

国立公園満喫プロジェクトの進捗状況について

平成30年5月

国立公園満喫プロジェクト 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)

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の実施、アクションプラン策定(H30.8頃)
ステップアッププログラム改訂(H30年内)

世界水準の「ナショナルパーク」に向けたブレークスルー

上質な宿泊施設の誘致

- 日光ではH32のラグジュアリーホテル開業に併せて幅広い層の受入環境を整備
- 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を民間カフェ導入に向け整備
H30年3月整備完了、H30年8月カフェオープン予定
- 日光のビジターセンターにてH29年6月より地元カフェ等による試験出店



自然の質を向上させるための新たな仕組みの導入

- 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
- H30年4月より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開始



景観の磨き上げと快適な利用環境の整備

- 大山隠岐にて廃屋を撤去(H29年7月完了)し、カフェや物販機能を有する施設を整備(H30年5月にオープン)
- 日光にて景観改善のため無電柱化を実施中
- 各国立公園において、ユニバーサルデザインによる利用施設の整備の加速化



体験プログラムの充実と受入体制の強化

- 先行8公園において、新たな体験プログラムを創出し、外国人受け入れ環境を強化するWG(地元自治体やツアー事業者等が参画)を立ち上げ
- 海外に強いエージェントやメディア等を招致し、キラーコンテンツ発掘やブラッシュアップを行う「ファミトリップ」を実施

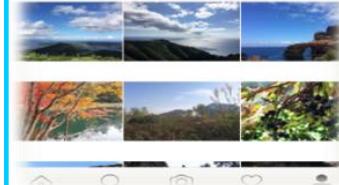
国内外への強力な情報発信

民間の知見の活用と連携

- 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34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を発信
- 阿寒観光協会や東北観光推進機構、山陰インバウンド機構、九州観光推進機構などとの連携により、国立公園の魅力と体験プログラムを地域から発信
- 環境省による観光業等に精通した民間企業経験者の採用

公式SNSの開設

- 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、公園の感動を発信中



【QRコード】
←Instagram
フェイスブック→



旅行博参加、セミナー開催

- H29年9月22～24日に開催されたツーリズムEXPOでは、8公園の展示商談会ブースを出展
- H29年12月4日先行8公園の取組報告やインバウンド誘致の有識者講演からなるシンポジウム「日本の国立公園を世界へ」を開催
- 業界関係者との情報交換会を東京、大阪、博多で開催(H29.12～H30.2)

公共施設の民間開放

環境省が所管する土地・建物の使用許可期間の延長（3年→10年に改訂）

伊勢志摩国立公園

○民間事業者によるカフェの導入

- 伊勢志摩国立公園の英虞湾の景色が一望でき、利用の中核となる横山展望台の再整備とあわせ、民間のカフェを導入

平成29年12月運営事業者候補者決定

＝(株)志摩地中海村（地元のホテル、飲食事業者）

平成30年4月展望デッキ供用開始

（天空カフェテラスの一部供用開始）

（園路改修、民間による休憩所内カフェの内装設備工事等実施）

8月休憩所、カフェ オープン



官民連携による大山寺地区のリニューアル①

大山隠岐国立公園

○大山寺地区における景観改善

- 大山隠岐国立公園大山寺地区において、大山町が内閣府の交付金を活用し、**廃屋を撤去**（土地：民間）。
- 撤去跡地にカフェや物販機能を有する「**大山参道市場**」を整備。
（H30.5 オープン）
- 電柱・電線の地中化に向けて調整中。



官民連携による大山寺地区のリニューアル②

大山隠岐国立公園

○エントランス空間の機能分担と再整備

- ・大山寺地区のエントランス空間に隣接する施設の機能分担と連携方針を踏まえ再整備



大山ナショナル・センター（国）

- 既存施設リニューアル（H30.4）
- 展望テラスを大幅拡張し、ロッカー・シャワー・デジタルサイネージ等の最新の機器等を設置
- 休憩・登山基地・国立公園情報提供機能を強化**

大山自然歴史館（県）

- 既存施設をリニューアル（今年度前半を予定）
- 環境省交付金を活用して大山の自然・歴史解説に係る展示改修と多言語化
- 学習機能を強化**

コトビト（民間施設）

- 廃屋をリニューアル（H29.4及び7）
- 大山町等が内閣府等の交付金を活用して施設や展示等を整備
- 観光案内所とツアーデスクを統合**
- カフェ入店**

外国人への効果的な情報発信に向けた取組

○川湯エコミュージアムセンターのリニューアル

阿寒摩周国立公園

○Wi-Fiの導入

- ・川湯エコミュージアムセンターにおいてH29年10月にナショナルパークWi-Fiを導入。

※全ての環境省直轄VC(67施設)について、H29年度中にWi-Fi導入済

○多言語化（ICT技術の活用）

- ・阿寒摩周国立公園川湯集団施設地区において、ネイティブ翻訳による外国人にわかりやすい解説文をH30秋頃までに作成。
- ・広域観光協議会（11市町参画）で合意形成した共通の音声コードと、上記で作成する解説文を活用し、多言語での効果的な情報発信を行う。



○地区内のデザインの統一

- ・阿寒摩周国立公園の特徴の一つであるアイヌ文化を取り入れた統一的なデザインの標識を整備する。



2020年(H32)までに先行8公園の主要な利用拠点において同様の取組を順次実施

○オオサンショウウオ観察ツアー

世界最大級の両生類オオサンショウウオの主要な生息地となっている日野川源流域の里山において、行政・研究者・地域住民・事業者で連携したオオサンショウウオの保全活動に貢献するツアープログラムをキラーコンテンツとして育成中。

- ・ 外国人有識者視察を実施⇒高評価
- ・ 地域のエコツアー人材を育成



■ **ツアー内容**：オオサンショウウオ研究者による生態調査への参加
(夕方～夜間の河川における捕獲調査)

■ **実施体制**：地域住民・保護団体・日南町・環境省の協力の下、研究者・英国人ガイドで実施、インサイドジャパン社が協力

■ **料金**：ツアー人数に応じて1人2万円～。千円/人は、保護団体を通して識別チップの購入や人工産卵巣穴の整備などの保全活動に還元

■ **実施状況**：4/12より開始(初日に米国人2名が参加)。5月にモニターツアー実施予定

コンテンツの磨き上げ・誘客プロモーション

- ・ 8 公園におけるファムトリップの成果を踏まえ、**各公園の魅力やコンテンツを発信し、誘客に結びつけていく取組を推進中。**



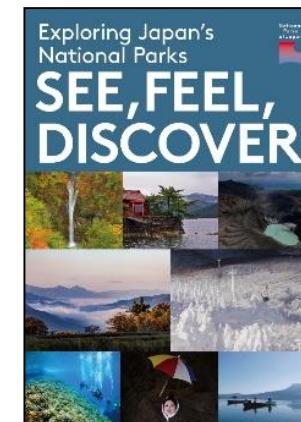
- ・ 旅行会社やメディア等を対象とした**情報交換会**を開催、8 公園の魅力やコンテンツを紹介。

H29/12月 大阪 参加企業20社
2月 東京 参加企業80社

H30/1月 博多 参加企業15社
2月 コンシェルジュ協会 40名



- ・ 訪日前後の外国人に向けてWeb、冊子等により情報発信
- 訪日前：Japan Travel特集記事、Trip advisorから記事へ誘導
- 訪日後：冊子8万部を国際空港（成田・中部・関西）等に配置



- ・ 民間企業（Voyagin）と連携し、外国人目線での商品造成、テスト販売・マーケティングを実施。

- ・ 旅行商品造成等に結びつけるため、**各公園ならではの魅力を体験できるツアーコンテンツ集の作成に着手。**
- ・ 昨年に続き本年9月の**ツーリズムEXPO**等における**商談の場を設定予定。**
- ・ 各公園において引き続きファムトリップの実施等、コンテンツの磨き上げ・受入れ体制強化に取り組む。

プロモーション

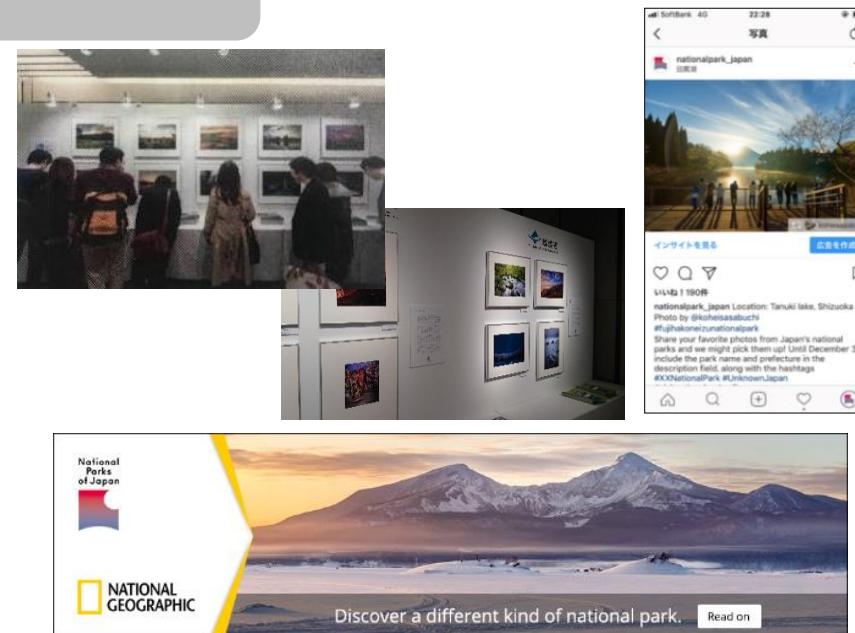
○ SNS、海外メディア活用等による発信力の強化

- ・ 国立公園公式SNS（インスタグラム、Facebook）における毎日の情報発信を継続中。

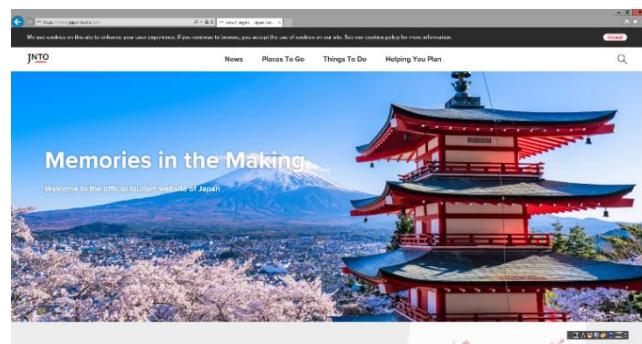
※4/26～5/5には、ユーザー参加増による発信力強化に向け、**渋谷ヒカリエでの写真イベントを実施。**

（来場者数のべ59,173人。国立公園トークショーには97名が参加）

- ・ **National Geographicのウェブサイトにおいて国立公園の特集記事を配信。**



○ JNTOとの連携強化



- ・ **JNTOのグローバルサイト内に国立公園ページを作成する方向でJNTOと調整中。**

（動画等の活用による魅力発信のほか、モデルコースやツアーコンテンツとのリンクなどにより、認知・訪問意向向上を図る予定）

○ 国立公園オフィシャルパートナー企業との連携

- ・ これまでに34の企業とパートナーシップを締結。

航空機内や空港の待合室等での国立公園プロモーション動画の配信、各社のOWNドメディアによる記事配信、旅行商品造成等を実施。

本年5月にはサントリーホールディングス株式会社が「大山隠岐国立公園冒険手帳」及びオリジナルグッズを作成・提供。

- ・ **新規オフィシャルパートナー企業（私鉄、メディア等10社程度）との締結を6月に予定。** さらに連携強化を図る。

