

実施箇所の選定にあたってのメルクマール（案）

○基本的な考え方を踏まえ、以下の事項を確認しつつ選定してはどうか。

1. 資質（ポテンシャル）

①観光資源

- ビューポイント（重点取組地域）の訴求力の具体性や有効性
 - ✓長期滞在に資する多様なアクティビティや多様な利用者のニーズに対応できる宿泊施設が提供できるか？
 - ✓各国立公園のブランドを高めるストーリー性のある一連のアクティビティが提供できるか？
- （特に）外国人利用者への訴求力
 - ✓多くの外国人利用者を惹きつける魅力のある観光資源があるか？

②観光庁・文化庁・民間の取組との有機的連携

- 広域観光周遊ルートや日本遺産等との連携
 - ✓広域観光周遊ルートに組み込まれているか？
 - ✓日本遺産等と連携した、新たな取組の可能性はあるか？
 - ✓鉄道、バス事業者、旅行業者などの民間事業者とのタイアップが期待できるか？

③テーマ性、モデル性

- 個性ある観光資源の提供（例 広大な自然、温泉、エコツーリズム）
 - ✓手つかずの大自然が広く残され、それが損なわれることなく、利用者が体感することができるか？
 - ✓温泉を魅力ある観光資源として国立公園のインバウンド増加に結びつけることができるか？
 - ✓地域における自然や食、歴史文化等を観光資源として活用し、自然や文化に配慮したツーリズム（エコツーリズム）に地域を挙げて取り組んでいるか？
- 災害からの復興
 - ✓災害の影響による急激な利用者減に対して、それを反転するための提案があるか？
- 質を重視する個人旅行者への訴求力（モデル性）
 - ✓将来的に、外国人旅行者のニーズとして、長期滞在や質の高い宿泊施設利用、文化的な側面を含めた体験などの志向が高まることも見据え、質を重視する個人旅行者の割合の高い欧米からの旅行者が多く訪れているか？

2. 地元の熱意と仕組み

①地元の主体性、推進体制の構築及び戦略・計画の策定

- 地元の主体性と推進体制
 - ✓関係都道府県及び市町村が揃って要望するなど地域が一体となって、取り組む体制ができているか？（関係自治体に予算の確保や体制の整備などの主体的に取り組む意志があるか？）
 - ✓DMO等の観光推進組織が設立されているか、当該団体の積極的な関与の意志があるか？
 - ✓地域観光に影響力があるリーダーが熱心に取り組む意志があるか？
- インバウンド増加に係る戦略・計画
 - ✓数値目標等を有する具体的な戦略・計画があるか？（関係自治体の合意状況含む）
 - ✓景観統一（民間施設含む）などに関する具体の担保措置があるか又は検討されているか？（検討にあたっては、対象地やスケジュールが具体的であるか）
 - ✓国立公園（公園に通じるアクセス道路等を含む）のサインの統一等による国立公園をキーワードとした告知・PR戦略があるか又は検討されているか？（検討にあたっては、対象地やスケジュールが具体的であるか）

②自然環境（景観を含む）を損なうことのない適正な利用の担保

- ✓ビューポイントごとの自然環境を損なわずに利用者を増やす余地があり、それが適切に評価されているか？
- ✓ビューポイントごとのオーバーユースに関する対策について、マイカー規制やエコツーリズム全体構想等の具体の担保措置があるかまたは検討されているか？（検討にあたっては、対象地やスケジュールが具体的であるか）
- ✓ビューポイントごとのオーバーユースに関するモニタリング、評価の体制があるか？

第1回 国立公園満喫プロジェクト有識者会議での主なご意見

No	カテゴリ	主な意見
1	全体	海外の国立公園を追いかけるのではなく、日本らしさを持って進めることが重要 地域制国立公園であるがゆえに官民連携ができる点をアドバンテージにするべき
2	全体	観光客の大半は日本人なので、「外国人のために」と言うより「地域の人や利用者に利用しやすく」とする方が地域の協力が得られやすい(インバウンド増加は結果)
3	全体	観光文化における「自己責任」を徹底すべき そうすればメニューの幅が広がる
4	全体	選定すること以上に、各地域での作りこみ、取組、資源を磨くことが重要 選定後の各地域の作りこみも有識者会議の検討範囲に含めてほしい
5	受入体制	国立公園の保護と利用の中長期のビジョンを関係省庁で連携して作るべき
6	受入体制	環境省、林野庁(国有林)、観光庁(広域観光周遊ルート等)の連携が必要
7	受入体制	団体ではなく個人で旅行するときに末端の交通手段が弱い
8	受入体制	景観を守るための資金を持続して地域から生み出す仕組み(ナショナルトラスト等)が必要
9	情報発信	来訪者に対し、入口としての「国立公園」の意識付けが必要 「余暇を楽しむ場所」「エコツアーの聖地」という認識を醸成すべき
10	情報発信	グランピング元年なのに日本の国立公園が出てこない 観光の視点から有益な国立公園に関する情報が国から発信されていない 来た人が何ができるか伝わる情報発信を
11	情報発信	関心の高い中国・台湾、ビザ緩和するフィリピン・インド等、JNTO新拠点(スペイン、イタリア、ロシア)へのJNTOと連携したアピールが重要
12	情報発信	海外に対して「日本とはこういう国だ」という分野横断的な地図を作ることが重要 国立公園で何ができるかすみわけをして、全国でいくつかお勧めのルートを作ると良い
13	情報発信	地域の魅力を知っている人が情報発信する仕組み、情報が集まってくる仕組みが重要
14	情報発信	国立公園について、国民参加の番付やランキングをするのも有効
15	分析	外国人旅行者のポテンシャルが正しく測れていない 世界平均から見ると欧米人(ドイツ等)はポテンシャルが高い
16	分析	32国立公園の現状と課題を整理してほしい
17	分析	地域資源の調査と分析に地元の方が関わらないと、データが活用されない
18	お客目線	施設がお客目線ではない 座るところ、食べるところ、泊まることをそれをしたところに整備すべき
19	お客目線	供給側の論理ではなく、多様なニーズに対応し、多様な体験ができるようにすべき
20	お客目線	規制区分がお客目線ではない 重点保護地域にもカフェがほしいし、民間地の景観も重要
21	ガイド	奥深い日本の国立公園を満喫してもらうため、安全確保のためガイドが不可欠
22	ガイド	ガイドには「いき届いたサービスをするガイド」と「専門知識をもつガイド」が必要 自然保護官も「専門知識を持つガイド」としてガイドを業務にすべき
23	ガイド	(独立採算の難しいため)ガイドはホテル(環境配慮型、循環型とすべき)と一体化すべき
24	ガイド	通訳案内士の資格が厳しすぎる。やろうと思えば高校生でもできる
25	選定基準	省庁連携(広域観光周遊ルート、日本版DMO等)
26	選定基準	地元の熱意・受け入れ態勢 動く人の熱意が重要
27	選定基準	エコツーリズムの聖地
28	選定基準	今は落ちているが応援すべきところ(東北や九州)
29	選定基準	テーマで分ける(宿泊施設が充実、自然が広大など)

第 1 回 国立公園満喫プロジェクト有識者会議
議事要旨

1. 日時：平成 28 年 5 月 23 日（月）9：30～11：30
2. 場所：中央合同庁舎 5 号館 環境省第 1 会議室
3. 出席者：

（政府側）

丸川珠代環境大臣、田村明比古観光庁長官、森本英香大臣官房長、奥主喜美自然環境局長、亀澤玲治大臣官房審議官、岡本光之国立公園課長、吉田一博自然環境整備課長、田邊仁国立公園利用推進室長

（有識者、敬称略）

石井至（有限会社石井兄弟社社長）

江崎貴久（旅館海月女将、有限会社オズ代表取締役）

加藤誠（株式会社ジェイティービー旅行事業本部観光戦略部長、株式会社 JTB 総合研究所客員研究員）

デービット・アトキンソン（小西美術工藝社社長）

野添ちかこ（温泉と宿のライター）

星野佳路（株式会社星野リゾート代表取締役社長）

ロバート キャンベル（東京大学大学院比較文化研究室教授）

涌井史郎（東京都市大学環境情報学部教授）

4. 議事概要

○丸川環境大臣より冒頭挨拶

環境省では、3 月 30 日に政府として取りまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、「国立公園満喫プロジェクト」に取り組むこととした。我が国の国立公園には 80 年以上の歴史があり、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域特有の人々の暮らしにふれられるのが我が国の国立公園の特長。「国立公園満喫プロジェクト」では、こうした魅力ある日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化を図ることにより、訪日外国人旅行者の国立公園利用者数を現在の年間 430 万人から 2020 年には 2 倍以上の 1,000 万人に増やすことを目指している。

このため、この夏を目処に、まずは 5 か所程度の国立公園を選定して、このプロジェクトを集中的、計画的に実施していく予定。委員の皆様方には、「国立公園満喫プロジェクト」の具体的なコンセプトの検討や実施箇所の選定等を行う上で専門的観点からご助言を頂きたい。第 1 回となる本日の会議では、国立公園のインバウンド拡大に向け、現在の国立公園の課題や目指すべき方向性などについて、また、そもそも今の国立公園にはこうしたホスピタリティが欠けているというご指摘も含め、それぞれの専門的立場から、忌憚のない

ご意見をいただきたい。

○田村観光庁長官より挨拶

3月30日にとりまとめた新たな観光ビジョンにも、国立公園を世界水準のナショナルパーク化することが位置づけられている。国立公園は日本の豊かな自然が凝縮された観光資源であり、宿泊施設等の滞在環境の改善やアクティビティの充実などにより、旅行者にとって魅力的な目的地となるポテンシャルを秘めている。今回、この「国立公園満喫プロジェクト」の具体的なコンセプトや実施箇所の選定を行うためにこの有識者会議が設置されたことは観光庁としてもありがたく、全面的にバックアップしたい。

観光庁としてできることとしては、対外的な情報の発信、観光地の経営としてのDMOの育成、旅行商品の造成等がある。また、国土交通省全体としては、国立公園だけでなく、周辺地域と整合のとれたまちづくり・景観づくりなどについてお手伝いができると思う。これらの施策を強力に推進してまいりたい。委員の皆様には、実施箇所の選定のみならず、国立公園の活性化に何が不足しているか、どのような改善策が講じられるかについてもご意見をいただきたい。

議事（１） 国立公園満喫プロジェクト有識者会議の設置について

○事務局から資料1-1～1-3に基づき説明。各委員からの異議なし。

議事（２） 国立公園満喫プロジェクトの実施について

○事務局から資料2-1～2-3に基づき説明。

○有識者からの質疑応答

- ・利用者数はどのような方法でカウントしているのか（江崎委員）。
- 一観光庁の訪日外国人調査において外国人を対象としたアンケートをしており、その中で国立公園に重なったところを集計している（事務局）。
- ・3.5億人の利用者があるというが、日本人の旅行現役人口を8,000万人としても全員が毎年3回以上行っている計算になる。カウントはどうなっているのか（アトキンソン委員）。
- 一各都道府県の観光統計を基本に算出している。したがって同じ方が複数の場所に行っても除外することができず、のべ利用者数となっている。実際の個人ベースで何人の方が国立公園に来ているかはこの数字では表現できていない（事務局）。
- ・国別利用者数は非常に重要なファクト、エビデンスだが、国立公園に入るときに登録

しているわけではないと思う。(キャンベル委員)

ー日本の国立公園には入る際に登録はしていない。あくまで、どこの観光地にいったかのアンケートに基づいたもので、そこまで正確ではない(事務局)。

- ・観光庁ができるまでは、日本の観光統計は統一されたスペックでは整理されてこなかった。観光庁発足以降かなり明快なものになったという認識(涌井座長)。
- ・国内の利用者数については、都道府県ごとの統計の取り方は全く統一されておらず、そこを統一する準備を進めている。インバウンドでどれだけ旅行者が来ているかを捕捉しなくてはいけないが、今の都道府県の統計ではどうしても域内の方も含まれている。まだまだ改善の余地のある分野と認識している(田村観光庁長官)。

○各委員それぞれの立場から、国立公園がどのように魅力を高めていくか、利用者を増やしていくべきかについて意見。

【石井至 委員】

- ・2020年までに外国人旅行者430万人を1000万人というのがお題。5カ所程度選定することだが、この5箇所は2倍、3倍にしないと全体で目標は達成できないので相当な努力が必要。観光庁の取組との連携や観光ビジョンで取り上げている各種取組をフル活用しなくてはいけない。インバウンドでは「ゴールデンルート」以外に如何に行ってもらえるか。広域観光周遊ルートを定めたがそことの連携をまずは考えるべき。
- ・強いところをさらに伸ばすという考え方と、今は落ちているがこれから育てていくべきという考え方(例えば東北や九州など)がある。
- ・観光は近所の国から来るというのが大原則。アジアが85%であれば一義的にはアジア向けの対策を打つべき。同時に欧米のほうにも力を入れていく。国別には中国・台湾は他の国に比べて国立公園に来ている割合が高い、関心が高いので、これらの国へのアピールをどうするかが重要。また、ビザの緩和をしている国々(フィリピン、インド等)、JNTOが新たな拠点を増やす地域(スペイン、イタリア、ロシア)への情報発信も意識すべき。JNTOはアジアの国々へは絶大な影響力、プロモーション力があるので是非連携していくべき。
- ・選定するのは気楽だが、倍増という目標を達成するためには各地域の作りこみが重要。この作りこみの段階もこの有識者会議の役割としてほしい。
- ・トイレは洋式にすればいいというものではない。中国の方等は、他の人と同じ便座に座る洋式トイレには抵抗がある。

【江崎貴久 委員】

- ・外国人観光客を対象に調べたところ国立公園と認識して来た方は60%だった。入口も大事だが、結果的に国立公園であったと知ってもらうのも大事。地元も国立公園だという認識で取り組んでもらうことが大事。フィールドは国立公園なのに「国立公園」と

いう単語が出てこないことが多く、意識付けが必要。

- ・パッと見て国立公園とはわからず、奥深いのが日本の国立公園。「満喫」するにはなるべく長く時間を取っていただきたい。限られた時間で海外の方に国立公園を知ってもらうにはガイドの存在が必要不可欠。まだまだガイドは成熟していない状況で差もある。
- ・地域で直接話ができる国の機関は、実は自然保護官しかいない。そうした「近い」保護官の役割を重要視し、業務の一部としてガイドなどをしていくのは必要ではないか。
- ・求められるガイドの品質がひとくくりにされているが、行き届いたサービスができるガイドと、保護官のような深い知識を持つ専門家のガイドの2つのガイドが求められている。地元で保護官も含めた人の活用を考えるべき。
- ・マーケティング等の調査結果を現場で活かすことが必要だが、地元の人が調査や分析に関わるようにしないとデータが活用されない。
- ・日本型のエコツーリズムは地域への波及効果を重要視しており、海外からも視察が来ている。日本らしさを持って進めるのが大事。

【加藤誠 委員】

- ・ナショナルパークとしてのブランド化を図る上で世界的な認知度不足は問題。国民はおろか、ツーリズム産業に関わるものでも、32の国立公園を全部言える人間はいない。ブランド化、国立公園のポテンシャルを引き出す上で、受入体制の充実は非常に重要。「余暇を楽しむ場所として国立公園がある」ことを国民に知らしめることが重要。
- ・例えば、中部山岳、支笏洞爺のオーストラリア人が多いが、これは魅力的なパウダースノーを求めた結果であり、国立公園自体が目的ではない。一方、受け入れる地元も、国立公園と意識して受入体制を整備したか。国立公園をブランド化する上では、地域における合意形成が非常に重要。
- ・日本の国立公園は所有権が複雑。所有権の問題で整備が遅れていることもあるだろうが、所有権が様々ということは、官民が連携する土壌があるというメリットでもある。DMOなどの観光のための受入体制を整備する観光庁の流れと連携して国立公園の魅力を徹底して国民に知らしめるべき
- ・JTBが道東で行った独自調査では、欧米の方は「ナショナルパークに行きたい」という方が非常に多い。世界的な認識では「国立公園＝自然を楽しむエコツアーの聖地」という意識がある。その意識を土地所有者含め地域と合意形成していくことが重要。
- ・メニュー作りの前に仕組みづくりがある。しくみづくり→メニュー・コンテンツ作り→仕切りとしてのマネジメントという段階を踏んで国立公園のブランド化を進めていくべき。
- ・実施箇所の選定に当たっては、省庁連携・日本版DMOも視野に入れること、「日本のエコツーリズムの聖地はここだ」と言える地域を選んでいくことが重要。

【デービット・アトキンソン 委員】

- ・ J N T O のホームページに「国立公園」というワードが載っていない。環境省のホームページも指定年や面積は載っているが観光に値しないデータであり、PRの問題。国立公園を観光資源として変えていく必要がある。
- ・ 今日の資料は今来ている人たちの分析にとどまっている。ポテンシャルが十分に測れているかという疑問。例えば世界銀行のデータではドイツは年間のべ 8,300 万人が海外旅行しており国際的に大きなマーケットになっている（フランスは 2,800 万人）。
- ・ 世界の観光は地域内が 80%、地域外が 20%というのが水準。日本の潜在的なマーケットを計算するとアジア 55%、欧州 29.7%、アメリカ 9.8%を目指すことが可能という結果になる。
- ・ 今年は「グランピング元年」であるがネット検索しても日本のサイトは出てこない。「国立公園に泊まる」「国立公園で食べる」等でも日本のサイトはヒットしない。
- ・ 国立公園は食べるところ、座るところ、泊まるところがほとんどないので整備すべき。日本の観光地は過去の日帰り国内観光を前提に作られている。約 30 年ぶりに富士山の山小屋に泊まったが昔のまま。あの値段設定で世界の観光客を泊まらせるというのはいかななものか。
- ・ 日本独特の文化体験がある。観光の基本は多様性。多様なホテルや食べるところの整備も重要。多様な体験ができるようになれば 4,000 万人も高い目標ではない。

【野添ちかこ 委員】

- ・ 温泉も保護と管理のイメージで規制がメインだったが、環境省も地域活性化を重視し始めているようである。昨日の「温泉サミット in 東京」でも、定期的なネットワークや現状に合っていない温泉法の改正などの意見があった。
- ・ 国立公園内の温泉地についても、国立公園と意識していないケースが多く、観光庁との連携が重要。例えば地獄谷のスノーモンキーは一枚の写真がきっかけで多くの外国人がめがけてやってくるようになった。地域の魅力を知っている人、例えばレンジャーが情報発信をする仕組みや、魅力的な情報が勝手に集まってくる仕組みを構築することが重要。本日配布されている国立公園の冊子も自然の写真だけで何ができるか伝わってこない。来た人が何ができるかが伝わる情報発信を。
- ・ 昭和 2 年には「日本新八景」が国民参加で選定された。観光地としてどの国立公園が魅力的なのか、アンケートだけでなくランキング、番付のようなものも有効ではないか。

【星野佳路 委員】

- ・ インバウンド増加を目標にしているが、観光客の大半は日本人。「外国人利用者を伸ば

すために」というよりは、日本人を含めた観光客にも利用しやすくという視点の方が地域の協力を得られやすい。インバウンド増加は結果として付いてくる。この機会に国立公園を保護し利用していく長期的なビジョンを考えるべき。

- ・国立公園の利用において、観光文化における「自己責任」を徹底すべき。現在は環境省や林野庁など国が安全も保障するという概念があり、結果やってはいけないことの方が多くなっている。大前提として観光客が自己責任という意識を持ち、自ら安全対策をするようになれば、できることも広がり、国立公園がより魅力的になる。
- ・国立公園の規制区分が顧客視点でない。顧客視点では、開発された民間地でも景観のために規制を厳しくしてほしいということもあるし、景観を重視すべき。また、自然度の高い重点保護地域でもカフェなどの施設が欲しいということもある。
- ・推進体制として、国立公園の大部分を占める国有林を所管する林野庁との連携が重要。少なくとも選定される5箇所では、環境省、林野庁、観光庁が一体となったプロジェクトチームを作るなど、ビジョンの合意がなければ進まない。
- ・エコツーリズムが非常に重要だが、ガイドは独立した業として採算をとるのが大変なので、ホテルとの一体化を考えるべき。スキーなどバックカントリーで遭難しないための一番の方法は、立入禁止ではなくガイドを付けること。ホテルも環境先進型、循環型とすべき。

【ロバート キャンベル 委員】

- ・省庁連携が重要。観光庁の広域観光周遊ルートはキャッチーで魅力的なネーミングで形も分かり易い。国立公園が日本の地図とどう連動するか。どこに泊まり、どこで遊ぶか、形としてどう認識されるか。国としてのブランド化においては、俯瞰的な、明晰なイメージを、特に海外に対して打ち出す必要がある。「日本とはこういう国だ」という分野横断的な地図を作ることが重要。
- ・外国人旅行者のニーズとして、自然鑑賞や食事は共通しているが、例えば「日常体験」は欧米人のニーズが高く、「温泉」や「ショッピング」はアジアのニーズが高い。国立公園の中で何ができるか住み分けをして、全国でいくつかお勧めのルートを作っておくとよい。
- ・昔に比べるとインターネットの普及もあり言葉のハードルは下がっている。公衆 Wifi も普及が進んでいる。
- ・田舎の奥深くにも外国人旅行者が入っている。しかし、深いところに個人で入って行くこうとするときに、地方都市までは行けるが末端の移動手段がない。携帯電話のアプリで、地方であっても配車ができる、カード決済ができるようにするなど、基本中の基本がまだ不十分。
- ・通訳案内士の資格が厳しく閉ざされている。地元の魅力的なストーリーを知っている者、高校生でもできるはずなので開放すべき。

- ・ ” physical ” な環境が劣悪。食べる場所の不足、シャッター街等、新陳代謝している最中だと思うが劣悪な環境をどう改善するか。公有地と民有地の違いなど米国の国立公園との制度的違いをアドバンテージとして地元の個性を出させるのが大事。

【涌井史郎 座長】

- ・ 結果としてではなく入口としての国立公園という視点にたってブランディングをどう考えるかが非常に重要。今までの歴史からは開発圧力が強く、物言わぬ動植物や自然の立場から規制線を確保してきた。国立公園の制定当時は大変ダイナミックな発想で、日本の大風景を世界化する試みであり、瀬戸内海や雲仙等は極めて国際化していた。そこに出口が見えてくる。
- ・ ユーザーは多様なニーズを持っており、国立公園の自然も多様。少品種・大量生産・コスト削減の供給サイドの論理ではなく、多様な行動原則・ニーズに対し、国立公園がどう誘導し、受け入れていくかという逆のアプローチを取ることが非常に重要。
- ・ 「リゾート」ではなく「リトリート」「自分をリトリートメントする」という考え。その中で、自己責任を持って国立公園の中での行動様式を決めていって、地元との合意形成の上で国立公園のブランディングをしていくことが重要。

○意見交換

【石井委員】

- ・ 地元が熱心なところでないとうまくいかないのでは、熱心なところを選定し成功事例を作ってはどうか。

【加藤委員】

- ・ 受入体制が重要。今後議論していくに当たって、32 か所の国立公園それぞれの現状と課題について情報がほしい。主体となる組織やリーダーの有無、所有形態、宿泊施設の数、アクセス等。宿泊施設が充実している、自然が広大である等のテーマで分けて選定することも有効かもしれない。

【アトキンソン委員】

- ・ 文化財も同様に、座る場所がない、食べる場所がない等、お客目線になっていない。お客目線に立った整備が大事であり、日光東照宮でいえばトイレの前ではなく陽明門が見える場所にベンチが欲しい。外でなく中に食べる場所が欲しい。東照宮も境内で初めてカフェをやった全然満足度が違う。民間を巻き込んで、おかしな開発をせず資源を磨くことが大切。PRより磨くことが大事。

【江崎委員】

- ・「実際に動く人が熱意を持っている」ことが非常に重要。組織体制も考えていくことが大事。また、これまで景観が守れてこなかったことが気になっている。大事なものを失わないためには、持続して地域の中から景観を守るための資金を生み出していく仕組み（ナショナルトラスト等）が不可欠。地元が国立公園に誇りを持っている、地域が守っているという感覚があればお客にも伝わる。人は人に感じる。国立公園がただの商業施設にならないためにこういう点が重要。

【星野委員】

- ・熱意は重要だがどんな熱意かが重要。中長期的に、国立公園の魅力をどう高めるか、関係省庁含めた体制をどうするか、国立公園を観光と保全が両立した本当のエコツーリズムにどのようにしていくかを真剣に議論してほしい。数は結果なので会社の業績のように気にして達成する必要はない。自然は一旦壊れたら戻らない。インバウンドバブルはいずれ崩壊する。そのときに国立公園が活躍できるくらいの中長期ビジョンを描いてほしい。

【キャンベル委員】

- ・国立公園を地図で見ても複雑で分かりにくいのが、文字で表記するとたちどころにイメージできる。そのギャップをどう埋めるかが課題。例えば10日間滞在するときの国立公園のカップリングを提示していくことは有意義。そのためには、林野庁や観光庁とも連携していかないとスピード感を持って伝わらない。

○涌井座長から、有識者会議の今後の進め方について提案

- ・各委員がプレゼンを行い、それぞれの意見を提示していく方法はどうか（一同了承）。

○事務局より、次回の第2回有識者会議を6月27日（月）午後に予定している旨を連絡。

○奥主自然環境局長より閉会の挨拶

今回いただいたご意見を元に「国立公園満喫プロジェクト」推進に向け事務局でさらに検討を進めて参りたい。さきほどご指摘のあった「各国立公園にどのような課題があるか」については、特に「受入体制」がキーワードとなっているが、どのような情報項目が必要なのか、委員の皆様方の意見も伺いながら資料を整理したい。

公園名	基礎情報			各公園のテーマ (公園計画に記載されているテーマ)	風景及び自然のタイプ(5タイプ)	訪日外国人			宿泊容量 最大宿泊者数 (人/日)	自然度 国立公園内の植生 自然度9もしくは10 の割合(%)	温泉 国民保養温泉地 特A・A級観光資源【温泉】 出典:(公財)日本交通公社「全国観光資源台帳」	エコツーリズム エコツーリズム全体 構想
	土地所有形態(%)					H27 訪日外国 人数(千 人)	内訳					
	国有地	公有地	私有地				アジア系 (%)	欧米系 (%)				
1 利尻礼文サロベツ	82.2	6.1	11.8	利尻山が生み出す多彩な景観、花咲誇る最北の公園 ～北辺の島と原野 華麗な花園と豊かな海～	⑤多様な生き物を育む豊かな自然景観	5	-	-	2,023	65.10		
2 知床	93.7	2	4.3	流水が繋ぐ豊かな生態系、火山が生んだ山々と海岸断崖が織りなす雄大な景観	⑤多様な生き物を育む豊かな自然景観	21	81.0	19.0	555	96.31		
3 阿寒	86.9	0.3	12.8	日本最大のカルデラ地形、火山・湖・湖が織りなす広大な景観	②山岳を中心とする自然の風景	63	98.4	1.6	8,703	57.86	雌阿寒温泉	
4 釧路湿原	53.3	12	34.7	日本最大の湿原と壮大な蛇行河川、それを育む森	⑤多様な生き物を育む豊かな自然景観	34	79.7	20.3	27	89.18		
5 大雪山	94.7	4.3	0.9	北海道の真ん中に広がる大屋根 ～カムイミナタ 神々の遊ぶ庭～	②山岳を中心とする自然の風景	64	96.9	3.1	8,920	87.29	十勝岳温泉郷/然別峡温泉	
6 支笏洞爺	89	6.8	4.2	生きている火山と静まる蒼い湖 ～火山活動の博物館～	②山岳を中心とする自然の風景	688	92.3	6.0	24,463	63.38	カルルス温泉/北湯沢温泉/洞爺・陽だまり温泉	登別温泉の地獄谷と多様な泉質の自然湧出源泉、浴場群
7 十和田八幡平	92.9	1.4	5.7	みちのくの脊梁～原生林が彩る静謐の湖水、息づく火山と奥山の湯治場～	②山岳を中心とする自然の風景	7	-	-	9,283	77.33	酸ヶ湯温泉/八幡平温泉郷/田沢湖温泉郷	酸ヶ湯温泉のヒバ達り千人風呂/萬温泉の源泉浴舎/玉川温泉の「大噴」泉源浴場群/四方温泉の日向見薬師堂、伝統的旅館建築と元禄の湯/尻焼温泉の泥火山、箱蒸し、泥湯、オンドル湯治
8 三陸復興	9.7	10.7	30.8	自然の恵みと脅威、人と自然との共生により育まれてきた暮らしと文化が感じられる国立公園	③海食崖、リアス式海岸などの風景	10	65.0	35.0	3,916	40.68		
9 磐梯朝日	87	0.6	12.4	古の姿を守り続ける遼遠の花々、変わらずにはられない火山の大地	②山岳を中心とする自然の風景	0.5	-	-	15,522	63.87	岳温泉/土湯・高湯温泉郷	
10 日光	68.8	4.1	27.1	山岳・湖沼・滝・湿原が織りなす多彩な自然美と荘厳な文化遺産	①人の営みや歴史文化と調和する風景	190	56.4	35.0	37,032	37.50	新甲子温泉/奥日光湯元温泉/板室温泉	那須湯本温泉の「鹿の湯」と高温源泉浴
11 尾瀬	54.6	0.5	44.9	名峰に囲まれ花咲き乱れる日本最大の山岳湿地	②山岳を中心とする自然の風景	-	-	-	875	94.45		
12 上信越高原	74.8	17.5	7.7	山と高原が彩るレクリエーションワールド	②山岳を中心とする自然の風景	214	81.9	16.2	54,062	56.04	四方温泉/鹿沢温泉/湯宿・川古・法師温泉	草津温泉の湯畑自然湧出源泉広場と温泉街、共同湯と時間湯/万座温泉の湯畑と源泉浴場群/四方温泉の日向見薬師堂、伝統的旅館建築と元禄の湯/尻焼温泉の天然川湯
13 秩父多摩甲斐	16.3	40.9	42.8	森林美と渓谷美で溢れる首都圏に最も近い山岳公園	②山岳を中心とする自然の風景	19	60.5	18.4	2,421	30.52	増富温泉	
14 小笠原	81.5	4.4	14.1	亜熱帯の火山列島と海洋島 ～進化と固有種の宝庫～	⑤多様な生き物を育む豊かな自然景観	-	-	-	147	56.57		○
15 富士箱根伊豆	18.7	33.4	47.9	太平洋の島々から富士を繋ぐ一大火山群～火山地形と文化が創り出す多様な景観～	①人の営みや歴史文化と調和する風景	2,341	87.5	9.2	68,292	18.19	芦之湯温泉	箱根大涌谷の噴気源泉地帯と天然岩盤湯壺「姥子の湯」
16 中部山岳	89	3	8	日本を代表する傑出した山岳景観～息をのむ山並みと深谷美、そしてライチョウの世界に～	②山岳を中心とする自然の風景	338	68.3	23.3	10,294	89.26	白骨温泉/有明・穂高温泉/平湯温泉/奥飛騨温泉郷	奥飛騨温泉郷の大露天風呂群
17 妙高戸隠連山	82.9	4.4	12.7	火山・非火山の結集地～大地の営みとそれに寄り添う人々の暮らし・信仰が紡ぐ風景～	②山岳を中心とする自然の風景	8	-	-	11,469	-	関・燕温泉/小谷温泉	
18 白山	63.9	10.2	25.9	霊峰白山 ～雪と高山植物が彩る信仰の山～	②山岳を中心とする自然の風景	3	-	-	278	82.40	白山温泉郷/白川郷平瀬温泉	
19 南アルプス	39.3	50	10.7	海底の記憶が刻まれた高峰群～深い森に抱かれ、今なお隆起し続ける重厚な山岳地～	②山岳を中心とする自然の風景	-	-	-	0	88.65		
20 伊勢志摩	0.3	3.6	96.1	悠久の歴史を刻む伊勢神宮、人々の営みと自然が織りなす里山里海	①人の営みや歴史文化と調和する風景	33	79.1	20.9	25,515	12.47		○
21 吉野熊野	20.3	13.5	66.2	幽玄の山々、深い渓谷、黒潮流れる南海～森川海の繋がりや悠久の歴史・文化に出会う～	①人の営みや歴史文化と調和する風景	53	72.9	19.6	21,859	27.02	湯ノ口温泉/熊野本宮温泉郷	湯の峰温泉のつぼ湯と湯筋/南紀白浜温泉の「鳴の湯」と海沿いの外湯巡り
22 山陰海岸	1	31.4	67.6	海岸地形の博物館	③海食崖、リアス式海岸などの風景	32	61.5	32.3	11,958	9.92	久美の浜温泉	城崎温泉の街並みと外湯巡り
23 瀬戸内海	11.8	16	72.2	輝き続ける島と海 ～自然と暮らしが調和する内海多島海景観～	①人の営みや歴史文化と調和する風景	296	67.7	26.1	46,566	11.41	湯ノ浦温泉	
24 大山隠岐	28.9	18.8	52.3	神話が繋ぐ山と島～神在ります山と連なる火山、太古の記憶が息づく島～	①人の営みや歴史文化と調和する風景	6	-	-	5,688	16.34	三瓶温泉	
25 足摺宇和海	37	12.3	50.6	黒潮が育む大自然 ～豪快俊美な海岸線 いのちきらめく森と海～	④サンゴなどの海中の風景	0.5	-	-	831	28.78		
26 西海	3.3	7.7	88.9	島と海、自然と文化のクルスロード	③海食崖、リアス式海岸などの風景	55	82.7	17.3	3,155	8.16		
27 雲仙天草	26.1	7.6	66.3	湧けむり瀟々雲仙岳と島々連なる天草が織りなす”水陸の大展望”	①人の営みや歴史文化と調和する風景	28	87.7	5.3	6,007	5.89	雲仙・小浜温泉/天草下田温泉	雲仙温泉の雲仙地獄と源泉浴場群
28 阿蘇くじゅう	16.5	37.4	46.1	草原のかほり、火山の呼吸。風が遊ぶ感動の大地	①人の営みや歴史文化と調和する風景	682	97.5	1.4	15,067	11.51	竹田温泉群/湯布院温泉	由布院温泉の金鱗湖と下田湯
29 霧島錦江湾	50.8	8.9	40.4	巨大カルデラ群が育む温泉と実りの海 ～霧島山塊、錦江湾、桜島火山～	②山岳を中心とする自然の風景	71	90.9	6.3	10,037	37.94	霧島温泉	指宿温泉郷(指宿、山川(伏見海岸)の砂蒸し風呂群/霧島温泉郷の噴煙地帯と温浴場群
30 屋久島	86.1	2.9	11	千年を超えて巨樹が息づく日本屈指の山岳島と大地の荒波が育む命溢れる火山島	⑤多様な生き物を育む豊かな自然景観	10	25.0	55.0	504	57.06		
31 慶良間諸島	0.7	62.8	15.5	美ら海慶良間 ～海と島がつくるケラマブルーの世界～	④サンゴなどの海中の風景	-	-	-	488	-		○
32 西表石垣	49.3	33	16.4	原生的な亜熱帯林とサンゴ礁の海	⑤多様な生き物を育む豊かな自然景観	12	58.3	25.0	2,978	75.76		

※出典:国土数値情報 宿泊容量メッシュデータ(H22年度データ)

※平成25年4月現在

※「妙高戸隠連山国立公園」「慶良間諸島国立公園」については未指定

※「上信越高原国立公園」は「妙高戸隠連山国立公園」を含む

※「三陸復興国立公園」は旧「陸中海岸国立公園」としての数値

公園名	アクセス						DMO候補法人	観光庁・文化庁等の取り組みとの有機的連携				
	最寄り拠点までのアクセス			主要な利用拠点までのアクセス				観光立国ショーケース	広域観光周遊ルート	日本遺産	世界遺産	
	起点・着点	所要時間	交通手段	起点・着点	所要時間	交通手段						
1 利尻礼文サロベツ	羽田空港 → 稚内空港	1.5時間	✈️	稚内空港 → 利尻島鷺泊港	2.5時間	🚗	広域連携DMO((公社)北海道観光振興機構)	-	日本のてっぺん。きた北海道ルート。 (きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会)			
2 知床	羽田空港 → 中標津空港	1.5時間	✈️	中標津空港 → 羅臼	1時間	🚗	広域連携DMO((公社)北海道観光振興機構)	-	アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道 (「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会)		世界自然遺産	
3 阿寒	羽田空港 → 釧路空港	1.5時間	✈️	釧路空港 → 阿寒湖温泉	1時間	🚗	広域連携DMO((公社)北海道観光振興機構) 地域連携DMO((一社)釧路観光コンベンション協会)	釧路市	アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道 (「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会)			
4 釧路湿原	羽田空港 → 釧路空港	1.5時間	✈️	釧路空港 → 釧路湿原駅	1.5時間	🚗	広域連携DMO((公社)北海道観光振興機構)	釧路市	アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道 (「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会)			
5 大雪山	羽田空港 → 旭川空港	1.5時間	✈️	旭川空港 → 旭岳温泉	1時間	🚗	広域連携DMO((公社)北海道観光振興機構) 地域連携DMO((一社)ふらの観光協会)	-	アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道 (「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会)			
6 支笏洞爺	羽田空港 → 新千歳空港	1.5時間	✈️	新千歳空港 → 支笏湖VC	1時間	🚗	広域連携DMO((公社)北海道観光振興機構)	-	日本のてっぺん。きた北海道ルート。 (きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会)			
7 十和田八幡平	東京駅 → 新青森駅	3.5時間	🚗	新青森駅 → 十和田湖畔	3時間	🚗	-	-	日本の奥の院・東北探訪ルート (東北観光推進機構)			
	東京駅 → 盛岡駅	2.5時間	🚗	盛岡駅 → 八幡平山頂	2時間	🚗						
8 三陸復興	東京駅 → 一関駅	2.5時間	🚗	一関駅 → 気仙沼駅	2時間	🚗	-	-	日本の奥の院・東北探訪ルート (東北観光推進機構)			
	東京駅 → 八戸駅	3時間	🚗	八戸駅 → 久慈駅	2時間	🚗						
9 磐梯朝日	羽田空港 → 庄内空港	1時間	✈️	庄内空港 → 荒沢寺・月山VC	1時間	🚗	-	-	日本の奥の院・東北探訪ルート (東北観光推進機構)	自然と信仰が息づく「生まれかわりの旅」 ～樹齢300年を超える杉並木につつまれた2,446段の石段から始まる出羽三山～ 未来を拓いた「一本の水路」～大久保利通「最期の夢」と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代～		
10 日光	東京駅 → 宇都宮駅	1時間	🚗	宇都宮駅 → 日光駅	1時間	🚗	-	-	東京回廊～TOKYO & AROUND TOKYO～ (関東観光広域連携事業推進協議会)		世界文化遺産 日光の社寺	
11 尾瀬	東京駅 → 上毛高原駅	1時間	🚗	上毛高原駅 → 大清水	2.5時間	🚗	地域連携DMO((一社)雪国観光圏)	-	-			
12 上信越高原	東京駅 → 長野駅	1.5時間	🚗	長野駅 → 志賀高原蓮池	1時間	🚗	地域連携DMO((一社)雪国観光圏) 地域連携DMO((一社)信州・長野県観光協会) 地域連携DMO((一社)信州いいやま観光局) 地域DMO((一社)安中市観光協会) 地域DMO((一社)中之条町観光協会) 地域DMO((一社)みなかみ町観光協会) 地域DMO((一社)小諸市観光協立[設立予定])	-	東京回廊～TOKYO & AROUND TOKYO～ (関東観光広域連携事業推進協議会)	「なんだ、コレは！」信濃川流域の火焰型土器と雪国の文化		
13 秩父多摩甲斐	-	-	-	東京駅 → 奥多摩駅	2時間	🚗	地域連携DMO((一社)秩父地域おもてなし観光公社) 地域連携DMO((一社)埼玉県観光協会)	-	東京回廊～TOKYO & AROUND TOKYO～ (関東観光広域連携事業推進協議会)			
14 小笠原	東京駅 → 竹芝駅	0.5時間	🚗	竹芝港 → 父島	24時間	🚗	-	-	-		世界自然遺産	
15 富士箱根伊豆	東京駅 → 三島駅	1時間	🚗	三島駅 → 富士宮口五合目	2時間	🚗	地域DMO((一社)小田原市観光協会) 地域DMO((伊豆市産業力許可会議設立準備会[設立予定]))	-	昇龍道 (中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会)		世界文化遺産 富士山～信仰の対象と芸術の源泉	
16 中部山岳	東京駅 → 長野駅	1.5時間	🚗	長野駅 → 上高地	3時間	🚗	地域連携DMO((一社)信州・長野県観光協会) 地域DMO((一社)糸魚川市観光協会[設立予定]) 地域DMO((一社)アルプス山岳郷[設立予定]) 地域DMO((一社)飛騨・高山観光コンベンション協会)	-	昇龍道 (中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会)			
17 妙高戸隠連山	東京駅 → 長野駅	1.5時間	🚗	長野駅 → 池の平いもり池	1時間	🚗	地域連携DMO((一社)信州・長野県観光協会) 地域連携DMO((一社)信州いいやま観光局) 地域DMO((一社)糸魚川市観光協会[設立予定]) 地域DMO(妙高観光推進協議会[設立予定])	-	東京回廊～TOKYO & AROUND TOKYO～ (関東観光広域連携事業推進協議会)			
18 白山	東京駅 → 金沢駅	2.5時間	🚗	金沢駅 → ノ瀬	2時間	🚗	広域連携DMO((一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構) 地域連携DMO((特非)ORGAN) 地域DMO((一社)飛騨・高山観光コンベンション協会)	-	昇龍道 (中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会)			
19 南アルプス	東京駅 → 甲府駅	2時間	🚗	甲府駅 → 広河原	2時間	🚗	地域連携DMO((一社)信州・長野県観光協会)	-	東京回廊～TOKYO & AROUND TOKYO～ (関東観光広域連携事業推進協議会)			
20 伊勢志摩	東京駅 → 名古屋駅	1.5時間	🚗	名古屋駅 → 賢島	3時間	🚗	広域連携DMO((一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構)	-	昇龍道 (中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会)			
21 吉野熊野	東京駅 → 京都駅	2.5時間	🚗	京都駅 → 大台ヶ原	3.5時間	🚗	広域連携DMO((一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構) 地域連携DMO((一社)高野吉野路ツーリズムビューロー(仮称)[設立予定]) 地域DMO((一社)田邊市熊野ツーリズムビューロー)	-	美の伝説 (関西広域連合、関西経済連合会、関西地域振興財団)	森に育まれ、森を育んだ人々の暮らしと 「吉野」～よみがえる村上海賊「Murakami KAIZOKU」の記憶～ 鯨とともに生きる	世界文化遺産 紀伊山地の霊場と参詣道	
22 山陰海岸	東京駅 → 新大阪駅	2.5時間	🚗	新大阪駅 → 鳥取砂丘	3時間	🚗	広域連携DMO((一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構) 広域連携DMO((一社)せとうち観光推進機構[設立予定]) 地域連携DMO(海の京都振興会社[設立予定]) 地域連携DMO((一社)豊岡DMO(仮称)[設立予定]) 地域連携DMO(鳥取・因幡観光ネットワーク協議会[設立予定])	-	美の伝説 (関西広域連合、関西経済連合会、関西地域振興財団)			
23 瀬戸内海	東京駅 → 広島駅	4時間	🚗	広島駅 → 宮島	1時間	🚗	広域連携DMO((一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構) 広域連携DMO((一社)せとうち観光推進機構[設立予定]) 地域連携DMO((一社)山口県観光連盟) 地域連携DMO((公社)香川観光協会) 地域連携DMO((公社)ツーリズムおおいだ) 地域連携DMO((一社)豊の国千年ロマン観光圏[設立予定]) 地域DMO((一財)神戸国際観光コンベンション協会)	-	せとうち・海の道 (せとうち観光推進機構、瀬戸内観光ルート誘客促進協議会)	『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～ 「日本最大の海賊」の本拠地：芸予諸島～よみがえる村上海賊「Murakami KAIZOKU」の記憶～	世界文化遺産 厳島神社	
24 大山隠岐	羽田空港 → 米子鬼太郎空港	1.5時間	✈️	米子鬼太郎空港 → 大山寺	1.5時間	🚗	広域連携DMO((一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構) 広域連携DMO((一社)山陰インパウンド機構[設立予定]) 地域連携DMO((一社)鳥取中部観光推進機構) 地域DMO((一社)飯南町観光協会)	-	緑(えん)の道～山陰～ (山陰インパウンド機構)	六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～ 地蔵信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市		
25 足摺宇和海	羽田空港 → 松山空港	1.5時間	✈️	松山空港 → 成川	2時間	🚗	広域連携DMO((一社)せとうち観光推進機構[設立予定])	-	スピリチュアルな島～四国遍路～ (四国ツーリズム創造機構)	「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～		
26 西海	羽田空港 → 長崎空港	2時間	✈️	長崎空港 → 五島列島	1.5時間	🚗	-	-	温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート (九州観光推進機構)	国境の島 杵岐・対馬・五島～古代からの架け橋～ 鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～		
27 雲仙天草	羽田空港 → 長崎空港	2時間	✈️	長崎空港 → 雲仙お山の情報館	2時間	🚗	-	-	温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート (九州観光推進機構)			
28 阿蘇くじゅう	羽田空港 → 阿蘇くまもと空港	2時間	✈️	阿蘇くまもと空港 → 南阿蘇VC	1時間	🚗	地域連携DMO((公社)ツーリズムおおいだ) 地域連携DMO((一社)豊の国千年ロマン観光圏[設立予定]) 地域DMO((一社)由布市まちづくり観光局[設立予定])	-	温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート (九州観光推進機構)			
29 霧島錦江湾	羽田空港 → 鹿児島空港	2時間	✈️	鹿児島空港 → えびの高原	1時間	🚗	地域連携DMO(大隅広域観光協会(仮称)[設立予定])	-	温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート (九州観光推進機構)			
30 屋久島	羽田空港 → 鹿児島空港	2時間	✈️	鹿児島空港 → 屋久島空港	1時間	✈️	-	-			世界自然遺産	
	羽田空港 → 鹿児島空港	2時間	✈️	鹿児島空港 → 屋久島宮之浦港	3時間	🚗						
31 慶良間諸島	羽田空港 → 那覇空港	3時間	✈️	那覇空港 → 渡嘉敷港	1時間	🚗	-	-	Be.Okinawa 琉球列島周遊ルート (Be.Okinawa 琉球列島周遊ルート形成推進協議会)			
32 西表石垣	羽田空港 → 石垣空港	4時間	✈️	石垣空港 → 竹富島竹富港	1時間	🚗	-	-	Be.Okinawa 琉球列島周遊ルート (Be.Okinawa 琉球列島周遊ルート形成推進協議会)			

※起点は、国立公園HP参照 ※国際線の就航がある空港はピンク色に着色

国内外先進事例

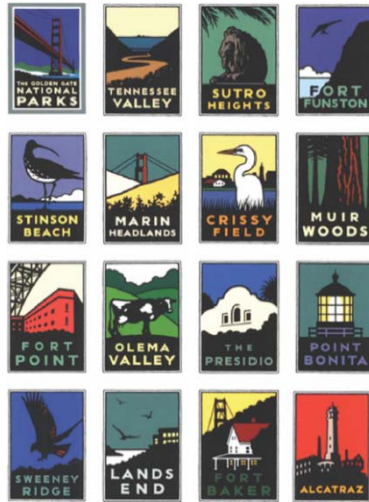
(1) 魅力づくり・ブランディング

(2) 仕組み・受入体制づくり

(3) 情報発信・プロモーション

(1) 魅力づくり・ブランディング (国外事例)

① 国立公園としてのブランドづくり



シンボルロゴ



関連商品

【アメリカ・ゴールデンゲート国立レクリエーション地域】
・シンボルロゴを策定し、広告展開と関連商品開発を進めた結果、公園の認知度向上を実現。収益にも繋がっている。

出典) アメリカ公園管理局、ゴールデンゲート公園財団 各HP



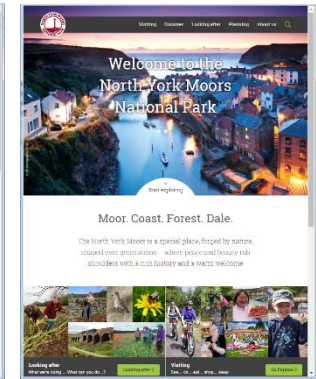
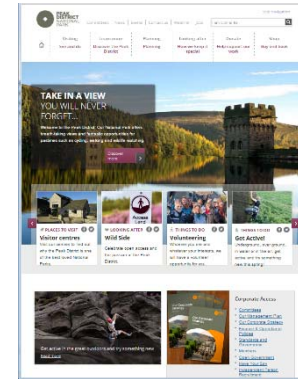
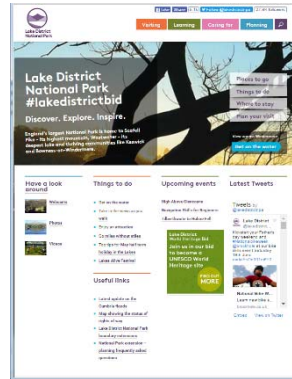
Lake District National Park



PEAK DISTRICT NATIONAL PARK



NORTH YORK MOORS NATIONAL PARK



【イギリス】

・各公園で地域色を出したシンボルマークを設定。ウェブサイトも各公園でデザインしている。

出典) レイクディストリクト国立公園、ピークディストリクト国立公園、北ヨークアズ国立公園 各HP

② 園地内のユニバーサルデザイン化



イエローストーン国立公園

TRACK CATEGORY DESCRIPTIONS	
	Easy access short walk – wheelchair accessible
	Short walk – easy walking for up to an hour
	Walking track – gentle walking from a few minutes to a day
	Great Walk/Easy tramping track – well formed track for comfortable overnight tramping/hiking
	Tramping track – backcountry skills and experience required
	Route – navigation and high level backcountry skills and experience required

【アメリカ】

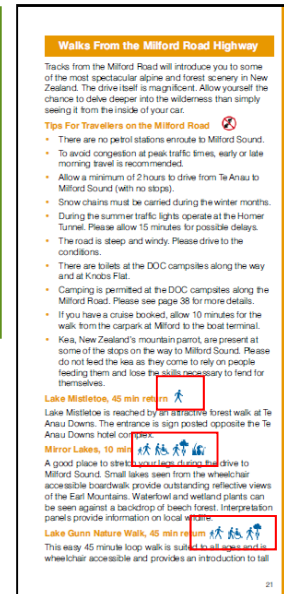
・ユニバーサルデザインのガイドラインに基づき、様々な利用者が円滑に移動できるよう整備されている。

出典) (公財) 日本交通公社

【ニュージーランド】

・全公園共通のサインでレベルを伝えることで、身体状況や技術に応じたルートを選択できる。

出典) フィヨルドランド国立公園パンフレット



パンフレットに記載されたサイン



9ヶ国語に対応した案内標識

【スペイン・サンチャゴ巡礼路】

・区間によって、複数の言語に対応した案内標識が設置されている。

出典) (公財) 日本交通公社

(1) 魅力づくり・ブランディング (国内事例)

① 新たな地域資源を活かした魅力づくり



ラフティング



キャニオニング

【群馬県みなかみ町】

- 目を向けられていなかった利根川の急流に注目した外国人移住者がアウトドア会社を設立したことをきっかけに、ラフティングやキャニオングを好む外国人客が増加した。

出典) インバウンド推進のツボ ((公財) 日本交通公社)

② 訴求力のある資源を核としたブランディング



自転車の置ける宿泊施設

国際大会の様子



【広島県尾道市-愛媛県今治市・しまなみ海道】

- サイクリストの宿泊施設の整備が進むとともに、道の駅などにあるレンタサイクルターミナルでのレンタサイクル利用が増加。米CNNの世界7大サイクリングロードに選定。

出典) インバウンド推進のツボ2 ((公財) 日本交通公社) /朝日新聞

③ 日本の文化体験プログラムによる魅力づくり



CULTURE WALKの様子



TOWN WALKの様子

【岐阜県飛騨市】

- 酒文化講座、里山サイクリング、街並みウォーキング等飛騨に受け継がれてきた「暮らし」を体験できるプログラムを提供。2013年には外国人参加者数が日本人数を上回った。

出典) SATOYAMA EXPERIENCE HP

④ 郷土料理を活かしたプログラムによる魅力づくり



夕食中の受け入れ民家と修学旅行生



みかん収穫の様子

【和歌山県田辺市・株式会社秋津野】

- 農家と協力して外国人修学旅行生や個人客を農家民泊で受け入れ、農産物の収穫体験や地元野菜の料理体験を提供。ヨーロッパからの個人客が増加している。

出典) 紀伊民報/近畿農政局HP

(2) 仕組み・受入体制づくり（国外事例）

① 国立公園に関する情報サイトの多言語化



韓国（日本語の画面）

台湾（日本語の画面）

【韓国、台湾】

- ・韓国：公園紹介サイトが4言語（英中（繁・簡）日）に対応。
- ・台湾：入園申請サイトが2言語（英日）に対応。

出典）韓国国立公園管理公団、台湾内務省建設計画局各HP

② 公園の利用を促す都市発着ツアーの催行



都市発着ツアーの様子

【オーストラリア・ビバルマントラック】

- ・トレイル上の主要な都市と都市の間を区間ごとに踏破するガイドツアーを定期的に催行。全てのツアーに参加することで無理なく全線踏破できるため、再訪意向の醸成に繋がっている。

出典）ビバルマントラック財団HP

③ 主な鑑賞地点へのベンチ等の設置



イエローストーン国立公園

【アメリカ】

- ・主要な鑑賞地点では、ベンチや観察用のデッキが設置され、景観を楽しむことができる。

出典）（公財）日本交通公社

④ 地域の企業や住民との協働による施設の維持管理



ボランティアの活動の様子

【オーストラリア・ビバルマントラック】

- ・147区間それぞれに担当ボランティアがあり、地元企業の協賛を受けたプログラムに基づき、日常的に維持管理を行っている。

出典）ビバルマントラック財団HP

⑤ 観光案内所（ビジターセンター）のワンストップ窓口化



【ニュージーランド】

- ・全国の観光案内所（i-SITE）で、宿泊、交通、アトラクション、現地アクティビティなどの情報収集と予約が可能。

出典）ニュージーランド政府観光局HP

⑥ ピクトグラムの活用



アメリカ国立公園の標識

スイスの標識

【アメリカ、スイス】

- ・ピクトグラムの活用により、様々な国の方にも伝わるような直観的に分かりやすいサイン表記をしている。

出典）アメリカ国立公園管理局HP
Schweizer Norm 640 829a

(2) 仕組み・受入体制づくり (国内事例①)

① サインの統一による交通アクセスの改善



マニュアル作成・案内表示統一前



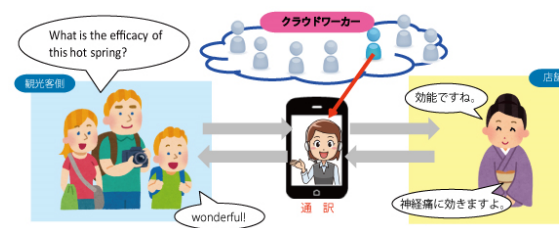
マニュアル作成・案内表示統一後

【小田急箱根グループ】

- 案内表示に使用する色、書体、外国語表記方法等のサインマニュアルを作成、小田急グループ交通機関全てにおいて共通化した。結果、乗り継ぎに関する問い合わせや迷う人が減少。

出典) 北海道の観光産業のグローバル化促進調査事業報告書 (経済産業省北海道経済産業局)

② IT活用による店舗・施設における多言語対応



クラウドソーシングを用いた通訳の流れ



使用風景

【豊岡市城崎町・城崎温泉】

- 通訳アプリを試験的に導入。動画チャットを通じてその場で通訳を介して問い合わせに対応する。

出典) cnet.Japan/株式会社ケイ・オプティコムプレスリリース

③ ワンストップ対応による観光客の手間の削減



隣接するアウトドアレンタルショップ

豊富な情報量

【長野県飯山市・飯山駅観光案内所】

- 観光情報提供、宿泊予約、ガイドツアー手配、交通案内、宅配、手荷物預かりなど観光客の多様な要望に応じられるようになっている。

出典) 飯山駅観光案内所HP

④ 官民連携による経済効果の最大化



クルーズ船が寄港したときの様子



クルーズ船寄港時のみオープンする中国人専用コーナー

【福岡県福岡市】

- 行政が民間事業者と連携し、市街地までのシャトルバス運行や出入国手続きの迅速化に取り組むことで、クルーズ船で来訪する外国人観光客による経済効果を最大化。

出典) インバウンド推進のツボ ((公財) 日本交通公社)

(2) 仕組み・受入体制づくり (国内事例②)

⑤ 宿泊施設との連携によるツアー参加の促進



京都嵯峨野散歩



一番深い京都 (The Deepest Kyoto) ツアー

【京都市・宇多野ユースホステル】

- ・外国人の宿泊が多く、各種ウォーキングツアーや、戦国武将扮装、京舞妓扮装といった各種文化体験の申込みを受け付けている。

出典) 宇多野ユースホステルHP

⑥ 多言語対応による交通アクセスの改善



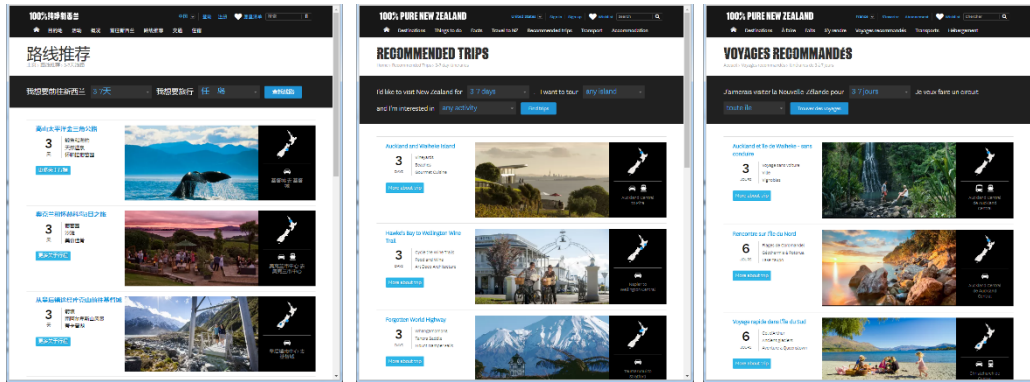
【長崎市】

- ・外国人旅行者が安心して長崎市内の公共交通を利用できるように、留学生各3名の協力を得て、検討・制作・モニター調査を行い『公共交通ガイドブック』を発行した。

出典) ながさき旅ネットHP

(3) 情報発信・プロモーション（国外事例）

① 対象国の志向に合わせたウェブ情報の提供



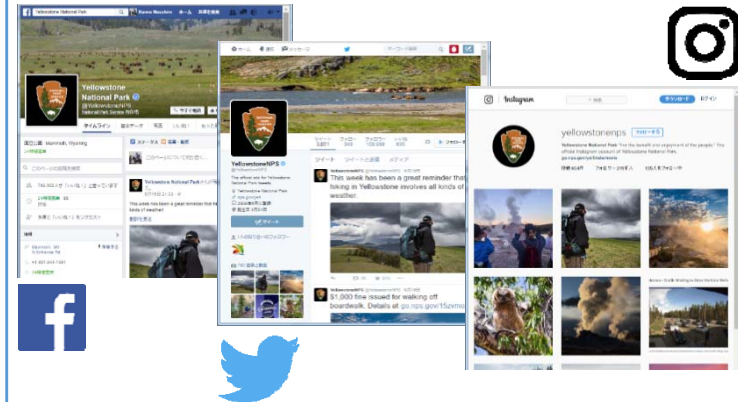
「期間3-7日、目的地指定なし」という条件で検索した結果画面。中国（左）はアクティビティ系中心なのに対し、アメリカ（中）やフランス（右）はゆったり楽しむ内容のものとなっている。

【ニュージーランド政府観光局】

- ・公式ウェブサイトで紹介される「おすすめモデルコース」は、国（言語）によって内容が異なり、対象国の旅行の志向に合わせた情報が提供されるようになっている。

出典）ニュージーランド政府観光局HP

③ SNSの活用による公園の日々の姿の情報発信



【アメリカ、イギリス、オーストラリア】

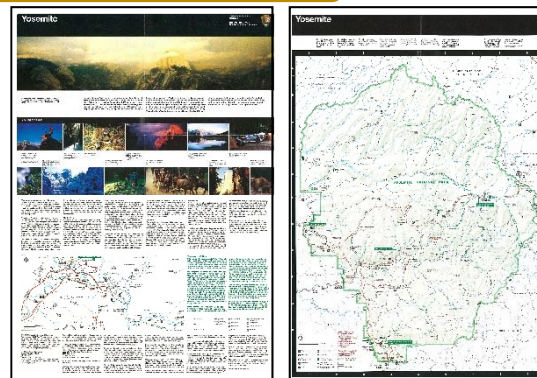
- ・当局や外郭団体がSNSに自らアカウントを持ち、ガイドブックや情報紙で伝えきれない情報をこまめに伝えている。

出典）イエローストーン国立公園のFacebook、Twitter、Instagramの各画面

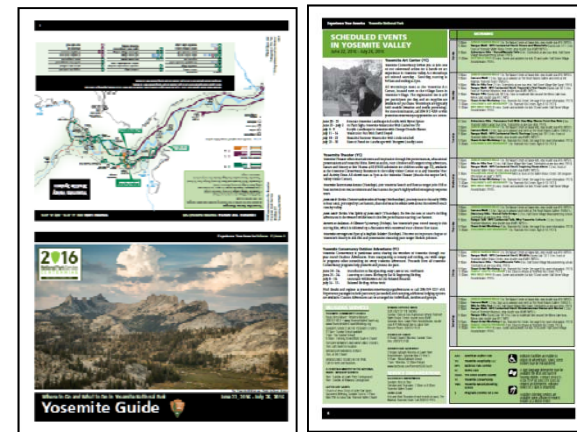
② 様々な紙媒体の使い分け



公式ハンドブック
（ヨセミテ国立公園）



公園案内マップ（ヨセミテ国立公園）



情報紙（ヨセミテ国立公園）

【アメリカ】

- ・国立公園局が各公園の自然や歴史などの総合的な情報を紹介する公式ハンドブックを発行し有償で販売している。各公園では案内マップの他、日々のイベントや交通などの情報が記載された情報紙が無料配布されている。

出典）ヨセミテ国立公園公式ハンドブック、ヨセミテ国立公園公式公園案内マップ、情報紙ヨセミテガイド

(3) 情報発信・プロモーション（国内事例）

① SNS・インフルエンサーを活用した情報発信



水都大阪をめぐる旅を体験する中国人留学生

【神戸国際大学】

- ・日本で暮らす中国人留学生が、雑誌、動画、SNSを通じて、中国国内のインフルエンサー（情報発信力を持つ人）となる若い世代に対し、日本の姿を深く掘り下げて伝える。

出典) YouTube-遊日通道

② Wi-fi整備促進による口コミ数の増加



多言語対応のステッカー

【山梨県】

- ・県が中心となり、飲食店等が自らwi-fiを整備し、NTT東日本の協力を得て周知を行うなどの官民一体となった取組を実施した結果、口コミを発信する外国人旅行者が増加した。

出典) 山梨県HP

③ ビーコンを活用した個人客へのガイド対応



アプリ「Nara Audio Guide」のイメージ

【奈良県春日大社】

- ・アプリをダウンロードしたスマートフォンがビーコンに近づくと、ガイドコンテンツが立ち上がり、巫女による歴史・参拝方法・祭りなどの解説が行われる。

出典) 奈良県HP

④ 外国人登用による外国人に響く媒体づくり



日本人が作成した英版パンフレット

登用された外国人が作成した英版パンフレット

【広島県廿日市市】

- ・地元で愛着のある外国人をプロモーション担当として登用し、パンフレットやウェブサイト作成に当たって、外国人の視点を導入。あえて見えない部分を作ることで、宮島の売りを目立たせている。

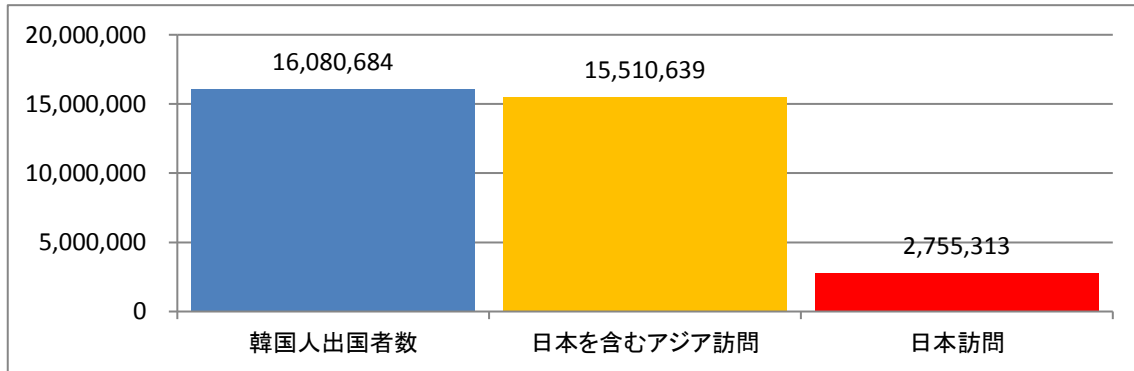
出典) インバウンド推進のツボ（（公財）日本交通公社）

参考資料5

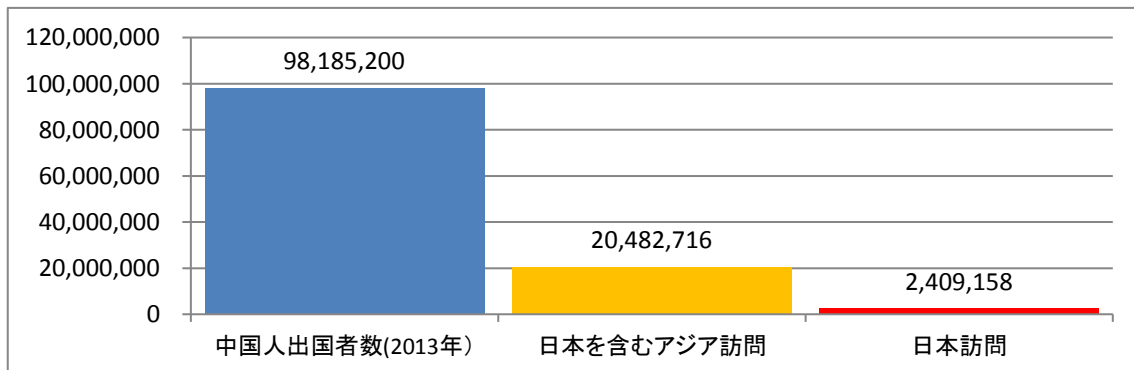
各国の出国者数 及び 各国のアジア訪問者数

韓国

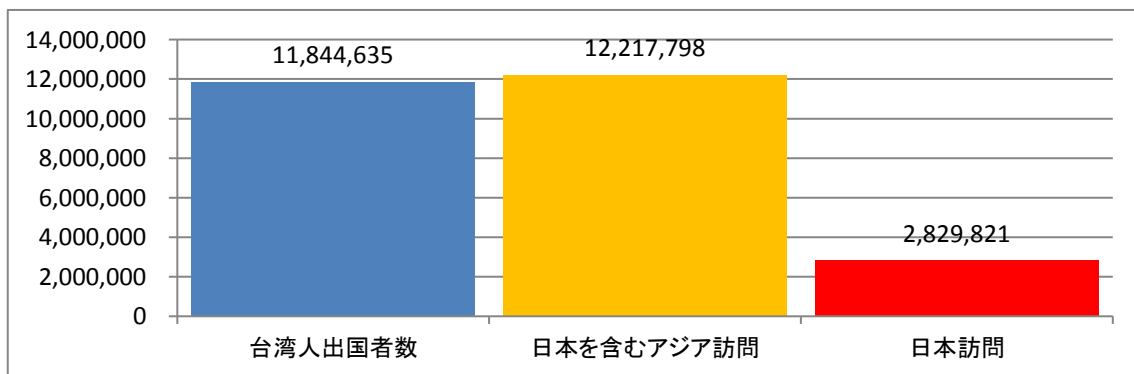
(単位:人)



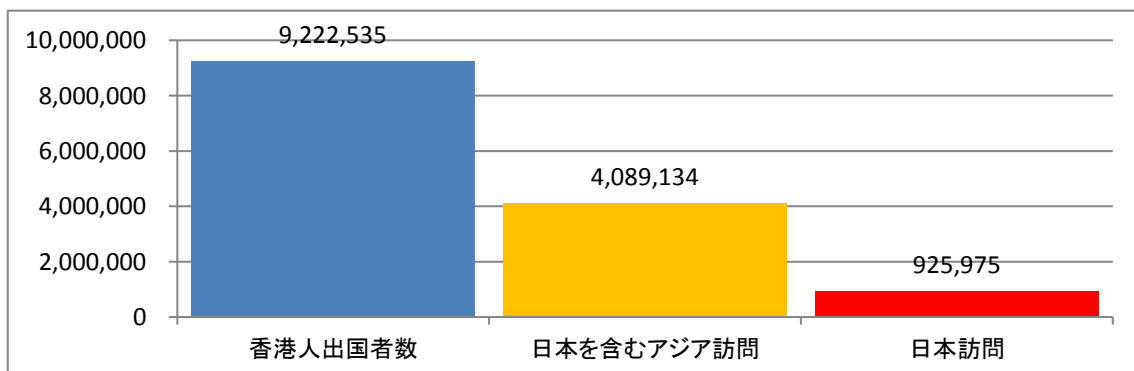
中国



台湾

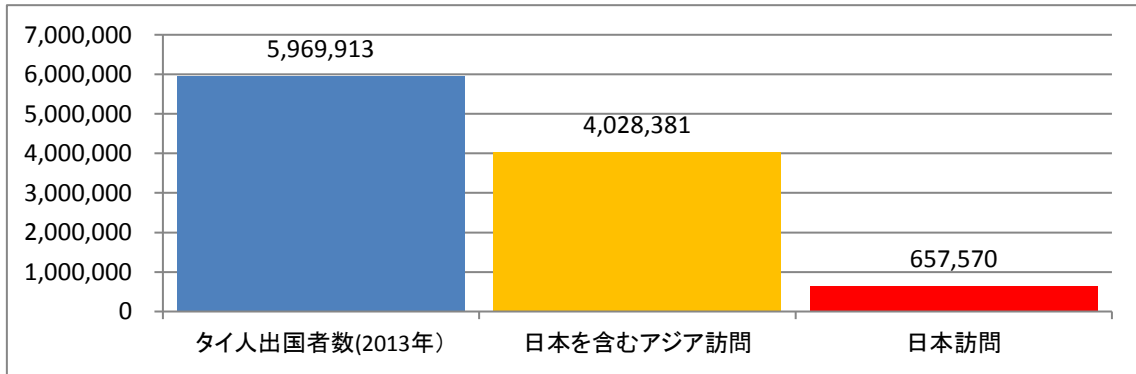


香港

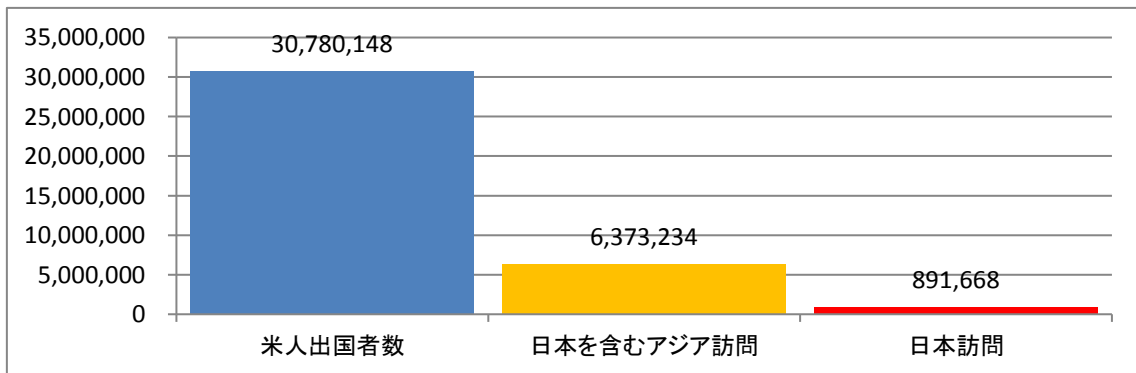


タイ

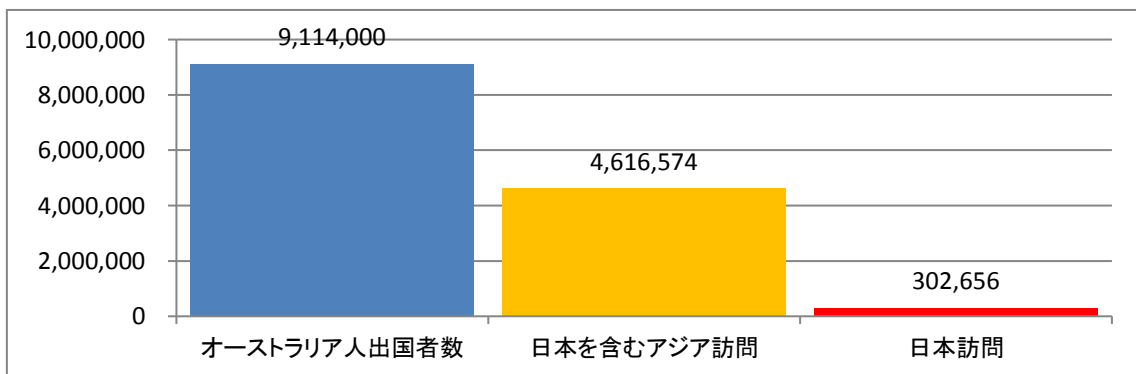
(単位:人)



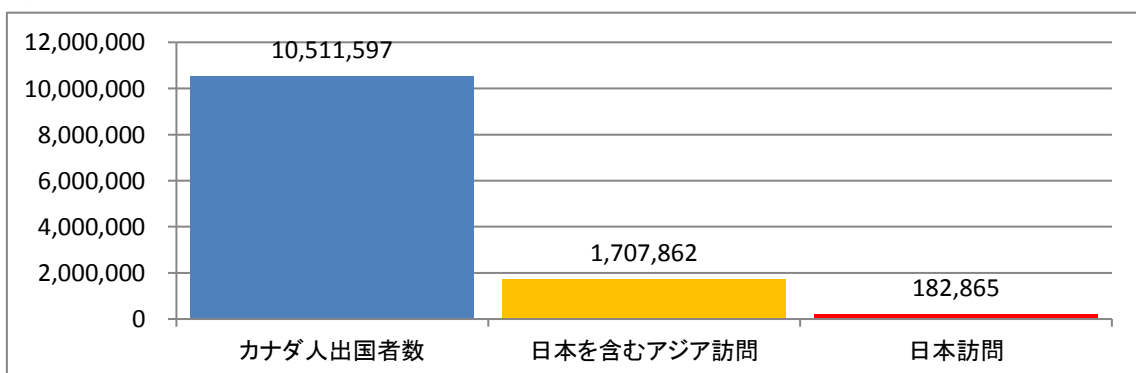
米国



オーストラリア

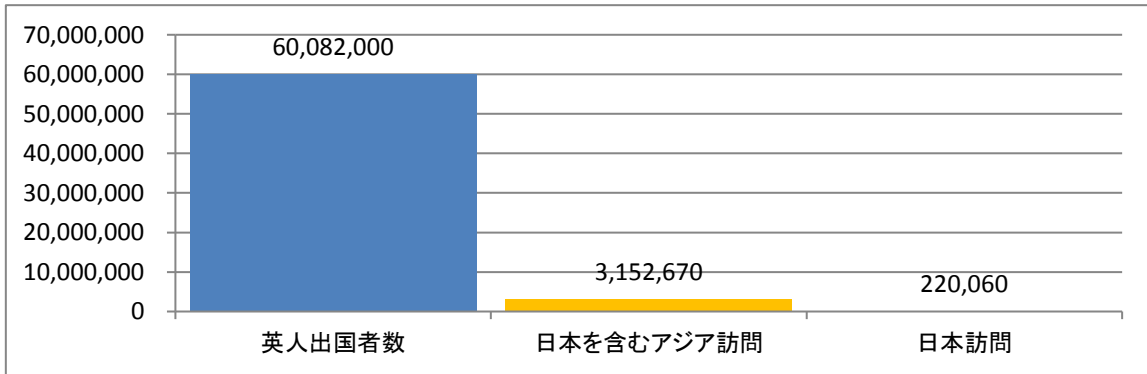


カナダ

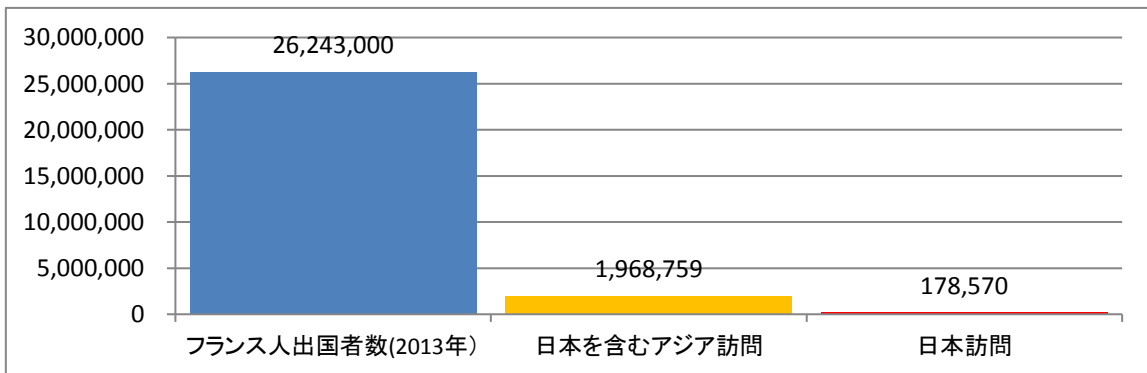


英国

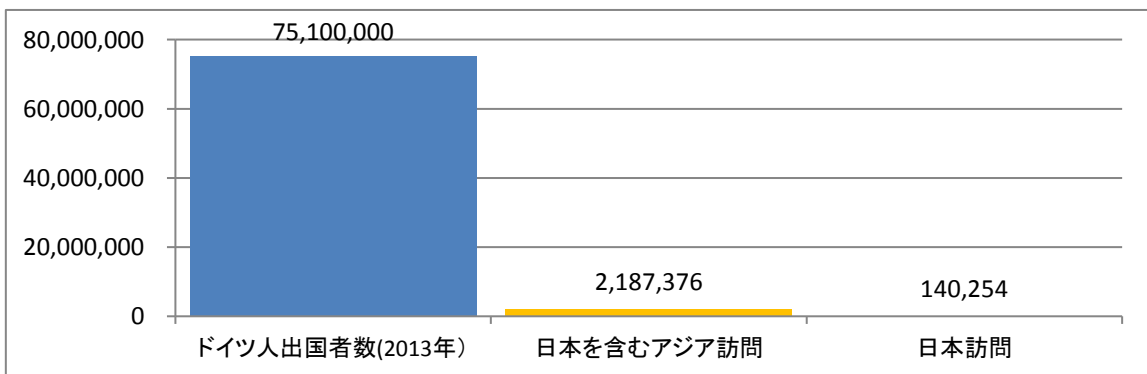
(単位:人)



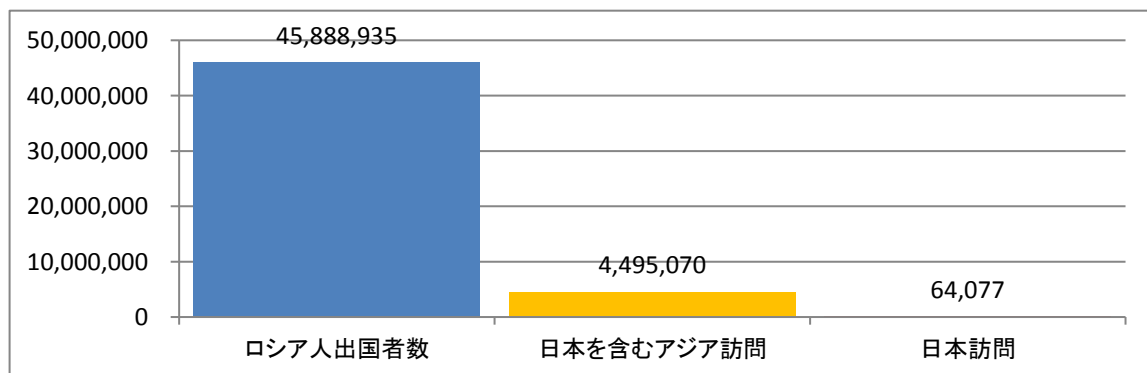
フランス



ドイツ



ロシア



- ※ 日本政府観光局(JNTO)資料を基に作成
- ※ 特に記載がない場合は2014年の数値を使用
- ※ 各国出国者数データの出典と訪問者数データの出典は異なる

最近のビザ緩和(一般旅券所持者)

2016年5月 外務省

	開始日	国名	以前の措置 (最長滞在・有効期間)	緩和措置 (最長滞在・有効期間)
2013年	7月1日	タイ	数次ビザ(90日・3年)	IC旅券ビザ免除(15日)
		マレーシア	数次ビザ(90日・3年)	IC旅券ビザ免除再開(90日)
		ベトナム	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
		フィリピン	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
		インドネシア	数次ビザ(15日・3年)	数次ビザの滞在期間延長(30日・3年)
	10月15日	アラブ首長国連邦	一次ビザ(90日)	数次ビザ(90日・3年)
	11月18日	カンボジア	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
		ラオス	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
11月25日	パプアニューギニア	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)	
2014年	1月15日	ミャンマー	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
	7月3日	インド	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
	9月30日	インドネシア, フィリピン, ベトナム	数次ビザ (30日, 15日, 15日・3年)	数次ビザ発給要件の大幅緩和(30日・5年) (訪日歴及びG7への渡航歴がある者は渡航費用支弁能力を確認する資料の省略等)
	11月20日	インドネシア, フィリピン, ベトナム	一次ビザ(90日)	指定旅行会社パッケージツアー 参加者用一次観光ビザ申請手続き簡素化(15日)
	12月1日	インドネシア	数次ビザ(30日・3年)	IC旅券事前登録制によるビザ免除(15日・3年)
2015年	1月19日	中国	数次ビザ (90日・①5年②3年)	①商用目的, 文化人・知識人数次ビザの緩和(90日・5年) (商用:訪日歴の要件撤廃, 文化人・知識人:身元保証書等の書類省略) ②沖縄県・東北三県数次ビザの緩和(30日・3年) (過去3年以内に訪日歴のある者は経済要件の緩和, 家族のみの渡航可) ③相当な高所得者用数次ビザの導入(90日・5年) (訪問地要件のない新しい数次ビザ, 有効期間5年, 家族のみの渡航可)
	6月15日	ブラジル	一次ビザ(90日)	数次ビザ(30日・3年)→2016.02.02から滞在期間最長90日
	8月10日	モンゴル	一次ビザ(90日)	数次ビザ(15日・3年)
2016年	1月11日	インド	数次ビザ(15日・3年)	数次ビザ発給要件の大幅緩和(30日・5年) (訪日歴及びG7への渡航歴がある者は渡航費用支弁能力を確認する資料の省略等)
	2月15日	ベトナム・インド	数次ビザ(90日・5年)	数次ビザ発給要件の緩和(90日・10年) (我が国初となる有効期間最長10年の導入, 発給対象者の拡大等)