



国立公園満喫プロジェクト 2026年以降の取組方針等 の検討について

国立公園満喫プロジェクト2026年以降の取組方針等の検討について

- ・「2021年以降の取組方針」の当面の目標年は2025年。これまでの取組の進捗や成果、コロナ禍を経てインバウンドが急速に回復する状況、政府全体の目標も踏まえ、2030年までの目標・指標・方針を検討し、2026年以降の取組方針及び公園毎のステップアッププログラム2030を策定する。

検討の流れ・スケジュール（案）

■ 2024年3月 第17回有識者会議

- ・「2026年以降の取組方針」「ステップアッププログラム2030」等の検討着手について

↓ 2021～2024年の進捗把握、モニタリング指標・手法の検討等、見直しの方向性検討

■ 2025年3月 第18回有識者会議

- ・「2021年以降の取組方針」（2021－2025）進捗総括（2025年目標に対する進捗・評価等）
- ・「2026年以降の取組方針」（2026－2030）（骨子案）の検討
- ・各公園「ステップアッププログラム2025」等（～2025）進捗総括（主な取組と成果）

↓ 取組方針策定に向けた検討・調整、各公園のステップアッププログラム見直し

■ 2025年夏頃 第19回有識者会議

- ・「2026年以降の取組方針」（素案）の検討

■ 2026年3月 第20回有識者会議

- ・2026年以降の取組方針（案）の検討 →決定
- ・各公園のステップアッププログラム2030等 策定報告

検討にあたって意見をいただきたいポイント

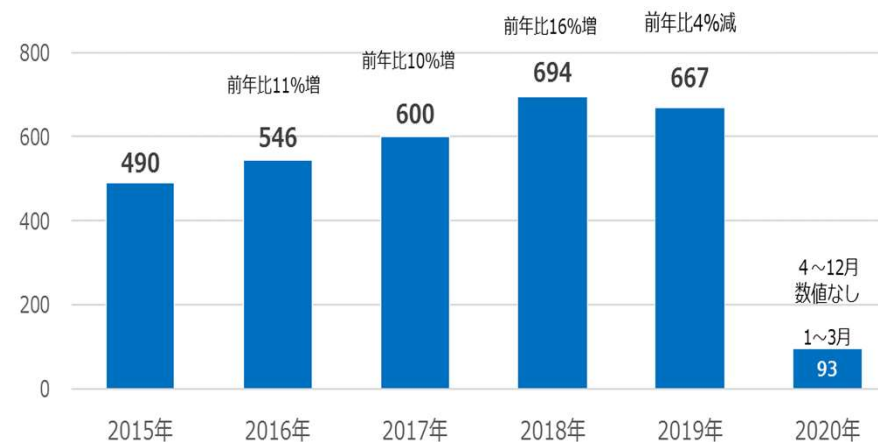
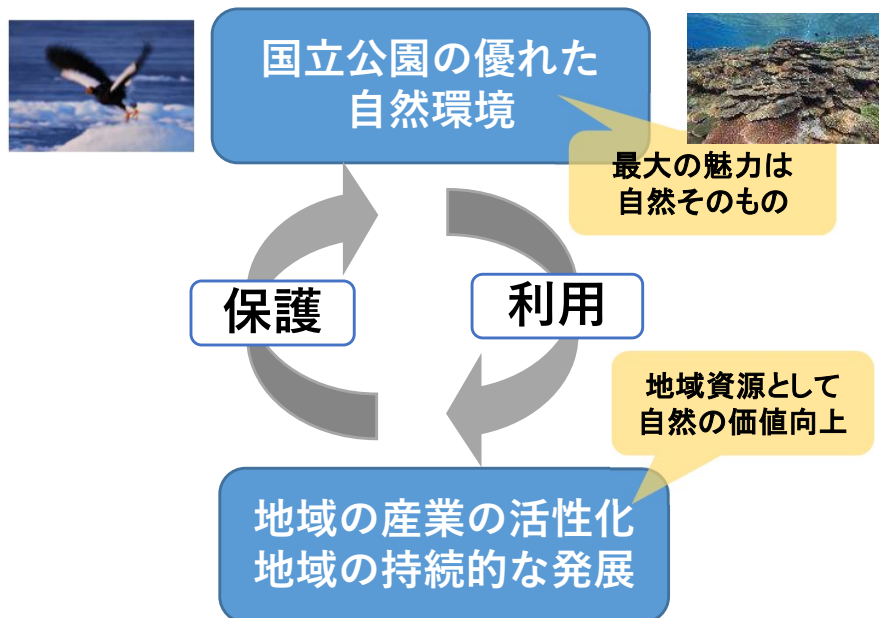
- **取組成果の評価指標** → ◆ 適切な目標、成果指標とその把握手法は
- **プロジェクト推進のための枠組み** → ◆ 先行公園等の位置付け・役割／国立公園全体の水平展開の進め方
- **2026年以降の重視すべき考え方・取組の方向性、具体的アクション等**
→ ◆ (例)ネイチャーポジティブ、ブランドプロミス、滞在体験の魅力向上等

「明日の日本を支える観光ビジョン（2016年3月）」の柱の一つに国立公園が位置づけられる。
日本の国立公園を世界の旅行者のディステーションとすることを目標に、2016年～ 国立公園満喫プロジェクト開始
【訪日外国人の国立公園利用者数】 490万人（2015年） →667万人（2019年）

国立公園の保護と利用の好循環により、優れた自然を守り地域活性化を図る

- ◆ 日本の国立公園のブランド力を高め、国内外の誘客を促進。利用者数だけでなく、滞在時間を延ばし、自然を満喫できる上質なツーリズムを実現。
- ◆ 地域の様々な主体が協働し、地域の経済社会を活性化させ、自然環境の保全へ再投資される好循環を生み出す。

● 国立公園の訪日外国人利用者数の推計結果



新型コロナウイルスによる観光地への影響
新たなライフスタイル転換
インバウンドの急速な回復

国内外の利用者復活、滞在型・高付加価値観光の推進を目指す
(34公園への水平展開、脱炭素化、利用の高付加価値化、滞在体験の魅力向上等)

- 2016年～2020年までのプロジェクト実施により、特に8国立公園で、**プロモーション、施設改修、Wi-Fi整備、多言語化等進展したが、「世界水準」のブランド力・認知度や、民間と連携した利用の質の向上は不十分。**
- コロナウイルスの影響**により国内外の利用者数が大幅に減少し、**公園事業者の事業継続と雇用維持が課題。**アウトドアレジャーやテレワークの関心高まりによる**新たなライフ&ワークスタイルの転換が見込まれる。**
- 訪日外国人の今後の回復は不透明だが、**現時点で2030年の政府全体目標は維持**（訪日外国人6000万人）



国立公園満喫プロジェクトを以下の観点から**2021年以降も継続的に実施し、新たな展開を図る。**

基本的な方針

1 ウィズコロナ・ポストコロナの時代への対応
～ワーケーション等～

- **国内誘客の強化**、地域内観光の受け皿として再構築
- **ワーケーションなど国立公園の新しい利用価値**を提供
- コロナ禍での安心・安全で快適に利用できる受入環境整備
- 国立公園のブランディング、多様な利用者層をターゲットにしたコンテンツ充実・情報発信
- 限定体験やキャパシティコントロールの推進による保護と利用の好循環

2 水平・垂直展開
～8公園から全公園へ～

- **全34公園の底上げ・水平展開（法改正も含む制度化検討、総合展開型・個別事業型）**
- **さらなる高みを目指した集中的な取組**による「世界水準のデスティネーション」の実現（保護と利用の好循環、上質なサービス、キラーコンテンツ、周辺地域との広域周遊、サステナブルリズム等）
- 先行8公園等は取組継続・成果を生かした誘客
- 国定公園・ロングトレイルの資源の活用・連携

3 これまでの基本的な視点の継続・重視

最大の魅力は自然そのもの／人の暮らし・文化・歴史を有する自然との共生の姿／「体積」で考える／幅広い利用者層に対応／広域的な視点／サステナビリティ

目標・指標

当面の目標
（～2025）

- ・ **自然を満喫できる上質なツリズムの実現とブランド化。**そのための「質」の目標・指標の設定（延べ宿泊者数、認知度等）
- ・ 新型コロナウイルスによる影響前の**国内利用者の復活**
- ・ 訪日外国人利用者数**1000万人目標を見据えた、同ウイルスによる影響前の訪日外国人利用者の復活**
- ・ 取組を行う公園・地域ごとに個別の目標・指標を設定 ※政府全体目標次第で必要な見直しを検討

長期目標（～2030）政府全体目標を踏まえつつ、上記の「当面の目標」の達成状況をフォローアップする中で検討

国立公園のブランドプロミス※とブランディング活動

(2023年6月)

ブランドメッセージ

その自然には、物語がある。

※国立公園の管理運営に関わる関係者が共通の理解を持つための「全ての国立公園の共通の管理運営指針」

提供価値

多様な自然風景と、生活・文化・歴史が凝縮された物語を知ること、忘れられない唯一無二の感動や体験ができる。

ブランドプロミス (国立公園が来訪者・地域に約束すること)

◎ 感動的な自然風景



◎ サステナビリティへの共感



◎ 自然と人々の物語を知るアクティビティ



◎ 感動体験を支える施設とサービス



ブランディング活動 (ブランドプロミスを実現し続けるため、環境省が地域・関係者と一緒に取り組むこと)

- 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。
- ②地域のコーディネーターとして、地域の多様な主体と一体となって公園管理や魅力の発信に取り組みます。

③自然の風景や野生生物、生態系を保護・再生します。

※二次的自然の維持管理も含む

④利用のルール、限定体験、利用者負担等に取り組み、公正な利用とその対価が保護に再投資される仕組みをつくります。

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。

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。

※物語 (ストーリー) とは、自然・暮らし・文化など地域の資源をつなぎ、その風景地の成り立ちや価値を伝えるもの

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。

⑧魅力的な利用施設の整備・管理を進めます。

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、理解拡大に努めます