ・現状は安全確保を第一にコンテンツが開発されているが、欧米系の顧客はスリルやハードな体験を求める傾向があり、インバウンドに力を入れるのであればそうしたニーズに応えるコンテンツを開発することが必要。欧米の国立公園ではスケールの大きな自然環境が魅力であり、その土俵で勝負するのは難しいかもしれないが、柔軟な発想でこの地域ならではの高品質なコンテンツ開発をしていくべきである。

③国立公園利用に対する意識啓発

- ・ 国内外の顧客にいえることだが、本地域が国立公園であると認識していない利用者が多い。道路を走っていても、国立公園に入ったことが分かりにくい。まずは認識させる必要がある。
- ・ 外国人利用者の増加を目指すのであれば、同時に動植物の保護や立入制限エリアなど、公園利用の意識啓発にも力を入れる必要がある。

④周遊のための交通手段の整備

- ・ FITにとっては交通の便が悪い地域。自然体験メニュー事業者としても送迎等だけで対応しているが限界がある。特に周遊の足の整備は地域としてもっと改善を図るべきではないか。
- ・ 松本市・高山市の境を越えて顧客を周遊させるには、安房トンネルの利用料がネックになる。最近では外国人旅行者のレンタカー利用も増えており、長期滞在者にはトンネル利用料が割引になるなどの工夫はできないものか。

4 まとめ

本地域で自然体験メニューを提供する事業者のほとんどは外国人顧客を受け入れており、受入対策の必要性を感じている。しかしその多くは、現段階における受入の問題（言語対応や看板整備など）を解消したいという消極的ニーズであり、まずはこうした問題を解消して、外国人利用者を受け入れる最低限の環境を整えることが求められるといえる。このためには、インターネットを通じた英語による情報発信や、外国語ガイドの確保などが必要である。

また、これから外国人旅行者を重要なターゲットと捉え、市場を開拓したいという積極的ニーズをもった事業者も存在する。この方向では、外国人ニーズに応じたレベルの体験を提供できる新たなコンテンツ開発が必要になるといえる。

以上の概況を踏まえて、次年度以降も定期的に「自然体験メニュー部会」を開催し、受入環境整備（英語による情報発信含む）とコンテンツ開発の両面を推し進めていくこととなる。

第3章 プロモーションの展開

1 目的

本事業において外国人旅行者向けの開発・改善に取り組む「周遊交通チケット」および「自然体験メニュー」の情報を、ターゲットが旅行を計画する段階に届けることで、本地域が滞在・周遊するに値する観光エリアであることをプロモーションする。

このために、外国人旅行者を対象としたWebサイト（SNS含む）およびリーフレットを製作すると共に、最新情報を定期的に更新する動的な情報発信を行う。

2 平成 29 年度の実施プロセス

本地域には上高地、乗鞍高原、奥飛騨温泉郷など様々な観光地があるが、それぞれ個別に活動しており、国立公園としての統一プロモーションはほとんど行われていない。このため目指すプロモーションを継続的に行うには、まずこれを担う実践体制を構築しなければならない。

このことを踏まえて平成 29 年度は、本地域の広域観光に関わる主体を集めた「広域プロモーション実践部会」を複数回開き、プロモーション上の課題や今後の実践方法等について協議しながら地域の機運醸成を図った。また、机上の議論だけではなく具体的な成果を積み重ねるために、広域プロモーションを行うサイトを暫定的に設計・構築した。この具体的なつくり込みや運用は次年度以降に行う。

<平成 29 年度の実施プロセス>

- (1) 広域プロモーション実践部会の開催
- (2) 広域プロモーションサイト（暫定版）の設計・構築

3 実施内容の詳細

(1) 広域プロモーション実践部会の開催

①開催概要

■部会運営の考え方

国立公園としてのプロモーションは、行政区をまたいだ広域エリアで統一かつ継続的に行う必要があり、これを担える体制が求められる。

近年本地域内では、個々の事業や地域に限定せず、このような広域での観光事業に取り組む動きが民間を中心に進んでいる。上高地、乗鞍、白骨、沢渡等の地域が連携して共通の乗車券を開発販売する「アルプスパス」事業や、乗鞍岳を軸として松本市側（主に乗鞍高原）と高山市側（主に平湯温泉）とが連携した観光会議などである。また「松本市アルプス山岳郷」や「信州・乗鞍グリーンツーリズム」のように、広域観光事業の実施を見据えた法人も設立されている。

そこで、こうした広域事業に関わる地域主体への声がけを行い、広域プロモーションを継続的に実践するための課題や、これを継続的に進める体制についての検討を行った。

■実施状況

部会は平成 29 年度に 2 回開催した。

第 1 回

■日 程：平成 30 年 2 月 8 日 13：00～15：00

■場 所：グレンパークさわんど会議室

■出席者：12 名

第 2 回

■日 程：平成 30 年 2 月 26 日 13：00～16：00

■場 所：村の駅 アルプスの郷 2 階会議室

■出席者：24 名（うち有識者 2 名）

なお第 2 回には 2 名の有識者を招聘し、その助言を得ながら実践的な検討を行った。

■参加メンバー

固定せず都度の呼びかけに応じたメンバーで検討した。本年度の参加者を下記に示す。

・民間メンバー

所属	備考
上高地観光旅館組合	
さわんど温泉観光組合	
平湯温泉観光協会	
福地温泉観光協会	
(一社)信州・乗鞍グリーンツーリズム	乗鞍高原を中心に着地型コンテンツの開発・販売を行う
(一社)松本市アルプス山岳郷	松本市側エリアで広域観光協会としての機能を担う
(株)信州未来づくりカンパニー	広域での観光開発やプロモーションを行う
新穂高ロープウェイ(奥飛観光開発株)	
ひらゆの森	
五色ヶ原の森	
濃飛乗合自動車株	
高山通訳案内士協会	
マカリストア考務店	乗鞍を拠点にプロモーション、人材育成等を行う
特定非営利活動法人 SCOP	松本市を拠点に戦略立案、調査、合意形成等を行う

・行政機関

所属	備考
環境省 松本自然環境事務所	展開事業事務局
環境省 上高地自然保護官事務所	
環境省 平湯自然保護官事務所	
松本市 商工観光部山岳観光課	展開事業事務局
高山市 環境政策部環境政策推進課	展開事業事務局

・有識者

ご氏名	プロフィール
たかはし まさし 高橋理志 氏 株式会社Voyagin 代表取締役CEO	A. T. カーニーを経て、2011年に株式会社Voyaginを創業。2011年6月に「FindJPN（現Voyagin）」を開設。Voyaginは2015年7月に楽天傘下となり、国内最大のインバウンド体験予約プラットフォームとして成長中。
いけじま のりよし 池嶋徳佳 氏 株式会社GETTI 取締役	2002年よりアクセンチュア株式会社・戦略部門に勤務。国土交通省、経済産業省、観光庁等の観光事業を受託し、2009年より同社マネージャー、2016年よりシニアマネージャー、2017年退職。現在、事業開発プロデューサーとして省庁、自治体、企業の事業改革を支援中。

②海外向けプロモーションのコンセプト検討

部会による検討とあわせて、本地域のプロモーションを手がける有識者に依頼し、コンセプトや統一名称の案を検討した。

基本的な考え方となるのは、本地域の海外プロモーションの中核を「北アルプスおよびここから発祥した日本式アルピニズムの歴史・文化」とし、その「発見・体験・共有」を顧客に提案するというものである。

検討用資料の概要を下記に示す。

BRAND POSSIBILITY | Why start the journey

IMAGINE IF EVERY PERSON WHO VISITED CHUBU SANGAKU NATIONAL PARK COULD **DISCOVER, EXPERIENCE, AND SHARE** THE BEAUTY AND WONDER FOUND IN THESE ALPINE COMMUNITIES.

これらのアルペンコミュニティの美しさとワンダー（不思議）を発見、体験、そして共有する事ができたらどうでしょう。

BRAND PURPOSE | Why we exist

WE EXIST TO HELP PEOPLE NAVIGATE THE CHUBU SANGAKU NATIONAL PARK'S SOUTHERN REGION SO THEY CAN **DISCOVER, EXPERIENCE, AND SHARE** THE BEAUTY AND WONDER FOUND IN THESE ALPINE COMMUNITIES.

私たちが存在する理由は中部山岳国立公園の南部エリアを旅する事を助け、これらのアルペンコミュニティの美しさとワンダー（不思議）を発見、体験、そして共有する手助けをするためです。

BRAND POSITION | Why we're different

CHUBU SANGAKU NATIONAL PARK'S SOUTHERN REGION IS THE BIRTHPLACE OF THE **"JAPANESE ALPS"** AND OFFERS TRAVELERS A WINDOW INTO LIFE IN THE JAPANESE ALPS.

中部山岳国立公園の南部エリアは「日本アルプス」の発祥地であり、旅人に日本アルプスの人びとの営み触れる機会を与えます。

BRAND PARABLE | The story we share

<p>THE HERO Our Adventurous Traveler</p> <p>The socially minded, ecologically aware middle to upper class, world traveler who is looking for something other than urban Japan.</p>	<p>THEIR CONFLICT Externally</p> <p>They have searched online for outdoor experiences and other tours but only found packages and group experiences in places like Hakuba or Niseko. They are searching for an original place to get out into nature but the options are few and keeping them from choosing.</p>	<p>THEIR CONFLICT Internally</p> <p>People inherently crave community but often feel lonely, isolated, and disconnected. They want to travel and find new community but don't know where to find it. Want's an authentic experience but keeps finding pre-made packages and tours.</p>
<p>THE DANGER What's At Stake</p> <p>Tens of thousands of travelers are visiting rural Japan every month and yet they don't know about the Southern Region of Chubu Sangaku National Park. Don't lose out on helping these people discover, experience and share about our National Park.</p>	<p>THE OPPORTUNITY How Our Brand Can Help</p> <p>Discover something new, Experience something original, Share the beauty and wonder of the Chubu Sangaku National Park.</p>	<p>THE CALL TO ACTION The Choice Our Brand Presents</p> <p>Discover something new Experience something original Share the beauty and wonder</p>

③検討結果

ア) 展開事業のプロモーションにおいて実施すること

「日本の自然に関心のある外国人個人旅行者」をターゲットとし、「自然体験メニュー」と「4dayワイドフリーパスポート」の2つを基軸に、本地域が滞在型の観光エリアであることをプロモーションする。このため本事業で以下A)～D)を実施する。

A) エリアの全体像の紹介

【解決すべき課題】

- ・様々な観光スポットが個別に情報発信しているため、顧客は全体像がつかめず、地域内で色々な楽しみ方ができることが分かりにくい。

【解決の方向性】

- ・地域の特徴、どこで何が楽しめるか、各観光スポット間のアクセス（周遊交通チケット情報含む）といった「全体像」をWebサイトで紹介する。

B) 自然体験メニューの集約と案内

【解決すべき課題】

- ・自然体験メニューへの参加ハードルが高い。情報が集約されていないため情報が探しにくく、英語対応がないなど予約方法が難しいケースも多い。
- ・外国人対応の水準が分からず、顧客視点では参加に不安がある。

【解決の方向性】

- ・地域内の自然体験メニューを集約したWebサイトを構築する。ページ内では、各メニューの詳細や外国人対応水準等について伝え、顧客の不安を払拭する。

C) 動的な情報発信

【解決すべき課題】

- ・自然体験に必須な積雪、開花、気温、天候などの最新情報が案内できていない。
- ・重要な誘客チャネルであるSNSをエリア全体として運用していない。

【解決の方向性】

- ・SNSを活用し、海外向けに最新情報を発信する仕組みを地域内に構築する。

D) チャネル開拓

【解決すべき課題】

- ・HP等で発信する情報がターゲットにきちんと届いていない。特に「旅前」のターゲットへの情報提供ができていないため、長期滞在につながっていない。

【解決の方向性】

- ・外国人旅行者に届くチャネルを開拓する
 - >外国人旅行者がよく閲覧するサイト（Tripadvisor、Japanguide.com など）
 - >都市圏での主要な交通機関（空港やJR駅など）
 - >外国人旅行者にリーチできるエージェント（広告・旅行）

イ) プロモーションと並行して実施すべきこと

ア) の取組に並行して本事業で行うことを以下に示す。このうち下記C) については展開事業の範囲を超えるため、別途実施主体や財源を確保して進める。

A) 継続的に活動できる体制づくり

- ・広域プロモーションを管理する体制構築を目指し、高山市側・松本市側双方の民間プレイヤーが主体となった「実践チーム」を組んで展開事業を進める。
- ・HPやSNS等の個々の情報更新は、情報発信による受益者が担う（自然体験メニューならツアー事業者やガイド、4dayワイドフリーパスポートなら交通事業者）。更新が滞ったり、偏った発信にならないようルールづくりも行う。
- ・将来的にはこの体制によって、国、県、市（松本市、高山市）への提言や、専門的業務（HPの製作や宣伝等）の外注等を行っていく。

B) 地域の統一名称づくり

- ・「中部山岳国立公園南部地域」を示す言葉がないため、顧客がここを「ひとつのエリア」として認識できない。県境をまたいでいることもあり、宿泊予約サイト等で情報を検索しても長野県・岐阜県で分断されてしまう弱みもある。対照的に、「立山黒部アルペンルート」は、外国人旅行者にもよく知られた名称で誘客につながっている。そこで、プロモーションのために活用する英語の統一名称をつくる。

<統一名称案>

A 案) Birthplace of the Japanese Alps

- Endless Skys • Crystal Waters • Natural Hot-springs -

ねらい／「Birthplace」で日本アルピニズム発祥の地という意味を示し、日本における登山の聖地としてのイメージを演出。

B 案) Japan's Alpine Wonderland

- Uniquely Japanese, Uniquely Alpine -

ねらい／当初案の微調整。「Wonderland」で驚異・わくわくする印象を端的に伝える。

C 案) The Japanese Alps

- Discover, Experience and Share the Wonder -

ねらい／シンプルに「日本アルプス」といえばここ、それを体験するならここ、と伝える。

C) 地域全体のプロモーション戦略づくり

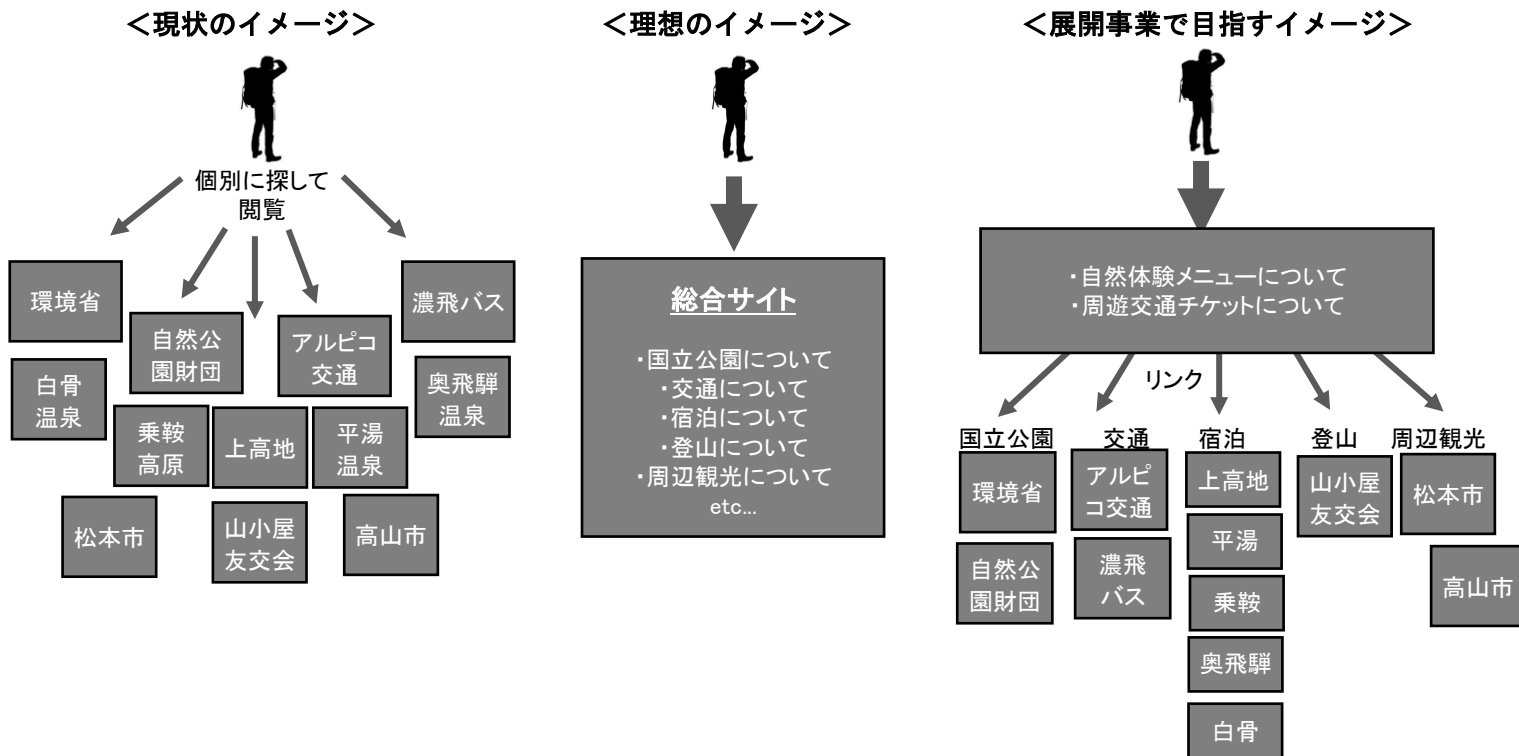
- ・国立公園としてこのエリアが顧客へ提供する「価値」は何か、主たるターゲットは誰か等を固め、その戦略を地域で共有する必要がある。これは展開事業の範囲を超えるため、広域観光を検討するチームで別途考えていく。

(2) 広域プロモーションサイト（暫定版）の設計・構築

①設計

■基本的な考え方

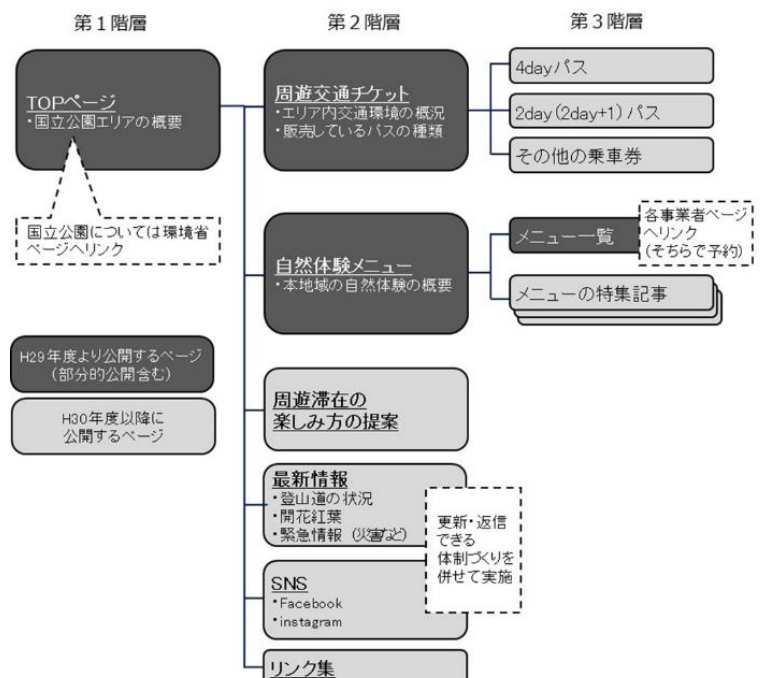
本地域では各主体によるサイトが乱立している状況であり、理想的には統一的な「総合サイト」が求められる。しかしこのためには各主体間の調整や製作作業に膨大な時間がかかると予想される。そこで展開事業では「自然体験メニュー」と「周遊交通チケット」の販売促進のためのサイトを構築し、ひとまずここに既存サイトを集約することで情報提供を行う。



■サイトの概要

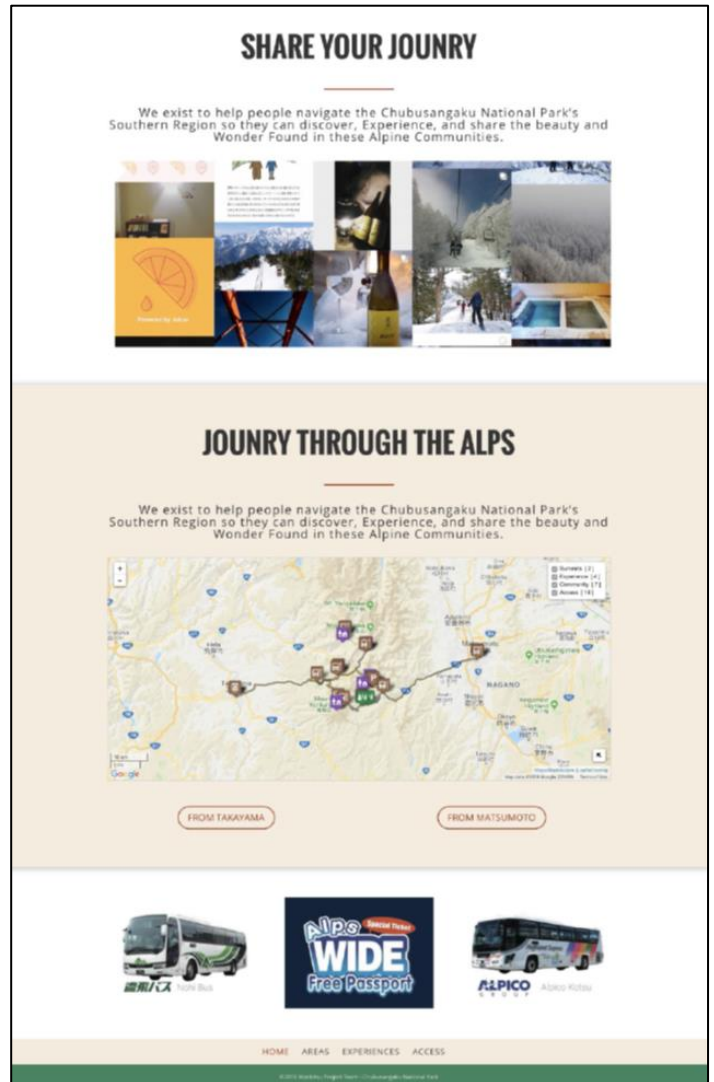
- ・ターゲット
日本の自然に関心のある外国人個人旅行者
- ・目的
「自然体験メニュー」と「周遊交通チケット」の利用促進を通じた本地域における外国人旅行者の周遊滞在の促進
- ・主要コンテンツ
 - ①「自然体験メニュー」の情報
 - ②「4dayワイドフリーパスポート」の情報
 - ③動的な情報（最新ニュース、SNS等）
- ・言語：英語

※平成 29 年度は核となる部分のみ暫定的に公開し、平成 30 年度に拡充する。



■構築したサイトの概要

- ・ URL : <https://alpinewonderland.com>
- ・ TOPページ



・地域の概況紹介

HOME AREAS **CHUGUUBANRYU NATIONAL PARK** EXPERIENCES ACCESS
Southern Region

NORIKURA KOGEN

1400 m ~1600 m



Norikura Kogen is a large plateau surrounded by volcanic and mountainous forest of Mt. Norikura (15,225 m) which is the 10th highest mountain and one of the younger volcanoes in Japan. You can enjoy the long-lasting colorful autumn foliage (highest foliage ~2,200 from Mt. Norikura).

DISCOVER


There are many viewpoints like waterfalls, flower meadows, and caldera lakes. Ushidome Pond is a beautiful area in the forest that gives you one of the best views of the mountains especially on a breathless morning or calm sunset.

You can enjoy various activities like hiking, biking, jogging, mountain climbing, rock climbing, and more. The famous "Heavenly Marathon" race and All-Japan Norikura Mountain Cycling Race are held in June and August (see our Event page). In late spring, you can see the homogeneous snow walls at the top of the mountain and in summer, take an early bus to the top of the mountain to see the sunrise over a sea of clouds.

In winter, Norikura Kogen Ski Resort is a renowned winter destination. You can also rent snowshoes or cross-country skis if you want to explore areas like the lake or see the frozen Zengano Falls. The snow remains even in August and some skiers enjoy skiing in the summer.





You can enjoy various activities like hiking, biking, jogging, mountain climbing, rock climbing, and more. The famous "Heavenly Marathon" race and All-Japan Norikura Mountain Cycling Race are held in June and August (see our Event page). In late spring, you can see the homogeneous snow walls at the top of the mountain and in summer, take an early bus to the top of the mountain to see the sunrise over a sea of clouds.



EXPERIENCE

There are many viewpoints like waterfalls, flower meadows, and caldera lakes. Ushidome Pond is a beautiful area in the forest that gives you one of the best views of the mountains especially on a breathless morning or calm sunset.



You can enjoy various activities like hiking, biking, jogging, mountain climbing, rock climbing, and more. The famous "Heavenly Marathon" race and All-Japan Norikura Mountain Cycling Race are held in June and August (see our Event page). In late spring, you can see the homogeneous snow walls at the top of the mountain and in summer, take an early bus to the top of the mountain to see the sunrise over a sea of clouds.

In winter, Norikura Kogen Ski Resort is a renowned winter destination. You can also rent snowshoes or cross-country skis if you want to explore areas like the lake or see the frozen Zengano Falls. The snow remains even in August and some skiers enjoy skiing in the summer.

HOME AREAS EXPERIENCES ACCESS

SOME FUN FACTS

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit laborum.

98

ACCOMMODATIONS

24





OUTDOOR EXPERIENCES

15

LAKES

4

ONSENS







LEARN MORE

👍

SOCIAL MEDIA

Connect with Norikura Kogen



🏠

ACCOMMODATIONS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

📍

ACCESS


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.


EXCLUSIVE OFFER


SHINSHU / HIDA WIDE FREE PASSPORT

4 Day unlimited bus and train transportation within the designated area.

MORE INFO



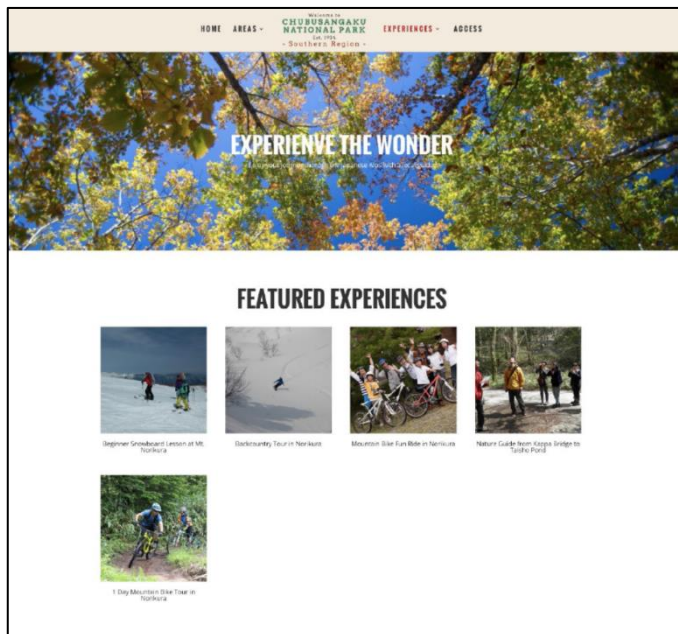




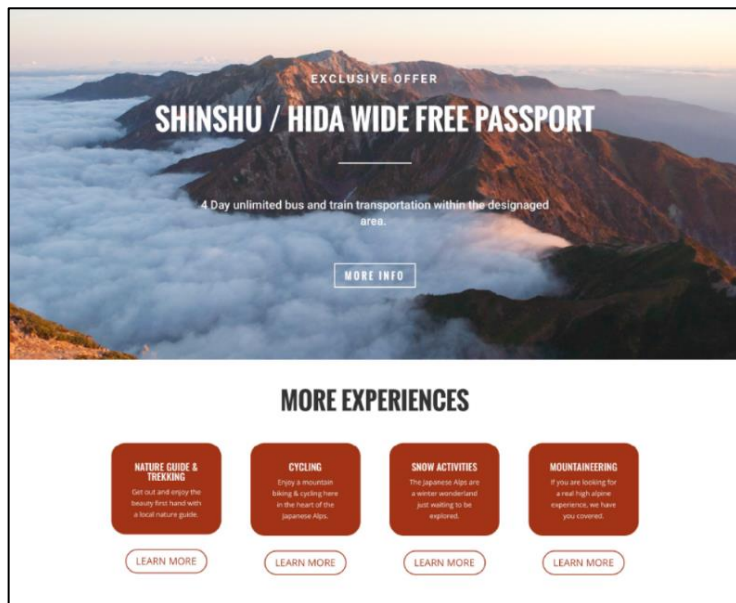
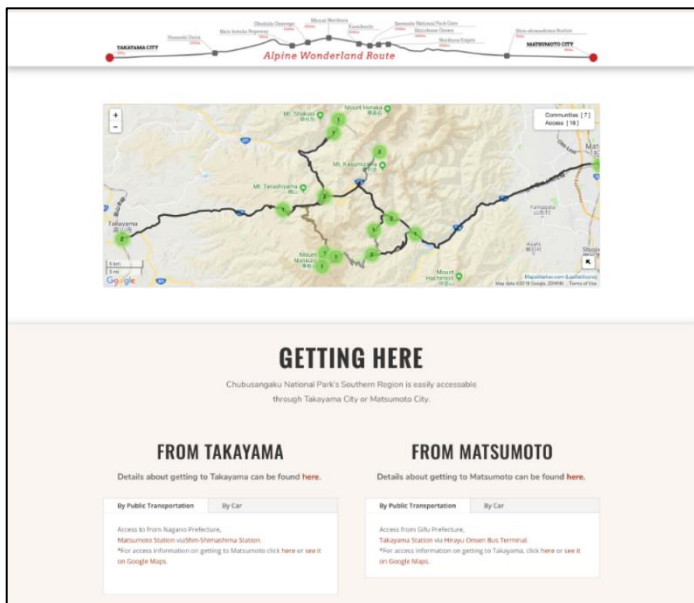
HOME AREAS EXPERIENCES ACCESS

© 2023 Alpico Travel Team. All rights reserved.

・自然体験メニュー紹介



・交通アクセス、周遊交通チケット紹介



4 まとめ

広域観光に意欲的なメンバーによる議論の中で、外国人旅行者へのプロモーションにおいては、「エリア全体の紹介」「自然体験メニューや周遊交通チケットの情報案内」「SNS等による動的な情報発信」の3点が重要になることが確認された。またこの実践のために、プロモーションを継続的に実践する体制づくりを目指すこととなった。

次年度は、本年度に暫定的に構築したWebサイトを活用しながらプロモーションを実践し、本事業に求められる具体的な成果獲得を目指していくことになる。

第4章 平成29年度の総括と次年度の方向性

(1) 平成29年度の総括

本年度事業は平成29年11月よりスタートしており、時間的制約、シーズンの制約（冬季はオフシーズンである）があるため、顧客への実践的アプローチよりも、調査や検討に重きをおいて事業を進めた。この機会を利用し、様々な観光関係主体が集まる場を重ねたことで、現状の課題ややるべきことが可視化でき、本地域において広域でのプロモーションや環境整備を進める機運が高まりを見せている。

この流れを活かし、次年度は「周遊交通チケット」「自然体験メニュー」を主軸とした顧客へのアプローチを行い、外国人利用者増という具体的成果獲得を目指す。これは主に、本年度暫定版を製作したWebサイトの活用を含めた「プロモーション活動」の実践によって行う。

このうち「周遊交通チケット」については、本地域として「4day ワイドフリーパスポート」を主軸とした宣伝販売を行う方向性が定まった。今後は外国人旅行者の動向・ニーズに合わせた宣伝・販売やチケット利用を促すコンテンツ開発を進めることとなる。

また「自然体験メニュー」については、はじめて地域全体での事業者同士の意見交換を行うことができ、外国人利用者受入にあたっての現状の課題や必要な対策を共有できたことが大きな前進といえる。今後は事業者による検討部会を定期的で開催し、「最低限の受入環境を整えること」と「外国人ニーズに応じたコンテンツ開発」を進めていくことになる。

以上2つの業務を進めるには、外国人向けの「プロモーション活動」が不可欠となる。これについては本年度、広域プロモーションを継続的に運営する体制づくりに着手したところであり、間もなく松本市・高山市双方の意欲的なメンバーによる「実践チーム」が立ち上がる見込みである。次年度はこのチームによって、上記で定まった「周遊交通チケット」「自然体験メニュー」のプロモーションを実践し、チームビルドと外国人誘客の両面での成果獲得を目指すことになる。

(2) 次年度の方向性

本年度の成果を活かし、検討から実践へとフェーズを切り替え、本事業に求められる具体的な成果獲得を目指していくことになる。予定している具体的業務を以下に示す。

①周遊交通チケットの開発販売支援

■大手交通事業者と連携した宣伝販売の模索

多くの外国人旅行者が利用する国際空港やターミナル駅において「4day ワイドフリーパスポート」を宣伝・販売できないかを検討・交渉し、実現方法を模索する。

■チケット販売環境の改善の検討（チケット電子化、代理販売等）

旅前や東京、名古屋等の大都市でチケットの予約・購入ができるような環境整備を検討する。具体的にはチケットの電子化や代理販売等が考えられる。これらはすぐに解決できることではないが、本事業において可能性を検討し、今後の実現に向けた準備を行う。

②自然体験メニューの利用環境整備

■外国人利用者向けのプログラム内容の改善

情報発信の反応や実際にメニューを利用した外国人旅行者の反応等をもとに、当該地域で提供されている自然体験メニューをより魅力的な内容とするよう、見直し、改善を図る。特に、意欲的な事業者を中心に外国人ニーズに応じたプログラムの研究開発を行う。プログラム開発にあたっては、他地域で行われている先進事例等の視察等を行い、ニーズを的確に反映したものとする。あわせて環境省との調整を図り、自然保護にも十分配慮した内容とする。

■外交人受入環境の向上

事業者のスキルアップによって向上するもの（外国語ガイドの確保育成、ツールの英語化など）については部会によって情報共有や共同作業を行う。看板や交通環境の整備等に関しては、事業者からの提言という形で、関係機関や団体と連携を図りながら進めていく。

③プロモーションの展開

■実践チームの構築と活動支援

本年度の部会検討に加わったメンバーを中核として、国立公園としての広域プロモーションを実践する民間主体のチームを構築し、定期的な会合を重ねてHPの拡充やチャンネル開拓等を進めていく。また情報提供、ファシリテーション等を通じて、チームが継続的に活動できる仕組みづくりやスキルアップ等に対する支援も行う。

■プロモーションツールの拡充・製作

本年度のWebサイトは、顧客の「今の困り事」（交通情報・自然情報が不足している）を解決するために最低限の情報発信を行うものといえる。次年度はこれに加えて、サイトを通じた商品の販売促進や新市場開拓が行えるようサイトを拡充していく。

また現地で配布するリーフレットとしても、本地域を総合的に紹介するプロモーションツールを製作し、「4day ワイドフリーパスポート」販売時等に配布できるようにする。

■市場の反応の確認

大手の体験コンテンツ販売サイトへの掲載や顧客アンケート等によって、自然体験メニューや周遊交通チケットの市場からの反応を確認し、どのような顧客に何が評価されているかを確かめる。このことを踏まえて、今後の効果的なプロモーション方法を検討し、②の取組や、本事業終了後の地域プロモーション活動につなげる。

なおこの活動にあわせて、顧客の楽しんでいる様子を写真や動画に撮ったり、顧客に体験を発信してもらうよう働きかけることで、プロモーションの実践にもつなげる。

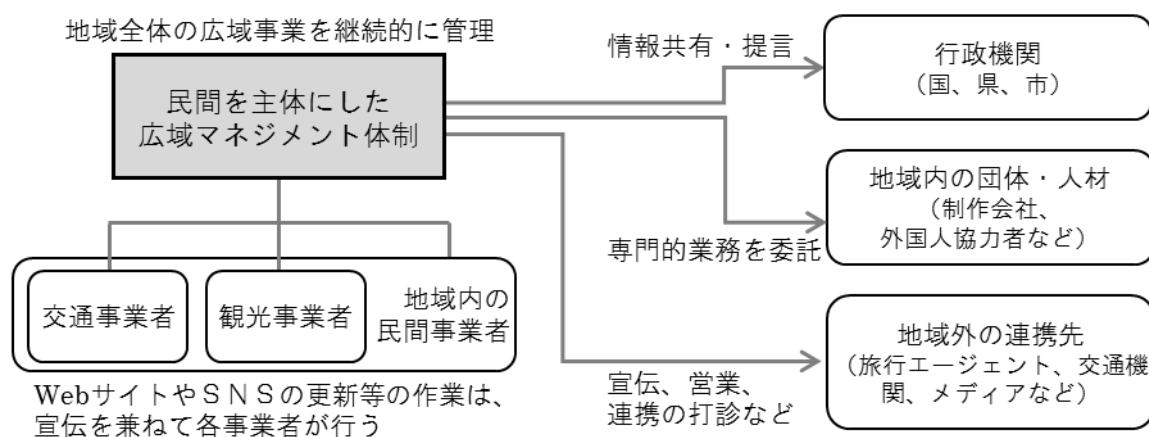
第5章 今後の継続性についての展望

本書冒頭「本事業の概要 4 実施にあたっての考え方」でも述べた通り、本事業は事業期間が終了した平成31年度以降の継続性を担保することを目指して実施している。

このため本年度は、国立公園という広域エリアで観光関係者を幅広く集め、課題や戦略を検討してきたが、こうした機会はこれまでほとんどなかったため、これまで見えなかった課題や可能性が浮き彫りになっている。この手順を踏んだことで、こうした課題解決や可能性を追求するための体制が必要という意識が地域内で高まっている。

このことも受けて、第3章「プロモーションの展開」で詳細を示したとおり、現在民間を主体とした広域事業実践チームが立ち上がりつつあるところである。次年度はこの動きを支援し、そのチームビルド・人材育成等にも取り組むことで、広域観光を継続的に実践できる体制構築を後押ししていく予定である。

<現在検討されている継続的な実践体制のイメージ>



このような体制を運用するためには、活動財源の確保が不可欠である。観光協会や旅館組合等の負担金、行政の補助金、顧客からの収益等が想定されているが、その目処は立っておらず、この問題解決は大きな課題である。

そこで現段階では、ひとまずプロジェクトベースで動くチームをつくり、地域の機運醸成やチームメンバーの能力向上を図ることを目指している。このチームを動かすために、本事業以外の補助金の確保も検討しているところである。

「国立公園満喫プロジェクト」の目標達成には、国、自治体、民間事業者のそれぞれが担うべきことを実践する必要がある。本事業の実践チームが、将来的にはその推進エンジンとして機能することを願って、本研究会は今後もその活動を支援していく。

【平成29年度】

中部山岳国立公園南部地域における周遊性の確保及び
滞在型利用の促進に向けた二次交通手段の開発とプロモーション事業
報 告 書

平成30年3月発行

中部山岳国立公園南部地域周遊・滞在型利用推進方策研究会

報告書執筆：特定非営利活動法人 SCOP

〒390-0811 長野県松本市中央 2-3-17 知新堂ビル 3F-A