

## 第 15 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 4 年 3 月 22 日（火）10：00～12：30
2. 場所：霞ヶ関ナレッジスクエア（オンライン会議併用）
3. 出席者：

（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）

涌井史郎（東京都市大学環境学部特別教授） 座長

（ゲストスピーカー ※敬称略）

岡本岳大（wondertrunk & co. 代表取締役共同 CEO）

（環境省）

大岡敏孝環境副大臣、奥田直久自然環境局長、松本啓朗大臣官房審議官、熊倉基之国立公園課長、関谷毅史総務課長、岡野隆宏国立公園利用推進室長、佐藤邦雄自然環境整備課長、他

（関係省庁等）

奈良裕信日本政府観光局企画総室長、星明彦観光庁観光地域振興部観光資源課長、井口真輝林野庁経営企画課国有林野総合利用推進室長

## 4. 議事概要

## ○大岡環境副大臣より冒頭挨拶

- ・ 第 15 回「国立公園満喫プロジェクト有識者会議」に御出席いただきありがとうございます。2016 年から始まったプロジェクトも 6 年目を迎え、年々ブラッシュアップされてきたことを感じています。私自身も、先日阿蘇くじゅう国立公園を訪問し、その他の公園も回りましたが、委員の皆様のおかげで、各国立公園の取組が進められて徐々に良くなってきたことを実感しています。また、十和田八幡平国立公園での湯治文化を考える混浴プロジェクトのような取組も始まっており、こうした、自分たちの領域を規定せずに境界線を壊していくような作業も必要だと思っています。
- ・ 4 月からは、昨年の通常国会において改正された自然公園法が施行されます。保護に加えて利用面での施策を強化することにより、「保護と利用の好循環」を実現します。地域の魅力を活かした自然体験活動の促進や、廃屋の撤去による街並み改善などに取り組みます。守ることだけを考えて国民に見せないようにすると、理解されなくなり財源も減ってしまうので、国民に開かれ、国民と一緒に学び考え、利用しながら取り組み、財源を確保していくことが大事であり、先生方にご指導いただきながら進めてまいりたいと思います。

- ・ 今後は、「国立公園満喫プロジェクト」を、先行的・集中的に取り組んできた8国立公園から全34公園へと水平展開し、全体的な底上げを図っていきます。地域ごとの魅力を発見し、高めていただけたらと思います。
- ・ ロシアの侵攻でこうした取組が止まってしまうといけないと思います。やるべきことをしっかりとやっていくというメッセージを出していくことが大事です。今年は生物多様性条約COP15が開催されますが、生物多様性の保全の取組を進めていきます。引き続き先生方のお力添えをいただいで進めていきたいと思しますので、よろしく願いいたします。

#### 【涌井座長】

- ・ この国立公園満喫プロジェクト有識者会議は、昨年3月末以来、1年ぶりの開催となる。委員も改選されたので、本日は少人数で濃密な議論をできればと思う。また、今回より各回の中でゲストからそれぞれのトピックについて話題提供をいただく予定である。
- ・ 2021年以降の取組方針を踏まえて、2025年までの新たなステップアッププログラムが策定され、取組が進められてきた。
- ・ 本日は、最初に2021年の利用状況、成果や取組について報告をいただいた上で、まとめて各委員から意見を頂戴したい。次に、国立公園に関するプロモーション戦略、成果指標について、ゲストスピーカーから話題提供をいただき意見交換を行う。
- ・ また、大岡副大臣のご挨拶の通り、国立公園満喫プロジェクトは8公園での取組を全34公園に水平展開し、さらに魅力を高める方針である。そこで、コロナ後の新たな経済の確立や取組の課題についてもご指摘いただきたい。
- ・ まずは事務局から資料1、資料2について説明をいただきたい。

#### ○事務局から資料1、資料2（～別紙3）に基づき説明

#### 【涌井座長】

- ・ この1年間で、2016年から積み上げたストックがこのような形となった。今後の方向性についてもご説明いただいた。
- ・ 他省庁との連携に関連して、地域における上質化プロジェクトについて、観光庁からも意見をいただきたい。

#### 【観光庁 星課長】

- ・ ここまで着実に取組を進めていただき大変感謝している。
- ・ 今回、コロナにより旅客税が減収となった。経済再開を進めるにあたり、自然環境を生かすことについては、アドベンチャーツーリズムをはじめ、高付加価値な客層からのニーズが高い分野である。今後も環境省と連携して取り組んでいきたい。

**【涌井座長】**

- ・ 続いて、2つの事務所よりステップアッププログラムの状況について説明をお願いする。

○富士箱根伊豆国立公園および磐梯朝日国立公園より資料2（別紙4～5）に基づき説明

○石井委員よりドローン・メタバースの活用のご提案

**【石井委員】**

- ・ 昨年から個人的にドローンを飛行させていて、霧島錦江湾国立公園や北海道根室市などで撮影をした。その一部の映像をご紹介します。今後、各地の環境省事務所のレンジャーの方々にも、ドローンや360°カメラを活用して画像や映像をたくさん保存すること、あるいは定点観測にも活用していただけるとよい。

<石井委員の動画投影後>

**【石井委員】**

- ・ 富士箱根伊豆国立公園に関して、「富士山」とウェブ検索をすると関連ワードとして「駅伝」や「噴火」というワードが出てくる。富士山の噴火には多くの方が関心を持っているため、富士箱根伊豆国立公園としても富士山噴火に関する何らかの情報発信ができないかを考えていただきたい。
- ・ 磐梯朝日国立公園については、「宝の山々と虹色の瞳、見上げれば「ほんとの空」というコンセプトが素晴らしいと思う。このコンセプトに基づき、国立公園を満喫できる簡単で分かりやすいプログラムがあり、なおかつ実際のアクションに落とし込まれているとよい。
- ・ 世界はメタバース化している。国立公園についてもバーチャル国立公園として、メタバース化するのはいかがか。国立公園は景色が美しいことから、そういった観点からも研究をしてはどうか。環境省は各地域にレンジャーが多数いるので、その方々に360°カメラで撮影をしてもらうことなどを検討していただきたい。費用としては、恐らく数百万ほどである。ぜひ今後、チャレンジしていただきたい。

**【環境省】**

- ・ 具体的な場所についてもご紹介いただき、大変参考になる。環境省のレンジャーは周辺環境のことをよく知っているので、ドローン等の技術を習得し、バーチャル空間で国民や海外の方に魅力を伝えられるよう参考にしたい。

**【涌井座長】**

- ・ コロナの第7波があるか否かは別として、全国各地の話を知っていると、観光事業者がこれ以上はもたない状況となっている。特に、国立公園のようにアクセスの悪い場所において、単独で営む宿などは閉鎖せざるを得ない状況である。このような点に関して、江崎委員に、ぜひ現状を教えてください。

#### 【江崎委員】

- ・ 国立公園に関して、資源をどのように維持していくかが問題となっている。地域資源の維持には、地域の人々の存在がなければ始まらない。コロナ禍で様々な補助金を出していただき、改善できる場所もあった。一方で、高齢化の問題があるところ、自身の貯蓄や借入れで運営してきたところに関しては、これ以上は厳しいと感じている。
- ・ 加えて、気候変動の影響が大きくなっていると痛感している。日本の国立公園の場合、食を提供してきた生産者たちが地域に存在するが、気候変動でこれまで採れていたものが採れなくなっている。しかも、その速度が急速で、半減した翌年には0になるというような危機的状況にある。どの地域においても、一次生産者がやめてしまいそうになっている。コロナ禍が落ち着いたとしても、次の深刻な問題が出てくる。
- ・ 国立公園の資源について、従来のようにキラークンテンツや固定的な資源のみに頼ると、資源が突然失われた時に対処できない。固定化した資源だけでなく、自然環境の変化や風景を見せていき、いかにその波及効果を高めていくかが重要である。宿泊施設などの既存の観光施設の大変革などもあるように思う。
- ・ フェノロジーカレンダーをツアーやプログラム作りに取り入れている地域もあるが、他の活用の仕方もある。先日、宮城県の七ヶ浜を訪れたが、最近になって今まで漁獲されなかった鯛や鱈、伊勢海老などが水揚げされるようになったそうだ。そういった自然の変化に困惑せず、対応していくことが地域に求められる。観光産業とともに商品化していくことは、自然とともに行動していくことであるが、すぐに対応できないことが地域の課題となっている。

#### 【涌井座長】

- ・ 満喫プロジェクトの水平展開に関して、残念ながら協議会が取り上げられなかった。自然公園法改正の立て付け上も、地域協議会が重視されている。国立公園単体ではなく、公園を取り囲む周辺地域も含めて、情報交換をしながら地域づくりを進められるかが重要である。国立公園に支えられる地域であり、国立公園を支える地域でもあるという視点で、協議会というものを疎かにしないことが非常に重要だ。

○事務局より資料3に基づき説明

○岡本氏より話題提供

＜岡本氏の説明後の質疑応答＞

○涌井座長より星野委員の意見紹介

- ・ インターナルマーケティングに効果的なブランドプロミスを構築すべきという点、利用の有無に関わらず国立公園がどのような場所かをイメージできるようにすべきという点をご意見いただいた。

【江崎委員】

- ・ 説明いただいた内容は、これまでの資源のあり方に近く、現在の変化への対応の視点が不足している。これまでと変わらない保護再生では、現状維持さえも難しくなる。自然と共に生きるという視点との紐づけ、変化したとしても次なる資源の保護と活用ができるようなあり方を約束いただけるような内容だとよい。

【環境省】

- ・ 気候変動、地域社会の変化を捉えながら、国立公園の魅力を持続可能な形で保てるよう、協議会の運営計画で今後の方針を検討していきたい。ブランディング内容への反映の仕方は検討させていただくが、地域や環境の変化に応じて対応していくという視点を入れることが必要と認識した。

【アトキンソン委員】

- ・ （プロモーションおよびブランディングについて）繰り返し申し上げるが、プロモーションをする対象がない状態で、プロモーションの実施を抽象的に掲げることに疑問を感じる。例えば、国立公園には素晴らしい大自然があるという抽象的な話だけで、観光は実現しない。利用者に来てもらいたいならば、インフラを整え、迎え入れる準備をした上で、次にプロモーションをするということが筋である。単に、来てもらいたいという気持ちだけで抽象的なプロモーションを行うことには反対する。具体的な商品や宿、プランが用意された上で、それによって満喫することができるというプロモーションをするという流れであれば賛成する。
- ・ また、迎え入れる準備をせずに、補助金を活用した安易なプロモーションを行うことにも反対する。

【涌井座長】

- ・ 各コンテンツを具体的に磨いた上で、それに関するプロモーションをするという優先順位を整理すべきというご意見と理解した。

【アトキンソン委員】

- ・ 先日、草津温泉を訪問したが、一日で巡るビジネスモデルとなっており二泊の滞在をイメージすることができなかった。具体的には、湯畑を見た後に他に何ができるかを探したとしても、何も情報がなく、ブランド構築以前の問題を感じた。もし地域側が観光客に三日間滞在してほしいならば、それだけの期間、満喫できるものを提供すべきである。
- ・ 日本の素晴らしい国立公園を満喫できるビジネスモデルができていない状態なので、そもそもプロモーションをすることは難しいと思われる。この点については、ぜひ真剣に考えていただきたい。

#### 【石井委員】

- ・ どのような人をターゲットとし、優先順位を付けてアプローチしていくかを考えていくべきだ。「その自然には物語がある」というコンセプトはよいが、物語の中身が一種類の場合、旧来のプロダクトアウト型の観光となる。マーケットイン型で、それぞれのターゲットに対して刺さる物語を調査した方がよい。国立公園の各地域で実現したいことやターゲットを具体化し、そのためにマーケットインの発想を持ち調査をするべきではないか。

#### 【江崎委員】

- ・ 恐らく、「その自然には物語がある」という「物語」がキーワードになっている。現場で何をすればよいかは分かりやすい一方で、物語がマーケットインになっていない。我々、地域側の物語を伝えるのではなく、お客様の物語を作り出すという視点でコンセプトを考え、具体的な商品、体験や滞在の仕方を提供することも必要である。

#### 【アトキンソン委員】

- ・ 単に物語があるという抽象的なものだけでは、観光は成立しない。安易に物語という表現は避けていただきたい。
- ・ 物語の定義がポイントとなる。物語とは何か、その中身は何か、その体験に具体的にどのくらい時間がかかるかということである。物語という表現は、中身のない抽象的かつ地域の自己満足的なものか、具体的かつ中身のある感動を与えるものか、いずれの意味も含まれるため、その定義をよく考えていただきたい。
- ・ 日本の観光や物語は歴史文化になりやすい。しかし、多くの人は、自国の歴史にも他人の歴史にも全く興味がない。
- ・ 例えば、日本には素晴らしいお茶の文化があるという物語がよく語られる。しかし、1億2,500万人のうち、お茶をする人口はわずか300万人であり、それ以外の大半の日本人はお茶の文化に感動もしないし、興味もない。他には、能がある地域で、その物語をアピールするものの、能舞台の箱は年のほとんどの日で閉じていて見るできない。それはそれを楽しみに訪れた観光客に失礼なことではないか。

- ・ ヨセミテ国立公園のようなアメリカの国立公園の場合、感動する景色を見せながら、レンジャーによる案内を受けることで感動の物語を具体化している。
- ・ 日本のプロモーション事業者のレベルが低いように思う。多額の費用をかけて、観光の事業性もなく発信側の自己満足のプロモーションが多いことを危惧している。

#### 【JNTO 奈良企画総室長】

- ・ アトキンソン特別顧問には、日頃よりご指導いただき感謝申し上げます。
- ・ コンテンツやストーリー作りについては、マーケティングに基づく考え方がベースになるため、マーケットに合わせてチューニングすることが大事である。
- ・ 国立公園のコンテンツはアウトドアやサステイナブルツーリズムなどとも親和性が高い。周辺地域も含めて滞在してもらえるように取組や連携を強化したい。

#### 【涌井座長】

- ・ 本日感じたことについて、一言述べたい。
- ・ 1つ目はサステイナブルツーリズムについて、自然公園であればこそ無関心であってはいけない。これをどのように実現するかについて、総点検が必要である。国立公園がサステイナブルツーリズムのモデルになるべきであり、どのように進めるのかを具体的に検証いただきたい。
- ・ 2つ目に、プロモーションは、伝えたい側の考えではなく、受け手がどのように捉えるかで決まる。何をプロミスにするかを明確化したうえで、受け手にとって有益な情報、プロモーションを構築する必要がある。
- ・ 3つ目に、これらを支えるのは地域協議会であるという点である。協議会が中途半端な状態になると、食材調達をはじめ広域的なサービスを提供できなくなる。協議会自らがブランディング構築に貢献しているという自覚を持てるようにしたほうがよい。
- ・ 12月には中部山岳国立公園を視察した。松本ー岐阜間を一気通貫で移動することができないという非常に不便な課題を抱えた地域である。MaaS や安全な山岳利用も踏まえると、どのようにこのルートを構築するかが課題となっている。この課題に対して、地域協議会に参画する地元の温泉宿等が連携して働きかけ、松本市と高山市の両市長が手を取り合った。「Big Bridge 構想」という形で連携を深めている。こうした、地域が一体化していくための取組についても推進していく必要がある。

#### 【環境省】

- ・ アトキンソン委員のご指摘通りだと思う。ブランディングとプロモーションについて説明させていただいたが、地域においてはまずブランディングにしっかり取り組むこととしている。満喫プロジェクトを通じて、地域一体となって様々な取組を積み上げてブランディングを進める。その上でのプロモーションということで整理しているので、

決してプロモーションだけではないこともご理解頂ければと思う。

- ・ ストーリーも、プロモーションのためだけではなく、地域の自然や営みなどを整理してコンテンツ化するための筋書きという位置づけである。ただし、ご指摘の通り抽象的な言葉なので、地域と議論し、滞在して楽しめる、感動できるコンテンツ作りをしていきたい。

#### 【アトキンソン委員】

- ・ 人の営みの話が出たが、観光客が果たして人の営みにどれだけ興味があるのか、根拠を示していただきたい。また、アメリカの国立公園で人の営みの話をしているか。個人的には全く興味がなく、単に旅行している時間を楽しみたい。ただし、あくまでも私の主観なので、マーケティングデータに基づき、本当に興味があるのか、魅力になるのか、誘客につながるのかについて客観的なデータから示す必要がある。

#### 【環境省】

- ・ 国立公園には人の営みで作られている風景もあるという考えに基づく。これは地域制の日本の国立公園の特徴の一つでもある。
- ・ また、岡本氏の発表であったようなスピリチュアルな部分についても可能性があれば入れていきたい。いずれにしても調査をした上で磨き上げていく。

#### 【アトキンソン委員】

- ・ 人の営みが日本の国立公園をつくっているのは事実だが、地球上で人間の影響がない国立公園はない。日本の国立公園だけがそうであるというのは日本人の妄想であり、客観的事実と異なるため、マーケティングの考え方とは言えない。
- ・ 客観的事実に基づき、何が誘客に効果的なのかについてまず調査をするべきである。JNTOではその点を徹底しており、その意味では世界の最先端であると感じている。

#### 【涌井座長】

- ・ 本日の課題について真剣に受け止めて、特にデータに基づいて考える部分については、今後議論を進めていきたいと思う。

#### ○奥田自然環境局長より挨拶

- ・ ご指摘いただいた課題について、しっかりと受け止める必要がある。通常の観光客がお金を出さないようなことに対して、富裕層の中にはお金を出す人も存在する。日本も北は北海道から南は沖縄まで多様性に富むので、それをどのように捉えて魅力を引き出していくか、調査をしながらエビデンスベースでニーズを把握する必要がある。
- ・ 加えて、サステイナブルであることも必要となる。これまでは東アジアの観光客で支え



ていた部分もあったが、今後、そうではない時代が来る可能性もある。魅力を維持しながら、どのように資源を残すかという点について、総合的に考える必要がある。

- ・ 満喫プロジェクトについて様々なご指摘をいただき、不十分な点がまだあると認識している。コロナで観光が止まっていたが、その分時間を確保することができた。コロナ後は、様々な交流により地域活性化を推進しつつ、自然も残していくために、積極的に事業を進めていきたい。

以上