

日本におけるジオパークと観光まちづくり

宮原育子

はじめに

近年、日本各地において、「ジオパーク」の開設がさかんである。ジオパークはヨーロッパの地質学者によって始められた、地球史や地域の自然環境を保全し、学び、地域を活性化するためのエリアづくりの活動である。2004年にヨーロッパと中国が中心となって「世界ジオパークネットワーク」(GGN: Global Geoparks Network)が設立され、各地でユニークなジオパークが誕生した、ジオパーク間の交流も盛んに行われてきた。2015年からは、ユネスコ(国際連合教育科学文化機関)のプログラムの一つとなった。2021年4月現在、ユネスコ世界ジオパーク(UNESCO Global Geopark)は日本を含む世界44か国169地域にある。

日本のジオパーク組織の代表機関である、日本ジオパークネットワークによると、日本におけるジオパーク活動は2008年から始まり、2021年9月現在、全国に44地域のジオパークが存在している。そのうち、ユネスコ世界ジオパークは9地域である。

ジオパークは、地域の貴重な自然環境や歴史・文化を保全し、それらを次世代につなぐ活動で、ジオパークでの研究や教育活動、観光を推進することで、地域の持続的な経済活動を進めることが求められている。そのため、ジオパークでは、自治体や住民、企業や学術機関など様々な主体がともに活動をしており、地域のまちづくりの手法の一つとしても注目されるようになってきている。特に教育面では、地域の自然環境の理解と、防災教育への活用に効果が出ている。その一方で地域の経済活動を活性化するための観光については、期待は大きいもののジオパークがその効果を発揮しているとはいいがたく、一部のジオパークでは、ジオパークを維持するための自治体の経済的な負担や運営面の業務量に比して、地域経済への効果が認められないとして、ジオパークを辞退するケースも出ている。

筆者は、2014年から日本におけるジオパークの認定機関である「日本ジオパーク委員会」の委員を務めているが、現地審査を通して、地域のジオパークに対する期待とそれに対する取組みの難しさなどを知る機会が多い。ジオパークが地域活性化や観光への有効な手段として機能していくためには、どのようなことが重要なのか、いったん整理する必要があると考えている。

本稿では、最近のジオパーク活動と観光への活用の取組みや課題について整理し、ジオパークの観光まちづくりへの課題と可能性について述べていく。本稿の作成にあたっては、日本各地のジオパークの活動支援を行っている日本ジオパークネットワークの公表資料や、日本各地のジオパーク

のホームページサイトのデータなどを使用する。また、筆者が日本ジオパーク委員会の委員のひとりとして、ジオパークの新規・再認定の現地調査などで実施したヒアリングの記録なども参考にする。

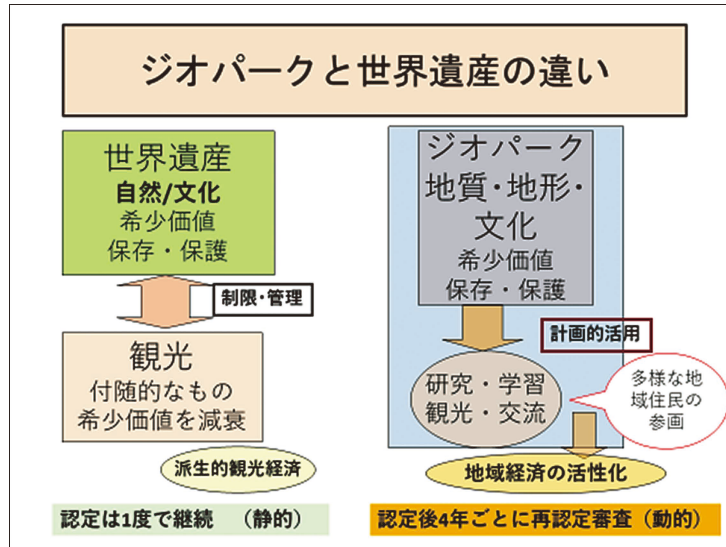
1. ジオパークと世界遺産の違い

ジオパークと同様なユネスコのプログラムとしては、「世界遺産」がある。世界遺産は、1972年にユネスコ総会で採択された世界遺産条約をもとに、後世に残したい人類共通の普遍的な価値を有する自然や景観、文化や歴史的な事象を世界遺産リストに掲載し、保護・保全をはかる取組みである。世界遺産には、自然遺産と文化遺産とその両方を合わせた複合遺産がある。日本では2021年現在、全国で25箇所が世界遺産リストに登録されている。

ジオパークと世界遺産は、地球上の貴重な自然や文化を保護・保全し、後世に伝えるということでは同じ目的を持っているが、世界遺産は一度リストに登録された遺産は、その遺産が存在し、評価された遺産の価値が減じない限り、半永久的に世界遺産として存在し続ける（図表1）。一方、ジオパークは、一度認定されても4年ごとの再認定審査を受ける必要があり、ジオパークとしての活動内容が審査基準に満たない時は、認定が取り消される場合がある。世界遺産が遺産としての「物件の価値」に登録対象とするのに対し、ジオパークでは、それに加えて「地域の人々の活動内容」が認定の判定に関わってくる。

世界遺産は注目度も高く、日本でも登録時にはメディアで広く伝えられるため、観光客が新しい世界遺産に殺到することが多い。特に、白神山地や屋久島などの自然遺産では、地元の想定以上に観光客が急増し、地域の受け入れ施設や遊歩道の整備が追い付かないケースも出ており、世界遺産登録によるオーバーツーリズムの発生が懸念されている。世界遺産登録においては、その価値の保護保全を主体とした活動は「制限や管理」を念頭に置かれてる。従って、観光はあくまでも付随的なものであり、世界遺産登録を観光振興のために目指すことは、その意義に反することと考えられている。とはいえ、世界遺産登録後の観光客の動きには地域も期待しているところであり、世界遺産を一目見ようとやってくる観光客のための整備やまちづくりが行われる（千葉；2014）。しかし、世界遺産による観光客の来訪のピークは一時的であり、2、3年後にはすっかり落ち着いてしまう地域も多い（文化庁；2020）。

ジオパークは設置当初からジオパークを地域内外の多様な主体の参画によって教育や観光などに計画的に活用するということが目的にうたわれているので、積極的な観光振興が求められる。しかしながら、世界遺産に比べるとはるかに知名度は低く、毎年新しく誕生するジオパークに観光客が殺到するという状況にはない。



図表 1. ジオパークと世界遺産の違いのイメージ図
出典：筆者作成

2. 日本ジオパークの認定機関と認定基準

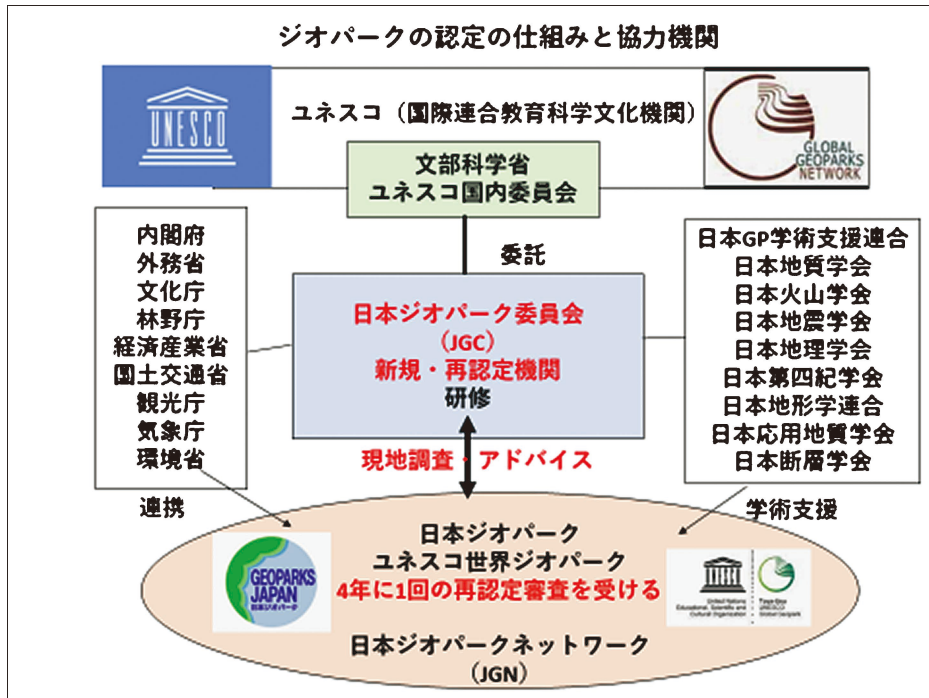
前節で、ジオパークの開設は認定制であることを述べた。また、新規認定から4年に一回、「再認定審査」を受けることによりジオパークを継続させるという動的な仕組みであることを説明した。本節では、ジオパークの認定機関と認定の基準について簡単に述べていく。

2.1 日本ジオパークの認定機関

日本のジオパークの認定は、ユネスコの日本における機関として、文部科学省にあるユネスコ国内委員会から委託をされた日本ジオパーク委員会が実施する（図表2）。日本ジオパーク委員会は、国内の自然科学と社会科学系の研究者やジオパーク関係者など16名の多様な人材で組織され、オブザーバーとして国の関係機関が参加している。2021年には、日本ジオパーク学術支援連合が結成され、日本の自然科学系の学会が日本各地のジオパークの学術的な活動を支援している。日本のジオパーク44地域は、日本ジオパークネットワークを組織し、相互に情報交換や研修を行いながら、自らのジオパークの活動や質の向上に努めており、新規にジオパークを目指す地域を準会員として受け入れ、その活動の支援も行っている。

日本ジオパーク委員会では、毎年新規にジオパークを申請する地域への現地調査を実施し、また、4年に一度の再認定の現地調査も実施している。

日本ジオパーク委員会では、地域が新規に日本ジオパークに認定される条件として、「既に日本ジオパークネットワークに準会員として加盟しており、優れた地形・地質遺産を持つ地域で、ジオパークを運営する組織・体制が確立されており、地質や地形等に関する保全・研究・教育・普及活動やジオツアーを既に行っている地域」としている。



図表2. ジオパークの認定の仕組みと協力機関

出典： 筆者作成

新規認定の審査は、毎年5月に候補地域のプレゼンテーションを経て、夏に日本ジオパーク委員会から派遣された複数の調査員が現地調査を行い、その結果を秋に審議して決定するというプロセスを取っている。4年に一度の再認定審査も、秋に現地調査を行い、冬に審議して決定することになる。

2.2 ジオパークの認定基準について

日本におけるジオパークの新規認定と再認定に係る認定基準は、ユネスコ世界ジオパークで出されている認定基準に準じている。認定のための現地調査に使われる「現地調査報告書」の中の調査項目の枠組みは、AからGの8の大項目がある（図表3）。その中で、特に大項目Eは、「ユネスコ世界ジオパーク基準の検証」として、ユネスコ世界ジオパークの審査基準にのっとった調査項目として設定され、その中に10の中項目とさらに12の小項目が設定されている。現地調査はこの項目に沿って実施され、現地調査員は調査報告書を作成する。この調査報告書をもとに日本ジオパーク委員会で認定の可否が決定される。新規認定を目指す地域が事前に提出する申請書の項目もこれらと同様になっている。このように、日本のジオパークは、ユネスコ世界ジオパークの基準を満たして活動することが求められている。

ジオパーク新規認定・再認定のための現地調査報告書

調査項目

- A. 基本情報 (ジオパークエリアの概要；人口、面積など)
- B. JGC への提出書類一覧
- C. 地域の地図 (ジオパークに設定したエリアの地図、国立公園などの範囲の重複も入る)
- D. 前回の指導事項に関する取組・改善点 (再認定申請のみ)
- E. ユネスコ世界ジオパーク運営指針基準の検証
 - E.1 領域 (ジオパークの整備状況の説明)
 - E.1.1 地形地質遺産および保全 (ジオパークの遺産を適切に選び、保全しているか)
 - E.1.2 境界線 (ジオパークのコンセプトに合致した領域が設定されているか)
 - E.1.3 可視性；ビジビリティ (来訪者がジオパークと分かる案内看板や解説板の整備状況)
 - E.1.4 施設・インフラ整備 (ビジターセンターや博物館、観察路などの施設整備の状況)
 - E.1.5 情報、教育、研究 (情報発信やジオパークを使った学校教育、ジオパーク内での学術研究など)
 - E.2 その他の遺産 (地形地質以外の遺産について)
 - E.2.1 自然遺産 (地形地質以外の自然環境や動植物の把握と保全状況)
 - E.2.2 文化遺産 (地域の伝統に根差した文化的な事象の把握と保全状況)
 - E.2.3 無形遺産 (伝統芸能や伝説、口伝などの把握と保全状況)
 - E.2.4 気候変動および自然災害への関わり
(温暖化による地域の変化の把握や、自然災害のリスクとジオパークとの関係)
 - E.3 管理運営 (事務局の人員配置や運営体制)
 - E.4 国立公園などとの重複
 - E.5 教育活動 (地域の学校機関へのジオパーク学習の働きかけ)
 - E.6 ジョーツーリズム (ジオパークを生かす観光づくり)
 - E.7 持続可能な開発
 - E.7.1 持続可能な開発に関する方針
 - E.7.2 パートナーシップ (地元企業や商店、観光施設、博物館などとの連携活動)
 - E.7.3 地元コミュニティや先住民族の全面的かつ効果的な参加
(日本の場合は地元町内会などとの協力関係)
 - E.8 ネットワーク活動 (日本ジオパークネットワークにおける活動や貢献状況)
 - E.9 地質鉱物資源の販売
(ジオパークでは地域で産出する鉱物や岩石類を土産物として販売を禁止している)
 - E.10 防災・安全対策、防災教育、防災対応
(火山や地震、洪水など自然災害の知見をジオパークとして防災や教育に活かしているか)
- F. 総括
(申請地域のジオパークとしての準備状況や価値、活動内容についてのとりまとめと評価)
- G. 指摘事項 (Recommendation)
認定可・保留・認定不可 (調査員が提案する認定の可否の記述)
解決すべき主な課題 (ジオパークのより良い改善に向けた調査員からのサジェスション)
- H. 行程表 (現地調査の概要と面談者などの情報を記入)

図表 3. 日本ジオパーク委員会のジオパーク新規・再認定に係る現地調査報告書の調査項目一覧

() 内は筆者が補足で加筆したもの

出典： 日本ジオパーク委員会の資料から筆者加筆作成

3. ジオパークの認定基準における観光の位置づけ

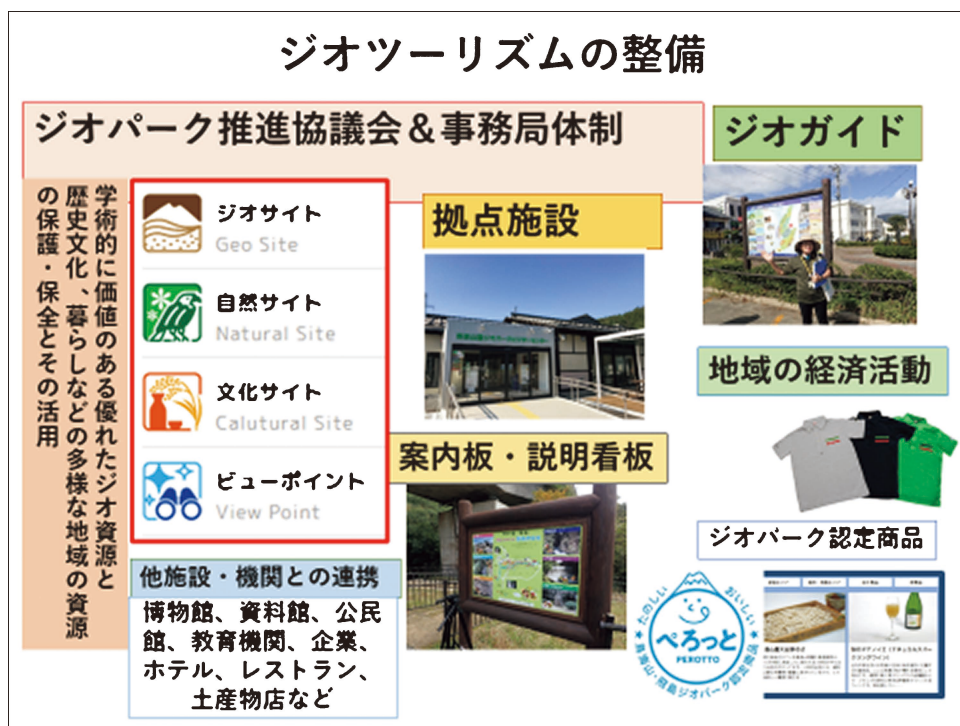
ジオパークにおける観光は、ユネスコ世界ジオパークの認定基準のうち、E6に「ジオツーリズム」として位置づけられている。ジオパークの観光で求められているのは、ジオパークの理念を踏まえた「持続可能な観光；サステナブルツーリズム」と、「責任ある観光；レスポンシブルツーリズム」を推進することである。その内容は、「大地の豊かさと地球の時空間スケールを伝える」ことや、「環境保全や社会問題への意識啓発を進めて、観光客にとって新たな気づきは発見のあるガイドツアーや体験活動の充実を図る」ことが求められている。

ジオパークにおける観光は、単なるレジャーとしての観光だけではなく、ユネスコの理念にのっとり地域の自然科学的な理解と地域社会の課題解決を推進させる活動として捉えられている。

4. ジオパークの観光関連施設やサービス

ジオパークにおいては、来訪者がジオパークを訪れた際に、観光や学習に利用できる施設やサービスを整備することが求められている（図表4）。

それらは、ジオパークの新規・再認定の審査の際の調査項目として、「E. ユネスコ世界ジオパーク運営指針基準の検証」中で、ジオサイトや、ジオパークの可視性、インフラや施設、ジオツーリ



図表4. ジオパークの認定に求められている観光関連の整備の例

出典： 筆者作成

ズム、パートナーシップなどが挙げられており、これらの整備は、各ジオパークの推進協議会の事務局、主に自治体が予算を組んで担うことが多い。審査を通過するためには、これらの整備を欠かすことができない。

4.1 ジオパークの見学サイト

ジオパークの見学サイトには、大きく「ジオサイト」と「自然サイト」、「文化サイト」の3つの分類とサイトの設置が求められ、それらはほとんどが野外に存在する。それらを保護・保全し、観



写真1. ジオサイトの解説看板
磐梯山ジオパーク（福島県）
2021年11月4日筆者撮影



写真2. 土佐清水ジオパーク（高知県）の拠点施設
環境省電串海岸のビジターセンター
2021年8月19日筆者撮影

光や学習に利用できるようにするために、リスト化やデータベース化が進められている。「ジオサイト」はジオパークを代表する地形や地質に関わる遺産で、「自然サイト」は、地形地質以外の自然環境や動植物などの遺産である。「文化サイト」はジオパーク内の歴史や文化、また、自然を活かした特徴ある暮らしなどが見学すべきものとして挙げられる。これらの場所には、ジオパークであることを示す、案内看板や各サイトを説明する解説看板の整備が行われる（写真1）。また、ジオパーク全体を説明するための拠点施設として、ビジターセンターやガイダンス施設を整備することも求められている。国立公園内のジオパークの場合は、環境省との連携のもと、国立公園のビジターセンターに拠点施設を設置しているところもある（写真2）。また、既存の博物館や資料館を活用して、ジオパークの展示などを行い、ジオパークの見学や学習の機会を増やすことも求められている。

4.2 ジオガイドとジオツアー

ジオパークには、ジオパークの理念と大地の成り立ちと人々の暮らしを紹介する「ジオガイド」の設置が必須となっている（写真3）。ジオガイドは、地域の一般住民が、ジオパーク協議会が主催する、ジオガイド養成講座などで講習を受け、認定を受けてガイドをするもので、比較的年齢層の高い人たちが多く、元理科や地学の教員もおり、ジオガイドに熱心に取り組む方多い。ジオパークのジオガイドはジオツーリズムで観光客にガイドをするのみならず、小学校や中学校の野外学習や総合学習などに講師として出かけ、子どもたちに大地の成り立ちや、地域の環境と人と自然との関わりを分かりやすく説明しており、また、修学旅行でジオパークを訪れる生徒たちのガイドも引き受けるなど、地域内外の教育面でも貢献をしている。



写真3. ジオガイドによる竜串海岸ジオツアー
土佐清水ジオパーク（高知県）
2021年8月19日筆者撮影

4.3 ジオパーク認定商品

近年、日本各地のジオパークでは、ジオパークエリア内の特産品を大地の恵みとして、ジオパーク認定商品の制度を整備しているところも多い。東北では、下北ジオパーク（青森県）や栗駒山麓ジオパーク（宮城県）、鳥海山・飛鳥ジオパーク（秋田県・山形県）が認定商品制度を持っている。もともと、地域で作られていた農産物や水産品や加工品などは、地域の気候や自然環境、地形や水の環境などとも深いかかわりを持ち、歴史的な地場産業とも結びついている。ジオパークでは、域内の企業の特産品をジオパーク認定商品として指定し、ブランド化を進めている。これらの商品は、道の駅や物産フェアや観光キャンペーンなどでジオパークから発信する商品として販売の促進が行われている。

5. ジオパークにおける観光の課題

ジオパークのエリアには、その認定基準に従って、見学サイトの他に案内看板や拠点施設などのハード整備が求められており、各地のジオパークでは毎年大きな予算を取ってこれらの整備にあたっている。また、ジオガイド活動や、認定商品制度などでは、地域住民や企業など地域の多様な主体がジオパークを活用しながら、地域の観光や教育、産業の振興に努めている。しかしながら、ジオパークを直接目指す観光客はいまだそれほど多くない。この理由として、ジオパーク自体の認知度の低さと、ジオパークの運営組織に観光ビジネスに精通した人材がいないなどのことが考えられる。

5.1 認知度の低さ

日本ジオパークネットワークが2020年に全国の18歳以上の男女9,718名に実施した認知度調査の中で、「ジオパークを知っていますか？」という問いに対して「知っている」が54%となり、この結果は、2015年の調査結果からも大きく変化していない。認知度の地域的な傾向として、都市圏や近畿地方での認知度が低い傾向があり、関東地方は「知らない」が「知っている」を上回っているという。「ジオパーク」という言葉そのものの認知度は50%前後であるので、認知度は進んでいるように思われるが、同調査の結果では、具体個々のジオパークについての認知度は低い。認知度の高かったジオパークの上位10件を挙げると、1位は、阿蘇ユネスコ世界ジオパーク（熊本県）で、18.1%であった。2位は立山黒部ジオパーク（富山県）15.9%、3位は伊豆半島ユネスコ世界ジオパーク（静岡県）と伊豆大島ジオパーク（東京都）でそれぞれ15.7%、5位は箱根ジオパーク（神奈川県）で14.9%、6位は糸魚川ユネスコ世界ジオパーク（新潟県）14.6%、7位が南アルプスジオパーク（長野県）13.5%、8位は、洞爺湖有珠山ユネスコ世界ジオパークと佐渡ジオパークがそれぞれ13.3%、10位に南紀熊野ジオパーク（和歌山県、奈良県）が13.2%となっている。訪問度はさらに低く、阿蘇ユネスコ世界ジオパークが8%で最も多く、次いで立山黒部ジオパークが6.8%、箱根ジオパークが6.5%、洞爺湖有珠山ユネスコ世界ジオパークで6.2%、Mine 秋吉台ジオパークが6.1%、山陰海岸ユネスコ世界ジオパークが5.9%、伊豆半島ユネスコ世界ジオパークが5.8%、

桜島・錦江湾ジオパークが5.0%、南紀・熊野ジオパークが4.5%、三陸ジオパークが4.3%となっている。

上記の認知度、訪問度の調査結果からみると、上位のジオパークは、すでに日本の有名観光地に立地していることが多く、さらに、国立公園や国定公園に指定されているエリアと重複していることが多い。例えば、ユネスコ世界ジオパークに認定されている「阿蘇ユネスコ世界ジオパーク」は「阿蘇くじゅう国立公園」とエリアが重複しており、北海道の「有珠山ジオパーク」のエリアの一部は、「支笏洞爺国立公園」と重なる。また、「伊豆半島ジオパーク」のエリアである伊豆半島は「富士箱根伊豆国立公園」内にあり、既に昔から関東圏における有名観光地である。国立公園は、その設立から80年がたっており、国民の認知度は高い。従って、その地域に来訪する観光客は、国立公園に来訪している意識はあっても、ジオパークに来訪しているという認識はほとんどないと思われる。

近年、各地のジオパークでは、ジオパークの認知度とプログラムやサービスの利用度を向上させるため、国立公園を管轄する環境省との連携を図り、先に述べたように、国立公園内のビジターセンターをジオパークの拠点施設の一つとして位置づけ、解説看板や、パンフレットの設置、ジオガイドの詰め所などの機能を併設することも多くなっており、来訪者が国立公園とジオパークを楽しむ仕組みづくりを進めている（写真2）。

5.2 運営組織に観光関連の人材がない

日本のジオパークを運営する協議会の事務局は、自治体が担っていることが多い。事務局を管轄する部署は様々で、商工観光課が担当するジオパークがある一方で、総務企画課、教育委員会、環境課など観光を扱わない部署が事務局としてジオパークを運営していることが多く、観光プロパーは少ない。従って、ジオパーク内での活動は地元の小中学校への教育活動や地元の環境関連の行事などが中心となり、外に向けたジオツーリズムの活動が積極的に行われているところは少ない。ジオパーク内では、ジオツーリズムの重要性や必要性は理解しているものの、具体的にはどのように観光マーケットにアプローチをするかについて、悩んでいるジオパークも多い。

6. ジオパークの観光まちづくりとしての可能性

前節では、ジオパークがなかなか従来の観光のマーケットになじまない理由を述べたが、中でもジオツーリズムの取り組みを進めているところもある。また、最近の新型コロナウイルス感染症の拡大による観光産業への打撃は大きいですが、ウイズコロナ、アフターコロナの観光のかたちとして、ジオパークが今後注目される可能性は大きいと考えられる。本節では、ジオツーリズム実践の事例を紹介し、コロナ禍でのジオツーリズムの可能性について述べる。

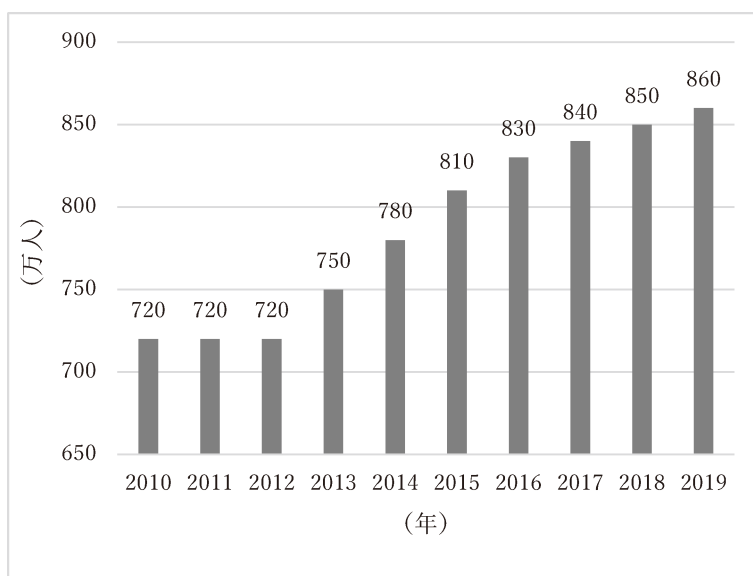
6.1 ジオツーリズムの実践事例

(1) 日本のユネスコ世界ジオパークとして観光を進めるジオパーク

日本に9箇所あるユネスコ世界ジオパークの中で、現在もっともジオツーリズムの取り組みを進めているのが、隠岐ユネスコ世界ジオパーク（島根県）である。このジオパークは、2009年に日本ジオパークの認定を受けてから、2013年にユネスコ世界ジオパークの認定を受けた。それ以来、特に訪日外国人観光客（インバウンド）の誘致を意識した観光の取り組みを進めている。ジオパークの多言語化を目指して、事務局に外国人スタッフを起用しており、2015年には空港名を「隠岐世界ジオパーク空港」と愛称化を行い、島内には光ファイバー網を整備し、インターネットの使用を可能にしている。また、2021年6月には、海士町に「泊まれるジオパーク拠点施設」として、「ジオホテル Ento」がオープンし、隠岐ジオパークの素晴らしさを楽しめる本格的な宿泊施設が整備された。

(2) ジオパーク内の旅行会社設立とリピーターを呼ぶジオツアー

おおいた豊後大野ジオパーク（大分県）は、9万年前に阿蘇山の噴火の際の火砕流によって大地が埋め尽くされ、その後の河川の浸食でつくられた地形の上に営まれる人々の生活の歴史を知ることができるジオパークである。ジオパークのある豊後大野市内には、2015年から市民が地域限定旅行業の旅行会社「豊旅（とよたび）」を設立し、豊後大野市に隣接する大分市に居住する市民を中心としたマーケットにジオツアー商品の販売を行っている。ジオツアーでは、ジオガイドが同行し、地域にある石づくりのアーチ橋や様々な滝、仏閣や石仏などジオパークの自然と歴史を中心に紹介している。また、地元の大地の恵みとして、オーガニックな食材をふんだんに使った料理を提供するレストランとも提携しており、豊後大野市のジオツアーにはリピーターが確実に増えている。



図表5. オートキャンプ参加人数の推移
出典：『令和3年版観光白書』より筆者作成

6.2 アウトドアツーリズムの場としてのジオパークの可能性

『令和3年版観光白書』では、新型コロナウイルス感染症拡大と今後のニューノーマル時代への対応に関連して、ポストコロナの観光スタイルの中で、アウトドア関連の観光が注目されていることが述べられている。アウトドア関連の観光はコロナ以前にも注目されてきたが、コロナ禍においては、三密を避け、自家用車などで家族や少人数で、自然の中で様々な自粛や生活環境の変化から束の間、自分たちを取り戻す活動として年々その需要が高まっている。オートキャンプ参加人数推移の資料からも、その需要が年々高まっており（図表5）、キャンプ場の予約においてもその傾向が高まっているという。

また、『令和3年版観光白書』に掲載された別の意識調査資料で、「渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつごろ行きたいか」においても、「自然が多い地域への旅行」や、「長距離移動を伴う旅行」、「人が少ない地方都市への旅行」への志向が多いことが分かる（図表6）。

訪問意向 (%)	すぐ行きたい	少し時間がたつてから行きたい	しばらくは行きたくない	二度と行きたくない	わからない
友人・知人訪問	24.4	45.0	16.1	1.0	13.6
自然が多い地域への旅行	19.3	53.4	16.7	0.7	10.0
居住している都道府県内での旅行	15.7	49.3	20.6	0.6	13.8
国内旅行（飛行機や鉄道、マイカーなどを利用した長距離移動を伴うもの）	14.8	57.8	22.9	0.3	4.2
人の少ない地方都市への旅行	11.6	53.8	22.5	0.5	11.6
大都市への旅行	5.2	27.9	55.5	1.8	9.6

図表6. 意識調査：「渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつごろ行きたいか」

出典：『令和3年版観光白書』より筆者作成

コロナ禍の中の観光に対する人々の関心は、アウトドアの活動や、人の少ない地方や、自然の多い地域に向けられており、これらの条件を満たす場所のひとつとして、日本各地のジオパークは有望であると考えられる。伊藤ほか（2015）は、三陸ジオパークにおいて、顧客獲得のためのインターネット調査を行った。その結果、顧客が求めているものは、非日常の世界を見ることや、癒しであり、また、三陸ジオパークのイメージでは、自然や景観よりも自然と地域の文化が融合したものへの関心が高い傾向が見られたという。このことから、「ジオパークでの観光においては、大地のなりたちや景観、生態系、災害、産業、地産品など、すべてを包括し、かつ地域文化との関係をシームレスに表現するジオストーリーが求められている」と示唆している。このように、ジオパークでは、地域の自然環境の成り立ちと人々の暮らしとの関係を伝え、楽しむ場づくりを進めることで、来訪者のニーズに応えることができるようになるのではないだろうか。

おわりに

ジオパークは、日本に誕生してから 13 年が過ぎた。今では日本全国 44 個所で地域の自然環境を舞台にして、地域住民や行政、研究者など様々な主体を巻き込んだ活動が進められている。ジオパーク活動の中で地域の人々が最も期待し、またユネスコ世界ジオパークでも求められていることは、地域の観光振興による地域経済の活性化であるが、本稿の考察のとおり、ジオパークが主体となって本格的な観光の取り組みを進めているところは多くない。ジオパークの立地が既存の観光地や国立公園内である場合は、観光の取り組みが既存の観光の枠組みに埋没する傾向もある。しかしながら、ジオパーク活動では、ジオツーリズムや、ジオガイドの活動、認定商品制度の取り組みを通じて、新たなプレイヤーが登場する可能性も大きい。ジオパークは、地域にとって、貴重で多様な資源や人材を発掘し、それぞれを繋ぎながら、新しい価値を作り上げていく場として、その存在意義がある。そして、ジオパークが、認定後から 4 年に 1 度の再認定審査を受け続けなければならないのは、ジオパークの関係者が常に地域の課題と向き合い、地域の人々とともにそれを解決しながら前進することを求められているからである。

謝辞： 本報告にあたっては、日本ジオパークネットワークの皆さま、土佐清水ジオパーク事務局やジオガイドの皆さん、磐梯山ジオパークの事務局の皆さんに貴重な情報と示唆をいただいた。ここに記してお礼申し上げます。

本研究は、科学研究費 基礎研究 (B) 一般 18H03457 ; 「観光の組織化」と地域構造変容のダイナミズムに基づく次世代観光戦略の構築. を使用した。

参考文献・参考 URL

UNESCO Global Geoparks (UGGp) List of Geoparks & Regional Networks

<https://en.unesco.org/global-geoparks/list> (2021 年 11 月 7 日参照)

日本ジオパークネットワーク「日本ジオパークマップ」<https://geopark.jp/> (2021 年 11 月 7 日参照)

千葉昭彦 (2014) 「世界遺産と地域経済—平泉の観光・まちづくりを対象として—」. 『経済地理学年報』第 60 巻, 137-145.

日本ジオパークネットワーク (2020) 認知度調査 不満改善・認知未訪問調査報告書. 50pp.

<https://geopark.jp/activity/research/r2020/> (2021 年 11 月 7 日参照)

観光庁 (2021) 第 II 部新型コロナウイルス感染症を踏まえた観光の新たな展開. 『令和 3 年度版観光白書』39-129.

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001408960.pdf>. (2021 年 11 月 7 日参照)

伊藤英之・鈴木正貴・佐藤凌太・杉本伸一・関 博充 (2015) 「インターネットアンケートを用いた三陸ジオパークの顧客獲得に関する研究」. 『地学雑誌』124(4)561-574.