

小笠原村観光振興ビジョン



令和5年3月 小笠原村

はじめに

小笠原村では、1988(昭和63)年に実施した「日本初のホエールウォッチング」以降、調査研究やルール制定等によって自然環境を守りつつ、またガイドによる専門的な解説によって深みのある観光を楽しんでもらうエコツーリズムに取り組んできました。2000(平成12)年に策定した『小笠原諸島観光振興計画(ブルーダイヤモンドプラン)』では、エコツーリズムを観光振興の基本方針に位置づけ、「かけがえのない小笠原の自然をまもりながら、旅行者がその自然と自然にはぐくまれた歴史文化に親しみ、小笠原の村民が豊かに暮らせる島づくり」を目指してきたところです。

小笠原村が独自に策定したブルーダイヤモンドプランから約20年が経過し、今般、観光関係者とともに、これまでの小笠原の観光を振り返った上で、この先の小笠原村の観光振興の方向性を示した『小笠原村観光振興ビジョン』を策定しました。

このビジョンでは、訪れる人、観光振興に携わる人、自然を守り育む人、そして村民が観光と関わり・つながる「人が主役の観光振興」を柱とし、これからの小笠原村の観光を「Ogasawara SMILE Tourism(スマイルツーリズム)」と表現しました。その上で、ガイドツアーの魅力向上などを通して小笠原エコツーリズムをいっそう推進すること、観光サービスの品質向上、観光インフラの整備、戦略的なマーケティング、推進体制の強化と担い手づくりの方向性を示しています。

この『小笠原村観光振興ビジョン』を観光事業者や村民の皆さまにも広くお知らせするとともに小笠原の観光の方向性を共有し、一人一人が小笠原の観光を支えていくということに思いをよせ、小笠原の将来に向けて協働して、諸活動に取り組んでいきたいと思えます。「小笠原の観光資源は自然と人」という基本を忘れず、「心豊かに訪れ、暮らし続けられる島」の実現に向けて観光振興を進めてまいります。

令和5年3月吉日
小笠原村長 渋谷正昭





目次

1. 小笠原村観光振興ビジョンとは	4
2. 小笠原における観光振興の方向性	6
3. 小笠原における観光の現状と課題	8
(1) 小笠原を訪れた来島者の概況	8
(2) 小笠原における観光をとりまく課題	12
4. 観光振興の基本方針と重点取組み事項	14
基本方針1 小笠原エコツーリズムの推進	16
(1) 観光資源の保全と適正利用	16
(2) ガイドツアーの魅力向上	17
(3) ガイドの育成・能力向上	18
基本方針2 観光サービスの品質の向上	19
(1) 宿泊・飲食・物販等のサービス品質の向上	19
(2) 観光サービスの評価の見える化	20
(3) 観光サービス業における環境配慮型経営の促進	21
(4) 安全管理の意識向上	21
基本方針3 観光インフラの整備	22
(1) デジタル活用の推進	22
(2) ガイドツアー実施環境の充実	23
(3) 島内交通の充実	23
(4) 安全性の向上	23
(5) ユニバーサルデザインの普及	23
基本方針4 戦略的なマーケティングの実施	24
(1) ターゲット戦略の構築	24
(2) プロモーション戦略の整理と強化	25
基本方針5 推進体制の強化・担い手づくり	27
(1) 推進体制の強化	27
(2) 担い手づくり	28
5. 『小笠原村観光振興ビジョン』の推進体制	29
資料：『小笠原村観光振興ビジョン』策定の過程	30

1 小笠原村観光振興ビジョンとは

小笠原諸島(東京都小笠原村)は、東京都の南約1,000kmに位置する父島列島及び母島列島など太平洋上に散在する30余りの島々で構成されています。これまでに一度も陸続きにならなかったことのない海洋島として独自の進化を遂げてきました。

小笠原への交通手段は海路に限られ、現在は定期航路として小笠原海運株式会社が運航する「おがさわら丸」が東京都心との間を片道24時間で結んでいます。来島者の一般的な行程は、東京発後の翌日に父島に到着し、父島で3泊停泊した後に東京に戻るというもので、平均的な旅程は5泊6日で、このうち船中で2泊することになります。

観光振興の歴史を振り返ると、1968(昭和43)年に本土復帰、小笠原村が設置され、その後の1972(昭和47)年には小笠原海運株式会社が東京と父島を結ぶ定期航路を開設。これに伴い小笠原協会直営の「小笠原会館」や村立宿泊所「三日月荘」が宿所として営業を開始しました。また、同年に小笠原国立公園が指定されていました。この翌年、定期航路に「父島丸」が就航して往来の時間が短縮しました。そして、1974(昭和49)年には小笠原村観光協会が設立され、50者程度の会員数のもとで現在と同様の宿泊部、商事部、料飲部、ガイド部の4部制での運営が始まりました。この頃、年間で1万人弱の来島者が訪れるようになり、ダイビングや釣りを楽しんでいたといえます。

こうした中、1988(昭和63)年には小笠原諸島返還20周年記念事業のイベントとして母島でホエールウォッチングが開催されました。その翌年、事業化に向けて小笠原ホエールウォッチング協会が設立されるとともに、その過程ではホエールウォッチングの自主ルールがつくられ、いまま運用されています。これが小笠原エコツーリズムの始まりです。自然環境の保護・保全と観光利用の両立を具体的に示した先駆的な取組みとして、他地域の見本にもなりました。

2000(平成12)年に策定した『小笠原諸島観光振興計画(ブルーダイヤモンドプラン)』では、“かけがえのない小笠原の自然をまもりながら、旅行者がその自然と自然にはぐくまれた歴史文化に親しみ、小笠原の村民が豊かに暮らせる島づくり”を目指すこととし、エコツーリズムを基軸とした観光振興を強力に推進してきました。

こうした小笠原エコツーリズムの特徴として、自然環境を守るための具体的な手段となる観光利用を調整・制御するルールが挙げられます。2002(平成14)年に、東京都知事と小笠原村長の間で「小笠原諸島における自然環境保全促進地域の適正な利用に関する協定書」を締結し、南島・石門に関するルールの運用が始まりました。また、2004(平成16)年には、小笠原村観光協会がオガサワラオオコウモリウォッチングなどの自主ルール、翌年にはドルフィンウォッチング・スイムのルールなどを相次いで設定するなど、観光事業者らが率先して自主ルールをつくり、エコツーリズムを推進してきました。

また、2011(平成23)年には、世界自然遺産に登録され、小笠原の自然環境の価値が世界水準であると認められました。自然環境を保護・保全しながら、その価値を来島者に伝えていくことが小笠原における観光の使命です。こうした取り組みを『小笠原村エコツーリズム推進全体構想』としてとりまとめ、2016(平成28)年に環境大臣の認定を受けました。

エコツーリズムの他にも、小笠原村では観光振興に向けて、特産品の開発などにも取り組んできました。例えば、1989(平成元)年には小笠原ラム・リキュール株式会社を設立し、1992(平成4)年にラム酒、翌年にパッション・リキュールの一般販売を始めています。島の特産品であるパッションフルーツを都心で毎年開催される「愛らんどフェア」や、2年に1度開催の「島じまん」イベントに出店・出品し、小笠原の観光をアピールしてきました。また、扇浦分譲地の開発や、遊歩道の補修・整備やバイオトイレの設置などによって受け入れ環境を整えてきました。

一方で、母島の観光関係者が協働し、観光情報の発信などをする枠組みとして、1987(昭和62)年に母島観光協会を設立し、母島固有の観光振興に取り組んできました。また、来島者に向けた独自の企画型観光商品の企画販売を行なう小笠原ツアーデスクを2006(平成18)年に設立し、その後の2011(平成23)年には小笠原村観光局に改編してマーケティング機能を強化しています。観光関係者らが話し合う場を設け、課題の解決に向けて主体的かつ協働で取り組んできたことも小笠原の観光振興の特徴だといえるでしょう。

さて、これまでは小笠原村が独自に観光振興の方向性を示した『ブルーダイヤモンドプラン』のもとでエコツーリズムの理念に沿って“自然との共生及び世界のモデル・交流アイランド”の実現を目指してきました。今般、小笠原の観光振興を振り返ったうえで、これからおよそ10年間の観光振興の方向性をあらわした『小笠原村観光振興ビジョン』を策定しました。このビジョンは、小笠原村観光協会、小笠原母島観光協会、小笠原ホエールウォッチング協会、小笠原村観光局と議論を繰り返し、関係行政機関、小笠原の観光産業や自然環境保全を支えてきた諸団体等からの意見をとりまとめ、小笠原村が策定したものです。

小笠原の観光の礎を築いてきた世代、その基盤の上で小笠原の観光を具体化・発展させてきた世代、これからの小笠原の観光を担い支えていこうとする世代、そしてこうした支えを受けて新たに観光に挑戦しようとする世代、それぞれが互いの意見・考えを共有し、協働しながら『小笠原村観光振興ビジョン』の実現に向けて、誇りと責任ある行動に努めていきましょう。

2 小笠原における観光振興の方向性

小笠原村を訪れる来島者数は、世界自然遺産登録による一時的な増加からは落ち着いたものの、登録以前を上回る観光客数を維持しています。来島者を魅了する豊かな自然環境は村民の暮らしにも欠かせない観光資源だということ、観光による消費活動は農業・漁業をはじめとする他の産業にも波及すること、観光産業は島の子供たちの将来を支える産業であること、そして観光は小笠原の活気ある風景を作り出していること、小笠原には観光は無くしてはならないものだということを強く意識し、これからの観光振興に取り組むこととします。

小笠原の観光に共感いただける方、小笠原が好きな方に何度も繰り返して来ていただける島づくりが目標です。わたしたちの小笠原はそんな島であり続けたいと思います。

その上で、旅の始まりから終わりまで、ゆったりとした癒しの時間(**Slow**)を過ごし、また人と人との出会い(**Meet**)を大事にしながら、島(**IsLand**)の豊かな自然や貴重な生物と触れ合う(**Ecotourism**)ことで、訪れる人も村民もそして自然も笑顔(**SMILE**)になれる観光地づくり(**Tourism**)を目指していきます。

これが **Ogasawara Smile[😊] Tourism** です。

みんなが笑顔で「ありがとう!」と言うところ。
小笠原はこんな島であり続けます。



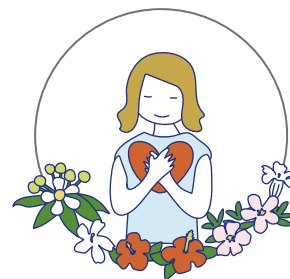
訪れた人が笑顔になる島



観光産業が経済を支え
島っ子があこがれる仕事となる島



自然と文化を
いつまでも大切に継承する島



小笠原の観光を誇りに感じ
自然の中で心豊かに暮らし続けられる島

こんな島であってほしい!

こんな島であり続けたい!

保護・安全のためのルールを守るもの、厳格なルールにがんじがらめににならない運用。自然環境の保全にかかわる人たちがお互いに優しい気持ちで話し合うところ。

島民、観光客が小笠原の自然を守りながらも、新しいことにチャレンジして、発展し続ける村を。他地域のモデルとなるような取り組みを続ける島に。

ガイドさんや、宿泊、飲食、商業で働く人たちが、それぞれしっかりと収入を得て、それぞれのフィールドで輝いている姿をみた子供たちが憧れる島に。

ありのままの海や山、観光客として、他の離島では味わえないことが感じられる島に。その姿を求めて、観光客が訪れ、島民と交流人口が増えるように。

島民だけでなく、観光客も自然を守り、美しい自然の中で動植物といつまでも共存し続ける島。

エコツーリズムの取り組みがさらに進化し、世界のエコツーリズム先進地に、全国のガイド育成の聖地。

子供たちはのびのびと育ち、自然・生物の大切さを学び、島っ子ガイドが増えていて欲しい。島の観光事業者が子供たちの将来なりたい職業に、あこがれの職業になる。

世界中の若者があこがれる研究施設があり、小笠原を中心に未来の日本を考える。世界をリードする島になる。



自然と触れ合い、感じ、自然に合わせてのんびりと楽しめる生活。子供たち、島民、そして島を好きになってくれた人たちと住み続け、いつまでも変わらず好きな島だと感じる、これまで通りの生活が継承するところ。

地産地消と地場産業が栄える島。

一生この島で暮らしたいと思えるような小笠原。暮らしている人が幸せを感じて、来島客にも思いやりや優しさ・気配りを持って触れ合える。小笠原にいるあの人にまた会うために再び島に訪れたい、という気にならせる島に。

世界でここにしかない自然と共存している生活。ゆたかな自然の中で、ステキな景色をゆっくり味わいながら生活したい。小笠原の自然を毎日感じながら心おだやかに生活をしたい。

ゆたかな自然のなかで大人も子どもも楽しく笑って暮らせるところ。頑張った人はより楽しく、まあまあ人もそれなりに暮らせるところ。

島民が島に誇りを持つる未来に。大自然を残しつつ、新たに小笠原に住んでくれる人が増え、他地域のモデルケースになるような取り組みによって住んでる人たちが潤う小笠原に。

Keep on Smile、人も生物も支えあい、笑顔がありつづける島。心素直になれる原点回帰の島。

3 小笠原における観光の現状と課題

(1) 小笠原を訪れた来島者の概況

小笠原を訪れた来島者(観光客)の状況を、各種のデータ類や、小笠原での滞在を終えて帰路につくために父島の船客待合所にいた人たちに尋ねたアンケート調査の結果をもとに、振り返ってみましょう。

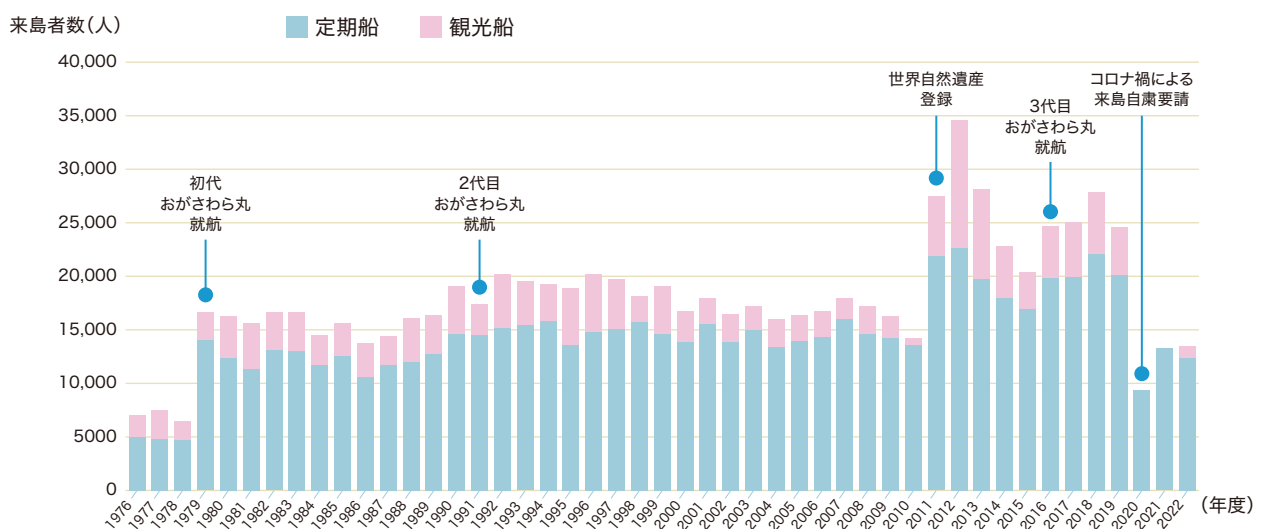
<来島者数>

「おがさわら丸」の乗船客数は1年間で28,495人(コロナ禍の影響をうける前の2019(平成31年度の数値)です。このうち、村民や仕事で訪れた人たちを除いた観光客数は20,082人と推計しています。これに大型のクルーズ船で来た人たち4,498人を加えると、小笠原には年間24,580人が観光で訪れていることとなります。また、父島と母島を結ぶ「はしま丸」の乗船客数は8,735人で、このうちの5,373人が島外客となります。

これまでの推移をみると、2011(平成23)年の世界自然遺産登録を機に急増しましたが、この効果はすぐに薄れたようです。また、新造船の就航によって所要時間が短縮されるごとに来島客数は増加していることがわかります。

観光業にかかわる人たちの間では、かつてはダイビングやホエールウォッチングなどの海洋レクリエーションを目的に訪れる若年の観光旅行者が多かったようですが、世界自然遺産登録をきっかけに中高年層の観光客が目立つようになったと話されています。これによって軽登山などの陸域での活動を楽しむ人たちが急増したといえます。

図1：定期船および観光船による小笠原への来島者数(観光目的)、出典：小笠原村

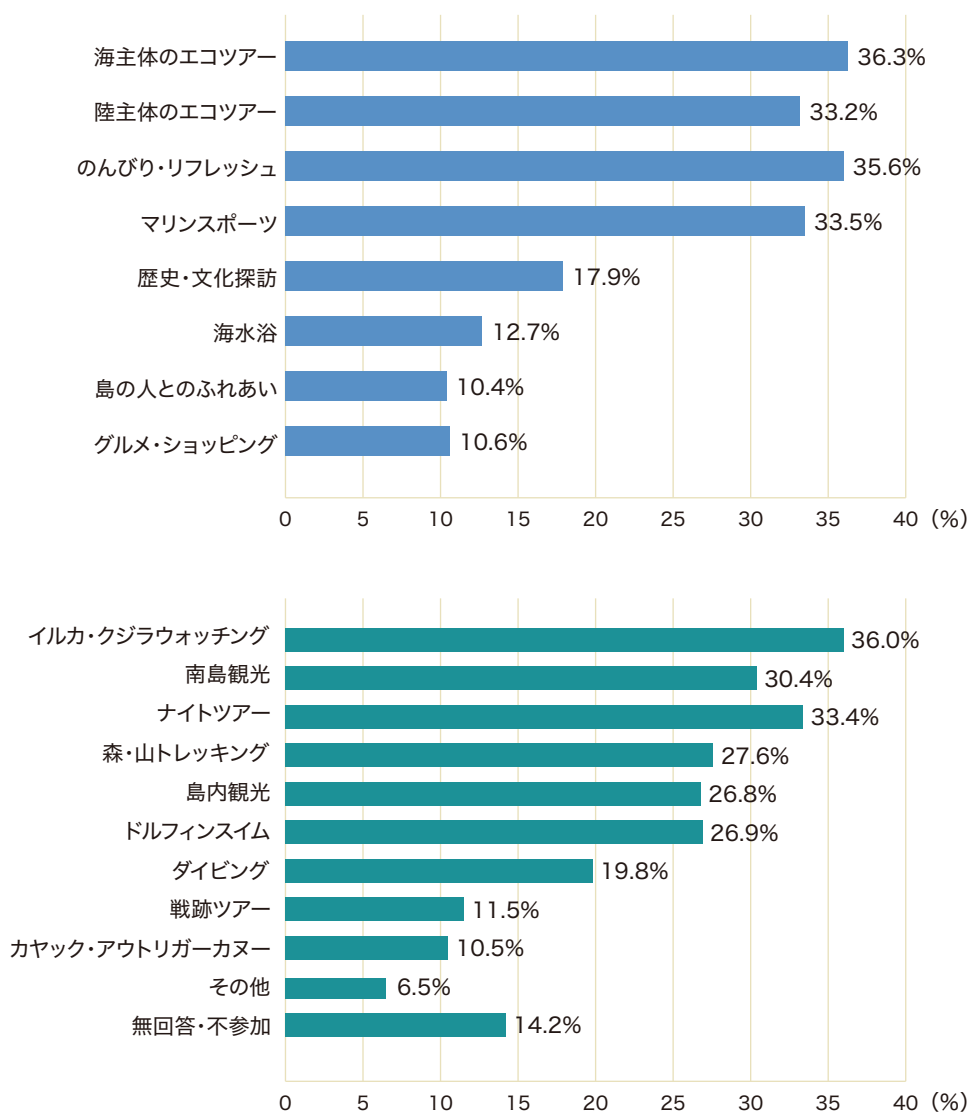


＜来島目的と島での行動＞

小笠原マーケティング調査によると、訪問目的で最も多いのは「海主体のエコツアー（36.3%）」への参加で、次に「のんびり・リフレッシュ（35.6%）」、「マリンスポーツ（33.5%）」、「陸主体のエコツアー（33.2%）」と続きます（図2）。小笠原といえばエコツーリズムということが広く知られているようです。

実際に参加したガイドツアーをみると、観光客の約4割が「イルカ・クジラウォッチング（36.0%）」を体験しており、続いて「ナイトツアー（33.4%）」、「南島観光（30.4%）」、となっています。なお、ツアーには参加しなかった「不参加（無回答含む）」は14.2%にとどまり、多くの観光客が何らかのガイドツアーに参加しているようです（図2）。

図2：小笠原を訪れた観光客の訪問目的（上）と参加したガイドツアー（下）、出典：小笠原村



<満足度>

小笠原での体験に対する満足度を聞いたところ、「非常に満足」と答えた人の割合は48.2%、「満足」は37.0%で、両者をあわせると全体の85%の人が小笠原での滞在は楽しかったと感じているようです(図3)。これまでの推移(満足度を得点化)をみると2011年から徐々に高まっており、小笠原での観光サービスの質が全般的に向上していることがわかります(図4)。しかしながら、回答者の年齢別や、宿泊施設、飲食店、物販店、ガイドツアーといったサービスごと、さらにスタッフの対応、施設やサービス内容などの詳細な項目によって満足度は異なっており、まだまだ満足度を高めるための努力を続けていくことが必要です。

図3: 総合満足度の内訳、出典:小笠原村

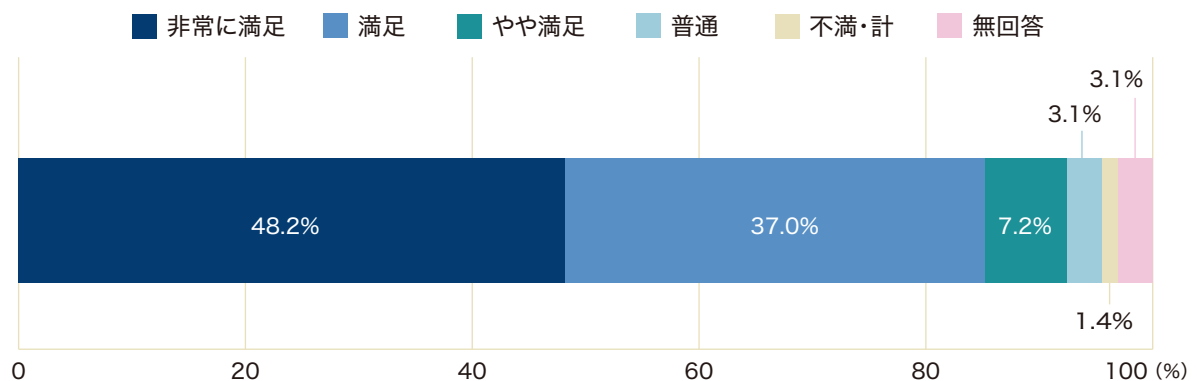
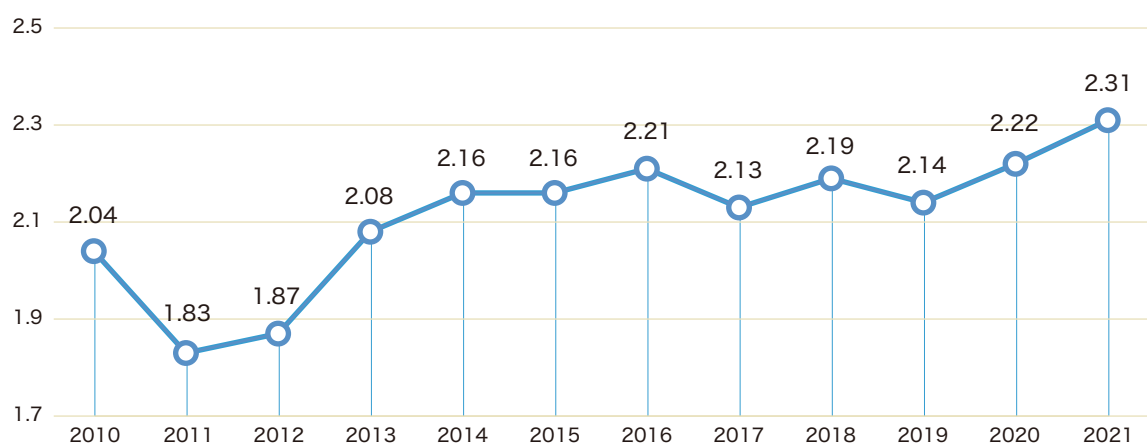


図4: 総合満足度の経年変化 ※総合満足度(得点化したもの)の12年間の変遷、出典:小笠原村



<最近の観光動向>

このように推移してきた小笠原の観光ですが、2020(令和2)年に入ると新型コロナウイルス感染症の蔓延の影響を受けて来島者数は激減しました。小笠原村では、村民の安全・安心な暮らしの確保を最優先し、一時期は村民以外の来島を抑制しましたが、乗船客への無料PCR検査受診の呼びかけなどの対応をしながら、徐々に受け入れを広げてきたところです。コロナ禍という厳しい環境下においても、来島者に十分配慮した観光サービスの提供と、自然の中での開放的なツアー・プログラムへの参加や、村民との交流は、来島者に旅の喜びをもたらしたでしょう。ここで暮らすわたしたちの安らかな日常と、観光振興が寄り添うことが小笠原の観光の大きな特徴だといえるでしょう。



(2) 小笠原における観光をとりまく課題

小笠原の観光産業を支える方々による意見交換や、観光振興や自然環境の保全に取り組む諸機関、第一次産業を支える団体、国、東京都などに対する聞き取り調査などを重ねたところ、小笠原の観光振興を推進する上で改善すべき課題がみえてきました。その一部を抜粋して紹介します。

宿泊

- ・ 父島に3泊しないと宿が予約しづらい
- ・ チェックアウトからおが丸出航まで時間を持て余す
- ・ 宿泊施設の老朽化
- ・ ホテルレベルの宿が皆無
- ・ 宿泊施設の数少なく、シングルルームも不足
- ・ 稼働していない宿泊施設がある

飲食・商事

- ・ ネット予約できる店舗が少ない
- ・ マルシェや屋台村のようなものが欲しい
- ・ 地元食材が手に入りづらく、価格も高い
- ・ お土産が少なく、さらに質向上を目指す
- ・ 外来種を利用した特産品開発
- ・ 特産品を生かした小笠原ブランドの確立
- ・ 昼食営業店舗が少なく、お弁当不足
- ・ 飲食店や売店が少ない

その他サービス

- ・ 緊急連絡手段の整備
- ・ 予約導線が不明瞭
- ・ クレジットカード利用の普及など島内の観光DXが進まない
- ・ 長期滞在向けプラン・プログラムが欲しい
- ・ 富裕層向けの滞在型コンテンツがほとんど無い
- ・ 観光に対する意識や事業者のサービス意識の統一
- ・ 事業者の高齢化に従うサービスの低下
- ・ 観光客を歓迎するムードがない

小笠原における

アクティビティ

- ・ 安全管理意識の向上
- ・ 新規エリアの開拓
- ・ 新たなツアープログラムの開発
- ・ ツアー料金の見直し
- ・ ツアー中止時のフォロー体制
- ・ 雨天時対策
- ・ 優良事業者の見える化
- ・ 島内事業者のルール遵守

エコツーリズム

- ・ 文化芸能や農業などの多様なツアーメニュー開発
- ・ 戦跡の保護と移設
- ・ 南島上陸地点の改善
- ・ 禁止エリアへの立ち入り
- ・ 来島者への自主ルールの普及と現存ルールの検証
- ・ 自然環境の変化の検証とモニタリング
- ・ 自然の保全と利用のバランス
- ・ 予算とスピード感をもった対応

島内連携

- ・ 未来予想図の共有
- ・ 観光客と村民の関係(コロナによるマイナスイメージ)
- ・ 関連団体間の連携や行政の縦割り
- ・ 父島と母島での連携体制

受入体制

- ・ 関西からの定期船就航
- ・ 閑散期と繁忙期の二極化
- ・ 修学旅行の受入
- ・ インバウンドへの対応

その他

- ・ 島全体が安全・安心・健康に暮らせる持続可能な島
- ・ 村としての考え
- ・ 予算確保

情報発信

- ・ 統一的な情報発信、認知度向上
- ・ 長期滞在者へのアプローチ
- ・ 島外に対する強みを生かした観光PRと発信内容の共有
- ・ 比較検討先となった観光地の差別化
- ・ 戦略的なマーケティングやターゲットニング

施設整備

- ・ 船客待合所の設備・改修
- ・ 港に有料シャワーの設置
- ・ 港の駐車場確保・駐車場不足
- ・ 既存インフラに対する観光利用のための整備
- ・ Wi-Fi環境やワーキングスペース整備
- ・ バリアフリーサービス
- ・ 来島者が利用できる公共施設の新設
- ・ 観光関連施設の整備

住宅・土地

- ・ 若い人が土地を手に入れにくい
- ・ 事業者がオフィスとして使用できる場所がない
- ・ 単身者用のアパートが多く、家族では住めない
- ・ 住宅不足、スタッフ宿舍の確保

観光をとりまく課題

村民生活

- ・ 島全体が安全・安心・健康に暮らせる持続可能な島づくり
- ・ 携帯の電波の範囲が狭い
- ・ 物流の制限、新規輸送方法の検討
- ・ 燃料や送料、物価、建築費用が高い

交通

- ・ レンタカーが少ない
- ・ バスの本数が少ない、終わる時間が早い
- ・ 島内の移動手段が少ない
- ・ ドック期間や運行スケジュールの見直し
- ・ 船賃が高い

景観

- ・ 海ゴミ対策
- ・ 植物が生えっぱなしで景観が悪い場所がある

人材育成

- ・ 人材派遣制度の確立
- ・ 雇用環境の改善
- ・ 島っ子のツアーガイドが少ない
- ・ Uターンや島内出身者の誘致
- ・ 次世代育成、世代交代
- ・ 事業者の高齢化
- ・ 若手人材不足

4 観光振興の基本方針と重点取り組み事項

小笠原における観光の現状と課題を受けて、次に示した観光振興の5つの基本方針と重点取り組み事項及び主な施策を設定しました。

基本方針1

小笠原エコツーリズムの推進

重点取り組み事項と主な施策

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
- 2) “レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）”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
- 2) ガイドツアーの品質向上
- 3) ガイドツアーの雨天時対策

3. ガイドの育成・能力向上

- 1) 新規ガイドの育成
- 2) ガイドの能力向上
- 3) ガイド業に対する理解・認知の向上

基本方針2

観光サービスの品質の向上

重点取り組み事項と主な施策

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
- 2) 飲食業のサービス品質の向上
- 3) 朝食・昼食の充実
- 4) 島の特産品の充実

2. 観光サービスの評価の見える化

3. 観光サービス業における環境配慮型経営の促進

4. 安全管理の意識向上

基本方針3

観光インフラの整備

重点取組み事項と主な施策

1. デジタル活用の推進

- 1) 観光DXの推進
- 2) 電子決済・オンライン予約の充実
- 3) Wi-Fi環境の充実

2. ガイドツアー実施環境の充実

- 1) 観光関連施設の整備
- 2) フィールドの整備・管理

3. 島内交通の充実

4. 安全性の向上

5. ユニバーサルデザインの普及

基本方針4

戦略的なマーケティングの実施

重点取組み事項と主な施策

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
- 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
- 3) インバウンド受入れ方針の検討と共有

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
- 2) 情報発信方法の整理
- 3) 教育旅行の誘致推進
- 4) 閑散期の積極誘客

基本方針5

観光推進体制の強化
担い手づくり

重点取組み事項と主な施策

1. 推進体制の強化

- 1) 観光関連団体の連携強化
- 2) 広域連携・多様な連携の強化

2. 担い手づくり

- 1) 働く場の創出と担い手づくり
- 2) 就労環境の整備

基本方針1 小笠原エコツーリズムの推進

小笠原における観光の基軸であるエコツーリズムのさらなる推進に向けて、小笠原独自の「ルール」と「ガイドンス」を磨き上げます。自然環境の保護・保全と利用の枠組みを検証し、日本のエコツーリズムの先駆けにふさわしい、小笠原らしい観光振興に取り組みます。

(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

- ・ 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) “レスポンシブル・ツーリズム(責任ある観光)”の推進

- ・ 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、国内外のレスポンシブル・ツーリズム※先進地の事例等も参照します。

※レスポンシブル・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かうという考え方。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) ガイドツアーの魅力向上

1) 多様なガイドツアーの開発

- ・ 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) ガイドツアーの品質向上

- ・ 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。

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。

(3) ガイドの育成・能力向上

1) 新規ガイドの育成

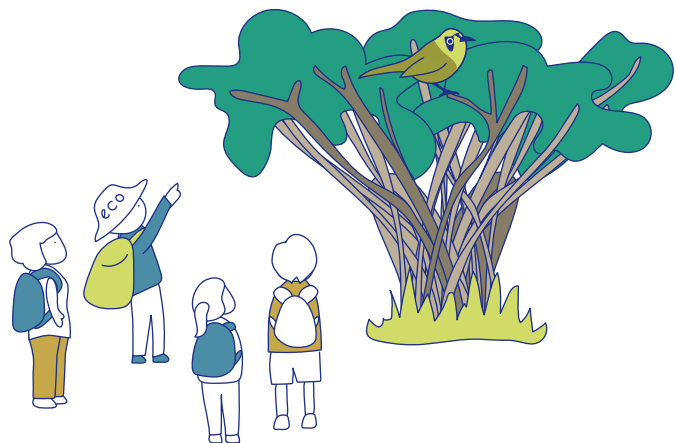
- ・ 小笠原エコツーリズムの歩みを取りまとめ、経験の浅い若手のガイド、新たにガイドを始めようとする人に伝え、小笠原としてこれまで積み上げてきたことの継承に努めます。また、小笠原エコツーリズムの普及と定着に関わってきた思いなどをベテランガイドから後輩に伝える機会づくりを検討します。
- ・ 小笠原エコツーリズムの歩みなどを小笠原の内外に伝えることによって、ガイドとして小笠原エコツーリズムを発展・継承していこうとする志をもちあわせた人が、新たにガイド業に携わることを促します。

2) 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。

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。



基本方針2 観光サービスの品質の向上

小笠原での体験をより印象深く楽しみ、心より満足し、また小笠原に帰ってきたい、家族や友達にも小笠原の素晴らしさを伝えたいと思っていただくために、よりいっそう観光サービスの品質の向上を目指します。

(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

- ・ 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”と思っていただける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) 飲食業のサービス品質の向上

- ・ 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。

3) 朝食・昼食の充実

- ・ 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。

4) 島の特産品の充実

- ・ 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) 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。

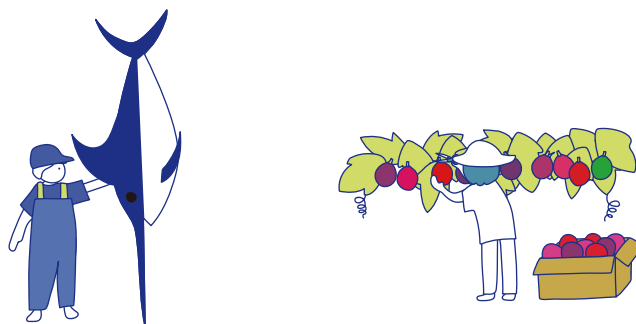
(3) 観光サービス業における環境配慮型経営の促進

- ・ 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目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。

(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。



基本方針3 観光インフラの整備

来島者の滞在中の活動の基盤となる観光インフラの整備・管理の充実に加え、デジタル化やバリアフリー化にも取り組みます。あわせて、観光産業従事者の就労環境の整備を検討します。

(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。

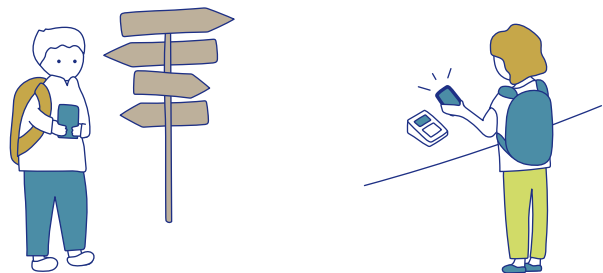
※観光DXとは、デジタル技術の活用によって観光価値を向上させ、これまでにない新しい観光コンテンツの創出を目指す取組みです。

2) 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。

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) 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。

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。

(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。

※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。

(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。

(5) 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。

※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。

基本方針4 戦略的なマーケティングの実施

小笠原での観光を楽しみ、小笠原の観光が伝えたいメッセージを共有いただけるような観光サービスの提供を前提に、こうした観光に共感する旅行者に小笠原の魅力が十分に伝わるようなマーケティングとプロモーションを展開します。

(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。

※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) “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。

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。

(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」「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) 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。

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。

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。

※ 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)(Incentive Travel)、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。



基本方針5 推進体制の強化・担い手づくり

『小笠原村観光振興ビジョン』の実現に向けて、観光振興の推進体制を強化します。観光関連団体は機能を拡充し、さらに相互の連携を密にし、協働を通して小笠原における観光の持続的な発展を目指します。観光事業者として活躍する人、これからも小笠原の観光産業を支え牽引しようとする人を関係者みんなで支援します。観光関連団体は、主体的かつ中核的な観光振興の担い手として、ビジョンの実現に努めます。

小笠原村の観光関連団体とは、次の諸団体のことです。

- ・ 一般社団法人 小笠原村観光協会
- ・ 一般社団法人 小笠原母島観光協会
- ・ 一般社団法人 小笠原ホエールウォッチング協会
- ・ 小笠原村商工会
- ・ 一般社団法人 東京諸島観光連盟 小笠原村観光局

(1) 推進体制の強化

1) 観光関連団体の連携強化

- ・ 観光関連団体はそれぞれの役割に応じた取組みを推進するとともに、日常的・定期的な情報交換を通して、小笠原における観光の現状と課題を共有し、小笠原村をはじめとした各行政機関との協働により小笠原の観光の推進を目指します。

2) 広域連携・多様な連携の強化

- ・ 東京諸島や他の世界自然遺産地域など、地域外との連携による取組みを検討します。
- ・ 島外の小笠原のファン、小笠原アンバサダーらとのつながりを活用した取組みを検討します。従来の枠組みにとどまらず、地域内外の多様な主体と連携した取組みを目指します。

(2) 担い手づくり

1) 働く場の創出と担い手づくり

- ・ 観光産業の新たな担い手づくりに向けて、観光産業を包括したインターンシップ(就業体験)の実施を検討します。
- ・ 観光産業従事者の能力向上・開発に向けて、語学研修やおもてなし研修、特産品開発などの研究会の開催を検討します。
- ・ 経営人材の育成に向けて、企業会計講習会、企業法令研修会の開催を検討します。
- ・ こうした研修会の開催は、各種補助金の活用や、大学や専門機関等との連携により進めます。

2) 就労環境の整備

- ・ 就労環境の現状と課題を共有・議論する場をつくり、連携を通じた具体的な対応策の検討・実施によって、働きやすい環境づくりを目指します。
- ・ 特に短期的な就業者向け、これから観光事業を始めたい人に向けて、基盤となる生活環境整備の可能性を検討します。
- ・ 先進的な取組みを行う地域への研修などによって、雇用環境の改善、キャリア形成を支援する仕組みの検討・構築を目指します。

3) 観光産業への理解促進

- ・ 村民に小笠原における観光の役割を伝え、観光産業に対する関心・共感づくりを目指します。観光産業は、経済波及効果を創出し、活気のある風景をつくり、村民に笑顔をもたらす重要な産業であることへの気づきを促します。
- ・ 来島者に小笠原の魅力は、観光関係者を含む多くの人たちの誠実な努力によって培われていることを伝え、観光産業に対する共感の醸成を目指します。
- ・ 観光産業に対する村民・来島者の理解促進を通して、観光産業従事者は誇りをもって仕事に就き、小笠原の子供たちが観光産業に憧れを抱くような機運づくりを目指します。



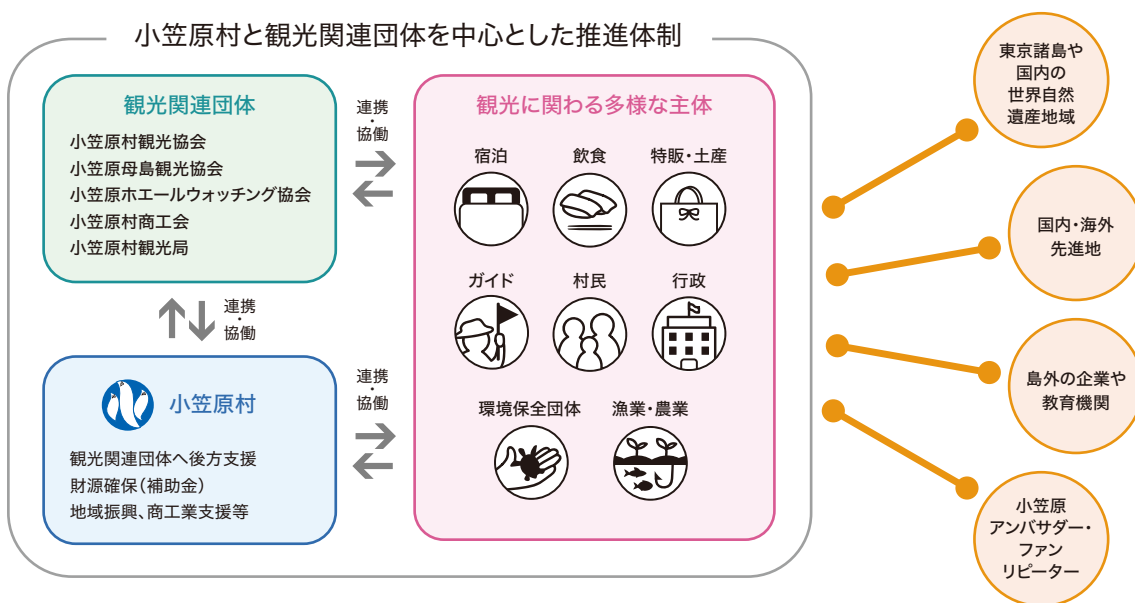
5 小笠原村観光振興ビジョンの推進体制

『小笠原村観光振興ビジョン』は、観光関連団体の代表者や、関係行政機関、小笠原の観光産業や自然環境保全を支えてきた諸団体等からの意見をとりまとめ、小笠原村が策定したものです。記載されている内容は、“みんなで共有したこと”であり、“実現に向けて協働を約束したこと”だといえるでしょう。また、引き続き、ビジョンに掲載した取組み事項を具体的に進めるためのアクションプランを策定する予定です。そこでは、方針ごとに目標像を明示し、実施事項、実施・協働主体、スケジュール等を明らかにし、さらに成果を検証する仕組み(KPI、PDCAなど)もあわせて検討します。

『小笠原村観光振興ビジョン』の推進にあたり、関係各所が密に連絡を取り合い、状況と目標を共有し、協働による取組みを進めます。また、村外の関係諸機関らとの情報交換・連携を進めるとともに、模範となる観光地から観光振興・自然環境保全の手法を学び、小笠原のことが大好きなファンとの交流も図りながら、各取組みを推進します。

さらに、『小笠原村観光振興ビジョン』を村民にも広く伝え、“わたしたちは素晴らしい自然環境のなかで暮らしている”、“わたしたちの生き方・暮らし方・ここで住んでいることの誇り、小笠原に対する愛情が小笠原の観光の大きな魅力になっている”ことを再確認し、こうした魅力の継承に向けて、観光関係者らと協働で観光振興に取り組めます。

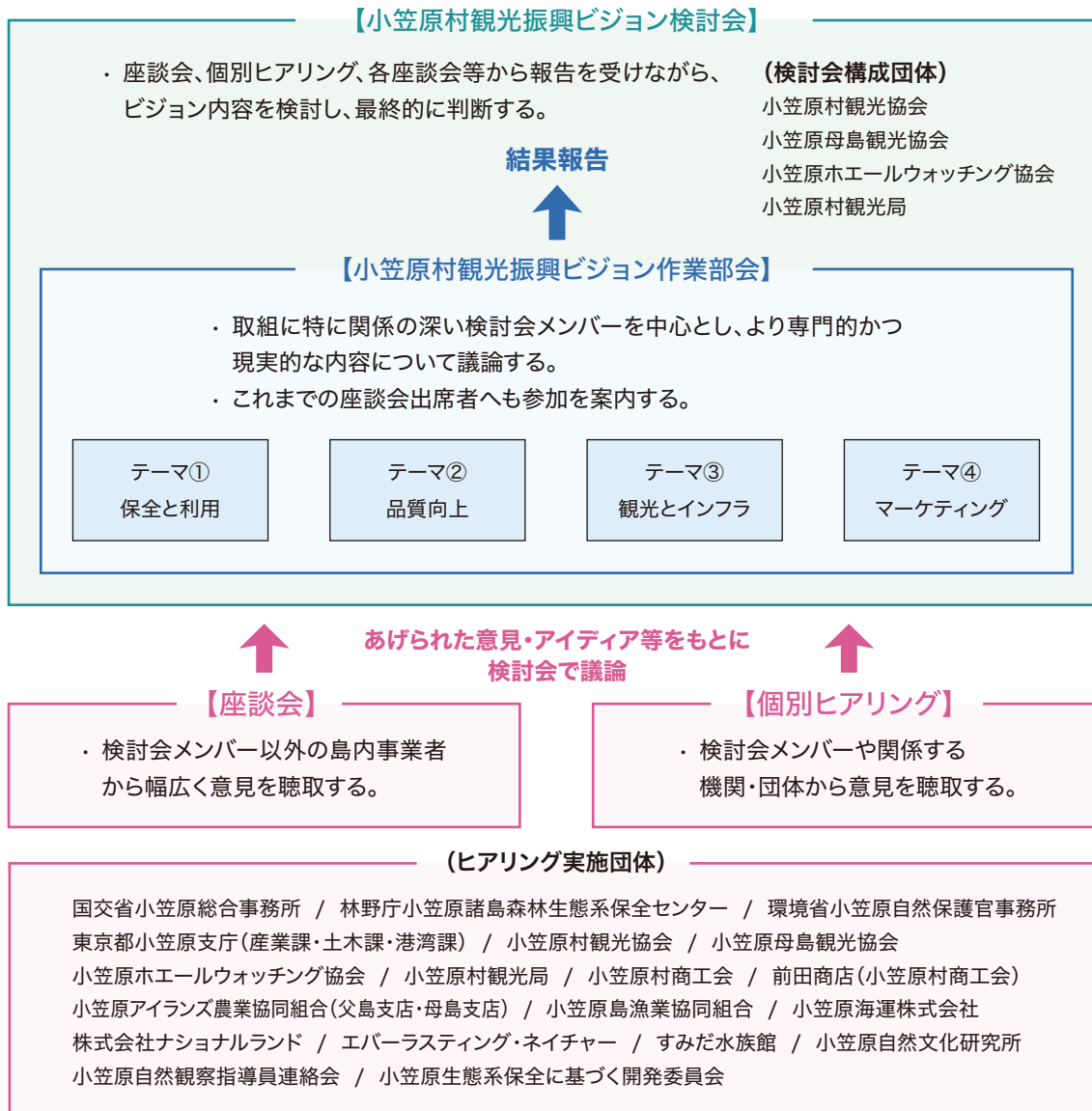
来島者が、優しさにつつまれた中で、安心・安全な滞在ができるよう、おもてなしの心を忘れず、笑顔の島づくり **Ogasawara SMILE Tourism** にみんなで取り組んでいきます。



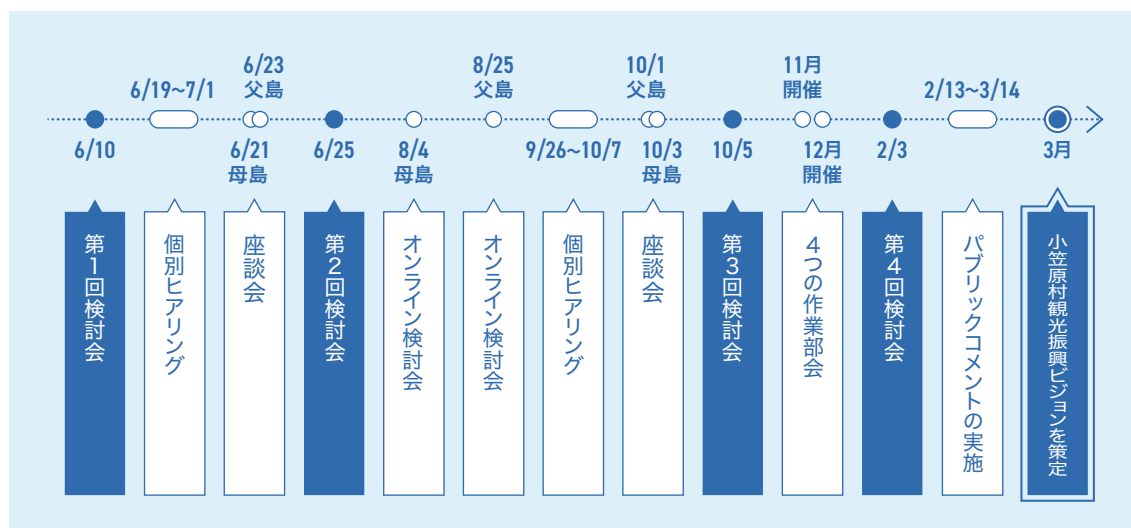
資料:『小笠原村観光振興ビジョン』策定の過程

- 2022年6月10日 第1回検討会の開催
観光振興ビジョンの策定に関してのイメージや検討スケジュール、検討体制の共有と過去に策定されたブルーダイヤモンドプランに関する報告、ビジョン策定に向けた観光の今後の方向性に関する意見交換を実施。
- 2022年6月21日、23日 第1回現地座談会の開催(母島・父島)
島内の観光事業者を対象とした「小笠原における観光の課題」に関する意見交換を実施。
- 2022年6月25日 第2回検討会の開催
島内で実施した座談会の結果の共有・意見交換とともに、今後の会議スケジュールを確認。
- 2022年6月～7月 島内外の関係機関に対するヒアリングの実施
小笠原村内及び本土における検討会メンバー以外の関係機関を対象に、小笠原村の観光に関する基本的な考え方や関連する取組の現状・課題に関するヒアリングを実施。
- 2022年8月4日 母島オンライン検討会の開催
第2回検討会で議論しきれなかった、母島の観光の方向性について議論。人材確保やアクティビティの開発、質の向上、観光地としてのあり方等について意見交換を実施。
- 2022年8月25日 父島オンライン検討会の開催
第2回検討会で議論しきれなかった、「自然環境資源の保全と利用」について、検討会メンバーを中心に議論。ルール遵守やガイドの人材育成・知識向上等について意見交換を実施。
- 2022年9月～10月 検討会メンバーに対するヒアリングの実施
検討会メンバーに対し、これまでの検討会や座談会、個別ヒアリングをもとに作成したビジョンの素案に対する意見交換とともに今後のビジョン策定のスケジュールを確認。
- 2022年10月1日、3日 第2回現地座談会の開催(母島・父島)
これまでの検討結果等をもとに作成したビジョンの素案に対して、座談会に参加した島内の観光事業者とともに意見交換を実施。
- 2022年10月5日 第3回検討会の開催
島内で実施した座談会の結果を共有し、ビジョン素案の大まかな内容と作業部会開催に関して了承を得た。
- 2022年11月～12月 各施策に対する作業部会の開催
ビジョンの各施策における具体的取組や実施主体、実施期間に関して意見交換を実施。
- 2023年2月3日 第4回検討会の開催
- 2023年2月13日～3月14日 パブリックコメントの実施
- 2023年3月 『小笠原村観光振興ビジョン』を策定

『小笠原村観光振興ビジョン』の検討体制



『小笠原村観光振興ビジョン』の検討経過





OGASAWARA SMILE TOURISM

小笠原村観光振興ビジョン

発行年月 令和5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

小笠原

Ogasawara smile Tourism