

3-1. 指標に関する推計結果（利用者数）

訪日外国人国立公園利用者数

－既存の統計データを活用した推計

単位：万人

		全公園	8公園全体	阿寒摩周	八幡平	日光	伊勢志摩	大山隠岐	くじゅう阿蘇	霧島錦江湾	慶良間諸島
2017年 訪日外国人国立公園利用者数		600.1	147.9	5.7	1.9	27.1	7.6	1.1	92.6	12.9	-
	標本数	7,625	2,336	60	18	362	76	14	1,679	136	-
	標準誤差率	1.0%	2.1%	11.2%	19.5%	5.1%	9.7%	25.5%	2.7%	7.4%	-
参考	2016年 訪日外国人国立公園利用者数	545.7	114.9	5.8	2.2	24.1	6.1	1.4	67.5	7.9	-
	2015年 訪日外国人国立公園利用者数	490.2	105.2	6.3	0.7	19.0	3.3	0.6	68.2	7.1	-
	2014年 国立公園利用者数 (日本人を含む)	35,218	7,912	360	474	1,609	887	1,341	2,050	1,171	20

(推計値についての注意点)

- 国立公園実利用者数は、当該国立公園を訪れた実際の利用者数の人数。1人の利用者が同一公園内の複数地点を利用しても1人と数える。
- 慶良間諸島は、訪日外国人消費動向調査の訪問地選択肢コードに該当する地点が無いため、実利用者数は推計対象外（2018年データより対象）。
- 8公園全体とは、8公園のうちいずれか1つ以上の公園を訪れた実際の利用者数の人数。1人の利用者が8公園内の複数公園を利用しても1人と数える。
- 標準誤差率が30%以上の公園については、サンプル数が少なく信頼性が低いので、参考値とする。
- 標準誤差率とは、全訪日外国人に調査が出来た場合に得られるはずの値の存在範囲を示す目安である。
推定値を中心として、その前後に標準誤差の2倍の幅を取れば、その区間内に真の値があることが約95%の確率で期待される。

- 2017年訪日外国人国立公園利用者数は、600.1万人（前年比10.0%増）。
- 利用者の多い順に、阿蘇くじゅう、日光、霧島錦江湾となっている。

3-2. 指標に関する推計結果（消費額）

国立公園での訪日外国人旅行消費額

- 国立公園訪問者アンケートを活用した推計

単位：円

		単 純 平 均 8 公 園	阿 寒 摩 周	八 十 幡 和 平 田	日 光	伊 勢 志 摩	大 山 隠 岐	く じ ゆ う 阿 蘇	錦 江 湾 霧 島	慶 良 間 諸 島
2017年度 外国人観光消費単価		65,851	93,449	53,663	43,901	52,028	69,236	91,659	73,843	49,028
標本数		-	158	58	166	106	130	116	242	260
参考	宿泊料金	16,147	25,111	14,957	15,301	11,722	17,558	11,853	16,674	16,000
	飲食費	12,937	16,408	9,267	8,916	9,906	13,000	19,871	16,963	9,163
	交通費	7,958	11,123	5,129	5,678	6,061	8,135	15,216	7,738	4,587
	アクティビティ費	6,716	10,190	6,853	3,675	5,118	4,250	10,970	4,700	7,971
	その他娯楽・サービス	5,007	7,294	3,966	2,244	4,198	3,365	9,095	7,045	2,846
	買い物代	13,901	16,551	9,784	7,093	12,193	20,871	20,280	17,510	6,923
	その他	3,186	6,772	3,707	994	2,830	2,058	4,375	3,213	1,538
参 考	2017年度 日本人観光消費単価	33,662	34,219	34,752	30,809	30,619	44,782	17,727	28,846	47,542
	標本数	-	64	202	238	243	126	320	104	1,098

（推計値についての注意点）

- 回答者は、費目別に公園内での消費額を選択（¥0/¥1-4999/¥5000-9999/¥10000-29999/¥30000-49999/¥50000-99999/¥100000-）。
- 同結果から、費目別の消費単価を算出し、合算。
- 大山隠岐は、買い物代を「産物・土産代」「産物・土産以外の買い物代」に分けて質問した上で、上記表では合算値を記入しているため、他公園より高めに推計値が出ている可能性がある。

・ 先行8公園の2017年度平均消費額は65,851円で、宿泊・飲食・買い物代が貢献。

3-3. 指標に関する推計結果（宿泊数）

国立公園周辺外国人延べ宿泊者数

- 国立公園訪問者アンケートを活用した推計

単位:泊

		単 純 平 均	8 公 園	阿 寒 摩 周	八 十 幡 平 田	日 光	伊 勢 志 摩	大 山 隠 岐	く じ ゆ う 阿 蘇	錦 江 湾 霧 島	慶 良 間 諸 島
2017年度 外国人平均宿泊日数（公園内）		1.3	1.8	2.5	1.2	1.3	0.8	0.5	1.1	1.8	
2017年度 外国人平均宿泊日数（周辺含む）		2.8	5.4	3.0	1.5	1.8	4.4	2.4	3.1	5.6	
		標本数	-	156	58	164	106	137	118	232	260
参 考	2017年度 日本人平均宿泊日数（公園内）	1.1	1.6	1.7	1.1	0.7	0.7	0.3	0.6	1.9	
	2017年度 日本人平均宿泊日数（周辺含む）	1.6	2.5	1.8	1.3	0.8	2.1	1.0	1.2	3.5	
		標本数	-	64	215	236	243	126	296	90	1,098

（推計値についての注意点）

- 公園内および公園周辺の宿泊拠点ごとに宿泊数を選択（宿泊なしを含む）。同結果から、公園内および公園周辺における延べ人泊数を算出、利用者数で除することで平均宿泊日数を推計。
- 日帰りも0泊として計算に含む。
- “周辺含む”の推計値は、**公園区域内の主要宿泊拠点および近隣市町村において滞在拠点となり得る地点**について、それぞれ立ち寄り有無・泊数を把握し、合計延べ人泊数から一人当たりの平均宿泊日数を推計したもの。
- 大山隠岐はクルーズ客の回答が多かったこと、阿蘇くじゅうは公園周辺に大型の宿泊拠点が多いこと、また調査箇所（別府パークウェイ等）の関係で公園周辺（別府や由布院等）に宿泊した人が多かった可能性があり、日数が低く出た要因として想定される。

- 2017年度の外国人平均宿泊日数は1.3泊。
- 周辺も含む宿泊日数は2.8泊で、いずれも日本人の値を上回っている。

3-4. 指標に関する推計結果 (リピーター率)

国立公園での外国人リピーター率

- 国立公園訪問者アンケートを活用した推計

		単 純 平 均	8 公 園	阿 寒 摩 周	十 和 田 八 幡 平	日 光	伊 勢 志 摩	大 山 隠 岐	く じ ゆ う 阿 蘇	錦 霧 江 湾	慶 良 間 諸 島
2017年度 外国人リピーター率 (2回目~)		16.1%	5.1%	32.1%	20.0%	19.8%	13.2%	17.9%	8.4%	11.9%	
2017年度 外国人リピーター率 (3回目~)		8.0%	1.3%	23.2%	7.2%	12.3%	6.2%	8.1%	2.2%	3.1%	
標本数		-	156	58	180	106	137	123	225	260	
参 考	2017年度 日本人リピーター率 (2回目~)	71.5%	79.4%	80.4%	85.8%	68.8%	59.8%	79.7%	67.0%	50.7%	
	2017年度 日本人リピーター率 (3回目~)	55.6%	66.7%	67.3%	70.0%	54.2%	35.2%	70.9%	45.0%	35.4%	
	標本数	-	63	215	247	243	126	330	100	1,098	

(推計値についての注意点)

- 当該国立公園への訪問回数の回答結果から、2回目以上および3回目以上のリピーター比率を推計。
- 十和田八幡平国立公園については、他公園と比較してサンプルにスキー目的の訪問者が多く含まれており、リピーター率が他公園よりも高く出ていることの要因になっている可能性がある。

- **2017年度の先行8公園のリピーター率 (2回目以降) は16.1%。**
- **3回目以降のリピーターは8.0%までさがるが、日本人は半数以上が3回目以上。**

3-5. 指標に関する推計結果（満足度①）

先行8公園での満足度

- 国立公園訪問者アンケートを活用した推計

「大変満足」の割合		単 純 平 均 8 公 園	阿 寒 摩 周	八 十 幡 和 平 田	日 光	伊 勢 志 摩	大 山 隠 岐	く じ ゆ う 阿 蘇	錦 霧 江 島	諸 島 慶 良 間
2017年度 滞在全体		39.0%	35.5%	48.1%	53.0%	44.7%	24.6%	31.8%	24.0%	50.2%
	標本数	-	152	58	166	106	118	110	221	260
参 考	自然景観	54.6%	47.5%	59.6%	65.7%	57.9%	47.8%	48.7%	37.8%	71.5%
	宿泊施設	35.4%	34.7%	42.2%	44.6%	35.5%	35.9%	35.2%	18.9%	35.8%
	宿泊施設以外の食事	30.0%	28.6%	32.0%	43.4%	35.0%	25.0%	24.1%	22.6%	29.5%
	ビジターセンター	33.5%	36.7%	32.6%	51.1%	37.8%	28.0%	25.0%	23.5%	-
	現地ツアー・プログラムの内容	29.6%	29.1%	22.5%	43.2%	32.8%	32.3%	22.3%	15.6%	39.0%
	主要駅等から国立公園への交通案内板・標識	29.3%	29.0%	26.7%	43.5%	37.0%	21.9%	24.5%	19.4%	32.3%
	遊歩道や展望台などの整備状況	32.7%	29.9%	37.5%	45.9%	40.5%	28.0%	22.0%	20.6%	37.1%
	パンフレットやスタッフの外国語対応	27.7%	30.2%	23.3%	41.8%	31.6%	18.5%	25.9%	17.5%	32.9%
	お土産の内容	28.4%	31.6%	26.8%	38.2%	37.2%	19.3%	27.6%	15.5%	30.8%
2017年度 滞在全体（日本人）		37.5%	34.9%	37.6%	35.4%	34.1%	28.2%	38.1%	37.5%	53.9%
	標本数	-	42	202	240	243	132	289	96	1,098

3-5. 指標に関する推計結果（満足度②）

「何とも言えない」「やや不満」「不満」「大変不満」を足した割合		単 純 平 均 8 公 園	阿 寒 摩 周	八 十 幡 和 平 田	日 光	伊 勢 志 摩	大 山 隠 岐	く じ ゆう 阿 蘇	錦 霧 江 島	諸 島 慶 良 間
2017年度 滞在全体		4.4%	3.0%	1.9%	3.6%	7.4%	8.7%	4.5%	2.7%	3.1%
標本数		-	152	58	166	106	118	110	221	260
参 考	自然景観	2.0%	3.0%	0.0%	1.2%	3.2%	5.2%	0.0%	1.8%	1.6%
	宿泊施設	8.5%	3.0%	4.4%	8.0%	13.2%	10.7%	6.7%	7.7%	14.4%
	宿泊施設以外の食事	11.8%	7.1%	14.0%	14.0%	3.8%	16.1%	13.0%	10.4%	16.0%
	ビジターセンター	9.4%	7.8%	11.6%	8.4%	6.8%	8.4%	11.5%	11.2%	-
	現地ツアー・プログラムの内容	12.5%	7.0%	15.0%	12.6%	7.5%	11.5%	16.0%	18.5%	12.1%
	主要駅等から国立公園への交通案内板・標識	12.7%	6.5%	13.3%	11.6%	6.2%	15.8%	17.0%	14.7%	16.4%
	遊歩道や展望台などの整備状況	9.7%	10.3%	12.5%	6.7%	12.7%	8.4%	9.2%	8.6%	8.9%
	パンフレットやスタッフの外国語対応	17.7%	17.7%	14.0%	11.6%	17.7%	34.3%	12.5%	18.9%	15.2%
お土産の内容	13.9%	8.4%	14.6%	9.9%	7.0%	15.8%	13.3%	18.0%	23.8%	
2017年度 滞在全体（日本人）		7.6%	17.1%	5.4%	5.4%	6.6%	2.4%	8.7%	10.4%	5.2%
標本数		-	42	202	240	243	132	289	96	1,098

（推計値についての注意点）

- 当該国立公園に対する満足度を項目別に7段階（大変満足～大変不満）で回答。同結果から、「大変満足」および「やや不満」「不満」「大変不満」の割合の合算値を算出。

- 滞在全体の“大変満足”の割合は約4割（39.0%）、一方、“何とも言えない”、“やや不満”、“不満”、“大変不満”を足した割合は4.4%。
- 自然景観に高い評価、一方で多言語対応とお土産の内容に課題。

3-6. 自由記述による指摘事項（改善点および満足内容）

[改善点]

- 外国人訪問者が挙げた改善点は、
 - **交通アクセス**
 - **外国語対応**
 - **情報発信**が多く、8公園で共通していた。
- 交通アクセス**と**外国語対応**に関する意見は特に日光（バスの頻度等）で多く、**情報発信**は阿蘇くじゅう（道路の通行止めや施設の休館案内の外国語での発信等）で顕著であった。
- 次いで多く挙げられた課題は、
 - 案内・標識**（国立公園と気づかない、翻訳ミス等）
 - 食事**（飲食施設が少ない、営業時間が短い等）
 - 施設整備**（ゴミ箱やベンチの設置等）
 - 決済環境**（クレジットカード対応、ATMの設置等）となっていた。
- なお、日本人からは、8公園全てにおいて**交通アクセス**（駐車場、渋滞含む）がもっとも多く、**トイレ**（清潔さ、洋式化）に関する改善要望も多く挙げられた。

[満足内容]

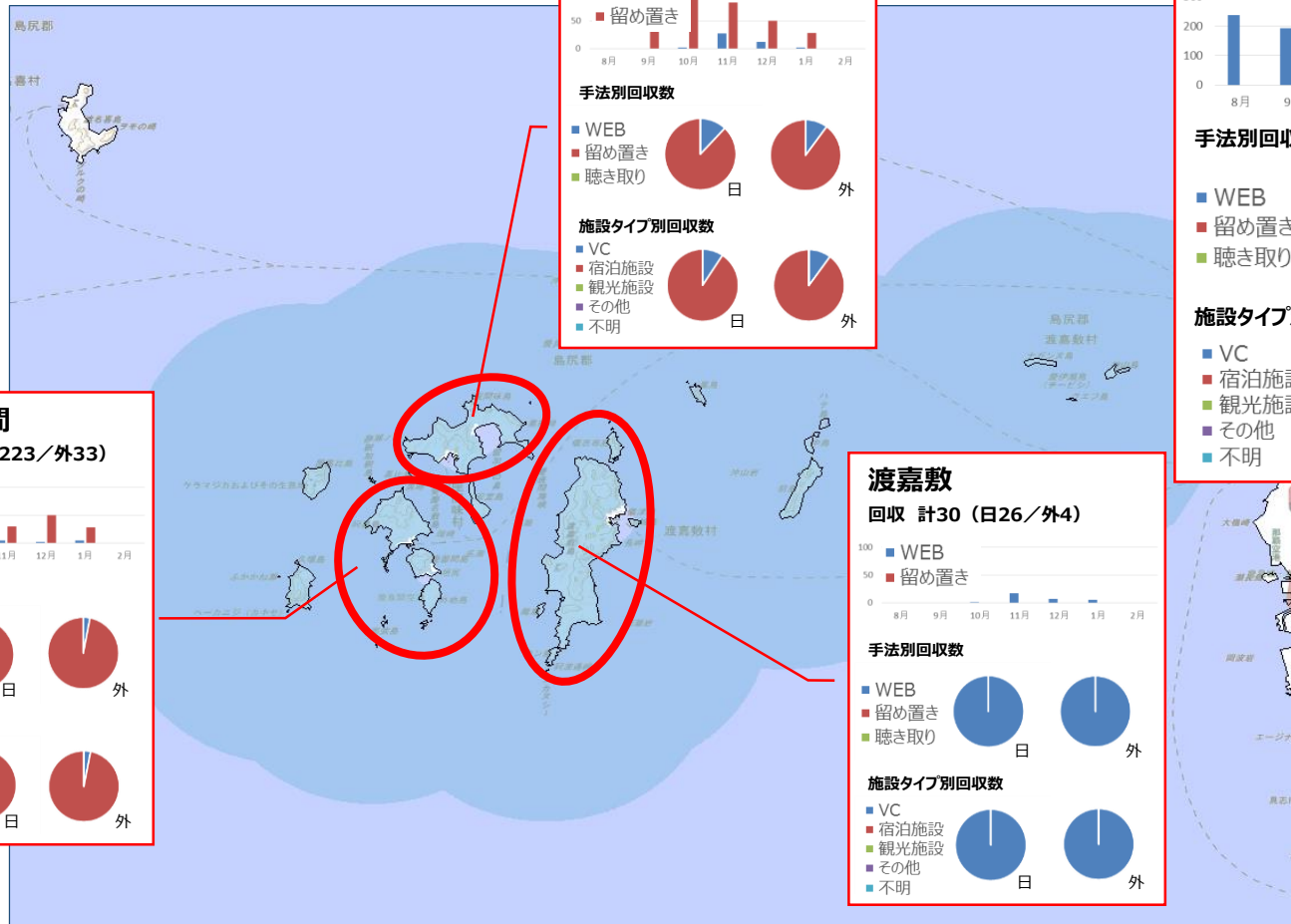
- 外国人・日本人ともに、8公園共通して、
 - **自然景観・環境**（動植物含む）に関する満足内容が圧倒的に多い。
- さらに、8公園共通して、**おもてなし**の面で多く満足内容のコメントが挙げられた。
- 日光と伊勢志摩では、**歴史・文化**に関する満足内容のコメントも多く挙げられた。
- 慶良間諸島では、ダイビングやシュノーケルなどの**プログラム**参加に対して満足する声も多かった。

※改善点に関する具体的なコメント（一例）

- 車に乗ることができないと**アクセス**することが**難しい**。
【大山隠岐／中国／30～34歳・女性】
- 展望台が閉鎖していた。**情報**が分かっていたら行程を変えることができた。
【阿寒摩周／台湾／30～34歳・女性】
- バックカントリースキーにおける**英語ガイド**の情報。
【十和田八幡平／スウェーデン／30～34歳・男性】
- **外国語**が話せる**スタッフ**が欲しい。【霧島錦江湾／韓国／35～39歳・女性】

3-7. 国立公園訪問者アンケート各公園の結果 (慶良間諸島①)

[データ回収概況]



※ 回答箇所について「船内/フェリー」の回答が多く、エリアを特定できていない回答が多いが (694票)、今後行き先から特定予定。

水色：国立公園エリア

- 年間通じてWEBで多く回収/ただしハイシーズンの方が回答は多い。
- 日本語、外国語ともに、WEB回答のうちの過半数は船内で回答。

3-7. 国立公園訪問者アンケート各公園の結果（慶良間諸島②）

〔回答者の属性〕

(1) 国籍・居住地

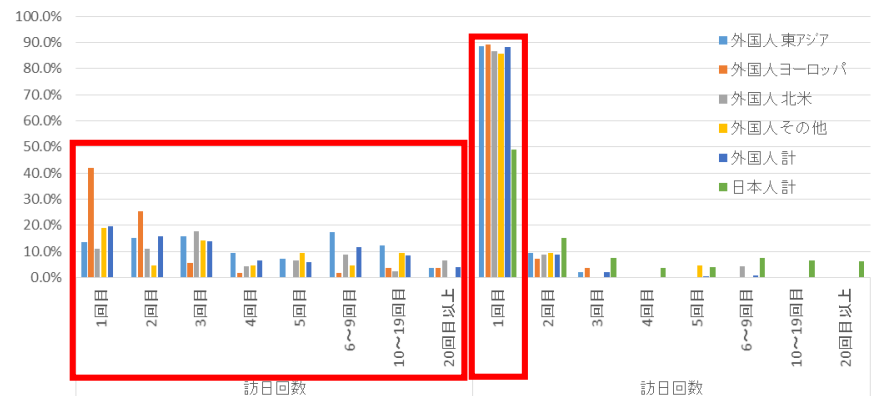
		外国人					日本人
		東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	計
居住国 (グループ)	日本	3.1%	4.6%	8.1%	3.1%	18.8%	100.0%
	東アジア	49.2%	0.8%	2.3%	0.4%	52.7%	0.0%
	ヨーロッパ	0.0%	15.4%	0.0%	0.8%	16.2%	0.0%
	北米	0.8%	0.4%	6.5%	0.0%	7.7%	0.0%
	その他	0.4%	0.0%	0.0%	3.5%	3.8%	0.0%
	N/A	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%	0.8%	0.0%
	計	53.5%	21.2%	17.3%	8.1%	100.0%	100.0%
n=		139	55	45	21	260	1100

※ 国立公園利用者数推計値：東アジア70.9%、ヨーロッパ9.8%、北米9.0%、その他10.3%

(2) 性・年代

		外国人					日本人
		東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	計
性別	男性	50.4%	52.7%	31.1%	9.5%	44.2%	37.8%
	女性	43.2%	34.5%	51.1%	61.9%	44.2%	48.2%
	N/A	6.5%	12.7%	17.8%	28.6%	11.5%	14.0%
年代	20代以下	41.0%	41.8%	24.4%	47.6%	38.8%	24.2%
	30~40代	54.7%	49.1%	53.3%	38.1%	51.9%	46.5%
	50代以上	4.3%	7.3%	22.2%	9.5%	8.5%	29.1%
	N/A	0.0%	1.8%	0.0%	4.8%	0.8%	0.2%
	計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
n=		139	55	45	21	260	1100

(3) 訪日回数・公園来訪回数



(4) 同行者

		外国人					日本人
		東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	計
訪日回数	ひとり	12.9%	16.4%	8.9%	14.3%	13.1%	17.1%
	家族・親戚	24.5%	9.1%	13.3%	4.8%	17.7%	24.0%
	友人	25.9%	12.7%	31.1%	57.1%	26.5%	23.4%
	夫婦・パートナー	30.2%	60.0%	44.4%	14.3%	37.7%	27.9%
	職場の同僚	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	5.1%
	その他	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.4%	1.5%
	N/A	2.9%	1.8%	2.2%	4.8%	2.7%	1.1%
	計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	n=		139	55	45	21	260

- 日本人と比較して外国人は若年層が多く、20代以下が約4割を占める。
- 訪日初心者が多く、慶良間は初めてのケース多い。ただし欧州客は訪日初めても。

3-7. 国立公園訪問者アンケート各公園の結果 (慶良間諸島③)

① 国立公園での行動内容

(1) 公園訪問の主目的 (単一回答)

主な目的	外国人					日本人
	東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	
海水浴・シュノーケリング	57.6%	58.2%	35.6%	42.9%	52.7%	39.5%
ダビング	7.9%	1.8%	2.2%	4.8%	5.4%	22.3%
紅毛瓦葺	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
国立公園への訪問	2.2%	1.8%	2.2%	0.0%	1.9%	1.0%
自然・景勝地鑑賞	18.7%	7.3%	22.2%	9.5%	16.2%	16.5%
歴史・文化観光	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.4%	0.6%
おいしいものを食べる	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.3%
買い物をする	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
地域の祭り・イベント	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
目当ての宿泊施設	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.8%
人との出会い・交流	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.8%
仕事	0.0%	0.0%	0.0%	9.5%	0.8%	3.5%
親族・知人訪問	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	1.1%
その他	0.7%	0.0%	4.4%	0.0%	1.2%	2.8%
N/A	8.6%	30.9%	31.1%	33.3%	19.2%	9.5%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

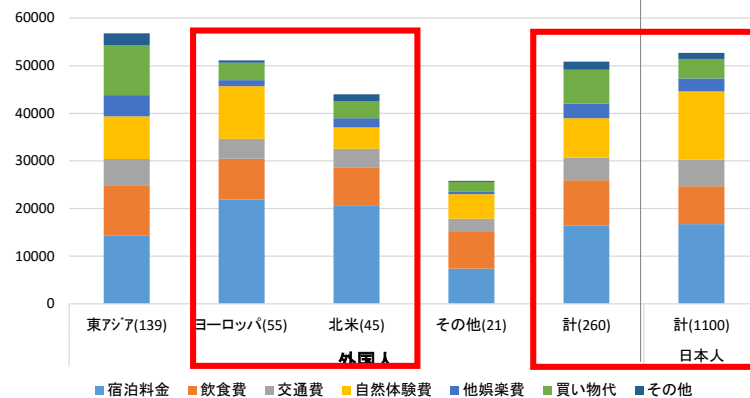
n= 139 55 45 21 260 1100

(2) 公園での活動内容 (複数回答)

活動	外国人					日本人
	東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	
海水浴・シュノーケリング	71.9%	89.1%	88.9%	76.2%	75.4%	59.0%
ダビング	15.1%	16.4%	6.7%	14.3%	13.8%	28.3%
カヌー・カヤック・スタンドアップパドル	13.7%	18.2%	17.8%	9.5%	15.0%	8.6%
トレッキング・フルディックウォーキング	7.9%	18.2%	28.9%	14.3%	14.2%	1.6%
サイクリング	18.0%	32.7%	20.0%	0.0%	20.0%	8.1%
紅毛瓦葺	4.3%	0.0%	0.0%	14.3%	3.5%	1.5%
バードウォッチング	1.4%	5.5%	2.2%	0.0%	2.3%	0.2%
釣り・キャンプ	0.7%	12.7%	24.4%	9.5%	8.1%	4.3%
写真・写生	34.5%	52.7%	53.3%	42.9%	42.3%	21.9%
自然や景勝地の訪問	40.3%	63.6%	64.4%	33.3%	48.8%	28.2%
まち並み散策・まち歩き	39.6%	32.7%	31.1%	38.1%	36.5%	29.9%
現地グルメ・名物料理	38.1%	45.5%	42.2%	33.3%	40.0%	16.5%
ショッピング・買い物	16.5%	14.5%	8.9%	9.5%	14.2%	6.4%
リゾート滞在	10.1%	5.5%	8.9%	4.8%	8.5%	4.4%
その他	0.7%	0.0%	8.9%	0.0%	1.9%	3.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

n= 139 55 45 21 260 1100

(3) 公園における支出額 (費目ごとに単一回答した結果から推計)



(4) 公園における情報源 (複数回答)

現地での情報源	外国人					日本人
	東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	
ビジターセンター	31.7%	32.7%	37.8%	47.6%	34.2%	17.8%
観光案内所	17.3%	23.6%	11.1%	19.0%	17.7%	18.9%
宿泊施設	11.5%	9.1%	6.7%	0.0%	9.2%	6.7%
雑誌・ガイドブック	11.5%	16.4%	11.1%	14.3%	12.7%	12.5%
フリーペーパー・パンフレット	38.8%	23.6%	33.3%	42.9%	35.0%	44.4%
インターネット(PC)	45.3%	52.7%	46.7%	42.9%	46.9%	47.9%
インターネット(携帯・スマホ)	6.5%	10.9%	15.6%	14.3%	9.6%	8.7%
現地の知人・親族	0.7%	7.3%	4.4%	4.8%	3.1%	3.9%
その他	0.7%	7.3%	4.4%	4.8%	3.1%	3.9%

n= 139 55 45 21 260 1100

※ 慶良間諸島国立公園にはビジターセンターがないため、ビジターセンターに関する選択肢は、該当なし (N/A) となっている。

- 海水浴・シュノーケリング目的が多く、実際に活動も実施。併せて陸域の活動も行う。
- 消費額は、日・外あまり変わらず、アジアより欧米がやや支出低めの傾向。

3-7. 国立公園訪問者アンケート各公園の結果（慶良間諸島④）

② 国立公園を訪問した結果【慶良間】

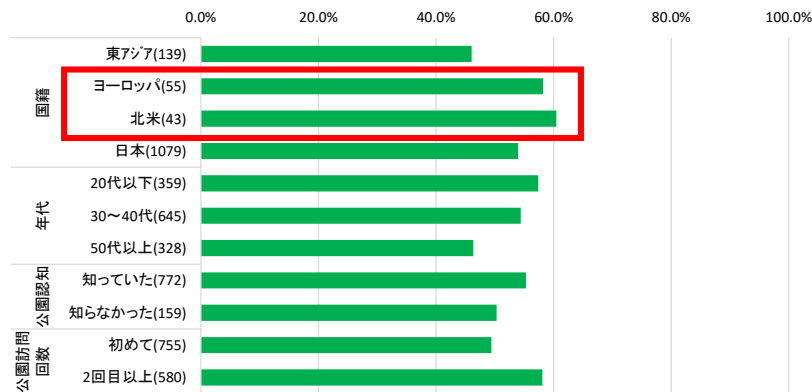
(1) 満足度・再来訪意向 (単一回答)
「大変満足」～「大変不満」の7段階から選択

		外国人					日本人
		東アジア	ヨーロッパ	北米	その他	計	計
大変満足	全体	46.0%	58.2%	60.5%	35.0%	50.2%	53.9%
	自然景観	67.6%	87.3%	69.8%	57.9%	71.5%	66.9%
	宿泊施設	34.6%	34.7%	42.4%	33.3%	35.8%	36.5%
	食事	29.8%	24.0%	37.5%	25.0%	29.5%	24.5%
	ビジターセンター						
	プログラム	41.2%	27.3%	54.2%	18.2%	39.0%	40.5%
	案内・標識	37.5%	17.1%	42.4%	11.1%	32.3%	19.2%
	遊歩道・展望台	40.0%	29.5%	47.4%	11.8%	37.1%	21.9%
	外国語対応	30.8%	28.0%	53.7%	15.8%	32.9%	
	土産	32.2%	18.4%	43.2%	22.2%	30.8%	15.6%
どちらでもありません	全体	2.2%	1.8%	4.7%	10.0%	3.1%	5.2%
	自然景観	2.2%	1.8%	0.0%	0.0%	1.6%	2.0%
	宿泊施設	9.6%	26.5%	9.1%	20.0%	14.4%	18.0%
	食事	13.0%	18.0%	22.5%	18.8%	16.0%	26.4%
	ビジターセンター						
	プログラム	6.1%	27.3%	12.5%	27.3%	12.1%	16.3%
	案内・標識	10.9%	22.0%	18.2%	38.9%	16.4%	37.6%
	遊歩道・展望台	5.6%	11.4%	10.5%	23.5%	8.9%	30.1%
	外国語対応	12.8%	22.0%	7.3%	31.6%	15.2%	
	土産	22.3%	34.2%	18.9%	22.2%	23.8%	49.3%
再来訪意向	必ず来たい	51.8%	54.5%	44.4%	47.6%	50.8%	66.1%
	来たい	37.4%	25.5%	37.8%	23.8%	33.8%	26.6%
	やや来たい	5.8%	14.5%	6.7%	9.5%	8.1%	4.2%
	何とも言えない	4.3%	5.5%	6.7%	9.5%	5.4%	1.9%
	あまり来たくない	0.7%	0.0%	2.2%	4.8%	1.2%	0.0%
	来たくない	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.4%	0.1%
	絶対来たくない	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
	N/A	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.4%	0.9%
	計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

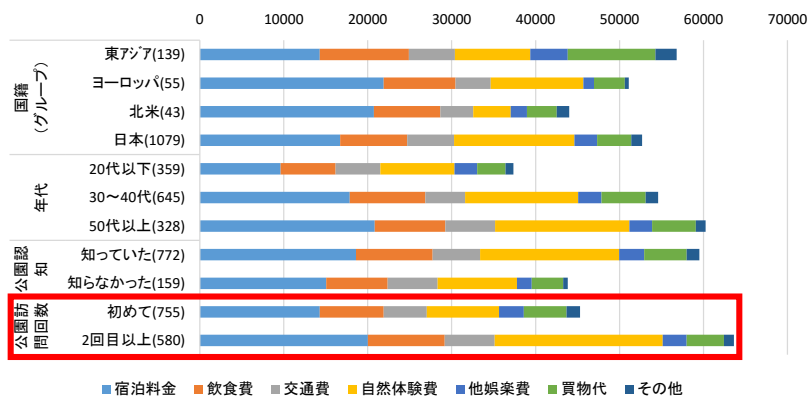
n=139, 55, 45, 21, 260, 1100

③ 指標の向上要因分析【慶良間】

(1) 属性別満足度 (大変満足の割合)



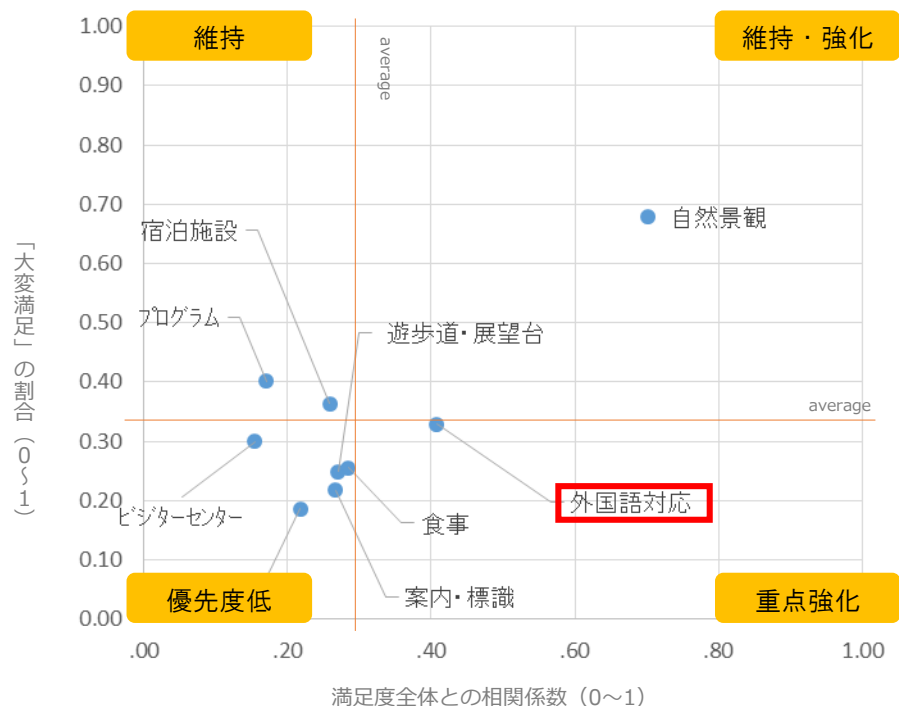
(2) 属性別消費額



- 他公園と比較して高い「大変満足」の割合。また再来訪意向も高い。
- 満足は欧米でより高く、消費額は北米の方が高くなっている（他公園と逆）。

3-7. 国立公園訪問者アンケート各公園の結果（慶良間諸島⑤）

(3) 全体満足度と個別満足度の相関



- ・ 上部に位置するほど、現状における満足度が高い。また、右部に位置するほど、全体の満足度との相関が高い（評価が高いと全体の満足度の高い傾向になる、逆も同様）。
- ・ 上記は満足度の傾向を分析しているもので、全体満足度を向上させる上で優先順位の高い項目を示しているが、地域で施策を決定する際には**満足度以外にも総合的・戦略的に判断して施策を決定することが重要**となる。

(4) 十分に満足できなかった人のコメント

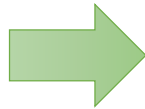
- パンフレットにもっと**島の情報**が載っていて欲しい。
【満足度：普通／オーストラリア／25～29歳・女性】
- キャンプ場がもっと**快適**だと良い。
【満足度：やや満足／フランス／35～39歳・女性】
- 宿泊施設に関する**情報を英語**で欲しい。
【満足度：やや満足／フランス／性・年代不明】
- 宿泊施設のハードウェアが**古すぎる**。
【満足度：やや満足／台湾／35～39歳・男性】
- シャワーやトイレにかかる**費用が高すぎる**。
【満足度：満足／韓国／30～34歳・男性】
- 禁煙のバーやレストランが見つからない。
【満足度：満足／タイ／20～24歳・女性】
- 外国人でも**オンライン予約**しやすい**交通機関**のシステム
【満足度：満足／台湾／30～34歳・男性】
- 言葉が通じないところが少し困る。
【満足度：満足／韓国／25～29歳・男性】

- ・ 全体満足との相関からは、**外国語対応は重点強化に挙がる。**
- ・ 十分に満足できなかった人からは**多様なコメント**。宿泊等、ハード面にも指摘。

3-8. 各公園へのフィードバック



国立公園訪問者アンケート



データ集計・分析



公園別アンケート結果のまとめ

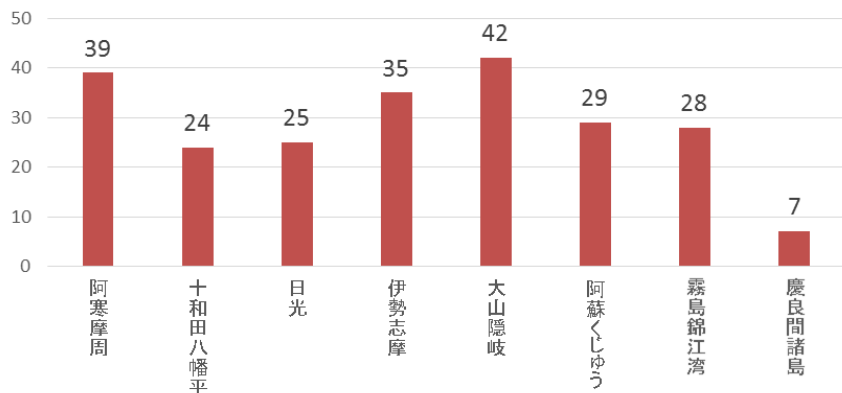


各公園へのフィードバック・地域協議会におけるデータ活用

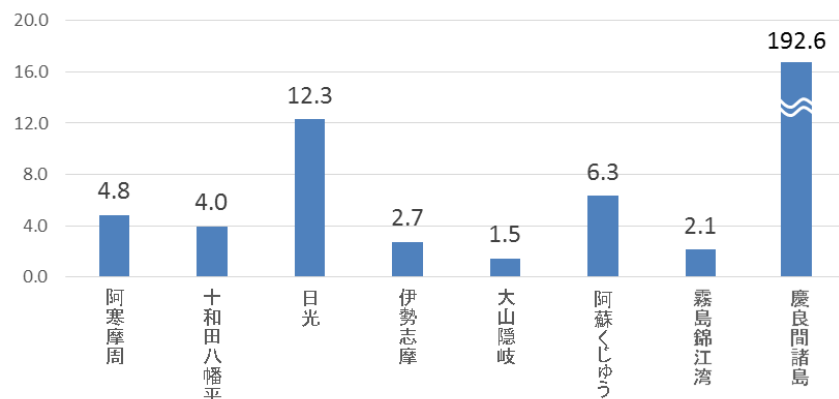
4. 国立公園訪問者アンケートの手法改善①

【調査箇所数と調査箇所あたり回収数（聴き取りを除く）】

調査箇所数

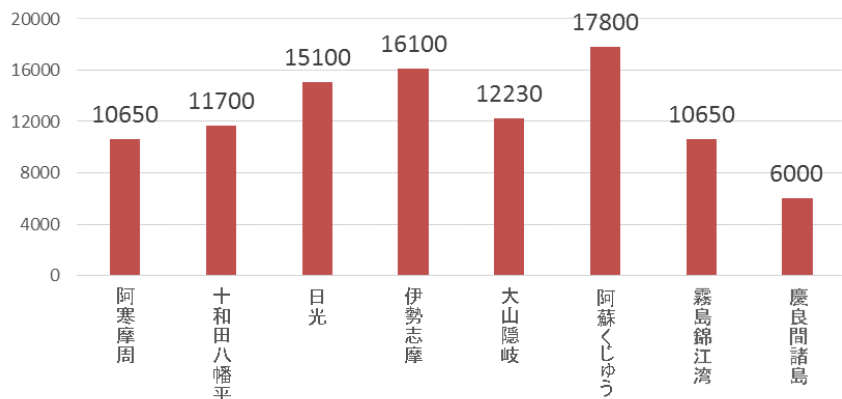


調査箇所数あたり回収数

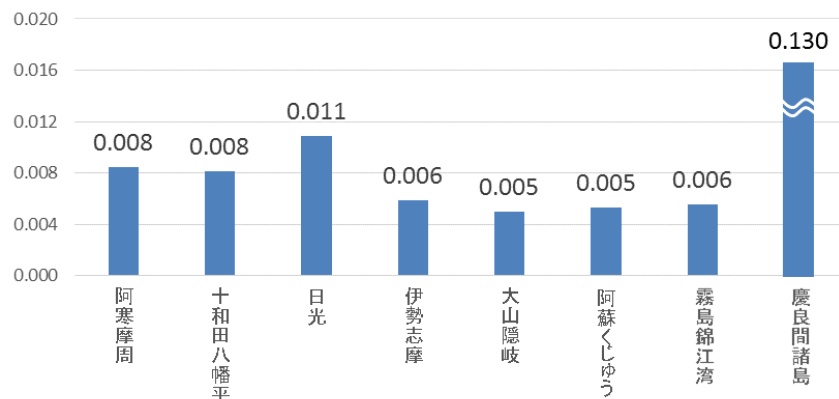


【カード配布数とカード1枚あたり回収数（聴き取り、留め置きを除く）】

カード配布数



カード1枚あたり回収数



4. 国立公園訪問者アンケートの手法改善②

[特に効率的に回収の出来た調査箇所と実施方法]

VC：横山ビジットセンター（伊勢志摩）

宿泊：阿寒湖温泉内ホテル（阿寒摩周）

交通：慶良間航路・船内（慶良間諸島）

調査方法：周知カードの設置・ウェブ回答

回収数：37票

特徴：

- 職員が来訪者に声をかけ、調査であることを伝えた上で、協力を依頼した。
- 周知カードの配布時に伊勢志摩国立公園の写真を使った絵がきをあわせて渡すことで、職員の配布しやすさの向上と回答者の回答意欲向上につながった。
- カードおよび絵がきの配布のみの施設と比較して回収数が多く、**声かけの効果が確認できた。**



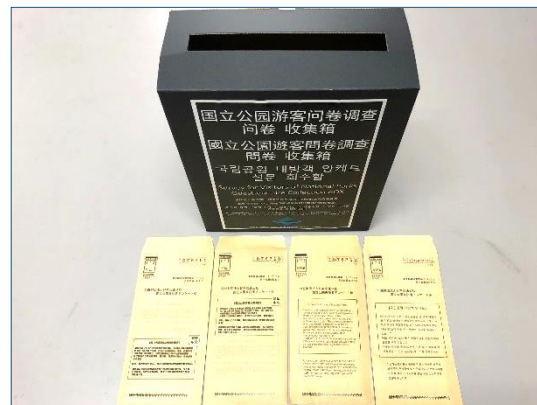
VC内に掲示されたポスターと周知カード

調査方法：紙調査票の配布・現地回収

回収数：97票（1通あたり回収数0.07票）

特徴：

- チェックイン時にフロントで、封筒に封入されたアンケートをツアースタッフや宿泊客に直接に配布し任意で回答してもらった。
- 訪問者に**利用滞在中に回答**してもらったようにしたこと、多くの回答を得たと考えられる。
- また利用内にも回収BOXを設置し、宿泊客の目に留まるようにすることでアンケート実施の存在をアピールできた。



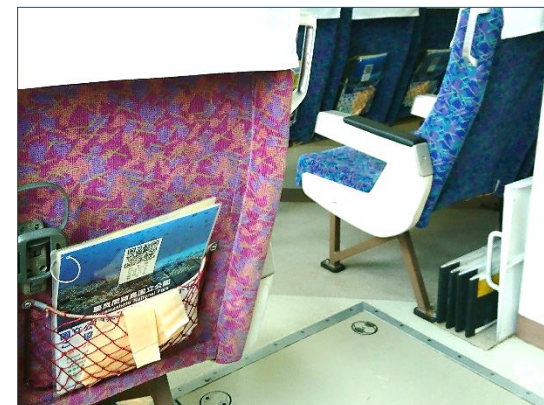
封筒入りアンケートと回収BOX

調査方法：周知グッズの設置・ウェブ回答

回収数：約700票（不特定含む）

特徴：

- A4サイズの調査周知チラシ（QRコード付）を船内座席の背もたれに設置、慶良間諸島から帰る乗客に回答してもらった。
- 島から帰る**全員の目に留まる仕組みと移動中で時間に余裕**があることから、多くの回答を得た。
- また航路自体が渡嘉敷・座間味両村の運営で協力が得られやすかった。



フェリー船内における周知

4. 国立公園訪問者アンケートの手法改善③

(1) 現状分析

(回収状況)

- 8公園における調査箇所数は、公園ごとに7～42箇所で、**計229箇所**。
各公園別に調査箇所数あたりのデータ回収数を見ると、1箇所あたり1.5～192.6票となり、**公園によって調査効率が異なった**。

- 各公園への調査周知カードの配布数は、**計100,230枚**。
カード1枚あたりのデータ回収数は、0.005～0.130枚と伸び悩んだ。
- 一部の調査箇所では調査効率が非常によいなど、**調査箇所によって大きく回収状況が異なった**。

(回答状況)

- 以前からモバイル方式で調査を実施していた慶良間諸島の今年度の**完答率は38.1%**。
より設問の少なかった去年の45.0%から低下した。また、さらに設問数の少ない富士山地域において同手法で実施している調査の65.1%よりかなり低い結果となった。

(調査実施状況)

- 各公園において無償で**多くの調査箇所の協力**を得ることができた。調査箇所は、原則公園内のVCや観光案内所、観光施設、宿泊施設、道の駅等の商業施設、交通機関等、多岐に渡る。
- 一方、観光案内所や民間の観光施設・宿泊施設等からは、通常業務をおこないながら



Aso-Kuju National Park
阿蘇くじゅう国立公園

環境省 Ministry of the Environment

●Please complete the Survey for Visitors of National Parks.
30 respondents selected in a drawing lottery will be presented a digital gift.

●国立公園来訪者アンケートにご協力ください
抽選で30名様にデジタルギフトをプレゼント

●국립공원 내방객 양케트에 협조해 주십시오
추첨을 통해 30분께 디지털 기프트 증정

●請協助完成国立公園訪問者的問卷調查
將抽選30名答卷者，贈送數碼商品禮券

●請協助填寫國家公園遊客問卷調查表
將從中抽出30人，贈送數位禮品

<https://www.jtb.or.jp/other/asokuju>

日本語 簡体中文
English 繁體中文
한국어



周知カード

4. 国立公園訪問者アンケートの手法改善④

(2) 2018年度調査に向けた手法改善の方向性

1. 調査の効率性を向上させる

- ① 調査箇所について、今年度の調査結果から調査効率の良い箇所を選定し、調査箇所数を限定する。

2. サンプルング精度を向上させる

- ② 調査箇所について、公園内のエリアバランスを考慮して設定する（各エリアに設定）。
- ③ 設定箇所の施設種別を考慮して設定する（同エリアの代表的な立寄り拠点を設定）。
- ④ 調査箇所ごとに属性等を考慮して回収数を設定する（今年度は周知カード配布をメインに依頼）。

3. 回答者の負担感を軽減させる

- ⑤ 今年度の調査結果から、設問を評価指標に係るものに限定し、設問数を減らす。
- ⑥ 回答者には、回答後にその場で景品を進呈する。

4. 調査箇所の負担感を軽減させる

- ⑦ 外国人に話しかけなくても調査依頼ができる、アンケート依頼ツールを用意する。

国立公園満喫プロジェクトを進める上での考え方
－有識者会議の議論を踏まえて－

◎日本の国立公園の特徴とインバウンド

- ・国立公園が我が国の自然保護の根幹を支える制度として果たしてきた役割は大きく、今後も依然として大きな役割を果たしていく
- ・日本の国立公園は、区域の中に人が住み、自然と長い時間をかけて付き合ってきた地域のくらし、そこで育まれた文化や歴史が根付いており、こうした自然と人間の共生の姿こそが世界に誇る日本のナショナルパークであると言えるのではないか
- ・国立公園は制度の創設経緯からインバウンドを意識したものであり、こうした歴史的経緯を踏まえて今の時代にあった新たな国立公園の姿を考えることが必要
- ・満喫Pは平成28年3月に政府の観光ビジョンの10の柱の一つとして位置づけられ、スタートしたものである。
- ・満喫Pは、インバウンド対策を通じて、国立公園の魅力を再発見・再構築し、外国人のみならず日本人も国立公園の魅力を楽しめるようにするものである。地域の活性化にもつながり、地域にもたらされる経済効果や人が一層の自然環境の保全に再投資される。満喫Pは、様々な主体の協働の下で、このような自然環境の保護と利用の好循環を高次元で実現するものである。

◎基本的な視点

■最大の魅力は自然そのもの

- ・世界的に見ても日本の自然環境の多様性・魅力は際立っており（流氷からサンゴ礁までコンパクトに存在、雪の中にいるサル、世界最大級の両生類オオサンショウウオ等）、国立公園は我が国を代表する自然環境が保全されている場所
- ・国立公園はそこにある豊かな自然環境が適切に保全されていることこそが魅力であり、地域の観光産業をはじめとする様々な生業を支える資源である
- ・このため、新たに大きな開発を行うのではなく、マイナス要因を取り除くなど、自然そのものの魅力を生かすことにより利用の推進を図ることが重要

■暮らしとともにある国立公園

- ・日本の国立公園は観光地としての価値だけでなく、人が住む場所としての価値がある
- ・人が住むことにより、自然とのつきあいの中で積み上げられてきた文化や歴史がその地域の魅力となる
- ・地域の観光業者やそれを支える様々な地域の産業が経済的に持続可能となるモデルをつくりあげることが必要

■体積で考える

- ・観光客数だけでなく一人当たりの消費額を掛け合わせた体積（観光消費額全体）で考えることが必要

※下線部が前回会議からの追記部分

- ・消費額を引き上げていくためには、いかに滞在させるかが重要であり、そうした観点でアクティビティを充実させ、自然をお金に換えていく

■多様な階層に対応した施設・サービス

- ・多様な階層のニーズに対応するバラエティのある施設やサービスを提供することが重要
- ・自然環境と調和した高品質高単価のサービスを提供していくことは、国立公園のブランド価値を高め、地域全体の消費額の引き上げと保護の意識の向上につながり、すべての公園利用者と地域住民の満足度の向上につながる
- ・利用者を制限しながら高付加価値の特別な体験を提供するエリアと、マス利用を適切にコントロールすることで自然環境及びサービスの質を維持していくエリアのゾーニングが必要

■国内需要も大事

- ・人口減少が進む中、国内旅行消費額は今後大きくは伸びないが、シェアとしては圧倒的に多い
- ・インバウンド対策を意識することにより、外国人旅行者の新たな視点による魅力の発見、ユニバーサルデザインの浸透など、観光地全体のサービス向上につながる効果が期待

■広域的な視点で考える

- ・利用者の目線から国立公園を核として広域的な観光圏を形成していくという視点が重要
- ・国立公園へのアクセスルートはまっすぐ最短距離ではなく、移動中も自然と共生する暮らしが垣間見える多様なルート設定が考えられる
- ・温泉や食などと一体となったルートやメニューを充実させ、地域経済を活性化させることが重要

◎具体的な課題

■利用者目線の情報発信とホスピタリティの向上

- ・専門的で難解なガイダンスを排し、利用者が楽しみながら教養を高めることができるような内容とするよう検討
- ・情報発信の技術的な手法（IT 機器の活用等）に頼るのではなく、情報発信の内容の質を高めることの方が重要
- ・多言語表記の際は、日本語の翻訳ではなくネイティブのライターが書き下ろすなど、その言語を母国語とする外国人が読んで違和感のない内容とすることが必要
- ・展望台やビジターセンターなど美しい景色を眺められる場所でゆっくりと休憩できるよう、カフェやベンチなどを整備することが必要
- ・適切な案内表示やアクティビティの情報発信など、利用者が国立公園に来たと実感できるような質を維持していく

※下線部が前回会議からの追記部分

■民間活力による利用者層に対応した宿泊施設、キャンプ場の整備

- ・高い交通費と安い宿泊施設の不マッチが生じている
- ・民間活力を生かして、自然環境に配慮した小規模で上質な宿泊施設の誘致を検討
- ・過去に整備されたキャンプ場は、主に集団生活の体験を意識した作りとなっており、現在の個人旅行者向けのニーズに対応できていない
- ・民間のノウハウを生かして現在のニーズにあったキャンプ場へのリニューアルを進める必要がある
- ・宿泊施設と連携したアクティビティの提供、情報発信も重要

■引き算の景観改善

- ・「衆」から「個」へと変化する観光客のニーズに対応できずに取り残された廃屋などのマイナス要因を取り除くことでプラスに転じていく引き算の景観改善を進める
- ・統一性を欠き乱立する案内看板等については、統一したデザインコードにより整理統合を図る

■利用料等を保全に還元する仕組み

- ・適切な利用料等を徴収することで、自然環境への負荷を抑制するとともに、保全やサービス向上のために必要な資金を確保する仕組みをつくる

国立公園別訪日外国人利用者数推計値等

当推計は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」の調査票情報を利用し、算出したもの。
 「訪日外国人消費動向調査」は国籍・地域毎に回収目標数の抽出率が異なるため、母集団構成に合わせることを目的として、平成28年より、四半期別および国籍・地域別ウェイトバック集計を行う方法に見直した。(平成27年分も再計算している。)

公園名	訪日外国人									
	H27		H28		H29【暫定値】					
	推計実利用者数 *1(千人)	標準誤差率 (%)	推計実利用者数 *1(千人)	標準誤差率 (%)	推計実利用者数 *1(千人)	前年増減 (%)	標準誤差率 (%)	アジア系 (%)	欧米系 (%)	
1 利尻礼文サロベツ	5	31.6%	14	21.1%	10	-29.7%	26.9%	80%	20%	
2 知床	21	15.4%	28	14.5%	20	-27.3%	18.7%	98%	2%	
3 阿寒摩周	63	8.9%	58	10.2%	57	-2.4%	11.2%	94%	6%	
4 釧路湿原	34	12.0%	27	15.0%	39	44.1%	13.5%	79%	21%	
5 大雪山	64	8.8%	83	8.5%	60	-27.2%	10.9%	89%	6%	
6 支笏洞爺	688	2.6%	827	2.7%	901	9.0%	2.8%	95%	4%	
7 十和田八幡平	7	26.7%	22	16.6%	19	-14.4%	19.5%	95%	5%	
8 三陸復興	10	22.4%	16	19.2%	15	-4.5%	21.6%	85%	15%	
9 磐梯朝日	0.5	100.0%	4	39.4%	9	136.8%	27.4%	69%	9%	
10 日光	190	5.1%	241	5.0%	271	12.6%	5.1%	58%	27%	
11 尾瀬	-	-	2	53.2%	-	-	-	-	-	
12 上信越高原	214	4.8%	265	4.7%	322	21.7%	4.7%	84%	12%	
13 秩父多摩甲斐	19	16.2%	22	16.5%	10	-54.7%	26.7%	90%	10%	
14 小笠原	-	-	0	133.5%	-	-	-	-	-	
15 富士箱根伊豆	2,341	1.4%	2,577	1.4%	2,580	0.1%	1.6%	82%	13%	
16 中部山岳	338	3.8%	351	4.1%	382	8.7%	4.3%	62%	30%	
17 妙高戸隠連山	8	24.2%	6	32.5%	13	116.7%	23.4%	46%	22%	
18 白山	3	40.8%	1	66.3%	2	53.1%	68.3%	66%	34%	
19 南アルプス	-	-	1	93.6%	2	118.0%	57.2%	100%	-	
20 伊勢志摩	33	12.2%	61	9.9%	76	24.1%	9.7%	76%	14%	
21 吉野熊野	53	9.7%	59	10.1%	67	12.9%	10.3%	84%	16%	
22 山陰海岸	32	12.4%	50	10.9%	43	-13.1%	12.8%	65%	29%	
23 瀬戸内海	296	4.1%	310	4.0%	387	24.7%	4.3%	61%	27%	
24 大山隠岐	6	28.9%	14	20.8%	11	-21.8%	25.5%	71%	29%	
25 足摺宇和海	0.5	100.0%	5	35.4%	5	-2.8%	38.3%	45%	-	
26 西海	55	9.5%	74	9.0%	56	-24.7%	11.3%	58%	32%	
27 雲仙天草	28	13.2%	29	14.4%	25	-13.2%	16.8%	79%	11%	
28 阿蘇くじゅう	682	2.7%	675	2.9%	926	37.2%	2.7%	99%	1%	
29 霧島錦江湾	71	8.3%	79	8.7%	129	62.7%	7.4%	96%	2%	
30 屋久島	10	22.4%	17	19.0%	25	47.7%	16.8%	43%	14%	
31 奄美群島					6	-	35.0%	84%	16%	
32 やんばる										
33 慶良間諸島										
34 西表石垣	12	20.4%	14	20.8%	14	-1.5%	22.7%	51%	30%	
合計(選定された8公園)	1,052	-	1,150	-	1,488	29.4%	-	89%	7%	
合計(各公園計)	5,284	0.8%	5,932	0.9%	6,482	9.3%	0.9%	83%	12%	
合計(実利用者数)	4,902	0.9%	5,457	0.9%	6,001	10.0%	1.0%	85%	11%	
訪日外客数全体 *2	19,737	-	24,039	-	28,691	19.4%	-	-	-	

- …選定された8公園
- …年ごとの上位10公園
- …参考値 *3

(推計値についての注意点)

*1 推計実利用者数: 当該国立公園を訪れた実際の利用者数の人数。1人の利用者が同一公園内の複数地点を利用しても1人と数える。また、合計(選定された8公園)及び合計(各公園計)は、1人の利用者が2つの公園に訪れると2人と数え、合計(実利用者数)は、1人の利用者が複数の公園を訪れても1人と数える。千人単位で四捨五入している。

*2 訪日外客数全体: 出典: 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」※平成29年1月-10月の数値は暫定値、11月、12月の数値は推計値。

*3 標準誤差率が30%以上の公園については、サンプル数が少なく信頼性が低いので、参考値とする。取り扱いには十分注意し、転載や二次使用する際には、信頼性の低い参考値であることを明記し、その旨を理解して使用すること。

※「慶良間諸島国立公園」及び「やんばる国立公園」は、「訪日外国人消費動向調査」の訪問地選択肢コードに該当する地点が無かったため、推計対象外。

※平成27年データの「尾瀬国立公園」「小笠原国立公園」「南アルプス国立公園」、平成29年データの「尾瀬国立公園」「小笠原国立公園」は、標本数が0(欠損)のため推計不可として扱った。



訪日外国人の期待（H28年度環境省調査より）

- 日本で行いたいこと：第2位「国立公園の訪問」
- 国立公園への訪問：「非常に行ってみたい」「行ってみたい」が約8割
- 日本旅行で何にお金をかけたいか：第1位「食」
第2位「自然体験・アクティビティ」
第3位「歴史文化鑑賞」

情報発信の不足

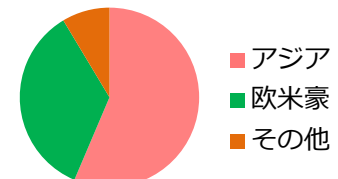
－日本の「自然」の魅力が発信不足

受入れ環境の未整備

－多言語対応など外国人目線の整備が不足
－アクティビティ、ガイドが不足

背景・目的

訪日外国人が国立公園を利用する際に、解説がわかりづらく国立公園の魅力が伝わらないとの声がある。そこで、**観光庁事業と連携**し国立公園の魅力ある多言語解説文を整備しつつ、国籍が多様化(*)する外国人来訪者に対応するため、**国立公園満喫プロジェクト先行8公園に重点地区を新たに設定**し、利用者ニーズをふまえ、**ICT技術を活用した多様な言語対応の一体的な整備や魅力発信**により、体験滞在の満足度向上を図るもの。



※日光国立公園の訪日外国人数はH26年度19万人で、国別最多はタイ

事業概要

国立公園満喫プロジェクト先行8公園のビジターセンターやその周辺の園地・歩道を中心に解説等の多言語化対応を一体的に行う重点地区を選定し、官民連携の地域協議会等で磨き上げたコンテンツ等も含めて、以下の取り組みを有機的につなげて進めることで、より効果的に魅力ある地域をつくる。

①モバイル媒体と連携したICT技術による多様な多言語解説等整備

観光庁事業との連携により作成した魅力的な外国人目線の多言語解説等をもとに、英語が母国語でない欧米系や中国・韓国以外のアジア系外国人の対応を見すえ、新たに最大15カ国語程度に対応できるICT技術も活用し、ビジターセンターの展示パネルや案内・解説板等を整備する。

②デジタルプロモーション、セルフガイドアプリ等による総合的な魅力発信

多言語解説を活用し、外国人利用者の興味・関心に沿ったコンテンツを充実させたウェブサイト構築して閲覧者の属性に応じたデジタルプロモーションを実施するほかセルフガイドアプリを開発することなどにより、総合的な魅力発信を行う。

①モバイル媒体と連携したICT技術（ビーコン・音声コード等）による多様な多言語解説等整備



※わかりやすさの観点から標識デザイン統一やモバイル通信環境としてのWi-Fi環境も整備。

②Webサイト、セルフガイドアプリ等による総合的な魅力発信



※統一したブランディングのもと、アクティビティやコース等利用情報を充実させた多言語ウェブサイト・セルフガイドアプリとSNS等との連動。
※デジタルマーケティングも実施

イメージ



国立公園の魅力あるアクティビティ等



国立公園満喫プロジェクト有識者会議
委員名簿

<敬称略・五十音順>

【学識者】

ロバート キャンベル（国文学研究資料館長）

わくいしろう
涌井史郎（東京都市大学特別教授） ※座長

【観光関係者】

いししいたる
石井 至（有限会社石井兄弟社社長）

えざききく
江崎貴久（旅館海月女将、有限会社オズ代表取締役）

デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社社長）

ほしのよしはる
星野佳路（星野リゾート代表）

【ジャーナリスト・ライター】

のぞえ
野添ちかこ（温泉と宿のライター）