

第 11 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：令和元年 9 月 3 日（火）14：00～16：00

2. 場所：環境省第一会議室

3. 出席者：

（政府側）

原田義昭環境大臣、鳥居敏男自然環境局長、庄子真憲総務課長、熊倉基之国立公園課長、中尾文子野生生物課長、山口富夫自然環境整備課長、中島尚子国立公園利用推進室長、辻本慎太郎国立公園官民連携企画官、亀山秀一日本政府観光局理事、齋藤哲林野庁経営企画課国有林野総合利用推進室長、河田敦弥観光庁観光地域振興部観光資源課長

（有識者・50 音順、敬称略）

デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社社長）

石井至（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）

野添ちかこ（温泉と宿のライター）

星野佳路（星野リゾート代表）

涌井史郎（東京都市大学環境学部特別教授） 座長

4. 議事概要

○原田大臣より冒頭挨拶

- ・ 本日はお忙しいところ第 11 回国立公園満喫プロジェクト有識者会議にご出席賜り、心から御礼申し上げます。昨年中間評価や国立公園満喫プロジェクトの今後の方向性についてご助言いただき改訂したステップアッププログラムに基づき、各公園において取り組みを進めているところである。また、今年度より国際観光旅客税を活用して、上質感のある滞在環境の創出、多言語解説の整備などの受け入れ環境づくり、JNTO との連携によるプロモーションなどの事業を開始している。
- ・ 本日は 3 月に開催した会議以降の主な取り組み状況や 2020 年の目標に向けた取り組みの方向性とさらにそれ以降の検討について説明させていただく。
- ・ 国立公園の保護と利用の好循環を図りながら 2020 年までに訪日外国人の数をいかに伸ばすか、利用の質や満足度を高めるのかという観点から皆様のご助言をしっかりといただけたらと思っている。私どもの国立公園満喫プロジェクトにご助言いただくことに心から感謝を申し上げます。
- ・ 私も先日、北海道阿寒湖を訪れたが、皆様方がさまざまな観点からご努力されていた。それに対し我々もしっかり応えないといけないと思ったところである。
- ・ 過去には国立公園はできるだけ保護・保全するというのが重点であったが、近時は、むしろこれだけの立派な資産を活用しない手はない、ということから、できるだけ多くの内外の人に来ていただいて鑑賞していただくことも大切ではないかと思っている。
- ・ 私はアトキンソン委員とも長い付き合いであるが、官邸での閣僚会議において「日本はこんなに立派な資産を持っていながら、利用活用の仕方がまだまだ十分でない」と私たちにしっかりご指導いただいているところである。持てる資産を内外の人に対し十二分に発揮すること。とりわけ 2020 年はインバウンドが日本全体で 4000 万人、そのうち国立公園は 1000 万人を目指すという高い目標を

掲げている。なんとしてもこの目標を達成できるようにご指導いただければと思っている。本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

○資料確認

議事（１）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１－１、資料１－２に基づき説明

【涌井座長】

- ・ 第１１回までの間に具体的に前進しているという状況が確認できたと思うが、ここに対しご意見・ご質問をいただきたい。
- ・ 2020年の目標に向けてあと１年半という状況。1000万人という目標をどう達成するか。かねてから伝えているが、数量目標だけでなく、いかに質を向上させるのかが重要。訪問者数に滞在日数なりあるいは消費単価なりといったものを合算した「体積」をどう大きくしていくのか。つまり量と質がきちんとバランスする形で国立公園の誘客なり利用をはかるとというのが重要な論点。国際観光旅客税の投入もあり、委員の方々からの様々なご指摘も予算的にカバーされてきている状況であるので、ここで更にこうしたらいいのではというご意見やこの点はどうなっているのか？といったご指摘をいただきたい。

【石井委員】

- ・ 数字目標に関しては多分私がいちばん厳しい意見を言っている。来年2020年のインバウンド目標4000万人を達成するため環境省として何ができるか？という答えが国立公園満喫プロジェクトだという位置づけと理解している。したがって、インバウンドの訪問者数と消費金額という二大目標の数字は避けて通れないと考えている。昨年の訪問者数が合計694万人、約700万人だが、あと１年半で残りの300万人を埋めないといけない。
- ・ 先ほどの資料１を拝見すると内容に異論はないが、これをやることで実際どの位増加が見込めるのか？民間企業だとこの事業でこの程度増加が見込まれるなど、具体的な目標を個別に掲げて合算してこの数字にというのが通常である。現在まとめてざっくりとこの目標に到達しようという状況なので、そこがピンと来ないと感じる。

○環境省より回答

- ・ 国際観光旅客税の本格実施が今年度からということで、効果がどれだけ出たか、今が正念場だと思っている。
- ・ 全体人数は右肩上がりではあるが、我々の事業との因果関係の分析が不十分。そこは今年度しっかりどれだけ効果が出たかを各公園別、各テーマ別に分析し、結果を年度末に開催する会議でご報告したい。

【星野委員】

- ・ 日本の国立公園を世界の観光分野で強くしていくということに何ら異論はないが、1000万人という

数の目標とそれを達成するまでのタイムフレームが、日本の将来を考えたときに設定が合っていたのか私は以前からかなり疑問がある。

- ・ 中長期的に競争力を付けて維持していくというためには本来取るべきアプローチがあって、そのアプローチにはそれなりの時間がかかる。最終的に強くなりたいという過程の中で、1000万なり数を達成するという決めた目標には根拠があるのか？それは正しかったのか？という所にいつも疑問を感じている。
- ・ 通過点であるべき数字を期間内に達成することに固執してしまうとむしろ長期的な競争力を達成する上でマイナスな行動をとってしまう可能性があるのではないか。企業でもよくある期間に売上を無理矢理達成しようとする本来あるべき競争力強化のため本来取り組むべきことがスキップされてしまうのではという懸念がある。
- ・ 日本の国立公園の観光のポテンシャルを考える際、地域の人たちの取り組みは大事であるし日本人の利用のあり方も大切であるし、世界に誇れるような保全と利用の本当の意味での先進的な取組も大切である。
- ・ そこに関係するホテルやカフェ、提供するサービスのレベルを向上することまで考えた時、ちょっと時間が足りないという感じがしている。
- ・ 本当の実力をつけるために十分な時間をとることで、強い国立公園観光がその先に来る。その時は1000万をはるかに超えていくポテンシャルがあるかもしれない。そのポテンシャルを生かすためにも十分な体力をつけてから数を達成していくという道があるのではないか。目標が悪いというわけではないが、そういうシナリオをとるとき、ちゃんとタイムフレームは正しかったのか精査が必要。
- ・ たとえば廃屋の撤去という事業があるが、これは基礎体力のように前提となることであって、撤去してもお客さんがくるというものではない。撤去の次にある計画が重要である。
- ・ また、廃屋の撤去は必要だが、そこが廃屋になってしまった理由があるはず。日本の国内旅行が急成長した時代の契約のあり方だとかがネックになってしまい廃屋になり苦労しているわけだが、今後20年後に同じような状況にしないためにどうしたらいいのかという観点も廃屋の撤去の際は同時に考える必要がある。
- ・ 保全協力金を収受し様々なことをしようとしているが、そこにも懸念事項がある。過去にさまざまな協力金があるが、当時はよかれと思って設定したお金の使い方が、今になると本来他のものに使わないといけないのに既得権化してしまい、自由に使用用途が変えられないというような状況に陥っているのを見る。それを鑑み、協力金の使途は柔軟に将来その時代に必要なものに見えるような仕組みを考えてもらいたい。

【涌井座長】

- ・ 石井委員と星野委員の意見はぶつかり合う概念ではなく、どういう風に見ていくのかという話である。星野委員から新しく出たご提案の協力金は適宜活用できるように柔軟に活用できる仕組みづくりをとるのは重要なご指摘と思う。この点についていかがか。

○環境省より回答

- ・ ご指摘の通りかと思う。廃屋撤去は今後20年を見据えてというのは重要な検討課題と考える。協力金の使途は透明化すると同時に将来のため柔軟な仕組みを今年度の計画の中で検討していきたい。

【野添委員】

- ・ 星野委員のお話の中にもあったが、強い国立公園と考えた時ハードである施設を整えれば終わりかというとはやはり違うという気がする。
- ・ 二か月ほど前、富士山周辺の観光地取材で訪れたのだが、インバウンドの外国人がたくさん来訪していた。
- ・ 忍野八海を訪れた際にとっても残念だったことがある。ハードであるトイレはたくさんあり、きれいに整備されていたが、トイレの個室の汚物入れにトイレットペーパーが山のように積まれてしまっておりびっくりした。トイレットペーパーを水洗トイレに流す習慣のない文化圏の方が訪れているのだろうが、それを見て「ここには二度と来たくない」と感じてしまった。建物がきれいに整備されていても清掃が間に合っていないのか、放置されてしまっていた。
- ・ オーバーツーリズムの悪影響なのかもしれないが、せっかく観光地自体は魅力的なのに、きちんとした運用がされていないという部分で「もう来たくない観光地」「来たくない日本」になってしまっ
てはいけない。
- ・ 上質な宿泊施設の整備に関して、現在出ている案ではグランピングの実施が多いが、日本全国すべてグランピングになってしまうと、それはそれで魅力が薄れてしまうのではないか。その地域ならではの個性を出していく必要がある。また、グランピングは冬に雪のある地域では厳しい。冬の季節にどのような強い国立公園にできるかというのも考えていく必要がある。

【江崎委員】

- ・ 訪問客数の取り方は課題で、経年で見ていくというのが必要であろうが、その一方で旅のスタイルが変わってきているという部分がある。国立公園は滞在型に相性が良いのだが、現在のカウントの仕方だと一人の方が1泊であろうと10泊であろうと1人になっているのは、現状と乖離しているのではないかと思う。
- ・ 10年ほど前は3、4泊の宿泊予約であっても2泊経過すると「もう見るところがないから後はキャンセルします」となっており、3泊続かなかった。しかし今は3、4泊となってきたし、途中でキャンセルされる方が居なくなってきた。滞在は伸びていると感じる。
- ・ 涌井先生のおっしゃる体積をというのを考えると、国立公園は天候にとっても左右されるので、なるべく3、4泊、できれば1週間いてもらえれば、予定していたプログラムも天候が悪い場合でも変更がきくなどし、高い満足度が得られるのでは。それがこのカウントだと評価として出てこないのではないかと残念に思う。

○環境省より回答

- ・ ご指摘いただいたトイレットペーパーの話は私も最近そのような事例を見た。公共事業でしっかり整備をやってもその後の維持管理に皆さん苦勞されている。誰が維持管理をやるのか、その経費をだれが負担するのか、一部利用者の方にどう負担していただくかが課題であると認識している。また、外国人が増えると文化の違いがあるので、いかに多言語で伝えていくかが重要。解決に向けて対応していきたい。
- ・ グランピングについては多様な宿泊スタイルとして近年特に注目されているので重点的に書いたが、

グランピングにこだわっているわけではなく、地域や季節に応じて多様なものがあると思う。色々な意見を聞きながら柔軟に対応していきたい。

- ・ 江崎委員のご指摘に関して、お配りした資料の参考資料3-2、こちらが訪問客数だけでなく滞在日数も入れた体積を示す指標となっている。満足度・消費額・滞在日数・リピーター率というデータを2017年から取り始めている。
- ・ こちらを見ると滞在日数は増えてきており、いい傾向だと捉えている。今年度のデータが出るともう少し比較ができると思う。
- ・ 数の目標達成も大切だが、きちんと質の評価ができるようにしたいと考えている。滞在日数は国立公園を満喫してもらう上で大切であると思うので、こちらも上がるように取組を考えていきたい。

【涌井座長】

- ・ 泊数について石井委員ご意見をお願いします。

【石井委員】

- ・ 日本の地方では人泊のデータしか正確に取れないので、人泊のデータを目標にするのが一般的。国立公園周辺地域の人泊の数字は取りやすいデータかなと思う。長くいて満足していただくのはいいと思うが、こちらの参考資料3-2のデータを見ると滞在時間が増えたのに一日あたりの消費額は減っている。
- ・ 以前慶良間を視察した際、夏の間長期のキャンプを行っている外国人がいるのだが、その方などは国立公園エリアにほとんどお金を落としていない。それも国立公園を満喫していただく一つの方法であると思うが、元々の国立公園が外貨を稼ぐという視点から言えば、消費額も踏まえて考える必要がある。

○事務局から資料2に基づき説明

【涌井座長】

- ・ 2020年の1000万人の目標については、着実に達成を目指していく。一方、1000万人の目標は助走であって、さらに「体積」の部分、そして入り込みも含めて数字を伸ばしていくことを考えたい。日本の国立公園が本当に世界ブランドになっていくために、今から何を用意しておくべきなのか、各委員からの意見を承りたい。

【星野委員】

- ・ 日本の観光全体にとって、国立公園のポテンシャルを上げていくことは非常に重要である。ただ、そのアプローチにおいて、全ての国立公園がインバウンドを伸ばすイメージはなかなか見えない。それよりも、世界のブランドとなるような日本の国立公園を3箇所作るといった方が、戦略としてイメージがしやすい。
- ・ 「選択と集中」で、日本の国立公園の中で世界から集客が出来るような公園に、資源を集中投下する。これが競争力を高めるための本来の策ではないかと考える。8公園は多すぎるというのが従来からの持論である。

- ・ 水平展開するという事は、まず成功体験があって、その実績をあてはまる国立公園に展開するという事だと思いが、まだ日本の国立公園は成功していない段階で何を水平展開するのか、見えてこない。
- ・ 8公園あるいはプラス3公園を加えた11公園で1000万人の目標を達成する場合、1つの公園の集客の平均は100万人程度である。この数字は決して強い集客力ではない。イエローストーンには年間で400万人が訪れている。400万人以上集客する国立公園を3つ持つ、その方が本来は持続可能な戦略のあり方であって、その中で一部を水平展開していく方が良いのではないか。
- ・ 日本全国で展開しなくてはならない事情も理解できるが、限られた資源の中で、どう選択と集中をして行けば良いのか。どこかで水平展開できる成功体験を作る必要があると考える。

【涌井座長】

- ・ 国立公園だけを取り出す議論も重要だとは考えている。ただし、2020年という年は、環境省全体においても、国際社会全体においても、非常に重要な目標の節目となっている。例えば、生物多様性の10年しかり、その他の条約等しかり、色々な意味での折り返し地点になるはずである。
- ・ SDGsとの絡みも含めて、多くの方がより原生的な自然と触れ合うことで、気付きの機会を持つというような別のアプローチからのキャンペーンも必要ではないか。
- ・ 観光の視点と別の論点の併せ技で行くべきといった、そうした議論もきちんと後ろ側に控えながら、今後の方向性を示していかななくてはならない。
- ・ ツーリズム EXPO 関連の審査の中でも様々な議論がある中で、「観光業って一体なに」といった話が出てきている。それぞれの地域が非常に疲弊している中で、各地域が内発的に自分たちの価値に気付いて、それをしっかり外部に発信していくしかない。そうした動きを観光産業がどう応援していくのか、そこが審査のポイントになってきている。
- ・ 例えば、「温泉」や「食」。一見すると観光行政と無縁のように思えるが、ある種の環境省ならではのアプローチで地域資源に対してもっと光を当ててブランド化していくことは、かなり大事なことである。単なる数字だけでない、環境省ならではの「前捌き」「理論武装」が必要なのではないか。

【アトキンソン委員】

- ・ 8公園について、前より良くなっているのは事実である。その改善している部分を他公園に拡げて行くということは、選択肢としてはアリだと思う。一方、改善はしたものの、それがベストな状態になっているかどうかは別の議論である。
- ・ 国立公園のみならず他の観光地も同じだと思うが、一部の観光地を除き、良くなっているのは事実だが、相乗効果がきちんとした形が出る「理想的な」形になっている観光地はまだほとんどない。例えば、国立公園は良くなったがその中の文化財は多言語が出来ていない、もしくは文化財は良くなったが二次交通は出来ていない、Wi-Fiがない。または、国立公園でリビングヒストリーはやっているけれどもアクティビティはない、など。
- ・ 色々な選択肢があって、色々なものが揃って初めて観光地である。ちぐはぐでバラつきがあるようなところは、それほど流行らない。戦略的に投資すべきところは、国立公園満喫プロジェクトだけではない。JNTO、文化庁、二次交通、アクティビティ会社、OTA、など総合的に連携できているかどうかが重要である。仮に富裕層が楽しめるアクティビティを作ったとしても、泊まる場所

がなければ誘客は成り立たない。

- ・ 戦略的に投資すべきところは、他の省庁がやっている事業と同時に、宿泊、飲食、アクティビティと総合的に仕上げていく必要がある。それができて初めて横展開ができるのであって、「ベスト」ができていないのに「マシ」なところを拡げるのはいかなものか。

【石井委員】

- ・ 国立公園満喫プロジェクトで目標を達成するにあたり、アウトドアが嫌いで自然にそれほど興味がない人、マス層に訴えかけないと、数字は伸びない。
- ・ 参考資料 3-1 において、瀬戸内海国立公園は 75%も数字が伸びている。国立公園としてやDMOの努力もあるかもしれないが、明確な因果関係は見えない。それよりはアートブームが重なった面が大きいのではないか。逆に阿寒摩周国立公園は平成 29 年までは好調だったが、去年は数字が伸びなかった。これは、取組が先行してただけに飽きられている可能性がある。旧釧路市の市街地については入込が伸びているが、阿寒湖が伸び悩んでいる。両公園の例を見ると、国立公園だけではなく、周辺の観光も含めていく必要性が見えてくる。
- ・ 北海道では今「アドベンチャーツーリズム」に力を入れている。アドベンチャーツーリズムとは何なのか、関係者曰く「自分の内面が変化すること」なのだそうだ。自然の中で、何をする・しないではなく、その体験を通じて自分の内面が変化することがアドベンチャーツーリズムだと言われて、ハッとした。以前、ギリシャのアトス山に行って、宗教心がないにも係らず祈りの場面に遭遇してカタルシスを感じたときのことを思い出した。京都に行っても、お寺はあるが仏事に会うことはない。だから高野山に行く外国人旅行者がいる。普通の人々が普通に関心があることを、周辺のことと絡めてやるべきである。
- ・ ニュージーランドに行った際、鳥のクワイに保護・観察のためにつけているアンテナの電池を交換するアクティビティに参加した。自然に全く興味がなかったにも係らず、やってみると楽しかった。日本でもスノーモンキーやオオサンショウウオは人気のコンテンツであるし、野生動物を活用することは一般、マスの人たちには受けるのではないか。
- ・ 富士箱根伊豆国立公園に視察に行った際、冬なのにキャンプをしている人たちがいて驚いた。ただ、関係者からは、最近の傾向だと聞いた。そしてその理由は「ゆるキャン」というマンガ・アニメの影響だという。それを聞いて自身でも同作品を読んでみたが、結果、キャンプに行った。
- ・ マス層に訴えかけること、周辺の観光と絡めること、そして分かりやすくアプローチをすることで、目標達成に近づくと考える。

【江崎委員】

- ・ 満喫プロジェクトも開始から数年が経過して、各地域で「層」が厚くなっていくことが考えられる。例えば、伊勢志摩だと、以前は海女のプログラムが非常に珍しい特別な体験として流行ったが、今では普通の体験になってしまい、もっと別の特別な体験を求めお客が増えてきた。そうすると、民間事業者としては次のものを探す努力をして、それが積み重なると「層」ができてくる。
- ・ そうすると、安いプログラムだけでなく高いプログラムもできてくる。また、これまで観光に参加していなかった農業や漁業に従事していた人たちが参加してくることで、価値の高いプログラムがより安価にプログラムを提供できることにもつながる。加えてそこにプロのガイドが加わって新た

な展開が生まれる。特に方針ということではないが、そうした状況を踏まえて今後の方向性を考えるべきではないか。

- ・ 高単価の宿泊施設に泊まるお客は、単に古いものを見せたり、歴史を語っても、そのことに加えて自分たちの考え、取り組みについて問われることが多い。富裕層やそうした方の嗜好に影響もあるという意味では、国立公園の中で、海外の自然、環境、経済などを研究している大学の研究者等に研究フィールドとして活用してもらって論文を書いてもらうことも情報発信のひとつになるのではないか。

【野添委員】

- ・ 先日、マイク・ハリス氏の「キャニオンズ」の取材で、みなかみ町を訪ねた。そこで、一人乗り用のゴムボートであるパックラフトを体験した。その際、プロのカメラマンに川の外から写真を撮ってもらったのだが、遠い箇所からの撮影になるので、どうしても現場の臨場感が伝わらなかった。一方、ガイドさんに撮ってもらった写真は水面に近いところから撮られており、体験時の緊張感や生命力、躍動感などが伝わるものになっていた。
- ・ それを踏まえて提案したいのは、レンジャーの You Tube 化を図ること。お金をかけずに、現場目線で臨場感のある情報を出すには、You Tube という媒体は国内外で有効ではないか。

【JNTO】

- ・ プロモーションを海外にしている立場から申し上げると、ひとつは「尖ったもの」が欲しいということ。もうひとつは「面的に整備」されていること。それらがあるとプロモーションの上で有効であると考えます。
- ・ 現在、JNTOでは、欧米豪の日本に関心がない人に関心を持ってもらうためのプロモーションを展開している。これまでは「食」「伝統」を中心にPRしてきたが、欧米豪では「アウトドア」「アクティビティ」の人気・関心が高いため、国立公園でできることなどをより前面に出してPRをしていきたいと考えている。
- ・ 自然がきれいなのは当たり前として、そこで何ができるのか。コンテンツ・価格に厚みがあると、さらにプロモーションはしやすい。

【林野庁】

- ・ 本日の議論の中で、「周辺との連携」という話があった。その際のひとつの連携先として、国有林があると思っている。国有林の中には、観光利用も可能な「レクリエーションの森」がある。全てのレクリエーションの森が国立公園と連携ができるとはならないだろうが、レクリエーションの森を地域資源として積極的に活用している地域があるので、このようなレクリエーションの森では、連携していきたいと考えている。

【観光庁】

- ・ 観光庁は、国際観光旅客税の件も含めて観光政策の司令塔であり、「明日の日本を支える観光ビジョン」にも「国立公園のナショナルパーク化」が掲げられているということで、こうした場が持たれているものと理解している。

- ・ これまで観光政策に携わってきた中で、国立公園は非常に魅力的な観光資源ではあるものの、一般のインバウンドの方には知られていない、あるいは、うまく伝わっていないと感じている。地道な取組にはなるが、多言語化をしっかりとやっていく、あるいは文化財など、ほかの取組と連携されていく、組織としてDMOをもっと使っていき、情報発信をJNTOに一元化して行っていき、そうしたことに引き続き取り組んでいきたい。

【涌井座長】

- ・ ひとつ例を出したい。今、もっとも頭が痛いと言っているのが、京都のホテルオペレーター・ディベロッパーである。5つ星の高級ホテルがないということで一生懸命誘致してきた。それらの稼働率は非常に高いのだが、不安が多く出ているという。2回目・3回目で客が飽きてきたらどうするのか。「奥行き」がないと言う。
- ・ 例えば京都の周辺には様々な訪問地・観光資源がある。しかしそこに行くとは宿泊する手段がない。安心ができるかというと安心もできないし、それぞれのホテルのチェーン・ネットワークの中で、予約しようとしても一気通貫にはいかない。そうしたことでお客に飽きが来ている。
- ・ そうしたことに着目した、あるハウスメーカーとホテル側が、トリップベース事業といった道の駅や公共の県立公園の敷地で水準の高いドライブインを作ることを行っている。ハイエンドな人たちは、アドベンチャーといっても単なる自然の中のアドベンチャーだけでなく、宿泊と面でも何か（サムシング）が欲しい。道の駅で食材を買って自身で炊事をして食べる、それがハイエンドの人たちにとっては普段と違った特別な体験・思い出となる。
- ・ つまり「奥行き」が大事。奥行きがないと魅力が深まらない。アドベンチャーも同じで、一番難しいチャレンジブル（困難だが挑戦しがいのある）な体験を国立公園の中に用意しておく。そして段階を踏んでそこまで到達をしていく。水平的にあまり考えずに立体的に考える。二次元ではなく三次元で捉えることが重要。

【江崎委員】

- ・ 現在、三重県の観光審議会の委員をしていて、観光基本計画の検討を行っている。その際、ずっと当たり前のように使われるフレーズ「豊富な自然と水産資源を使って…」というものがある。ただ、ずっと地元で見ていると、資源の使い方を考えていかななくてはならない分岐点に来ていると感じている。昔は豊富な資源があって、それを売るために観光があって、インフラ整備もしてきたが、今は資源がなくなってきている。今、国立公園でPRしているものが、果たして5年後もすごいと言えるのか。
- ・ 減っていく資源をどうPRして売りにしていくのか、逆に増えてきている資源にどう注目していくのか、人の力でどうにもできない経営資源をどう扱うのか。将来的に確保ができないかもしれない資源に目を瞑って突っ込んではいないか。投資が無駄になる懸念もある。
- ・ 環境省が主体となって取り組む事業として、これからも使い続けられる資源に注目する、あるいは観光の力を使って取り戻せるものなのか、資源を取り扱う際に全て十把一絡げではなく、分けて考えるべきではないか。

【涌井座長】

- ・ 今日の意見を事務局で尊重していただき、対応の仕方を検討していただきたい。

○鳥居自然環境局長より挨拶

- ・ 本日は熱心な議論をいただき、ありがとうございました。
- ・ 今日の議論の中でも、2021年以降に繋がる話が色々出てきたと思う。「奥行き」の話、「三次元」の話を伺い、第五次環境基本計画の地域循環共生圏と通ずると感じた。それぞれの地域の資源をもう一度スポットを当てて、都市と農山漁村を繋げて地域活性化に繋げる。そうした際に国立公園はひとつの核になる。
- ・ 国立公園の景観を見てもらうのも重要だが、外国人に国立公園に来てもらって、そのストーリーを堪能してもらうことがより重要である。そのことが魅力になってリピーターに繋がっていく。まさに、日本の国立公園らしさをそこで発揮できるのではないか。
- ・ 次回以降の議論でもそのあたりをまた深めていただければ幸いです。今後ともよろしく願いいたします。

以上