

Ogasawara *Smile* Tourism

アクションプラン



令和6年3月 小笠原村

目次

総括表.....	2
基本方針1 小笠原エコツーリズムの推進.....	18
基本方針2 観光サービスの品質の向上.....	34
基本方針3 観光インフラの整備.....	48
基本方針4 戦略的なマーケティングの実施.....	64
重点アクションの検討結果.....	79

基本方針と重点取組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進			
(1) 観光資源の保全と適正利用			
1) 利用のルールの適切な運用	●現況の運用ルールが網羅的に整理された上で、実効性の検証が行われている。 ●統一すべきルールと事業所ごとの独自運用ルールが整理され、事業所を始めとした関係先、利用者に適切に伝わって、理解されている。 ●資源モニタリングが継続的に実施、運用ルールの適正性が定期的に検証され、必要に応じて改善が図られている。	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		○	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		◎	【その他】 小笠原エコツーリズム協議会、必要に応じて関係先へ声かけ
2) “レスponsible・ツーリズム（責任ある観光）”の推進	●現時点における来島者由来の資源損傷や村民との関係性悪化等のリスクが把握された上で、小笠原らしいレスponsibleツーリズムのあり方が関係者合意の下で規定されている。 ●定められた小笠原らしいレスponsibleツーリズムのあり方に従って、来島者・事業者・村民等の行動規範が定められており、その内容が効果的に発信、各主体の行動に繋がっている。	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
(2) ガイドツアーの魅力向上			
1) 多様なガイドツアーの開発	●現状および潜在的な市場のニーズが把握され、観光事業者および一次産業事業者等の想定される関係者の意向がお互いに認識できている。 ●市場のニーズ、関係者の意向に合わせて、試行的にコンテンツが開発、モデルツアー等が行われる。 ●コンテンツの試行の中からコアコンテンツが生まれ、試行⇒造成のサイクルが継続する。	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		○	観光局
		◆	村役場
		○	漁協
		○	農協
			【その他】
2) ガイドツアーの品質向上	●ツアーサービスの評価のあり方について、事業者を始めとした関係者間で一定の共通理解があり、その上で評価基準が定まっている。 ●定められた評価基準に基づいて、事業者が自己診断を行い、自らサービス改善をしている。 ●一定数の参加者の声が集まっており、定められた評価基準に基づいて分析された結果が効果的に事業者に伝わり、サービス改善に繋がっている。	◎	父親
		◎	母親
		○	OWA
			商工会
		○	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
現況ルールの検証	関係者間での現況ルール運用状況の確認・検証	<継続>	<継続>			
新たなルールの整理	(必要に応じて)ルール更新・変更の検討	<継続>	<継続>			
関係先への周知・徹底	最新の各ルールの内容を関係者に周知	<継続>	<継続>			
モニタリングの仕組みづくり	現況の各モニタリングの内容、運用状況の整理	各モニタリング情報の集約と活用方針の検討	モニタリングの実施の継続と関係者へのフィードバック			
-	-	-	-			
国内外におけるレスポンスブルツーリズムの事例調査	先進地の事例調査	-	-			
来島者由来のリスク把握	来島者由来による環境・社会面へのリスク把握	-	-			
小笠原らしいレスポンスブルツーリズムのあり方設定	小笠原らしいレスポンスブルツーリズムのあり方「検討」	小笠原らしいレスポンスブルツーリズムのあり方「設定」	-			
来島者への発信・理解促進	-	来島者への発信と理解促進の取組	<継続>			
村民への情報公開・理解促進	-	村民への取組内容の情報公開と理解促進	<継続>			
来島者及び村内関係者のニーズ把握	過去に実施したツアー内容の検証、来島者及び村内関係者のニーズ把握調査	-	継続的なニーズ把握の仕組みづくり			
ニーズに応じたコンテンツの開発・試行	-	関係者によるコンテンツ開発とモデルツアーの実施	-			
試行結果に基づいた継続的なツアー実施	-	-	モデル検証に基づいた継続ツアーの実施			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
ツアー評価のあり方検討	現況の課題を踏まえたサービスの評価のあり方についての意見交換・検討	サービス評価のあり方についての合意形成	-			
ツアー内容の評価基準の設定	国内外事例の情報収集	サービス内容を確認・評価する基準の設定	-			
評価手法の検討・導入	国内外事例の情報収集	基準に基づいた評価手法の検討・試行	評価の継続実施			
評価結果のフィードバックの仕組みづくり	-	評価結果フィードバックの検討・試行	フィードバックの継続実施			
-	-	-	-			

基本方針と重点取り組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
3) ガイドツアーの雨天時対策 ●荒天時の代替活動として、既存の施設を利用したプログラムの実現に取り組むとともに、必要に応じて施設利用を支援する仕組みを検討します。 ●雨天時に屋外で活動する際の安全管理、踏圧による歩道や植生への影響対策などの留意点を整理し、ガイド事業者や管理者間で共有します。	●既存施設の活用による雨天時の代替プログラムが開発され、催行されている。 ●雨天時の屋外活動時における留意事項が整理され、関係する事業者・管理者等に広く共有され、理解されている。	◎	父親
		◎	母親
		○	OWA
			商工会
		○	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
(3) ガイドの育成・能力向上			
1) 新規ガイドの育成 ●小笠原エコツーリズムの歩みをとりまとめ、経験の浅い若手のガイド、新たにガイドを始めようとする人に伝え、小笠原としてこれまで積み上げてきたことの継承に努めます。また、小笠原エコツーリズムの普及と定着に関わってきた思いなどをベテランガイドから後輩に伝える機会づくりを検討します。 ●小笠原エコツーリズムの歩みなどを小笠原の内外に伝えることによって、ガイドとして小笠原エコツーリズムを発展・継承していこうとする志をもちあわせた人が、新たにガイド業に携わることを促します。	●小笠原地域におけるエコツーリズムの歩み・経緯が情報として整理され、データベース化されている。 ●整理された情報が、発信先に合わせた内容で編集され、効果的に内外に発信されている。 ●ガイドにおけるベテラン・若手が公式・非公式、定期・不定期にコミュニケーションをとる場・仕組みが様々な用意されて、共通意識の醸成やノウハウの継承に繋がっている。	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
2) ガイドの能力向上 ●島内外の研究者や専門家、有識者による研究成果や技術等を還元する勉強会や講習の充実を図り、ガイドの知識や技術の向上を目指します。このような勉強会に島内事業者が参加しやすい環境を整えます。 ●各地で活躍する経験豊富なガイドと交流し、技術・志などを共有し、より高いモチベーションの醸成に向けた機会づくりを検討します。	●ガイドが参加しやすい工夫がなされた上で、定期的に各種の勉強会・講習が開催されている。 ●村内外のガイドが交流する仕組みが構築されて、活発な情報交換や現地訪問によって村内ガイドの見識が広がり、モチベーションも向上している。	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
3) ガイド業に対する理解・認知の向上 ●ガイドが自然環境と接する姿勢を広く伝えるような機会を作り、ガイド業に対する認知の向上、さらに村民の日常生活の中での環境配慮行動への気づきを促します。 ●小笠原エコツーリズムの推進を中核で担うガイド業の着実な成長・発展に向けて国内外の関連動向の把握に努めます。	●村民がガイド業に対して共感を抱き、一産業として理解、敬意をもって接している。 ●ガイド業が島っ子のおこがれの職業のひとつになっている。	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
現況整理	既存施設及び各事業者の雨天時対策の整理	-	-			
既存施設を活用するための仕組み検討	既存施設活用のために連携して実施できることの整理・検討	事業者間の情報共有・意見交換による状況改善	<継続>			
雨天時の屋外活動における留意事項の整理・共有	各事業者の留意事項の聴き取り	留意事項の整理と関係者間での共有	-			
今後のハード整備に向けた要点整理	-	今後のハード整備を想定した関係者らの要望・要点の整理	-			
-	-	-	-			
現ガイドの就業のきっかけ・ルート の現状把握・分析	現ガイドへのアンケートまたは聴き取り調査	-	-			
有効なきっかけ・ルートに対するアプローチ	有効なきっかけ・ルートに対する調査・調整	選別したルートに対して適切な手段による人材募集の呼びかけ	<継続>			
地域一体型インターンの検討（・実施）	地域一体型インターンの可能性および具体実施手法の検討	関係者連携による地域一体型インターンの試行	関係者連携による地域一体型インターンの継続			
村民が島の魅力を伝える 機会の創出	村民（子ども等）が島の魅力を伝える場を作る（島っ子インタープリター）	<継続>	<継続>			
島内居住箇所の検討（・確保）	島内における活用可能箇所の調査・聴き取り	活用可能箇所への調整（・活用試行）	（試行に基づいた）継続受入の検討・実施			
勉強会・講習に参加しやすい環境づくり	関係者への聞き取り等を通じた参加しやすい環境の検討及び対応	-	-			
人材育成のビジョン設定	村内における人材育成の中長期的なあり方検討・プログラム作り	人材育成状況の検証とフィードバック	<継続>			
勉強会・講習の実施	プログラムに基づいた勉強会・講習の実施	<継続>	<継続>			
村内外との交流	プログラムに基づいた村内外交流事業の実施（人材交流・視察等）	<継続>	<継続>			
-	-	-	-			
小笠原エコツーリズムの歩みの取りまとめ	これまでの歩みの取りまとめ・データベース化	<継続>	-			
村民がガイド業に触れる 機会の創出	村民に向けた情報発信	村民（子ども等）がガイド業に触れる機会の創出	<継続>			
村民が島の魅力を伝える 機会の創出	村民（子ども等）が島の魅力を伝える場を作る（島っ子インタープリター）	<継続>	<継続>			
-	-	-	-			
-	-	-	-			

基本方針と重点取組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
基本方針 2 観光サービスの品質の向上			
(1) 宿泊・飲食・物販等のサービス品質の向上			
1) 宿泊業のサービス品質の向上	●各種サービス・おもてなしの充実によって、宿泊客の満足度が向上している ●宿泊施設の設備の拡充やリニューアルによって、利便性が向上している ●リニューアル・設備の拡充を検討する事業者への補助金等の情報提供がおこなわれている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
		◎	商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		【その他】	
2) 飲食業のサービス品質の向上	●地産地消の推進によって「経済循環の促進」、「自給率の向上」が図られ、「フードマイレージの削減」というゴールが関係者間で共有されている ●島の特産品を安定して供給できる流通体制の検討が行われ、構築されている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
		◎	商工会
			観光局
		◆	村役場
		○	漁協
		○	農協
		【その他】	
3) 朝食・昼食の充実	●朝食提供の仕組み及び弁当の販売も含めて、来島者にわかりやすく対応できる環境になっている ●島内の事業者間で、新たな食事の提供サービス等について、定期的に検討する体制が整っている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		【その他】	
4) 島の特産品の充実	●高付加価値化を目指した特産品開発および地産地消についての方向性が検討されている ●島の特産品が安定して供給できる流通体制の構築（島内関係者とのマッチング等）および島内加工による加工食品の開発が進められている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
		◎	商工会
			観光局
		◆	村役場
		○	漁協
		○	農協
		【その他】	

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
宿泊客の声を反映する仕組みづくり ⇒※2-2-1の成果を活用	マーケティング調査データの 分析とフィードバック、 情報共有	<継続>	<継続>			
接遇向上策の実施	関係者間での検討	(検討を受けて) 対応策の実施	-			
宿泊施設の整備等に向けたサポート体制の構築	現況把握および ニーズ調査	サポート試行（補助金等 支援情報の発信、書類作成 支援等）	継続したサポート 体制の実施			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
観光マーケティング調査の 分析とフィードバック	マーケティング調査データの 詳細分析、情報共有	<継続>	<継続>			
生産者と事業者との 意見交換、マッチング支援	生産者と事業者との 意見交換、情報整理	(意見交換を通じて) 試験的取組の実施	<継続>			
特産品のPR	新たな販路拡大に向けた 内地でのPR活動に関する あり方検討	内地でのPR活動推進 結果検証とフィードバック	<継続>			
直売場等の拡充・新設の 検討	流通体制や販売箇所の 検討	試行的取組と 取組結果の検証	<継続>			
-	-	-	-			
正しい開店情報の発信	島内における食事提供 サービスの情報発信 について改善・試行	<継続>	<継続>			
事業者間での連携強化 朝食・昼食の充実策の実施	事業者間の連携に関する 検討	事業者間連携に関する 試行	連携体制の拡充			
中長期的な供給体制の検討	-	-	(これまでの取組から) 検討			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
観光マーケティング調査の 分析とフィードバック	マーケティング調査データの 詳細分析、情報共有	<継続>	<継続>			
生産者と事業者との 意見交換、マッチング支援	生産者と事業者との 意見交換、情報整理	(意見交換を通じて) 試験的取組の実施	<継続>			
特産品のPR	新たな販路拡大に向けた 内地でのPR活動に関する あり方検討	内地でのPR活動推進 結果検証とフィードバック	<継続>			
直売場等の拡充・新設の 検討	流通体制や販売箇所の 検討	試行的取組と 取組結果の検証	<継続>			
-	-	-	-			

基本方針と重点取組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
（２）観光サービスの評価の見える化			
●小笠原マーケティング調査における利用者からの評価がサービス提供事業者にフィードバックされる仕組みの再構築を検討します。 ●サービス内容に対する自己確認・評価の結果、利用者の評価を関係者間で共有するとともに、オンライン上で各種のサービスに対する評価・口コミを集約・公開する仕組みを検討します。	●利用者からの評価が事業者にフィードバックされ、仕組みが構築され、関係者間での検討が行われている ●オンライン上での満足度等のデータを集約するなど、新たな仕組みを活用することで、来島者の満足度向上について検討が行われている	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
		◎	商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		【その他】	
（３）観光サービス業における環境配慮型経営の促進			
●環境保全に関する世界的な潮流をとらえた上で、“環境に配慮した観光地・小笠原”の姿勢を明確にした観光事業運営を徹底します。ゼロカーボンシティの実現なども考慮した環境配慮型経営の手法を検討します。 ●“環境に配慮した観光地・小笠原”では、来島者は無意識に環境配慮型の取組みに参画し、こうした体験が付加価値につながるような取組みを推進します。 ●脱プラスチック、再生資源の利用などに小笠原独自の基準の設定を検討します。例えば、特産品の販売における環境配慮の徹底（店舗内の買い物カゴの自然素材化、プラスチックバッグの全廃と簡易包装化）等を検討します。 ●環境配慮型の活動や取組みを行う上では、コスト・経費を考慮しつつ、行政の補助金や支援などの活用も検討します。	●ゼロカーボンの実現なども考慮し、来島者が滞在中に環境保全や世界自然遺産を無意識に感じられるような観光地 ⇒基本方針3（３）島内交通の充実等にも関連	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
		◎	商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
		◎	漁協
		◎	農協
		【その他】	
（４）安全管理の意識向上			
●来島者が安心して小笠原の自然と触れ合うことができるよう、観光事業者はもちろん村民も対象とした上級救命講習等の受講機会の充実を図ります。 ●来島者による事故発生時には、関係者間で情報共有を推進する仕組みを検討します。 ●自然災害発生時における来島者の基本的な行動指針、避難経路などのマニュアル化を検討します。	●安全管理の意識が向上することで、安心・安全に楽しめる地域づくりに繋がっている ●観光事業者だけではなく、小笠原全体での安全管理の意識が共有されている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		【その他】	

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
利用者の声を反映する仕組みづくり	マーケティング調査データの分析とフィードバック、情報共有	<継続>	<継続>			
オンライン上での満足度等のデータを集約するシステムの検討	システム構築の必要性に関する検討	（検討を受けて）新たなデータ集約システムの試験的導入 等	導入結果を受けた検証 等			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
観光セクターとしてのあり方検討	ゼロカーボン等、環境配慮型経営に関する意見交換	ゼロカーボン等の実現に向けた目標設定・試験的实施	<継続>			
省エネ家電導入等の補助金や支援の情報提供	補助金情報等の周知 ※支援に関しては各取組で実施	<継続>	<継続>			
来島者への発信・理解促進	来島者への発信と理解促進の取組	<継続>	<継続>			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
救命講習等の実施	救命講習会の実施・拡充	安全・安心に関する周知啓発プロモーションの実施	<継続>			
事故発生時の情報共有の仕組みづくり	マニュアル作成、関係者間での情報共有	定期的な見直し	-			
災害時における来島者行動指針等のマニュアル化	計画作成、作成過程を通して問題意識等を共有	地域全体での意識および対応方法に関する共有	定期的な見直し			
観光危機管理計画としての取りまとめ	情報共有のあり方とマニュアルの策定	計画に基づいた通信環境整備の検討	<継続>			
緊急時対応に備えた通信環境整備（拡充）	リスクとなっている箇所の特定（調査） 通信事業者等との調整	（調査・調整を受けた）整備・拡充（仮）	<継続>			

基本方針と重点取り組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
基本方針 3 観光インフラの整備			
(1) デジタル活用の推進			
1) 観光DXの推進 ●全国的に取組みが推進されている観光DXの動向を把握し、小笠原におけるデジタル化による業務効率化、デジタル化により収集されるデータの分析・利活用の方向性を検討します。	●観光DXの推進により業務の効率化を図ることができている ●個々の事業者として、また地域として、データを活用したマーケティングを行うことができている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
		◎	商工会
		◎	観光局
		◎	村役場
			漁協
			農協
		○	【その他】 観光事業者
2) 電子決済・オンライン予約の充実 ●支払い利便性の向上に向けて、クレジットカードやQRを使用したキャッシュレス決済の導入を推進します。 ●観光関連サービスの予約・注文のオンライン化を推進します。 ●デジタル活用にあたり、新規導入や改修時の技術的な支援方法を検討します。	●一定割合以上の事業者が電子決済・オンライン予約を導入しており、来訪者のニーズに答えられている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
		◎	商工会
		◎	観光局
		◎	村役場
			漁協
			農協
		○	【その他】 観光事業者
3) Wi-Fi環境の充実 ●来島者がストレス無くスマートフォンやパソコンを活用できるように、村内のWi-Fi環境の充実に努めます。 ●ワーケーションに代表される新しい働き方に対応したWi-Fi環境の充実、滞在者のためのコワーキングスペースの整備など、長期滞在者の環境整備に取り組みます。	●必要十分なWi-Fi環境やコワーキングスペースが整備されている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
			観光局
		◎	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
(2) ガイドツアー実施環境の充実			
1) 観光関連施設の整備 ●ガイドツアー中の解説や事前レクチャー、雨天時のレクチャーを行うことができる場所等の整備に努めます。 ●観光関連施設などの利用環境の改善や、特に老朽化が目立つ施設の改修を検討します。	●施設の改善・改修が進み、安全・快適な場所での解説やレクチャーを受けることができている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
デジタルを活用した新たな情報発信 ーmap作成ー	随時更新可能なシンプルで使いやすいデジタルマップの制作	<継続・更新>	<継続・更新>			
デジタルを活用した新たな情報発信 ー人物発信ー	村内事業者の人柄が伝わり、旅行者の安心に繋がる情報発信	<継続・更新>	<継続・更新>			
問合せ対応の省力化	チャットボット等の問合せ対応に対する省力化策の導入	<継続・更新>	<継続・更新>			
その他の方策の検討・実施	-	検討	実施			
データを活用したマーケティング実施	-	検討	地域一体型データマーケティングの実施			
電子決済の導入支援	導入に係る情報提供 個別事業者への支援	<継続>	-			
オンライン予約の導入支援	導入に係る情報提供 個別事業者への支援	<継続>	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
Wi-Fi環境の整備	必要箇所へのWi-Fi増設	<継続>	<継続>			
コワーキングスペース整備	整備に向けた調査・検討	検討結果を受けた整備実施	<継続>			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
既存施設の利用環境改善	既存施設の利用環境に関する現状把握調査	調査結果を受けた既存施設の利用環境改善	<継続>			
老朽化施設の改修	老朽化している施設に関する現状把握調査	調査結果を受けた老朽化施設の改修	<継続>			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			

基本方針と重点取り組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
2) フィールドの整備・管理 ●陸域における新たな利用可能エリアを調査し、関係機関と協議の上で、適切な管理・ルールに基づいた新規ツアーメニューの企画・造成を目指します。 ●戦跡の観光活用の方向性を資源の保全と安全面の観点から検討します。	●陸域における新たな利用可能エリアが調査され、適切に管理・運用されている ●戦跡の観光活用の方向性が、自然保全と安全面の観点から考察されている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
			観光局
		◎	村役場
			漁協
			農協
		◎	【その他】 小笠原エコツーリズム協議会
(3) 島内交通の充実			
●環境負荷が少なく、周遊の自由度が高いシェアサイクルなどの導入を検討します。導入の検討にあたり、補助金等を活用した実証実験の実施を検討します。 ●EVバスの導入も含めた地域コミュニティバスの利便性の向上、島内公共交通の方向性を検討します。	●環境負荷が少なく、周遊の自由度が高い交通手段が導入されている ●地域コミュニティバスの利便性向上、島内公共交通の方向性検討が行われている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		○	【その他】 観光事業者 交通事業者
(4) 安全性の向上			
●観光関連施設及びフィールドにおける安全性の向上を目指し、緊急時の対応（通信環境等）に備えた整備の拡充を検討します。	●観光関連施設及びフィールドにおける安全性が向上している ●緊急時に問題なく通信ができる環境が整っている	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
		○	【その他】 観光事業者
(5) 島内交通の充実ユニバーサルデザインの普及			
●誰もが楽しめる観光地を目指し、施設や看板の改修などハード整備にユニバーサルデザインの考え方を取り入れます。施設の改修・整備にあたり、公的な補助制度の活用を検討します。研修等を通して観光サービスのソフト面でのユニバーサルデザインの考え方の普及に努めます。	●ハード整備（整備・改修）時には必ずユニバーサルデザインの考え方が取り入れられている ●観光サービスを提供する村内事業者・関係者において、ユニバーサルデザインの考え方が普及している	◎	父親
		◎	母親
			OWA
		◎	商工会
			観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
戦跡の観光活用の方向性検討	現況及び利用可能性の調査 関係者による検討	方向性の提示	（必要に応じた） ツアー試行等の検討			
新規エリア（陸域）での ツアー企画造成	利用可能エリアの調査 関係者による検討	方向性の提示	（必要に応じた） ツアー試行等の検討			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
島内公共交通の方向性検討 （※役場関係部署と連携して実施）	地域公共交通計画の 策定に関する検討	-	-			
シェアサイクルを含めた パーク＆ライドの 導入検討	シェアサイクル（母島） システムの試行	（試行を受けた） 本格導入（仮）	<継続>			
地域コミュニティバスの 利便性向上策の検討	現状と課題の整理 方向性の検討	向上策に関する 試行	（試行を受けた） 本格導入（仮）			
EVバスの導入検討 （※役場関係部署と連携して 実施）	導入に関する検討 （車輛、充電設備等）	導入（父島）	運用・継続			
-	-	-	-			
救命講習等の実施	救命講習会の実施・拡充	安全・安心に関する周知啓 発プロモーションの実施	<継続>			
事故発生時の情報共有の 仕組みづくり	マニュアル作成、 関係者間での情報共有	定期的な見直し	-			
災害時における来島者行 動指針等のマニュアル化	計画作成、作成過程を 通して問題意識等を共有	地域全体での意識および 対応方法に関する共有	定期的な見直し			
観光危機管理計画として の取りまとめ	情報共有のあり方と マニュアルの策定	計画に基づいた通信環境 整備の検討	<継続>			
緊急時対応に備えた 通信協整備（拡充）	リスクとなっている箇所の 特定（調査） 通信事業者等との調整	（調査・調整を受けた） 整備・拡充（仮）	<継続>			
改修・整備時における ユニバーサルデザインの反映	村内における未整備 ・未対応箇所の特定	改修・整備時における ユニバーサルデザイン対応	改修・整備時における ユニバーサルデザイン対応			
ユニバーサルデザイン 研修の実施	村内関係者向け 講座等の実施	<継続>	<継続>			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
-	-	-	-			

基本方針と重点取組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施			
(1) ターゲット戦略の構築			
1) 来島者の意見や感想の分析結果の活用と共有 ●小笠原マーケティング調査を継続実施するとともに、これまでに蓄積してきた小笠原マーケティング調査データを詳細に分析し、小笠原の観光に対する評価、マーケットの特性などの精緻な把握を試みます。こうした分析結果を観光協会の部会ごと、加えて観光関係者にも広く伝わるような仕組みづくりを検討します。 ●観光サービスの品質の向上に向けて、小笠原マーケティング調査の結果に加え、小笠原アンバサダーなどの意見を集約し、観光事業者に伝えます。 ●『小笠原村観光振興ビジョン』を踏まえた上で、既存の市場調査のデータ分析に加え、事業者ニーズを適切に把握し、小笠原と相性の良いターゲットの分類・明確化を試み、ニーズの分析に努めます。	●マーケティング調査の結果やアンバサダーの意見が観光事業者にフィードバックされる場を通じて、誘客・受入のPDCAサイクルが構築されている ●新たなターゲットに対応したマーケティング調査と誘客・受入のPDCAサイクルの構築ができる	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
2) “小笠原の観光に共感いただける旅行者”にむけた戦略の構築 ●小笠原の観光に共感いただける旅行者像を考察し、意識と行動の把握に努めます。 ●戦略の構築にあたっては、例えば環境配慮型のライフスタイルが伝統的に定着している国や地域における観光振興のあり方、サステナブルツーリズムをブランディング戦略として活用している取組み等を参照します。 ●国内の世界自然遺産地域との共通のアイデンティティを把握・共有することによって新たな観光サービスの創出、国内外に向けたプロモーションの展開を検討します。	●マーケティング調査の結果やアンバサダーの意見が観光事業者にフィードバックされる場を通じて、誘客・受入のPDCAサイクルが構築されている ●インバウンド客などの新たなターゲットに対応したマーケティング調査と誘客・受入のPDCAサイクルの構築ができる	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
3) インバウンド受入方針の検討と共有 ●小笠原における観光の方向性を踏まえた上で、今後のインバウンド需要の回復・拡大を見据え、長期滞在、高い経済効果、閑散期対策などの視点から、インバウンド需要の可能性を検討します。小笠原の観光におけるインバウンド受入方針、対応策の検討を深め、関係者間での共有を図ります。 ●インバウンドの受け入れに向けた観光案内所やデジタルサイネージ等の案内板、スマートフォンによる情報発信などDXの推進と多言語による情報提供の拡充には、ユニバーサルデザインの視点を重視します。また、外国人とのコミュニケーション・おもてなし力の向上に努めます。	●戦略に応じた、ターゲットの具体化、誘客に向けた受入環境の整備、情報発信・プロモーションを順次進めることで、目的のインバウンド客を誘客・受入れができています	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
(2) プロモーション戦略の整理と強化			
1) 小笠原における観光のイメージの統一 ●小笠原の観光を伝えるイメージ・言葉の統一（「小笠原」「おがさわら」「Ogasawara」「ムニン」「ポニン」など）、小笠原の観光を端的に表すロゴの創作と使い方など、小笠原における観光のイメージがより印象深く伝わるような手法を検討します。 ●ウェブサイトやSNSによる売り出し方（「小笠原村として」「小笠原諸島として」「父島・母島それぞれとして」）を検討します。	●ビジョンで定めたOgasawara SMILE Tourismの認知度が向上し、小笠原自体の認知度と地域としてのあり方に共感する人たちが増えている	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
		◎	商工会
		◆	観光局
		◎	村役場
			漁協
			農協
			【その他】

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>			
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>			
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>			
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>			
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>			
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>			
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>			
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>			
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>			
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>			
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>			
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>			
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>			
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>			
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>			
プロモーションにおけるOgasawara SMILE Tourismの使用	例）電車広告 船舶への掲出	<継続>	<継続>			
あらゆる場面でのOgasawara SMILE Tourismの使用	例）ノベルティの制作 各種企画への紐づけ	<継続>	<継続>			
Ogasawara SMILE Tourism特設サイトの検討	サイト制作の検討	<継続>	<継続>			
-	-	-	-			
-	-	-	-			

基本方針と重点取り組み事項	本計画期間における成果目標	実施主体	
2) 情報発信方法の整理 ●情報発信方法の整理を進め、小笠原とリピーターやファンとのつながりが深まるような方法を検討します。 ●歴史的事象や日々の暮らしの変遷など、小笠原固有の人文的なことがらを観光対象・誘客素材に位置づけた新たなプロモーションの展開も検討します。	●各組織から発信される情報が分担・整理され、地域として分かりやすく情報発信が行われている ●リピーター・ファンから効果的に意見を聴取できる仕組みができている ●人文資源の魅力が発信されて、新たな市場に訴求できている	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
		◎	商工会
		◆	観光局
		◎	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
3) 教育旅行の誘致推進 ●教育旅行（修学旅行、大学のゼミ合宿、企業研修など）の誘致は引き続き強化し、小笠原ならではの教育効果の発揮を目指します。教育旅行の適正な受入れ規模、来訪時期などを検討します。 ●平和学習、自然・環境学習など、小笠原でしか体験できない魅力あるコンテンツ（エコツーリズムの取り組みなど）を企画・造成します。これら体験内容などの詳しい解説書の作成を検討します。 ●新たなコンテンツとして世界的な課題である脱炭素に着目し、小笠原村の取り組み方針を紹介・伝えていくことを検討します。 ●小笠原村外の学校の総合学習等における“小笠原を学ぶ”プログラムの普及を検討します。	●教育旅行の誘客戦略（時期、ターゲット、規模など）を構築し、ターゲット向けのコンテンツ造成と戦略に基づいた誘客・プロモーションの展開することで、多くの教育旅行が来訪している ●教育コンテンツの更なる磨き上げにより、教育効果と教育旅行先としての小笠原のブランド力が向上している	◎	父親
		◎	母親
			OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】
4) 閑散期の積極誘客 ●来島者が少なくなる時期には、旅行季節を問わないMICE※や視察旅行、ワーケーション、ボランティア旅行（環境保全ツアー、一次産業の作業に協力する活動など）のなかでも小笠原の観光にふさわしい需要の積極的な誘致を目指します。新たなマーケットの獲得に向けて、販売促進ルートや情報発信内容を検討します。	●閑散期にMICEや視察旅行、ワーケーション、ボランティア旅行などの様々な旅行目的の客層を誘客するための戦略が構築されている ●戦略に基づいたプロモーションの展開と、フィードバックの場を通じたPDCAサイクルにより誘客・受入の確度を高めることができている	◎	父親
		◎	母親
		◎	OWA
			商工会
		◎	観光局
		◆	村役場
			漁協
			農協
			【その他】

取組細目	期間ごとの取組			進捗管理表		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13	過年度の評価	評価コメント	計画の見直しの内容
既存の情報発信方法の整理・検証	各組織の既存の情報発信方法・内容の整理	-	-			
アンバサダー制度の更なる活用の検討	既存施策の継続 更なる活用策の検討	<継続> 活用策の実施	<継続>			
人文資源を活用したプロモーションの検討	-	誘客戦略とのすり合わせと 方針の検討 誘客素材の収集・整理	（検討に基づいた） プロモーションの展開			
-	-	-	-			
-	-	-	-			
教育旅行の誘致方針の確認・検討	環境変化を踏まえた 誘致方針の確認・検討	<継続>	<継続>			
コンテンツの企画・造成	既存の教育旅行の検証 新規コンテンツの方針検討 既存・新規コンテンツの整理	コンテンツ集（解説書）の 作成・更新	<継続>			
教育旅行の誘致	方針に基づいた誘致活動の 実施	<継続>	<継続>			
“小笠原を学ぶ”プログラムの普及・更新	プログラム実施校の拡大 内容の適宜更新	<継続>	<継続>			
-	-	-	-			
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査 データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>			
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいた ターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、 ターゲットの再整理	<継続>			
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じた プロモーション方法 の選択と実施	<継続>	<継続>			
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い 受入環境整備への対応	ターゲットに応じた 受入環境の整備	<継続>			
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して 戦略・方針を検討する 「場」の設定	「場」を活用した 戦略・方針の検証・更新	<継続>			

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(1) 観光資源の保全と適正利用

1) 利用のルール of 適切な運用

1. 概要

- 利用のルール（自然公園法等の既存の法令や小笠原独自の自主ルール）の遵守徹底・普及啓発を通して適正利用を促進し、持続可能な観光を実現します。
- ルールの運営・管理の実情、観光資源の保全と利用に深く関わりを持つエコツアーガイド等の事業者らのルール遵守の状況を把握します。
- 各ルールの目的（守ろうとするもの・こと）、ルールの内容（遵守の対象者、適用エリア、適用行為等）をあらためて整理した上で、状況に応じて見直しの必要性を検討します。
- 観光資源の適正なモニタリングを行い、関係する事業者及び機関等と状況を共有し、必要に応じて対処方法を協議し措置を検討します。なお、モニタリングには、既存のデータ、他機関が所有するデータも有効に活用します。

2. 取組の効果



- 利用者（観光客）にとって、自然フィールドにおける安全で質の高い体験の確保につながる。
- 小笠原における稀少で独自の自然資源の担保につながる。
- 上記の実現によって、世界自然遺産地域としてのブランドイメージ向上につながる。

3. 目指す姿・現状及び課題



- 現況の運用ルールが網羅的に整理された上で、実効性の検証が行われている。
- 統一すべきルールと事業所ごとの独自運用ルールが整理され、事業所を始めとした関係先、利用者に適切に伝わって、理解されている。
- 資源モニタリングが継続的に実施、運用ルールの適正性が定期的に検証され、必要に応じて改善が図られている。



- 一部、禁止エリアへの立ち入りが見られる。
- 事業所ごとの自主ルールに対する解釈があり、同じフィールドでも異なったルールが運用されているケースが見られる。
- 現状の運用ルールに対する整理・検証に不十分な点がある。



- 事業所ごとの独自の運営方針をすり合わせることの困難さがある。
- ルールが事業者任せになることで、質の低い事業者が出てきた際に事故が発生、または資源の損傷が起きる可能性がある。
- 上記リスクのいずれかが発生すると、ブランドイメージ・信頼感の棄損に繋がる懸念がある。

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
現況ルールの検証	関係者間での現況ルール運用状況の確認・検証	<継続>	<継続>
新たなルールの整理	(必要に応じて)ルール更新・変更の検討	<継続>	<継続>
関係先への周知・徹底	最新の各ルールの内容を関係者に周知	<継続>	<継続>
モニタリングの仕組みづくり	現況の各モニタリングの内容、運用状況の整理	各モニタリング情報の集約と活用方針の検討	モニタリングの実施の継続と関係者へのフィードバック
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	現況ルールの検証の場づくり	モニタリングフィードバックの検討	資源モニタリングとルール検証の仕組みづくり
-----------	---------------	------------------	-----------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定
-----------	----------------	----------------	----------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		○	◆			◎小笠原エコツーリズム協議会 必要に応じて関係先声かけ

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(1) 観光資源の保全と適正利用

2) “レスポンスブル・ツーリズム（責任ある観光）”の推進

1. 概要	
●小笠原らしい観光振興の実践に向けて、来島者に“責任ある旅行者”としての意識と行動を促すマナー啓発等の取組みを継続的に実施します。来島者には自然環境の保護・保全に加えて、小笠原の歴史や文化、村民の暮らしに対する配慮を促します。 ●観光資源のモニタリング、自然再生、外来種の駆除につながる活動などを含めるなど、小笠原の自然環境の保護・保全に貢献するガイドツアー・プログラムの開発に取り組みます。なお、国内外のレスポンスブル・ツーリズム※先進地の事例等も参照します。	
※レスポンスブル・ツーリズム（責任ある観光）とは、観光客もツーリズムを構成する要素であると捉え、観光客が意識や行動に責任を持つことで、より良い観光地形成を行っているという考え方。例えば、ハワイは環境保全を主目的としつつ、マーケティングの手法として取り組んでいます。	
2. 取組の効果	
	●来島者が“責任ある旅行者”としてふるまうことで、来島者と村民間で良好な関係が保たれるほか、自然環境の保護・保全にも寄与する。 ●来島者の行動が変わることで、事業者および村民の自然環境の保護・保全に対する意識も変わることが期待される。 ●そうした、レスポンスブル・ツーリズムの根付いたエリアとして市場の認識が定着することで、環境保全や小笠原の歴史・文化に理解のある来島者がより集まることに繋がる。
取り組むことの メリット・効果	
3. 目指す姿・現状及び課題	
	●現時点における来島者由来の資源損傷や村民との関係性悪化等のリスクが把握された上で、小笠原らしいレスポンスブルツーリズムのあり方が関係者合意の下で規定されている。 ●定められた小笠原らしいレスポンスブルツーリズムのあり方に従って、来島者・事業者・村民等の行動規範が定められており、その内容が効果的に発信、各主体の行動に繋がっている。
目指す姿	
	●来島者由来で発生している問題点が断片的な情報に留まっている。 ●レスポンスブルツーリズムに対する行政、関係組織、事業者の考え方、取組、発信内容が揃っていない。
現状の問題点	
	●レスポンスブルツーリズムの考え方、あるいは来島者に行動・意識の規範を求めることについて、事業者をはじめとした関係者の意見がまとまらない。 ●国内外でレスポンスブルツーリズムの取組で先行する地域が増え、小笠原地域が逆に遅れた地域のイメージとして認識される懸念がある。
進める上での リスク・課題	

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
国内外におけるレスポンスブル ツーリズムの事例調査	先進地の事例調査	-	-
来島者由来のリスク把握	来島者由来による 環境・社会面への リスク把握	-	-
小笠原らしいレスポンスブル ツーリズムのあり方設定	小笠原らしいレスポンスブル ツーリズムのあり方 「検討」	小笠原らしいレスポンスブル ツーリズムのあり方 「設定」	-
来島者への発信・理解促進	-	来島者への発信と 理解促進の取組	<継続>
村民への情報公開・理解 促進	-	村民への取組内容の 情報公開と理解促進	<継続>
▼			
期間ごとの取組目標	来島者由来のリスク把握と 小笠原らしいレスポンスブル ツーリズムの検討	来島者への責任ある行動 への理解促進	<継続>
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		◎	◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(2) ガイドツアーの魅力向上

1) 多様なガイドツアーの開発

1. 概要	
●来島者の多様なニーズ、幅広い来島目的に対応するために、小笠原の特性を活かした、より手軽なガイドツアー、村民の日常や生活文化に触れるガイドツアー、学習・研究要素を高めた教育旅行向けのガイドツアー、高付加価値型のガイドツアーなどの企画・造成に取り組みます。 ●第一次産業の団体などと連携体制を構築し、農業体験、漁業風景や島の生活文化にふれられるガイドツアーの開発を推進します。 ●外来植物を活用した体験観光（モクマオウの薪炭づくり、アカギの木工など）などの、環境配慮を意識したツアー開発に取り組みます。	
2. 取組の効果	
	●多様なガイドツアーが用意されることで、幅広い市場にアプローチすることが可能となり、予測不能かつ多様なリスクに対して強靱（レジリエント）な観光地となる。 ●高付加価値型のツアーや一次産業と連携したツアーが開発されることで、村内に落ちるお金（経済効果）が増える。 ●また、ツアー内容によって雨天時対策にも繋がる。
取り組むことのメリット・効果	
3. 目指す姿・現状及び課題	
	●現状および潜在的な市場のニーズが把握され、観光事業者および一次産業事業者等の想定される関係者の意向がお互いに認識できている。 ●市場のニーズ、関係者の意向に合わせて、試行的にコンテンツが開発、モデルツアー等が行われる。 ●コンテンツの試行の中からコアコンテンツが生まれ、試行⇒造成のサイクルが継続する。
目指す姿	
	●現状および潜在的な市場のニーズが定かでない。 ●観光事業者および一次産業事業者等の想定される関係者の参画意志が定かでない。 ●ツアーコンテンツの試行・造成スキームがない。
現状の問題点	
	●市場のニーズや参画事業者の積極的な意思が介在しないコンテンツを開発しても、試行に留まり、継続しない。 ●変化した市場ニーズに対応できていない、立ち遅れた観光地となってしまう懸念がある。
進める上でのリスク・課題	

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
来島者及び村内関係者のニーズ把握	過去に実施したツアー内容の検証、来島者及び村内関係者のニーズ把握調査	-	継続的なニーズ把握の仕組みづくり
ニーズに応じたコンテンツの開発・試行	-	関係者によるコンテンツ開発とモデルツアーの実施	-
試行結果に基づいた継続的なツアー実施	-	-	モデル検証に基づいた継続ツアーの実施
-	-	-	-
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	幅広い関係者のニーズ把握	ニーズに合わせたコンテンツ開発	新たなコンテンツを生み出し続ける仕組みづくり
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		○	◆	○	○	

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(2) ガイドツアーの魅力向上

2) ガイドツアーの品質向上

1. 概要

- ガイドツアーのサービス内容を確認・評価する基準（例えば、適切な環境配慮行動、ツアー参加者への各種ルールの説明、安全管理講習の定期的な受講などの安全管理対策、適正な人員配置、備品の整備等）を設定します。ガイド事業者は、基準に応じて自らサービス内容を確認・評価します。また、他者による確認・評価手法も検討します。
- ガイドツアーへの参加者にアンケート調査への協力を依頼し、サービス内容に対する率直な感想・評価の把握に努めます。ガイド事業者への結果のフィードバックによって、自然環境の保護・保全、安全管理、ツアー参加者の満足度向上に対する意識と行動の底上げを促し、来島者が安心してガイドツアーに参加できるような仕組みづくりを目指します。
- サービス内容に対する自己確認・評価の結果、ツアー参加者の評価を関係者間で共有します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- ガイドサービスを規定する基準ができることで、事業者自身が自らのサービス内容を振り返って評価でき、自己診断による村内サービスの向上に繋がる。
- ツアー参加者の声を整理・分析した上で、効果的に事業者へフィードバックする仕組みを構築することで、事業者によるサービス向上と参加者の満足度向上に繋がる。

3. 目指す姿・現状及び課題

 目指す姿	●ツアーサービスの評価のあり方について、事業者を始めとした関係者間で一定の共通理解があり、その上で評価基準が定まっている。 ●定められた評価基準に基づいて、事業者が自己診断を行い、自らサービス改善をしている。 ●一定数の参加者の声が集まっており、定められた評価基準に基づいて分析された結果が効果的に事業者に伝わり、サービス改善に繋がっている。
 現状の問題点	●ガイドツアーのサービス内容を確認・評価する統一の基準がない。 ●来島者の声はマーケティング調査で集められているものの、ツアー参加者によるツアーサービスの評価・フィードバックは十分とは言えない。
 進める上での リスク・課題	●各事業者の経営判断で行っているガイドツアーのサービス内容に対して、統一の基準で評価することの共通理解が得られない。 ●サービスが事業者任せになることで、質の低い事業者が出てきた際に事故が発生、または資源の損傷が起きる可能性がある。

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
ツアー評価のあり方検討	現況の課題を踏まえたサービスの評価のあり方についての意見交換・検討	サービス評価のあり方についての合意形成	-
ツアー内容の評価基準の設定	国内外事例の情報収集	サービス内容を確認・評価する基準の設定	-
評価手法の検討・導入	国内外事例の情報収集	基準に基づいた評価手法の検討・試行	評価の継続実施
評価結果のフィードバックの仕組みづくり	-	評価結果フィードバックの検討・試行	フィードバックの継続実施
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	ツアーサービスの評価手法の検討	ツアーサービスの評価・フィードバックによるツアー品質の向上	<継続>
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	○		○	◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(2) ガイドツアーの魅力向上

3) ガイドツアーの雨天時対策

1. 概要	
●荒天時の代替活動として、既存の施設を利用したプログラムの実現に取り組むとともに、必要に応じて施設利用を支援する仕組みを検討します。 ●雨天時に屋外で活動する際の安全管理、踏圧による歩道や植生への影響対策などの留意点を整理し、ガイド事業者や管理者間で共有します。	
2. 取組の効果	
 取り組むことの メリット・効果	●雨天時における機会損失が解消されて、事業者の売上、ひいては村内に落ちるお金（経済効果）に繋がる。 ●雨天時における留意事項が広く関係者間で共有・理解されることで、踏圧による浸食や植生への影響が軽減される。
3. 目指す姿・現状及び課題	
 目指す姿	●既存施設の活用による雨天時の代替プログラムが開発され、催行されている。 ●雨天時の屋外活動時における留意事項が整理され、関係する事業者・管理者等に広く共有され、理解されている。
 現状の問題点	●雨天時に対応できるプログラムが限られている。 ●既存施設が雨天時に十分に活用されている状況にない。 ●雨天時の屋外活動時におけるノウハウ等は、各管理者・事業者内に留まっている。
 進める上での リスク・課題	●雨天時に活用するにあたって、既存施設のハード面（整備内容）・ソフト面（コンテンツ）を充実させる必要が出てきた際に、対応が困難。 ●関係者間のノウハウの収集と共有に手間と時間がかかる。

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
現況整理	既存施設及び各事業者の雨天時対策の整理	-	-
既存施設を活用するための仕組み検討	既存施設活用のために連携して実施できることの整理・検討	事業者間の情報共有・意見交換による状況改善	<継続>
雨天時の屋外活動における留意事項の整理・共有	各事業者の留意事項の聴き取り	留意事項の整理と関係者間での共有	-
今後のハード整備に向けた要点整理	-	今後のハード整備を想定した関係者らの要望・要点の整理	-
-	-	-	-
期間ごとの取組目標	既存施設を活用するための仕組み検討	今後のハード整備に向けた要点整理	<継続>
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	○		○	◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(3) ガイドの育成・能力向上

1) 新規ガイドの育成 ※重点アクション

1. 概要	
●小笠原エコツーリズムの歩みを取りまとめ、経験の浅い若手のガイド、新たにガイドを始めようとする人に伝え、小笠原としてこれまで積み上げてきたことの継承に努めます。また、小笠原エコツーリズムの普及と定着に関わってきた思いなどをベテランガイドから後輩に伝える機会づくりを検討します。 ●小笠原エコツーリズムの歩みなどを小笠原の内外に伝えることによって、ガイドとして小笠原エコツーリズムを発展・継承していこうとする志をもちあわせた人が、新たにガイド業に携わることを促します。	
2. 取組の効果	
	●小笠原エコツーリズムのベース・根幹となる人材が持続的に確保されて、すべての取組における基盤（プレイヤー）が強固なものとなる。 ●これまで小笠原だからこそ蓄積されてきたガイドツアー等のエコツーリズムにおけるノウハウが、消滅することなく地域に残され、そのことで貴重な資源が守られ、質の高い体験に繋がる。
取り組むことの メリット・効果	
3. 目指す姿・現状及び課題	
	●小笠原地域におけるエコツーリズムの歩み・経緯が情報として整理され、データベース化されている。 ●整理された情報が、発信先に合わせた内容で編集され、効果的に内外に発信されている。 ●ガイドにおけるベテラン・若手が公式・非公式、定期・不定期にコミュニケーションをとる場・仕組みが様々に用意されて、共通意識の醸成やノウハウの継承に繋がっている。
目指す姿	
	●ガイドの数が減っている。 ●ガイドの新規参入が少ない。 ●これまで培われてきた小笠原エコツーリズムの内容やノウハウが十分に継承されていない。
現状の問題点	
	●共有できるノウハウと事業者（または個人）内で留めるノウハウがある。 ●新規のガイドを受け入れるための島内インフラが足りない。 ●事業者間の意識に差があり、共通の取組となりづらい。
進める上での リスク・課題	

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
現ガイドの就業の きっかけ・ルート の現状把握・分析	現ガイドへの アンケートまたは 聴き取り調査	-	-
有効なきっかけ・ルート に対するアプローチ	有効なきっかけ・ルート に対する調査・調整	選別したルートに対して 適切な手段による 人材募集の呼びかけ	<継続>
地域一体型インターン の検討（・実施）	地域一体型インターン の可能性および 具体実施手法の検討	関係者連携による 地域一体型インターン の試行	関係者連携による 地域一体型インターン の継続
村民が島の魅力を伝える 機会の創出	村民（子ども等）が島の 魅力を伝える場を作る （島っ子インタープリター）	<継続>	<継続>
島内居住箇所の 検討（・確保）	島内における 活用可能箇所 の調査・聴き取り	活用可能箇所への 調整（・活用試行）	（試行に基づいた） 継続受入の検討・実施
期間ごとの取組目標			
現況把握 有効な手段の検討		検討に基づいた 具体策の実施	新たな仕組みの下での 島内への人材受入
期間ごとの評価指標			
見直し・検証時に 合わせて設定		見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎			◆			

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(3) ガイドの育成・能力向上

2) ガイドの能力向上

1. 概要	
- 島内外の研究者や専門家、有識者による研究成果や技術等を還元する勉強会や講習の充実を図り、ガイドの知識や技術の向上を目指します。このような勉強会に島内事業者が参加しやすい環境を整えます。 - 各地で活躍する経験豊富なガイドと交流し、技術・志などを共有し、より高いモチベーションの醸成に向けた機会づくりを検討します。	
2. 取組の効果	
 取り組むことの メリット・効果	- ガイドの能力が向上することで、来島者にとって安全で質の高い体験に繋がる。 - 能力向上や内外のガイド・関係者との交流を図ることで、ガイドのモチベーション向上と、誇りの醸成、定着率の向上に繋がる。
3. 目指す姿・現状及び課題	
 目指す姿	- ガイドが参加しやすい工夫がなされた上で、定期的に各種の勉強会・講習が開催されている。 - 村内外のガイドが交流する仕組みが構築されて、活発な情報交換や現地訪問によって村内ガイドの見識が広がり、モチベーションも向上している。
 現状の問題点	- 東京都自然ガイドや小笠原村陸域ガイドといった養成講座があるが、ガイド業を長く生業とする人材が少なくなっている。 - 村内外との交流は散発的で、広くガイドが参加できるスキームとなっていない。
 進める上での リスク・課題	- 人材育成は中長期的な視点で継続的に行う必要がある。 - その中で、ガイド事業者自身の参加意欲を高めていく必要がある。 - モチベーションが高まらない状況が続くと、ガイドが減少するリスクがある。

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
勉強会・講習に参加しやすい環境づくり	関係者への聞き取り等を通じた参加しやすい環境の検討及び対応	-	-
人材育成のビジョン設定	村内における人材育成の中長期的なあり方検討・プログラム作り	人材育成状況の検証とフィードバック	<継続>
勉強会・講習の実施	プログラムに基づいた勉強会・講習の実施	<継続>	<継続>
村内外との交流	プログラムに基づいた村内 外交流事業の実施 (人材交流・視察等)	<継続>	<継続>
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	ガイドの育成	<継続>	<継続>
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎			◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 1 小笠原エコツーリズムの推進

(3) ガイドの育成・能力向上

3) ガイド業に対する理解・認知の向上

1. 概要

- ガイドが自然環境と接する姿勢を広く伝えるような機会をつくり、ガイド業に対する認知の向上、さらに村民の日常生活の中での環境配慮行動への気づきを促します。
- 小笠原エコツーリズムの推進を中核で担うガイド業の着実な成長・発展に向けて国内外の関連動向の把握に努めます。

2. 取組の効果



- 村民のガイド業に対する理解・共感の向上により、ガイド事業者の誇りの醸成・モチベーションの向上に繋がる。
- 一方で、村民の環境配慮など日常の行動変容に繋がる。
- 島っ子のガイド業に対する理解・共感が向上することで、将来的なガイド業への就業に繋がる。

3. 目指す姿・現状及び課題



- 村民がガイド業に対して共感を抱き、一産業として理解、敬意をもって接している。
- ガイド業が島っ子のあこがれの職業のひとつになっている。



- ガイド業が、自然環境を守りながら村の経済に寄与している「業」として十分な理解が村民から得られていない。
- 村民・島っ子にとって、ガイド業が就職したい（させたい）あこがれの職業となっていない側面がある。



- ガイド業を中長期的な視点で「稼げる」業態にまで引き上げていく必要がある。

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
小笠原エコツーリズムの歩みの取りまとめ	これまでの歩みの取りまとめ・データベース化	<継続>	-
村民がガイド業に触れる機会の創出	村民に向けた情報発信	村民（子ども等）がガイド業に触れる機会の創出	<継続>
村民が島の魅力を伝える機会の創出	村民（子ども等）が島の魅力を伝える場を作る（島っ子インタープリター）	<継続>	<継続>
-	-	-	-
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	村民のガイドに対する理解の向上	村民のガイドに対する共感の向上	ガイド業における誇りの醸成
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎			◆			

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(1) 宿泊・飲食・物販等のサービス品質の向上

1) 宿泊業のサービス品質の向上

1. 概要	
●小笠原滞在中の印象に大きな影響をもたらす宿泊施設における各種サービス・おもてなしの充実によって、“また小笠原に帰ってきたい”と思っただけよう宿泊客の満足度の向上を目指します。 ●宿泊施設の設備の拡充やリニューアルによって、快適な宿泊サービスの提供に努めます。リニューアル・設備の拡充を検討する事業者には補助金等の公的支援の活用などの情報を提供します。	
2. 取組の効果	
	●宿泊施設の利便性を高めることで、来島者の満足度向上に寄与する ●宿泊事業者が核となって提供する新サービスの開発をおこなうことで、宿泊事業者の価値向上につながる ●一次産業や建設業など地域に根差す事業者との経済的結びつきが強くなることで、地域経済の発展につながる
取り組むことの メリット・効果	
3. 目指す姿・現状及び課題	
	●各種サービス・おもてなしの充実によって、宿泊客の満足度が向上している ●宿泊施設の設備の拡充やリニューアルによって、利便性が向上している ●リニューアル・設備の拡充を検討する事業者への補助金等の情報提供がおこなわれている
目指す姿	
	●宿泊施設の予約が取りにくい（予約方法や数の不足によるもの） ●稼働していない宿泊施設があり、老朽化が目立つ施設も存在する ●宿泊施設の数が少なく、シングルルームが不足しているなど、小笠原のターゲットとなりうる一人旅のニーズに対応しきれていない部分がある
現状の問題点	
	●島内の大規模工事が進む中で、観光客の宿泊施設の受入人数を定期的に確認する必要がある ●施設のリニューアル・設備の拡充を検討する場合、多額の資金が必要となり、補助金申請をする場合においても書類作成等の労力がかかる ●宿泊業に関わる人材（後継者や従業員）の不足、育成。将来的に宿泊産業の安定的経営を実現する対応策が必要となる
進める上での リスク・課題	

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
宿泊客の声を反映する 仕組みづくり ⇒※2-2-1の成果を活用	マーケティング調査データの 分析とフィードバック、情報 共有	<継続>	<継続>
接遇向上策の実施	関係者間での検討	(検討を受けて) 対応策の実施	-
宿泊施設の整備等に向け たサポート体制の構築	現況把握および ニーズ調査	サポート試行（補助金等 支援情報の発信、書類作 成支援等）	継続したサポート 体制の実施
※2-2-1とは、「（2）観光サー ビスの評価の見える化」を指す	-	-	-
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	宿泊動向・現状の整理	宿泊施設の整備促進	宿泊産業の活性化
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎		◎		◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(1) 宿泊・飲食・物販等のサービス品質の向上

2) 飲食業のサービス品質の向上

1. 概要

- 小笠原ならではのメニューの開発・提供に取り組みます。地産地消の推進によって「経済循環の促進」、「自給率の向上」を図り、「フードマイレージ※の削減」を目指します。
- 宿泊業・飲食業が連携し、第一次産業の団体などと意見交換を重ねることによって両者マッチングの仕組み（例えば、B級・C級品の安価での島内流通、父島と母島間で補完しあう仕組み、加工場の整備可能性等）を検討し、島のおいしいものが提供できる流通体制づくりを目指します。

※フードマイレージとは、食料の生産地から消費者の食卓に並ぶまでの輸送にかかった「重さ×距離」で表されるものです。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 地産地消をより進めることで、流通にかかる費用や環境負荷を抑えることができる（フードマイレージの削減等）
- 地産地消が広まることで、島内事業者のみならず村民も島の食材を手に入れられる可能性が高まる
- 多くの人が関わることで、経済が循環し、地域全体の活性化にもつながる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 地産地消の推進によって「経済循環の促進」、「自給率の向上」が図られ、「フードマイレージの削減」というゴールが関係者間で共有されている
- 島の特産品を安定して供給できる流通体制の検討が行われ、構築されている



現状の問題点

- 地域食材の出荷量が少なく、手に入りづらい
- 耕作地が小規模であることや季節性も含めて安定的な供給が難しい食材も多いと考えられる



進める上での
リスク・課題

- 地域の特産品を目当てに訪れた観光客の期待に応えられず、観光地としての魅力低下につながる可能性がある
- 生産者と事業者との意見交換（マッチング）を進めるうえで、継続して検討する仕組みづくり

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
観光マーケティング調査の 分析とフィードバック	マーケティング調査データの 詳細分析、情報共有	<継続>	<継続>
生産者と事業者との 意見交換、マッチング支援	生産者と事業者との 意見交換、情報整理	(意見交換を通じて) 試験的取組の実施	<継続>
特産品のPR	新たな販路拡大に向けた 内地でのPR活動に関する あり方検討	内地でのPR活動推進 結果検証とフィードバック	<継続>
直売場等の拡充・新設の 検討	流通体制や販売箇所の 検討	試行的取組と 取組結果の検証	<継続>
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	意見交換および 取組事項の整理	マッチング体制の確立	流通体制の構築、 特産品の高付加価値化
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎		◎		◆	○	○	

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(1) 宿泊・飲食・物販等のサービス品質の向上

3) 朝食・昼食の充実

1. 概要

- 宿泊事業者と飲食事業者の連携による新たな朝食提供の仕組み及び弁当の販売も含めて多様なニーズに応える昼食提供の拡充を検討します。メニュー、飲食環境をあわせて小笠原らしさの演出にも努めます。
- セントラルキッチン※やデリバリーサービス※の仕組みの新設・開発など、供給体制の拡充を検討します。

※セントラルキッチンとは、食品の調理工程を集中させ、効率化（食材原価の低減、味の均一化、厨房現場の業務削減など）を果たす調理施設のことです。
※デリバリーサービスとは、ウーバーイーツに代表されるようなWEBでの申し込みと配達を組み合わせた仕組みです。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 朝食および昼食提供などの新たなサービスが生まれることで、飲食事業者の安定収入につながる
- 繁忙期における朝食および昼食難民を解消することで、来島者の満足度向上につながる
- 新たな供給体制を確立することで、島内の経済循環の推進につながる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 朝食提供の仕組み及び弁当の販売も含めて、来島者にわかりやすく対応できる環境になっている
- 島内の事業者間で、新たな食事の提供サービス等について、定期的に検討する体制が整っている



現状の問題点

- 素泊まりの宿が増えてきたことで、観光客からは、朝食や昼食を購入できないという声が挙がっている



進める上での
リスク・課題

- 時期によっても必要量が異なるため、飲食事業者への負担が少ない体制づくりが必要である
- 事業者間（ガイド・宿泊・飲食）の連携が不可欠で、新たなサービスの提供にあたっては、新たな人手が必要となる

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
正しい開店情報の発信	島内における食事提供サービスの情報発信について改善・試行	<継続>	<継続>
事業者間での連携強化 朝食・昼食の充実策の実施	事業者間の連携に関する検討	事業者間連携に関する試行	連携体制の拡充
中長期的な供給体制の検討	-	-	(これまでの取組から) 検討
-	-	-	-
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	飲食提供サービスの拡充 利用者の満足度向上	連携連携の強化	連携体制の確立
-----------	--------------------------	---------	---------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定
-----------	--------------------	--------------------	--------------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎				◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(1) 宿泊・飲食・物販等のサービス品質の向上

4) 島の特産品の充実 ※重点アクション

1. 概要	
- 島で採れた農作物や水産物を加工することによって高付加価値化を目指した特産品の開発を促進します。 - 島で採れた農作物や水産物の安定供給体制の構築を目指します。島の食材の島内加工による加工食品の開発推進を検討します。 - 島で採れた農作物や水産物の直売場などの拡充・新設を検討します。	
2. 取組の効果	
	- 地域食材を活用し、高付加価値な新商品・新サービスの開発が推進されることで、島のブランド力向上につながる - 事業者のみならず、生産者など多くの人が関わることでマッチングの機会が創出される - 特産品が充実することで、観光客の満足度向上や消費額拡大につながる
取り組むことのメリット・効果	
3. 目指す姿・現状及び課題	
	- 高付加価値化を目指した特産品開発および地産地消についての方向性が検討されている - 島の特産品が安定して供給できる流通体制の構築（島内関係者とのマッチング等）および島内加工による加工食品の開発が進められている
目指す姿	
	- 地域食材が手に入りづらく、価格が高い。さらに生産が小規模であること、季節性も含めて安定的な供給が難しい食材があるが、需要と供給に関する意見交換の機会が少ない - マーケティング調査による特産品（お土産）の満足度の結果から、改善の余地があると考えられる
現状の問題点	
	- 地域の特産品を目当てに訪れた観光客の期待に応えられず、観光地としての魅力低下につながる可能性がある - 島内加工の場所については検討が必要であり、島外加工の場合はコストがかかってしまう - 生産者と事業者との意見交換（マッチング）を進めるうえで、継続して検討する仕組みづくり
進める上でのリスク・課題	

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
観光マーケティング調査の分析とフィードバック	マーケティング調査データの詳細分析、情報共有	<継続>	<継続>
生産者と事業者との意見交換、マッチング支援	生産者と事業者との意見交換、情報整理	(意見交換を通じて) 試験的取組の実施	<継続>
特産品のPR	新たな販路拡大に向けた内地でのPR活動に関するあり方検討	内地でのPR活動推進結果検証とフィードバック	<継続>
直売場等の拡充・新設の検討	流通体制や販売箇所の検討	試行的取組と取組結果の検証	<継続>
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	意見交換および取組事項の整理	マッチング体制の確立	流通体制の構築、特産品の高付加価値化
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎		◎		◆	○	○	

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(2) 観光サービスの評価の見える化

1. 概要

- 小笠原マーケティング調査における利用者からの評価がサービス提供事業者へフィードバックされる仕組みの再構築を検討します。
- サービス内容に対する自己確認・評価の結果、利用者からの評価を関係者間で共有するとともに、オンライン上で各種のサービスに対する評価・口コミを集約・公開する仕組みを検討します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 利用者からの評価を事業者が有効活用することで、利用者の満足度向上につながる
- 利用者からの評価を共有することで、地域全体の課題が見えてくる
- サービスの評価の「見える化」によって、利用者の利便性が高まる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 利用者からの評価が事業者へフィードバックされ、仕組みが構築され、関係者間での検討が行われている
- オンライン上での満足度等のデータを集約するなど、新たな仕組みを活用することで、来島者の満足度向上について検討が行われている



現状の問題点

- 観光マーケティング調査の自由記述コメントに関しては、事業者へフィードバックされているが、希望者に限られている



進める上での
リスク・課題

- Googleや食べログといった既存のサービスがある中で、新たなオンラインサービスを構築するかは検討が必要
- 現状の事業者へフィードバックされる仕組みの改善を目指す中で、事業者全体として取り組む機運づくりが難航する可能性がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
利用者の声を反映する仕組みづくり	マーケティング調査データの分析とフィードバック、情報共有	<継続>	<継続>
オンライン上での満足度等のデータを集約するシステムの検討	システム構築の必要性に関する検討	(検討を受けて)新たなデータ集約システムの試験的導入 等	導入結果を受けた検証 等
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
期間ごとの取組目標	フィードバックの仕組みの改善	利用者の利便性向上を目指した仕組みの再構築	-
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎	◎		◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(3) 観光サービス業における環境配慮型経営の促進

1. 概要

- 環境保全に関する世界的な潮流をとらえた上で、“環境に配慮した観光地・小笠原”の姿勢を明確にした観光事業運営を徹底します。ゼロカーボンシティ※の実現なども考慮した環境配慮型経営の手法を検討します。
 - “環境に配慮した観光地・小笠原”では、来島者は無意識に環境配慮型の取組みに参画し、こうした体験が付加価値につながるような取組みを推進します。
 - 脱プラスチック、再生資源の利用などに小笠原独自の基準の設定を検討します。例えば、特産品の販売における環境配慮の徹底（店舗内の買いものカゴの自然素材化、プラスチックバッグの全廃と簡易包装化）等を検討します。
 - 環境配慮型の活動や取組みを行う上では、コスト・経費を考慮しつつ、行政の補助金や支援などの活用も検討します。
- ※ゼロカーボンシティとは、2050 年に CO2（二酸化炭素）排出量を実質ゼロにすることを指す旨を首長自らが又は地方自治体として公表した地方自治体をいいます。小笠原村は、2022（令和4）年 9 月の議会定例会において「ゼロカーボンシティ宣言」として、村民、事業者、来島者、行政が一体となり取り組んでいくことを表明しました。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 地域における環境保全に貢献でき、事業者のコストカットにも寄与する
- 環境に配慮した観光地づくりを進めることで、地域ブランディングの一助となり、関心を持つ新規顧客の開拓につながる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- ゼロカーボンの実現なども考慮し、来島者が滞在中に環境保全や世界自然遺産を無意識に感じられるような観光地
⇒基本方針3（3）島内交通の充実等にも関連



現状の問題点

- 脱プラやゼロカーボンへの取組に対して、観光分野全体としての対応方針がない



進める上での
リスク・課題

- 今後、取組を進めるにあたって、他の環境関連計画・施策との整合性を確保する必要がある
- 事業者における設備投資等については、コストがかかる場合もあるので、補助金等を活用しなければ困難な場合がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
観光セクターとしてのあり方検討	ゼロカーボン等、環境配慮型経営に関する意見交換	ゼロカーボン等の実現に向けた目標設定・試験的実施	<継続>
省エネ家電導入等の補助金や支援の情報提供	補助金情報等の周知 ※支援に関しては各取組で実施	<継続>	<継続>
来島者への発信・理解促進	来島者への発信と理解促進の取組	<継続>	<継続>
-	-	-	-
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	ゼロカーボンに向けた島内外への理解促進	ゼロカーボンに向けた島内全域での取組推進	令和12（2030）年カーボンハーフの実現
-----------	---------------------	----------------------	-----------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	温室効果ガス排出量50%削減
-----------	----------------	----------------	----------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎	◎	◎	◆	◎	◎	

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針 2 観光サービスの品質の向上

(4) 安全管理の意識向上

1. 概要	
- 来島者が安心して小笠原の自然と触れ合うことができるよう、観光事業者はもちろん村民も対象とした上級救命講習等の受講機会の充実を図ります。 - 来島者による事故発生時には、関係者間で情報共有を推進する仕組みを検討します。 - 自然災害発生時における来島者の基本的な行動指針、避難経路などのマニュアル化を検討します。	
2. 取組の効果	
 取り組むことの メリット・効果	- 安全管理の意識を向上することで、来島者のみならず、島民生活の安全や安心が守られる - 島民を巻き込んだ安全管理の意識向上を促すことで、安全・安心な観光地づくりの一助となる - 観光危機管理計画やマニュアルが存在することで、共通認識が生まれる
3. 目指す姿・現状及び課題	
 目指す姿	- 安全管理の意識が向上することで、安心・安全に楽しめる地域づくりに繋がっている - 観光事業者だけではなく、小笠原全体での安全管理の意識が共有されている
 現状の問題点	- 小笠原村では村民向けの上級救命講習技能講習が定期的に行われているが、開催の回数に限られている - 業態ごとに事故発生時のマニュアルが策定されているが、全体計画としてまとめられていない
 進める上での リスク・課題	- ガイド事業者のみならず、その他事業者や島民への安全管理意識を醸成すること - マニュアル・計画を策定した後、その情報を島内外へ分かりやすい形で発信すること

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
救命講習等の実施	救命講習会の実施・拡充	安全・安心に関する周知啓発プロモーションの実施	<継続>
事故発生時の情報共有の仕組みづくり	マニュアル作成、関係者間での情報共有	定期的な見直し	-
災害時における来島者行動指針等のマニュアル化	計画作成、作成過程を通して問題意識等を共有	地域全体での意識および対応方法に関する共有	定期的な見直し
観光危機管理計画としての取りまとめ	情報共有のあり方とマニュアルの策定	計画に基づいた通信環境整備の検討	<継続>
緊急時対応に備えた通信環境整備（拡充）	リスクとなっている箇所の特定（調査）、通信事業者等との調整	（調査・調整を受けた）整備・拡充（仮）	<継続>
▼			
期間ごとの取組目標	各マニュアルの整備	観光危機管理計画としての取りまとめ	PDCAサイクルによる計画の改善
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎			◎	◆			

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針3 観光インフラの整備

(1) デジタル活用の推進

1) 観光DXの推進 ※重点アクション

1. 概要

●全国的に取組みが推進されている観光DX※の動向を把握し、小笠原におけるデジタル化による業務効率化、デジタル化により収集されるデータの分析・利活用の方向性を検討します。

※観光DXとは、デジタル技術の活用によって観光価値を向上させ、これまでにない新しい観光コンテンツの創出を目指す取組みです。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 来訪者の利便性が向上し、滞在の満足に繋がる
- 業務が効率化されることで、村内事業者の生産性が向上し、人手不足問題の軽減にもつながる
- データを活用することによって、個々の事業者や観光関連団体がより有効なマーケティング戦略・施策の展開を行うことが可能となる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 観光DXの推進により業務の効率化を図ることができている
- 個々の事業者として、また地域として、データを活用したマーケティングを行うことができている



現状の問題点

- 事業者によって観光DX推進の程度にばらつきがある
- データを活用したマーケティングを行っている事業者は一部に限られている



進める上での
リスク・課題

- 観光DXが推進されない場合、利便性が向上しないため観光地としての競争力が低下する
- 個々の観光事業者とコミュニケーションを取りながら進める必要がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
デジタルを活用した 新たな情報発信 －map作成－	随時更新可能な シンプルで使いやすい デジタルマップの制作	<継続・更新>	<継続・更新>
デジタルを活用した 新たな情報発信 －人物発信－	村内事業者の人柄が 伝わり、旅行者の安心 に繋がる情報発信	<継続・更新>	<継続・更新>
問合せ対応の省力化	チャットボット等の 問合せ対応に対する 省力化策の導入	<継続・更新>	<継続・更新>
その他の方策の 検討・実施	-	検討	実施
データを活用した マーケティング実施	-	検討	地域一体型データ マーケティングの実施

期間ごとの取組目標	観光DX戦略の策定	計画に基づいた 取組推進	データを活用した マーケティング実施
-----------	-----------	-----------------	-----------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定
-----------	--------------------	--------------------	--------------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎		◎	◎	◎			○観光事業者

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針3 観光インフラの整備

(1) デジタル活用の推進

2) 電子決済・オンライン予約の充実

1. 概要

- 支払い利便性の向上に向けて、クレジットカードやQRを使用したキャッシュレス決済の導入を推進します。
- 観光関連サービスの予約・注文のオンライン化を推進します。
- デジタル活用にあたり、新規導入や改修時の技術的な支援方法を検討します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 来訪者の利便性が向上し、滞在の満足に繋がる
- 業務が効率化されることで、村内事業者の生産性が向上し、人手不足問題の軽減にもつながる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 一定割合以上の事業者が電子決済・オンライン予約を導入しており、来訪者のニーズに答えられている



現状の問題点

- 事業者によって電子決済・オンライン予約導入の程度にばらつきがある



進める上での
リスク・課題

- 電子決済・オンライン予約の導入が推進されない場合、利便性が向上しないため観光地としての競争力が低下する

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
電子決済の導入支援	導入に係る情報提供 個別事業者への支援	<継続>	-
オンライン予約の 導入支援	導入に係る情報提供 個別事業者への支援	<継続>	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
期間ごとの取組目標	個々の事業者の 導入推進	<継続>	<継続>
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎		◎	◎	◎			○観光事業者

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針3 観光インフラの整備

(1) デジタル活用の推進

3) Wi-Fi環境の充実

1. 概要

- 来島者がストレス無くスマートフォンやパソコンを活用できるように、村内のWi-Fi環境の充実を図ります。
- ワーケーションに代表される新しい働き方に対応したWi-Fi環境の充実、滞在者のためのコワーキングスペースの整備など、長期滞在者の環境整備に取り組みます。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- Wi-Fi環境の整備が進むことにより、観光客にとって滞在中の利便性が向上する
- コワーキングスペースの整備が進むことにより、ワーケーションを行う人等が島を訪れやすくなり、新たな客層の獲得や交流の場面創出につながる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 必要十分なWi-Fi環境やコワーキングスペースが整備されている



現状の問題点

- Wi-Fi環境やコワーキングスペースに対するニーズを把握できていない



進める上での
リスク・課題

- コワーキングスペース整備が推進されない場合、新たな客層の獲得を逃してしまう可能性がある
- Wi-Fi環境整備・コワーキングスペース整備にあたっては、スペースが限られている

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
Wi-Fi環境の整備	必要箇所へのWi-Fi増設	<継続>	<継続>
コワーキングスペース整備	整備に向けた調査・検討	検討結果を受けた整備実施	<継続>
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	必要に応じたWi-Fi増設・コワーキングスペース整備検討	必要に応じた整備推進	<継続>
-----------	------------------------------	------------	------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定
-----------	----------------	----------------	----------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎				◎			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針3 観光インフラの整備

(2) ガイドツアー実施環境の充実

1) 観光関連施設の整備

1. 概要	
●ガイドツアー中の解説や事前レクチャー、雨天時のレクチャーを行うことができる場所等の整備に努めます。 ●観光関連施設などの利用環境の改善や、特に老朽化が目立つ施設の改修を検討します。	
2. 取組の効果	
 取り組むことの メリット・効果	●レクチャーの場所の整備、観光関連施設の利用環境改善、老朽化施設の改修等が行われることにより、観光客の満足度が向上 ●また、新たなツアーや体験プログラム造成に繋がる
3. 目指す姿・現状及び課題	
 目指す姿	●施設の改善・改修が進み、安全・快適な場所で解説やレクチャーを受けることができる
 現状の問題点	●レクチャーを行う場所や雨天時に活動ができる場所が少ない ●一部の施設の老朽化が進んでいる
 進める上での リスク・課題	●老朽化施設の改修が行われないと、さらに老朽化が進んでしまう ●工事・改修における人材不足・価格高騰等が表面化している

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
既存施設の 利用環境改善	既存施設の利用環境 に関する現状把握調査	調査結果を受けた 既存施設の 利用環境改善	<継続>
老朽化施設の改修	老朽化している施設 に関する現状把握調査	調査結果を受けた 老朽化施設の改修	<継続>
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
期間ごとの取組目標	現状把握	改善・改修	<継続>
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎				◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針3 観光インフラの整備

(2) ガイドツアー実施環境の充実

2) フィールドの整備・管理

1. 概要

- 陸域における新たな利用可能エリアを調査し、関係機関と協議の上で、適切な管理・ルールに基づいた新規ツアーメニューの企画・造成を目指します。
- 戦跡の観光活用の方向性を資源の保全と安全面の観点から検討します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 体験メニューの充実・多様化につながるほか、小笠原における文化・歴史の理解に寄与する

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 陸域における新たな利用可能エリアが調査され、適切に管理・運用されている
- 戦跡の観光活用の方向性が、自然保全と安全面の観点から考察されている



現状の問題点

- 陸域における新たな利用可能エリアや戦跡等において、観光活用のポテンシャルが検討されていない
- また、一部エリアにおいては利用方針・ルールに基づかないまま利用されているケースがある



進める上での
リスク・課題

- 陸域における新たな利用可能エリアの開発や戦跡の観光活用にあたっては、関係者でルール造成等に関して綿密に協議・調整を行う必要がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
戦跡の観光活用 の方向性検討	現況及び利用可能性の 調査 関係者による検討	方向性の提示	(必要に応じた) ツアー試行等の検討
新規エリア(陸域)での ツアー企画造成	利用可能エリアの調査 関係者による検討	方向性の提示	(必要に応じた) ツアー試行等の検討
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	関係者による検討	ツアー・プログラムの試行	ツアー・プログラムの 一般展開
-----------	----------	--------------	--------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定
-----------	--------------------	--------------------	--------------------

5. 実施主体(協力先、関係先を含む)

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎				◎			◎エコツーリズム協議会

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針3 観光インフラの整備

(3) 島内交通の充実

1. 概要

- 環境負荷が少なく、周遊の自由度が高いシェアサイクル[※]などの導入を検討します。導入の検討にあたり、補助金等を活用した実証実験の実施を検討します。
- EVバスの導入も含めた地域コミュニティバスの利便性の向上、島内公共交通の方向性を検討します。

※シェアサイクルとは、他の人と自転車をシェア（共有）し、好きなタイミング、好きな場所、好きな時間で利用するための仕組みです。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 環境負荷が少ない交通が導入されることにより、小笠原のイメージアップを図ることができる
- 地域コミュニティバスの利便性が向上することにより、観光客だけでなく地域住民の満足度も高まる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 環境負荷が少なく、周遊の自由度が高い交通手段が導入されている
- 地域コミュニティバスの利便性向上、島内公共交通の方向性検討が行われている



現状の問題点

- 自家用車や送迎車が交通の中心で、観光客の移動範囲が限られる・環境負荷が高い



進める上での
リスク・課題

- 周遊の自由度の高い交通手段の導入が進まないと、観光客の満足度が高まらない
- 地域コミュニティバスの利便性向上、島内公共交通の方向性検討にあたっては、島内の各交通事業者との調整が求められる

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
島内公共交通の方向性検討（※役場関係部署と連携して実施）	地域公共交通計画の策定に関する検討	-	-
シェアサイクルを含めたパーソナルモビリティの導入検討	シェアサイクル（母島）システムの試行	（試行を受けた）本格導入（仮）	<継続>
地域コミュニティバスの利便性向上策の検討	現状と課題の整理 方向性の検討	向上策に関する試行	（試行を受けた）本格導入（仮）
EVバスの導入検討（※役場関係部署と連携して実施）	導入に関する検討（車輛、充電設備等）	導入（父島）	運用・継続
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	全体計画の策定 個別施策の実施	個別施策の実施（継続）	村内全体での利便性向上 および環境負荷低減
-----------	--------------------	-------------	--------------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定
-----------	--------------------	--------------------	--------------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎				◆			○観光事業者 ○交通事業者

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針3 観光インフラの整備

(4) 安全性の向上

1. 概要

●観光関連施設及びフィールドにおける安全性の向上を目指し、緊急時の対応（通信環境等）に備えた整備の拡充を検討します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

●観光危機管理計画の作成とその実行や通信環境整備を通して、観光関連施設及びフィールドにおいてリスクが低減し、安全性が向上する

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

●観光関連施設及びフィールドにおける安全性が向上している
●緊急時に問題なく通信ができる環境が整っている



現状の問題点

●小笠原村では村民向けの上級救命講習技能講習が定期的に行われているが、開催の回数に限られている。
●業態ごとに事故発生時のマニュアルが策定されているが、全体計画としてまとめられていない。



進める上での
リスク・課題

●ガイド事業者のみならず、その他事業者や島民への安全管理意識の醸成
●島内外が一体となった計画の策定、島内外への普及啓発

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
救命講習等の実施	救命講習会の実施・拡充	安全・安心に関する周知啓発プロモーションの実施	<継続>
事故発生時の情報共有の仕組みづくり	マニュアル作成、関係者間での情報共有	定期的な見直し	-
災害時における来島者行動指針等のマニュアル化	計画作成、作成過程を通して問題意識等を共有	地域全体での意識および対応方法に関する共有	定期的な見直し
観光危機管理計画としての取りまとめ	情報共有のあり方とマニュアルの策定	計画に基づいた通信環境整備の検討	<継続>
緊急時対応に備えた通信協整備（拡充）	リスクとなっている箇所の特定（調査） 通信事業者等との調整	（調査・調整を受けた）整備・拡充（仮）	<継続>

期間ごとの取組目標	各マニュアルの整備	観光危機管理計画としての取りまとめ	PDCAサイクルによる計画の改善
-----------	-----------	-------------------	------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定
-----------	----------------	----------------	----------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎				◆			○観光事業者

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針3 観光インフラの整備

(5) ユニバーサルデザインの普及

1. 概要

●誰もが楽しめる観光地を目指し、施設や看板の改修などハード整備にユニバーサルデザイン※の考え方を取り入れます。施設の改修・整備にあたり、公的な補助制度の活用を検討します。研修等を通して観光サービスのソフト面でのユニバーサルデザインの考え方の普及に努めます。

※ユニバーサルデザインとは、「全ての人のためのデザイン」という意味で、年齢・性別・国籍・能力などの違いにかかわらず、皆に使いやすいデザインを目指したもの。この考え方を観光にあてはめ、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行のことを「ユニバーサルツーリズム」と呼びます。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

●ユニバーサルデザインが取り入れられることにより、年齢・国籍等を問わない幅広い来訪者が訪れ、小笠原での滞在を楽しむことができる

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

●ハード整備（整備・改修）時には必ずユニバーサルデザインの考え方が取り入れられている
●観光サービスを提供する村内事業者・関係者において、ユニバーサルデザインの考え方が普及している



現状の問題点

●ハード・ソフトの両面において一部不十分な部分がある
●ユニバーサルデザインの観点から、国内の先行地域と比較して遅れている面がある



進める上での
リスク・課題

●対応が遅れた地域とみなされる懸念がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
改修・整備時におけるユニバーサルデザインの反映	村内における未整備・未対応箇所の特定制	改修・整備時におけるユニバーサルデザイン対応	改修・整備時におけるユニバーサルデザイン対応
ユニバーサルデザイン研修の実施	村内関係者向け講座等の実施	<継続>	<継続>
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
▼			
期間ごとの取組目標	未対応箇所の特定制と周知・啓発	改修時における対応と継続周知・啓発	<継続>
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎		◎		◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(1) ターゲット戦略の構築

1) 来島者の意見や感想の分析結果の活用と共有 ※重点アクション

1. 概要	
●小笠原マーケティング調査を継続実施するとともに、これまでに蓄積してきた小笠原マーケティング調査データを詳細に分析し、小笠原の観光に対する評価、マーケットの特性などの精緻な把握を試みます。こうした分析結果を観光協会の部会ごと、加えて観光関係者にも広く伝わるような仕組みづくりを検討します。 ●観光サービスの品質の向上に向けて、小笠原マーケティング調査の結果に加え、小笠原アンバサダー※などの意見を集約し、観光事業者に伝えます。 ●『小笠原村観光振興ビジョン』を踏まえた上で、既存の市場調査のデータ分析に加え、事業者ニーズを適切に把握し、小笠原と相性の良いターゲットの分類・明確化を試み、ニーズの分析に努めます。	
※2019年から、小笠原村観光局が小笠原のファンや村民などを対象に「小笠原アンバサダープログラム」を開始。情報の少ない小笠原の魅力を伝える「口コミ情報」を増やすためのもので、アンバサダーに登録すると小笠原村の最新情報や、限定のイベント案内が届きます。	
2. 取組の効果	
	●小笠原と相性の良い客層が来訪することによる満足度向上 ●マーケティング調査結果やアンバサダーの意見がフィードバックされることによる、観光サービスの品質向上
3. 目指す姿・現状及び課題	
	●マーケティング調査の結果やアンバサダーの意見が観光事業者にフィードバックされる場を通じて、誘客・受入のPDCAサイクルが構築されている ●新たなターゲットに対応したマーケティング調査と誘客・受入のPDCAサイクルの構築ができる
	●小笠原と相性の良いターゲットの明確化ができていない ●マーケティング調査結果やアンバサダーの意見が観光事業者にフィードバックされていない
	●マーケティング調査結果を観光事業者にもわかりやすく示す必要がある ●インバウンド客などの新たなターゲットに対応したマーケティング調査の実施にはプラスのコストがかかる可能性がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>
▼			
期間ごとの取組目標	環境分析に基づいた誘客戦略の構築	戦略に基づいた受入環境の整備	PDCAサイクルによる誘客・受入の改善
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		◎	◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(1) ターゲット戦略の構築

2) “小笠原の観光に共感いただける旅行者”にむけた戦略の構築

1. 概要

- 小笠原の観光に共感いただける旅行者像を考察し、意識と行動の把握に努めます。
- 戦略の構築にあたっては、例えば環境配慮型のライフスタイルが伝統的に定着している国や地域における観光振興のあり方、サステナブルツーリズムをブランディング戦略として活用している取組み等を参照します。
- 国内の世界自然遺産地域との共通のアイデンティティを把握・共有することによって新たな観光サービスの創出、国内外に向けたプロモーションの展開を検討します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 島民・島内事業者・旅行者にとって持続可能な観光地の形成
- ブランディング

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- マーケティング調査の結果やアンバサダーの意見が観光事業者にフィードバックされる場を通じて、誘客・受入のPDCAサイクルが構築されている
- インバウンド客などの新たなターゲットに対応したマーケティング調査と誘客・受入のPDCAサイクルの構築ができる



現状の問題点

- サステナブルツーリズムや世界自然遺産地域と親和性の高い客層を取り込み切れていない



進める上での
リスク・課題

- ターゲットとなる「小笠原の観光に共感いただける旅行者」に対して、プロモーションなどでアプローチする手段がない可能性がある

※重点アクション

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>
期間ごとの取組目標	環境分析に基づいた誘客戦略の構築	戦略に基づいた受入環境の整備	PDCAサイクルによる誘客・受入の改善
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		◎	◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(1) ターゲット戦略の構築

3) インバウンド受入方針の検討と共有 ※重点アクション

1. 概要	
●小笠原における観光の方向性を踏まえた上で、今後のインバウンド需要の回復・拡大を見据え、長期滞在、高い経済効果、閑散期対策などの視点から、インバウンド需要の可能性を検討します。小笠原の観光におけるインバウンド受入方針、対応策の検討を深め、関係者間での共有を図ります。 ●インバウンドの受け入れに向けた観光案内所やデジタルサイネージ等の案内板、スマートフォンによる情報発信などDXの推進と多言語による情報提供の拡充には、ユニバーサルデザインの視点を重視します。また、外国人とのコミュニケーション・おもてなし力の向上に努めます。	
2. 取組の効果	
	●拡大するインバウンド需要の獲得による高い経済効果と安定性の確保 ●幅広い国・エリアからの観光客が訪れることによる国際化と異文化理解の向上 ●長期的な国内旅行市場の縮小という課題への対応 ●閑散期対策（平準化）への寄与
取り組むことのメリット・効果	
3. 目指す姿・現状及び課題	
	●戦略に応じた、ターゲットの具体化、誘客に向けた受入環境の整備、情報発信・プロモーションを順次進めることで、目的のインバウンド客を誘客・受入れができています
目指す姿	
	●インバウンドに対する誘客方針が定まっていない ●小笠原に訪れる旅行者のうち、インバウンド客は観光客全体の1%程度と少数である
現状の問題点	
	●宿泊施設の容量など、島内の受入環境が必ずしも整わない可能性がある ●インバウンドは戦争、災害、国際関係など様々な要因で市場環境が大きく変動する可能性がある
進める上でのリスク・課題	

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>
▼			
期間ごとの取組目標	環境分析に基づいた誘客戦略の構築	戦略に基づいた受入環境の整備	PDCAサイクルによる誘客・受入の改善
▲			
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		◎	◆			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(2) プロモーション戦略の整理と強化

1) 小笠原における観光のイメージの統一

1. 概要	
●小笠原の観光を伝えるイメージ・言葉の統一（「小笠原」「おがさわら」「Ogasawara」「ムニン」「ボニン」など）、小笠原の観光を端的に表すロゴの創作と使い方など、小笠原における観光のイメージがより印象深く伝わるような手法を検討します。 ●ウェブサイトやSNSによる売り出し方（「小笠原村として」「小笠原諸島として」「父島・母島それぞれとして」）を検討します。	
2. 取組の効果	
 取り組むことの メリット・効果	●小笠原における観光のイメージが印象深く伝わることによる小笠原のブランド力向上
3. 目指す姿・現状及び課題	
 目指す姿	●ビジョンで定めたOgasawara SMILE Tourismの認知度が向上し、小笠原自体の認知度と地域としてのあり方に共感する人たちが増えている
 現状の問題点	●小笠原の観光を伝えるイメージ・言葉が統一されていない ●ウェブサイトやSNSによる情報発信の方針が定められていない
 進める上での リスク・課題	●小笠原の観光には多様な魅力がある中で、ひとつのイメージ・言葉・ロゴに統一することが困難である可能性

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
プロモーションにおける Ogasawara SMILE Tourismの使用	例) 電車広告 船舶への掲出	<継続>	<継続>
あらゆる場面での Ogasawara SMILE Tourismの使用	例) ノベルティの制作 各種企画への紐づけ	<継続>	<継続>
Ogasawara SMILE Tourism特設サイト の検討	サイト制作の検討	<継続>	<継続>
-	-	-	-
-	-	-	-
期間ごとの取組目標	Ogasawara SMILE Tourismの活用	<継続>	<継続>
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎	◎	◆	◎			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(2) プロモーション戦略の整理と強化

2) 情報発信方法の整理

1. 概要	
●情報発信方法の整理を進め、小笠原とリピーターやファンとのつながりが深まるような方法を検討します。 ●歴史的事象や日々の暮らしの変遷など、小笠原固有の人文的なことがらを観光対象・誘客素材に位置づけた新たなプロモーションの展開も検討します。	
2. 取組の効果	
 取り組むことの メリット・効果	●戦略で定めたターゲットの誘客 ●情報発信方法の整理によって、利用者が見たい情報を簡単に分かりやすく見られるようになる ●リピーター・ファンとのつながりがさらに深まることで、市場のニーズを的確にスピーディーに施策に反映できる ●人文資源の活用により、小笠原観光の新たな側面を訴求できる
3. 目指す姿・現状及び課題	
 目指す姿	●各組織から発信される情報が分担・整理され、地域として分かりやすく情報発信が行われている ●リピーター・ファンから効果的に意見を聴取できる仕組みができている ●人文資源の魅力が発信されて、新たな市場に訴求できている
 現状の問題点	●様々な機関がそれぞれの方針で情報発信を行っている
 進める上での リスク・課題	●サイトの更新や設置にはコストがかかる ●プロモーション素材の制作や発信にもコストがかかる ●プロモーション内容は誘客戦略とすり合わせる必要がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
既存の情報発信方法の 整理・検証	各組織の既存の情報 発信方法・内容の整理	-	-
アンバサダー制度の 更なる活用の検討	既存施策の継続 更なる活用策の検討	<継続> 活用策の実施	<継続>
人文資源を活用した プロモーションの検討	-	誘客戦略とのすり合わせと 方針の検討 誘客素材の収集・整理	(検討に基づいた) プロモーションの展開
-	-	-	-
-	-	-	-
期間ごとの取組目標	既存の情報発信の整理と アンバサダーの更なる活用	人文資源のプロモーション への活用検討	<継続>
期間ごとの評価指標	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定	見直し・検証時に 合わせて設定

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎	◎	◆	◎			

(◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事)

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(2) プロモーション戦略の整理と強化

3) 教育旅行の誘致推進

1. 概要

- 教育旅行（修学旅行、大学のゼミ合宿、企業研修など）の誘致は引き続き強化し、小笠原ならではの教育効果の発揮を目指します。教育旅行の適正な受入れ規模、来訪時期などを検討します。
- 平和学習、自然・環境学習など、小笠原でしか体験できない魅力あるコンテンツ（エコツーリズムの取組みなど）を企画・造成します。これら体験内容などの詳しい解説書の作成を検討します。
- 新たなコンテンツとして世界的な課題である脱炭素に着目し、小笠原村の取組み方針を紹介・伝えていくことを検討します。
- 小笠原村外の学校の総合学習等における“小笠原を学ぶ”プログラムの普及を検討します。

2. 取組の効果



- 小笠原でしか体験できないコンテンツとそれによる教育効果による、教育旅行先としての小笠原のブランド力向上
- 旅行需要の年間平準化による観光事業者の生産性向上
- 島へのリピーター・移住者等を増やすきっかけづくり

3. 目指す姿・現状及び課題



- 教育旅行の誘客戦略（時期、ターゲット、規模など）を構築し、ターゲット向けのコンテンツ造成と戦略に基づいた誘客・プロモーションの展開することで、多くの教育旅行が来訪している
- 教育コンテンツの更なる磨き上げにより、教育効果と教育旅行先としての小笠原のブランド力が向上している



- 教育旅行はコロナ前まで、件数・人数ともに2012年～2013年ごろをピークに減少傾向にあった
- 地域において教育旅行に対応できる宿泊施設が不足している

現状の問題点



- 修学旅行、大学のゼミ合宿など、生徒・学生による教育旅行市場は、少子化により今後も縮小することが予想される
- 教育旅行は予算が限られる面がある

進める上での
リスク・課題

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
教育旅行の誘致方針の確認・検討	環境変化を踏まえた誘致方針の確認・検討	<継続>	<継続>
コンテンツの企画・造成	既存の教育旅行の検証 新規コンテンツの方針検討 既存・新規コンテンツの整理	コンテンツ集（解説書）の作成・更新	<継続>
教育旅行の誘致	方針に基づいた誘致活動の実施	<継続>	<継続>
“小笠原を学ぶ”プログラムの普及・更新	プログラム実施校の拡大 内容の適宜更新	<継続>	<継続>
-	-	-	-

期間ごとの取組目標	戦略に基づいた誘客と教育旅行の受入	教育効果の更なる向上 教育旅行先としての小笠原のブランド力向上	-
-----------	-------------------	------------------------------------	---

期間ごとの評価指標	教育旅行の受入人数	都内の学校における小笠原の教育旅行に対する認知度や評価	-
-----------	-----------	-----------------------------	---

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎			◎	◆			

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

基本方針 4 戦略的なマーケティングの実施

(2) プロモーション戦略の整理と強化

4) 閑散期の積極誘客 ※重点アクション

1. 概要

●来島者が少なくなる時期には、旅行季節を問わないMICE※や視察旅行、ワーケーション、ボランティア旅行※（環境保全ツアー、一次産業の作業に協力する活動など）のなかでも小笠原の観光にふさわしい需要の積極的な誘致を目指します。新たなマーケットの獲得に向けて、販売促進ルートや情報発信内容を検討します。

※MICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（IncentiveTravel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称。
※ボランティア旅行とは、例えば、自然再生、登山道補修、環境保全ツアー、一次産業の作業に協力する活動などを指します。

2. 取組の効果



取り組むことの
メリット・効果

- 旅行需要の年間平準化による観光事業者の生産性向上
- 新たなマーケットの獲得による経済効果

3. 目指す姿・現状及び課題



目指す姿

- 閑散期にMICEや視察旅行、ワーケーション、ボランティア旅行などの様々な旅行目的の客層を誘客するための戦略が構築されている
- 戦略に基づいたプロモーションの展開と、フィードバックの場を通じたPDCAサイクルにより誘客・受入の確度を高めることができている



現状の問題点

- 観光客数は、夏休み（7-8月）と春休み（3月）がピーク期である一方、冬季（1月、11-12月）は大きく落ち込むため、季節変動が大きい
- 閑散期の誘客戦略が定まっていない



進める上での
リスク・課題

- MICE、ワーケーション等を受け入れるための施設の機能強化には相応のコストをかける必要がある
- MICE、視察旅行、ワーケーション、ボランティア旅行いずれも既に受け入れている他の観光地（競合相手）との競争になるため、スムーズに誘客が進まない可能性がある

4. 期間ごとの取組事項

取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>

期間ごとの取組目標	環境分析に基づいた誘客戦略の構築	戦略に基づいた受入環境の整備	PDCAサイクルによる誘客・受入の改善
-----------	------------------	----------------	---------------------

期間ごとの評価指標	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定	見直し・検証時に合わせて設定
-----------	----------------	----------------	----------------

5. 実施主体（協力先、関係先を含む）

父親	母親	OWA	商工会	観光局	村役場	漁協	農協	その他
◎	◎	◎		◎	◆			

（◎実施主体／○オブザーバー／◆幹事）

小笠原村観光振興ビジョン
－Ogasawara SMILE Tourism－
アクションプラン

「重点プロジェクトの検討結果」



1. 保全と利用部会



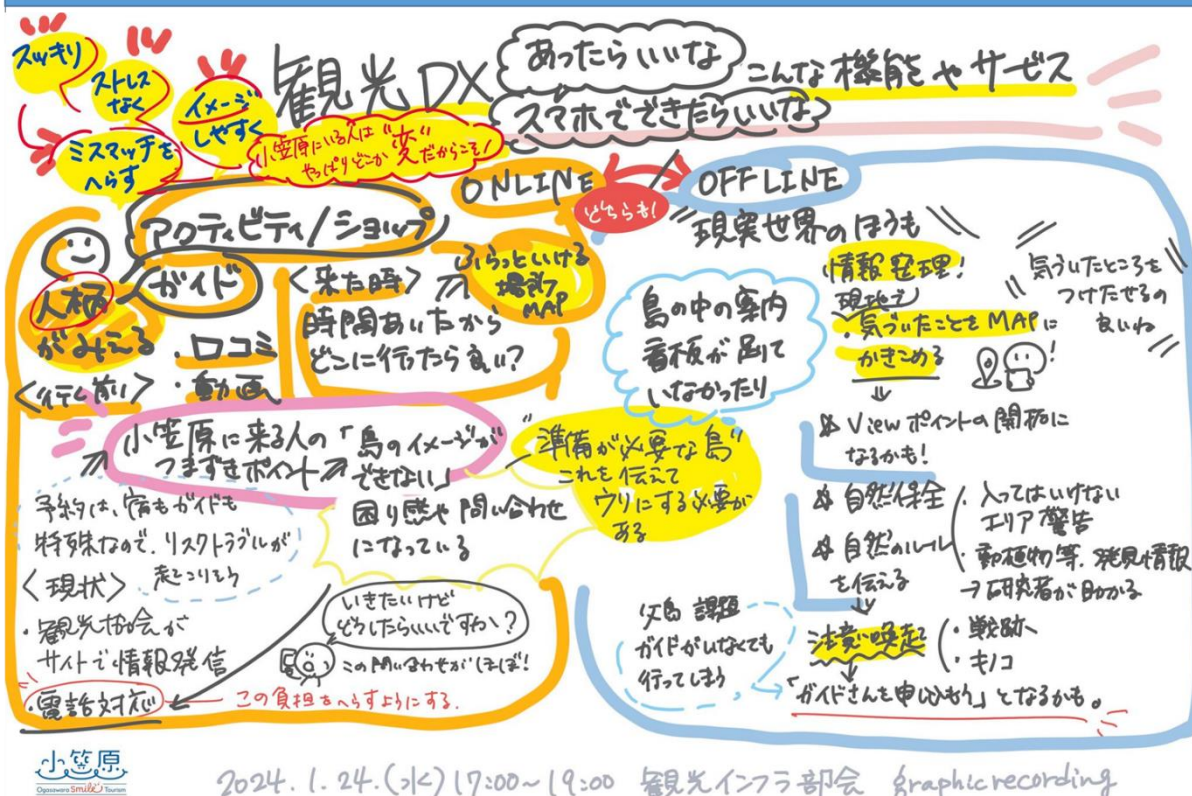
取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ～ R7	R8 ～ R10	R11 ～ R13
現ガイドの就業の きっかけ・ルート の現状把握・分析	現ガイドへの アンケートまたは 聴き取り調査		
有効なきっかけ・ルート に対するアプローチ	有効なきっかけ・ルート に対する調査・調整	選別したルートに対して 適切な手段による 人材募集の呼びかけ	＜継続＞
地域一体型インターンの 検討（・実施）	地域一体型インターン の可能性および 具体実施手法の検討	関係者連携による 地域一体型インターン の試行	関係者連携による 地域一体型インターン の継続
村民が島の魅力を伝える 機会の創出	村民（子ども等）が島の 魅力を伝える場を作る （島っ子インタープリター）	＜継続＞	＜継続＞
島内居住箇所の 検討（・確保）	島内における 活用可能箇所 の調査・聴き取り	活用可能箇所への 調整（・活用試行）	（試行に基づいた） 継続受入の検討・実施
	▼	▼	▼
期間ごとの取組目標	現況把握 有効な手段の検討	検討に基づいた 具体策の実施	新たな仕組みの下での 島内への人材受入

2. 品質向上部会



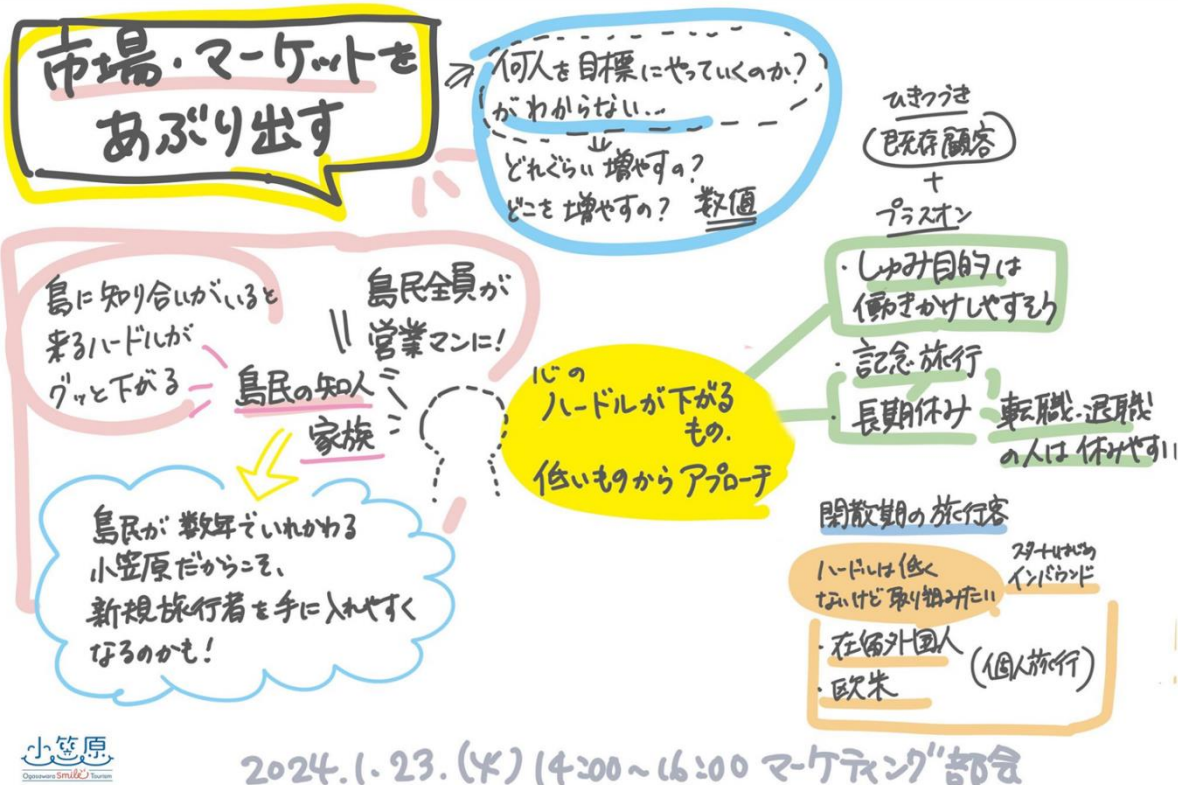
取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
観光マーケティング調査の 分析とフィードバック	マーケティング調査データの 詳細分析、情報共有	<継続>	<継続>
生産者と事業者との 意見交換、マッチング支援	生産者と事業者との 意見交換、情報整理	(意見交換を通じて) 試験的取組の実施	<継続>
特産品のPR	新たな販路拡大に向けた 内地でのPR活動に関する あり方検討	内地でのPR活動推進 結果検証とフィードバック	<継続>
直売場等の拡充・新設の 検討	流通体制や販売箇所の 検討	試行的取組と 取組結果の検証	<継続>
	-		
	▼	▼	▼
期間ごとの取組目標	意見交換および 取組事項の整理	マッチング体制の確立	流通体制の構築、 特産品の高付加価値化

3. 観光インフラ部会



取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
デジタルを活用した 新たな情報発信 －map作成－	随時更新可能な シンプルで使いやすい デジタルマップの制作	＜継続・更新＞	＜継続・更新＞
デジタルを活用した 新たな情報発信 －人物発信－	村内事業者の人柄が 伝わり、旅行者の安心 に繋がる情報発信	＜継続・更新＞	＜継続・更新＞
問合せ対応の省力化	チャットボット等の 問合せ対応に対する 省力化策の導入	＜継続・更新＞	＜継続・更新＞
その他の方策の 検討・実施	-	検討	実施
データを活用した マーケティング実施	-	検討	地域一体型データ マーケティングの実施
	▼	▼	▼
期間ごとの取組目標	観光DX戦略の策定	計画に基づいた 取組推進	データを活用した マーケティング実施

4. マーケティング部会



取組細目	期間ごとの取組		
	R5 ~ R7	R8 ~ R10	R11 ~ R13
小笠原内外における旅行者需要の分析	小笠原マーケティング調査データの詳細分析 小笠原内外の関連データの整理	<継続>	<継続>
ターゲット戦略の設定	分析結果に基づいたターゲットの設定	市場動向の変化に応じた、ターゲットの再整理	<継続>
戦略に基づいた誘客・プロモーションの検討・実施	ターゲットに応じたプロモーション方法の選択と実施	<継続>	<継続>
戦略に基づいた受入環境整備の検討・実施	緊急性の高い受入環境整備への対応	ターゲットに応じた受入環境の整備	<継続>
データに基づいた分析と検証の場づくり	分析結果を共有して戦略・方針を検討する「場」の設定	「場」を活用した戦略・方針の検証・更新	<継続>
	▼	▼	▼
期間ごとの取組目標	環境分析に基づいた誘客戦略の構築	戦略に基づいた受入環境の整備	PDCAサイクルによる誘客・受入の改善

Ogasawara SMILE Tourism アクションプラン

発行年月	令和6年3月
発行・編集	小笠原村産業観光課
住 所	東京都小笠原村父島字西町
電 話	04998-2-3114

