

令和元年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	国立公園(栂池高原)での本格的自然環境教育プログラム構築事業
事業主体 (連絡先)	株式会社おたり振興公社 長野県北安曇郡小谷村大字中小谷丙 2504-9
事業区分	6(ア) 特色ある観光地づくり
事業タイプ	ソフト
総事業費	25,447,392 円 (うち支援金: 4,760,000 円)

事業内容

2019年7月19日より、中部山岳国立公園「栂池自然園」において、事前予約が必要なく気軽に体験できる常設(定時)・無償のガイド・自然環境教育プログラムを(株)おたり振興公社と索道事業者である白馬観光開発(株)が連携しながら構築し、これを様々な媒体において積極的に告知していくことで地域への誘客を進めました。本プログラムの開発は国内最大級の教育事業者である(株)ベネッセコーポレーションに依頼し、9月末までの期間、延1,230名の方が参加されました。

事業効果

- ①残念ながら、天候不純もあり、自然園の入園者数は、過去最低の59,000人となりました。
- ②前年比の入園者数が約2割減の状況で、7~9月の子供の来場が3.3%増加しました。本プログラムはファミリー向けの為、参加者✕3名、3,000名を超える入園者が体験されたと推測されます。
- ③告知動画は現在4万以上PVがあり、googleの8月における「栂池」というキーワードの検索数は過去5年間の内で最高でした。

今後の取り組み

グリーンシーズンの国立公園(山岳観光資源)は、シニア層に集客を依存していますが、教育的なガイドプログラムを今以上に構築して行く事で、インバウンドのみにターゲット設定した観光を、ファミリー層を含めた国内需要の拡大へもシフトを進めます。景色を眺めるだけではなく、「学ぶこと、楽しむこと」を掘り起こし、国立公園(山岳観光資源)の魅力を最大限に生かして、スノーシーズンも含めた観光活性につなげる予定です。

(活動)



自然カメラマン

【目標・ねらい】

- ① グリーンシーズンの栂池の集客増加
- ② 国立公園(山岳観光資源)を教育と結びつけファミリー層の誘客を目論む
- ③ 大手教育事業者の顧客200万人超の告知力を使い栂池の魅力を発信。

※自己評価【 B 】

【理由】

グリーンシーズンの栂池への集客は、自然園の入園者数に比例しており、過去最低の実績となりました。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた

「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある