

国立公園のブランドプロミス※とブランディング活動

参考資料 3

(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



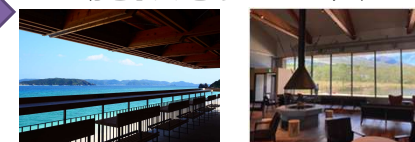
◎サステナビリティ
への共感



◎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