

# 国立公園満喫プロジェクトにおける取組

資料2 - 2

## 世界水準の「ナショナルパーク」を実現するために

「最大の魅力は自然そのもの」「高品質・高付加価値のインバウンド市場の創造」

訪日外国人の国立公園利用者数  
490万人(2015年・H27)→1000万人(2020年・H32)に  
(2016年546万人、2017年600万人、2018年694万人)

### ステップアッププログラムの策定

先行8公園  
阿寒摩周 十和田八幡平 日光 伊勢志摩  
大山隠岐 阿蘇くじゅう 霧島錦江湾 慶良間諸島

平成28年7月：世界水準の「ナショナルパーク」の候補として先行8公園を選定

12月：公園毎に地域協議会によりステップアッププログラム策定

先行8公園における成果を水平展開(H29.11開始)  
特に利用者数の多い国立公園(富士箱根伊豆/支笏洞爺/中部山岳)に重点

プロジェクト全体の中間評価とりまとめ(H30.7)  
ステップアッププログラム改訂(H31.2)

## 世界水準の「ナショナルパーク」に向けたブレークスルー

### 多様な宿泊サービスの提供

多様な宿泊体験の提供のため、分譲型ホテル等を認可する審査基準を作成し、R1.10から施行予定。  
日光、大山隠岐にて民間と連携し、外国人旅行者のニーズにあったキャンプ場にリニューアル予定



### ビジターセンター等公共施設の民間開放

伊勢志摩の英虞湾を望む直轄展望台に民間カフェを導入(H30.8オープン)  
阿寒摩周のビジターセンターを改修しカフェスペースを設置。情報発信と地域の交流の場となる機能を持たせ、R1.8から営業開始。



### 体験型コンテンツの磨き上げ・受け入れ体制の強化

ファミトリップの成果等を踏まえ、モデルコースを含む「日本の国立公園コンテンツ集(日・英)」を作成。OTAへの掲載等を支援。対象公園を拡大して取組中。  
外国人のニーズも踏まえたガイドやコーディネーターを育成する研修プログラムを実施。地域の自走に向けた取り組みを支援。



### 景観の改善・利用環境の整備

大山隠岐にて廃屋を撤去(H29.7完了)し、カフェや物販機能を有する施設を整備(H30.5オープン)。  
阿蘇くじゅうにて眺望を阻害していた電線・電柱の移設を実施。  
各国立公園の案内板、ビジター展示等において、分かりやすく魅力的な多言語解説整備を促進。



### 利用者負担による保全の仕組みづくり

慶良間諸島で入島時の環境協力税を徴収し、国立公園の環境保全に活用中  
大山隠岐にて保全協力金付きオオサンショウウオ観察ツアーを実施



## 国内外への強力な情報発信

### 民間事業者等との連携

国立公園オフィシャルパートナー(ANA、JAL、JTB、KTCホールディングス、サントリー等75社)との連携協力により、空港や航空機、列車内等での国立公園の魅力の発信、商品造成、受入体制の整備支援を実施



### 情報サイト・SNS・海外メディア等による発信

JNTOグローバルサイト内に国立公園の一括情報サイトを設置・公開(H31.2)今年度、アクティビティ等の予約まで可能なサイトとする予定。



Instagram及びフェイスブック公式アカウントにおいて、現地レンジャーから、公園の感動を発信。  
動画配信や海外メディアへの記事掲載を実施中

### 国内外の旅行博等での発信

ツーリズムEXPOジャパンへの出展による情報発信、海外バイヤー商談会でのビジネスマッチングを支援



## 管理事務所の体制強化

国立公園管理事務所を新設するとともに、観光業等の民間企業経験者等を「利用企画官」として採用



# 体験型コンテンツの磨き上げ・受け入れ体制の強化

## 取組の状況

(一部)

### 日本の国立公園コンテンツ集の作成・誘客力の強化

- 国立公園のコンテンツ事業者と国内外のエージェント等とのマッチングや各種プロモーションのため、**BtoB用のコンテンツ集**を作成。
- 日本の国立公園ならではの体験コンテンツ、並びに、**外国人旅行者にとって利用しやすい二次交通**を組み合わせたお勧めモデルコースを掲載。
- コンテンツ集を活用して、ツーリズムEXPOにて国内外の旅行会社やメディア等との**162件のビジネスマッチング**を支援。(94%のエージェントが、**国立公園をテーマにした旅行商品造成が有益**と回答)
- F I T 対策として、国内外のOTA(オンライン・トラベル・エージェント)の掲載マッチングも支援。



## 成果指標

	実績値 2018年8月	実績値 2019年1月	目標値
磨き上げたコンテンツ数	69 (2018.6時点値)	103	300
コンテンツと二次交通を組み合わせた お勧めモデルコース数	-	23	60 コース
国立公園を含む地域コンテンツ情報の 一元化が進んだ地域数	-	4	10 地域

## 2019年度の取組予定

- コンテンツ集について、**先行8公園での拡充に加え、20公園程度を目標に、コンテンツをとりまとめ、プロモーションへの活動を推進**。モデルコースの作成を進め、200コンテンツ、40コースの掲載を目指す。
- **ビジターセンターに予約機能を備えたデジタルサイネージ等を設置し、自然を満喫できるアクティビティ等の情報を一元的に多言語で提供**。
- 国内外の旅行会社やO T A 等からの、**多言語対応可能な問い合わせ窓口の一元化**の推進。
- 外国人観光客にとって魅力的な野生生物観光を促進。
- 元気になれる温泉地での過ごし方(新・湯治)の推進。

# 体験型コンテンツの磨き上げ・受け入れ体制の強化

## 取組の状況 (一部)

### 環境省による人材育成支援

- ガイドやコーディネーター等の養成、地域でのプログラム開発、ツアーデスク等の受入体制、持続可能な体制づくりの強化等を目的に、インバウンドを踏まえたキーマンとなる人材育成支援を行い、その後の、キーマンを中心とした地域での人材育成の裾野拡大を促す。
- 地域における継続性・裾野の拡大を重視し、ガイドだけでなく行政や観光協会、DMO等とチームを組んで地域単位で参加を募集。2カ年で、34地域(内、公園関係22地域)が参加。

#### < 支援内容 >

**自己研修**：開発した動画教材により事前の自己研修に活用。

さらに、集合研修に参加した地域以外も活用可能で、幅広い人材育成にも貢献。

**集合研修**：実践的なワークショップを重視し、成果目標達成に向けた行動計画を作成。

**フォローアップアドバイザー派遣**：行動計画の磨き上げや、自走化に向けた実践を支援。

#### < 研修参加者を中心に、地域での人材育成の裾野拡大などの自走化に向けて取り組んでいる事例 >

##### 【大山隠岐】

：オオサンショウウオの保全と活用を進めるため、日南町を中心に、エコツーリズム推進全体構想の策定に向け、着手。

##### 【阿蘇くじゅう 阿蘇地域】

：熊本県が自主的に予算を付けて、火山博物館が中心となったガイド育成に取り組んでいる。

##### 【霧島錦江湾 桜島地域】

：新たにガイド組織が設立され、受入体制づくりが進められている。



### 成果指標

	実績値	実績値	目標値
	2018年8月	2019年1月	
行動計画に基づき、人材育成の裾野拡大などの自走化に向けて自主的に取り組んでいる地域数	-	10	30

### 2019年度の取組予定

- **研修教材の拡充とデジタルアーカイブ化、一般公開化**を進め、効果的で**全国へ波及**する裾野の広い人材育成を図る。
- **派遣アドバイザーの人材バンク化**を進め、地域が自由に招聘できるようにすることで、**効果が全国へ波及**することを図る。
- **OJT受入れ**可能な先進事業者と研修地域とのマッチングを行い、より**効果的で実践的な研修**とする。



# プロモーション

## 取組の状況 (一部)

### JNTOとの連携、SNSの活用等

- 国立公園統一マークを作成、現地看板やリーフレット等に統一的に掲載するとともに、ブランドスローガンや各公園のストーリーの検討を行い、ブランディング活動を実施。
- JNTOグローバルウェブサイト内に国立公園の情報を集約したサイトを構築。  
2月中旬より試行的にSNS広告等により誘導プロモーションを実施し、サイト設計等について検証を実施中。
- JNTOの情報発信と連携し、グローバルウェブサイト内のNews欄に国立公園の最新情報を随時紹介している他、JNTOのSNSアカウント（Facebook, Instagram, weibo等）での国立公園の情報発信を実施。
- 国立公園公式Instagram、Facebookを平成28年度より継続運用、ユーザー参加型の取組によりフォロワー数等を増進させるとともに、インスタミートを実施。【大山隠岐（10月）】【霧島錦江湾（3月予定）】

### 2019ラグビーW杯、2020オリパラに向けた誘客強化

- 2019ラグビーW杯に向け、豪NZでラグーマン出演による国立公園紹介番組を作成・放映。合わせて国立公園CM放送（豪55万人視聴）。連動して、飲食店や旅行代理店（ジャパンレールパス購入者にNPパンフをセットで配布）、ANA機内放送（シドニー・羽田便で3～10月RWC開催まで）等でプロモーションを実施。【阿蘇くじゅう】
- 2019ラグビーW杯、2020オリパラに合わせた誘客キャンペーンについて、オフィシャルパートナーなどの協力を得ながら検討。



### 成果指標

	実績値 2018年8月	実績値 2019年1月	目標値
公式Facebookファン数	56,822 (2018.5)	69,788	150,000 (2020年)
公式Facebook新エンゲージメント率 (投稿を見た人に占めるいいね！等の積極的反応を行った人の割合)	7.1% (2018.6)	8.2%	毎月平均5% 以上
国立公園ウェブサイトPV数	- (2019構築予定)	-	検討中

- 2019ラグビーW杯、2020オリパラに合わせ、オフィシャルパートナーなどの協力を得ながら、誘客キャンペーン実施に向けた検討・準備を行う。

### 2019年度の取組予定

- JNTOグローバルサイト内国立公園サイトの強化
  - ・コンテンツの充実
  - ・OTAとの連携により予約まで可能なサイトを構築
  - ・口コミサイトやSNS等を活用し、誘導施策を実施
  - ・JNTOと連携したデジタルマーケティングを実施
- 海外メディアに定期的な情報配信を行うなどメディアプロモーションを強化。
- 年間250万人の来苑者の約半数が外国人である新宿御苑を、VR等を用いた全国の国立公園の情報発信拠点に刷新。



デジタルサイネージの設置



日本地図の模型へタブレット等を  
かざし各公園の特徴などを表示