

National
Parks
of Japan



環境省

令和8年度国立公園における 感動体験創出事業公募説明会

2026年1月

環境省自然環境局 国立公園利用推進室

外国人観光客誘致は重要な施策課題

観光立国推進基本計画（第4次）から目標を抜粋

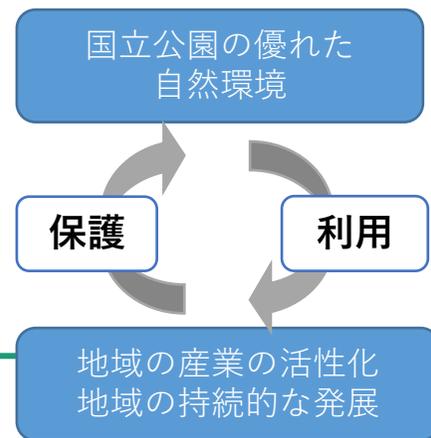
- 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円
- 2025年目標（質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定）

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
		③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
		⑤ 日本人の海外旅行者数	
	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上	
	国内交流拡大	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊
		⑧ 国内旅行消費額	22兆円

本事業で作られるツアー等は、計画実現に貢献することが求められます

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

- ◆「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、2016年より取組開始。
- ◆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。



地域の体制作り

- ・ステップアッププログラムの策定／満喫プロジェクト地域協議会の運営
- ・利用の取組の法制度への位置付け
- ・利用者負担による保全の仕組み
- ・インタープリテーション計画

受入環境の磨き上げ

- ・景観改善／廃屋撤去／街並み景観改善
- ・多言語解説／Wi-Fi設置／案内機能強化
- ・情報発信施設の再整備／カフェ等導入
- ・滞在体験の魅力向上先端モデル事業

自然体験アクティビティの充実

- ・自然体験アクティビティガイドライン運用
- ・アドベンチャートラベルの推進
- ・人材育成

国内外のマーケティング

- ・国内向け国立公園情報サイト
- ・日本政府観光局サイト内国立公園一括情報サイト
- ・SNS／海外メディア・旅行博
- ・国立公園ブランドプロミス
- ・オフィシャルパートナー等民間企業との連携

日本の国立公園（全35公園）



国立公園は、外国人観光客誘致の柱の一つです



国立公園が提供する価値

- 日本の国立公園は自然の豊かさだけでなく、人の暮らしが息づく場としての価値がある
- 多様な自然を背景として長い間積み上げられてきた地域独自の文化や歴史が魅力

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。



ブランドメッセージ

その自然には、物語がある。



草原景観が特徴の阿蘇くじゅう国立公園、草原は地域の農的営みで形成・維持されてきた。

社寺仏閣も多く存在。 3

国立公園のブランドプロミスとブランディング活動

ブランドメッセージ

その自然には、物語がある。

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めます。

↓ **感動体験創出事業** ↓

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

国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について（抜粋）

R3.12.24閣議決定／R7.12.26一部変更

1. 国際観光旅客税の使途に関する基本方針

（2）旅客税財源を充当する施策は、既存施策の財源の単なる穴埋めをするのではなく、以下の考え方を基本とする。

- ① 受益と負担の関係から**負担者の納得**が得られること
- ② **先進性が高く**費用対効果が高い取り組みであること
- ③ 地方創生をはじめとする我が国が直面する**重要な政策課題に合致**すること

国際観光旅客税の使途に関する基本方針等の考え方に則り、インバウンドの来訪促進等に資する事業の実施が求められます。

本事業の実施体制

環境省

地方環境事務所等

本省

業務発注（請負）

民間事業者
（事務局）

- ・ 専門家等派遣
- ・ 伴走支援
- ・ 事業費の経理処理

公募・採択

応募

対象地域：国立公園
・ 世界自然遺産
対象者：地方公共団体、協議会、
民間事業者
※ 地方環境事務所等と連携して
いる必要がある

（全国8ヶ所程度、1地域1,100万円以内）

A国立公園

インタープリテーション計画等

※ 地方環境事務所等と地域が連携して検討

- ・ 目的
- ・ ストーリー（来訪者と共有したい価値）
- ・ テーマ・資源
- ・ 望まれる来訪者の体験／達成したい目標
- ・ 想定する来訪者
- ・ 媒体・手法

実施者

地域ごとに実施者が事業実施

- インタープリテーション計画等に基づき以下を実施
- ・ アクティビティ磨き上げ、ターゲット分析、販売戦略立案、マネタイズ、販路構築、提供・受入体制の強化、プロモーション、先進地調査、外国語対応、利用ルール・限定体験・参加費の保護への再投資等の取組
 - ・ キックオフMTG、中間報告会・成果報告会の出席
 - ・ 事業報告・経理処理・事例提供

B国立公園

実施者

C国立公園

実施者

スケジュール
（予定）

令和8年 1月 公募開始
2月 公募〆切
3月 採択
4月 事業開始（事務局と連携し共同で実施）

令和9年 2月 事業終了
3月 成果とりまとめ

インタープリテーションとは、自然や歴史・文化の魅力や価値を紹介し、地域と来訪者を結びつける活動です。（日本インタープリテーション協会HPより抜粋）

～ 世界遺産元離宮二条城 大広間 一の間・二の間を例に ～

A

ここは、大広間。
国宝です。障壁画は狩野探
幽筆、一の間は広さ48畳、
二の間は広さ44畳あります。



事実を中心とした
説明



出展 世界遺産元離宮二条城公式サイトより

ここは、将軍が大名や公卿と面会する部
屋。初代家康が将軍宣下を受け、また15
代慶喜が大政奉還を表明した場所として、
約260年間続いた江戸時代が始まり、幕
が下りた場所です。

B

意味や価値を伝える
(インタープリテーシ
ョン)
解説



国立公園のストーリーに基づいた「意味」や「価値」を伝えて、来訪者体験の向上を目指します。



その土地らしさが発揮された「感動」と「学び」
を与える体験は、その土地の評価を上げ、ファン
の獲得にも寄与する。多くの者の共感を得る。



「感動」と「学び」を与える体験を提供する上で、

- ・地域ならではの**価値を明らかにする**
- ・価値を伝えるための**物語・テーマを明らかにする**
- ・物語・テーマを持って**来訪者に伝える**

効果的なコミュニケーション手法の一つが
インタープリテーション



これを**地域関係者全員で共有**するためにまとめたものが、

インタープリテーション計画

雲仙温泉地区 インタープリテーション全体計画

雲仙温泉らしさ—雲仙温泉ならではの価値—をお客様と共有するために

Unzen onsen Interpretation Plan

他地域にはなく、雲仙温泉を特徴づけている、ならではの価値に厳選

価値・ストーリーを伝えるオススメの場所・体験を整理、イラストで可視化
→体験の仕方を伝え、来なければ味わえなかったモノ・コト・時間・感動を持ち帰ってもらう

来訪者層の整理
→既存の媒体（方法）、プログラムを可視化

■重要な資源

■来訪者に望まれる体験

（来訪者にこのような利用をして欲しい）

■お客様と共有したい

雲仙温泉ならではの価値

価値1：火山と人々の暮らし

- ・世界で一番新しい山「平成新山」がある
- ・動き続ける雲仙地獄が、地球の躍動・鼓動を伝えてくれる
- ・雲仙の植生は火山活動と密接に関係している
- ・雲仙温泉街は火山や地獄と共生している

価値2：外国人避暑地としての歴史

- ・世界に開かれた雲仙を今も感じられる
- ・自然を生かした優雅な長期滞在が「ハイカラ文化」を生み、今尚、その片鱗を見ることができる。

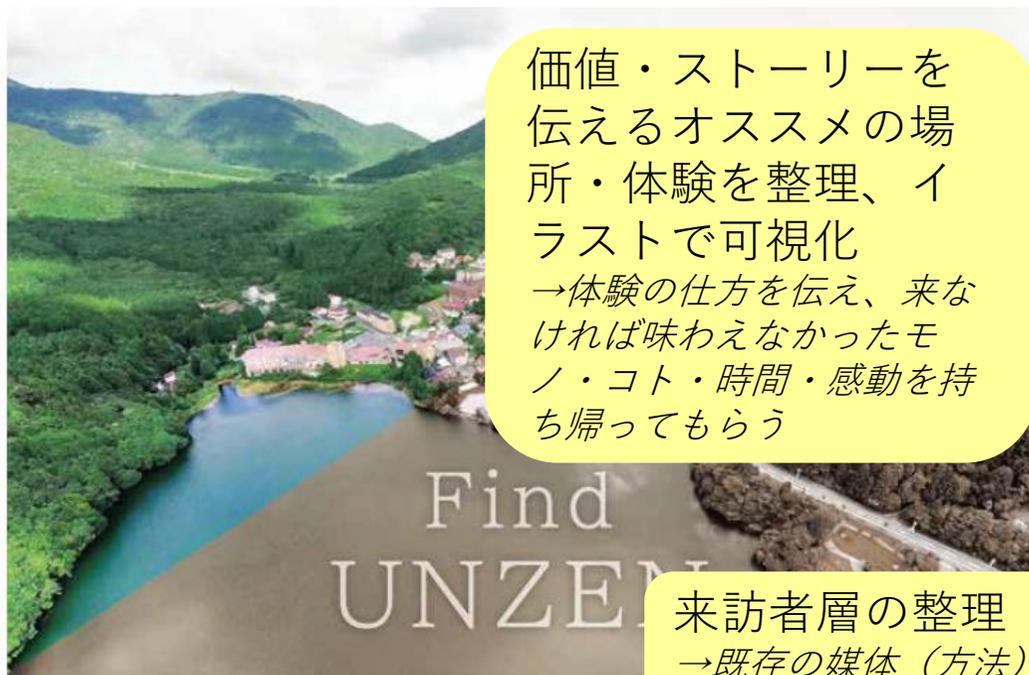
価値3：雲仙温泉と信仰

- ・雲仙温泉のはじまりは、九州の守り神、山岳信仰・修行の山であった
- ・「地獄」はキリシタン殉教の舞台になった
- ・今もなお、山に向かって手を合わせる暮らしがある

価値4：自然の恵みと心身の健康(ウェルネス)

- ・火山と人が育てて来た豊かな食材がある
- ・滋味豊かなこだわり野菜と料理人のコラボレーションが味わえる
- ・観光と暮らしが近く、共同浴場など、地元住民と触れ合える機会が多い

■来訪者層の想定（現状及び今後期待される来訪者）



一般社団法人雲仙観光局

Version 16

<https://unzen-dmo.com/12318-2>

補足説明

○以下にご注意ください

【1. 目的 に記載されていること】

- ・本公募によって行われた事業で得られたノウハウは、全国の国立公園に展開していきます。
- ・本事業は、令和8年度政府予算の成立を前提としております。

【2. 公募の対象者 に関して】

- ・令和6年度国立公園アドベンチャートラベル展開事業、令和6年度国立公園における感動体験創出事業及び令和7年度国立公園における感動体験・アドベンチャートラベル創出事業のうち2事業の実施実績がある場合、たとえ、これらの事業における申請者が別であったとしても、本事業の対象にはなりません。

