

エコツアーリズム推進全体構想認定地域 情報共有会議

2020年6月5日 19:30～21:00

開催方法：Zoom

討議要旨

参加者

<協議会>

- 北海道 てしかがえこまち推進協議会
(エコツアーリズム推進部会 藤原 仁)
- 群馬県 谷川岳エコツアーリズム推進協議会
(みなかみ町観光商工課自然観光係 小林 勲)
- 埼玉県 飯能市エコツアーリズム推進協議会
(飯能市役所産業環境部観光・エコツアーリズム推進課 田辺 貴大)
- 東京都 小笠原エコツアーリズム協議会
(事務局長 大津源・事務局 柏木)
- 東京都 檜原村エコツアーリズム推進協議会
(檜原村役場 山崎 裕一)
- 富山県 上市まちのわ推進協議会
(富山県上市町産業課 深川 康志)
- 岐阜県 下呂市エコツアーリズム推進協議会
(会長 瀧 康洋)
- 三重県 鳥羽市エコツアーリズム推進協議会
(鳥羽市観光課 奥村 元就)
- 三重県 名張市エコツアーリズム推進協議会
(特定非営利活動法人赤目四十八滝溪谷保勝会 広報・企画部長 増田 成樹)
- 京都府 南丹市美山エコツアーリズム推進協議会
(一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会 青田 真樹)
- 愛媛県 愛媛県石鎚山系エコツアーリズム推進協議会
(愛媛県庁自然保護課 渡部 匠)
- 熊本県 阿蘇ジオパーク推進協議会
(阿蘇市経済部観光課 石松 昭信)

鹿児島県 奄美群島エコツアーリズム推進協議会／奄美大島エコツアーリズム推進協議会
(奄美群島広域事務組合 白石 重樹 花岡 香菜子 深川 将歳・奄美大島エコツアーリズム推進協議会 会長 喜島浩介)

鹿児島県 ゆんぬツアーリズム推進協議会
(ヨロン島エコツアーリズム推進協議会) (会長 永井 新孝)

<呼びかけ人・コメンテーター>

江崎 貴久 (有限会社オズ代表取締役／鳥羽市エコツアーリズム推進協議会会長)

海津 ゆりえ (文教大学国際学部観光学科教授) <ファシリテーター>

小林 寛子 (東海大学経営学部観光ビジネス学科教授 エコツアーリズム研究室)

高梨洋一郎 (一般社団法人日本エコツアーリズム協会副会長)

田島 幸郎 (日本エコツアーリズム協会理事／事務局長)

真板 昭夫 (北海道大学観光学高等研究センター特任教授)

松田 光輝 (株式会社知床ネイチャーオフィス代表取締役)

松本 毅 (有限会社屋久島野外活動総合センター代表取締役)

山田 拓 (株式会社美ら地球 CEO)

山田桂一郎 (JTIC. SWISS 代表・観光カリスマ)

<会議運営>

坪根 悠太 (日本エコツアーリズム協会事務局)

<一般聴取者>

一般聴取者 189名

討議テーマ

1. いつ再開するか
 - ・その見極め方
2. With コロナをふまえたリスクマネジメントの見直し
 - ・島の問題
3. After コロナの地域活性化方策
 - ・プロモーション
 - ・エコツアー
 - ・地域活性化支援策
4. 共有と連携-情報基盤の必要

討議要旨

1. いつ再開するか ~その見極め方~

①地域の状況による判断

科学的にも、医学的にも新型コロナについてはわからないことが多いことから、地域の状況や地域の雰囲気によって、受け入れるかどうかには差が出てくると思う。

知床では6月から開け、私どものところも積極的には集客していないが、いまのところ申込みが徐々に入ってきている。状況を見ながら受け入れを進めている。(知床・松田)

②安全・安心を確信してもらえるルールづくりの発信、お客様の判断を促す取り組み

with コロナにおいて、これまでとの違いはお客様の心理的な状況が大きいことだと思う。ワクチンや治療薬ができたとしても、お客様がその地域に対して安全だ、安心だと確信がもてない限りはなかなか動かない。エコツーリズムのつながりのなかで、「最低限こういうことは皆さんがやっている」ということを、広く知っていただくような形でやっていくことがよいのではないか。

最終的にはお客様の判断だ。お客様もニーズが違う。動きたい人の背中を押す取り組みや、「来られるよ」というスタンスを取りながら、ガイドラインなどのルールづくりを発信することが大事だ。(スイス・山田桂)

③ガイドライン作成による地域、事業者との受け入れ体制の確認、地域全体の取り組みの発信

地域全体で市、協議会、DMOを中心にガイドツアー団体、宿泊・飲食業などのガイドラインを作成し、受け入れ体制について地域の人たち、事業者と共に確認をした。このような地域全体の取り組みをホームページなどで発信することを進めている。(南丹市・青田)

④観光協会主体によるガイドライン、交通機関の対策、村の行動指針とその発信(小笠原)

5月22日に村長名で来島自粛要請をしているが、7月から段階的に受け入れていく。来島の唯一の手段である定期船は定員の半減、ソーシャルディスタンス、換気等の3密回避策をとる。また島の観光協会の宿泊、飲食、ガイドなどの部会が、それぞれガイドラインを設け、発信している。村は、村民と来島客に対して行動指針を策定している。(小笠原・大津源)

再開時期の見極めについては、ガイドラインを基準にというところで各地域の取り組みの方向性がそろってきたようだ。(海津)

2. リスクマネジメントの見直し

1) リスクマネジメントとガイドライン

①村・協議会・観光協会によるガイドラインの作成と事業者に対する支援

現在、感染予防に対するガイドラインを策定しているところだ。各業者については観光協会を通じて支援金を支給している。行政としては感染症対策に必要な物品の支給を検討している。観光協会と協力しながら各事業者に対して啓発をしていきたいと考えている。(檜原村・山崎)

②with コロナを前提とした全体構想の改定

阿蘇はガイド協会が3密策をまとめた「ガイド活動再開の指針」を作成した。再開は緊急事態宣言の解除から1カ月くらいを目処にしている。

阿蘇は全体構想作成中に熊本地震が発生し、翌年、環境省に申請する前に作成し直した。その経験から、with コロナでは全体構想の改定が必要になってくるのではないかと考えている。国の支援も得て、全国的に統一化された形で改定し、それぞれの地域において活動していったほうがいいのかと思う。(阿蘇・石松)

③平常時のリスクマネジメントの見直し

平常時のリスクマネジメントについても、事故やケガだけではなく、衛生面も含め地域で見直したい。また串間ではエコツアーの認定登録制度をもっているが、そのチェックリストのなかに衛生面のマネジメントを追加することを検討している。(串間*アンケート回答から)

④再開の順番、宿泊業がリーダーシップを発揮し、まち歩き、エコツアーへ

下呂市では観光客の目的は宿泊だ。宿泊の再開にまず取り組み、宿泊がある程度安定した後に、まち歩きが始まり、エコツアーに行くという順番になっていくと考えている。宿泊業がリーダーシップを発揮することによって、ある程度先が見えてくるかなど。秋にはある程度安定させたいと考えている。

コロナ発生後、まず団体客が消え、インバウンドが消えた。しかし3月に個人客、リピーターが残り、我々は3割減で済んでいる。4月から閉めた。下呂市はDMOが中心になっているが、リピーターを増やすという点で、DMOが機能していることが証明された。

宿泊業に関しては全国に先駆けてガイドラインを準備していた。私どもの旅館も作成していたので5月14日に週末オープンという形とし、土曜日以後、お客様は増加している。プロモーションも5月の終わりから始めた。

旅館の規模はそれぞれなので、それぞれの旅館が全国の基準を参考に各自で取り組むと決めている。(下呂市・瀧)

⑤地域コンセプトに安全・安心を加える

下呂市のエコツーリズムは健康・環境をベースにしていたが、コロナの問題によって、安心・安全を新しい要素として組み込まずには、お客さんに選んでもらえる社会的ステータスを確立できなくなった。今後は環境保全、健康に加え、安心・安全を加えて進めるということで、エコツーリズムのガイドラインを作成した。(真板)

2) 地域住民の理解とガイドライン

①ガイドラインによる対策の見える化(屋久島)

緊急事態宣言が解除されたとしても、科学的に絶対大丈夫とは言えない以上、我々の判断で受け入れることになる。県の受け入れ宣言(6月中旬)、町の受け入れ宣言(6月末予定)後に動くことになる。

一方で、観光業に関わっていない人は受け入れに不安をもっている。そこでガイドラインの作成に取り組んでいる。観光協会の部会、ガイド部会、宿泊部会等ごとに議論を重ね、作成している。そうした対策を見える化することによって、地域の理解が得られていくのではないかと。

また観光関連業者の間でも、コロナ関係の会議には参加者が多く、議論ができる関係が生まれている。(屋久島・松本)

②住民、お客さんの両方が納得できるガイドライン(檜原村)

檜原村がガイドラインの作成に取り組んだのは、一つは、緊急事態宣言が出されても大勢の人が押し寄せており、お年寄りも含め地元の人からは外部から人が入ってくることを恐れ、エコツアー事業者に対する目が厳しかったこと、もう一つは都心に近く、これに対してコントロールをするルールが必要だからだ。檜原村は感染者がゼロだ。開いていくときに感染者が出た場合、檜原村のエコツアーの評判を落とす恐れもある。

地元の人たちにも、お客さんにも、両方に納得してもらえるガイドラインを観光協会、村、エコツーリズム推進協議会が協力してつくる必要があった。(真板)

③リピーターはファミリー、地域内に向けたマーケティング(下呂市)

最初に戻ってくるのもリピーターだ。最初は「旅館を開けているじゃないか」とか言われた。それに対して、いま来ているのは下呂に何回も来てくれている「我々のファミリーみたいな人たちなんだ」と。たとえば5月の連休に帰省で帰ってくる人と何が違うんですかという話をし、それで理解を得た。

地域がうるさいから動けない状況になり、経済がストップするのは非常にまずい状態だ。お互い考えて歩み寄り、話し合っていくなかで、リピーター客からスタートさせていくということで市民の理解を得ることができた。

やはりマーケティングをしっかりやるのが、オープン理解を得ることにもつながるので、DMOはそういう意味で大事だと思う。(下呂市・瀧)

3) ガイドラインのあり方、作成の考え方

①最大公約数的なベース、現場に即し、多様性重視の柔軟なガイドライン

屋久島では、山のガイドと海のガイドでは全く対応が変わってくる。ルールとしてがっちりつくってしまうと対応できない人がでてくる。対応できない人が非難の的になり、対立的な雰囲気が出てくると島にとってよくない。ガイドラインは多様性を重視したものにする。

最大公約数的なものをしっかりとつくり、そのガイドラインに向けて、各事業者、各ガイドが、さらに3密を防ぐにはどうしたらよいか、自分たちのツアーではどうしたらいいかを考えていく。そうした現場に即した柔軟な対応の仕方が必要なのかと思う。(屋久島・松本)

4) 検証しながら改定していく

①「やってみなければわからない」、日々改善、気付ける力、ベテランの対応力

町の人を巻き込まないタイプのツアーから再開した。結論からいうと、「やってみなければわからない」ということが多い。

地元のガイドラインを早くから皆で考え、強制するものではないが地域で共有できるようなガイドラインを作成してきた。それを自分の事業に落とし込み、そこから一つのツアーで具体的な場面を想定してやっているが、頭で想定し、現場でも想定しても、お客さんを迎えてやってみると「違う」みたいなことが多い。日々改善だ。

改善といっても、「次に直せばよい」でもすむ平常時と違い、コロナに関しては、「これはいかん」とすぐ対策をとれることが必要だ。そこに気付ける力が必要になる。だからベテランで始めないとむずかしい。(鳥羽・江崎)

・ベテランが自分のなかに指針をもって対応することが必要だと。(海津)

②迅速に対応し段階的に進める。叩き台を共有し、更新し、進化させる

きっちりと完成度を高めてから皆で共有しようと言っていると、今回は間に合わないので、段階的に進めてきている。

3月に、まずガイドたちが集まって、いまどのような対策をしているのか、今後どういう対策をしようとしているのかと皆で知恵を出し合った。4月は休みに入り、その後、5月に国が出したガイドラインが発表される日に全部目を通して、前々から話していることと総合しながら、叩き台みたいな形でザックリつくり、それを皆でオンライン上で共有する。

オンライン上で、意見を出してもらい、いろいろな人が更新するという形をとっている。「これがガイドラインです」というかっちりしたものではなく、いまも進化中だ。(鳥羽・江崎)

③少人数(リピーター)による実効性の検証から次のステップへ、新たなスタイルの確立へ

リピーターが戻って来てくれている。そのなかでガイドラインをつくって、リピーターを対象とする少人数のなかでガイドラインのテストができています。それから徐々に拡大していく。開いていくためには、前もってガイドラインが機能するかどうかをチェックしなければいけない。いきなり多数のお客さんが来たら、コロナが発生するかもしれない。

(ガイドラインの) ベースがあって、少ない人数を受け入れていくなかで、自分なりのものを形成していく。それが理想的かつ現実的だ。私たちも実際にガイドラインをつくってやってみたが大分変更した。我々もまだまだ変更している段階だ。

また事業者によって仕組みも受け方も、事業者によってそれぞれ違うので、皆、それぞれやってみて、後で情報交換をする。

私たち(宿泊施設)はもともと衛生観念がある。ノロ対策や、いろいろなことを乗り越えてきている。感染対策ができていくかどうかは、ある程度の人数で受けてみて、そこから次のステップにいく、合意形成をしていく、広域連携をやっていく。そうやって新たなスタイルを確立していく。(下呂市・瀧)

5) お客様が望んでいる感染症対策

ガイドラインの作成に当たって、お客様がどのような感染症対策を望んでいるのかアンケート調査を行った。宿泊施設、アクティビティ、飲食、イベントそれぞれの項目をつくり、「これは絶対にやらしてもらわないと嫌だ」という項目を選択してもらった。

3密に関する意識はかなり高い。人数を制限して欲しい、お客様同士がマスクをつけて欲しい、スタッフはマスクをつけて欲しい、ツアーなどでは拡声器やインカムを使い飛沫が飛ばないようにして欲しいなどのニーズが見えてきた。

宿泊施設、アクティビティ、飲食、イベントのいずれにおいて、1/3 くらいの人が「感染発生時の対応マニュアルの公開」を求めている。事業者の対応マニュアルをつくり、情報共有をしておいたほうがよいということがアンケート結果から見えてきた。(小林(寛子))

6) 島におけるリスクマネジメント

①小笠原村：感染症対策、ガイドラインを発信、ガイドラインを運用しつつ改善していく

交通手段は観光船と定期船だ。船は感染症対策を取っていることをアピールすることが大事かと思っている。ガイドラインを作成し、こちら観光協会のサイトで行っている。

これからが実践になってくる。実際に回してみてもうどうなっていくのか。発展途上であって、完成しないものだろうが、現実に合わせていくことが必要なのだろうなと思った。(小笠原・柏木)

②奄美大島の感染者発生はチャーター船から

船、航空便がキャンセルになり、ほとんど観光客が入ってこない状態が1か月くらい続いた。奄美大島の感染者は、魚釣り船のチャーター船の常連客からの感染だった。常連なので地元にも友人たちもおり、10余名乗っていた。最初の感染者が退院したのは、つい最近だ。

加計呂麻島では、解除の日に観光客が来てしまった。フェリー乗り場で来島しないようお願いしたが承諾してもらえなかった。(奄美・喜島)

③リスクマネジメントの指針

6月19日に格安飛行機が飛ぶとの情報がある。島では6月19日を目処に開くとしているが、ガイド協議会として、いつから受け入れるかについて話はしていない。6月10日にガイド協議会の役員会がある。リスクマネジメントの指針を見極めていければいいのかなと考えている。

④ガイドへの補助

ガイドたちは今、山の部分では外来種の分布調査・駆除を、海、ダイビングのほうは各湾の海底の掃除で動いている。ガイドは観光事業と認められず補助の対象にはならなかったが、ガイドにも」ということで、各市町村の行政も動き出してくれた。(奄美・喜島)

⑤屋久島 ガイドラインによる島内でのコミュニケーション

小さい島は医療機関が脆弱で新型コロナへの対応ができるレベルではない。クラスターでも発生すると医療崩壊が起きるのではないかという恐怖感が島の人にある。

一方で観光立島をうたっており、観光業が島の基盤になっている。今月の末あたりには県外からの受け入れを行う準備をしているという情報も入って来ている。島の人が理解をして観光客を受け入れてくれるという基盤がないと難しい。島のなかで観光客を受け入れるという合意を得るためには、観光業者もガイドラインをつくって対策をとっているということを示していかなければ理解が得られないかなと思う。(屋久島・松本)

3. アフターコロナの地域活性化

プロモーション/エコツアーをどうつくっていくか/地域活性化の支援方策

1) 地元のよさを地元住民が再認識する機会

①宿泊業への補助によって地域内で資金を回す

私どもの捉え方として、いま地域で資金の循環が止まっていることが最も課題だと思っている。外からの資金をもってきて、お金を回すということをテーマに、県内を対象に7割～8割の宿泊割引を行い、宿泊業者にお金を落とそうという手立てをしている。

住民が普段、町の宿泊施設に泊まることはないだろう。この機会にまちの宿泊施設に泊まり、まちのよさを再認識してもらおうという趣旨のもとに事業を実施する。(上市町・深川)

②再開後に備えて島民向けツアー

いまガイドは新しいコースをつくったり、SNS上で発信したりしている。行政としては島民向けにモニターツアーを実施している。このチャンスに地元の人にも、自分の住んでいるところを知ってもらい、いっしょに取り組んでいけたらなということで実施している。(与論島・永井)

2) 近くから遠方へ

①道内客から

最初には本州からのお客さんはそれほど望めないと思っているので、道内のお客様を考えている。いままで道内のお客様はエコツアーに参加する人は少なかった。多分、料金面もあったと思う。道内、近隣の人向けの参加しやすい料金のツアー設定をしていく必要があるかなと思っている。割引なのか、道内向けのプログラムなのかは検討する。(知床・松田)

②インバウンドも近場から

インバウンドでも同じようなことが言えるのではないかと思う。台湾と香港から最初に来て、韓国、中国、ASEAN、そして西欧へと徐々にと言われている。(飛騨・山田拓)

3) 大手民間企業との連携による活性化

愛媛県は昨年末に、石鎚山をはじめ県内の国立・国定公園のエコツアーを推進し、生物多様性の保全及び地域との交流を進めるという内容の協定をKNT-CTホールディングス(近畿日本ツーリスト)らと結んだ。KNT等においては、環境省の補助金も活用しながら、国定公園、国立公園のワーケーションの関係などで申請を出す。県内の国立・国定公園をプロモーションできるような大きな流れを、民間の大手企業と一緒に取り組んでいこうと考えている。(石鎚・渡部)

4) 新しいエコツアーのあり方、観光のあり方を考える

①ガイドらとコロナについて勉強しながら新しいツアーを考えていく

これからずっと with コロナでいくのではないかという気持ちで、インタープリターやアウトドアガイド、アウトドア事業者もいっしょに勉強しながら、新しいツアーを考えていきたいと考え、最近、動き出した。山開きも関係者だけで行ったが、駐車場がいっぱいになるくらい人が来ている。そうした人たちの意識は高い。お客さんの意見、ガイドの意見を共有しながらツアーをどう組み立てられるか、考えている最中だ。(みなかみ町・小林)

②エコツアー自体そのもの、観光自体そのものを考え直していく

ガイドの間では、最大公約数的なものがある程度皆で共有し、そこから各事業者は細かくやっていくということになった。

コロナ自体がどうして発生したのか、といったことを考えたとき、エコツアー自体そのもの、観光自体そのものを考え直していく時期に来ているのかなと思う。ガイドのなかでは、そういう意識を持っている者も多い。(てしかが・藤原)

③エコツアーのあり方を考える

市の方針に沿った形でガイドラインをつくることを考えている。飯能市の特徴として、ガイドは地域住民が多く、市外から来るということを気にしている人もいる。

いままでは企画募集型のツアーを行っており、また参加者の多くは都内からだった。今度は市内あるいは県内にするのか、グループは5人以下、一家族ごとにするのかなど、まずどのような形で再開できるのかを考え、7月に再開できるように考えている。(飯能市・田辺)

5) 新しいターゲット、新しいニーズの発掘

①企業研修、マッチングビルディング、ワーケーションなど

楽しむエコツアーというよりは企業のなかの人材育成、関係性の円滑化など、エコツアーアクティビティをご利用いただくことを目指すことが、一つ大きなところかなと思っている。

環境省の事業では、私が直接ご縁のある全国10カ所ぐらいといっしょに手をあげて、企業研修をやっている企業と組んで、今すぐは無理だろうが、都市部から人を送る機能と、受け皿の連携を取り次ぐような機能とを合わせて進める準備をしている。今後、動けるようになったときに、どのような人にエコツアーアクティビティを使っていただくかということ、毎日、毎日、いろいろな地域の方とミーティングをしながら、進めている。(飛騨・山田拓)

②ワーケーション

ワーケーションといった動きはコロナを経て活発化する、あるいはさせようという人たちのネットワークもできつつあるので、そういうところを強化していくということを我々自身もやっているし、一つの道のりなのかなと考えている。(飛騨・山田拓)

*石鎚、屋久島、みなかみ町、屋久島、奄美などから、after コロナの新たな展開として考

えている、あるいは期待しているとの発言があった。

③グランピング

これまでも準備は進めていたが、グランピングも考えている。いままでとは趣向の違ったものややっていく。知床の場合、食事はバイキングが多い。いま、バイキングは問題視されているので、ホテルも食事方法はいろいろ考えているようだ。それに対応するような形でグランピングができないかということも考えている。(知床・松田)

6) エコツーリズムを進める

コロナだけではなく、SARS、MERS、東北大震災、リーマンショックも含めて、そういう時には、これまで先送りされてきたようなことが、一気に目の前に課題として現れる。

エコツーリズムという市場に関しては、いままで私たちが目指してきたことを粛々とやっていけるかどうかにかかっていると思う。何か特別のことをするかどうかではないと思う。

観光に関しては安全面は非常に厳しく言われてきた。飲食宿泊はいろいろな基準をクリアしてきている。あとは、これを市場側がどう捉えるかが一番肝心なところだ。

リピーターは安全よりも、より環境のよいところ、よりリゾート経営、観光経営にがんばっているところに、より人が集まってくる。これまでやってきたことを、さらに皆さんが、業界全体含めて、より強固にやっていくのかということだ。(スイス・山田桂)

本当に来て欲しい方に、どう来ていただくかというところでガイドラインをうまく使いたいと思う。(スイス・山田桂)

7) 付加価値を上げる、客単価を上げる

感染症対策には手間暇がかかる。最終的には客単価を上げていくということができない限りは、事業として成り立たないのではないか。

これまでも、エコツーリズムは個人の方が対象だと言ってきたのであれば、より付加価値を高め、そこにより共感するお客様に来ていただける努力を、私たち皆でやるべきだと思う。

ヨーロッパもバカンスを控えているので、人が動こうとはしているが、これまでのロックダウンや自粛で収入が増えない方が圧倒的に増えたと同時に、まだまだ余裕をもってバカンスを楽しむ方たちの目は厳しくなっている。その辺は国内の事情も同じかなと感じている。(スイス・山田桂)

8) リモートワークが開く可能

～長期滞在(ワーケーション)、移住、ツアープログラム～

①旅行に対する意識の変化、新しい考え方、ワーケーション、移住

復興は復元ではない。旅行に対する人々の意識が変わってきているのではないか。元に戻すというのではない考え方が必要だ。そういうことを迫られている時期でもあるかなと思う。

屋久島でも縄文杉などの人気のポイントも一気に人気が落ちてしまう可能性がある。本当に屋久島の自然が好きだという方々が長期滞在、ワーケーション、最終的には移住など、風光明媚のところを見るという観光から、住居として、仕事を含めたところとして屋久島が選ばれていくような、そういうことも含めて考えていく必要があるのかなと、今回考えている。(屋久島・松本)

②都会の一生懸命を田舎に持っていくチャンス

在宅ワークが一般的になり、都会で一生懸命暮らして、一生懸命仕事している人たちの、その一生懸命を田舎にもっていき、移住ができるということで、チャンスが巡ってきたような気がする。(奄美・喜島)

③SNSや動画、リモートシステムの活用とエコツアーを結びつける

奄美大島の田舎のおばあちともリモートシステムを使えば話すことができる。たとえば山の中を案内した後、そのおばあに会う機会をつくるのも、今後のエコツアーの方向性としてあるのではないかと考えている。(奄美・喜島)

④どこでもドア

リモートという我々が突然手に入れることになった、「どこでもドア」みたいな仕組みを利用してということだ。(海津)

9) 未知のマーケット

①全く違ったマーケットが生まれている、幅広いプロモーション

一回しばんだところから、どのようなマーケットが生まれてくるか。いままでの経験と違う。実際に来られるお客さんもいままでとは違う。全く違ったマーケットが生まれてきている。

幅広い総合戦略で攻める。デジタル、キャンペーン、キャラバンなど幅広いプロモーションで攻め、どこにマーケットが生まれているかをしっかりチェックするなかで、エコツアーリズムを作り上げていくことが大事ではないか。それがどういうものになるかは、まだ見当がつかない。(下呂市・瀧)

②決めつけない、肌感を大事に

いまの時点で次がどうなるかは全くわからない。想像だけで決めつけて動いていくのは、いまはちょっと怖いなと思っている。特に3月と今では全く違う。それまでのやり方が、これから正しいかどうかわからない。本当に手探りであると思う。

肌感が一番大事だと思っている。お客さんが少しずつでも受け入れられるなら、その辺の体感からいくしかないかなと思っている。うちもリピーターさんに助けられたところがある。リ

ピーターでない場合はどうしたらいいのか、どういう人たちが来るのか、私も全くわからない。

15 泊している人がいる。コロナになってからだ。これは必要に迫られてなのか、これからもやりたい話なのか。いまそういう人たちが来ているが、全体がそうなのかもわからない。

その辺を協議会という仕組みが使えるといいが、そうではないかもしれないので、なんとも言えない。(鳥羽・江崎)

10) 商品・サービスをお客様と共に創造する

今回のコロナは、これまでの自然災害よりも、お客様との信用・信頼関係をいかに築いてきたのかということがよりもはっきり出たと思う。

ツエルマツ観光局や私が関わっているヨーロッパの観光局は、これからは商品、サービスにしても、価値にしても、お客様と共につくろうとしている。お客様の信用・信頼関係のうえにしっかりとコミュニケーションをとって、本当にお客様がご要望しているところを、こちら側がご用意できるのか。共に商品・サービスの形として、クリエイティブなものをつくっていかうところが、特にエコツーリズムに関しては一番大事だと思う。

フィールドとしてはエコツーリズムが大事だ。地域単位ではなく、私たちの活動そのものが、お客様から、市場から信用させるような形になるべきだと思う。(スイス・山田桂)

4. 共有と連携—情報基盤の必要

①JES オフィシャルなネットワーク会議。要望に合わせて開催したい。

オフィシャルにはネットワーク会議をこれまで環境省と行ってきた。コロナのために中止になったが、結果的にこういう形で皆さんの意見を聞くことができた。皆さんの要望があるならば、このような形で年に何回か開催することが可能だと思う。(JES 事務局長・田島)

②定期的開催が有効

- ・ 我々は10何年間、データを集め、月1回の会議を行っている。体験プログラムの販売動向やマーケット動向をチェックする。全員が集まって情報を出し意見交換会をしている。(下呂・瀧)
- ・ こういう形の意見交換を定期的にやったらどうかというご意見だ。(海津)

③業種、分野等、さまざまな括りでの会議も

- ・ 実は日本エコツーリズム協会にはガイド部会がある。こういう何かのときのために、全国のガイドさんが話しあえる場所として、以前つくった。今回、ガイド、宿泊、またガイドのなかでも山と海とそれぞれの問題がある。いろいろな括りで会議をし、痒いところに手が届くような議論が今後できるとよい。このシステムなら可能だ。(屋久島・松本)

④リモート会議の可能性

- ・ 今後も、これからこういう形で北と南がつながっていければよいと思う。(てしかが・藤原)
- ・ 小笠原からは集まっての会合にはなかなか参加できないが、Zoom だったら可能なので、また何かあったら参加させていただきたい。(小笠原・柏木)
- ・ こうした形で会議がもてたら、意見を聞きながら、参考にできるかと思う。(与論・永井)

⑤スケールメリットを生かした連携、ネットワークの強化

- ・ 勉強になった。こういう形の会議であれば意見交換が容易にできる。今後とも、こうした会議をやりつつ、皆様の意見を聞きながら、自分たちの協議会に意見を落とし込み、自分たちの協議会の意見をこのような場で発信し、皆で連携して、スケールメリットを生かした連携がとれればよい。(鳥羽・江崎)
- ・ エコツーリズムのネットワークは非常に大事で、日頃からこういう関係性を築いていければ、そこで地域の改善が生み出されるかと思っている。(阿蘇・石松)
- ・ このような方法だとつながりやすいということが、今回、確認できた。これもコロナがくれた何かという気がする。(海津)

5. その他

1) JES のミッション

これからの観光はスピード感。瞬時対応、瞬時適応だ。with コロナという不確定な状況において多様な対応が求められる。それを瞬時にやれる仕組みをつくっていかねばいけない。JESはそうしたことに対して、またモデルとハブを合わせながら情報を提供し、共有していく役割を果たすこと、ガイドラインのモデル、モデルとなるツアー、あるいはEDMO---エコツーリズムを取り入れたDMO---などについて発信していく仕組みをつくるのが、JESの役割ではないかと感じた。(真板)

2) DMOの意義と役割 ~下呂市~

我々がエコツーリズムとDMOを結合したのは、エコツーリズムはあまり売るのが得意ではない人が多く、我々のほうが売る力がある。ここをくっつけた形で、マーケットインのプログラムと、プロダクトアウトのプログラムをうまく合わせて、お客さんのニーズにしっかり合わせて売り込んでいく。これをやはり粘り強く続けていくこと。観光は、粘り強く、地道にやるが一番大事だ。

新型コロナを機にDMOを機能させていかななくてはいけない。マーケット&マネジメントをしっかり機能させ、地域全体に浸透させる仕組みをつくっていく。コロナを機に、それに向けてゼロからスタートすることに、エコツーリズムの意味があると思う。(下呂市・瀧)

観光業は地域のなかで、地域の人々の理解を得ながら営業するということが、地域のプロダクトアウトは、地域住民の合意形成のもとにやる必要があるんだと。そういうことを一つ一つ説得をしながらおやりになっていると聞いた。そのことがDMOの役割という形で、我々は動いているんだということを聞いたときに、新型コロナの対応についても、DMOの役割がとても大きくなっているのだなということも教えられた。(高梨)

終わりに One teamとして

今日の一つの大きな目標はネットワークをつなぐこと、これまでそれぞれの場所で孤軍奮闘されてきた方々をつなぐことが目的だった。少し達成できたのかなと思う。One teamとしてこれ乗り越え、さらにその先のよい未来をつくっていければと思っている。(海津) s