



世界水準のDMOのあり方に関する検討会資料

国立公園満喫プロジェクトについて

平成30年12月

環境省 自然環境局

国立公園満喫プロジェクト

～世界水準の「ナショナルパーク」を実現するために～

訪日外国人の国立公園利用者数
490万人（2015）→1000万人（2020）

国立公園の保護と利用の好循環により、優れた自然を守り地域活性化を図る

- ◆ インバウンド対策を通じて、国立公園の魅力を再発見・再構築
- ◆ 外国人のみならず日本人も国立公園の魅力を満喫できるようにする
- ◆ 地域に経済効果をもたらし、一層の自然環境の保全に再投資される

国立公園を核とした
地域循環共生圏の実現



国立公園の優れた
自然環境

最大の魅力は
自然そのもの

保護

利用

地域の産業の活性化
地域の持続的な発展

地域資源として
自然の価値向上

国立公園の磨き上げ

- ・引き算の景観改善
- ・ビジターセンター等の再整備
- ・公共施設の民間開放
- ・体験プログラムの充実
- ・利用者負担による保全のしくみづくり



国内外へのプロモーション

- ・ウィヤルパートナー企業との連携
- ・SNSや海外メディアの活用
- ・旅行博・商談会の参加
- ・旅行会社等との情報交換会の開催



H31年度からの新たな取組

国際観光旅客税の活用による取組の強化

- ・利用拠点の滞在環境の上質化
- ・多言語解説の充実
- ・野生動物観光のコンテンツづくり
- ・新たなプロモーションの展開

国立公園満喫プロジェクトの目的／方向性／指標と目標

世界水準の「ナショナルパーク」を実現するために
「最大の魅力は自然そのもの」「高品質・高付加価値のインバウンド市場の創造」

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

ステップアッププログラムの策定

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

平成28年7月：世界水準の「ナショナルパーク」の候補として先行8公園を選定

12月：公園毎に地域協議会によりステップアッププログラム策定

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

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

1. 国立公園満喫プロジェクトの方向性

(2) 基本的な視点

① 最大の魅力は自然そのもの

- 日本の自然の多様性やその魅力は世界に際立つ。
- 国立公園により、適切な保全と生業を支える。
- 自然そのものの魅力を生かすことで利用推進を図る。

② 暮らしや文化とともにある国立公園

- 国立公園には人の暮らしが息づく場としての価値と地域独自の魅力的な文化や歴史がある。
- 地域産業が経済的に持続可能なモデルを作る。

③ 体積で考える

- 客数だけでなく消費単価や体験の質の高さ・深さをかけた「体積」を大きくすることを目指す。
- シェアの大きい国内需要も意識して進める。

④ 多様なニーズに対応した楽しい国立公園

- 価格・内容でバリエーションのある施設・サービスを提供する。
- 自然環境と調和した高品質・高単価のサービスを提供して利用者、地域住民の満足度向上につなげる。
- 「体験型コンテンツ」の充実等により、滞在の長期化、消費額の向上等を促進

⑤ 広域的な視点で考える

- 国立公園を核に、利用者目線で広域的な観光圏を形成していく。

⑥ 利用者目線から現場を改善する

- 利用者目線に立てば誰にでも分かる不満の解消を現場でしっかり考えて、早急に対処する。
- 基本的な部分の改善を積み重ね、評価を上げる。

⑦ サステナビリティの視点を取り入れる

- 国立公園がサステナブルツーリズムの規範となるよう、公園でのツーリズムを誘導していく。
- エコツーリストから認められる価値・体験を提供する。

2. 公園満喫プロジェクトの指標と目標

(1) 訪日外国人国立公園利用者数

2015年 490万人 →2020年 1000万人

(2) 質の指標

- 国立公園での訪日外国人旅行消費額
- 国立公園周辺外国人延べ宿泊者数
- 国立公園での外国人リピーター率
- 先行8公園での満足度(大変満足割合)

国立公園満喫プロジェクトの具体的な取り組みについて

世界水準の「ナショナルパーク」に向けたブレークスルー

上質な宿泊施設の誘致

- 日光ではH32のラグジュアリーホテル開業に併せて幅広い層の受入環境を整備
- 日光、大山隠岐にて民間と連携し、外国人旅行者のニーズにあったキャンプ場にリニューアル予定



ビジターセンター等公共施設の民間開放

- 伊勢志摩の英虞湾を望む直轄展望台に民間カフェを導入
H30年8月カフェオープン
- 阿寒摩周のビジターセンターにてH30年8月よりカフェコーナー試験営業開始



自然の質を向上させるための新たな仕組みの導入

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



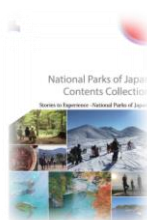
景観の磨き上げと快適な利用環境の整備

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



体験プログラムの充実と受入体制の強化

- 先行8公園において、地元自治体やツアー事業者等からなるWGを立ち上げ、コンテンツのブラッシュアップを行う「ファムトリップ」を実施。
- ファムトリップの成果等も踏まえ、モデルコースを含む「日本の国立公園コンテンツ集(日・英)」を作成。旅行会社等とのマッチングや、OTAへの掲載等を支援。
- 外国人のニーズも踏まえたガイドやコーディネーターを育成する研修プログラムを実施。地域の自走に向けた取り組みを支援。



国内外への強力な情報発信

民間の知見の活用と連携

- 国立公園オフィシャルパートナー(ANA、JAL、JTB、KTCホールディングス、サントリー等49社)との連携協力により、空港や航空機、列車内等での国立公園の魅力の発信、キャッシュレス化等受入体制の整備支援を実施



- 環境省による観光業等に精通した民間企業経験者の採用

公式SNSの開設、海外メディア等の活用

- Instagram及びFacebook公式アカウントにおいて、現地レンジャーから、公園の感動を発信。
- インスタミート等、SNSユーザーの参加による国立公園のPRキャンペーンを展開



【QRコード】
←Instagram
フェイスブック→



- 海外メディア(National Geographic)へ記事を掲載
- JNTOグローバルサイトのNews & Release欄に各公園の情報を順次掲載のほか、JNTO公式SNSと連携した動画の配信等を実施中
- メディア等で二次利用可能なドローン動画をウェブで公開中

旅行博参加、セミナー開催

- ツーリズムEXPOに8公園及び利用者数の多い3公園が出展するとともに、JNTO主催の海外バイヤーとの商談会に参加し、国立公園のコンテンツ事業者とのマッチングを支援。

国立公園満喫プロジェクトとDMOの連携事例について

① 阿寒摩周国立公園と阿寒観光協会まちづくり推進機構

- 阿寒観光協会まちづくり推進機構（地域DMO）が設立した、阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社（DMC）とともに、今まで実現できなかったツアーの実施や体験型コンテンツの開発など、アクティビティの充実に共に取り組んでいる。

（事例） ・ マリモの生息環境を体感できるカヌーツアー実施に向けた、モニタリングも含めたルールづくり
・ アイヌ民族の文化・神話をモチーフにした、自然との共生を演出する体感型デジタルアートの実施 等



② 大山隠岐国立公園と山陰インバウンド機構

- 環境省と広域連携DMOによる全国初の事例として包括的連携協定を締結。
- 満喫プロジェクトの取組を推進するとともに、広域観光周遊ルート「縁の道～山陰～」のプロモーションを含めた山陰の訪日外国人誘客に向けた取組を効果的かつ具体的に進めるため、情報発信や人材育成に連携協力して取り組んでいくこととしている。



③ 国立公園の体験コンテンツの問合せ窓口の設定

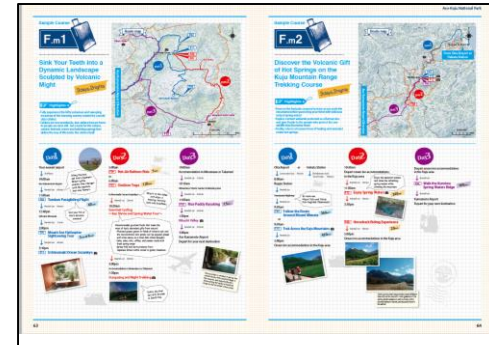
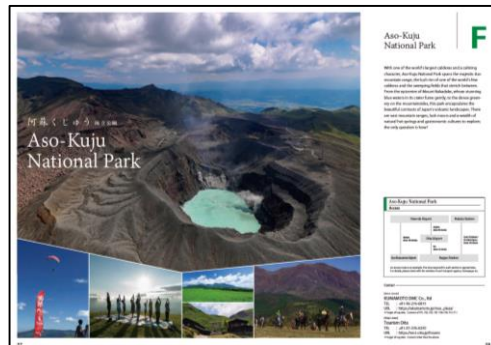
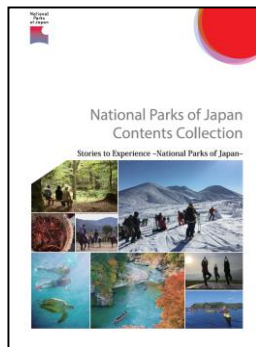
- 国立公園においてどのようなことが楽しめるのか、BtoB用の「日本の国立公園コンテンツ集（日本語版、英語版）」を作成。その中で、国立公園コンテンツも含めた海外エージェントからの一元的問合せ窓口をDMO等を設定。

(事例) 十和田八幡平国立公園 = かづの観光物産公社

伊勢志摩国立公園 = 公益社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構

阿蘇くじゅう国立公園 阿蘇地域 = 株式会社 くまもとDMC

くじゅう地域 = 公益社団法人 ツーリズムおおいた



DMO・DMC等への期待

- 国立公園とDMOがビジョンと戦略を共有し、国立公園だけでは実現できない様々な取組における役割分担と連携協力の強化に期待。

- 地域の観光動向・マーケティングデータ等の収集・共有
- 地域が提供できる価値・コンセプト等の検討
- コンテンツの磨き上げや多言語化をはじめとした受入れ体制の構築
- 旅行会社や利用者からの一元的な窓口、情報発信、プロモーション 等