

ブランドプロミス	ブランディング活動	活動指標
共通事項	①自然・生活・文化・歴史を把握し、物語（ストーリー）を明らかにし、保護と利用の方針を定め、行動計画を作成します。	
	公園の特徴に応じたテーマ・ビジョン・保護と利用の基本方針を定めます。	ビジョン及び管理運営方針（保護と利用の方針）が記載された公園計画書数
		自然体験活動計画が記載された公園計画書数
	来訪者に伝えるストーリーや来訪者に望まれる経験を明らかにし、地域で共有します。	
		インタープリテーション全体計画の策定数
	ストーリーを踏まえ、地域関係者が一体となって利用のアクションプランを作成します。	ステップアッププログラムが策定された公園数（新たに策定した地域数）
		管理運営行動計画（ステップアッププログラム含む）が記載された管理運営計画数
	地域住民がファンになり、誇りに思うように地域関係者と公園の魅力を共有します。	インナーブランディングに取り組む公園数
	②地域のコーディネーターとして、多様な主体と一体となって公園管理と魅力の発信に取り組みます。	
	多様な主体で公園の管理方針を検討・共有する場を設けます。	国立公園満喫プロジェクト協議会設置公園数
		総合型協議会の設置数
国立公園の管理体制を拡充します。	環境省現地職員数（常勤・非常勤）（現地レンジャー数）	
	公園管理団体数	
多様な主体と公園づくりを進めます（DMO、地域金融機関、交通機関、関係省庁など）。		
民間事業者（国立公園オフィシャルパートナー等）と連携し、公園管理や魅力の発信を行います。	国立公園オフィシャルパートナー数	
1.感動を与える美しい自然風景	③自然の風景や野生生物、生態系を保護・再生します。	
	保護のために必要な規制をかけて、許可等の手続きや違反防止を行います。	※現時点では成果指標を設定せず、個別の公園ごとの指標設定、各種の個別保全計画における指標設定、管理有効性評価の活用等により進捗を把握する。
	公園の区域や規制を定期的に見直します（概ね5年）。	
	公園の管理運営に関する方針を立てます。	
	自然環境のモニタリングを行います。	
	野生生物の保護増殖に取り組みます。	
	過去に損なわれた自然の再生に取り組みます。	
	鳥獣による生態系被害を防止します。	
外来種の防除に取り組みます。		

2.サステナビリティ	<b>④利用者負担による保護管理へ還元する仕組みづくりや、利用のルール、限定体験の提供などに取り組みます。</b>	
	利用者負担の仕組みをつくり、収益を公園管理に還元します。	入域料の仕組みの実施数 利用者負担の新規仕組みの件数（入域料以外） ・国立公園で事業を営む民間事業者からの協力金（入域料を除く） ・ツアープログラム等の参加費に環境保全協力金を上乗せ ・設備の使用料及びグッズの貸出料等
	協力を得られやすい支払いの仕組みをつくります（ICT活用など）。	
	自然の保護・再生やサステナビリティ向上に貢献できるプログラムを造成します。	コンテンツガイドラインの「環境への貢献・持続可能性」を満たす体験コンテンツ数
	利用の共通ルールを策定し、利用者に提供します。	
	自然に配慮した満足度の高い限定体験を提供します。	
	<b>⑤脱炭素化や地産地消などに取り組み、持続可能な地域づくりに貢献します。</b>	
	地域関係者が中心となって利用施設や交通等の脱炭素化やサステナビリティの向上を行うゼロカーボンパークを推進します。	ゼロカーボンパークの登録数
	公園事業施設（宿泊施設や休憩施設）の脱炭素化を推進します。	ZEB国立公園事業による補助事業数
	交通手段の脱炭素化を推進します。	マイカー規制等によるCO2削減量
EV/FCV利用を推進します。	公共有料駐車場のEV/FCV利用台数（自然公園財団管理駐車場）	
地産地消型再エネの導入を支援します。		
国立公園におけるペットボトルの水平リサイクルの推進やマイボトル推奨、ビジターセンターでのペットボトル販売廃止等でワンウェイプラの使用を抑制します。		
食や土産物の地産地消を推奨します。		
生態系に配慮した農林水産業を推奨します。		
地域循環共生圏づくりを推進します。		
3.自然と人々の物語を知るアクティビティ	<b>⑥物語（ストーリー）に沿った魅力的な自然体験コンテンツと体験コースをつくります。</b>	
	地域関係者が一体となって自然体験活動を促進するための計画を定めます。	自然体験活動促進計画の認定数（協議会数）
	地域関係者が一体となってガイドの質の向上と保証を図ります。	人材育成事業研修参加地域数
	コンテンツガイドラインを活用し、高付加価値な自然体験コンテンツを充実させます。	コンテンツガイドラインを満たす自然体験コンテンツ数
	高付加価値な自然体験コンテンツをウェブサイト・OTAで紹介します。	ウェブサイト掲載コンテンツ数
	ストーリーに沿ったモデルコースを設定します。	ウェブサイト掲載モデルコース集
	教育旅行や子供向けの教育プログラムを充実させます。	
	周辺の公園や利用拠点と連携した広域的な利用を促進します。	
ロングトレイルの設定・活用をすすめます。		

4. 感動体験を支える 施設とサービス	<b>⑦集団施設地区・温泉街等の利用拠点の魅力向上を図ります。</b>	
	地域関係者が一体となってデザイン統一など利用拠点の面的な景観改善に向けた方針を定めます。	利用拠点計画の策定数 利用拠点整備改善計画の認定数（協議会数）
	廃屋撤去や電線地中化などの引き算の景観改善による滞在環境の上質化に取り組みます。	廃屋撤去した拠点数 電線地中化など景観を阻害する施設の改善を行った地区数 眺望確保・景観向上を目的に樹木の伐採等を行った地区数
	多様な宿泊施設の整備を計画的に進めるとともに、上質な宿泊施設の誘致を行います。	上質なホテル・旅館の数
	山小屋の利用環境の向上を行います。	トイレの洋式化など利用環境の改善を行った山小屋数（補助事業者数）
	ワーケーション環境（スペース等）を整備します。	ワーケーションのための環境整備を支援した事業者数（補助事業者数）
	利用拠点へのアクセスを向上させます。	
	<b>⑧魅力的な利用施設の整備・管理を進めます。</b>	
	ビジターセンター等の環境省直轄施設において、民間の資金や創意工夫を運営に活用することにより、効率的かつ効果的に高付加価値な公共サービスを提供します。	新たにカフェ、ツアーデスク、ショップ等の民間事業者を導入した直轄施設数
	ビジターセンター等のスタッフが国立公園ならではの魅力を来訪者に伝えます。	
	ストーリーの情報提供をわかりやすく行います。	デジタル展示を導入した直轄整備事業数
	あるべき管理水準に応じた登山道・遊歩道の整備・管理を行います。	
	<b>⑨統一したメッセージ、デザインを活用し、国立公園に関する情報を広く発信し、認知拡大に努めます。</b>	
	国立公園統一マークと共通フォントを使用し、公園内の配布物等のデザインに統一感を持たせます。	
	SNSでファン層を拡大し、認知拡大、来訪意欲を高めます。	公式Instagramのフォロワー数・エンゲージメント率 公式Facebookフォロワー数・エンゲージメント率
	Youtube動画で国立公園の魅力を知るきっかけを提供します。	公式Youtubeチャンネル登録者数
	JNTO国立公園ウェブサイトを実装し、世界に国立公園の自然風景、ストーリーと自然体験コンテンツ	JNTO国立公園ウェブサイトPV数
	環境省ウェブサイト（国立公園に、行ってみよう！）を実装し、国内に国立公園の自然風景、ストーリーと自然体験コンテンツを発信します。	環境省ウェブサイト（国立公園に、行ってみよう！）PV数
	スタンプラリーアプリで来訪意欲を高め、周遊を促進します。	スタンプラリーダウンロード数
	交通拠点、新聞・雑誌・webメディア等で積極的に国立公園の情報を提供します。	
	季節やニーズに応じて利用情報をわかりやすく提供します。	
	SNS・動画・ウェブサイト・OTA等が連動したデジタルマーケティングを行います。	OTA（TA、Rakuten Travel Experience等）経由のコンテンツ予約数