

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まに生きている
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壘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が、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者たちが活動を始めた歴史があります。

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) 一級の自然の中で歩き、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	■計測期間：例年5～10月 (留意事項)
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	・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。
■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、アヤメ平方面）、滝沢口、猿倉口、馬坂口の計9か所	・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。
■調査方法：毎年閉山後に計測結果をとりまとめて集計。	

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）。
- 新型コロナウィ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。

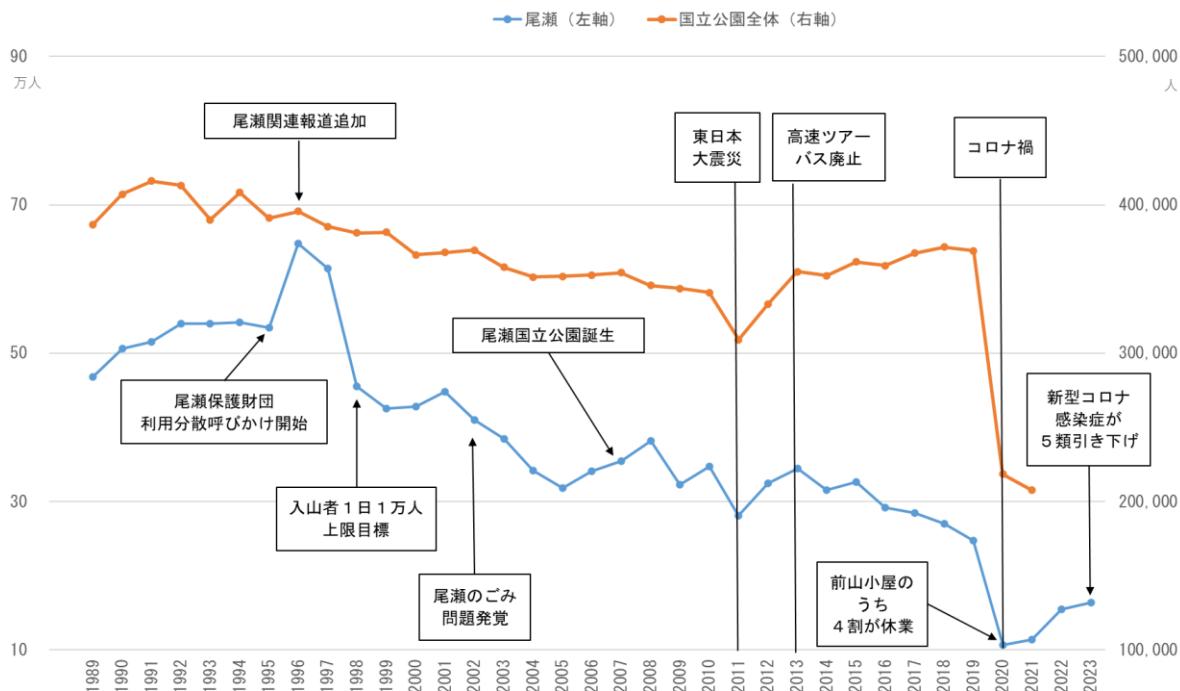


図 1 尾瀬国立公園と国立公園全体の入山者数

出典：環境省

1) 一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、鳩待口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、鳩待口（至仏山口、尾瀬ヶ原口、アヤメ平口の3口合計）への集中が続いている（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、特に鳩待口及び沼山峠口の減少幅が大きかったです。

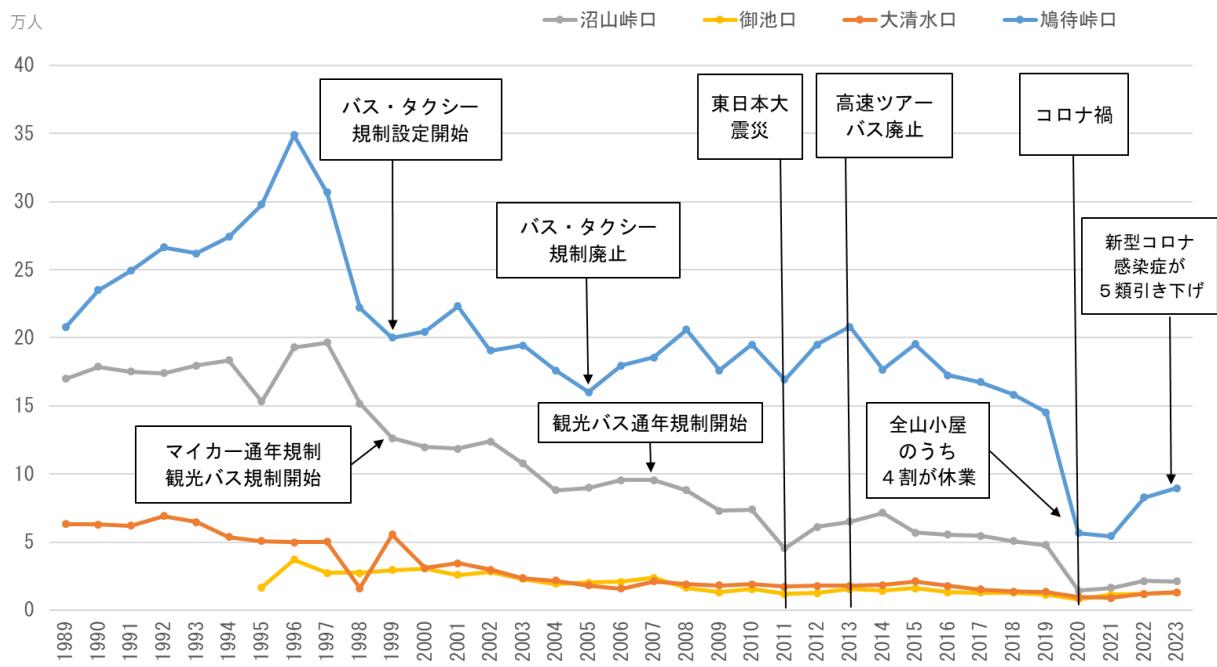


図 2 入山口別の入山者数

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した。
- ・ 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。

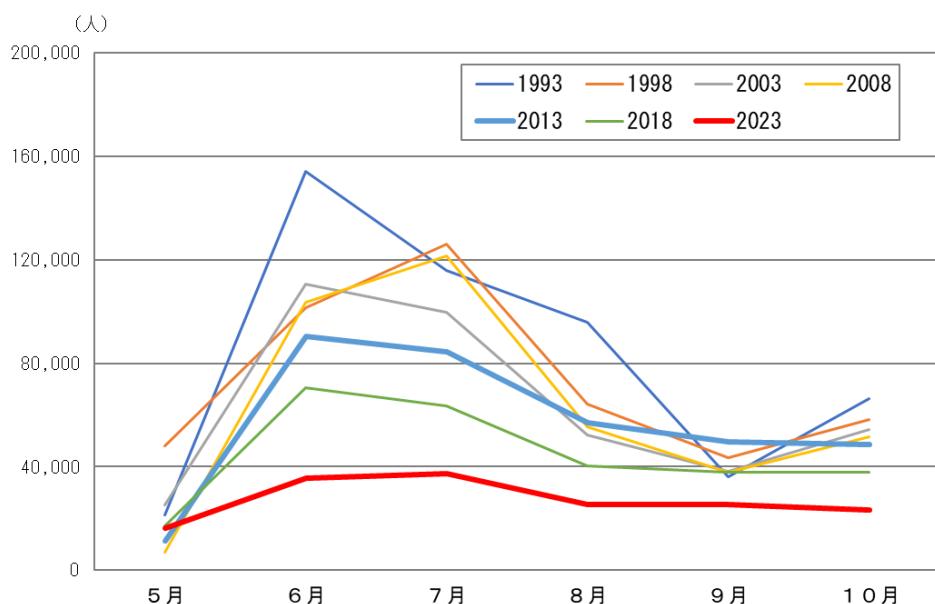


図 3-1 月別入山者数（長期トレンド）

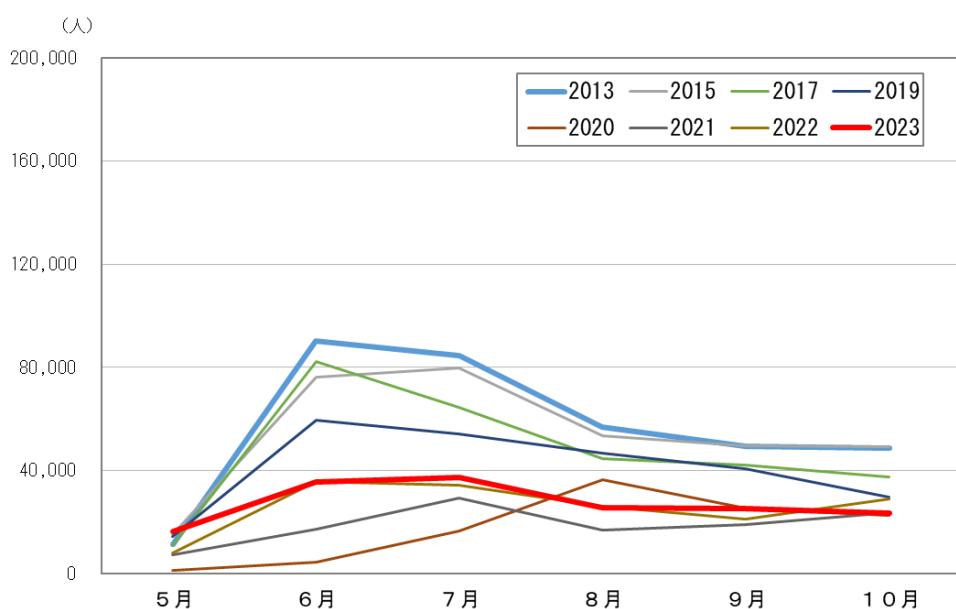


図 3-2 月別入山者数（短期トレンド）

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						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					
・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						■対象期間					
(*2020年（令和2）年3月現在)						・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					
■対象エリア：国立公園エリア内（国立公園区域にかかる1kmメッシュを合算したエリア。陸上のみ。）						■属性					
・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						・総数・性年代別(10歳階)・居住地別(都道府県・市区町村)(留意事項)					
■対象者：国内に居住する15～89歳の男女、かつ、観光客*						・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る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）					
*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						・なお、外国人実施の場合は、性年代別分析、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				2020年	計	都道府県	利用者数（人）	構成比（%）	市区町村	利用者数（人）	構成比（%）
	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月								
利	北海道	148	199	0	29	376	東京都	44,909	18.6	群馬県 前橋市	5,082	2.1
用	東北	6,137	12,782	4,001	1,496	24,416	埼玉県	35,766	14.8	群馬県 高崎市	4,655	1.9
者	関東	54,032	75,561	23,479	25,387	178,459	群馬県	25,289	10.5	栃木県 宇都宮市	4,410	1.8
数	中部	7,201	9,345	2,390	538	19,474	神奈川県	24,392	10.1	福島県 会津若松市	3,509	1.5
(一)	関西	5,954	3,839	755	0	10,548	千葉県	20,046	8.3	福島県 郡山市	3,320	1.4
人	中国・四国	1,513	1,308	0	0	2,821	福島県	18,909	7.9	東京都 世田谷区	3,118	1.3
(一)	九州・沖縄	1,274	838	123	0	2,235	栃木県	15,382	6.4	東京都 練馬区	2,957	1.2
構	北海道	0.2	0.2	0.0	0.1	0.2	茨城県	12,675	5.3	福島県 福島市	2,315	1.0
成	東北	8.0	12.2	12.7	5.3	10.1	新潟県	6,340	2.6	群馬県 沼田市	2,256	0.9
比	関東	70.1	72.4	74.7	90.6	74.1	大阪府	4,176	1.7	東京都 板橋区	2,214	0.9
(一)	中部	9.3	9.0	7.6	1.9	8.1	愛知県	3,760	1.6	東京都 足立区	2,179	0.9
(一)	関西	7.7	3.7	2.4	0.0	4.4	静岡県	3,340	1.4	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	宮城県	3,124	1.3	東京都 大田区	2,109	0.9
%)	九州・沖縄	1.7	0.8	0.4	0.0	0.9	兵庫県	2,611	1.1	千葉県 船橋市	2,033	0.8
							長野県	2,380	1.0	群馬県 太田市	1,982	0.8

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) 一 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。

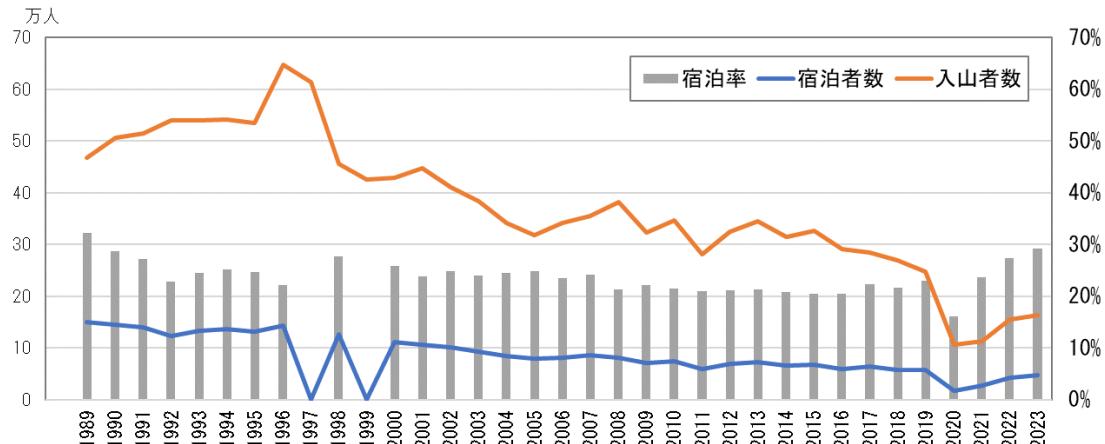


図4 山小屋宿泊者数と入山者数

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。

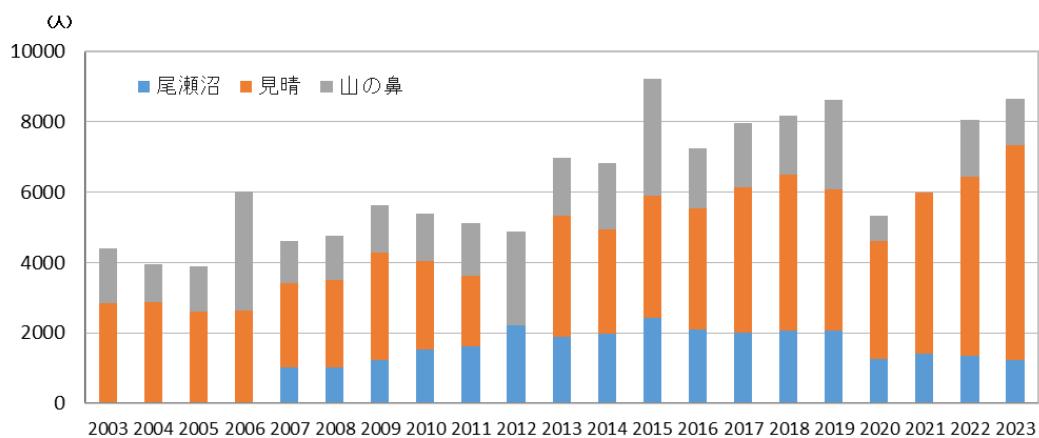


図5 野営場利用者数

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) ー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。

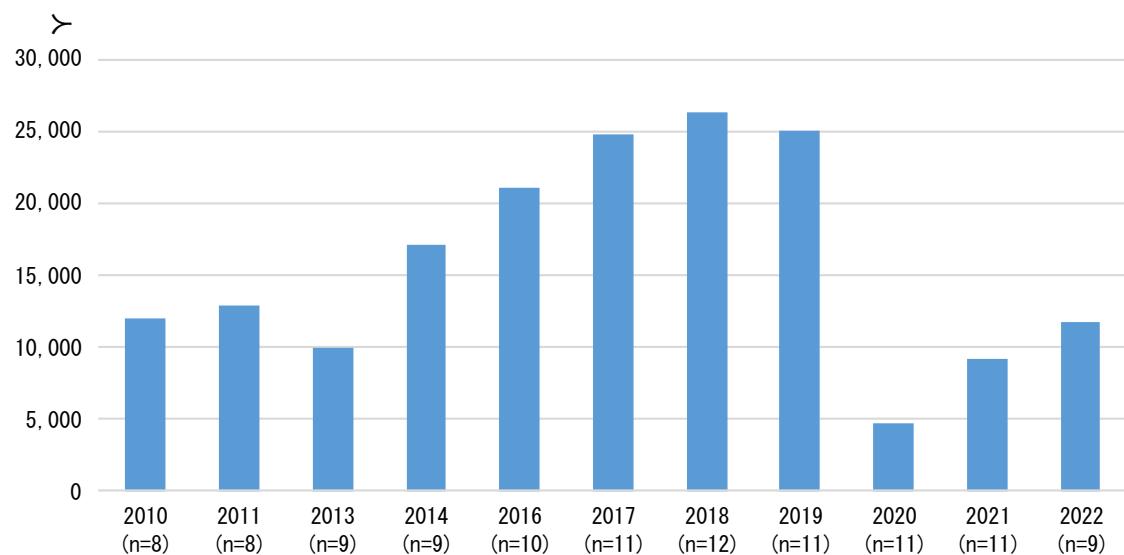


図 6 ガイド実績人数 ※2022年調査最新

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。

<p>調査の概要：尾瀬国立公園利用状況調査</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>■対象：尾瀬国立公園利用者</p> <p>■調査方法：</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 	<p>■実施期間</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。) <p>(留意事項)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。
--	--

<p>2023年尾瀬利用状況調査票</p> <p>■実施主体：環境省、ADDIX、尾瀬保護財団、東京大学</p> <p>18才以上の方がご回答ください。〈表と裏の2ページです〉</p> <p>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、尾瀬利用状況調査を実施しています。回答は、ご自身や宿泊施設にお尋ねにな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。</p> <p>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。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>とても満足</th> <th>満足</th> <th>やや満足</th> <th>ふつう</th> <th>やや不満</th> <th>不満</th> <th>とても不満</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>滞在全体</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>自然景観・雰囲気</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>アクセス・交通手段</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>案内板・標識の整備</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>登山道・ベンチの整備</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>接客対応・おもてなし</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> <p>●また尾瀬を訪問したいと思いますか？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>大変そう思う</th> <th>もう思う</th> <th>やや思う</th> <th>ふつう</th> <th>あまり思わない</th> <th>思わない</th> <th>全く思わない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> <p>●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。</p>			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	大変そう思う	もう思う	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	<p>●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つたと思いますか？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>大変そう思う</th> <th>そう思う</th> <th>ややそう思う</th> <th>ふつう</th> <th>あまりそう思わない</th> <th>そう思わない</th> <th>全くそう思わない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> <p>●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)</p> <p><input type="checkbox"/>お茶付(おさか納稅含む) <input type="checkbox"/>ドライレッグの支払い <input type="checkbox"/>地域貢献型商品の購入 <input type="checkbox"/>シンカ対策(防風椎の設置等) <input type="checkbox"/>登山道整備 <input type="checkbox"/>外來植物駆除 <input type="checkbox"/>その他 _____ <input type="checkbox"/>口なし</p> <p>□ごみ拾い</p> <p>●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。</p> <p>●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すか？</p> <p><input type="checkbox"/>訪問前から知っていた <input type="checkbox"/>訪問中に知った <input type="checkbox"/>③知らなかつた <input type="checkbox"/>質問群5へお進みください。</p> <p>●前の質問で①②と回答した方にうかがいます。</p> <p>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)。</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>訪問前</td> <td><input type="checkbox"/>尾瀬関連サイト <input type="checkbox"/>SNS(YouTube等) <input type="checkbox"/>口TV <input type="checkbox"/>口新聞 <input type="checkbox"/>口雑誌・書籍</td> </tr> <tr> <td>口以前の訪問で知つた</td> <td><input type="checkbox"/>下記訪問中からきっかけを選択してください <input type="checkbox"/>口その他</td> </tr> <tr> <td>訪問中</td> <td><input type="checkbox"/>尾瀬関連サイト <input type="checkbox"/>SNS(YouTube等) <input type="checkbox"/>口TV <input type="checkbox"/>口新聞 <input type="checkbox"/>口雑誌・書籍</td> </tr> <tr> <td>□ビジターセンター <input type="checkbox"/>山小屋 <input type="checkbox"/>ガイドの解説 <input type="checkbox"/>同行者 <input type="checkbox"/>口その他</td> </tr> </tbody> </table> <p>●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)</p> <p><input type="checkbox"/>尾瀬への興味関心が深まつた <input type="checkbox"/>尾瀬に何度も訪れたくなつた <input type="checkbox"/>尾瀬保全活動への参加意欲が高まつた <input type="checkbox"/>口特に意識の変化はない <input type="checkbox"/>自然保護の原点とは感じられなかつた <input type="checkbox"/>口その他</p> <p>●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。</p> <p>●年齢 _____歳 ●性別 ①男性 ②女性 ③その他 ④回答なし ●居住地 _____都・道・府・県</p> <p>●交通手段(複数回答可) ①マイカー・レンタカー <input type="checkbox"/>公共交通(電車・バス) <input type="checkbox"/>ローター <input type="checkbox"/>口その他</p> <p>●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 <input type="checkbox"/>②2泊 <input type="checkbox"/>③3泊以上 <input type="checkbox"/>②山小屋には宿泊しなかつた</p> <p>●尾瀬への訪問回数 ①初めて <input type="checkbox"/>②2回目 <input type="checkbox"/>③3～5回目 <input type="checkbox"/>④6～9回目 <input type="checkbox"/>⑤10～19回目 <input type="checkbox"/>⑥20回以上</p> <p>●尾瀬への年平均訪問回数 ①0～2回未満 <input type="checkbox"/>②2～3回未満 <input type="checkbox"/>③3～4回未満 <input type="checkbox"/>④4回以上</p> <p>●登山歴 ①0～1年未満 <input type="checkbox"/>②1～3年未満 <input type="checkbox"/>③3～5年未満 <input type="checkbox"/>④5～10年未満 <input type="checkbox"/>⑤10～20年未満 <input type="checkbox"/>⑥20年以上</p> <p>●入山日・時間 _____月 _____日 _____時 _____分</p> <p>●上山口 ①埼待跡 <input type="checkbox"/>②大清水 <input type="checkbox"/>③沼山峠 <input type="checkbox"/>④渕池 <input type="checkbox"/>⑤滝沢(会津駒ヶ岳) <input type="checkbox"/>⑥猿倉(田代山) <input type="checkbox"/>⑦馬坂峠(帝釈山) <input type="checkbox"/>⑧その他 _____</p> <p>●下山口 ①埼待跡 <input type="checkbox"/>②大清水 <input type="checkbox"/>③沼山峠 <input type="checkbox"/>④渕池 <input type="checkbox"/>⑤滝沢(会津駒ヶ岳) <input type="checkbox"/>⑥猿倉(田代山) <input type="checkbox"/>⑦馬坂峠(帝釈山) <input type="checkbox"/>⑧その他 _____</p> <p>●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。</p> <p>※「～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~</p>	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	<input type="checkbox"/> 尾瀬関連サイト <input type="checkbox"/> SNS(YouTube等) <input type="checkbox"/> 口TV <input type="checkbox"/> 口新聞 <input type="checkbox"/> 口雑誌・書籍	口以前の訪問で知つた	<input type="checkbox"/> 下記訪問中からきっかけを選択してください <input type="checkbox"/> 口その他	訪問中	<input type="checkbox"/> 尾瀬関連サイト <input type="checkbox"/> SNS(YouTube等) <input type="checkbox"/> 口TV <input type="checkbox"/> 口新聞 <input type="checkbox"/> 口雑誌・書籍	□ビジターセンター <input type="checkbox"/> 山小屋 <input type="checkbox"/> ガイドの解説 <input type="checkbox"/> 同行者 <input type="checkbox"/> 口その他
	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																																																																																						
大変そう思う	もう思う	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																																																																																							
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	<input type="checkbox"/> 尾瀬関連サイト <input type="checkbox"/> SNS(YouTube等) <input type="checkbox"/> 口TV <input type="checkbox"/> 口新聞 <input type="checkbox"/> 口雑誌・書籍																																																																																												
口以前の訪問で知つた	<input type="checkbox"/> 下記訪問中からきっかけを選択してください <input type="checkbox"/> 口その他																																																																																												
訪問中	<input type="checkbox"/> 尾瀬関連サイト <input type="checkbox"/> SNS(YouTube等) <input type="checkbox"/> 口TV <input type="checkbox"/> 口新聞 <input type="checkbox"/> 口雑誌・書籍																																																																																												
□ビジターセンター <input type="checkbox"/> 山小屋 <input type="checkbox"/> ガイドの解説 <input type="checkbox"/> 同行者 <input type="checkbox"/> 口その他																																																																																													

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拂りにな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
満在全体	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

●また尾瀬を訪問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	全くそう思わない
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)今回の尾瀬登山の行程はいつ頃に決めましたか?

①当日前 ②前日 ③2日前～1週間以内 ④(8日前～)1ヶ月以内 ⑤(1ヶ月超前～)2ヶ月以内
 ⑥(2ヶ月超前～)3ヶ月以内 ⑦3ヶ月よりも前

(2)尾瀬以外に検討していた他の訪問場所や活動があつ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なったか ②なった ③なった ④なった ⑤なった

(4)前の質問で②と回答した人にうかがいます。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と回答した人にうかがいます。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 □シートルーム □山小屋の空室状況 □食堂・売店の営業状況 □Wi-Fi・通信環境
 □開拓などの自然情報 □自然保護の取り組み □マップの出没状況 □シカによる植生への被害の情報
 □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 _____ □なし

1/2

図 8 利用状況調査票B

2023年尾瀬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。

回答者のなかで抽選で尾瀬保護財団が地元商品(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)。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。

●今回の尾瀬登山で尾瀬に宿泊した、または宿泊予定の山小屋に〇を付けてください。(複数回答可)

山小屋 ①聖仮山荘 ②山の森小屋 ③尾瀬ロッジ ④能小屋
 見晴 ⑤櫻小屋 ⑥赤葉四郎小屋 ⑦桧枝岐小屋 ⑧尾瀬小屋 ⑨第二長蔵小屋 ⑩原の小屋
 リンクリ ⑪東丸小屋 ⑫唐田代 ⑬福屋小屋 ⑭瀬沿 ⑮尾瀬沿ヒュッテ ⑯長蔵小屋 ⑰尾瀬山莊
 駐泊 ⑯御池コテ ⑰金澤ケンコ ⑪駒の木屋

●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 □希望の山小屋が浴室 □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 □小屋名から受けた印象 □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
満在全体	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	全くそう思わない
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()を入れてください(複数選択可)。

□環境保全への貢献 □トイチップの支払い □地元貢献型商品の購入 □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

※地元貢献型商品=売上的一部分が尾瀬環境保全に貢献する商品

1/2

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	ゆったりするのんびり	ストレスからの解放	挑戦	おいしいものを食べる	家族・友人と交流	ツアーバー	イベントへの参加	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、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。

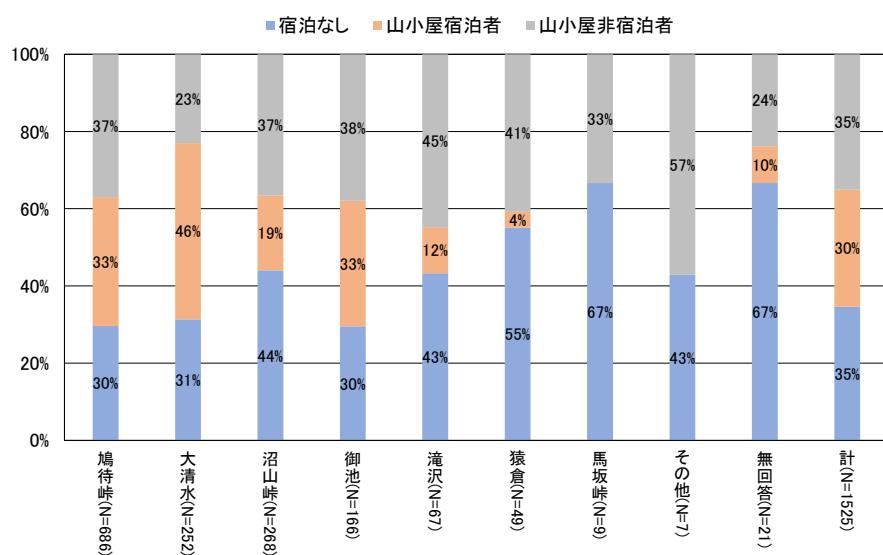


図10 宿泊の有無(入山口別、2022(令和4)年)(n=1525)※2022年調査最新 出典：環境省

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。

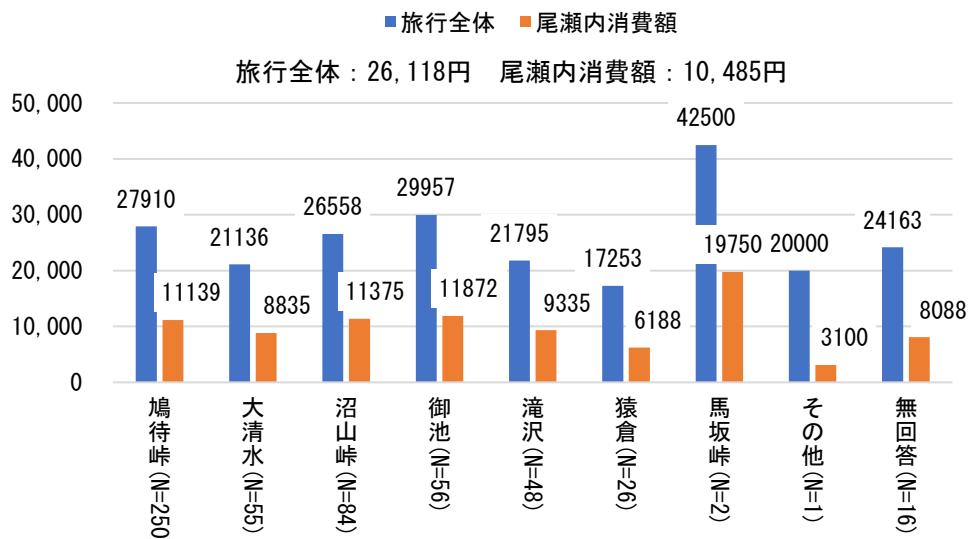


図 11 1人あたり旅行消費額（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

出典：環境省

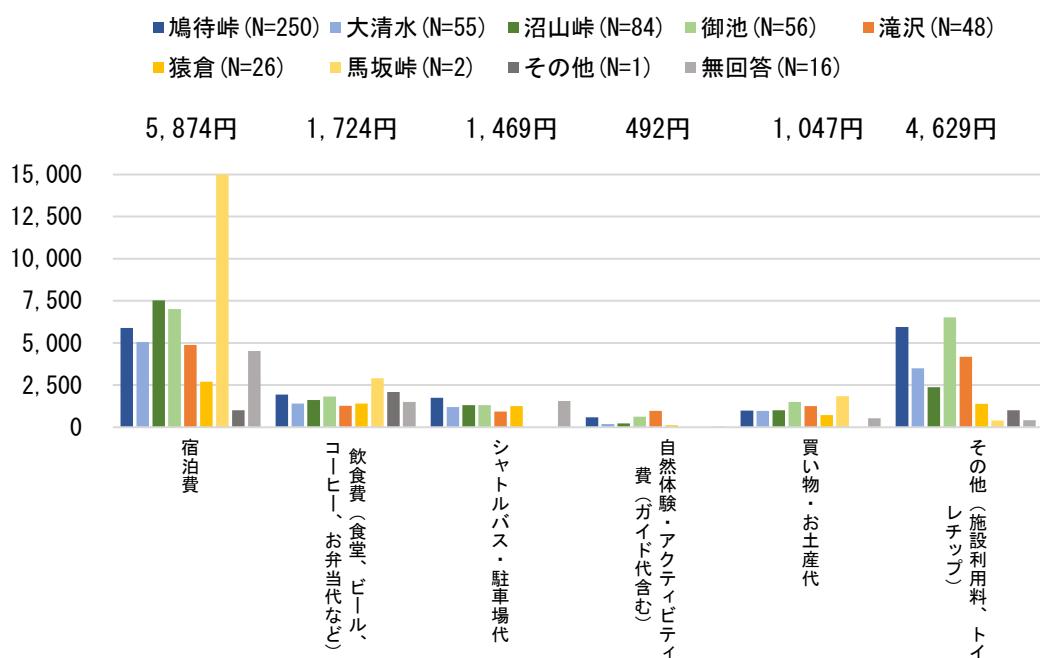


図 12 項目別1人あたりの尾瀬内旅行消費額（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

注：グラフ上の数字は各項目の平均値

出典：環境省

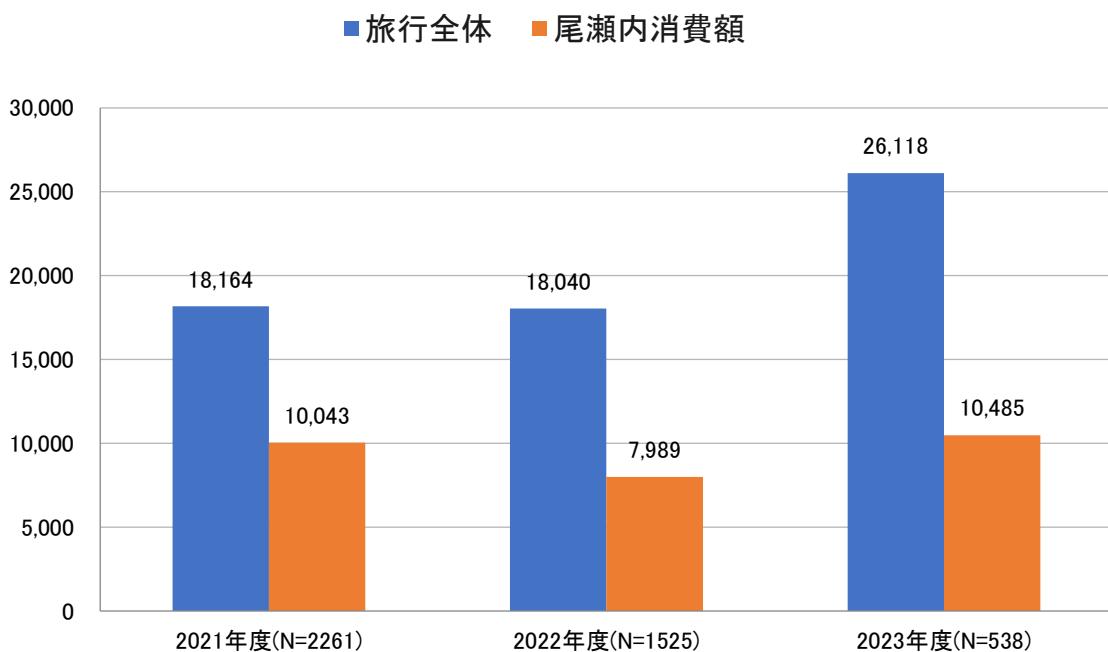


図 13 1人あたりの旅行消費額の年推移

出典：環境省

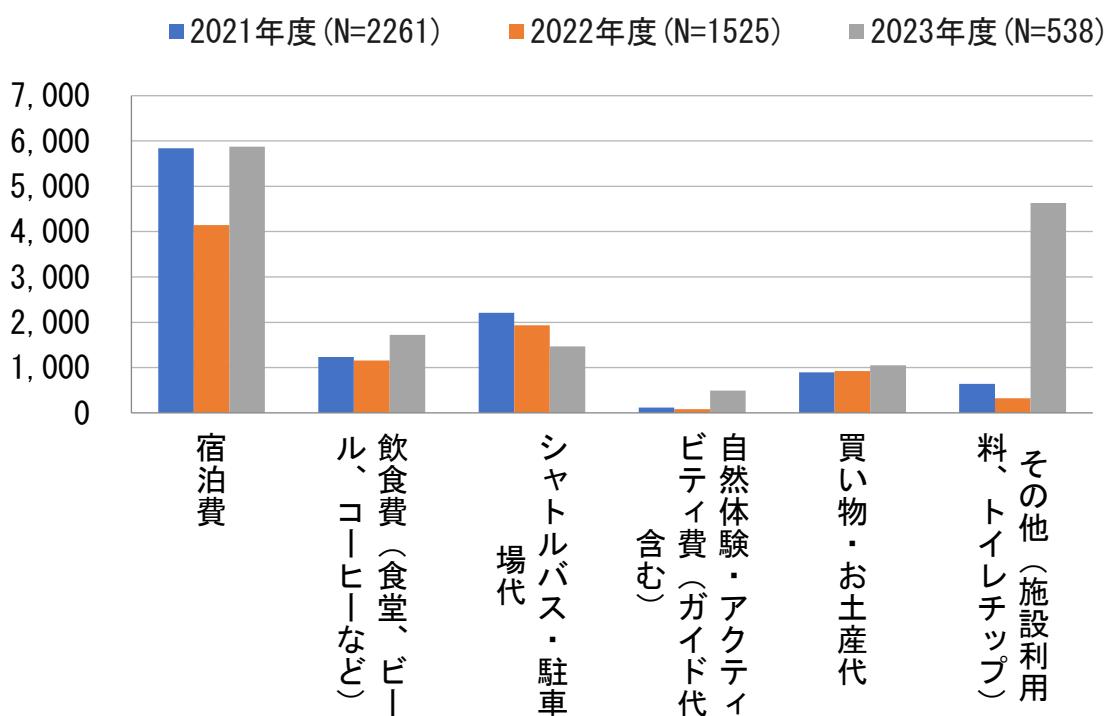


図 14 項目別1人あたりの尾瀬内旅行消費額の年推移

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。

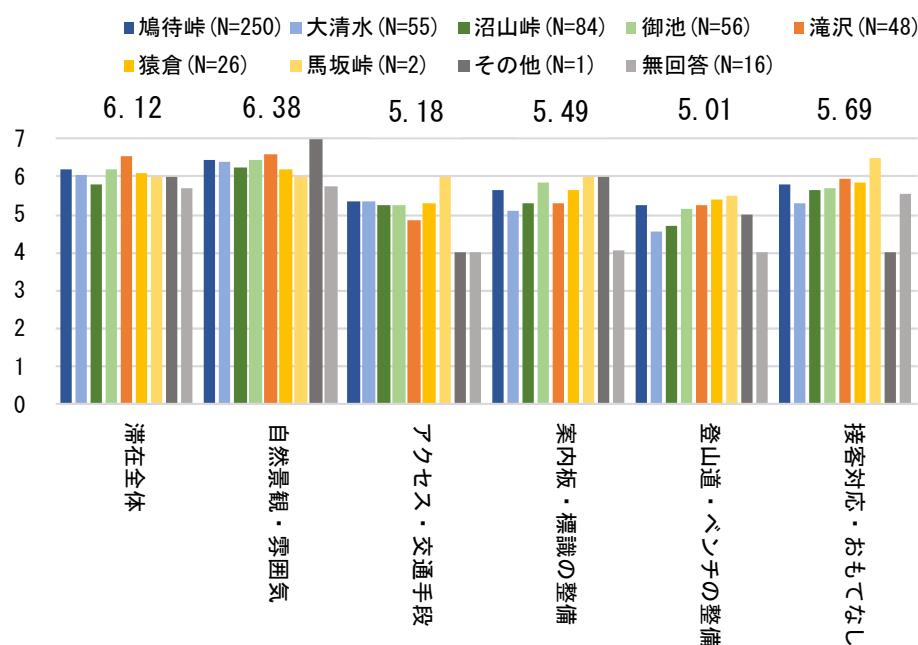


図 15 満足度（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

出典：環境省

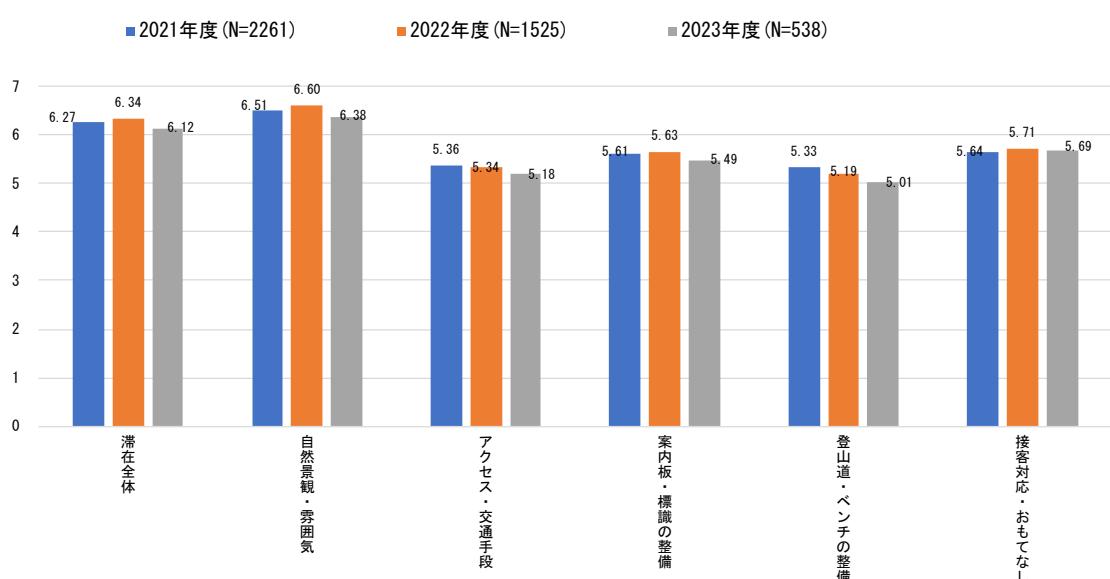


図 16 満足度の年推移

出典：環境省

2) 一 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 (ニッコウキスゲの減少など)	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	施設・設備	13	感謝・感心	40
宿泊・滞在・施設	17	情報取得時の不便さ	8	再訪意向	31
すべてに満足	15	高額な費用	7	トイレ料金・入山料・募金	30
トイレ整備	12	案内・標識の不足	6	自身の記録	24
人の温かさ	7	休憩設備不足	5	情報提供・周知の徹底希望	19
ガイド・説明	5	アクセスの悪さ	5	観光と保全活動への疑問	17
バス・タクシーの利便性	5	マナーの悪さ	4	このまま残したい	17
ゴミが少ないとこと	4	バス・タクシーの不便さ	4	トイレの整備	15
情報提供（HPなど）	4	人の対応の悪さ	3	案内標識の整備	12
天候	2	バス・タクシーの不快さ	2	バス・タクシーの利便性向上	12
登山・ハイキング	2	トイレの整備不足	1	施設・設備の改善	10
マナー	1	広報の不足	1	休憩設備の改善	9
		都度支払いの不便さ	1	激励など	8
		電波状況の悪さ	1	情報の分かり易さの向上	7
		道路整備の不足	1	道路の整備	5
		行きすぎた開発	1	電波状況の改善	4
				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。

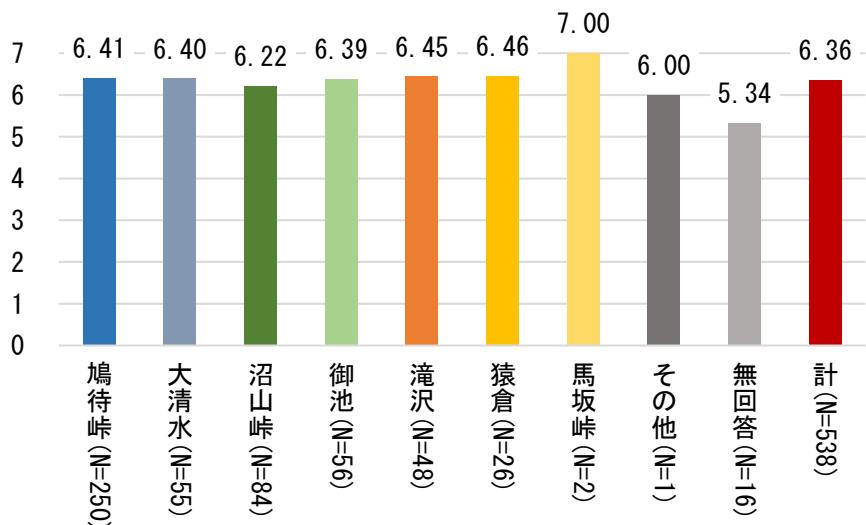


図 17 再訪意向(入山口別、2023(令和5)年)(n=538)

出典：環境省

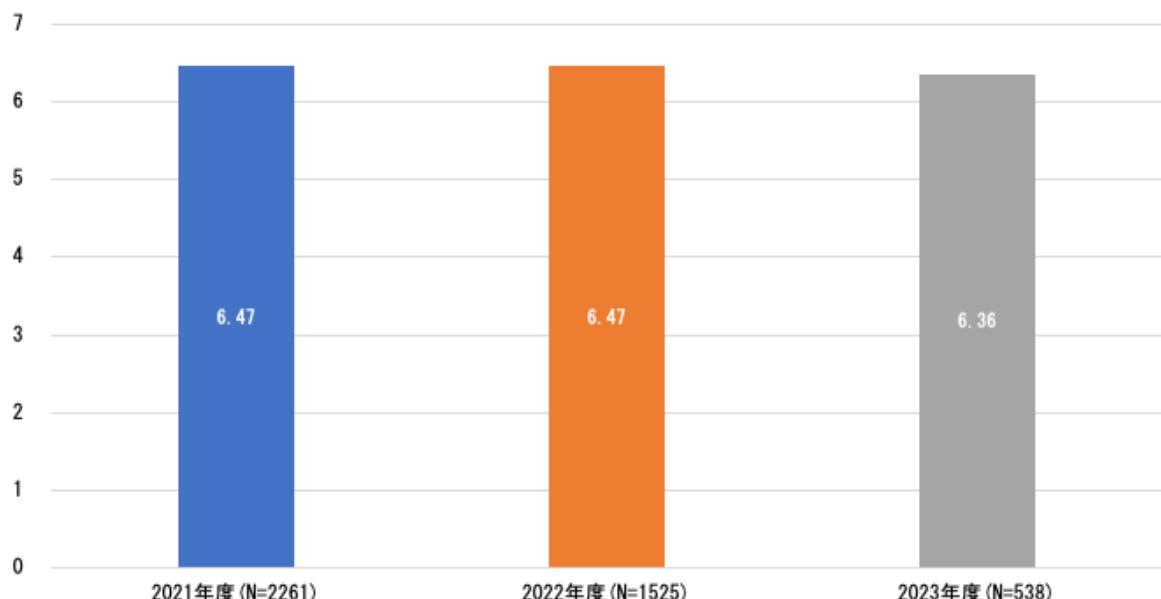


図 18 再訪意向の年推移

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。

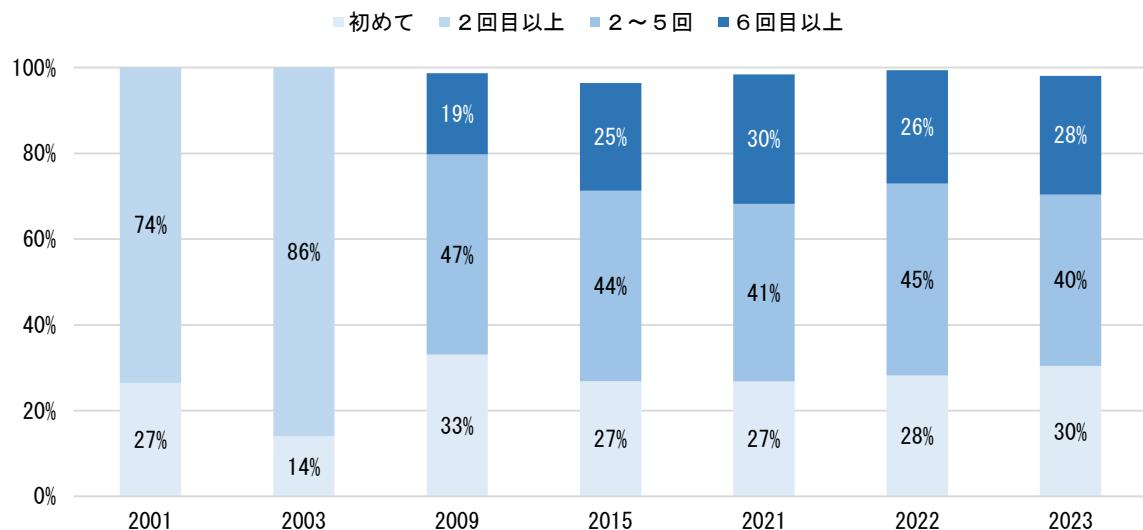


図 19 リピート率

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。

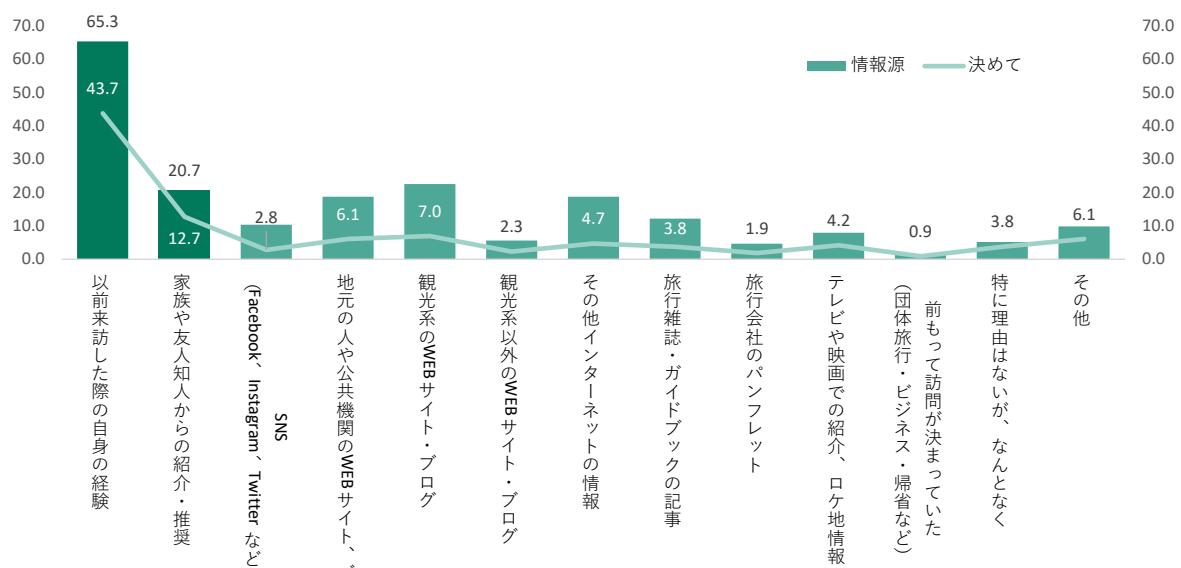


図 20 情報源・決め手となった情報源

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。

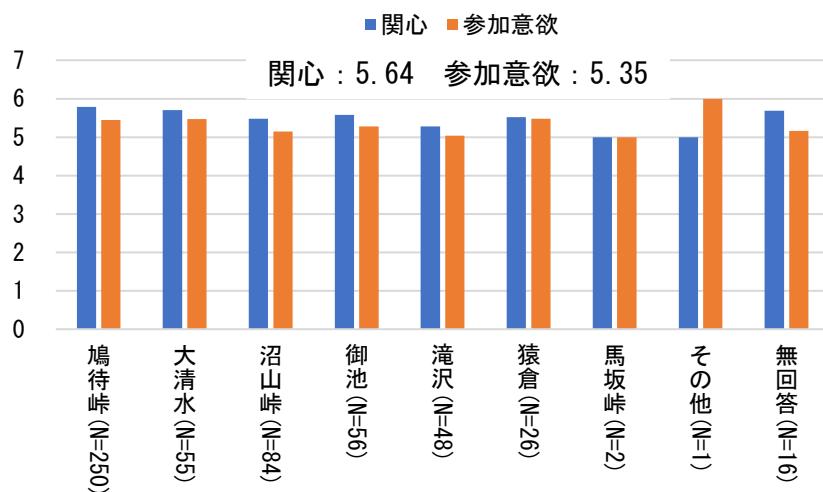


図 21 尾瀬保全活動に対する関心・参加意欲の変化度
(入山口別、2023（令和5）年) (n=538)

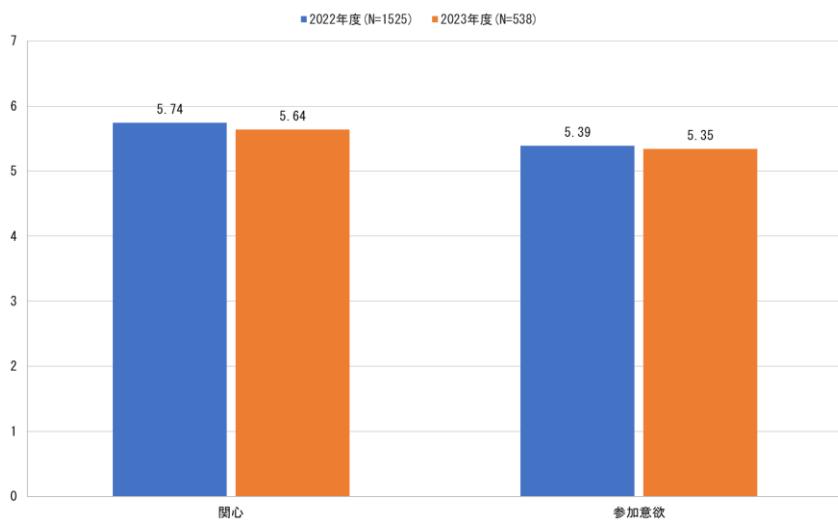


図 22 尾瀬保全活動に対する関心・参加意欲の変化度の年推移

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。

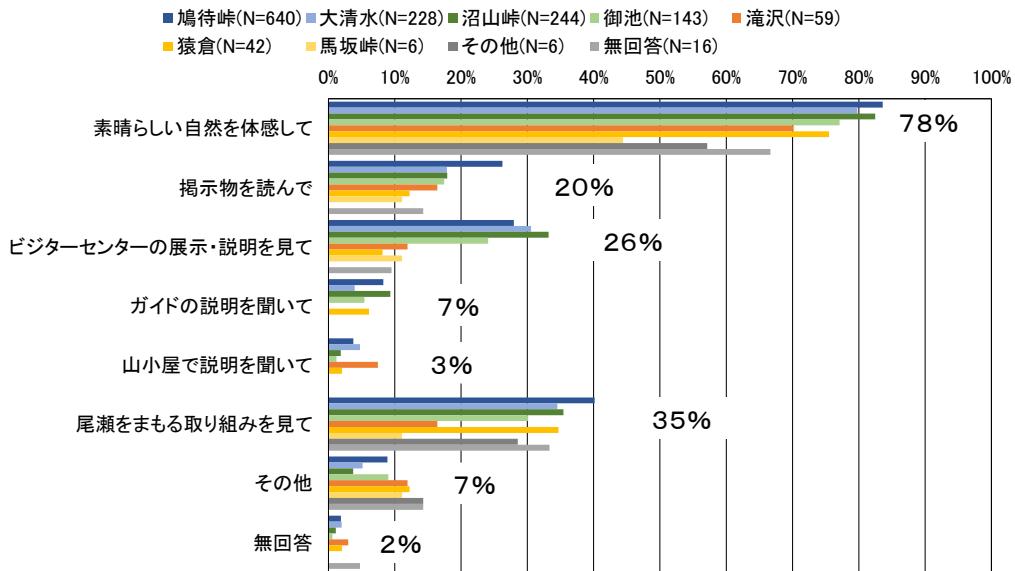


図 23 尾瀬保全活動に対する関心・理解・参加意欲の変化のきっかけ

(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。

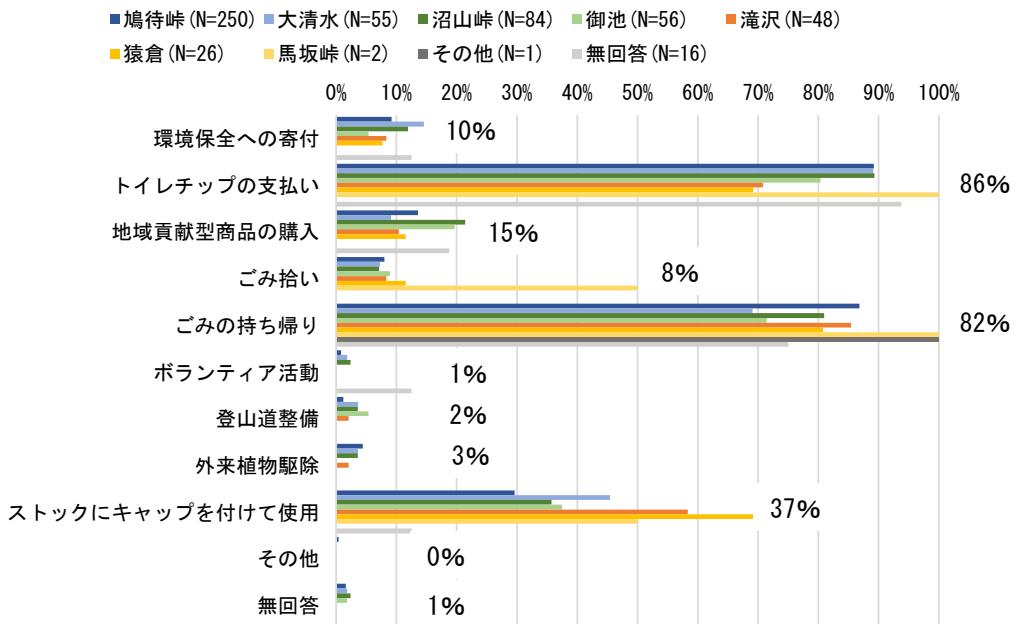


図 24 尾瀬保全活動の参加率（入山口別、2023（令和5）年）(n=538)

※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。

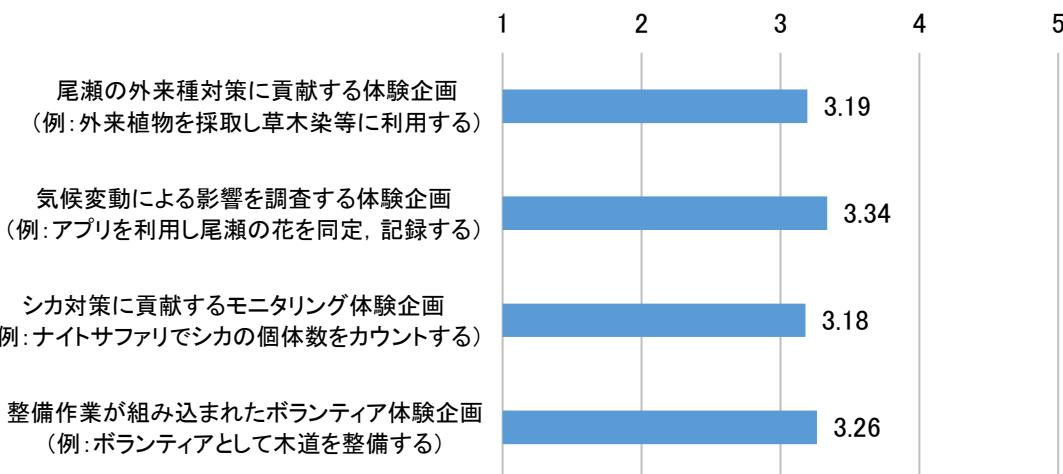


図 25 保全体験企画（有料）への参加意向（入山口別、2023（令和5）年）

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。

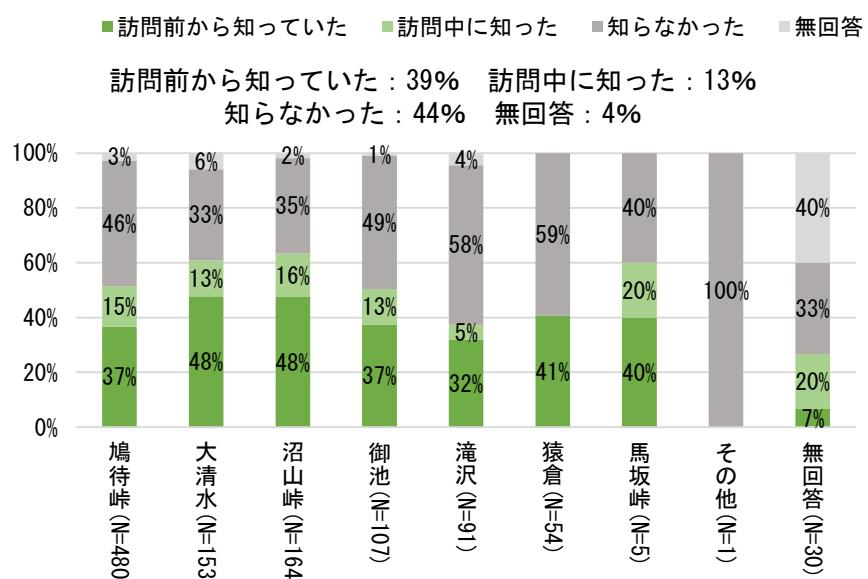


図 26 自然保護の原点としての尾瀬の認知度（入山口別、2023（令和5）年）(n=1085)

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	■調査方法：郵送自記式調査
■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）	■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。

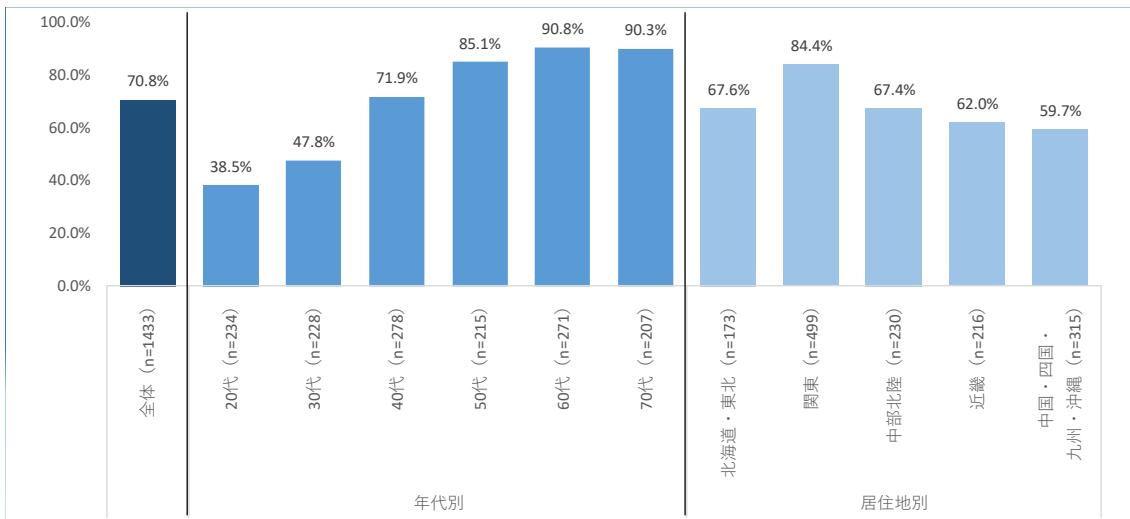


図 27 尾瀬の認知度（2021（令和3）年）(n=1433)

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。

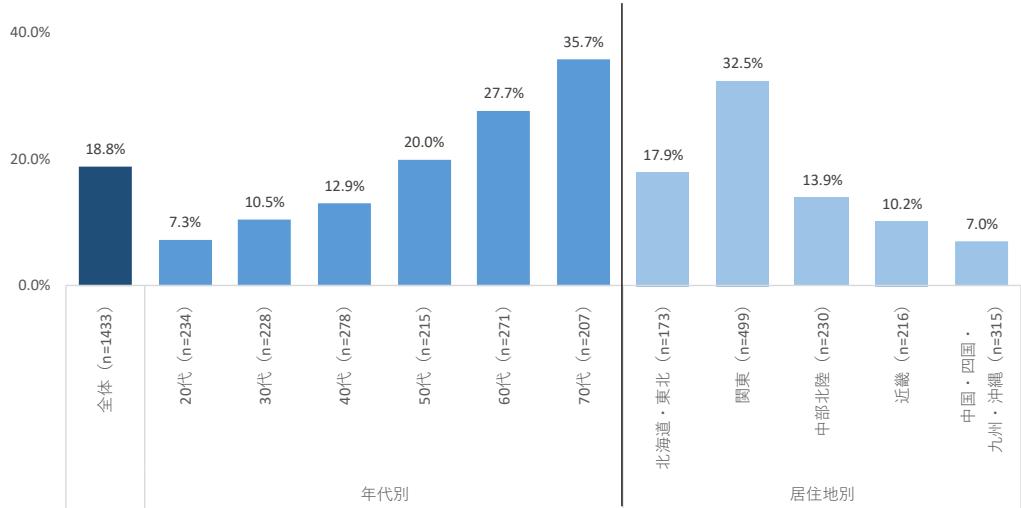


図 28 尾瀬の来訪経験率（2021（令和3）年）(n=1433)

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。

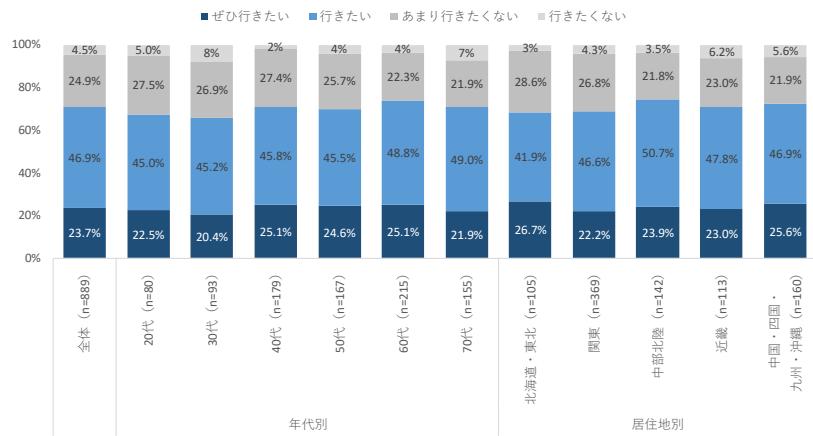


図 29 尾瀬の訪問意向（2021（令和3）年）(n=889)

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) 一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。

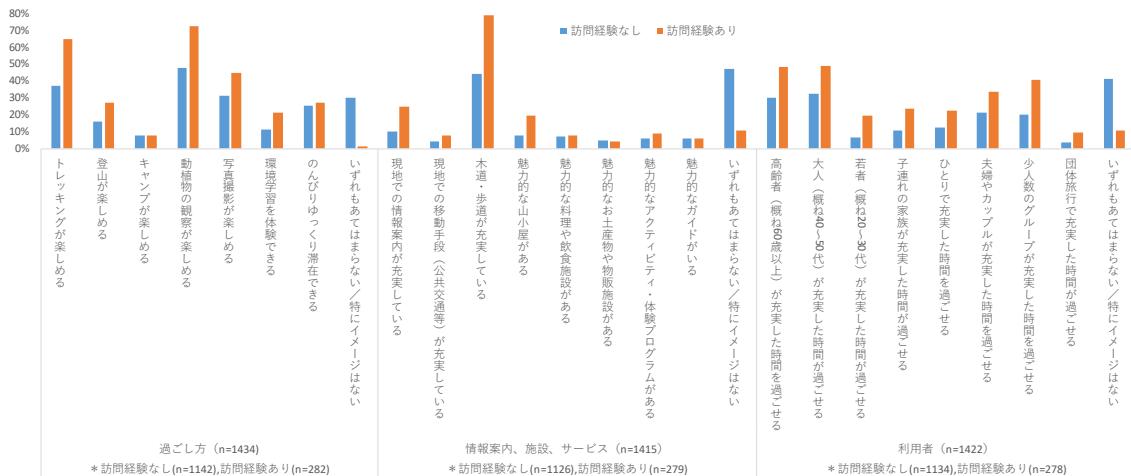


図 30 尾瀬の利用に関するイメージ (2021 (令和3) 年)

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

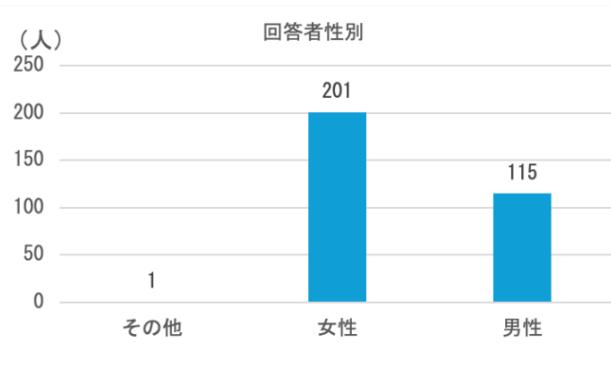
4) 尾瀬国立公園への旅行に関する需要調査

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	■調査期間
・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	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）
■対象エリア	■回答数
①登山愛好者層：全国	①登山愛好者層：317
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	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。
■調査方法：インターネットアンケート	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
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	

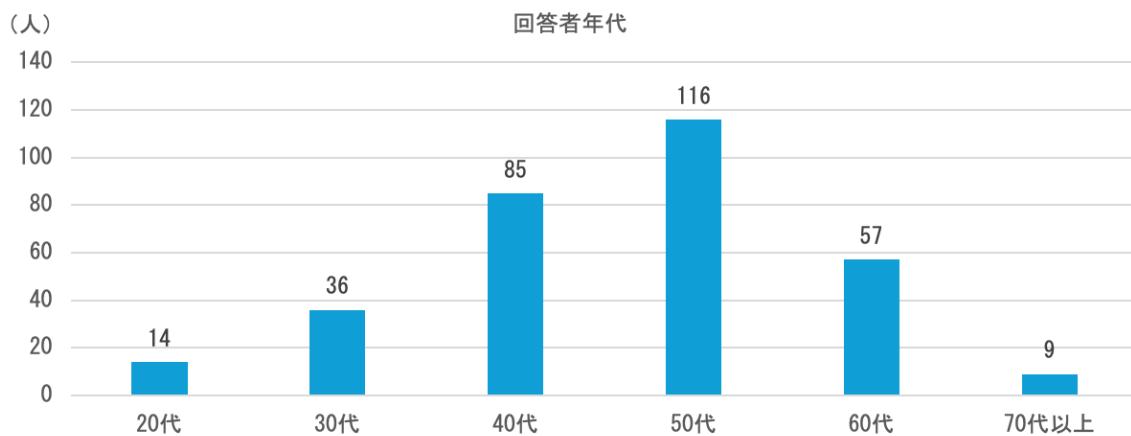
4) -A 属性データ

① 登山愛好者層属性 (n=317)

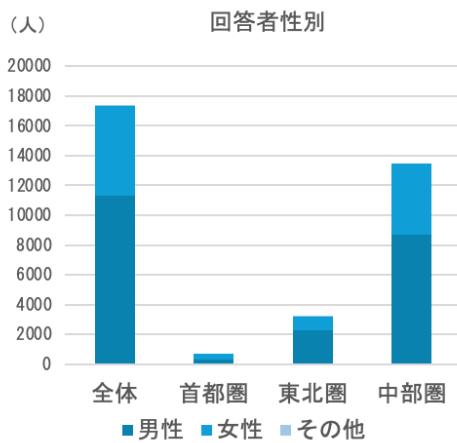


回答者数居住地 (人)

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	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)

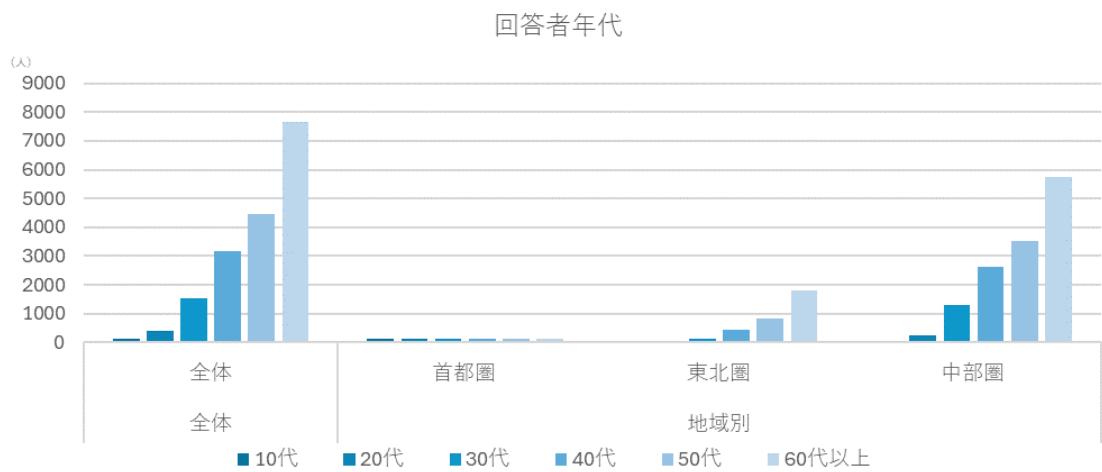


回答者居住地 (人)

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



出典：環境省

4) 一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」を求めていました。
- 年代別で優先順位の違いは見られませんでしたが、「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。

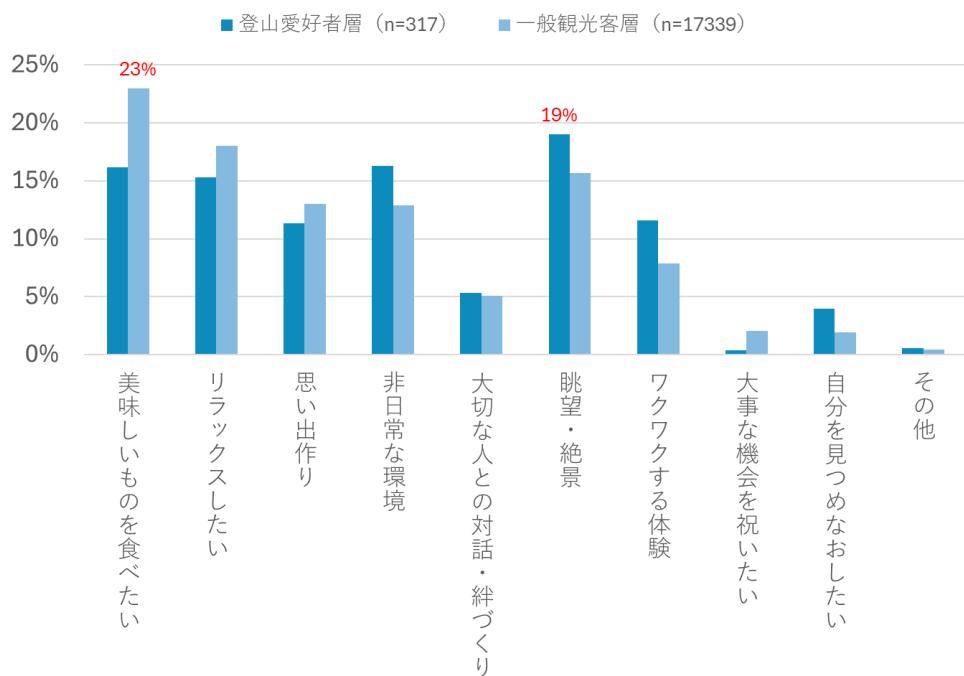


図 31 旅行に求めること (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

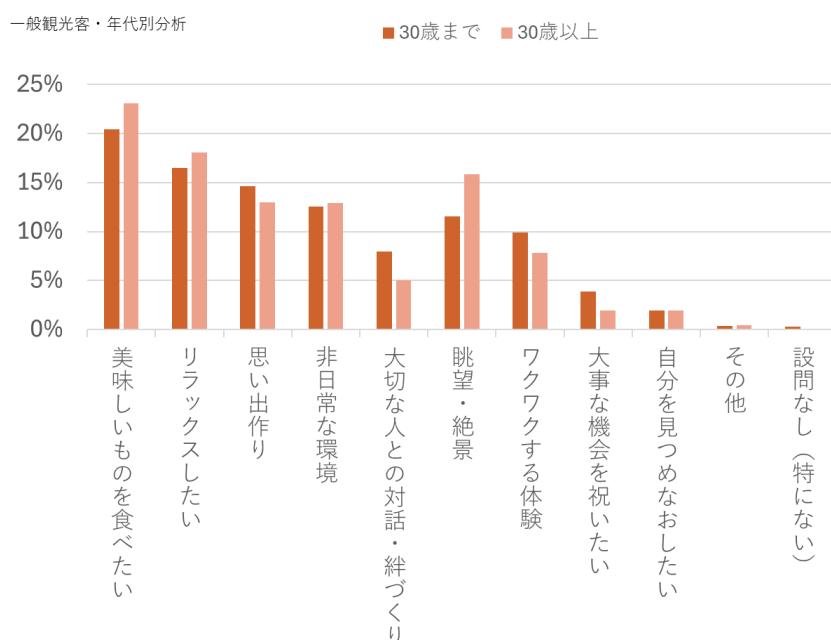


図 32 旅行に求めること 一般観光客層・年代別 (2023 (令和 5) 年)

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続き、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ることが分かりました。

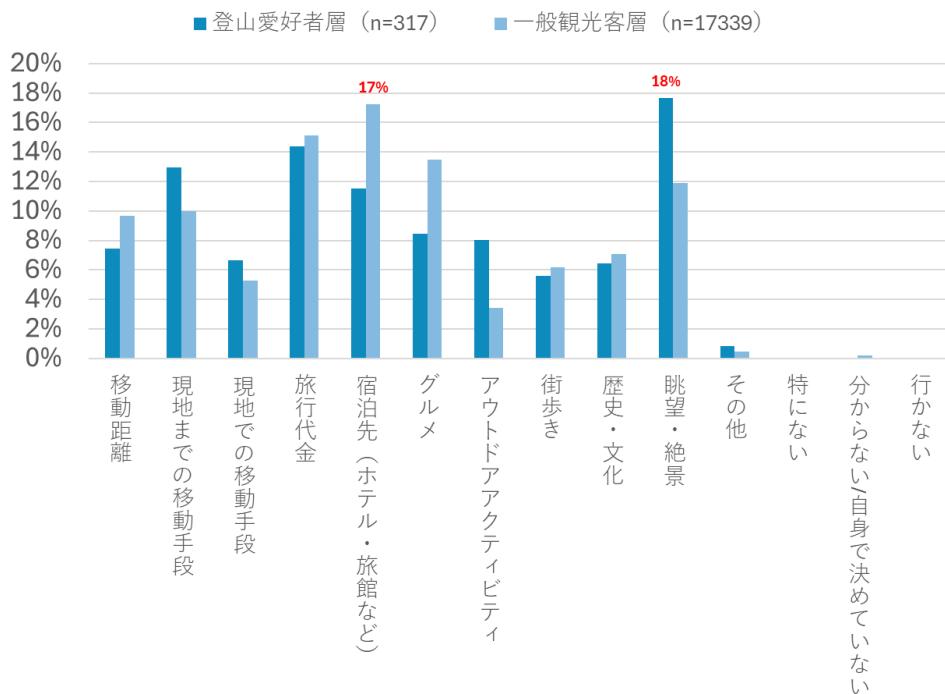


図 33 旅行先を決定する際に重要視する要素 (2023 (令和 5) 年)

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。

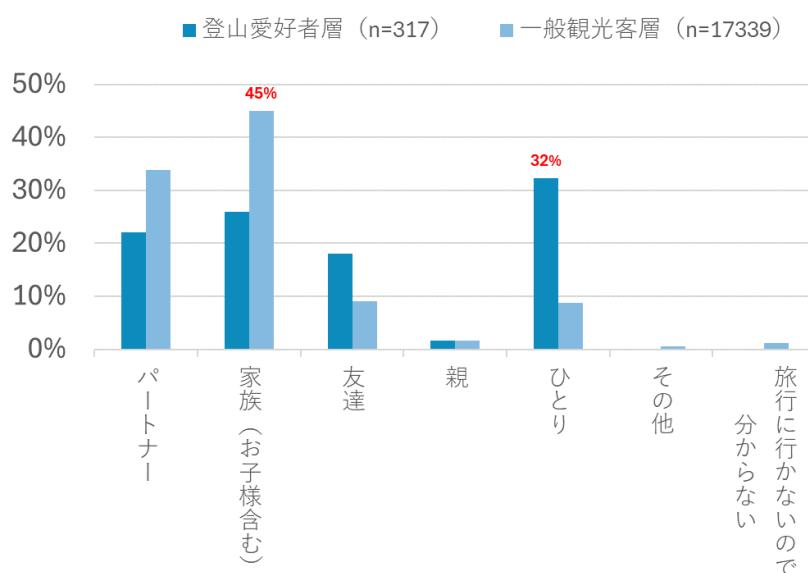


図 34 旅行先への同行者 (2023 (令和 5) 年)

出典：環境省

4) 一 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。

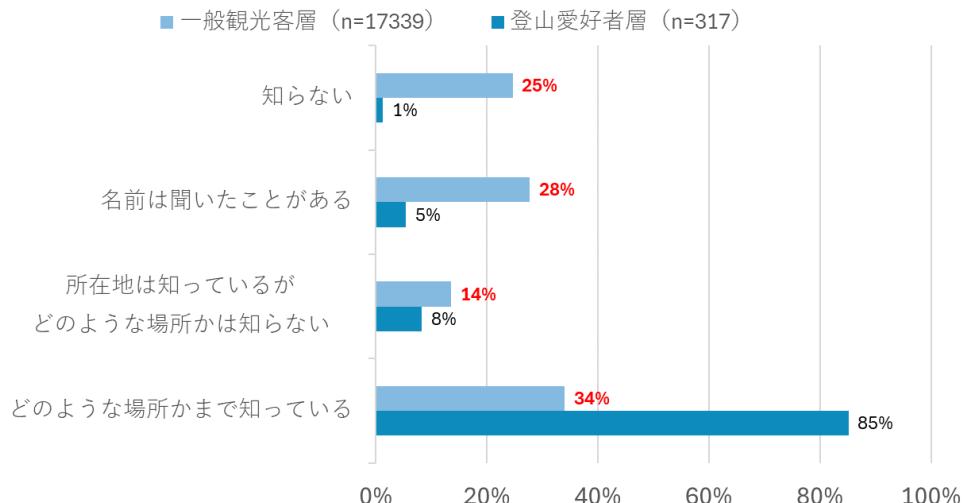


図 35 尾瀬国立公園の認知度 (2023 (令和5) 年)

出典：環境省

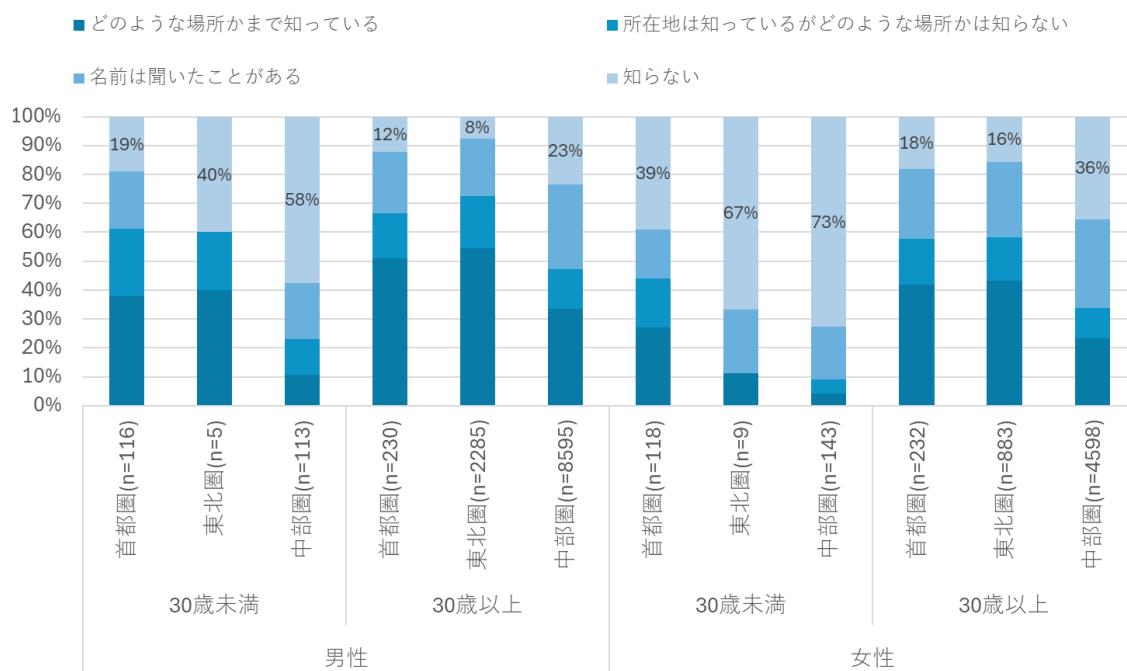


図 36 尾瀬国立公園の認知度 年代・男女・地域別 (2023 (令和5) 年)

出典：環境省

4) 一 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。

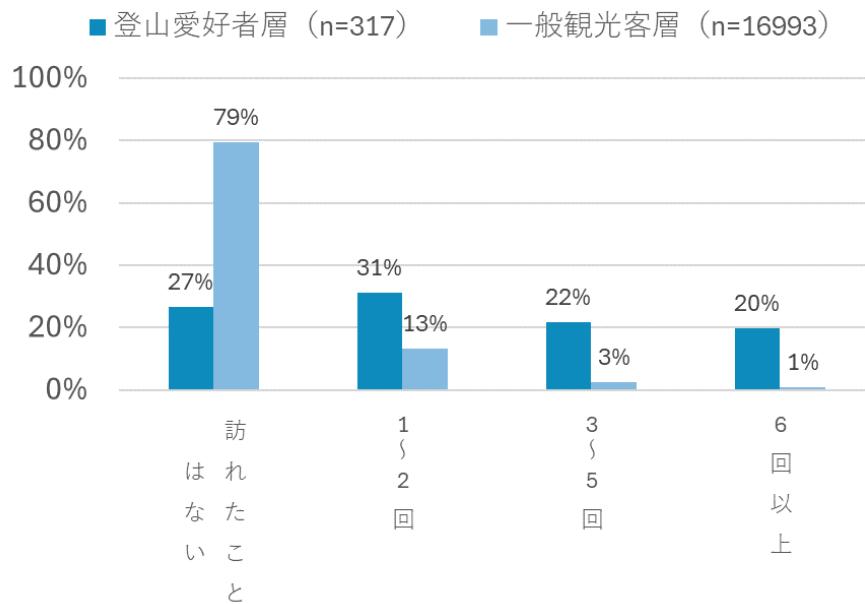


図 37 尾瀬国立公園の来訪経験 (2023 (令和5) 年)

出典：環境省

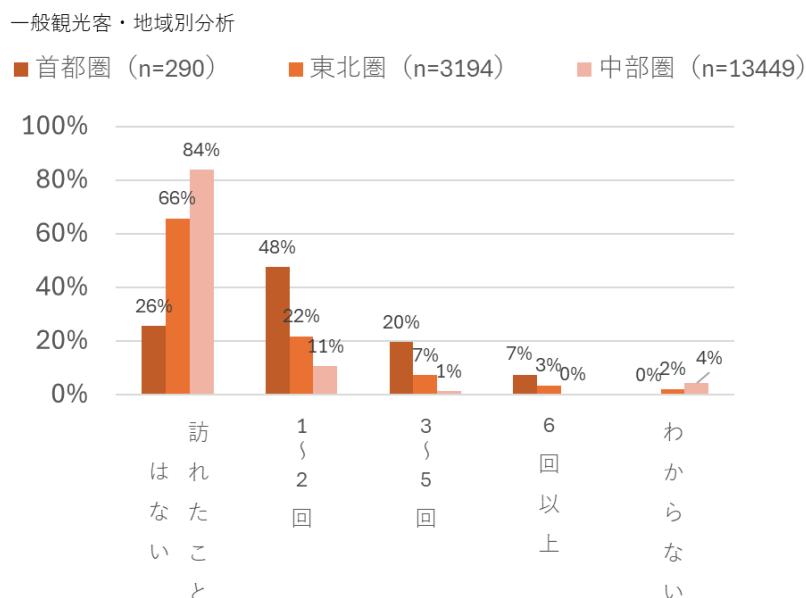


図 38 尾瀬国立公園の来訪経験 一般観光客層・年代別 (2023 (令和5) 年)

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。

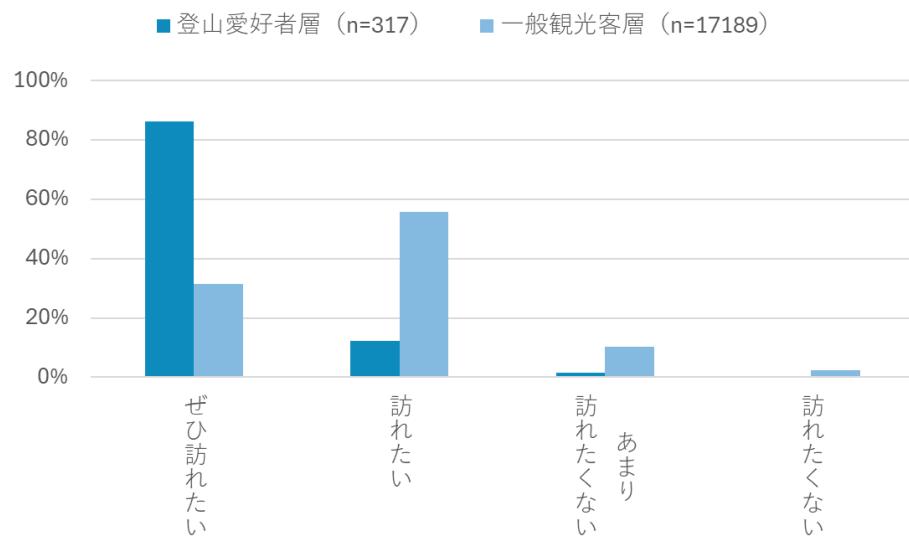


図 39 尾瀬国立公園への訪問意向 (2023 (令和5) 年)

出典：環境省

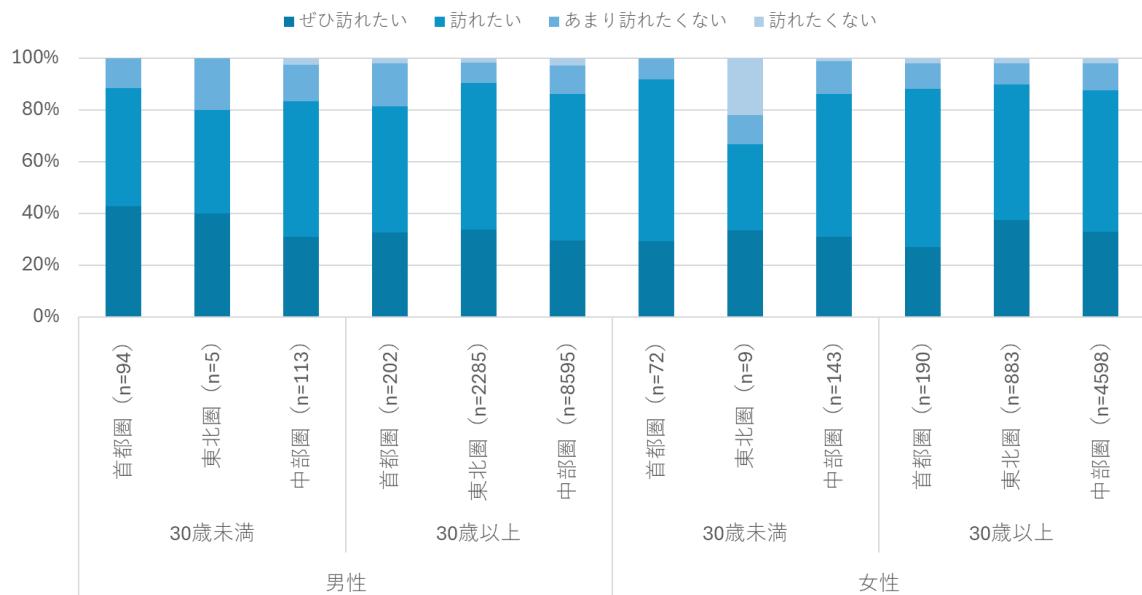


図 40 尾瀬国立公園の訪問意向 年代・男女・地域別 (2023 (令和5) 年)

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) ー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、「ゆった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。

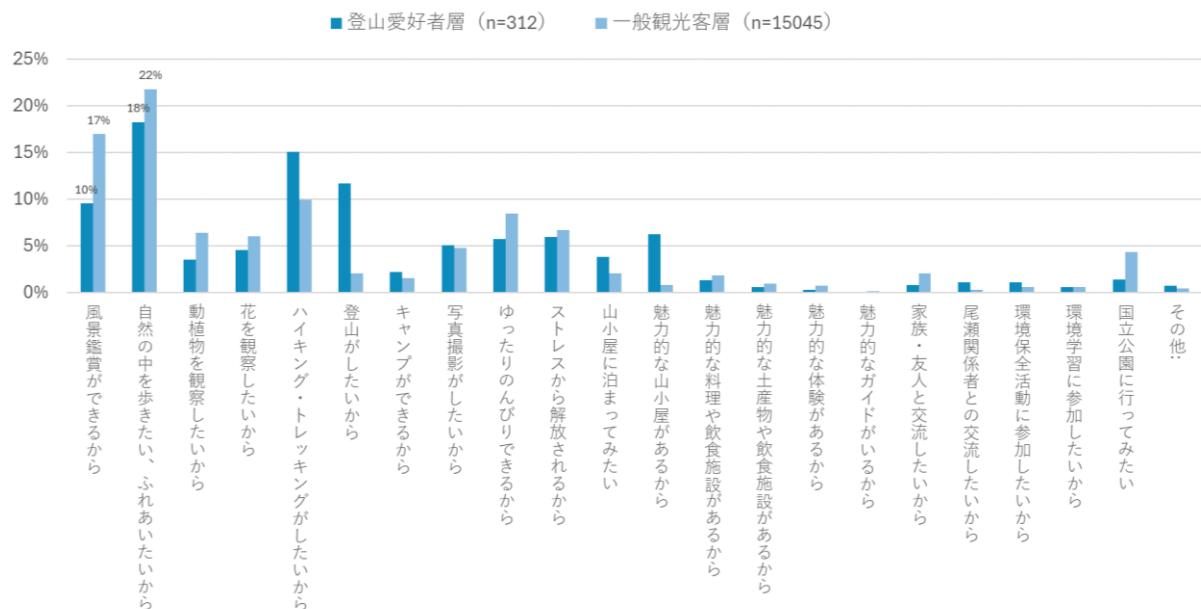


図 41 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由 (2023 (令和5) 年)

出典：環境省

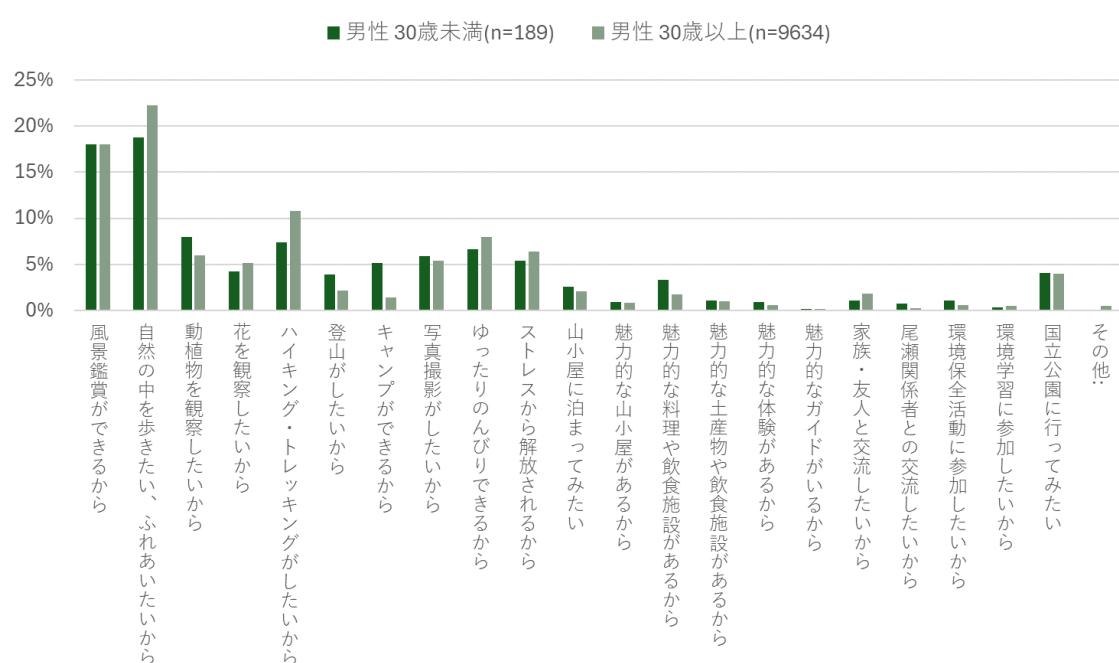


図 42-1 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由 男性・年代別 (2023 (令和5) 年)

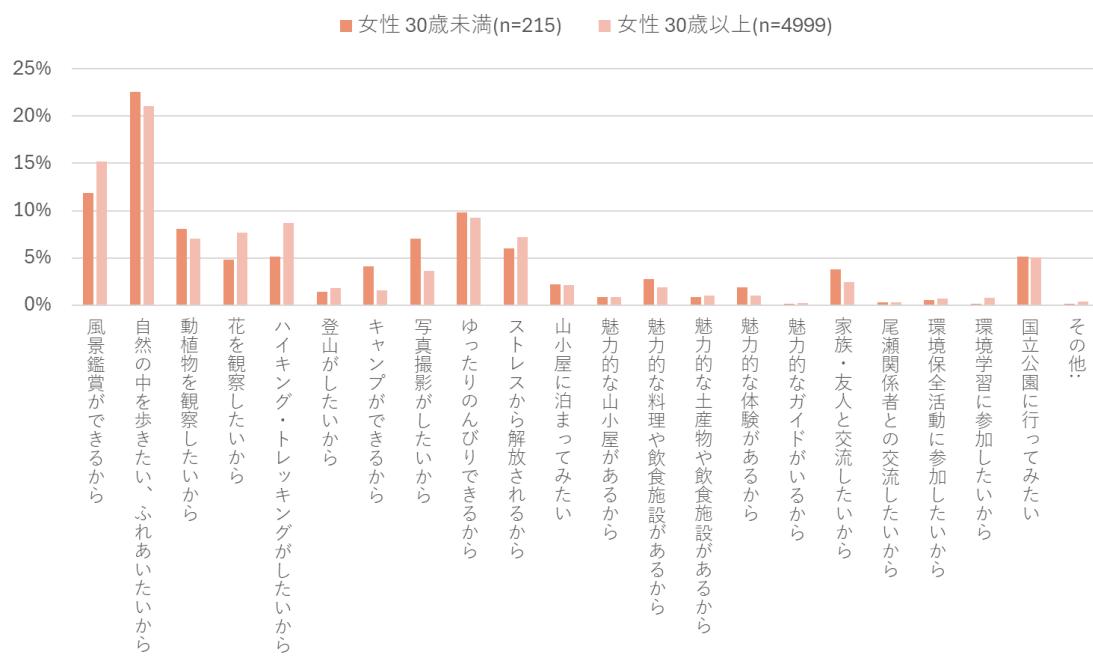


図 42-2 尾瀬国立公園へ訪れたい・興味がある理由 女性・年代別 (2023 (令和5) 年)

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。

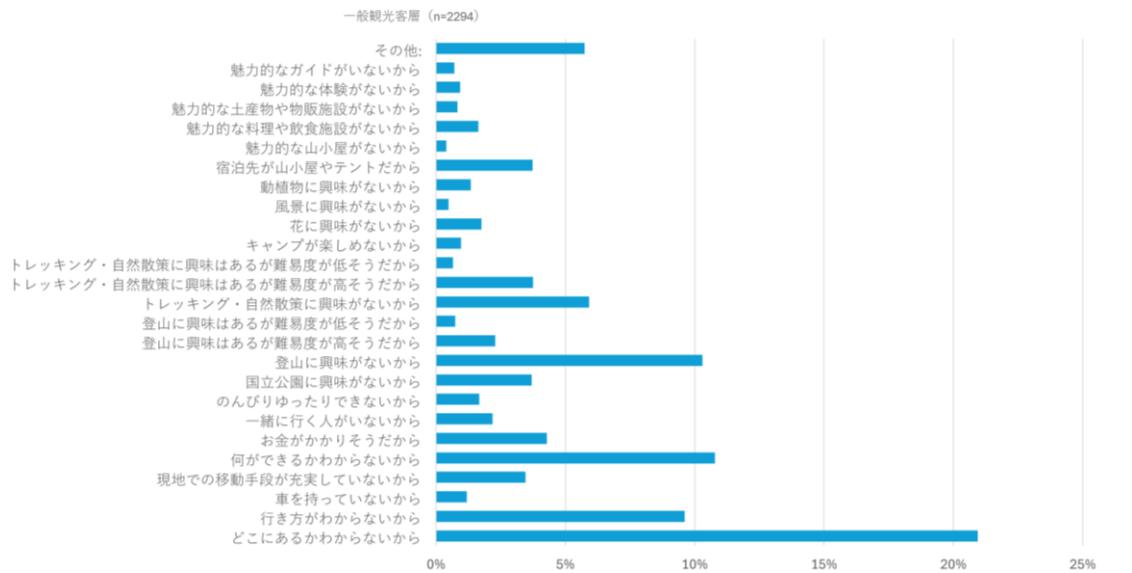


図 43 尾瀬国立公園へ訪れたくない・興味がない理由 (2023 (令和5) 年)

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くない・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。

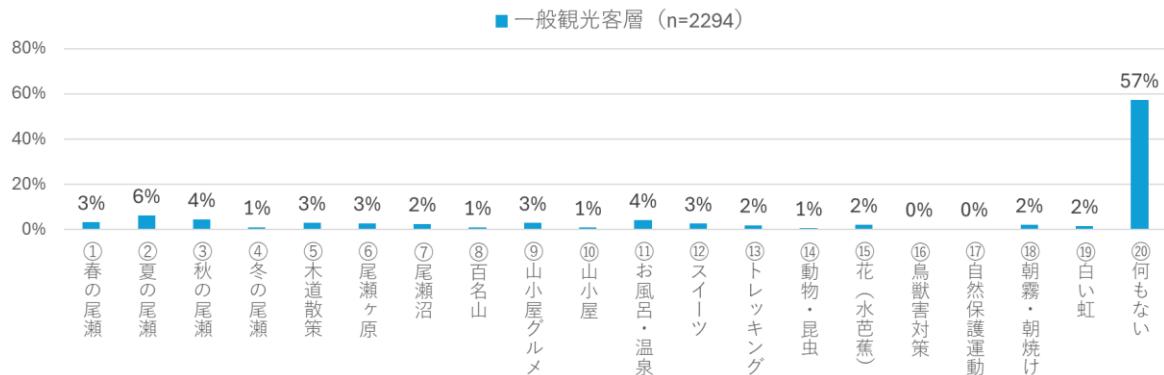


図 45 興味をひかれた尾瀬国立公園の観光資源（2023（令和5）年）

出典：環境省

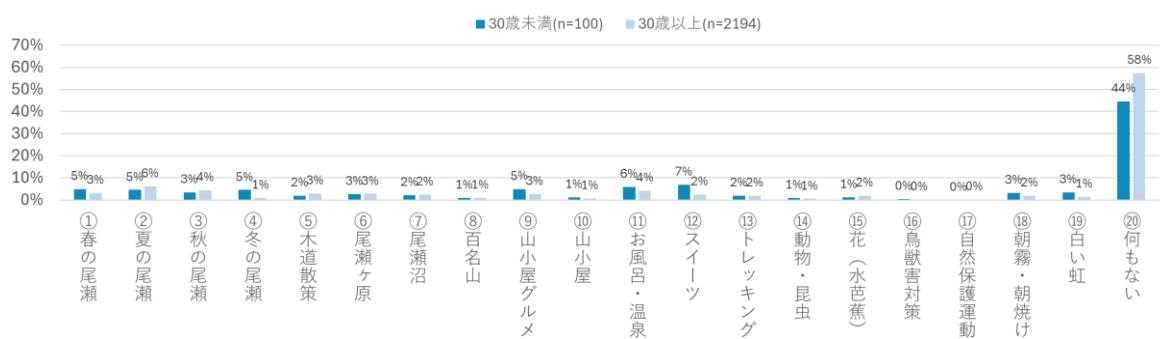


図 46 興味をひかれた尾瀬国立公園の観光資源 年代別（2023（令和5）年）

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。また登山爱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ことが示唆された一方、木道・登山道の整備不足や自然環境の劣化・変化に対して不満足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、ホタルが飛ぶ情景など、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ぬ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、愛着を持つともうとともに、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。

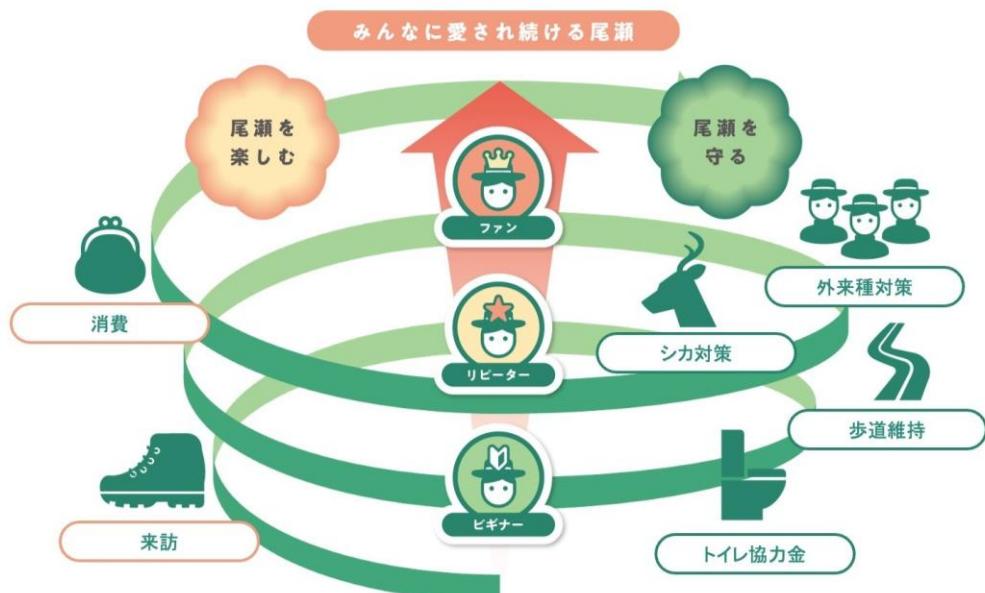


図 47 尾瀬ファンベース戦略の全体イメージ

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。

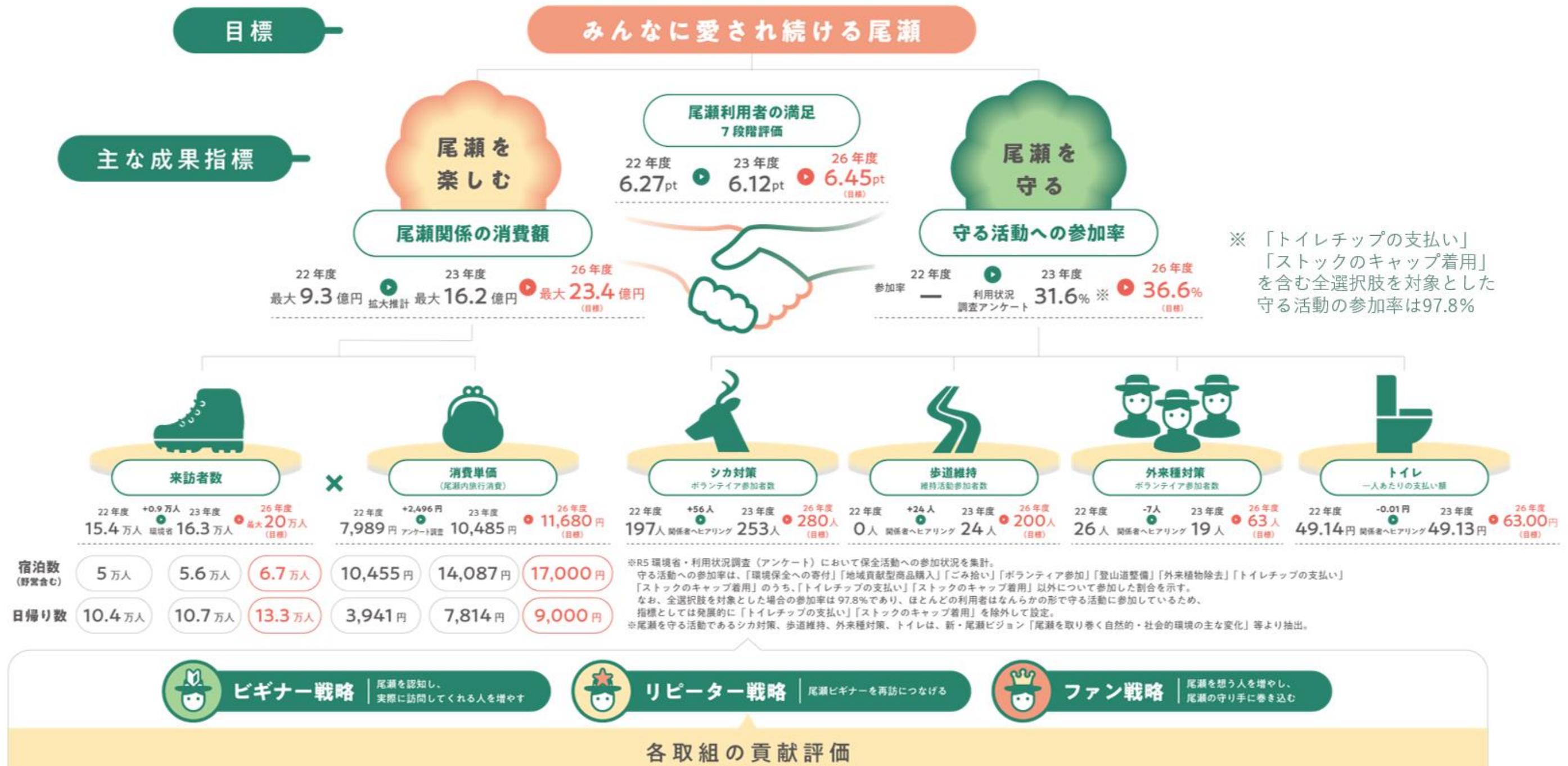


図 48 尾瀬ファンベース戦略の目標及び成果指標の構造

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		2022 R4年	R4→R5	2023 R5年	R5→R6	2024 R6年	R6→R7	2025 R7年	R7→R8	2026 R8年
				実績	増加量 / 率									
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	—	—	9.3億円	174%	16.2億円	116%	18.9億円	112%	21.2億円	110%	23.4億円
	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）	—	—	15.4万人	106%	16.3万人	108%	17.6万人	107%	18.9万人	106%	20.0万人
	・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%	5.0万人	112%	5.6万人	105%	5.9万人	108%	6.4万人	105%	6.7万人
	・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	10.4万人	103%	10.7万人	109%	11.7万人	107%	12.5万人	106%	13.3万人
	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円	131%	10,485円	102%	10,745円	105%	11,238円	104%	11,680円
	・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円	135%	14,087円	106%	15,000円	107%	16,000円	106%	17,000円
	・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 ないでの、微増を維持	増加率	100～102%	3,941円	198%	7,814円	110%	8,600円	102%	8,800円	102%	9,000円
	守る活動への参加率	%	守る活動の施策増の動きがみえ、想定の参加者数を考慮し 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
共通	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
	尾瀬利用者の満足	ポイント(pt)	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 今後は活動を通じ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	—	—	15.4万人	106%	16.3万人	108%	17.6万人	107%	18.9万人	106%	20.0万人
	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%	11.0万人	100%	11.0万人	107%	11.8万人	105%	12.4万人	106%	13.1万人
	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

- ・ 尾瀬の普遍の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		星空観察会の定期開催	(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		ふくしま尾瀬魅力発信強化事業	福島県	継続
	31	Webページ、SNSの活用	SNSを活用した魅力発信	尾瀬小屋	継続
	32		南会津観光部さん協会情報発信事業	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	尾瀬小屋	新規
	42		サッカー業界への尾瀬の発信	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・普及啓発	（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（尾瀬シーズンズスクール・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
(6) 脱炭素・循環型公園プログラム	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		ゼロカーボン宣言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いたします。

●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みると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ます。
- ・ また、尾瀬国立公園内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みます。