

第8回国立公園満喫プロジェクト有識者会議

議事次第

日時：平成30年6月29日（金）

13:30～16:00

場所：航空会館 702+703 会議室

1. 開会

2. 議事

(1) 国立公園満喫プロジェクトの実施について

(2) その他

3. 閉会

配付資料一覧

資料 1 中間評価の流れ

資料 2－1 有識者会議委員による先行 8 公園視察

資料 2－2 先行 8 公園における中間評価(自己評価)

資料 3－1 国立公園満喫プロジェクト 中間評価(案)

資料 3－2 先行 8 公園以外の公園での主な取組

参考資料 1 国立公園の宿舎事業のあり方について (案)

参考資料 2 国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム
企業等一覧 (平成 30 年 6 月末時点)

参考資料 3 国立公園別訪日外国人利用者数推計値等

参考資料 4 国立公園満喫プロジェクト有識者会議 委員名簿

先行8公園個別

プロジェクト全体

中間評価の枠組み・質の指標等議論

3月12日
有識者会議

有識者会議委員先行8公園視察
地域協議会を経て中間評価(自己評価)

~6月

先行8公園の中間評価報告

プロジェクト全体の
中間評価案の提示

6月29日
有識者会議

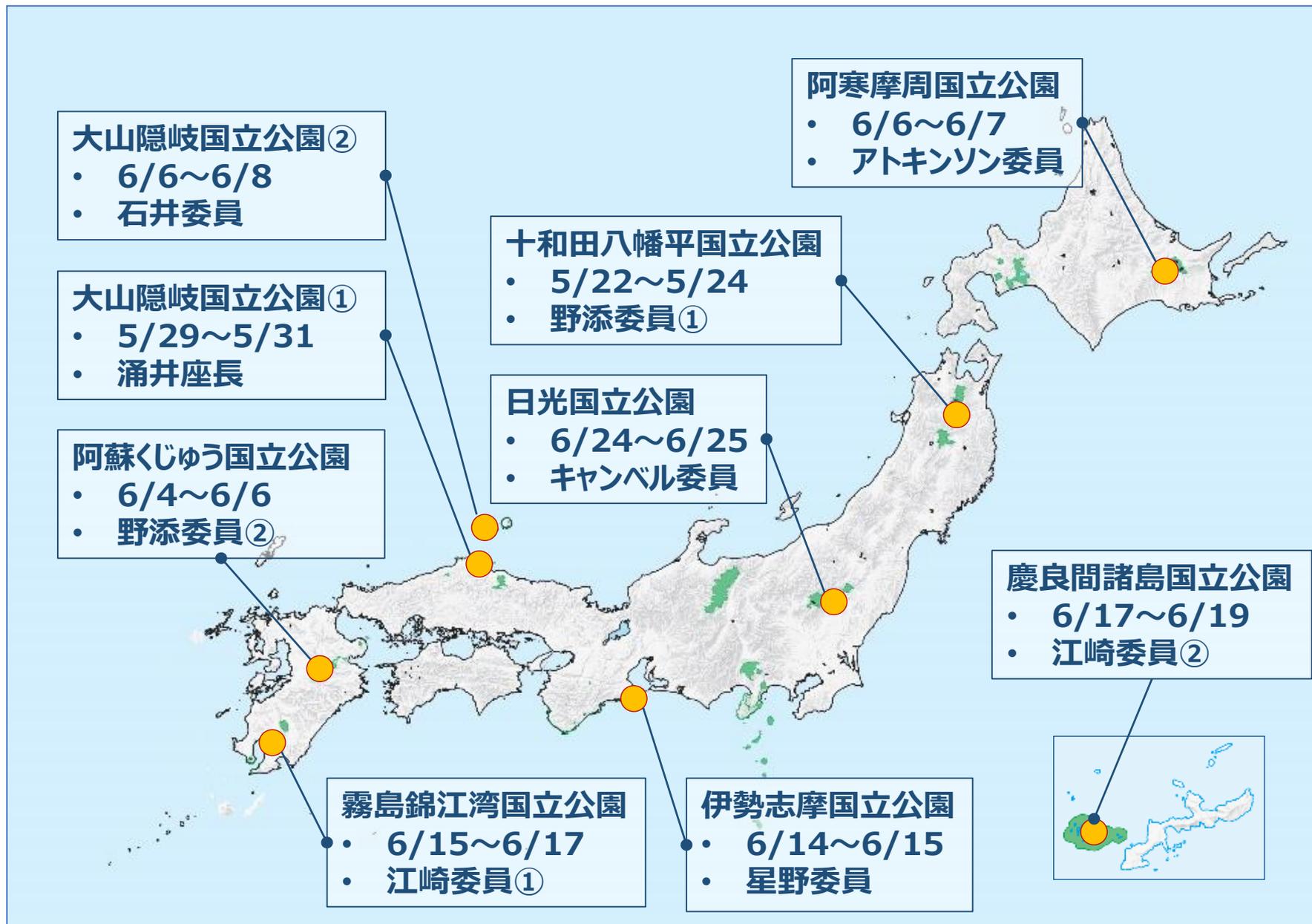
中間評価確定

満喫プロジェクトの
今後の進め方の見直し(年次計画等)

8月頃
有識者会議

ステップアッププログラムの見直し

平成30年内





先行 8 公園における 中間評価(自己評価)

阿寒摩周国立公園 満喫プロジェクト進捗状況

赤字は実施済の取組

火山と森と湖が織りなす原生的な自然を堪能する

H29.8 公園名変更
(数値目標) ~ 訪日外国人利用者数 6.3万人(2015年) → 15万人(2020年) ~

特徴①

原生的な自然で過ごす「上質な時間」

眺望や居心地のよい宿泊施設、展望施設、カフェでの滞在、それぞれ特色の異なる温泉での保養など、原生的な自然の魅力を実感しながら上質な時間を過ごす

- H30夏の川湯エコミュージアムセンターへの民間カフェ導入(試行)を目指し、内部改修工事を実施中
- 阿寒湖畔における富裕者層をターゲットとした宿泊施設の誘致に向け、地元市及び民間において検討着手
- 川湯温泉街の再生に向け、地元町において再整備計画を策定。環境省において、廃屋1棟の撤去を含めた跡地整理に向け、H30から基本設計業務に着手

特徴②

原生的な自然の「新たな活用」

カヌーやトレッキング、バードウォッチングなど、原生的な自然への新たなアプローチも含めたローインパクトなアクティビティを通じ、自然の雄大さやパワー、生きもののたくましさに直接ふれる

- マリモ観察ガイドツアー実施に向けて、地元関係者や研究者からなるPTを設置(H29,7)し検討を開始。H30夏以降にツアー試行開始予定
- 阿寒湖南岸における新たな歩道(H32整備予定)や雲海が楽しめる歩道の再整備(H29整備)など、上質な利用のための施設整備の推進
- オンネトー湖岸の静かな環境を生かしたガイドツアー、キャンプ等利用形態の拡充(H32)等、個人旅行客の受入環境整備に向けた検討を開始
- 地域の魅力を生かしたロングトレイルの設定に向けた検討を開始
- 日本旅行業協会等と連携し、ファミリーツアーを実施(H29年度に3回)

特徴③

「アイヌ文化」の体感

古くから伝わるアイヌの祭りや伝統文化など、我が国の先住民族であるアイヌの文化を体感する

- 観光庁との連携の下、阿寒湖温泉において「アイヌアートまちなかミュージアム」を推進中
- アイヌ文化を基調とした夜のデジタルアートイベントの開催(H31から)



アイヌコタン



ビューポイント

公園全体の取組



屈斜路湖

川湯温泉・硫黄山

阿寒湖



摩周湖

オンネトー・雌阿寒岳



国立公園区域
ビューポイント

オンネトーからみた雌阿寒岳と阿寒富士



阿寒湖でのカヌーツアー

至 釧路空港

新たな魅力地点につながる歩道

阿寒摩周国立公園

屈斜路湖の雲海

中標津町

川湯温泉

硫黄山

至 中標津空港

別海町

摩周湖

至 中標津空港

別海町

摩周第一展望台からの眺め

阿寒摩周国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

利用者数の目標達成に向け、加速化が必要

●総評

ステップアッププログラム2020に記載された74の取組のうち、取組終了が24%、取組中47%、検討中24%、未着手4%となっており、取組自体は順調に進捗。

ただし、利用者アンケートや有識者からは多言語対応の充実、情報提供の分かりやすさを求める意見や指摘あり。

●訪日外国人国立公園利用者数(2020年目標 15万人)

2015年	2016年	2017年
6.3万人	→ 5.8万人	→ 5.7万人
(8.9%)	(10.2%)	(11.2%)

() は標準誤差

●その他SUPで独自に定めた目標

阿寒摩周国立公園及び周辺地域における旅行消費額の向上

○質の指標 (平成29年度)

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額：93,449円
- 外国人平均宿泊日数(公園内)：1.8泊
- 外国人平均宿泊日数(周辺含む)：5.4泊
- 国立公園での外国人リピーター率(2回目～)：5%
- 国立公園での外国人リピーター率(3回目～)：1%
- 満足度 大変満足：35.5%、満足：50.7%
やや不満、不満、大変不満：1.3%

これまでの成果

関係11市町において外国人宿泊者数が1.12倍に増加

特に、欧米豪系外国人宿泊者数は1.55倍に増加

※H29年度とH27年度の比較

●エコミュージアムセンターの改革 (Wi-Fi導入、映像展示改修)

川湯エコミュージアムセンターを訪れる外国人旅行者は1.2倍に増加
特に、欧米豪系外国人は1.38倍に増加

●オンネトー・雌阿寒岳地区の魅力創造

環境省、北海道、足寄町が事務局となり、住民主体の「オンネトーの魅力創造委員会」を設立し、オンネトー野営場を中心に当地区の魅力発信について議論を深化中

●アイヌアートまちなかミュージアム構想の推進

阿寒湖畔エコミュージアムセンターにおける展示を含め、阿寒湖温泉街全体でアイヌアートの活用を推進中。また、アイヌ文化を活かした景観形成を推進するため、地域で一丸となって取り組むべきことをまとめた「アイヌ文化を活かした景観デザインの手引き」を作成

●2次交通の充実

阿寒エアポートライナー(釧路空港～阿寒湖温泉を結ぶバス)の実証運行では、期間中3,631人の利用者があり、うち外国人利用者は1,371人(全体の36.3%)

加速化・強化が必要な取組

利用拠点をストレスフリーな空間に

アンケート調査の結果から、多言語対応、情報の収集・活用のしやすさについて、取組を優先することが満足度の向上に有効であることが示唆。また、関係機関・団体との連携強化も不可欠

●多言語表記の充実

川湯エコミュージアムセンターや阿寒湖畔エコミュージアムセンターをはじめとする国立公園内の主たる利用拠点においてライター書き下ろしによる多言語表記の充実

●快適な利用環境の創出

利用者目線による案内誘導標識、眺望方向を考慮した休憩施設、エコミュージアムセンター内のコミュニティスペースの整備などによる利用環境の向上

●連携強化

アドベンチャートラベルマーケットへの参入や効果的なプロモーションの実施、2次交通の更なる充実等に向けた関係機関・団体との連携の強化



川湯エコミュージアムセンターの民間開放



オンネトー野営場



アイヌコタン



阿寒エアポートライナー

阿寒摩周	個別目標	2016	2017	2018	2019	2020
訪日外国人 国立公園 利用者数 (万人)		利用者数 5.8	利用者数 5.7			利用者数 15
特徴① 原生的な自然 で過ごす 「上質な時間」	2019年 川湯エコミュージアムセン ター (EMC) 併設カフェ本 格開業 2019年 川湯EMCツアーデスク設置 2020年 先行地域での廃屋撤去	阿寒湖畔エコミュージアムセン ター (EMC)・カフェ導入に 向けたつくりぎ空間造成 	阿寒湖畔EMC・コーヒー提供方法の検討 川湯EMC・カフェ導入に 向けた地元調整 川湯温泉地区再整備 計画策定 (弟子屈町)	阿寒湖畔EMC・コーヒー等の提供 内部 改装 カフェ試験導入、ツア ーデスク機能試験導入 廃屋ホテル1棟の権利制 限整理・譲渡、撤去計 画・跡地整備策定	カフェ本格導入、 ツアーデスク機能導入 廃屋ホテル1棟の撤去及び園地整備	カフェ本格導入、 ツアーデスク機能強化
特徴② 原生的な 自然の 「新たな活用」	2020年 オンネトー野営場等におけ るガイドツアー、キャンプ 等利用形態の拡充 2019年 環境協力金上乘せマリモ関 連ツアー本格開始 2020年 阿寒湖畔歩道 (ポッケ～滝 口) 整備完了	  <small>写真提供：スノーピーク</small> 	ファムトリップ オンネトー地区全体の利用 のあり方について方針策定 和琴半島野営場 グランピング導入可能性検討 マリモの利用のあり方につい て方針策定 阿寒湖畔歩道 (ポッケ～ 滝口) 環境調査	ファムトリップやアンケート調査結果等を踏まえたコンテンツ磨き上げ 地元主体の キャンプイベント等の誘致 保全協力金上乘せツアー の試験開始 阿寒湖畔歩道 (ポッケ～ 滝口) 基本設計	ツアー等の本格実施及び受入体制の整備 検討結果を踏まえた更なる展開 マリモ関連ツアーの本格実施、保全協力金の生息状況調 査及び普及啓発活動等への活用 阿寒湖畔歩道 (ポッケ～ 滝口) 実施設計	阿寒湖畔歩道 (ポッケ～ 滝口) 整備・供用開始
特徴③ 「アイヌ文化」 の体験	2019年 阿寒湖温泉でのアイヌ文化 を基調としたデジタルア ートイベント (ナイトフォ レストミュージアム) 開催 2017年 阿寒湖畔EMC展示改修完了	 	「アイヌアートまちなかミュージアム」推進 @ 阿寒湖温泉 アイヌ文化を基調とした夜のデジタルアートイベント開催 に向けた地元調整・開催準備 @ 阿寒湖温泉 阿寒湖畔EMC展示改修 (アイヌ展示含む)		アイヌ文化を基調とした夜のデジタルアート イベント開催 @ 阿寒湖温泉	

十和田八幡平国立公園 満喫プロジェクト

赤字は実施済の取組

みちのくの脊梁

～原生林が彩る静謐の湖水、息づく火山と奥山の湯治場

(数値目標) ～ 外国人利用者数 2015年の3倍(2020年) ～
7千人 → 2.1万人

特徴①

歩いて楽しむ四季の移ろい

山岳を縦走る本格的な登山道から、日帰りで楽しめる登山道まで、原生自然を堪能する多彩な登山道を整備

-  奥入瀬渓流において「**奥入瀬せせらぎ体感プロジェクト**」や「**奥入瀬エコロードフェスタ**」を実施。
-  ロングトレイル等の多彩な登山道の整備（**岩手山・八幡平・安比高原50kmトレイル整備完了**、南八甲田縦走線の再整備を計画中）。
-  登山道の標識の統一及び多言語化（関係機関と共同で用いる**標識ガイドライン第一版策定**）。
-  十和田信仰を体感するガイド付き限定歩道を計画。

特徴②

長期滞在で温泉・湯治文化を満喫

活発な火山現象を背景とした良好な泉質に恵まれた個性豊かな温泉や旅館で、昔ながらの趣のある温泉文化を楽しむ

-  外国人アドバイザー等を招いて**ファミツアー**を実施。
-  **湯治文化や湯治マナーを紹介する多言語表記パンフレットを作成済み**
-  REVIC※の支援による玉川温泉の再生と連携した魅力向上（**設備改修、バリアフリー化実施済み**）
※地域経済活性化支援機構

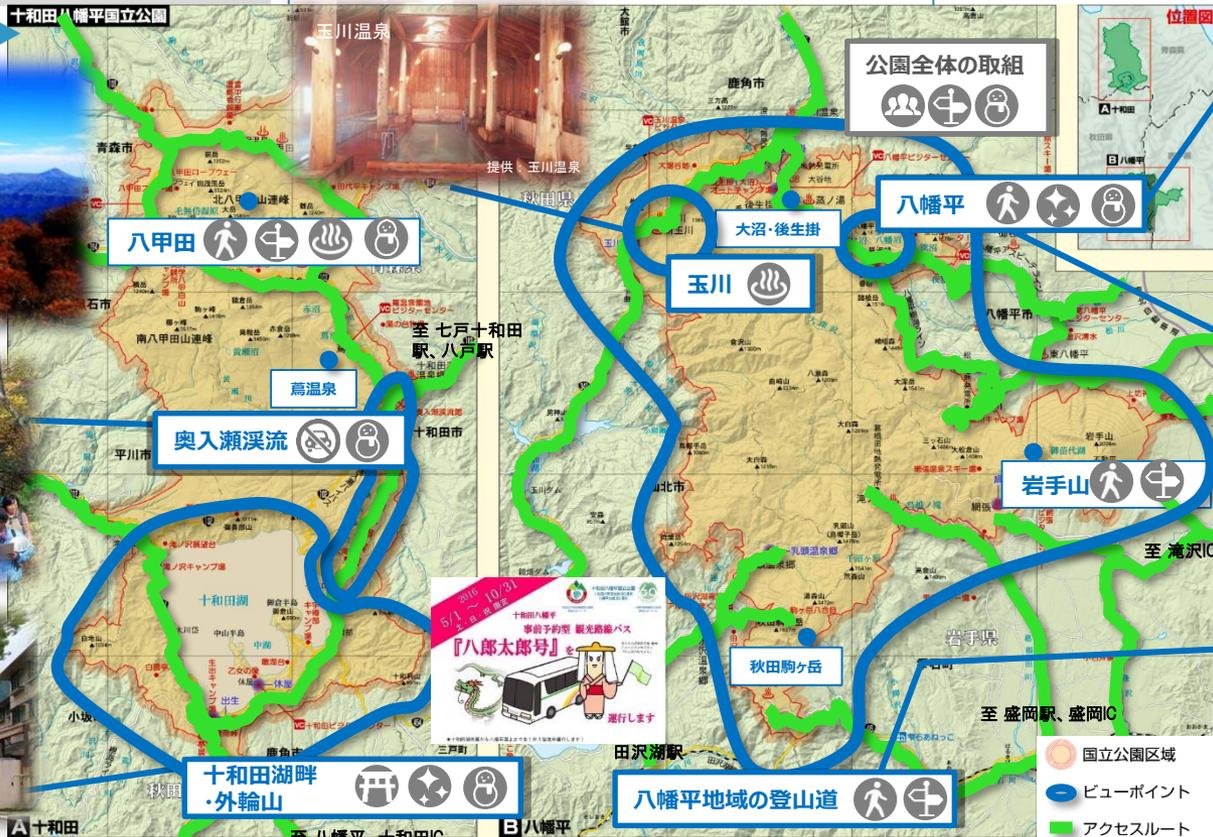
特徴③

国立公園一等地の上質な滞在空間への再生

景観を阻害する施設を撤去する“引き算”の景観改善により、広大な原生林と湖、火山群などの世界に誇る傑出した風景を損なわない、魅力的な利用拠点にリニューアル

-  休屋休平地区の廃屋撤去の加速化に向け、弁護士による支援業務を実施（優先施設の選定など）
-  **見返峠旧レストハウス撤去実施中**、八幡平登山の利用拠点として相応しくするための駐車場等の再整備を計画
-  四季を通じて楽しめるよう冬のアクティビティの充実（**地元ガイド向けの勉強会等**を実施）

ビューポイント



十和田八幡平国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

訪日外国人利用者数は概ね順調に達成している。

●総評

> 利用者数に関しては、年度ごとに誤差はあるものの数字的な目標は達成しており、さらなる質の向上に取り組んでいく。

> 引き続き、関係機関が連携してプロモーションの強化や受入環境の整備等、ステップアッププログラムの取組みを着実に進めていく。

※青森県内の訪日外国人宿泊者数が約24万人と、全国一の伸び率を記録した。

●訪日外国人国立公園利用者数(2020年目標 2.1万人)

2015年	2016年	2017年
0.7万人	→ 2.2万人	→ 1.9万人
(26.7%)	(16.6%)	(19.5%)

※ () は標準誤差

●訪日外国人宿泊者数(外国人実宿泊者数)

※国立公園区域内に含まれている宿泊施設の訪日外国人宿泊者数

2015年	2016年	2017年
11.7万人	→ 13.7万人	→

○質の指標 (※国立公園訪問者アンケート：環境本省より提供)

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額
2017年度 外国人観光消費単価 53,663円
- 国立公園周辺外国人平均宿泊日数
2017年度 外国人平均宿泊日数 3.0泊
- 国立公園での外国人リピーター率
2017年度 外国人リピーター率 32.1% (2回目～)
- 満足度
2017年度 滞在全体 (大変満足) 48.1%

これまでの成果

各地区においてハード面（施設面）の整備が実施されるとともに、多言語対応の動画配信やパンフレット作成など、個別取組が着実に進んでいる。

- 受入れ体制の強化のために八甲田ロープウェー駐車場の拡張や山頂展望デッキを整備、利用拠点におけるキャンプ場や公衆トイレの再整備を実施。
- 自然保護と観光等の利活用の両立のために奥入瀬せせらぎ体感プロジェクト及び奥入瀬溪流エコロードフェスタを実施。
- 二次交通の改善を図るために、十和田湖畔と八幡平山頂を結ぶ観光路線バス（八郎太郎号）、七戸十和田駅と十和田湖畔を結ぶシャトルバスを運行。

加速化・強化が必要な取組

個人旅行者がストレスフリーに周遊できる利用環境

個別取組の進捗等によって、個々の観光地（利用拠点）としての魅力は向上しつつあるが、今後は二次交通の改善を含めた広域的な周遊ネットワークの構築及び加速化・強化が課題であり、引き続き、観光庁や道路部局との連携の強化が必要である。

- 主要交通拠点及び観光拠点において多言語対応及び国立公園の案内誘導を充実させる。
- 標識ガイドライン第一版を参考にデザインの統一や誘導案内の強化を図っていく。
- 上質な滞在空間への再生のために休屋休平地区の廃屋対策を加速させる。



奥入瀬歩道



焼山避難小屋



八幡平見返峠



休屋駅前広場



道の駅おおゆ



十和田八幡平	個別目標	2016	2017	2018	2019	2020
訪日外国人 国立公園 利用者数 (万人)	利用者数 0.7	利用者数 2.2	利用者数 1.9			利用者数 2.1
特徴① 歩いて楽しむ 四季の移ろい	2020年 多彩な登山道の整備 2020年 奥入瀬渓流の自然保護と観 光等の利活用 2019年 十和田信仰を体感するガイ ド付き限定歩道の新設	 	岩手山・八幡平・八幡平・安 比高原50kmトレイルの整備 南八甲田縦走線の設計 奥入瀬せせらぎ体感プロジェクト・奥入瀬エコロードフェスタ 奥入瀬ビジョン素案 奥入瀬ビジョン策定 十和田信仰体験ガイド仕 組み策定	岩手山・八幡平・八幡平・安 比高原50kmトレイル 維持管理 南八甲田縦走線の整備 旧修験道の設計 新規整備着手	南八甲田縦走線の供用 整備完了、ガイド付き限定利用の開始／環境保全 協力金の徴収	
特徴② 長期滞在で 温泉・湯治 文化を満喫	2019年 具体的なツアーの磨き上げ 2018年 REVICの支援による玉川温 泉の再生	 	【ファミトリップ】 コンテンツの磨き上げ 事業者のレベルアップ 玉川温泉 施設及び設備改修、バリアフリー化工事	コンテンツ集づくり 旅行会社等への提供	商品化・販売力強化等の支援 地域プロモーションの強化 JNTO等と連携した一括情報 サイトの構築、キャンペーン展開	
特徴③ 上質な滞在 空間への再生	2020年 十和田湖畔（休屋休平地 区）の廃屋対策の加速化 2020年 八幡平登山の入口再整備 2020年 冬のアクティビティの充実	 	十和田湖畔の景観等ガイドライン策定 十和田湖畔廃屋撤去の具体的手法検討 見返峠旧レストハウス撤去 見返峠下駐車場 再整備の基本計画 地元ガイド向け勉強会 の実施	所有者等との調整 見返峠下駐車場 再整備の基本設計 地元ガイドのスキルア ップ研修等の実施	廃屋撤去/園地整備 見返峠下駐車場 再整備の実施設計 アクティビティの改善及び充実	見返峠下駐車場 再整備・供用

日光国立公園 満喫プロジェクト

NIKKO is NIPPON

自然・歴史・文化 美しい「日本」を感じられる東京圏のプレミアムリゾート

(数値目標) 外国人利用者数 19万人(2015年) → **50万人(2020年)**
外国人宿泊者数 9.6万人(2015年) → **25万人(2020年)**

特徴①

滝・渓谷・湖を堪能する水のアクティビティと多様な温泉

華厳の滝、中禅寺湖、戦場ヶ原、鬼怒川、塩原渓谷など、水を巡る多くの見どころで、トレッキング、ラフティング、キャニオニング、カヌーなどのアクティビティと様々な泉質・色の温泉を堪能

東武日光駅構内に英語対応可能な「日光コンシェルジュ」が常駐し、宿泊施設や現地ガイド、現地発ツアー等の予約手配を実施

中禅寺湖でのSUP、那須のスキー場でのスノーサイクリングなど、**水や雪に関連した新たなコンテンツを開発**

H29.7.10、H30.2に、海外向けメディア、外国人ガイド等を招聘して**ファミトリップを実施**

特徴②

世界レベルの文化を有する歴史的国際観光地

世界文化遺産「日光の社寺」、中禅寺湖畔の旧大使館別荘、ロイヤルリゾート「那須高原」など日本の歴史・文化を堪能

H29.6より、**那須平成の森フィールドセンター**において皇族が親しんだ那須の自然を感じながら休めるよう、**地元カフェの試験出店を開始**

ラグジュアリーホテルの進出などを見据え、富裕層を含む幅広い層を受け入れる環境整備や、旧大使館別荘の活用を検討 (H29より検討開始)

外国人にも対応できるプレミアムなツアーのためのガイド育成システムの構築 (H29より着手)

特徴③

東京圏で日本の自然・歴史・文化を体感

東京からわずか2時間で日本の高原の自然や歴史文化を体感できることを活かし、交通事業者と連携した取組を推進

JRの栃木ステーションキャンペーンパンフでの国立公園紹介、全国の旅行会社を集めた**商談会や現地視察(H29.4)**の実施

東武鉄道「SL大樹」(H29.8)、JR「いろは」(H30.4)の運行開始、**日光と那須をつなぐバス**(日光那須満喫ライナー)の運行(H29春秋、H30春)など、交通事業者との連携による強力な誘客

パーク&バスライドやシャトルバス運行などの実施による渋滞対策



半月山からみた
男体山と中禅寺湖



カヌーピクニック



中禅寺湖からみた旧英国大使館別荘



キャニオニング



東武日光駅 日光コンシェルジュ



ファミトリップの実施
(那須平成の森ガイドウォーク)



那須平成の森フィールドセンターカフェ試験出店



スノーサイクリング

日光国立公園満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況 外国人利用者数が1.4倍、宿泊者数が1.3倍に

●総評

- 外国人利用者数は2015年比で約143%、宿泊者数は約131%と、年々増加している。
- 多言語化や二次交通の整備など、民間も含めて多様な取組が進んでおり、外国人利用者の満足度も高い。
- 今後は、ガイド育成やコンテンツ充実をさらに進め、宿泊割合や冬季利用の増加につなげていく必要がある。

●訪日外国人国立公園利用者数(2020年目標 50万人)

2015年	2016年	2017年
19.0万人	→ 24.1万人	→ 27.1万人
(5.1%)	(5.0%)	(5.1%) ※()は標準誤差

●訪日外国人国立公園周辺宿泊者数(2020年目標 25万人)

2015年	2016年	2017年
9.6万人	→ 11.5万人	→ 12.6万人
(栃木県調べ)		

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額
2017年度 外国人観光消費単価 43,901円
- 国立公園周辺外国人延べ宿泊数
2017年度外国人平均宿泊日数(周辺含む) 1.5泊
- 国立公園での外国人リピーター率
2017年度外国人リピーター率(2回目～) 20.0%
- 満足度
「大変満足」の割合 53.0%
(国立公園訪問者アンケート ※母数が185名のため、参考数値)

これまでの成果

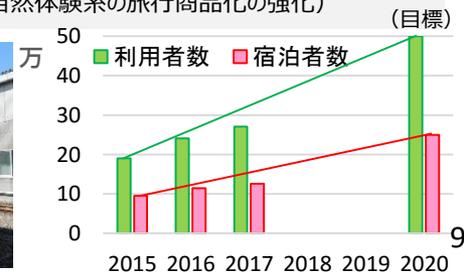
ハード整備を中心に、受入態勢整備が進む

- ◆案内標識多言語化(観光庁・文化庁の多言語解説整備支援事業と連携)、トイレ洋式化
- ◆案内機能の強化
 - ・JNTOカテゴリー2(※)の案内所「奥日光インフォメーションセンター」開所(公園周辺で4箇所目)
 - ※少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。
- ◆国立公園にアクセス・公園内を周遊する新たな交通手段の整備
 - ・日光国立公園内を横断するバス「日光・那須満喫ライナー」の運行
 - ・レンタサイクル「奥日光サイクルシェア」運用開始
 - ・東武鉄道「SL大樹」、「特急リパティ」、JR改造車両「いろは」等、新たな列車の運行開始
 - ・空港や首都圏からの新規高速バス路線の運行開始
 - ・観光タクシー、空港からや、観光地間の定額タクシーの運行開始
 - ・繁忙期のパーク&バスライド実施、駅からの送迎シャトルバスの運行(渋滞対策)
- ◆多言語マップ、パンフレット等の作成 ※英・中・韓だけでなく、タイ語、フランス語、スペイン語等でも作成
- ◆栃木DESTINATIONキャンペーン等と連携した取組
 - ・二社一寺ライトアップ、星空観察、ロープウェイ夜間運行、夜桜花見など、夜間のイベントの充実
- ◆環境省所管地内の廃屋撤去に向けた手続の開始
- ◆那須平成の森でのカフェスペース整備・試験出店

加速化・強化が必要な取組

ソフト面の強化、プロモーションの実施

- ◆自然ガイドの質の向上
 - ・自然ガイドの組織化、登録・認定制度の検討
 - ・外国語対応力、外国人への接遇力の強化
 - 「ガイド・コンテンツ分科会」で組織化や登録制度等を検討
 - ・那須平成の森を拠点にしたガイド育成システムの構築(2016年から研修事業を実施中)
 - ・2018年から自然ガイド等外国人対応力向上研修を実施予定
- ◆宿泊増や冬季の誘客に資するコンテンツの充実
 - ・夜間のコンテンツの開発、磨き上げ
 - ・冬季のコンテンツの開発、磨き上げ
 - ・富裕層も含めた外国人目線でのコンテンツの評価
- ◆日光国立公園への誘客プロモーション
 - ・県や市町の海外プロモーションと連携し、日光国立公園をPR
 - ・旅行商品化の促進(特に、自然に関するPRと自然体験系の旅行商品化の強化)



日光	2016	2017	2018	2019	2020
<p>訪日外国人 国立公園 利用者数 (万人)</p>	<p>利用者数 24.1 宿泊者数 11.5</p>	<p>利用者数 27.1 宿泊者数 12.6</p>	<p>宿泊者数 約15</p>		<p>利用者数 50 宿泊者数 25</p>
<p>特徴①</p> <p>滝・渓谷・湖を 堪能する 水のアクティビティ と多様な温泉</p>	  	<p>コンテンツのリストアップ、磨き上げ、受入体制強化を目的とした ファミトリップ</p> <p>広域周遊モデルコース検討</p> <p>那須高原野営場の専門家による候補地調査と改革内容検討</p> <p>ビーコンを利用した遊歩道での 情報提供検討</p> <p>那須でのQRコードとAR(拡張 現実)を利用した情報提供</p> <p>中禅寺湖におけるレンタサイ クルシステムの試験的導入</p> <p>中禅寺湖における新規遊覧 船就航</p> <p>那須VCにおけるアクティビティ 情報の一元紹介</p>	<p>ビーコンを利用した遊歩道での情報提供試験運用</p> <p>中禅寺湖におけるレンタサイ クルシステムの本格的運用開始</p> <p>中禅寺湖畔における外国人 観光案内所の設置</p>	<p>モデルコースの本格実施 地域でのPDCA</p> <p>那須高原野営場の実施設計</p> 	<p>那須高原野営場の整備</p>
<p>特徴②</p> <p>世界レベルの 文化を有する 歴史的 国際観光地</p>	<p>中禅寺湖南岸エリアにおける英国大使館別荘記念公園周辺の再整備</p> <p>日光東照宮周辺の電線地中化、無電柱化</p> <p>ガイド育成講習の実施</p>	<p>那須平成の森で地元カフェ 試験出店</p> <p>「ザ・リッツ・カールトン日光」の 設計等協議</p> <p>中禅寺湖周辺、特に南岸エリアの活性化対策検討</p>	<p>那須平成の森でのカフェ本格実施</p> <p>日光湯元での廃屋撤去実施</p> <p>外国人対応強化研修の実施</p> <p>ガイド関係者の組織化（登録制度）の検討</p>	<p>廃屋撤去跡地の園地整備</p>  <p>アフター-DC</p> 	<p>「ザ・リッツ・カールトン日光」の開業</p> 
<p>特徴③</p> <p>東京圏で日本の 自然・歴史・文化 を体感</p>	 	<p>日光・那須満喫ライナー（バス）の試験運行</p> <p>栃木ディステーションキャン ペーン（DC）、イベント</p> <p>山の日全国大会（那須）</p> <p>JR豪華寝台列車「四季島」の 日光駅停車</p> <p>東武鉄道SL復活</p>	<p>栃木DC</p> <p>JR改造車両「いろは」 運行開始</p>	<p>アフター-DC</p>	<p>本物の 出会い 栃木</p> <p>「本物の出会い 栃木」 ディステーションキャンペーン 2018 4/1▶6/30</p>

伊勢志摩国立公園 満喫プロジェクト

赤字は実施済の取組

悠久の歴史を刻む伊勢神宮 人々の営みと自然が織りなす里山里海

(数値目標) ~ 外国人利用者数 3.3万人(2015年) → 10万人(2020年) ~

特徴①

里山里海の風景を眺めるゆとりとくつろぎの環境整備

人々の営みと自然が織りなす優れた里山里海の景観を眺めながらゆとりと快適な時間を過ごすことができる環境を整備する

-  “天空カフェテラス” (休憩所・展望台) の整備 (H30.8完成予定)。3月31日から一部供用開始
-  リアス海岸の絶景を展望する施設を鶴倉園地に整備 (H30.11完成予定)。3月29日から一部供用開始
-  答志島、菅島の遊歩道の再整備 (H31.3完成予定)

特徴②

悠久の歴史の中で築き上げられた文化、食、自然を実感する質の高い自然体験

自然と人との関わりの長い歴史の中で築き上げられてきた自然、歴史、文化、食をストーリー性を持った質の高い自然体験プログラムとして提供する

-  外国人アドバイザーを招聘し、伊勢志摩の食を自然や文化とともに体験する評価型ファミトリップを実施 (H29.11)
-  伊勢志摩国立公園のエコツーリズム推進を目的に伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会を設立 (H30.2)
-  インバウンドマーケティングセミナー (H29.9)、インスタミート (H29.12) の実施

特徴③

人々の営みと自然が織りなす里山里海を将来に引き継ぐ

貴重な資源を末永く活用し、その恩恵を享受し続けることができるよう、美しい里山里海の景観を、そこに暮らす人々とともに保全しながら、将来世代に引き継いでいく

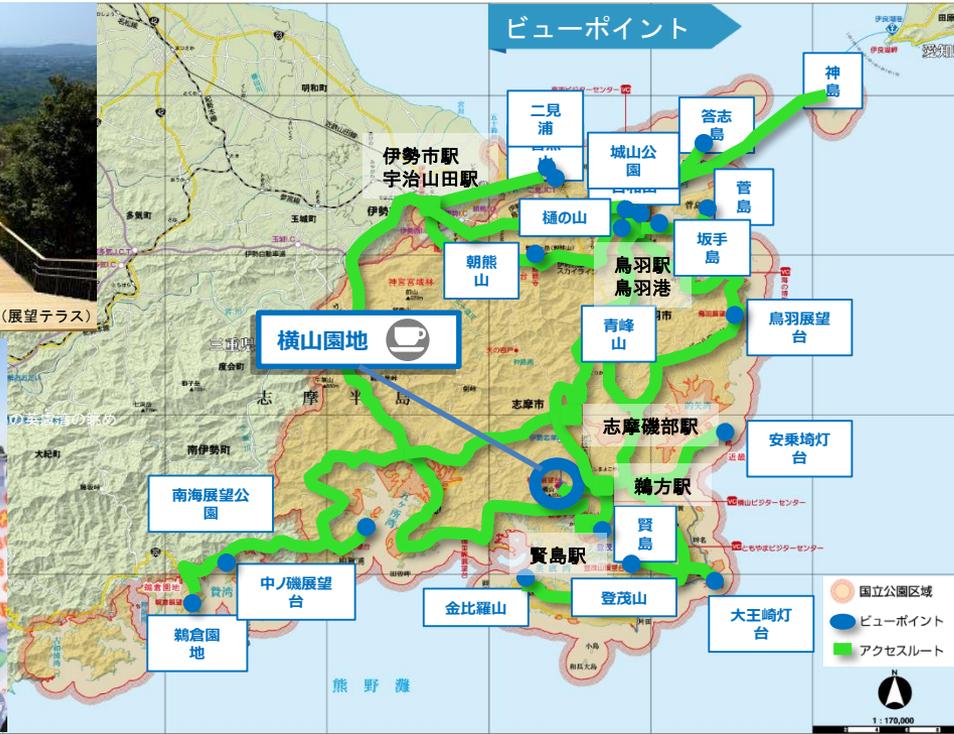
-  太陽光発電施設の設置に係る三重県景観計画の変更及び景観形成ガイドラインの作成 (H29.1) / 志摩市における再生可能エネルギー発電設備の設置と自然環境等の保全との調和に関する条例の制定 (H29.7) / 鳥羽市における再生可能エネルギー発電事業と自然環境等の保全との調和に関する条例の制定 (H30.3)
-  将来の国立公園を担う人材の育成を目的に「伊勢志摩国立公園地域リーダー育成セミナー」を開催 (H29.10)



天空カフェテラス (展望テラス)



ファミトリップ



エコツーリズム推進協議会設立総会



地域リーダー育成セミナー

伊勢志摩国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

利用者数の目標達成に向けて順調に推移

●総評

- ・伊勢志摩国立公園SUPに基づき、計画的に取組が進んでいる。
- ・これらの取組などにより、外国人利用者数が2倍以上となり、目標とする10万人の達成に向けて順調に増加している。
- ・引き続き、同SUPに基づく取組を推進すると共に、各取組の優良事例については、関係者と共有を図りながら、広域的展開を推進する。
- ・また、様々な媒体を活用したプロモーションについて、関係者とのさらなる連携強化を図り、効果的な取組を推進する。

●訪日外国人国立公園利用者数 (2020年目標 10万人)

2015年 2016年 2017年
3.3万人 → **6.1万人** → **7.6万人**
 (12.2%) (9.9%) (9.7%)

() は標準誤差

●質の指標 (平成29年)

- ✓ 国立公園での訪日外国人旅行消費額:52,027円
- ✓ 外国人平均宿泊日数(公園内):1.3泊
- ✓ 外国人平均宿泊日数(周辺含む):1.8泊
- ✓ 国立公園での外国人リピーター率(2回目~):19.8%
- ✓ 国立公園での外国人リピーター率(3回目~):12.3%
- ✓ 満足度(大変満足):44.7%
- ✓ 満足度(なんともない、やや不満、不満、大変不満):7.4%

これまでの成果

宿泊施設、観光施設においても利用者数が増加

伊勢志摩国立公園の関係市町が集計している宿泊施設及び観光施設の利用者数については、平成26年と比較して2倍程度増加している。

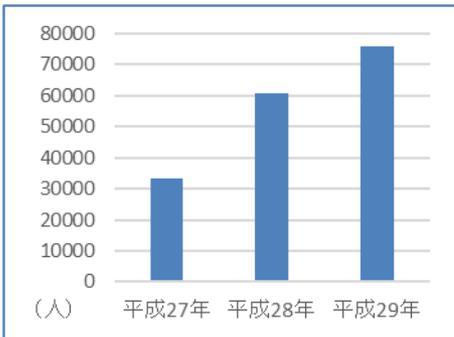
- ウェブサイトの充実、SNSの活用、パンフレットの作成・配布、マスメディアを通じた広報、旅行博への出展等を通じた多様なプロモーション活動の実施により、伊勢志摩の魅力に対する認知度の向上が図られ、利用者数の増加に貢献した。
- 多言語化等のユニバーサルデザイン化の取組、快適で質の高い利用環境の整備、ツアーコンテツの魅力向上の取組に対する成果は、今後の利用者数に反映されることが見込まれる。

加速化・強化が必要な取組

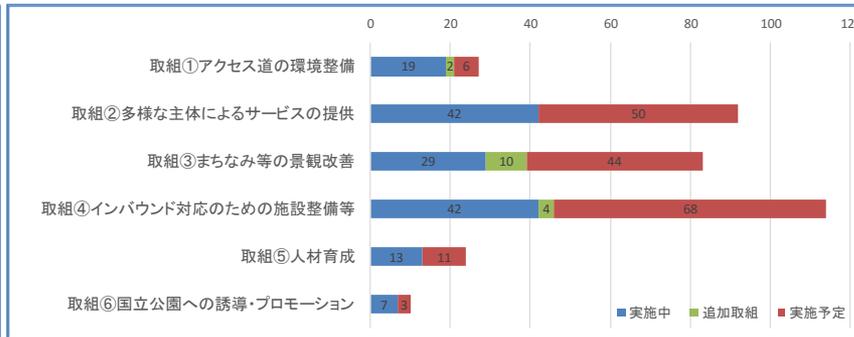
伊勢志摩をストレスのない快適な利用環境に

- 国立公園訪問者アンケート及び評価型ファミトリップの結果から、外国語対応に課題があることが利用者の視点から改めて明確になったことから、今後、多言語化の取組のさらなる加速化を推進すると共に、WiFi等の通信環境を活用した新たな多言語案内手法の検討が必要。
- 国立公園訪問者アンケートの結果、初めて伊勢志摩を訪問した利用者の割合が高いことから、利用者の満足度を高め、リピーターの増加に繋がる取組の強化が必要。

【外国人利用者数の経年変化】



【取組の進捗状況(項目毎)】



【満足度(国立公園訪問者アンケートの結果)】

満足度	全体	外国人				計	日本人
		アジア	ヨーロッパ	北米	その他		
大変満足	全体	38.3%	49.0%	40.0%	48.1%	44.7%	24.1%
	自然景観	52.1%	66.7%	40.0%	63.0%	57.8%	42.2%
	宿泊施設	31.0%	54.5%	33.3%	35.0%	35.6%	30.8%
	食事	26.7%	44.4%	33.3%	43.8%	35.0%	25.3%
	ビシターセンタープログラム	44.4%	28.6%	25.0%	27.8%	37.8%	31.5%
	案内・標識	29.3%	28.6%	30.0%	30.0%	32.8%	25.6%
	遊歩道・展望台	34.8%	60.0%	66.7%	27.3%	37.0%	16.0%
	外国語対応	44.2%	50.0%	40.0%	30.4%	40.5%	21.2%
	土産	28.6%	40.0%	50.0%	30.4%	31.6%	21.2%
	土産	34.1%	53.8%	20.0%	37.0%	37.2%	21.9%
どちらでもない以下	全体	0.0%	13.3%	20.0%	14.8%	7.4%	6.8%
	自然景観	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	3.2%	8.3%
	宿泊施設	7.1%	27.3%	33.3%	15.0%	13.2%	13.0%
	食事	2.2%	11.1%	0.0%	4.3%	3.8%	14.8%
	ビシターセンタープログラム	2.2%	28.6%	0.0%	11.1%	6.8%	17.1%
	案内・標識	2.4%	28.6%	0.0%	13.3%	7.5%	16.3%
	遊歩道・展望台	8.7%	0.0%	0.0%	4.5%	6.2%	28.0%
	外国語対応	14.3%	12.5%	0.0%	17.4%	12.7%	26.3%
	土産	4.9%	7.7%	0.0%	11.1%	7.0%	25.2%

伊勢志摩	個別目標	2016	2017	2018	2019	2020
		利用者数 3.3				利用者数 10
特徴① くつろぎの 環境整備	2018年 横山園地における「天空カ フェテラス」のオープン 2018年 鵜倉園地における展望台の リニューアル 2018年 答志島、菅島の遊歩道の再 整備	【天空カフェテラスの整備】  【鵜倉園地の再整備】 	「天空カフェテラス」の設計・工事 鵜倉園地における展望台の再整備 答志島、菅島の遊歩道の再整備		「天空カフェテラス」の供用・カフェの運営 鵜倉園地 展望台の供用 遊歩道の供用	
特徴② 質の高い 自然体験	2018年～2020年 コンテンツの磨き上げ 2018年 「伊勢志摩国立公園エコ ツーリズム推進協議会」の 設立 2017年～2020年 自然解説活動に係るインス トラクター、ガイド等の人 材育成	【ファミトリップの実施】  【エコツー協議会設立総会】 	ファムトリップ 準備会 → 設立総会	全体構想の策定	評価を踏まえたコンテンツ磨き上げ インストラクター等の人材育成を目的としたセミナー等の実施	全体構想に基づく取組の 実施
特徴③ 資源の継承	2017・18年 景観計画の変更、再エネ条 例制定等 【人材育成セミナーの実施】  2017年～2020年 地域住民への普及啓発	【条例制定等による景観保全】 	三重県景観計 画の変更等 志摩市再エネ条例 の制定 鳥羽市再エネ条例の制定	三重県景観計画及び景観形成ガイドラインの運用による景観管理 「志摩市における再生可能エネルギー発電設備の設置と自然環境等の保全との「調和に関する条例」の運用による景観管理 「鳥羽市における再生可能エネルギー発電事業と自然環境等の保全との調和に関する条例」の運用による景観管理		地域に自然保護の重要性を再認識してもらうためのセミナー等の実施

大山隠岐国立公園 満喫プロジェクト

赤字は実施済の取組

日本の大地の成り立ちが刻まれ、神話・信仰が息づく山・島・海
～山から海まで多彩な自然の恵みを楽しむ～

(数値目標) ～ 外国人利用者数 2015年の2.5倍(2020年) ～

特徴①

環境保全に貢献しながら公園を楽しむ

ボランティア活動の歴史が長い大山等において、利用者が環境保全に貢献する好循環の仕組みの充実

- 公園周辺域で世界最大の両生類オオサンショウウオの保全活動を組みこんだ官民連携によるエコツアーの開始 (H30.4～) とプロモーションの実施
- 大山の一般参加型山頂保全活動の推進、新たに設置した携帯トイレブースの活用試行(H30.6～)、大山ナショナルパークセンターのロッカー・シャワー料の施設管理等への還元(H30.4～)
- 三瓶山の地元飲食店による伐採木材の薪販売・バーガー料金の売上げの一部を草原景観保全活動支援に寄付する仕組みの構築 (H29.5～)
- 大山の道路において自動車のオーバーユース対策を継続し、H29から規制時利用のツアー商品化開始

特徴②

海から山まで多彩な自然の恵みと神話等の豊富なストーリーを楽しむ

総合的な利用拠点の整備やアクティビティの充実により多彩な自然の恵みと神話等の背景ストーリーを満喫できるリトリート空間を提供

- 大山寺地域の廃屋2か所を撤去し、カフェ・物販用の施設「大山参道市場」を整備(H30.4～)
- 大山寺エントランス空間で自然・文化の総合的な利用拠点を整備 (H29.7～) ツアーデスク設置、カフェ開業、登山用品の貸出を開始。H30.4～情報提供・登山基地・休憩場所を提供する大山ナショナルパークセンターオープン)
- ジオパークや日本遺産等と連動した利用拠点施設整備 (松江・日御碕・隠岐4島・三瓶山・蒜山)
- 大山古道等の歴史ある道を利用し、公園内外を横断するロングトレイルコースを整備・一部供用開始

特徴③

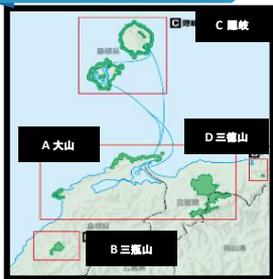
旅慣れたリピーターがより深く日本を知る

神話、信仰や大地の成り立ち等と組み合わせた神秘的な魅力を紹介するためのプロモーション、人材育成、交通対策等実施

- 動画・Webサイト・パンフレット等の国立公園紹介ツールの充実化、大山開山1300年祭・山陰DC等の誘客イベントとの連携等による戦略的プロモーション実施
- ファミトリップ実施、OTA、通訳案内士活用等を通じたインバウンド対応コンテンツ育成と情報発信
- 大山・蒜山・島根半島・隠岐におけるガイド人材育成
- 「大山隠岐国立公園国際パークサポーターズプログラム」を創設し、SNSや口コミで国外に情報発信
- 日御碕ガイド付きバス運行、大山定額タクシー運行、二次交通バス提供システム構築等による誘客強化

周辺の観光・交通拠点と連携した国立公園への誘導・魅力の提供を強化するため、ステップアッププログラムの柱に「周辺地域と連携した魅力の提供」を追記し、各地域の個別取組事業を実施 (H29.10～)

ビューポイント



日御碕神社



草原保全活動



大山隠岐国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

個別取組が進展し、目標達成に向けて順調に推移

●総評

- ・トイレの洋式化、拠点整備等のハード面による受入環境整備及び、広報ツールの作成等プロモーションの取組が大山隠岐国立公園全体で進展。
- ・大半のSUP個別取組が進展。SUPを改訂し「周辺地域との連携」を位置付け。二次交通の拡充、水陸両用機を活用したツアー展開等が進展。
- ・目標に向けた利用者数の順調な増加を確認した一方、交通アクセス、通信状況、外国語対応、情報発信等の課題の解消が必要。

これまでの成果

大山隠岐国立公園内各地域での外国人利用者数が増加傾向

大山隠岐国立公園内各地域（大山・三徳山・蒜山・島根半島東部・島根半島西部・三瓶山・隠岐）毎に、外国人宿泊者数、外国人施設利用者数データを収集・分析し、増加傾向を確認

- 近隣空港の香港・台湾・韓国直行便拡大、クルーズ船着岸数増加や、ファミトリップ・記事掲載・口コミ拡大等を通じた国外への周知を通じ、各地域の外国人利用者数が増加
- 大山寺地区において廃屋を撤去し、カフェや物販機能を有する「大山参道市場」がオープン。また、三瓶山においてもH30年度内に廃屋撤去予定であり、引き算の景観改善が促進。
- オオサンショウウオ保全体験ツアーの開始、三瓶山の草原管理に関する地元飲食店の協力等の保全と利用の好循環に関する仕組みづくりが進展。
- トイレ洋式化、多言語看板や歩道の整備、大山ナショナルパークセンター等の拠点施設の整備、ツアーデスクの設置等が公園内各地で進み、外国人の受入環境整備が進展。
- P V等各種広報ツールの作成、口コミ評価拡大を目指した「大山隠岐国立公園国際サポーターズプログラム」の創設、公式SNS立ち上げ等のプロモーションが進展。

●訪日外国人国立公園利用者数 (2020年目標：2015年の2.5倍)

2015年	2017年	
0.6万人	1.1万人	()は標準誤差
(28.9%)	(25.5%)	

●独自調査に基づく集計結果（統計上の精査が必要）

大山隠岐国立公園外国人利用者数推計

2015年	2016年	2017年
8.2万人	9.2万人	11.6万人

○質の指標

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額
2017年度 69,236円
- 国立公園周辺外国人延べ宿泊者数
2017年度 4.4泊
- 国立公園での外国人リピーター率
2017年度 6%
- 満足度
2017年度 24.6%（「大変満足」の割合）

加速化・強化が必要な取組

二次交通・外国語対応・情報発信等の課題解消に向けたエリア全体における取組強化が必要

- 国立公園訪問者アンケートの結果から、自然景観、宿泊施設、おもてなし、ガイドの質等の評価が相対的に高かった一方、交通アクセス、Wi-Fi環境の不足、外国語対応、情報発信、食事等に課題があることが判明。また、全国平均より利用者満足度が低かったため、大山隠岐国立公園及び周辺地域を含めたエリア全体で課題解消に取り組む必要がある。
- 周辺地域と連携して魅力を提供するために、既存の取組・検討の中で国立公園利用への誘導を盛り込む等、目標年までに効果を発揮できるように検討・実施を進めることが必要。
- 各個別項目について、目標年までに取組を進めるとともに、費用対効果の高い取組に集中的に投資することや、関係機関で連携して効率的・効果的に取組を実施することが必要。



エリア別外国人利用者数の例



大山ナショナルパークセンターとエントランス空間整備



大山定額タクシー 域内在住外国人向けイベント開催



オオサンショウウオ保全体験ツアー

大山隠岐	個別目標	2016	2017	2018	2019	2020	
			1.1万人 (2015年比約2倍達成)			2015年の2.5倍	
特徴① 環境保全に貢献しながら公園を楽しむ	2018年 オオサンショウウオ保全ツアー販売開始	 オオサンショウウオ保全体験 <small>©Aurélie Roperch</small>	オオサンショウウオ保全ツアー開発に向けたエコツアー・人材育成・ファミトリップ開催 三瓶山の地元飲食店の売上の一部を草原景観保全に寄付する仕組みの構築	オオサンショウウオ保全ツアー販売開始	メディアファム等を通じたプロモーション	サステナブルツーリズムの destinations としての知名度向上 保護と利用の好循環形成 利用者満足度向上	
		大山における一般参加型の山頂保全活動（一木一石運動）の国内外への周知・トイレ汚泥搬出作業等のイベント開催			大山環状線でマイカー規制時利用のツアー商品化（H29）・販売継続		
		大山における携帯トイレシステム導入検討					
特徴② 海から山までつながる多彩な自然の恵みと神話等の豊富なストーリーを楽しむ	2020年 隠岐4島における世界ジオパークと運動した利用拠点施設整備完了 2018年 国立公園内外を横断するロングトレイルルートの再整備・公表	 廃屋跡地に大山参道市場設置	大山寺地区2か所における廃屋撤去と跡地へのカフェ・物販用施設「大山参道市場」整備	三瓶山地域における廃屋撤去	大山寺地区電線地中化	※左記以外にもトイレ・歩道・展望台・避難小屋等の既存施設の再整備を各地で実施	
		ジオパークや日本遺産等と運動した利用拠点施設（情報提供・観光案内・ツアーデスク等）整備 （H30：松江ビジターセンター/米子国際観光案内所開所、H31：日御碕観光案内所開所、H31～：三瓶自然館リニューアル、蒜山における設置検討）			隠岐4島の世界ジオパークと運動した利用拠点施設整備（H28：西ノ島、H30：知夫里島、H32：島後島・中ノ島）		
		 大山ナショナルパークセンター	大山観光案内所・ツアーデスク・カフェ設置	登山基地・休憩機能・公園情報を提供する大山ナショナルパークセンター開所	大山自然歴史館のリニューアル（H30夏）後、大山エントランス施設3館の機能分担・連携によるおもてなし空間の提供		
		三瓶山でグランピング開始		蒜山・塩釜野営場の再整備とグランピング開始			
		民間の知見を活用した大山・蒜山4野営場の再整備/蒜山野営場における食・アクティビティとキャンプ利用が運動したプログラム開発			携帯アプリ・ピーコンと運動した大山森の遊歩道整備		
		 蒜山野営場 モニタリングキャンプ			大山古道等の歩道を活用した公園内外を横断するロングトレイルの再整備とルート公表		
特徴③ 旅慣れたリピーターがより深く日本を知る	2017年 域内在住外国人活用の仕組み構築 2018年 大山開山1300年祭、山陰DC等と運動したPR 2019年 二次交通バス検討・情報一元化サイトの構築	 大山開山1300年祭	大山開山1300年祭/山陰DC/山の日全国大会等との運動			三瓶山全国植樹祭	
		PV・Web・パンフ等の多言語広報ツールの開発		オンライン・オフラインでの戦略的な広報実施 / 山陰インバウンド機構等との連携			
		ファムトリップ開催(H29～)、OTA活用(H29)、通訳案内士活用（H30）等を通じたインバウンド対応コンテンツリストアップ・育成・情報発信					
		大山・蒜山・島根半島・隠岐におけるガイド人材育成/大山・隠岐におけるガイド認証					
		域内在住外国人活用の仕組み構築		域内在住外国人を活用した口コミ評価拡大や大山隠岐国立公園公式SNSを活用した国外発信			
		大山定額タクシー・日御碕夕日バス等運行		二次交通バス検討・情報一元化サイト構築		二次交通利用に関する利便性向上に向けた取組	

阿蘇くじゅう国立公園 満喫プロジェクト

赤字は実施済の取組

復興の大地～草原のかほり、火山の呼吸。人が継ぎ、風と遊ぶ感動の大地～ (数値目標) ～ 外国人利用者数 68万人(2015年) → 140万人(2020年) ～

ビューポイント



特徴① 火山と草原の雄大な景観の感動体験!

世界最大級の阿蘇カルデラ、千年以上も継続された営みで作られた草原、変化に富むくじゅう連山の雄大で上質な景観空間を保全するとともに、その空間を活用した様々な体験を通じて利用者に感動を演出

▲ 景観改善の取組

- > 優れた展望スポットにおける通景伐採(南阿蘇VC前等)
- > 国土交通省と連携した阿蘇駅前の電柱埋設化(H30～)
- > 道路沿いの老朽化した牧柵の撤去と景観配慮型への改修



- 野焼き等の継続支援等による草原の維持
- > 30年ぶりの草千里の野焼き実施、牧野の限定利用と利用者負担の検討



- > 天空ヨガ、月夜のホーストレッキング、星空ナイトトレッキング、食べまわりサイクリング
- > 参勤交代石畳ウォーク、山岳信仰ツアー など



- 官民連携によるツアープログラムの実施

- 【モンベル】阿蘇カルデラエコトラック、【阿蘇市】食+温泉のガストロノミーツーリズム、

- 【九州農政局】農家民泊の積極的な情報提供 など



- フィールドミュージアムの拠点整備と利用方針の検討

- 世界的に活動する和太鼓アーティストグループ「DRUM TAO」とコラボした劇場・体験施設の整備

特徴② ナショナルパークとしての利用環境の改善・向上

阿蘇くじゅう国立公園の優れた火山・草原景観を十分に満喫でき、利便性の高い利用環境への改善・向上

- 阿蘇くじゅうのプロモーション映像制作。福岡・熊本・大分空港で上映及びJNTOのHPでYouTube配信

- APU留学生と連携し、インスタグラムにより阿蘇くじゅうの見所を世界へ発信(H30～予定)

- 九州運輸局と連携し、福岡・熊本・大分空港等の交通拠点から景観地・体験スポットへのアクセスに便利なガイドマップの配布(レンタカー、タクシー業者の協力)

- 二次交通改善のための定額タクシー設定(熊本空港～阿蘇山上、大分駅～由布院)

- カフェスペース整備等によるビジターセンターの快適空間の創出や利便性の向上

- > 南阿蘇VCカフェデッキの整備、長者原VCツアーデスク整備

- 宿泊業者等が連携し、多言語コールセンターの活用を推進(H30～)

- 金融系オフィシャルパートナーと連携し、宿泊・飲食・アクティビティ業のキャッシュレス化を推進

- 体験したいアクティビティを選択しやすくするコンテンツ集の作成

- 多様なニーズに対応するためのグランピング実施の検討



特徴③ 熊本地震等の体験を活かし、安全に楽しめる場へ

自然災害もジオサイトを作り上げた自然の営みの一つとして、震災遺構等を利用資源に活用。さらに、教訓を踏まえた、災害に対する安全対策を実施

- 熊本県と連携し、活断層・地割れ等を保存した震災遺構を整備し、学習旅行や観光プログラムに活用

- 噴火時の避難・退避場所の整備、迅速かつ適切な情報発信網を整備

- 阿蘇火山博物館内において災害教育にも活用できるビジターセンター機能を整備(H30着手)

阿蘇くじゅう国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

利用環境の改善・向上の加速化が必要

●総評

全体満足度（特にプログラム、遊歩道・展望台）が低調。多様なニーズに対応するアクティビティの充実等を推進しつつ、事業者のキャッシュレス化、情報案内の多言語化、二次交通利用の使いやすさの向上等により利便性の向上を進める必要がある。併せて、阿蘇火山ガス規制等による利用機会の損失を改善するため、主要景観地における利用の多様化に取り組み、「**利用環境の改善・向上**」の取組を加速化していく。

●訪日外国人国立公園利用者数(2020年目標 140万人)

2015年 2016年 2017年
68.2万人 → 67.5万人 → 92.6万人
(2.7%) (2.9%) (2.7%) ()は標準誤差

※2017年に韓国、香港から熊本空港への直行便が再開。熊本地震の復興支援の気運も高く、アジア利用者が増加

●熊本県や大分県の訪日外国人宿泊者数

両県の訪日外国人宿泊者数が2015年から2017年にかけて約9%増加（のべ141万人→153万人）

○質の指標

(2017年)

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額 91,659円
- 国立公園周辺外国人延べ宿泊数 2.4泊
- 国立公園での外国人リピーター率 17.9%
- 満足度 33.0%

これまでの成果

国立公園訪日外国人利用者数が2年間で36%増加

- 景観改善の取組**：開放的かつ爽快な草原景観を十分に堪能できるための眺望スポットにおける通景伐採、利用拠点における電柱移設・埋設化、草原景観を支障となる老朽化した牧柵の撤去及び景観配慮型牧柵への改修、野焼きの継続・再開支援など
- アクティビティの充実**：カルデラ景観とホスピタリティをミックスした天空ヨガ、星空の専門家が案内するナイトトレッキング、地元グルメも堪能できるサイクリングプログラム「タバコギ」、温泉・食材を活かしたガストロノミーワーク、阿蘇の火山・草原を体感できるサイクリングルート「エコトラック」の設置、農家民泊プログラムなど
- 利用環境の改善・向上**：利用拠点となる南阿蘇VC、草原C、長者原VCや火山博物館（民間）のWifi整備、阿蘇くじゅう国立公園で利用者数が最大の観光スポットとなる「大観峰」や「草千里」での多言語化、トイレ洋式化
- 熊本地震の復興等**：阿蘇パノラマライン、南登山車道、依山トンネル、長陽大橋ルートの復旧、菊池渓谷自然歩道の復旧

加速化・強化が必要な取組

より便利で、より分かりやすく、様々な使える空間に

- 多様なニーズに対応できるアクティビティ数は一定数あるが、クレジットカード決済できるアクティビティ事業者は少ない。金融系オフィシャルパートナーと連携し、事業者のキャッシュレス化を推進
- 旅行者と旅行事業者をつなぐ観光地域づくりプラットフォーム（DMO等）と連携し、旅行者がアクティビティ、体験スポット等を一元的・簡易的に検索、案内できるシステムの構築を推進し、多言語対応した情報案内及び検索の利便性を向上
- 熊本地震で被災したJR復旧はメドが立っていない状況。一方で、九州における訪日外国人のレンタカー・タクシー利用が増加。九州運輸局と連携し、レンタカーデスクやタクシー業者に阿蘇くじゅうに国立公園へのルートや運転時間等を簡単に分かるアクセスマップ等を提供し、二次交通における利便性を向上
- 阿蘇火口の火山ガス規制等により利用機会を損失する場合がある。熊本県、関係自治体と連携し、主要景観地における利用の多様化を推進



阿蘇くじゅう		個別目標	2016	2017	2018	2019	2020	
訪日外国人 国立公園利用者数 (万人)		利用者数 140	利用者数 67.5	利用者数 92.6			利用者数 140	
特徴① 火山と草原の 雄大な景観の 感動体験！	2020年 景観改善の取組	眺望スポットの通景伐採、老朽化牧柵の撤去と景観配慮型への改修				利用拠点における電柱 移設・埋設		
	2019年 主要景観地における利用の 多様化	野焼き支援等による草原景観の維持				阿蘇火山利用計画策定 (環境省、熊本県、阿蘇市)		歩道等利用施設整備 (環境省、熊本県、阿蘇市)
特徴② ナショナルパーク としての利用環 境の改善・向上	2018年 南阿蘇VCカフェの本格開業	南阿蘇VCカフェ デッキの整備				南阿蘇VCカフェ の運営調整		南阿蘇VCカフェ開業
	2018年 アクティビティ事業者等の キャッシュレス化	金融系企業とのオフィシャル パートナーシップの締結				アクティビティ事業者等のキャッシュレス化		
特徴③ 熊本地震等の 体験を活かし、 安全に楽しめる 場へ	2018年 レンタカー・タクシー利用 の利便性の向上	九州運輸 局、関係業 者との調整				レンタカー、タクシー事業者へのガイドブック配布		
	2018年 観光情報案内の一元的・簡 易検索システムの構築	観光情報案内の一元的及び簡易化、 多言語コールセンター活用の検討				観光情報案内の一元的・簡易検索システムの運用 多言語コールセンターの活用体制の構築		
	2019年 観光情報案内の一元的・簡 易検索システムの構築	コンテンツ集の 作成 (環境省)				在日留学生のInstagramによる世界発信 (環境省)		
	2020年 情報発信の促進	草千里VC整備計画策定 (環境省)				草千里VC整備 (環境省)		草千里VCの運営 (環境省)
	2019年 阿蘇山上等の安全対策	阿蘇山上安全柵整備 (環境省)				阿蘇山上橋再整備 (環境省)		
	2020年 熊本地震遺構ミュージアム の整備	阿蘇山上中岳・高岳歩道標識改修 (環境省)				震災遺構ミュージアム整備 (熊本県)		
		震災遺構ミュージアム計画策定 (熊本県)				震災遺構ミュージアム整備 (熊本県)		

霧島錦江湾国立公園 満喫プロジェクト

多様な火山とその恵み、壮大な歴史と神話に彩られた霧島・錦江湾

(数値目標) ~ 外国人利用者数 7.1万人(2015年) → **20万人(2020年)** ~

~ まるごと楽しむ南九州の自然・文化・食 ~

特徴①

歴史と神話に彩られた活きた火山景観、日本の国立公園の原点である雄大な自然を体感

天孫降臨神話のある高千穂峰、活火山で現在も噴煙を上げる新燃岳や桜島、海域カルデラ景観が広がる錦江湾など、多種多様な火山景観を中心に、我が国最初の国立公園の風格を存分に堪能

- 利用の拠点となるビジターセンター等における**Wi-Fi整備、多言語対応の強化**(H29)
- 本土最南端・佐多岬の一体的な利用環境の整備**(~H30)
- 絶景を眺められる展望地の整備** (えびの高原つつじヶ丘、御池、白鳥温泉上湯、鰻池) (H29)
- えびの高原の魅力向上に向けた**土地活用や民間活力の導入に向けた検討、キャンプ場の改修**

特徴②

外国人旅行者にとっても魅力的な火山の恵み(温泉、アクティビティ等)を満喫

ダイナミックな火山景観を背景に、多種多様な泉質の温泉や山と海を見渡せる温泉等を快適に楽しみ、火口湖や海での水上アクティビティや天然温泉掘り等の火山ならではの体験を堪能

- ファムトリップや事業者ワーキング会議を通じたFITプレミアム層をターゲットとした**滞在型プログラムの達成検討**
- 火口湖や海でのアクティビティの開発・充実** (白紫池・池田湖・重富海岸などでスタンドアップパドルボートを試行・導入)
- 九州自然歩道等を活かした**ゆくり歩いて楽しむプログラムの造成** (地元観光団体がロングトレイル構想を検討中)
- 国立公園フォトコンテストや外国人向けツアー・イベントの開催、外国人おもてなし店舗の認定、スタッフ・ガイドの充実**

特徴③

特色ある3地域を周遊・滞在し、山から海まで、

多様な南九州の自然・文化・食をまるごと満喫

多彩な魅力を持つ3地域(霧島・桜島・錦江湾奥、指宿・佐多)を周遊・滞在しながら、山から海まで、南九州の自然・文化・食をまるごと堪能

- 指宿港からの高速船と連携して佐多岬・雄川の滝等をめぐる**周遊バス、霧島南麓の交通拠点と観光スポットをつなぐ観光周遊バスの運行**(H29~)
- 道の駅えびのにおける**アウトドア拠点施設の整備**(H29)
- プロモーションツールの作成・発信**、地域の旅行会社や宿泊事業者等と**連携したツアーの充実**
- エメラルドグリーンの滝壺が美しいインスタスポット「**雄川の滝の国立公園**」への**編入**(H30夏)

ビューポイント

えびの高原・白鳥温泉

えびの高原・つつじヶ丘

寺山公園から望む錦江湾奥部

シーカヤック@錦江湾

桜島



夷守台・生駒高原

御池・高千穂峰



霧島神宮

指宿エリア

佐多



スタンドアップパドルボード(SUP)@白紫池



登山@高千穂峰



池田湖と開聞岳



佐多岬展望台

- 国立公園区域
- ビューポイント
- アクセサルート

大隅海峡

1:255,000

20

霧島錦江湾国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

利用者数は順調に増加、一方満足度は低水準

●総評

国立公園の訪日外国人利用者数は増加している一方、利用者の満足度は低い水準である。

満足度を高めるため、引き続き展望地の整備やビジターセンター等の利用環境の改善等の取組を継続して実施するとともに、「多言語対応の強化」「滞在型プログラムの充実」「2次交通環境の改善」「情報発信・案内の強化」の4分野の取組を強化・加速化する必要がある。

- 訪日外国人国立公園利用者数(2020年目標 20万人)
2015年 2016年 2017年
7.1万人 → 7.9万人 → 12.9万人
(8.3%) (8.7%) (7.4%) ()は標準誤差
※LCCの就航便数の増加やクルーズ船寄港数の増加により、域内への流入数が増加したと考えられる
- 鹿児島県や宮崎県への訪日外国人宿泊者数
両県の訪日外国人宿泊者数が2015年から2017年に
かけて約66.1%増加(のべ61.8万人→102.6万人)

○質の指標

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額
2017年度 73,843円
- 国立公園周辺外国人平均宿泊日数
2017年度 3.1泊
- 国立公園での外国人リピーター率(2回目～)
2017年度 8.4%
- 満足度(「大変満足」の割合)
2017年度 24.0%

これまでの成果

国立公園訪日外国人利用者数が2年間で82%増加

●雄大な自然を一望！展望地の整備

絶景を見渡せる本土最南端・佐多岬の展望台等(整備後の利用者が約2.1倍に増加)、活きた火山景観と四季の変化を楽しめるえびの高原・つつじヶ丘の園路、加久藤カルデラを俯瞰する白鳥温泉上湯近くの展望スペース、静かな湖畔から高千穂峰を仰ぐ御池の展望デッキ・歩道

●情報収集・発信をスムーズに！ビジターセンター等の利用環境の改善

利用の拠点となるえびのエコミュージアムセンターや重富海岸自然ふれあい館なぎさミュージアム、桜島フェリーターミナル等におけるWi-Fi整備、多言語対応等の強化など

●ビューポイントに容易にアクセスできる！地域の2次交通環境の改善

指宿港からの高速船と連携して佐多岬・雄川の滝等をめぐる周遊バスの運行、交通拠点と観光スポットをめぐる横向き座席で景色を見ながら移動できる九州初導入の周遊バスの運行

●国立公園で多彩な体験ができる！滞在型プログラムの造成検討、プロモーションなど

ファミトリップや民間事業者ワーキング会議によるFITプレミアム層をターゲットとした滞在型プログラムの造成検討、白紫池や池田湖、重富海岸でスタンドアップパドルボード(SUP)を試行・導入するなど火口湖や海でのアクティビティの開発・充実、国立公園フォトコンテスト・写真展の開催、ガイド人材・団体の養成・充実(新たに4団体・事業者が発足・活動開始)、地域の旅行会社や宿泊事業者等と連携したツアーの充実など

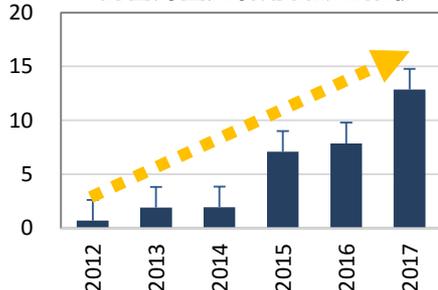
加速化・強化が必要な取組

より快適に、より深く、より長く、国立公園を楽しむことができるよう4分野の取組を集中的に実施。「○○できるようになった」を増やしていく。

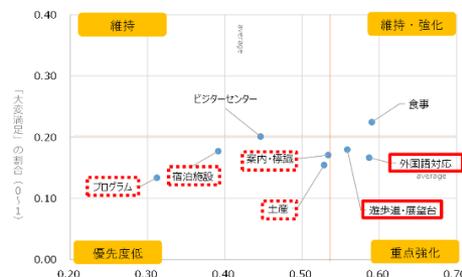
満足度調査やアンケート調査から、これまでの取組の継続に加えて、「多言語対応の強化」「滞在型プログラムの充実」「2次交通環境の改善」「情報発信・案内の強化」の4分野の取組を強化することが有効

- 利用者数は増加しているものの、満足度は24%と8公園の中で最も低い
- 霧島錦江湾国立公園を訪れた訪日外国人に、これまで以上に快適かつ魅力的な時間を過ごしてもらい、旅行者の満足度を高めていく必要
- 満足度調査やアンケート調査から、引き続き展望地の整備やビジターセンター等の利用環境の改善等の取組を継続して実施するとともに、「多言語対応の強化」「滞在型プログラムの充実」「2次交通環境の改善」「情報発信・案内の強化」の4分野の取組を強化・加速化することが満足度を高めていくために有効
- 今後、ステップアッププログラムに記載されている目標を着実に実施し、特に加速化させる必要がある取組を選定し早急に推進する。あわせて必要な見直しを図る

＜霧島錦江湾国立公園 訪日外国人利用者数の推移＞



国立公園の訪日外国人利用者数は増加
↓
しかし、霧島錦江湾国立公園の満足度は
8公園の中で最も低い24.0%
↓
満足度を高めていく取組が必要
長期滞在・再訪を促し、地域内消費を
増大させることが重要



強化4分野

- 多言語化対応の強化
- 滞在型プログラムの充実
- 2次交通環境の改善
- 情報発信・案内の強化

より快適かつ魅力的な時間を過ごせる国立公園に

霧島錦江湾	個別目標	2016	2017	2018	2019	2020
		利用者数 7.1	7.9	12.9		利用者数 20
<p>特徴①</p> <p>歴史と神話に彩られた活きた火山景観、日本の国立公園の原点である雄大な自然を体感</p>	<p>2018年 本土最南端・佐多岬の整備完了</p> <p>2020年 えびの高原の魅力化に向けた施策の実施</p>	<p>本土最南端・佐多岬の一体的な整備（展望台・エントランス広場・園路等）</p>  	<p>絶景を眺められる展望地の整備（つつじヶ丘、大浪池、御池、白鳥温泉上湯、鰻池）</p> <p>えびの高原キャンプ場のケビンのリニューアル等</p> <p>えびのエコミュージアムセンター、重富海岸なぎさミュージアムのWi-Fi整備</p> <p>えびの高原上質な宿泊施設の誘致に向けた検討・民間事業者との対話</p>	<p>集団施設地区の再整備検討（えびの高原・高千穂河原・指宿）</p> <p>えびのエコミュージアムセンター、重富海岸なぎさミュージアム等における多言語対応強化</p> <p>えびの高原の魅力向上に向けた土地活用や民間活力の導入に向けた検討</p>	<p>各集団施設地区の再整備推進</p> <p>キャンプ場の整備改修（指宿エコキャンプ場、佐多大泊）</p> <p>各施設における多言語対応強化</p> <p>検討結果を踏まえた施策の実施</p>	
<p>特徴②</p> <p>外国人旅行者にとっても魅力的な火山の恵み（温泉、アクティビティ等）を満喫</p>	<p>2019年 滞在型プログラムの造成</p> <p>2020年 滞在型プログラムの販売を手掛ける地域の旅行会社・宿泊施設・ツアーデスクの増加</p>		<p>魅力や課題の抽出のためのファムトリップ実施</p> <p>火口湖や海でのアクティビティの開発・充実（SUPの試行・導入など）</p> <p>九州自然歩道等を活かしたゆっくり歩いて楽しむプログラムの造成</p> <p>国立公園の魅力・情報を伝えるプロモーションツールの作成（マップ、動画）</p>	<p>事業者ワーキング会議 滞在型プログラムの造成</p> <p>プロモーションの強化</p>	<p>滞在型プログラムの磨き上げ・着地販売の促進</p> <p>2019 ラグビーワールドカップ</p> <p>2020 東京オリンピック</p>	
<p>特徴③</p> <p>特色ある3地域を周遊・滞在し、山から海まで、多様な九州の自然・文化・食をまるごと満喫</p>	<p>2018年 雄川の滝国立公園編入</p>		<p>交通拠点と観光スポットをめぐる観光周遊バスの運行、移動を魅力的な体験に変える仕様のバスの運行</p> <p>道の駅えびのにおけるアウトドア拠点施設の整備</p> <p>エメラルドグリーンの滝壺が美しいインスタスポット「雄川の滝」の国立公園への編入に向けた検討調整</p>	<p>霧島連山周辺における2次交通環境の改善実証（九州運輸局と連携）</p>	<p>さらなる施策の展開</p> <p>指宿からの周遊・滞在を意識した、雄川の滝や佐多岬を核にした大隅半島の魅力発信</p>	

慶良間諸島国立公園 満喫プロジェクト

※訪日外国人の割合 15%

(数値目標等) ~ 利用者数 22.4万人(2015年) → 25.3万人(2020年) ~
利用者の満足度の向上

ちゅ
美ら海慶良間 - リトリート・海と島がつくるケラマブルーの世界 -

特徴①

「ケラマブルーの世界」で過ごすリトリートの時間

ケラマブルーの海や島々がつくりだす美しい景観の中で、ゆっくりとした非日常の時間を過ごし心を癒やす、快適なリトリート空間を確保

 ケラマブルーの海を目の前にして、ゆっくりと島の時間を楽しめる展望休憩所「ニシバマテラス」を、阿嘉島にオープン予定 (2018年7月)

 リトリートの実現に必要な各種情報・サービス等を提供する多言語に対応した基盤施設の整備を計画 (2018年3月、渡嘉敷島、座間味島の主要拠点における整備基本計画を策定)

特徴②

サンゴ礁の保全につながる良質な旅

サンゴ礁を中心とした島の自然を保全しながら持続的に活用していくため、そのための普及啓発と地域の仕組みづくりを推進

 慶良間諸島の魅力紹介、サンゴ礁保全に関する普及啓発等を行う拠点施設「さんごゆんたく館」が、阿嘉島にオープン (2018年3月)

 移動中の船舶内において、サンゴ礁保全等に関するルールの普及啓発について、多言語による周知 (2018年4月より)

 座間味村で、入域に際した環境協力税「美ら島税」を導入。 (2018年4月より)

特徴③

一年中楽しめる海と陸のアクティビティ

冬季の入域者を増加させ陸域の利用を推進するため、資源の魅力を十分に活用したツアー・プログラム等を提供

 冬季におけるホエールウォッチングを基軸とし滞在プログラムを検討 (2018年1月、ファミトリップを実施)

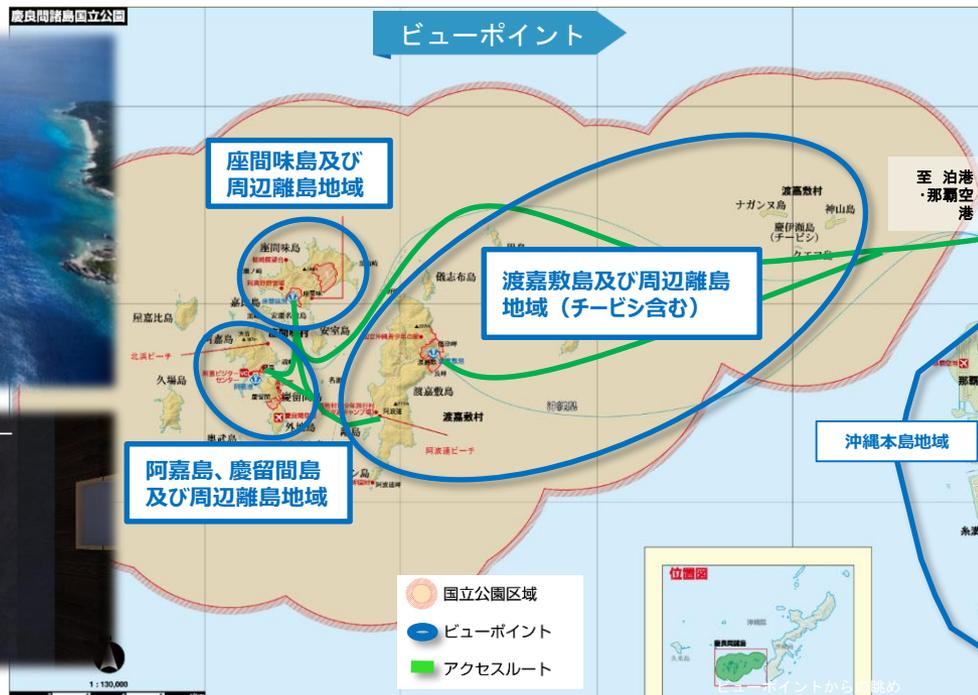
 既存施設等の多言語化対応を実施し、利用者ニーズに対応できる受入環境を構築 (多言語解説整備支援事業を活用予定)

 港の玄関施設への外国人対応スタッフの配置やガイドのスキルアップ等により、外国人旅行者のアクティビティの受入体制を充実

ケラマブルーの海



ニシバマテラス (阿嘉島) - 整備イメージ



さんごゆんたく館 (阿嘉島)



ホエールウォッチング



慶良間諸島国立公園 満喫プロジェクト 中間評価

目標の達成状況

「リトリート」実現に向けた公園サービスの充実について、さらなる加速化が必要

●総評

- ・訪日外国人国立公園利用者数及び全体に占める割合については、いずれも目標値を達成。
- ・「リトリート」の実現及びサンゴ礁保全のための地域の基盤づくりについては、ハード、ソフト両面から進捗中。
- ・冬季の入域者については、なお横ばい傾向にあり、サービス基盤を充実、プロモーション等を取組強化が必要。

●訪日外国人国立公園利用者数(2020年目標 3.8万人)

2015年 2016年 2017年
3.4万人 → 4.1万人 → 4.3万人
(15%) (17%) (17%)

各種情報媒体によるPR効果により増加したものと推測

●その他SUPで独自に定めた目標

・冬季の入域者の増加(2020年目標 6.7万人)

2015年 2016年 2017年
4.3万人 → 4.6万人 → 4.6万人

- ・良質な旅の提供(利用者の満足度の向上)
- ・通年延べ宿泊日数の増加及び一人あたり連泊日数の増加

○質の指標

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額
2017年度 49,028円
- 国立公園周辺外国人延べ宿泊者数
2017年度 5.6泊
- 国立公園での外国人リピーター率
2017年度 11.9%
- 満足度
2017年度 50.2% (「大変満足」の割合)

これまでの成果

「リトリート」及び「良質な旅」の実現に向けた、地域の基盤づくり

「リトリート」及び「良質な旅」の実現に向け、豊かなサンゴ礁の保全を基本としながら、ハード、ソフト両面における公園サービス提供のための基盤づくりを推進。

- 3月に阿嘉島にオープンした「さんごゆんたく館」では、国内外からの来訪者により幅広い利用が行われ、7月には同島に「ニシバマテラス」がオープンし、リトリートのための受入環境を充実。
- 各島において老朽化した施設の撤去・改修、再整備に着手し、各種情報媒体を用いた多言語対応を実施し、安全かつ快適な利用環境を確保。また、3月に渡嘉敷島及び座間味島における利用拠点施設の基本計画を策定。
- 4月から座間味村において導入された「環境協力税」(美ら島税)は、今年度税収約1,000万円を見込み、今後、自然環境の保全等に活用される予定(渡嘉敷村は、2011年に導入済み)。
- 4月より那覇と各島を結ぶ移動中の船舶内で、サンゴ礁保全のルール等について、映像ソフトを用いた多言語による普及啓発を開始。

加速化・強化が必要な取組

「ケラマブルーの世界」を持続可能な「リトリート」空間に

(国立公園としての基盤整備と普及啓発)

- 本公園の価値や魅力に関する情報発信、「リトリート」及び「良質な旅」を支えるきめ細かな情報サービスの提供、サンゴ礁の保全に関する普及啓発をより一層進めるとともに、それらの取組を補完する基盤施設として、国立公園の利用拠点となる施設の整備を進める。
(リトリート空間の充実)
- ビューポイントにおける老朽化した施設の再整備及び各種情報媒体を活用した多言語対応を促進し、リトリート空間の充実を図る。
(サンゴ礁の保全)
- 本公園の本質的な価値であるサンゴ礁を中心とした「ケラマブルーの世界」を将来にわたり守っていくため、地域と来訪者が協力し守るモデル的な地域づくりを推進する。
(冬季利用の推進)
- ホエールウォッチングツアーを基軸とした陸域を活用した魅力あるプログラムを定着化させ、受入体制を強化する。併せて、冬季のコンテンツの商品化を進めるとともにプロモーションを強化する。

さんごゆんたく館



ニシバマテラス—眺望イメージ



阿波連海岸園地休憩所—整備イメージ



慶良間諸島	個別目標	2016	2017	2018	2019	2020
訪日外国人 国立公園 利用者数 【冬季（11～3月）の 入域者数】 （万人）		利用者数 4.1 【4.6】	利用者数 4.3 【4.6】			利用者数3.8 【6.7】
特徴① 「ケラマブルーの世界」で過ごすリトリートの時間	2018年 リトリート空間の創出 2019年 渡嘉敷島利用拠点施設整備 2020年 座間味島利用拠点施設整備	  	阿嘉島「ニシバマテラス」設計・整備、オープン予定（2018.7） 座間味島神の浜園地基本計画策定 利用拠点施設基本計画策定	座間味島神の浜園地設計・整備 渡嘉敷島利用拠点施設設計 施設の管理運営体制構築	渡嘉敷島利用拠点施設整備 座間味島利用拠点施設設計	座間味島利用拠点施設整備
特徴② サンゴ礁の保全につながる良質な旅	2018年 阿嘉島利用拠点施設整備 2018年 保全ルール等の普及啓発 2018年 環境協力税の導入 （渡嘉敷村は2011年度に導入済み）	阿嘉島「さんごゆんたく館」整備、オープン（2018.3）  	映像製作 導入検討	慶良間諸島の魅力紹介、サンゴ礁保全の普及啓発強化 船内映像で「保全ルール」等の広報 サンゴ礁保全等の多言語による情報提供強化 座間味村で「環境協力税（美ら島税）」導入	自然環境の保全等に活用	
特徴③ 一年中楽しめる海と陸のアクティビティ	2020年 新たなツアー・プログラムの提供 2020年 受入環境及び体制の構築	 	ファミトリップ実施 各種プロモーション実施	冬季のツアー・プログラムの商品化 陸域の地域資源・既存施設等の多言語対応を強化 ガイド等の人材育成・施設等受入サービスの体制強化	冬季のプロモーション強化	ツアー・プログラムの提供 受入環境構築 受入体制構築

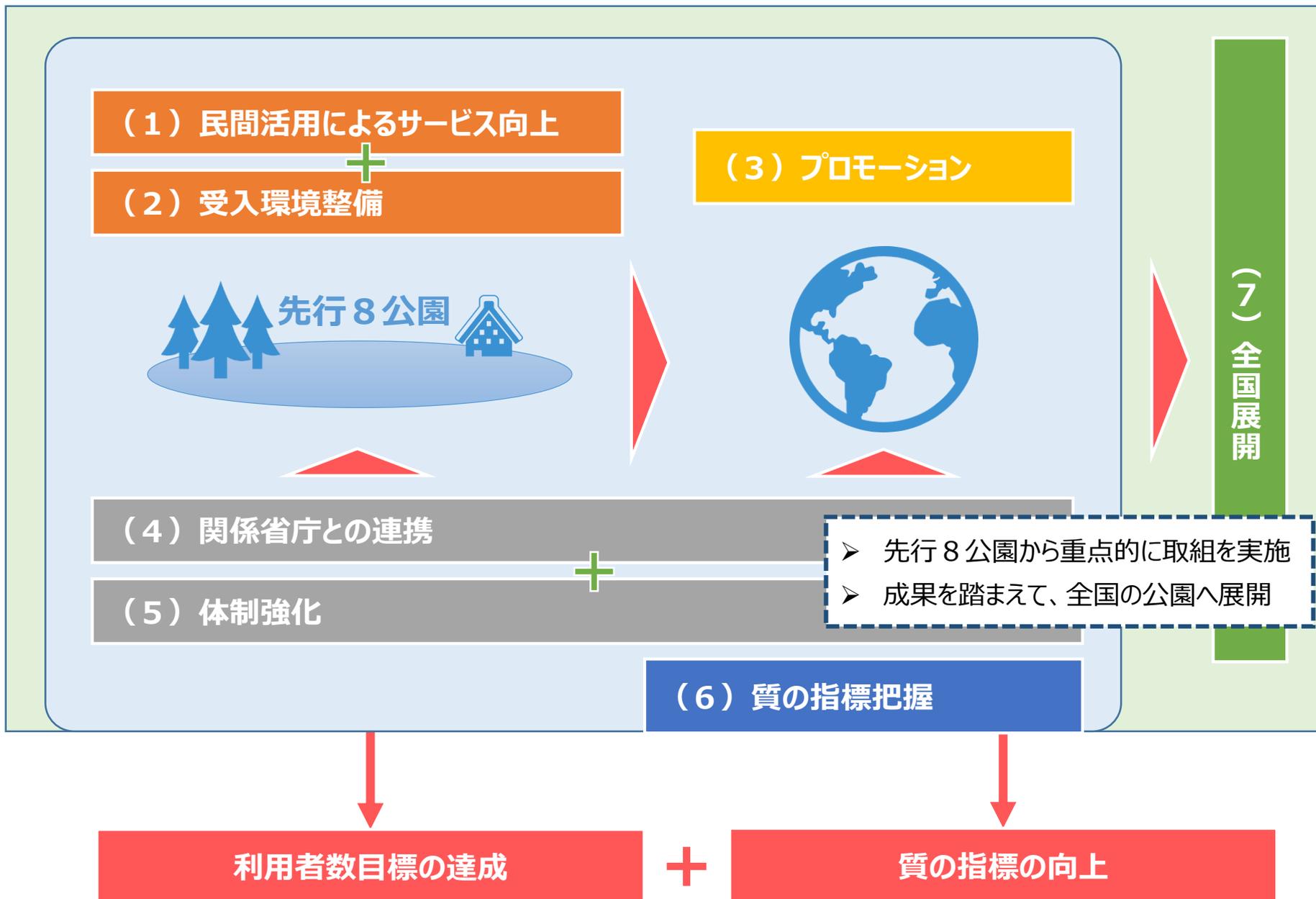
資料 3 - 1

National
Parks
of Japan



国立公園満喫プロジェクト 中間評価(案)

全体構成



(1) 民間活用によるサービス向上 ①多様な宿泊体験の提供

施策の概要

- ・ インバウンド向けの**上質な宿泊施設が不足**。**多様な宿泊体験へのニーズ**に対応していく必要性。
- ・ 既存施設のリニューアルにより、エリアの再生・上質化を図る。自然を満喫する**世界水準の上質な宿泊体験**を提供する。
- ・ 環境省直轄キャンプ場で、民間のノウハウを活かした、現在のニーズに合ったリニューアルを進める。民間事業者と連携し、国立公園らしいロケーションでの**グランピング**を積極的に進める。

これまでの取組

個別指標

実績値

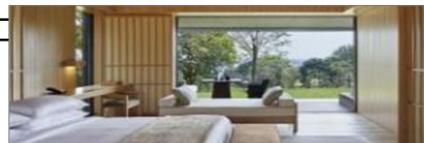
国立公園内の上質なホテル・旅館の数
(国際的格付け機関に評価された施設数) **16件**
(2018予定)

国立公園グランピング連携事業者数
(オフィシャルパートナーとして連携している事業者数) **2社**
(2018予定)

取組事例 (一部)



- ・ 宿舍事業のあり方に関する検討会立ち上げ (H30年度~)。



霧島錦江湾 十和田八幡平 大山隠岐

- ・ 専門家同行による**上質な宿泊施設誘致**のための調査実施。霧島錦江湾では、調査結果を踏まえて、民間事業者との対話を実施。グランピングの可能性も含めて活用方針の更なる検討を進める。

十和田八幡平 日光 大山隠岐

- ・ 環境省直轄キャンプ場にて民間ノウハウを取り入れたサービス改善を検討。

日光 阿蘇くじゅう

- ・ 民間事業者と連携した**グランピング**を実施予定。

中間評価案

現状認識と課題

- ・ 世界に発信できるようなホテルの設置やグランピングの実施には、ニーズや旅行形態に合わせた**新たな利用計画**の追加を含めた検討が必要
- ・ 新たな開発等は限定的に考え、**リニューアル**や**再開発**により再生・上質化を図ることが必要。
- ・ 環境省直轄キャンプ場についても、民間事業者の視点を入れて現在のニーズに合った施設の改修、サービスの向上が必要

今後の取組の方向性

- 国立公園の魅力を満喫できる**高付加価値な宿泊体験**について、ホテルだけでなく撤去が容易な**グランピング**も含め、**民間事業者等の意見**を踏まえて対応を検討する。
- 多様な宿泊体験の充実により国立公園への滞在を増やし、**地域経済の体積を向上させ**、地域の持続性に貢献することで、**保全と活用の好循環**をつくりだす。

(1) 民間活用によるサービス向上 ②公共施設の民間開放

施策の概要

- 観光活性化に**利用拠点におけるサービス充実**が必要。
- 公共ではニーズに応じた**柔軟で高度なサービス提供**が困難。
- ビジターセンター等公共施設に**カフェ、売店等のサービス施設**を併設、利用者の利便性や施設の魅力を向上させる。
- 施設の整備・運営を官民連携で行い、**民間事業者の創意工夫**を取り入れながら、サービスの質の向上を図る。



これまでの取組

個別指標

実績値

新たに民間事業者を導入した
公共施設数

1 箇所
(2016~2018.4)

取組事例 (一部)

- 環境省所管の土地・建物の使用許可期間改定 (3年→10年)

日光

- 那須平成の森フィールドセンターにて期間限定で地元事業者によるカフェ営業を試行。
- 今後の本格営業を検討中。



伊勢志摩

- 利用の中核となる横山展望台のリニューアルとあわせ、民間のカフェを導入。(H30.8オープン予定)



阿寒摩周

- 川湯エコミュージアムセンターの改修にあわせ、地域交流の場づくりと観光利用者への情報発信を行うカフェ導入を検討中。

阿蘇くじゅう

- 南阿蘇VCのウッドデッキ整備にあわせ、民間事業者によるカフェ空間の創出 (H30.7オープン予定)

中間評価案

現状認識と課題

- カフェの設置については各地で導入検討が進められ、**今後も新規オープン**が見込まれている。
- 今後、他の施設についても事業成立性等を検証する必要。
- 官民連携にあたり良好な自然環境を享受する民間事業者に**環境保全への貢献**を求める仕組みとすることに引き続き留意する。

今後の取組の方向性

- 先行事例の**検討経緯や留意点等を整理しガイドライン等として共有**することで、検討の加速化、実績拡大を図る。
- 民間事業者のノウハウが最大限発揮されるよう、**PPP/PFI手法の導入**を検討する。
- キャンプ場などカフェ以外の施設について官民連携事業の**成立性等**を検討する。

(1) 民間活用によるサービス向上 ③民間事業者との連携

施策の概要

- 企業と環境省が相互に協力、世界に向けて国立公園の美しい景観の**魅力を発信**、オフィシャルパートナーシッププログラムを推進。
- 主要空港・駅等から国立公園への公共交通機関によるアクセスや拠点間の周遊など、関係省庁・自治体・民間事業者と連携して**二次交通を改善**。

これまでの取組

個別指標	実績値
オフィシャルパートナー締結数	49 (2018年)
二次交通に関する新規取組数 (うち、自立的・継続的な取組数※)	14 (8) (2016~2018.3)

※補助金等を受けずに運営しているもの

取組事例 (一部)

- オフィシャルパートナーシッププログラムを新たに設定、49社と締結
- 車内・機内誌・ウェブ・待合室モニター等でのPR活動を実施。



- 日光**
日光・鬼怒川・湯西川・塩原・那須を結ぶバス（日光・那須満喫ライナー）の試験運行を実施。
- 大山隠岐**
皆生温泉～大山寺の定額タクシー試験運行を実施。147人が利用、うち18%が外国人の利用。
夕日の時間帯に日御碕灯台・神社をめぐるガイド付バスを出雲市が運行（H29.7～開始）。
- 阿寒摩周**
釧路空港と阿寒湖温泉を結ぶバス「阿寒エアポートライナー」を実証運行（H29.7～H30.3）。
道央圏とひがし北海道を結ぶ「ひがし北海道周遊観光バス」をH28年度に引き続き運行（秋季・冬季）。秋季サウスルート（札幌～帯広～阿寒・摩周～川湯～ウトロ）、冬季サウスルート（帯広～阿寒・摩周～川湯～ウトロ）の2種。
- 阿蘇くじゅう・霧島錦江湾**
地元銀行とオフィシャルパートナーを締結、アクティビティ事業社のキャッシュレス化を推進。

中間評価案

現状認識と課題

- 企業が持つ媒体を活用した広報が展開された。
- オフィシャルパートナー企業と個別に連携した施策を行っているが、企業間での連携施策や、各国立公園と企業の具体的な連携のコーディネートなど、**より具体的・効果的な連携**が課題。
- 地域ごとに、直通バスの増加、周遊バスの本格運行のほか、二次交通改善のための試験運行、検討が実施されている。
- 二次交通の改善に向け、**更なる取組の拡充**が必要。

今後の取組の方向性

- メディア等を含むオフィシャルパートナー新規締結（2018年6月）。オフィシャルパートナー事務局運営機能を強化、企業・国立公園の情報交換等が円滑に行われる体制を構築し、**企業同士・国立公園との連携による取組の充実**を図る。
- **二次交通の取組を支援**する制度の検討、**先進事例の共有**を図る。

施策の概要

- ・ 地域協議会やSUPの議論を踏まえて、コンテンツ拡充や受入体制強化のための関係者による**ワーキング設置**（先行8公園）。
- ・ ファムトリップの成果を踏まえて、セールスシートやモデルコースを作成、プロモーション・マッチング用**コンテンツ集**にまとめる。
- ・ コンテンツ集を活用したプロモーション、マッチング会の開催、キャンペーン等を実施し、**誘客力強化**を図る。
- ・ アドバイザー派遣等により、多言語対応の強化、国立公園を含む地域コンテンツ情報の一元化（多言語によるコンテンツ情報の集約、予約管理システムの一元化、ツアーデスク・コンシェルジュの設置等）等を進め、**受入の能力向上**を図る。

これまでの取組

個別指標

実績値

磨き上げたコンテンツ数

69コンテンツ
(2018.6時点値)

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 (2018年度から取組予定)

—

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 (2018年度から取組予定)

—



取組事例（一部）

- ・ 先行8公園でワーキングを設置、誘客力強化の取組方針やコンテンツのリストアップ等を行った。
- ・ 外国人に強いエージェントやマスコミ、事業者等を招聘するファムトリップを13回実施。



- ・ ワーキングやファムトリップの成果を踏まえ、事業者向けのプロモーション・情報交換会を大阪、博多、東京で開催。
- ・ ジャパントラベルと協力し、先行8公園のファムに参加したネイティブライターとカメラマンにより広報媒体(Web、冊子)を作成。



中間評価案

現状認識と課題

- ・ 先行8公園でワーキングを設置し、外国人に強いエージェントを招聘するファムトリップを実施し、その成果を踏まえ、情報交換会の開催、ジャパントラベルと協力した情報発信を行った。
- ・ ファムトリップの実施時期が主に秋～冬であった。
- ・ 必ずしもコンテンツが**多言語対応**されていない。
- ・ コンテンツ情報の集約等、現場の**受入能力向上**に課題あり。

今後の取組の方向性

- 春～夏にかけてのコンテンツについて取組推進。
- 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**。
- **野生生物**等、外客の興味を惹くテーマで公園の魅力を整理。
- 元気になれる温泉地での過ごし方(**新・湯治**)の推進。
- コンテンツ情報の集約、予約管理システムの一元化、多言語対応の**ツアーデスク・コンシェルジュ**の設置等の推進。

(2) 受入環境の整備 ②引き算の景観改善

施策の概要

- 取り残された**廃屋等**が地域にとって魅力のマイナス要因になっている。
- 廃屋を撤去し園地として再整備していくことで、マイナス要因をプラスに転ずる**引き算の景観改善**。
- 国立公園にふさわしい利用拠点として、統一性を欠くエリア内の**景観デザイン**の改善が必要。



これまでの取組

個別指標	実績値
撤去廃屋数	2件 (2016~2018.4)
景観デザインに関する計画策定数	4箇所 (2016~2018.4)
電線地中化など施設改修を行った地区数	5箇所 (2016~2018.4)
集中的な樹木の間引き、剪定による眺望確保や景観向上	18箇所 (2016~2018.4)

取組事例 (一部)

- 環境省所管地を主な対象として廃屋対策のスキームを整理

- 大山寺地区で内閣府交付金を用いて廃屋を撤去し、新たな観光拠点に再整備。

大山隠岐



- 休屋地区の所管地内の廃屋の再生、撤去について弁護士の専門的な知見を得ながら、方針整理や交渉等を実施中。

十和田八幡平

- 阿寒湖温泉地区で、アイヌ文様の使用の共通の考え方等をまとめた「アイヌ文化を活かした景観デザインの手引き」作成。

阿寒摩周

- 日光東照宮周辺、伊勢神宮周辺の電線地中化や長者原地区における電線移設による景観改善。

日光

伊勢志摩

阿蘇くじゅう

中間評価案

現状認識と課題

- 環境省所管地において、訴訟を経て廃屋の撤去に各地で取り組んでいるが、手続に手間と時間を要する。
- 廃屋対策の**スキームを整理**したことで、今後、内部検討の円滑化が期待される。
- 地元自治体においても廃屋撤去や景観改善の取組が進められている。
- 集団施設地区等の**面的な景観改善**等の計画を共有し、官民の関係者が一体となって景観向上に取り組むことが必要。

今後の取組の方向性

- **エリア全体の面的な景観改善**について、**公共と民間が一体**となって、**計画**の策定、建物の撤去、建替、リノベーション、電線地中化等の取組を行うための**総合的な支援制度**を検討。
- 廃屋撤去について、所管地における交渉や訴訟等にあたっては、地元の弁護士など専門家の知見を得て、できるだけ短期での効果発現を目指す。あわせて、民間投資の呼び込みや自治体による撤去など、多様な手法を検討。

(2) 受入環境の整備 ③基盤整備

施策の概要

- **多言語化**はネイティブが理解できて、興味を引く内容になっていることが必要。また、公衆トイレ、Wi-Fi、カフェ設置など、利用拠点において、訪日外国人が**快適に過ごせる環境**を整備することが必要。**ユニバーサルデザイン**の取組推進が必要。
- **ライティング**による展示解説、適切な**案内表示**やアクティビティの**情報発信**を行う。補助器具貸出、介助サポート、情報提供など**総合的なユニバーサルシステム**対応、インフラ施設の**長寿命化**、登山道・遊歩道等の**計画的な改修**を行う。

これまでの取組

個別指標	実績値
多言語化 (ライティングによる解説対応事業数)	1箇所 (2017年)
トイレリノベーション (直轄/交付金整備事業数及び洋式化率)	0件・49% (2017年)
長寿命化対策 (長寿命化計画策定)	0公園
ユニバーサルデザイン (直轄ビジターセンター対応率)	79% (2017年)



取組事例 (一部)

- 直轄ビジターセンターの館名板や展示タイトルの多言語化。公園ウェブ・SNSにてネイティブによる英語での情報発信。
- 直轄公衆トイレ282棟のうち、252棟は洋式化対応済み。自治体の公衆トイレも交付金活用で順次、洋式化対応。
- 情報発信強化プロジェクト発表、ビジターセンターBook等の発行、設置可能な全国67ヶ所の直轄ビジターセンター等にてWi-Fi設置や多言語対応タブレットの設置等を推進。
- 63のビジターセンターのうち79%でユニバーサルデザイン整備。ソフトでもウェブサイト対応89%、コミュニケーション支援ボード設置87%。一方、車椅子貸し出しは29%の施設に留まる。
- 老朽化した公園施設を順次更新、安全・快適性を向上。

中間評価案

現状認識と課題

- ICTによる多言語対応は、できるだけ統一性を持たせつつ、広域的に取り組むことが効果的。
- ウェブサイト、SNS、展示解説、パンフレット、音声ガイド等等多言語化対策を行っているが、**外国人目線**の対応が不足。
- **公衆トイレを快適な空間にする**ことで観光地の誘客効果や民間投資効果が更に高まることを期待。

今後の取組の方向性

- 観光庁多言語化支援事業との連携を進めるほか、**ICT等先進的技術**を活用した受け入れ環境整備を進める。
- トイレの**リノベーション事業**を立ち上げ、取り組みを進める。
- 施設改修・更新の**中長期計画**及び**予算の確保**が必要。

施策の概要

- 自然体験を支援する**ガイドやコーディネーター等の人材**、地域でのプログラム開発、ツアーデスク等の**受入体制**、環境保全への還元、持続可能な体制づくりや**ノウハウ**、特に、**インバウンドのニーズ**にあった人材や受入体制が不足している。
- 先行8公園をはじめとする自然公園地域や、エコツーリズムに取り組む地域など、自然資源を活用して地域活性化に取り組む地域を対象に、地域における**持続可能な仕組み構築**に向け、インバウンドを踏まえた**キーマンとなる人材育成の支援**を行う。

これまでの取組

個別指標（検討中）

（実績が上がるのは2018年度からの見込み）

実績値

（把握方法検討中）

地域における新規ガイドの養成数

—

地域での自然体験プログラム等の参加者数（又はプログラム収入）

—

地域での自然体験プログラム等の満足度

—



取組事例（一部）

- 2017年度、国立公園に求められること、そのために必要とされる人材、そうした人材を育成するための研修コース、カリキュラム等を検討。
- 検討結果を踏まえ、人材育成支援事業への参加地域（事業者・行政等が参画）を募集し、教材開発、集合研修、フォローアップアドバイザー派遣等を試行。
- 集合研修参加23地域（内、公園関係15地域）において成果目標達成に向けた行動計画を作成。
- 更に、この内12地域（内、公園関係10地域）において、行動計画を磨き上げるためのフォローアップアドバイザーを派遣。

中間評価案

現状認識と課題

- 国立公園に求められる人材育成のプロトタイプが試行できた。
- 研修参加23地域（内、国立公園関係15地域）において成果目標達成に向けた行動計画を作成できた。
- ガイド事業者や行政がチームになって研修に参加する方法は今後の継続性や発展性の観点から評価できた。
- 裾野拡大とトップランナー地域への引き上げの両立が必要。**

今後の取組の方向性

- インバウンド対応の研修カリキュラムについて、**先進地域・事業者のノウハウ**等も把握した上での組立てが必要。
- 成果目標の立て方と把握方法、目標達成のためのフォローアップ方法について検討（今年度事業において検討予定）が必要。

施策の概要

- 良好な自然環境や景観の**保全にコスト**がかかり続ける。
- 観光客の増加に対して、環境保全に加えて利用施設の**適切な維持管理**が必要。
- 希少動植物の生息エリアでは、**利用圧コントロール**が必要。
- 自然環境の負荷を抑制するとともに、利用者から**利用料等を徴収**、保全やサービス向上の資金を確保する仕組みを作る。

これまでの取組

個別指標

実績値

利用者負担の新規仕組みの件数

—

入域料の新規仕組みの実施数

2
(2016~2018.4)

取組事例（一部）

- 座間味村で入島時に「美ら島税」として100円を船舶運賃に上乗せ徴収し、美化・施設等維持管理に活用（H30.4～開始）。



慶良間諸島

阿寒摩周

- マリモガイドツアー料金に協力金を上乗せして徴収、マリモ保護、教育活動に活用する仕組みを検討中。



大山隠岐

- 保護団体、研究者及びガイド等が連携し、オマツショウウオ生態調査ツアーで協力金を徴収、環境保全に活用（H30～本格実施）。
- ロッカー、シャワーを新たに整備し、利用料を施設の管理運営に反映（H30.4～開始）。
- 地元飲食店舗「さんべバーガー」の協力で、バーガー料金の一部を寄付持続可能な三瓶山の草原景観保全の活動へ活用。



中間評価案

現状認識と課題

- 地元関係者等の理解と協力により、利用者負担による環境保全貢献の事例ができた。
- 屋久島と座間味村において、入域料の仕組みを導入。
- 適切に理解が得られれば、利用者にとって保全に対する費用を負担することは大きな抵抗感はないと考えられる。
- 入域料は、用途明確化等課題も多いが、**地域自然資産法の枠組み活用**も含め、積極的な導入が望まれる。

今後の取組の方向性

- 協力金を上乗せするツアー等の導入について、引き続き地元事業者・保護団体等との連携により、**事例の拡大**を目指す。
- 利用者負担の仕組み実現に向け、**検討調整**の調査費、料金ブースの設置等、**取組の効果的な立上げを支援**する制度を検討。

施策の概要

- 日本の国立公園の認知を定着させるとともに、訪問意向を向上させることが必要。
- ウェブサイトやSNS、海外メディア等を活用し、ターゲットの指向に合わせた情報発信を行う。



これまでの取組

個別指標	実績値
公式Facebookいいね数	56,822 (H30.5年)
上記フォロワーに占める外国人割合	-
国立公園ウェブサイトPV数	-

取組事例（一部）

- 国立公園統一マークの作成・発表。各種媒体での活用を図ったほか、現地エントランス看板での表示を推進。



中間評価案

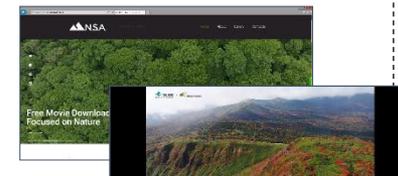
現状認識と課題

- SNS等を活用し、外国人向けの記事を作成・発信するとともに、これらを通じて一定のノウハウやプロモーション素材の蓄積を行った。
- 目標達成に向け、より効果的・強力なプロモーションが必要。
- SNSで国立公園に関心を持って訪問に直結しない。



- 訪日意向が高い層のボリューム等から重点ターゲット国（地域）としてアメリカ・イギリス・ドイツ・中国・韓国・香港を設定。
- 国立公園公式Instagram、Facebookを開設、現地レンジャーが提供する国立公園の魅力を外国人ライターが魅力的に発信。
- JNTO・Instagram社と連携し、ユーザー参加型のキャンペーンを実施（H29.12）。
- 渋谷において写真イベントを開催（H30.5）。
- 海外メディア（ナショナルジオグラフィック）において外国人ライターによる記事を作成、配信。
- ツーリズムEXPOにおいて、8国立公園の魅力を発信。

- 国立公園の動画素材の作成。8公園のアクティビティ紹介、十和田八幡平・阿寒摩周・日光・慶良間のドローンによる自然景観の動画等（H29）。



今後の取組の方向性

- 海外メディアを活用した情報発信とその反応分析。
- JNTOのグローバルサイト内に国立公園への訪問に結びつく情報を発信するサイトの構築、及びサイト訪問者情報の蓄積・分析。これらを活用したプロモーションを実施。
- 国立公園PRを多言語で行うサテライトセンターを新宿御苑に設置。

施策の概要

- 観光ビジョンに基づく施策が各省庁にて実施されている。
- 各省庁で連携することにより、さらに効果的に取組を進める。



これまでの取組

個別指標

実績値

省庁連携による取組数 (交付金活用を含む)

32
(2017年度)

公園名	事業主体	事業名	事業内容	活用している交付金や直接執行予算の名称	交付金や直接執行予算を活用した年度	活用した交付金の金額(円)	事業の総額(円)	交付金や直接執行予算の所管省庁等の名称
阿蘇草原	阿蘇市	DMO推進体制強化事業補助金	地域DMO候補法人の体制強化を図るため、専門人材を派遣する	地方創生推進交付金	平成28年度	7,500,000	15,000,000	内閣府地方創生推進事務局
十和田八幡平	秋田県	十和田八幡平ブランドアップ事業	旅行AGT・メディア招聘、入込環境整備、プロモーション実施	基本観光復興対策交付金	平成28年度～	秋田県分(1428からの累計) 15,894,000	秋田県分(1428からの累計) 33,742,700	観光庁
日光	栃木県	日光自然博物館映像展示施設リニューアル事業	日光自然博物館内映像展示施設のリニューアル及び日光自然博物館でのレンタルシステム導入	地方創生拠点整備交付金	平成28年度 ※全額繰越	96,500,000	48,250,000	内閣府
大山緑地	とんべいのあなな暮らし山梨県	農泊推進事業	県と県をつなぐ体験プログラムの開発・ブランドアップ、プログラムの組み合わせによる滞在型旅行プランの検証、魅力も伝えるためのプロモーション活動の実施	農山漁村振興交付金(農泊推進事業)	平成28年度	7,859,000	7,859,000	農林水産省

省庁連携事業一覧イメージ

取組事例 (一部)

- 観光庁、文化庁と連携し、多言語解説整備支援事業を実施

- 先行8公園の地域協議会に国土交通省（観光庁含む）、林野庁、経済産業省（一部）の現地機関が参画。

- 2016年度より満喫プロジェクト推進に資すると考えられる省庁（環境省、観光庁、国土交通省、経済産業省、農林水産省、林野庁、文化庁、内閣府）の交付金等を一覧にし、地域協議会等で周知。

- 観光庁予算の一部で、満喫プロジェクト関係案件を優先的に採択。観光庁、内閣府、文化庁、農林水産省の交付金活用実績あり。

中間評価案

現状認識と課題

- 先行8公園の地域協議会に、関係する省庁が参加し、各公園とも省庁連携の**体制が整っている**。
- 他省庁の交付金の活用実績がない公園があるなど、**公園ごとに差が見られる**。

今後の取組の方向性

- ステップアッププログラムの内容に応じて、適切な交付金があれば**更に活用**していくことが必要。

施策の概要

- 国立公園満喫プロジェクトを進める上で、**量・質の両面で体制強化**が必要。
- 都道府県をはじめとした関係機関の体制強化も重要。
- **管理事務所**の新規設置。
- 保護管理と利用の**企画官**、**アクティブレンジャー**の増員。

これまでの取組

個別指標

実績値

現地レンジャー数

150名
(2018年度)

取組事例 (一部)

- 民間経験者の利用企画官着任によるノウハウの活用。
 - 高速道路SAでの国立公園PR
 - ビジターセンターにおける英語ウェブサイトの充実
 - アウトドア雑誌「PEAKS」への寄稿
 - DMCのファム会議への新規参加
 - ロングトレイルの具体的な検討開始等



- 国立公園管理事務所設置と同時期に、地元自治体・観光協会の体制が強化。

- 釧路市増員、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構での民間企業からの人材受入
- 島根県課長級職員増員、大田市・出雲市増員
- 熊本県観光産業創生班・宮崎県自然公園室 設置

- メディア露出機会の増加。

- 事務所開設会見に14社取材

- 増員による会議等出席による展開。

- 地元飲食店からの寄付による草原維持費用補填の仕組み構築



- 所長着任により、地域関係者と直接の調整機会が増加。

- 米子空港・フェリーターミナル等の周辺施設での国立公園の紹介開始

中間評価案

現状認識と課題

- 国立公園**管理事務所設置**と同時期に、地元自治体・観光協会における体制強化、メディア露出機会増加を実現。
- **所長着任**により、有力者との直接の調整機会が増加。
- **増員**により、イベント・会議への出席機会が増加。
- 環境省以外の機関も含め、順調に増員が実施できており、成果も上がりつつある。

今後の取組の方向性

- **国立公園管理事務所**を順次設置
- トレイルや歴史・文化、世界自然遺産等の魅力的なコンテンツにより、**効果的な誘客が見込める国立公園の体制を強化**
- 展開事業実施公園への**利用企画官の配置**
- **火山等への安全対策や施設の老朽化対策（長寿命化）の体制も強化**し、安全・安心な利用を推進
- 増員による**成果を拡大**させていく。

施策の概要

- 観光客数だけでなく、一人当たりの**消費額等を包含した体積**で考えることが必要。
- 「公園利用者数」に加えて、「消費額」、「宿泊者数」、「リピーター率」、「満足度」といった利用の**「質」に関する指標**を設定。
- 公園訪問者に対して、**アンケート調査**を実施し、「質」に関する指標を計測。
- 結果を地域協議会にフィードバックし、**利用者目線での施策展開に活用**。

これまでの取組

個別指標

実績値

先行8公園での回収サンプル数
(外国人訪問者)

1,097票
(2017年度)

アンケート結果を踏まえた改善事例数

-

取組事例 (一部)

- 利用者数について、既存統計からの推計値を算出。

先行8公園

- 2017年度下半期において、国立公園訪問者に対して、モバイル回答方式のアンケート調査を実施し、旅行消費額、宿泊日数、満足度、改善提案等を把握。
- 分析におけるサンプル数不足のため、2017年度については、調査員配置の紙調査票でのアンケート調査も追加実施。
回収数：外国人1,097票 日本人2,350票
- アンケート調査について集計・分析した結果を先行8公園に対してフィードバック。

中間評価案

現状認識と課題



- アクセス経路（船）での移動時間を利用したアンケートや声かけ式のアンケートなど、**効率的な回収方法を抽出**できた。
- 2017年度アンケートについては、周知による自主的なモバイル回答方式では**サンプル数が不足**していた。
- ①絶対答えない人、②絶対答えたい人、③自主的に回答はしないが声をかければ回答する人、の3種のうち、②に**偏ったサンプル**になっていた**可能性**がある。

今後の取り組みの方向性

- 地域協議会等へのフィードバックにより、**利用者目線での施策展開を強化**。
- 訪問者への**声かけ式**でのアンケート調査を中心に**年間を通じて**実施する。



施策の概要

- 8か所の国立公園で「ステップアッププログラム2020」を策定、訪日外国人を惹きつける取組を計画的、集中的に実施。
- 8公園の成果・知見を**他国立公園にも波及**させる必要性。
- 8公園の成果を横展開するための**ツール制作・制度設計**を行う。
- 他国立公園での**事業展開・アドバイザーの派遣**を行う。

これまでの取組

個別指標

実績値

先行8公園の成果を共有するツール制作

1件
(2017年度)

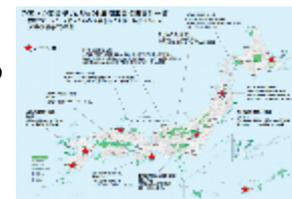
自然公園法等に関する制度見直し

使用許可期間の延長
(3年→10年)
(2017年度)

取組事例 (一部)

- 環境省所管地における廃屋対策ガイドラインまとめ (2017年度)

- 国立公園満喫プロジェクト展開事業。
- 先行8公園以外の10団体が実施するソフト事業（アクティビティ開発、プロモーション映像作成、ツアーデスク設置等）への財政的・人的支援を実施（2017年度～）。



- 国立公園満喫プロジェクトシンポジウムの開催（2017年度）。
- 基調講演、専門家・実践者によるトークセッション、先行8公園における取組の実施報告等で構成。
- 参加者389名



中間評価案

現状認識と課題

- 環境省直轄展望台への民間カフェ導入や民間事業者と深く連携したソフト事業など、**先行事例の集積**ができてきている。
- 他の事例の**ガイドラインや事例集を増やしていく**ことが必要。
- 民間活力を活かしながら適正な利用をさらに推進**するため、自然公園法の制度の見直し検討が必要。

今後の取組の方向性

- 展開事業について、平成30年度末に効果検証を行い、翌年度以降の方針を検討。
- **自然公園制度の見直し**を検討。



先行 8 公園以外の公園での主な取組

支笏洞爺国立公園 満喫プロジェクト

支笏洞爺国立公園支笏湖・定山溪地域 訪日外国人自然体験活動推進プログラム

(数値目標) ~訪日外国人利用者数 11.1万人(2016年)→ 20.4万人(2020年)~

地域協議会の開催

平成30年1月31日

- 第1回協議会
趣旨説明・意見交換

平成30年2月14日

- 定山溪部会
活動推進プログラム素案検討

平成30年2月22日

- 支笏湖部会
活動推進プログラム素案検討

平成30年3月22日

- 第2回協議会
活動推進プログラム素案の検討
30年度の予定検討

特徴①

外国人観光客の受入環境の整備

- VC、標識等施設の多言語化
- Wi-Fi装置の整備
- 外国人対応スタッフの配置・ツアーデスク・コンシェルジュ機能の試行



支笏湖ビジターセンターの案内所



定山溪観光協会の案内所

特徴②

滞在型の公園利用・自然体験の推進

- 長期滞在利用に資する魅力的な自然体験プログラムの開発と利用を促す情報案内・利用環境整備
- 質の高いガイド育成と体制づくり
- 支笏湖における湖面利用ルールの策定



支笏湖のダイビング



定山溪のカヌー

特徴③

空港・大都市からの利便性・周遊性の高い立地条件

- 都市及び空港・駅等からの流入促進方策の検討
- 新千歳空港や周辺観光資源を巡る周遊バス等の検討
- 支笏湖と定山溪の連携プログラムの検討



支笏湖行きバス乗り場



定山溪行き「かっぱライナー号」

ビューポイント

至 札幌

支笏湖地区

定山溪地区

丸駒温泉・支笏湖温泉



丸駒温泉

モラップ・美笛 キャンプ場



モラップキャンプ場

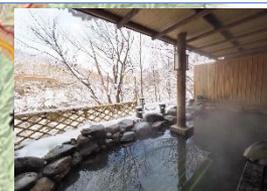
樽前山・風不死岳



樽前山

苫小牧市

定山溪温泉郷



定山溪

無意根山・札幌岳・空沼岳



無意根山山頂

豊平峡ダム



中部山岳国立公園南部地域 満喫プロジェクト

Birthplace of the Japanese Alps
- Discover, Experience and Share the Wonder -

(数値目標) ~訪日外国人利用者数 6.7万人(2016年)→ 14万人(2020年)~

地域協議会の開催

平成29年10月31日

- 第1回協議会
趣旨説明・意見交換

平成30年1月15日

- 第2回協議会
利用推進プログラム素案検討

平成30年3月19日

- 第3回協議会
利用推進プログラムの検討

特徴①

外国人観光客の受入環境の整備

外国人からニーズが高い利用環境の整備や必要な外国語案内、広報等の充実を図る

- 各種施設における多言語での説明・注意喚起
- ATMや両替機の設置、決済環境の整備、Wi-Fi装置の整備、夜間の食事環境の充実
- 外国人のニーズや利用実態の把握
- 外国人向けの効果的なプロモーション・情報発信・ファミトリップの実施

特徴②

上質で滞在型・周遊型の公園利用・自然体験の推進

滞在側利用の推進及び周遊性の確保に向け、自然体験プログラムや二次交通手段等の充実を図る

- 魅力的な自然体験プログラムの開発、質の高いガイドの育成、ツアーデスクの設置
- 地域の周遊が可能なフリー乗車券の開発、フリー乗車券と自然体験プログラムを合わせたプロモーション
- 宿泊施設間における手荷物運搬サービスの展開

特徴③

安全で快適な山岳高原利用環境の整備

利用施設の整備、利用情報のタイムリーな提供などにより、山岳・高原における利用環境の安全・快適化を図る

- 立地環境や利用特性に応じた登山道・遊歩道の整備・維持管理
- 登山ルートの多言語グレーディングマップの作製・配布
- 登山道以外における標識デザインの統一・整備
- トイレの洋式化・ユニバーサルデザイン化、携帯トイレの普及

特徴④

利用の推進に向けた上質な自然環境・景観の確保

利用を推進しながら、自然環境・風致景観を保護し、将来にわたって維持していく仕組みを構築する

- 希少野生生物の保護、外来生物の防除、鳥獣の保護管理の強化による生物多様性の保全
- 国立公園らしい良好な街並み景観形成の促進
- 環境保全に還元する入域料の検討(上高地・乗鞍岳)

ビューポイント

奥飛騨温泉郷



上高地 (槍・穂高連峰含む)



公園全体の取組

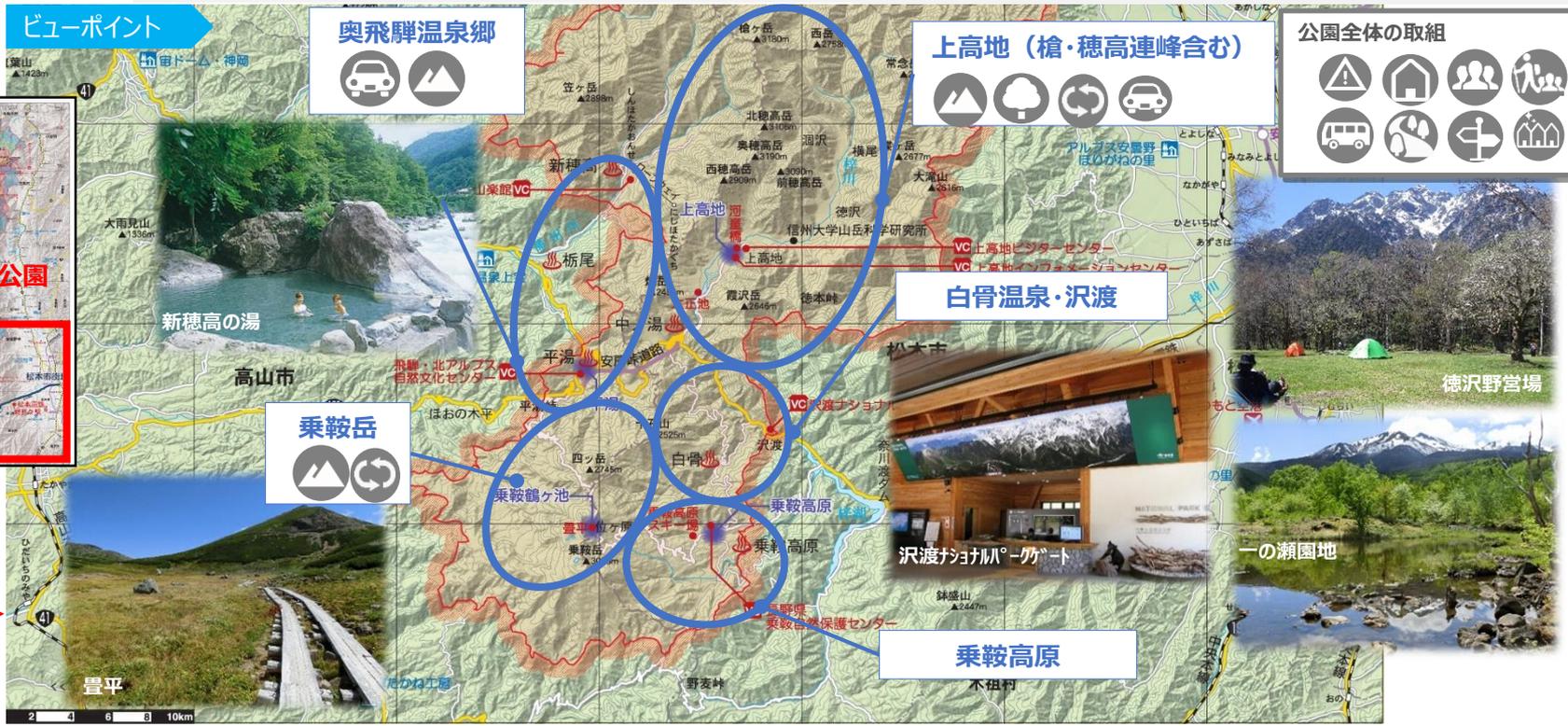


白骨温泉・沢渡

乗鞍岳



乗鞍高原



富士箱根伊豆国立公園富士山地域の取組

地域協議会の開催

- 平成29年11月13日
- 平成29年度第1回富士山における適正利用推進協議会
- 平成30年3月14日
- 平成29年度第2回富士山における適正利用推進協議会
- ⇒協議会及び関係者の意見等を踏まえつつ策定すべきプログラム等の検討を進め、今年度中の策定を目指す

富士山の見える風景100選



特徴①

世界文化遺産の保全

- ICOMOS勧告への対応
- ⇒保全状況報告書の提出
- 山頂付近における著しい混雑の緩和
 - 来訪者管理戦略、情報戦略等に基づく各種取組



特徴②

山頂利用に関する外国人客を含めたマナー向上・適正利用の促進

- 👤 登山道ごとの状況に応じた安全登山に必要な情報の発信
- ⚠️ 道迷い対策
- 👤 登山道の適切な管理
- 🏠 山岳トイレの維持管理



吉田口六合目登山口での情報発信

特徴③

富士山の山麓域の自然資源の有効活用による利用者の分散と、四季を通じた利用促進

- 山頂への利用集中を緩和するため、「富士山がある風景100選」周辺展望箇所の魅力向上と誘客
- 富士宮市における満喫展開事業による外国人目線での山麓地域のPR映像の作成、DMO等と連携したHP等での広報



富士宮市が取組を進める朝霧高原のアクティビティ

富士山地域における課題の要点

【山頂利用の適正化】

登山者の混雑緩和、危険や不満を感じない安全で快適な登山。特に宿泊を伴わない夜間登山を減らす取組が重要。🚗 🚶 🏠

【五合目での情報発信】

外国人含む、マナー啓発、道間違い防止のための情報発信、道迷い者対応等 🗣️ ⚠️ 🏠

【山麓利用の促進】

山麓の構成資産と登山道をつなぐ巡礼路の利用の促進、周辺域のビューポイントの活用等 🗺️ ⬆️

山麓域の自然資源の有効活用による利用者の分散と四季を通じた利用促進

周辺ビューポイントの整備例



長者ヶ岳山頂

国立公園の宿舎事業のあり方について（案）

- 1. 背景及び位置づけ..... 1
- 2. 基本的な考え方 1
- 3. 現状と課題..... 2
 - (1) 国立公園と宿舎事業の歴史的背景2
 - (2) 国立公園における廃屋問題.....3
 - (3) 利用者のニーズの変化.....4
 - (4) 国立公園の利用のゾーニング7
 - (5) ホテル・旅館の経営手法の多様化.....8
- 4. 国立公園の宿舎事業が目指す方向性..... 9
 - (1) 国立公園の宿舎事業の役割9
 - (2) 管理経営に求められる基本的な考え方9
 - (3) 国立公園の宿舎事業が目指す方向性 10
- 5. 国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験 12
 - (1) 新たな宿泊体験の例 12
 - (2) 国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験の充実に向けた対応..... 13
- 6. 既存エリア・施設の再生・上質化 14
 - (1) 集団施設地区等の再生 14
 - (2) 新たな廃屋化の防止 15
 - (3) 多様化する経営手法への対応..... 16

1. 背景及び位置づけ

- 政府の「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年3月）で掲げた2020年に訪日外国人4,000万人を目標とする取組の中で、環境省では国立公園への外国人来訪者1,000万人を目標とする「国立公園満喫プロジェクト（以下、満喫プロジェクト）」に取り組んでいる。
- 満喫プロジェクトにおいては、地域資源の新たな魅力や価値を創出し、地域の活性化につなげていくため、国立公園の豊かな自然やそこに根ざした地域の文化をより深く満喫してもらうような宿泊滞在を増やしていくことが重要であり、高付加価値で多様な宿泊体験を提供していくことが課題となっている。
- この課題への対応の検討を契機として、特に宿舎事業という観点から国立公園の利用者のニーズの変化や社会情勢の変化も踏まえ、現在直面している様々な課題についても併せて検討し、国立公園の宿舎事業のあり方について、今後の施策の方向性及び可能な範囲で具体的な対応策を示すことを目的としている。
- なお、本とりまとめについては8名の有識者からなる「国立公園の宿舎事業のあり方に関する検討会」での議論を踏まえて環境省がまとめたものである。

2. 基本的な考え方

- 国立公園の宿舎事業のあり方の検討にあたっては、国立公園の豊かな自然環境を保全しながら地域の観光資源として積極的に活用し、地域の活性化を図るとともに、得られた利益を保全に還元する保護と利用の好循環を実現することにより国立公園の資源管理を充実させるという、基本的な考え方を前提としている。
- また、こうした循環を成り立たせるためには、国立公園を一つの資源として地域社会が経済的にも自立し、健全に維持されていることが必要であり、平成26年に提言がまとめられた協働型管理運営の考え方に基づき、公園利用者にサービスを提供する公園事業者や観光関係者、その地域で暮らす住民等を含めた様々な地域関係者で、自然環境や地域の状況を踏まえた国立公園を含む地域のビジョンを地域で共有しながら進めることが重要である。

図表 1 保護と利用の好循環による資源管理の充実のイメージ



30

1 3. 現状と課題

2 (1) 国立公園と宿舎事業の歴史的背景

- 3 • 1870年代に日本のリゾートホテルの先駆けとなる金谷カッテージ・イン（後の日
4 光金谷ホテル）、富士屋ホテル（箱根）が開業。いずれも後の国立公園に指定され
5 る。
- 6 • 1931（昭和6）年に自然公園法の前身となる国立公園法が帝国議会で審議された
7 際の提案理由は、「我が国天与ノ大風景ヲ保護開発シ一般ノ利用ニ供スルハ国民ノ
8 保健休養上緊要ナル時務ニシテ且外客誘致ニ資スル所アリト認」とされており、
9 国立公園はその誕生の段階から外客誘致という視点を有していた。
- 10 • 1930年に鉄道省の下に国際観光局が設置され、国際観光政策が推進される中で外
11 国人観光客向けに整備された「国際観光ホテル」は全国で15箇所であり、そのう
12 ち8箇所が現在の国立公園内に整備されたものである。
- 13 • 1930年代の後半から1940年代の戦争が本格化する中で、国際観光政策は頓挫し、
14 国立公園は観光地から国民の体力作りの場へのその役割を変化させていった。
- 15 • 戦争が終結し、高度経済成長時代（1950年代～）に入ると、次第に国民の生活が
16 豊かになり、自然風景地の観光リクリエーションのニーズが国民全体に高まって
17 いく中で、低廉な価格で快適な宿舎を提供するため「国民宿舎」や「国民休暇村」
18 の整備が政策的に進められていった。
- 19 • こうした施設整備への期待も含めて1960年代までは、観光地としての知名度向
20 上のため、国立・国定公園への指定要望が地元から相次いだ。
- 21 • 1970年の公害国会に象徴されるように環境問題が世間の注目を集めたことを受
22 け、1971年に環境庁が設置され、その後国土の開発が進行する中で、国立公園の
23 保護地域としての役割が社会的により重要になっていき、過剰な自然破壊に対す
24 る一定のブレーキの役割を果たしていった。
- 25 • バブル景気を背景に1987年に総合保養地整備法（リゾート法）が施行されて、
26 国立公園を含む全国各地で開発の基本構想が立てられ大型リゾート施設の整備が
27 進められたが、自然環境の破壊につながる等の理由で批判を浴びるとともに、当
28 時の過剰投資による大規模施設の運営は現在でも一部で課題となっている。
- 29 • 1990年代以降バブルが崩壊し、景気の低迷により企業の団体旅行などが減少し、
30 旅行の形態が個人旅行に移行していく中で、団体旅行向けに対応した大型施設は
31 経営が悪化し、観光地間さらには観光地内の施設間の競争が激化し、各施設が観
32 光客を囲い込もうとすることで地域の賑わいそのものが失われていった。国立公
33 園の利用者数は平成3（1991）年の約4億人をピークに減少傾向が続いている。
- 34 • 2008年に日本の総人口がピークを迎え、人口減少とさらなる地域の衰退が顕在化
35 する中で、観光政策が地方創生の切り札として捉えられるようになってきた。
36 2008年に観光庁が発足し本格的にインバウンド政策を進め、訪日外国人旅行者が
37 急増した。

- 1 • こうした状況を踏まえ、2016年3月に政府が「明日の日本を支える観光ビジョン」
 2 を策定し、2020年訪日外国人客4000万人の目標を掲げ、国立公園もその重要な
 3 柱の一つとして位置づけられた。

4
 5 図表2 国立公園と宿舎事業の歴史的背景

国際観光振興政策 1930年代～	戦争-連合軍占領下 1940年代～	高度経済成長期 1950年代～	開発と保護の対立 1970年代～	バブル崩壊後 1990年代～	人口減少社会 2000年代後半～
<ul style="list-style-type: none"> ・外貨獲得のため、政府が国際観光振興政策を推進 ・国立公園法制定（保護と利用に並んで外貨獲得が提案理由） ・国際観光ホテルの整備が国立公園内を中心に展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・戦争が本格化し、国際観光振興が頓挫 ・国立公園は国民の体力作りの場に ・国際観光ホテルは米軍の保養施設として活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・戦後復興、経済成長に伴い観光レクリエーションが大衆化 ・大衆向けの宿舎と総合的な利用施設の整備を進める国民休暇村構想が発表 ・観光地としての知名度向上のため公園指定の要望ラッシュ 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本列島改造論、リゾート法などを背景に国土の大規模な開発が進み ・国立公園は開発圧力に対する最後の砦としての社会的役割を強める（観光地から保護地域へ） 	<ul style="list-style-type: none"> ・景気低迷により企業の団体旅行、宿泊旅行等が減少し、大規模施設の経営悪化 ・施設間の競争が激化し、宿泊施設による囲い込みが観光地の賑わいを失う 	<ul style="list-style-type: none"> ・人口減少と地方の衰退の顕在化 ・経済成長及び地域活性化の柱として観光政策が各地方で展開 ・地方にラグジュアリーリゾートが進出 ・国立公園では多様な主体による協働型管理運営がテーマに

6
 7
 8 (2) 国立公園における廃屋問題

- 9 • 宿泊業においては1980年代から1990年代前半にかけて団体旅行に対応するた
 10 めの施設の新設・改修に大規模な投資を行ってきたが、バブル崩壊により期待し
 11 ていた団体旅行が減少し、大規模施設のランニングコストなどがまかなえずに業
 12 績が悪化した。金融機関の融資も厳しくなり、個人旅行など現在のニーズに合わ
 13 せた設備更新への投資や適正規模への縮小ができないまま老朽化が進み、経営破
 14 綻に追い込まれる宿泊施設が後を絶たない。
- 15 • 経営破綻した宿泊施設は、廃屋として放置され、そうした廃屋が散在する状況は
 16 旅行者に衰退した観光地の印象を与え、地域の魅力や活力を失わせる。特に自然
 17 の風景そのものが価値である国立公園においては、廃屋によりその価値が損なわ
 18 れることは深刻な問題である。
- 19 • 施設の廃屋化は一義的には長期的な経営視点を欠き一時的な観光需要に対応した
 20 過剰な投資を行ってきた事業者の責任であるが、国立公園においては環境省も現
 21 行制度の中で廃屋化を防ぐことはできなかった。
- 22 • 国立公園の宿舎事業は、公園事業者が経営破綻した場合、自然公園法に基づき国
 23 立公園事業の廃止を届け出た上で、国立公園事業を執行する能力のある別の事業
 24 者に建物を引き継ぐか、撤去して原状回復を行うことが原則であるが、必要な手
 25 続きや原状回復が実行できずに廃屋として放置される場合がある。
- 26 • こうした背景を踏まえ、平成21年の自然公園法の改正において、これまで施行
 27 令において規定されていた公園事業の執行に関する内容を法律に規定するととも
 28 に、改善命令、原状回復命令等への違反については罰則の追加等による監督権限
 29 の強化の措置を講ずるための改正を行った。
- 30 • 自然公園法では原状回復命令や行政代執行について定められているが、原状回復

1 命令をかけても相手方が既に履行能力を失っている場合がほとんどであり、行政
2 代執行については、過去に実施した事例はほとんどなく、公益性の判断など要件
3 該当性の確認や必要な事務手続き等に関する行政的な経験は蓄積されていない。

- 4 • 環境省所管地では、国が自ら行う重要性が高い場合に限って、直轄事業の園地整
5 備等の一環として廃屋撤去を行っている場合があるが、本来事業者が責任を負う
6 べきであること、裁判手続きや関係者との調整等の手続きが煩雑で長期間かかる
7 こと、予算確保の難しさ、さらには、事業者が破綻し会社が解散するなどの状況
8 などから容易には進められない。
- 9 • このため国立公園においては、廃屋化した施設を撤去してマイナスを取り除くこ
10 とでプラスに転じていく“引き算の景観改善”について引き続き取組を進めると
11 ともに、新たな廃屋を増やさないようにする仕組みや体制を構築することが不可
12 欠である。
- 13 • また、引き算の景観改善にあたっては、地方自治体による空き屋対策特別措置法
14 の活用や、新たな民間投資による再生など様々な手法を組み合わせ対応してい
15 くことが重要である。

16
17 図表 3 国立公園における廃屋化の事例



18
19 出典：環境省
20

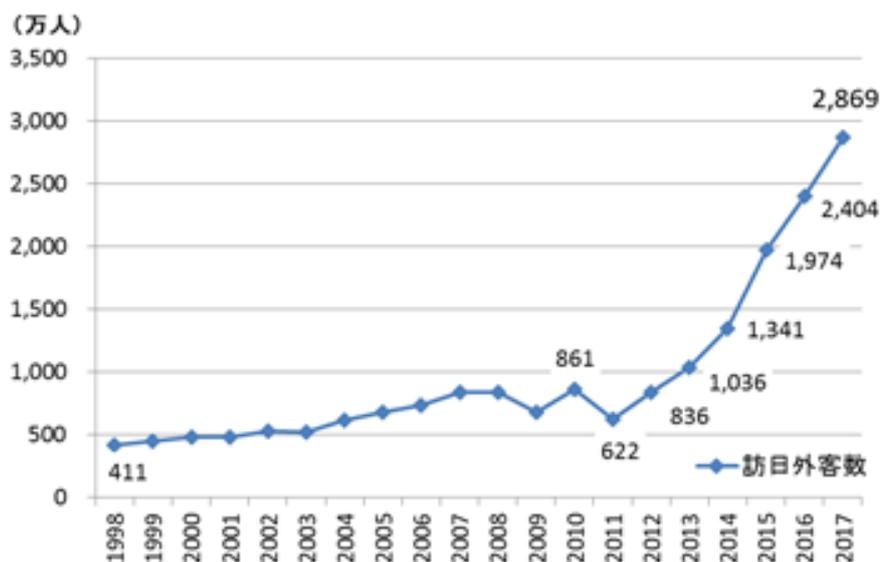
21 (3) 利用者のニーズの変化

- 22 • 国内宿泊旅行消費額は 1990 年代まで緩やかに増加してきたが、その後は消費単
23 価の減少に伴い緩やかに減少傾向に転じ、2000 年代後半からは横ばいの状況とな
24 っている。
- 25 • 旅行形態については団体旅行から個人旅行にシフトしてきており、また、ライフ
26 スタイルの多様化に伴って、有名な観光地を巡るだけでなく、各個人の興味や関
27 心に基づいてテーマや目的が明確となった旅行ニーズが増加している。子供を自
28 然に触れさせたいという教育的な目的や、高齢者の健康維持を目的としたもの、
29 スキーなど特定のアクティビティを目的としたものなど、様々である。
- 30 • 国内旅行が横ばいを続ける一方で、訪日外国人は 2007 年の約 835 万人から 2017
31 年には約 2870 万人に、この 10 年間で急増している（図表 4）。
- 32 • 旅行消費額で見れば、2017 年の日本人国内旅行消費額が 21.1 兆円に対して訪日
33 外国人消費額が 4.4 兆円であり、まだまだ国内需要が大半を占めているものの、

1 政府の観光ビジョンでは訪日外国人消費額を 2020 年には 8 兆円、2030 年には 15
2 兆円に伸ばしていくという目標を掲げており、日本の観光市場における訪日外国
3 人の位置づけは益々重要になってくる。

- 4 • こうした観点から、日本人国内旅行のニーズに対応しつつ、訪日外国人の受け入
5 れ体制を整えていき、多様なニーズに対応できる持続可能な観光を実現していく
6 ことが、国立公園にとっても重要な課題である。
- 7 • 平成 29 年に海外在住の外国人を対象に行ったアンケート調査では、日本の国立
8 公園の特徴を説明した上で、どこに魅力を感じたかを質問した結果、四季折々の
9 自然が楽しめること、地域固有の動植物が生息していること、自然体験アクティ
10 ビティが楽しめることなどが上位となった（図表 6）。
- 11 • また、実際に日本を訪れている外国人の行動をみると、有名な自然の風景地
12 や観光名所を巡るわけでもなく、静かな自然の中でゆっくりと時間を過ごすとい
13 う楽しみ方をしている旅行者もおり、訪日外国人としてひとくくりにはするこ
14 とはできず、そうした捉えきれない多様なニーズがあることを前提に国立公園の利用
15 のあり方を考える必要がある。
- 16 • 特に、国立公園の雄大な自然やそこに根ざした文化等をより深く満喫する高付加
17 価値な体験を求める旅行者のニーズについては、少人数の利用で自然環境への負
18 荷を抑えながら地域の経済効果を高めていくという観点から重要である。

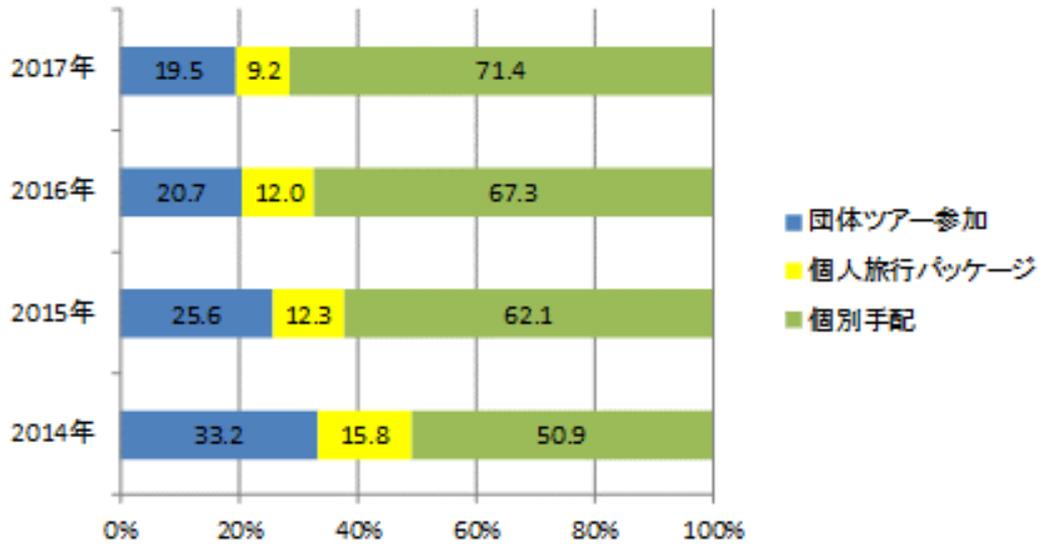
19
20 図表 4 訪日外国人旅行客の推移



21
22 出典：日本政府観光局(JNTO)
23

1

図表 5 訪日外国人旅行客の団体・個人比率の推移



2

3

4

5

出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁）

図表 6 日本の国立公園の魅力を感じた点

日本の国立公園の魅力点 (MA)

順位	魅力点	(%)
1	季節に応じて四季折々の自然(桜・紅葉・雪景色)が楽しめる	59.3
2	地域によって、地域固有の異なる動植物が生息している	45.3
3	自然体験アクティビティが楽しめる(登山、ハイキング、温泉、カヌーで川下り)	39.9
4	北海道から沖縄まで南北に多様な公園がある	38.3
5	日本を代表する自然の風景地のなかから指定されている	38.0
6	自然と人の暮らしが織りなす“人の暮らしに近い”	34.9
7	多様性が特徴	30.1
8	日本全国で33カ所ある	29.1
9	公園内で農林漁業などの産業が営まれている	19.4
10	公園内に多くの人の生活がある	19.0
11	年間約3.5億人が訪れる	16.8
12	ひとつも魅力を感じなかった	2.4

(N=1050)

日本の国立公園の魅力点 (SA)

順位	魅力点	(%)
1	季節に応じて四季折々の自然(桜・紅葉・雪景色)が楽しめる	29.3
2	日本を代表する自然の風景地のなかから指定されている	11.3
3	地域によって、地域固有の異なる動植物が生息している	11.1
4	北海道から沖縄まで南北に多様な公園がある	10.8
5	自然体験アクティビティが楽しめる(登山、ハイキング、温泉、カヌーで川下り)	10.5
6	自然と人の暮らしが織りなす“人の暮らしに近い”	8.2
7	日本全国で33カ所ある	6.9
8	多様性が特徴	5.4
9	年間約3.5億人が訪れる	3.5
10	公園内に多くの人の生活がある	2.0
11	公園内で農林漁業などの産業が営まれている	1.0

(N=1025)

6

7 MA=魅力を感じた点 SA=もっとも魅力を感じた点

8

出典：環境省「国立公園価値把握調査平成29年2月実施分」

9

1 (4) 国立公園の利用のゾーニング

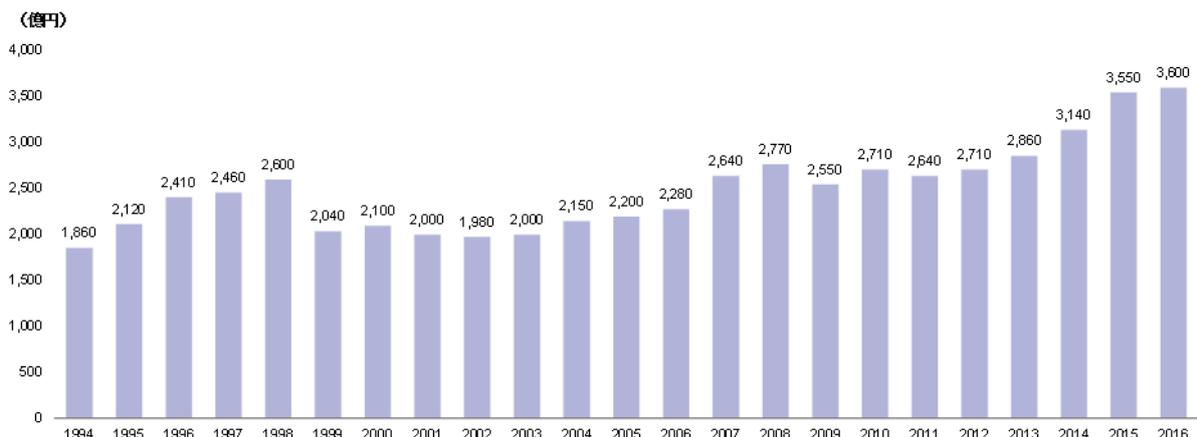
- 2 • 国立公園に関する保護の計画は、守るべき自然環境の質や農林漁業活動の状況等
3 に応じて特別保護地区、特別地域、普通地域とゾーニングして規制の強さを変える
4 ことで、自然を保護するとともに、土地所有者や地域の産業、住民生活等との
5 調整を図ってきた。
- 6 • 一方で利用の面からの計画は、主に博物展示施設、宿舎、野営場などの利用施設
7 の位置を示した“点”と、車道や歩道等のルートを示した“線”のネットワーク
8 で構成されており、適正な利用を増進するために必要な利用施設の配置を示した
9 計画が中心となっている。
- 10 • 利用のゾーニングに関連する制度としては、集団施設地区というエリアを指定し、
11 宿舎も含めて公園利用のための施設を一体的に整備することで、国立公園内の利
12 用施設の開発がスプロール化して広がることを防ぎ、効率的、効果的な公園利用
13 を推進してきた。また、利用者数をコントロールすることで、原始的な自然の雰
14 囲気や風致景観を損なわずに適正な利用を推進する制度として利用調整地区があ
15 る。
- 16 • 国立公園の利用ニーズが多様化する中では、国立公園全体を俯瞰して自然環境の
17 質や利用形態等に応じて一定のまとまりをもったエリア毎の利用の方針を示した
18 上で、上記の制度も活用しつつ適切な利用への誘導や施設整備等を実施すること
19 で、国立公園全体の適正な利用の推進を図っていくという考え方が重要である。
- 20 • 例えば、原始的な自然を保全しながら手を触れずに鑑賞を楽しむようなエリアで
21 は施設整備を最小限に留めて必要に応じて利用のルールを定めたり、集団施設地
22 区のように国立公園の利用拠点として多くの利用者が訪れて快適に風景を楽しむ
23 ことを想定したエリアでは一定規模の施設整備を推進して集団的な利用を受け入
24 れたり、エリアの特性に応じた利用のあり方を考えていくことが求められる。
- 25 • 最近では、普通地域のように自然と人々の営みによって時間をかけて形成してき
26 きた二次的な自然環境とそこに根ざす生活文化などに対する関心が高まっており、
27 必ずしも風致景観上重要なエリアではなく、むしろ地域のくらしと密接に近いエ
28 リアの利用面での重要性が増している。こうしたエリアでは、ガイドや案内冊子
29 などによる情報の充実により魅力を高めていくというソフト面での利用計画も重
30 要となっている。
- 31 • 国立公園における宿泊を考える上でも、それぞれのエリアの利用のあり方を踏ま
32 えた上で、そこにふさわしい宿泊体験をどのように提供していくかという観点が
33 重要である。

34
35

1 (5) ホテル・旅館の経営手法の多様化

- 2 • 近年、ホテル・旅館業界においては、専門分野への特化による効率化や、複数の
3 主体がホテル事業に関わることで透明性のある健全な経営状態が維持される等の
4 メリットから、所有・経営・運営の分離が進んでいる。
- 5 • 所有については、投資家から集めた資金で不動産への投資を行い、賃料収入など
6 から得られた利益を投資家に分配する金融商品である REIT が所有する宿泊施設
7 も増加してきている。
- 8 • また、建設コストの高騰により、建物の一部を個人に分譲することや、利用権を
9 複数に分けて会員に販売するなどの手法で早期の資金回収を図る分譲型ホテル
10 (コンドホテル、会員制ホテル等) のビジネスモデルが民間事業者にとっては有
11 用となっており、市場規模が拡大している (図表7)。
- 12 • 国立公園事業は所有・経営・運営が一体の所有直営方式を主に想定しており、近
13 年複雑化するホテル・旅館の事業形態を踏まえて、公園事業執行者の整理や自然
14 公園法上の責任の明確化、公園事業としての適格性の判断等が必要となっている。

15
16 図表 7 分譲型及び会員制宿泊施設の市場規模とその推移



17
18 出典：日本生産性本部「レジャー白書」
19
20

1 4. 国立公園の宿舎事業が目指す方向性

2 ここでは国立公園の宿舎事業に共通する考え方を整理した上で、これまで整理して
3 きた、国立公園の宿舎事業の歴史や利用ニーズの変化への対応を踏まえ、今後の国立
4 公園の宿舎事業が目指すべき方向性について検討する。

5

6 (1) 国立公園の宿舎事業の役割

- 7 • 国立公園の宿舎事業には、国立公園の非日常の風景の中での宿泊体験を広く公平
8 に利用者に提供するという役割があり、事業者は、国立公園の利用計画に基づき
9 環境大臣の認可等を受けて、国に代わって国立公園の利用者にサービスを提供し
10 ているという位置づけである。
- 11 • 認可等を受けた事業者（以下、国立公園事業者）は、国立公園の利用計画に位置
12 づけられた事業を執行するという公益性に鑑み、行為許可の適用は除外され、こ
13 れとは別の基準によって判断し、宿舎事業の執行が認められる。
- 14 • 宿舎事業は、国立公園で長年様々なコストをかけて保全されてきた自然の風景の
15 価値の上で事業を行うものであり、自然環境が損なわれればその価値も失われ、
16 当該事業者の事業そのものが成り立たなくなるだけでなく、地域全体の持続性を
17 損なうおそれがあるため、国立公園事業者は自然環境の保全と地域の将来像に責
18 任をもって事業を行うことが求められる。
- 19 • 宿舎事業が提供する宿泊体験は、施設の機能としての宿泊だけでなく、国立公園
20 の自然や地域の文化を満喫するためのアクティビティやそれらに関する情報を利
21 用者に提供し、より国立公園の魅力を深く体験してもらうための拠点としての役
22 割も求められる。

23

24 (2) 管理経営に求められる基本的な考え方

- 25 • 国立公園の宿舎事業は、施設の面においては風景と調和し、自然資源の収容力に
26 適した規模であることが前提であるが、上記の役割を踏まえて管理経営において
27 配慮すべき基本的な考え方を以下に示す。

- 国立公園の優れた風景の価値により事業が成り立つことに鑑み、宿舎の敷地や
周辺を含めて、国立公園の自然環境の保全に貢献すること
- 国立公園の雄大な自然や、人の暮らしと自然が密接に結び付いた地域の文化な
ど、その土地にしかない本物の体験ができるアクティビティを地域と連携しな
がら充実させ、情報発信も含めて利用者に提供すること
- エネルギーの自給やゼロエミッションなどの面からも、持続可能性を考慮した
環境対策を推進すること
- 地域で生産された食材を積極的に用いるなど、地産地消により地域社会の持続
性にも貢献すること

1 (3) 国立公園の宿舎事業が目指す方向性

2 ①国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験の提供

- 3 • 地域独自の自然や文化に対する理解が高く、その土地でしか得られない本物の体験に価値を感じ、そうした体験に対して時間と金銭を惜しまない利用者に向けて、
- 4 サービスの質を磨いていくことで、より高付加価値の宿泊体験を提供することが
- 5 可能となり、自然環境への負荷を抑えながら地域の経済効果としての体積を増加
- 6 させていくことにつながることを期待される。
- 7
- 8 • また、こうした宿泊施設を中心として、国立公園の魅力が提供され、世界の旅行者
- 9 が満足して喜ぶ姿を地域の人が目にするすることで、自らの地域の魅力に改めて気
- 10 づき、誇りにつながっていくと考えられる。
- 11 • このため、従来の低廉な価格で誰もが利用できる宿泊施設は引き続き維持しつつ、
- 12 国立公園の本物の自然や文化をより深く感じ、地域の魅力を強く発信できる高付
- 13 加価値な宿泊体験の提供を進めていく。
- 14 • 高付加価値な宿泊体験の提供は、目の肥えたハイエンドな旅行者による高い発進
- 15 力で国立公園の魅力が世界に紹介され、様々な人の関心を惹きつけることで地域
- 16 のブランドイメージの形成につながり、多様な層に対応したサービスの充実等の
- 17 波及効果が期待できる。

18

19 ②既存エリア・施設の再生・上質化

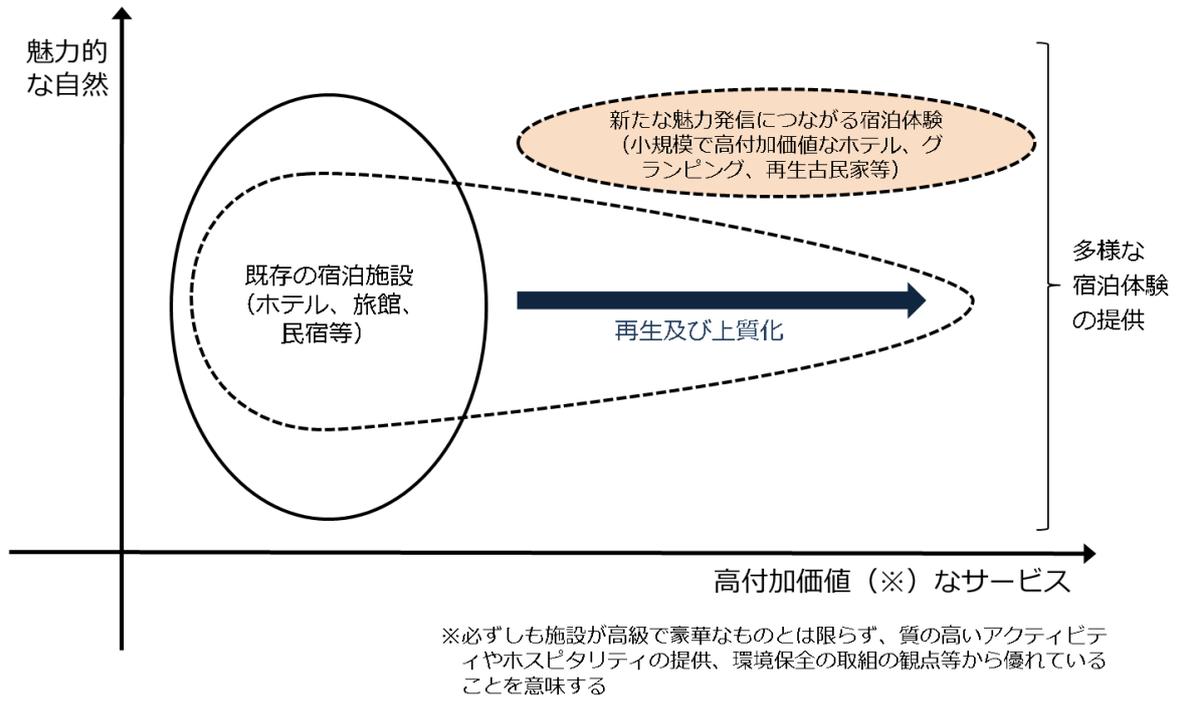
- 20 • 優れた風景が価値でありその保全が重要である国立公園においては、新たなエリア
- 21 の開発よりも、既に開発されているエリアや既存の施設の質を定期的な設備投資
- 22 等により維持しつつ、劣化した施設を再生し上質化することで増加する訪日外
- 23 国人旅行者等の新たな利用者のニーズに対応していくことが重要である。
- 24 • また、ホテル経営手法が多様化する中で、民間投資による施設の更新や再開発が
- 25 国立公園の中で適切に行われていくためには、自然環境の保全や国立公園事業の
- 26 公益性を前提としつつ、国立公園事業制度を適切に運用していくために必要な手
- 27 続きや基準の明確化を図ることが重要である。

28

29

1

図表 8 国立公園の宿舎事業が目指す方向性のイメージ



2

3

4

1 5. 国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験

2 (1) 新たな宿泊体験の例

3 ①小規模で高付加価値なホテル

- 4 • 国立公園の代表的な風景が見渡せる魅力的なロケーションの中に立地し、小規模
5 で風景と調和した施設で、地域社会への貢献や環境保全の取組に責任を持った事
6 業活動をおこなう上質なホテルは、日本の国立公園の魅力を世界に発信するきっ
7 かけになり得る。
- 8 • 国立公園にふさわしい小規模で高付加価値なホテルは、施設の豪華さよりもこの
9 場所に訪れないと体験できない地域の自然や本物の文化などのアクティビティ
10 や、心の通ったサービスでゆっくりとリラックスできる落ち着いた滞在空間を提
11 供できることが重要である。
- 12 • 様々な地域の資源を、ホテルが軸となって一つのストーリーとして紡いでいくこ
13 とで磨き上げていくことにつながると期待できる。
- 14 • 海外有名ブランドのホテルオペレーターの場合は、独自のネットワークとメディ
15 アによってこれまでにない新たな利用者を惹きつけることも期待できる。
- 16

17

図表 9 小規模で高付加価値なホテルのイメージ



18
19
20

Photo : Arenal Observatory Lodge & Spa

21 ②グランピング

- 22 • 自然の中でキャンプを楽しみながらホテルのようなフルサービスでのおもてなし
23 を受ける新たなアウトドア体験のスタイルである“グランピング”が注目されて
24 いる。

- 1 • 施設はテントを中心としており、ある程度の交通手段、スペース、インフラなど
2 があれば、低コストでどこにでも設営でき、容易に撤去できることが特徴で、自
3 然環境への影響を最小限に留めることが可能である。
- 4 • 雄大な自然の中での宿泊と地域の食やアクティビティを組み合わせることで、国
5 立公園の魅力を最大限に活かした宿泊体験の形態の一つとして期待される。
- 6 • なお、公園計画上は基本的に野営場事業として位置づけられるものと考えられる。
7

8 ③再生古民家

- 9 • 近年、地方で使われていない古民家を再生して宿泊施設として活用する事例が増
10 加しており、その土地の文化や歴史を実感できる施設として国内外の旅行者に人
11 気がある。
- 12 • 国立公園内においても、人の暮らしが営まれているエリアでこうした古民家が残
13 されている農村などもあり、国立公園の自然と共生してきた地域の暮らしや文化
14 に深く触れる宿泊体験を提供できる施設として可能性がある。
- 15 • 農村の価値を再構築して提供することで、その土地の文化や人と自然が共生する
16 暮らしのあり方が、未来に継承されていくことが期待される。
- 17 • なお、旅館業法第2条第1項に規定する「旅館業」を営む施設の場合は、公園計
18 画上の宿舎事業として位置づけられる可能性があるが、民泊として住宅を提供す
19 る場合には公園計画には位置づけられない。
20

21 (2) 国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験の充実に向けた対応

- 22 • こうした国立公園の魅力を世界に発信するような宿泊体験を充実させていくため
23 には、国立公園全体の利用のゾーニングを考えた上で、国立公園の利用計画とし
24 て新たなニーズに対応した宿泊体験の提供が必要かどうかを、国立公園の将来像
25 と共に満喫プロジェクトの地域協議会や総合型協議会の場などを通じて地域の関
26 係者と共有することが重要と考えられる。
- 27 • また、こうした宿泊体験の提供は民間事業として収益をあげながら持続的に運営
28 していくことが必要であり、民間の視点を取り入れながら国立公園の利用計画を
29 検討していくことが重要である。
- 30 • このため、国立公園の利用に関係する地域の様々な関係者の意見を聞きつつ、民
31 間の視点を取り入れながら、自然環境の保全と事業性の両方の観点から、新たな
32 場所での事業の実施も含めて適地の検討を進めていく。
- 33 • また、満喫プロジェクト全体の取組と連動し、その土地にしかない本物の自然や
34 文化を体験できるアクティビティの提供についても検討する。
35
36

1 6. 既存エリア・施設の再生・上質化

2 (1) 集団施設地区等の再生

- 3 • 優れた観光利用拠点として整備を進めてきた集団施設地区においても、社会状況
4 や観光動態の変化に対応できずに廃屋が目立つ地区が多く存在するが、こうした
5 地区をどのように再生していくかは国立公園にとって大きな課題の一つである。
- 6 • 過去には、昭和 62 年に最初の構想が立てられ平成 13 年にかけて事業が実施され
7 た大雪山国立公園層雲峡温泉の再整備事業の例があるが、それ以来、集団施設地
8 区の大膽な面的な再整備は行われていない。
- 9 • 当時、旧建設省の優良建築物等整備事業を活用し、町が再開発会社を設立し、権
10 利を集約して建物の再整備を行った上で各事業者に再分配するとともに、独自に
11 景観協定を締結した手法が、複数の民間事業者の権利調整などに功を奏したと分
12 析されている。
- 13 • また、近年では温泉街の面的再整備にあたって自治体が民間事業者と連携して地
14 域のマスタープランを作成したことで軌道に乗り始めている例もあり、そうした
15 例も集団施設地区の再生の参考になる。

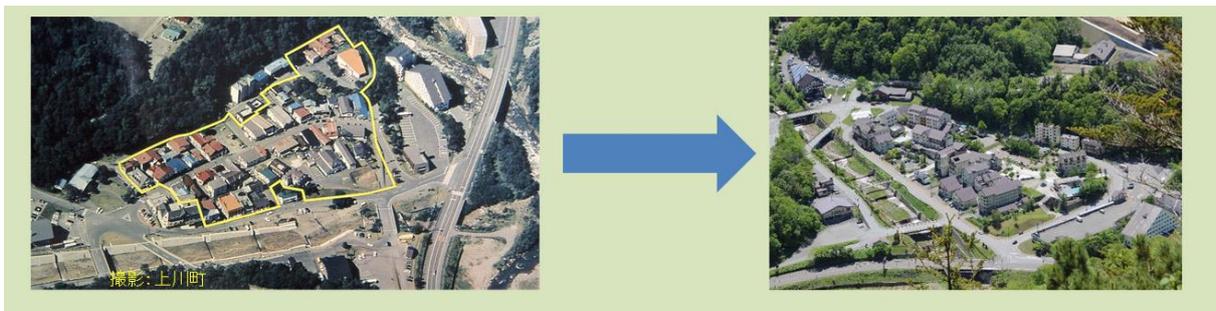
＜今後の対応策＞

- 集団施設地区等の複数の民間事業者がまとまって、引き算の景観改善を含む地
域の再整備（景観デザインの統一、電線地中化、廃屋の撤去等）を総合的に実
施する事業に対する支援制度について検討

16

17

図表 10 層雲峡の再整備の事例



18

19

20

出典：環境省

1 (2) 新たな廃屋化の防止

- 2 • 廃屋化したエリアの再生は国立公園にとって重要な課題であるが、そもそも廃屋
3 とならないように事前に防ぐ仕組みや管理体制を構築することが今後の課題とし
4 てはより重要になってくる。
- 5 • 国立公園事業者として当初の認可をした後は、定期的に国立公園事業者の経営状
6 況等を把握して適切な管理経営が行われているかどうかを確認する制度となっ
7 ておらず、施設が休廃業しない限りは経営状況の如何に関わらず基本的に認可は継
8 続することとなる。
- 9 • ホテル・旅館等の建物や設備は、建設した当初は上質であっても適切な更新投資
10 を行わないことで、施設が老朽化して利用者の満足度が下がっていき、経営状態
11 の悪化、最悪の場合には廃屋化につながると考えられる。
- 12 • 民間事業者の経営そのものに関して国が直接具体的な指導を行うことは適切でな
13 いが、一方で、国立公園事業者は国に代わって事業を執行しているという観点か
14 ら、利用者へのサービスの充実や風致景観の保全を図るために必要な範囲で適切
15 な関わり方が求められる。

<今後の対応策>

- 外部への委託も含めて、公園事業者の経営が立ちゆかなくなる前に、継続的に
経営状態を把握することができる体制の整備や仕組みについて検討（経営状態
の悪化を確認した際にどのような対応が可能かは要検討）
- 国立公園事業者としてふさわしい管理経営が継続的に行われるよう、公的機関
としての民間事業者への対応のあり方について検討

1 (3) 多様化する経営手法への対応

2 所有経営運営の分離、分譲型ホテル等、現在ホテル業界で増加しているビジネスモ
 3 デルについて、自然環境の保全や国立公園事業の公益性を前提としつつ、国立公園へ
 4 の民間投資が適切に行われることで、利用者へのサービス向上が図られるという観点
 5 から公園事業制度としての課題を検討する。

7 図表 11 ホテル経営に関するビジネスモデル毎のメリット・デメリット

	直営型	所有・経営・運営 分離型	分譲型ホテル	
			コンドホテル	会員制ホテル
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 責任の所在が明確であり、事業者の把握が容易 	<ul style="list-style-type: none"> ● それぞれの立場の専門性を生かし、利益の最大化を図ることで、長期的な視点による高度な事業が可能 ● ホテル運営事業者のブランドによる集客と質の高いサービス提供 	(所有・経営・運営分離型のメリットに加え) <ul style="list-style-type: none"> ● 長期滞在型の利用ニーズに対応した施設 ● オーナーへ支払う賃料から修繕積立金を差し引くことや営繕充当金を事前に徴収すること等により、継続的な設備投資でサービス水準を維持 ● 事業者の資金回収がしやすく、民間投資を呼び込みやすくすることで、国立公園の資源管理への貢献を期待 	
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業の質や継続性がオーナーの経営手腕により左右 	<ul style="list-style-type: none"> ● 公園事業認可の審査の煩雑化 ● 責任の所在が複数主体に分散 	<ul style="list-style-type: none"> ● 所有権の分散により、事業撤退時の調整難度が高まる ● オーナーの優先利用 	<ul style="list-style-type: none"> ● (所有権付きの場合) 所有権の分散により、事業撤退時の調整難度が高まる ● 会員を中心とした利用が多く、一般客の利用機会が少ない

10 ①所有・経営・運営の分離

- 11 ● 所有・経営・運営が分離した場合、宿舎事業を主体的に管理経営しており、環境
 12 省の指導に対して責任を持って対応できる者が国立公園事業執行者となることが
 13 求められるが、自然公園法上の責任を各主体がどのように担保するのかについて
 14 は整理が必要である。
- 15 ● 例えば、ホテル経営会社が、REIT が所有する不動産を賃貸してホテル事業を行
 16 う場合、主導権のあるホテル経営会社が公園事業執行者として適当であると考え
 17 られるが、公園事業を廃止した場合の原状回復命令（自然公園法第 15 条）は所有
 18 者である REIT に対して直接かけられないため、所有者と経営者の間の契約等で
 19 適切に命令が履行されることが担保されているか確認が必要である。
- 20 ● また、各主体が変更する場合の変更手続きについては精査して、確実に事業の執
 21 行体制が把握できるようにする必要がある。
- 22 ● 所有、経営、運営が分離した場合であっても、地域と共に国立公園の将来像を共
 23 有し、資源管理に対して責任を果たしていくことが、国立公園事業者だけでなく
 24 一体として宿舎事業を執行する事業者にも求められる。

<今後の対応策>

- ▶ 所有、経営、運営が分離した場合でも、自然公園法上の責任を適切に履行できるように、認可時に各主体間の契約関係等を確認し、責任を持って中長期的に安定した経営を行うための体制構築を促す。
- ▶ 各主体のいずれかが変更される場合の手続きについて精査して、確実に事業の執行体制を把握できるように必要な手続き等について検討する。
- ▶ ・所有、経営、運営が分離した場合でも各主体に直接自然公園法上の責任を負わせる仕組みについても検討する。

1
2

図表 12 ホテルの所有・経営・運営の分離のイメージ

		賃貸借契約	マネジメント契約 + 賃貸借契約	マネジメント契約	フランチャイズ	所有直営
所有	不動産所有	オーナー	オーナー	オーナー	オーナー	オーナー
	FF&E所有	ホテル会社	経営会社	オーナー	オーナー	オーナー
経営	経営（損益の帰属）	ホテル会社	経営会社	オーナー	オーナー	オーナー
	従業員の帰属	ホテル会社	経営会社	オーナー	オーナー	オーナー
運営	人事権・運営権	ホテル会社	ホテル会社	ホテル会社	オーナー	オーナー
	ブランド・マーケティングシステム	ホテル会社	ホテル会社	ホテル会社	ホテル会社	オーナー

オーナー＝ホテルの建物を所有する法人

経営会社＝オーナーに賃料を、ホテル会社にマネジメント料を支払い、ホテル経営を行う法人

ホテル会社＝ホテルのブランドを冠して運営（賃貸借契約場合は経営も含む）する法人

※JLL沢柳氏資料を元に作成

3
4
5

出典：沢柳委員提供資料をもとに作成

②分譲型ホテル

- 7 • 分譲型ホテルについては、国立公園事業の審査基準の「特定の団体又はその構成
- 8 員等の使用を目的とするものでないこと」に照らして、国立公園利用者に対する
- 9 公平な利用機会の提供できないという理由から、これまで運用上は公園事業とし
- 10 て認可していない。行為許可として審査する場合は、集合別荘の基準により対応
- 11 している。
- 12 • 世界的には一般的なビジネスモデルであるコンドホテルが、ここ数年、京都、沖
- 13 縄、ニセコなどの人気の観光地に登場し、日本でも浸透し始めており、こうした
- 14 ビジネスモデルはレンタルプログラム（※）により一般の利用者が通常のホテル
- 15 と一定程度同様に使用できる場合もあり、その場合に公園事業として認可できる
- 16 余地があるかどうかについて検討が求められている。
- 17 • 本検討は分譲型ホテルの認可を前提としてその要件を定めるものではなく、公園
- 18 事業としての認可を想定した場合の課題と検討事項について整理するものである。

※レンタルプログラムとは

- 20 ▶ ホテル分譲を行った際、オーナーがホテル運営会社と賃貸借契約を結び、オーナーが使用しな
- 21 い期間に通常のホテルとして一般利用者に開放し、その運用益をオーナーに還元する仕組み
- 22 ▶ オーナーに還元する際、オペレーション費用に加え、修繕積立金等も差し引くことにより、安
- 23 定したホテル運営が可能となるだけでなく、必要な建物追加投資も確実に実行できる仕組みとなっ
- 24 ている

<課題と検討事項>

①公益性・公平性の観点からの課題

オーナーや会員が優先的に利用することとなり、一般の公園利用者との間で利用の較差が生じ、公園事業としての公益性・公平性が損なわれるおそれがある。

■検討事項

- コンドホテルの場合は、レンタルプログラムへの加入を必須とし、オーナーが優先的に利用できる日数、時期等を社会通念上許容できる範囲に制限することで、一般利用者の利用機会を担保することが考えられる
- ただし、休前日やハイシーズン等の人気の時期にオーナーの利用が集中して、オーナーにほとんど占有された状態となり、一般利用者が利用したい時期に実質的に利用できない状況が常態化した場合は、公益性・公平性に欠け公園事業としてふさわしくないと考えられるため、利用実態を踏まえて検討する必要がある
- 公園事業の前提となる公益性・公平性を確保するためにどの程度オーナーの優先利用を制限することが適当か検討する必要がある

②区分所有建物における権利調整に関する課題

区分所有建物においては、将来予想される大規模修繕、解体、経営の譲渡等について、区分所有法等の適切な手続きがなされる必要があるが、個人に所有権が分散していることで、意見集約、意思決定が困難になる可能性があり、特に国立公園の場合は廃屋化した建物が残置され風景を損ねることが懸念される。

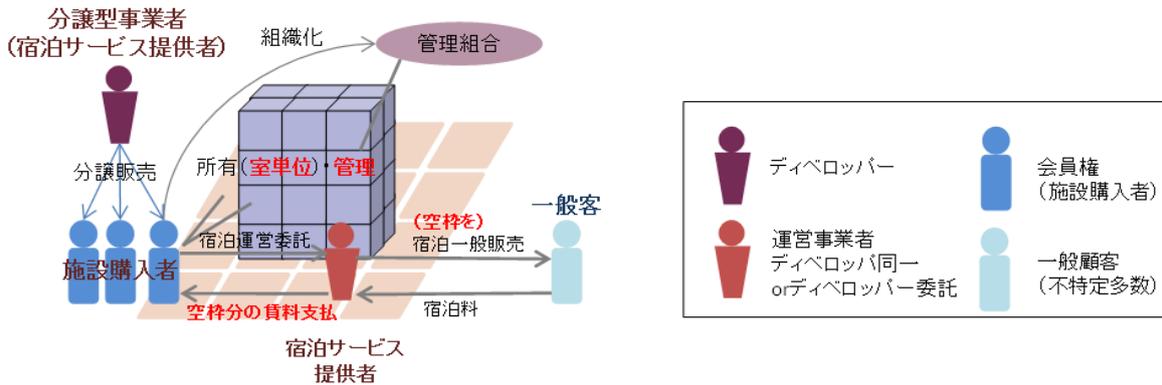
■検討事項

- 借地上の建物のみの方譲とするなど、区分所有者と事業者側の契約において、権利の集約、区分所有法上の意思決定等を確実にできるような仕組みを組み込む
- 一方で、建物の財産的な価値が下がるため、投資対象としての魅力が両立しうるか検討する必要がある
- なお、国有財産管理の観点から国有地での分譲型ホテルの認可及び土地の使用許可等は適切ではない

図表 13 分譲型ホテルの分類（本検討における整理）

分譲型ホテル	
<h3 style="text-align: center;">コンドホテル</h3> <ul style="list-style-type: none"> ● ホテル施設を1室またはヴィラ単位で個人オーナーに分譲 ● その上で、ホテル運営会社がオーナーから借り上げて一般の利用客に提供するホテル客室として運用 ● 客室の管理、修繕等に必要な経費を差し引いた上で、オーナーに賃料をペイバック ● 購入は利用目的だけでなく投資目的が含まれる 	<h3 style="text-align: center;">会員制ホテル</h3> <ul style="list-style-type: none"> ● 1室あたり10～20口程度に分割した口数の会員権を販売し、会員及びその紹介者・同伴者が優遇された条件で利用できるリゾートホテルの総称 ● ホテルの不動産所有権（土地も含む）を共有する場合と、利用権のみの場合がある ● 海外では、1室を1週間単位で購入するタイムシェアが主流 ● 購入は主に利用目的

コンドホテルの仕組み



出典：各種資料をもとに環境省作成

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成 30 年 6 月末時点）

	企業名	取組の概要
第1回締結(H28.11.28)		
1	九州旅客鉄道株式会社	<p>(1)大分・熊本パンフレットへの「阿蘇くじゅう」、鹿児島パンフレットへの「霧島錦江湾」国立公園掲載時の国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲載</p> <p>(2)大分・熊本・鹿児島地区への地域と一体となった観光素材の開発</p>
2	KNT-CT ホールディングス株式会社	<p>(1)ツアーオペレーションの円滑化に関わる支援 情報提供、ガイドサービス、用具レンタルの貸し出し等ワンストップサービスの提供のための拠点整備を支援する。</p> <p>(2)国立公園におけるツアーガイドの育成に関する支援 ツアー客や、個人客に対するプロのエコガイド(有料ガイド)の育成のための、知識や案内スキルの向上に関する研修提供、およびガイド予約オペレーションなどのノウハウ提供を行う。</p> <p>(3)国立公園および周辺域を観光ルートとした訪日旅行商品の造成 当社グループが展開する訪日客向けバスツアー商品や宿泊プラン商品の造成販売を行う。</p> <p>(4)店頭および web サイト、その他自社メディアによる PR 大都市圏に展開する当社グループの店頭でのポスター掲出やパンフレットの配架、特定国立公園の PR ディスプレイ、商品販売サイトで特集ページ制作、クラブツーリズムが発行する「旅の友」等の自社メディアでの国立公園特集などを行う。</p>
3	サントリーホールディングス株式会社	<p>(1)企業およびブランド HP 上における国立公園の魅力発信</p> <p>(2)「サントリー天然水」ブランド消費者キャンペーン実施時の「南アルプス」「大山隠岐」「阿蘇くじゅう」各国立公園との連動検討</p> <p>(3)サントリー天然水工場(南アルプス・奥大山・九州)見学と隣接国立公園エリア周遊ツアーの組み合わせパッケージ展開検討</p>
4	株式会社 ジェイティービー	<p>(1)自社媒体を活用した国立公園における旅行情報の情報発信</p> <p>(2)国立公園における着地型商品開発・流通促進</p> <p>(3)EV 車の利用促進による旅行者の周遊促進</p> <p>(4)国立公園における観光地経営に向けた日本版 DMO 形成・運営支援</p> <p>(5)国立公園におけるガイド育成等の人材育成への取組み</p>
5	四国旅客鉄道株式会社	<p>(1)当社広報誌において、国立公園の情報を定期的に取り上げる。</p> <p>(2)当社主催の旅行商品や割引きっぷ設定の際、着地が国立公園となるものについて、パンフレット上で国立公園である旨がわかるように明示する。</p> <p>(3)当社が設定する外国人向け割引きっぷのチラシにおいて、地図に国立公園の位置がわかるように明示するほか、掲載する観光地の写真についても国立公園である旨を明示する。</p> <p>(4)当社ホームページ上で、「国立公園オフィシャルパートナー」である旨を明示し、国立公園HPにリンクを張る。</p>

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成30年6月末時点）

6	全日本空輸株式会社	<p>(1)当社が所有するインターネットサイトにて、国立公園の魅力を紹介するホームページ等を作成し、世界中の顧客に周知する。</p> <p>(2)ホームページと連携して、当社が所有するメディア（機内誌、機内視聴映像）等で、国立公園の魅力を紹介する。</p> <p>(3)当社所有以外のメディアも含め、外国人に対する訪日旅行紹介をする際は、国立公園の紹介を意識して行う。</p> <p>(4)当社グループ旅行会社にて、国立公園を訪問するツアーを企画し、参加者を募集する。（日本人向けでは実績あり。外国人向けツアーは、すでに手配実績はあるが、今後は外国人向け旅行企画を行い、海外の旅行代理店など通じ販売を行う）</p>
7	東海旅客鉄道株式会社	<p>(1)当社が実施あるいは関係する観光キャンペーンのうち、国立公園と関連するものの宣伝展開等における国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの使用</p> <p>(2)インバウンド向け周遊きつぷの宣伝展開等における国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの使用</p>
8	西日本旅客鉄道株式会社	<p>(1)観光利用告知PRパンフレットに国立公園の情報及び国立公園オフィシャルロゴマークの掲載 制作予定 各年度 英語版、韓国語版、繁体 bvgb 字版、簡体字版を各2万部程度 年2回作成 配布箇所 海外旅行博、海外旅行会社店舗、関西空港駅等</p>
9	日本航空株式会社	<p>(1)JAL グループ機内誌での紹介</p> <p>(2)JAL 機内ビデオ(国際線、国内線)での紹介</p> <p>(3)JAL Web サイトでの紹介</p> <p>(4)国立公園を活用した旅行商品の造成</p>
10	株式会社日本旅行	<p>(1)国内募集型企画旅行「赤い風船」パンフレット(観光型)、及び訪日外国人旅行者向け「Red Balloon Travel Kit for Japan」パンフレットにて、掲載する観光地が含まれる国立公園名を観光地名と共に記載。</p> <p>(2)情報を掲載した商品パンフレットには、国立公園オフィシャルパートナーロゴマークを掲載</p> <p>(3)Web ページにおいて、国立公園を紹介する専用ページを作成</p>
11	東日本旅客鉄道株式会社	<p>(1)営業エリア内にある国立公園の魅力を発信する。</p> <p>(2)営業エリア内の国立公園に向けた国内外からの旅行需要を喚起する。</p>
12	株式会社山と溪谷社	<p>(1)山と溪谷社の発行、運営する単行本、雑誌、web サイトで国立公園の魅力と適切な楽しみ方を紹介する。</p> <p>(2)前項と合わせて、国内外の国立公園の来訪者に資することを目的に山と溪谷社が有する情報資産やネットワークを生かした施策プランを企画し、制作、イベント開催等を通じて情報発信業務を行っていく。</p>

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成30年6月末時点）

第2回締結(H29.3.29)		
1	エクスポート・ジャパン株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 「japan-guide.com」サイトにおける日本の国立公園 PR の強化 (2) 「japan-guide.com」サイト訪問者に対するの国立公園に関するアンケート調査実施 (3) 環境省が必要とする「japan-guide.com」サイト内掲示板情報の抽出
2	SG ホールディングス株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 「手ぶら観光」促進による訪日外国人利用者の利便性向上に向けた物流面での支援 (2) ホームページ・其他媒体を活用し国立公園の魅力を発信
3	小田急電鉄株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 発売する周遊きっぷの宣伝展開等における国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの使用 (2) 外国人旅行センターにおける国立公園関連資料の掲出、配布
4	一般財団法人休暇村協会	<ul style="list-style-type: none"> (1) 国立・国定公園等に立地する全国37か所の休暇村において、自然公園地域の振興及び自然とのふれあい増進に関わる各種事業の展開 (2) 事業特性を最大限活用し、各国の観光関連機関への定期的な訪問、商談会等において、国立公園の魅力を積極的に発信 (3) 各国の現地担当者へ宿泊・体験を提案する打合せ(市場調査)において、国ごとのニーズに合った旅行を提案し、実施後は利用者の声を関係各所と共有 (4) 作成する外国人向けの各種印刷物、他言語WEBサイト等において、国立公園の魅力を発信 (5) 国立公園の魅力に触れる様々な体験プログラムを、地域の関係各所と連携し、造成 (6) オフィシャルパートナーロゴマークを積極的に活用
5	シダックス株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) シダックスグループが発行するフリーペーパーにおいて、国立公園の魅力を国内外に発信 (2) 会社の有するオウンドメディア(WEB、英語版)において、国立公園の魅力を国内外に定期的に発信 (3) アライアンス企業に対し国立公園の魅力を発信し、並びにPR協力を要請
6	首都高速道路株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 発行する情報誌において、国立公園エリアの観光スポット等を紹介する際、国立公園オフィシャルパートナーロゴマークや国立公園名を掲載 (2) ホームページ等で、「国立公園オフィシャルパートナー」である旨を明示するとともに、国立公園のホームページを紹介するバナーを掲載 (3) 発行する地図等において国立公園名及び国立公園の位置を明示 (4) パーキングエリアでの利用促進イベントに際し、国立公園の魅力等を発信

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成30年6月末時点）

7	中部国際空港株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) ホームページ上で、「国立公園オフィシャルパートナー」である旨を明示し、国立公園を紹介 (2) 国立公園オフィシャルパートナーロゴマークを掲載(ホームページ等) (3) 旅客ターミナルビル内に、中部圏内の国立公園 PR パンフレット等を配架、ポスターを掲示
8	東京国際空港ターミナル株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 羽田空港国際線ターミナル内でのPR媒体等を活用した情報発信 (2) ウェブサイト等を活用した情報発信
9	東武鉄道株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 訪日外国人観光客向け旅行ガイドブックや甲のホームページ、SNS 等の媒体、世界旅行博への出展等を通じて、海外に向けて国立公園の魅力を発信 (2) 国立公園と関連する企画商品や宣伝広告物に国立公園と分かる表記及び国立公園オフィシャルパートナーロゴマークを掲載 (3) 国立公園及び周辺地域の利用者拡大に向け、現地発着ツアー等による利用需要の喚起と、宿泊施設等の整備による受け入れ態勢を強化 (4) 日光国立公園、日光・鬼怒川エリアの交通案内サイン、デザインの統一や日光エリアバスロケーションサービスの導入
10	東武トップツアーズ株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 国立公園が含まれる自社商品(「FEEL」、「東武旅倶楽部」等)に、国立公園オフィシャルパートナーロゴマーク(以下「ロゴマーク」という。)を掲載 (2) 事務局の一部を担う一般社団法人 DMO 日光において「日光国立公園」と連携した観光施策を策定及び実施 (3) SNS やブログなどの媒体を通じ、海外に向けて国立公園の情報を発信 (4) 東武鉄道新型特急リバティを利用した日光国立公園への新商品を造成し、ロゴマークを掲載
11	中日本高速道路株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) NEXCO中日本グループの広報媒体等での国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲出及び情報提供 (2) サービスエリアでの国立公園に関する情報提供 (3) NEXCO中日本グループが実施するキャンペーン及びイベント等での国立公園に関する情報提供
12	成田国際空港株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 成田国際空港内での PR 映像放映、ポスター掲出・パンフレット設置等による国立公園プロモーション (2) ウェブサイトにおける国立公園の魅力を発信
13	西日本高速道路株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 運営するウェブサイトでの国立公園の紹介 (2) グループ発行誌での国立公園の紹介 (3) サービスエリア・パーキングエリア施設における国立公園の紹介 (4) 実施する各種キャンペーン企画における国立公園の紹介
14	日本空港ビルディング株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 羽田空港国内線ターミナル内でのPR媒体等を活用した情報発信 (2) ウェブサイト等を活用した情報発信

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成 30 年 6 月末時点）

15	阪神高速道路株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 発行する広報誌において国立公園に関連する情報を掲載 (2) パーキングエリア等において、国立公園に関するパンフレット等を配架 (3) ホームページ上で「国立公園オフィシャルパートナー」である旨を明示し、環境省の国立公園ホームページへのリンクを設定
16	東日本高速道路株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) サービスエリア等における資料の配置等、国立公園の魅力を発信するための情報提供を実施 (2) 広報媒体の刊行等に際して、地図上に国立公園の位置を明示する等、順次国立公園の情報発信を展開 (3) 催事に際して、国立公園を有する地域や国立公園の魅力発信の取組等と広く連携
17	本州四国連絡高速道路株式会社	<ul style="list-style-type: none"> (1) 運営するウェブサイトでの国立公園の紹介 (2) 発行誌での国立公園の紹介 (3) サービスエリア・パーキングエリア施設における国立公園の紹介 (4) 実施する各種イベント企画における国立公園の紹介
18	株式会社モンベル	<ul style="list-style-type: none"> (1) 「モンベルクラブ・フレンドフェア」にて、環境省が国立公園を PR するためのブースを無料で設置 (2) 会報誌やホームページにおいて、モンベルフレンドエリアやイベント開催地での国立公園を楽しむ方法を紹介 (3) モンベル・アウトドア・チャレンジを国立公園内で開催し、国立公園への誘客及び PR (4) 海外のモンベル店舗にて日本の国立公園を PR
19	株式会社ヤママップ	<ul style="list-style-type: none"> (1) YAMAP の地図カテゴリー「国立公園」の欄に、国立公園の名称と区域を追加 (2) 登山にフォーカスをあてた国立公園の楽しみ方の記事を、YAMAP にて作成し YAMAP のオウンドメディアで配信や Facebook アカウント、専用メルマガにて配信 (3) 国立公園をテーマにしたフォトコンテストを実施 (4) 国立公園利用者へ満足度調査等を実施

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成 30 年 6 月末時点）

第 3 回締結(H30.06.11)		
1	株式会社オールアバウト	<p>(1) 国立公園満喫プロジェクトの国立公園外国人利用者 1000 万人達成に向け、外国人ユーザーに対し全 34 か所の各国立公園の魅力を弊社日本情報総合サイト「All About Japan (allabout-japan.com)」や SNS を通じて情報発信を行う。</p> <p>(2) 最重点市場となっている欧米豪ユーザーに対する情報接点をさらに拡充するため、発信言語は英語で行い、All About Japan 所属のネイティブ編集者が当該全記事の企画、執筆を担当する。</p> <p>(3) 弊社が受託する JNTO や地方運輸局、自治体のインフルエンサー／ブロッガー招請事業において国立公園を訪問するコースを盛り込み、インフルエンサーやブロッガー自身のアカウントだけでなく、All About Japan サイトおよび公式 SNS アカウントにおいても拡散を図る。</p>
2	株式会社 鹿児島銀行	<p>霧島錦江湾国立公園における以下取組を実施。</p> <p>(1) 宿泊施設等へのファイナンスなどの新たな観光客を呼び込む施設整備の支援。</p> <p>(2) 地域の事業者等との協働による観光商品の開発。</p> <p>(3) 事業者への多言語対応、決済システム導入及び消費税免税対応等の外国人観光客の受入環境整備の支援。</p> <p>(4) 環境保全に向けた植樹活動の実施。</p> <p>(5) 当行プロモーションツール(ホームページ、情報マガジン「九州 FG Magazine」、LINE 公式アカウント等)を活用した国立公園の情報発信。</p> <p>(6) 当行ホームページ等における国立公園オフィシャルパートナーである旨の明示及び国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲載。</p>
3	株式会社九州フィナンシャルグループ	<p>(1) 当グループの肥後銀行並びに鹿児島銀行が取り組む国立公園満喫プロジェクトを有機的に支援する。</p> <p>(2) 当社ホームページ等において国立公園オフィシャルパートナーである旨を明示し、国立公園オフィシャルパートナーロゴマークを掲載する。</p>
4	近鉄グループホールディングス株式会社	<p>伊勢志摩国立公園、吉野熊野国立公園における以下取組を実施。</p> <p>(1) 地元自治体などと連携し、両国立公園への誘客プロモーションや観光資源の発掘を実施する。</p> <p>(2) 当社グループ会社が実施する伊勢志摩、吉野エリアの宣伝広告などに、国立公園オフィシャルパートナーロゴマークを掲載する。</p> <p>(3) 海外旅行博への出展、ファムトリップの実施などを通じて、訪日外国人観光客誘客に向け、両国立公園の魅力を発信する。</p> <p>(4) 宣伝広告や旅行商品造成などを通じて、首都圏、関西圏及び中京圏で、両国立公園の魅力を発信する。</p>

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成30年6月末時点）

5	株式会社スノーピーク	<ul style="list-style-type: none"> (1) 国立公園内におけるグランピング等の高付加価値かつ環境負荷の少ない宿泊の提供及びその支援。 (2) 国立公園統一マーク又は国立公園の自然等をモチーフにしたアウトドアの限定製品の販売による国立公園の認知度及び関心の向上。 (3) 当社ホームページに国立公園オフィシャルパートナーである旨の明示及び国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲載。
6	株式会社スペースキー	<ul style="list-style-type: none"> (1) アウトドア特化 3WEB メディア(キャンプ・山・釣り)、キャンプ場検索サイト及びアウトドアに特化したキュレーションアプリを使い、国立公園の魅力発信を行いアウトドアユーザーへ国立公園の認知拡大と興味関心の促進を図る。 (2) キャンプ場検索予約サイト「なつぷ」で国立公園・国定公園内の野営場を紹介し、予約受付をすることで送客を行う。当予約サイトの多言語化を計画しており、海外からの送客も見込む。 (3) アウトドア従業者に対し、国立公園利用活性化への気運醸成、野営場の運営・設備改善の改善提案を行う。
7	株式会社そとあそび	<ul style="list-style-type: none"> (1) プロが厳選した全国のアウトドアレジャーを紹介する、弊社運営サイト「そとあそび」において、国立公園内にあるアウトドアレジャーの特集ページを開設する。 (2) 上記「そとあそび」のオウンドメディアである「SOTOASOBI LIFE」において、日本の国立公園を特集記事で紹介する。 (3) 国立公園において、レジャー及びツアー等の予約を、弊社予約台帳システムの「ウラカタ」により一元管理を行う。 (4) 同取組につきそとあそびのコーポレートサイトにて、そとあそびが「国立公園オフィシャルパートナーである旨の明示」と「パートナーのロゴマーク掲載」等を通じ積極的な広報を行う。
8	株式会社ティ・エ・エス	<ul style="list-style-type: none"> (1) 運営するWebサイト「ZEKKEI Japan」にて、国立公園の”スポット”を作成、国立公園オフィシャルパートナーロゴマークも掲載し、海外にPRする。 (2) 運営するWebサイト「ZEKKEI Japan」のFacebookページにて、国立公園の”スポット”ページをPRする。 (3) 海外旅行会社のファムトリップ時に、旅行会社の選定および、キーマンの招致を支援する。 (4) 国立公園および周辺地域を観光ルートとした訪日旅行商品を造成し、海外旅行会社へ提案・販売を行う。

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成 30 年 6 月末時点）

9	東京カメラ部株式会社	<p>(1) 国立公園でのイベント(例;インスタミート)やキャンペーン(例:フォトコンテスト)の企画、参加者招聘/募集、運営業務サポート。</p> <p>(2) 東京カメラ部が持つ写真家のネットワーク(東京カメラ部 10 選やフォトコンテスト入賞者)による撮影ポイントの発見・改善提案や、写真撮影。</p> <p>(3) 東京カメラ部/分室でのソーシャルメディアアカウント(Facebook、Instagram、Twitter)における、国立公園での写真の投稿やシェアによる情報発信・拡散。</p> <p>(4) 東京カメラ部ホームページ等における国立公園オフィシャルパートナーである旨の明示及び国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲載。</p>
10	特定非営利活動法人 Nature Service	<p>(1) 自然体験の入り口となる施設を都心に準備することを提言、および具体的な実現に至るまでの支援を行う。</p> <p>(2) 自然体験を通じて、人々が心身の健康を増進するため、日本の自然環境を活用した国民運動を提言する。</p> <p>(3) 通年施策として、以下の手法で継続的な情報発信を行い、年度予算に縛られることなく、国立公園の国内外への露出を増やし、創客につなげる。</p> <p>① オウンドメディア「NATURES.」 http://natures.natureservice.jp/ 国立公園のオフィシャルパートナーやレンジャーと連携し、自然公園の魅力を訴求する記事(日英)を継続的に発信し、自然体験のきっかけになることを目指す。</p> <p>② Nature Service Archives http://archives.natureservice.jp/ 自然の映像を高画質で撮りためる活動を継続的に行う。 (2018/05/28 時点で 17 ヶ所、合計約 1530 分の映像あり) 撮影後はアーカイブし、国内外のテレビ局や映像作家への無償提供を行う。</p> <p>(4) Nature Service ホームページにおける国立公園オフィシャルパートナーである旨の明示及び国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲載。</p>
11	公益社団法人 日本アロマ環境協会	<p>(1) 環境カオリスト検定についての情報発信の場である「環境カオリスト公式 SNS」にて国立公園の写真投稿と共に魅力を紹介。</p> <p>(2) 環境カオリスト検定テキストでの国立公園の紹介。</p> <p>(3) 主催イベントでの国立公園に関する資料配布などを通じ、魅力を紹介。</p>

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成 30 年 6 月末時点）

12	<p>日本山岳救助機構 合同会社</p>	<p>(1) 当社の HP、メルマガ、Facebook 等の web メディア、印刷媒体「jRO 通信」、講演会、講習会等で国立公園内における登山の魅力を訴求するとともに、山岳遭難防止の心構えや装備、万一遭遇した場合の対応(応急措置・救助)を啓発する。</p> <p>(2) 国立公園内の山小屋等に、遭難者担送のための「レスキュー担架」を無償で配備する。</p> <p>(3) 国立公園内におけるインバウンド登山者の増加に対応し、同者に対しての安全登山の啓発をおこなう。特に極めて不十分な登山装備や経験不足、また急な思い付きで登山をする海外登山者に対し、それらによる登山の危険性を認知させ無謀登山の減少を啓発する。このため特に多数を占める英語・中国語(簡体/繁体)・韓国語の各語圏用 3 種の啓発リーフレットを作成し、国立公園内のしかるべき施設(インフォメーションセンター。ビジターセンター・観光案内所・主要山小屋等)に設置する。リーフには登山届用紙も添付する。</p>
13	<p>一般社団法人日本旅行業協会</p>	<p>(1) ツーリズム EXPO ジャパンなどにおける観光関係者に向けての情報発信(国立公園に関する資料等配布・セミナーの実施など)。</p> <p>(2) 会員会社向けのセミナーの実施(観光資源としての国立公園をテーマとするセミナーの実施等)。</p> <p>(3) 三陸復興国立公園・みちのく潮風トレイルを活用した観光交流の振興を目的とする実地研修「JATA の道プロジェクト」の実施(平成 32 年度まで実施予定)。</p>
14	<p>株式会社肥後銀行</p>	<p>阿蘇くじゅう国立公園における以下取組を実施。</p> <p>(1) 環境・水質・草原保全に向けた銀行行員による棚田耕作、森林植樹、野焼ボランティア。</p> <p>(2) 農林業や草原を活用した畜産業振興のための阿蘇世界農業遺産基金への寄付。</p> <p>(3) 魅力発信スポーツイベントの実施。</p> <p>(4) Web サイト「かせするもん」「おるとくまもと」での魅力発信</p> <p>(5) 熊本県内の日本版 DMO「くまもと DMC」と連携した着地型旅行商品の造成・販売及び外国人観光客の受入環境整備支援。</p> <p>(6) 新たな観光客を呼び込む施設の整備支援。</p> <p>(7) ホームページ等における国立公園オフィシャルパートナーである旨の明示及び国立公園オフィシャルパートナーロゴマークの掲載。</p>

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成30年6月末時点）

15	株式会社プリンスホテル	<p>(1) 魅力発信活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 訪日外国人観光客及び国内観光客をターゲットとした、当社ホームページ、メールマガジン、会報誌に国立公園の紹介やリンクを貼るとともに、ホームページおよび国立公園と関連性のあるホテルの企画商品や宣伝広告物に、国立公園オフィシャルパートナーロゴマークを掲載する。 ② 各ホテル、海外セールスオフィス、商談会等の外部主催イベントで国立公園に関する案内配布などを通じて、訪日外国人観光客及び国内観光客を対象に国立公園の魅力を紹介する。 <p>(2) 魅力体験活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 国立公園の散策や、座学と体験を組み入れた環境テーマ型の旅行商品の企画を行う。 ② 子供をターゲットとした、当社の知育プログラム(こども応援プロジェクトや西武塾等)で国立公園をテーマとしたイベントを行う。
16	株式会社 Voyagin	<p>(1) 国立公園満喫プロジェクトに認定されている8公園(以下8公園)において、外国人プロフェッショナルによる現地調査を実施した上で、外国人旅行者向けの体験プログラムの開発・造成を行う。</p> <p>(2) 販売した体験から実績・ユーザーデータを取得することで、既存プログラムの磨き上げと、新規体験プログラム造成の仮説出しに活用していく。</p> <p>(3) 外国人観光客から満足度の高いガイド・通訳案内士の知見を活用することで、ツアーの質の向上とガイド・通訳案内士の人材育成を目指す</p>
17	株式会社 MATCHA	<p>(1) 企業サイトにおいて「国立公園オフィシャルパートナー」である旨を明示し、国立公園HPのリンクを掲載。</p> <p>(2) 運営するメディア「MATCHA」に「国立公園カテゴリ」を設け、該当コンテンツへのアクセスを促進。</p> <p>(3) 運営するメディア「MATCHA」にて国立公園を紹介。</p> <p>(4) 運営するFacebookページにおいて、Facebookページ「National Parks of Japan」の情報や投稿をシェア。</p>

国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム企業等一覧（平成30年6月末時点）

18	株式会社 Wonder Wanderers	<p>(1) 国立公園で弊社移動型アウトドアホテル事業「旅するアウトドアホテル”The Caravan”」を開催。（年内2箇所予定）</p> <p>本事業は日本の自然の魅力や観光資源を、自然と縁遠い富裕層やインバウンドに訴求するもの。国立公園での開催を通して、国立公園と縁遠い客層への体験機会の提供、ならびに認知やブランディングに貢献する。</p> <p>(2) 「国立公園オフィシャルパートナーシップ」ロゴをオウンドメディアならびに SNS、パンフレット、メディア・コミュニケーションへの使用・掲載。ウェブサイトやフェイスブック、プレスリリースを通してロゴの露出機会を設ける。</p>
----	-----------------------	---

国立公園別訪日外国人利用者数推計値等

当推計は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」の調査票情報を利用し、算出したもの。
 「訪日外国人消費動向調査」は国籍・地域毎に回収目標数の抽出率が異なるため、母集団構成に合わせることを目的として、平成28年より、四半期別および国籍・地域別ウェイトバック集計を行う方法に見直した。(平成27年分も再計算している。)

公園名	訪日外国人数								
	H27		H28		H29【暫定値】				
	推計実利用者数 *1(千人)	標準誤差率 (%)	推計実利用者数 *1(千人)	標準誤差率 (%)	推計実利用者数 *1(千人)	前年増減 (%)	標準誤差率 (%)	アジア系 (%)	欧米系 (%)
1 利尻礼文サロベツ	5	31.6%	14	21.1%	10	-29.7%	26.9%	80%	20%
2 知床	21	15.4%	28	14.5%	20	-27.3%	18.7%	98%	2%
3 阿寒摩周	63	8.9%	58	10.2%	57	-2.4%	11.2%	94%	6%
4 釧路湿原	34	12.0%	27	15.0%	39	44.1%	13.5%	79%	21%
5 大雪山	64	8.8%	83	8.5%	60	-27.2%	10.9%	89%	6%
6 支笏洞爺	688	2.6%	827	2.7%	901	9.0%	2.8%	95%	4%
7 十和田八幡平	7	26.7%	22	16.6%	19	-14.4%	19.5%	95%	5%
8 三陸復興	10	22.4%	16	19.2%	15	-4.5%	21.6%	85%	15%
9 磐梯朝日	0.5	100.0%	4	39.4%	9	136.8%	27.4%	69%	9%
10 日光	190	5.1%	241	5.0%	271	12.6%	5.1%	58%	27%
11 尾瀬	-	-	2	53.2%	-	-	-	-	-
12 上信越高原	214	4.8%	265	4.7%	322	21.7%	4.7%	84%	12%
13 秩父多摩甲斐	19	16.2%	22	16.5%	10	-54.7%	26.7%	90%	10%
14 小笠原	-	-	0	133.5%	-	-	-	-	-
15 富士箱根伊豆	2,341	1.4%	2,577	1.4%	2,580	0.1%	1.6%	82%	13%
16 中部山岳	338	3.8%	351	4.1%	382	8.7%	4.3%	62%	30%
17 妙高戸隠連山	8	24.2%	6	32.5%	13	116.7%	23.4%	46%	22%
18 白山	3	40.8%	1	66.3%	2	53.1%	68.3%	66%	34%
19 南アルプス	-	-	1	93.6%	2	118.0%	57.2%	100%	-
20 伊勢志摩	33	12.2%	61	9.9%	76	24.1%	9.7%	76%	14%
21 吉野熊野	53	9.7%	59	10.1%	67	12.9%	10.3%	84%	16%
22 山陰海岸	32	12.4%	50	10.9%	43	-13.1%	12.8%	65%	29%
23 瀬戸内海	296	4.1%	310	4.0%	387	24.7%	4.3%	61%	27%
24 大山隠岐	6	28.9%	14	20.8%	11	-21.8%	25.5%	71%	29%
25 足摺宇和海	0.5	100.0%	5	35.4%	5	-2.8%	38.3%	45%	-
26 西海	55	9.5%	74	9.0%	56	-24.7%	11.3%	58%	32%
27 雲仙天草	28	13.2%	29	14.4%	25	-13.2%	16.8%	79%	11%
28 阿蘇くじゅう	682	2.7%	675	2.9%	926	37.2%	2.7%	99%	1%
29 霧島錦江湾	71	8.3%	79	8.7%	129	62.7%	7.4%	96%	2%
30 屋久島	10	22.4%	17	19.0%	25	47.7%	16.8%	43%	14%
31 奄美群島					6	-	35.0%	84%	16%
32 やんばる			-	-	-	-	-	-	-
33 慶良間諸島			-	-	-	-	-	-	-
34 西表石垣	12	20.4%	14	20.8%	14	-1.5%	22.7%	51%	30%
合計(選定された8公園)	1,052	-	1,150	-	1,488	29.4%	-	89%	7%
合計(各公園計)	5,284	0.8%	5,932	0.9%	6,482	9.3%	0.9%	83%	12%
合計(実利用者数)	4,902	0.9%	5,457	0.9%	6,001	10.0%	1.0%	85%	11%
訪日外客数全体 *2	19,737	-	24,039	-	28,691	19.4%	-	-	-

- …選定された8公園
- …年ごとの上位10公園
- …参考値 *3

(推計値についての注意点)

*1 推計実利用者数: 当該国立公園を訪れた実際の利用者数の人数。1人の利用者が同一公園内の複数地点を利用しても1人と数える。また、合計(選定された8公園)及び合計(各公園計)は、1人の利用者が2つの公園を訪れると2人と数え、合計(実利用者数)は、1人の利用者が複数の公園を訪れても1人と数える。千人単位で四捨五入している。

*2 訪日外客数全体: 出典: 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」 ※平成29年1月-10月の数値は暫定値、11月、12月の数値は推計値。

*3 標準誤差率が30%以上の公園については、サンプル数が少なく信頼性が低いので、参考値とする。取り扱いには十分注意し、転載や二次使用する際には、信頼性の低い参考値であることを明記し、その旨を理解して使用すること。

※「慶良間諸島国立公園」及び「やんばる国立公園」は、「訪日外国人消費動向調査」の訪問地選択肢コードに該当する地点が無かったため、推計対象外。

※平成27年データの「尾瀬国立公園」「小笠原国立公園」「南アルプス国立公園」、平成29年データの「尾瀬国立公園」「小笠原国立公園」は、標本数が0(欠損)のため推計不可として扱った。

国立公園満喫プロジェクト有識者会議
委員名簿

<敬称略・五十音順>

【学識者】

ロバート キャンベル（国文学研究資料館長）

わくいしろう
涌井史郎（東京都市大学特別教授） ※座長

【観光関係者】

いししいたる
石井 至（有限会社石井兄弟社社長）

えざききく
江崎貴久（旅館海月女将、有限会社オズ代表取締役）

デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社社長）

ほしのよしはる
星野佳路（星野リゾート代表）

【ジャーナリスト・ライター】

のぞえ
野添ちかこ（温泉と宿のライター）