

国立公園の「ナショナルパーク」 としてのブランド化

環境省

目標

「明日の日本を支える観光ビジョン」の10本の柱の一つとして「国立公園」を「世界水準のナショナルパーク」とする「国立公園満喫プロジェクト」を実施。

8箇所の国立公園で「ステップアッププログラム2020」を策定し、計画的、集中的な取組を実施。2020年までに、外国人国立公園利用者数を年間490万人から1,000万人に増やす。

<訪日外国人国立公園利用者数の推移>

2015年:490万人→2016年:546万人→2017年:600万人(前年比約10%増) (目標達成には伸び率倍増が必要)

進捗状況

- 8公園（阿寒摩周、十和田八幡平、日光、伊勢志摩、大山隠岐、阿蘇くじゅう、霧島錦江湾、慶良間諸島）で先行的、集中的に取組を推進
- 民間とも連携し、国立公園全体のプロモーションを強化

有識者（涌井史郎氏、デービッド・アトキンソン氏ら）の意見

30年度 【予算】 国立公園満喫プロジェクト等推進事業 11,700百万円(10,019百万円)
【定員】 推進に向けた体制強化のための増員 25名(25名)

取組の加速化

- ◆ 8公園(2017年利用者数は前年比29%増)の取組をはじめとしたプロジェクト全体の中間評価を本年8月に行い、2020年外国人国立公園利用者数1000万人の達成に向け、取組をスピードアップ
- ◆ 利用拠点の面的な景観再生、外国人等にとってストレスフリーな利用環境の整備、利用者負担の保全の仕組みづくり、自然体験型コンテンツの充実、プロモーションの強化を推進
- ◆ 外国人利用者上位3公園（支笏洞爺、富士箱根伊豆、中部山岳）を含め、8公園以外への取組の展開

利用拠点の面的な景観再生

○大山寺地区における景観改善

大山隠岐国立公園

- ・大山町が内閣府の交付金を活用して廃屋を撤去し、跡地にカフェや物販機能を有する「大山参道市場」を整備。（H30.5.18オープン）



廃屋撤去、跡地活用による景観改善・利用サービス向上

目標達成に向けたポイント

民間投資を呼び込むためにも「国立公園らしいまちなみ」としての雰囲気様が求められている(点から面へ)

今後の方向性



圧倒的な自然景観の中にある
国立公園の利用拠点

(ビジターセンターやホテル等が立地)

利用拠点の面的な景観再生に向け、景観デザインの統一等の計画的な取組を総合的に支援。

<現状>



雑然とした風景、目立つ廃屋等

民間施設についても公共整備にあわせて一体的な雰囲気をつくり出す

<景観の再生>



さらなる民間投資の呼び水

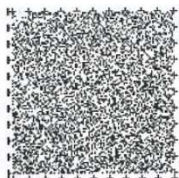


外国人等にとってストレスフリーな利用環境の整備

○多言語化（ICT技術の活用）

- 川湯地区において、ネイティブライターによるわかりやすい解説文を作成。

阿寒摩周国立公園



○さんごゆんたく館のオープン

- 国立公園の**情報発信拠点**、サンゴ礁保全の**活動拠点**、地域と観光客との**交流拠点**としてのオープン。

慶良間諸島国立公園



目標達成に向けたポイント

外国人からは日本らしい快適な利用環境が期待されている

今後の方向性

ビジターセンターにツアーデスクを設置し、訪問者のニーズに沿った国立公園を満喫する旅のプランを提案する「**国立公園コンシェルジュ**」の配置

自然・文化・歴史のつながりに感動するわかりやすい**多言語解説を充実**（継続事業）

自然エネルギーの活用、除菌等日本の先端技術を活用し、自然の中の**トイレを環境に優しく快適な空間にリノベーション**



日本の先端トイレ技術導入

安心・安全・快適な空間へ



利用者負担による保全の仕組みづくり

○阿寒湖のマリモ解説ガイドツアーの実施

- ・ 協力金をガイド料に上乗せし、世界唯一の球状マリモの保護活動、教育普及活動等に還元。

阿寒摩周国立公園



目標達成に向けたポイント

利用者には保全に対する費用の負担意思はあるものの、前例が少なく全国的な取組に拡がらない。

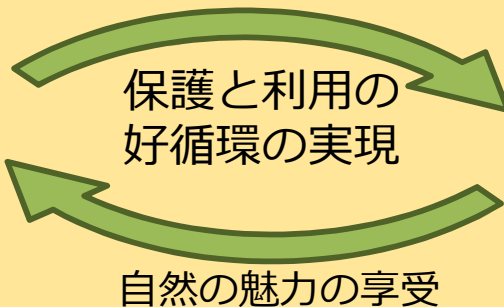
今後の方向性

優れた自然環境への立入りに対して、利用者から入域料等を徴収し、**自然資源の保護・活用**を進める取組を拡大。

利用者



資金



自然環境の保全・施設の維持



自然体験型コンテンツの充実

○ファムトリップの実施、コンテンツの磨き上げ

- ・ 8公園においてファムトリップを実施し、ツアーコンテンツを磨き上げ。
→プロモーション冊子作成。
旅行会社等を対象とした情報交換会実施。



ファムトリップでも高評価
1人 約2万円～

大山隠岐国立公園

【オオサンショウウオ観察ツアー】
世界最大級の両生類オオサンショウウオの生息地における**保全活動に貢献するツアープログラム**(研究者による生態調査に英国人ガイド付きで同行)

目標達成に向けたポイント

外国人旅行者は野生動物等がテーマの高付加価値コンテンツへの関心が高い。
自然体験型コンテンツは、多言語対応等受入れ体制に課題。

今後の方向性

野生動物、世界自然遺産、パウダースノー、グランピング等、**海外で人気の高い自然体験型コンテンツの創出について、地域や事業者を支援**

通訳ガイドや留学生、多言語翻訳技術（AI等）を活用し、自然体験型コンテンツの多言語化を支援（動植物の生態の解説など）



※参考：英ツアー会社HP
(日本ツアーページ)

＜海外事業者の例＞
オオワシ等を観察しながら日本国内を回る12日間のツアー 約80万円



グランピングイメージ
写真：(株)スノーピークWebサイトより



モデル地域を選定し、通訳ガイド等を活用し、多言語化を支援



多言語翻訳技術に自然解説の用語を実装

プロモーションの強化

○ SNS、海外メディア等を活用した情報発信

- ・ 国立公園公式SNSで毎日発信。ドローン撮影の動画素材を二次利用可能な素材として公開。
- ・ **National Geographic**のウェブサイトで国立公園の特集記事を配信。



○ 国立公園オフィシャルパートナー企業との連携

- ・ 34のパートナーシップ企業と連携。6月には私鉄等10社程度と新規締結予定。



目標達成に向けたポイント

一括的に情報を取得し、宿泊やガイドツアー予約までつながるサイトが必要。プロモーションのより効果的・効率的な展開が重要。

今後の方向性



JNTOグローバルウェブサイト内に、国立公園の一括情報サイト（予約情報含む）を構築。
AI活用による分析、**デジタルマーケティング**でより効果的にプロモーション。

外国人観光客が多数訪れる都心に、国立公園の一括的な情報発信拠点を新たに設置。

→お勧め公園の案内やVR等を活用した美しい自然の体感により誘客を促進

