

スタート時の課題指摘

【第1回】

- ◆ 日本の国立公園に対する世界的な認知度が不足している。
- ◆ 観光の視点からの有益な国立公園に関する情報が国から発信されていない。
- ◆ 施設が観光客目線で整備されてない。
- ◆ 奥深さを知ってもらうのにガイドが不可欠。
- ◆ 個人旅行者受入の交通手段その他環境整備が不十分。

【第2回】

- ◆ 受入地域の推進部隊があるのか、実際にできるか、地域の持続的な予算確保できるかといった視点も重要。

【第3回】

- ◆ 奥行き論、キャリングキャパシティの視点が必要。
- ◆ 資金がどのようについてくるか、どのように現金化するか考えるべき。

【第4回】

- ◆ 解説版が不足、内容も外国人には難解。
- ◆ トイレ等の設備や景観を楽しんでもらう工夫ができていない。
- ◆ 富裕者層向けも含め利用者に応じた宿泊施設の多様性に乏しい。
- ◆ キャンプ場を観光施設に変えていくべき。
- ◆ 廃屋が著しく景観を害している。

満喫プロジェクトの基本的な視点

- ① 最大の魅力は自然そのもの
- ② 暮らしや文化とともにある国立公園
- ③ 体積で考える
- ④ 多様なニーズに対応した楽しい国立公園
- ⑤ 広域的な視点で考える
- ⑥ 利用者目線から現場を改善する
- ⑦ サステナビリティの視点を取り入れる

満喫プロジェクトの成果

国立公園を訪れる外国人訪問者、泊数、消費額、満足度の増加／向上

- 国立公園における外国人利用者数は年々増加。2018年は全国の訪日外国人旅行者数の伸び率を上回る伸び。2019年1～9月は、韓国等の影響により前年度同期比1%減。
- 満足度、支出額、宿泊数等の質の指標について、利用者に対するアンケート調査を実施
外国人で満足した割合は96.5%、2回目以上のリピーター率は14%（11公園2019年暫定値）
- 自然保護の役割を担いながらも、自然の魅力を生かして利用推進を図る自然公園行政の転換。
- 地域の経済効果につなげ国立公園を地域資源として関係者が改めて認識、利用が保全につながる仕組みづくりそのものや自然環境の価値の高まりによる、保護と利用の好循環に向けて前進（利用者負担による保全の仕組み作り（14事例））

1 外国人旅行者受入のための基盤整備の進展

- 屋外の案内解説板、ビジターセンター展示解説の多言語化（23箇所、整備率91%）
- ビジターセンター等の改修/新築（15箇所、整備率93%）、Wi-Fi整備（17箇所、整備率100%）、最新デジタル展示による理解促進（7箇所）
- トイレ洋式化（24箇所、整備率96%）、展望施設（2箇所、整備率67%）、歩道（16箇所、整備率94%）（※整備率は先行8公園の直轄施設における数値（R1年度工事中等含む））
- JNTOサイト内に国立公園サイト（英語）を設置し、同サイトへの誘導を実施（PV数 当初約6,000/月 → 現在約37,000/月）

2 コンテンツの磨き上げ、地域における受入体制の強化や景観の改善

- 国立公園のストーリー性を重視したコンテンツ造成及び販売支援による誘客強化
- ガイド等の人材育成や地域における一元的窓口の設置促進による受入体制の整備、ビジターセンターにおけるアクティビティ情報の発信
- 廃屋撤去（5箇所）、地域が一体となった利用拠点滞在環境の上質化（R1年度事業化）

3 多様な宿泊サービス充実、公共施設民間開放、民間との連携強化

- 宿舍事業あり方（H30.9）、分譲型ホテル等認可基準（R1.9）→ホテル進出の機運増大
- グランピングの導入促進（これまでに6事業者と連携）
- 環境省所管地の使用許可期間を3年から10年に延長（H29.10）
- 民間事業者によるカフェ等の案件形成（6箇所）、野営場の再整備～運営を民間一括実施
- オフィシャルパートナーシップ企業 75社、REVIC観光遺産産業化ファンド設立
- 二次交通改善の取組数 37箇所

4 プロモーション強化

- 国立公園統一マーク、ブランドスローガン、国立公園フォントによるブランディング、これらを活かした国立公園の認知向上
- 旅行博や各種メディア等も用いた情報発信による認知向上

5 関係者との連携体制強化

- 多様な主体が連携して受入環境を整備、国立公園の魅力を向上。開始前にはなかった取組を数多く実施。

現状課題

- 「1000万人目標」に向けた更なる取組。
- 人数の指標のみであり、質の指標は全体的な傾向に対応。個別の取組の効果を直接的に反映していない。
- 保護と利用の好循環の成果を上げるには地域における継続的な取組が必要。

- 8公園における主要な利用拠点やアクセスポイント上の直轄施設の対応は概ね完了。今後、自治体、民間を含め、エリアにおける多言語化等受入環境の充実が必要。
- 国立公園サイトの充実（利便性・コンテンツ拡充・多言語化（中国語対応）等）が必要。

- 自然コンテンツに加えた文化資源等との連携も必要。
- 外客対応可能なガイド・インタープリターが不足。
- ビジターセンター等の人的な多言語対応が必要。
- 廃屋撤去、撤去後の新たな民間参入による魅力ある利用拠点再生は取組途上。

- 新基準等による上質なホテル・旅館の増はこれから。
- ニーズに基づいた民間事業者の広がりによるグランピングの更なる拡大が見込まれる。
- 民間のサービス展開への継続的な金融支援が引き続き課題。
- オフィシャルパートナーシップの継続と具体的成果の促進が必要。
- 二次交通改善事例の継続的な蓄積が必要。
- 国立公園のブランディングと効果的なプロモーションによる国立公園の認知度向上は取組途上。
- デジタルマーケティングによるターゲットを絞った効果的・効率的な誘客促進が必要。
- DMOとの連携は取組途上。
- 関係者との連携体制の維持・継続が有効。
- 広域連携及び他の観光資源との連携など、目的地として選ばれるための重層的な魅力形成はこれから。

取組進捗・手法等の蓄積

継続取組

継続取組

受入環境の整備

サービスの向上、プロモーション強化等