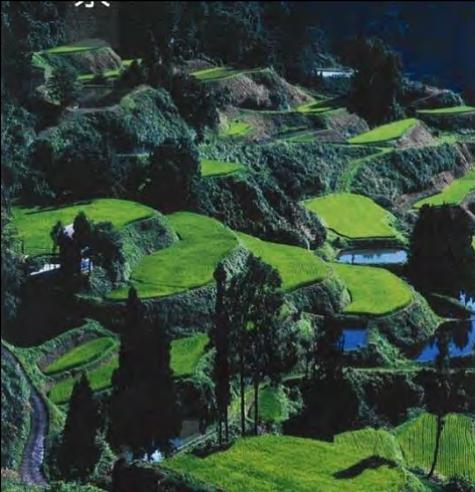


日本の国立公園の魅力の世界に！



涌井 史郎(雅之)

東京都市大学・特別教授

岐阜県立森林文化アカデミー・学長

なごや環境大学・学長

愛知学院大学・経済学部・特任教授

中部大学・中部高等学術研究所・客員教授

東京農業大学・地域環境科学部客員教授

人口変動で縮退する日本経済を回避する命題

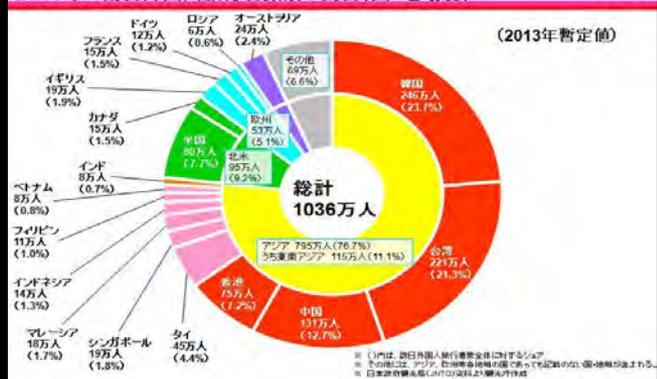
—世界のGDPの4割を超えるアジアダイナミズムの人流を招き入れる戦略—

経済成長が縮退する原因は生産年齢人口の減少にある。

超高齢・少子社会が日本の経済を直撃する！

- 生産年齢人口が大幅に減るのは確実であり、対策がないままでは、労働力人口も減る。
- さらに言えば、生産年齢人口率が減るのだから、人口減の割合以上にGDPが下がる可能性が大きい。
- また、労働時間も世界的に減少しており、日本も減っていることから、労働時間を増加させ、生産力を上げる対応も考えにくい。
- よってGDPを現状のまま維持するためには、労働生産性の上昇が欠かせない。
- 日本の名目労働生産性は1995年度からほとんど変わっておらず、2008年度以降はむしろ減少。故に今後も労働生産性が大幅に上昇できない。
- 以上から、今後の日本はGDPの現状維持すら難しい状況で、経済成長が続くとは考えにくい。

2013年の訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)



ジョン・ネイスビッツは、「グローバル・パラドックス」において観光産業は「21世紀最大の産業」になると指摘

経団連のシンクタンク21世紀政策研究所が発表した日本と世界50カ国・地域の世界人口は現在の70億人から90億人に増えるが、日本は世界最速で少子高齢化が進み、総人口が1億人を割り込み、65歳以上が約4割を占め、労働力人口は約4400万人に減るとしたうえで・・・

● 基本シナリオとして
 「2030年代からマイナス成長に転じ2050年には現在世界3位のGDPが4位に落ち、中国と米国の約6分の1の規模になり、1人あたりのGDPも世界18位と韓国(14位)に抜かれる」と予測。

オールジャパン訪日プロモーション②(官民連携)

○海外の「日本ブランド」製品/サービス等を「第2の日本大使館」と捉え、連携して訪日プロモーションを展開。
 ○当該製品/サービス等のファン層に対して、当該「日本ブランド」製品/サービス等と一体で、当該製品/サービスから想起される日本の観光地(「総本山」、「聖地」)へ誘致。



新たな目標値について

安倍内閣3年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

	(2012年)	(2015年)
・ 訪日外国人旅行者数は、 2倍増の約2000万人 に	836万人	⇒ 1974万人
・ 訪日外国人旅行消費額は、 3倍増の約3.5兆円 に	1兆846億円	⇒ 3兆4771億円

新たな目標への挑戦!

訪日外国人旅行者数	2020年: 4,000万人 (2015年の2倍)	2030年: 6,000万人 (2015年の3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年: 8兆円 (2015年の4倍超)	2030年: 15兆円 (2015年の5倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年: 7,000万人泊 (2015年の3倍弱)	2030年: 1億3,000万人泊 (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年: 2,400万人 (2015年の約2倍)	2030年: 3,600万人 (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年: 21兆円	2030年: 22兆円 (最近5年間の平均から約10%増)

広域観光周遊ルート形成促進事業(広域の協議会による取り組み)

- 広域観光周遊ルート形成計画の策定
- 数値目標の設定とPOAサイクルの整備
- 外国人受入環境の整備(免税店の整備、多言語表記、無料公共無線LAN環境の整備、手ぶら観光の推進等)
- 広域周遊のための交通アクセスの円滑化
- 地域の観光資源を活かした滞在コンテンツの充実
- 広域の関係者の官民連携による体制づくり等

国の支援

- 計画策定に係る費用
- マーケティング費用
- 広域での外国人受入環境の整備
- 広域周遊のための交通アクセスの円滑化
- 海外への情報発信等

観光政策~TOURISM 21~で掲げる6本の柱

1. 観光が持つ意義の再定義 ~観光とは生活や産業、都市計画すべてにかかわるもの
2. 観光商品の再形成 ~シンガポールを世界ブランドにする~
3. 観光産業の開発 ~観光を巨大な産業クラスターとしてとらえる~
4. 新たな観光スペースの配置 ~世界の観光のハブ(中核)的機能を形成する~
5. 成功に向けたパートナーシップ ~官民と各部門の協力-
6. 未来の観光覇者へ ~資源を優先的、効率的に投入~

政府の国際観光振興と自然地域

「明日の日本を支える観光ビジョン」～世界が訪れたいくなる日本へ～ 概要

これまでの議論を踏まえた課題

平成28年3月30日策定

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1	視点 2	視点 3
「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」 ■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放 ・赤坂や京都の歴史館などを大胆に公開・開放 ■「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化 ■「国立公園」を、「世界水準の「ナショナルパーク」へ ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改編 ■おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ ・2020年を目標に、原則として全部道府県、全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定	「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」 ■古い規制を見直し、生産性を大に高める観光産業へ ・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トータルでの経営人材育成、宿泊施設の整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援 ■あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現 ・欧州・米国・韓国や富裕層などをターゲットにしたアジェンダ、戦略的な「サステナブル」な観光産業を推進 ・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善 ・首都圏における「ビジネス」の受入環境改善 ■疲弊した温泉街や地方都市を、未来発達の経営で再生・活性化 ・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成 ・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現	「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」 ■ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現 ・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変 ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現 ・サテライト観光を実現 ■「地方創生回廊」を完備し、「全国どこへでも快適な旅行を実現」 ・「ジャパン・ドリーム」を訪日後でも購入可能化 ・新幹線開業やICカード全国共通化など進め、観光地へのアクセスを充実 ■「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現 ・2020年までに、年次有給休暇取得率70%以上向上 ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

旅行・観光競争力ランキング

順位	2015年	2013年	2011年	2009年	2008年
1	スペイン 5.31	スイス 5.66	スイス 5.68	スイス 5.68	スイス 5.63
2	フランス 5.24	ドイツ 5.39	ドイツ 5.50	オーストリア 5.46	オーストリア 5.43
3	ドイツ 5.22	オーストリア 5.39	フランス 5.41	ドイツ 5.41	ドイツ 5.41
4	アメリカ合衆国 5.12	スペイン 5.38	オーストリア 5.41	フランス 5.34	オーストラリア 5.34
5	イギリス 5.12	イギリス 5.38	スウェーデン 5.34	カナダ 5.32	スペイン 5.30
6	スイス 4.99	アメリカ合衆国 5.32	アメリカ合衆国 5.30	スペイン 5.29	イギリス 5.28
7	オーストラリア 4.98	フランス 5.31	イギリス 5.30	スウェーデン 5.28	アメリカ合衆国 5.28
8	イタリア 4.98	カナダ 5.28	スペイン 5.29	アメリカ合衆国 5.28	スウェーデン 5.27
9	日本 4.94	スウェーデン 5.24	カナダ 5.29	オーストラリア 5.24	カナダ 5.26
10	カナダ 4.92	シンガポール 5.23	シンガポール 5.23	シンガポール 5.24	フランス 5.23
11	シンガポール 4.86	オーストラリア 5.17	アイスランド 5.19	イギリス 5.22	アイスランド 5.16
12	オーストリア 4.82	ニュージーランド 5.17	香港 5.19	香港 5.18	フィンランド 5.11
13	香港 4.68	オランダ 5.14	オーストラリア 5.15	オランダ 5.09	デンマーク 5.10
14	オランダ 4.67	日本 5.13	オランダ 5.13	デンマーク 5.08	香港 5.09
15	ポルトガル 4.64	香港 5.11	ルクセンブルク 5.08	フィンランド 5.07	ポルトガル 5.09
16	ニュージーランド 4.64	アイスランド 5.10	デンマーク 5.05	アイスランド 5.07	シンガポール 5.06
17	中国 4.54	フィンランド 5.10	フィンランド 5.02	ポルトガル 5.01	ノルウェー 5.05
18	アイスランド 4.54	ベルギー 5.04	ポルトガル 5.01	アイルランド 4.99	オランダ 5.01
19	アイルランド 4.53	アイルランド 5.01	ニュージーランド 5.00	ノルウェー 4.97	ニュージーランド 4.98
20	ノルウェー 4.52	ポルトガル 5.01	ノルウェー 4.98	ニュージーランド 4.94	ルクセンブルク 4.95
21	ベルギー 4.51	デンマーク 4.98	アイルランド 4.98	キプロス 4.92	アイルランド 4.93
22	フィンランド 4.47	ノルウェー 4.95	日本 4.94	ベルギー 4.92	ギルシャ 4.92
23	スウェーデン 4.45	ルクセンブルク 4.93	ベルギー 4.92	ルクセンブルク 4.92	日本 4.90
24	アラブ首長国連邦 4.43	マルタ 4.92	キプロス 4.89	ギリシャ 4.91	キプロス 4.87
25	マレーシア 4.41	韓国 4.91	エストニア 4.88	日本 4.91	マルタ 4.86
26	ルクセンブルク 4.38	イタリア 4.90	マルタ 4.88	チェコ 4.86	エストニア 4.85
27	デンマーク 4.38	バルバドス 4.88	イタリア 4.87	エストニア 4.83	ベルギー 4.84
28	ブラジル 4.37	アラブ首長国連邦 4.86	バルバドス 4.84	イタリア 4.78	イタリア 4.84
29	韓国 4.37	キプロス 4.84	ギリシャ 4.77	バルバドス 4.77	イタリア 4.77
30	メキシコ 4.36	エストニア 4.82	アラブ首長国連邦 4.78	バルバドス 4.77	チェコ 4.75

出展：世界経済フォーラム

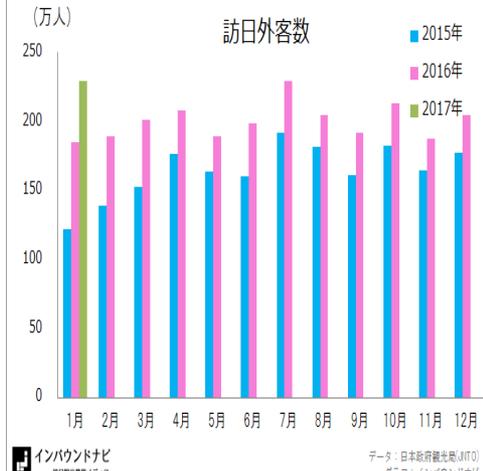
平成28年度観光庁の施策：観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に！

- 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放
- 文化財の観光資源としての開花
- 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
- 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上
- 滞在型農山漁村の確立・形成
- 地方の商店街 水準への改善
- 東北の観光復興

国立公園へのインバウンドの期待！

2020年までに訪日外国人の国立公園利用者数を1千万人に！

図表 2 今回の訪日旅行で実施した活動 (複数回答、上位10活動)



自然公園法(昭和32年)

国土面積の約14.6%



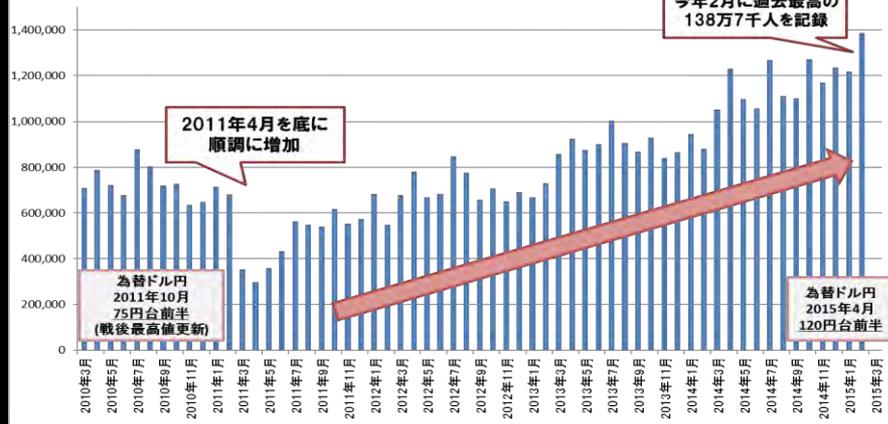
33カ所 215万ha
我が国の風景を代表するに足る傑出した自然の風景地(海域の景観地を含む。)であって、環境大臣が・・・(略)・・・指定するもの。(原則3万ha以上、景観核心地域2千ha以上等) → 富士箱根伊豆、小笠原等

57カ所 142万ha
国立公園に準ずる優れた自然の風景地であって、環境大臣が関係都道府県の申出により・・・(略)・・・指定するもの。(原則1万ha以上、景観核心地域1千ha以上等) → 明治の森高尾等

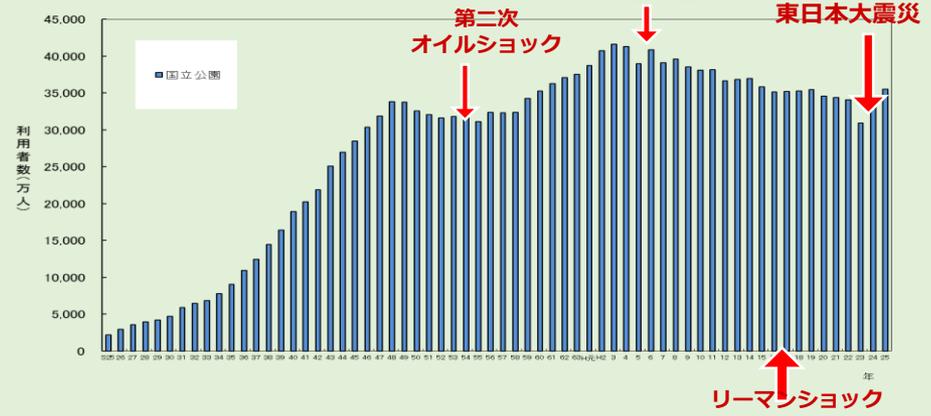
311カ所 197万ha
優れた自然の風景地であって、都道府県が・・・(略)・・・指定するもの。
※指定には、都道府県での条例制定が必要。
→ 多摩丘陵、丹沢大山等

国立公園へのインバウンドの期待！ 2020年までに訪日外国人の国立公園利用者数を1000万人に！

訪日外客数の推移(過去5年)



国立公園利用者数推移(ブルバ崩壊)



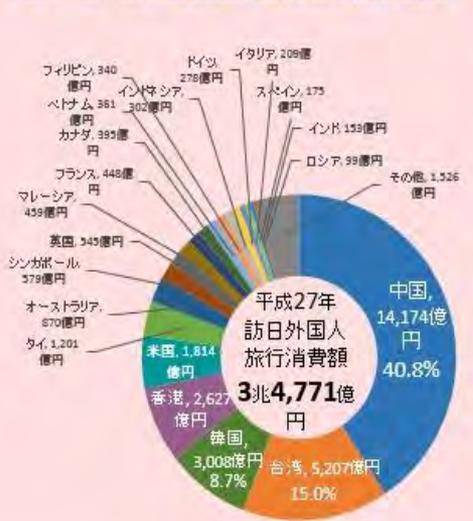
平成28年度観光庁の施策：観光資源の魅力を含め、「地方創生」の礎に

- 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放
- 文化財の観光資源としての開花
- 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
- 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上
- 滞在型農山漁村の確立・形成
- 地方の商店街水準への改善
- 東北の観光復興

国立公園の認知度が低い → 日本の国立公園の知名度が低い

- ・名所の地点名は判っていてもどこが国立公園なのかわからない
- ・実際に訪問をしていても、そこが国立公園であると後から知る

国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



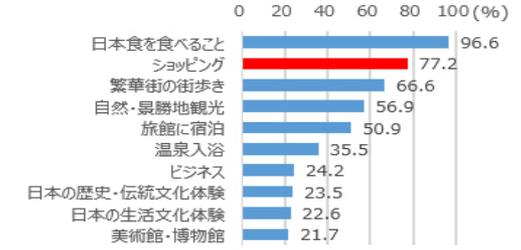
主な国籍・地域別の1人当たり旅行支出



訪日外国人旅行者数と消費額の推定推移



図表2 今回の訪日旅行で実施した活動(複数回答、上位10活動)

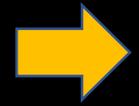


日本らしさに溢れた国立公園の魅力



	日本の国立公園	北米の国立公園
自然環境	バラエティ豊かな自然 (多様な自然景観・野生生物と季節変化)	ダイナミックな自然 (規模が大きいが一時的)
土地所有	国・公有地、民有地	国有地(公園専用地)
魅力ポイント	自然と人の暮らしの調和 (自然・文化・歴史・食・温泉...)	人為を排した、原生的な自然

日本の国立公園は **優れた自然のみならず、その自然に育まれた伝統文化や食などの地元特有の人の暮らしに触れられる公園**



インバウンドに対して、ポテンシャルが十分に引き出されていない

- ・魅力的なツアー開発不足、受入体制の不備
- ・まちなみ景観や上質な民間施設の整備不足
- ・世界的な認知度不足

国立公園満喫プロジェクト



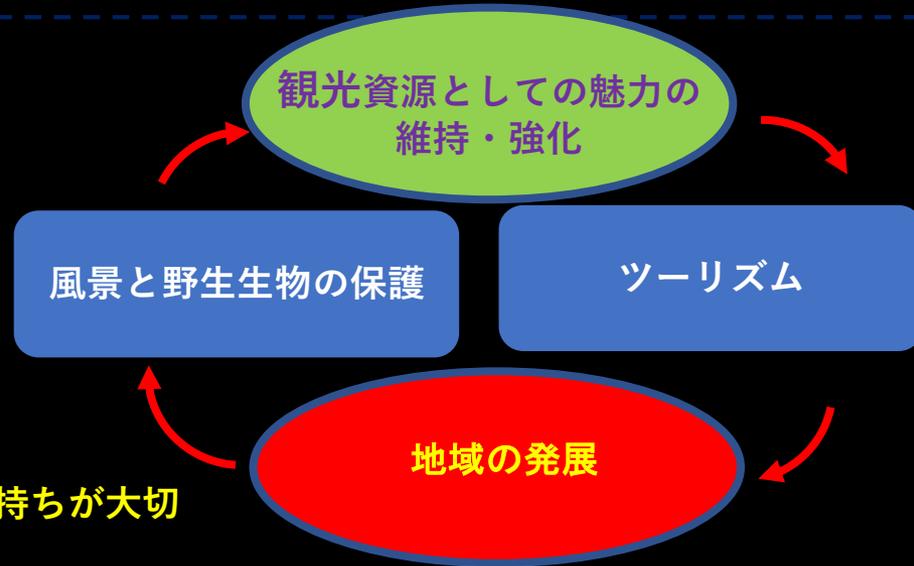
日本の国立公園のポテンシャルを最大限に引き出すために、

- ・必要なハード、ソフトの体制の整備を先駆的に定めモデル化し、
- ・その成果を全国展開し、**日本の国立公園を世界のナショナルパークとしてブランド化する**

国立公園の訪日外国人利用者数 年間490万人
→ **2020年までに1000万人に！**

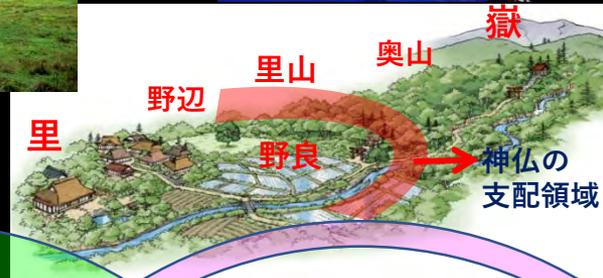
- 「最大の魅力は自然そのもの」をコンセプトに、非日常的な体験を世界の人々に提供
- 最高の自然環境をツーリズムに開放し、高品質・高付加価値のインバウンド市場を創造
- 風景と野生生物の保護 と ツーリズム の好循環を促進

地域全体で地域の自然を保護し、利用するという気持ちが必要
(豊かな自然と、地域の発展の共存)



国立公園には我が国の故郷の価値を見て取ることができる！

= 自然共生の思想 = 郷土への誇り = 地域創生への意欲 = 国際化への対応



(文化の基盤)

風土

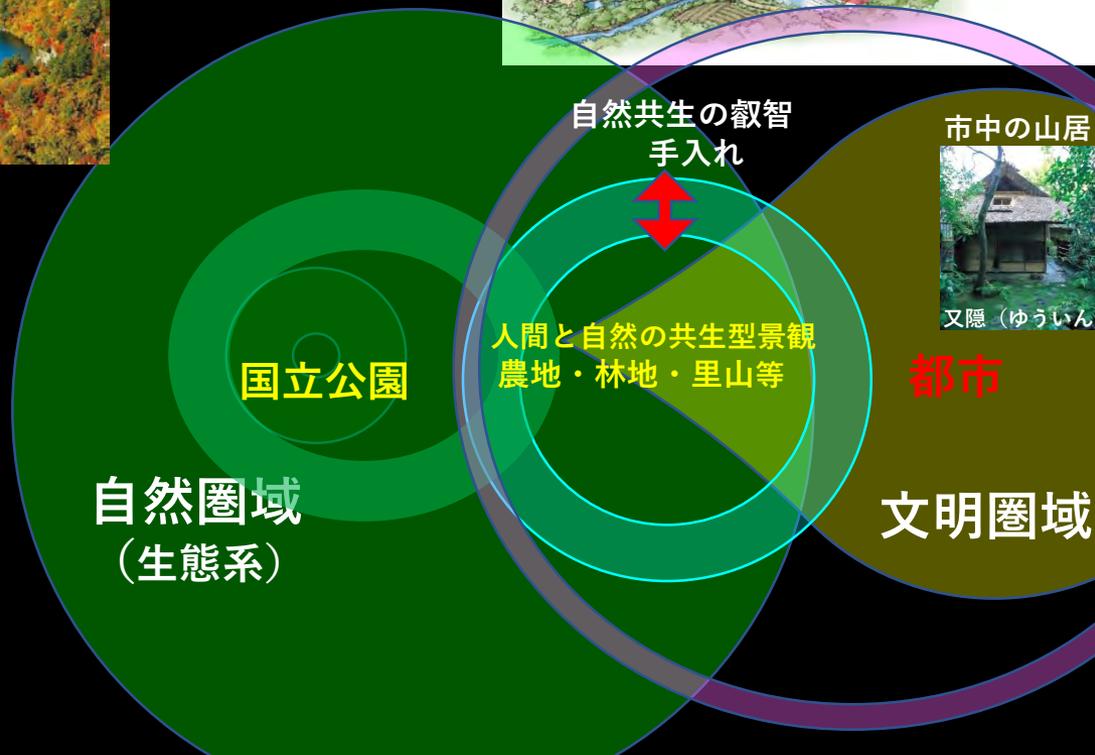


(心象)

風景



(視覚的)
景観



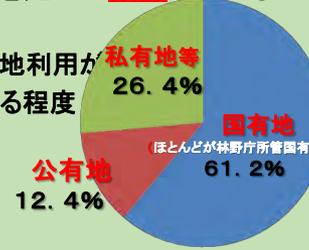
自然と共生したランドスケープこそが日本の個性であり美しさ！

日本の国立公園の特徴(日米の比較)

日本 (地域制自然公園)

土地所有はそのまま、区域を定めて指定し、行為規制により保護担保

※国土が狭く、古くから稠密な土地利用が行われてきた我が国でも、ある程度広い面積の保全が可能。



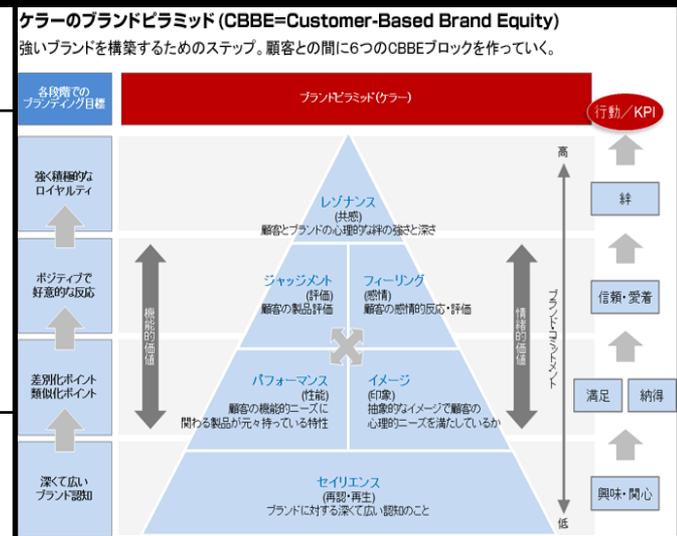
地方自治体や地域関係者、ボランティアなど、様々な主体の協力を得て、環境省が管理

アメリカ (営造物型自然公園)

土地を公園管理者(内務省国立公園局)が所有し、公園専用用地として利用

※厳正な自然保護が可能。利用規制もしやすい。

国立公園局が一元的に直営管理



	地域制自然公園	営造物型自然公園
採用国	日本、イギリス、イタリア、韓国等	アメリカ、カナダ、オーストラリア、スイス等
特徴	地域制自然公園	土地の権原を公園管理者が所有し、公園専用用地として利用
	日本、イギリス、イタリア、韓国等	
	土地所有の有無にかかわらず、公園管理者が区域を定めて指定し、公用制限を実施	
メリット	公園指定に当たって、土地を取得する必要がなく、広大な地域の保全が可能	土地は公園専用用地であり厳正な自然保護が可能 利用規制もしやすい
デメリット	土地所有者の私権や地域社会への配慮が必要 厳正な自然保護は困難	古くより稠密な土地利用、土地所有がなされてきた地域では、公園の設定は困難
管理体制	複層的な地域管理 管理体制は国によって様々	一つの機関(政府機関等)が財産として直営管理

ブランド戦略が希薄な日本の国立公園
日本では国立公園の認知度が低い
→ 日本の国立公園の知名度が低い
・名所の地点名は判っていてもどこが国立公園なのかがわからない
・実際に訪問をしていても、そこが国立公園であると後から知る
その原因の一つが入場料を徴収しない「地域性国立公園」の特性から！



ブランド価値をイメージとして高めるユニフォーム。

アメリカの国立公園職員はユニフォームが統一されているため、公園内で見かける職員は、皆「パークレンジャー」に見える。実際には様々な職種があり、「パークレンジャー」はある意味で架空のキャラクター。

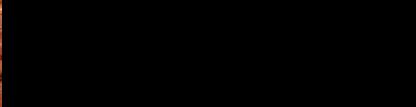
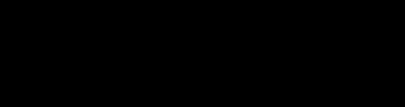
自然解説プログラムをこなし、公園内の犯罪者をつかまえ、自然環境の調査を行う。実際にはそれぞれの要素は分業化されている。アメリカの国立公園の大きな特徴はこの分業化にあり、それを統合するのがユニフォーム。特に重要なのは色彩だ。シャツがグレー、パンツや上着が濃いモスグリーンに統一され、事務職からメンテナンス職員、警察官まで、パツと見れば区別がつかない。ビジターの前に登場する「パークレンジャー」は、土星のような形の帽子をかぶって登場する。ユニフォームはシャツもズボンもしっかりアイロンがかけられたきれいなものが多い。トークがとても上手で、人当たりもやわらかい。このような職員は、組織上は「パークガイド」と呼ばれる。ビジターを対象としたインタープリテーションプログラムを専門に担当する職員であり、国立公園の「顔」でもある。

濃いモスグリーンに統一され、事務職からメンテナンス職員、警察官まで、パツと見れば区別がつかない。ビジターの前に登場する「パークレンジャー」は、土星のような形の帽子をかぶって登場する。ユニフォームはシャツもズボンもしっかりアイロンがかけられたきれいなものが多い。トークがとても上手で、人当たりもやわらかい。このような職員は、組織上は「パークガイド」と呼ばれる。ビジターを対象としたインタープリテーションプログラムを専門に担当する職員であり、国立公園の「顔」でもある。この職員がパークレンジャーのイメージを代表している。

パノラマティックで大景観の米国国立公園

10 Most Visited National Parks (2014)

Park	Recreational Visits
1. Great Smoky Mountains NP	10,099,276
2. Grand Canyon NP	4,756,771
3. Yosemite NP	3,882,642
4. Yellowstone NP	3,513,484
5. Rocky Mountain NP	3,434,751
6. Olympic NP	3,243,872
7. Zion NP	3,189,696
8. Grand Teton NP	2,791,392
9. Acadia NP	2,563,129
10. Glacier NP	2,338,528



国立公園は近代日本の観光の黎明期をリードした

(橋爪紳也：瀬戸内海モダニズム周遊)

志賀重昂著『日本風景論』(1894年)

1. 啓蒙的地理書
2. 日本の風景を称揚し、そこに日本のアイデンティティを求めたナショナリスティックな書
3. 近代的登山を推奨した啓蒙書
4. 従来の名所概念を脱する新しい風景観をもたらした書
5. 自然環境の保護を訴えた先駆的書

内閣付属の経済調査会によって、外国人観光客を誘致し、外貨を稼ぐため、富士箱根や瀬戸内海に国立公園を設立すべき旨の提言

昭和6年(1931) 国立公園法を制定

昭和4年(1929) 帝国議会に於いて外客誘致に関する建議が採択。
翌年には国際観光局が設置

昭和9年 瀬戸内海、雲仙、霧島 が最初の国立公園に

19世紀、シーボルトが瀬戸内海の風景を絶賛し、また明治時代にはトーマス・クックやユリシーズ・グラントなどの欧米人が瀬戸内海を絶賛。欧米人は瀬戸内海各地で(当時)当たり前のように見られた風景(多島海、段々畑、白砂青松、行き交う小舟など)に注目し、これらに観光資源としての価値を与えていった。

その昔の方が観光振興に熱心であった。

1912年(明治45年)5月には、大阪商船が別府観光の観光開発を目的として阪神・別府航路にドイツ製の「紅丸」を就航させ、純粋に観光を目的とした船旅が大人気となった。また山陽電気鉄道が、日本で最も優れた私鉄と評価されていた。

- ・ 観光漁業も盛ん。例：鞆：観光鯛網
- ・ 西欧建築のホテルがこの地域に多く建設
- ・ 高松には野口雨情・芸妓のプロマイド
- ・ 雑誌「モダン讃岐」
- ・ 昭和7年高松遊覧案内」昭和12年観光協会から「観光の高松」発刊

東北の国立公園

・ 1936年(昭和11年)2月1日に十和田地区だけが十和田国立公園として吉野熊野・富士箱根(現・富士箱根伊豆)大山(現・大山寺岐)とともに指定されたのが始まり。11956年(昭和31年)7月10日に八幡平地域が追加されたことにより、現在の十和田八幡平国立公園に改称された。

・ 1950年(昭和25年)9月5日、磐梯朝日国立公園は、出羽三山、朝日連峰、飯豊連峰、吾妻連峰、磐梯山、猪苗代湖までの広大な範囲に及ぶ国立公園が開設。陸域では我が国で2番目に大きな国立公園。

・ 1995年(平成7年)5月2日、陸中海岸国立公園として指定されたが2013年(平成25年)5月24日に区域を拡張し、三陸復興国立公園として指定された。

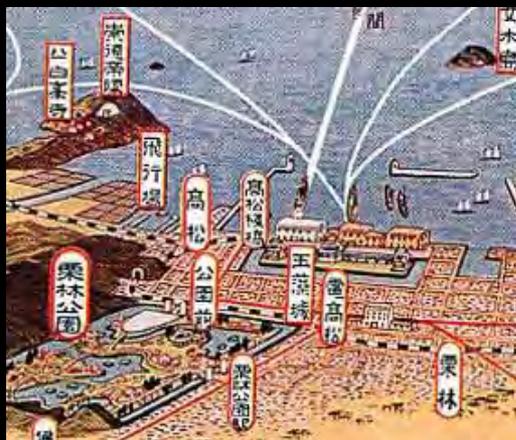
瀬戸内海国立公園の区域



東西に450km 南北に15-55km 平均水深：約31m 最大水深：約200m



吉田初三郎作画



暮らしと共にある日本の国立公園

1934年（昭和9年）3月に瀬戸内海国立公園、雲仙国立公園、霧島国立公園の3か所が最初の指定次いで同年12月、阿寒・大雪・日光・中部山岳・阿蘇九重が指定。

日本の国立公園制度の成立

- 風光明媚な既存の観光地が指定される。
- 外国人観光客の誘致，外貨獲得（1929年世界恐慌，1931年満州事変，1933年国際連盟脱退）。
- 荒廃した名所旧蹟の国家的な修復と大景勝地の保全，遊覧所の拡充，交通機関の利便化（村串，2005）
- 自然の風景地を核として，場所の伝統や文化のauthenticity（真実性）が作り出される制度（荒山，1995）



中部地区



鳥羽湾

伊勢志摩国立公園

三重県中央部の志摩半島一帯を区域とし、自然の造った美しさと、伊勢神宮などの人間が創った歴史文化が融合した景観が特色。

近畿地区



瀨峡

吉野熊野国立公園

吉野山は桜の名所として有名。2004年に紀伊山地の霊場と参詣道が世界遺産に登録された。

九州・沖縄地区



雲仙

雲仙天草国立公園

雲仙地域は特有の火山景観や、良質な温泉を楽しむ。一方、天草地域は変化に富んだ特色ある海岸景観が見られる。



桜島 溶岩道

霧島錦江国立公園

霧島地域では韓国岳を始め、火山らしい姿を望むことができる。錦江湾地域の桜島は現在も爆発と降灰を繰り返しており、山腹では溶岩流等が見られる。



渡嘉敷島

慶良間諸島国立公園

“ケラマブルー”と呼ばれる透明度の高い海で、ザトウクジラの繁殖地。

関東地区



富士山

富士箱根伊豆国立公園

富士山・箱根・伊豆半島・伊豆諸島の4つのエリアで構成され、火山活動に由来する山・湖・島などの自然が指定されている。

中国四国地区



厳島神社

瀬戸内海国立公園

日本一広大な国立公園。大小1000あまりに及ぶ島々で形成された内海多島海景観が最大の特色となっている。



足摺岬

足摺宇和海国立公園

海岸以外にも滑床溪谷や篠山、法華津峠といった内陸部にも指定地が点在している。また海域公園が多く、6ヶ所が指定されている。



岡山夕立受山(209.7m) 瀬戸内海国立公園



国立公園満喫プロジェクトの目標像！

国立公園満喫プロジェクト：世界水準の「ナショナルパーク」を実現するために

「最大の魅力は自然そのもの」「高品質・高付加価値のインバウンド市場の創造」

訪日外国人の国立公園利用者数

490万人(2015年) → 1000万人(2020年)に

ステップアッププログラムの策定

平成28年7月：世界水準の「ナショナルパーク」の候補として8公園を選定

阿寒 大山隠岐 十和田八幡平 阿蘇くじゅう 日光 霧島錦江湾 伊勢志摩 慶良間諸島

9月：地域協議会(※)において、具体的な取組を計画的、集中的に実施するステップアッププログラム策定に着手

(※)県、市町村、民間事業者等で構成



検討の加速化

- 各知事等に省幹部が直接要請
- アトキンソン氏、石井氏等有識者の現地評価

関係省庁との連携

- 関係省庁の施策メニューの提示(ビジットジャパン、街並み整備、空屋対策、Wi-Fi環境整備など)
- 関係省庁の出先機関が地域協議会に参加

12月：各公園毎にステップアッププログラム策定

- 国、県、市町村、民間事業者は、取組をそれぞれ実施。
- 進度に応じ、第2次補正予算の配分や29年度予算の配分を実施。
- 進捗状況に応じて、プログラムをグレードアップ。

8カ所の国立公園における成果を全国の国立公園に水平展開

世界水準の「ナショナルパーク」に向けたブレークスルー

質の高いホテル誘致

- 阿寒、霧島錦江湾等で上質なホテルの誘致検討について地元合意
- 日光ではラグジュアリーホテル進出に併せて幅広い層の受入環境を整備



ビジターセンター等公共施設の民間開放

- 伊勢志摩の英虞湾を望む直轄展望台を民間カフェ導入に向け整備
- 大山隠岐では官民連携により総合利用拠点を整備し、ツアーデスク等を設置



自然の質を向上させるための新たな仕組みの導入

- 慶良間諸島で入島時の環境協力税を徴収し、国立公園の環境保全に活用
- 阿蘇くじゅうにて利用者負担による草原再生検討について地元合意



景観の磨き上げと快適な利用環境の整備

- 十和田八幡平にて環境省が廃屋を撤去して利用拠点をリニューアル
- 大山隠岐にて大山方面への景観改善のため無電柱化を実施
- 各国立公園において、ユニバーサルデザインによる利用施設の整備の加速化



国内外への強力な情報発信

政府観光施策、地元DMO(※)、地元メディアとの連携

- Visit! Japan事業、地元DMO、地元メディア等との連携による海外広報の実施
- ※ Destination Management/Marketing Organization

国立公園オフィシャルパートナープログラム

- ANA、JAL、JTB、KTCホールディングス、サントリー等の賛同企業との連携協力。様々な媒体・ツールによる情報発信を実施。

公式SNSの開設

- インスタグラム及びフェイスブック公式アカウントにおいて、現地パークレンジャーから、公園の感動を発信



日本の国立公園 と満喫モデル

日本を代表するすぐれた自然の風景地を保護するために開発等の人為を制限するとともに、風景の観賞などの自然に親しむ利用がし易いように、必要な情報の提供や利用施設を整備しているところであり、環境大臣が自然公園法に基づき指定し、国が直接管理する自然公園。

- | | |
|-------------|------------|
| 1. 利尻礼文サロベツ | 17. 妙高戸隠連山 |
| 2. 知床 | 18. 白山 |
| 3. 阿寒 | 19. 南アルプス |
| 4. 釧路湿原 | 20. 伊勢志摩 |
| 5. 大雪山 | 21. 吉野熊野 |
| 6. 支笏洞爺 | 22. 山陰海岸 |
| 7. 十和田八幡平 | 23. 瀬戸内海 |
| 8. 三陸復興 | 24. 大山隠岐 |
| 9. 磐梯朝日 | 25. 足摺宇和海 |
| 10. 日光 | 26. 西海 |
| 11. 尾瀬 | 27. 雲仙天草 |
| 12. 上信越高原 | 28. 阿蘇くじゅう |
| 13. 秩父多摩甲斐 | 29. 霧島錦江湾 |
| 14. 小笠原 | 30. 屋久島 |
| 15. 富士箱根伊豆 | 31. やんばる |
| 16. 中部山岳 | 32. 慶良間諸島 |
| | 33. 西表石垣 |

国立公園とは？

■ 自然公園法に基づき環境大臣が指定

全国で33カ所、約215万ha、国土の5.7% (平成28年9月現在)
 ・国立公園法(昭和6年、自然公園法の前身)に基づき、昭和9年に初めて指定(瀬戸内海、雲仙、霧島)
 ・最近では慶良間諸島(平成26年3月)、妙高戸隠連山(平成27年3月)、やんばる(平成28年9月)を指定

■ 目的(自然公園法(昭和32年)第一条)

優れた自然の風景地を保護するとともに、その利用の増進を図ることにより、国民の保健、休養及び教化に資するとともに、生物の多様性の確保に寄与する

- ・我が国を代表する優れた自然の風景地の保護と利用を図る。
- ・全国7箇所の地方環境事務所、96箇所の自然保護官事務所などに約270人の自然保護官(レンジャー)を配置。



・**国立公園** → 国立公園と同じ自然公園の1種。
 国立公園に準ずる自然の風景地を環境大臣が指定。都道府県知事が管理。

・**国営公園** → 国土交通大臣が設置し、維持管理する都市公園。
 (例)国営昭和記念公園、国営吉野ヶ里 歴史公園 等

・**国民公園** → 環境省が設置、管理する公園の1種。
 (例)皇居外苑、新宿御苑、京都御苑



奄美群島
国立公園
(仮称)
新規指定
予定

やんばる国立公園
平成28年9月15日指定



多様な我が国の国立公園



選定された国立公園満喫モデル(8か所)

- | | |
|---------------|--------------|
| 1. 阿寒国立公園 | 7. 霧島錦江湾国立公園 |
| 2. 十和田八幡平国立公園 | 8. 慶良間諸島国立公園 |
| 3. 日光国立公園 | |
| 4. 伊勢志摩国立公園 | |
| 5. 大山隠岐国立公園 | |
| 6. 阿蘇くじゅう国立公園 | |

ブランド確立のモデル公選定の基準

関係都道府県や市町村が一体となって取り組む体制、DMOなど観光推進組織の積極関与、若い世代を含めた人材確保の仕組みなどの他、インバウンド増加を目指す具体的な戦略や計画、マイカー規制等の検証体制の有無などの観点から選定

選定された国立公園満喫PJの水平展開！

平成28年

7月：先行的に取り組みを進める8公園を選定

9月：地域協議会の立ち上げ

12月：ステップアッププログラム策定

- 国、県、市町村、民間事業者は、取組をそれぞれ実施。
- 進度に応じ、第2次補正予算の配分や29年度予算の配分を実施。
- 進捗状況に応じて、プログラムをグレードアップ。



慶良間諸島国立公園

阿寒国立公園

大山隠岐国立公園

十和田八幡平国立公園

阿蘇くじゅう国立公園

日光国立公園

霧島錦江湾国立公園

伊勢志摩国立公園

8カ所の国立公園における成果を全国の国立公園に水平展開

● 国立公園満喫プロジェクト展開事業採択案件

満喫プロジェクト先行8公園の成果を他の公園に展開するため、ソフト支援を行う事業

【支笏洞爺湖国立公園】「支笏洞爺国立公園支笏湖地域における『おもてなしの地域づくり』」

【三陸復興国立公園】特定非営利活動法人ACTY「三陸復興国立公園種差海岸 訪日外国人満足度アップ」

【上信越高原国立公園】山ノ内町「上信越高原国立公園志賀高原地域におけるインバウンド誘致拡充事業」

【中部山岳国立公園】立山エコツーリズム研究会「『立山室堂』滞在型プログラム充実事業」

【中部山岳国立公園】中部山岳国立公園南部地域周遊・滞在型利用推進方策研究会「中部山岳国立公園南部地域における周遊性の確保及び滞在型利用の促進に向けた二次交通手段の開発とプロモーション事業」

【富士箱根伊豆国立公園】富士宮市「富士山及び朝霧高原 活性化推進事業」

【吉野熊野国立公園】和歌山県「南紀熊野の大自然・インバウンドプロモーション」

【瀬戸内海国立公園】神戸市／（一財）神戸国際観光コンベンション協会
自然を活かしたツアー造成及びプロモーション

【瀬戸内海国立公園】高松市「屋島の絶景プロモーション事業」

【雲仙天草国立公園】長崎県「雲仙航路復活による九州・国立公園周遊促進事業」

ONSEN・ガストロノミー・ツーリズムの導入による自然公園地域の活性化を！

ガストロノミー（仏: gastronomie、英: gastronomy）とは

文化と料理の関係を考察することをいう。日本では美食術、美食学とも訳される。美味しく料理を調理して食べることを指すものと、誤って理解されることもあるが、これらは分野の一部にすぎない。ガストロノミーとは、料理を中心として、様々な文化的要素で構成される。すなわち、美術や社会科学、さらにはヒトの消化器官の点から自然科学にも関連がある。転じて（料理としての）格が高いフランス料理のレストランや高級食材店名の冠としても用いられる。こうした傾向は、フランス国内の枠だけに留まらず、イタリアなどヨーロッパ各地域の料理においても広く用いられる。



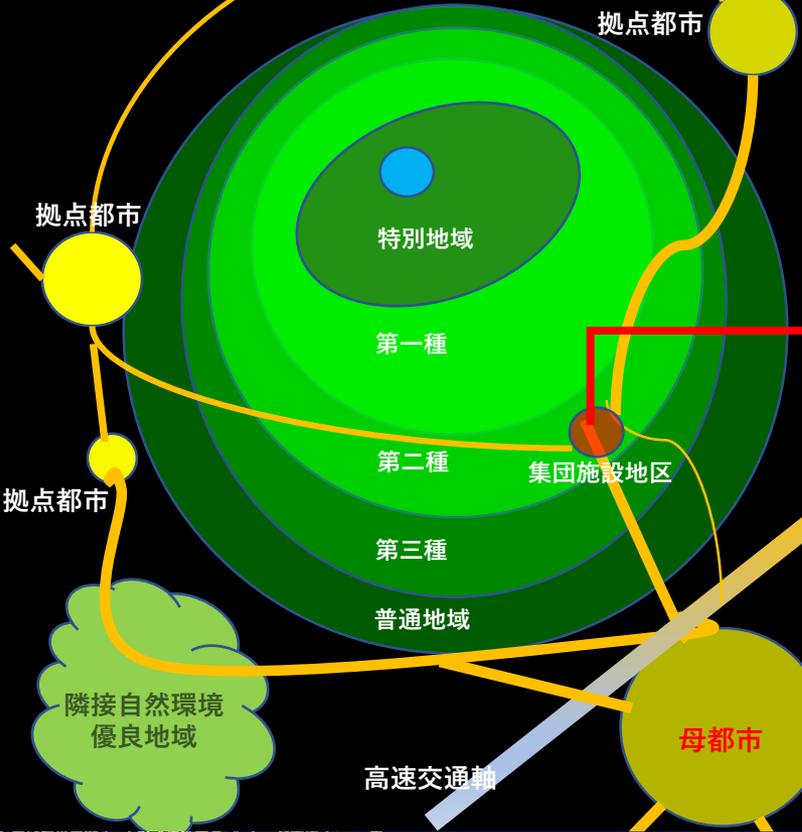
テロワール (Terroir) とは、「土地」を意味するフランス語 *terre* から派生した言葉。もともとはワイン・コーヒー・茶などの品種における、生育地の地理、地勢、気候による特徴をさすフランス語である。同じ地域の農地は土壌、気候、地形、農業技術が共通するため、作物にその土地特有の性格を与えるという意味。

身土不二

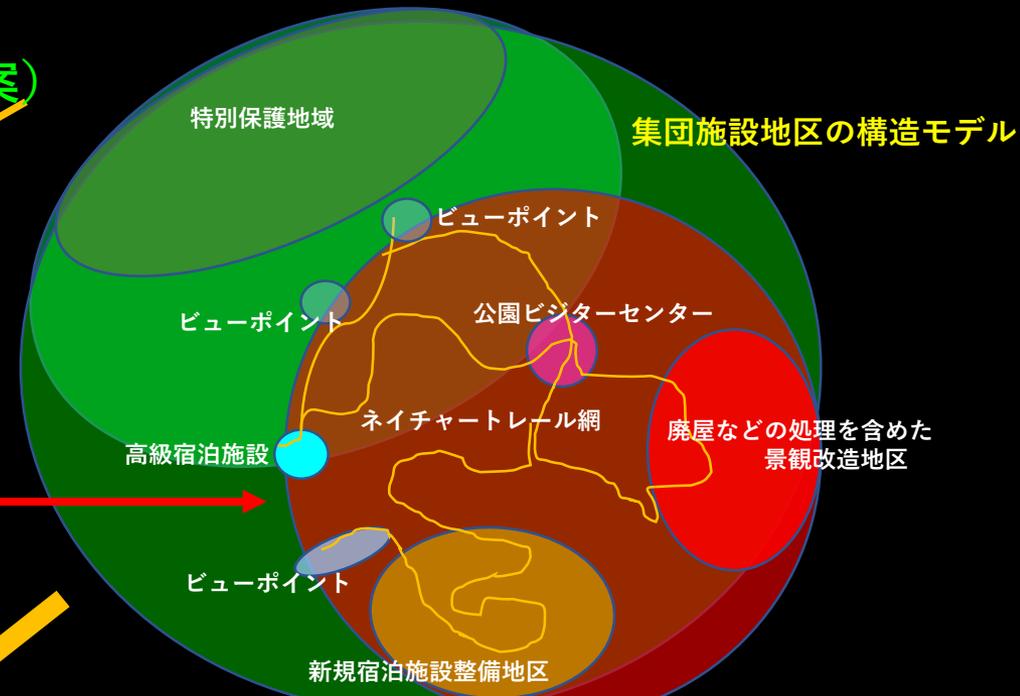


国立公園満喫の魅力向上のための戦略 (WAKUI私案)

国立公園広域観光圏のモデル構造



集団施設地区の構造モデル



国立公園の魅力向上のための地域サービス構造

ハードへの提案

- ・国立公園周縁の都市（市・町）が相互に関連し、広域的な観光圏形成のネットワーク整備に尽力する。
- ・とりわけ母都市に於いてはDMO等で国立公園利用のガイダンスやビジュアルな紹介が可能な拠点を整備する。また母都市としての品格に相応しい都市景観整備に尽力する。
- ・公園内に於いては、多様な所得階層に即した選択肢が豊かな宿泊・料飲施設を整備する。
- ・同様公園の核心部にアクセスするルートは、ただの簡便で触接的なアクセスのみならず自然共生の暮らしを垣間見ることが出来る多様なルートを整備する。
- ・集団施設地区内やルート上の廃屋や劣化し事業が行われていない宿泊施設・広告看板等の景観阻害要素を公民連携で適切に処置する。

ソフトへの提案

- ・地域性が濃密に表現されている土産品の開発に尽力する（とりわけ手業もの）
- ・語学にも精通したボランティアガイドの養成に尽力する。
- ・地域連携の満喫推進協議会を形式に終わらせないために、常にアクティブに成果を実質的に得られるよう公民の調整などを含め効用を実感できるような運営に努める。
- ・温泉と食そして飲が一体となったルートメニューを充実させる。

国立公園満喫推進協議会

広域観光周遊ルート形成促進事業パッケージ支援メニュー例



美しく気高く、時に厳しい日本の自然。そのかけがえのない自然と常に共生する術を見出してきた日本の文化は、今我々に迫りつつある地球の危機に大きなヒントとなり得る！
旅は不安の世界から未来への解を見出す特效薬



ご清聴ありがとうございました。