

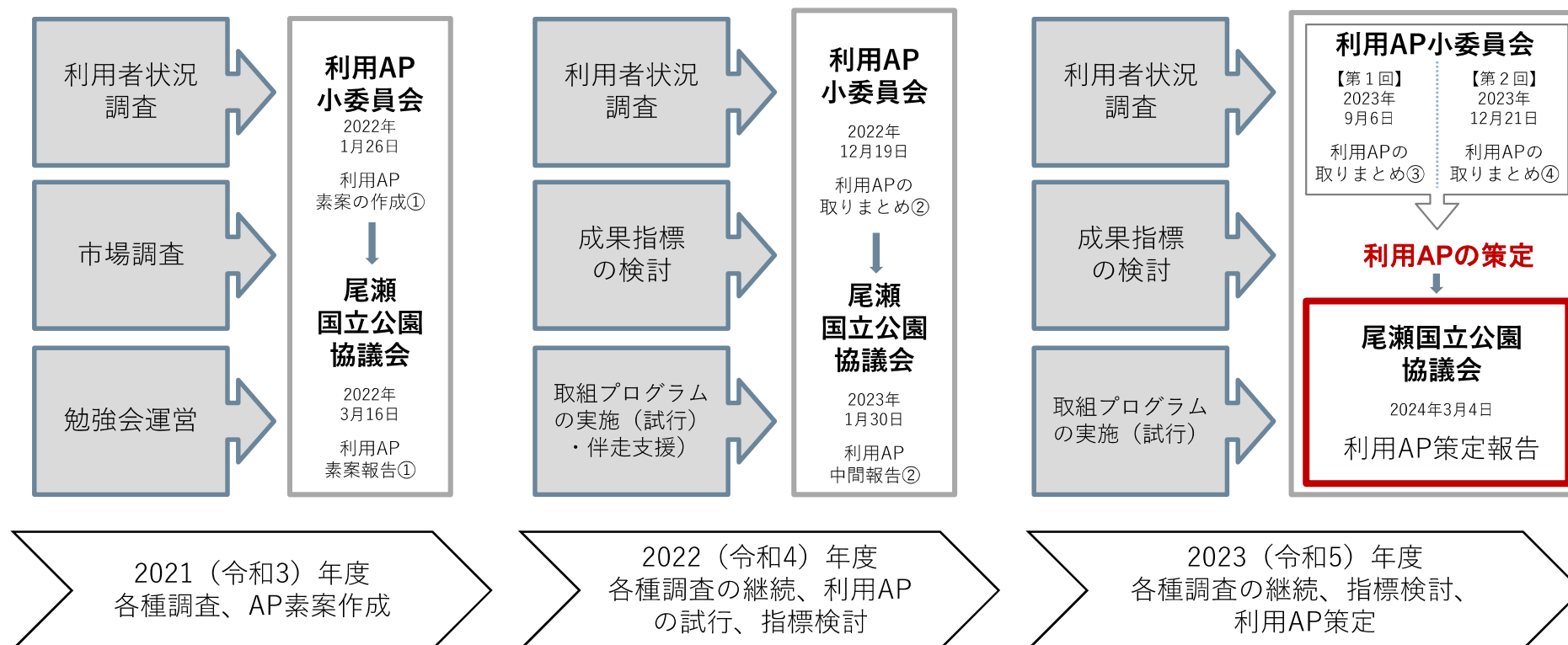
尾瀬国立公園利用アクションプランの策定について

尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会

■尾瀬国立公園利用アクションプランの策定スケジュール

■概要

- 策定主体 : **利用アクションプラン検討小委員会** ※尾瀬国立公園協議会には、検討結果を報告（素案・中間・策定報告）
- 試行・検討期間：2021（令和3）年度～2023（令和5）年度の3ヶ年
- 検討プロセス : 1年目（2021（令和3）年度）は、各種調査の実施、勉強会の開催及び利用APの素案を作成。
2・3年目（2022～2023（令和4～5）年度）は各種調査の継続実施、取組プログラムの試行、評価指標の検討及びこれらの実施結果を踏まえて利用APを精査・完成。
- 策定後の取扱 : **利用AP検討小委員会は解散。2024年度からは成果指標の達成度把握を行いつつ、尾瀬の利用促進を考える場として新たな会議体を検討。**



■尾瀬国立公園利用アクションプランの検討体制

- 以下関係者により構成される利用アクションプラン検討小委員会（委員長：関東地方環境事務所国立公園課長、事務局：関東地方環境事務所国立公園課）を設置し、利用APについて検討を実施。
- 有識者として、東京大学大学院農学生命科学研究科の山本清龍准教授にご助言いただいた。

尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会 設置要綱

（名称）

第1条 本会は、尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会（以下「小委員会」という）と称する。

（目的）

第2条 小委員会は、尾瀬国立公園の魅力向上と「保護と利用の好循環」の実現に向けた尾瀬国立公園利用アクションプラン（以下「AP」という）の検討を行うことを目的とする。

（所掌事項）

第3条 小委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- （1）APの検討に関すること。
- （2）その他前条の目的を達成するために必要な事項。

（構成）

第3条 小委員会は、委員長及び委員をもって構成する。

2 委員長は、関東地方環境事務所国立公園課長の職にある者をもって充てる。

3 委員は、別表の職にある者をもって充てる。

（運営）

第5条 小委員会は、委員長が招集する。

2 委員長は、必要に応じて小委員会に委員以外の者の出席を求めることができる。

3 委員長は、必要に応じて小委員会のもとにワーキンググループを設置することができる。

（議事等の公開）

第6条 小委員会の議事については、議事要旨を公開するものとする。

2 小委員会及びその配布資料については、原則として公開とするが、委員長の判断でその全部または一部を非公開とすることができる。

（事務局）

第7条 小委員会の事務局は、関東地方環境事務所国立公園課に置く。

附 則 この要綱は、令和3年7月27日から施行する。

この要綱は、令和3年12月2日から施行する。

	所属	役職
（委員長）	環境省 関東地方環境事務所 国立公園課	課長
	福島県 生活環境部 自然保護課	課長
	福島県 観光交流局 観光交流課	課長
	群馬県 環境森林部 自然環境課	課長
	群馬県 産業経済部戦略セールス局 観光魅力創出課	課長
	新潟県 環境局 環境対策課	課長
	新潟県 観光文化スポーツ部 観光企画課	課長
	檜枝岐村 観光課	課長
	南会津町 館岩総合支所 振興課	課長
	片品村 むらづくり観光課	課長
	魚沼市 産業経済部 観光課	課長
	南会津町 観光物産協会館岩支部	事務局長
	一般社団法人 片品村観光協会	事務局長
	一般社団法人 魚沼市観光協会	事務局長
	尾瀬山小屋組合	組合長
	東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部	尾瀬林業事業所長
	尾瀬ガイド協会 福島支部	支部長
	尾瀬ガイド協会 群馬支部	支部長
	尾瀬ガイド協会 新潟支部	支部長
	公益財団法人 尾瀬保護財団	事務局長

※所属及び役職については、利用AP 策定時点の名称を記載。

■尾瀬国立公園利用アクションプランの概要

みんなに愛され続ける尾瀬

新・尾瀬ビジョン

利用者

いつ来ても楽しく誰もがわくわくできる

地域

地域の人々が誇りを持っていきいきできる

生きもの

尾瀬本来の生き物がありのままに生きている

尾瀬利用アクションプラン

尾瀬を
楽しむ

尾瀬を
守る

成果指標

3年ごとに目標値を設定し、毎年、進捗を把握、取組（プログラム）の発展に活かす

尾瀬ファン創出プログラム

尾瀬ファンとの交流の場づくりや尾瀬の守る活動に参加する仕組みづくり

滞在・周遊促進プログラム

周遊や滞在を促進し、楽しみながら保護につながるようなプログラムの造成

魅力向上プログラム

尾瀬の豊かな自然環境を感じられるよう、情報案内機能の向上や滞在空間の上質化を促進

脱炭素・循環型公園プログラム

尾瀬を成立させている寒冷な自然環境を持続していくために脱炭素・循環型公園形成のための取組を実施

シビックプライド形成プログラム

地元の方々の尾瀬に対する愛着や誇りを持てる機会を提供

魅力的プロモーション 実施プログラム

尾瀬の価値を広く発信するためPR手段等の改善

尾瀬利用回数2回以上 & 守る活動への参加

ファン

尾瀬利用回数2回以上

リピーター

尾瀬利用回数1回

ビギナー

尾瀬を
楽しむ

尾瀬を
守る

尾瀬ファンベース戦略

楽しむ活動と守る活動の相乗効果を図る利用アクションプランの実行戦略。

利用者を3つ（ビギナー、リピーター、ファン）に分け、各利用者層に応じた取組（プログラム）を整備・実施する。

尾瀬国立公園利用アクションプラン 成果指標

目標

みんなに愛され続ける尾瀬

主な成果指標

尾瀬を
楽しむ

尾瀬関係の消費額

22年度 最大 9.3 億円
23年度 拡大推計 最大 16.2 億円
26年度 最大 23.4 億円 (目標)

尾瀬利用者の満足
7段階評価

22年度 6.27pt
23年度 6.12pt
26年度 6.45pt (目標)

尾瀬を
守る

守る活動への参加率

22年度 参加率 —
23年度 利用状況 31.6% ※
26年度 36.6pt (目標)

※「トイレチップの支払い」「ストックのキャップ着用」を含む全選択肢を対象とした守る活動の参加率は97.8%

来訪者数

22年度 +0.9万人
15.4万人 環境省
23年度 16.3万人
26年度 最大 20万人 (目標)

消費単価
(尾瀬内旅行消費)

22年度 +2,496円
7,989円 アンケート調査
23年度 10,485円
26年度 11,680円 (目標)

シカ対策
ボランティア参加者数

22年度 +56人
197人 関係者へヒアリング
23年度 253人
26年度 280人 (目標)

歩道維持
維持活動参加者数

22年度 +24人
0人 関係者へヒアリング
23年度 24人
26年度 200人 (目標)

外来種対策
ボランティア参加者数

22年度 +7人
26人 関係者へヒアリング
23年度 19人
26年度 63人 (目標)

トイレ
一人あたりの支払い額

22年度 -0.01円
49.14円 関係者へヒアリング
23年度 49.13円
26年度 63.00円 (目標)

宿泊数
(野営含む)

5万人 5.6万人 6.7万人 10,455円 14,087円 17,000円

日帰り数

10.4万人 10.7万人 13.3万人 3,941円 7,814円 9,000円

※R5 環境省・利用状況調査（アンケート）において保全活動への参加状況を集計。
守る活動への参加率は、「環境保全への寄付」「地域貢献型商品購入」「ごみ拾い」「ボランティア参加」「登山道整備」「外来植物除去」「トイレチップの支払い」「ストックのキャップ着用」のうち、「トイレチップの支払い」「ストックのキャップ着用」以外について参加した割合を示す。
なお、全選択肢を対象とした場合の参加率は97.8%であり、ほとんどの利用者はなんらかの形で守る活動に参加しているため、指標としては発展的に「トイレチップの支払い」「ストックのキャップ着用」を除外して設定。
※尾瀬を守る活動であるシカ対策、歩道維持、外来種対策、トイレは、新・尾瀬ビジョン「尾瀬を取り巻く自然的・社会的環境の主な変化」等より抽出。



ビギナー戦略

尾瀬を認知し、実際に訪問してくれる人を増やす



リピーター戦略

尾瀬ビギナーを再訪につなげる



ファン戦略

尾瀬を想う人を増やし、尾瀬の守り手に巻き込む

各取組の貢献評価

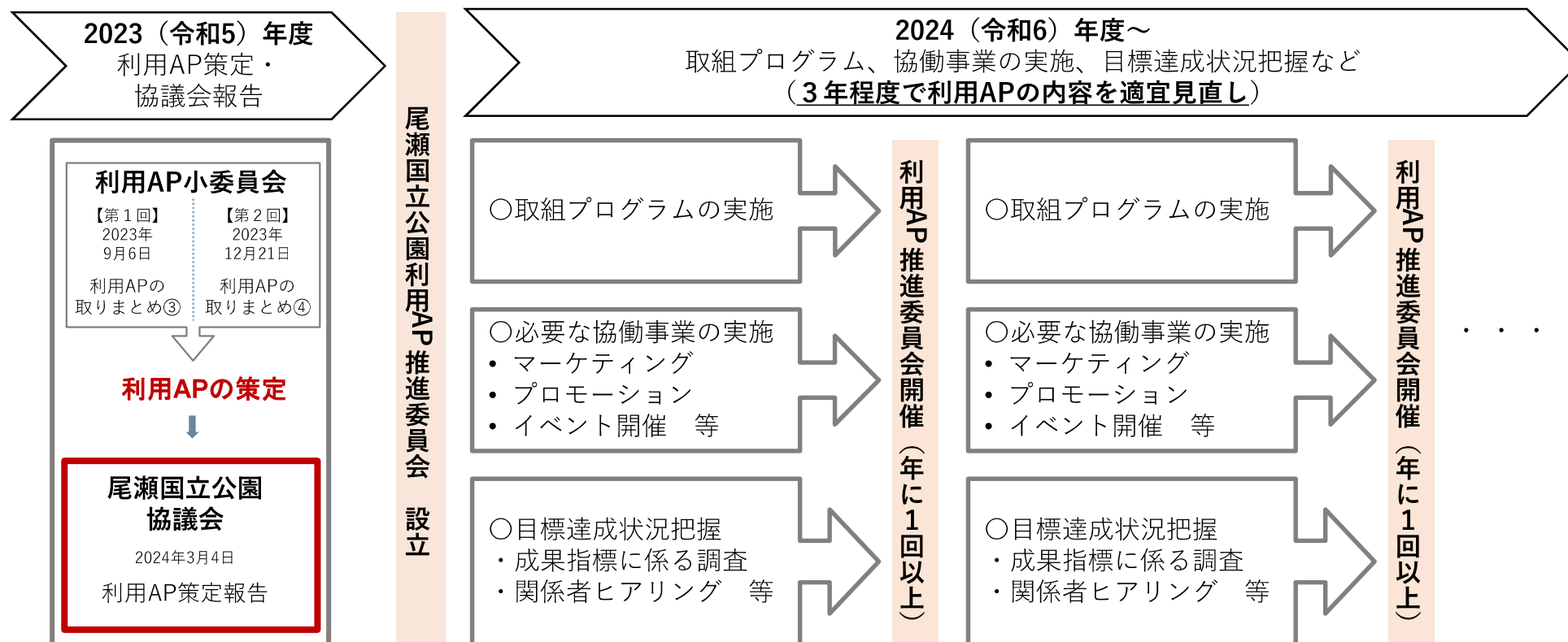
■2024（令和6）年度以降の利用アクションプラン進捗管理体制

■策定後の取扱

利用AP検討小委員会は解散。2024年度からは成果指標の達成度把握を行いつつ、**尾瀬の利用促進を考える場として新たな会議体を検討。**

■2024（令和6）年度以降の進捗管理体制案

- ・ **「尾瀬国立公園利用アクションプラン推進委員会」**（事務局：関東地方環境事務所）を新規設置予定（構成員は基本的に利用AP小委から引継ぐことを想定）。
- ・ 目標達成に向けて、引き続き構成員が主体となって必要な事業・調査等を実施し、利用APの進捗管理を行う。



尾瀬国立公園利用アクションプラン

2024(令和6)年2月29日

尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会

尾瀬国立公園利用アクションプラン

目次

1. はじめに	1
2. 尾瀬がめざす姿、利用アクションプランのコンセプト	3
3. 現状分析	5
(1) 活かしたい尾瀬の強み	5
(2) 尾瀬の利用状況	7
(3) 尾瀬の利用における課題と対応の必要性	42
4. 利用アクションプランの戦略	44
5. 指標設定	45
6. 取組（プログラム）の実施	48
7. 今後の進め方	52
(1) 進捗状況の評価	52
(2) 今後の方向性	52

別紙 1：各取組プログラムの実施状況一覧

別紙 2：各取組プログラムとファンベース戦略の関係

1. はじめに

(策定の背景)

- ・ 尾瀬国立公園は日本最大の山岳湿原である尾瀬ヶ原の湿原景観を中心に、長い年月によって育まれた多様な植物相を持ち、日本の自然保護運動が始まった象徴的な地域でもあります。
- ・ 本公園では、2008（平成 20）年に尾瀬関係者からなる尾瀬国立公園協議会が設置され、「みんなの尾瀬を みんなで守り みんなで楽しむ」を基本理念とする『尾瀬ビジョン』に基づいて国立公園の協働型管理が進められてきました。
- ・ 2018（平成 30）年には、同ビジョンが改訂された『新・尾瀬ビジョン「あなた」と創る「みんな」の尾瀬』に基づいて現在は取組が進められています。
- ・ 2019（令和元）年度からは『新・尾瀬ビジョン』を踏まえた国立公園の管理運営を進めるための検討が始まり、2022（令和 4）年には、尾瀬国立公園の魅力向上と質の高い利用の方向が示した『尾瀬国立公園管理運営計画書』が作成されました。
- ・ その間、新型コロナウイルス感染症の発生により、尾瀬を取り巻く社会的な環境が大きく変化し、尾瀬では入山者数が大幅に減少しました。
- ・ その結果、これまで地域が担ってきた利用施設の維持管理が困難となる状況も一部で生じ始めています。このままでは近い将来、尾瀬全体の管理水準が著しく低下し、国立公園としての適正な利用環境を利用者に提供できなくなることも考えられます。
- ・ そのため、尾瀬の利用状況を把握・分析することで尾瀬が抱える利用面の課題を整理し、その課題の解決に向けて、尾瀬の利用や管理に携わる地域の関係者が一丸となり、尾瀬国立公園の保護と利用の好循環を生み出す取組を実施していくことが必要となっています。

(策定の目的と位置づけ)

- ・ 以上の背景を踏まえて、尾瀬国立公園の魅力向上と質の高い利用を実現するために、『尾瀬国立公園利用アクションプラン（以下、「利用 AP」という）』を策定しました。
- ・ 利用 AP は『新・尾瀬ビジョン』が掲げる「尾瀬がめざす姿」の実現に利用面から寄与するために作成したプランであり、行動理念に基づく具体的なアクションも示しています。
- ・ 利用 AP では、利用形態である楽しむ活動と守る活動の相乗効果を図る戦略（通称：尾瀬ファンベース戦略（詳細は P44 後述））の実現に向けて、利用者を 3 つ（ビギナー、リピーター、ファン）に分け、各利用者層に応じた取組（プログラム）を実施しています。

(検討体制と検討プロセス)

- ・ 「尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会」を設置し、2021（令和3）年度から2023（令和5）年度の検討及び試行期間を経て、令和6年2月29日に策定しました。
- ・ 検討及び試行期間の1年目（2021（令和3）年度）は、各種調査の実施、勉強会の開催及び利用APの素案の作成を行い、2・3年目（2022～2023（令和4～5）年度）は各種調査の継続実施、取組（プログラム）の試行及びこれらの実施結果を踏まえた利用APの精査を行いました。
- ・ また、東京大学大学院農学生命科学研究科の山本清龍准教授に有識者としてご参画いただき、利用AP策定のプロセス全般にわたってご助言いただきました。

尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会 名簿

所属		役職
(委員長)	環境省 関東地方環境事務所 国立公園課	課長
	福島県 生活環境部 自然保護課	課長
	福島県 観光交流局 観光交流課	課長
	群馬県 環境森林部 自然環境課	課長
	群馬県 産業経済部戦略セールス局 観光魅力創出課	課長
	新潟県 環境局 環境対策課	課長
	新潟県 観光文化スポーツ部 観光企画課	課長
	檜枝岐村 観光課	課長
	南会津町 館岩総合支所 振興課	課長
	片品村 むらづくり観光課	課長
	魚沼市 産業経済部 観光課	課長
	南会津町 観光物産協会館岩支部	事務局長
	一般社団法人 片品村観光協会	事務局長
	一般社団法人 魚沼市観光協会	事務局長
	尾瀬山小屋組合	組合長
	東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部	尾瀬林業事業所長
	尾瀬ガイド協会 福島支部	支部長
	尾瀬ガイド協会 群馬支部	支部長
	尾瀬ガイド協会 新潟支部	支部長
	公益財団法人 尾瀬保護財団	事務局長

※有識者：東京大学大学院農学生命科学研究科の山本清龍准教授

※事務局：関東地方環境事務所国立公園課

※所属及び役職については、利用AP策定時点の名称を記載。

2. 尾瀬がめざす姿、利用アクションプランのコンセプト

- ・ 利用 AP は『新・尾瀬ビジョン』が掲げる「尾瀬がめざす姿」の実現に利用面から寄与するために作成するプランであり、その行動理念に基づく具体的なアクションを示すものです。
- ・ 『新・尾瀬ビジョン』では、自身や次世代を担う子どもにとって、20 年後（2038 年）の尾瀬がどうあってほしいかを考え、「尾瀬がめざす姿」を以下のように定めています。

尾瀬がめざす姿

みんなの財産である尾瀬をこれからも守り続けていくため、活かしたい尾瀬の強みを高めながら、3つの視点を大切に「**みんなに愛され続ける尾瀬**」を目指しましょう。

1. 「生きもの」の視点 尾瀬本来の生きものがありのまかに生きている
2. 「利用者」の視点 いつ来ても楽しく誰もがわくわくできる
3. 「地域」の視点 地域の人々が誇りを持っていきいきできる

- ・ そして、『新・尾瀬ビジョン』では、尾瀬がめざす姿を実現するために、以下の行動理念に基づき行動することを定めています。

行動理念

「みんなの尾瀬を みんなで守り みんなで楽しむ」

1. みんなの尾瀬
尾瀬の普遍の価値を広く発信し、尾瀬を愛する輪を広げていきましょう。
2. みんなで守る
かけがえのない尾瀬をみんなで守り育て、しっかりと次代に引き継いでいきましょう。
3. みんなで楽しむ
自然を損なわない楽しみ方を考えながら、みんなが訪れたくなる尾瀬にしましょう。

- ・ また、『新・尾瀬ビジョン』では「尾瀬の今後の方向性・必要な取組」について以下のようにまとめられています（内容一部抜粋）。

1. みんなの尾瀬

- 視点① 愛される尾瀬づくり（尾瀬のファンづくり、尾瀬で学ぶ機会の拡大）
- 視点② モデルとなる尾瀬づくり（先進的な取組の推進）
- 視点③ 尾瀬を育てる仕組みづくり
（多様な主体の参加と連携促進、担い手の育成、資金的サポートの呼びかけ）
- 視点④ 情報の効果的・効率的な発信（認知度の向上、情報の共有）
- 視点⑤ 尾瀬の現状把握（基本情報の収集）

2. みんなで守る

- 視点① 自然豊かな尾瀬づくり
（これまでの取組の継承、貴重な自然環境の保護、植生の荒廃対策、外来植物対策）
- 視点② 歴史・伝統・文化が息づく尾瀬づくり
（歴史・伝統・文化の保全、新しい歴史・伝統・文化の創造）
- 視点③ 野生動物との軋轢の解消
（ニホンジカによる被害の低減、ツキノワグマとの共存、新たな獣害への対応）
- 視点④ 科学的知見に基づく保全（調査研究の促進）

3. みんなで楽しむ

- 視点① 魅力あふれる尾瀬づくり（尾瀬の魅力向上）
- 視点② 幅広い楽しみ方の検討
（多様な利用方法の検討、エコツーリズムの促進、地域における利用の役割分担、滞在型・周遊型利用の促進）
- 視点③ 楽しむための土台づくり
（安全対策、施設の整備、ルール・マナーの検討、普及啓発、望ましい交通アクセスの検討）

- ・ 以上、『新・尾瀬ビジョン』の実現に利用面から寄与するためには、適正利用が自然保護へとつながる好循環の仕組みづくりが求められます。
- ・ 尾瀬が「自然保護の原点」であることも踏まえ、以下のように利用 AP のコンセプト（全体を通した基本的な考え方）を定めます。

利用アクションプランのコンセプト

「尾瀬を知り、楽しむことを通して、守ることへの協力をうながす」

3. 現状分析

- ・ ここでは、利用 AP のコンセプト「尾瀬を知り、楽しむことを通して、守ることへの協力をうながす」に沿って行動するために、現状分析を行い、尾瀬の強みを活かすための対応課題を整理します。

（1）活かしたい尾瀬の強み

- ・ 『新・尾瀬ビジョン』では、活かしたい尾瀬の強みとして、以下の7つがあげられています（内容抜粋、一部集約整理）。

1) 歴史・伝統・文化の魅力

- ・ 尾瀬には、長い歴史の中で息づいてきた伝統・文化が多くあります。
- ・ 新潟県魚沼市には、平安時代に旧湯之谷村で最期をとげたと言われる尾瀬中納言三郎の立像があり、昔から尾瀬との関わりがあったことがうかがえます。
- ・ 福島県檜枝岐村と群馬県片品村は、尾瀬を挟んで旅人が行き交う会津沼田街道の途中にあり、江戸時代には物資を運ぶ交易路となっていました。また、戊辰戦争の際に会津軍が築いた土塁跡が大江湿原に今も残っており、片品村戸倉には、会津軍と新政府軍が交戦した記録が残されています。
- ・ この他にも、尾瀬と結びついた歴史・伝統・文化に基づくストーリー（独自の神話、地名の由来など）が数多くあり、これらは今後磨き上げて発信していきたい尾瀬の魅力です。

2) 尾瀬が持つ普遍の価値

- ・ 雄大で豊かな自然が残る尾瀬は、見る人に美しさや心地よさ、くつろぎを感じさせてくれるなど、「みんな」にとって価値のあるものです。
- ・ 尾瀬は、寒冷な気温と豊かな降水量によって、変化に富んだ山岳地形がかたちづくられ、川や森、湿原など豊かな自然が見られます。
- ・ 8千年という長い年月をかけてつくられた湿原の泥炭には、過去の気候変動や浅間山や榛名山、遠くは九州の火山活動が保存記録されているなど、自然の博物館としても貴重な存在です。このように、自然的・文化的に特に価値が高いものとして特別天然記念物にも指定されています。
- ・ 2005（平成17）年には、「特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約（ラムサール条約）」に登録されるなど、様々な生きものが織りなす生態系も価値あるものです。

3) 自然保護の原点

- ・ 尾瀬はこれまで、度重なる開発の波にさらされてきました。1903（明治36）年、尾瀬にダムを建設する計画が初めて発表されてから、水力発電を進める国策と尾瀬の保存を求める考えの間で、長期にわたる議論がありました。1948（昭和23）年に尾瀬ヶ原全体をダム化する計画が持ち上がると、1949（昭和24）年には学者・文化人・登山家たちが、「尾瀬保存期成同盟」（今の「公益財団法人日本自然保護協会」）を結成し、日本の自然保護運動の先

駆けとなりました。

- ・ 尾瀬周辺の道路についても、1940（昭和 15）年に日光国立公園利用計画に会津沼田街道の車道化が位置付けられてから議論が続けられました。計画変更を経て、福島・群馬の両県による工事が進められましたが、全国的に自然保護の世論が高まり、尾瀬では 1971（昭和 46）年に平野長靖氏が環境庁（当時）長官に訴え、また「尾瀬の自然を守る会」が結成されるなどして道路計画の中止につながりました。
- ・ このように、今でも美しい尾瀬の魅力を私たちが感じることができるのは、先人たちの想いと取組があったからです。

4) ごみ持ち帰り運動発祥の地

- ・ 1972（昭和 47）年に、地元団体、山小屋組合などの関係機関、登山者有志や国立公園協会の提案によって環境省・地元 3 県（福島・群馬・新潟）・関係機関による「ごみ持ち帰り運動」が始まり、30 年以上もごみ持ち帰りの呼びかけが地道に行われています。
- ・ 尾瀬に関わる人々の協力と努力によって、一時期はごみであふれていた尾瀬も、今は美しい自然を保っています。

5) 多様な主体が参加できる「仕組み」の存在

- ・ 国立公園では、優れた自然風景を後世まで残していくこと（保護）と、様々な人がその素晴らしさを楽しむこと（適正な利用）のバランスをとっていくことが必要です。そのためには地域住民や利用者、土地所有者、行政機関、自然保護団体などの多様な主体が一体となって取り組む「仕組み」が重要です。
- ・ 尾瀬では、2008（平成 20）年から「尾瀬国立公園協議会」が開催され、全国に先駆けて多様な主体による尾瀬国立公園の管理運営が進められてきました。尾瀬では多様な主体が参加できる「仕組み」が先進的に作られています。

6) 一級 of 自然の中で歩き、学び、宿泊できる特別感

- ・ 国立公園では、保護と適正な利用のバランスをとるために一定の行為が規制されており、規制の強い順に特別保護地区、特別地域、普通地域に区分されています。
- ・ 尾瀬国立公園の中心部は、特別保護地区であり、特に優れた自然風景や生態系を有している場所です。それでありながら歩道やサービスの充実した山小屋が整備されていることで、優れた自然の中を歩くだけでなく、環境学習のフィールドとして利用できています。さらに、宿泊することで朝もや、白い虹、夕焼け、星空、ホタルが飛ぶ情景など、宿泊した者だけが体験できる特別な魅力を尾瀬は持っています。

7) 受け入れることができる利用者層の幅広さ

- ・ 尾瀬は、2 千メートル級の山々で登山を楽しめる場所でありながら、国立公園の中心部は木道が整備されており、様々な世代が一緒に楽しめる場所になっています。複数の登山口やルートが存在するだけでなく、歴史・伝統・文化の魅力も有していることで、幅広い利用者層を受け入れることができることが特徴であり、利用者はニーズ、体力に合わせて多様な楽しみ方ができます。

（２） 尾瀬の利用状況

- ・ 尾瀬の利用状況を把握するために実施した調査・分析の結果について整理しました。実施した調査の概要については下記の通りです。

【調査概要】

- ・ 尾瀬国立公園における入山者数調査

主要な入山口に設置されている赤外線カウンターによって計測された入山者数調査結果

… 1) A～C

- ・ 尾瀬国立公園及び全国の国立公園の利用動向推計

位置情報ビッグデータ（詳細は P11 に記載）や国立公園満喫プロジェクト有識者会議等の公開資料より把握した尾瀬国立公園及び全国の国立公園の利用動向推計結果

… 1) D～E

- ・ 山小屋、野営場及び認定ガイドの利用者数調査

尾瀬国立公園内の各山小屋及び尾瀬ガイド協会への照会により把握した山小屋、野営場の宿泊者数及び尾瀬認定ガイドの利用者数調査結果

… 1) F～H

- ・ 尾瀬国立公園の利用状況調査

尾瀬国立公園利用者の満足度や旅行消費額、保全活動への関心度等を把握することを目的として実施した尾瀬国立公園来訪者に対するアンケート調査結果（2021 年～2023 にかけて主要登山口及び山小屋において調査票を配布）

… 2) A～M

- ・ 尾瀬国立公園の認知度等に関する調査

全国の旅行者（尾瀬国立公園利用者ではない）を対象として実施した尾瀬国立公園の認知度・来訪経験率、訪問意向等に関するアンケート調査結果

… 3) A～D

- ・ 尾瀬国立公園への旅行に関する需要調査

一般モニター（登山愛好家層（専門メディア読者）及び一般層）を対象として実施した尾瀬国立公園への旅行に関する需要調査結果

… 4) A～J

1) 尾瀬国立公園の入山者数等について

尾瀬国立公園の利用動向等について把握するために、主要入山口における入山者数調査、利用動向推計並びに各山小屋及び尾瀬認定ガイドの利用者数調査を実施しました。

調査の概要：尾瀬国立公園における入山者数調査

尾瀬国立公園の入山者数の経年変化を把握するため、主要な入山口に赤外線カウンターを設置し、入山者数調査を実施

■調査地：赤外線カウンター設置箇所を沼山口、御池口、大清水口、鳩待口（尾瀬ヶ原方面、至仏山方面、アヤマ平方面）、滝沢口、猿倉口、馬坂口の計9か所

■調査方法：毎年閉山後に計測結果をとりまとめて集計。

■計測期間：例年5～10月

（留意事項）

- ・赤外線カウンターの数値は霧などによる誤作動と考えられるデータを削除した上で集計。
- ・赤外線カウンターの設置期間や設置位置、設置数は年によって異なっていることから年度間で入山者数の単純比較ができないため、全体的な利用の傾向を把握するために活用すること。

1) - A 入山者数の推移

- ・ 尾瀬国立公園への入山者数は、1996（平成8）年の65万人をピークに減少傾向が続いています（国立公園全体は、2011（平成23）年以降増加傾向）。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた2020年は観測史上最低値（106,922人）を記録して以降、3年連続で増加し、2023年入山者数は163,499人を記録しています。

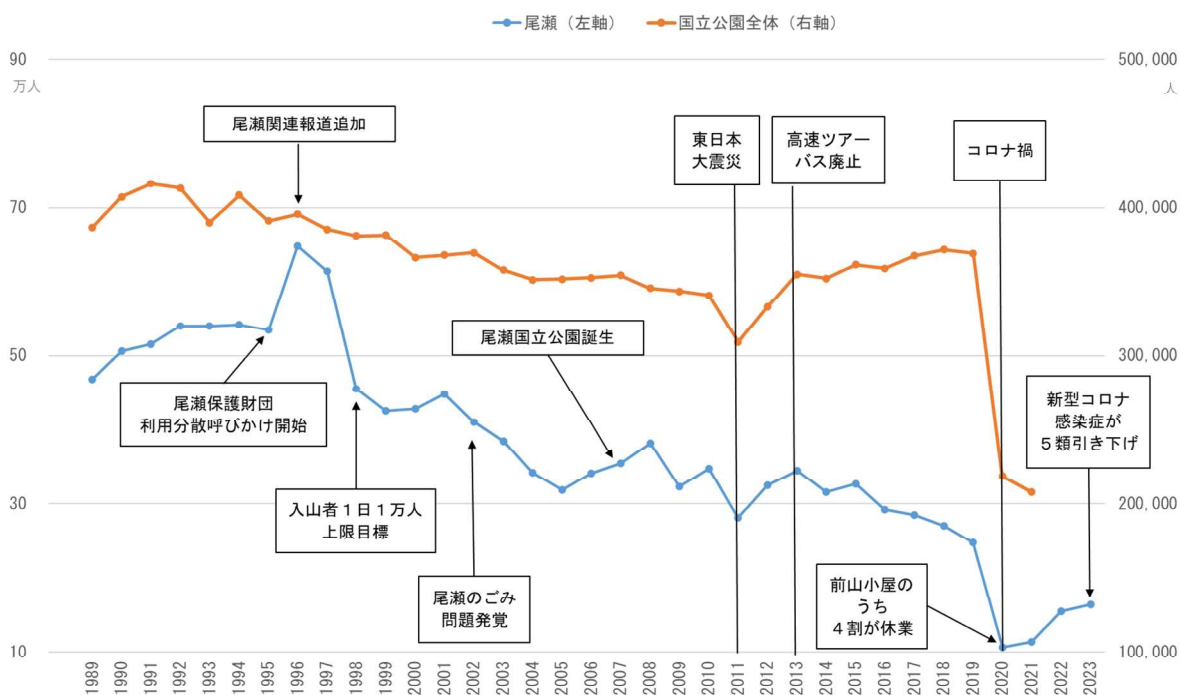


図 1 尾瀬国立公園と国立公園全体の入山者数

出典：環境省

1) -B 入山口別入山者数及びその構成比

- ・ 入山口別に見ると、1989（平成元）年から2019（令和元）年の間では、鳩待峠と比べて沼山峠口及び大清水口の減少幅が大きくなっています。
- ・ 主要入山口の利用割合を見ると、鳩待峠（至仏山口、尾瀬ヶ原口、アヤマ平口の3口合計）への集中が続いています（2010年以降は7割程度で推移）。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた2020（令和2）年は、いずれの登山口においても入山者数が大きく減少し、特に鳩待峠及び沼山峠口の減少幅が大きかったです。

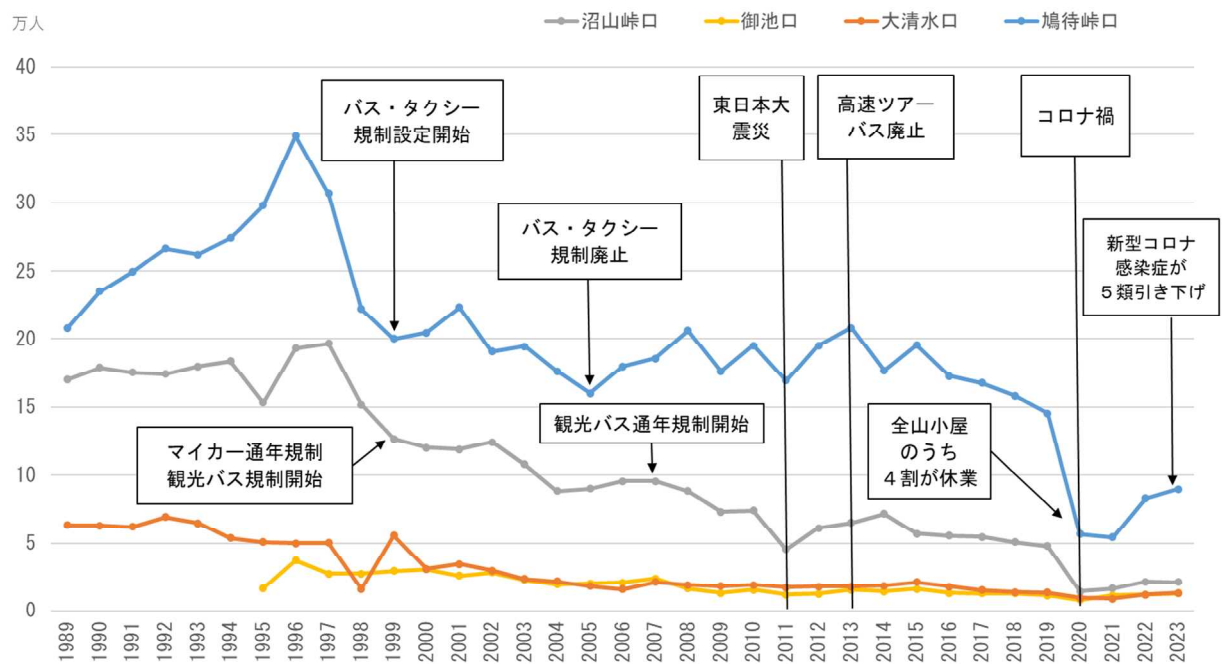


図 2 入山口別の入山者数

出典：環境省

1) -C 月別入山者数

- ・ 入山者数は2020（令和2）年を除く全ての年で6月又は7月にピークを迎えています。
- ・ 長期トレンドでは6月及び7月における利用者数の減少幅は大きく、全体として季節利用は平準化してきています。具体的な要因は特定できていませんが、国立公園の楽しみ方が多様化したことや、ニホンジカによる植生被害や気候変動の影響を受けて、ミズバショウやニッコウキスゲの群落といった当該月を代表する尾瀬の景観が変化してきたことなどが考えられます。
- ・ 短期トレンドでは、特に新型コロナウイルス感染症の影響を受けた2020年以降、いずれの月においても4万人を超えることはありませんでした。

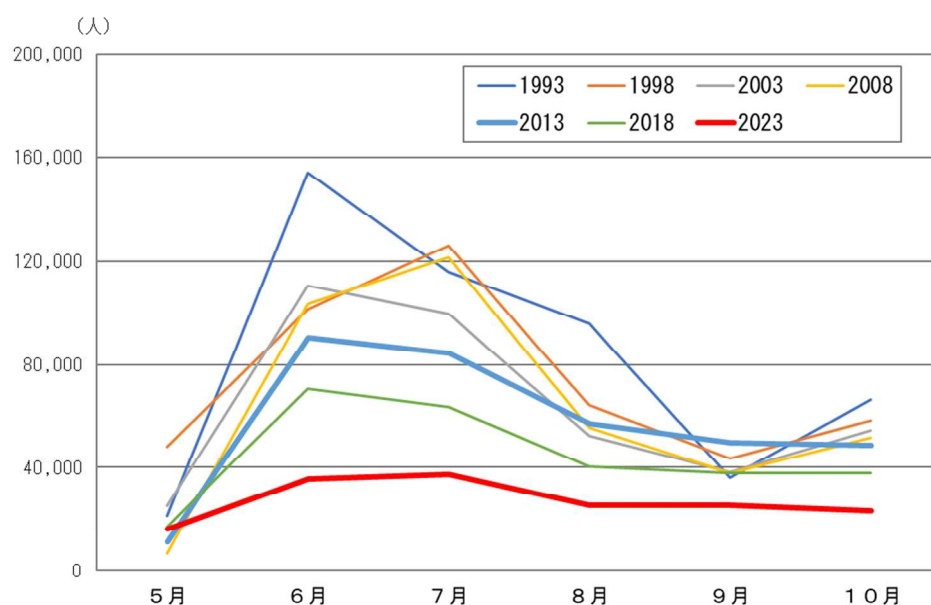


図 3-1 月別入山者数（長期トレンド）

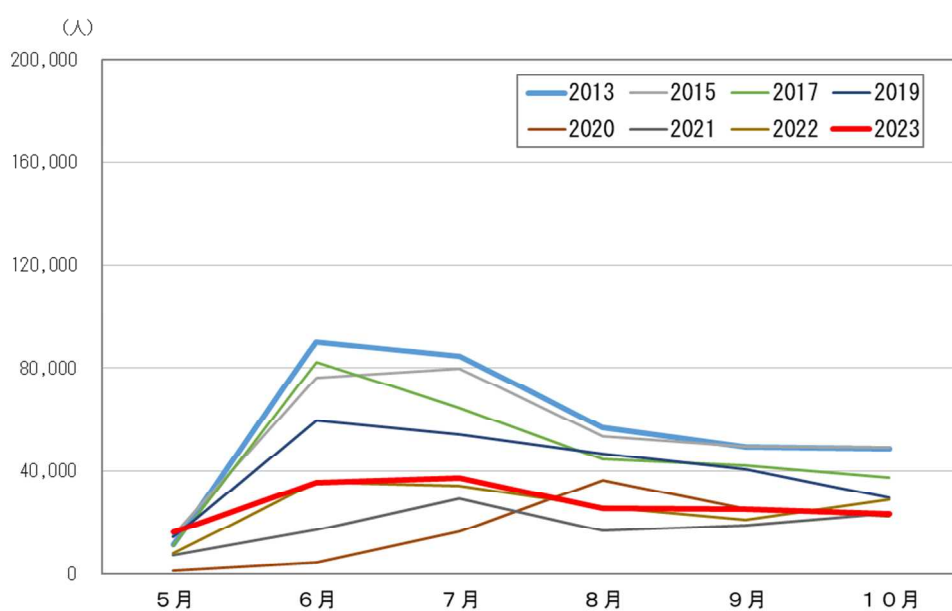


図 3-2 月別入山者数（短期トレンド）

出典：環境省

1) -D 尾瀬国立公園の利用動向推計（性別・年代別・居住別）

調査の概要：位置情報ビッグデータを用いた利用動向推計結果

・携帯電話会社が保有する携帯電話の基地局位置情報を用いて算出した人口統計

・国内居住者については、国内契約者数約 8,000 万台*から普及率を加味して拡大推計したもの

（*2020 年（令和 2）年 3 月現在）

■対象エリア：国立公園エリア内（国立公園区域にかかる 1 km メッシュを合算したエリア。陸上のみ）

■集計方法：

・調査対象期間に国立公園内に 1 時間以上滞在した、期間ユニーク人数、同一の人が複数日にまたがって滞在しても 1 カウント

■対象者：国内に居住する 15～89 歳の男女、かつ、観光客*

*観光庁が規定する「旅行の定義」に則り、通勤・通学でない移動

のうち、片道移動距離が 80km 以上もしくは所要時間 8 時間以上の移動（隣接市町村居住者を除く）を抽出

■対象期間

・2019（令和元）年 1～12 月 ※一部公園は 2019（令和元）年 4 月～2020（令和 2）年 3 月

■属性

・総数 ・性別年代別（10 歳階） ・居住地別（都道府県・市区町村）（留意事項）

・海上移動や山岳利用等で長時間の電波断絶が想定される公園については、基地局位置情報が取得できないことから過小推計になる可能性があるため、代替手法にて分析を行う（尾瀬、小笠原、南アルプス、白山）

・なお、外国人実施の場合は、性別年代別分析、代替手法は実施不可

- ・ 位置情報ビッグデータを用いた推計結果より尾瀬国立公園の利用者を性・年代別に見ると、男女ともに 60 代が最も多く、利用者の約 25% を占めます。34 国立公園全体の性・年代別利用者数の構成比と比べて、尾瀬国立公園は 60 代の占める割合が高くなっています。
- ・ 居住地別に利用者数を見ると、関東居住者の利用者数が最も多くなっています。
- ・ 都道府県別の利用者数は、上位 5 つは、東京都、埼玉県、群馬県、神奈川県、千葉県となります。上位 5 都県で全体の 6 割、上位 8 都県で全体の 8 割を占めます。
- ・ 市町村別の利用者数は、上位 5 つは、前橋市、高崎市、宇都宮市、会津若松市、郡山市です。

表 1 年間国内利用者数（総数、性・年代別）_2019（令和元）年

	尾瀬						34国立公園					
	男性		女性		全体		男性		女性		全体	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
総数	139,659	100.0	100,263	100.0	239,922	100.0	57,366,917	100.0	48,550,417	100.0	105,917,334	100.0
80歳代	3,895	2.8	2,964	3.0	6,859	2.9	1,678,871	2.9	2,182,178	4.5	3,861,049	3.6
70歳代	21,789	15.6	17,510	17.5	39,299	16.4	5,650,130	9.8	5,808,274	12.0	11,458,404	10.8
60歳代	34,752	24.9	26,708	26.6	61,460	25.6	8,718,932	15.2	7,548,830	15.5	16,267,762	15.4
50歳代	24,247	17.4	17,271	17.2	41,518	17.3	9,080,789	15.8	6,983,162	14.4	16,063,951	15.2
40歳代	22,668	16.2	14,822	14.8	37,490	15.6	11,051,531	19.3	8,106,324	16.7	19,157,855	18.1
30歳代	14,324	10.3	9,442	9.4	23,766	9.9	8,989,483	15.7	7,281,079	15.0	16,270,562	15.4
20歳代	13,525	9.7	8,619	8.6	22,144	9.2	9,097,133	15.9	8,053,021	16.6	17,150,154	16.2
10歳代	4,459	3.2	2,927	2.9	7,386	3.1	3,100,048	5.4	2,587,549	5.3	5,687,597	5.4

注：尾瀬は 2019（令和元）年度（2019（令和元）年 4 月～2020（令和 2）年 3 月）のデータを使用

出典：令和 2 年度 国立公園満喫プロジェクト推進業務（環境省）より作成

表 2 居住地別国内利用者数_尾瀬国立公園_2019（令和元）年度

	2019年				計	都道府県			市区町村		
	4-6月	7-9月	10-12月	2020年 1-3月		利用者数（人）	構成比（％）		利用者数（人）	構成比（％）	
利用者数 （人）	北海道	148	199	0	29	376			群馬県 前橋市	5,082	2.1
	東北	6,137	12,782	4,001	1,496	24,416			群馬県 高崎市	4,655	1.9
	関東	54,032	75,561	23,479	25,387	178,459			栃木県 宇都宮市	4,410	1.8
	中部	7,201	9,345	2,390	538	19,474			福島県 会津若松市	3,509	1.5
	関西	5,954	3,839	755	0	10,548			福島県 郡山市	3,320	1.4
	中国・四国	1,513	1,308	0	0	2,821			東京都 世田谷区	3,118	1.3
構成比 （％）	九州・沖縄	1,274	838	123	0	2,235			東京都 練馬区	2,957	1.2
	北海道	0.2	0.2	0.0	0.1	0.2			福島県 福島市	2,315	1.0
	東北	8.0	12.2	12.7	5.3	10.1			群馬県 沼田市	2,256	0.9
	関東	70.1	72.4	74.7	90.6	74.1			東京都 板橋区	2,214	0.9
	中部	9.3	9.0	7.6	1.9	8.1			東京都 足立区	2,179	0.9
	関西	7.7	3.7	2.4	0.0	4.4			群馬県 伊勢崎市	2,145	0.9
	中国・四国	2.0	1.3	0.0	0.0	1.2			東京都 大田区	2,109	0.9
	九州・沖縄	1.7	0.8	0.4	0.0	0.9			千葉県 船橋市	2,033	0.8
	東京都						18.6		群馬県 太田市	1,982	0.8
	埼玉県						14.8				
	群馬県						10.5				
	神奈川県						10.1				
	千葉県						8.3				
	福島県						7.9				
	栃木県						6.4				
	茨城県						5.3				
	新潟県						2.6				
	大阪府						1.7				
	愛知県						1.6				
	静岡県						1.4				
	宮城県						1.3				
	兵庫県						1.1				
	長野県						1.0				

注：不明を含むため、合計は100%にならない（左表）。

出典：令和2年度 国立公園満喫プロジェクト推進業務（環境省）より作成

1）－E 訪日外国人利用者数及び割合

- ・ 2022（令和4）年度下半期における尾瀬国立公園利用者のうち、訪日外国人利用者数は約0.2万人（参考値）で、尾瀬国立公園利用者全体に占める割合は約1.3%でした。
- ・ なお、2021（令和4）年度下半期において、最も訪日外国人利用者数が多い国立公園は富士箱根伊豆国立公園で、約27万人でした。

出典：国立公園満喫プロジェクト第16回有識者会議資料（環境省）

1) - F 山小屋宿泊者数及び宿泊率

- ・ 山小屋宿泊者数は、1990年代から減少傾向が続いており、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた2020（令和2）年は大きく減少しました。
- ・ 2023（令和5）年の宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大前の2019（令和元）年の結果を下回る結果となっています。
- ・ 入山者数に占める山小屋宿泊者数は、長年20%前半で推移していましたが、コロナ禍を経て上昇傾向が見られ、2023（令和5）年は過去最高水準（27.5%）を記録しています。

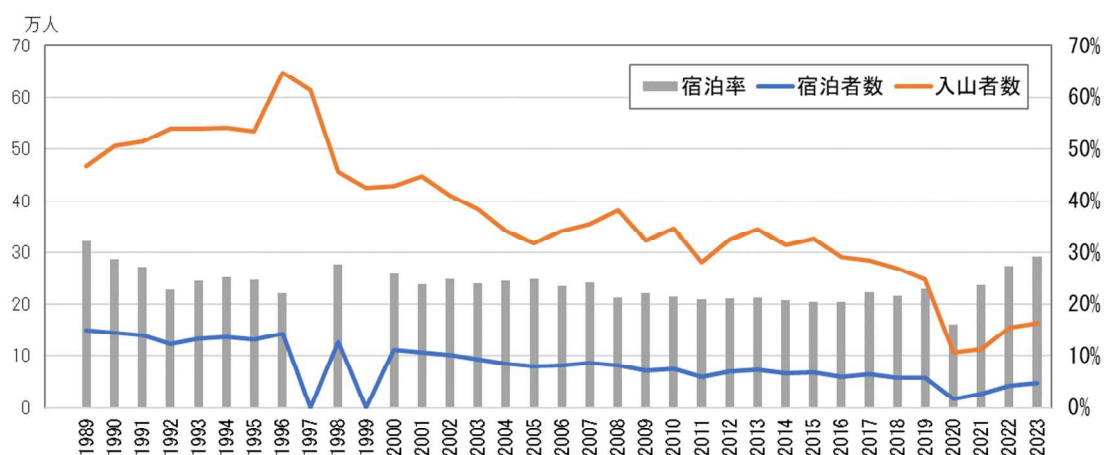


図 4 山小屋宿泊者数と入山者数

注：1979年～1988年/1990年～2000年は、一部データの欠損あり。1997年、1999年は欠損が多いため未掲載。

2012年～物見小屋休業、2016年～富士見小屋・渋沢温泉小屋廃業。2020年～大清水小屋・元湯山荘休業。

2021年大清水小屋廃業。

出典：環境省

1) - G 野営場利用者数

- ・ 2019（令和元）年までは増加傾向が続いていましたが、2020（令和2）年は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて大きく減少しました。
- ・ 2023（令和5）年は、新型コロナウイルス感染拡大前の2019（令和元）年水準に復活しています。特に見晴野営場の利用者数がコロナ前（2019年）の約1.5倍に増加しています。

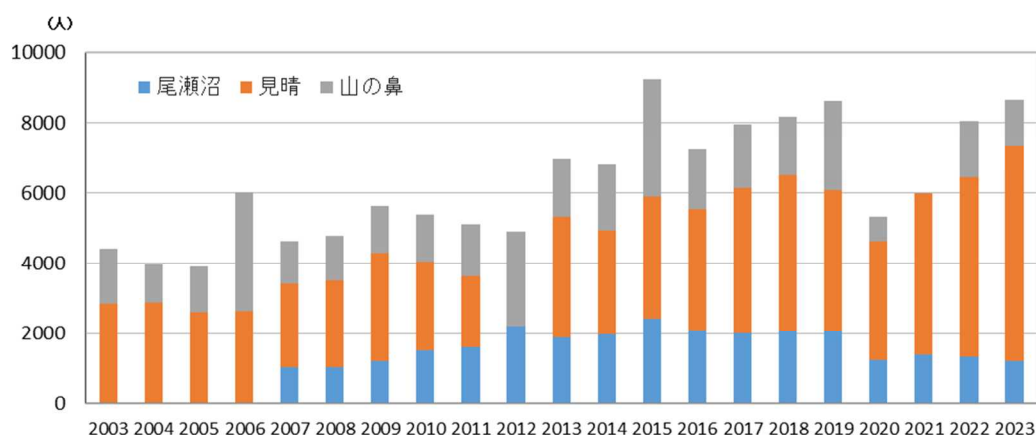


図 5 野営場利用者数

注：2003年～2006年尾瀬沼野営場休止、2012年見晴野営場休止、2021年山の鼻野営場休止。

出典：環境省

1) -H 尾瀬認定ガイド利用者数

- ・ 尾瀬認定ガイド利用者数は、2013（平成 25）年以降増加傾向にあり近年は頭打ちの状態でしたが、2020（令和 2）年からは、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて大きく減少しました。

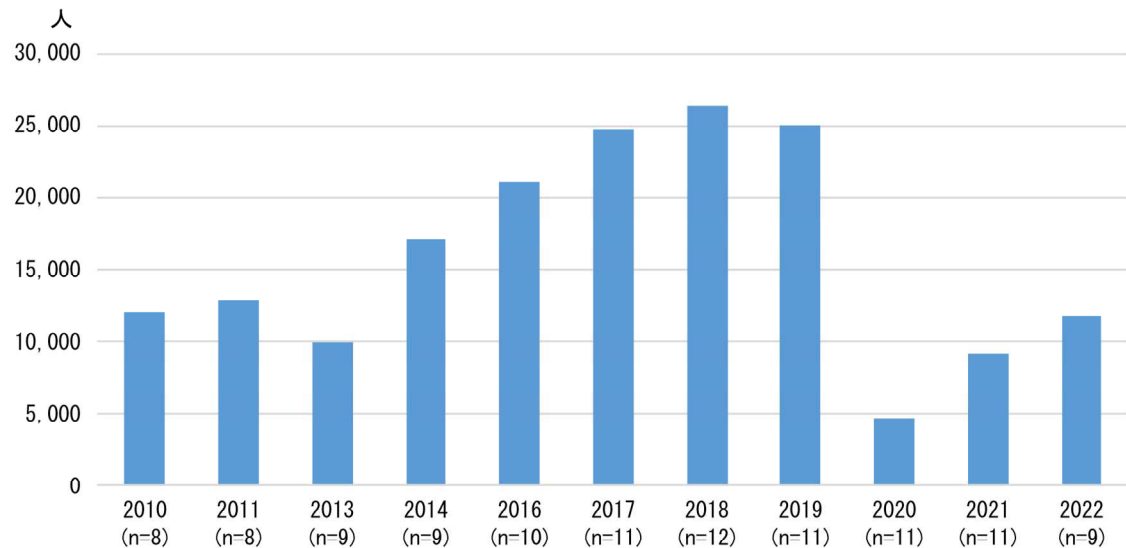


図 6 ガイド実績人数 ※2022 年調査最新

注：「n」は回答のあったガイド団体数。

出典：尾瀬ガイド協会

2) 尾瀬国立公園利用状況調査

尾瀬国立公園利用者の満足度や旅行消費額、保全活動への関心度等を把握することを目的として、尾瀬国立公園来訪者に対するアンケート調査を実施しました。

調査の概要：尾瀬国立公園利用状況調査

・尾瀬国立公園利用者の満足度や旅行消費額、保全活動への関心度等を把握することを目的として、尾瀬国立公園来訪者に対するアンケート調査を実施。

■対象：尾瀬国立公園利用者

■調査方法：

①主要登山口で配布、調査票は2種類(以下、調査票A・B)

②山小屋に設置配布、調査票は1種類(以下、調査票C)

※いずれも郵送又はGoogle Formにより回答集計を実施。

■実施期間

・2022(令和3)年～2023(令和5)年

いずれの年も夏～秋期の繁忙期に調査を実施(②の山小屋設置型は、シーズンを通じて実施。)

(留意事項)

・調査年度によって調査項目を変更しているため、最新の調査結果が2023(令和5)年度ではない結果もある。

・各地域の観光施策等の参考情報として活用されることを想定し、入山口毎に回答結果の集計を行っているが、基本的な分析は回答結果全体を基に行った。

2023 年尾瀬利用状況調査票

■実施主体：環境省、ADOX、尾瀬保護財団、東京大学

18歳以上の方がご回答ください。＜表と裏の2ページです＞

尾瀬国立公園(以下、「尾瀬」という。)の利用環境と利用体験の質の向上のため、尾瀬を訪れた皆様には、尾瀬利用状況調査を実施しています。回答は、ご自宅や宿泊施設にお帰りの際にご回答ください。右のQRコードを読み込んで、インターネットからご回答いただけます。

1 今回の尾瀬登山についてうかがいます。

●各項目の満足度について教えてください。

	とても満足	満足	やや満足	ふつう	やや不満	不満	とても不満
滞在全体	7	6	5	4	3	2	1
自然景観・雰囲気	7	6	5	4	3	2	1
アクセス・交通手段	7	6	5	4	3	2	1
案内板・標識の整備	7	6	5	4	3	2	1
登山道・ベンチの整備	7	6	5	4	3	2	1
接客対応・おもてなし	7	6	5	4	3	2	1

●また尾瀬を訪ねたいと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	やや思う	ふつう	あまり思わない	思わない	全く思わない
	7	6	5	4	3	2	1

●満足や不満、再訪したい理由、尾瀬に対する改善提案など感想や意見を自由にお書きください。

2 今回の尾瀬登山における1人当たりの旅行消費額についてうかがいます。

●旅行全体の旅行消費額 合計 円

※自宅を出発してから戻るまでに使った金額をご記入ください。

●尾瀬地域内(金沢駒ヶ岳、田代山、帝釈山を含む)での旅行消費額 合計 円

※途中の高速道路、道の駅等での消費を含みます。尾瀬で使った金額をご記入ください(以下の①～⑥の合計)。

※登山・観光ツアーの方で、ツアー参加費の内訳が分からない場合は「①宿泊費」にご記載ください。

①宿泊費	②飲食費 ※食堂、ビール、コーヒー、お弁当代など	③シャトルバス・駐車場代	④自然体験・アクティビティ費 ※ガイド代含む	⑤買い物・お土産代	⑥その他 ※施設利用料、トイレチップ
円	円	円	円	円	円

3 今回の登山における尾瀬の環境保全に対する意識についてうかがいます。

●今回の尾瀬登山で行ったこと、参加したことがあればチェック(し)を入れてください(複数選択可)。

☐環境保全への寄付 ☐トイレチップの支払い ☐地域貢献型商品の購入 ☐ごみ拾い ☐ごみの持ち帰り

☐ボランティア活動 ☐登山道整備 ☐外来植物駆除 ☐ストックにキャップを付けて利用

☐その他 ☐なし ※地域貢献型商品は売上の一部が環境保全に貢献する商品

●訪問前と比べて、尾瀬の保全活動に対する関心はより強くなったと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	ややそう思う	ふつう	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
	7	6	5	4	3	2	1

●訪問前と比べて、尾瀬の保全活動に対する参加意欲は強くなったと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	ややそう思う	ふつう	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
	7	6	5	4	3	2	1

●今回の尾瀬登山で、どんな尾瀬保全活動に参加したいと思いましたか？(複数回答可)

☐寄付(ふるさと納税含む) ☐トイレチップの支払い ☐地域貢献型商品の購入

☐シカ対策(防鹿柵の設置等) ☐登山道整備 ☐外来植物駆除 ☐ごみ拾い

☐その他 ☐なし

4 日本の自然保護の原点としての尾瀬についてうかがいます。

●尾瀬が日本の自然保護の原点(自然保護運動の発祥の地)であることを知っていましたか？

①訪問前から知っていた ②訪問中に知った ③知らなかった →質問群5へお進みください。

●前の質問で①②と回答した方にうかがいます。

尾瀬が日本の自然保護の原点であることをどこで知りましたか？(複数回答可)。

訪問前 ☐尾瀬関連サイト ☐SNS(YouTube等) ☐TV ☐新聞 ☐雑誌・書籍

☐以前の訪問で知った ①下記訪問中からききかけを選択してください ☐その他

訪問中 ☐尾瀬関連サイト ☐SNS(YouTube等) ☐TV ☐新聞 ☐雑誌・書籍

☐ビジターセンター ☐山小屋 ☐ガイドの解説 ☐同行者 ☐その他

●尾瀬が日本の自然保護の原点であることを知り(知った時)、どのように感じましたか？(複数回答可)

☐尾瀬への興味関心が深まった ☐尾瀬に何度も訪れたいと思った ☐尾瀬保全活動への参加意欲が高まった

☐特に意識の変化はない ☐自然保護の原点とは感じられなかった ☐その他

5 年齢などのあなたの属性、尾瀬訪問の概要、感想についてうかがいます。

●年齢 歳 ●性別 ①男性 ②女性 ③その他 ④回答しない ●居住地 都・道・府・県

●交通手段(複数回答可) ☐マイカー・レンタカー ☐公共交通(電車・バス) ☐ツアー ☐その他

●山小屋への宿泊 ①山小屋に宿泊した → 何泊しましたか？ ①1泊 ②2泊 ③3泊以上

②山小屋には宿泊しなかった

●尾瀬への訪問回数 ①初めて ②2回目 ③3～5回目 ④6～9回目 ⑤10～19回目 ⑥20回以上

●尾瀬への年平均訪問回数 ①0～2回未満 ②2～3回未満 ③3～4回未満 ④4回以上

●登山歴 ①0～1年未満 ②1～3年未満 ③3～5年未満 ④5～10年未満 ⑤10～20年未満 ⑥20年以上

●入山日・時間 月 日 時 分

●上山口 ①鳩待峠 ②大清水 ③沼山峠 ④御池

⑤滝沢(会津駒ヶ岳) ⑥旗倉(田代山) ⑦馬坂峠(帝釈山) ⑧その他

●下山日・時間 月 日 時 分

●下山口 ①鳩待峠 ②大清水 ③沼山峠 ④御池

⑤滝沢(会津駒ヶ岳) ⑥旗倉(田代山) ⑦馬坂峠(帝釈山) ⑧その他

6 尾瀬国立公園への訪問に対する満足、不満とその理由、改善提案など感想や意見をお伝えください。

※「～に満足した」「～が不満だった」「～が足りない」「もっと〇〇して欲しい」など、何でも結構です。

～ご協力ありがとうございました～

図 7 利用状況調査票 A

2023 年尾瀬利用者意識調査票 ■実施主体: 環境省、ADDIX、尾瀬保護財団、東京大学

18才以上の方がご回答ください。＜表と裏の2ページです＞

尾瀬国立公園(以下、「尾瀬」という。)の利用環境と利用体験の質の向上のため、尾瀬を訪れた皆様に、尾瀬利用者意識調査を実施しています。回答は、ご自宅や宿泊施設にお帰りにってからお願いします。右のQRコードを読み込んで、インターネットからご回答いただけます。

1 今回の尾瀬登山の満足、再訪意向、ご意見等についてうかがいます。

●各項目の満足度について教えてください。

	とても満足	満足	やや満足	ふつう	やや不満	不満	とても不満
滞在全体	7	6	5	4	3	2	1
自然景観・雰囲気	7	6	5	4	3	2	1
アクセス・交通手段	7	6	5	4	3	2	1
案内板・標識の整備	7	6	5	4	3	2	1
登山道・ベンチの整備	7	6	5	4	3	2	1
接客対応・おもてなし	7	6	5	4	3	2	1

●また尾瀬を訪れたいと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	やや思う	ふつう	あまり思わない	思わない	全く思わない
	7	6	5	4	3	2	1

●満足や不満、再訪したい理由、尾瀬に対する改善提案など感想や意見を自由に書きください。

●尾瀬が日本の自然保護の原点(自然保護運動の発祥の地)であることを知っていましたか？

①訪問前から知っていた ②訪問中に知った ③知らなかった

2 今回の尾瀬登山の自身の計画についてうかがいます。

(1) 今回の尾瀬登山の日程はいつ頃にかきましたか？

①当日 ②前日 ③(2日前～)1週間以内 ④(8日前～)1か月以内 ⑤(1か月超前～)2か月以内
⑥(2か月超前～)3か月以内 ⑦3か月より前

(2) 尾瀬以外に検討していた他の訪問場所や活動があったら教えてください。

(3) 今回の尾瀬登山にむけて事前に情報収集をしましたか？

①しなかった ②した →そのまゝ以降の(4)⑤⑥へ

(4) 前の質問で②と回答した人にかかれます。何から情報収集しましたか？(複数回答可)

□尾瀬関連サイト □SNS(YouTube等) □TV □新聞 □雑誌・書籍 □その他

(5) (3)で②と回答した人にかかれます。もっと欲しいと思った情報はありましたか？(複数回答可)

□アクセス □駐車場 □シャトルバス □山小屋の空室状況 □食料・売店の営業状況 □Wi-Fi・通信環境
□開花などの自然情報 □自然保護の取り組み □クマの出没状況 □シカによる植物への被害の情報
□登山装備 □尾瀬のモデルルート □各登山ルートへの難易度 □山小屋での過ごし方 □イベント案内
□尾瀬を案内するガイド(人) □その他

1/2

3 山小屋への宿泊・滞在についてうかがいます。

(1) 今回の尾瀬登山では山小屋に宿泊しましたか？

①宿泊した →以下の(2)③へ ②宿泊しなかった →以下の(4)へ

(2) どの山小屋に宿泊しましたか？

山小屋名

(3) 宿泊・滞在中の過ごし方でよかったことはありますか？(複数回答可)

□夕方の散策 □夜間の散策 □早朝の散策
□同行者との交流 □山小屋スタッフとの交流
□他者との交流 □食事 □静かな尾瀬の体験
□ゆっくり過ごしたこと □イベントへの参加
□その他 □なし □その他 □なし

(4) 宿泊しなかった理由は何ですか？(複数回答可)

□日帰り可能な行程だった □時間的な制約があった
□費用を抑えるため □予約が取れなかった
□雨・接触を避けるため(コロナ対策)
□山小屋泊の経験が少なくハードル(敷居)が高かった
□山小屋利用に不安があった
→その不安とは？
□ツアー・イベントに含まれていなかった
□その他 □なし

(5) 以下のうち、あなたが山小屋に作って欲しい宿泊プランはありますか？(複数回答可)

□個室プラン(高価格) □豪華な食事プラン(高価格) □B&B(宿泊+朝食)プラン(低価格)
□素泊まりプラン(低価格) □その他 □なし

(6) 次の尾瀬登山で山小屋に宿泊した場合に、滞在中の空き時間を使ってやってみたいことはありますか？

4 尾瀬の自然保護に貢献する体験企画(有料)への参加意向についてうかがいます。

●尾瀬の自然保護に参加できる以下の体験が企画された場合、あなたは利用したいですか？

体験企画 ※注: 以下は有料であり、売上の一部を尾瀬の自然保護へ還元する体験企画とします。	とても利用したい	やや利用したい	ふつう	あまり利用したくない	まったく利用したくない
尾瀬の外来種対策に貢献する体験企画(例: 外来植物を採取し、草木染等に利用する)	5	4	3	2	1
気候変動による影響を調査する体験企画(例: アプリを利用し尾瀬の花を特定、記録する)	5	4	3	2	1
シカ対策に貢献するモニタリング体験企画(例: ナイトサファリでシカの個体数をカウントする)	5	4	3	2	1
整備作業が組み込まれたボランティア体験企画(例: ボランティアとして木道を整備する)	5	4	3	2	1

5 最後に、年齢などのあなたの属性、尾瀬訪問の概要、感想についてうかがいます。

●年齢 歳 ●性別 ①男性 ②女性 ③その他 ④回答しない ●居住地 都・道・府・県

●交通手段(複数回答可) □マイカー・レンタカー □公共交通(電車・バス) □ツアー □その他

●尾瀬への訪問回数 ①初めて ②2回目 ③3～5回目 ④6～9回目 ⑤10～19回目 ⑥20回以上

●登山歴 ①0～1年未満 ②1～3年未満 ③3～5年未満 ④5～10年未満 ⑤10～20年未満 ⑥20年以上

●入山日・時間 月 日 時 分

●入山口 ①鳩待峠 ②大清水 ③沼山峠 ④御池
⑤滝沢(会津駒ヶ岳) ⑥旗倉(田代山) ⑦馬坂峠(帝釈山) ⑧その他

●下山日・時間 月 日 時 分

●下山口 ①鳩待峠 ②大清水 ③沼山峠 ④御池
⑤滝沢(会津駒ヶ岳) ⑥旗倉(田代山) ⑦馬坂峠(帝釈山) ⑧その他

～ご協力ありがとうございました～

2/2

図 8 利用状況調査票B

2023 年尾瀬山小屋利用状況調査票 ■実施主体: 環境省、ADDIX、尾瀬保護財団、東京大学

18才以上の方がご回答ください。＜表と裏の2ページです＞

尾瀬国立公園(以下、「尾瀬」という。)の利用環境と利用体験の質の向上のため、山小屋に宿泊された皆様に、尾瀬山小屋利用状況調査を実施しています。

本調査は、右のQRコードを読み込んで、インターネットからご回答いただけます。

回答者の中から抽選で尾瀬保護財団が地元産品(予定)を贈呈します。応募される方はメールアドレスをお書きください(当選の連絡にのみ使用します)。メールアドレス: @

1 尾瀬の山小屋への宿泊についてうかがいます。

●今回の尾瀬登山で宿泊した、または宿泊予定の山小屋に○をつけてください。(複数回答可)

山小屋 ①宝山山荘 ②山の森小屋 ③尾瀬ロッジ ④龍宮小屋
⑤龍小 ⑥外郎山小屋 ⑦松枝枝小屋 ⑧尾瀬小屋 ⑨第二長蔵小屋 ⑩原の小屋
⑪山小屋 ⑫東電小屋 ⑬赤田代 ⑭温泉小屋 ⑮尾瀬沼 ⑯尾瀬沼ヒュッテ ⑰長蔵小屋 ⑱尾瀬沼山荘
⑲池田 ⑳御池ロッジ ㉑池田の小屋

●今回の尾瀬登山で上記の山小屋には合計何泊しましたか？ ①1泊 ②2泊 ③3泊以上

●上記の山小屋に宿泊を決めた決め手は何ですか？(複数回答可)

□以前宿泊した経験 □希望の山小屋が満室 □予約が空いていた □目的地へのアクセス
□山小屋からの景観 □宿泊料金 □外観・内装 □料理 □個室対応 □風呂・トイレの設備
□休憩空間・カフェ □小屋名から受ける印象 □ネット予約可能 □HPの充実
□SNS・口コミの評価 □キャンセル料の扱い □その他 □なし

●上記の山小屋への宿泊において、満足した点や不満だった点がありましたら教えてください。

2 この調査票を受け取った山小屋についてうかがいます。

●各項目の満足度について教えてください。

	とても満足	満足	やや満足	ふつう	やや不満	不満	とても不満
滞在全体	7	6	5	4	3	2	1
料理の美味しさ	7	6	5	4	3	2	1
料理の地域らしさ	7	6	5	4	3	2	1
施設の快適さ	7	6	5	4	3	2	1
接客対応・おもてなし	7	6	5	4	3	2	1
宿泊料金	7	6	5	4	3	2	1

●また同じ山小屋に宿泊したいと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	やや思う	ふつう	あまり思わない	思わない	全く思わない
	7	6	5	4	3	2	1

3 今回の登山における尾瀬の環境保全に対する意識についてうかがいます。

●今回の尾瀬登山で行ったこと、参加したことがあればチェック(レ)を入れてください(複数選択可)。

□環境保全への寄付 □トレッキングの支払い □地域貢献型商品®の購入 □ごみ拾い □ごみの持ち帰り
□ボランティア活動 □登山道整備 □外来植物駆除 □ストックにキャップを付けて利用
□その他 □なし ※地域貢献型商品＝売上の一部が尾瀬環境保全に貢献する商品

1/2

●訪問前と比べて、尾瀬の環境保全活動に対する関心はより強くなったと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	ややそう思う	ふつう	あまりそう思わない	そう思わない	全く思わない
	7	6	5	4	3	2	1

●訪問前と比べて、尾瀬の環境保全活動に対する参加意欲は強くなったと思いますか？

	大変そう思う	そう思う	ややそう思う	ふつう	あまりそう思わない	そう思わない	全く思わない
	7	6	5	4	3	2	1

●今回の尾瀬登山で、今後どのような尾瀬の環境保全活動に参加したいと思いましたか？(複数回答可)

□寄付(ふるさと納税含む) □トレッキングの支払い □地域貢献型商品の購入
□シカ対策(防鹿柵の設置等) □登山道整備 □外来植物駆除 □ごみ拾い
□その他 □なし

4 日本の自然保護の原点としての認知についてうかがいます。

●尾瀬が日本の自然保護の原点(自然保護運動の発祥の地)であることを知っていましたか？

①訪問前から知っていた ②訪問中に知った ③知らなかった →質問紙⑤へお読みください。

●前の質問で②と回答した人にかかれます。

尾瀬が日本の自然保護の原点であることをどこまで知りましたか？(複数回答可)。

訪問前 □尾瀬関連サイト □SNS(YouTube等) □TV □新聞 □雑誌・書籍
□以前の訪問で知った →下記訪問中からきかけを選択してください □その他

訪問中 □尾瀬関連サイト □SNS(YouTube等) □TV □新聞 □雑誌・書籍
□ビジターセンター □山小屋 □ガイドの解説 □同行者 □その他

●尾瀬が日本の自然保護の原点であることを知り(知った時)、どのように感じましたか？(複数回答可)

□尾瀬への興味関心が深まった □尾瀬に何度も訪れたいと思った □尾瀬保全活動への参加意欲が高まった
□特に感動の変化はない □自然保護の原点とは感じられなかった □その他

5 年齢などのあなたの属性、尾瀬訪問の概要、感想についてうかがいます。

●年齢 歳 ●性別 ①男性 ②女性 ③その他 ④回答しない ●居住地 都・道・府・県

●交通手段(複数回答可) □マイカー・レンタカー □公共交通(電車・バス) □ツアー □その他

●尾瀬への訪問回数 ①初めて ②2回目 ③3～5回目 ④6～9回目 ⑤10～19回目 ⑥20回以上

●尾瀬への年平均訪問回数 ①0～2回未満 ②2～3回未満 ③3～4回未満 ④4回以上

●登山歴 ①0～1年未満 ②1～3年未満 ③3～5年未満 ④6～10年未満 ⑤10～20年未満 ⑥20年以上

●入山日・時間 月 日 時 分

●入山口 ①鳩待峠 ②大清水 ③沼山峠 ④御池
⑤滝沢(会津駒ヶ岳) ⑥旗倉(田代山) ⑦馬坂峠(帝釈山) ⑧その他

●下山日・時間 月 日 時 分

●下山口 ①鳩待峠 ②大清水 ③沼山峠 ④御池
⑤滝沢(会津駒ヶ岳) ⑥旗倉(田代山) ⑦馬坂峠(帝釈山) ⑧その他

6 尾瀬国立公園への訪問に対する満足、不満とその理由、改善提案など感想やご意見をお伝えください。

※「～」に満足した「～」が不満だった「～」が足りない「～」もついてもいいなど、何でも結構です。

7 本アンケート調査について

●今回の尾瀬登山で、本調査票を他にも回答しましたか？ □回答しました □いいえ、初めてです

～ご協力ありがとうございました～

2/2

図 9 利用状況調査票C

2) -A 来訪目的

- 2022（令和4）年における尾瀬来訪の目的では風景鑑賞が最も多く、次いでトレッキング・ハイキングが多数でした。

表 3 来訪目的（入山口別、2022（令和4）年）（n=1525）※2022年調査最新

訪問目的	風景鑑賞	自然とのふれあい	動植物を観察する	トレッキング・ハイキング	登山	写真撮影	ゆったりのにびりする	ストレスからの解放	挑戦	おいしいものを食べる	家族・友人との交流	ツアー	イベントへの参加 アクティビティ	尾瀬関係者との交流	環境保全活動	環境学習	その他	なし	無回答
鳩待峠 (N=686)	77%	57%	35%	72%	35%	30%	28%	33%	8%	7%	31%	8%	0%	2%	1%	2%	2%	0%	0%
大清水 (N=252)	77%	66%	36%	82%	24%	37%	32%	31%	5%	2%	29%	4%	0%	3%	0%	2%	3%	0%	1%
沼山峠 (N=268)	79%	66%	38%	79%	21%	37%	31%	31%	9%	7%	35%	10%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%
御池 (N=166)	75%	56%	34%	63%	40%	36%	28%	33%	11%	8%	32%	1%	0%	2%	1%	1%	1%	0%	0%
滝沢 (N=67)	49%	45%	22%	36%	90%	24%	15%	19%	16%	7%	15%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
猿倉 (N=49)	55%	51%	31%	45%	67%	22%	24%	24%	6%	6%	24%	0%	0%	2%	6%	2%	6%	0%	0%
馬坂峠 (N=9)	56%	33%	33%	44%	33%	11%	11%	22%	11%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
その他 (N=7)	71%	14%	0%	57%	29%	43%	29%	43%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
無回答 (N=21)	57%	48%	29%	71%	33%	29%	33%	38%	5%	5%	29%	10%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%
計 (N=1525)	75%	59%	34%	71%	35%	32%	29%	31%	9%	6%	30%	6%	0%	2%	1%	2%	2%	0%	0%

出典：環境省

2) -B 宿泊の有無

- 2022（令和4）年における「宿泊なし」は、鳩待峠、大清水、御池では約3割、その他の入山口では4割以上を占めます。
- 山小屋宿泊者の割合は、大清水（46%）で、鳩待峠（33%）、御池（33%）の順でした。

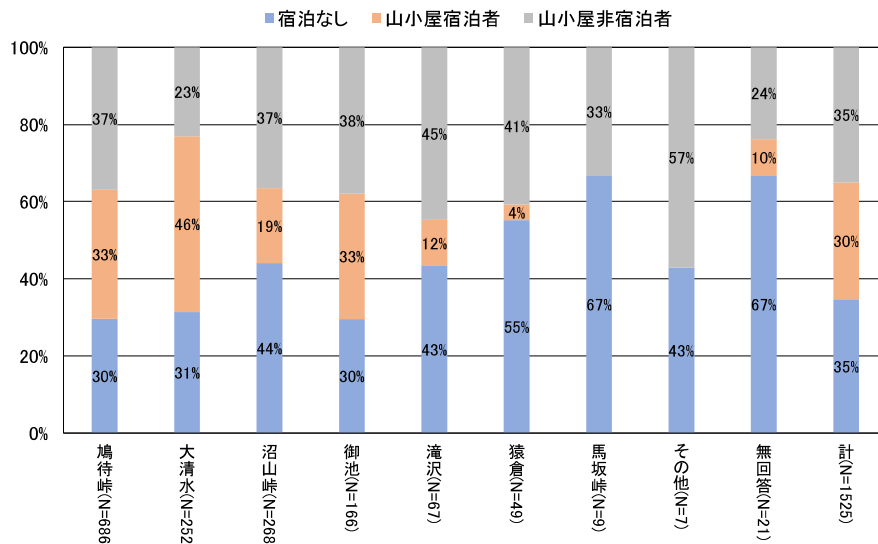


図 10 宿泊の有無（入山口別、2022（令和4）年）（n=1525）※2022年調査最新 出典：環境省

2) -C 1人あたり旅行消費額

- ・ 2023（令和5）年度における旅行全体の消費額（1人あたり）の平均は26,118円、尾瀬内旅行消費額の平均は10,485円でした。
- ・ 費目別にみると、宿泊費が5,874円と最も多く、買い物・お土産代は1,047円、自然体験・アクティビティ費は492円と少額でした。
- ・ 直近3年間の傾向として1人あたり旅行消費額（全体）が増加傾向にあり、費目別にみると飲食、買い物・お土産代、その他（施設利用料、トイレチップ）が増加しました。

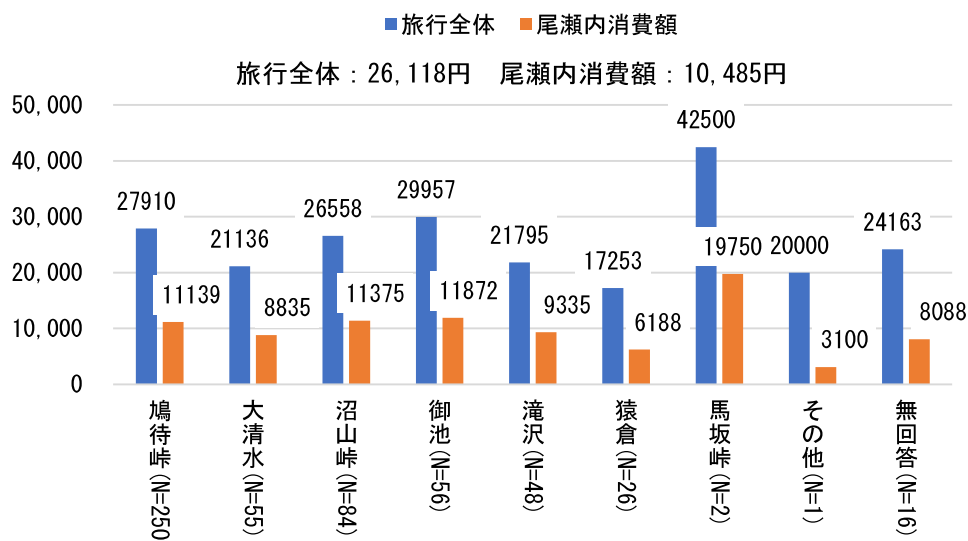


図 11 1人あたり旅行消費額（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

出典：環境省

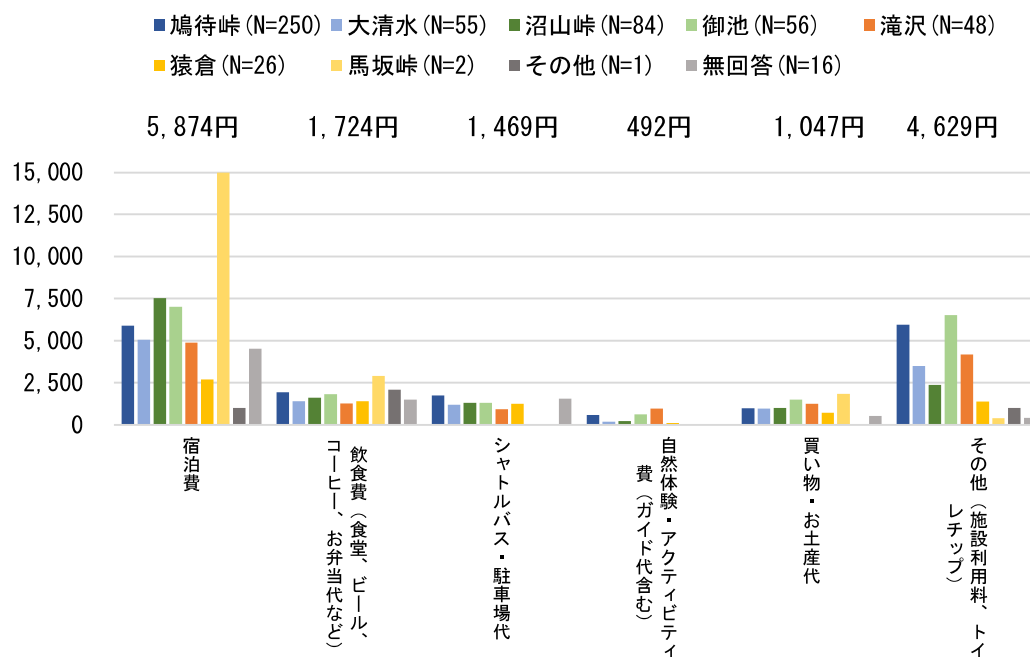


図 12 項目別1人あたりの尾瀬内旅行消費額（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

注：グラフ上の数字は各項目の平均値

出典：環境省

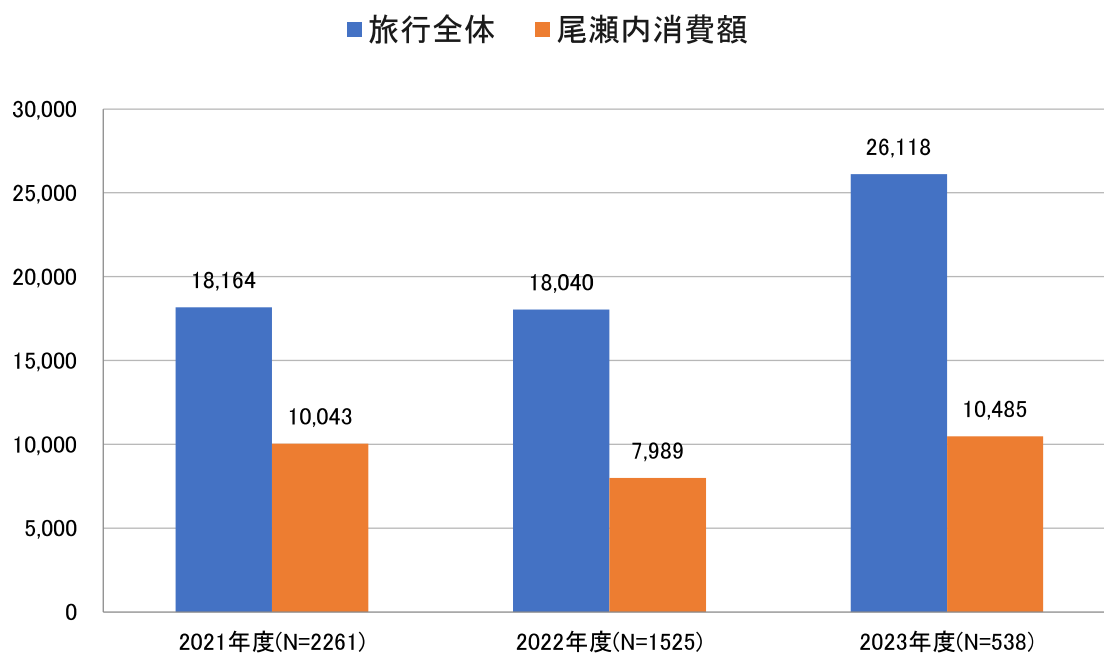


図 13 1人あたりの旅行消費額の年推移

出典：環境省

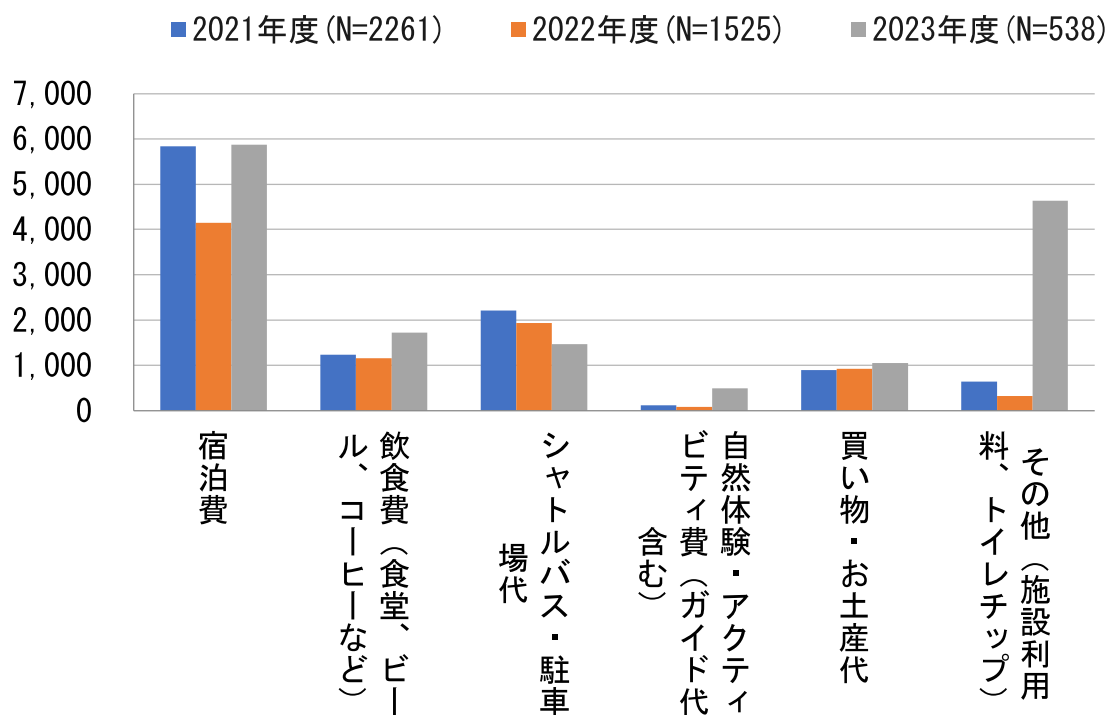


図 14 項目別 1人あたりの尾瀬内旅行消費額の年推移

出典：環境省

2) -D 満足度

- ・ 2023（令和5）年度における尾瀬の満足度についての回答結果（とても満足（7）～とても不満（1）の7段階で評価）は、「滞在全体」の満足度は、6.12でした。項目ごとの満足度は、「自然景観・雰囲気」が最も高く6.38でした。登山道・ベンチの整備が最も低く5.01ですが、いずれの項目も肯定的に評価されています。
- ・ 直近3年間の「滞在全体」の満足度は一定しています。項目ごとの満足度は「自然景観・雰囲気」が高く、登山道・ベンチの整備が低く評価されていますが、いずれも肯定的な評価傾向になっています。

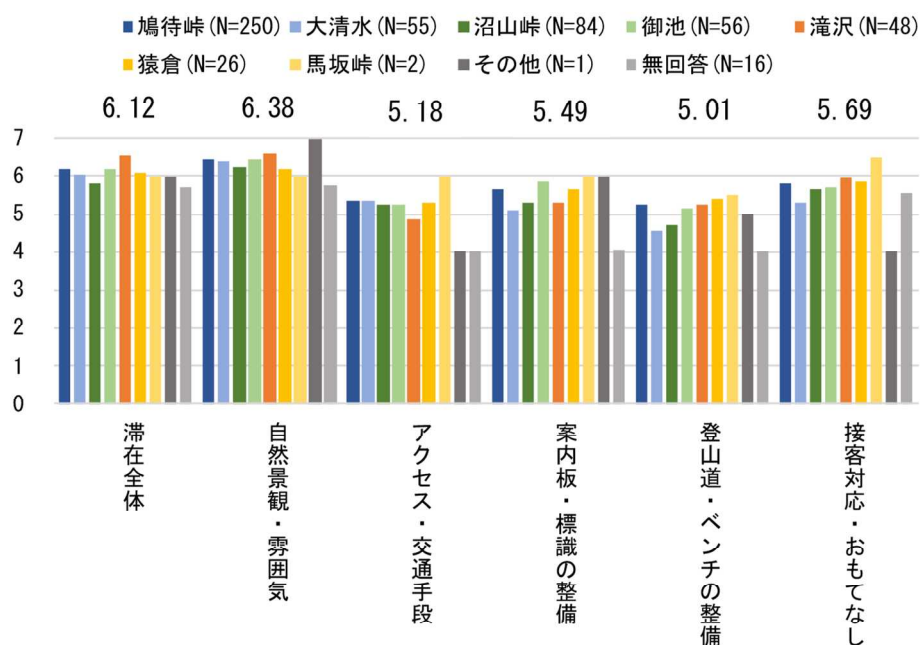


図 15 満足度（入山口別、2023（令和5）年）（n=538）

出典：環境省

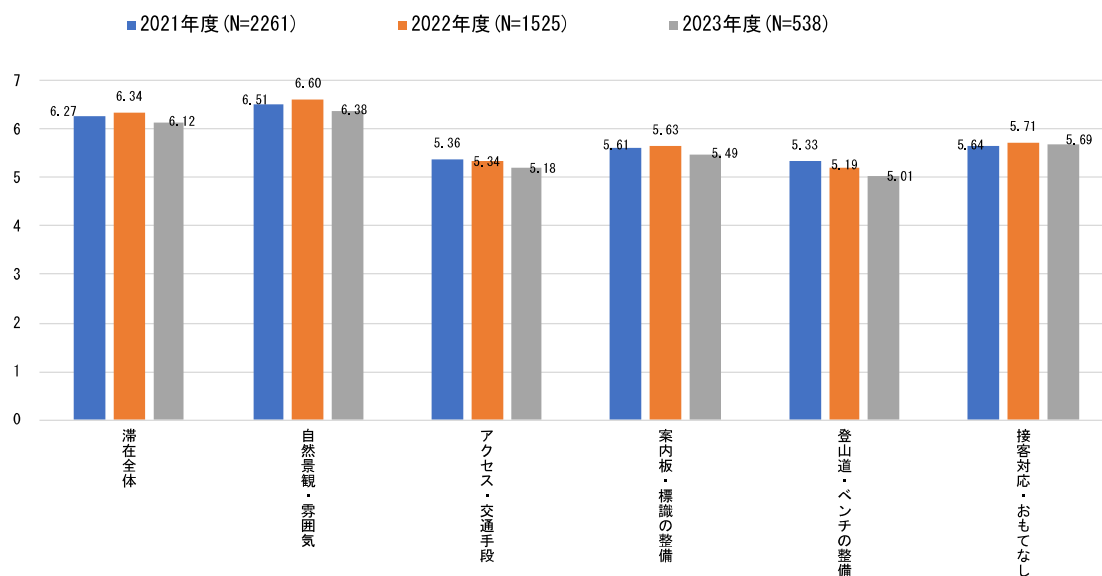


図 16 満足度の年推移

出典：環境省

2) ーE 満足理由と不満足理由、改善提案

- ・ 満足や不満足、尾瀬に対する改善提案の自由回答結果を内容に応じて分類した結果、満足点の上位3つは、自然・景観、木道・登山道・案内、管理・整備・保全活動でした。
- ・ 不満足点の上位3つは、木道・登山道の整備不足、自然資源の劣化・変化、施設・設備でした。
- ・ 意見・改善提案の上位3つは、木道・登山道の整備、保全活動と普及啓発の維持・強化・感謝・感心、再訪意向でした。

表 4 満足理由と改善提案（2023（令和5）年）（n=538）

満足点	人	不満点	人	意見・改善提案	人
自然・景観	54	木道・登山道の整備不足	47	木道・登山道の整備	57
木道・登山道・案内	29	自然資源の劣化、変化	16	保全活動と普及啓発の維持・強化	42
管理・整備・保全活動	19	（ニッコウキスゲの減少など）		感謝・感心	40
宿泊・滞在・施設	17	施設・設備	13	再訪意向	31
すべてに満足	15	情報取得時の不便さ	8	トイレ料金・入山料・募金	30
トイレ整備	12	高額な費用	7	自身の記録	24
人の温かさ	7	案内・標識の不足	6	情報提供・周知の徹底希望	19
ガイド・説明	5	休憩設備不足	5	観光と保全活動への疑問	17
バス・タクシーの利便性	5	アクセスの悪さ	5	このまま残したい	17
ゴミが少ないこと	4	マナーの悪さ	4	トイレの整備	15
情報提供（HPなど）	4	バス・タクシーの不便さ	4	案内標識の整備	12
天候	2	人の対応の悪さ	3	バス・タクシーの利便性向上	12
登山・ハイキング	2	バス・タクシーの不快感	2	施設・設備の改善	10
マナー	1	トイレの整備不足	1	休憩設備の改善	9
		広報の不足	1	激励など	8
		都度支払いの不便さ	1	情報の分かり易さの向上	7
		電波状況の悪さ	1	道路の整備	5
		道路整備の不足	1	電波状況の改善	4
		行きすぎた開発	1	コロナ感染に対する懸念	1

出典：環境省

2) - F 再訪意向

- ・ 2023（令和5）年度における再訪意向に関する回答結果（また尾瀬を訪問したいと思うか、という質問に対し、大変そう思う（7）～全く思わない（1）の7段階で評価）は、6.36でした。
- ・ 直近3年間の再訪意向は高い水準を維持しています。

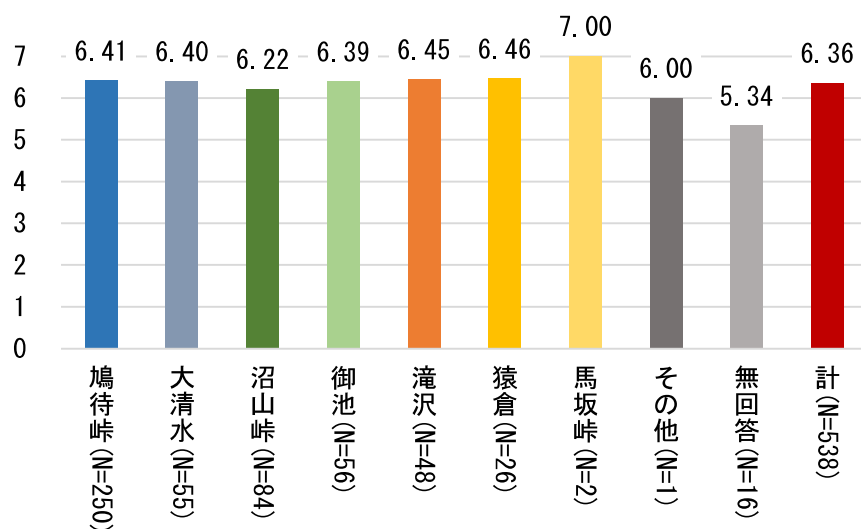


図 17 再訪意向（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

出典：環境省

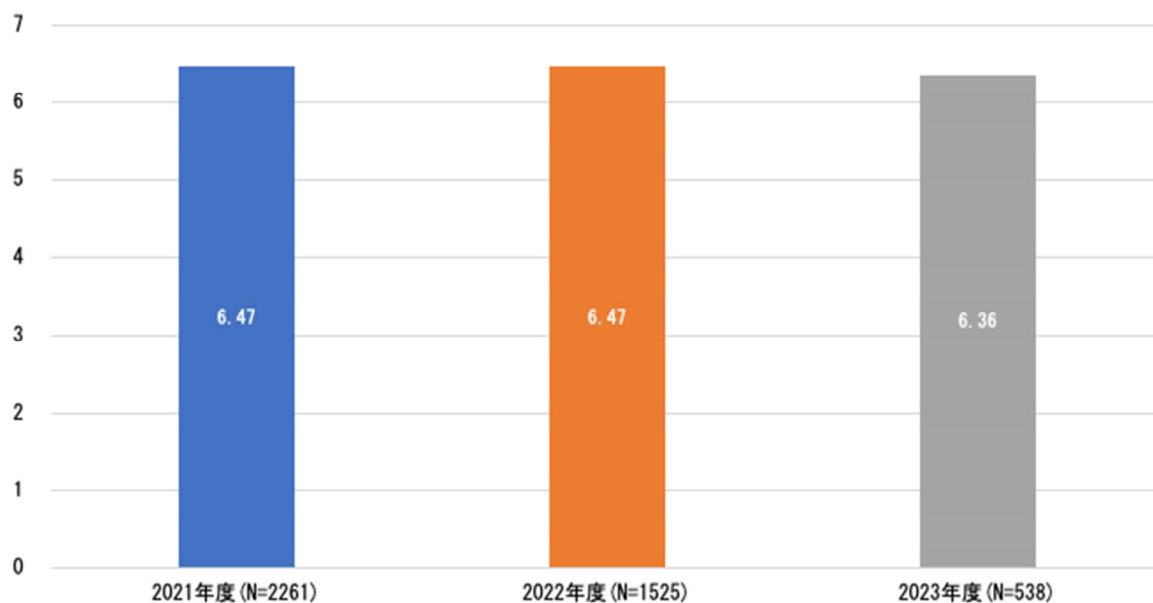


図 18 再訪意向の年推移

出典：環境省

2) -G リピート率

- 過去のアンケート調査から、尾瀬の訪問回数をまとめると、2回目以上の訪問者は70%前後で推移しています。訪問回数が6回以上の利用者も20%～30%で推移しています。

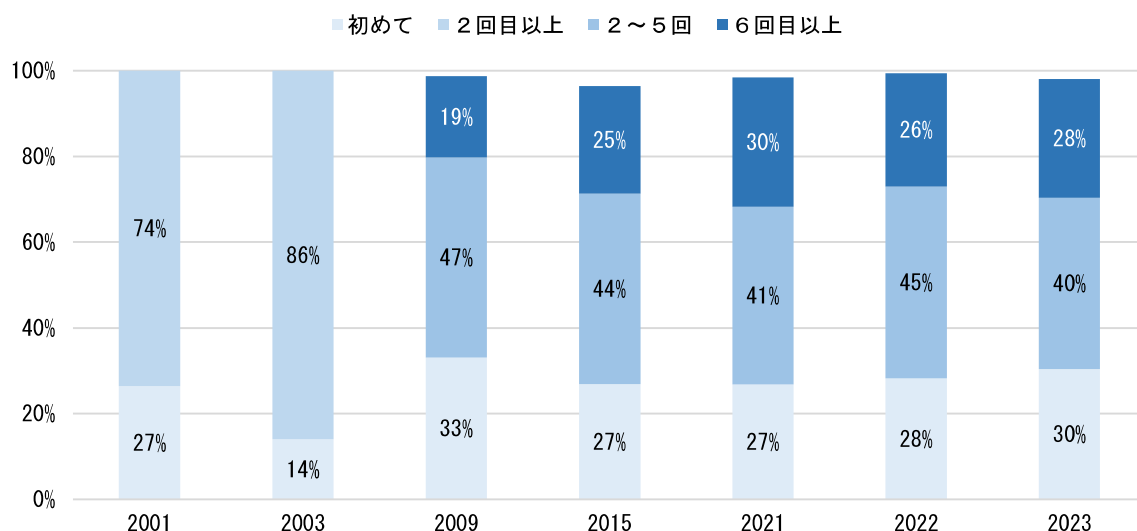


図 19 リピート率

注：2003年以前のアンケート設問では、訪問回数の区切りが不統一であり、「2回目以上」としてまとめています。

また、各調査結果は、無回答を除いて集計しています。

出典：環境省

2) -H 情報源・決め手となった情報源

- 尾瀬の情報源として「以前来訪した際の自身の経験」が他の項目に比べて非常に高く、65%でした。
- 訪問の決め手となった情報源としては、「以前来訪した際の自身の経験」が他の項目に比べて非常に高く（45%前後）、「家族が友人知人からの紹介・推奨」が続きます。

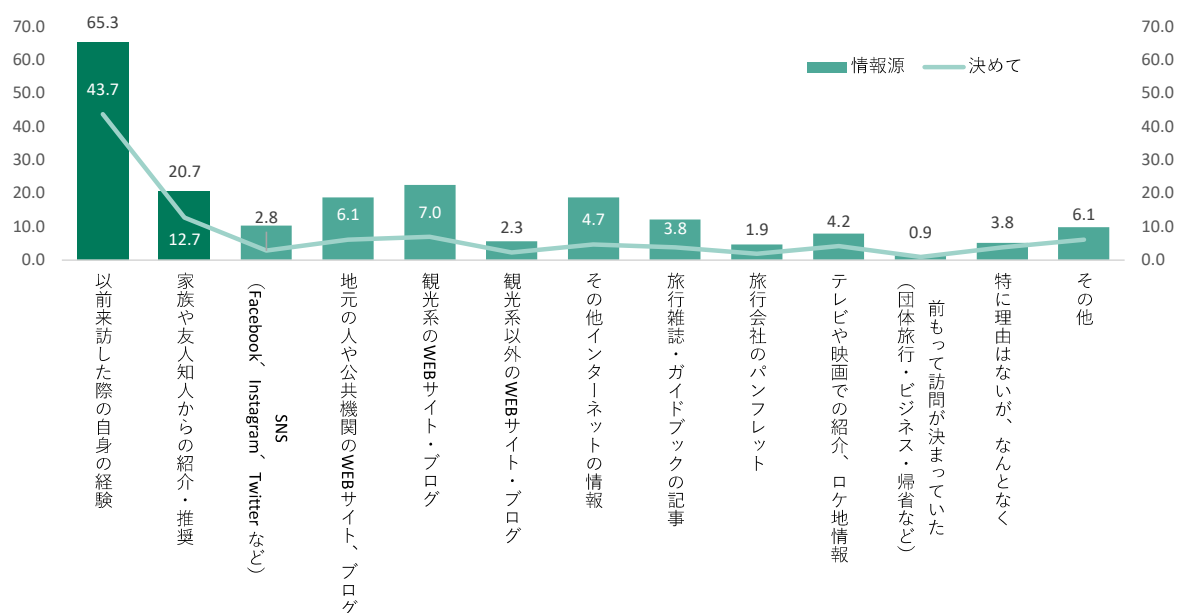


図 20 情報源・決め手となった情報源

出典：環境省

2) - I 尾瀬保全活動に対する関心・参加意欲の変化度

- ・ 2023（令和5）年度における尾瀬保全活動に対する関心及び参加意欲の変化度の回答結果（尾瀬訪問前後で尾瀬環境保全に対する関心又は参加意欲が高まったか、という質問に対し、大変そう思う（7）～全く思わない（1）の7段階で評価）について、関心の変化度は5.64、参加意欲の変化度は5.35でした。
- ・ 直近2年間の調査では、尾瀬に来訪することで尾瀬の環境保全に対する関心又は参加意欲が高まることが分かりました。

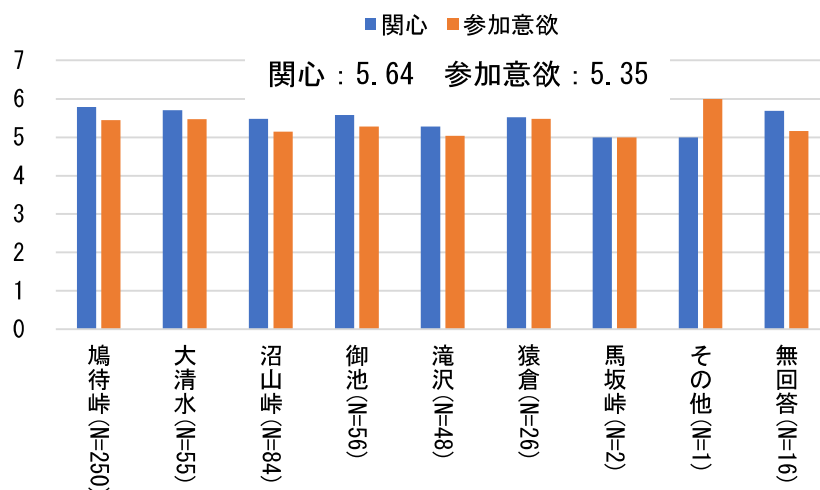


図 21 尾瀬保全活動に対する関心・参加意欲の変化度
(入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

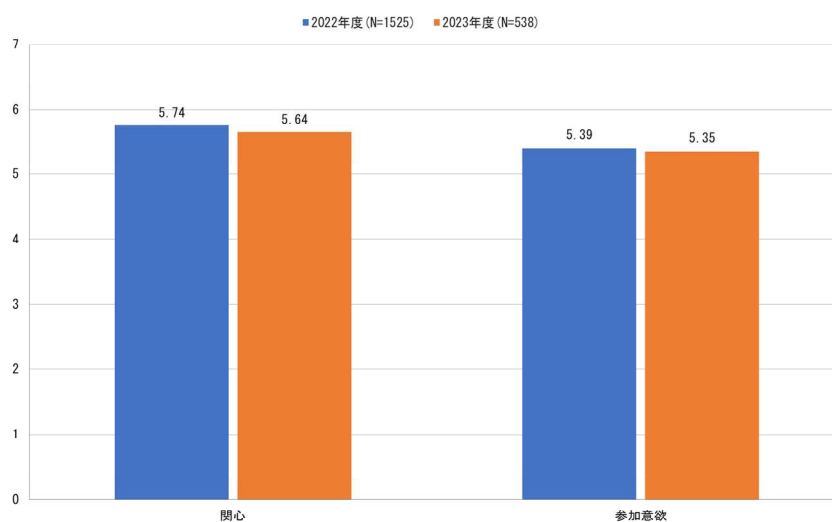


図 22 尾瀬保全活動に対する関心・参加意欲の変化度の年推移

出典：環境省

2) -J 尾瀬保全活動に対する関心・理解・参加意欲の変化のきっかけ

- 2022（令和4）年における尾瀬保全活動に対する関心・理解・参加意欲の変化のきっかけとしては、「素晴らしい自然を体感して」が78%で最も多く、次いで「尾瀬をまもる取組を見て」が多数でした。

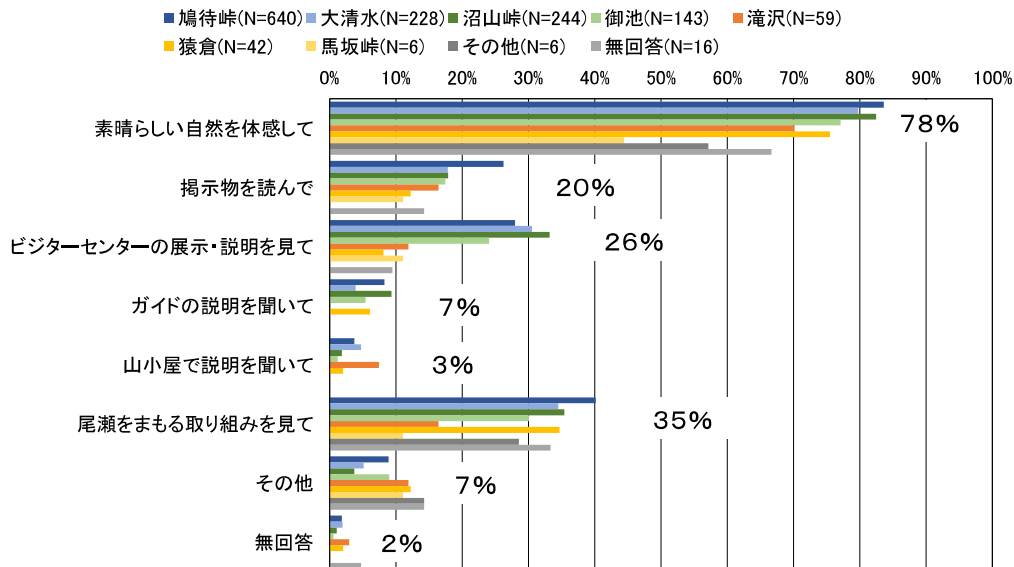


図 23 尾瀬保全活動に対する関心・理解・参加意欲の変化のきっかけ
（入山口別、2022（令和4）年）（n=1525）※2022年調査最新

出典：環境省

2) -K 尾瀬保全活動の参加率

- 2023（令和5）年度における尾瀬保全活動の参加率は、「トイレチップの支払い」が86%で最も多く、次いで「ごみの持ち帰り」が多数でした。

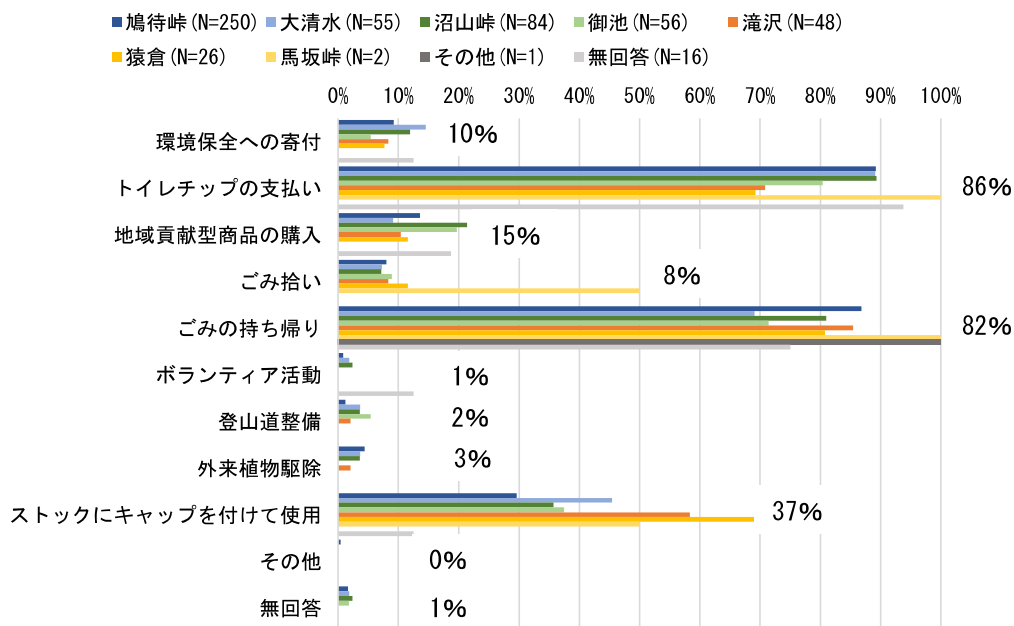


図 24 尾瀬保全活動の参加率（入山口別、2023（令和5）年）（n=538）

※利用 AP の戦略における「守る活動の参加率」の定義は、P46 参照。

出典：環境省

2) -L 尾瀬の保全活動の有料体験プログラムへの参加意向

- 2023（令和5）年度における尾瀬の保全活動の有料体験プログラムへの参加意向に関する回答結果（尾瀬の自然保護に参加できる体験・サービスとして提示した4つの企画への参加意向について、とても利用したい（5）～まったく利用したくない（1）の5段階で評価）について、気候変動による影響を調査する体験企画が3.34で最も高かったですが、いずれのプログラムも一定の参加意向があることが分かりました。

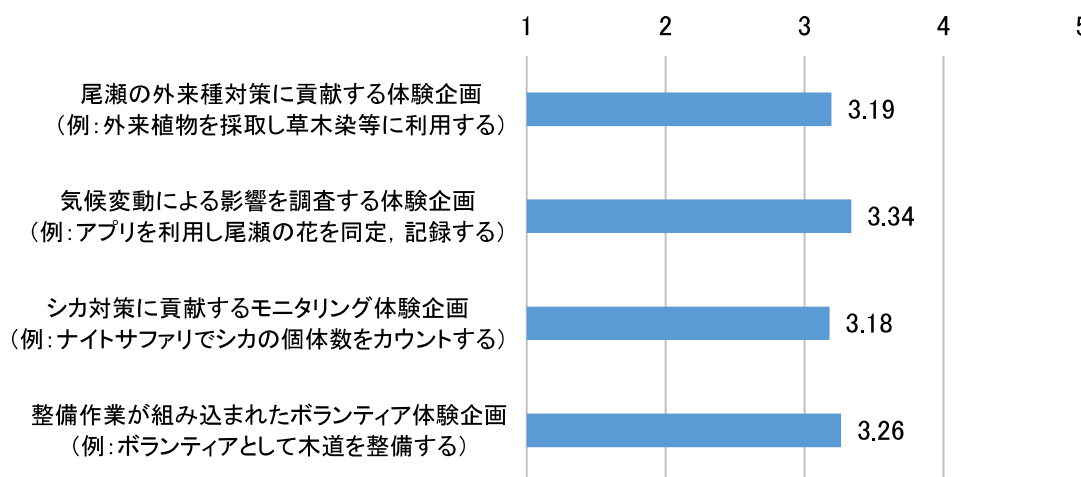


図 25 保全体験企画（有料）への参加意向（入山口別、2023（令和5）年）

出典：環境省

2) -M 自然保護の原点としての尾瀬の認知度

- 2023（令和5）年度における自然保護の原点としての尾瀬の認知度は「知らなかった」が44%で最も多く、次いで「訪問前から知っていた」が多数でした。

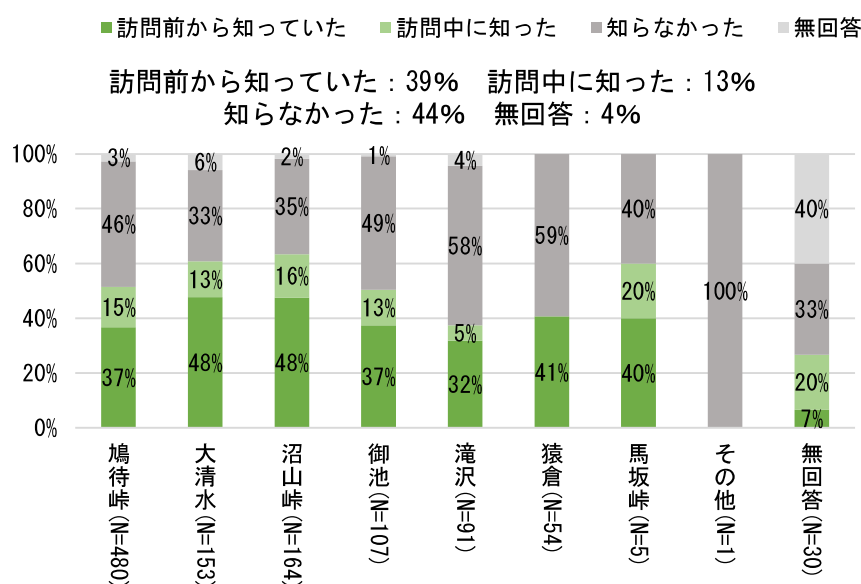


図 26 自然保護の原点としての尾瀬の認知度（入山口別、2023（令和5）年）（n=1085）

出典：環境省

3) 尾瀬国立公園の認知度等に関する調査

全国の旅行者（尾瀬国立公園利用者ではない）を対象として実施した尾瀬国立公園の認知度・来訪経験率、訪問意向等に関するアンケート調査結果を整理しました。

調査の概要：尾瀬国立公園の認知度等に関する調査

■対象：全国 18～79 歳の男女（国勢調査時の人口に基づき、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当てたことにより、地域、性年代の偏りなく調査対象を抽出）

■調査方法：郵送自記式調査

■実施期間：2021 年 5 月 26 日～6 月 16 日

■出典：旅行意識調査 2021（5 月）調査（公財）日本交通公社

3) - A 認知度

- ・ 2021（令和 3）年度調査の結果、尾瀬の認知度は、70.8%でした。年代別には、40 代未満と 40 代以上で差があり、40 代以上は 7 割以上、40 代未満は 5 割以下となっています。
- ・ 居住地別では、関東が最も高く認知度は 84.4%です。

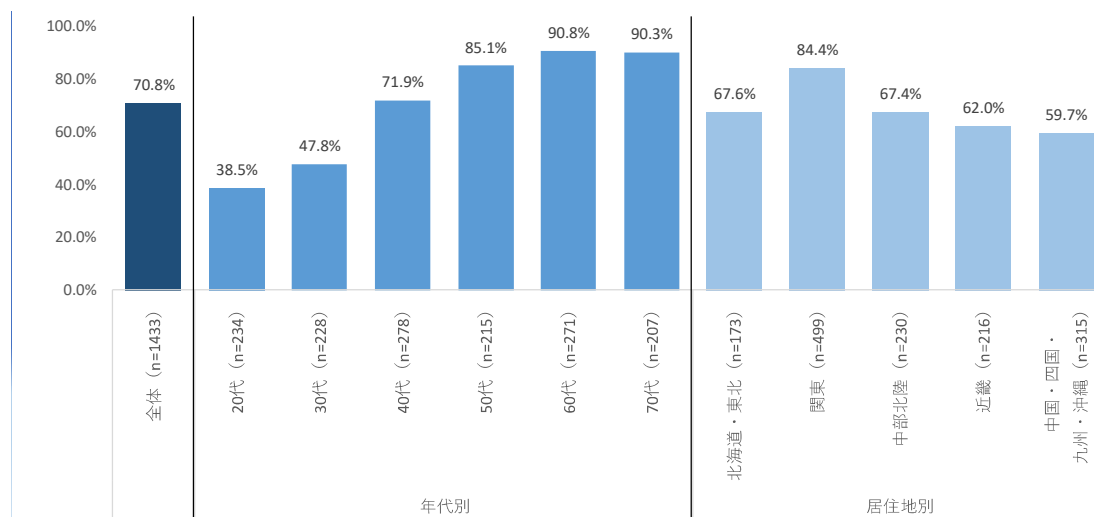


図 27 尾瀬の認知度（2021（令和 3）年）（n=1433）

注：上記では、無回答を除いて集計している。20 代には 18, 19 歳を含む。

出典：「JTBF 旅行意識調査 2021（5 月）調査」（公財）日本交通公社

3) -B 来訪経験率

- 2021（令和3）年度調査の結果、尾瀬の来訪経験率は18.8%で、年代が上がるほど高くなっています。居住地別には関東が最も高く、32.5%が尾瀬に来訪しています。

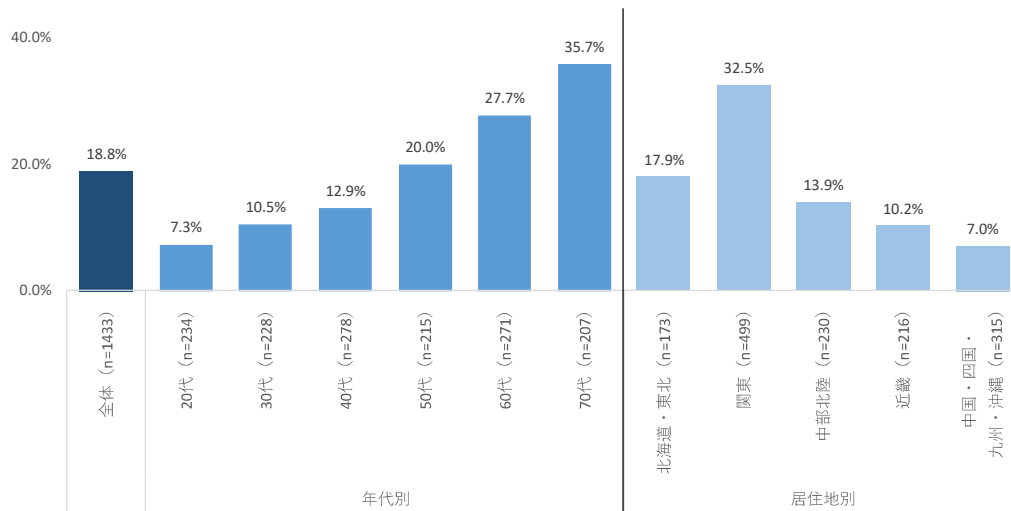


図 28 尾瀬の来訪経験率（2021（令和3）年）(n=1433)

注：上記では、無回答を除いて集計している。20代には18,19歳を含む。

認知と経験に関する設問では、3つの選択肢「(1)知らない」「(2)行ったことはないが知っている」「(3)行ったことがある」を提示。ここでは、(3)の回答数が全回答数に占める割合を「来訪経験率」としている。

出典：「JTBF 旅行意識調査 2021（5月）調査」（公財）日本交通公社

3) -C 訪問意向

- 訪問意向は、「行きたい（「ぜひ行きたい」＋「行きたい」の合計）」が70.6%で、年代、居住地によらず高い意向が確認されました。

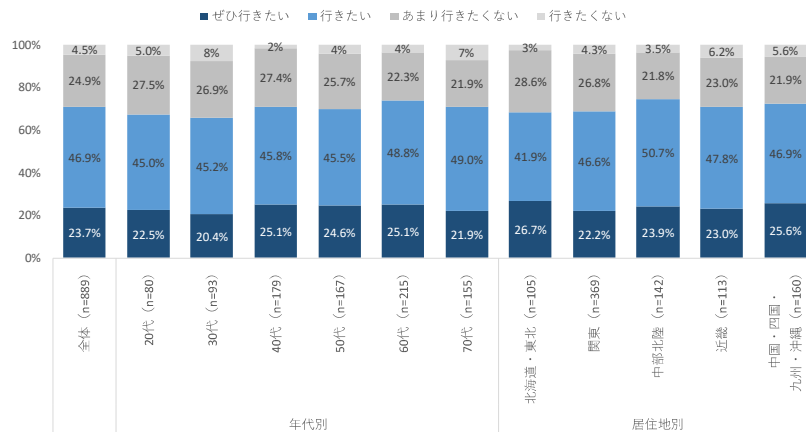


図 29 尾瀬の訪問意向（2021（令和3）年）(n=889)

注：上記では、無回答を除いて集計している。20代には18,19歳を含む。

今後の希望に関する設問では、4つの選択肢「(1)ぜひ行きたい」「(2)行きたい」「(3)あまり行きたくない」「(4)行きたくない」を提示。回答者は、尾瀬を認知している人。

出典：「JTBF 旅行意識調査 2021（5月）調査」（公財）日本交通公社

3) -D 利用に関するイメージ

- ・ 尾瀬の「過ごし方」イメージについては、訪問経験の有無に関わらず、上位3つ（「動植物の観察が楽しめる」「トレッキングが楽しめる」「写真撮影が楽しめる」）は同じですが、その選択率には10%以上の差があります。一方、「のんびりゆっくり滞在できる」については、訪問経験のある人、ない人、ともに約25%の選択率でした。
- ・ 尾瀬の「情報案内、施設、サービス」のイメージについては、訪問経験の有無に関わらず、「木道・歩道が充実している」の選択率が最も高くなっています。それ以外の項目については、訪問経験がある人においても選択率が低くなっています。
- ・ 尾瀬の「利用者」イメージについては、訪問経験の有無に関わらず、上位2つ（「高齢者（概ね60歳以上）が充実した時間を過ごせる」、「大人（概ね40～50代）が充実した時間が過ごせる」（「いずれもあてはまらない／特にイメージはない」は除く）は同じでした。

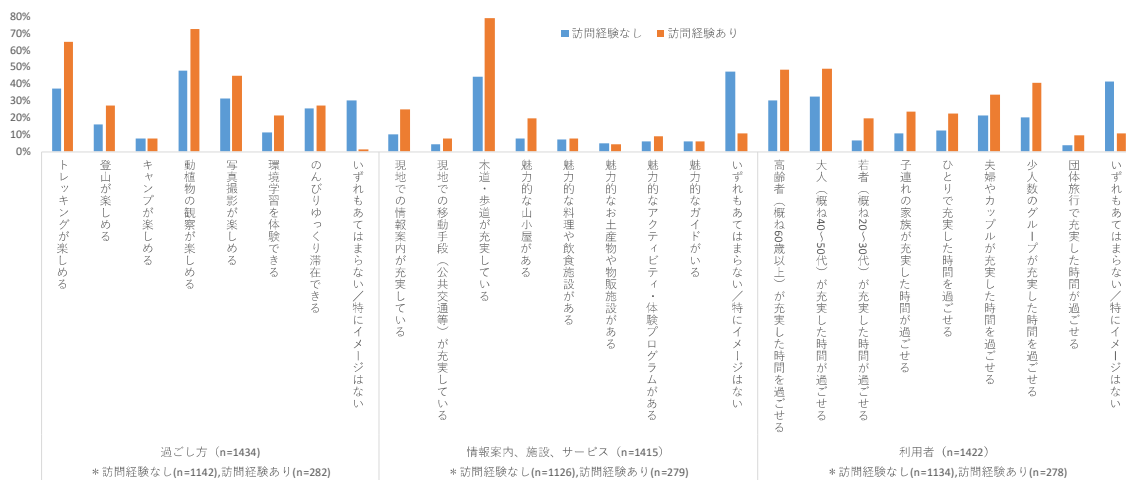


図 30 尾瀬の利用に関するイメージ（2021（令和3）年）

注：「過ごし方」「情報案内、施設、サービス」「利用者」、それぞれの結果を一つのグラフに集約。無回答を除いて集計。

出典：「JTBF 旅行意識調査 2021（12月）調査」（公財）日本交通公社

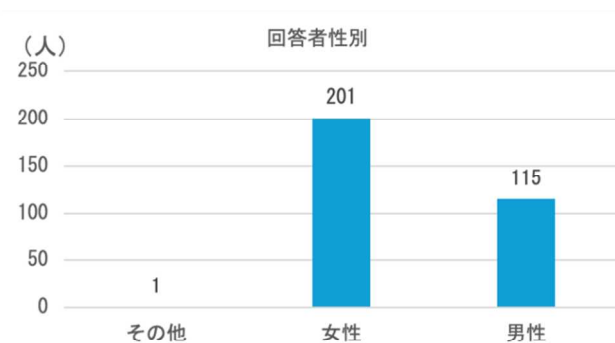
4) 尾瀬国立公園への旅行に関する需要調査

今後、尾瀬の魅力を広く伝えていくことを想定し、「どのようなターゲットに」「なにを提供すれば」訪問意欲の向上につながるのかを明らかにするための需要調査を実施しました。

調査の概要：旅行者の需要調査 ・登山愛好者層と一般的な観光客層の間に旅行に関する嗜好性、尾瀬国立公園の観光需要に差異があるかを検証するために実施 ■対象エリア ①登山愛好者層：全国 ②一般観光客層：尾瀬国立公園への来訪可能性が高いと目する東北・中部・関東地域 ■調査方法：インターネットアンケート ①は株式会社ADDIXが運営するWEBメディア「FUNQ」上の登山メディアページにアンケート掲示することで対象となる登山愛好者層の回答を収集した②はインターネット調査パネルを活用し回答を収集した		■調査期間 ①登山愛好者層：2023年11月14日～20日 ②一般観光客層：首都圏（2023年11月16日～11月20日）、東北圏（2023年12月13日～12月22日）、中部圏（2023年12月4日～20日） ■回答数 ①登山愛好者層：317 ②一般観光客層：首都圏=696、東北圏=3,194、中部圏=13,449（留意事項） ・②は対象地域の協力調査パネルの機能上の制約により、性別・年代・回答期間・回答数が均一でない点に注意。 下記調査結果は各エリアごとに属性データを考慮しご覧ください
---	--	--

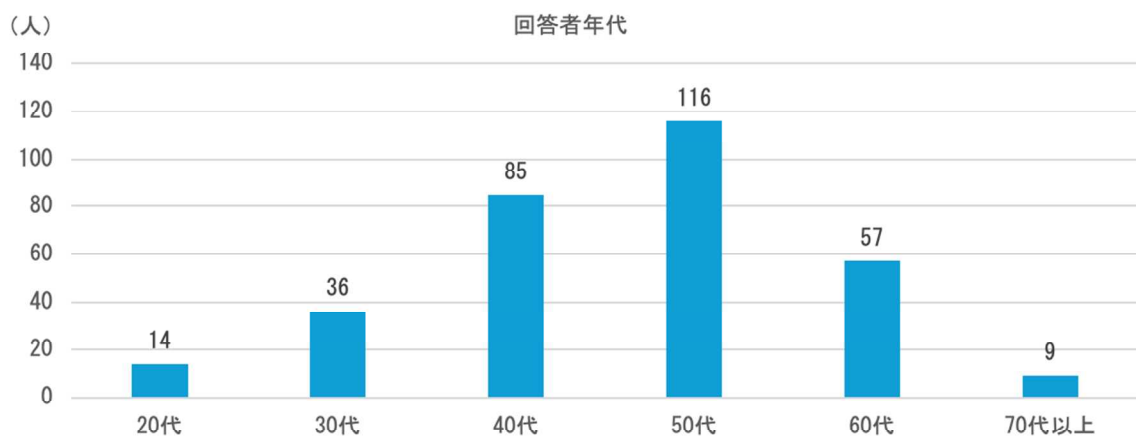
4) - A 属性データ

① 登山愛好者層属性（n=317）



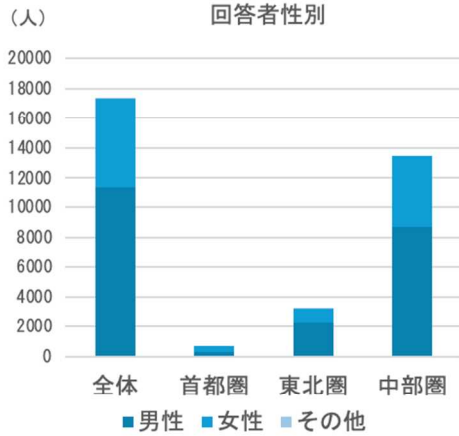
回答者数居住地（人）

北海道	青森県	岩手県	宮城県	山形県	福島県	茨城県
5	1	1	4	2	10	9
栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県
13	12	35	17	69	46	8
石川県	山梨県	長野県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県
2	2	12	6	15	5	4
京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山	岡山県	広島県
4	12	7	1	1	2	4
高知県	福岡県	熊本県	鹿児島県			
1	4	1	2			



② 一般観光客層属性 (n=17,339)

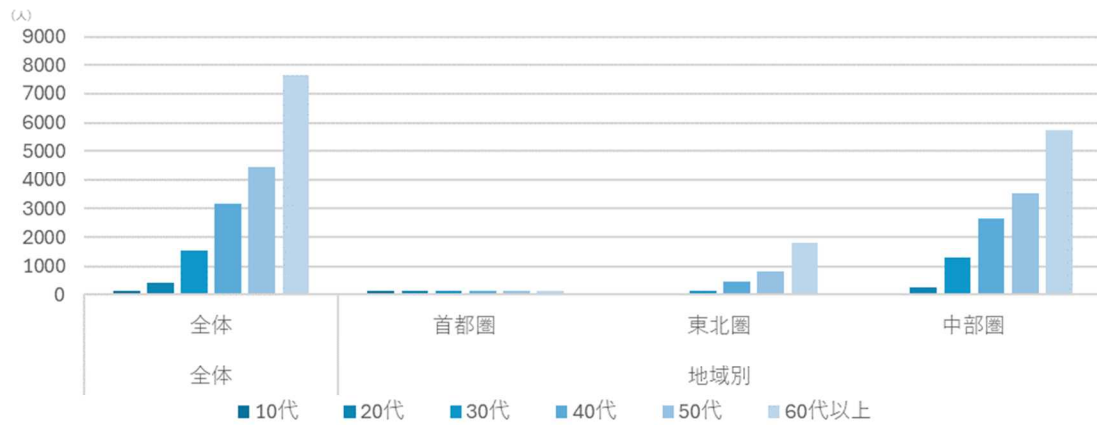
回答者性別



回答者居住地 (人)

首都圏 (n=696)						
茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
32	14	21	111	84	284	150
東北圏 (n=3,194)						
青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県
318	384	110	368	390	767	857
中部圏 (n=13,449)						
愛知県	岐阜県	三重県	静岡県	長野県		
6063	1885	1700	1918	1883		

回答者年代



出典：環境省

4) ーB 旅行に求めるもの

- ・ 尾瀬に限らず旅行に対して、一般観光客層は「美味しいものを食べることを」、登山愛好者層は「眺望・絶景」を求めています。
- ・ 年代別で優先順位の違いは見られませんでした、「眺望・絶景」は30歳以上に対して需要が高いことが分かりました。

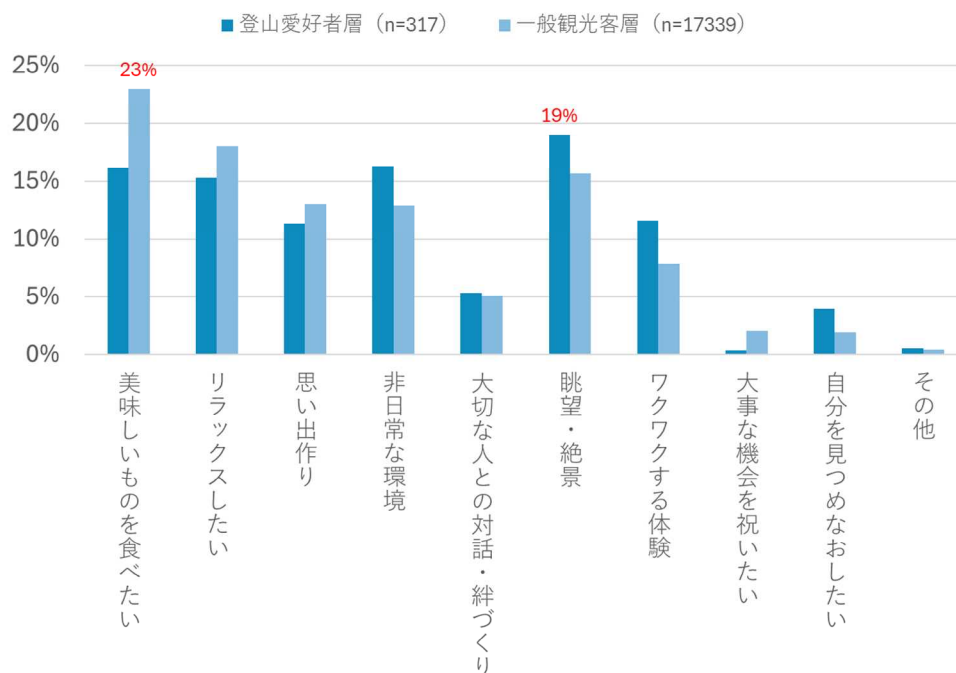


図 31 旅行に求めること（2023（令和5）年）

出典：環境省

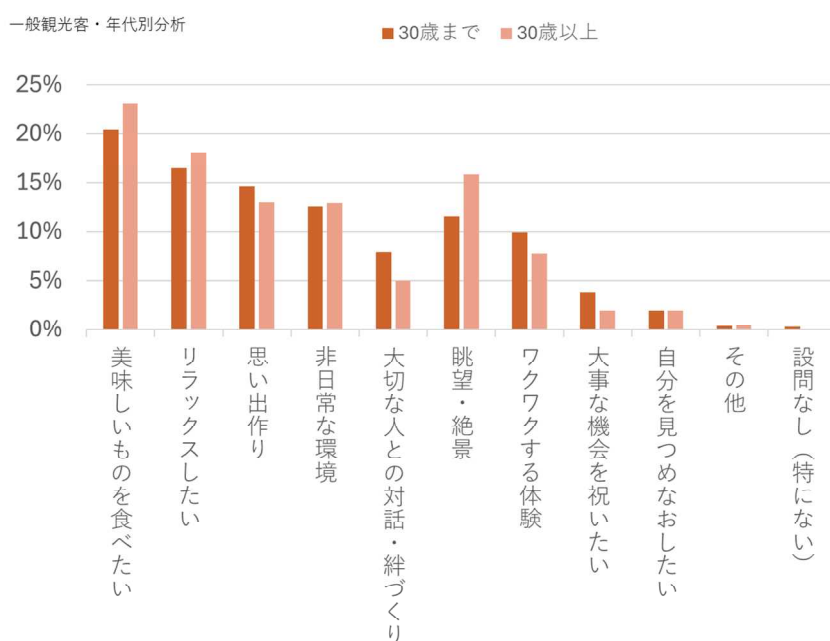


図 32 旅行に求めること 一般観光客層・年代別（2023（令和5）年）

出典：環境省

4) - C 旅行先の決定要素

- ・ 尾瀬に限らず旅行先を決定する要素として、一般観光客層は「宿泊先」を、登山愛好者層は「眺望・絶景」が挙げられました。旅行に求めるものにつき、旅行先を決定する要素も一般観光客層と登山愛好者層で違いがありました。

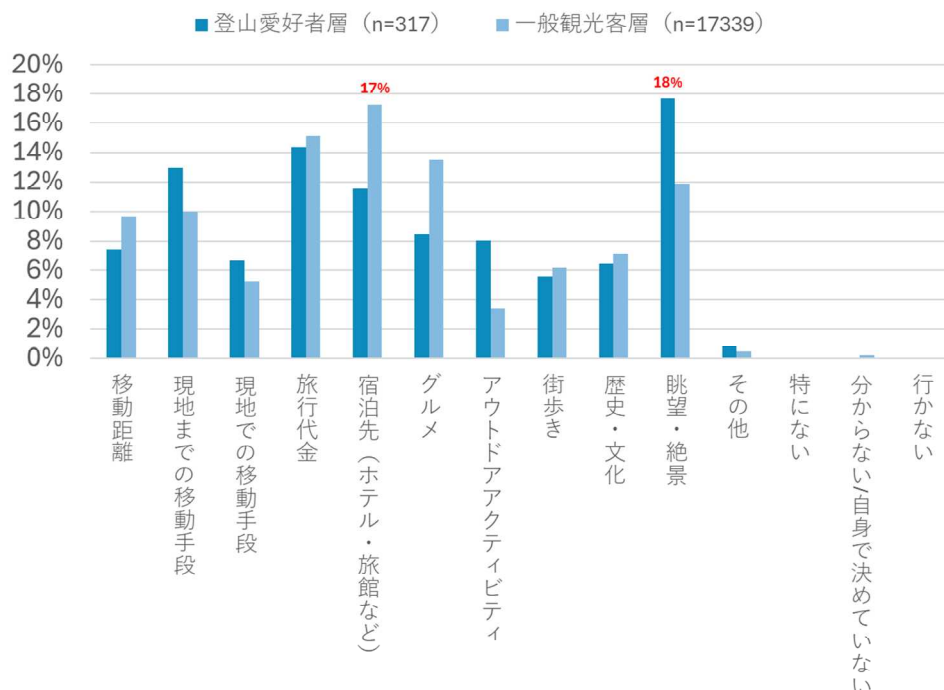


図 33 旅行先を決定する際に重要視する要素 (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

4) - D 旅行先への同行者

- ・ 尾瀬に限らず旅行先への同行者として、一般観光客層は「家族」・「パートナー」が高い一方、登山愛好者層は「ひとり」が多いことが分かりました。

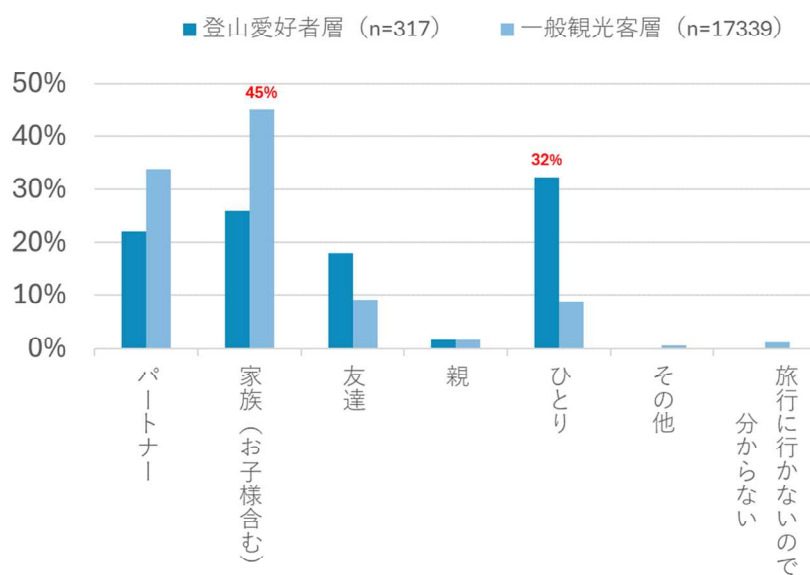


図 34 旅行先への同行者 (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

4) - E 尾瀬国立公園の認知度

- ・ 一般観光客層の認知度は75%でした。（「知らない」を除く回答率の合算）
- ・ 一方で「どのような場所かまで知っている」は一般観光客層では34%に留まり、登山愛好者層と比べて理解度に大きな違いがあることが分かりました。
- ・ 一般観光客層の中でも地域によって認知度に差があり、概ね首都圏＞東北圏＞中部圏の順で認知度が下がっていきます。
- ・ 年代別では、30歳未満の認知度は、30歳以上に比べて低い傾向にあります。また、性別では女性の認知度が低い傾向にあります。

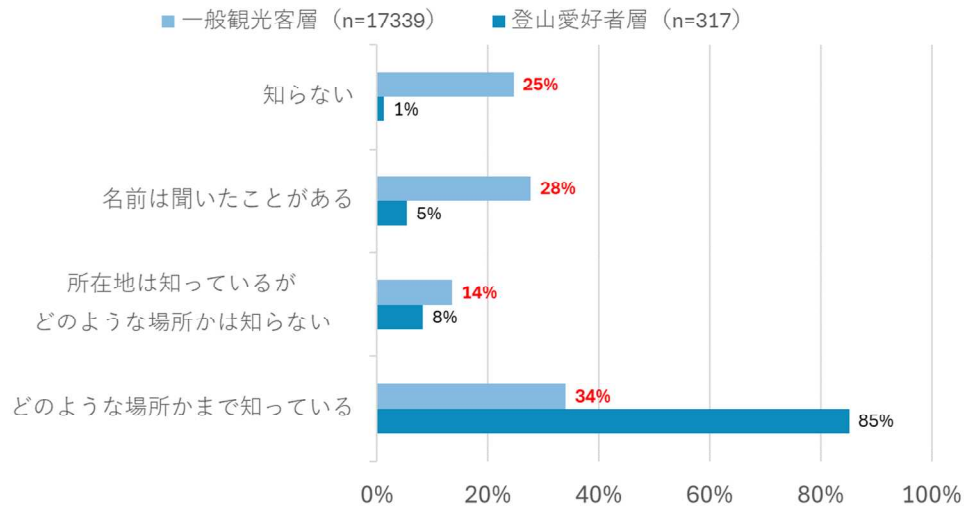


図 35 尾瀬国立公園の認知度（2023（令和5）年）

出典：環境省

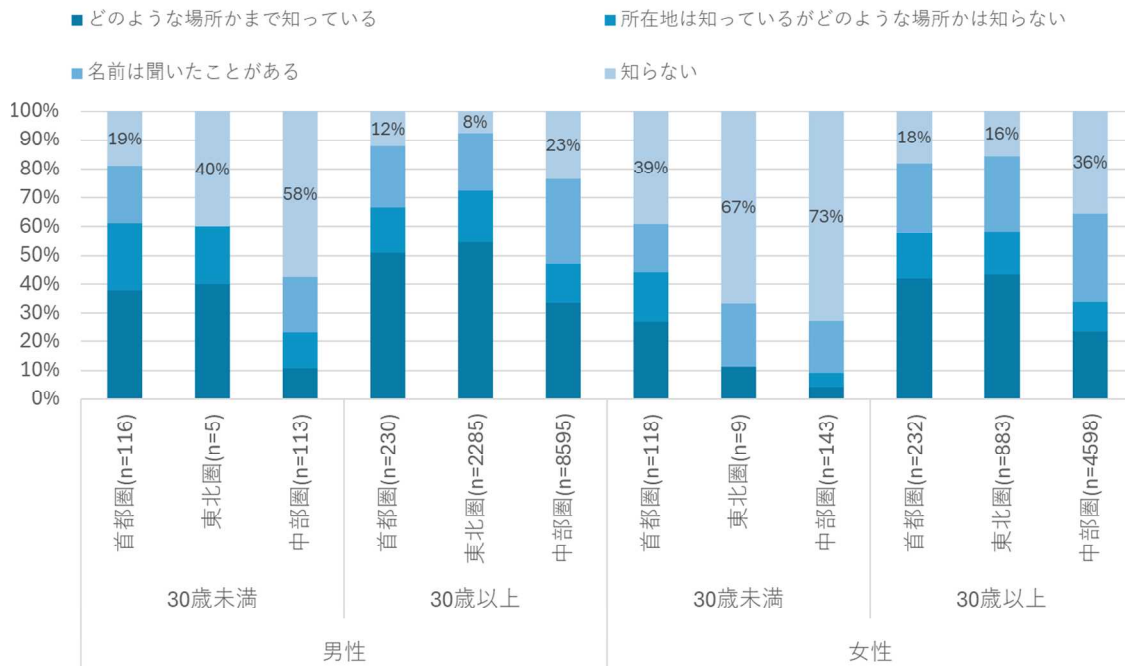


図 36 尾瀬国立公園の認知度 年代・男女・地域別（2023（令和5）年）

出典：環境省

4) - F 尾瀬国立公園への来訪経験

- ・ 尾瀬国立公園への来訪経験について、一般観光客層は「訪れたことはない」が約 79%で最も高く、登山愛好者層は「1～2 回」が約 31%で最も高い結果となりました。
- ・ 登山愛好者層の中でも「訪れたことはない」層は 27%存在するため、今後も登山愛好者層を拡大できる余地があることが分かりました。
- ・ 一般観光客層のうち、首都圏では「1～2 回」が 48%となり、団体旅行や教育旅行の成果が現れていると推測されます。

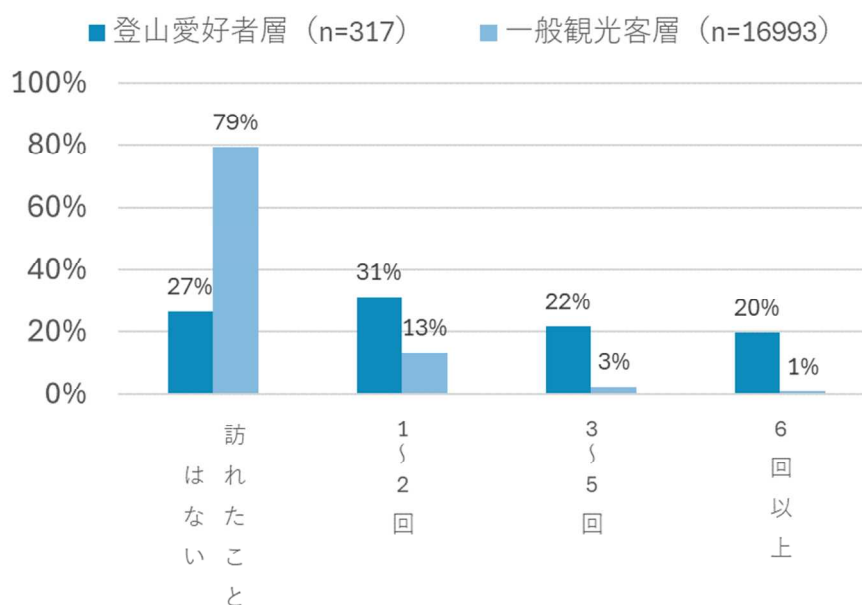


図 37 尾瀬国立公園の来訪経験 (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

一般観光客・地域別分析

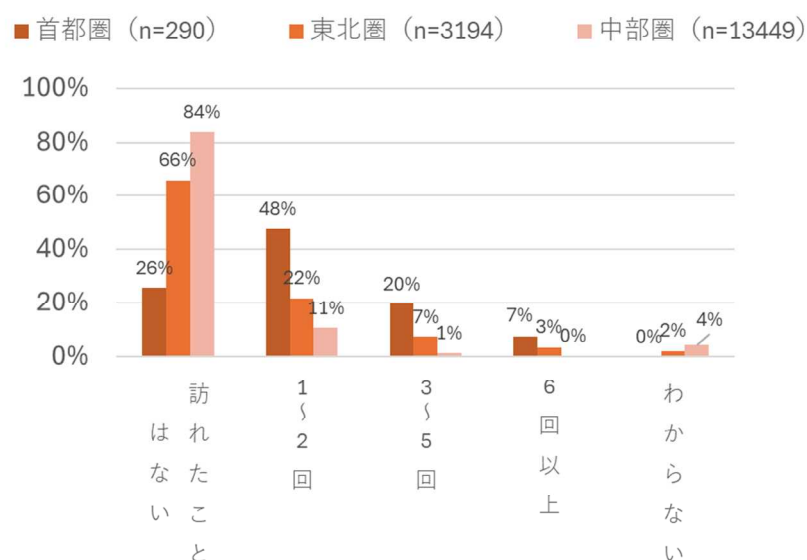


図 38 尾瀬国立公園の来訪経験 一般観光客層・年代別 (2023 (令和 5) 年)

注：設問設定機能上、首都圏の回答者は東北圏・中部圏とは設定が異なる。首都圏では「尾瀬国立公園を知っていますか」という質問に対して、「知らない」「名前は聞いたことがある」「所在地は知っているがどのような場所かは知らない」「どのような場所かまで知っている」を提示し、回答者は「どのような場所かまで知っている」を選択した人。

出典：環境省

4) - G 尾瀬国立公園への訪問意向

- ・ 尾瀬国立公園への訪問意向は、一般観光客層で 87%、登山愛好者層で 98%となりました（「ぜひ訪れたい」「訪れたい」の合算値）。
- ・ すべての年代・地域で 60%以上の訪問意向があります。認知度とは異なり、年代で大きな差異はありませんでした。

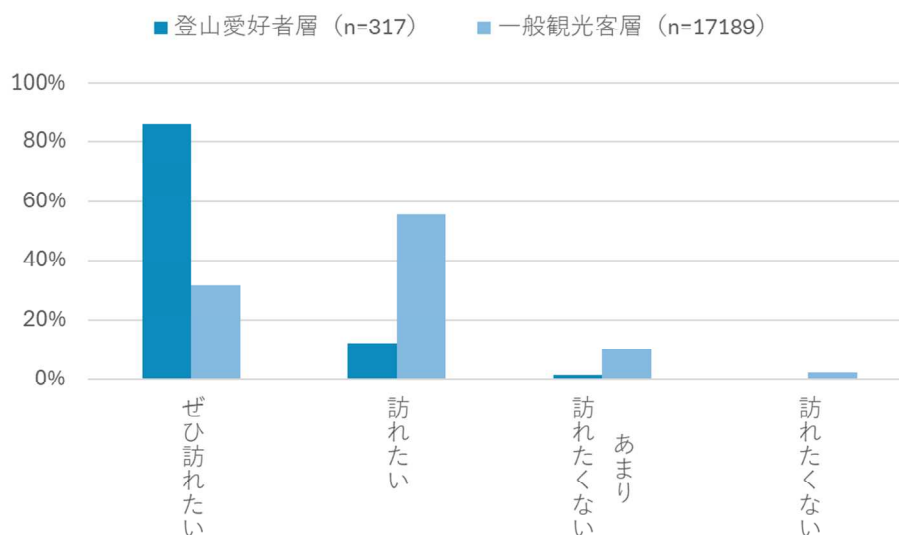


図 39 尾瀬国立公園への訪問意向（2023（令和 5）年）

出典：環境省

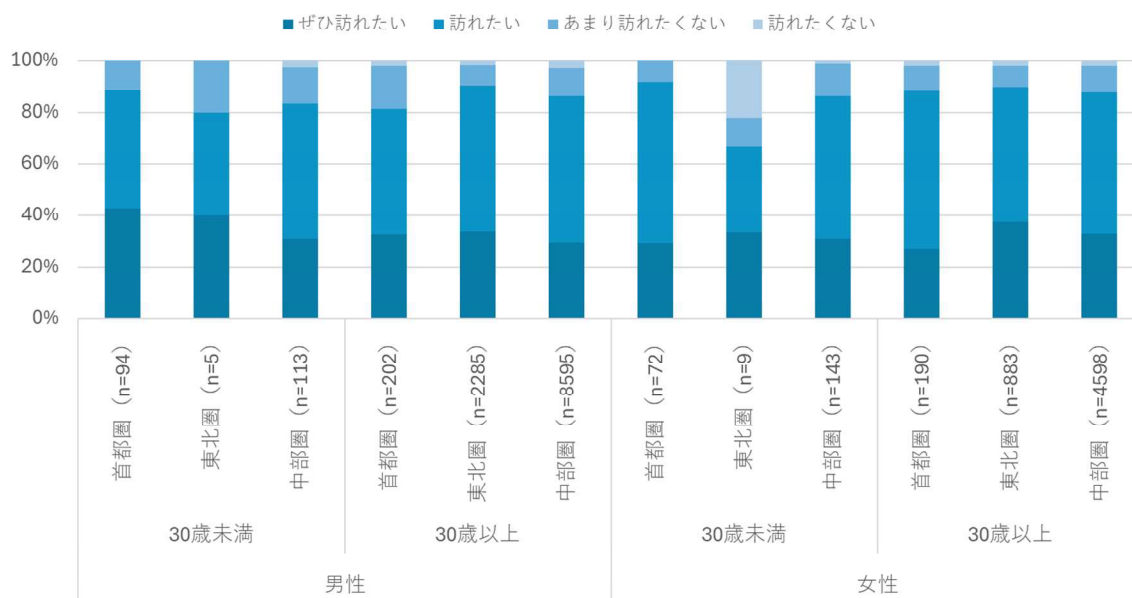


図 40 尾瀬国立公園の訪問意向 年代・男女・地域別（2023（令和 5）年）

注：設問設定機能上、首都圏の回答者は東北圏・中部圏とは設定が異なる。首都圏では「尾瀬国立公園を知っていますか」という質問に対して、「知らない」「名前は聞いたことがある」「所在地は知っているがどのような場所かは知らない」「どのような場所かまで知っている」を提示し、回答者は「知らない」以外を選択した人。

出典：環境省

4) -H 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味があると思った理由

- ・ 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由は、「自然の中を歩きたい、ふれあいたい」「風景鑑賞ができるから」が一般観光客層・登山愛好者層ともに上位となりました。
- ・ また一般観光客層は「ハイキング・トレッキングがしたいから」というアクティブな期待がある一方、「ゆっくりのんびりできるから」「ストレスから解放されるから」といった自然の中でのリラックスした滞在に期待があることも分かりました。

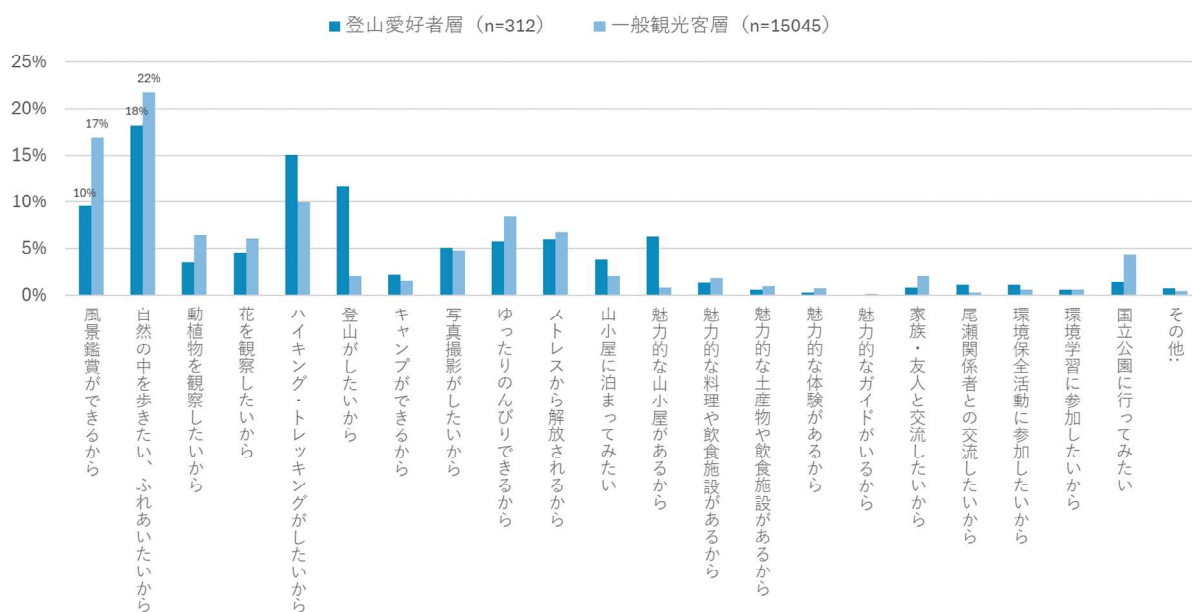


図 41 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由 (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

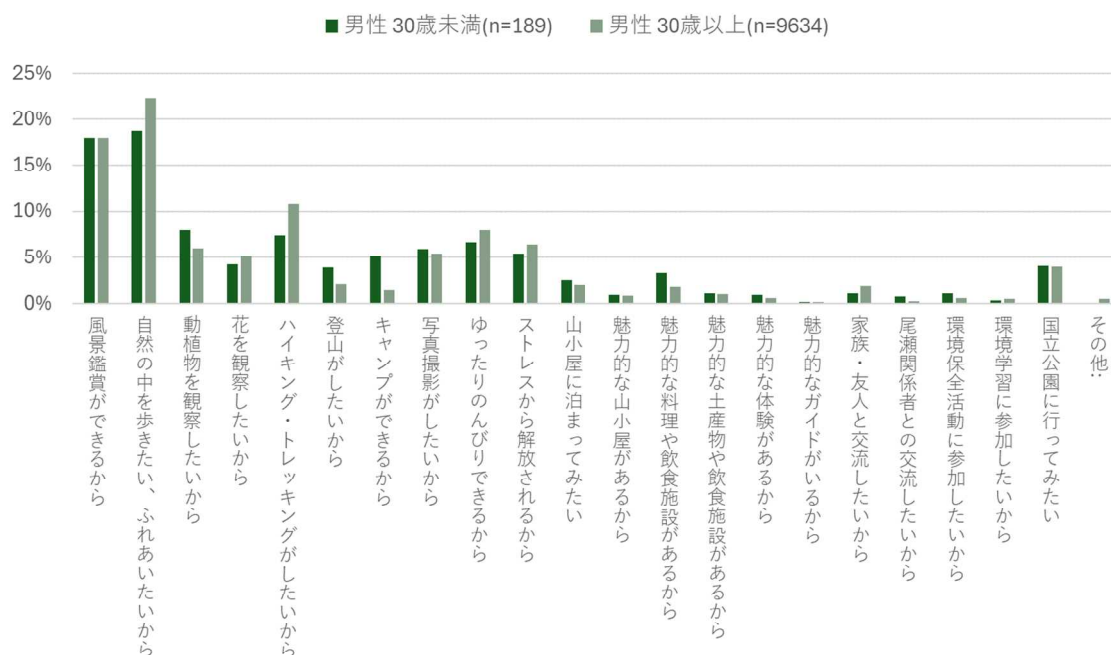


図 42-1 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由 男性・年代別 (2023 (令和 5) 年)

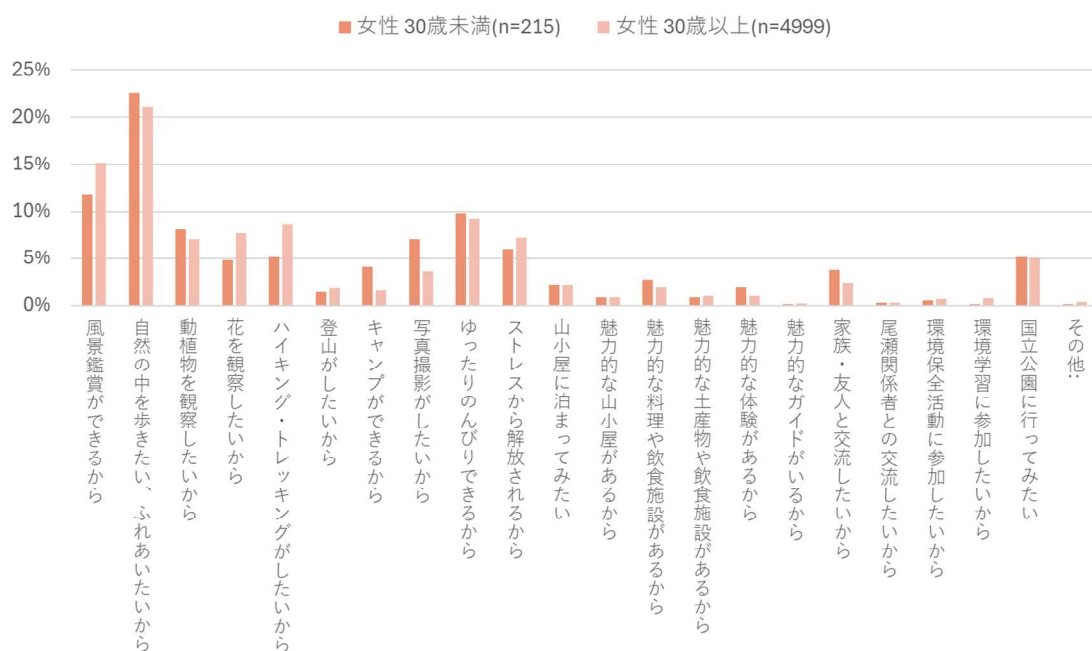


図 42-2 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由 女性・年代別（2023（令和 5）年）

注：「尾瀬国立公園を訪れたいと思いますか」という質問に対して、「ぜひ訪れたい」「訪れたい」「あまり訪れたくない」「訪れたくない」を提示。また、首都圏では「尾瀬国立公園を知っていますか」という質問に対し「知らない」と回答した場合、上記の設問ではなく「尾瀬国立公園に興味はありますか」という質問に対して「興味はある」「興味はない」を提示した。図 41・図 42 の回答者は「訪れたいと思うか／興味はあるか」という質問に対して、「ぜひ訪れたい」「訪れたい」「興味がある」のいずれかを選択した人。

出典：環境省

4) - I 尾瀬国立公園へ訪れたくない・興味がない理由

- ・ 一般観光客層が尾瀬国立公園へ訪れたくない・興味がない理由として、「どこにあるのかわからない」「何ができるかわからない」「登山に興味がないから」が挙げられました。
- ・ 年代別では、30歳未満で「どこにあるのかわからない」「何ができるかわからない」が顕著でした。

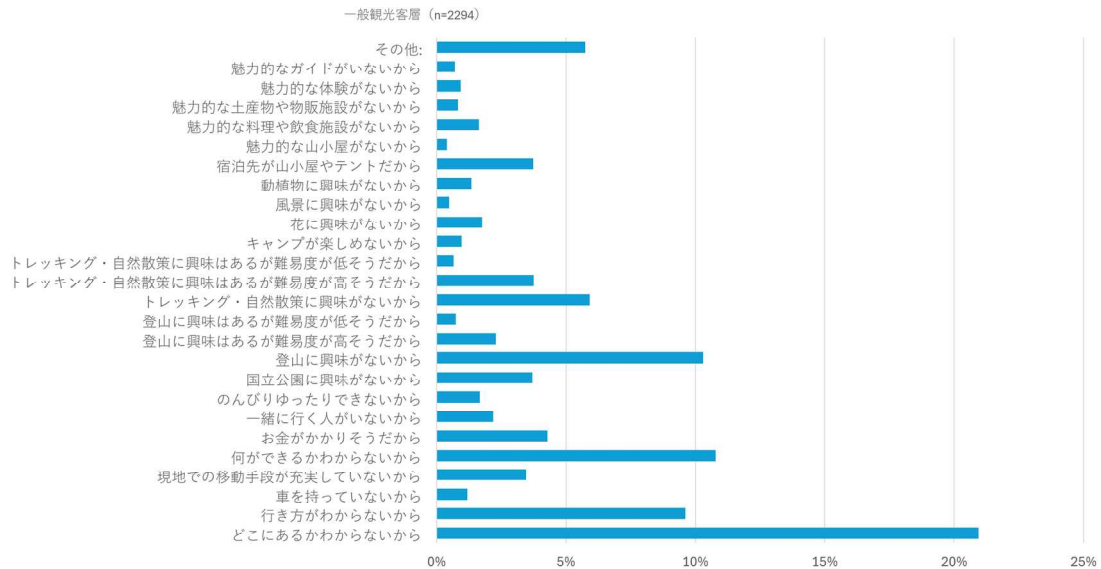


図 43 尾瀬国立公園へ訪れたくない・興味がない理由 (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

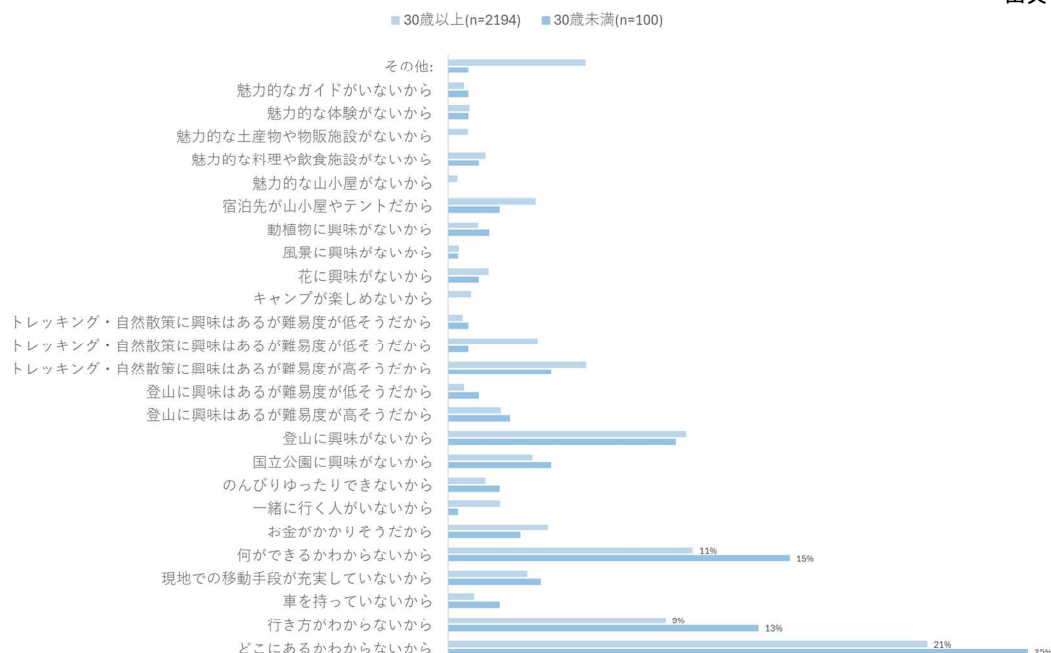


図 44 尾瀬国立公園へ訪れたくない・興味がない理由 年代別 (2023 (令和 5) 年)

注：「尾瀬国立公園を訪れたいと思いますか」という質問に対して「ぜひ訪れたい」「訪れたい」「あまり訪れたくない」「訪れたくない」を提示。また首都圏では「尾瀬国立公園を知っていますか」という質問に「知らない」と回答した場合、上記の設問ではなく「尾瀬国立公園に興味はありますか」という質問に対して「興味はある」「興味はない」を提示した。図 43・図 44 の回答者は「訪れたいと思うか／興味はあるか」という質問に対して「あまり訪れたくない」「訪れたくない」「興味がない」のいずれかを選択した人。登山愛好者層は上記該当回答者が n=6 のため集計から除外

出典：環境省

4) -J- 一般観光客層にとっての魅力

- ・ 一般観光客層のうち、尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がない回答者について、写真や説明文等で尾瀬の観光資源を提示し、魅力的に感じるものを質問しました。
- ・ その結果、「何もない」という回答が57%であったものの、「夏の尾瀬」「秋の尾瀬」など美しい尾瀬の景観や、「お風呂・温泉」「スイーツ」「グルメ」など体験できる内容が想像しやすい資源が魅力的なものとして選択されました。
- ・ 特に「お風呂・温泉」「スイーツ」「グルメ」は30歳未満で多く選択されました。

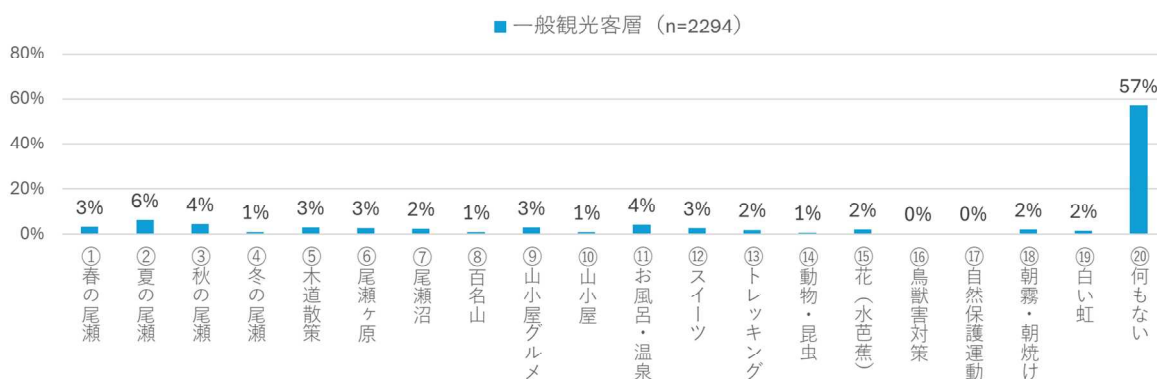


図 45 興味をひかれた尾瀬国立公園の観光資源（2023（令和5）年）

出典：環境省

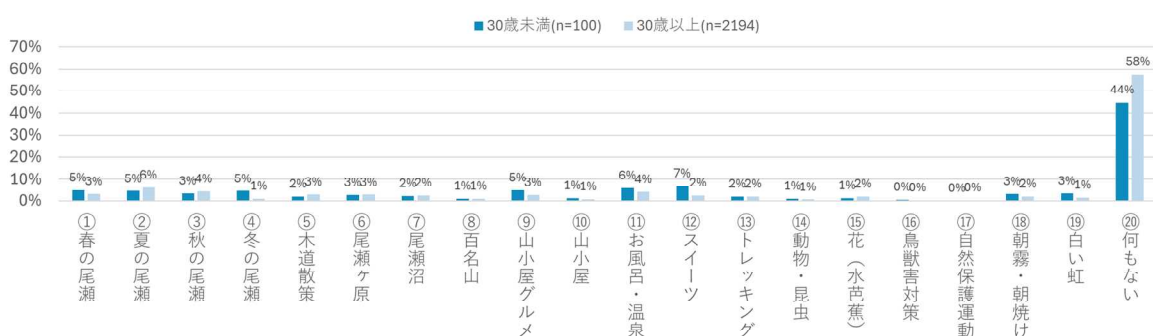


図 46 興味をひかれた尾瀬国立公園の観光資源 年代別（2023（令和5）年）

注1：「尾瀬国立公園を訪れたいと思いますか」という質問に対して「ぜひ訪れたい」「訪れたい」「あまり訪れたくない」「訪れたくない」を提示。また首都圏では「尾瀬国立公園を知っていますか」という質問に「知らない」と回答した場合、上記の設問ではなく「尾瀬国立公園に興味はありますか」という質問に対して「興味はある」「興味はない」を提示した。図45・図46の回答者は「訪れたいと思うか／興味はあるか」という質問に対して、「あまり訪れたくない」「訪れたくない」「興味がない」のいずれかを選択した人。また登山愛好者層は上記該当回答者がn=6のため集計から除外

注2：設問設定機能上首都圏・東北圏は観光資源名＋写真で回答を求めたが、中部圏は資源名＋文章説明で回答を求めた

出典：環境省

5) 尾瀬の利用状況の傾向（現状分析の総括）

●利用特性

- ・ 尾瀬国立公園の入山者数は、1996年の65万人をピークに減少傾向が続き、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた2020年は観測史上最低値（106,922人）を記録しましたが、2021～2023年の3年間は入山者数及び旅行消費額いずれも増加傾向にあります。
- ・ また宿泊率（入山者数に対する宿泊者数が占める割合）も過去最高水準を記録していますが、依然として宿泊者数は新型コロナウイルス感染拡大前と比較して低い水準にあります。
- ・ 利用者層は、年齢は50～60代、2回目以上の来訪者が多く訪れている状況にあります。
- ・ 利用者満足度は総合的に高く（特に「自然景観・雰囲気」が高評価）、また再訪意向もかなり高いことから、一度来訪すれば再訪につながる事が示唆された一方、木道・登山道の整備不足や自然環境の劣化・変化に対して不満に感じている声もありました。
- ・ 一般観光客層及び登山愛好者層を対象とした尾瀬への旅行に関する需要調査結果より、それぞれ利用者層によって旅行に求めるものや旅行先の決定要素に違いがあることが分かりました（一般観光客層は美味しいものを、登山愛好者層は眺望を求めるなど）。

●環境保全への協力と参加

- ・ 2021年から2023年の3年間実施した利用状況調査において、尾瀬国立公園への入山者は尾瀬環境保全に対する関心、参加意欲（態度）が高いことが明らかとなりました。
- ・ 実際に来訪者が参加した保全活動は、トイレチップ支払いやゴミ持ち帰りの割合が高かったです。これまで尾瀬国立公園関係者による継続的な普及啓発によって、これらの行動（特にマナーに関する行動）が徐々に利用者へ浸透してきたものと考えられます。
- ・ 登山道整備や外来種除去、ボランティア活動など積極的な保全活動への参加率は低い状況にありますが、環境保全の体験企画（登山道整備などの作業が組み込まれた有料の体験企画など）への参加意向が高いことから、今後様々な保全活動を展開できるポテンシャルが示唆されました。

●利用モニタリング上の課題

- ・ 3年間の検討・試行期間を経て、利用APの実行及び進捗確認のために必要な調査方法の大枠を整理することができましたが、効果的・効率的な調査を実施するために、調査項目の絞り込みや調査場所の精査など引き続き改善を図る必要があると考えられます。
- ・ 特に旅行消費額（利用APの指標の一つ、P46参照。）についてはアンケート調査以外にも施設等へのヒアリングやビッグデータの活用など様々な手法により調査することが可能と考えられるように、その他の項目についても引き続き効果的・効率的な調査手法の検討が必要と考えられます。
- ・ 2021～2022年はコロナ禍での調査であることに対し、2023年以降の調査はアフターコロナにおける調査結果であることから、今後国内観光やインバウンドが復活することを想定して調査結果を分析する必要があると考えられます。

（３）尾瀬の利用における課題と対応の必要性

- ・ （２）の現状分析及び小委員会における議論を踏まえて、尾瀬の利用における主要な課題と対応の必要性について整理しました。

１．各利用者層のニーズに応じた細やかな対応

- ・ 尾瀬は、受け入れることができる利用者層の幅広さが強みですが、若年層の利用者の減少に伴う高齢化が見られます。
- ・ リピート率に大きな変動はないものの、入山者数（絶対数）が新型コロナウイルスの影響もありコロナ禍前と比較して大幅に落ち込んでいる状況下においては、利用者の再訪を促すとともに、将来のリピーターとなるビギナーも確保していくことが必要となります。
- ・ 今後は、引き続き幅広い利用者層を意識するとともに、利用者層毎のニーズ等を意識して、それぞれに対してより細やかな対応をする必要があります。

２．利用者の動線に応じた観光・サービスの提供

- ・ 尾瀬国立公園は、自家用車から公共交通に乗り換え入山するなど、自然環境が守られている国立公園であることを利用者が意識できる公園であり、その自然環境を存分に享受できる公園です。
- ・ しかし、利用者が求めている、交通アクセスに関する情報や各地区での情報・サービスの提供などは十分ではありません。
- ・ 今後は、利用者の動線を意識し、それぞれの場面（入山前、入山中、入山後）や、それぞれの場面の連動を意識した環境づくりや利用サービスの提供が必要となります。そのためには、各地区の受入事業者が連携するための恒常的な体制整備も必要となります。

３．尾瀬ならではの魅力を体感・体験できる仕組み・プログラムの拡充

- ・ 尾瀬には、複数の登山口やルート、利用拠点が存在することから、利用者は、周遊利用や滞在利用することで尾瀬の多様な魅力を体感・体験できるとともに、自身の関心、体力等に合わせて多様な楽しみ方を選択できることも特徴です。
- ・ また、尾瀬は、宿泊することで、朝もや、白い虹、夕焼け、星空、ホテルが飛ぶ情景など、宿泊利用者のみが体感・体験できる特別な魅力も有しています。さらに尾瀬は、歴史・伝統・文化の魅力も有しており、多様な楽しみ方を伝えるプログラムづくりが近年進められています。
- ・ 今後は、尾瀬ならではの魅力を体感・体験できる周遊利用や滞在利用の促進、そして、より体験を奥深いものとするプログラムの拡充、そして、それらを提供する受入事業者の連携強化、仕組みの確立を進めていく必要があります。

４．尾瀬の魅力を訴求するプロモーションの強化

- ・ 雄大で豊かな自然が残る尾瀬は、見る人に美しさや心地よさ、くつろぎを感じさせてくれるなどの価値を有しており、現状、首都圏をはじめ全国から利用者が来訪しているものの、国内旅行市場全体では、尾瀬の認知度、来訪経験率、再訪意向のいずれもが低下傾向にあり、尾瀬の普遍的価値を知る人自体が少なくなっています。
- ・ また、尾瀬には、３つのアプローチ（３県からのアプローチ、３つの最寄り駅、３つの移

動手段（自家用車・バス・遊覧船）、2つのゲートタウン（片品村・檜枝岐村）、6つの主な入山口や様々な登山道、さらに宿泊・立ち寄り利用できる複数の山小屋や2つのビジター、利用施設が集積する複数の地区があります。

- ・ しかし、現状では、尾瀬全体としての魅力の発信が十分ではなく、また、それぞれの持つ個性、特徴など尾瀬が有する多様な利用の魅力を十分に伝えられていない状況にあります。
- ・ 今後は、尾瀬全体の魅力を構成するこれらの個性化をさらに進め、特徴をより明確にしていくことで、尾瀬の魅力の本質を訴求するプロモーション強化が必要となります。

5. 利用から保全につなげるプログラム・仕組みの充実

- ・ 利用者に感動を与える尾瀬の自然環境は、尾瀬に関わる人々の協力と努力によってこれまで守られてきました。自然保護運動やごみ持ち帰り運動は、尾瀬の代名詞の一つにもなっています。また利用者も、尾瀬の自然環境が良好に保たれている状態を望んで来訪しています。
- ・ しかし、自然保護に関わる人々（担い手）や自然の素晴らしさを伝える人材の不足や高齢化が進んでいます。また、利用者からは保全活動に協力したいが、どのように協力したら良いか分からないという意見などが聞かれています。
- ・ 今後は、かけがえのない尾瀬をみんなで守り育て、次代に引き継いでいくために、利用者が保全活動に関われるプログラムや仕組みを充実させていく必要があります。

6 尾瀬に愛着や誇りを持てるような機会の提供

- ・ 尾瀬の自然環境の保全や、持続可能な利用環境を維持していくためには、尾瀬を知り、体験する機会を充実させることで、尾瀬に対する理解を深め、愛着や誇りを醸成することが求められます。
- ・ 地元では小さいころから環境学習などで尾瀬に触れる機会がありますが、大人になってからは、尾瀬について学んだり触れたりする機会や、外（利用者）の目線を通じて尾瀬の価値を見なおし、再認識する機会などは十分ではありません。
- ・ 今後は、地元の方々が尾瀬を知り、尾瀬の環境保全活動も含めて体験し、愛着を持ってもらうとともに、自分自身が関わって尾瀬を良くしていこうという誇りを持てるような機会を提供していくことが必要になります。

7 尾瀬を成立させている寒冷な自然環境の持続

- ・ 尾瀬の自然環境は、気温が低く湿度が高い寒冷な環境下で成り立っています。高層湿原は、枯れた植物が分解されず泥炭として積もり広がったものです。
- ・ 多雪・寒冷な環境下で成立した生態系は、気候変動の影響を大きく受けると考えられています。また、大雨に伴う湿原への土砂の流入は、湿原の荒廃を促進させるだけでなく、登山道の荒廃やアクセスルートの遮断につながるおそれもあります。
- ・ 今後も尾瀬を成立させている寒冷な自然環境を持続していくためには、地球規模の課題である気候変動を尾瀬の存続に関わる問題として再認識し、利用者の理解、協力も得ながら、脱炭素や環境保全に配慮した循環型社会の形成に関わる取組を積極的に行うことが求められます。

4. 利用アクションプランの戦略

- ・ 利用 AP のコンセプトを踏まえ、利用における課題に対応するために、尾瀬の利用形態である楽しむ活動と守る活動の相乗効果を図る戦略を掲げます。具体的には、尾瀬の利用者を3つ（ビギナー、リピーター、ファン）に分け、利用者層の充実を図る戦略を検討し、以下のように定めました。

<尾瀬の利用者層の整理>

- ビギナー：尾瀬利用回数1回
- リピーター：尾瀬利用回数2回以上
- ファン：尾瀬利用回数2回以上&守る活動への参加

<各利用者層の充実を図るための戦略>

- ビギナー戦略：尾瀬を認知し、実際に訪問してくれる人を増やす
- リピーター戦略：尾瀬ビギナーを再訪につなげる
- ファン戦略：尾瀬を想う人を増やし、尾瀬の守り手に巻き込む

- ・ 各利用者層に応じて取組（プログラム）（後述）が実施され、潜在利用者も含めて尾瀬の利用者の楽しむ活動の質を向上させるとともに、守る活動を促します。
- ・ このように、取組を通じてビギナーからファンまでのステップアップを促す利用 AP の戦略を「尾瀬ファンベース戦略」と名付けます。

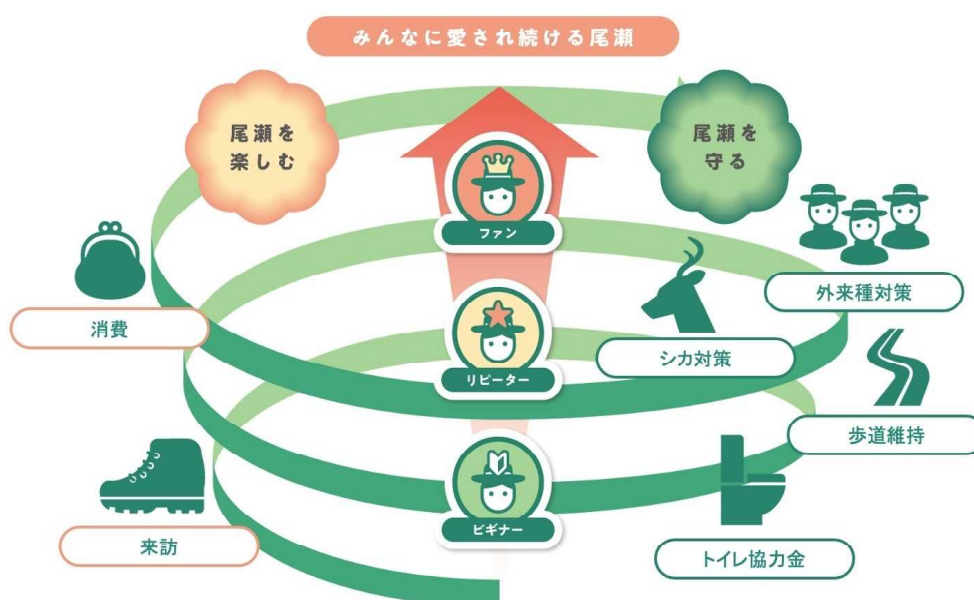


図 47 尾瀬ファンベース戦略の全体イメージ

5. 指標設定

- ・ 利用 AP では、尾瀬ファンベース戦略の目標の達成状況と取組（プログラム）の成果を把握するために成果指標と数値目標を設定します（図 48・表 5）。
- ・ 数値目標は、社会状況や取組プログラムの実施状況などの観点から設定しました。

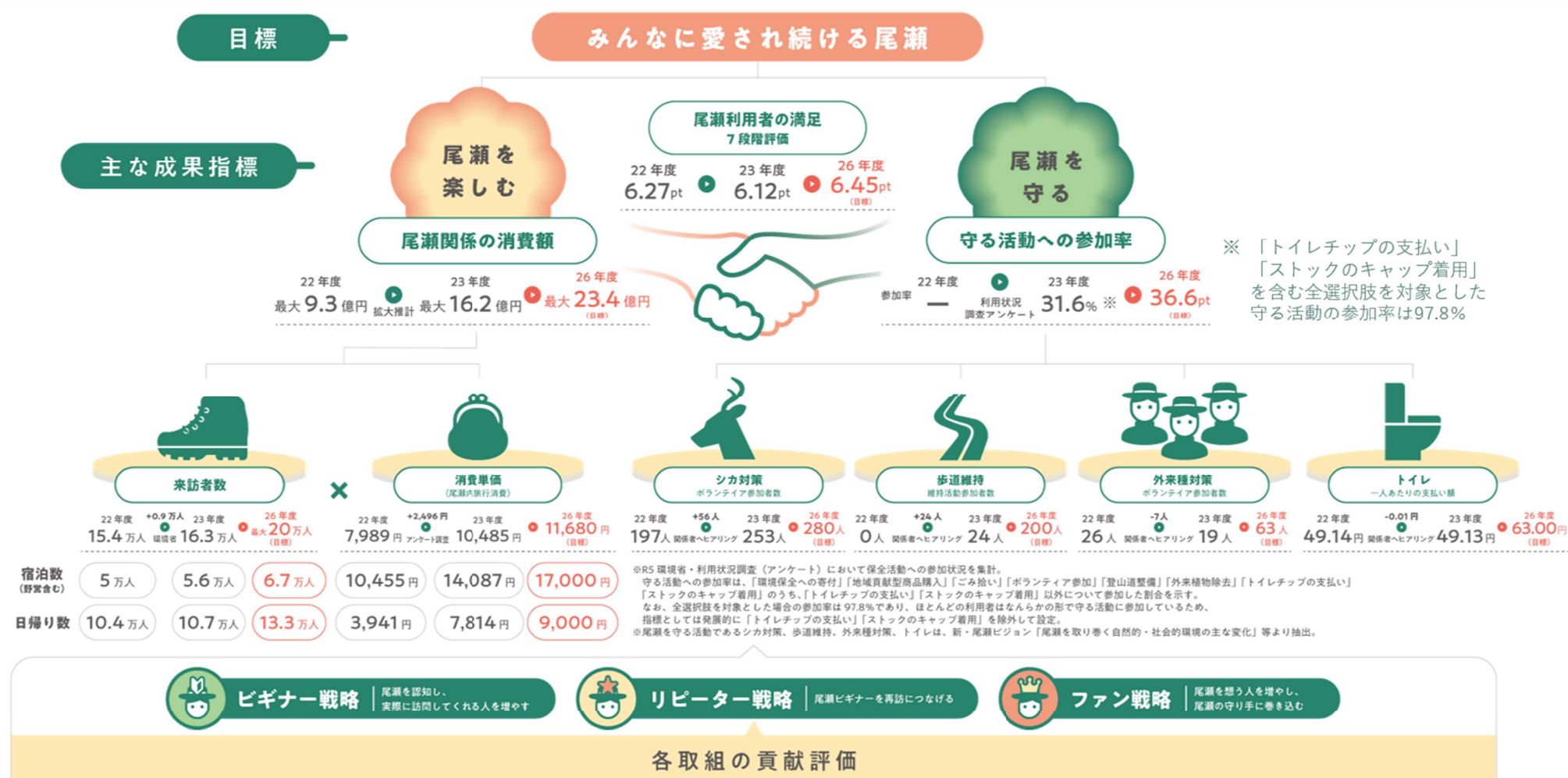


図 48 尾瀬ファンベース戦略の目標及び成果指標の構造

表 5 各指標の測定結果と数値目標（利用 AP 策定時点）

把握区分	指標	単位	目標設計の考え方	変動するパラメーター		実績	増加量 / 率	実績	増加量 / 率	目標	増加量 / 率	目標	増加量 / 率	目標
						2022 R4年	R4→R5	2023 R5年	R5→R6	2024 R6年	R6→R7	2025 R7年	R7→R8	2026 R8年
利用アクションプラン	尾瀬関連の消費額（推定）	円	宿泊、日帰りの各来訪者数×消費単価で目標設定	—	—	9.3億	174%	16.2億	116%	18.9億	112%	21.2億	110%	23.4億
	来訪者数	人	各事業者、地域現状を踏まえ下記の和で目標設定 3年後を目標に、コロナ前の来訪者数水準に戻す（合計で20万人）	—	—	15.4万	106%	16.3万	108%	17.6万	107%	18.9万	106%	20.0万
	↳ 宿泊	人	・宿泊容量は増えないものの、宿泊率（稼働率）を高めたい。PRやインバウンド、山小屋イベントなどで宿泊需要増加を期待	増加率	100～117%	5.0万	112%	5.6万	105%	5.9万	108%	6.4万	105%	6.7万
	↳ 日帰り	人	3年後を目標に、コロナ前の来訪者数水準に戻す（合計で20万人）	目標値	20万人	10.4万	103%	10.7万	109%	11.7万	107%	12.5万	106%	13.3万
	消費単価(尾瀬内旅行消費)	円	日帰り/宿泊数の比率から、下記の単価を加重平均して、目標設定	—	—	¥7,989	131%	¥10,485	102%	¥10,745	105%	¥11,238	104%	¥11,680
	↳ 宿泊	円	PRやインバウンド、山小屋イベントなど宿泊自体が人気となり、予約率増加で、宿泊費自体の引き上げを想定	増加率	105～110%	¥10,455	135%	¥14,087	106%	¥15,000	107%	¥16,000	106%	¥17,000
	↳ 日帰り	円	日帰りでのマネタイズコンテンツが大きく増えるわけではないので、微増を維持	増加率	100～102%	¥3,941	198%	¥7,814	110%	¥8,600	102%	¥8,800	102%	¥9,000
	守る活動への参加率	%	守る活動の施策増の動きがみえ、想定に参加者数を考慮し微増の目標設定	増加率	100～105%	データなし	—	31.6%	105%	33.3%	105%	35.0%	105%	36.6%
	シカ対策 ボランティア参加者数	人	新たな施策が立ち上がるわけではないので、微増を維持	増加率	100～105%	197人	128%	253人	103%	260人	104%	270人	104%	280人
	歩道維持 維持活動参加者数	人	新たな企画立ち上げの動きもみられることから、今後増えそうな期待がある	増加率	200%	0人	2400%	24人	208%	50人	200%	100人	200%	200人
	トイレ 一人あたりの支払い額	円	電子決済導入など利便性向上施策の実施により、決済率向上を期待	増加率	105～110%	49.14円	100%	49.13円	108%	53.00円	109%	58.00円	109%	63.00円
	外来種対策 ボランティア参加者数	人	来期以降新たな施策を検討中	増加率	100～250%	26人	73%	19人	211%	40人	125%	50人	125%	63人
共通	尾瀬利用者の満足	ポイント	R4年は尾瀬に愛着があるファンが多かったが、R5年は人が戻ってきている分、関心度の低い人も多い。今後もその傾向は続く可能性あり。	増加率	100～102%	6.3pt	98%	6.1pt	102%	6.2pt	102%	6.3pt	102%	6.5pt
	自然保護の原点としての認知度	%	R4理解度や変化率を確認したが認知度の取得なし 今後は活動を通して徐々に浸透を想定	増加率	100～104%	データなし	—	52.1%	104%	54.0%	104%	56.0%	104%	58.0%
ファンベース戦略	ビギナー他ALL（＝来訪者数）	人	来訪者数と同義、同数設定	—	—	15.4万	106%	16.3万	108%	17.6万	107%	18.9万	106%	20.0万
	リピーター（2回以上来ている）	人	新規の来訪者数が増えるほど新規が増加するため、リピーター数は微増。リピート割合は減少する想定。	増加率	100～101%	11.0万	100%	11.0万	107%	11.8万	105%	12.4万	106%	13.1万
	リピート率	%		リピート率	71～65%	71.2%	95%	67.3%	99%	66.9%	98%	65.5%	100%	65.5%
	ファン	人	今後は各種活動の拡大で徐々に拡大を想定	増加率	100～102%	358人	82%	293人	113%	330人	105%	345人	105%	363人

6. 取組（プログラム）の実施

- ・ 3. 現状分析（3）尾瀬の利用における課題をもとに、本章では具体的な取組を6種類の取組（プログラム）として作成しました。
- ・ 各取組プログラムの進捗状況は各実施主体への照会により把握しており、各取組の目的と内容は下記の通りです。具体的な取組一覧は別紙1「各取組プログラムの実施状況一覧」に掲載しています（2023年12月時点）。
- ・ 取組プログラム（2023年度：59件）と各種指標について、①「尾瀬を楽しむ」及び「尾瀬を守る」に関する各指標との関連性、②ファンベース戦略（ビギナー、リピーター、ファン戦略）との関連性の2つの観点から連結・分類を実施しました。整理結果については、別紙2「各取組プログラムとファンベース戦略の関係」を参照します。

1) 取組（プログラム）

（1）魅力向上プログラム

- ・ 尾瀬の豊かな自然環境の中で美しさや心地よさ、くつろぎを感じられるよう、情報案内機能の向上や滞在空間の上質化を進めます。

（2）滞在・周遊促進プログラム

- ・ 尾瀬ならではの魅力を体感・体験できるよう、周遊利用や滞在利用を促進するとともに、より本質的な価値に触れられるよう、奥深い体験ができるプログラムの充実を図ります。

（3）魅力的プロモーション実施プログラム

- ・ 尾瀬の普遍的価値を広く発信するために、PR手段等の改善を図りながら、尾瀬全体の魅力や各施設の個性、特徴を発信するプロモーションを実施します。

（4）尾瀬ファン創出プログラム

- ・ 尾瀬を愛する輪を広げ、尾瀬を次代に引き継ぐために、尾瀬ファンとの交流の場づくりや尾瀬の守る活動に参加する仕組みづくりを行います。

（5）シビックプライド形成プログラム

- ・ 地元の方々の尾瀬に対する愛着を醸成し、自身が関わって尾瀬を良くしていこうという誇りを持てるよう、尾瀬を知り、体験できる機会、場を提供します。

（6）脱炭素・循環型公園プログラム

- ・ 尾瀬を成立させている寒冷な自然環境を持続していくために、脱炭素や環境保全に配慮した循環型公園の形成に資する取組を行います。

表 6 取組一覧表（利用 AP 策定時点）

取組プログラム	No.	テーマ	取組名称	実施主体	状況
(1) 魅力向上プログラム	1	情報案内機能の向上	尾瀬環境学習支援セルフガイドの活用	(公財) 尾瀬保護財団	継続
	2		尾瀬ハイキングガイドの頒布	(公財) 尾瀬保護財団	継続
	3		尾瀬パンフレットの作成・配布	環境省	継続
	4	誘導標識・解説標識等の整備・更新	尾瀬ルート沿線地域活性化事業	尾瀬ルート活性化委員会	継続
	5		魚沼から行く尾瀬ルート国道352号道標整備事業	新潟県魚沼地域振興局	完了
	6		魚沼から行く尾瀬ルート国道352号洗い越し改築事業	新潟県魚沼地域振興局	継続
	7		誘導標識の作成・設置	環境省	完了
	8		解説標識の作成・設置	環境省	継続
	9	滞在空間の上質化	鳩待峠の施設改築における外観整備	東京パワーテクノロジー株式会社、環境事業部 尾瀬林業事業所	継続
	10		鳩待峠の外構における植栽整備	東京パワーテクノロジー株式会社、環境事業部 尾瀬林業事業所	継続
	11		鳩待峠の公衆無線LAN環境整備	東京パワーテクノロジー株式会社、環境事業部 尾瀬林業事業所	継続
	12		国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業	片品村	継続
	13		尾瀬設備クオリティアップ事業	群馬県	継続
	14	保全活動の強化	ニホンジカによる植生被害対策	環境省	継続
(2) 周遊・滞在促進プログラム	15	モデルコース・プラン等の作成	シャトルタクシープラン（最寄り駅から登山口までの送迎）	みなみあいづ観光（株式会社みなみあいづ）	継続
	16		会津と上州を結ぶ歴史の道「会津沼田街道」滞在型利用促進事業	檜枝岐村	継続
	17		尾瀬国立公園のモデルコースと体験アクティビティの紹介	環境省	継続
	18	山小屋の魅力向上	宿泊者に対するスライドショー	尾瀬山小屋	継続
	19		客室の改修	尾瀬沼ヒュッテ	継続
	20		B&Bスタイルの宿泊施設へと転換	尾瀬御池ロッジ	継続
	21		食事の充実と部屋の個室利用	山の鼻小屋	継続
	22	体験アクティビティの利用促進	片品村内でe-bikeツアー	NPO法人片品・山と森の学校	継続
	23		星空観望会の定期開催	(公財) 尾瀬保護財団	継続
	24	交流イベントの開催	山・音楽・食・地元文化をミックスしたイベントの開催	尾瀬小屋	継続
	25		アウトドア好きな人々の交流創出	尾瀬小屋	継続

取組プログラム	No.	テーマ	取組名称	実施主体	状況
(3) 魅力的プロモーション実施プログラム	26	尾瀬のイメージの発信	グルメを通じた国立公園の魅力発信	尾瀬小屋	継続
	27		片品・檜枝岐・魚沼・南会津共同の登山口でのPR活動事業	一般社団法人片品村観光協会	協議中
	28		Instagramキャンペーン（フォトコンテスト）	（公財）尾瀬保護財団	継続
	29		スタートアップふくしま尾瀬事業（情報発信事業）	福島県	完了
	30	Webページ、SNSの活用	ふくしま尾瀬魅力発信強化事業	福島県	継続
	31		SNSを活用した魅力発信	尾瀬小屋	継続
	32		南会津町観光物産協会SNSアカウントでの情報発信及び近隣施設への情報発信	南会津町観光物産協会（館岩支部）	継続
	33		魚沼市観光協会情報発信事業	（一社）魚沼市観光協会	新規
	34		個人客獲得のためのWebページの改善	NPO法人片品・山と森の学校	継続
	35		Instagram（尾瀬公式アカウント）の活用	（公財）尾瀬保護財団	継続
	36		片品村むらづくり観光課公式YouTube動画配信	片品村	継続
	37	外部企業・人材との連携によるPR	ポストコロナインバウンド誘客事業	一般社団法人片品村観光協会	継続
	38		人気YouTuberと連携した尾瀬の魅力広報	（公財）尾瀬保護財団	完了
	39		モンベル会員雑誌 フレンドエリアの登録	片品村	協議中
	40		著名人とのタイアップによるプロモーション	環境省	完了
	41		尾瀬歩荷の魅力発信事業（仮）	尾瀬小屋	新規
	42		サッカー業界への尾瀬の発信（仮）	尾瀬小屋	新規
	43		陸前高田市との連携事業	尾瀬小屋	新規
	44		マルコメとの連携による新潟からの魅力発信	尾瀬小屋	新規
(4) 尾瀬ファン創出プログラム	45	環境保全に資する行動の普及・啓発	至仏山の登山マナー啓発	至仏山保全対策会議	継続
	46		財団HPでの情報提供及び電話での問い合わせ対応	（公財）尾瀬保護財団	継続
	47	ボランティア活動の充実	尾瀬ボランティア活動支援	（公財）尾瀬保護財団	継続
	48		企業ボランティア活動支援	（公財）尾瀬保護財団	継続
	49	尾瀬ファンとの交流	尾瀬ファンとの交流会	環境省	完了
(5) シビックプライド形成プログラム	50	尾瀬での共同作業の実施	移入植物の駆除（オオハンゴンソウ、ハルザキヤマガラシ）	（公財）尾瀬保護財団	継続
	51	尾瀬を学ぶ場の機会の充実	子供たちに向けた国立公園の魅力発信と招待活動	尾瀬小屋	継続
	52		「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進事業	「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進協議会	完了
	53		尾瀬ネイチャーガイド養成事業	尾瀬ネイチャーガイド養成推進協議会	継続
	54		尾瀬サスティナブルプラン（尾瀬シーズンスクール・尾瀬ネイチャーラーニング）	群馬県	継続
	55		尾瀬環境学習推進	群馬県	継続
	56		ふくしま子ども自然環境学習推進事業	尾瀬環境学習推進協議会事務局（檜枝岐村）	新規
	57	ゼロカーボン実現に向けた取組	「尾瀬国立公園ゼロカーボンパーク」アクションプログラム	東京電力ホールディングス株式会社、東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部 尾瀬林業事業所	継続
	58		ゼロカーボンシティ表明とゼロカーボンパークの登録	片品村	継続
	59	資源循環に関する取組	鹿の食害問題の訴求	尾瀬小屋	継続

2) 利用アクションプランの試行結果

- ・ 2023 年度は、ファンベース戦略に沿って 59 件の取組プログラムが実施されました。内訳は、ビギナー戦略が全体の約 5 割、リピーター戦略が約 3 割、ファン戦略が約 2 割でした。
 - ・ 「楽しむ活動」へつながる取組プログラムが 45 件実施され、本年度の来訪者数増の結果に寄与していることが伺える一方、消費単価向上への貢献施策は 6 件でした。消費単価向上のためには、宿泊を伴う企画（滞在・周遊促進プログラム）や高付加価値な商材の企画（魅力向上プログラム）に加え、伸び代があると考えられる施策として、新しいサービスや商品の造成数を増やすことが必要と考えられます。
 - ・ 「守る活動」へつながる取組プログラムが 16 件実施され、各種課題の解決に向けて関係者による取組が実行されています。今後も継続して利用者が守る活動にかかわるきっかけをつくることが重要であり、尾瀬の課題の特性やファンベース戦略の構造を鑑みると、利用につながる尾瀬ファン創出プログラムの造成が必要と考えられます。
 - ・ また、各主体間の連携強化及びファンベース戦略の具体化に向けた試行的な取組支援を目的として、以下の内容を実施しました。その結果、ビギナー及びリピーターの獲得に対してより効果的に尾瀬の魅力を届ける方法を模索できたとともに、ファンへのステップアップに向けて必要なきっかけの整理等を行うことができました。
- 以下、特徴的な実績をご紹介します。

●山小屋グルメで尾瀬国立公園の魅力発信（尾瀬小屋・2022 年）

登山未経験者、登山初心者に向け、「美味しいものを食べに行く」というグルメコンテンツで尾瀬への入山動機を造成。尾瀬が抱える課題や問題も同時訴求することで、国立公園関係者と利用者が共に解決への道を模索できる機会を造成。

●登山口 PR 活動（片品・檜枝岐・魚沼・南会津 4 地域の観光協会・2022 年）

尾瀬国立公園の各登山口において、各山麓地域のプロモーション（パンフレットやノベルティの配布）を行うことで、周遊型の利用促進及びリピート率向上を強化。

●新宿御苑における尾瀬 PR イベント「National Park Mountain Fes」(環境省・2023 年)

首都圏の滞留拠点にて、尾瀬未認知層や来訪経験が無い層を対象に、尾瀬関係者が一体となって尾瀬の魅力を幅広く訴求。尾瀬の課題等もセットで周知することで、ビギナーからファンに至るきっかけづくりも実施。

7. 今後の進め方

(1) 進捗状況の評価

- ・ 本アクションプランは、策定後に利用促進に関わる新たな会議体にて尾瀬の利用に関わる各主体が情報共有を図りながら各取組をそれぞれで実施します。
- ・ 社会・経済環境の変化や利用状況の変化に対して、順応的な管理が行えるよう、取組毎に進捗状況やその効果を把握するとともに、ファンベース戦略全体の成果指標（目標、主要成果指標及び中間指標）の達成状況について定期的に評価・検証を行います。
- ・ その評価を踏まえて、3年毎を目安に取組プログラムや成果指標を随時、改善します。
- ・ 利用APの見直しに当たっては、取組（プログラム）の実施状況等を踏まえながら、利用状況及び利用動態等に関するモニタリング情報等を反映し、利用状況や自然環境、社会状況の変化に対応した、順応的な改訂を行います。

(2) 今後の方向性

●利用の観点

- ・ 新たな利用者層（特にビギナー）の獲得のために魅力的プロモーション実施プログラムを推し進めるとともに、魅力向上プログラムや滞在・周遊促進プログラムの取組を強化し、尾瀬国立公園内のアクティビティや商品・サービスの拡充を図ることで、入山者数及び宿泊者数並びに消費単価の向上を目指します。
- ・ 上記の実施においては「3.－4」尾瀬国立公園への旅行に関する需要調査」の結果得られた登山愛好者層と一般観光客層の指向性の違いを意識し、取組プログラムごとに狙うべき客層（ターゲット）やそのニーズを踏まえた効果的な取組を検討します。

（プログラム検討の一例）

- 一般観光客層における尾瀬国立公園の認知度は全年齢で見ると7割以上ですが、30代以下では5割を切っていることが分かりました。このためファンベース戦略における「ビギナー層」を開拓するためには、一般観光客、特に若年層をターゲットとした魅力向上プログラムも必要となります。例えば、一般観光客層に高い需要があると考えられるグループ旅行への対応や美味しい食事の提供、予約導線の整備といった施策が検討されます。

●保護の観点

- ・ 従来行われてきたボランティア活動等に加えて、今後は環境保全活動の体験型企画の造成など、利用者が保全活動に関わることができるプログラム（尾瀬ファン創出プログラム）を充実させることで、新たなファンを獲得（リピーターからのステップアップ）し、守る活動を活性化していきます。
- ・ その際、保全活動にかかわる方法として、尾瀬訪問者が直接的に保全活動に参加する「労働力の提供」と、地域貢献型商品の購入や寄付といった「経済的貢献」の2つの区分に整理して、機会の提供方法を検討していきます。

●保護と利用の好循環の観点

- ・ 適正な利用を促進することで尾瀬の自然を守ることにつながる好循環の仕組みをつくるために、ビギナーからファンにいたるまで一貫してステップアップできるような取組を実施していきます。上記のような保護と利用の好循環に利用者がより簡単に参加出来るようにするため、尾瀬来訪時に役立つ情報・機能が集約されたポータルサイトや遠隔からの寄付プログラムの拡充など多様な手段の実現を検討します。
- ・ 国内各地の観光地及び保護地域等において入域料など利用者負担（地域独自の財源確保）の仕組みづくりが進められており、尾瀬においても同様に検討を進めていきます。
- ・ また、尾瀬国立公園内での経済効果がゲートシティ（入山口が位置する市町村及び集落）に波及する仕組みづくりにも取組めます。

別紙 1：各取組プログラムの実施状況一覧

(1) 魅力向上プログラム

- ・ 本取組テーマでは、情報案内機能の向上、誘導標識・解説標識等の整備・更新、滞在空間の上質化、保全活動の強化の 4 区分で、計 14 の取組を実施します。

○情報案内機能の向上

- ・ 利用者が尾瀬で充実した時間を過ごし、尾瀬の魅力を享受できるように、尾瀬の魅力やアクセス、過ごし方等を学ぶために、既存の情報媒体の改訂や有効活用を図ります。

1. 尾瀬環境学習支援セルフガイドの活用					継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団		連携先	－
目的と概要		2021 度に環境省からの受託事業によって作成したセルフガイドを尾瀬沼ビジターセンターに設置して、尾瀬訪問者や学校団体等の学習支援に活用する。			
主な該当戦略		ビギナー戦略		ターゲット	国内・小中学生（尾瀬沼地区）
取組	状況	実施中		期間	複数年（2022 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬沼ビジターセンター）			
	実施済				
	2022 年度	尾瀬保護財団 HP 及び尾瀬沼ビジターセンターで紹介			
	2023 年度	同上			
	2024 年度	同上			
目標値	期限	（いつまでに）			
	項目	（何を）			
	数値	（どうするか）			

2. ハイキングガイドの頒布				継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団	連携先	－
目的と概要		尾瀬国立公園の快適な利用をサポートするため、尾瀬の概要、ルール、アクセス等が入った地図を作成し、利用者に対して頒布している。		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	国内外、その他は特になし
取組	状況	実施中	期間	複数年
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬山の鼻ビジターセンター、尾瀬沼ビジターセンター（協力金）、尾瀬外（各種イベント会場（無料））、情報媒体（尾瀬保護財団HP（無料））		
	実施済	尾瀬山の鼻ビジターセンター及び尾瀬沼ビジターセンターにおいて配布、財団HPに掲載		

	2022 年度	同上		
	2023 年度	新たに群馬県内アウトドアショップに設置（無料）		
	2024 年度	未定		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

3. 尾瀬パンフレットの作成・配布				継続
実施主体		環境省	連携先	—
目的と概要		尾瀬国立公園を利用するにあたってのマナーや注意点、および地図についてまとめたパンフレットを作成し、利用方法だけでなく魅力や過ごし方について説明することで、尾瀬国立公園の適正な保護及び利用の推進を図ることを目的とする。その一つとして、尾瀬における写真映えする場所（フォトスポット）を取りまとめ、パンフレット等で紹介する。		
主な該当戦略		リピーター戦略	ターゲット	尾瀬に初めて来ている利用者（特に行動計画を立てずに尾瀬へ来訪した利用者）
取組	状況	実施中	期間	複数年（2007 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕、尾瀬外、情報媒体（2020 年度から尾瀬国立公園サイトにも掲載）		
	実施済	2020 年度に、これまでの「尾瀬国立公園インフォメーションマップ」を大幅改訂し、各コースの利用方針を分類・明記するとともに、尾瀬の利用方法だけでなく、楽しみ方・過ごし方を明記した。		
	2022 年度	楽しみ方・過ごし方の提案を強化するため、尾瀬国立公園コンテンツ集とフォトスポットを紹介する QR コードを追加予定。		
	2023 年度	同インフォメーションマップを各登山口、ビジターセンター、山小屋、道の駅、その他山麓の施設に配布した（内容の改定は未実施） インフォメーションマップとは別に、尾瀬に興味を持っていると思われる潜在層を対象にした、「滞在利用促進パンフレット及びポスター」を制作し、道の駅、その他山麓の施設に配布した。		
	2024 年度	同インフォメーションマップを各登山口、ビジターセンター、山小屋、道の駅、その他山麓の施設に配布予定（内容の改定は未実施）。 滞在利用促進パンフレット及びポスターを、道の駅その他山麓の施設ほか、首都圏のアウトドアショップ等に配布予定。。		
期限		（いつまでに）	毎年 4 月末までに	

目 標 値	項目	(何を)	インフォメーションマップ を	
	数値	(どうするか)	尾瀬関連施設に 10,000 部 配布	

○誘導標識・解説標識等の整備・更新

- ・ 利用者が戸惑うことなく目的地への道順や、目的地やその途中での尾瀬の楽しみ方感じ取ってもらえるよう、誘導標識・解説標識等の整備・更新を行います。

4. 尾瀬ルート沿線地域活性化事業				継続
実施主体		尾瀬ルート活性化委員会	連携先	新潟県、魚沼市、民間事業体
目的と概要		尾瀬国立公園の快適な利用をサポートするため、尾瀬の概要、ルール、アクセス等が入った地図を作成し、利用者に対して頒布している。		
主な該当戦略		ビギナー戦略・リピーター戦略	ターゲット	
取 組	状況	実施中	期間	複数年（2009 年～）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（小沢平登山道）		
	実施済	高石沢及びトクサ沢への簡易橋（2 橋）等の設置及び撤去。 登山道の草刈り等実施		
	2022 年度	高石沢、トクサ沢の簡易橋設置、登山道の草刈りを実施（トクサ沢、河川増水により流失）		
	2023 年度	同上		
	2024 年度	同上		
目 標 値	期限	(いつまでに)	継続事業（春期に簡易橋等設置、冬期撤去）	
	項目	(何を)	小沢平登山道の整備（簡易橋等設置撤去、草刈り実施）	
	数値	(どうするか)	草刈り及びロープ設置：登山道（小沢平裏燧線）約 5 km、簡易橋設置撤去：2 橋	

5. 魚沼から行く尾瀬ルート国道 352 号 道標整備事業				完了
実施主体		新潟県魚沼地域振興局	連携先	尾瀬ルート活性化委員会
目的と概要		尾瀬へ向かう旅行者に安心感や期待感を与えるため、尾瀬までの距離を知らせる既設道標を更新・増設する。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	—

取組	状況	完了	期間	複数年（2018 年～2021 年）
	場所	尾瀬外（国道 352 号）		
	実施済	国道 352 号の既設道標を更新・増設。		
	2022 年度	終了		
	2023 年度			
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

6. 魚沼から行く尾瀬ルート国道 352 号 洗い越し改築事業				継続
実施主体		新潟県魚沼地域振興局	連携先	—
目的と概要		国道 352 号の安全性向上とバスの運行確保を図るため、洗い越しの段差解消を目的とした改築工事（5 箇所）を実施する。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	—
取組	状況	実施中	期間	複数年（2020 年～2023 年）
	場所	尾瀬外（尾瀬に至るまでの銀山平～御池の国道 352 号）		
	実施済	洗い越しの改築工事を実施（1 箇所）。		
	2022 年度	洗い越しの改築工事（2 箇所）を実施		
	2023 年度	洗い越しの改築工事（2 箇所）を実施		
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）	2023 年度（今年度中	
	項目	（何を）	洗い越しの段差解消	
	数値	（どうするか）	段差を解消する改築工事 5 箇所の完了 R3：1 箇所、R4：2 箇所、 R5：2 箇所	

7. 誘導標識の作成・設置				完了
実施主体		環境省	連携先	
目的と概要		環境省直轄歩道について、誘導標識が少なく、利用者の安全性・利便性の点で不十分な状態であると考えられる区間に対して、簡易な誘導標識（現在地入・英語併記）を作成・設置し、公園利用上の安全性、利便性を高める。		

主な該当戦略		リピーター戦略		ターゲット	尾瀬に初めて来ている利用者（特に登山等の経験が浅い利用者）
取組	状況	完了		期間	複数年（2018 年～2022 年）
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（赤法華鳩待峠線、尾瀬沼南岸線）			
	実施済	<ul style="list-style-type: none"> 赤法華鳩待峠線について簡易誘導標識（19 枚・箇所）を作成して設置。 尾瀬沼南岸線について簡易誘導標識（5 枚）を設置。 			
	2022 年度	<ul style="list-style-type: none"> 尾瀬沼南岸線について簡易誘導標識（5 箇所）を設置（2022 年度で事業終了） 			
	2023 年度				
	2024 年度				
目標値	期限	（いつまでに）	2022 年 7 月に		
	項目	（何を）	簡易誘導標識を尾瀬沼南岸線に		
	数値	（どうするか）	5 箇所設置済み		

8. 解説標識の作成・設置					継続
実施主体		環境省		連携先	
目的と概要		探勝エリア・コースは自然探勝を目的に、ハイカーなどに幅広く利用され、自然環境学習の場として利用を積極的に推進していくエリアやコースだが、赤法華鳩待峠線の探勝エリア・コース（山ノ鼻～竜宮十字路～見晴間、沼尻～大江湿原～沼山峠間）では、解説標識が全くなく、利用者の利便性の点で不十分な状態であるため、解説標識を作成・設置する。			
主な該当戦略		リピーター戦略		ターゲット	尾瀬に初めて来ている利用者（
取組	状況	今後実施予定		期間	複数年（2021 年～）
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（赤法華鳩待峠線の探勝エリア・コース）			
	実施済	<ul style="list-style-type: none"> 解説標識を作成（13 基） 			
	2022 年度	<ul style="list-style-type: none"> 赤法華鳩待峠線の探勝エリア・コースに、解説標識を設置（13 基（尾瀬ヶ原エリア 7 箇所、尾瀬沼エリア 6 箇所））。【未実施】 			
	2023 年度	実施体制が整えることができなかったことから未実施。			
	2024 年度	体制が整い次第、解説標識の内容整理から着手予定			
目標値	期限	（いつまでに）	2025 年度末までに		
	項目	（何を）	簡易誘導標識を尾瀬沼南岸線に		
	数値	（どうするか）	5 箇所設置		

○滞在空間の上質化

- ・ 利用者が尾瀬で快適かつ豊かな時間を過ごし、尾瀬ならではの魅力を存分に感じられるように、利用拠点の施設等の環境を整備し、滞在空間の上質化を図ります。

9. 鳩待峠の施設改築における外観整備				継続
実施主体		東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部 尾瀬林業事業所	連携先	片品村他
目的と概要		鳩待山荘建替えに伴い、至仏山が眺望できるウッドデッキ等を設置し、この場所に来ないと見ることのできない環境を整備することで、滞在者を含めた利用者の促進を図る。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	若年層～ベテラン層
取組	状況	今後実施予定	期間	複数年（2022 年～2024 年）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（鳩待峠）		
	実施済	国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業（環境省）における、尾瀬国立公園群馬県側利用拠点計画検討協議会（片品村）の一員として、本取組みを上質化事業メニューとして計画した。		
	2022 年度	今後、鳩待山荘の建替え計画と連動させながら施設整備の検討を進めていく予定		
	2023 年度	【山荘】旧鳩待山荘解体工事、新鳩待山荘の基礎工事、受水槽鉄骨組立工事が完了。 【休憩所】新鳩待休憩所鉄骨組立工事が完了		
	2024 年度	【山荘】新鳩待山荘建屋工事、受水槽建屋工事。 【休憩所】新鳩待休憩所建屋工事。		
目標値	期限	（いつまでに）	2024 年度内に	
	項目	（何を）	ウッドデッキ等を	
	数値	（どうするか）	設置する	

10. 鳩待峠の外構における植栽整備				継続
実施主体		東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部 尾瀬林業事業所	連携先	片品村他
目的と概要		鳩待峠は尾瀬国立公園内で最も利用者が多い入山口であるため、施設広場の砂利敷きに周囲の植生に合わせた植物を植栽し、訪れる利用者に尾瀬の自然を感じてもらうことで魅力向上を図る。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	若年層～ベテラン層
取組	状況	今後実施予定	期間	複数年（2022 年～2024 年）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（鳩待峠）		

	実施済	国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業（環境省）における、尾瀬国立公園群馬県側利用拠点計画検討協議会（片品村）の一員として、本取組みを上質化事業メニューとして計画した。		
	2022 年度	今後、鳩待山荘の建替え計画と連動させながら施設整備の検討を進めていく予定。		
	2023 年度	鳩待山荘建替工事実施中		
	2024 年度	新鳩待山荘工事と同時進行にて実施予定。		
目標値	期限	（いつまでに）	2024 年度内に	
	項目	（何を）	周囲の植生に合わせた植物を	
	数値	（どうするか）	植栽する	

11. 鳩待峠の公衆無線 LAN 環境整備				継続
実施主体	東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部 尾瀬林業事業所		連携先	片品村他
目的と概要	鳩待峠は尾瀬国立公園内で最も利用者が多いエリアであるため、若年層やインバウンドの増加が見込まれる。鳩待山荘建替え計画に合わせ施設内の公衆無線 LAN 環境を整備することで若年層やインバウンド利用者の利便性向上を図る。			
主な該当戦略	ビギナー戦略		ターゲット	若年層、インバウンド
取組	状況	今後実施予定	期間	複数年（2022 年～2024 年）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（鳩待峠）		
	実施済	国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業（環境省）における、尾瀬国立公園群馬県側利用拠点計画検討協議会（片品村）の一員として、本取組みを上質化事業メニューとして計画した。		
	2022 年度	今後、鳩待山荘の建替え計画と連動させながら施設整備の検討を進めていく予定。		
	2023 年度	鳩待山荘建替工事実施中		
	2024 年度	公衆無線 LAN 整備に向け通信会社との協議を行う。		
目標値	期限	（いつまでに）	2024 年度内に	
	項目	（何を）	公衆無線 LAN 環境を	
	数値	（どうするか）	整備する	

12. 国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業				継続
実施主体	片品村	連携先	環境省、地元民間事業者等	
目的と概要	国立公園の利用拠点ではインバウンド対応や個人旅行など旅行ニーズの変化への対応力が遅れ、廃屋化した建物が自然の魅力を著しく妨げている。地元自治体が主となり環境			

		省や地元民間事業者等と協議して利用拠点計画書を策定し、それに沿って補助事業を実施する。（多言語標識や景観の阻害や危険性のある廃屋の撤去等）		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]		
	実施済	利用拠点計画書を策定		
	2022 年度	富士見小屋（廃屋）の撤去（富士見峠地区）		
	2023 年度	鳩待峠の看板整備（鳩待峠地区）（予定）		
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

13. 尾瀬設備クオリティアップ事業				継続
実施主体		群馬県	連携先	
目的と概要		年齢・体力の異なる幅広い層の利用者や外国人利用者が安心、安全、快適に尾瀬を楽しめるよう、県有施設の設備整備等を行います。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略、ファン戦略	ターゲット	入山者全般（国内／国外）
取組	状況	実施中	期間	複数年（2020 年～）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（尾瀬国立公園内の県有施設）		
	実施済	2021 年度は、大清水尾瀬沼線道路（歩道）再整備工事を実施した。		
	2022 年度	大清水尾瀬沼線道路（歩道）再整備工事		
	2023 年度	大清水尾瀬沼線道路（歩道）再整備工事 入山口案内看板再整備（富士見峠）		
	2024 年度	大清水尾瀬沼線道路（歩道）再整備工事（予定） 入山口案内看板再整備（大清水予定）		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

○保全活動の強化

- ・ 尾瀬の生態系を維持回復させ、尾瀬本来の姿を取り戻していくために、保全活動を行います。

14. ニホンジカによる植生被害対策					継続
実施主体		環境省		連携先	群馬県立尾瀬高等学校
目的と概要		ニッコウキスゲを始めとする湿原植物等へのニホンジカによる植生被害対策のため、植生保護柵を設置して被害防除を行うとともに、植物の自然回復をはかる。			
主な該当戦略		リピーター戦略、ファン戦略		ターゲット	尾瀬来訪者全般
取組	状況	実施中		期間	複数年（2019 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬ヶ原（下ノ大堀川、竜宮等））			
	実施済	・ 植生保護柵の設置及び維持管理。 ・ 植生保護柵の効果検証及び植生の回復状況を把握するためのモニタリング。 ・ 植生保護柵の設置・撤去作業を群馬県立尾瀬高等学校と共同で実施（2021 年～）。			
	2022 年度	※同上取組を継続 ※設置箇所として燧ヶ岳山頂周辺を追加（福島県と共同管理）			
	2023 年度	※同上取組を継続 ※設置箇所として笠ヶ岳を追加			
	2024 年度	※同上取組を継続予定			
目標値	期限	（いつまでに）	毎年		
	項目	（何を）	尾瀬ヶ原（下ノ大堀川、竜宮）の植生保護柵の設置・撤去作業を		
	数値	（どうするか）	尾瀬高校と共同実施する		

（２）滞在・周遊促進プログラム

- ・ 本取組テーマでは、モデルコース・プラン等の作成、山小屋の魅力向上、体験アクティビティの利用促進、交流イベントの開催の４区分で、計 11 の取組を実施します。

○モデルコース・プラン等の作成

- ・ 利用者自身の目的や関心、体力等に応じてコースを選択肢し、尾瀬ならではの多様な魅力を体感・体験できるよう、周遊利用や滞在利用のモデルコース・プランを提示します。

15. シャトルタクシープラン（最寄り駅から登山口までの送迎）					継続
実施主体		みなみあいづ観光 （株式会社みなみあいづ）		連携先	0241-62-2250
目的と概要		尾瀬国立公園内の田代山、帝釈山へは直通のバス等がないため、電車等でお越しいただくお客様のために予約制のシャトルタクシーを配車し、利便性の向上を図っています。			
主な該当戦略		ビギナー戦略		ターゲット	
取組	状況	実施中		期間	複数年
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬国立公園内の猿倉登山口、馬坂登山口）			
	実施済	電車等でお越しいただくお客様のために予約制のシャトルタクシーを配車しております。			
	2022 年度	合計利用実績 124 件 277 名			
	2023 年度	合計利用見込 131 件 298 名			
	2024 年度	継続予定			
目標値	期限	（いつまでに）			
	項目	（何を）			
	数値	（どうするか）			

16. 会津と上州を結ぶ歴史の道「会津沼田街道」滞在型利用促進事業					継続
実施主体		桧枝岐村	連携先	尾瀬桧枝岐温泉観光協会	
目的と概要		福島県檜枝岐村と群馬県片品村を結ぶ唯一の古道「会津沼田街道」（群馬県片品村戸倉（大清水）～福島県桧枝岐村七入）は、江戸時代から交易路として利用されていた。これまであまり知られてこなかった街道の魅力を発信し、少しでも尾瀬の滞在者を増加させると共に、村内宿泊施設利用者を増加させることを目的とする。			
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット		
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～2023 年）	
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（尾瀬国立公園内（会津沼田街道））、			

		情報媒体（WEB：尾瀬檜枝岐温泉観光協会の SNS（YouTube 等）			
	実施済	<ul style="list-style-type: none"> ・ 街道に残る文化や自然を幅広く発信するためのプロモーション動画（初夏 Ver.）を制作し、YouTube 等で情報発信を行った。 ・ 街道でのモニターツアー（夏と初秋）を実施し、結果を分析した。 			
	2022 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 街道に残る文化や自然を幅広く発信するためのプロモーション動画（秋 Ver.）を制作し、YouTube 等で情報発信を行った。 			
	2023 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2 年間制作した動画を再編集し、YouTube 等で配信事業を行う。 ・ 2 年間制作した動画情報等を基に、街道の魅力を十分に盛り込んだコンセプトブックを片品村と共同で制作する。 ・ 街道の魅力に特化したランディングページを作成する。 			
	2024 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 案内板整備の実施。インバウンドへの対応。 			
目 標 値	期限	（いつまでに）	2023 年	2023 年	2023 年
	項目	（何を）	YouTube 視聴回数	七入地区設置カウンター数	村内宿泊者数
	数値	（どうするか）	300,000 回	2,500 人	19,000 人

17. 尾瀬国立公園のモデルコースと体験アクティビティの紹介					継続
実施主体		環境省	連携先	尾瀬ガイド事業者	
目的と概要		尾瀬国立公園を満喫するための、モデルコースやツアーについて、「尾瀬国立公園コンテンツ集」やビジターセンターの展示物としてとりまとめて紹介する。			
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	国内・海外、尾瀬未経験者（特に登山等の経験が浅い利用者）	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2020 年～）	
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]、尾瀬外、情報媒体（Web）			
	実施済	・ 尾瀬沼ビジターセンターにガイド事業者紹介パネルを作成・設置 ・ 尾瀬国立公園コンテンツ集（2021-2022 年版）の作成と配布。 ・ 同様にツーリズム EXPO 等で国内外の商談会に資料として利用。 ・ 環境省尾瀬国立公園のウェブサイトに掲載。			
	2022 年度	・ 尾瀬国立公園コンテンツ集をツーリズム EXPO 等で配布済。 ・ 同コンテンツ集を「環境省_尾瀬国立公園」サイトに掲載済。			
	2023 年度	・ 尾瀬国立公園コンテンツ集（2023-2024 年版）の作成（ウェブ版のみ）。 ・ 同コンテンツ集を「国立公園に行ってみよう！」サイトに掲載。 ・ ツーリズムエキスポ in 大阪にて、尾瀬認定ガイドによる体験コンテンツを紹介。			
	2024 年度	・ 尾瀬国立公園コンテンツ集（2024-2025 年版）を作成予定（ウェブ版のみ）。 ・ 同コンテンツ集を「国立公園に行ってみよう！」サイトに掲載予定。			

		・ ツーリズムエキスポなどの旅行博やイベント等において、尾瀬認定ガイドによる体験コンテンツを紹介予定。		
目 標 値	期限	(いつまでに)	2022 年 6 月までに	毎年年度末までに
	項目	(何を)	魅力的なコンテンツやツアーについて	尾瀬国立公園コンテンツ集を
	数値	(どうするか)	12 個のコンテンツをツアー事業者と連携して取りまとめる【済】	ウェブ版として取りまとめ、「国立公園に行ってみようサイト」へ掲載する

○山小屋の魅力向上

- ・ 尾瀬の利用拠点となる山小屋において、利用者が快適に過ごせるよう、施設（食堂利用や売店、休憩所等）の改修やサービス形態等の変革を進めるとともに、各小屋の個性やウリ、提供するサービスの充実を図ります。

18. 宿泊者に対するスライドショー					継続
実施主体		尾瀬山小屋組合	連携先	① 一部山小屋 ② 全山小屋	
目的と概要		宿泊者に対し座学として尾瀬の歴史や風景等を、スライドを使用し説明。			
主な該当戦略		ビギナー戦略、ファン戦略、リピーター戦略	ターゲット	宿泊するお客さま	
取組	状況	実施中	期間	複数年	
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（オープンスペース他）			
	実施済	尾瀬の風景写真等を活用して更なる尾瀬の魅力を宿泊されたお客様にお伝えしていく。			
	2022 年度	①山小屋でのスライドショーや支配人・従業員による解説を実施しお客様から喜ばれた。			
	2023 年度	②サステナ事業として、 ・ 山小屋滞在コンセプトの実施を計画・モニターツアー実施 ・ 山小屋ポータルサイトの新設 ・ 山小屋紹介冊子の制作			
	2024 年度	②サステナ事業として、 ・ 山小屋滞在コンセプトの本格実施 ・ 山小屋ポータルサイトの継続 ・ 山小屋紹介冊子の設置			
目標値	期限	（いつまでに）			
	項目	（何を）			
	数値	（どうするか）			

19. 客室の改修					継続
実施主体		尾瀬沼ヒュッテ		連携先	080-5734-7272
目的と概要		カプセル型ユニットを導入し、お一人様の受け入れを図っている。 コロナ禍以降、お客様の状況、ニーズは大きく変化していてそれに対応しながらの営業を心掛けたい。少しずつお客様の入りも多くなってきているが、従業員スタッフが少なく稼働しきれていない部分がある。土日祝祭日に宿泊が集中しており、平日分散化を図る観点から平日料金を導入している。			
主な該当戦略			ターゲット		
取組	状況	実施中		期間	複数年（2020 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬沼ヒュッテ）			
	実施済				
	2022 年度	カプセル型ユニットの運用と今度の改修の検討			
	2023 年度				
	2024 年度	客室の床替え等の改修			
目標値	期限	（いつまでに）			
	項目	（何を）			
	数値	（どうするか）			

20. B&B スタイルの宿泊施設へと転換				継続
実施主体	尾瀬沼ヒュッテ	連携先	080-5734-7272	
目的と概要	<p>022 度より新たに B&B スタイルの宿泊施設へと転換を図り運営していく予定である（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2020～2021 年度まで休館）。</p> <p>B&B へ変更する理由としては、現在尾瀬を含め、北アルプスなどの大半の山小屋では 1 万円を切る宿泊施設が存在しなくなっている。加えて、登山者を取り巻く状況は、給与が上がらず物価上昇を招くいわゆるデフレ現象が発生している。更に登山者の多くは年金受給者であり、1 泊 1 万円以上の山小屋に宿泊したくてもできない状況が垣間見られ、今後益々山小屋の経営状況は厳しくなると予想される。このような状況から、安価に宿泊できゆったりと尾瀬の四季の魅力を堪能できる機会を設けること、そして、お客様により多くの選択肢を与え、より多くの方々に尾瀬に足を向けていただくことが必要と考える。また新型コロナウイルスの影響によりアルバイトの応募が少なくなり、経営に支障を来している状況にある。宿泊施設で最も人手を必要とするのが食事であり、夕食をなくし、朝食を軽朝食にすることで人手が軽減できるようになる。</p>			

		これまでの旅行形態としては、非日常的な雰囲気の中で贅沢をするという概念が一般的であったと思われるが、『贅沢』を『セルフ』に代えることで安価で個々の楽しみが増えることへと繋がり、新たな山の旅行スタイルへと転換できるものと期待する。		
主な該当戦略			ターゲット	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2022 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬沼ロッジ）		
	実施済			
	2022 年度	B&B スタイルの宿泊施設へと転換		
	2023 年度	B&B スタイルの宿泊施設として運営		
	2024 年度	未定		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

21. 食事の充実と部屋の個室利用				継続
実施主体		山の鼻小屋	連携先	
目的と概要		お客様に快適に過ごしていただくために、食事の充実と個室利用をしていただくことで、コロナの時代でも安心して利用してもらい、リピーターを増やす。 お客様に対して丁寧な対応を心掛ける。		
主な該当戦略			ターゲット	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2020 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬沼ヒュッテ）		
	実施済			
	2022 年度	調査結果（入山者アンケート）から尾瀬そのものがどのような所なのか特に不便なことなどがまだまだ知られていないことに気付いた。この事がお客様の不満につながっていると考える。これらをふまえて、まず尾瀬の魅力を周知するとともに、尾瀬の不便さ、山小屋の不便さも広く周知する必要があると考える。 安心を得るためにSNSやホームページでの細かな配信などを利用し新しいお客様の獲得を図り継続して快適性も追求する		
	2023 年度			
	2024 年度			
	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		

目 標 値	数値	(どうするか)		
-------------	----	---------	--	--

○体験アクティビティの利用促進

- ・ 尾瀬ならではの魅力を体験を通じて感じ取ってもらうために、ガイドやインタープリターが提供する体験アクティビティのメニューの充実を図ります。

22. 片品村内で e-bike ツアー					継続
実施主体		NPO 法人片品・山と森の学校		連携先	
目的と概要		尾瀬国立公園は日帰りの利用客が多い。そこで、尾瀬国立公園の麓である片品村でのお客様の滞在時間を増やすため、村内を周遊する e-bike ツアーを造成する。このツアーを造成することで、日帰りではなく宿に泊まって尾瀬を楽しむことで、地域の経済が活性化されることを目指す。			
主な該当戦略			ターゲット		
取組	状況	実施中		期間	複数年（2021 年～2023 年）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（群馬県利根郡片品村）			
	実施済	<ul style="list-style-type: none"> ・ e-bike を購入し、ツアーのモデルコースを策定した。 ・ 片品村での e-bike ツアーを紹介する、インバウンド向けのオンラインツアーを実施した。 			
	2022 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ e-bike のテストツアーを施工販売する。 ・ 新しい e-bike ツアーのコースを作る。 			
	2023 年度	・ 2022 年度に実施したテストツアーの結果を分析し、ツアーを複数回実施する。			
	2024 年度				
目標値	期限	（いつまでに）			
	項目	（何を）			
	数値	（どうするか）			

23. 星空観察会の定期開催					継続
実施主体		尾瀬沼ビジターセンター （環境省からの受託事業）		連携先	
目的と概要		尾瀬シーズン中の 6～10 月、週末・祝日の前後の夜を中心に星空観察会を開催。星座解説等を行うことによって利用者満足度を向上し、宿泊者限定のコンテンツで尾瀬の魅力をアピールする。			
主な該当戦略		リピーター戦略	ターゲット		
取組	状況	実施中		期間	複数年（2017 年～2021 年）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬沼ビジターセンター（内・周辺））			
	実施済	尾瀬シーズン中の 6～10 月に定期的に複数回の星空観察会を実施した。（無料）			

	2022 年度	尾瀬シーズン中の6～10月に定期的に複数回の星空観察会を実施予定（尾瀬沼ビジターセンター運営業務を受託した場合）		
	2023 年度	同上		
	2024 年度	同上		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

○交流イベントの開催

- ・ 尾瀬の自然環境を活かして尾瀬の自然・歴史・文化を伝え、交流するイベントを開催する。

24. 山・音楽・食・地元文化をミックスしたイベントの開催				継続
実施主体		尾瀬小屋	連携先	下記参照
目的と概要		<p>国立公園内及び隣地のスキー場やキャンプ場を活用し、アーティストや著名人・YouTuber・山小屋・アウトドアメーカー・地元商店や行政機関などを誘致し、影響力ある人たちの力を 借りながら、国立公園の魅力や地元地域の伝統文化PRを目的としたイベントを開催。新型コロナウイルスにより影響を受けた地元観光業・宿泊事業所の入客斡旋も兼ね添える。</p> <p>・ 地元の名産物だけでなく、協賛企業のキッチンカーを誘致し、地元の方々にも全国の食の楽しみを味わって頂けるようなグルメブースを設置する。</p> <p>・ アウトドアメーカーに参画頂き、テント泊が体験出来るプランの設置、登山装備の講習や歩行指導などが体験出来る参加型ブースも設置。</p> <p>・ 環境省及び国立公園のレンジャーや、保全団体・ボランティア団体にも参画頂き、国立公園の植生保護やゴミ問題、その他国立公園が抱える、様々な課題や問題点を来場者に直接伝える事ができる場所を提案。</p> <p>・ 収益の一部を国立公園や自然保護・地元行政などの活動費用に還元出来る仕組みとする。星座解説等を行うことによって利用者満足度を向上し、宿泊者限定のコンテンツで尾瀬の魅力をアピールする。</p> <p>・ 収益の一部を国立公園や自然保護・地元行政などの活動費用に還元出来る仕組みとする。</p>		
主な該当戦略		ファン戦略	ターゲット	
取組	状況	今後実施予定	期間	
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（国立公園内及び隣地のスキー場やキャンプ場）		
	実施済			

	2022 年度	関係者との調整、イベントの開催		
	2023 年度	<p>■アウトドアメーカーtetonbros との尾瀬コラボ商品の開発とリリース。尾瀬でしか手に入らない限定商品をリリースする事により、購入を目的とした入山動機の開拓に寄与。収益の一部を檜枝岐村ガイドに寄付。</p> <p>■登山ユーチューバーかほさん、もじゃまるさん、山広さん、カブパパさんなどが尾瀬訪問。尾瀬国立公園の PR に寄与。誘致した Youtuber による動画総再生数は 25 万回以上。</p> <p>■新宿御苑にて尾瀬国立公園、中部山岳国立公園の共同イベントを開催。キッチンカーにて尾瀬小屋グルメを提供。</p>		
	2024 年度	<p>■檜枝岐村の雪まつりなど地元のイベントにサッカー選手を招致予定。</p> <p>■新宿御苑にて国立公園の食イベントを計画。</p>		
	目 標 値	期限	(いつまでに)	
		項目	(何を)	
		数値	(どうするか)	

25. アウトドア好きな人々の交流創出				継続
実施主体	尾瀬小屋	連携先		
目的と概要	<p>同じ趣味同士だから発展率も高く、大自然の中に身を置く事で、非日常的なロケーションから開放的な気持ちになる。また、普通の街コンとは違い『登山やアウトドアが好き』という共通の話題がある事で、自然と心の距離は近くなるものと考えられる。</p> <p>そこで、出会うだけではなく『国立公園』をもっと好きになり、やがては思い出の場所として、何度も訪れて貰える様な場所として本企画を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の尾瀬小屋はもちろん、全国の国立公園の宿泊地を使用する事で、地域も限定されず気軽に参加可能。また地域毎の特色を活かした、伝統や文化、歴史などを感じる事で利用した地域に愛着を持って頂く事を目標とする。 ・尾瀬においては高低差もほとんどない為、初心者でも気軽に参加が可能。また、山小屋を利用する事で、最低限の荷物で参加が可能。かつ国立公園内での滞在時間を長める事が可能。 ・ターゲットは老若男女問わず受け入れる事が出来ます。企画催行は、年齢層別に組む事で汎用出来、参加人数やイベント規模に応じて、観光バス、マイクロバス、ハイエース車両など全ての車両で登山口までアプローチが可能。 ・空室の多い期間の売上補強になりうる案件でもあり、国立公園の宿泊事業者との相乗効果も見込まれる。 			
主な該当戦略	ファン戦略	ターゲット	20 代～30 代男女	
状況	今後実施予定	期間		

取組	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕		
	実施済			
	2022 年度	関係者との調整、イベントの開催		
	2023 年度			
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

(3) 魅力的プロモーション実施プログラム

- ・ 本取組テーマでは、尾瀬のイメージの発信、Web ページ、SNS の活用、外部企業・人材との連携による PR の 3 区分で、計 19 の取組を実施します。

○尾瀬のイメージの発信

- ・ 尾瀬の多様な魅力、楽しみ方等について利用者向けに情報発信を行います。

26. グルメを通じた国立公園の魅力発信				継続
実施主体	尾瀬小屋	連携先		
目的と概要	<p>尾瀬小屋は「食べる」というアクションを通して、国立公園の魅力や課題を発信していく取り組みをしている。</p> <p>【魅力発信】：「山でこんなご馳走が食べられるの？」そんな驚きと感動の料理 を低価格で楽しめる世界を国立公園内に 実現させた。また、地元の食材を料理に取り入れる事で、国立公園に隣接する地元の魅力発信の役割も兼ね備えている。</p> <p>【課題発信】：尾瀬の山小屋への物資輸送は、ヘリコプターか歩荷（ボッカ）と呼ばれる人力輸送のみとなる。しかし、相次ぐヘリコプター会社の山岳輸送撤退や若手のパイロット不足、運搬費用の高騰、歩荷さんの存続危機など、深刻な課題に直面している。そうした課題を食べ物を通して利用者に知ってもらい、一人一人が出来る事を考える事で、国立公園の持続可能な社会にする事を目標としている。</p> <p>【地域密着】尾瀬周辺地域は豊富な水に恵まれ、有名な酒造が点在する。2022 年は食材だけでなく、料理に合わせ美味しい地元のお酒を国立公園で味わい、更なる付加価値と非日常体験を造成する。</p> <p>【経済貢献】地元の酒造様と提携し、尾瀬国立公園オリジナルブランドもしくは希少性の高いお酒を提供いただき、体験価値を高めていただく。商品提供を頂いた返礼に、上記商品の売上は地元の酒造様に 100%返還とさせていただきます。</p>			
主な該当戦略	ビギナー戦略	ターゲット	20 代～30 代男女	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（尾瀬小屋）、 情報媒体（尾瀬小屋 Instagram、Twitter、Facebook、YouTube）		
	実施済			
	2022 年度	魅力に加えて、課題を利用者に知ってもらうための方法を検討し、実践する。		
	2023 年度	<p>■尾瀬グルメを新たに 20 品開発。レストラン利用は 5 ヶ月で 1 万人程度。</p> <p>■群馬県川場村の土田酒造と協業し、尾瀬で地酒を提供。ゴミを輩出しない特注容器をオリジナルで作成し、地産地消を目的とした取り組みを実施。</p>		

		■物資輸送の未来を再考すべく、川崎重工業様を尾瀬見晴ヘリポート視察誘致。協業を模索		
	2024 年度			
目標値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

27. 片品・檜枝岐・魚沼・南会津共同の登山口での PR 活動事業				協議中
実施主体		一般社団法人片品村観光協会	連携先	
目的と概要		各登山口にて協同 PR 活動を実施する。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	
取組	状況	今後実施予定	期間	単年（2022 年）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（各登山口）		
	実施済	尾瀬シーズン中の 6～10 月に定期的に複数回の星空観察会を実施した。（無料）		
	2022 年度	概要内容を本年度実施。		
	2023 年度	協議中		
	2024 年度			
目標値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

28. Instagram キャンペーン（フォトコンテスト）				継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団	連携先	（公財）尾瀬保護財団
目的と概要		SNS を通じた尾瀬の認知拡大を図るため、四季折々の尾瀬の風景、尾瀬で出会った動植物、尾瀬で過ごす人々を捉えた写真を対象として、SNS 投稿キャンペーン（コンテスト）を行う。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	国内、若者、カメラ
取組	状況	実施中	期間	複数年（2022～2023 年）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]、情報媒体（Instagram 及び財団 HP）		
	実施済	企画内容検討		
	2022 年度	シーズンを通じて尾瀬の Instagram 写真投稿を募集し、優れた作品を選出してホームページ等で発表する。選考は季節ごとに行い、四季折々の尾瀬の魅力を PR する。		

	2023 年度	尾瀬の写真の Instagram 投稿を呼びかけ、季節、テーマ別で優れた写真を選出して発表し、四季折々の尾瀬の魅力を PR する。		
	2024 年度	未定		
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

29. スタートアップふくしま尾瀬事業（情報発信事業）				完了
実施主体		福島県	連携先	環境省、福島県檜枝岐村、南会津町
目的と概要		福島県側の尾瀬とその玄関口となる檜枝岐村や南会津町の自然の素晴らしさや歴史、文化などの魅力を県内外に情報発信し、幅広い層に「ふくしま尾瀬」を拡散する。 「ふくしま尾瀬」の魅力を様々な切り口で丁寧に取材し、コラム記事や動画を作成、Web や SNS を活用して情報発信を行う。		
主な該当戦略		リピーター戦略	ターゲット	
取 組	状況	完了	期間	複数年（2020 年～2021 年
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（福島県側の尾瀬国立公園と玄関口となる檜枝岐村及び南会津町）、情報媒体（ふくしま尾瀬 Web、SNS）		
	実施済	・2020 年度は、現地取材を基に自然や歴史、山小屋など「ふくしま尾瀬」ならではの魅力について、コラム記事や動画を作成し、Web、SNS 等により配信。 ・令和 3 年は、前年の取組に加え、テレビや Web での CM 配信や、ふくしま尾瀬のアフターコロナを見据えたインバウンド対応（英語化）を行うなど、情報発信の強化を行う。		
	2022 年度			
	2023 年度			
	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

30. ふくしま尾瀬魅力発信強化事業				継続
実施主体		福島県	連携先	環境省、檜枝岐村及び南会津町
目的と概要		ふくしま尾瀬の魅力等を年間を通して情報発信するほか尾瀬での自然体験ツアーやフォトコンテストを開催し、「ふくしま尾瀬」に訪れるきっかけを創出する。		
主な該当戦略		リピーター戦略	ターゲット	

取組	状況	今後実施予定	期間	単年（2022 年）
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（福島県側の尾瀬国立公園と玄関口となる檜枝岐村及び南会津町）、 情報媒体（ふくしま尾瀬 Web、SNS 及び特設 Web）		
	実施済	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2020 年度は、現地取材を基に自然や歴史、山小屋など「ふくしま尾瀬」ならではの魅力について、コラム記事や動画を作成し、Web、SNS 等により配信。 ・ 令和 3 年は、前年の取組に加え、テレビや Web での CM 配信や、ふくしま尾瀬のアフターコロナを見据えたインバウンド対応（英語化）を行うなど、情報発信の強化を行う。 		
	2022 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 尾瀬での自然体験をメインとした著名人やガイドが案内するメディアツアーやプロカメラマン等が案内するフォトツアーを実施する。 ・ ふくしま尾瀬フォトコンテストを開催し、入賞作品の公共施設等での展示等を行う。 ・ 既存のふくしま尾瀬の Web や SNS において、尾瀬の新着情報を発信する。 		
	2023 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 尾瀬での自然体験をメインとした著名人やガイドが案内する親子自然体験ツアーや YouTuber や動画クリエイター等が案内する動画撮影教室ツアーを実施する。 ・ ふくしま尾瀬フォト＆ムービーコンテストを開催し、入賞作品を公共施設等で展示する。 ・ 既存のふくしま尾瀬の Web や SNS において、尾瀬の新着情報を発信する。 		
	2024 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ ふくしま尾瀬フォトコンテストを開催し、過去 2 年分を含めた入賞作品を公共施設等で展示する。 ・ 既存のふくしま尾瀬の Web や SNS において、尾瀬の新着情報を発信する。 		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

○Web ページ、SNS の活用

- ・ 尾瀬の多様な魅力、旬な情報を提供するために Web ページ、SNS の有効活用を図ります。

31. SNS を活用した魅力発信				継続
実施主体	尾瀬小屋	連携先		
目的と概要	尾瀬小屋の SNS は、2021 年より運用開始。営業開始から営業終了までの僅か 5 ヶ月で、多くのファンを獲得に成功。特に写真を多用して「尾瀬の今」を発信。文字よりも、説明よりも、写真で伝える事にこだわって配信を心掛けている。また、魅力だけでなく、冬期の小屋管理の大変さや山小屋が抱える課題なども率先して発信している。			
主な該当戦略	ビギナー戦略	ターゲット	20 代～50 代男女	
状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）	

取組	場所	情報媒体（尾瀬小屋 Instagram、Twitter、Facebook、YouTube）		
	実施済	2021 年より尾瀬小屋 SNS を運用開始		
	2022 年度	引き続き、「尾瀬の今」を尾瀬小屋 SNS で発信		
	2023 年度	■SNS の総フォロワー3 万人を達成。目標 2 万人を大きく超えた。		
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

32. 南会津町観光物産協会情報発信事業				継続
実施主体		南会津町観光物産協会（館岩支部）	連携先	
目的と概要		<p>①田代山、帝釈山の魅力を登山者に伝えるため、南会津町観光物産協会のホームページ又は、SNS アカウント（Facebook、Instagram、Twitter）を活用して情報発信を行う。具体的には、花の様子、交通情報、イベント情報などを発信し、知名度向上、魅力向上を図っている。</p> <p>②①の内容を南会津町館岩地域の観光施設、道の駅などに情報提供（FAX）を行い、各施設で情報が取得できるようにしている。</p>		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	国内、登山が趣味の方
取組	状況	実施中	期間	複数年
	場所	情報媒体（南会津町観光物産協会の SNS アカウント）		
	実施済	SNS は、週 1 ～ 2 回を目安に情報発信ができるように努めている（6 月～ 10 月）		
	2022 年度	引き続き、「尾瀬の今」を尾瀬小屋 SNS で発信		
	2023 年度	継続実施		
	2024 年度	継続実施		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

33. 魚沼市観光協会情報発信事業				新規
実施主体		（一社）魚沼市観光協会	連携先	
目的と概要		①船とバスで行く魚沼ルートを尾瀬登山者に紹介するため、（一社）魚沼市観光協会のホームページ又は SNS アカウント（Facebook、Instagram、X）を活用して情報発信を行う。		

		<p>具体的には、花の様子、交通情報、イベント情報などを発信し、知名度向上を図っている。</p> <p>②①の内容を南会津町館岩地域の観光施設、道の駅などに情報提供（FAX）を行い、各施設で情報が取得できるようにしている。</p>		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	国内、登山が趣味の方（個人、グループ、団体）
取組	状況	実施中	期間	複数年
	場所	情報媒体（魚沼市観光協会のホームページ、SNS アカウント）		
	実施済	SNS は、週 1 ～ 2 回を目安に情報発信ができるように努めている（6 月～ 1 0 月）		
	2022 年度	－		
	2023 年度	船とバスで行く魚沼ルートを魚沼市観光協会のホームページ、SNS アカウントを活用して情報発信する。		
	2024 年度	継続実施		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

34. 個人客獲得のための Web ページの改善				継続
実施主体		NP0 法人片品・山と森の学校	連携先	
目的と概要		当団体で実施している尾瀬ツアーの予約数増加のため、主に Web ページの改善を行う。		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	国内、登山が趣味の方
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～2022 年）
	場所	情報媒体（NP0 法人片品・山と森の学校の Web ページ）		
	実施済	<p>Google の検索に入るようなキーワードをページ内に埋め込む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Web ページが閲覧者の PC やスマホ上で速やかに読み込めるよう、データ容量の軽量化を図る。 ・ Web ページの閲覧数や流入経路の分析。 ・ ツアー予約への誘導のための工夫を施す。 		
	2022 年度	2021 年中に行ってきた Web ページの解析結果を分析し、改善点を洗い出す。洗い出した改善点を逐次実施する。		
	2023 年度	継続実施		
	2024 年度	継続実施		
目標値	期限	（いつまでに）	2022 年度末までに	2022 年度末までに
	項目	（何を）	Google 上の検索キーワード「尾瀬」と「ガイド」で	Web ページの訪問者がツアーの予約まで結びつく数を

	数値	(どうするか)	検索 1 位～2 位を目指す。 ※2022 年 11 月現在で 1 位	昨年度中から 15%増を目指す
--	----	---------	--	-----------------

35. Instagram（尾瀬公式アカウント）の活用				継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団		連携先
目的と概要		関係機関や公園利用者等を広く巻き込みながら、「みんな」で（まだ知られていない）尾瀬の多様な魅力を発信することで、尾瀬の認知度を高めるとともに魅力あふれる尾瀬を国内外に発信する目的で、令和元年度から「尾瀬公式 Instagram アカウント」を運用している。写真・記事の投稿の他、指定ハッシュタグ「#discoveroze」を付けた外部の投稿を再投稿している。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	国内、若者
取組	状況	実施中	期間	複数年（2019 年～）
	場所	情報媒体（Instagram 及び財団 HP トップページへの埋め込み）		
	実施済	次の情報等を不定期で発信する。 ・尾瀬の魅力を伝える記事、写真並びにこれに付随する情報 ・尾瀬で行われる取組 その他、指定ハッシュタグの付いた外部の投稿を選定して、再投稿している。		
	2022 年度	継続実施		
	2023 年度	同上		
	2024 年度	同上		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

36. 片品村むらづくり観光課公式ユーチューブ 動画配信				継続
実施主体		片品村		連携先
目的と概要		尾瀬を含む片品村の状況を伝えるために、職員が尾瀬を含め片品村の観光地に入り動画撮影して配信する。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略	ターゲット	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2019 年～）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]、情報媒体（YouTube）		
	実施済	2021 年 4 月に片品村むらづくり観光課公式 YouTube を開設した。 職員が尾瀬を含め片品村の観光地に入り動画撮影して配信している（21 本）。		
	2022 年度	季節ごとに尾瀬に入りその状況を動画撮影し配信。（5 月～10 月）		

	2023 年度	同上予定		
	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

○外部企業・人材との連携による PR

- ・ 尾瀬の魅力を潜在利用者等に届けるために、外部企業・人材と連携して PR を行います。

37. ポストコロナインバウンド誘客事業				継続
実施主体		一般社団法人片品村観光協会	連携先	
目的と概要		<p>訪日外国人旅行者誘客による地域経済の活性化を図るため、認知度と、来訪意欲向上に向けた取り組みを進める。本事業では、「海外メディアの活用」、「インフルエンサーの招聘」「現地観光セミナー」を通じて、尾瀬をはじめとする本村の観光資源の魅力を海外（オーストラリア・台湾）に向けて発信するとともに、「外国人アドバイザーの招聘」を実施することで、観光資源の磨き上げを図る。</p> <p>①台湾看板広告：台湾 JTB とタイアップし、現地旅行番組等で尾瀬の紹介並びに台湾地下鉄駅看板展開を図る。</p> <p>②インフルエンサー招聘：海外インフルエンサー（ブロガー、Youtuber）を招聘及び商談会</p> <p>③外国人アドバイザー招聘：片品村の観光コンテンツをより魅力的なものとするため、外国人アドバイザーから、改善点等を抽出します。</p> <p>① 台湾 ITF 参加：台湾世界旅行博出展。</p>		
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略 ファン戦略	ターゲット	
取 組	状況	今後実施予定	期間	複数年（2022～2023 年）
	場所	尾瀬外（村内、台湾）、情報媒体（Web）		
	実施済	<p>2021 年 4 月に片品村むらづくり観光課公式 YouTube を開設した。</p> <p>職員が尾瀬を含め片品村の観光地に入り動画撮影して配信している（21 本）。</p>		
	2022 年度	概要内容を本年度実施。		
	2023 年度	2023 年度も継続実施		
	2024 年度			
	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		

目 標 値	数値	(どうするか)		
-------------	----	---------	--	--

38. 人気 YouTuber と連携した尾瀬の魅力広報				完了
実施主体		(公財) 尾瀬保護財団	連携先	
目的と概要		<ul style="list-style-type: none"> ・「かほの登山日記」の人気 YouTuber かほさんに尾瀬登山（燧ヶ岳・至仏山）、動画撮影を依頼。 ・10代～30代に使用されている割合が大きい SNS の1つ、YouTube での動画配信によって、若者世代の尾瀬への興味・関心を高め、また登山マナーについても訴求する。」 ・撮影された動画をイベント時やビジターセンターで公開することも検討中。 		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	国内、若者、登山
取組	状況	実施済み（2022 年）	期間	複数年（2019 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（山ノ鼻 VC、尾瀬沼 VC）、尾瀬外（広報イベント） 情報媒体（YouTube、尾瀬保護財団ウェブサイト）		
	実施済			
	2022 年度			
	2023 年度			
	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

39. モンベル会員雑誌 フレンドエリアの登録				協議中
実施主体		片品村	連携先	
目的と概要		誘客を目的として、モンベルフレンドエリアに片品村の観光情報を掲載する。		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）
	場所	情報媒体（モンベル Web ページ及び雑誌）		
	実施済	2021 年 12 月以降、Web や雑誌に尾瀬の情報が掲載。		
	2022 年度	モンベルの web や情報雑誌に尾瀬の情報を掲載。		
	2023 年度	検討中		
	2024 年度			

目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

40. 著名人とのタイアップによるプロモーション					完了
実施主体		環境省		連携先	片品村観光協会、 尾瀬檜枝岐温泉観光協会
目的と概要		尾瀬国立公園の認知度向上を図り、潜在層への PR を目的に、著名人とのタイアップによるプロモーションを行う			
主な該当戦略		ビギナー戦略		ターゲット	国内外、柴咲コウさんのファン層
取組	状況	実施中		期間	単年（2021 年）
	場所	情報媒体（Web：柴咲コウ「レトロワグラス」YouTube チャンネル）			
	実施済	・環境省の環境特別広報大使である柴咲コウとタイアップし、尾瀬国立公園の美しい自然を、柴咲コウの楽曲に乗せた動画を作成（2021 年 6～8 月）。 ・PR 効果を高めるため、柴咲コウ「レトロワグラス」YouTube チャンネルで尾瀬の日に配信開始（2021 年 8 月 30 日）。（2021 年度で事業終了）			
	2022 年度				
	2023 年度				
	2024 年度				
目標値	期限	（いつまでに）	2021 年 10 月までに		
	項目	（何を）	動画再生回数を		
	数値	（どうするか）	2 万再生する（達成済） ※2022 年 10 月末で 3.9 万再生		

41. 尾瀬歩荷の魅力発信事業					新規
実施主体		尾瀬小屋	連携先		
目的と概要					
主な該当戦略		ファン戦略	ターゲット	30 代～50 代男女	
取組	状況		期間		
	場所				
	実施済				
	2022 年度				

	2023 年度	■5 月～10 月の 5 ヶ月間で、200 枚程度の歩荷さんの写真を撮影し、SNS にて投稿。 ■小屋の売店ブースに歩荷さんの写真パネルを展示。 ■歩荷さんに売上収益の一部、6 万円を寄付。		
	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

42. サッカー業界への尾瀬の発信				新規
実施主体		尾瀬小屋	連携先	
目的と概要				
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	20 代～30 代男女
取 組	状況		期間	
	場所			
	実施済			
	2022 年度			
	2023 年度	■2023 年 3 月檜枝岐村小学校にて川崎フロンターレ応援交流会を開催。 川崎フロンターレの選手よりビデオレターや応援グッズを贈呈。 ■2023 年 8 月檜枝岐村民約 40 名を川崎フロンターレのホームスタジアム等々力競技場へ招待。選手交流や試合観戦、バックヤードツアーに参加。川崎と檜枝岐村に架け橋を作る。 ■2023 年 9 月株式会社フロンターレの社長含む役員が尾瀬を学ぶため、尾瀬見晴へと宿泊訪問。2024 年のサッカーと登山の更なる協業の可能性を模索。		
	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

43. 陸前高田市との連携事業				新規
実施主体		尾瀬小屋	連携先	陸前高田市
目的と概要		機会拡大		
主な該当戦略		ファン戦略、リピーター戦略	ターゲット	30 代～50 代男女
	状況		期間	

取組	場所			
	実施済			
	2022 年度			
	2023 年度	■弊社と復興支援の関係性があり、三陸復興国立公園だけでなく、尾瀬の国立公園を見てもらい学びの場の機会を提供する予定です。		
	2024 年度			
目標値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

44. マルコメとの連携による新潟からの魅力発信				新規
実施主体		尾瀬小屋	連携先	株式会社マルコメ
目的と概要		魚沼と尾瀬の連携		
主な該当戦略		ファン戦略、リピーター戦略	ターゲット	
取組	状況		期間	
	場所			
	実施済			
	2022 年度			
	2023 年度	■魚沼を代表する企業でもある株式会社マルコメ様と連携を図り、新潟からの尾瀬の魅力を訴求していく予定。		
	2024 年度			
目標値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

(4) 尾瀬ファン創出プログラム

- ・ 本取組テーマでは、環境保全に資する行動の普及、啓発、ボランティア活動の充実、尾瀬ファンとの交流の3区分で、計5の取組を実施します。

○環境保全に資する行動の普及、啓発

- ・ 尾瀬に来訪する利用者に環境保全に資する行動を取ってもらうために、入山時の注意やマナー等の普及、啓発を行います。

45. 至仏山の登山マナー啓発				継続
実施主体		至仏山保全対策会議		連携先
目的と概要		<p>至仏山登山者のマナーアップを図るため、至仏山マナーマップを作成してビジターセンターなどで配布するとともに、尾瀬保護財団のウェブサイトにも情報を掲載して啓発を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ゴールデンウィーク中までの残雪期における入山についての注意事項周知 ・ 植生保護のための登山道閉鎖期間の設定（ゴールデンウィーク後～6月末まで） ・ 東面登山道の登り専用利用の徹底 ・ 携帯トイレの携行励行 ・ ストックキャップの使用励行 など 		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	国内外
取組	状況	実施中	期間	複数年
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（山ノ鼻 VC、尾瀬沼 VC）、情報媒体（尾瀬保護財団ウェブサイト）		
	実施済	今後も継続して啓発していく。		
	2022 年度	同上		
	2023 年度	継続して啓発を実施		
	2024 年度	同上		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

46. 財団 HP での情報提供・普及啓発				継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団		連携先
目的と概要		<p>尾瀬の魅力等の発信、入山時の注意やマナーを啓発する為に、財団のホームページや SNS で下記の情報を発信している。また、問合せ電話番号やメールアドレスを公開するとともに</p>		

		<p>に、尾瀬に関する情報提供を事務局とビジターセンター（シーズン中）で行っている。ビジターセンターでは、来館者対応やイベント等を通して情報提供、普及啓発を行っている。</p> <p>■ホームページ、SNS</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道路情報やアクセス情報、ルール・マナー等、尾瀬を訪問する際に必要な情報 ・尾瀬の歴史や取組等の尾瀬の知識を深める為の情報 ・シーズン中の現地情報等 <p>■ビジターセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来館者対応、日中や夜間のイベントを通した尾瀬の価値、注意のレクチャー ・尾瀬関係者と連携した尾瀬の理解を深める展示・イベント <p>（福島県尾瀬保護調査会での調査活動（展示、観察会等の実施）など）</p>		
主な該当戦略		ビギナー戦略	ターゲット	国内
取組	状況	実施中	期間	複数年
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（ビジターセンター）、尾瀬外（尾瀬保護財団事務局）、情報媒体（尾瀬保護財団 HP、SNS）		
	実施済	HP、SNS、電話での情報提供、ビジターセンターイベントを通した啓発		
	2022 年度	同上		
	2023 年度	同上		
	2024 年度	同上		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

○ボランティア活動の充実

- ・ かけがえのない尾瀬をみんなで守り育て、次代に引き継いでいくために、利用者が保全活動に関われるプログラムや仕組みを充実させます。

47. 尾瀬ボランティア活動支援				継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団	連携先	
目的と概要		財団が組織する尾瀬ボランティアの活動を支援する。 木道・栈木打ち、移入植物駆除、シカ柵設置・撤去、巡回清掃、入山口啓発、定点解説、ボランティアガイド「尾瀬自然解説ガイド」など、入山マナー啓発や保護に関する取組を行っている。		
主な該当戦略		ファン戦略	ターゲット	国内
状況		実施中	期間	複数年

取組	場所	尾瀬内[公園内+周辺]		
	実施済	移入植物駆除、シカ柵撤去、巡回清掃		
	2022 年度	同上		
	2023 年度	入山口啓発、移入植物駆除、シカ柵設置・撤去、巡回清掃		
	2024 年度	同上		
目標値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

48. 企業ボランティア活動支援				継続
実施主体		(公財) 尾瀬保護財団	連携先	
目的と概要		巡回清掃、自治体等が整備するシカ柵の設置・撤去などに際し、企業からボランティア参加者を募っている。		
主な該当戦略		ビギナー戦略、ファン戦略	ターゲット	国内
取組	状況	実施中	期間	複数年
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]		
	実施済	巡回清掃、シカ柵撤去作業		
	2022 年度			
	2023 年度	同上		
	2024 年度	同上		
目標値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

○尾瀬ファンとの交流

- ・ 尾瀬関係者が尾瀬の価値を見なおし、再認識する機会として尾瀬ファンとの交流の場を設けます。

49. 尾瀬ファンとの交流				完了
実施主体		環境省	連携先	尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会
目的と概要		尾瀬国立公園はリピート率や利用者満足度の高い公園であり、利用者ニーズの把握に向けた取り組みが実施され始めているが、山小屋やガイド以外の関係者が利用者と交流して意		

		見交換を行う場が少なかった。そうした背景をもとに、これからの「みんなの尾瀬」を作っていくために、利用者との交流の場を設ける。		
主な該当戦略		ファン戦略	ターゲット	尾瀬の課題を認知しているものの地域関係者とのコネクションがなかったヘビーリピーター
取組	状況	実施中	期間	単年（2021 年）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（片品村役場会議室）		
	実施済	尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会を対象において、尾瀬ファンとの交流会を開催して、ファンたちとの交流を図った。（2021 年度で事業終了）		
	2022 年度			
	2023 年度			
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

（５）シビックプライド形成プログラム

- ・ 本取組テーマでは、尾瀬での共同作業の実施、尾瀬を学ぶ場の機会の充実に関する取組の２区分で、計７の取組を実施します。

○尾瀬での共同作業の実施

- ・ 尾瀬の自然環境を次代へ継承するために、ゼロカーボンの実現に向けた取組を行う。

50. 移入植物の駆除（オオハングンソウ、ハルザキヤマガラシ）					継続
実施主体		（公財）尾瀬保護財団		連携先	尾瀬ボランティア、尾瀬ガイド協会、福島県、檜枝岐村、群馬県、片品村、環境省、会津森林管理署南会津支署など
目的と概要		<p>特別保護地区を取り囲むエリアでは、車道沿いにおいて生態系に被害を及ぼすおそれのある移入植物の生育が確認されており、その対策を進める必要があることから、関係機関との連携のもと、特別保護地区を取り囲む登山口へ接続する車道沿いにおいて水際の侵入防止対策を行うことを目的とする。</p> <p>具体的な種としては、オオハングンソウ及びハルザキヤマガラシについて対応を行う。</p>			
主な該当戦略		ファン戦略		ターゲット	尾瀬関係者
取組	状況	実施中		期間	複数年（2014 年～）
	場所	<p>尾瀬内〔公園内＋周辺〕（小沢平登山口、津奈木一鳩待間の車道沿い、富士見下登山口手前の車道沿い ※いずれも国立公園特別保護区への接続域）</p>			
	実施済	<p>小沢平登山口に繁茂しているオオハングンソウについて、尾瀬ボランティア、尾瀬ガイド協会、福島県、檜枝岐村、環境省、会津森林管理署南会津支署などに御協力いただきながら駆除活動を継続中。</p> <p>津奈木一鳩待峠間（ハルザキヤマガラシ）は、地元関係者（東京パワーテクノロジー・NPO 法人 片品・山と森の学校）群馬県、片品村、環境省にご協力いただきながら防除活動を実施。</p> <p>富士見下登山口手前（オオハングンソウ）については、これまでの駆除活動の結果、繁茂を抑制できているため、今後も経過観察を継続する。</p>			
	2022 年度	同上			
	2023 年度	同上			
	2024 年度	同上			
目標値	期限	（いつまでに）			
	項目	（何を）			
	数値	（どうするか）			

○尾瀬を学ぶ場の機会の充実

- ・ 尾瀬に対する理解を深め、愛着や誇りを醸成するために、自然体験や学習を通して、尾瀬を知り、体験する機会を充実させます。
- ・

51. 子供たちに向けた国立公園の魅力発信と招待活動				継続
実施主体	尾瀬小屋		連携先	尾瀬国立公園利用アクションプラン検討小委員会
目的と概要	<p>児童養護施設やフリースクールに通う子供たちに向けた国立公園の魅力発信と招待活動を行う。</p> <p>【魅力発信】四季折々の景色や動植物の生態、山小屋の生業、国立公園が抱える環境問題や保護への課題など、映像や写真を通して生徒様向けの講演活動や学校イベントに積極的に参加。</p> <p>【取組主旨】自身が児童養護施設で過ごした経験談や、不安定な心を登山や自然に身を置く事でコントロールしてきた経験談を公演。子供達の生活環境がハンデではないという事の意識付けや、過酷な環境下で働く先生たちの心のケアも含まれる。国立公園をリアルな教育現場そのものとし、五感で感じたものを日常生活に活かしてもらいたい。</p> <p>【体験造成】蛍・夜行性動物・星空観察などのナイトハイク。山岳地での夜間行動という非日常体験を味わう。夕焼けや朝焼けの観賞とヨガや体操。日本が誇る景色を見ながら、体を動かす楽しさを学ぶ。歩荷体験。重たい荷物を背負ってみる事で、恵まれた環境で過ごしている事を実感してもらう。登山道整備。草刈りやゴミ拾いを通して、守られるべき自然やマナーを身に着ける。</p>			
主な該当戦略	ビギナー戦略		ターゲット	10代男女
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬小屋）、尾瀬外（社会福祉法人、学校等） 情報媒体（尾瀬小屋 Instagram、Twitter、Facebook、YouTube）		
	実施済	社会福祉法人、学校の視察誘致、学生誘致に向けた活動を実施。2021年は新型コロナによる誘致断念。		
	2022年度	サステナビリティ学公演予定。 社会福祉法人、学校の視察誘致、学生誘致に向けた活動を実施予定。		
	2023年度	<p>■7月～8月にかけて、東京都世田谷区にある児童養護施設の高校生の就労体験を実施。およそ一ヶ月間、3名の高校生が山小屋で人生初めての労働を経験。</p> <p>■体験造成として、ナイトヨガ、モーニングヨガを不定期開催。</p>		
	2024年度			
	期限	（いつまでに）		

目 標 値	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

52. 「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進事業				完了
実施主体	「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進協議会（新潟県魚沼地域振興局、魚沼市、（一社）魚沼市観光協会）		連携先	新潟県教育委員会、新潟市教育委員会等
目的と概要	新潟県魚沼地域振興局では、尾瀬での自然体験と奥只見開発の歴史学習を通して子どもたちの豊かな心と自然との調和を図るたくましい実践力を育成するため、2009 年度に小中学生向けの「魚沼から行く尾瀬」環境学習プログラムを作成した。「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進協議会は、県内（魚沼市を除く）小中学校での尾瀬を活用した環境学習の普及を推進している。			
主な該当戦略	ビギナー戦略		ターゲット	県内（魚沼市以外）の小中学校
取組	状況	実施中	期間	複数年（2009 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬沼他）		
	実施済	県内（魚沼市以外）の小学校 1 校が 1 泊 2 日で尾瀬沼に行き、自然体験学習を実施		
	2022 年度	廃止		
	2023 年度			
	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

53. 尾瀬ネイチャーガイド養成事業				継続
実施主体	尾瀬ネイチャーガイド養成推進協議会（新潟県魚沼地域振興局、魚沼市、（一社）魚沼市観光協会）		連携先	奥只見郷ネイチャーガイド等
目的と概要	尾瀬⇄魚沼ルート利用者に対するガイド業務が継続的に行われるよう、後継者確保を目的に尾瀬ネイチャーガイドを養成する。			

主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略、ファン戦略	ターゲット	トレッキング愛好家、環境保全に関心のある層（副業、第2の職業）
取組	状況	実施中	期間	複数年（2017年～）
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（尾瀬沼他）、尾瀬外（魚沼市インフォメーションセンター）		
	実施済	尾瀬ネイチャーガイド養成講座を実施		
	2022年度	尾瀬ネイチャーガイド養成講座を実施し、魚沼市内外から5名が受講		
	2023年度	尾瀬ネイチャーガイド養成講座を実施し、魚沼市内外から3名が受講		
	2024年度	尾瀬ネイチャーガイド養成講座を実施		
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

54. 尾瀬サステナブルプラン（尾瀬シーズンズスクール・尾瀬ネイチャーラーニング）				継続
実施主体	群馬県		連携先	
目的と概要	<p>尾瀬の魅力を生かし、実社会での課題解決に生かす教科横断的な教育であるSTEAM教育を展開します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・尾瀬シーズンズスクール：民間主体によるハイクオリティなSTEAM教育の事業化に向け、事業モデル（スキーム）を検討 ・尾瀬ネイチャーラーニング：入門的なSTEAM教育の題材として尾瀬を訪れた県内外の小中学校等にガイド代等を支援（補助） 			
主な該当戦略	ファン戦略	ターゲット	学校や社会教育関係団体、尾瀬での学習意欲のある学生・社会人	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021年～）
	場所	尾瀬内[公園内＋周辺]（尾瀬国立公園内、小中学校等（事前学習・事後学習）		
	実施済	<p>尾瀬シーズンズスクール：2021年度は、モニター事業を実施した。</p> <p>尾瀬ネイチャーラーニング：補助事業を実施した。</p>		
	2022年度	継続予定		
	2023年度	継続予定		
	2024年度	<p>尾瀬シーズンズスクール：民間主体に移行</p> <p>尾瀬ネイチャーラーニング：継続予定</p>		
	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		

目 標 値	数値	(どうするか)		
-------------	----	---------	--	--

55. 尾瀬環境学習推進				継続
実施主体	群馬県		連携先	
目的と概要	環境学習の場としての尾瀬の利用を促進するため、山の鼻ビジターセンターにおいて、展示や環境学習ミニガイドツアー及び尾瀬ネイチャーラーニングの受け入れ協力を実施するとともに、県内の小中学校や公民館等で移動尾瀬自然教室や出前講座を開催します			
主な該当戦略	ビギナー戦略		ターゲット	入山者全般、小中学校・公民館
取 組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（尾瀬国立公園内）、尾瀬外（県内の小中学校、公民館等）		
	実施済	山の鼻ビジターセンターにおいて、展示や環境学習ミニガイドツアー 県内の小中学校や公民館等で移動尾瀬自然教室や出前講座		
	2022 年度	継続		
	2023 年度	継続予定		
	2024 年度	継続予定		
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

56. ふくしま子ども自然環境学習推進事業				継続
実施主体	尾瀬環境学習推進協議会事務局 (檜枝岐村)		連携先	福島県、檜枝岐村、南会津町
目的と概要	本県の子ども達を対象に、尾瀬の優れた自然環境の中で行う質の高い環境学習を推進し、生物多様性に対する意識の醸成を図り、豊かな自然環境を次世代に継承する。			
主な該当戦略	ビギナー戦略、リピーター戦略		ターゲット	県内の小中学校、特別支援学校
取 組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）
	場所	尾瀬内〔公園内＋周辺〕（福島県側の尾瀬国立公園と玄関口となる檜枝岐村及び南会津町）		
	実施済			
	2022 年度			
	2023 年度	県内の小中学校、特別支援学校が日帰り・1泊2日等で尾瀬に行き環境学習を実施。		
	2024 年度	継続予定		

目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

（６）脱炭素・循環型公園プログラム

- ・ 本取組テーマでは、ゼロカーボン実現に向けた取組、資源循環に関する取組の２区分で、計３の取組を実施します。

○ゼロカーボン実現に向けた取組

- ・ 尾瀬の自然環境を次代へ継承するために、ゼロカーボンの実現に向けた取組を行う。

57. 「尾瀬国立公園ゼロカーボンパーク」アクションプログラム				継続
実施主体	東京電力ホールディングス株式会社、東京パワーテクノロジー(株) 尾瀬林業事業所		連携先	片品村むらづくり観光課
目的と概要	環境省が登録認定を行う「ゼロカーボンパーク」の実効性を高めるため、2022 年度～2030 年度までの実行計画を策定。片品村が改訂を予定している「片品村地球温暖化防止実行計画」との連動により、尾瀬国立公園内の脱炭素化、および片品村村内の脱炭素化に向けたアクションプランプログラムの策定と PDCA を展開する。計画策定事務局は、片品村むらづくり観光課と東京電力ホールディングス株式会社 ESG 推進室の共同事務局により実施予定。			
主な該当戦略	ビギナー戦略、リピーター戦略、ファン戦略	ターゲット	ターゲットは【脱炭素や自然環境保全保護を意識した尾瀬利用者】 【再エネ利用住宅など、脱炭素を指向する IU ターンの若者／子育て世代など新規片品村移住者】【在住片品村村民の尾瀬自然環境保全活動の参加など尾瀬ボランティア化】等が特長	
取組	状況	実施中	期間	複数年（2022 年～）
	場所	（尾瀬国立公園内、尾瀬の麓の集落）、尾瀬外（片品村内全域）、 情報媒体（Web：片品村、東京電力ホールディングス(株)、東京パワーテクノロジー(株) 尾瀬林業事業所 他、実施主体）		
	実施済	尾瀬国立公園ゼロカーボンパーク登録に向けた「脱炭素アクションプラン」を実施 ①【登録認定】尾瀬周辺市町村のゼロカーボンシティ宣言、尾瀬国立公園のゼロカーボンパーク宣言 ②【地産地消】尾瀬の木道に FSC 認証を受けた地元カラマツ材使用 ③【リサイクル】尾瀬の木道リサイクルペーパーの積極的活用		
	2022 年度	2022 年度尾瀬国立公園ゼロカーボンパーク実装に向けた「脱炭素アクションプラン」を実施		

		①【尾瀬の役割認知度向上】本州最大の高層湿原による炭素固定吸収の役割、地球温暖化が及ぼす尾瀬への影響 ②【電化、EV 普及啓発】会津高原尾瀬口～御池でも EV バス運行、レンタサイクルを e-bike 化と充電ステーション設置 ③【リサイクル】山小屋での地元食材を使った料理提供（フードマイレージ）、マイバック・マイボトルの普及啓発、モバイルバッテリーレンタルサービス			
	2023 年度	2023 年度尾瀬国立公園ゼロカーボンパーク実装に向けた「脱炭素アクションプラン」を実施 ①【山小屋の脱炭素化】高効率給湯器（エコキュート）導入、LED 導入、鳩待山荘建替工事開始（再エネ電化）食事・お土産物の脱プラスチックへの取り組みを加速 ②【村内の脱炭素化、再エネ導入】尾瀬片品小水力発電所の運転開始、移住定住促進住宅基本計画策定。			
	2024 年度	【山小屋の脱炭素化】高効率給湯器（エコキュート）導入、LED 導入、鳩待山荘建替工事継続実施（再エネ電化）食事・お土産物の脱プラスチックへの取り組みを継続 【リサイクル】山小屋での地元食材を使った料理提供（フードマイレージ）、マイバック・マイボトルの普及啓発、モバイルバッテリーレンタルサービスの継続			
目 標 値	期限	（いつまでに）	2022 年までに	2023 年までに	2023 年までに
	項目	（何を）	①、②、③のすべてを	①、②、③のすべてを	①、②、③のすべてを
	数値	（どうするか）	実施する（実施率 100%）	実施する（実施率 100%）	実施する（実施率 100%）

58. ゼロカーボンシティ表明とゼロカーボンパークの登録					継続
実施主体		片品村	連携先	東京パワーテクノロジー株式会社 環境事業部 尾瀬林業事業所	
目的と概要		2022 年 2 月 22 日に表明した、温室効果ガス排出量ゼロを目指すゼロカーボンシティ「片品村 5 つのゼロ宣言 2050」に基づき、具体的な取組を推進していく。			
主な該当戦略		ビギナー戦略、リピーター戦略、ファン戦略	ターゲット		
取組	状況	実施中	期間	複数年（2021 年～）	
	場所	国立公園内における電気自動車の活用や利用施設における再生可能エネルギーの活用、地産地消等の取組を進め 脱プラスチックも含めて脱炭素 の観光地を目指すため、ゼロカーボンパーク登録を行う（登録関係書類提出済み）。			

	実施済	国立公園内における電気自動車の活用や利用施設における再生可能エネルギーの活用、地産地消等の取組を進め 脱プラスチックも含めて脱炭素 の観光地を目指すため、ゼロカーボンパーク登録を行う（登録関係書類提出済み）。		
	2022 年度	尾瀬かたしなゼロカーボンパーク実行委員会の設立 今後の取組み等について委員会やワークショップの実施、今後は分科会を開催する予定。		
	2023 年度	委員会での取組み等		
	2024 年度			
目標値	期限	（いつまでに）		
	項目	（何を）		
	数値	（どうするか）		

○資源循環に関する取組

- ・ 尾瀬の自然環境への負荷を低減するために、循環的な利用を促進するための取組を行う。

59. 鹿の食害問題の訴求				継続
実施主体		尾瀬小屋	連携先	
目的と概要		<p>尾瀬小屋は、「食べる」というアクションを通して、国立公園が抱える鹿の食害問題を訴えていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 尾瀬を身近に想う方々の間では、ミズバショウやニッコウキスゲがなければ、尾瀬が尾瀬でなくなってしまうという危機感が高まる半面、尾瀬を守るために奪われた鹿の命がある事、その鹿の命を大切に活かし、人の暮らしの中で役立て、命の尊さを感じてほしい。 ・ 尾瀬の鹿は利活用される事なく食用として提供する事も叶わない状況にあるが、人間が山を楽しむ背景にはこうした命のやり取りがある事を伝えるべく、尾瀬小屋はあえて出荷制限が解除された鹿を尾瀬で「食べる」事を実現し、尾瀬鹿の食害問題を訴求する。 		
主な該当戦略		ファン戦略	ターゲット	30 代～50 代男女
取組	状況	今後実施予定	期間	複数年（2022 年～）
	場所	尾瀬内[公園内+周辺]（尾瀬小屋）、 情報媒体（尾瀬小屋 Instagram、Twitter 、Facebook、YouTube）		
	実施済			
	2022 年度	鹿の食害問題を利用者に知ってもらうための方法を検討し、実践する。		
	2023 年度	■ジビエ料理の継続とインバウンド向けのジビエツアーを開催し、国内外に鹿の食害問題を継続的に訴求。		

	2024 年度			
目 標 値	期限	(いつまでに)		
	項目	(何を)		
	数値	(どうするか)		

別紙2_各取組プログラムとファンベース戦略の関係

						指定戦略		想定するターゲット		「尾瀬をまじわ」への貢献（尾瀬関連 歩負値）		「尾瀬を守る」への貢献（中核活動への参加者）		「尾瀬を学ぶ」への貢献（尾瀬知識 普及値）		「尾瀬を遊ぶ」への貢献（尾瀬体験への参加者）		「尾瀬を伝える」への貢献（尾瀬情報発信）		「尾瀬を楽しむ」への貢献（尾瀬観光客の増加）	
		実施主体	ヒギナー 戦略	リビエ ター戦略	ファン戦 略																
(1) 魅力向上プログラム																					
○情報案内機能の向上																					
1	尾瀬環境学習支援セルフガイドの活用	〈公財〉尾瀬保護財団		○		国内、小中学生（尾瀬沼地区）										✓		✓			
2	.尾瀬ハイキングガイドの頒布	〈公財〉尾瀬保護財団	○			国内外、その他は特になし			✓							✓		✓			
3	尾瀬パンフレットの作成・配布	環境省	○			尾瀬に初めて来ている利用者（特に行動計画を立てずに尾瀬へ来訪した利用客）	✓											✓	✓		
○鉄道機関・解説機等の整備・更新																					
4	尾瀬ルート沿線地域活性化事業	尾瀬ルート活性化委員会	○	○						✓				✓				✓	✓	✓	
5	魚沼から行く尾瀬ルート国道 352 号道標整備事業	新潟県魚沼地域振興局	○	○					✓									✓	✓		
6	魚沼から行く尾瀬ルート国道 352 号洗い越し改築事業	新潟県魚沼地域振興局	○	○					✓									✓	✓	✓	
7	誘導標識の作成・設置	環境省		○		尾瀬に初めて来ている利用者（特に登山等の経験が浅い利用者）			✓									✓	✓		
8	解説標識の作成・設置	環境省		○		尾瀬に初めて来ている利用者			✓									✓	✓		
○滞在空間の向上化																					
9	雄神峠の施設改善における外観整備	東京パワーテクノロジー株式会社、環境事業部 尾瀬林業事業所	○	○		若年層～ベテラン層			✓									✓	✓		
10	雄神峠の外構における緑地整備	東京パワーテクノロジー株式会社、環境事業部 尾瀬林業事業所	○	○		若年層～ベテラン層												✓	✓		
11	雄神峠の公共無線 LAN 環境整備	東京パワーテクノロジー株式会社、環境事業部 尾瀬林業事業所	○			若年層、インバウンド	✓											✓			
12	国立公園利用駅直下帯在環境等上質化事業	片品村	○	○					✓							✓		✓			
13	尾瀬設備クオリティアップ事業	群馬県	○	○		入山客全般（国内／国外）	✓											✓	✓		
○保全活動の強化																					
14	ニホンカミヤナギによる植生被害対策			○	○	尾瀬実証客全数					✓								✓	✓	
(2) 周遊・滞在促進プログラム																					
○モデルコース・プランの作成																					
15	シャトルタクシープラン（最寄り駅から登山口までの送迎）	みなみあいづ観光（株式会社 みなみあいづ）						✓	✓									✓	✓		
16	会津と上州を結ぶ歴史の道「会津沼田街道」滞在型利用促進事業	檜枝岐村						✓											✓		
17	尾瀬国立公園のモデルコースと体験アクティビティの紹介							✓										✓	✓		
○山小屋の魅力を向上																					
18	宿泊者に対するスライドショー	尾瀬山小屋	○	○	○	宿泊するお客さま			✓							✓		✓	✓	✓	
19	客室の改装	尾瀬沼ヒュッテ							✓									✓	✓		
20	B&B スタイルの宿泊施設へと転換	尾瀬御池ロッジ							✓									✓	✓		
21	食事の充実と部屋の個室利用	山の鼻小屋							✓									✓	✓		
○体験アクティビティの利用促進																					
22	片品村内で e-sike ツアー	㈱0法人片品・山と森の学校							✓									✓			
23	星空観察会の定期開催	尾瀬沼ビジターセンター（環境省からの委託事業）							✓	✓								✓	✓		
○交流イベントの開催																					

		実施主体	想定戦略			想定するターゲット	「廃棄を減らす」への貢献（廃棄関連消費額）			「廃棄を守る」への貢献（守る活動への参加率）						フィードバック・各段階への貢献		
			ビジネス戦略	リピーター戦略	ファン戦略		表参道への貢献	表参道への貢献	その他の貢献	シカ対策への貢献	歩道維持への貢献	トイレへの貢献	外来種対策への貢献	その他の貢献	ビジネスへの貢献	リピーターへの貢献	ファンへの貢献	
〔4〕 廃棄ファン創出プログラム																		
○環境保全に資する行動の普及・啓発																		
	45	至仏山の登山マナー啓発 至仏山保全対策会議	至仏山保全対策会議	○		国内外										✓		
	46	財団館での情報提供・普及啓発	〈公財〉 尾瀬保護財団	○		国内										✓		
○ボランティア活動の充実																		
	47	尾瀬ボランティア活動支援	〈公財〉 尾瀬保護財団			○ 国内、その他は特になし					✓			✓				✓
	48	企業ボランティア活動支援	〈公財〉 尾瀬保護財団	○		○ 国内、財団寄付者等					✓					✓		✓
○廃棄ファンとの交流																		
	49	尾瀬ファンとの交流会	環境省			○ 尾瀬の課題を認知しているものの地域関係者とのコネクションがなかったベビーマーダー												✓
〔5〕 シベックブライド形成プログラム																		
○尾瀬での共同作業の実施																		
	50	1. 移入植物の駆除（オオハongoソウ、ハルザキヤマガラシ）	〈公財〉 尾瀬保護財団			○ 尾瀬関係者								✓				✓
○尾瀬を学ぶ場の機会の充実																		
	51	子供たちに向けた国立公園の魅力発信と招待活動	尾瀬小屋	○		10代男女	✓					✓					✓	
	52	「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進事業	「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進協議会	○		県内（魚沼市以外）の小中学校											✓	
	53	尾瀬ネイチャガイド養成事業	「魚沼から行く尾瀬」環境学習推進協議会	○	○	○ トレッキング愛好家、環境保全に関心のある層（副業、第2の職業）。											✓	✓
	54	尾瀬サスティナブルプラン（尾瀬シーズンスクール・尾瀬ネイチャラーニング）	群馬県			○ 学校や社会教育関係団体、尾瀬での学習意欲のある学生、社会人												✓
	55	尾瀬環境学習推進	群馬県	○		入山者会館、小中学校・公民館											✓	
	56	ふくしま子ども自然環境学習推進事業	尾瀬環境学習推進協議会事務局（増枝蔵村）	○	○	県内の小中学校、特別支援学校											✓	✓
〔6〕 観光業・環境型公園プログラム																		
○ゼロカーボン実現に向けた取組																		
	57	「尾瀬国立公園ゼロカーボンパーク」アクションプログラム	東京電力ホールディングス株式会社、東京電力ホールディングス株式会社環境事業部 尾瀬林業事業所	○	○	○ 【観光業や自然環境保全保護を考慮した尾瀬利用者】 【再エネ利用住宅など、脱炭素を指向する10ターンの若者／子育て世代など新県民品科移住者】 【現在住み品科村民の尾瀬自然環境保全活動の参加など尾瀬ボランティア化】 等が特長（東京電力㈱）										✓		✓
	58	ゼロカーボンシティ表明とゼロカーボンパークの登録	片品村	○	○	○											✓	✓
○資源循環に関する取組																		
	59	鳥の食害問題の訴求	尾瀬小屋			○ 30代～50代男女					✓							✓
							30	6	9	4	2	0	2	8	51	32	17	