

日光国立公園ステップアッププログラム2020 概要版②

1 現状分析

(1) 日光国立公園の特徴

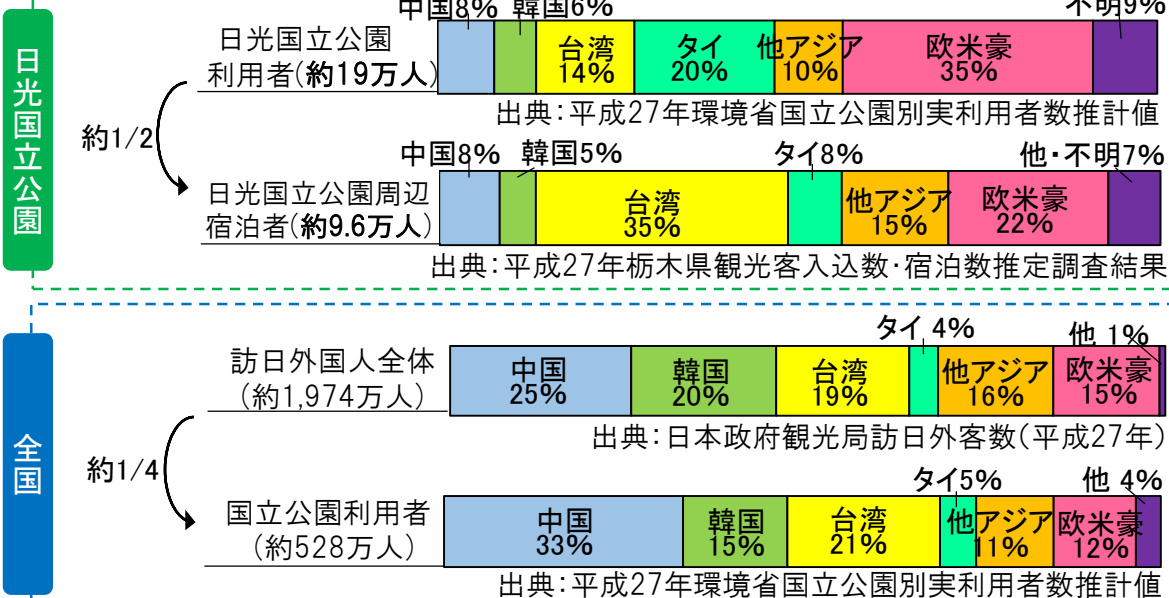
- **日本初の国立公園**の一つ
- **火山群と水環境**が織りなす自然景観(森林、湖、湿原、滝、溪谷等)
- ラムサール条約湿地「奥日光の湿原」など、**世界的にも貴重な自然**
- 世界遺産や皇室ゆかりの施設などの**歴史・文化遺産**も多数
- 歴史ある古湯・秘湯**も多数
- 鉄道・高速道路など**首都圏からのアクセスが良好**(公共交通で約2時間)

(3) 日光国立公園の課題

- 東京からの**日帰りが多く、宿泊につながっていない**
- 外国人観光客が世界遺産周辺のみ**に集中し、全体に波及していない
- 観光需要が繁忙期に集中し、特に**冬季の観光客が少ない**
- 自然環境・良質な景観の保全の取組が必要
- 国立公園エリア内を横断する交通手段など、**二次交通の整備**が不十分
- 観光資源の**一体的な海外プロモーション**
- Wi-Fi、多言語対応、人材育成などの**外国人観光客受入態勢整備**

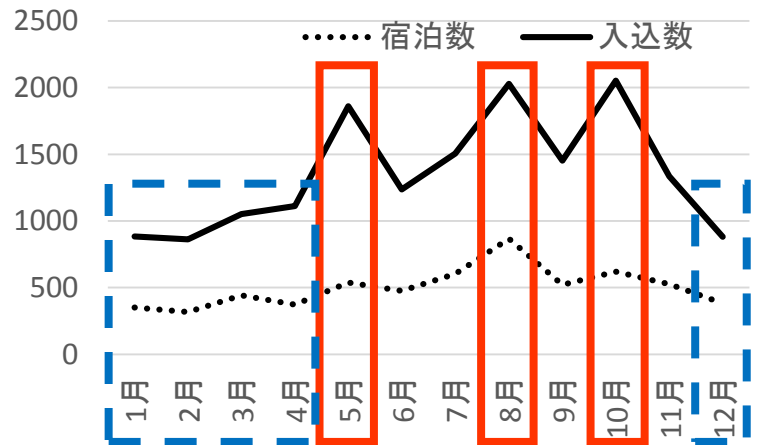
(2) 外国人観光客の状況

- 全国に比べ、**欧米豪やタイの観光客が多く**、中国・韓国の観光客は少ない
- 来訪者のうち**約半数が日帰り**



<参考:月別入込数宿泊者数(日本人含む)>

繁忙期:5月(GW)、8月(夏休み)、10月(紅葉)
 閑散期:12~4月(冬季)



2 コンセプトと取組の方向性

(1) 日光国立公園のコンセプト（基本概念）

NIKKO is NIPPON
自然・歴史・文化 美しい「日本」を感じられる
東京圏のプレミアムリゾート

- ・世界に認められた貴重な観光資源
- ・豊富な水資源や日本ならではの自然景観、歴史・文化、温泉
- ・皇族や華族、外国大使にも愛された「プレミアムな魅力」
- ・東京から約2時間の近距離にありながら、都会とは全く違う魅力

(2) 目指す姿と取組の方向性

① **上質で奥深い魅力**を満喫できる国立公園

⇒観光資源の磨き上げ、受入態勢整備等により、快適でストレス無くプレミアムな魅力を楽しめる国立公園を目指す。

② **体験・滞在・周遊型**の国立公園

⇒エリア間・素材間の連携強化により、長期滞在・広域周遊しながら自然や文化を体験できる国立公園を目指す。

③ **低炭素・循環型を実現**する国立公園

⇒CO₂や廃棄物等の排出削減など、自然環境を守るだけでなく、地球環境とも調和した国立公園を目指す。

3 ターゲットとする利用者層

- 欧米系を中心とした個人旅行者をメインターゲットとする
 - 東アジアやASEAN諸国など増加するアジア市場も開拓
 - 富裕層や中高年層、ファミリー層も含めた、より幅広い層を誘客
 - 教育旅行も積極的に誘致
- ※詳細なターゲットは今後の聞き取り調査結果等も踏まえて検討

4 目標

(1) 数値目標

日光国立公園の訪日外国人**利用者数**: 19万人(H27)→**50万人**(H32)

日光国立公園周辺の訪日外国人**宿泊者数**: 9.6万人(H27)→**25万人**(H32)

(2) 質的目標

destinationキャンペーン等と連携した観光資源磨き上げ・受入態勢整備による質の向上、来訪者の満足度の向上を図る。

<参考:国の数値目標>

訪日外国人旅行者数: 2000万人(H27)→**4000万人**(H32)

外国人国立公園利用者数: 430万人(H27)→**1000万人**(H32)

<参考:県の数値目標>

外国人宿泊者数: 14.6万人(H26)→**30万人**(H32)

5 プロジェクトの実施

(1) アクセスルート上での取組方針

- ◆自然公園法、景観条例、屋外広告物条例の適切な運用
- ◆入口看板設置、交通案内標識への記載など結界感の醸成

(2) 日光国立公園全体の取組方針

ア 受入態勢整備	イ 観光資源の磨き上げ	ウ エリア間・素材間の連携	エ 景観整備	オ その他
<p>◆<u>Wi-Fi整備、施設改修などハード整備</u></p> <p>◆<u>人材育成、外国語研修、ビジターセンター再整備など案内機能強化</u> (例) ・日光自然博物館内の外国人向け観光案内所整備 ・自然ガイド向け外国語研修の実施 ・那須平成の森での自然ガイド育成研修</p> <p>◆<u>二次交通など交通アクセス改善</u></p> <p>◆<u>その他の受入態勢整備</u></p>	<p>◆<u>新たなメニューの開発</u></p> <p>◆<u>外国人目線での磨き上げ</u></p> <p>◆<u>冬季のメニューの充実</u></p> <p>◆<u>夜・朝のメニューの充実</u></p> <p>◆<u>新しい現地交通の整備</u> (例) ・中禅寺湖周辺でのレンタサイクルシステムの導入</p> <p>◆<u>観光資源と遊歩道のネットワーク化</u> (例) ・「温泉の道」などテーマを持たせた遊歩道のネットワーク化</p>	<p>◆<u>エリアをつなぐ新たな二次交通の整備</u> (例) ・那須～塩原～鬼怒川～日光エリアをつなぐバスの運行</p> <p>◆<u>ストーリー性をもたせたモデルコースの設定</u> (例) ・「水」「皇室の御静養地」「聖地・日光」などのテーマ性を持たせたモデルコースの設定</p> <div data-bbox="963 1196 1170 1320" data-label="Image"> </div>	<p>◆<u>自然公園法、景観条例、屋外広告物条例の適切な運用</u></p> <p>◆<u>廃屋の取扱い方針や眺望確保のための枝打ちや修景伐採を検討</u></p> <div data-bbox="1307 1153 1591 1339" data-label="Image"> </div>	<p>◆<u>各種計画や対策の枠組みに基づく自然環境の保全</u></p> <p>◆<u>日光国立公園としての一元的な情報発信</u></p> <p>◆<u>体験・ガイド・モデルコース等の旅行商品化の促進</u></p> <div data-bbox="1715 1120 1937 1320" data-label="Image"> </div>

(3) 各エリア・ビューポイントの取組方針

鬼怒川エリア **温泉と楽しむ手軽な自然体験**

- 鬼怒川・川治・湯西川等多くの温泉地
- 鬼怒川渓谷での散策やアクティビティ
- 湯西川での雪を活かした体験
- 大型の旅館やテーマパークなど

- 散策・体験のルートを中心に整備
- 体験や街歩きの磨き上げ

ビューポイント 鬼怒川・川治温泉
湯西川・川俣・奥鬼怒



日光エリア **水環境と調和した歴史遺産めぐり**

- 世界遺産「日光の社寺」、旧大使館別荘など多くの歴史・文化遺産
- 湖、滝、湿原など豊富な水環境
- 高低差による垂直方向の変化に富んだ自然
- 自然・歴史など多彩なガイドツアー・体験

- 歴史・自然の散策ルートを中心に整備
- 歴史・自然ガイド、体験の磨き上げ
- ビジターセンター等の拠点整備

ビューポイント 世界遺産周辺 中禅寺湖畔
奥日光湯元



那須エリア **山や森とふれあうロイヤルリゾート**

- 皇室ゆかりの地
- 火山に由来する歴史・文化、温泉も多数
- レベルに応じた登山・トレッキング利用が可能
- 周辺に美術館や牧場など多彩な観光施設

- 登山道・散策路を中心に整備
- 近隣の観光資源との連携

ビューポイント 那須高原・那須温泉郷
板室温泉



塩原エリア **7色の温泉と渓谷アクティビティ**

- 湯巡りも可能な泉質豊富な温泉
- 多くの文人・墨客の足跡
- 塩原渓谷やダム湖での自然ガイドやアクティビティが多数

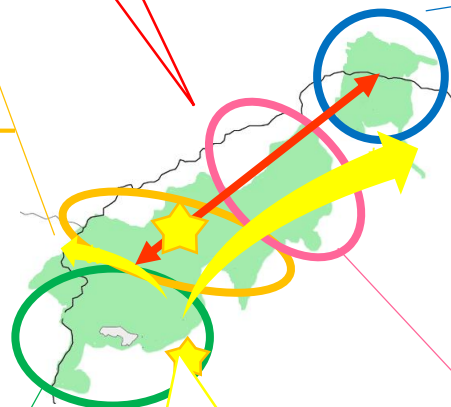
- ガイド・体験ルートを中心に整備
- 自然ガイド・体験の磨き上げ

ビューポイント 塩原温泉郷
八方ヶ原



各エリアを横につなぐ
二次交通の整備

世界遺産への
来訪者を日光
国立公園全域へ



(4) 宣伝・誘客の方針

◆全体の宣伝方針

- 日光国立公園としての一体的な情報発信
- 「日光」のネームバリューや東京からの近さを活用した宣伝展開
- 海外の国立公園との提携を検討

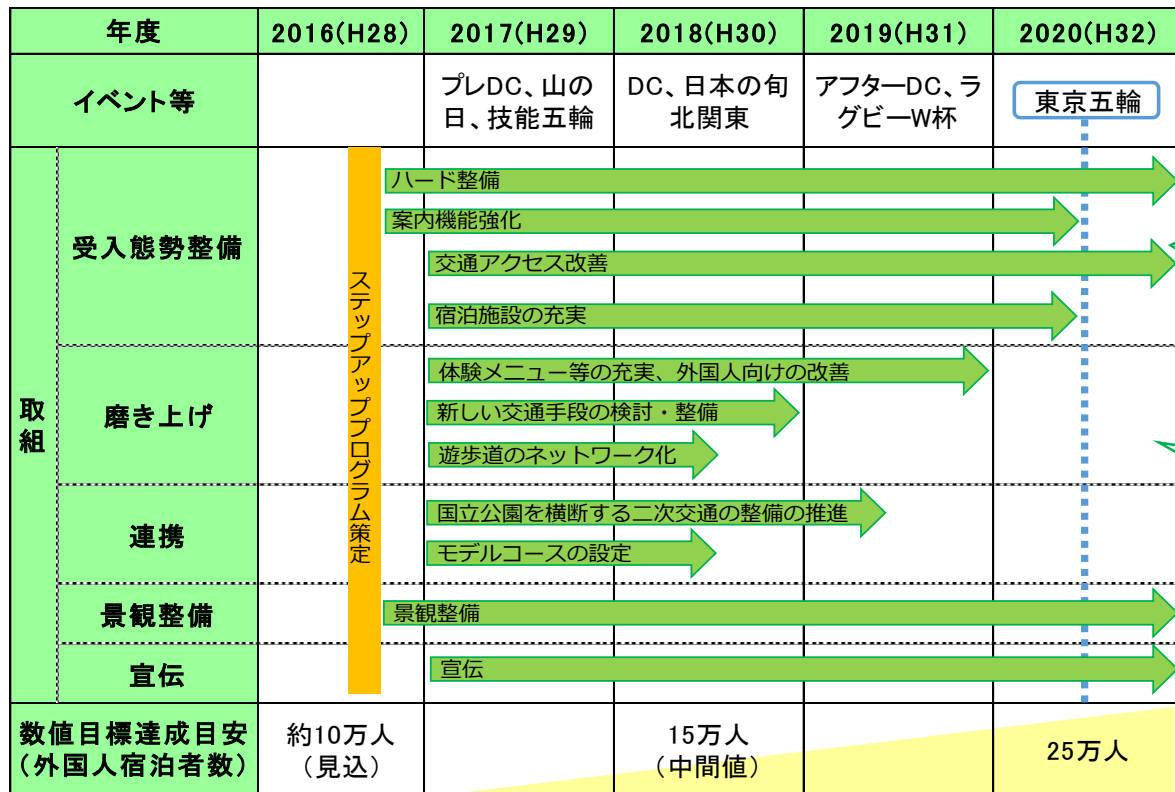
<参考: 県の宣伝・誘客方針>

- ・東アジア、東南アジアがメインターゲット
- ・海外メディア、インターネット等による情報発信
- ・関東近県等との広域連携

◆情報接触段階に合わせた宣伝方針

	個人向けの宣伝	観光事業者向けの宣伝
発地(海外)	<ul style="list-style-type: none"> ・素材をハブ的につなぐHP ・ガイドブックへの掲載 ・SNSでの発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行AGTの招へい(JNTOと連携) ・旅行博への出展
発地(国内拠点等)	<ul style="list-style-type: none"> ・案内所、ホテルスタッフ向け情報 ・広告、パンフレット掲出 ・他国立公園との広域連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内事業者の商品造成、現地ツアー販売促進(DC等と連携)
着地(国立公園内)	<ul style="list-style-type: none"> ・案内所等での全域の情報発信 ・SNS投稿の促進 	

(5) 取組のスケジュール



他イベントとの関連や、外国人来訪実績等から特に先駆的に改善するビューポイントを選定し、先駆箇所成果を他の箇所に応用していく。

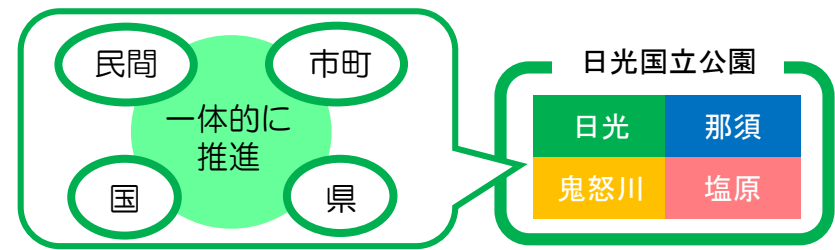
素材の磨き上げや宣伝PR等は他イベントと一体的に取り組み、相乗効果を狙う

2020(H32)年以降も継続して取り組み、持続可能なプログラムを目指す。

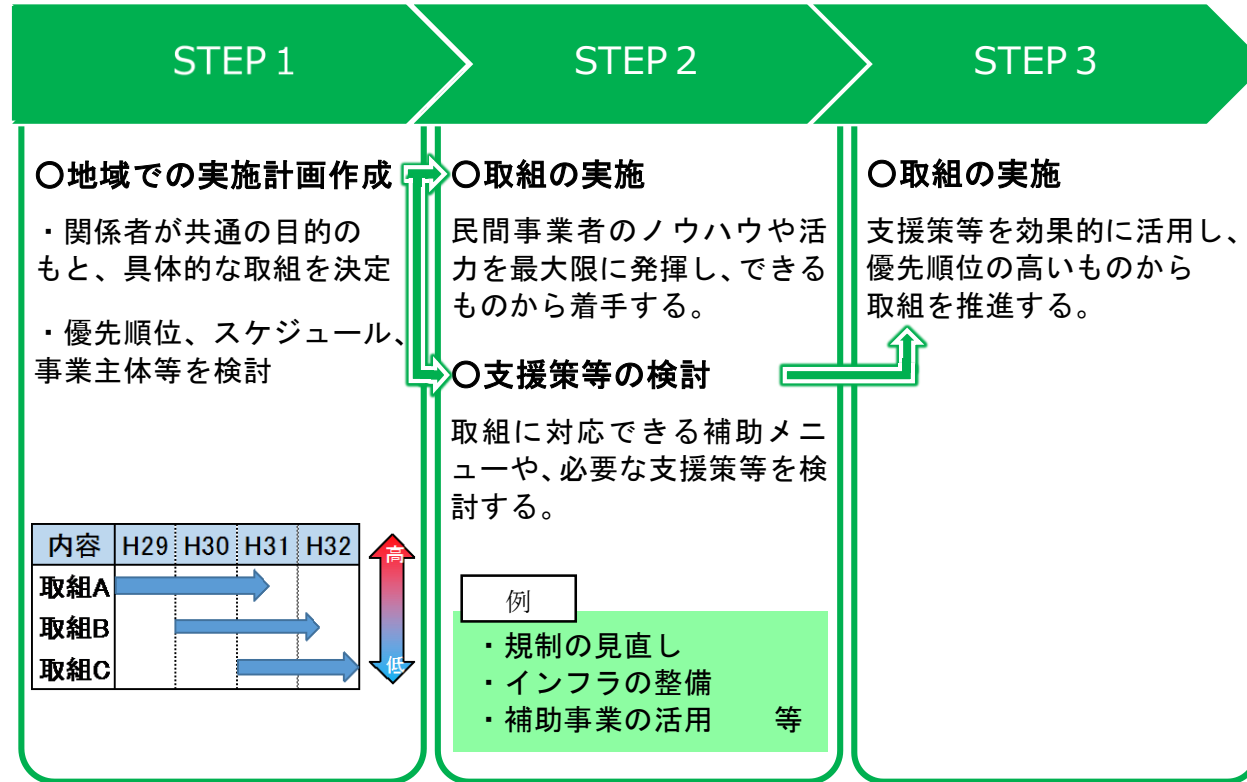
(6) 推進体制

地域ごとの官民連携による取組推進組織が必要。

→国、自治体、民間事業者が連携し、DMOや既存組織を推進母体とし、一体的に推進していく。



(7) 地域ごとの取組の進め方



6 効果検証

(1) 目標達成率による検証

外国人利用者数及び外国人宿泊数の推移により検証する。

(3) 検証内容の反映

効果検証や取組状況を踏まえ、プログラムを改定

(2) 聞き取り調査による検証

外国人観光客への聞き取り調査等を行い、滞在時間、消費額の推移を検証し、宣伝手法や改善状況等に対する質的な評価についても検討する。