

「外国人旅行者向け情報発信の強化」部会報告

2017年3月
知床財団

1. 部会の開催

第2回部会開催要領

日時：平成28年6月24日（金）13：30～15：30
場所：於・ウトロ漁村センター2階会議室
議事等：部会の方針について
知床における外国人旅行者の動向
知床情報玉手箱（利用施設最新情報ボード）構築事業について

第3回部会開催要領

日時：平成29年2月17日（金）10：00～12：00
場所：於・ゆめホール 会議室
議事等：H28年度事業報告
H29年度事業計画

* 「外国人旅行者全員のレクチャー受講」目標に関する意見交換
第3回部会において、当該の目標についての意見交換を行ったが、結論は出ていない。
主な意見は以下の通り。

- ・ 現場の事業者レベルでは、予約した人が現れないトラブル、決済の共通化、翻訳の機械化などが、外国人対応の具体的な課題である。
- ・ レクチャーの全員受講は、外国人限定ではなく、日本人を含めたシステムにならざるを得ない。
- ・ 具体的な方法は思いつかないが、なんらかのルール化をするのなら、利用者の入れ込みに対して功罪が出てくると思われる。慎重に議論する必要がある。
- ・ 知床五湖の利用のあり方協議会では、五湖で実施し成果が認められているレクチャーを多拠点化・拡大できないかという議論があり、当部会の議論とも関連するのではないか。

2. 平成 29 年度 事業計画 (案)

2-1. 知床情報玉手箱 (利用施設最新情報ボード) サイトの運用 知床財団実施

H28 年度に構築した情報ポータルサイトの機能拡張と運営に取り組む。

日本語版 <http://center.shiretoko.or.jp/i-box/>

英語版 <http://center.shiretoko.or.jp/i-box/english.html>



○機能拡張

- ・ PC、サイネージなどで表示できるようにする (知床財団運営の各施設で実施)
- ・ イベント情報欄の追加 (今日やっているイベントがわかる)
- ・ 更新日時を表示追加 (いつ更新した情報かを細かく表示)
- ・ 参照すべき英語サイトが構築された場合はリンクする。

○運用・広報

- ・ 情報更新体制の効率化を検討する。
- ・ 紙媒体への掲載依頼を行い、一般利用者からのアクセスし易さを向上する。
- ・ サイトへのアクセス分析を行い、想定した対象者が利用しているか評価する。

2-2. フロントカントリー (自然センター周辺) での情報提供

○日刊ヒグマ情報の発信 知床財団実施

知床自然センターにおけるレクチャー形式のヒグマ情報提供を継続する。前年実績は 4/20-10/20 (195 日) の期間で 154 回/実施し、1263 人超の参加者があった。情報発信の目的は、利用の促進や抑制ではなく、利用者が自らの行動を意思決定する材料を提供することであり、公園利用者に対する信頼性と速報性を兼ね備えたヒグマ情報の提供を目指す。

- ・ 実施期間 4/20-10/20 毎日 9:00-9:15 に実施
- ・ 実施方法 知床自然センターの来館者対象の口頭レクチャー

* 追加の情報公開手法については関係機関と調整を継続する

○しれとこ森づくりの道 (新設遊歩道) 斜里町実施

2017 年は、しれとこ 100 平方メートル運動の 40 周年に当たる。記念事業の一環として運動地公開トレイル・しれとこ森づくりの道の延長・新設を検討している。新設遊歩道は 9 月 16 日の 40 周年記念行事に合わせて供用開始を目指す予定である。

2-3. バックカントリー情報の発信

知床財団実施

○週刊登山道情報の発信

- ・ 知床情報玉手箱サイトにおいて、登山道の最新情報を発信する。発信期間は登山利用が多い7月から9月の3か月間とし、基本的に週に1回程度情報を更新する。
- ・ 前年の実績（7月～9月で9回更新）から、更新していく情報は、雪渓の状態、ヒグマの遭遇情報、遭難情報の3点であると考え、情報収集および発信の体制を改良する。

○登山道マップ(日本語+英語表記)の販売

- ・ 前年に作成した登山道マップの販売を行う。自然センターなど財団が関係する施設で販売を開始し、希望があれば他の施設でも販売することを検討する。

2-4. 情報発信に関する協働事業の検討

当部会でテーマとしている両町を「つなぐ」情報発信について検討する。

当初の提案書で想定していた事業としては、以下が記述されていた。

- ・ 知床の価値を適切に伝えるキャッチフレーズ作り
- ・ 既にある観光拠点や素材を「つなぐ」モデルコースを作成
- ・ 各プログラム、トレイル、コースの難易度(グレード)を明示
- ・ 利用者ニーズとグレードをマッチングする仕組みを作り
- ・ 各拠点の情報発信機能を強化

その後、部会における検討で、各町それぞれのブランド戦略が進行中であるため、それらを統一するキャッチフレーズの設定は長期的な取り組みと位置づける等の整理を行っている。今後、部会関係者の協働事業として実施可能な取り組みについて協議し、可能な事業について具体化を進めていきたい。

具体的な課題

- ・ 推奨されるルールなどについて、英文のリンク先がない。 例)「携帯トイレ」「シレココ」「ストップ!えさやり」などのルールに英文サイトがない。
- ・ 日刊ヒグマ情報では、1日1回の実施は限定的で波及効果は低い。公園利用者へのインフラ的な情報を目指すのであれば、掲示+インフォメーション+web閲覧などの活用が必須。ヒグマ情報流通の仕組み作りが課題。
- ・ 登山道のグレーディング表示は未着手。「大雪山グレード」では、登山道の整備状況を加味してレベル分けされており、北海道の実情を反映している。大雪に加え、知床半島先端部や知床連山が同じグレード表示を進めるのであれば広報上も相乗効果が考えられる。