

令和5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

○上中課長 それでは、定刻になりましたので、始めさせていただきます。

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。

事務局を務めます自然公園担当課長の上中でございます。

委員長が決まるまでの間、私が議事を進行いたしますので、どうぞよろしく願いいたします。これより着座にて、説明させていただきます。

審議に先立ちまして、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5名の皆様に御出席いただいておりますので、参考資料2「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、会議は成立しておりますことを御報告いたします。

また、本委員会の会議及び議事録については、設置要綱第9条第1項及び第3項の規定に基づき、原則として公開となりますので、お含みおきください。

それでは、本日は傍聴を希望される方がいらっしゃいますので、傍聴人を入室させます。

(傍聴人入室)

○上中課長 それでは、ただいまより「令和5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。

まず、本日お集まりの皆様を御紹介申し上げます。参考資料3「環境局指定管理者評価委員会委員名簿」に記載している順に御紹介いたします。

今村委員でございます。

鳥居委員でございます。

橋本委員でございます。

守泉委員でございます。

山本委員でございます。

皆様、どうぞよろしく願いいたします。

次に、東京都環境局自然環境部長の和田より御挨拶させていただきます。

○和田部長 皆様、おはようございます。自然環境部長の和田でございます。。

昨年度に引き続きまして、お集まりの委員の皆様方には評価委員ということで委員をお引き受けいただきまして、本当にありがとうございます。また、大変蒸し暑い中、新宿に足を運んでいただきまして、誠にありがとうございます。

今年度の評価委員会でございますけれども、皆様御存じのように過去3年間はコロナということで、一番ひどいときは施設も閉めるというような状況でございましたが、昨年度は何

とか、一部の施設を除きまして、基本的には開館しつつ、イベント等については人数を絞るような取組を行ってまいりました。コロナもまた第9波に入っているのではないかみたいな話も出ておりますが、コロナと共存する形で何とか事業を展開してまいりたいと思っているところでございます。

また、東京都は、今年の4月に生物多様性の地域戦略というものを改定いたしまして、世界的なレベルでのネーチャーポジティブの実現に貢献していこうということで取組を始めているところでございます。また、生物多様性の戦略を多くの都民の方にも知っていただきたいき取り組んでいただきたいということで、「山の日」という祝日がございますが、都道府県が持ち回りでそのイベント等をやっている事業がございますが、来年度、東京都が「山の日」の幹事になりまして、8月が「山の日」ですけれども、8月にとどまらず、年間を通して生物多様性という部分に着目した山に関連するようなイベント等を展開してまいりたいと考えているところでございます。

昨年度の自然公園施設・都民の森の運営につきまして、委員の皆様方から忌憚のない御意見を頂きつつ、今後の事業展開に活かしてまいりたいと考えておりますので、ぜひ積極的な御意見を頂戴できればと思っているところでございます。

本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。ありがとうございました。

○上中課長 なお、これにて和田は公務の都合により退席させていただきます。

○和田部長 引き続きよろしくお願いいたします。

(和田部長退室)

○上中課長 続きまして、本日の議事について御説明いたします。

次第に記載しておりますとおり、本日の議事は2点ございます。

1つ目が「委員長の選任について」、2つ目が「令和4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。

なお、本日はペーパーレス会議としており、資料はお手元のタブレットの中がございますので、必要に応じて御参照ください。また、傍聴者の皆様にもタブレットを用意しておりますので、御希望の方は事務局にお申しつけください。

それでは、1つ目の議事「委員長の選任」に入らせていただきます。

委員長は、参考資料2「環境局指定管理者評価委員会設置要綱」に「委員の互選によって定める」旨が規定されています。どなたか御推薦はありますか。

(今村委員による挙手)

今村委員をお願いします。

○今村委員 委員長は橋本委員にお願いしたいと思います。橋本委員は観光学に精通していらっしゃる、この委員も長きにわたり務められているので適任と思われます。いかがでしょうか。

○上中課長 皆様よろしいでしょうか。

(各委員が首肯、異議がないことを確認)

○上中課長 橋本委員、よろしいでしょうか。

○橋本委員 承知しました。

○上中課長 ありがとうございます。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、以後の進行は橋本委員長にお願いいたします。よろしくをお願いします。

○橋本委員長 橋本でございます。委員長を務めさせていただきます。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、本日、2つ目の議事「令和4年度指定管理者管理運営状況評価」について審議を始めたいと思いますが、その前に、評価の実施方法等について事務局から説明いただきます。よろしくをお願いします。

○上中課長 それでは、最初に評価の全体像について御説明いたします。

指定管理者の評価には、私ども事務局が行う一次評価、皆様に行っていただく二次評価、その結果に基づき、環境局として行う総合評価があります。

指定管理者制度を導入している環境局の施設は次第に記載する10施設でございます。このうち、多幸湾公園につきましては、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度と令和3年度の2年間、施設を休園しておりましたため、令和2年度の委員会以降、3年ぶりに評価を実施いたします。

続きまして、二次評価の実施方法について御説明いたします。

本委員会は、本日と7月4日に開催いたします。本日は6施設、7月4日は4施設の評価を行っていただきます。評価は、1施設当たり、プレゼンテーション15分、質疑応答15分、採点5分の合計35分間で行います。

次に、本日、皆様にお願ひする事項について御説明いたします。

資料1「環境局指定管理者の二次評価の実施方法について」の「1 委員会当日の依頼事項等」を御覧ください。委員会当日は、全てのプレゼンテーション、質疑応答が終了した後に、お手元にあります資料3「施設別評価一覧（記入用）」に評価結果（S、A、B、C）

を御記入いただき、事務局に御提出ください。なお、お手元にあります資料2「指定管理者評価委員会作業シート」はメモとして御利用ください。

その後のスケジュールについては、資料1の2に記載しておりますが、資料4「二次評価シート」を作成していただき、本日の6施設については7月14日金曜日までに、また、7月4日の4施設については7月19日水曜日までにメールで御提出をお願いいたします。

二次評価シートのデータは後日メールでお送りいたします。皆様から御提出いただいた「二次評価シート」については、私どもで取りまとめ、委員長に二次評価（案）を作成いただき、皆様の同意を得た上で、委員会としての「二次評価」を確定させていただきます。

その後、環境局として「総合評価」を決定し、9月頃に東京都全体で評価結果を公表する予定となっております。公表資料には皆様のお名前が評価委員会委員名簿として掲載されますので、お含みおきください。

なお、昨年度の評価で御指摘いただいた事項に対する取組状況につきましては、資料5「令和4年度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状況について」にて一覧にしておりますので、適宜御参照ください。

続きまして、一次評価の結果について御説明いたします。

一次評価は、参考資料1「環境局指定管理者評価指針」及び参考資料4「一次評価の具体的な考え方」に基づき実施しております。一次評価の具体的な考え方につきましては、従前、委員の皆様へ御助言を頂きながら、最終的に事務局のほうでまとめさせていただきます。一次評価の基本的な考えとしては「各施設が事業計画書のと通りの取組を行っているかどうか」という視点で評価し、事業計画書のと通りに取組を行っていれば「水準どおり」で1点、行っていなければ0点という評価を行っております。

令和4年度は、一部の施設を除き、新型コロナウイルス感染症による施設の休止やイベント等の全面的な中止など、施設運営への影響は比較的少なくなりました。そのため、評価においては、新型コロナを理由とする特例的な審査基準等は設けておりません。一方で、令和4年度の実績を定量的に評価する際には、令和3年度の施設休止期間と同時期の実績を除いた比較を行っております。また、多幸湾公園につきましては、先ほど御説明しましたとおり、令和2年度と令和3年度の2年間、施設を休止しておりましたため、休止直前の令和元年度の実績との比較を行っております。

一次評価の結果をまとめたものが参考資料5「一次評価について（概要）」でございます。A評価が5施設、B評価が5施設となっております。

なお、一次評価では「事業者の健全性」及び「特命要件の継続」について確認しております。「事業者の健全性」については、公募により選定している団体を対象に、あらかじめ公認会計士でいらっしゃいます守泉先生に財務分析をしていただいております。

その結果、一般社団法人青梅市観光協会は、事業の遂行能力、適応能力、財務体質の健全性について「全体としては問題がないが、補助金に依存する体質ながら、収益事業が毎期赤字であることには改善が望まれる」、株式会社自然教育研究センターは、事業の遂行能力、適応能力、財務体質の健全性については「表示上は顕著な悪化は認められない」との回答を頂いております。なお、公益財団法人東京都公園協会については、次の委員会で御報告させていただきます。

また「特命要件の継続」についてですが、特命により選定している施設については、特命要件の状況が継続していることを御報告いたします。

また、令和4年度の指定管理料の支払い状況については、机上に配付しました「令和4年度における指定管理料の支払いについて」を御覧ください。選定の要綱上、指定管理料は精算を行わないという原則がございまして、例年は、運営経費に不足や過分があっても指定管理料の増減は行っておりません。

しかしながら、令和4年度につきましては、世界的な原材料価格、エネルギーコスト上昇の影響を受け、一部施設の運営経費が増加したと認められました。そのうち、御岳インフォメーションセンター、御岳ビジターセンター、奥多摩ビジターセンター、高尾ビジターセンター、山のふるさと村の5施設については、これまでの支払い実績や収支全体から必要性を判断し、指定管理料の増額措置を実施いたしました。

私からの説明は以上でございます。

○橋本委員長 御説明ありがとうございました。

以上の説明について何か質問等はございますか。よろしいでしょうか。

ないようであれば、次の御岳インフォメーションセンターからの御説明は時間どおりでよろしいでしょうか。

○事務局 規定どおりの時間から始めさせていただきたいと思います。

○橋本委員長 では、時間どおりということで、それまで資料等を御覧いただければと思います。よろしく申し上げます。

(資料等の確認)

○橋本委員長 では、そろそろ入っていただくような形にしますか。

それでは、プレゼンテーションを開始いたします。まず、御岳インフォメーションセンターです。指定管理者は一般社団法人青梅市観光協会です。指定管理者の方に入室いただきます。

(指定管理者入室)

○橋本委員長 それでは、15分間でプレゼンテーションをお願いいたします。なお、10分間経過時と14分経過時に合図しますので、どうぞよろしくをお願いします。

○御岳IC担当 青梅市観光協会・御岳インフォメーションセンターでございます。今日はよろしくをお願いいたします。

ただいまより令和4年度御岳インフォメーションセンター管理運営における事業報告をプレゼンさせていただきます。

まず施設運営に関する取組報告でございます。

利用者ニーズの把握への主な取組としまして、アンケート箱を設置しております。アンケートの受付件数は、令和4年度は580件でした。前年度が287件ですので、約2倍に相当いたします。月平均にしますと48件、月別で見ますと、来館者が多い5月が70件、7月が87件、8月が72件、11月が90件となっております。これは東京都から配付されたネッククーラータオルや塩分タブレットのプレゼントの効果が見られますが、後で説明しますけれども、来館者が昨年度より約4300人増えていることも要因かと思われまます。アンケートの回答内容としましては、大体同じなのですが、地図・パンフレットが充実していてよい、お土産がもう少しあるとよい、登山に関するグッズももう少しあるとよい、その他おおむね良好でございました。今後少しでも希望に沿えるように対応していきたいと思っております。

次に、自然環境の保全でございます。登山者やハイカーから、関東ふれあいの道や御岳渓谷において倒木や危険と感じた場所、ごみの処理がなされていない等の連絡があった場合は、関連機関、都レンジャー、青梅市役所、青梅市観光協会などに報告いたしました。マナー向上の啓発といたしましては、ハイキングコースの紹介を通じて、ごみの持ち帰りの徹底のお願いや、草花等を観賞する場合は傷をつけないようルールを守ることをお願いいたしました。

次に、質の高いサービス提供への主な取組でございます。これは開館時間の延長、休館日の変更等ですが、5年前から実施していることとございまして、開館時間を4月～11月と3月は、平日は8時から4時20分まで20分間延長、休日は8時から4時30分まで30分間延長しております。12月から2月までの閑散期につきましては、平日、祝日とも4時に閉館してお

ります。休館日の変更でございますけれども、これも5年前から実施しておりますが、休館日を月曜日から火曜日に変更しております。これは、月曜日が御岳ビジターセンターや御岳交流センターなど周辺施設の休館日となっているためです。また、ゴールデンウィークと紅葉シーズンは、休館日である火曜日も開館して対応いたしました。

次に、インフォメーション機能の向上でございます。関東ふれあいの道や登山道の紹介、これは御岳インフォメーションセンターのメインの業務になります。職員自ら御岳山や高水三山等の自主ハイキングを実施して、登山道の状況や通行止め情報などを聞かれた場合、より分かりやすくハイカーの皆様にお伝えいたしました。また、関東ふれあいの道の踏破証発行と、希望者には関東ふれあいの道の地図の送付事務を継続して実施しております。令和4年度の踏破証の発行件数は43件、関東ふれあいの道の地図送付の件数は26件でございました。御岳地区の美術館、食事どころ、土産店を紹介して地域の活性化に、僅かかもしれませんが、寄与したと思っております。電車やバスの時刻表を施設の内外に掲示して利用者に分かりやすいようにしております。

外国人向けの対応でございますが、英会話が可能なスタッフで外国人の質問、要望等には対応しております。外国人用のパンフレットとしましては、御岳エリアは、英語、中国語、韓国語の3か国語パンフレットを配布しております。青梅・奥多摩地区に関するパンフレットは英語のみになっております。観光に関しましては、東京都で作成している多言語のパンフレットを配布しております。看板等はピクトグラムと英語化対応をしております。

次に、地域物産の販売等でございます。駅前のコンビニが4年前に閉店したことによりまして、ニーズは非常に高まっております。引き続き、地元のユズ製品、入浴木、カッティングボード、酒類の継続販売を実施しております。登山者向けには、雨がっぱ、パン、カップ麺、熊鈴等も販売しております。利用促進のため、昨年5月からクレジットカード、電子マネー、QRコード決済を導入し、キャッシュレスサービスを開始しております。令和4年度の利用率は売上げに対して約30%がキャッシュレスでございました。

次に、施設の広報に関する主な取組でございます。青梅市観光協会のホームページや御岳インフォメーションセンターのフェイスブックを始めましたので、これで季節の移り変わりや地元の店舗などを積極的に紹介いたしました。また、青梅駅前にも観光案内所がございますけれども、ここで御岳インフォメーションセンターの情報を掲示してもらってPRしております。

次に、地域連携や地域振興、関連施設との連携でございます。地域産業の支援は、先ほど

とかぶりますけれども、地域物産の販売、ユズ加工品、薫製チーズ、薫製卵、地酒、地元のお菓子等を販売しております。2023年1月からは青梅市自立センターの障がいのある方々が一つ一つ心を込めて作っていただいたマグネットクリップ等の販売を開始しております。

次に、業務効率化への主な取組でございます。経費の削減ということで、トイレや敷地内外は職員自ら掃除しております。冷暖房も、外気温を小まめに確認して、エアコンは極力使わないようにしております。前回指摘のありました電気ストーブは、地球環境の観点から廃止しております。日常の業務改善としましては、もちろん紙は両面印刷でございますし、余ったらメモに使っております。物販の売上げ処理方法は、エクセルのフォーマットを変更して前よりは随分簡素化になっているのではないかと考えております。

次に、施設管理に関する取組報告でございます。

適切な維持管理を行うための主な取組でございますが、日常の修繕は、日頃から建物に異常がないか見回って心がけておりました。また、来館者に楽しんでもらうため、花壇ポットを年に2回植え替えております。6月と10月か11月、一回の植え替えて6か月ぐらいもつ花でございますので、年2回実施しております。エアコン、冷蔵庫、フロン対象品ですがけれども、これは3か月に一度、簡易点検を実施し、記録を保管しております。雨どいの清掃と外壁洗浄を年に1回、去年は6月に実施いたしました。

実際の人員配置でございますけれども、基本的には青梅市在住の人材で運営しております。常勤者が2名、臨時雇用が2名、このような（スクリーンに投影された一覧を指し示しながら）資格を持ってしまして、全員が救急技能認定者資格を持っております。

次に、事故を未然に防ぐための安全対策でございます。情報提供の充実ということで、都レンジャーや御岳ビジターセンターと情報交換を密にし、自然災害、熊出没情報、ダム放流等は、口頭のみならず、窓口に張り紙をして注意しております。消防訓練は、新型コロナ対策のために令和4年度も中止とさせていただきました。その他、災害が発生した場合に備え、緊急対策マニュアル等をインフォメーションセンター内に準備しておいて緊急時に備えております。また、1事故10億円の損害保険に加入しております。

次に、自主事業でございますが、全て青梅市観光協会とのタイアップで開催しました。9月に御岳山で星空観察会、天候はあいにくだったので、参加者8名、9月は同じく自然観察会、これは御岳溪谷で地元のインタープリターの解説により実施いたしました。参加者は28名ございました。12月に野鳥観察会、これも御岳溪谷にて実施し、参加者は16名ございました。

また、コインロッカーの大型、中型、小型の3種をインフォメーションセンター前に設置して登山者に利用してもらっております。また、AEDつきの自動販売機も設置して緊急時に備えております。

施設の利用状況と利用者満足度ですけれども、先ほどお話ししましたように、昨年度は2万4256名、令和3年度に比べ4291名増えております。インバウンド需要が回復している傾向かと思えます。外国人が約500名、日本人が約3800名増えております。利用者満足度は、アンケートの結果ですけれども、どの項目も99%以上満足の評価を頂いております。

最後になりますが、施設の管理運営に関する収支でございます。御覧のとおりマイナス2万9000円ということで終わっております。

以上でございます。御清聴ありがとうございました。

○橋本委員長 御説明ありがとうございました。

それでは、質疑応答に移ります。何か御質問のある委員の方はいらっしゃいますでしょうか。守泉委員からお願いします。

○守泉委員 2点ほど教えていただきたいのですが、1点目が、AEDの設置をされていて、救急技能の認定者も入っているということですが、救急技能認定者の細かい要件は見ていなかったのですが、私の場合、防災士を随分前に取ったのです。そのとき、救急の訓練をやったときに、3年に一遍か、もう一度講習をやらなければいけなくて、今それが忙しくて切れているのですが、そういう期間の部分に関してきちっと満たしているということで、その人間がAEDの使い方も指導というか、そういう方がいらっしゃった場合に自らそれを持って行って対応ができるという解釈でよろしいのでしょうか。

○御岳IC担当 我々、去年の3月に、AED、実際のマシンを使って実技を受けました。3年で更新ですので、まだありますけれども、一応オペレーションに沿って認定証をもらって、そういう方が来た場合は率先してやっていくということで4名全員資格を持っております。

○守泉委員 分かりました。

2点目ですが、エアコンを極力使わないというのがあって、ちょっとどうかなという部分ではありますが、入っているエアコンは、設置してから何年ぐらいたっているエアコンですか。

○御岳IC担当 2018年の7月ですので丸5年、1回定期点検を受けました。昨日も非常に暑かったのですが、10時半までは我慢しました。

○守泉委員 古いやつだと取り換えたほうが、エネルギー効率性が悪かったのですが、2018

年だと省エネ型なので、あまりそこで節約するのは、中にいる方もそうですし、来られた方の熱中症とか考えると、あまりそれは自慢できることではないかなと思いますが、いかがでしょうか。

○御岳IC担当 必要に応じて、つけたいと思っております。最近、蒸し暑いので、お客様が入ってきて「ああ、涼しい」と言ってくれるのは非常にうれしいことではあります。

○守泉委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 それでは、鳥居委員からお願いします。

○鳥居委員 一つ質問ですけれども、4年度の指定管理者評価委員会の評価における特記事項の中で「センターの物品販売物の選定などに若者や女性のアイデアを取り入れて、さらに工夫を重ね」と、例えば商品の並べ方や選び方、どういうものを置いていくのかということについて、いろんな若い人、女性の方の意見を聞いたらどうかということなのですが、その後の対応についてお聞かせいただければと思います。併せてその効果についてもお知らせください。

○御岳IC担当 もう何年か前に御指摘があって、女性用のお土産ということで薫製チーズや薫製卵を入れさせていただきました。もともと女性スタッフが1人ぐらいしかなくて、今、臨時で2人目に手伝ってもらっていますので、意見は聞いて、来月にも早速やりたいと思っております。ただ、今までもアンケートの内容とかで必要なもの、女性向けかどうか分かりませんが、特に登山者やハイカーに必要なと思われるもの、そういうところは、積極的にでもないですけれども、売値とか相談して決めております。品種もたしか25種類ぐらい販売しておりますので、全てが満足とは思いませんが、今後も女性の意見とか入れてやっていきたいと思っております。

○鳥居委員 ということは、まだ大きく改善があったところまでは至っていないということでしょうか。

○御岳IC担当 資料の10ページ、左下のマグネットをお土産で売っているのですが、先ほど説明させていただきましたが、青梅市自立センターとあって、市内に障がいのある方の通所作業施設があります。そちらで障がい者の方が作ったものをこちらでも販売しております。写真が小さくて分かりづらいのですが、おかめとひよっこ、だるまとか、そういうのがあります。こういったデザイン、こういったものを入れたほうがいいかなというのは私どもの女性職員などの声も聞きながら、常日頃から観光協会のスタッフともコミュニケーションを取りながら、進めているところでございます。

○鳥居委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 今回の鳥居委員の質問の中で効果はいかがでしたかということについてお触れいただけますか。

○御岳IC担当 女性向けかどうか分かりませんが、販売売上げは毎年伸びております。昨年度180万ぐらいの売上げだったのではないかと思います。年々伸びているのは間違いございません。ただ、それはアルコールなども含まれます。。申し訳ございませんが、細かく女性向けがどれだけ売れたか、それは分析しておりません。

○橋本委員長 では、今村委員からお願いします。

○今村委員 今回の関連の質問です。売上げに関して細かくは見ていないというお話だったのですが、以前よりは商品数も増やしたり、ニーズも意識していらっしゃるようなので、何がどれだけ売れていて、どの商品がそちらの収益に貢献しているのかというのをそろそろ取っていただいたほうがいい時期なのかと思います。その辺いかがでしょうか。

○御岳IC担当 分かりました。エアレジに全部、商品別売上げデータは残っていますので、取ることは可能でございます。

○今村委員 ぜひそれを取って、次に生かしていただければと思います。シーズンによる売れ筋や、売れ残り商品などを把握した上で戦略的に商品を仕入れ、売り上げ拡大を狙ってほしいです。時には商品を変えて新たな挑戦をしていかれることも必要なフェーズかと感じています。

ちなみに、バッジの話ですが、どの絵柄が何個ぐらい売れているとか、そんなデータはありますか。

○御岳IC担当 ちょうど調べたばかりでございまして、マグネットなのですが、今年の1月から販売して今月の27日まで、61個売れています。月平均10個です。ほかに売っているところと比べて多いのかどうか分かりませんが、自立センターの方に、61個も売れたので、作っている皆さんによろしくお伝えくださいというメールはいたしました。

○今村委員 ちなみに、1個いくらですか。

○御岳IC担当 1個タイプが400円で、2個タイプが500円でございます。500円のほうが売れています。2個ついているせいか分かりませんが、こっち（2個タイプ）が500円、こっち（1個タイプ）が400円ということで販売させてもらっております。

○今村委員 分かりました。1個400円で2個だと800円なのに、2個で500円になるのですか。

○御岳IC担当 サイズが小さいのが2個です。

○今村委員 分かりました。来年、楽しみに報告を伺いたと思います。

○橋本委員長 今回の関連なのですが、今村委員から、季節によっての売上げの話がありました。あと、時間帯によっても売上げは変わってくる。午前中、登山に行く前に売れるもの、帰りがけに売れるもの、それを可視化していただけるとこちらにもきちんと伝わってくるかと思しますので、よろしくお願いします。

○御岳IC担当 了解しました。

○橋本委員長 利用者についてですが、登山者の方々や、コンビニエンスストアが閉店ということで、地元の方々がどのくらい使っておられるか、そういうようなことは把握されていますか。

○御岳IC担当 地元の方はほとんどいないと思います。基本的にはハイカー。

○橋本委員長 ハイカーの方々ですね。分かりました。ありがとうございます。

では、山本委員、お願いします。

○山本委員 以前にも現地を見せていただいた際には、おもてなし感、手作り感のあるインフォメーションセンターとなっており、とてもよいと思いました。今回のプレゼン資料の中でも、いらっしゃった方々にアンケートを取っており、高い満足度が示されたということも御報告いただいたところです。その中では様々な要望が出てくると思います。それらの意見は人個人の要求、期待が示されている一方で、重要なニーズではないかという別の判断もどこかで必要であり、その点がアンケート結果の解釈の難しい点だと思います。そうした個別の要求、期待を整理し、スタッフ会合等で情報共有すると思いますが、次への展開として何が必要なのか、どのような議論をされているのか、教えていただけませんか。

○御岳IC担当 環境局にはマンスリーでレポートを出していますが、そこに令和4年度の要望は全部載せて送っております。月何十件とありますが、当然似たようなものもありますし、我々も事務局にアンケートは回覧し、全員に見てもらって、実際に実現できるもの、できないものなどを確認しております。どういうことを求められているか項目には分けることができると思いますので、そこは分析して、出せるところは出そうと思います。検討材料にはできると思います。

○山本委員 ありがとうございます。

アンケートは、やるだけで形骸化してしまうのもったいないので、たとえば、集計して多

数の意見には何か配慮すべき話が入っているかもしれず、うまく使っていたらいいのではないかとということで質問させていただきました。

もう一つ、報告資料の中に、センターの中で雨どいの清掃等を実施していることが報告され、プレゼン資料の写真の中では屋根がコケむして屋上緑化のようになっているものもありました。また、エアコンの使用を遠慮されているということでした。施設としては東京都の公園の案内をする場所ですので、できるできないは当然あるのですけれども、施設の屋上緑化とか壁面緑化をやってもいいかもしれないですね。この辺りは施設をふだん管理されている皆さんとしては希望や、普段使われていてお考えはあるのでしょうか。

○御岳IC担当 私どもも指定管理を受けておりまして使っている中で、いろいろな、ここはこうだというふうなことを感じているところがあることは事実ではございます。それにつきましては、環境局ともよく調整しながら対応はしているところではございます。環境局も親身になって私どもの話も聞いていただいて対応はしていただいております、非常に助かっているところではございます。

○山本委員 ありがとうございます。

○事務局 補足させていただきますと、大きな施設整備だとか改修につきましては、東京都の役割として実施しておりますので、そこは先ほど指定管理者が申し上げましたように、協議しながら優先度をつけて対応していくという形で進めております。

○橋本委員長 ありがとうございます。

最後に2つお願いします。皆さんのニーズに応じて平日の開館時間20分延長、土日は30分延長、これは、ほとんどのハイカーの方々が電車でということですのでけれども、電車の時間に合わせてということですか。

○御岳IC担当 そのとおりでございます。

○橋本委員長 では、大分利用者の利便性も上がっているということですね。

○御岳IC担当 御存じのように、御岳は平日、電車が少ないのです。4時台は1本とか2本、土日祝日は多少あるのですが、これはちょうど電車にマッチしている時間帯でございます。そこは第一優先でさせていただきました。

○橋本委員長 ありがとうございます。

では、最後の質問ですが、どんなことでも構いませんが、今、一番の課題として認識されていることは何でございましょうか。

○御岳IC担当 課題というか、一つ確認させていただきたいのですが、東京都では太陽光パ

ネルの設置、そういったものを進めていると認識しています。こちらのインフォメーションセンターにつきましては、その辺のスケジュールとか考え方というのが何かありましたら教えていただければと思います。

○事務局 個別具体的な施設整備につきましては、適宜情報共有させていただきたいと思っておりますので、この場では控えさせていただきます。

○御岳IC担当 分かりました。

○橋本委員長 ありがとうございます。

それでは、時間ですので、質問も尽きませんが、ここで質疑応答を終了いたします。指定管理者の方は御退室をお願いします。ありがとうございます。

○御岳IC担当 ありがとうございます。

(指定管理者退室)

○橋本委員長 それでは、委員の皆様、評価の記入をお願いします。

(評価記入)

○橋本委員長 そろそろ時間です。委員の皆様、よろしいでしょうか。

それでは、次のプレゼンテーションに移ります。小峰公園、指定管理者は公益財団法人東京都公園協会です。入室をお願いします。

(指定管理者入室)

○小峰公園担当 公益財団法人東京都公園協会でございます。よろしくお願いたします。

○橋本委員長 どうぞよろしくお願いたします。プレゼンテーションの時間は15分、10分間経過時と14分経過時に合図しますので、よろしくお願いたします。

○小峰公園担当 東京都公園協会、小峰公園です。令和4年度の事業報告をさせていただきます。

令和4年度指定管理者評価委員会の評価における主な特記事項への取組状況について御報告させていただきます。

1、里山の視点に立った各種取組を地域住民や関係組織と連携しながら、地域の生活や文化に関する新たなプログラムの素材を発掘し、さらに深化させる。

2、昆虫の里としてのブランドの確立を検討する。

以上の2点の項目についての取組は、後ほど事業報告にて御説明いたします。

3、SNSを利用した情報発信として、インスタグラムでもさらに鮮やかな映像を開示する。また、セルフガイドツールのDX化を検討する。

4、公園化された場所を里山として維持するため、公園外の人々の営みを公園の中に誘導する。

以上の2点の項目についての取組も後ほど事業報告にて御説明いたします。

各事業報告に記載される「特記事項に対応」に御注目ください。

小峰公園は、東京都の西、あきる野市と八王子市の市境に広がる都立秋川丘陵自然公園の中に位置し、園内にはビジターセンターが設置されています。

私たちは、平成20年度から指定管理者として「多摩の里山見本園」を目指してきました。多摩の里山見本園とは、多様な里山環境を再現し、来園者に様々な体験の場を提供し、自然との調和の取れた里山の仕組みを学ぶことができる公園のことです。多様な里山環境を適切に維持管理しながら、そこにある資源をビジターセンターの運営に活用していくことが指定管理業務の大きな特徴です。

これまで第3期指定管理期間の5か年において、東京都の自然公園ビジョンを踏まえ、多摩の里山見本園の機能が十分発揮できるよう、基盤を構築、普及、活用し、地域振興、価値・魅力の発信を進めてきました。

令和4年度は「『里山見本園』とつながる地域の魅力向上」を主要テーマに、こちらの3項目について取り組みました。

まずは「里山文化を『守る』～地域住民との連携～」について説明いたします。

一年にわたり稲作作業を体験する環境教育プログラムである公募イベント「谷戸田の稲作」は、昔ながらの里山景観や生物多様性を保全するための重要な活動として、地域の皆様に支えられ、発展してきました。古い農機具を使用した収穫後の作業体験では、地元農家の小屋に眠っていた唐箕（とうみ）や脱穀機を提供いただき、それを修繕し、再利用しました。お米一粒の大切さが実感できるプログラムとして作業体験者からも好評いただきました。

イベントにおける古い農機具の使用体験に加え、農工具の実物展示や、わら草履づくりの習得を目指した人材育成としてボランティアスキルアップ研修を実施しました。また、地域住民への取材に基づいて製作した館内展示で稲わらの生活利用を伝えることで消え行く里山技術を継承することができました。

地域暮らしや自然・文化の魅力を伝える人気のテーマイベント、里山歴史プログラムは、今回新たに小峰の土蔵巡りをテーマにしました。地元集落の土蔵群を巡り、かつての里山暮らしを学ぶ歴史体験ツアーです。通常、家の者以外立ち入ることをよしとしない蔵の中、そ

の禁制の蔵の見学が小峰公園のツアーとして実現するために、およそ4年の月日を要しました。地域住民の公園事業への理解と地道な信頼関係の構築の成果がついに実を結びました。参加者は家主の昔話に聞き入り「知らないあきる野を見られて大満足です。土蔵を拝見できたのもよかったが、留原に住む人々の親切なことに感動しました」という大満足の声を頂きました。

続きまして、小峰公園の新規自主事業として、ワンランク上の自然体験を提供する里山歴史プレミアムガイド「おいしい里芋掘りと昔ながらの芋洗い体験」です。近隣農家へ伺い、家主さんの手ほどきで里芋掘りを体験、さらに、今では珍しい芋洗い棒による里芋のこすり洗いを体験しました。単なる懐かしさ体験だけではなく、里山暮らしの知恵と工夫を現場で知るプログラムです。芋洗い棒も手押しポンプの井戸も、そして畑も、全て家主さんの現役で使われているものを使わせていただきました。参加者からは「里芋は思っていたより塊で取れて驚いた」「里芋掘りは初めてで、親芋、子芋、孫芋があるのは知らなかった」など、非日常的な里山暮らしの体験から新しい感動を提供することができました。

続きまして、夏休みシーズン特別有料イベントとして実施した「昔ながらの魚釣り」です。地元で昔から伝わるあんま釣り体験により、多摩の自然遊びの文化の一端を知る機会を提供しました。かねてより人気の高い小峰公園のオリジナルプログラムが都民の声に応じて有料のプレミアムガイドとして復活、イベント参加希望者は定員の約5倍に達する規模です。また、真夏の河川での実施に際して、熱中症対策や水難事故防止に対して地元の秋川漁業協同組合や自治会と連携し、協力を得、実施することで、参加者の安心・安全からプログラムの満足度の向上につながっています。

令和4年度は、小峰公園の豊かな自然の営みや地域に残る昔ながらの生活文化に着目した多様な里山プログラムを全53回実施し、1200人以上もの利用者に御参加いただきました。ほかにも近隣住民への取材の協力から、地域特有の自然や文化の解説資源として発掘し、ツイッターやユーチューブなどで動画配信を実施、広域的に里山の自然や文化を発信しました。また、近隣住民の方々がこの動画を視聴することにより、今まで当たり前と思っていた身近な自然環境や文化の価値に改めて気づくことができたという相乗効果も生まれました。ツイッター、ユーチューブを活用し、インターネット上で配信した動画は50本以上に上り、約1万8000回以上再生されました。

次は「里山を『知る』～多様な団体との連携～」について御説明いたします。

観光振興による地域活性化を目的とした秋川溪谷観光関係機関連絡会は、コロナ禍の影響

により実に2年ぶりの実施となりました。市内の観光関係機関が集まり、情報交換会が全3回開催されました。さらに令和4年度は、これら連絡会によるあきる野市観光キャラバンに参加し、都市部に位置するJR主要駅での誘客イベントを行い5月には、JR東京駅、新宿駅をはじめ、商業施設が隣接する駅施設の合計7か所で公園リーフレットなどを合計6000部配布、近隣観光施設とともに広域的な広報活動を行うことができました。

里山の恵みの豊かさとにぎわいを創出するイベントとして「収穫市」を開催しました。これまで築いてきた地域との信頼関係と公園物販に関するニーズ調査を基に、地元留原や近隣農家が栽培した野菜の仕入れから販売までを小峰公園が行いました。昨年好評だった小峰公園で収穫した無農薬米の頒布のほか、新たに園内のお米づくりで発生した稲わらの販売を実施しました。稲わらは家庭菜園を営む来場者に人気で、お米づくりの副産物を利活用する里山の魅力を伝える販売物となりました。

また、あきる野市と檜原都民の森の観光案内コーナーを設置、地元物産の販売の拡大や、秋の紅葉シーズンの檜原村の観光を満喫できるドライブ映像を放映したり、地域が一体となった広報活動をさらに充実させました。

さらに、秋川渓谷観光関係機関連絡会で関係団体との信頼関係を深めたことにより、JR東日本とあきる野市との共同企画「駅からハイキング&ウオーキングイベント」への参加が実現、令和4年度は当イベントと収穫市の開催が同時に行われたことにより、前年度から来場者数が増加し、875名を記録しました。

次に、近隣の福祉施設との連携では、里山管理を通じた自然との触れ合いの場を提供しました。6月は、園内における雑木林の再生を目指した取組の一環として、コナラの苗を管理する体験を行いました。11月は、稲作体験として稲刈りや農機具を使用した収穫後の作業を行い、その後3月に作業で発生した稲わらを使用したクラフト体験を提供するなど、里山の循環を肌で感じてもらうことができました。

地域住民やボランティアを巻き込んだ小峰公園の取組が評価され、あきる野市教育委員会に依頼を受け、生涯学習の推進を目的に開催された第10回寿大学五日市校・秋川校講座に小峰公園職員が登壇しました。「里山暮らしから学ぶ都立公園の生物多様性保全活動」をテーマに、都立公園で長年取り組まれている里山環境や希少動植物の保全に係る活動を紹介しました。2日間の講演会で356名が傍聴し、小峰公園を取り巻く地域の自然の魅力を広く知ってもらうことができました。

最後に「里山を『活かす』～人材育成・参加型プログラム～」について御説明いたしま

す。

小峰公園では、これまで継続実施してきたオオムラサキやアカトンボ、セミの抜け殻調査に加え、新たにバッタの種類・生息数調査を行いました。都民協働の形で調査プログラムを充実させることで様々な年齢層の参加者が集まり、調査を通して主体的に里山環境の保全や生物多様性の意義を感じてもらうことができました。

環境省の生物多様性保全活動への協力として、平成30年度から「モニタリングサイト1000里地調査」に参加し、チョウ類調査を5年間行ってきました。調査の最終年度となる今年度は、新たに日本チョウ類保全協会からの依頼を受け、調査頻度を増加し、過去最多の62種類のチョウの確認を記録しました。

この長年の調査の活動に基づき、チョウ類が集まる植物を保全するための管理マニュアルを作成、活用することで、ボランティアや市民参加による継続的な保全活動が可能となり、昆虫がにぎわう里山環境保全を担う人材育成につなげることができました。

また、季節に応じてチョウ類の保全活動と園内解説サインの設置により、来園者に魅力的な昆虫観察スポットとして小峰公園を楽しんでもらうことができました。

さらに、これら一連のチョウ類の調査保全活動の様子はホームページの周知以外にも、海外や若いユーザーを意識してインスタグラムで情報発信し、さらに、あきる野市内で活動するボランティアを対象とした講演会の実施や、新たに取りまとめたセルフガイド作成・配布などによって昆虫の里小峰公園としての魅力を大きく高めることができました。

今年度より新たな連携として、あきる野市内の横沢入里山保全地区で活動するボランティア団体との人材・技術交流を行いました。里山環境や生物多様性の保全に関わる維持管理の技術向上を目的に、10月は湿地環境保全のための草刈り、11月は同保全地区内に設置されているコンテナビオトープのヤゴの調査をし、各トンボの幼虫の識別スキルの向上を図りました。

都内で絶滅危惧種に指定されている希少なトンボ類が小峰公園で発見されていることから、横沢入里山保全地区での活動やボランティアとの情報交換で得たノウハウを小峰公園内の維持管理にも取り入れました。湿地環境の改善やコンテナビオトープの設置、発生材の積み上げによる成虫の越冬環境の整備など、生物多様性のシンボルと目されるトンボ類の保全活動を充実させ、あきる野市内の生物多様性保全ネットワークの構築を図りました。

続きまして、小峰公園とともに発展してきたボランティア活動について紹介します。

従来のイベント運営で必要な安全管理研修に加え、自然ガイドなどの公園利用者への対応

や、クラフト技術の向上を目的とした事前勉強会、園内の希少な動植物の調査保全に係る維持管理など、幅広く公園活動を行い、事業を強力にサポートいただいております。

地域ボランティアとの協働では、小峰公園ボランティアとあきる野市民解説員のコラボレーション企画について、令和4年度は活動範囲を小峰公園内外に広げ、秋川丘陵自然公園内の史跡、地質や、動植物のモニタリングに関する合同調査や、自然写真撮影講座を行い、双方のボランティアの調査・解説スキルを高めるとともに、親交を深めました。

小峰公園ボランティアと市民解説員の交流が増えたことにより様々なコラボレーション企画が実現、5月は合同企画ガイドツアー、市内探訪、2月は、あきる野市中央公民館と日比谷公園内の緑と水の市民カレッジにて合同写真展を開催し、参加者数が延べ1000人近くになるなど、自然豊かなあきる野市の観光PRにもつながりました。

さらに、合同調査で公園利用者からニーズが高い野鳥に関する情報収集を強化したことにより、小峰公園の自然情報サービスが充実しました。野外調査で収集した生態写真や動画、音声データを用いて新たに野鳥の自然解説動画「冬の鳥、よりどりみどり」「野鳥に親しむ漢字検定その壱」を制作し、公園協会のユーチューブチャンネルにて動画を配信しました。

「おうちde里山満喫プロジェクト」と題したこの動画シリーズは、自然体験のプログラムの参加者やビジターセンターの展示見学者を対象に行っている自然解説サービスがいつでもどの場所からでも気軽に楽しめる内容として、年度末の僅か3か月の動画配信で約1700回以上再生されるなど、視聴者から大変好評を頂きました。

このような取組の結果、第3期指定管理期間の利用者数は、コロナ禍の公園利用者制限にも負けず、40万8528人となり、第2期に比べ約2万人増加し、さらなる利用促進が図られました。

このように東京都公園協会による第3期5年間の指定管理業務によって、小峰公園を取り巻く地域との絆、信頼関係はより確固たるものとなりました。これまでの15年間の実績と経験を生かし、次の5年間は、多様な生き物たちと織りなす多摩の里山見本園を基盤とし、より多くの人々との連携協働を大切に、かけがえのない地域資源である豊かな里山環境を守り、次の世代に継承していく取組を続けてまいります。

以上をもちまして、令和4年度小峰公園の事業報告を終わります。御清聴ありがとうございました。

○橋本委員長 御説明ありがとうございました。

それでは、質疑応答に移ります。質問のある委員の方はお願いします。では、鳥居委員か

らお願いします。

○鳥居委員 御説明ありがとうございます。非常に多彩な事業をされていることがよく分かりました。

2つ質問がございまして、1つ目は、昨年度の特記事項への取組状況、4点ございましたけれども、その中の1つに情報発信のところでウェブ上のセルフガイドツールの提供というのが入っています。さっきちょっと出たような気もするのですが、もうちょっと詳しく、どんな内容でどれぐらいの利用があるのかということをお願いしたいというのが1つ目です。

2つ目は、地域ボランティアの話が最後のほうに出てきましたけれども、ボランティアの方は何人ぐらいいらっしゃるって、多分、結構な数の方がいらっしゃると思いますが、その方々との意思疎通といいますか、結構大変だと思います。いろんな方々がいらっしゃると思います。そのコーディネートとか、どれぐらいの頻度でミーティングをやって、研修とかもやられているのか、その辺のところを教えてください。

○小峰公園担当 セルフガイドツールは四半期に1回、チョウ、野鳥を含めて、バッタとか、そういったものを作成いたしまして、もちろん窓口の配布が基本的にはなるのですが、またホームページでPDF、電子媒体の提供を行っています。それに併せて園内にそれぞれ観察スポットを設けまして、そこに解説サインを設置しているのですが、そういった場所の解説サインにQRコードを記載しまして、昆虫の観察スポット、園内サイン以外でさらに情報が欲しいという方にウェブ版が入手できるというサービスを提供しております。

○鳥居委員 利用の頻度、どれぐらいの方が利用しているかという数字は把握されていますか。

○小峰公園担当 配布数とか映像のダウンロード数は把握できないですが、ホームページに関して詳細なプレビュー数は全体で例年の130%ほど上がっていますので、その一環としてそういった利用というのは、ある程度使われているのは想定できるのですが、細かい数は把握できない状況ではあります。

○鳥居委員 ぜひ数字的などところも押さえていただいとと思います。

2つ目はいかがでしょうか。

○小峰公園担当 地域連携のボランティアですけれども、小峰公園自体のボランティア数は13~15人の間です。基本的に少数ではありますが、少数精鋭という言葉が非常に似合っていて、もともとは第2期（指定管理期間）からの個人的なボランティアということで、イ

ベントのサポートのみを限定に行っていたような活動ですが、その活動が年々拡充していく形になっています。例えばイベントであっても今までサポートだった方が主体的に動いたり、あと、前後の田んぼの維持管理、畑の維持管理をサポートしていただいたり、また調査活動というのも自主的に行っていますが、その活動結果などについてボランティアスキルアップ研修を通していかに情報発信していくかということを学んでいただき、お客様にサービスとして提供するという活動を手伝っていただいている形になっております。

○鳥居委員 では、少数精鋭、結構ベテランの方も多くということですね。分かりました。ありがとうございました。

○橋本委員長 ほかにはいかがでございますか。山本委員からお願いします。

○山本委員 今の質問に関連しますが、公園の中で多摩の里山の見本園の構築にむけて、相当な努力をされてきたのだと思います。今の話ですと、ボランティアの方々の手伝いも頂きながら見本園の充実を図っていく、目指すビジョンがあって、それを実現していこうとしているのだと思います。そこで質問が2つあります。

1つ目は、先ほどの質問にもありましたけれども、空間を管理していく中で、スタッフの皆さんの仕事の内容は、コーディネート比率が増えてきて、仕事の質が変わってきているのではないかと想像します。公園の外と連携しようとする、どうしてもそうになってしまうし、その際に公園が地域の中でどういう役割を果たすのか、地域の核として地域の文化、暮らし、伝統を伝える場合に、仕事の質が変わってくるのではないかと考えているわけです。その辺り、今までの動きの中で、取組の中で感じていらっしゃることをお聞きしたいというのが1つ目です。

2つ目は、たくさんプログラムを実施する中で、園内の様々な空間を使われてきていると思いますが、公園の全ての空間を使い切るといのはなかなか難しいし、ボランティアの方々に危険な箇所を管理していただくわけにもいかないのだらうと思います。この点について考えると、ボランティアの方々にはうまくサポートいただきたけるようなゾーニング、つまり、ここはこういうふうにする、ここはこういうふうにする、といったことをどのように整理してこられたのか。公園が持つビジョンもがあると思いますが、皆さんが里山的な管理をする中で使い方が変わってきた点を教えていただけませんか。これが2つ目です。よろしくをお願いします。

○小峰公園担当 まずは、里山環境と見たときに、公園管理の中だけではなくて、やはり地域とのつながりは常に意識しなければいけないという部分はありまして、特に管理する共通

の課題として獣害が増えているという大きな問題があります。そういったものも地域と親密に連携して、そういった協働の取組に関してはお互い情報交換して、協力し合えることは合いましょうということで、日頃から地域の方々とコミュニケーションは大事にしているという部分があります。公園の中であっても、例えば桜とか、地域の方が植えた、祖先が植えたという歴史がありますので、そういった管理の一つにも、伐採する際には必ず地域の自治会長にお伺いを立てて、小峰公園として単独ではなくて、地域があつてこそ小峰公園という意識をした維持管理を心がけるようにしております。

2点目の質問で里山見本園ということを目指している部分ですが、安全管理上、予算ということで、手をつけていない部分があつて、手をつけたい部分ということで課題として上がっているのは外来種のクビアカツヤカミキリであつたり、あと、ナラ枯れの発生という新しい問題が出てきているのですが、そういったことを防除する上でも適正に管理しなければいけない課題ということで、雑木林の自然林の再生ということで新たに第4期目、地域の造園の得意な企業との連携を拡大していくという方向を進めております。

○山本委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 今の山本委員の質問の中でゾーニングといいますか、広いエリアをどのような形で、もし認識されていることがありましたらお願いします。

○小峰公園担当 やはり里山という複数の自然環境、草地があつて田んぼがあつて、樹林地、比較的立ち木という部分では十分手は回っているのですが、立入りできないところ、まだ手をつけていない部分がたくさんありますので、そういったものに新しく取り組んでいく中では様々な地域の意見を聞きながら進めていきたいと思っております。

○橋本委員長 ありがとうございます。

ほかにはいかがでしょうか。

では、私から1つ教えてください。コロナにもかかわらず、いろいろな取組をされておりました、利用者の方も対前年比で120%近く増えていますが、コロナで来園者の方々の質が変わってきている面があるのか、あるいは戻ってきているのか、あるいは新規の方もお見えになっているのでしょうか。コロナで近場の方々の利用が増えたということもあるのかも知れませんが、来園者の方々の質的な面について認識されていることをお願いします。

○小峰公園担当 コロナ禍も令和2年が最も多かったです、そちらのときですと、むしろ小峰公園の来園者数が増えたという傾向はあるのですが、一番大きいのは駐車場を拡張したことによって、特に一番多い4月、5月はそれが上乗せするような形になりました。最も

特徴的なのは7月、もともと利用者数が伸びにくい時期だったのですが、ここが著しく伸びたのです。今まで小峰公園は、夏は暑くて、どっちかというところ近くの秋川のほうで冷涼感を求めるのですが、その中で7月、8月、近くにある金剛の滝の利用者数が、外国人が結構増えたので、「小峰だより」という定期的な記事があるのですが、その中で取り上げたのが一つと、関連記事として金剛の滝の動画を配信させてもらって、冷涼感を感じるようなものを配信して、そういったものが効果があったのかなと予想しております。

○橋本委員長 ありがとうございます。

ほかはいかがでございましょうか。今村委員、お願いします。

○今村委員 久しぶりに新しいプログラムができて、いつもそちらの新しいプログラムは楽しみにしているので、すごくうれしい気持ちになりました。2つとも面白そうなので、もう少し伺いたのですが、土蔵巡りについて、もう少し詳しく教えていただきたいのと、これを立ち上げることになった経緯なども教えてください。

○小峰公園担当 土蔵巡り自体、かつて八王子道や甲州街道ということで地元留原が宿場町のような機能を果たしている時期がありまして、そういった名残が残っていたので、土蔵ということで前から着目していました。土蔵というのは、どちらかというところ廃れるものか、現存してきれいに残っているもので現代だと倉庫として扱われることが多くて、やはりパーソナルスペースを見せるということで非常に抵抗はありました。

今回の土蔵の内容につきまして、場を提供してくれた御家庭が2つありました。先ほど事業報告を差し上げましたが、ツイッターのほうで地元的生活文化を動画配信する中で、アユ釣りの名人がいて、その人を取材させてもらいまして、そういった動画配信して広域発信、あと、館内に秋川の魚を展示したコーナーがあるのですが、アユ文化、そこに映像展示として配信されたのですが、そういった関係づくりということで、その中で一つ達成できたのと、もう一つのおうちは、こちらで昨年のユーチューブで取り上げたのですが、地元に残るこいのぼりを特集して「小峰だより」やユーチューブ動画で流したのですが、そういった関係づくりの中で小峰公園の取組の重要性や魅力を感じてもらいまして、そういったことがきっかけで今回そういったスペースを見せていただくことが実現しました。

○今村委員 ユーチューブの取材がきっかけになったということですね。分かりました。

参加者は何人ぐらいで、どんな人たちが来てくれたのでしょうか。

○小峰公園担当 やはりパーソナルスペースを見せるということで大きくはできなかったのですが、10名ということで比較的少ない数になりました。地元の方もいましたし、近隣の土蔵と

いうことを認識されている方が多く参加されましたので「昔から気になっていたので楽しかった」という御意見を頂きました。

○今村委員 年齢は上のほうの人ですか。

○小峰公園担当 そうですね。あと、こどもも親子で1名参加されたと思います。

○今村委員 土蔵を見るだけでなく、ほかにもプラスで何か取り組まれたのですか。

○小峰公園担当 今、説明した芋洗いに関しても、里芋掘りということで、昔の農機具であったり井戸を使わせてもらったプログラムになるのですが、そちらもどちらかという人数は比較的少なめに設定させてもらったのですが、それでも、2歳のお子さんを連れて参加されました。参加者自身の満足もあったのですが、地元の方々もお孫さんが来たような感じで非常に好意的に受け止めていただきまして、そういった中で交流が生まれた魅力的なプログラムとなったと思います。

○今村委員 分かりました。ありがとうございました。

○橋本委員長 ありがとうございました。

そうしたツアーですと、改めて住民の方が自ら持っているものの価値を再認識する機会になるということもあるかと思しますので、非常に重要な機会になっていると認識しました。

それでは、御質問も尽きませんが、そろそろ時間ですので、ここで質疑応答を終ります。ありがとうございました。御退室をお願いいたします。

○小峰公園担当 どうもありがとうございました。

(指定管理者退室)

○橋本委員長 それでは、委員の皆様、評価の記入をお願いします。

(評価記入)

○橋本委員長 記入が終わりましたら次に移りたいと思いますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、次のプレゼンテーションに移ります。次の小笠原ビジターセンターの指定管理者も公益財団法人東京都公園協会です。指定管理者に入室していただきます。

(指定管理者入室)

○橋本委員長 それでは、小笠原ビジターセンターからのプレゼンテーションをお願いしたいと思います。時間は15分間になります。なお、10分経過時、14分経過時に合図をいたしますので、どうぞよろしくをお願いします。

○小笠原VC担当 では、公益財団法人東京都公園協会でございます。発表させていただきます

す。よろしくお願いいたします。

令和4年度事業報告をさせていただきます。

初めに、令和4年度評価委員会における主な特記事項の取組状況について御報告いたします。

写真展については、令和4年度はガラパゴス写真展の再展示などを通じて世界遺産の美しい生き物や風景を紹介しました。また、令和5年度も継続して写真展の開催を予定しています。

世界遺産の広報については、小笠原世界遺産センターと連携して広報を強化し、英語のハッシュタグを多用することでフォロワー数の獲得につながりました。

外来種問題の普及啓発については、常設展示の外来種コーナーのほかに、地元の教育機関と連携し、外来種駆除を通じて小笠原の生態系について考えてもらう場を提供しました。

避難誘導訓練については、年3回実施する大神山公園の防災訓練の中で来館者の避難所への誘導などを行いました。

小笠原諸島振興開発計画については、計画を踏まえて固有動植物の保全活動を行い、保全管理に関する普及啓発や、学習機会を提供して、環境教育の充実を図りました。

マイクロプラスチック問題については、回収したマイクロプラスチックを利用したアート展の実施を目指し、大神山公園での取組も含め、関係団体との積極的な意見交換を実施しました。

それでは、令和4年度の事業の報告をいたします。

ビジターセンターは、竹芝栈橋から南へ約1000キロ離れた小笠原諸島父島にあり、これまで一度も大陸と陸続きになったことがないため、独自の進化を遂げた多くの固有の生き物や、独特の生態系を見ることができます。この独特な生態系が評価され、平成23年6月に世界自然遺産となりました。ビジターセンターは、定期船などが発着する二見港のすぐ近くにある都立大神山公園にあります。小笠原についての自然や歴史・文化などの情報を発信する拠点としての役割、自然公園における安全で適正な利用方法を伝える役割を果たすべく、様々な活動に取り組んでいます。

令和4年度は、前年度から引き続き、新型コロナ感染症対策で制限などがあり、ゴールデンウィークのイベントが中止となりましたが、そのほかでは感染症防止対策を徹底してイベントなどを実施し、コロナ禍でもお客様に楽しんでいただくことができました。その成果もあって、ビジターセンターの来館者はコロナ禍前とほぼ同程度の1万4732人となりました。

コロナ禍でも安心・安全に御利用していただけるよう徹底した対策を行い、基本的な対策はもちろんのこと、入館時にPCR検査検体受領証などを確認してから入館していただきました。また、イベント実施に当たっては、基本的対策のほか、感染症予防のためのアプリの活用を推奨して、参加者には安全・安心な環境でイベントを楽しんでいただきました。

以上の対策をして施設の利用促進を図るべく、次の3項目について重点的に取り組みました。「ニーズを捉えた質の高いサービス提供」「広報活動の充実」「自然保護普及啓発の充実」です。

それでは「ニーズを捉えた質の高いサービス提供」から報告いたします。

令和4年度は小笠原国立公園指定50周年ということで、以下の3つの企画を行いました。

1つ目は「父母横断！マンホールクイズラリー」を小笠原諸島世界自然遺産地域管理機関現地事務局と連携して開催しました。これは、父島と母島の計7か所に設置されているデザインマンホールプレートに関するクイズに正解するとオリジナルグッズがもらえる企画です。ビジターセンターでは、インターロッキングを床に敷き、リアルにマンホールを模して展示したことにより、参加者からは「本物みたい」と驚きの声がありました。また、イベントに参加することで他の展示物への誘導にもなり、楽しみながら小笠原の知識を学んでもらいました。

2つ目は、集落地周辺の海岸の海の生物を紹介した「海の観察ガイド 小笠原の生物」を配布しました。特に修学旅行や研修旅行で来館した団体に好評で「早速、海岸散策の際にはこの冊子を使わせてもらいます」との声を頂きました。

3つ目は「小笠原国立公園北硫黄島世界自然遺産」の展示を行いました。自然環境調査報告は何度か紹介してきましたが、北硫黄島の歴史や、人が定住していた頃の資料を展示しました。展示を見た方から「北硫黄島に人が住んでいたとは驚いた。文化・歴史を知れて大変よかった」との声を頂きました。

特別展は、年間展示と新規を含む季節展示3つの合計4つを開催しました。2021年に神奈川県立生命の星・地球博物館で開催された展示を基に再構成し、これまでの硫黄列島の調査結果を各島ごとに紹介する「絶海の自然硫黄列島をゆくin小笠原」を開催しました。「研究の様子を展示しているところは少ないのでとても勉強になった」など、とても好評でした。

7月から10月までは、一般的になじみの薄い棘皮動物を取り上げた「小笠原の棘皮動物展」を開催しました。多くの水槽での生体展示を中心に、化石や棘皮動物を利用して作られた製品なども展示しました。「ヒトデが軟らかくなる変化の説明が実際にタッチプールで体

験できるようになっていて、とても分かりやすかった」「この展示を見た後、よりシュノーケリングが楽しくなった」など、とても好評でした。

11月から2月までは「ジョン万次郎展」を開催しました。ジョン万次郎と彼らを取り巻く人々、小笠原との関係を紹介しながら、ジョン万次郎の生涯について展示しました。「ジョン万次郎やペリー提督が小笠原と関係があるのを初めて知り、小笠原の歴史が分かりやすく理解できました」と、とても好評でした。

ザトウクジラのシーズンである2月から5月までは「知って楽しいザトウクジラ展」を開催しました。今年度はザトウクジラにスポットを当て、体の特徴や、ウオッチングの注意点、尾びれを使った個体識別法など、こどもから大人まで楽しくクジラについて学べて大変好評でした。

ビジターセンターで作成している既存のセルフガイドツールをビジターセンターと観光協会窓口で配布しました。配布数の合計は昨年度の約1.5倍となる1万2675部となり、多くの方に活用していただきました。

「小笠原の歩き方」シリーズは、新たに「小笠原にゆかりのある船その1 濱江丸」を新規作成し、全部で94種類とラインアップを充実させました。

自然・文化体験プログラムは、島内の各関係団体と連携して講師をビジターセンターに招き、参加者に小笠原の自然や文化に触れていただける場を提供しました。また、ウッディクラフトでは、毎年大好評のクリスマスリースや正月飾りなど季節をテーマにしたクラフトを行い、今年度も参加者全員から「十分満足」の評価を頂きました。

小笠原自然文化講演会は、様々なテーマで4回行いました。「アホウドリ報告会」では、初の第3世代のひなの確認、初の複数のひなの確認など最新情報の報告を、「小笠原に生息するハナバチ類について」では、小笠原に生息するハナバチ類の姿と未解明の謎についての講演を、「子孫が語る日米のかけ橋」では、ジョン万次郎、ペリー提督子孫らを迎え、小笠原との関わりについての講演を、「ガラパゴス諸島のエコツーリズム」では、ガラパゴス諸島で取り組まれているエコツーリズムについての講演を行いました。オンラインで開催した講演会は、島内だけでなく島外からの参加者もあり、延べ259人と多くの参加を頂き、小笠原の幅広い魅力を広く発信することができました。

続いて「広報活動の充実」について報告いたします。

一昨年度から継続してライブカメラからの映像をTOKYO-MXテレビのニュース番組などに利用し、視聴者に小笠原への関心を高めることにつながりました。

ビジターセンターのホームページでは、イベント情報や特別展情報など随時更新し、ニュースレターなどダウンロード可能な資料を充実させ、多くの人が見る小笠原海運や小笠原村観光協会などのホームページにビジターセンターホームページのバナーを掲載、さらに小笠原村観光局ホームページ内の「小笠原マガジン」に特別展の記事を掲載するなど、関係機関と連携して積極的な広報を行いました。

ツイッターは平日毎日更新して、自然情報のみでなく、歴史・文化から地域に関する話題まで多岐にわたる情報をリアルタイムで発信しました。令和4年度のツイッターのフォロワー数は前年度と比べて132%となる2500人と大変高い評価を頂きました。ハッシュタグを多用したことにより多くの方々の目にとまるようになったことで小笠原に興味を持った方がフォロワーになってくれたと思われまます。

また、島内外の各所と連携してニュースレターやイベントポスターなどを掲示・配布して来館を促す広報活動を充実させました。さらに、島外におけるイベントでの広報として、小峰公園で開催した「小峰ふれあい自然郷収穫市」や、千葉県我孫子市で開催した「ジャパンバードフェスティバル2022」にブース出展し、パンフレットなどを設置して小笠原のPRをしました。

最後に「自然保護普及啓発の充実」について報告いたします。

ビジターセンターでは、小笠原が抱える外来種問題についての解説や、小笠原ルールブックの普及活動のほか、エコツーリズムへの取組を紹介しました。体験プログラムでは、一体管理している大神山公園での発生材や外来種などの種を有効活用して、楽しみながら外来種問題についての理解を促しました。また、アオウミガメ、アカガシラカラスバト、海鳥の保護については、保護活動の理解を促すためのツール作成、NPOと連携して保護活動と普及啓発を積極的に行いました。

以上で令和4年度小笠原ビジターセンターの事業報告を終わります。御清聴ありがとうございました。

○橋本委員長 どうもありがとうございました。

それでは、質疑応答の時間に移ります。御質問のある委員の方はお願いします。山本委員からお願いします。

○山本委員 いろいろな取組をされていますが、特に興味を持ったのは体験プログラムの提供についてです。世界遺産で小笠原にはプロフェッショナルなガイドさんたちが結構いらっしゃり、私が過去に訪れた時には何人かのガイドさんをお願いして自然と文化の解説をして

いただいたことがあります。そこで、このビジターセンターではガイドツアーのようなプログラムはあまり提供していないかというのが質問です。恐らく、プロのガイドさんが島内にたくさんいらっしゃるの、すみ分けもあるのかなと勝手に想像しましたけれども、ビジターセンターはどのような位置づけにあって、何をしなければいけないと考えているのかというのをお聞かせください。よろしく申し上げます。

○小笠原VC担当

まず、すみ分けに関してですが、おっしゃったとおりで、プロのガイドが島内にたくさんいます。ガイドの研修なども毎年行っておりますので、島内の戦跡や、海、植生のガイドはプロのガイドにお任せして、ビジターセンターでは、大神山公園内で見られるものなどについてのガイドを小一時間、その日の天気によって少し変えるのですが、40分から1時間程度のミニガイドウォークを行っております。ビジターセンターはエコツーリズムの普及啓発が目的の施設と考えておりますので、ガイドさんの講習で使っていたり、講演会などを行って意識の醸成を図っているところであります。

○山本委員 ありがとうございます。

実はビジターセンターの立地としてはすごく良い場所にあるので、小笠原を訪れる人の中で初めての方向けのプログラムはないかなと思ったわけです。いい場所で、初めて来られて小笠原のさわりをまず知りたいというニーズに応えるプログラムはあまりないのではないかと感じていました。今、すみ分けという話もありましたが、一方で欠けている部分があるのではないかと島内で議論され、ビジターセンターが役割を果たせる領域があったら發揮していただきたいというのがコメントとなりますけれども、もし何かあれば答えていただければ結構です。

○小笠原VC担当 ミニガイドウォークは平地のところで見られる固有種なども解説していて、ビジターセンターを訪れた人は、最初に来ていけばよかったという、アンケートで意見が多くて、できればうちとしては最初と最後に来ていただければ、より小笠原を深く知れる機会になるのかと思っています。その辺の周知をもう少し頑張っていかなければいけないのではないかとと思っています。

○山本委員 ありがとうございます。

私も話し過ぎかもしれませんが、アメリカのヨセミテ国立公園は、プログラムの名前の中にファーストビジターズウォークというのがありまして、初めて来られた人に参加してくださいねというプログラム名のガイドツアーがあったりします。無料で、これはアメリカの国

立公園局、ナショナルパークサービスが提供しているプログラムですが、一方でプロのガイドさんのものはかなり時間をかけてやるプログラムになっていて有料です。そういうすみ分けもあるのではないかとということでコメントさせていただきました。ありがとうございます。

○小笠原VC担当 貴重な御意見ありがとうございます。

来島した方のビジターセンターへの来所率も年々高まっているというところもでございますので、それはビジターセンターで情報を仕入れたいというニーズがあるというふうに我々も受け止めまして、今頂いた御意見なども形にするようなガイド、御案内も考えていきたいと思っております。ありがとうございます。

○橋本委員長 ほかはいかがでしょうか。

では、私からよろしいでしょうか。来館者数が大分回復したということですね。コロナ前に近づいてきているということですが、質的に大分変わってきているのではないかと気がしてまして、利用状況を見ますと、島民の方々の利用が随分増えているのではないかとデータを拝見して思いますが、その辺りはいかがでしょうか。

○小笠原VC担当

令和4年度の施設の利用状況を見ますと、外国人の方もかなり、令和3年度16名だったところが令和4年度は76名来ていただいたということで、もちろん観光船の寄港も始まりまして、再開されております。それによる来島者の増加もありまして、ビジターセンターのほうもほぼコロナ前の水準に戻っているということで、コロナ禍の場合はやはり島民の利用が多かったのですが、観光客の方の割合が大分増えて回復したように思います。

○橋本委員長 去年お世話になりました。ありがとうございます。その際も、硫黄列島の展示であったり、棘皮動物展、非常に興味深い展示もあつたりしまして、島民の方々も興味深く恐らく見られるような展示なのかなという気がしておりました。

あと、その関係で言いますと、出港中も開館してほしいという声を受けてというような話がありましたので、やはり島民の方々の利用のニーズが増えているのかなという感じで捉えておりますが、いかがでございましょうか。

○小笠原VC担当 確かに出港中も開催してほしいという声が多くありまして、観光業に従事している方は、入港中は仕事でビジターセンターに仕事で来られる方はもちろんいるのですが、宿などの仕事をされている方は来れない。でも、特別展をやっているのは知っているし、見に行きたいみたいな声があつて、そういう場合は夜間開館という、夜の9時まで開館

している日も設けていますし、特別に出港中も開催している開館日も設けております。これは継続して今後もやっていこうと思います。

○橋本委員長 ぜひそうしていただけると、やはり地元の方々に知ってもらえるといいと感じますし、先ほどの山本委員の話からすると、初めて来てくれた方を地元の方が案内するというような関係もできてくると、よりいいかなという気がします。ありがとうございました。

ほかにはいかがでしょうか。では、鳥居委員からお願いします。

○鳥居委員 いろんな取組をされているということがよく分かったのですが、2つありまして、1つ目は、頂いている資料では「おがさわら丸」による昨年度の入港者数が2万5300人ぐらいですね。それに対してビジターセンターの利用者数が合計で1万4000人ぐらいということです。地元の方もいらっしゃるということだと考えると、「おがさわら丸」を使った利用者の恐らく半分に満たない人が行っているということで、それを多いと見るのか少ないと見るのかというのはあるのですけれども、「おがさわら丸」の中でもビジターセンターのPRをされているということがありましたが、より島外の、国立公園を訪れる方をビジターセンターに来てもらう、そこを入り口として小笠原の自然や文化に触れてもらうというのをさらに増やしていく努力を何か考えていらっしゃるのかというのが1つです。

それとも関連するのですが、年間展示で「絶海の自然硫黄列島をゆくin小笠原」とか「棘皮動物展」とか、いろんな工夫をされているのがよく分かったのですけれども、恐らくSNSでもそういうのを流していらっしゃると思いますが、もっとそこをうまく工夫すると、さらに入館者あるいは来島者の中における入館者の数の比率が上がるとかあると思います。今年度、来年度以降、将来に向けて何かこういう工夫をしていこうというものがあれば教えてください。2点お願いします。

○小笠原VC担当

まずは、ビジターセンターの来館者について「おがさわら丸」の比率とどうなのかという件ですが、小笠原に来島される方はリピーターの方が非常に多いという印象があります。目的が決まっていて、最初からダイビングをしに来る。釣りをしに来る。そこで1日使うとビジターセンターに来る時間がないというので、ヘビーユーザーの方はビジターセンターは一度来ているからもういいというイメージがあります。特別何か展示で気になるものがあれば、入港日や出港日の半日空いている時間に来られるということもあるのですが、中日の丸々2日使えるところはほとんどの皆さんはツアーに行かれるので、ビジターセンターには

訪れないという傾向があります。ただ、天候が悪く、ツアーに出かけられない場合はビジターセンターが急に混みます。その場合は大変ですが、対応しております。

もう一点、島外への増やす努力は、令和4年度、神代植物公園なども回りまして、パンフレットを置かせていただいております。ちょうど神代植物公園でも夜間開館のときに小笠原の夜の風景を展示していただきまして、光るキノコなどの展示もあって、そこにパンフレットを置いたところ、一瞬でなくなるような感じで、何度か追加させていただきました。小笠原に向かう竹芝埠頭でも、うちのパンフレットや、動画やニュースレターもデジタルサイネージでやっていただいているので、何とか周知はできるのかなと思っています。今後さらに拡大する方向としては、やはりSNSなどへの動画を作成して投稿して企画展などの周知を行いたいと思っております。

○鳥居委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 もう少し時間がございませぬけれども、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

最後に私から。今、一番課題として認識しておられることがもしございましたら、お教えいただけますでしょうか。

○小笠原VC担当 ビジターセンターとしてのこれからの課題は、やはりインバウンド需要に対する対応と思っています。外国人の比率も上がっていますし、現在、常設展については全て英訳されたものがパネルについていますので、外国人の皆様にも楽しんでいただけるのですが、3か月置きに行う季節展のほうでは英語の解説などがついていないところもあるので、この辺も外国人の皆さんに楽しんでいただけるよう、対応を100%目指して今後増やしていくつもりでございます。

○橋本委員長 ありがとうございます。

外国人というと英語対応という理解でよろしいでしょうか。

○小笠原VC担当 多言語対応を考えております。

○橋本委員長 英語以外の外国人の方々はどうなのでしょう。今お見えになっている方はやはり英語で対応できる方が多いのでしょうか。

○小笠原VC担当 そうですね。今のところ、やはり英語圏の方が多い印象です。

○橋本委員長 わかりました。ありがとうございます。

それでは、時間となりましたので、御質問も尽きませぬけれども、これで質疑応答を終ります。指定管理者の方は退室をお願いいたします。

○小笠原VC担当 どうもありがとうございました。

(指定管理者退室)

○橋本委員長 それでは、委員の皆様、評価をお願いします。

(評価記入)

○橋本委員長 いかがでしょうか。評価はよろしいですか。

それでは、午前中の審議が終了しましたので、事務局にお返しいたします。

○上中課長 皆様、活発に御議論いただき、ありがとうございました。

午前中の審議はこれで終了いたします。午後の審議は午後1時20分から引き続きこちらの会議室にて再開となりますので、5分前の午後1時15分にはお集まりいただきますようよろしく願いいたします。大変お疲れさまでした。

(休憩)

○上中課長 それでは、皆様お集まりのようですので、引き続き午後の審議を再開したいと思います。

午後も引き続き傍聴を希望される方がいらっしゃいますので、傍聴人を入室させます。

(傍聴人入室)

○上中課長 それでは、橋本委員長、よろしく願いいたします。

○橋本委員長 それでは、午後のプレゼンテーションを開始いたします。

まず、御岳ビジターセンターです。指定管理者は株式会社自然教育研究センターです。入室していただいでください。

(指定管理者入室)

○橋本委員長 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。なお、10分経過時と14分経過時に合図しますので、よろしく願いいたします。準備ができましたら、お願いいたします。

○御岳VC担当 よろしく願いいたします。

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2022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します。弊社では「東京の自然公園ビジョン」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、地域の人々とともに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、画面の順で御報告いたします。まず「前年度の評価結果に対する取組」から御報告いたします。

「目から鱗の誘導方法に期待したい」については、利用者から見える野外看板の位置やデザインについて職員間で検討し、開館表示の見直しや階段横のスペースを利用し、誘導を強化しました。「コケ玉を用いたイベントの開催」については、既に人気のイベントのため、協力イベントを増やすことで間口を広げて実施しています。また、現地でルーペや顕微鏡を使うなど様々な方法で魅力を伝えられるように工夫しております。

次に、地域住民との連携取組について御報告いたします。情報共有は継続し、地域関係者、地域住民が関わる大規模訓練や避難誘導訓練に参加するなど有事に備えています。

次に「自然教室の実施状況」を御説明します。

8月の夏休みに実施予定であった「川も！山も！親子で夏満喫ツアー」の代替として「富士峰園地をちょこっとウオークラリー」を開催しました。ふだん見過ごしがちな御岳山の隠れた魅力を知ってもらうとともに、富士峰園地を回りながらクイズに答え、そのシートを持って当施設へ来館する先着100名に景品をプレゼントしました。また、御岳山駅にて200枚のシートを配布し、缶バッジ獲得者は90組となりました。参加者からは「こどもが遊べるものがあってよかった。季節を変えてやってほしい」などの声が寄せられました。

続きまして、地域資源を活用したイベントについて御紹介します。青梅市の城跡を知る「歴史を楽しむ城ハイキング」では、武蔵御嶽神社宝物殿のガイドを務める講師の方を招き、実施しました。青梅丘陵にある城跡について、当時の時代背景の解説、イラストを用いた資料を配布することで参加者に分かりやすい内容となりました。参加者は青梅市周辺在住者が多く、地域の歴史への関心意欲が高いことも特徴的でした。

宿坊との連携イベントでは、宿坊に泊まって「ムササビ探検隊」を実施しました。コロナ禍に合わせて、分宿、感染症対策など、打合せを綿密に行いました。イベントを通じて御岳山の自然や宿坊の魅力を体感していただくことができ、野生動物の観察マナー向上につながることができました。参加者からは「丁寧な対応に加え、植物や動物に精通され、最初から最後まで飽きませんでした」などの感想が寄せられました。

「宿泊イベントはハードルが上がる」などアンケートが寄せられたため、宿泊で人気のあるイベントを日帰りイベントにして2回実施しました。どちらも定員を上回る需要の高さが

うかがえました。また、日帰りイベントでは滞在時間が短くなるため、定員を少なくすることで手厚く対応しています。両イベントに参加された方からは「よく練られたイベントだと思います」など好評でした。

登山イベントでは「冬の低山」をテーマに軽アイゼンの装着や歩き方を実践しました。このイベントでは、登山への意識向上を図りながら、山岳事故を減らすことを目標としました。実際に軽アイゼンやチェンスパイクを装着することで「凍結した坂道でも安全に歩けるのを実感できました」「安全の意識をより強めることができました」という感想があり、参加者の意識向上につながるイベントとなりました。

次に「前年度より改善・工夫した取組」を御報告します。

館内のインバウンド向け表示の充実を図るため、屋内外の展示において英語解説を追加しました。これまでは窓口での案内を終えるとすぐに山内へ出かけて行きましたが、表示を増設してからは解説を読む姿が多く見受けられました。また、iPadを活用することで450人へ対応することができました。

ビジターセンターの階段下で、旬な自然情報を写真とスタッフの手書きのコメントを添えた野外展示を展開しました。随時書き換えることにより、来館者が旬な自然情報を入手できるよう工夫し、さらに詳しく聞きたい場合は来館してもらうよう促した結果、1万8279件の利用効果が見られました。

運営するに当たって必要なスタッフの専門性、技術向上を目指した研修を19回実施しました。今年より「スタッフの自己プランニングシート」を導入し、業務の効率化や個々の業務計画について共通意識を高めました。中でも、今年度は御岳山でのナラ枯れを懸念し、埼玉県入間市に位置する里山をテーマとした「さいたま緑の森博物館」を訪れ、ナラ枯れの状況やその後の環境の変化、苗木の育成、残された樹木の防御対策など研修を行い、御岳山での取組に生かせる内容となりました。

次に「重点取組、成果を上げた取組」を御報告します。

昨年度から引き続き、ペーパーレスの推進及び回収数向上のため、ウェブ回収を継続しました。今年度は試行として、利用者の多い夏にウェブでのアンケート回答者に特典をつけ、案内することで、回収数は延べ331件となりました。

次に、新たに御岳山観光協会からの要望を受け、宿泊者を対象とした「御岳山散策ガイド」を実施しました。春、夏、秋に計11回企画し、そのうち5回が開催され、延べ30人の宿泊者へガイドを行いました。参加者からは「あっという間の時間でした。また違う時期に伺

たいです」など反響がありました。

武蔵御嶽神社の神楽や7つの祭事にまつわる聞き取り調査を行いました。神社ならではの習わしなどについてスタッフが理解を深めることができ、その情報を来館者の案内へ役立てることもできました。また、地域住民とのコミュニケーションを図ることで地域資源の情報蓄積及び発信につなげています。

11月より新規取組としてインスタグラムを開設しました。ビジターセンターを利用していない層、20代から30代へインスタグラムを効果的に活用するため、ホームページのトップ画面に写真が並ぶような形で掲載しました。様々な利用者へアプローチが行えるよう、ホームページや各種SNSではタイムリーに自然・登山道情報を伝えるように努め、現在226人のフォロワーとなりました。

次に「利用者に好評だったサービス」について御報告します。

新規物品販売では「東京の自然に暮らす生きもの」の缶バッジの販売を開始しました。缶バッジは御岳山のシークレットデザインとして「レンゲショウマ」もプリントされており、窓口でガシャポン形式で販売しました。窓口付近に設置し、スタッフが出てきたバッジについて解説することで植物や生き物たちの魅力を知ってもらうことができ、利用者に好評でした。

自然教室「神楽ツアー」や「日帰りでたのしむムササビ探検隊」に合わせてオリジナル解説冊子を作成しました。冊子はどちらもイベント当日に配布するほか、セルフガイドに活用しました。利用者からは「こういうものが欲しかった」「聞いた話を持ち帰ることができてうれしい」などの反響がありました。

次に「その他アピールポイント」について御報告します。

東京都レンジャーと新規合同活動についての取組です。御岳山から登ることができる上高岩山山頂のコイワウチワ群生地は、ここ数年で登山者及び観察者による踏圧で植物体の衰退が確認されました。そこで、6月より東京都レンジャーと現地確認及び協議を行いました。対応策として群生地への保護柵及び周辺にパネルを設置し、ロープ柵にも「植生回復中」と記載したパネルを設置し、踏み込みを抑制するようにしています。また、イワウチワの開花を楽しみにしている観察者のために一部観察路を残すように配慮しました。引き続き、東京都レンジャーと連携していく予定です。

次に、利用者層やニーズの変化の分析について御紹介します。

初年度は、数年もしくは1年に1回、当施設に目的を持って来館される方や御家族での利

用が多かったですが、近年では年2回以上来訪している方が増えたものの、当施設の存在は知らず、山上に来てから来館を決める方と、ホームページや紹介等で事前に知って来館される方とで両端な結果となりました。また、利用者層では、40代、50代の方が38%を占めていましたが、最近では60代、70代が44%となり、次いで10代の方が多くなっています。また、家族で利用も増え、祖父や祖母と来館される方が増加しています。

今まで無料や安価で体験できることを求める声が多くあった反面、昨今では、有料でもこんなコンテンツが欲しいという声も増加しています。また、コロナ禍を通じて、改めて自然を楽しめる場所や、自然を求めて関東郊外から来訪される登山者が増加し、登山道や観光に関する問合せが増加しました。当施設では多様な要望に丁寧に応えるべく、利用者に引き続き楽しんでもらえるよう取組を発信していく予定です。

弊社は、高尾、御岳、奥多摩、山のふるさと村、東京の自然公園内の4つのビジターセンターを管理運営しています。我々は、自然公園エリア4拠点の運営という強みを最大限に生かし、「自然公園エリアで目指すビジョン」を掲げました。なお、本ビジョンは、東京都が策定した「東京の自然公園ビジョン」を踏まえ、策定しています。

首都に最も近いところにある、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、それらの資源が利用されながら、よりよい姿が維持されることを目的としています。

自然公園エリアの4拠点が連携した重点取組を3つに絞り、紹介いたします。1つ目はSNSによる情報発信、2つ目はマダニに関する展示展開、3つ目は商業施設への出張ビジターセンターの展開です。

御岳ビジターセンターからは、1つ目のSNSによる情報発信について御報告いたします。月に一度合同ミーティングで発信内容を検討し、利用が増える前月から呼びかけることを意識し、広報活動を強化しました。共通のハッシュタグ「ビジターセンターに聞いてみよう」を用いて、ビジターセンターの施設周知や自然公園利用ルールの周知のほか、今、自然公園で起こっていることを月に4回程度発信しました。この取組の成果では、初回投稿の閲覧数3000回に対し、3月末の投稿の閲覧数は4万3000回となり、エリア合計4拠点での閲覧数は7万8000回を記録し、多くの方へ発信することができました。そして、次年度は、新たなターゲット層へ向け、インスタグラムを用いた新規展開を検討しております。

弊社では、御岳ビジターセンターの指定管理業務において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。御清聴ありがとうございました。

○橋本委員長 プレゼンテーションありがとうございました。

それでは、質疑応答に移ります。質問のある方はお願いします。守泉委員、お願いします。

○守泉委員 まず、住んでいる人との連携で防災どうのこうのというのがあったのですけれども、それは御社が防災協定みたいな感じで地域で結んでいるということでもいいのですか。それとも防災訓練に普通に参加しただけなのか、その辺はどうなのですか。

○御岳VC担当 協定を結んでいるかという御質問なのですが、特に弊社と協定を結んでいるというわけではなく、地域で開催される防災訓練、そういったものに私たちが、御岳山に施設があるということ踏まえ、参加することで防災意識がより高まりまして、それを利用される方に対して御案内するという、例えばビジターセンターの前は広域避難場所になっておりますので、その点を周知するとか、イベント前にそういう御案内をしたりしております。

○守泉委員 今のこの施設が、例えば何か災害のときにどういうふうに役立つのかということはあるのかもしれないのですけれども、最近のはやりというか、最近よくやり始められているのが、組んでいる自治体との間で防災協定を結んで、うちの施設とかうちの業務は大きな災害とかのリスクがあったときにこういう役割をしますよと、例えば薬の備蓄をしていますというのも一つかもしれないし、何かを供給するような形でお手伝いしますみたいなことをやっていると、そういうことで地域との間で防災の観点としては役割を果たしていますみたいなことまでやると、ある程度アピールポイントになってくるのではないかと思います。

あと、もう一つ、コケ玉が、いいアイデアが出始めていると思います。それがコケワールドみたいな形に広がってきて、コケアートみたいなものがインスタグラムを見る人たちの目に留まってくると、そういうことをベースにここにこういうものがあるのだというので吸引力になってくるかもしれないので、そういうところも意識していただけるといいなと思います。

以上です。

○橋本委員長 ほかにはいかがでしょうか。山本委員、お願いします。

○山本委員 1つ目は、今日のプレゼンの中で自己プランニングシートについて御説明があったのですけれども、中身がよく分からなかったので教えていただきたいです。

もう一つありまして、今、山梨県でナラ枯れがひどく、都も同様の状況があるのではない

かと思いますが、さらに周辺の環境の中で、人による踏圧被害があるという御説明もありました。都レンジャーと合同で調査をしたということですが、環境管理においてどういうことが問題になっているのか、マダニについてはいろいろ情報発信したいという意向は伝わってきたのですが、実はもう少し日本の自然環境が置かれている課題や、東京都が置かれている大きな課題というのが幾つかありそうなのですが、その辺りをどういうふうに捉えて発信しようとしているのか、その点をお聞かせいただけますでしょうか。

○御岳VC担当

まず、自己プランニングシートは、社内で取組が始まっているところでして、個々人の業務の管理を皆が同じようにできるわけではないところがあるのですが、そこを皆で効率よく、誰もができるようにしていこうというので、先ほどここ（スクリーン）に出ていたのがそのシートの一部だったのですが、自分が抱えている業務をまず洗い出して、どんなふうに計画を立てていくのかというところを皆同じ意識を持ってやろうというので、あのシートを取り入れました。今、使ってみて半年くらいなのですが、それぞれが計画的に期限までに、当たり前なのですが、そういったところを全員が同じようにできるように取り組んでいけたらと思って始めたところです。

○山本委員 ということは、個人が計画を立てる、そして達成したかを確認するシートとなりますでしょうか。あるいは、業務を効率化するために使うものでしたら、各人が作成した計画を多少まとめて整理して突き合わせるみたいな作業もあるのではないかと思います。

○御岳VC担当

月に一度は全員で確認していきまして、それぞれが持っている業務量と時間もばらばらですので、そこを毎月確認して割り振り直すとか、全ての業務が効率よくいくように月に1回は全員で見るといった時間を取っています。

ナラ枯れとコイワウチワの件なのですが、御岳ビジターセンターとして、観光資源であったり、地域として守っていかなければならないものにフォーカスして取り組んでおります。ナラ枯れの場合も山城全部ですと難しいのですが、今、私たちが特に注目して見ているのは、観光資源であるレンゲショウマの群生地のあるところにある巨木が枯れていきまして、切らなければならぬ状況になっています。切ってしまうと環境が変わるので、観光資源であるレンゲショウマは恐らく減ってしまいます。そうすると、それを求めて来ていたお客様もきっと減ってしまうというところまで見据えて、この後ここをどう守っていくのかというところで、2通りあるのですが、御岳の場合はコナラなのですが、この後その

環境をどう維持するのか、もう一回そこにどうやって木を育てるのかということと、環境を元に戻せたらレンゲショウマが減らずに済むかなと思っているので、そういうところと、あと御岳山エリアで、カシノナガキクイムシという虫が原因なのですけれども、その虫が越冬できるのかどうかということも注目しているので、虫の調査もしているところで、傾向を見ていきたいと思っているところです。

もう一つ、コイワウチワというのも西多磨エリアでは準絶滅危惧種に指定されている植物でして、毎年、ファンが多い植物でもあるので、その場所を守っていくというところで、今、取りかかっているところです。

○山本委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 ほかにはいかがでしょうか。今村委員、お願いします。

○今村委員 発表ありがとうございました。

2つ3つ伺いたいことがあります。まず、1つ目は、自然教室時のセルフガイドの作成とかいう発表がありましたね。それについてもうちょっと詳しく教えていただいてもいいですか。

○御岳VC担当

御紹介したのが2種類のもので、ムササビ観察会と、神楽というのは武蔵御嶽神社にずっと伝えられてきているもので無形文化財にもなっているのですけれども、今、お持ちしているのは神楽のほうで、これは月に1回程度ビジターセンターで調査を行っています。神社のほうに何度も聞き取りに行き、神楽で使う装束なんかも全てを見せていただいて調査を行います。それを実際にイベントに参加してくださった方に、ふだんは装束とか小道具を泊まらせて見ることはできないですけれども、我々が調査したときに得た情報や写真などを載せたセルフガイドというか、配布物を作成しまして、お配りしていますので、参加者の方にだけ手元に届くものになっています。

○今村委員 なるほど、参加者の人が何か情報を聞いて、追記して、完成させるというものではないのですね。要はパンフレットですね。

○御岳VC担当 そういうことです。初めて聞いて覚え切れる情報量ではないので、こういうものにまとめてパンフレットにしてお渡ししています。

○今村委員 分かりました。参加者も参加して、ガイドづくりにも参加するのかなと、そういう面白い発想かなと思ったのですけれども、そういうことではないということですね。

○御岳VC担当 この神楽に関してはそうです。

○今村委員 神楽に関してはそうですということは、そうではないことで何かやっているのですか。

○御岳VC担当 ムササビのほうは一緒に現地も回りながら楽しんでもらっています。

○今村委員 分かりました。

あと、もう一つ、5年間のアンケートをまとめて傾向分析されたというのが資料にも書かれていたと思うのですけれども、素晴らしいスタンスだと思ったのですが、有料でもいいからこんなコンテンツが欲しいというアンケートの声があったとおっしゃっていましたね。具体的には有料で、どんなコンテンツへのニーズがあったのかを教えてください。

○御岳VC担当 有料でもというのは、来山いただいてから御自身で回るというのは、どこを回っていいのか迷われてしまうという方もいらっしゃるし、それに対して、ガイドウォークとかではなくて、例えばロックガーデンという沢沿いのコースをぐるっと歩けるようなふうに、有料でも一緒にガイドに行っていたらいいとか、そういうような視点で、大岳山まではさすがに難しいかと思うのですが、そういったところまで足を延ばすというのが単独では怖いという方と、あと、自然教室で登山イベントを組むのですけれども、その方の日程となかなか合わないといいますか、そういった御都合の中で話があった次第でございます。

○今村委員 分かりました。そういうニーズには応えていけそうなのですか。フリープランガイドみたいな、そういうのは私も欲しいと思ったりしていたので、有料だったらそれは可能なのですか。

○御岳VC担当 私たちのスタッフの割り振りにもよるところはあるのですが、その御要望があった方とすり合わせをしながら日程調整等させていただければ、時期にもよりますが、可能かと思えます。

○今村委員 閑散期から始めるのも面白いかもしれないですね。

○御岳VC担当 ありがとうございます。

○今村委員 あと、もう一つだけ、すみません。これは資料のほうに載っていて、今の発表にはないことなのですけれども、御岳山の場合には宿坊の皆さんたちとジョイントしてやっていくことも一つ重要なところだと伺っていましたが、「御岳山女子旅」という、宿坊料理を楽しんで宿泊してもらいたいプランも打ち出したというようなことが書いてあったかと思えます。定員14名のところ、応募は80名。素晴らしい反響だと思いますが、受入れが14名しかできなかったのも、お断りしたようですが、受け入れ先を広げていていただきたいところです。恐らくコロナ禍で宿坊の皆さんたちも収入が減っていたりすることもあると

思うので、その辺りの対策や、受入れ側の宿坊の皆さんたちの体制が整っていないところもあるのかと思うのですが、今後の検討課題にさせていただきたいところです。

○御岳VC担当 ありがとうございます。

今、頂いたものは御岳登山鉄道さんが主催したもので、1回目をやったときにすごい人気だったので、その後急遽2回追加開催しまして、80名であぶれてしまった方の中から公募して吸い上げたというところがありました。御岳登山鉄道さんも始めたばかりの取組で、どんなイベントに需要があるのかというのを測りながら毎年変えながらやっているところがあります。コケのイベントに関しては人気があると分かったので、今年からは最初から3回開催とうたって実施しています。

○今村委員 では、協力体制がいま一つ整っていなかったというわけではなく、たまたまそんなに応募があると思わなかったということですね。

○御岳VC担当 ニーズの把握をしながら進めているところです。

○今村委員 分かりました。

○御岳VC担当 追加で、御岳登山鉄道さんなのですが、御岳山の状況というのをすごくよく踏まえてイベントも組んでくださっておりまして、今年度の話になってしまうのですが、繁忙期ではなくて閑散期に実施するなど、ビジターセンターは協力体制ではあるのですが、主催者としてその辺を酌んでくださって、閑散期ですと宿坊もまたお客様の利用が減るので、その辺りで連携を取りながら日程の調整をさせていただいております。

○今村委員 分かりました。ありがとうございます。

○橋本委員長 ありがとうございました。

そろそろ時間ですので、よろしいでしょうか。

それでは、ここで質疑応答を終了いたします。指定管理者の方は御退室をお願いします。

○御岳VC担当 ありがとうございました。

(指定管理者退室)

○橋本委員長 それでは、委員の皆様、評価をお願いします。

(評価記入)

○橋本委員長 委員の皆様、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移ります。奥多摩ビジターセンターの指定管理者も株式会社自然教育研究センターです。入室していただいでください。

(指定管理者入室)

○橋本委員長 それでは、奥多摩ビジターセンターからのプレゼンテーションをお願いいたします。時間は15分間です。10分経過時と14分経過時に合図しますので、よろしくお願い致します。

○奥多摩VC担当 それでは、東京都奥多摩ビジターセンターの2022年度の事業報告をいたします。よろしくお願い致します。

弊社は、高尾、御岳、奥多摩、山のふるさと村、東京都の自然公園内の4つのビジターセンターを管理運営しています。4拠点の運営という強みを生かし、エリアとしての魅力発信やマナーアップを目指すため、東京都が策定した「東京の自然公園ビジョン」を踏まえ「自然公園エリアで目指すビジョン」をつくりました。

目指すビジョンは、こちらです。本ビジョンを踏まえ、奥多摩ビジターセンターは次のような地域を目指し、取り組みます。奥多摩ビジターセンターが目指すビジョンは「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中期目標を設定し、事業を展開しています。

第1期指定管理5年間の中期目標は「スタッフによる奥多摩の魅力再発見」と「来館者に対する基本サービスの充実」です。2022年度は第1期の折り返しに当たる3年目、目標を達成するために様々な取組で「地域連携」を軸に事業を進めました。

事業の報告内容は、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。

まずは、隣接する山梨県、埼玉県と、自然だけでなく、人によるつながりの視点の情報発信をしてはどうかとの御意見を頂きました。そこで自然に加えて、人によるつながりをテーマにして2つの取組を行いました。

1つ目は、秩父多摩甲斐国立公園内である山梨県の西沢溪谷と埼玉県の三峯神社をフィールドとして「子どもパークレンジャー」を開催しました。

2つ目は、隣接する山梨県への交易ルートとして栄えた「むかし道」を歩くイベントを実施しました。

次に、ワサビ料理などについて若者にアピールできる新たな料理の開発につなげられないかといった御意見についての取組です。料理開発についてはビジターセンターの機能や役割上、直接、実施はしていませんが、関連する2つの取組を行いました。

1つ目は、当施設の機関誌にてワサビを特集し、ワサビを扱うお土産屋や宿泊施設などにも配布、価値の共有を図りました。添付の資料にもございます。

2つ目は、青梅、奥多摩の観光協会の共催事業「青梅奥多摩御膳開発プロジェクト」への協力です。食材を育んだ豊かな自然と結びつけて紹介しました。

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、関係各所と連携しながら20回実施し、応募人数は定員を超え、満足度はすべての回で100%でした。中から2つ取り上げて報告します。

1つ目は、鳩ノ巣溪谷と白丸湖で実施した「初夏の奥多摩でぼちぼちツアー」です。これは、御岳ビジターセンターとカヌー会社と連携して実施しました。様々な野鳥を育む奥多摩の自然を陸と湖面から体験してもらう内容で、野鳥が生きるために大切な環境について考えてもらうきっかけとなったと思っています。

2つ目は「歴史の道を歩く 奥多摩むかし道ハイキング」です。かつて交易ルートとして栄えた「奥多摩むかし道」を歩きながら、ワサビや石灰岩など産業を生んだ自然と暮らしをひもとき、現代につながる歴史に思いをはせました。さらに、炭俵などの古道具を「水と緑のふれあい館」にて見学することで、産業についてのイメージを深めることができました。

続きまして「前年度より改善・工夫した取組」について、2つに絞り、御説明します。

1つ目は、環境省との連携事業として「子どもパークレンジャー」を開催しました。今年度は、山梨県山梨市に加えて、初の試みとして埼玉県秩父市のフィールドでも実施しました。ふだんは無人のビジターセンターを活用し、市役所の職員にも見学してもらい、環境省の自然保護官には、業務や日本を代表する国立公園への思いについて説明していただきました。将来は環境省レンジャーになりたいという参加者のお子さんもいて、楽しみながら学んでいただけたと思っています。

2つ目は、展示室のリニューアルです。利用者アンケートを分析する中で「展示を増やしてほしい」といった要望が多く寄せられていたことを踏まえてリニューアルしました。リニューアル後はデザインなども見直すことで統一感も出すことができ、「3年前とは大きく変化していて、展示内容が大変よくなっていた」と好評でした。

続きまして「重点取組、成果を上げた取組」です。3つございます。

1つ目は、青梅警察署山岳救助隊との連携による安全登山の推進です。近年、奥多摩地域の山岳事故は増加傾向にあります。そこで、山岳事故を減らすことを目的に3つの取組を行いました。

まずは、合同巡視です。山岳救助隊の方にビジターセンターの巡視に同行していただき、滑落や遭難事故の現場で事故がどのようにして発生したかを教えてもらい、利用者への具体的な注意喚起に役立てました。

次はSNSでの情報発信です。「山岳救助隊からのメッセージ」と題して、事故件数や事故理由などをまとめて、安全に登山するために対策してほしいと呼びかけました。閲覧は2.3万、「いいね」は326と、今年度の投稿の中でもとても注目されました。ふだん救助に携わる救助隊からの直接のメッセージは多くの方の心に響いたのではないかと思います。

最後に、登山届キャンペーンの取組です。同救助隊、奥多摩消防署、東京都レンジャーなどと連携し、JR車内と奥多摩駅前では登山届の提出を呼びかけました。結果、44枚の登山届の提出がありました。この取組はテレビや新聞にも取り上げられ、広く周知する機会となりました。

2つ目の「重点取組、成果を上げた取組」は、マナーアップキャンペーンです。ゴールデンウィークから河原でのバーベキューごみの投棄が問題となりました。そこで、環境省や奥多摩町、東京都レンジャーなどと「マナーアップキャンペーン」を実施しました。ごみ拾いをしながら、河原の利用者に対して、ごみ持ち帰り、直火を控える、宿泊テント設営禁止を呼びかけました。8月のお盆を含む10日間、延べ1243人に対して利用ルールを周知することができました。また、利用者とも会話をすることで互いの考えも分かり、また地域関係者同士では環境保全に対する絆も深まりました。

3つ目は、マナーアップポスターの作成です。環境省とビジターセンターが連携し、国立公園の利用ルールについて周知するポスターを作り、掲示しました。さらに、クリーンキーパー（オピト）の協力を得て、奥多摩町内の観光トイレ11か所に掲示しました。「おしゃれで見やすい」「いい取組だね」などの感想もあり、効果的にマナー周知ができたと思います。こちらのポスターも配付資料の中に入っています。

続いて「利用者に好評だったサービス」についてです。

1つ目は「奥多摩ふれあい祭り」への出張ビジターセンターです。当館を紹介するパネルを展示し、ビジターセンターの役割や活用方法をお話ししました。この祭りには地元住民が多く来訪していて、祭りをきっかけに、その後も地元住民がよく来館してくれるようになりました。さらに、祭りの会場からビジターセンターに行くと粗品をプレゼントするという試みも実施して、計31組の方を当日の来館につなげることができました。

2つ目は、特別展とワークショップです。本取組は、ビジターセンターが入会している

「おくたまアート・クラフトフェデレーション」が開催するフェスティバルと連携したものです。「秩父多摩甲斐国立公園グッズ原画展」と題し、ビジターセンターで販売している国立公園グッズをデザインした切り絵作家の後藤郁子氏の作品展示、切り絵ワークショップを行いました。来館は8日間で617名と盛況でした。後藤さんの切り絵から興味を持った方なども来館し、新たな利用者層の獲得に有効だったと思います。

3つ目は、団体対応です。今年度は学校を含む団体の対応件数は33件で、前年度比は150%でした。学校からは「合宿の締めくくりに、素晴らしいまとめの授業でした」といった感想や「こどものよさを引き出す問いかけ、専門知識の豊かさが伝わってきました」と好評でした。

4つ目は「ひかわウオークラリー」の実施です。過去のアンケート分析から、来館理由として「たまたま来館した」という方が多いことが分かりました。そこで、当日来た方でも気軽に参加できるプログラムを増やしました。5日間で61名の参加があり、「時間も適度で分かりました」「計画を立てて来たわけではないので、さくっと参加できるイベントがあって楽しかった」などの反応があり、好評でした。

最後に「その他アピールポイント」について、4つ御説明します。

1つ目は、人材育成についてです。協働で園地を管理する東京都サポートレンジャー会にはビジターセンターの専門スタッフを派遣して植物調査の研修会を実施しました。そのほか、地域のガイド団体にもスタッフを講師として派遣し、インタープリテーション技術を用いた伝え方について講義しました。3団体28名へ人材育成を行いました。

2つ目は、環境調査です。NPO法人自然環境アカデミーと連携し、鳥類標識調査を実施しました。目的は、管理園地における野鳥の生息状況の把握、全国的な調査への参加により野鳥の生態解明に寄与することです。野鳥の個体データは、今後、解説や展示として活用することも検討しています。

3つ目は、希少種の生息域外保全です。ビジターセンターで巡視を行っている遊歩道沿いの石垣が崩れ、緊急工事を行うことになりました。そこには希少種として指定されているシダ植物が生息していたため、工事のために摘み取られてしまうおそれがありました。そこで、東京都へ状況を説明し、神代植物公園生物多様性センターにも協力を求め、計9株を移植と域外保全いたしました。これは、ビジターセンターが日々の調査で把握したデータが環境保全にうまく活用された例だと思います。

4つ目は、自然公園エリアの4拠点が連携した重点取組です。3つございますが、奥多摩

ビジターセンターからは2つ目のマダニの普及啓発について御報告します。

高尾、御岳、奥多摩、山のふるさと村、4つのビジターセンターにてマダニに関する展示を同時開催しました。来館者にマダニの生息を周知することに加え、散策時に注意すべき点、対処法について具体的に解説しました。2021年度はパンフレット作成、2022年度は展示による普及啓発、2023年度は自然公園におけるモニタリング調査の試行を検討しています。

最後に、満足度ですが、利用者目線の丁寧な解説を心がけ、対応を行い、総合満足度評価は95%、接遇に関する満足度は昨年度より7%増え、92%でした。対応の中では、様々な感想を頂きました。「いつ来ても面白い展示があるので楽しめる」「話しやすい雰囲気である伺いやすかった」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、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を計画し、進めてまいりました。少しずつではございますが、情報発信、地域連携の試みから温かいお言葉を頂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。

以上です。ありがとうございました。

○橋本委員長 プレゼンテーションありがとうございました。

それでは、質疑応答に移ります。御質問のある方はお願いします。では、鳥居委員からお願いします。

○鳥居委員 プレゼンありがとうございました。

プレゼンの中でもいろんなイベントの実施についてお話がございましたけれども、海外からの利用者、参加者というのはあるのかなのか、あるいはこれからもっと増やしていこうというお考えで、何かこういうことをして増やしていけないかという工夫があるのか、併せて障がい者の方のイベントへの参加はどういうふうに考えておられるのか、教えてください。

○奥多摩VC担当 まず、海外からの参加御希望の方ですけれども、実際にイベントに申し込んでくださったという例はありました。ただ、その方は日本語が分かる方でありましたので、私たちも基本的な英語はできますけれども、深い説明になると難しい部分もありまして、受入れについては今後考えていかなければいけないのかなと思っております。「むかし道」のイベントも三頭山というところでやって、山のイベントにも日本語が分かる海外の方が参加されたという例はございます。私たちとしては今後考えているのは、「氷川溪谷ガイドウ

オーク」という、近い場所での1時間半程度のガイドウォークがあるのですけれども、ぜひそちらのほうを海外の方に御案内できればいいなと計画しているところではあるのですが、来ていただいたということで、さらに展示内容も英語で補足するような形で対応できたらと考えて準備しているところです。

もう一つ、ハンディキャップのある障がいを持つ方に対しての対応ですけれども、車椅子の方や聞こえない方が来られることはございます。私自身、手話ができますので、去年アンケートを取ったのですけれども、聴覚に障がいのある方にどういうことに興味があるのかといったアンケートを取り始めているのですが、数がなかなか集まらないのが課題ではありますが、今年、何か試行的なことをできたらいいなと思って考えているところです。

以上です。

○橋本委員長 ほかにはいかがでしょうか。では、守泉委員、お願いします。

○守泉委員 ちょっと教えていただきたいのですけれども、東京都は入っていないのか、埼玉県とかほかのところだと、登山届とか、そういうのを全部スマホのアプリで対応して、それで管理できるようなものがあるじゃないですか。東京都は何でそういうのを入れたりしないのですか。その場ですぐにぱっとできるし、今までみたいに紙で書いてポストに入れておくのではなくて、もっと促進ができるし、プラスアルファとしてGPSで居場所もある程度分かったり、いろんなこともできるので、その辺りはどうなのでしょう。

○奥多摩VC担当 一応、合同巡視とか、あとは連携させていただいている中でそのことは聞いてみたことはあるのですけれども、直接的な原因というのはどうなのでしょうね。東京都としては「コンパス」というアプリで推進しているところがありますので、それに連携する形で進めていければと思っているところなのですが、あと、計画自体をつくらないという方のグループもすごく多くて、去年は84件の山岳事故があったのですけれども、そのうち11件しか登山届を出していないのです。70件は登山届自体も出していない事故だったということが情報共有の中で届いているので、おっしゃるように、アプリのこともお知らせしながら、まずは計画を立てていただくことを周知することを進めていければと思っているところです。

○守泉委員 例えば登山届ということだけで考えてみたときに、スマホでQRで読み込むと、まず本人の電話番号や住所がそのまま自動で入って行って、かつ典型的なルートに関してはあらかじめ表示がしてあって、それをぱっと指すと、ある程度できるような簡単なものであれば、もう少しそういうのを導入して届出を出してくれるのにつながってくるのかなと素人

なりに思うのです。せっかくですから、その辺で独自性を生かされて、こういうのをやったほうがいいですよみたいな感じでやられると、もっといいのかなと思いますが、それは今後御検討していただければありがたいと思います。

○奥多摩VC担当 分かりました。警察ともその辺り、救助隊ともアプリをどういうふうに進めていくかとかは話し合って効率よく進めていきたいと思います。

○橋本委員長 ほかはいかがでしょうか。山本委員、お願いします。

○山本委員 希少植物の域外保全の取組などの言葉をうかがいましたので、すごく勉強されているという印象がありました。

あと、日本ではなかなかまだ定着していないこどもパークレンジャー、アメリカだとジュニアパークレンジャーですが、うまく普及が図れると面白いのではないかと思う取組があったように思います。

私がお聞きしたいのは、自然教育研究センターさんは株式会社ですよ。こういう指定管理を受けた際には、民間のノウハウがうまく生かされたほうが良いと思って聞いていたのです。株式会社さんですので、例えば学校対応の時にどんなことをお感じになっているのか、やはり地域のためにやっている、地域貢献の軸で考えているということもあるかもしれません。その一方で、プログラム開発については、多少お金が高くても、いいプログラムを提供したいとか、今回の人材育成の中でも個人への研修だけではなくて団体にも研修したということアピールされていまして、そういう意味では、すごく質の高いプログラムの開発だとか提供を志向されているのかなと受け取りました。御社としてこの辺りが得意なエリアだといったことをどのように意識されているのか、話しにくいこともあるかもしれませんが、全部は答えなくてもいいですけれども、どんなところを意識されているのか、もし構わなければお伝えいただけませんか。

○奥多摩VC担当 言われたお話をどうまとめようかというところではあるのですが、確かにおっしゃるように、人材育成ということで、学校、団体は重視しています。奥多摩もそうなのですが、やはり地域の方が地域の魅力に気づかないと、その質を地域振興として上げていけないのです。幾ら私たちが「すごい」と言っても、ほかのところで見られるからでは、それでももちろん構わないときもあるのですが、その根底の質を上げていくというところで、地域住民、大人の方もこどももという意味ですごく大事だと思っていますところ。

一方、学校対応で、おっしゃるように民間の会社ですので、ある程度収益を上げるという

ところで難しい部分があります。そういったところではビジターセンターは別の業務で、弊社のインタープリテーション技術という伝える力、それは技術ですので、磨いていったり、いろいろアイデアを入れていけば向上するのだという、そういう技術を伝える講座を弊社としては別にやっています。そこの案内をいろんな地域でお配りしたりというのはもちろんしているのですが、無償でやるところと有償でやるところの区別とか、どういう対象なのかというのを精査して、効率よくとか、お金を出しても学びたいとか、そういうふうにしていけるといいなと思っているところではあります。

○山本委員 ありがとうございます。

民間の考えがどこで生かされるのか、すごく気になるわけです。ちょっと余計な話になりますが、今日お話の国立公園は秩父多摩甲斐ですね。3つも地名が並んでいて、ブランディングしづらいわけです。しかし、ここでは言葉としては奥多摩を用いればよく、一つの言葉でブランディングできる可能性がありまして、そういったことを発想できるのは民間の会社ではないかと思ったりもするわけです。よく使われている言葉は「Feeling Nature in Tokyo」でしたでしょうか。

○奥多摩VC担当 「Feel Nature in Tokyo」です。

○山本委員 大事にされている言葉があるかもしれませんが、奥多摩という言葉はどうやって売り出すかとか、それを考える点についてはやはり民間がたけているのではないかと思うのです。

○奥多摩VC担当 言い方としては「ちちたま」とよく言ったりするのですが、秩父多摩甲斐で「ちちたま」、抜けているところがあるのですが、確におっしゃるように秩父多摩甲斐は広くて、知らない方が多いのです。アンケートでも国立公園だと知っていらっしやっただと聞いているのですけれども、4割の方が「知らなかった」と返答しています。その辺り、ビジターセンターでもそうですし、エリアでも国立公園ということや、東京の自然公園ということを知っていくのは目標に掲げてビジョンに入れているところです。

○橋本委員長 ほかにはいかがでしょうか。

では私から。お話の中で、アンケートを分析して、館内に誘導したり、あるいは展示に生かしていったり、アンケートを活用する仕組みなど、とても工夫されているという気がしました。

あと、もう一点、御社が管理するビジターセンターの間に月に1回、エリアミーティングを行っている。これは報告書の中で見せていただいたのですが、この管理運営状況を共有す

ることで、もし具体的に施設の利便性やマナー向上などの取組に役立てた点がありましたら、お教えいただければと思います。

○奥多摩VC担当 例えば施設内でお客さんが行ったり来たりするときがあるので、山のふるさと村で借りた熊鈴をうちで返すといったようなことがありました。怖いのですけれども、熊鈴を持っていなくて借りたので返したいといったような、ちょっと小さい具体的な話になりますが、そういったことですか、同じエリアといってもちょっと離れていますので、どうということが課題なのかを共有し合うことで、お客様への言い方ですか、客層ももちろん違うのですけれども、例えばマスクを外す、外さないとか、飛沫防止を取る、取らないとかもそうなののですけれども、ごみ持ち帰りについてもそうですね。うちはこういう言い方をしていますみたいなことをエリアで共有することで「なるほど、ではうちもそうやって言ってみよう」だとか、そういうのには役立ったという具体的な経験はあります。

○橋本委員長 ありがとうございます。とても大事なことだと思いますので、ぜひお続けいただければと思います。

そろそろ時間ですが、よろしいでしょうか。ありがとうございます。

それでは、ここで質疑応答を終了いたします。指定管理者の方は御退室をお願いいたします。ありがとうございました。

○奥多摩VC担当 ありがとうございました。

(指定管理者退室)

○橋本委員長 それでは、委員の皆様、評価をお願いいたします。

(評価記入)

○橋本委員長 委員の皆様、評価が終わりましたら、各自休憩ということで、45分から次を開始したいと思います。よろしくをお願いします。

(休憩)

○橋本委員長 それでは、プレゼンテーションを再開します。

高尾ビジターセンターの指定管理者も株式会社自然教育研究センターです。御入室いただきます。

(指定管理者入室)

○橋本委員長 それでは、15分間でプレゼンテーションをお願いいたします。10分経過時と

14分経過時に合図しますので、よろしくお願いいたします。準備ができましたら、よろしくお願いいたします。

○高尾VC担当 それでは、2022年度の高尾ビジターセンターの事業報告をいたします。

弊社は、高尾、御岳、奥多摩、山のふるさと村、東京の自然公園内4つのビジターセンターを管理運営しています。4拠点の運営という強みを最大限に生かし、単独で運営するのではなく、自然公園エリアとして取り組むことを目指し、東京都が策定した「東京の自然公園ビジョン」を踏まえ「自然公園エリアで目指すビジョン」を掲げました

このビジョンを踏まえ、高尾ビジターセンターは次のような地域を目指します。高尾ビジターセンターは、高尾山及び高尾地域を訪れる全ての人が、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、こちらの項目に沿って御報告いたします。

まず「前年度の評価結果に対する取組」から御報告いたします。

「多くの来訪者が訪れる高尾山において、引き続き安全登山の普及啓発、救急対応に尽力すること」につきましては、引き続き、ホームページやSNS、窓口での案内を通して安全登山への普及啓発を行いました。また、登山道異常や施設異常、道迷いについて利用者から情報が寄せられた場合、速やかに関係者への情報共有を図りました。

次に「オンラインショップの試みについて、諸外国の事例等を参考に収益の向上に努めてほしい」につきましては、利用者目線で現状把握することを目的とし、マーケティングの観点から第三者機関のコンサルタントによるアドバイスを受け、企画を進めました。

次に「自然教室の実施状況」について御報告いたします。

高尾山の自然、歴史・文化、安全登山に関する自然教室を年に5回実施しました。合計定員100名のところ5倍を超える応募がありました。特に「高尾山ナイトハイク」「大人のための野鳥観察会」は9～10倍の倍率となり、利用者のニーズの高いプログラムとなりました。また、いずれの自然教室も任意のアンケートでは満足度100%を達成しております。特に工夫を行ったのは、インバウンド需要の回復を見越した薬王院と連携した自然教室の開催です。高尾山の歴史と自然を解説する「高尾山薬王院の歴史&ムササビ観察ツアー」を通訳の方に御協力いただき、全編英語ガイドにて実施しました。5か国の方々の参加があり、全編英語で行うプログラムとして幅広い需要があることがうかがえました。アンケートでは「高尾山には行ったことがなかったので、護摩焚き修行体験やムササビを見ることができ、貴重な体験となった」などの感想があり、高尾山に登ったことのない外国の方に対しても高尾山

の魅力を知るきっかけとなったことがうかがえました。

次に「前年度より改善・工夫した内容」について報告いたします。

まず、アンケートに対する取組について報告いたします。利用者の様々なニーズを探る取組として、館内で行っているアンケートを紙アンケートからQRコードのアンケートに変更し、実施しました。ペーパーレスの取組だけでなく、20代、30代の若い層の回答率が向上しています。また、英語版アンケートを設置し、外国人利用者の声も集めました。アンケート結果では、総合満足度は98.8%で、2019年度から95%以上の高い水準を維持しております。

アンケートでは、接客に対して「いつも挨拶してくれる」「笑顔で丁寧な対応」など、スタッフの対応についてよい評価を頂きました。施設に対しては「清掃が行き届いている」「大変きれい」など、清潔さに触れたコメントが多く見られました。また、館内の展示に対しては「高尾山により興味を持った」「展示が見やすい」といった声が聞かれ、ビジターセンターの取組に対して好意的な声が多く聞かれています。

利用者の声は、ミーティングで解説員、清掃員ともに全員で共有し、改善案の検討と迅速な対応に努めました。施設に関しては「便座が故障している」「分電盤に落書きがある」という声があった際は、全ての便座をチェックして、異常が見られる箇所については交換作業を行い、落書きは落とし、見た目でも快適な施設になるように心がけました。また、オリジナルグッズに関しては「もっとオリジナルグッズが欲しい」という声が複数あり、2点のオリジナル商品の開発を行いました。館内の展示に関しては「もう少し展示の数を増やしてほしい」という声もあり、年に2つの新規展示物を作成しました。また「絵とか写真もよいが、もう少し実物があるといい」という声に対しては、オトシブミの揺籃やムササビの食痕など、実物展示を増やして対応いたしました。

新規で作成した展示2点のうち1つは、ニホンジカの展示です。近年、高尾地域でも増加傾向にあるシカの生態や、増加した背景の解説パネル、登山者からの目撃情報を反映していく大型のシカ情報マップなどを1階展示室に展示しました。「高尾山にシカがいるんですね」といった声が多くあり、実際にシカの痕跡を見つけた方に情報を頂くこともできました。

もう一点は、高尾山自然クイズで、季節ごとに自然に関するクイズを記載したクイズパネルを大見晴トイレの外側に展示しました。高尾山の自然へ関心を持つきっかけになるとともに、展示を目にし、クイズに興味を持った方をビジターセンターへ誘導することで利用促進につなげることも目的としました。クイズの答えを求めて来館した方には解説も行いまし

た。

次に「特に力を入れた、または成果を上げた内容」について説明いたします。

まず、情報発信力の強化です。ホームページ、SNSでは、窓口などでの問合せからニーズの高い情報を判断し、自然情報や登山道情報、プログラム情報を配信しました。ツイッターは開館日毎日、フェイスブック、ホームページは適宜発信しました。ホームページの更新とSNSでの投稿を合計678回行い、380万件近い閲覧があり、多くの方の目に触れられる結果となりました。特に、毎日のツイッターの投稿はフォロワー数の増加につながりました。合計1万1042人となり、広報力が強化されました。植物の開花状況のほか、昆虫類や野鳥などの旬な自然情報をタイムリーに配信できるため、「ツイッターで開花情報を見ました」と窓口で聞かれることも多く、SNSの情報がビジターセンターの来館にもつながっていました。また、プログラムの告知、安全登山情報の周知も効果的に行っていました。

次に、オリジナル商品の開発と販売について報告いたします。2022年度は2点の商品を開発しました。1つ目は「東京の自然に暮らす生きもの缶バッジ」です。2021年度に開発した「東京の自然に暮らす生きものTシャツ」に描かれている生き物のイラストの缶バッジを作成しました。玄関前に設置しているガチャガチャのマシンに入れ、販売しました。11月には地域限定シークレットデザインとしてタカオスミレを追加し、全12種類を販売いたしました。利用者の中には「来るたびに回して全部そろえたい」「東京に熊が生息しているのですね」などの声が聞かれ、商品が来館のきっかけになるとともに、東京の自然に興味を持つきっかけとなりました。

もう一点は「高尾山花めぐり手ぬぐい」で、2023年度の販売に向け、開発しました。男女どちらでも手に取りやすい色として、山吹色、若草色の2色展開としました。高尾山を代表する季節の花11種類をデザインし、高尾山の花暦としても楽しめるようになっています。また、ビジターセンター館内に設置する日付印を使用することで、手拭いに描かれた花を見つけた日の記録を残すことも想定し、開発を行いました。販売に向けて3月中にツイッターで告知を行ったところ、多くの反響と「買いに行きたいです」「ステキな手ぬぐい！買いに行かなくては！」などのコメントが寄せられました。特に3月27日の告知ツイートは、609件の「いいね」、3万6000件の表示を記録し、最も大きな反響がありました。

2018年からオリジナル商品の開発を進め、2022年度には商品点数は10点になりました。商品点数が増えるとともに売上金額が伸び、利用者のニーズに合った商品展開ができていると考えられます。また、ミュージアムグッズを扱う書籍に取り上げられるなど注目度の高さが

うかがえました。

次に「利用者に好評だったサービス」について説明いたします。

まず、日常プログラムの提供について報告いたします。毎日行った日常プログラムは、SNSでの告知、ワークショップでの新しいコンテンツを開発することで、多くの方に参加していただきました。各プログラム後に実施したアンケートの結果、いずれのプログラムにおいてもほとんどの月で満足度100%を達成しております。

ワークショップでは「チョウの色で編むパラコードキーホルダー」「高尾山の秋の花でつくるオリジナルバッジ」の2点を開発しました。特にパラコードキーホルダー作りは、新規、リピーターともに参加率が高く、非常に人気の高いワークショップとなりました。

次に、商業施設での広報活動について報告いたします。昭島市のモリパークアウトドアヴィレッジ、高尾山の麓にある宿泊施設であるタカオネ、東京多摩未来メッセにおいて、出張ビジターセンターを開催いたしました。高尾山にとどまらず、商業施設などでも積極的に高尾山の魅力の発信を行いました。

次に「その他アピールポイント」について説明いたします。

まず、ビジターセンターの利用者ですが、来館者は10万2976人で、前年度に比べ2万7000人増加しています。2021年度の休館期間を除いても4000人ほど増加していました。SNSでの発信、プログラムの実施、オリジナル商品の開発などの取組が利用者の増加につながったと考えられます。

次に、安全な高尾山利用への寄与について報告いたします。人が多い高尾山だからこそ事故の対応、またそれを未然に防ぐ取組を日々行っています。迷子発生の際には、至急、関係施設へ連絡して対応に当たりました。傷病対応数は52件、擦り傷や脱水症状などで、それぞれの症状に合わせて対応をいたしました。また、熱中症の予防や雷の注意喚起などをSNSやホームページ、屋外放送で呼びかけました。

園地管理では、毎日の巡視により危険木や施設異常の有無などをチェックしました。昨年度は、園地内のハチの注意喚起、カエントケの発生時には駆除と注意喚起などを行いました。危険木を切ったり、施設修繕は、日々のメンテナンスに加え、毎月作業日を設けて実施しています。

また、スタッフの事故対応能力向上を目的として安全管理シミュレーションを実施しました。昨年度は火災時の避難訓練とハチ刺され対応シミュレーションを行いました。

続いて、高尾山の環境保全活動について御報告いたします。登山道調査では、植物や動

物、外来種等について情報収集を行うため、自然研究路を歩き、合計で131回の調査を行いました。また、利用者などから寄せられる情報も積極的に収集し、記録しています。盗掘や外来種の情報があつた際は、すぐに東京都レンジャーへ報告いたしました。

次に、ニホンジカの調査についてです。近年、高尾山内でも生息が確認されるようになったシカの動向を把握するための調査を実施しました。5号路周辺の下層植生調査、自然研究路内での景観写真記録調査を合計で33回行いました。また、センサーカメラも設置し、ニホンジカの細かな動態を記録しました。さらに、新規展示「シカ展示」、また「シカ革のキーホルダーづくりワークショップ」において利用者に現状の周知、そして高尾山の未来を一緒に考える機会を創出しました。

次に、自然公園マネジメントプランの運用について報告いたします。

自然公園エリア4拠点が連携した取組を3つに絞り、紹介します。

1つ目は、ツイッターを用いて、4拠点の施設PR、自然公園利用マナーの周知を強化しました。

2つ目は、マダニに関する企画展を4施設合同で行い、普及啓発に取り組みました。

3つ目は、自然公園の玄関口、昭島市の商業施設へ出張し、自然公園及び4つのビジターセンターの認知度向上を目指しました。

高尾ビジターセンターからは、3つ目の出張ビジターセンターについて詳しく報告いたします。昭島市にあるアウトドアショッピングモール「モリパークアウトドアヴィレッジ」において「おくたま・たかお自然案内所」を展開し、全4回の8日間で延べ1860人がブースに来訪し、解説やワークショップなどの対応を行いました。この取組は、自然公園及び4施設のPRと、それぞれの自然公園の回遊性を持たせることを目的とし、各自然公園の自然情報の案内や、地図、パンフレット、イベントチラシの配布を通して施設の広報に努めました。アウトドアに関心の高い利用者や、親子で楽しめる野外体験を探している利用者に対して効果的な周知を行う機会となりました。

以上が2022年度の取組の概要です。引き続き、弊社は、高尾ビジターセンターの取組を通して、高尾山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。

○橋本委員長 プレゼンテーションありがとうございました。

それでは、続きまして、質疑応答に移ります。御質問のある方はお願いします。守泉委員からお願いします。

○守泉委員 まず、2点質問があります。

第1点目が、アンケートの回収の数を見たときに前年度と比べて減少しているのですね。一方、年間入館者数は増えている。その関係をどういうふうに理解したらいいのでしょうか。

○高尾VC担当 アンケートの回収率が少し下がってしまったのですけれども、紙のアンケートを続けていて、途中からQRコードに変更しています。紙アンケートのときに、オリジナルのステッカーを配布してアンケートの回収率強化月間なんかもしていたのですが、昨年度も行ったのですけれども、その強化月間の期間の差などで少し差がついてしまいました。

○守泉委員 回収数というのは、紙の回収数ということなのですか。

○高尾VC担当 紙とQRコードの両方です。

○守泉委員 両方入れても、途中で切り替わったので、その変化に対応できない人の部分が「まあ、紙じゃないからいいか」みたいな感じになってしまったことが考えられるということですかね。

○高尾VC担当 だんだん伸びていっているという感じになっております。

○守泉委員 今は、それはQRに変わって、慣れてきて伸びてきているのですか。

○高尾VC担当 そうです。今年度に関しては回収率が大幅上がっております。

○守泉委員 2点目が、ツイッターの配信の回数なのか、前年比で90.2%と減っている数字が出ていますののですけれども、これは閲覧の部分ですか、これはどういうふうに理解したらいいのですか。

○高尾VC担当 閲覧数は、例えば台風があったり積雪が多い年ですと、登山道状況とかを数多く配信することがあるのですけれども、それで少し差が出てしまったのかというところですね。

○守泉委員 どうしてもそういうのは、対前年で見ると、たまたま前の年にわっと伸びた場合にそれが少し落ち着いたとなると、減っているから変ではないかと見られてしまったりして、長期のトレンドの中で本当はこれは対前年というよりも移動平均みたいにしてやるとか、そういうふうにならしたほうが、さっきの部分もそうですけれども、本来の部分が出るとは思いますが、そういうことで特にマイナスになるような形で減少が起きたわけではないということですね。要は、業務として減らしたわけではないということですね。

○高尾VC担当 そのとおりです。

○守泉委員 3番目として、これは質問というよりも、こういうのはどうなのかということ

るのですけれども、1つの例で言いますと、最近、安曇野にあるワサビ農園に行ったのですが、「ブラタモリ」で放映されたので、歩いていくと、ステッカーが貼ってあって「タモリさんが歩きました」と書いてあるのです。公的なところにそういうのをやるのはどうかというのはあるのですけれども、例えば高尾の場合に、コンテンツツーリズムではないですが、漫画とかアニメで採用されたところだとか、ドラマで使われたところとか、そういうのがあったときに「ああ、ここなんだね」みたいな形で見られるというのは、訪れる人にとっては一つの楽しみと同時に、こういう魅力があるのだねと新たに見られる部分があると思うのです。それを公的なところでやるのはどうかというのはあるのですけれども、その辺りはどういうふうにお考えなのですか。東京都の方針があるので何とも言えないのですけれども。

○高尾VC担当 我々が管理させていただいているところは5号路と山頂なのですけれども、高尾山全体を見ると実際にテレビに出た場所もあります。「ブラタモリ」も来たことがあります。番組で紹介されていた場所と同じ場所で我々も解説することがあります。「前、紹介されたのですけれども、知っていますか」と聞いたり、そういう能書きは行っています。もしそういう機会がまたありましたら、ぜひビジターセンターの活動の中にも取り入れていきたいと思います。

○守泉委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 ありがとうございます。

今の件、サインをつけるということであれば、「ブラタモリ」で歩いたコースで一つ資料を作るというようなこともできるかもしれませんし、お客のニーズとしてあるかもしれませんね。

では、鳥居委員、お願いします。

○鳥居委員 ありがとうございます。

2つ質問がございます。

1つは利用者数ですけれども、令和3年が7万4000人ぐらい、令和4年が10万3000人ぐらい、大幅に回復しています。一方、令和2年を見ると5万7000人で、コロナでがたっと減っているのですね。利用者が回復してくるに従っていろんな業務も増えてくると思いますが、そもそもスタッフの数というのはコロナによって変動があるのかないのかというのが1つ目の質問です。

もう一つは、先ほどもいろいろ魅力的な物販の紹介がございました。物販の収益が300万円ぐらいあるというから、ほかの施設に比べても結構多いように思ったのですが、一方で一

番最初にマーケティングの観点から第三者機関によるコンサルティングがあったと、そういうコンサルを受けて物販が伸びたということなのかどうか、あるいはそうでないとなれば、そのコンサルの結果、どういう効果があったのか、教えてください。

○高尾VC担当 まず、スタッフ数の変動についてなのですがすけれども、コロナ中と現在のスタッフ数の変動はありません。ただ、コロナ中は窓口対応とかが減った分、動画のコンテンツとか、おうちで楽しめるようなものをつくるというところにスタッフを割きましたので、例えばテレワークにしてそういう作業をするというふうに対応しております。コロナが緩和してからは、そのスタッフも現場に出て活動して、スタッフの変動はございません。

オリジナル商品なのですがすけれども、昨年度、コンサルを入れた取組をして、先ほど紹介したお花の手拭いの企画にもそのノウハウを生かして実施しています。昨年1年間の取組を通して、例えば商品開発だけでなく、売り方とかお客様への見せ方などの意見も頂いて、今年度から物販コーナーをリニューアルするなど、そういう取組を順次行っているところです。売上げの増加とか、これから見えてくるとは思いますが、今年度、4月、5月、6月とビクターセンターを運営していく中で売上げが大分伸び始めているという印象はあります。ありがとうございます。

○鳥居委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 ほか、いかがでしょうか。今村委員、お願いします。

○今村委員 発表ありがとうございます。

私も物販について興味があったので、続きでお話を伺いたいのですが、自主商品の中で売行きベスト1、2、3位を教えてくださいましては可否でしょうか。ほかの施設の方にも参考になる可能性もありまして。

○高尾VC担当 売上げの個数でいくと、先ほど紹介した缶バッジが安価なので個数は多いのですがすけれども、その次がアサギマダラのピンバッジというのがあります。アサギマダラという移動するチョウなのですがすけれども、捕まえた場所でマーキングして離して、次の場所でどのくらい移動したか調べるという調査があるのですけれども、アサギマダラのピンバッジに「Mt. TAKAO」と刻印して販売しています。それがすごく売行きがよくて735個です。全体の売上げがあるのがTシャツで、大人サイズとこどもサイズがあります。白、紺と2色あるのですが、そちらの売上げが一番多いです。

○今村委員 2019年ぐらいに作っていたものですか。

○高尾VC担当 2021年度のオリジナル商品で、全部で565点出ております。

○今村委員 なるほど、分かりました。山登りが好きな人は缶バッジが好きなのですかね。

○高尾VC担当 缶バッジに関しましては、高尾山の山頂はお茶屋さんが複数軒あるのですけれども、こどものお土産っぽいものがあまりないというのもありまして、200円で安価であったり、12種類なので、リピーターの方に集める楽しさがあるみたいで、とても好評を頂いております。缶バッジに関しては昨年度3565個出ております。

○今村委員 分かりました。こどもが喜ぶ感じなのですか。それとも大人でもでしょうか。デザイン的には、大人の方にもよさそうですね。

○高尾VC担当 リュックにつけてくださっている方とか山内でよく見かけます。すごくうれしいのですけれども、大人の方にもすごく好評で、やってくれています。

○今村委員 分かりました。ありがとうございます。

○橋本委員長 Tシャツの背中は何かデザインは。

○高尾VC担当 背中は何もなくて、表だけです。

○橋本委員長 分かりました。後ろから見てPRになるといいかなと思いましたが。

○高尾VC担当 デザインについては、登山の際は基本的にリュックをしょっている方が大多数ですので、あえて前のほうにプリントすることによって目立つかなと思いました。

○橋本委員長 なるほど。ほかは、では、山本委員、お願いします。

○山本委員 日本で一番登山者数が多い山とも言われる山のビジターセンターですので、来訪者対応がすごく気になるところです。今回の報告の中でSNSの、スライドの中だと曖昧な集計になっていましたが、SNSの合計として年間閲覧数が357万という数字で正しかったですか。認識は間違っていないでしょうか。

○高尾VC担当 そうです。ホームページとSNSを足して380万と言ってしまったのですが、SNSに関しては357万件、ホームページが22万件、合計しました。

○山本委員 日本のビジターセンター、インフォメーションセンター等の施設の中でSNSの閲覧数がこれほどの数になるのはほかに聞いたことがないです。年間の登山者数が260万人と言われる中で357万だとすれば結構な割合の人が見ているということになりまして、うまく活用できるツールではないかと思ったわけです。

満足度調査のためにアンケートをわざわざやったりします。しかし、私の思いつきみたいなどころもありますが、SNSの評価をマネジメントにうまく生かせないかと思ったりするわけです。今は、とにかく見てくれてよかったねという話なのかもしれませんが、反応の具合を見ながら人のニーズを把握したり、経年的トレンドを把握したりということです。ある国

立公園では閲覧数がずっと下がってきており、長い時間軸で見ると変化が分かるので、そのようないまい使い方があるかなとは思いました。私なんかよりずっと先のことを考えて、もっといい使い方を既にされているかもしれないですが、いかがでしょうか。

○高尾VC担当 確かに年々フォロワー数が伸びてきて、とてもありがたいのですが、例えばこのTシャツなのですが、今、このデザインですけれども、もともとは2つのデザインを考えておまして、どちらがいいですかというのをツイッターでアンケートを取って、多かったほうを採用して商品化したり、そういうことを取り組んだこともありました。1万人を超えてくると、ツイッターで自然教室の告示を出せばすぐ定員が埋まるのが最近ありますので、今、御意見を頂いたように、今後もツイッター、ホームページがこのビジターセンターの運営にうまく活用できたらと思います。

○山本委員 ありがとうございます。

私の発想は貧弱ですので、うまく使ってもらったらいいなと思いますけれども、もう一点はちょっともの足りないと思ったところでして、高尾山は260万人もの人が登る山であって、ビジターセンターは大きなミッションを背負っているのではないかと思うわけです。例えば、アウトドアのギアを買った人が最初に行く山岳は高尾山、本格的なギアを買った人は富士山、屋久島といった順番があるように思います。しかし、同時に、高尾山は少し中途半端と言いましょうか、普通の格好で行く人だけでなく、会社が終わってから行くといった人がいるとも聞いています。その意味で、高尾山の位置づけというのを考えながらビジターセンターを運営しなければならず、そこが面白くもあり、難しさでもあると思うのです。そこが通常のビジターセンターと違うところとして意識されないといけないのではないかと考えているのですが、その辺り、もし今の時点で何かお考えのところがあったら教えてください。

○高尾VC担当 やはり初心者の方が多い山でありまして、自然教室の中でも地図読み講座で高尾山の奥の小仏城山とか景信山辺りまで歩くものに関しては、参加者を見ていると、初心者で一人で奥に行くのは怖いとか、そういう利用者が多くて、そういう初心者に向けた自然教室も意識して実施しました。初心者が多いというところでいいますと、山の事故もとても多いので、安全管理とか事故の防止ということに対しては日々とても注意して運営しております。引き続き、初心者がどう楽しめるかという取組についてはスタッフ内で考えて実施していきたいと思っております。

○山本委員 ありがとうございます。

○橋本委員長 そろそろ時間ですが、1つだけ私からもお願いします。時間の関係で中身は紹介いただけなかったかと思いますが、報告書の中でインターンシップのことを書いていらっしゃるって、やはり人材育成の点からも大事だと思います。どんな方々をインターンシップとして受け入れていて、どんなトレーニングをして、どんな経験をしてもらっているかとか、その辺りについて簡単にお願いできますか。

○高尾VC担当 インターン生については様々な方がいて、専門学校、大学院の方、社会人の方もいまして、インタープリテーションの手法を学んでもらった後にビジターセンターで実際にワークショップをしてもらうという活動をしております。スライドショーも自分で解説のショートプログラムをつくって、実際お客さんの前でってもらうということもしてもらいました。その後、実際に自分で独立してというか、高尾山のガイドになった方も出ております。

○橋本委員長 では、結構前からやっていたらっしゃる。

○高尾VC担当 まだ3年ぐらいです。

○橋本委員長 分かりました。ありがとうございます。そういう形で実際にガイドになられている方もということだと、ぜひこれからも続けていただきたいと思います。

人数としては1年間にどのくらい受け入れていらっしゃるのですか。

○高尾VC担当 15名です。

○高尾VC担当 特に制限を設けていたわけではないのですが、インタープリテーションの研修を行って、そこに参加してくださった方々にメインでお声がけしてビジターセンターでのインターンシップという機会をつくっている形なのですが、今年に関しては希望者の方が15名程度だったということです。

○橋本委員長 ありがとうございます。

では、そろそろ時間ですので、ここまでとさせていただきます。御退室をお願いできればと思います。ありがとうございました。

○高尾VC担当 ありがとうございました。

(指定管理者退室)

○橋本委員長 それでは、委員の皆様、評価をお願いいたします。

(評価記入)

○橋本委員長 評価はよろしいでしょうか。ありがとうございます。

以上で本日予定しておりました全ての指定管理者の方のプレゼンテーション、質疑応答が

終わりました。

これもちまして、令和4年度環境局指定管理者評価委員会の第1日目は終了となりますが、事務局から連絡事項があるようですので、委員の皆様は引き続き御着席いただき、それから、傍聴されている方々は御退室をお願いできればと思います。どうぞよろしくお願ひします。

(傍聴人退室)

○上中課長 長時間にわたりまして、どうもお疲れさまでした。

既に御案内しておりますように、本日評価を実施した6施設の二次評価シートにつきましては、7月14日金曜日までにメールで御提出をお願いいたします。

次回、来週ですが、第2回目を7月4日火曜日に予定しておりますので、引き続き御議論のほどお願い申し上げます。

本日は、長時間にわたりまして、誠にありがとうございました。