

令和3年度 環境局指定管理者評価委員会  
議事録

東京都環境局自然環境部緑環境課

○三浦課長 皆様、おはようございます。

本日はお忙しい中、御出席賜りまして、ありがとうございます。自然公園担当課長の三浦でございます。

7月2日に引き続き、評価委員会の2日目、本日、どうぞよろしくお願ひいたします。座って説明させていただきます。

審議に先立ちまして、本委員会の定足数について御報告いたします。

本日は、委員5名中4名の委員の方の御出席をいただいておりますので、「環境局指定管理者評価委員会設置要綱」第7条の規定により会議は成立いたしますことを御報告いたします。

本委員会の会議及び議事録の公開につきましては、さきの7月2日に御説明いたしましたとおりでございます。

本日は、傍聴人がいらっしゃいますので、傍聴人を入室させます。お願いします。

(傍聴人入室)

○三浦課長 それでは、早速ではございますが、ただいまより「令和3年度環境局指定管理者評価委員会」を開催させていただきます。

本日の議事は、さきの7月2日に続き、「令和2年度指定管理者管理運営状況評価について」でございます。

また、本日もペーパーレスで会議をさせていただきますので、御協力のほど、お願ひいたします。

それでは、下村先生、先週に引き続き、どうぞよろしくお願ひいたします。

○下村委員長 おはようございます。

今日は前回に引き続き、5件の評価をお願いします。

それでは、早速始めてまいりましょう。

最初は、御岳ビジターセンターということで、指定管理者は株式会社自然教育研究センターです。事業者の入室をお願ひいたします。

(指定管理者入室)

○下村委員長 それでは、プレゼンテーションは15分です。10分と14分の経過時に合図をいたしますので、よろしくお願ひいたします。

では、始めてください。

○御岳VC担当 これより、東京都御岳ビジターセンターほか3施設における2020年度の事業

報告をさせていただきます。

まず初めに、弊社が目指す管理運営ビジョンについて御説明いたします。弊社では、東京都自然公園ビジョンを踏まえ、次のビジョンを掲げています。御岳山を訪れる全ての人々が安全に安心して自然、歴史、文化を楽しみ、それらの資源がこの先もずっと保全されていくことを目指します。

それでは、2020年度を取組を、画面の順で御紹介します。

まず、前年度の評価結果に対する取組から御報告します。

御意見をいただき強化した取組について御説明いたします。東京都西部の地誌という視点を持って活動することを期待したいについて、取組を御説明します。御岳地域に限らず、青梅市内の城跡や自然文化などの情報を収集することで、地域情報を集積しました。また、GPSを用いて位置情報を記録しました。イベントでは、青梅市郷土博物館との連携イベント、青梅の城跡を巡るツアーを2021年度に実施予定です。

次に、住民との連携は有事の際に協力を得やすくなるなど、リスクマネジメントの面からも重要であることから引き続き進めてほしいの御意見については、私自身も消防団に所属しております。そのため、地域とのパイプ役として、さらに東京都レンジャーと連携することで、利用者に安心、安全に自然公園を利用いただけるように、引き続き地域連携の強化に努めてまいります。

次に、自然教室の実施状況について御説明します。

御岳ビジターセンターでは、山内の宿坊を活用した宿泊型イベントと、手軽に参加できる日帰り型イベントの2つの形態で自然教室を実施しています。

まず、地元のレンゲショウマまつりと連携した日帰りイベントについて御説明します。このイベントでは、レンゲショウマに関するガイドやカンバッチ作りを開催しました。現地では解説を行った後、レンゲショウマとその花に集まるマルハナバチをモチーフにした缶バッジを作成しました。8日で延べ166人に対応、予想を超える人気のプログラムとなりました。参加者からも、「レンゲショウマの生態に楽しく学ぶことができました」「缶バッジ作り、友達を連れてまた来たい」など、高評価でした。

次に、コロナ禍に合わせたイベントの開催について御紹介します。石井スポーツとの連携イベント、バーナークッキングでは、コロナ対策として申込条件をグループに限定し、直接食品に手で触れないこと、道具は使い回さずにグループ内で使用するなど、感染症対策を徹底し実施しました。本イベントは、石井スポーツとの連携により、専門的な解説、器具の取

扱いの注意点、事故事例など、安全登山はもちろんのこと、防災・減災の取組を普及することができました。

次に、宿坊との連携イベント、野鳥観察ツアーについて御紹介します。閑散期に宿泊型のツアーを実施することで、御岳地域の来訪促進につなげました。また、コロナ禍に合わせ分宿するなど、受入れ体制の工夫や感性症対策を講じた上でプログラムを実施しました。アンケート分析により、初めて宿坊に宿泊した方が81%でした。その結果、新規利用者の獲得及び閑散期に開催することで、オフシーズンにおける来館者促進に貢献することができました。

次に、オンライン解説動画配信について御説明します。自宅から御岳山を満喫できるオンライン解説を行うことで、ステイホームを呼びかけながら感染症予防に貢献することができました。新たな生活様式を踏まえ、動画解説により、非接触における新たな事業展開を行いました。オンライン解説は、御岳山に暮らす野生動物や野鳥に関する解説動画を14本公開し、閲覧総数は1万4000回となりました。

続いて、前年度より改善・工夫した取組を御報告します。

アンケート結果による展開について御説明します。入館者の44%は「たまたま立寄」である分析を踏まえ、広報強化の必要性があることから、御岳山に関する野外掲示板の活用と施設広報の取組を強化しました。

施設広報の強化では、コロナ禍により都内での取材が多くなった影響で、御岳山の魅力を発信する機会が増えました。そこで、写真や動画提供だけでなく、ウェブサイトのプロモーション動画、テレビ等に解説員が出演し、ビジターセンターの周知や御岳山の魅力を伝えました。

続いて、野外掲示板におけるサテライトビジターセンター展示の新規取組について御紹介します。野外で登山道の最新情報の発信、地図の配布、安全登山に関する情報を掲示しました。入館による三密を回避する取組を展開することで、ビジターセンターに立ち寄らない方への情報提供の大幅な増加を達成することができました。

次に、体験型展示リニューアルについて御説明します。コロナ禍に合わせた非接触型の新規展示を展開しました。全ての展示をパネル展示へリニューアルし、さらにQRコードを用いることで、ユーチューブと連動させる体験型の展示を作成しました。

次に、今年度より新しく取り組んだ御岳山でのワーケーションツアーの試行について御説明します。これは、環境省によるワーケーション推進事業の一環として、地元の観光協会と連携し、宿坊を生かした滞在型モニターツアーの実施に協力しました。宿泊することで、御

岳山の魅力を昼、夜と体験する内容となり、余暇を楽しみながら豊かな環境の下、リモートワークへの取組に寄与することができました。次年度は、本ツアーを実施予定です。

次に、重点取組、成果を上げた取組を御紹介します。

秩父多摩甲斐国立公園70周年記念に関して、4つの事業展開をしました。

奥多摩ビジターセンターとともに登山イベント、特別展、ステッカーの配布を開催し、秩父多摩甲斐国立公園に関する事業の一環としました。また、季刊誌の特集ページにて御岳山の景観美の紹介や国立公園の利用ルールマナーについて紹介し、より多くの利用者に知ってもらうよい機会となりました。

次に、新規取組、みたけっ子クラブの試行について御紹介します。御岳山の子供たちが自然の中で遊ぶ機会が希薄となってしまったため、自然体験の場をつくってほしいとの地域の住民の要望を受け、みたけっ子クラブを試行しました。子供たちが地域の魅力を知ること、御岳山の魅力を再認識する場となりました。地域住民からも好評のため、次年度より本格始動する予定です。

次に、地元小学校の体験型支援について御説明します。青梅市内の小学校の移動教室では、青梅市教育委員会、御岳山観光協会と連携し、御岳山への受入れに協力しました。ビジターセンターでは、青梅市内の小学校8校、511人へプログラム対応を行いました。地元の子供たちが住んでいる地域の価値を発見する機会を提供しました。

次に、利用者に好評だったサービスを御紹介します。

1点目は新規取組、木の実のクラフト配送サービスの展開について御紹介します。コロナ禍で来訪できない小学校、幼稚園などの団体へクラフトキットを配送する非接触の取組を行いました。配送だけではなく、クラフト作成における解説動画や木の実の紹介を併せて提供しました。この取組には想定を超える12件の反響がありました。団体利用のニーズを踏まえ、次年度も新たな展開を予定しています。

次に、新規取組の御紹介をします。東京都タイアップ大塚製薬との連携プロジェクトを実施しました。利用者から飲料水販売を求めるニーズが多数あったことと、東京都環境局によるPOCARI SWEAT&TOKYOプロジェクトを推進することで、熱中症対策、安全登山に貢献することができました。

次に、その他アピールポイントを御報告します。

スタッフへの新型コロナウイルス感染症対策について御説明します。スタッフは、マスク着用、手洗い、検温を実施し、体調管理に努めました。また、換気や事務室の消毒などを行

いました。

次に、神代植物園植物多様性センターとの連携展示について御説明します。展示では、希少種保護への取組を紹介することで、生物多様性保全に貢献しました。さらに、多摩地域の各ビジターセンターと連携し、自然公園を巡回することで、効果的な取組へとつなげることができました。

施設に関する満足度アンケートの分析について御説明します。設備面では100%、総合満足度は98%でした。

具体的な声については、次に紹介します。「笑顔が多かった」「いつ来ても気持ちが良い接遇です」「親切で子どもに優しい」「急なプログラム依頼にも対応してもらった」などの感想が寄せられました。日頃より入館される利用者の目的などに合わせた細やかな案内、丁寧な解説を心がけています。

最後に、弊社管理の自然公園4施設における合同会議の実施や、情報共有、相互間の連携など、エリアでの情報共有の強化を図りました。さらに今年度は、基礎を固める活動として、現在では、自然公園のマネジメントプランを作成しています。2021年度は、Feel Nature in Tokyo!プロジェクトを実施します。このプロジェクトでは、東京都の自然公園をフィールドに、首都圏に最も近い場所にある多様性と連続性が織りなす自然と、自然との関わりの中で生まれた文化に全ての人々が楽しみ、利用されながら、よりよい姿を維持されていくことを掲げています。

このFeel Nature in Tokyo!プロジェクトでは、今年度新たに地域限定旅行業取扱管理者を配置し、旅行業の登録を行いました。このプロジェクトでは、御岳山の魅力はもちろん、旅行業を用いた自然公園の新たな魅力の発掘と滞在型の宿泊イベントを実施することで、地域に根差した展開を行います。

弊社は、今後も御岳ビジターセンターの指定管理業務において、御岳山に訪れる全ての人々が安全に安心して自然、歴史、文化を楽しみ、それらの資源がこの先もずっと保全されていくことを目指します。

御清聴ありがとうございました。

○下村委員長 ありがとうございました。

それでは、委員の皆様から御質問をお願いいたします。いかがでしょうか。

オンラインのプログラムを14本作られたということですがけれども、どんな種類のものというか、どんなものを作られたのか。それから、どういう時間帯というか、1本を作られるの

に結構時間がかかると思うのですけれども、どういう時間を上手に見つけてやられたのかとか、そういう御苦労があればという2点です。

○御岳VC担当 内容に関しましては、やはり自然の野生動物とか、あと、特に観察会が中止になったことでその代替のムササビ観察をする際に、どうやったらフィールドで野生動物を見つけられるきっかけとかをつくれるかとか、あとは自然の野鳥に関して、私たちが御説明ができればいいのですが、初めて来た方などは野鳥などを見てもぱっとは分からないので、細かい点を御説明したり、御岳山の観察できる特徴なども含めて動画の配信とさせていただきました。配信についてはユーチューブなどに上げて、利用者の皆様が御覧いただけるようにしておりました。

あともう一点、動画を作る際にはやはり時間がとてもかかりまして、私たちが試行錯誤をしてビジターセンターの業務、新たに動画配信ということで、エリアも含めて全てのビジターセンターで工夫しながらやっていったのですが、やはりどうしても動画撮影に時間がかかるので、そこはイベントが中止になってしまった代替としてですとか、あとは団体向けに受入れができない季節などはプラスでスタッフがついていたところをうまく工夫して内部で調節して動画配信の作成に当たりました。

以上です。

○下村委員長 ほかに何かありますか。

どうぞ。

○塚本委員 関連してなのですけれども、非接触型のプログラムの配信ですとか、あるいは学校に教材を配ったりしていますよね。その結果、直接ビジターに来てくれる人たちとかはいるのですか。そういう人たちが増えているとかということはあるのですか。

○御岳VC担当 その状況下にもよると思うのですが、ビジターセンターが臨時休館をしていた際には、私たちが学校さんに、特に遠足の時期などは様々な学校団体様からビジターセンターを利用したいのですというお声を多数いただいていたのですが、開放できない状況であったため、クラフトサービスというものを実施しておりました。頻度については、利用されない団体への提供だったので、「またビジターセンターが開館した場合は行きます」という声をいただいたり、そのような状況でございます。

○塚本委員 アフターコロナ対策としてうまく効果が上がればいいなと思います。

○御岳VC担当 ありがとうございます。

プログラムなどは団体の利用に分けて館内展示とかプログラム対応を行っていたので複数

回に分けての実施となって、それがスタッフも勉強しながらうまく臨機応変に安全に対応した次第でございます。

○下村委員長 あとはいかがですか。

どうぞ。

○守泉委員 先ほど、地域限定の旅行業のところのお話があったのですけれども、それはこういうような団体さんの中で取得をするというのが最近の傾向なのですか。財務諸表とかホームページを見たときに、それを取得しましたというのがあって、民間の旅行業の中ではそういう関係を、例えば、神奈川県と大江山とかそういうところでは宿坊とのビジネスを連携してやったりとかというのは旅行業としてやっているのですけれども、こういうような団体さんがそういうのを取得するというのは案外あるのですか。

○御岳VC担当 すみません、私もそこまで詳しくはないのですが、旅行業を取ったということで、やはりビジターセンターで実施できるイベント、例えば、バスの手配とか奥多摩の山に登るとなりますとやはり交通手段が、なかなかアクセスが悪いところと、あと、やはり下りてからの日没時間に関わってきてしまうので、その辺りでバスをチャーターして登山口まで、行けるところまで運んでいただいととかという新たな展開ができる可能性が強く高まると思います。

○守泉委員 その反面、やはり旅行業の資格を取るとなると、その資格者を置かなければいけないとかというふうにいろいろな制約もあって、それから、予約を受け付けるとなるとそれに対してのリスクも負わなくてはいけないということもあって、そういう面では業務的には、このコロナ禍とアフターコロナもどうなるか分からない中で結構大変なのかなと思うのですけれども、その辺も考慮してということなのですか。

○御岳VC担当 そうですね、その辺りはやはり現場のほうでできるものと、あとは旅行者取扱の方と相談しながら、そこの現場や環境とか地域に合った旅行業の展開ということがこの先できると思いますので、その辺は十分に検討しつつ実施していきたいです。

○守泉委員 あと1つ、ちょっと情報提供だけなののですけれども、今みたいな新しい分野のところに出ていった場合とか、それから、先ほどの動画配信のほうでユーチューブでもまともなことをやろうとなると、すごく時間がかかるのですよね。ソフトも買ってそれなりのことを、時間をかけてやらなくてはいけないので結構大変なののですけれども、そういうふうに関今、従来の業務に対して新しい業務を付加してやってくるような場合に、そういうふうに関業務改善という形でやっていく場合に、今年は国の大型の補助金というのが取れるのです。そ



の辺はたしかこの前に第1回目が終わったのかな。第2回がこの夏ぐらい、ちょっと調べていないのですけれども、夏ぐらいのところであると思うのですけれども、そういうのは結構検討してみると案外獲得しやすいかもしれないので考えてみてください。

○御岳VC担当 ありがとうございます。

○下村委員長 どうですか。

○今村委員 今村です。よろしくお願いします。

先ほど質問があったように、コロナ禍にあつての対策に関して私も興味を持ったのですが、地元の子供たちへの対策に興味を持ちました。もう少し詳しく教えてください。クラフトキットの具体的な内容と、12件というのは？

○御岳VC担当 12団体です。

○今村委員 それは人数にすると何人ぐらいの子供たちへのサービスを行ったことになりませんか？ あと、みたけっ子クラブの内容についても、もう少し詳しく教えてください。

○御岳VC担当 クラフトキットの配送の中身なのですが、ビジターセンターでクラフトの作成することを実施しておりまして、それがやはり私たちがレクチャールームで実施していたものだったので、例えば、御岳山で取れた木の実などを、大体にはなってしまうのですが、50人分様とか、あと木の実とか種と、ペンダントになる板を私たちが加工して穴を空けて作ってはいるのですが、それをセットにして、板は人数分、木の実と種はおよその見当で、大体いつも利用されている団体さんの感じをつかみながら、50人分でしたら10人分ずつを5袋作ったり、そういった個包装というかグループ単位でまとめてキットにしておりました。

○今村委員 結局、ペンダントを作るキットということなのですか。

○御岳VC担当 そうでございます。ペンダント作りに必要なキットです。失礼しました。

○今村委員 分かりました。

では、大体トータルにすると300とか400とかですか。

○御岳VC担当 すみません、詳しい数字がありまして、12団体さんで延べ595人です。そこから新規団体利用の予約をいただいて利用いただいたのが7団体さんです。新たに展開するので各学校さんに、クラフトキットの配送サービスを始めましたということで御案内をさせていただきまして、そこでも新たな展開ができればと思っておりました。

○今村委員 あと、みたけっ子クラブですね。

○御岳VC担当 みたけっ子クラブなのですが、私も御岳山で育った一人なのですが、やはり地元において自然にはよく触れるのですが、やはり私も小さい頃にビジターセンターの職員の

方が少し連れて出かけてくれて、こんな自然の中は楽しいんだよということをちょこちょこ教えてくれていた時期がありました。

そういったこともあって、今も親御さんはやはり御岳山で、どうしてもゲームとかおうちの中でやるものとかに、ちょっとそれをずっとやってしまうということで、御岳山はすごくきれいなところという認識はあるのですけれども、やはり親御さんと子供もそこがうまく把握し切れていないので、豊かな自然があるとしても何が豊かだと。いろいろな生き物がいるのですけれども、それも私たちが入らないとなかなか子供たちも「あっ、何かカエルみたいなのがいた」とかその程度で終わってしまうので、このカエルはもしかすると蛇とか毒があるかもしれないとか危険回避にもつながりますし、やはり御岳山の動植物を知るということは、それを知ることによってまたその子供たちが大きくなったときに、またその子供たちにバトンタッチしていただけるのではないかとということで、そこも含めてビジターセンターで業務を進めていく中で、やはり地域に貢献できる何かの仕組みがあるといいですねということで、お会いしたときにちょこちょこお話しさせていただいて、その事業を展開していくということで決めた次第でございます。

○今村委員 分かりました。ありがとうございました。

○下村委員長 もう時間が参りましたので、これで終了したいと思います。お疲れさまでした。

○御岳VC担当 ありがとうございました。

○下村委員長 委員の皆様は評価をお願いいたします。

退室を。

(指定管理者退室)

(各委員シート記入)

○下村委員長 いかがでしょうか。よろしいですか。

(首肯する委員あり)

○下村委員長 では、続けてまいりましょうか。

次は、高尾ビジターセンターです。指定管理は同じ株式会社自然教育研究センターです。

入室してもらってください。

(指定管理者入室)

○下村委員長 それでは、15分のプレゼンテーションをお願いします。10分と14分に経過の途中合図をいたしますので、よろしくをお願いします。始めてください。

○高尾VC担当 それでは、2020年度の高尾ビジターセンターの事業報告をいたします。

まず、今お配りいただいておりますが、昨年製作した物の見本をお配りしていただいております。途中、発表の中で御覧いただく物を御紹介いたしますので、お手元に置いておいていただけたらと思います。

まず、ビジターセンターに今年いらしていただく機会がなかったので、簡単に御紹介させていただきます。

高尾ビジターセンターは標高599メートルの山頂にございまして、麓からは歩いて1時間半、ケーブルカーを使っても1時間ぐらいで登り切ることができる山です。利用される方は山頂まで大体7つのコースを利用してビジターセンターまで来ていただく方がほとんどであります。

では、ビジターセンターの御紹介なのですが、ビジターセンターでは5つの機能を設けております。その機能をまず御紹介させていただきます。

- 1つ目が、環境保全・生物多様性保全機能。
- 2つ目が、安全安心登山普及啓発機能。
- 3つ目が、包括的環境教育推進機能。
- 4つ目が、情報収集・発信機能。
- 5つ目が、地域防災・減災推進機能になります。

これらの機能を機能させるために、我々は5つのミッションを設けて取組を行っております。

- 1つ目が、豊かな自然環境の魅力を伝えて高尾山の自然環境の保全を図ること。
- 2つ目が、高尾山の背景にある歴史、文化を知り、新しい高尾山の魅力に気づくことを促すこと。
- 3つ目が、登山をする上での楽しみを伝えること。
- 4つ目が、利用者の安全、安心な登山に寄与すること。
- 5つ目が、マナー普及をし自然公園の適正利用を促すことになります。

これらのミッションを果たすために行った工夫を、今回、御報告させていただければと思います。

まず初めに、昨年、指定管理者評価委員会の評価における特記事項への取組について、簡単に御報告させていただきます。いただいた御意見に対して、このような取組を行いました。

まずは、高尾山の歴史、文化に関する書籍を執筆されている方に自然教室の講師をお願い

しまして、自然教室を実施いたしました。

2つ目が、引き続きなのですが、ニュースレターを作成して、今、お手元のファイルの中にもあるのですが、「のぶすま」というニュースレターに地域の情報をまとめて蓄積しております。

3つ目が、自然記録の調査を行いまして、データベースを作成して、それに記録して利用者の方へ情報提供を行いました。

最後、希少種の植物についてはGPSを用いて位置情報を取得して記録しております。また、今後、共通のフォーマットを使用して、御岳だったり奥多摩、山のふるさと村も含めてビジターセンターのそれぞれと共有を図りたいと思っております。

それでは、具体的に2020年度の取組について、4つの項目に分けて御報告いたします。

まず、新型コロナウイルス感染拡大下に合わせた利用者サービスの充実についてです。

コロナ禍において、2020年度の来訪者について分析いたしました。2020年度のリフトとケーブルカーの利用者数の乗降者数は、2019年度と比べまして大体74万人も減少しております。2018年度と比べると約半数ぐらいに落ち込んでおります。

続いて、来館者についてなのですが、2019年度に比べて42%になりました。ビジターセンターとして、東京都の不要不急の外出自粛の方針を踏まえたり、あと、地元の方々の御意見も伺いながら、感染症拡大防止の観点からほぼ1年を通じて、積極的な来館だったり来訪を促す呼びかけを意識的に控えた面がありました。

このような状況も踏まえて、ビジターセンターの使命を果たす工夫をいたしました。日常プログラムだったり、窓口・電話対応、自然教室の参加者数、あとはツイッターの閲覧数、ホームページの閲覧数、高尾ビジターセンターに何らか関わっていただいた方々の数を集計いたしました。その結果、2019年度と比べまして99%の水準でした。ビジターセンターに関わっていただく方の数は大幅に減らなかったという結果が分かりました。

また、開館のときにアンケートを行いまして、そのアンケートを踏まえて、総合の満足度は99%をいただいております。

では、具体的に行った取組について7件報告をさせていただきます。

まず、オンラインショップの導入についてです。2020年度は閉館が続いたことだったり、あとは外出の自粛をされている方も多かったので、オリジナルの商品を届けるためにオンラインショップを開設いたしました。開設してから20点の売上げがありました。こちらについては、今後も新型コロナウイルスの影響が続くことも想定して、来館できない方へのアプロ

一斉をする手段として活用したいと思っております。

2つ目は、キャッシュレス決済の導入をいたしました。こちらは窓口でよく聞かれたことなのですけれども、山に登るときに現金を持たない方が多くいらっやって、キャッシュレス決済ができたという希望を多くいただいております。こちらの声を受けましてキャッシュレス決済を導入いたしましたして、導入後、120件の利用がありました。また、コロナ禍においては接触を防ぐ取組にもつながったと考えております。

3つ目ですが、こちらは毎年開発しているのですが、オリジナル商品を2点開発いたしました。先ほどお配りいたしましたTシャツです。大きい袋に入っている布状の物と、あと、ファイルに入っている物がそちらの商品になります。

そのうちの一点、鹿の角をモチーフにしたピンバッジを作成したのですが、こちらはただ商品として販売するだけではなくて、今、東京都でも鹿に対する様々な問題が言われ始めていますが、高尾山でも鹿が増え始めていて、その普及啓発をするために、鹿が抱える問題についてパンフレットをお配りしているものになります。

続きまして、もう一点、お手元にあるTシャツの商品開発について御報告いたします。こちらについては、利用者の方々に参加いただきながら商品を開発いたしました。今、ちょうど私の左手に座っているスタッフが着ているものなのですが、こちらは2案のデザインを考えまして、お客様にどちらがいいかアンケートを取りました。ツイッターの投票機能がありまして、そちらでお気に入りのほうのデザインを選んでいただきました。結果、私たちもちょっと予想外だったのですが、1,200以上の投票があつて、実際に販売は2021年度からになってしまったのですが、自分が選んだデザインということで親和性が生まれて広報効果も狙った部分があります。

続いて、4つ目です。ユーチューブを利用して高尾山についての解説を届ける工夫をいたしました。開館のときには毎日、日常プログラムを行いました。回数は御覧いただいたとおりなのですが、ただ、2020年度は休館していることもあつて、あと、コロナの感染症対策のために1回のプログラム当たりの定員を下げたのです。そのために、2019年度に比べて34%の利用者になりました。ただ、この代替の取組として、高尾山についての解説動画を作成して配信いたしました。こちらは合計で1,783回の閲覧がありまして、ユーチューブでの閲覧なのですが、こちらは2020年度に行った日常プログラムの参加者を上回っております。

その他、高尾山にまつわる参加型のクイズをSNSで発信いたしまして、こちらにも投票いただいたりという活動をしていたしました。そのほか、解説員が撮りためた画像だったり動画を定

期的に配信いたしました。

5つ目です。自粛している利用者の方へ向けて塗り絵を配信いたしました。ホームページ上で塗り絵のデータを配信したのですが、御自宅にプリンターがない方はちょっと参加いただけないかなと思ひまして、コンビニエンスストアでプリントアウトできるようにデータの配信をいたしました。全4回配信したのですけれども、私たちもうれしかったことがあって、ツイッターで「やりましたよ」と報告を上げていただいた方がいらして、これは一般の利用者の方が上げていただいた画像なのですが、少しでもおうち時間を楽しめるきっかけになったのかなと思っております。

6つ目です。登山道地図のオンラインでの提供をいたしました。休館中に、山の中の案内が少なくてどっちに進めばいいか分からずに迷ったという声がありまして、地図が欲しかったという声が届けられたのです。こちらを受けて、ホームページ上に登山道地図のデータを公開いたしました。また、休館中、ダウンロードできるURLをQRコードにして玄関に設置いたしました。合計ダウンロード数が2,041件だったのですが、こちらは2019年の開館しているときの地図の配布数を上回りました。なので、こちらにも利用者の方に御利用いただけた例かなと思ひます。

続いて、利用分散の情報提供について御紹介いたします。こちらは、2018年度の評価委員会の中で、利用分散の取組について御意見をいただきました。これを受けまして、2019年度に団体の利用の傾向を調べまして、各号路の混雑状況をホームページに掲載いたしました。こちらにも団体の方に御利用いただいている情報になります。

続いて、利用者サービスの充実について、5件御紹介いたします。

まず、自然教室についてです。自然教室は合計6回計画していたのですが、そのうち3回の開催になりました。夜の高尾山を体験するナイトウォークだったり、あとは、人気の高い歴史を題材とした自然教室を開催いたしまして、満足度はいずれも100%でした。また、開催に当たっては感染症対策を講じて実施いたしました。

続いて、セルフガイドのカラー化です。今お手元にある資料のうち、長細い資料になるのですが、こちらは従来より配布していたセルフガイドをカラー化して配布いたしました。お客様からは「カラーだとより分かりやすいね」という声をいただいております。配布数が2019年度よりも伸びまして、合計4,000枚以上の配布となりました。

3つ目は、人材育成の取組です。2020年度、高尾のパークボランティア会さんの会員の方だったり大学生を対象にしてインタープリテーションだったり、あとは自然解説について題

材としたインターンシップを実施しました。半年間、長かったのですけれども、7名の方に継続して御参加いただきました。

また、東京都南多摩中等教育学校の探求の事業の一環で、高尾ビジターセンターのプログラムの体験や展示の見学をしていただきました。

4つ目は、AEDの使用と落雷についてです。弊社では、全てのスタッフが上級救命講習を受講しているのですが、9月に山頂で心肺停止の方がいらっしゃいまして、その方に対して解説員が心臓マッサージとAEDを使用しまして、その後、利用者の方の意識が戻りまして、消防により搬送されました。

また、落雷が8月にあったのですけれども、こちらが多摩環境事務所さんと情報共有を行いまして迅速に対応いたしました。

特にAEDのほうは消防総監の賞状の打診があったのですけれども、ちょっとこちら側の体制の都合が合わず辞退となってしまいましたが、このような対応を行いました。

続きまして、利用者の声をよりよい施設管理に生かす取組をしております。利用者の方から幾つか御意見をいただきまして、例えば、一番上の「トイレ内の臭いが気になる」という声をいただきましたので、換気扇を全て取り外して、ほこりを取り払って、一層の換気を図りました。このように、お客様からのお声を施設管理の参考にさせていただいております。

このような管理から、今、現場の清掃員からは、「毎日トイレがきれいね」という声をお客様からいただくという声をいただいております。

続きまして、コロナの対策について御報告いたします。

コロナの対策については、お客様だけではなくてスタッフの感染防止対策も行いました。消毒だけではなくて、マスクの着用と、あとはスタッフに関しては検温を行うこと、さらには在宅ワークとオンライン会議を導入して、接触を防ぐ取組を行いました。

また、接触を防ぐ取組として、こちらの2点を行いました。

一つは、接触する展示を撤去して、接触せずに楽しめるものを配置しました。

また、トイレの清掃中にスタッフとお客様、あとはお客様同士の接触を防ぐために利用を控えていただくような表示を設置いたしました。

最後に、自然公園のエリアマネジメントについて御報告いたします。

弊社は、それぞれ担当する奥多摩、御岳、高尾それぞれが運営するビジターセンターを連携して、Feel Nature in Tokyo!プロジェクトを展開していきます。こちらについて、2019年度はマネジメントプランを作成いたしまして、今後、2021年度以降、具体的な取組を行っ

ていきます。

その中の一つとして、Feel Nature in Tokyo!プロジェクトの中で、ビジターセンターは商品の開発を通してより広い層へ自然公園の周知を図ることを考えております。

こちらが商品例です。

我々は以上のようなミッションをいろいろな状況に合わせて取組を今後も行ってまいりますので、引き続きどうぞよろしく願いいたします。

以上です。ありがとうございました。

○下村委員長 お疲れさまでした。

委員の皆様から質問をお願いいたします。いかがでしょうか。

守泉委員、どうぞ。

○守泉委員 さっきのお話でちょっとたまたま気づいたことがあるのですが、利用者数というのは直接の利用者ということだけで考えていくと、やはり今回のコロナ禍の中では実際には大分減ってきているのですけれども、先ほどのお話の中で、そうではない間接的に関わった人とかそういうような話がありました。例えば、地方へ移住する人たちの場合に、移住者数という発想よりも最近、例えば、一時的に移っていく、何か月か移る人とかというのを関係人口という言葉を使っているのです。同じような形で、関わった人の部分というのを別に出してみるの、やはりコロナ禍なので実際には行かないけれどもこういうところで楽しんでくれたということで、そういうような数字の出し方というのも一つは自分たちのアピールをするのにいいのかなと思います。

あとは、個人情報データを2週間保存ということだったので、2週間というのは恐らく14日間の待機期間がコロナとかであるからそれを意識したのかもしれないのですけれども、いろいろな諸般のことを考えてみると、ちょっと短いですね。もう少し長い期間保存したほうが、何かあったときに実効性があるのではないかと思います。

それから、AEDに関してはいいことなのですが、AEDというのは実は大人用と子供用もあって、大人用のもので子供を使ったとしてもほとんど問題はないけれども、電圧がちょっと高いのです。だからもしも子供のことが大分多いとかだとそういう専用のものであったほうがいいし、あと、パットの交換時期とかが何年というのがあるので、その管理というのも今後しっかりやっていただければありがたいと思います。

あと、一つ提案なのですが、塗り絵の配信ということをやっていたので、最近やり出して高齢者がやっても案外人気が出始めているのが、エクセルのアートというのがあ



るのです。あんなようなものを何か導入してみると、意外と新しい試みでいいのかもしれないと感じました。

以上でございます。

○下村委員長 何かコメントはありますか。

○高尾VC担当 4点、お答えさせていただきます。

まず、関係人口の件ですが、冒頭に高尾ビジターセンターに関わった方の人数を出したのはその発想でした。コロナ禍で今、来訪できない部分があるのですが、我々はこのミッションを果たすために、来訪していただかない方法も考えていく必要があるだろうなと思ひまして、今おっしゃったような関係者をどういうふうに出していくのかを今後引き続き数えていきたいなと思っております。

あと、2つ目の個人情報の部分は、やはりコロナの濃厚接触者の期間で2週間ということを出したのですが、今後、スタッフと少し長めの期間を取ることも考えていきたいなと思っております。

また、AEDについては、こちらのスタッフから御紹介します。

○高尾VC担当 個人情報については少し付け加えがございまして、コロナが発生したときに私たちが長い間情報は取っておいたほうが良いという判断をして取ることを選択したのですが、東京都の方と御相談いたしまして、コロナ見守りサービスというのを普及するというところで、個人情報はあえて収集しないというふうの方針が決まったものですから、それで従来どおりの2週間というのを去年1年続けさせていただきました。利用者の方に関しましてはコロナ見守りサービスを積極的に案内いたしまして、そちらで対応することにさせていただきました。

AEDの交換ですが、あまりいい話ではないのですが、高尾ビジターセンターはAEDの使用率が非常に高く、2～3年に1回は使用しているもので、その都度、パットの交換、充電はしております。あと、小児用パットももちろん用意しておりますので、私たち上級救命では小児用のAEDの使い方も訓練しておりますので、安全管理シミュレーションというのを常にしておりますので、そのときにAEDの中身を確認したりとかは常にしております。

○高尾VC担当 あと、最後の塗り絵についてなのですが、恐らく今後もコロナウイルスの影響が続くと思ひますので、今おっしゃっていただいたものを含めて御自宅で楽しめるものも検討させていただきたいと思ひます。ありがとうございます。

○下村委員長 ほかに何か御質問はいかがですか。

オンラインの工夫に関しては、御岳と少しまた方向性が違うと思うのですが、その辺りはどういう整理をして、つまり、御岳との差別化や協働に関しては、どのようなことを考えてやられているのですか。

○高尾VC担当 毎月1度、御岳と奥多摩と山のふるさと村に関わっているスタッフでミーティングを行っているのですが、やはり今おっしゃっていただいたような施設の特色を生かした取組を行ってまいりました。特にビジターセンターの場合は、今、商品の販売を引き続き行っておりますので、そこにまずは力を入れようと。途中御紹介しましたオンラインショップについて、これは商品を通じて自然公園をアピールするチャンスになるだろうと思いますので、そちらを高尾ビジターセンターの特色として力を入れようという方向性になりました。

また、オンラインショップについては今後もずっと展開していく予定なので、コロナウィルスの終息が、終わった後も高尾山以外の方々に一層の周知を図るような取組として使えるのではないかと考えております。

○高尾VC担当 すみません、もう少し付け足しをさせていただきますと、実は高尾山自体がゴールデンウィーク中に山全体でステイホームを呼びかけようという動きになりまして、本当に薬王院というお寺ですとかケーブルカー全てが停止したという、駐車場も使えなくなりましたという事実がありますので、御岳山とステイホームの呼びかけの度合いがかなり違うということもありますので、配信の方法も変わってきたということもございます。

○下村委員長 あと、いかがでしょうか。何か御質問はありますか。

先ほどオンラインで地図化をされたりとか、それから、分布情報を提供されたりと。地図化のほうはかなり効果があったというお話でしたけれども、分散に関してはどうですか、何か実感として効果に関して捉えておられることはありますか。

○高尾VC担当 2020年度に関しては、学校の団体の方々だったりお客様も少し来訪を控えている部分がありますので、こちらについては引き続き2021年度も分散の取組をホームページで発信していく取組を続けておりますので、今後、例えばホームページのアクセス数だったりとかで効果を図っていきたいと思います。

○下村委員長 いかがでしょうか。よろしいですか。

(首肯する委員あり)

○下村委員長 それでは、終了したいと思います。お疲れさまでした。

○高尾VC担当 ありがとうございます。

○下村委員長 委員の皆様は評価をお願いいたします。

(指定管理者退室)

(各委員シート記入)

○下村委員長 いずれにせよ休憩を挟みますので、この時計で10時15分から次の奥多摩ビジターセンターに参りたいと思います。少し休憩を挟みましょう。

(休憩)

○下村委員長 さて、それでは、再開いたしましょう。

奥多摩ビジターセンターです。指定管理者は、先ほどの株式会社自然教育研究センターです。

入室を。

(指定管理者入室)

○下村委員長 それでは、プレゼンテーションは15分でお願いします。10分と14分に経過の合図をいたします。よろしくどうぞ。

○奥多摩VC担当 東京都奥多摩ビジターセンターの2020年度の事業報告をいたします。よろしくお願いします。

まず、東京都自然公園ビジョンやビジターセンターの使命、理想を総合し、目指すビジョンを作成しました。

秩父多摩甲斐国立公園である奥多摩地域の魅力に、利用者自身が興味を持ち理解を深めることができる。そのきっかけをつくる関係者が連携し自然環境・動植物・文化・暮らしが保全されよりよい形で受け継がれていく。このビジョンに向けて、ビジターセンターの事業を計画し展開してまいっています。

事業報告の内容は、こちらの6つです。上から順に御説明させていただきます。

前年度の評価結果に対する取組について御説明します。

前回の評価では、本格的な登山者だけではなくライトな層を取り込むこと、利用者分析をして来館者数を増やす取組を期待との御指摘がありました。

まずは、ライトな山歩き層を取り込む方策として、大人のためのガイドウォークやのんびりバードウォッチングといった参加しやすい内容の自然教室を企画しました。キャッチなタイトルと気軽に参加できる日帰りの内容などがライトな層のニーズとマッチし、満員御礼となりましたが、ビジターセンターの臨時休館のため開催中止としました。

続きまして、利用者分析を行い、来館者を増加させる取組についてです。来館者のアンケートから、ビジターセンターを何で知ったかという問いに対しては、たまたま知ったという方が51%で、近くを通りかかったことでビジターセンターの存在に気づく方が多いようでした。

そこで、より多くの方が利用する奥多摩駅からの誘導に注目し、2つの試行を行いました。

1つ目が、誘導案内板です。奥多摩駅からビジターセンターまで250メートルほどの間に、ビジターセンターへの案内板を4枚設置しました。案内板は奥多摩駅にすむ動物たちを配置し、目を引くデザインとしました。「案内板の動物、何ですか」といったような質問もあって、効果的だったと思います。

もう一つは、新規来館者獲得のための試みです。秩父多摩甲斐国立公園70周年のステッカーを作成し、来館してツイッター記事を見せていただくと無料でプレゼントするというプロモーションを行いました。延べ400枚ほどを配布することができ、来館者促進とSNSの広報も行うことができました。

ほかにもアンケート分析から分かったことが、来館者でファミリー層が50%以上いたことです。メイン利用者であるファミリー層のさらなる呼び込みとビジターセンターの利用について広く普及するため、親子向け自然教室を実施しました。水辺の生き物観察では、定員40名のところ、申込人数は100名を超えました。これからもファミリー層の誘致とプログラム内容の充実にも力を入れてまいります。

次に、自然教室の実施状況について御説明します。

自然教室は、安全登山、自然、歴史文化の3つのテーマで企画しました。4回実施し、1回を除き応募人数は定員を超え、満足度は全ての会で100%でした。

安全をテーマにした自然教室では、地図読み講座と御前山登山を実施しました。地図読みでは、「コンパスの正確な使い方も分かり、より興味が湧きました」といった感想があり、楽しみながら安全に登る上で大切なことを学んでいただく機会となったのではないかと思います。

自然をテーマにした会では、ムササビ観察や、水辺の生き物観察を行いました。奥多摩の動植物と出会い、多様性を感じてもらうことができたと思います。

そのほか、歴史文化のテーマとして鹿島踊りを鑑賞する自然教室は、新型コロナウイルス対策で鹿島踊りの奉納事態が中止となったため開催できませんでしたが、スタッフが踊りの練習会に参加し、保存会の方々と打合せや交流をして、2021年度へ向けて内容を再検討する

ことができました。

2020年度の自然教室は、感染防止対策としてマスクの着用、消毒、検温などを実施し開催しました。コロナ禍で自然体験が減少している中、数回ではありましたが、自然体験の場を提供できたことは、参加者の様子から見ても意味深いことであったと感じております。

続きまして、前年度より改善・工夫した取組について御説明します。

誰もが見やすいホームページへのリニューアルです。アクセシビリティを意識し、フォント、写真、アイコンなどの工夫で、視認性、可読性が向上しました。登山道情報も表として細かく分けて発信し、利用者の行きたい場所の状態を分かりやすく表示しています。ホームページのアクセス数は14万アクセスを超え、多くの方に利用していただいています。

続きまして、フェイスブック・ツイッターの開設について御説明します。2020年度よりフェイスブックを新たに開設し、ツイッターと併せて、登山道の状況や旬の自然情報を迅速に発信するツールとして使用しています。中でも、登山道情報への反響がとて大きく、毎週発信することとしました。結果、特にツイッターでは利用者の増加があり、目標である250フォロワーを5月に達成、その後も増加を続け、3月の時点では、その10倍である2,479名のフォロワーとなりました。奥多摩という広大な地域の情報についてどこに聞いたらいいのか分からないといったようなニーズに対応した結果であると思っております。

次に、地域連携、関係団体との連携について御説明します。奥多摩地域は範囲がとても広く関係者も多いため、連携が環境教育の場面を増やすことや、充実した情報発信に有効と考えております。

JR東日本とは、奥多摩へつながる青梅線の重要拠点としての立川駅での出張ビジターセンター、お座敷列車内での解説などを行いました。奥多摩に行っていない方、これから行くという方へも直接的な宣伝ができました。実際に、立川でのワークショップの参加の後、ビジターセンターへ来てくれた方もいて、広報が成功したと言えます。

また、昭島に位置し、アウトドアに特化した直営店をそろえる商業施設、モリパークアウトドアヴィレッジでは、おくたま・たかお自然案内所として2日間出張し、山のふるさと村ビジターセンター、御岳ビジターセンター、高尾ビジターセンターとも協働で展示やワークショップを行い、延べ867名へ対応しました。

さらに、私たちのフィールドである国立公園を管理する環境省との連携では、国立公園の魅力伝えるため、2つの取組を行いました。展示の貸出しと、子どもパークレンジャーというイベントの開催です。保護官と一緒に哺乳類調査を行いながら、公園内の魅力やレンジ

ヤーの活動について体感できるプログラムを、御岳と奥多摩、国立公園内の2か所で開催しました。

最後は、都内唯一の植物公園である神代植物公園との連携です。植物公園の取組と生物多様性の解説のパネルを巡回展示という形で連携し、奥多摩ビジターセンターにも1か月ほど展示しました。

続きまして、4. 重点取組、成果を上げた取組です。5つございます。

重点取組として、展示のリニューアルを行いました。空間を取り、見たいものを見やすく、人との距離も取りやすい配置を工夫しました。アンケート結果の中でも展示の感想が多く、「次の山登りの参考になった」「丁寧で分かりやすい」といった感想がありました。

そして、秩父多摩甲斐国立公園指定70周年記念事業です。展示を使った特別展は年に2回、内容を変えて開催しました。1回目は御岳ビジターセンターとSNSを相互に発信し、展示の広報に努めました。そして、ツイッターやフェイスブックなどのSNSも用いてPR活動を行いました。秩父多摩甲斐70周年という共通のハッシュタグをつけ、登山用品店や御岳ビジターセンターとも連携しました。さらに、入館者促進でも御紹介したステッカー配布においても、窓口で直接的な70周年記念事業の説明もすることができました。加えて、積極的にメディアにも出演し、雑誌、ラジオ、商業施設のパンフレットや、国立公園を紹介する動画の作成にも協力しました。

最後は、ボランティア活動の支援です。ビジターセンターでは、今年からボランティアコーディネートを開始し、年度初めの打合せで強い要望をいただいた新規会員募集を主催しました。コロナ対策をしながら説明会参加希望者を募り、36名の申込みのうち21名が新規登録として登録をしました。

続いて、利用者に好評だったサービスについてです。

利用者目線の丁寧な解説を心がけ、対応を行いました。総合満足度評価は89%、接遇に関する満足度は100%でした。対応の中では様々な感想をいただきました。印象的な感想を御紹介します。「また来たいなあって思ったビジターセンター、初でした」「ほどよく積極的かつ距離を保ったお声がけ、スマイル」といった感想があり、ビジョンや狙いを持った解説とホスピタリティーに対する心がけについて評価いただけたと思っております。

最後に、その他アピールポイントについて御説明します。

自粛中、家にいながら奥多摩の自然を楽しんでいただくコンテンツとして、「おうちでペーパークラフト」と題し、奥多摩三山の立体模型が作れるクラフトをホームページに掲載し

ました。好評で、NHKに取り上げていただいたり、電話で「楽しんでいる」と感想をいただいたりしました。

また、自然のデータの収集として、登山道巡視・環境保全調査を107回実施し、希少種や安全登山のためのデータを収集しました。植物種としては、東京都レッドデータブック該当種を含む621種を確認しました。加えて、弊社として実施したマダニの調査においても、今後、奥多摩地域の関係者向け報告会、一般向けに、普及啓発のパンフレット等の作成を行う予定です。

また、集めたデータはツイッター等で情報発信のほか、標本などは一部企画展示に使用しました。

地元の方からも自然に詳しい施設とさせていただき、小学校の庭にフクロウがいるなどといった相談もありました。地域のことを気軽に相談できる、知ることができる場所として、より一層情報の充実を目指していきます。

そして最後は、自然公園のエリアマネジメントです。弊社の管理する奥多摩ほか3拠点と連携し、マネジメントプランを作成しました。

目指すビジョンはこちらです。2020年度は、ビジョン作成のほか、ユニホームの導入、スタッフの相互支援、定例会議などを行い、エリア全体として安全で適切な利用の促進に寄与しました。

そして、2021年度はさらに自然公園を盛り上げるための取組として、Feel Nature in Tokyo! プロジェクトを始動します。取組を象徴したロゴも作成しました。

さらに、旅行業取扱者の資格を取得しましたので、エリアマネジメントも活用し、東京の自然公園をエリアで盛り上げていきます。

奥多摩地域では、関係者と連携したアクティビティーを取り入れ、東京奥多摩の大自然を体感するツアーを準備中です。将来的には、地域を横断した内容で東京の自然公園の魅力を発信します。

最後に、繰り返しではございますが、このビジョンに向けて、奥多摩ビジターセンターとして事業計画を進めてまいりました。少しずつではございますが、旬の自然情報発信、地域連携の試みから、臨時休館中も開館してからも直接感謝や温かいお言葉をいただいたりすることができています。

国立公園の玄関口である奥多摩の魅力ある自然をよりよい形で後世に引き継ぐために尽力いたします。ありがとうございました。

○下村委員長 ありがとうございます。

それでは、質疑に参りたいと思います。いかがでしょうか。御質問は何かございますか。

来てよかった初めてのビジターセンターというのは、なかなかの評価だったと思うのですが、けれども、どういう点が一番効果的だったと思いますか。

○奥多摩VC担当 やはり私もそのアンケートを見たときに、「はっ、こんなに」という形で少しハードルが上がったような気はしたのですが、私自身一番大事にしていることはホスピタリティーというところではあるのです。あまりぐいぐいお話をしていくというのもあれなのですが、聞きながら何を求めているのか、何がここで楽しいのか、私たちのことを言えるといった、そういったことをスタッフにもそうしていきたいというふうに言っていますので、その辺りが雰囲気づくりとして評価いただけたのかなと思っています。

○下村委員長 展示と接遇とあると思うのですが、どちらかという接遇のほうでうまくいったのではないかとということですか。展示のほうも何か工夫というか、従来のビジターセンターとは違っているということはあるですか。

○奥多摩VC担当 展示のほうも以前は物が多く、いろいろな物をたくさん見るといった印象があったのです。やはりそれを、ここを見せたい、ここを見せたいというのをシンプルに離し直しまして、例えば、動物、哺乳類をちゃんと見せるためにこの配置をするといったようなことは計算して配置したところがあります。あとは、やはりちょっと接触型という形での展示が難しかったので、例えば、スライドショーですね、短い動画を作りまして、夏の奥多摩の見どころですとかそういったところを見せるようなものもテレビで放映したりという工夫はしました。

○下村委員長 何か御質問はございますか。

では、今村委員、どうぞ。

○今村委員 雑誌とか様々なメディアに積極的に広報していったという話なのですが、具体的にはどんなメディアで一番効果が感じられた、あるいはちょっと客層が少し変化したとか、そんなところがあれば教えてください。これがまず一つです。

あとは、モリパークへの出張案内や新宿御苑での展示などは過去にも行っていた取組みでしょうか？ 私の記憶も曖昧なので、その点を教えてください。

○奥多摩VC担当 まず、メディアですが、雑誌といえば『ランドネ』という若い女性向け雑誌というのですかね、山雑誌になりますけれども、そういったものですか、あとは『山と溪谷』ですね。そちらのほうに奥多摩の魅力発信というのと、あとは、国立公園指定



が70周年の年でしたので、国立公園ということ自体を知っていただくために、そういった内容の解説をしたというのがあります。

あとは、NHKのラジオですね。「山カフェ」というラジオになりますけれども、そちらに関しても奥多摩の魅力ということで、こちらがクイズを出して答えていただくような形で、秩父多摩甲斐国立公園はどういったものという内容で出させていただいたのですけれども、やはり雑誌、来てくれた方ではやはり「NHKを見たよ」というので、すぐ次の方に「ラジオは声だけなのでどんな方なのか見に来た」というお客様が窓口にいらっしゃいました。あとは、内容もちゃんと覚えていてくださって、私が出したクイズとかの答えのところに行ってみたいですとかそういったお話をさせていただいたので、やはり聞いてくださっている方がいるのだなという印象を肌で感じることはできました。あと、お電話でも、その後、話した内容についてもそうですし、奥多摩というところを初めて知ったと、行ってみたいという相談はありました。

あと、モリパークアウトドアヴィレッジは去年も行ったかという質問でよろしかったですか。

○今村委員 はい。

○奥多摩VC担当 去年も奥多摩として参加しています。継続して、もう何年も前から実はおくたま・たかお自然案内所として、結構若い層の家族の方とかが、昭島というのは青梅線といえば奥多摩に来る手前のやはり都会との玄関口と言えるところですので、アウトドア専門の施設がたくさん集まっているところなのです。そこで実際にこういったところですよとか、登るときの注意点というのを広報することはすごく効果的だと考えていまして、そういったところでも何年も継続して今やっているところです。

○今村委員 分かりました。

○下村委員長 ほかは何か御質問はありますか。

ごめんなさい。どうぞ。

○奥多摩VC担当 軽く補足をします。

4施設のビジターセンターで連携した取組なのですけれども、展示物とか、そこでワークショップも開催したのです。そういったことを逆にビジターセンターに来ないお客さんに対して出張してやるという取組になります。この場所が奥多摩の玄関口というキャッチコピーで施設を運営されているので、そこに僕らが出かけていっていろいろな体験を提供したという形です。

○今村委員 ありがとうございます。

○下村委員長 いかがでしょうか。ほかに何かありますか。

先ほど、ボランティアコーディネートということも始められたとありましたが、具体的にはどんなコーディネーションをされたのですか。

○奥多摩VC担当 2020年度からボランティアコーディネートの業務を行っています。基本的には、奥多摩のビジターセンターに所属するボランティア団体が2団体あるのですけれども、打合せをしてそれぞれの活動内容を知るところから始まって、それぞれの活動にもスタッフが参加させていただいたりしています。あとは、その活動内容に際して、例えば、イベントでしたら私たちが募集するということですか、イベントの内容に対して気をつけたほうがいいような場所ですとかを共有して改善していくですとか、あと報告させていただいたのは新規ボランティアの会員の募集ですね。自然教室ボランティアというイベントを開催されるボランティアさんと清掃活動をされるボランティアさんがいるのですけれども、自然教室のほうの人数がとても少なくなってきたりして募集したいということだったのですが、コロナ禍でするので少しどうしようという形で何回も御相談をさせていただいたのですけれども、どうしても開催、募集したいということがありましたので、東京都とも相談させていただいて対策をしながら、私たちが30名以上を超えて応募が来るとは思っていなかったところもあったのですけれども、説明会を開催させていただいたりというのがあります。

○下村委員長 あとは、データの収集もされて、例年どうされているかちょっと忘れたのですけれども、データのストックというか、例えば、4か所が同じ組織で担当されて、そういうことも含めてデータをどんなふうにストックされてどんなふうに活用されたり、あるいは提示をされたりとか、地図化というかそういったことも何かされているのかどうか。データのストックと活用について教えていただければと思います。

○奥多摩VC担当 様々なデータに関しては、毎月の事業報告書のためにワードでしたりエクセルという形でまとめているというところがあります。さらに月に1回、エリア会議といって、御岳ですとか高尾ですとかというエリアとズーム会議を行っていますので、そのときにデータのすり合わせを行うこともあります。例えば、入館者数であったりとか、あとはイベントの参加者数の動向であったりとかというのは、互いのところを見て分析したりはしています。

○下村委員長 生物情報ではないのですか。

○奥多摩VC担当 さらにさっき地図とおっしゃいましたが、お手元に調査報告書という形で

裏表で3枚つづりを配らせていただきましたけれども、そちらの一番後ろに参考という形で調べた植物数を地図上にGISで落とすというものをつけておりますが、調査活動においてはGPSを持っていて写真のタグづけを行って、GISというソフトを使って見える化という形で、でも、すごく得意なスタッフがいるという形ではあって、全員が少しできるわけではないというところがありますので、毎年研修を行って見える化して、どういうふうに解説活動に生かしていくか検討中のところです。

○下村委員長 さっきちょっとお伺いしたというか聞きたかったのは、その4か所で同じようにやられると、広域のデータが得られたり比較ができますよね。そうしたことに関しては工夫されているのですか。ここだけに聞くのではなくて全体だとは思いますが。

○奥多摩VC担当 その予定でおります。去年度はGIS研修ということでほかのエリアのスタッフも呼びまして、得意なスタッフを講師に、GPSを使ってそれをGISで可視化していくというところと、あとは、それをビジターセンター業務にどう生かすかと。そこはまだ少し足りないところではあるのですが、まずは可視化するという作業における研修というのは行っています。なので、これから、今年も来年もですが、そういった形を見える化して発信していくというのは課題の一つです。

○守泉委員 1点だけ。

○下村委員長 どうぞ。

○守泉委員 今のことにちょっと付け足して、ちょうどGISのことがあったので、GISA学会というのがあるのですが、その今年のいろいろな報告のものはまだ見られなかったのですが、去年のものとか過去4～5年ぐらいの学会での報告のものとかを見ていたのですが、やはり研究の中では災害との関連というのが結構多いのです。

そうすると、例えば、奥多摩はほかのビジターセンターとはちょっと違うと僕は思うのですよ。というのは、確かに自然のところの部分とかを紹介するというのはあると思うのですが、奥多摩町ということ考えた場合にほかと違うのは、やはり人との関わりという。だから自然を強調するのもそうかもしれないけれども、人のなりわいとの関係、例えば、お店がどうあるとか温泉がどうだとかということの関係でいかにつなげていくとか。

それから、GISに関しても、自然のものがここにありますよというだけではなくていろいろな、ここは災害とかが結構あると思うのでそういうのを落としていって、その因果関係とかつながりとかというのをもうちょっと示していくようなのが、ビジターセンターがこういうことをやるのがいいのかどうかは分からないですが、町の特性としては、何かそう

いう関わりのほうが少しほかとは違っていいものが、つながりができてくるのかなというふうに思うので、このGISをただ落とすだけではなくて、学会報告とかを読んでも結構参考になるものもあるのです。

海外ですと犯罪との関連とか、どういうところだと犯罪が多いとか交通事故が多いとかというものが、今、盛んに分析しているのがあったりするので、その辺のところでもちょっと得意な役割を持たせるみたいなことも考えていただけるといいなと思います。

○下村委員長 どうぞ。

○奥多摩VC担当 ありがとうございます。

おっしゃるとおり、ここ数日の土砂降りですと場所によっては少し落石のようなものが発生しているところですか一部通行止めになっているようなところもあったりとか、そういったことを地域の、例えば、観光協会さんだったりとかと連携して、お互いに得意な場所で発信したりはしているのですけれども、今言っていたように、例えば、自然情報の中でもすごくニーズが多いのが熊情報だったり、登山道にはやはり安全登山という意味でそういった土砂崩れですとか道の崩れといったような情報も欠かせませんので、そういったところを強化していきたいと思っています。

○下村委員長 時間ですので終了したいと思います。お疲れさまでした。

委員の先生方は評価をお願いいたします。

○奥多摩VC担当 ありがとうございました。

(指定管理者退室)

(各委員シート記入)

○下村委員長 評価はよろしいですか。

それでは、次のプレゼンテーションに参りましょう。

奥多摩都民の森です。指定管理者は奥多摩町です。入室してもらってください。

(指定管理者入室)

○下村委員長 それでは、15分でプレゼンテーションをお願いいたします。10分と14分に経過の合図をしますので、よろしくをお願いいたします。

それでは、始めてください。

○奥多摩都民の森担当 奥多摩都民の森の令和2年度事業概要について御説明させていただきます。どうぞよろしくをお願いいたします。

前年度の評価結果に対する取組でございますが、取組状況の報告様式で事前に御確認いた

だいているとお聞きしておりますので、本日の私の説明では、事業の取組状況、新規事業の実施状況、今後の展開などについて御説明させていただきたいと思っております。なお、今回のパワーポイントに使用させていただいた写真につきましては個人の特定ができる写真もございますが、事前の許可をいただいていることや既にホームページ上にも掲載させていただいていることを御報告させていただきます。

さて、これから御報告させていただく令和2年度の事業では、1、平日の宿泊利用促進、2、安全性の向上、3、田舎の親戚づくり、4、新規事業及び地元食材メニューの開発、5、年間を通して奥多摩を楽しみ尽くす、この5項目を柱に取り組んでまいりましたので、この項目に沿って御説明させていただきます。

平日利用促進として、昨今のSNSが持つ媒体力を生かし、ホームページやフェイスブックといった見る人の視覚に訴える情報発信を行いました。昨年に引き続き、10年以上使用していなかった炭焼き窯の修復を行い、炭焼き写真と同時掲載したことで閲覧回数も伸び、奥多摩都民の森の魅力を多くの方に発信できたのではないかと考えています。

また、来館くださった皆様には積極的に次回開催予定のイベントを御案内し、集客につながるようスタッフ全員にて努めました。主催イベントについては、開催回数、内容等の利用者アンケートやスタッフとなるインストラクターからの聞き取りを実施し、改善策を検討しました。平日の宿泊イベントの強化や、閑散期の施設の休眠を回避し、年間を通して楽しんでいただける施設につながる有効な資料とすることに努めました。

しかし、昨年から続く新型コロナウイルス感染防止のため、年度当初より施設の休館及びイベントの中止、7月から再開したものの人数制限を行うほか、12月26日から再びの休館及びイベントの中止等、度重なるコロナ対策を実施した結果、宿泊者数は対前年度比54%減となりました。各事業を楽しみに応募くださった利用者には申し訳なく思うと同時に、次回参加いただける事業に向けたさらに楽しんでいただきたいと思うスタッフ一同の意欲にもなりました。

その中でも、4月から6月にできなかったイベントの代替イベントとして、8月から日帰りイベントを主に10回の追加を行い、宿泊者数の増加へつなげるよう試みました。その結果、新規利用客増加につながり、さらには宿泊施設の宣伝効果も大いに得られたと考えます。

昨年に引き続き、新規顧客獲得活動としては、イベントカレンダーの配布依頼先として、体験活動に関連する登山、スポーツ、釣具などの店舗に追加、また、来館者への施設イベント案内をスタッフ全員で取り組みました。これにより少しずつではありますが、初めての参

加者の中に他の施設や店舗において置いてあるイベントカレンダーを見てイベントを知った、偶然立ち寄ってイベントを知ったという声が年々増えております。今後も配布先の追加と、来館者へ積極的な施設案内を行っていきます。

また、団体利用の確保については、コロナ禍での都内外出制限により、近隣の小学校を対象に日帰りの林業イベントを開催し、大変喜ばれました。例年御利用いただく保育園、幼稚園、地元小学校などの宿泊イベントについては、感染対策のため中止となってしまいましたが、引き続き案内を行い宿泊体験の受入れを行っております。

続きまして、2、安全性の向上では、施設の安全管理について日頃から定期的に巡視点検を行い、管理区域内の不具合箇所の発見、迅速な復旧、回復を実施し、利用者の安全の確保に努めています。

体験の森内の安全管理については、当該エリアの状況を常に調査し、ハザードマップ及びホームページでの周知と、登山道に通じる主要箇所での表示を行い、利用者への安全啓発を図りました。また、体験の森内は登山道と体験の森の林道が入り組んでいるため、登山地図にはない道もあり登山者に分かりづらいという意見もあったことから、案内図の現在地を番号化し、表示変更した看板を設置して道迷い防止等の安全管理に役立っております。

さらに、気象情報に応じた迅速な安全体制整備や誘導體制が整うよう、公共交通機関及び鉄道などの運行情報の収集にも努め、対応しました。

また、新型コロナウイルス感染対策のため、館内各所にアルコールスプレーの設置、宿泊者等の各部屋へ空気清浄機を設置し、感染予防に努めました。

続きまして、3、田舎の親戚づくりでは、昨年引き続き様々な体験のイベントを通じ、地元の方々との交流をしていただく中、田舎の懐かしさや人のぬくもりを感じ、小さな第二の故郷としていただけるイベントになるよう心がけ、計画しました。遊休農地の再生や、山の神の道整備により一層のふるさと感を味わっていただく一方、餅つきでは、奥多摩古来の風土、風習を体験し、四季折々の奥多摩の行事や文化に触れていただき、郷土料理に舌鼓しながらの昔話に思いを寄せ、交流を深めていただけるなど、利用者が満足できる質の高いイベントになるよう努めました。

続きまして、新規事業及び地元食材メニューの開発では、先ほど紹介した炭焼き窯の修復を、地域住民の御協力と御指導をいただき行いました。令和4年2月には、炭焼き&炭俵編みとしてイベントを計画しました。炭焼きを人気のイベントとして定着させていけるよう、今後も試行錯誤しながら炭焼きという文化を伝承していきます。

地元食材メニューの開発については、奥多摩の特産品のわさび、奥多摩やまめ、治助芋、奥多摩の山で取れる山菜、鹿肉、昔から地元で食べられている食材の素材を生かした料理をもっと食べたいという声が多く寄せられ、その要望に応える料理の提供に努めました。わさびの茎を使ったコロッケや地元食材の治助芋と奥多摩やまめを使った料理の新メニューの開発に力を入れ、地場食材と地域のPRにも反映させました。

また、令和2年度も奥多摩都民の森の畑で育った治助芋、キュウリ、大根などの野菜を宿泊者の食事メニューに取り入れました。

続きまして、5、年間を通して奥多摩の楽しみ尽くすでは、年間を通して都民の森の各事業に参加し、奥多摩の四季折々の魅力に触れ、利用者の皆さんにとって奥多摩町を一層身近でいとおしい町になれるよう努めています。

都民の森では体験活動に、森に触れる、森を歩く、森を育てるという3つのテーマを設け、自然教室を開催しております。その自然教室に参加した皆さんが一つ一つのイベントを安全に楽しみ、次のイベントへ期待を持てるよう、マンネリ化の防止、イベントの新鮮化に努め、奥多摩都民の森でなければ体験できない、奥多摩都民の森でこそ味わえる体験をしていただくよう心がけた事業を実施しました。

そして、そこでは、そこに住みそこに育った人だからこそ伝えられる技術や文化を紹介しながら、奥多摩ならではの魅力を感じていただけるエッセンスをふんだんに織り込んだイベントとなるよう心がけました。

また、奥多摩都民の森が発信するダイナミックな展開の発信源となれるよう、積極的な関連機関との連携に努めました。

さらに、マンパワーの確保については、従来よりその信頼を確固としてきた地元講師や、より専門的知識の高いインストラクターの協力が得られたことで、幅広い利用者のニーズを反映させたイベントを展開することができました。

令和2年度では、新型コロナウイルス感染防止のため、日帰りイベントを主に10回の代替イベントを計画し、宿泊者増加へのアピールにもつなげました。しかし、今年度のイベントは、追加イベントを含め68回計画しましたが、新型コロナウイルス感染防止のため37回の中止により、31回の開催にとどまりました。

以下は、各テーマに沿ったイベントをスライドに乗せて紹介していきます。

初めに、森に触れるイベントですが、このイベントでは、山里の生活文化の体験を通して、森の自然と森に生きてきた人々の生活の知恵と工夫を知るイベントです。

奥多摩アウトドア体験では、昨年好評でした関連施設事業者を利用したサイクリングイベントを2回開催しました。こちらも昨年好評でした親子チャレンジ、ドローン体験を2回開催し、スカイツリーより標高の高い場所でのドローン撮影を実施しました。

ほか、親子で溪流釣り&バーベキューを2回開催する予定でしたが、感染防止対策のため1回の開催でしたが、大変好評でした。

関連施設事業者とのパックラフト・キャニオニング、地元講師の指導の下自主制作した大型薫製器を使用した森の薫製教室などは来年も開催してほしいと大変好評を得られました。森の薫製教室については、木製版画作りも好評でした。

また、地元の釣りのプロに指導いただいている清流山女魚道場は、指導内容の充実と溪流釣りの醍醐味を味わえることから大変人気をいただいております、新規利用者も増えています。

さらに、田舎の親戚づくりとして、わさびの植付け体験、夏野菜の収穫など、地元が誇る食材を皆様に知っていただくイベントを計画しましたが、感染防止のため中止となってしまいました。今年度は職員、スタッフ、インストラクターとで植付け、畑作業を行いました、今後も地元の方との交流の機会として続けていかなければいけないイベントと考えております。

毎年好評の温泉イベントはたくさんの応募をいただきましたが、2回とも開催できず残念ではありますが、今後とも継続して行っていきます。

次に、森を歩くプログラムでは、自然豊かな奥多摩の山々の四季を通して登山や自然観察などで体験し、森が果たす役割や森づくりの大切さを学ぶ教室で主に登山イベントを行っております。登山についても安全面を考慮し、途中での自然観察なども交えながら余裕のあるコースタイムを設定し、安心して登山を体験していただけるよう実施しています。登山ブームにより、奥多摩周辺での山岳事故も増加していることから、今後も引き続き安心して参加できるイベント提供に努めていきます。

中でも、奥多摩山歩きはイベントの人气が高く、令和2年度は10回の開催で154名の参加があり、うち4回が年度途中に追加した代替イベントで66名と大変好評のイベントとなりました。奥多摩山歩きなどイベントに参加していただいた方が参加できる会員制登山クラブ、カタクリの会につきましては、感染症対策のため全て中止となりました。

次に、関連施設の連携では、三施設合同企画、山のふるさと村及び檜原都民の森との合同イベントを継続して行いました。4月に春の奥多摩自然散策から檜原都民の森、10月に秋の奥多摩自然散策から檜原都民の森を計画し、10月のイベントのみの開催となりましたが、こ



ちらも大変満足していただきました。

次に、集まれ山ガールは大変人気の高いイベントです。開催できたイベントはほとんどが抽選になり、参加者からのアンケートでは、イベント回数を増やしてほしいなどの要望があり、奥多摩都民の森のイベントでは欠かせないものとなっております。

次に、森を育てるプログラムですが、森林作業の森づくり体験により、健全な森林を確保する必要性を学び、森を育てることの大切さを知る教室です。主に林業体験のイベントとして、プロの林業従事者の指導の下、安全面を考慮し開催しました。

奥多摩山しごと体験は、令和2年度に最も力を入れたイベントです。感染対策や天候不良により2回の開催となりましたが、新規の若い参加者が増え、開催できなかった会の募集人数も大変多く、人気のイベントにしていきます。このイベントでは、森林作業が初めての方が年間を通して一連の作業を学んでいただき、次世代の森林ボランティアの継承にもつなげていけるものと考えております。

次に、会員制森林ボランティアクラブ柚‘Sの活動内容は、林業体験イベント、奥多摩山しごと体験に参加された方がその経験を生かし、さらにステップアップした体験活動を季節に応じて、間伐、枝打ち、体験の森内の道作りなど、森づくりに欠かせない作業を行っています。令和2年度は1回のみで開催となりましたが、山の神周辺の整備を行い、田舎の親戚づくりに貢献し、地域と密着した活動を行いました。

最後にまとめとして、コロナ禍で年間計画の半分以上のイベントを中止し、施設の人数制限など大変苦しい状況でしたが、今後も観光やレクリエーション、健康促進に関わる顧客ニーズをキャッチし、より多くの利用者ニーズに対応したプログラムが提供できるよう心がけていきたいと考えています。そのためにも、利用者ニーズに応えられる人材確保や人材育成に努め、関係施設との共同計画も積極的に行い、質の高いサービスを提供することで利用者満足度を上げ、リピーターや新規利用者の獲得につなげていきます。併せて、平日及び閑散期の利用促進も拡大して行っていきます。

以上で、奥多摩都民の森の令和2年度事業概要の説明を終わります。ありがとうございました。

○下村委員長 お疲れさまでした。

それでは、質疑に参りたいと思います。何か御質問はございますでしょうか。

先ほど、日帰りのイベントを大分増やしたと伺いましたけれども、これは今後どうされますか。これまでは宿泊型のイベントが中心だったと思うのですけれども、日帰りのイベン

トで新たに効果があつてこれから組み合わせてやったほうがいいとか、日帰りイベントを増やしたことによる効果だとかを含めてこれからの方針がありましたら。

○奥多摩都民の森担当 日帰りイベント、今年度については、毎月1回、奥多摩の御前山の日帰りイベントを計画しております。日帰りイベントは大変人気でして、宿泊の募集の大体3倍から4倍の募集があるイベントです。宿泊イベントに対して日帰りイベントを通して奥多摩都民の森を知っていただき、これからの宿泊者の増加へつなげるようイベントを行っていきたくと考えております。

○下村委員長 そうすると、これからも併用されていくということですね。

○奥多摩都民の森担当 数自体は月1回としたのですけれども、もっと回数を増やしてほしいという要望はあるのですが、やはり宿泊型イベントをメインに月1回程度の日帰りイベントを行っていくことでやっていきたいと思ひます。

○下村委員長 ほかの施設との役割分担もあるのだろうとは思ひますので。

いかがでしょうか。何か御質問はござひますか。

では、守泉委員、どうぞ。

○守泉委員 お話を聞いていて、幾つかのところで今後につながるキーになるような部分というのは結構あつたような気がするのです。確かにコロナの問題でなかなかいろいろなことができなかつたこの評価年かもしれないし、今年もそういうふうになるかもしれないのですけれども、その中で、やはりここの施設も含めて町と一体になってやつているということをやれることというのが随分あると思ひます。

一つのキーワードが、やはり今の林業の復活の部分だと思ひます。だから、先ほどもあつたように奥多摩山しごと体験というのが、もう少し何か楽しいような形でできるようなものがあると次につながっていくかもしれないけれど、木材を使つていろいろなものでまちおこしをやつた事例としては、かつて隈研吾が、仕事がないときに高知の仕事をたまたま請け負つたのが今になってすごく評価されている禰原町のケースです。ああいうところは彼がつくつていたところがホテルであちこちいろいろな施設が、今、それだけのために人が訪れるようになってきていて、やはり木との触れ合いでいろいろなことが楽しめるというのがあつて、まさに奥多摩はそういうのが東京都の中でできる場所なのかなというふうに通ひます。だから、もうちょっとそこを深めていって、いいものを次に生かしていただければと思ひます。

それからもう一つは、山ガールのものがありますけれども、山ガールが最近少し進化して、

お一人様キャンプとかというのが出てきているので、もう少しそういう流れに合わせた形で次につなげるものを考えていただけると、もうちょっとマッチするのかなと思います。

あとは、ドローンの体験とかはすごくいいですよ。ドローンを使えるようになるのに民間でやると何十万円もかかるのですよね。けれども、やれるところがなかなかないので、非常に安くはなっているのだけれども、僕も思っているのですが、家の中でしか飛ばせないなので、そういうのはいい方向だと思います。

○下村委員長 何かコメントはありますか。

○奥多摩都民の森担当 今いただいた御意見を参考に今年も頑張っていきますのでよろしくをお願いします。

○下村委員長 ほかに何か御質問はございますでしょうか。

では、今村委員、どうぞ。

○今村委員 最後のほうで、これからも利用者ニーズに応じていくとか、新規顧客の獲得をしていくという話がありました。その中で「集まれ山ガール」が毎年好評だというお話を聞いているのですけれども、以前は1人参加のリピーターが多かったと思うのですが、コロナ禍にあってもやはり同様の傾向でしょうか？それとも、何か客層に変化はありましたか？

○奥多摩都民の森担当 お答えします。

今までの客層とかコロナ禍の中で変わったことは、新規の利用の方がすごく増えました。それはホームページを通して知っていただいた方だと思うのですが、それは山ガールには限らず、奥多摩都民の森で行った全てのイベントで客層がほとんど変わりました。若い方が参加されるようになって、今までは結構高齢の方の参加が多かったのですけれども、どこも行けないということで探していただいて、奥多摩の都民の森の日帰りイベントとか、山ガールもそうなのですけれども、若い人になりつつあります。このコロナが明けたときにどうなるか、その辺は分からないのですけれども、今年の傾向としては新規の利用者の方が増えたというのが現状です。

○今村委員 その部分がとても大事だと思っています。皆さんもいろいろ中止をせざるを得ない状況の中頑張ってこられたと思うのですけれども、ぱっと報告だけを伺うと、何となく回数も減って、割と同じことをやりました、みたいに聞こえたのですが、その中で何か次につながるヒントや可能性を探る視点が重要だと思います。こうした新種のウィルスの発生は、今後も起こる可能性があると言われてるなか、コロナによって客層が変わったというのは一つの大発見だったのではないかなと思います。これを活かして来年度、若い層の獲得

をすべく、その方たちのニーズをつかんで、新たな取組みに生かしていただきたいなと感じました。この山ガールは突破口になるような気がするので、今後に期待したいと思います。ありがとうございました。

○奥多摩都民の森担当 ありがとうございます。

○下村委員長 いいですか。

○奥多摩都民の森担当 はい。

○下村委員長 時間が来ているようですので、これで終了いたします。お疲れさまでした。

○奥多摩都民の森担当 ありがとうございました。

○下村委員長 先生方は評価をお願いいたします。

(指定管理者退室)

(各委員シート記入)

○下村委員長 評価はよろしいですか。

(首肯する委員あり)

○下村委員長 少し早めだけれども、始めましょうか。

最後は、山のふるさと村です。やはり指定管理は奥多摩町です。入ってもらってください。

(指定管理者入室)

○下村委員長 それでは、15分でプレゼンテーションをお願いいたします。10分と14分に経過の合図をいたしますので、よろしくお願ひします。始めてください。

○山のふるさと村担当 ただいまから、令和3年度評価委員会へ、東京都立奥多摩湖畔公園山のふるさと村の令和2年度取組内容について報告いたします。

どうぞよろしくお願ひします。着座のまま説明させていただきます。

指定管理者評価委員会の前年度評価に対する取組状況についてです。事業効果といたしまして、①プログラムの評価・取捨選択、集客数向上に向けた戦略的な対応につきましては、現在人気のあるアウトドアイベント、森でクッキング等を新たな取組として企画実施、挑戦し、好評を得たところです。

前年度から始め、好評でありましたツリーイングを継続、展開する予定でしたが、中止となり、代替の取組として、動画コンテンツを作成しました。

JR連携事業、立川駅出張、お座敷列車を実施し、認知度の向上を図りました。

また、新型コロナウイルス感染拡大防止による休園期間中におきまして、学童保育所へのクラフトキットの提供や、ホームページに特設ページ「家で山ふるを楽しもう！」を開設し、

多数の動画コンテンツ等を発信することにより、山ふるの魅力、自然情報を実感していただきました。

夜間のイベントやプログラムにつきましては、立地条件として、奥多摩周遊道路の通行可能時間的に夜間のプログラムの実施による地域の宿泊利用の促進は難しいため、近年実施数を増やしている日帰りイベントの実施と、その際の地域利用案内が地域振興、宿泊促進につながる可能性があるものと考えております。

左側の写真は、新たな取組、森でクッキングのイベントです。

右側は、新たな取組、JR連携事業、立川出張イベントとなります。

その他といたしまして、①類似施設との役割分担、施設の戦略、目標の設定について、海のふるさと村との連携の検討につきましては、奥多摩都民の森、檜原都民の森、おくたま海沢ふれあい農園等との合同企画を実施し、各施設の特性を生かしたプログラムを展開しました。海のふるさと村との連携などは、コロナ禍でもあることから検討いたしませんでした。

左側の写真は、秋の奥多摩自然散策、右側は、ユズの収穫、ユズジャム、こんにやく作りとそば打ち体験の様子です。

②アンケート結果の共有につきましては、定例会議、責任者ミーティング会議などで、アンケート結果におけるスタッフのよい対応や、スタッフに対する感謝、お礼などを紹介、共有し、士気の向上につなげております。

左側の写真は、利用者用の要望箱とアンケート用紙、右側は、毎月開催の定例会議の状況です。

また、イベント実施終了後には参加者全員にアンケートを記入していただきまして、今後のイベント計画の参考とさせていただいております。

③「ツリーイング体験」の実施につきましては、計画しておりました親子でツリーイング体験が、新型コロナ防止対策により中止となりました。好評な企画でありましたため、今後、参加者のニーズや普及状況を踏まえ、規模拡大等につなげていきます。

下側の写真ですが、親子で「ツリーイング体験」中止による代替の取組としまして作成した動画コンテンツとなります。

④学童クラブなど町民向けの取組につきましては、町内学童クラブで出張体験教室を計4回実施し、138名の参加が得られました。

また、町外におきましても御岳山移動教室を開催し、青梅市立小学校6年生70名の参加の下、鹿角ストラップ作り、また、鹿の生態、食害の説明を行い、好評を得たところです。

左側の写真は、町内学童クラブへの出張体験の教室の様子、右側は、町外移動教室の様子となります。

令和2年度事業概要について報告します。

利用者ニーズ把握への取組としまして、お客様にアンケートをお願いしております。アンケートは204名の方に回答いただき、総合満足度につきましては、「十分満足」と「満足」を合わせて197名で96.6%の方に評価をいただいたところです。

アンケートの意見・要望の内容としまして、「トイレをきれいにして、洋式洗浄トイレにしてほしい。古くて少し汚く、壊れているところが多い」につきましては、トイレの洋式洗浄化につきましては東京都と協議し進めてまいりたいと思っております。

次に、「炊飯器とフライパンがない」につきましては、新型コロナウイルス感染拡大防止対策により貸出中止としているため、御理解いただきたいと思えます。

続きまして、「新型コロナウイルス感染症で日帰りバーベキューが出来なくなったが、行うのは家族同士なので、問題ないのでは」につきましても、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の徹底による措置のため、御理解いただきたいと思えます。

続きまして、「とても素晴らしい所だが、うるさいバイク・車が多くて、とても迷惑である。音の大きなバイク・車の規制や取り締まりに力を入れてほしい」につきましては、警察、また、奥多摩周遊道路を管理する西多摩建設事務所等との協議が必要となってくると考えます。

続きまして、質の高いサービス提供への取組です。

送迎バス「やませみ号」の活用により、104日間、1,146人の活用をいただきました。

オフシーズンの利用促進といたしまして、クラフトセンターの木工・陶芸・石細工・自然食の各教室の体験無料券を、ケビン棟宿泊者に発行しました。347枚発行し、139枚の利用がありました。

園内除雪作業の写真です。お客様を早く迎えられるように、職員総出、約40名で園内全箇所を行っております。

続きまして、園内整備作業の写真です。コロナ禍におきまして、特に休園期間中において、園内の不具合箇所や老朽箇所の整備に力を入れ取り組んでまいりました。

続きましても、園内整備作業の写真となります。

施設の活用です。

町の他事業へ協力し、施設を活用していただき、また、山ふる職員が撮影した野鳥の写真

を展示し、来館者に鑑賞していただいたところです。

続きまして、新たな取組です。

森でクッキングを実施しました。現在人気のあるアウトドアのイベントを企画実施し、利用者促進に努めたものです。初めての企画でしたが、参加者より好評を得たため、令和3年度は実施回数を増やしていく計画です。

続きまして、JR連携事業（立川駅出張イベント・お座敷列車内イベント）を実施しました。

左上写真は、JR東日本立川駅の構内びゅうプラザ前におきまして出張イベントを実施したものです。イベントでは展示コーナーの展開とワークショップを行いました。展示コーナーでは、奥多摩エリアの自然解説と山のふるさと村の施設紹介、解説等を行い、約500名が参加いただきました。ワークショップでは約100名が参加いたしまして、簡単なクラフト体験を通して、山のふるさと村を含む奥多摩の自然の魅力を発信し、今後の施設利用を促進しました。

右下の写真ですが、JR東日本八王子支社との連携事業として、青梅線の秋期の臨時便であるお座敷列車内でイベントを実施したものです。山のふるさと村内、園内で見つかる自然物や哺乳動物の痕跡の標本などを用いて、山のふるさと村の自然についての解説を行ったほか、パンフレットやその他資料を用いて山のふるさと村の施設案内を行い、利用促進を行ったものです。多くの乗客の方々に山のふるさと村という施設の存在を知っていただくよい機会になったと考えております。

町内学童クラブへの出張体験教室です。それと、町外移動教室を実施しました。

左側の写真は、町内の小学校学童クラブに体験教室、木工教室を実施した様子です。

右側につきましては、町外御岳山移動教室を開催し、青梅市内小学校参加の下、鹿角ストラップを実施した様子となります。

続きまして、クラフトキットの提供です。新型コロナ感染防止による臨時休園中の取組としまして、青梅市内のこどもクラブ、学童保育所へ、子供が1人で扱えるクラフトキットの無償提供を行ったものでございます。

続きまして、ホームページ、SNSの発信強化です。こちらもコロナ禍の取組ということで力を入れ、自宅で楽しめる様々な動画や読み物などのコンテンツをまとめた特設ページ「家で山ふるを楽しもう！」を公開しました。緊急事態宣言下で外出を控えている方々に楽しんでいただくコンテンツを多数製作し、公開しております。

続きまして、非接触提供サービスです。こちらもコロナ禍の取組として、スタッフが直接案内しなくても楽しんでいただけるレンタルボックスの充実や、室内でスタッフがつかなく

ともできるネイチャークラフト体験などを行い、自然体験プログラムのサービスを充実させました。

続きまして、職員研修の実施です。職員接客接客研修は毎年実施していますが、コロナ禍で実施できなくなりました類似施設等の視察研修と接客接客研修に代わるものとして実施し、自然公園についてのルールや、令和2年度の振り返り等も実施しました。

続きまして、新型コロナウイルス感染拡大防止対策への取組です。トイレの消毒をはじめ、ケビン棟における宿泊後の消毒、体験教室における仕切り板設置などにより、感染拡大防止対策を講じた上で利用者対応を行っております。

続いて、山のふるさと村30周年記念事業です。山のふるさと村は、令和2年度に30周年を迎えたことから、山のふるさと村30周年記念事業を実施し、各事業を行うことにより、PR促進、集客向上を図ったものです。

30周年記念事業における写真展の様子です。各施設に建設前の状況写真の掲示や、昔の集落、設立当初の山のふるさと村、四季の風景などを展示し、来園者に楽しんでいただきました。

同じく、30周年記念事業のビンゴとなります。園内各施設と連携し、体験宿泊等を利用しただくことになり、山のふるさと村の利用促進につなげたものです。

続きまして、自然教室等イベント実施です。15回行いまして、2,137名の参加をいただきました。

続きまして、各イベントです。宿泊イベントで、8月にひんやり涼しい奥多摩夏の魚釣り、11月にゆずの収穫とそば打ち体験を実施しております。

続きまして、日帰りイベントとして、9月にコーヒーカップとソーサ作り、10月にローテーブル作り、11月に山ふる干し柿作り体験を実施しております。

続きまして、12月に陶器ランプ作り、奥多摩うどんとこんにやく作り、ベンチチェスト作りを行っております。

続きまして、施設の広報に関する取組としましては、山のふるさと村パンフレットや年間イベントのチラシを、都庁や町内関係機関、大学やビジターセンターなどに配布し、PRを行いました。また、ホームページに「ツイッター」を設置し、園内の情報などの提供を行いました。

続きまして、周辺施設との連携と協働です。檜原都民の森や奥多摩都民の森との合同イベントを実施し、それぞれの施設を利用し実施することで、施設の魅力を参加者に体験してい



いただきました。

続きまして、スタンプラリー券発行割引実施です。これは、ケビンやレストランの利用やクラフト体験をするとポイントがもらえ、5ポイントでクラフト体験が1回無料になります。実績としては526名の方に無料の体験をしていただきました。

○下村委員長 そろそろまとめてください。

○山のふるさと村担当 最後に、今後もさらに多くのお客様に来園し自然に親しんでいただけるような施設を目指し、管理運営をしていきたいと思えます。

以上で、山のふるさと村の説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。

○下村委員長 お疲れさまでした。

では、質疑に参りたいと思えます。質問をお願いいたします。

オンラインのコンテンツをかなり作られたということなのですが、かなり種類があったようですが、あれは内部で作られたのか、それとも、外注されたりしたのですか。

○山のふるさと村担当 中で作りしました。職員が出演したりしまして、園内でできるものを紹介したり、園内でできるクラフト、自然物を使った工作といったものの動画を撮りまして、それで発信したものとなります。

○下村委員長 数としてはどのぐらい作られたのですか。何本ぐらいとかという数字があるのでしょうか。

○山のふるさと村担当 10本ぐらい作りしました。

○下村委員長 では、今村委員、どうぞ。

○今村委員 私も今のところに関して興味を持ったのですが、このスライドにある自宅で楽しめる体験と、次のスライドにあった、非接触型の体験について、具体的な内容と、来訪者の反応などを教えていただけますでしょうか。

○下村委員長 例えばということでもいいと思えますよ。

○今村委員 そうです、例えばでいいです。

○下村委員長 先ほどの画面で「これ、これ」とか。

○山のふるさと村担当 ホームページとSNSの発信強化につきましては、インタープリターのお勧め本等を紹介したり、ユーチューブの公式チャンネルを作成しております。その中で、先ほど申し上げましたけれども、ユーチューブの公式チャンネルにつきましては、例えば、「空から山ふるを見よう」ということでドローンを飛ばして園内の上空を撮影して、自宅で楽しめるということも一つの例としてやっております。

それと、園内に生息する動物の巣穴とかそういったものを動画として撮影して配信しております。動画につきましてはそういった例で申し上げたところですが、そのようなことを10本ほどやっておるといことです。

○今村委員 分かりました。

ちなみに今の説明は、あのスライドの中の真ん中のことをおっしゃっていらっしゃるのですよね。

○山のふるさと村担当 そうですね、一番左の上と真ん中の上のものです。

○今村委員 ちょっと小さくて読めないの、あそこの6こまには何が書いてあるのですか。それが多分、楽しみ方の提案の切り口だとは思うのですけれども。

○山のふるさと村担当 ホームページ上はちゃんと見られるのですけれども、申し訳ございません。こちらではちょっと小さくなってしまったのですけれども。

○今村委員 口頭で言うてくださればいいですよ。あれはユーチューブチャンネルの紹介と。

○下村委員長 これは何ですか。

○今村委員 そうそう、そういうことです。

○下村委員長 これは山ふる四季だよりですかね。

○今村委員 では、季節の山ふるの情報ということですか。

○山のふるさと村担当 そうですね、右の上が「連載 山ふる四季だより」というものです。

そして左のほうのものは、カモシカに会いたいとかというタイトルだったかと思うのですけれども、すみません、ちょっと切れていまして。

○今村委員 大丈夫です。分かりました。

では、動物とか自然とか季節とか空から見たとか、そういういろいろな切り口で入っているということですね。

○山のふるさと村担当 はい。

○今村委員 分かりました。

○山のふるさと村担当 それともう一つの非接触提供サービスにつきましては、「ちびっこあーと」と「レンタルBOX」ということで画面上はなっておると思いますが、レンタルボックスにつきましては種類を増やしまして、コロナ禍の取組ということで、虫眼鏡のセットだとか万華鏡のセットだとかくすみスタンプのセット等を貸し出しまして、利用者が各々で楽しめるコンテンツということで貸出しを行って園内で楽しんでいただいております。

また、クラフトペーパーということで貸出しを行っておるのですが、トンボのやじろべえを作ったり、チョウのグライダーを作ったりしまして、工作体験等を含めて「ちびっこあーと」ということで取組を行っております。

○今村委員 分かりました。ありがとうございました。

○下村委員長 ほかに何か御質問はございますか。

どうぞ。

○守泉委員 こういうコロナ禍にあっても、山のふるさと村の場合に開園の月利用者数とか、それから、自然教室の参加者数とかは結構堅調な数字が結果として出ているのです。ということはやはりそれなりの、こういう中にあっても幾つかの需要があると思うのですけれども、それに対して、こここのところのリピーターというのに対してどのくらいの状況なのかというのは分かりますか。

○山のふるさと村担当 コロナ禍におきまして、入園者数等も含めて激減しております。キャンプ場の宿泊収入につきましても通常の3分の1以下という状況で。

○守泉委員 そうではなくてリピーターを、例えば、今回の対象年度だけではなくて、前の年とかそういうところと比べてどういう状況なのかというのを分析していますかということです。

○山のふるさと村担当 アンケート調査でリピーターの調査をしております、3分の1程度がリピーターとなっています。

○守泉委員 比較的ここは、そういう面では潜在的ニーズとしては高い部分があるのだと思うのです。それをどうやって応えて、それで利用料金の収入を高めていくかと考えたときに、例えば、さっきの非接触提供サービスといっても、これはレンタルですよ。今のコロナ禍の中でいったら、非接触といったらレンタルではなくて安いものを、例えば、買えるような、100円ショップみたいにちょっとしたもので1回や数回しか使えないかもしれないけれども、それをそういうところで買えるとかというほうが、これからの中では効果があると思うのです。

それからもう一つは、いろいろな自然食の教室とかというのが、実はもうちょっとうまくやるとニーズに応えられるのではないのかなと思う部分があるのです。ですから、この説明の中でも類似の施設と同じような説明を結構しているのです、そうではなくて、ここの施設独自のものとして何ができるのかをもう少し考えていただきたいのです。

例えば、僕だったらここをどうやって売るのかといったら、民間とある程度提携をして、

一つは食だと思うのです。御飯だけがおいしいとかでもいいし、最近やっているような発芽玄米とかのダイエットのものとかをいかに炊飯器ではなくて、あれは炊飯器でも炊けるものはすごく少ないのです。そういうふうに一点勝負で、ここに来たらこれがすごくおいしかったねみたいなのというものをどうやって見せられるかとか。

それから、キャンプでも今はキャンプのグッズが物すごくいろいろな種類で新しいものがいっぱい出てきているので、そういうものを何かメーカーと共同して見せることをやってみて、こんなものがあるのだよということをやってみるということが次に逆につながるのではないのかなと思います。ほかでもこれを行っているからこうやりましたという説明ではなくて、ここでしかできないものは何なのかをもうちょっと明確に示して、それを追求してもらいたいと思うのです。

○山のふるさと村担当 ありがとうございます。

○下村委員長 それでは、時間が来たようですので、これで終了したいと思います。お疲れさまでした。

○山のふるさと村担当 どうもありがとうございます。

○下村委員長 委員の皆様は採点をお願いします。

(指定管理者退室)

○下村委員長 一応、プレゼンテーションはこれで終了していますので、傍聴の方は退室をお願いします。

(傍聴人退室)

(各委員シート記入)

○下村委員長 評価はよろしいですか。

(首肯する委員あり)

○下村委員長 では、これをもちまして評価委員会の2日目終了したということになります。

事務局から連絡事項があるようですので、引き続き御着席をお願いいたします。

○三浦課長 委員長、ありがとうございます。

皆様、長時間にわたり大変お疲れさまでございました。

今後の予定でございますが、本日、評価を実施いたしました5つの施設につきまして、二次評価シートを7月27日までにメールで御提出をお願いいたします。

また、先日、評価いたしました5施設の二次評価シートについては、何人かの先生には頂

いておりますが、7月16日金曜日まででございますので、こちらもよろしくお願ひいたします。

この委員会による二次評価を踏まえまして、委員会としての二次評価案を取りまとめ、評価案がまとまりましたら、各委員にメールでお示しいたしますので、御確認いただきますようお願いいたします。

その後、環境局として総合評価を決定し、東京都全体の指定管理の評価結果として公表する予定になっております。前回のときにも御説明させていただきましたが、公表資料には委員の皆様のお名前も評価委員名簿として掲載させていただきますので、あらかじめ御了承いただきたいと思います。

○下村委員長 ただいまの説明で何か御質問はございますか。よろしいですか。

(首肯する委員あり)

○下村委員長 それでは、これで「令和3年度環境局指定管理者評価委員会」を終了したいと思います。どうもありがとうございました。