

日光へ外国人呼び込め

国立公園活用で環境省

観光業者らが意見交換

日光国立公園の新たな魅力を発掘して外国人誘客(インバウンド)のツーリズムモデルを築く「第1回オープンラボ」が30日、日光市鬼怒川温泉大沢の鬼怒川ランドホテル夢の森で開かれた。

環境省の「外国人を対象とした国立公園魅力発信モデル事業」の一環で、日光と九州の3国立公園エリアが指定された。外国人旅行者の利用促進に向け、地域と一体となってニーズや現地の実情を把握し、新たな魅力発信のモデルづくりを目指す。日光エリアでは宇都宮市のファーマーズ・フォレスト(松本誠社長)が、地域側のプロデューサ



外国人誘客を目指し、日光国立公園の魅力発信に向けて開かれたオープンラボ=30日午後、日光市内

を務めている。この日は地元の宿泊施設や観光業者のほか、事業を推進するプロデューサ

1、在日外国人ら約100人が参加。地域の魅力づくりに関して意見を交わした。都内のブランドプロデューサーでアメリカ人のジャスティン・ボツツ氏は「外国人に、日本にいる自分をイメージさせることがモデルづくりのポイント」と指摘。参加者は「日光」のキーワードとして「祭り文化」「世界遺産と国立公園が凝縮」「タイムトリップできる」などを挙げ、今後の取り組みを考えるきっかけとしていた。

ラボは8、9月にも日光デルツアーを開催する予定。市内で開かれ、10月にはモデルだ。(石橋愛)

日光の魅力、外国人に
国立公園誘客策で連携

ファーマーズ・フォレスト

道の駅などを運営するファーマーズ・フォレスト(宇都宮市)は環境省などと連携し、外国人に対象を絞った日光国立公園への誘客策に乗り出す。9月まで計3回、地元観光業者が外国人とともに、日光の自然の魅力を伝える方法を検討する会議を開催する。10月に実施するモデルツアーでは外国人の目線で日光の魅力を見つけ出し、新たな旅行商品の開発などにつなげる。

環境省の「外国人を対象とした国立公園魅力発

四季を通じて自然を楽しむ観光客が豊富にある。ファーマーズ・フォレストは「外国人の目線から日光の良さを再発見したい」としている。