

産業・観光振興調査特別委員会会議記録

産業・観光振興調査特別委員会委員長 福井 せいじ

- 1 日時
平成27年1月15日（木曜日）
午前10時2分開会、午前11時6分散会
- 2 場所
第3委員会室
- 3 出席委員
福井せいじ委員長、後藤完副委員長、工藤勝子委員、嵯峨壱朗委員、渡辺幸貫委員、
工藤勝博委員、郷右近浩委員、岩淵誠委員、高橋但馬委員、木村幸弘委員、
清水恭一委員
- 4 欠席委員
なし
- 5 事務局職員
坂下担当書記、田中担当書記
- 6 説明のために出席した者
岩手県立大学総合政策学部 教授 伊藤英之 氏
- 7 一般傍聴者
1名
- 8 会議に付した事件
(1)調査
三陸ジオパークの観光マーケティング戦略
(2)その他
ア 委員会全国調査について
イ 次回の委員会運営について
- 9 議事の内容

○**福井せいじ委員長** おはようございます。ただいまから産業・観光振興調査特別委員会を開会いたします。

これより本日の会議を開きます。本日は、お手元に配付しております日程のとおり、三陸ジオパークの観光マーケティング戦略について調査を行いたいと思います。

本日は、講師として岩手県立大学総合政策学部教授の伊藤英之様をお招きしておりますので、御紹介いたします。どうぞ、伊藤様から挨拶をお願いします。

○**伊藤英之講師** 岩手県立大学の伊藤と申します。どうぞきょうはよろしくお願ひいたします。

○**福井せいじ委員長** 伊藤様の御略歴等につきましては、お手元に配付しております資料のとおりでございます。伊藤様におかれましては、御多忙のところこのたび御講演をお引き受けいただきまして、まことにありがとうございます。改めて感謝申し上げます。

これからお話をいただくことといたしますが、後ほど質疑、意見交換等の時間を設けておりますので、御了承願いたいと思います。

それでは伊藤様、よろしく願いいたします。

○**伊藤英之講師** 三陸ジオパークの観光戦略、マーケティングについて御説明させていただきたいと思います。

自己紹介、プロフィールにつきましてはお手元にあるということなので、省略させていただきます。私実はジオパークには余り絡んでおりませんで、元々は災害のほうの研究を主にしております。特に火山災害についての専門でして、こういう検出物を見ながら実際の観測データと照らし合わせて、火山の下で何が起きているか、そういうようなことを主に研究しております。

元々はずっと大学にいたわけではありませんが、東京のコンサルタントや国土交通省の所管の財団法人で、主にハザードマップをつくるというようなことをやっております、岩手山のハザードマップも協力させていただきました。コンピューターシミュレーションなどを駆使して災害を予測するというのをやっております。

あと、あわせてそういう防災教育などもメインでやっております。これは何をやっているかという、実際にコーラを爆発させて、子供たちに火山噴火のメカニズムを理解させるというようなことで、この辺からジオパークや防災教育の普及啓発のようなことをやるようになってきました。

さて、突然ですけれども、こういうデータをちょっとお見せしたいと思うのですが、これは何のデータかという、今までに三陸海岸に来たことがある人がどれぐらいいるかというのをインターネットでアンケートをとったものです。そうすると、日本全国の平均値で見ると、およそ3割の方しか三陸海岸に来たことがないというようなことが出てきました。きょうのメインのお話なのですけれども、最近インターネットアンケートを使いまして、三陸ジオパークに来ていただけるような一般の方に対してのジオパークの印象や、旅のスタイル、三陸海岸のイメージ、こういったものを把握したので、その辺の御報告をさせていただきたいと思います。

目的は何かといいますと、要はどういう方が三陸海岸に来ていただけるターゲットになり得るのかというのをはかりました。どういう調査をしたかといいますと、NTTコムオンラインというのを使いまして、事前に登録されているインターネットアンケートに答えていただけるユーザーの方にメールをお送りします。それで、アンケートに答えていただけるという方にインターネットでアンケートをとるというサービスがありますので、それを用いまして、先ほど申し上げたとおり三陸ジオパークのイメージや、三陸海岸の印象といったものをはかったわけです。回収率はおよそ100%で、メールでお送りして、インタ

一ネット上でアンケートに答えていただくと、同時に2人の方がその回線につながっていたときは、その2人の方をとってしまうので、400人にアンケートをとったのですが、実際は401人が回答されています。

アンケートに答えていただいた対象者ですけれども、多くは首都圏に集中しています。首都圏から名古屋、関西、福岡、こういったところに集中しますが、和歌山を除く全ての県の方たちにアンケートに答えていただいたわけです。

アンケートの年齢構成ですけれども、44歳をピークにしまして、比較的高齢の方に答えていただいています。若い方は余りこういうアンケートには答えていただけなくて、20歳代、30歳代は若干低目の傾向です。これは実際にじゃらんリサーチが調査した旅に出ている方、旅に出る方、国内旅行を主にされる方の年齢分布とおおよそ傾向が合っていますので、多分日本全国の方の意見が反映されているというような結果です。

まずジオパークに関係なく、三陸海岸の主要な観光地がどれぐらい知られているかということ調べてみました。上から奇跡の一本松、浄土ヶ浜、北山崎、たろう観光ホテル、玉山金山、種差海岸、龍泉洞、碁石海岸、唐桑半島と並べてみます。そうしますと、知っている場所、すなわち認知されている場所というのはずば抜けて浄土ヶ浜です。浄土ヶ浜、奇跡の一本松、龍泉洞というのが非常に認知度が高いということがこのデータから言えます。一方で、実際に来たことがあるかということになりますと、浄土ヶ浜は来たことがある方が非常に多く、その次が龍泉洞で、認知度に対して奇跡の一本松というのは低い、こういうような傾向が今回見られています。

実際に三陸海岸に来たことのある方だけを抽出して、行ったことがある場所に対して、もう一回この場所へ行ってみたいかどうかということ聞いてみます。赤がもう一度行きたい、黄色がやや行きたい、緑が興味がないというふうに分けたのですけれども、これを見ると全体的に赤と黄色を合わせると非常に高い傾向があります。行ってみたい場所というのは、龍泉洞、浄土ヶ浜、種差海岸、唐桑半島、碁石海岸の順番に並ぶということがわかります。

では、行ったことのない方に対して、これらの場所に行きたいかというデータをあわせてみます。そうすると、全体的に興味がないという部分がふえてくるわけです。この2つを並べて50%で線を引いてみます。そうしますと、来訪経験のある方というのは行きたい、やや行きたいが非常に高い傾向、全ての場所で50%を超える傾向があるのですけれども、それに対して三陸海岸に来たことのない人というのは概して低い傾向が出てきます。ということは、三陸海岸そのものの活性化というのは、新しい客を開拓するよりも、むしろリピーターをふやすような仕組みが必要であるということがこういうデータから言えることがわかってきました。

次に、皆さんは三陸海岸にどのようなイメージを持っていますかというふうなことを聞いてみます。そうすると、圧倒的に多いのが、実は私はあまちゃんかと思っていたのですが、むしろリアス式海岸で、それから復興へ進む姿、震災の爪跡というのが三陸海岸の

イメージとして、全国的には持たれています。次点としまして、あまちゃんやウニやアワビの海産物、それから三陸鉄道というようなことがあります。こういう傾向が出ていることがわかりました。

それから、三陸ジオパークと三陸復興国立公園の認知度をそれぞれ聞いたところ、三陸ジオパークを知っているという方は6.7%と、非常に少ないです。三陸復興国立公園でも16%ということで、ほとんど両方とも知名度がない状態なのです。

さて、ジオパークというのはどういうものかといいますと、ジオパークそのものの定義というのは、地球活動の遺産、すなわち地質であるとか鉱物であるとか化石であるとか風景であるとか、そういったものを見どころとする自然公園とされております。ジオというのは大地や地球という意味ですから、大地の公園という意味で、この定義は世界的に共通しているところです。

現在ジオパークというのは、実はことしちょっとふえまして、世界30カ国で100地域、場所はほとんどがアジア、それからヨーロッパに集中しております。ユネスコが管轄しているものですので、4年に1回審査がありまして、実はことしの審査でオーストラリアがジオパークから外されています。我が国では昨年12月現在で、ユネスコが認める世界的に高品質なジオパークである世界ジオパークが7カ所あり、赤く示してある場所が世界ジオパークです。洞爺、糸魚川、山陰海岸、隠岐、室戸、阿蘇、島原の7カ所が世界ジオパークになっています。それ以外のところが30カ所で、ことし苗場山麓というのがジオパークの仲間入りをします。

ジオパークというものはどういうものかといいますと、大地が生んだ資産を活用して保全する、そして最終的な目的は地域振興ですから、一種の社会活動として捉えられております。最終的には究極の地域活性化の方法というふうには日本ジオパークネットワークでは位置づけております。

具体的に申し上げますと、私たちの住んでいる地域社会と、その地域を支える地面、大地があります。地域社会の中にはさまざまな構成要素がございます。具体的に挙げると実は切りがないのですけれども、ざっと言いますと、人がいて、歴史があつて、産業があつて、文化があつて、思想や科学があつたりします。地面のジオの構成材料としては、土壌があつて、地形があつて、地質があつて、地下水、川、植物、動物、これらを合わせた自然景観、それからこういう自然があると災害も当然発生します。こういった大地の構成要素。地域社会と大地の間には、さらにこれらを使った産業が発達したり観光が発達したり、防災が発達したりします。これら全てを有機的に結びつけるのがジオパークというふうには考えられております。

ジオパークはしばしば世界遺産との対比をされるわけですが、世界遺産との大きな違いというのは、まず管理主体は同じユネスコなのですが、これから後世にその遺産を保全して残していくというのが世界遺産の大きな目的ですが、ジオパークはこの遺産を保全しつつ積極的に活用していく、そういったところが違います。それから、持続的な地域

の活性化というものがジオパークですから、その地域を改変することを世界遺産では厳しく制限されますが、ジオパークでは地域を改変していくということが可能になっています。さらに、観光も世界遺産の場合は場所により厳しく制限されています。ジオパークの場合は積極的に展開するというふうなことになっています。

実際、1988年にアメリカのイエローストーンの世界遺産で大きな山火事が起きて、エリアの3分の1が燃えるという事態があったのですが、このときには自然の改変を許さないということで、山火事を消すということをしなかったのです。その結果、こういうふうに松が焼けてしまって、エルクが食べ物がなくなってしまうというような状態が現在も続くというようなことがあります。

さて、三陸ジオパークですけれども、三陸ジオパークにはメインテーマというものがあります。メインテーマは何かというと、大きなテーマは悠久の大地と海と共に生きるというテーマが設定されています。それから、2つ目のメインテーマとして、震災の記憶を後世に伝えて、震災を世界的に学ぶ、それから情報発信していく、そういうテーマが設定されています。サブテーマとしまして、繰り返される災害に立ち向かい、将来に備える、それから地球規模の大地と気候変動の変遷から成り立ちを考える、3つ目として豊かな資源と人々の暮らしを再生して未来をつくる、この3つのテーマが設定されています。

これらのテーマを見ることができる場所というのは、ジオサイトと呼ばれるサイトです。三陸ジオパークには48のジオサイトが設定されています。そのジオサイトの一つとして北山崎があり、ここでは大地の変動を理解するというようなジオのテーマということだと思います。それから、龍泉洞、浄土ヶ浜、こういったものが設定されていますし、地球の気候変動を知るという意味では、今から2億5,000万年ぐらい前に古生代から中生代に移るときに、地球規模で生命の大量絶滅があったという証拠を示す、黒色泥岩と呼ばれるような、世界的にも珍しい海底の堆積物が見られるジオサイトが、安家の鍾乳洞の近くにあります。

そもそも岩手県というのは非常に多様な地質から構成されておりまして、北部と南部でも地質が違ってきていますし、秋田県との境でもこの辺は火山が中心になっていて、堆積物が複数あるのです。ジオサイトとなっているのは主に南が5億年ぐらい前の古い地層から成る南部の北上山地と、それから2億年ぐらい前の、2億年といっても地質学的には非常に新しい年代なのですが、北部山地、こういったものから成っていて、岩手県というのはいわゆる地質のデパートと言っても過言でもないような場所です。こういう大地の恵みを積極的に展開していこうというのがジオパークの目的です。

ところが、一般の方はジオパークというのは非常にイメージしづらいということがあります。これは、ジオパークについてどういうイメージをお持ちですかという聞き方をしています。遊園地や壮大な風景を眺める場、ハイキングができる環境保護エリア、地質のテーマパーク、これが正解なのですけれども、研究施設などいろいろなものを入れてみますと非常にばらつくのです。強く思うや、そうは思わないという部分が非常に少なく、

大体は何かよくわからないと。すなわち一般の方がジオパークに対しての具体的なイメージを持っていないということがこういうデータから明らかにされました。

それから、三陸に限らず、ジオパークというものを知っていますかと全国的に聞いてみると、知っているという方は20%ぐらいしかいません。ほとんどの方がジオパークを知らない。それから、ジオパークを知っている方がどういうところに分布しているかというところ、そもそもジオパークが自分の県内にあるところは高いです。熊本県は、実はジオパークの認知度はこのデータでは100%なのです。おかしいなと思って、ちょっと答えた方の数を調べて見ると、実は1人しかいなかったのです。たまたま1人だったので、ジオパークの認知度が100%なんていうデータが出てしまったものです。

問題は、アンケートに答えていただいている首都圏の方が、ほとんどジオパークに無知であることです。アンケートに答えてくださっている方というのは首都圏、それから名古屋、大阪付近なのですが、非常にジオパークの認知度が低いというのがこういうデータから見えます。

それから、今度は知っているとして答えていただいた20%の方に対して、ジオパークをどこで知ったかを聞いてみますと、圧倒的にテレビ、新聞で、その次がインターネット、パンフレットです。ジオパークそのものの番組というのは、岩手県内では時々県政テレビ番組などで取り上げていただいていますので、多少番組として出てきているのですが、ほとんどの場合は新聞報道です。それからテレビのニュースの中で取り上げたものが高いというようなことです。ですから、ジオパークの広報というのはテレビ、特に報道で取り上げてもらうのが効果的だということがわかりました。

一方で、ではジオパークに行ってみたいですかということを聞くと、半分の方はジオパークには行ってみたいと答えています。ということは、プロモーションの仕方によってはジオパークを認知して広めることができそうだというのがこういうデータから出てきます。

先ほどちょっと申し上げましたけれども、ジオパークの分布地とジオパークの認知度を図で比較してみます。これは実は単純にジオパークではなくて、三陸ジオパークを知っていますかという聞き方をしたもののデータですが、そうしますとジオパークの分布と認知度というのは比較的強い相関がありそうだというのがこういうデータから出てきます。ということは、これはジオパーク同士で情報の交流をして、お互いのジオパークを違う地域に広めていく、そういうようなことでジオパークの認知度が上がるのではないかと考えられるわけです。

それから次に、国内旅行に出るときに何を目的に旅に出ますかということを聞くと、はっきりしている目的があるということ、あと予算によってほとんど決まってしまうということがわかったのです。では、どういう目的で旅に出ますかということを聞いてみますと、リフレッシュ、グルメ、それからストレス発散や新しい発見などとありますけれども、やはりリフレッシュがうまくできる、かつおいしいものがあるところにどうも旅に出たい。なので、先ほどの奇跡の一本松に行ったことがあるという方が非常に少ないのは、やっぱ

りネガティブなものというのは今の段階では比較的好まれていないのではないかということも少しあります。

それから、旅のスタイルですけれども、誰と行くかというのは、先ほどの年齢構成を見てもよくわかるのですけれども、40代の方、私ぐらいの人間が非常に多いので、家族と自家用車で1泊2日程度の旅に出たいということです。次点で多いのが夫婦での旅なので、これは多分フルムーンを指している。子供がいますと、飛行機や電車で旅行して、途中で泣かれたりぐずられたりという経験があると思いますが、そういうことがあるので、やはり自家用車を活用するような旅に出たいということがこういうデータでわかりました。家族での場合は、回答者の属性である40代を考えて、やはり小学生程度の子供と一緒に旅行をするというのが一番多いです。

次に、旅に出るとお土産が欲しいわけなのですが、そのお土産で重要視する項目は何ですかということ聞いてみると、現地でしか手に入らないものがジャスト80%で一番高く、試食しておいしいもの、お店の定番というものが好まれるという傾向が出てきます。ですから、観光客を呼ぶためのお土産というのも実は工夫のしようによっては一つの有力なプロモーションになる可能性がこのデータから示されています。

それから、旅行に行くときの平均予算はどれぐらいかと聞いてみますと、これは交通費を除いた1人当たりの旅の平均をとっていますけれども、おおよそ1人2万円未満です。ほかの第三者の人に対してのお土産の平均予算というのがおおよそ3,000円未満で、5,000円未満というのが過半数を占めています。意外と皆さんリッチな感じですね。

実はお土産については別の地域の前例がありまして、伊豆半島ジオパークというところがあるのですが、伊豆半島では地域の方を巻き込んで、こういうオリジナルのスイーツ、例えば水底土石流を模したパウンドケーキや、石灰岩に入っている虫の化石をシミュレートしたヌガーなど、そういったものをつくっているのですが、これが今通信販売で物すごくばか売れしています。初めは通信販売はしていなかったのですけれども、実際に伊東市まで買いに来るといって地質マニアの方がいらっしゃいます。それで通信販売をするようになったのです。1個3,500円しますが、爆発的に売れています。

なので、翻って三陸を見てみますと、サンマラーメンなどがありますけれども、これよりはむしろきちっとコラボレーションして、こういったオリジナルのものを開発していったほうがどうもよさそうだというのわかります。

それから、同じ伊豆半島なのですけれども、意外と鉄道マニアの方いらっしゃいまして、その方はどこまでもカメラを持って行きますので、ジオ鉄とって、うまく地域の風景と電車を一つの写真におさめるという、そういうようなコンテストをやって集客しているのです。これも成功しています。

それから、これは伊豆半島の1,000万年を撮ると書いていますけれども、プロのカメラマンを招待して風景写真の撮り方、そういったもののツアーを開催すると。2012年から毎年やっているのですが、非常に好評で、お客さんが結構入っている、そういうようなことを

やっているところがあります。

それから、同じように伊豆半島なのですけれども、プロのミュージシャンにステージのかわりに雄大な風景の前で歌を歌って演奏してもらうということで、この企画も非常にうまくいきました。

これは全部伊豆半島の事例なのですけれども、実は何を言いたいかといいますと、伊豆半島の場合は地域を巻き込んで、従来から温泉地でお客さんがいっぱい入ってくる場所で、こういうように地域が積極的にツアーやイベントをやることによってさらに集客が進んでいく、そういうような実例があるということを御報告させていただきます。

一方で、地域住民が積極的にこういうことをやっていることによって、伊豆半島はジオパークにおととしなっただけなのなのですけれども、条件付きの推薦ということで、去年11月だったかにユネスコが支援する世界ジオパークに推薦されてしまうと、こういうような効果が出てきているわけです。

それから、ジオパークには必ずツアーガイドというものを置くことになっています。では、実際に旅に出るときに、一般の方はこういうガイドを見つけたときにどれぐらいの人がガイドをお願いするかというのをアンケートで見ると、43%が旅先でガイドがあれば活用したいとおっしゃっております。三陸ジオパークも現在ツアーガイドというのを養成しております。既に田野畑村などではそういうガイドをやっておりますけれども、さらに一般の観光客の方の目につくようなことになれば、ガイドによって地元にお金落ちていくという可能性もあるということがこのデータからわかります。

では、このガイドですが、幾らだったら使うかと聞くと結構ばらついていて、これは時間当たりで聞いていますけれども、1,000円以下というのがほとんどです。ざっと見て3,000円以下ならガイドを雇ってもいいかなというようなことがこのデータで出ています。

ツアーガイドに求めるスキルとしましては、わかりやすい解説、それから専門的知識、この辺は当然かなと思っておりますが、危機管理の能力というのも求められています。個性的なキャラクターというのは大して求められていないというようなデータが出てきます。

それから、旅に行くときの情報源としてはどういうところかというところ、やはりインターネットが非常に大きく、このアンケート自体がインターネットアンケートなので、当然インターネットにふだん接している方が多く回答していただいていますけれども、やっぱり旅行サイト、それから雑誌、それからその他のインターネット情報、こういったところが非常に多いです。ただ、10%くらいの方は観光地のパンフレットと答えていますので、パンフレットを充実させるというのも情報の中では重要になっているかと思えます。

次に、この2つに着目して、どういう雑誌やサイトを見ているかというようなことを聞いてみました。そうしますと、ウェブサイトが多いのは楽天トラベル、それからじゃらんネット、ヤフートラベルが上位です。そのほか旅行会社のホームページというのもありますけれども、圧倒的に楽天、じゃらん、ヤフートラベルといった検索サイトに近いようなところの情報源が重要視されていますので、こういったところに三陸の情報をどう盛り込

むかというのが一つのポイントになると思います。

雑誌としては、やはり上位はるるぶ、じゃらん、といったメジャーなところが圧倒的です。Hanakoや旅行読売というのは、余りパーセントとしては高くないと。

三陸ジオパークの構成要素として一つ重要なのは、震災遺構です。では、震災遺構は地域観光のメインとなり得るかということについてちょっと考察してみました。先ほど出したとおり、三陸ジオパークのメインテーマというのは、震災の記憶を後世に伝えて、震災を学ぶ地域ということを行っています。ところが、実際にはまだ、先ほどグラフで見ただいたとおり、たろう観光ホテルや奇跡の一本松に訪れる観光客というのは非常に少ないわけです。

ということで、ほかの地域の事例をちょっと調査してみました。一つは今から25年前、1990年から95年に雲仙普賢岳が噴火して、43名の方が亡くなっています。主な災害は火砕流で、この火砕流で焼けた大野木場小学校、これは今ジオサイトになっていますけれども、こういったところで観光客が本当に戻ってきているかということをやちょっと調べてみました。

対象としたのは、南島原市にある土石流被災家屋保存公園です。観光客の入り込みが一番わかりやすいところなので、ここを調査してみました。噴火が終わった1995年に、町議会、県議会で砂防ダムをつくるということになったのですが、そのときに、土石流でやられた地域をどうするかということで、ここを買い上げて、こういうドームで覆って、土石流の災害を未来に伝えていこうということで、1999年にこの土石流被災家屋保存公園というのでき上がったのです。

特徴は、こういうドームで覆った土石流の被災家屋の隣に道の駅をつくったことです。道の駅とのコラボレーションで観光客を呼ぼうということなのですが、この観光客の入り込みをちょっと見てみますと、噴火が終わったのが1995年ですが、これは平成で示していますけれども、これがオープンしてから、おおよそ40万人を切らないで現在も観光客が推移しています。

それから、もう一つの事例として、ことしで20年になりますけれども、阪神・淡路大震災でも教訓を伝えるために県が第三セクターをつくりまして、人と防災未来センターという研究所を併設した震災遺構を残す建物をつくりました。中身を見ますと、こういうふうに震災の傷跡や写真、動画などをずっと展示していて、あと震災の遺構を、例えば火事で焼け焦げた時計などを保存している施設なのですが、実は神戸というのは人と防災未来センター以外にまとまった震災遺構というのは余りないのです。

例えば火災がひどかった長田区というのは、鉄人28号の実物大のモニュメントをつくっているのです。商店街にこういう展示施設をつくっているという事例はありますが、震災遺構はほとんどありません。あとは、区画整理されたところどころにこういうモニュメントをつくって、震災を伝えている程度なのですが、こういったものをあわせて神戸ではどれぐらいの震災の遺構が残っているかということ、これは震度7の分布ですけれども、被害

が大きかったところを中心に慰霊碑が24%、それから記念碑みたいなもの被災物を展示して瓦れきが多少ある程度なのです。代表的なものとしてはメリケンパークの波止場のところが地震で沈下したというところがあって、あと傾いた高速道路の橋脚を残している、この程度しかないのです。

神戸で震災遺構と言えるものというのは、先ほど申し上げた人と防災未来センターしかないのですが、それでも人と防災未来センターに年間どれぐらいの観光客が来ているかというと、やはり30万人ぐらいです。ということは、先ほどの土石流被災家屋保存公園が年間40万人程度であるので、結果としては震災遺構は集客施設となり得ます。

ただし、問題も幾つかあります。それからもう一つ、震災の記憶の風化という話であります。神戸では震災が起きてから、こういうこうべあいウォークというのがあって、被災した場所をみんなで3キロぐらい歩くというイベントをやっているのですが、こういうのは逆に風化を防げないということも出てきています。こうべあいウォークの参加者数を見ますと、当初3,500人ぐらいあったのが、途中真ん中が途切れていますけれども、現在は100人程度です。ということは、こういうものでは風化は防げません。

それから、震災遺構というのは保存するというに現在いろいろな問題があって、あるものが壊されてしまっていますけれども、やはりこういう遺構を保存するためには主体的に活動していったり、サポート団体が育ったり、公的機関というものが存在する、そういったものが重要であろうというふうに思います。

実は三陸ジオパークでは震災遺構を積極的に残そうという活動が現在進められています。これはなぜかといいますと、2012年に島原でジオパークの国際会議が開かれたのですが、そのときにジオパークは被災体験を教育の一つの手段として有効に活用しようという宣言が出されたのです。これで震災遺構を積極的に残そうという活動はしているのですが、なかなか難しいです。

それから、あともう一つ言い忘れていたのですけれども、神戸の人と防災未来センターは実はそんなに歴史が古いわけではなくて、阪神・淡路大震災が起きたのは1995年ですけども、できたのは2002年ぐらいなのです。雲仙普賢岳も1995年に噴火が終わって、土石流被災家屋保存公園ができたのは1999年ですから、やはり5年ぐらいの時間を置いてからではないと集客施設とはなり得ないと。先ほどのデータを解釈してみると、災害が起きてから5年間ぐらいというのは、そういうものを見に行くのは不謹慎だというような心理が働いているのではないかというデータが出てきます。

東日本大震災の場合は、メインとなるものがほとんど撤去されてしまっていますけれども、やはりこれからは世界ジオパークに向けて活動を積極的に展開していくことが重要だと思います。というのは、世界ジオパークになれば三陸ユネスコジオパークと名乗ることができますので、ユネスコという名前が出てくるとやはり対外的なアピールが大きくなっていきます。すなわちユネスコが支援するジオパークですから高品質だということ言えますので、三陸ジオパークを世界に向けていかないといけません。やはり地球の営みをも

う少しダイナミックに宣伝しつつ、地域が積極的にジオパーク活動に関与できるような環境をつくっていく必要があるのではないかというふうに思っております。

雑多な説明になってしまいましたけれども、これで終わります。

〔拍手〕

○**福井せいじ委員長** 大変貴重なお話、ありがとうございました。

これより質疑、意見交換を行います。ただいまお話しいただきましたことに関し、質疑、御意見がありましたらお願いいたします。

○**嵯峨耆朗委員** ありがとうございます。ジオパークは火山と密接に関係していて、去年、箱根と伊豆に行ってきたのですが、箱根のロープウエーに乗り、下を見るとぼこぼこ、ぼこぼこなっていて、生きている状態だったので、怖いなと思いました。

何を言いたいかという、近年火山の災害がいろいろと起きています。箱根で火山が爆発することはないのかと思うのですが、そういった危険性と、岩手県の場合はそういった問題は岩手山しかないのでしょうか、ああいうところに行くと、生きている火山の状態のときにジオパークに指定されて、ガイドなども充実して、すごいのですが、そういった危険性と背中合わせのような気がするのです。そういったものはあまり意識されないものなのですか。

○**伊藤英之講師** 防災をきちんと観光客に学んでもらうという目的で、政府もハザードマップを観光客に配ったり、それからあとは危険な場所はきちんと立ち入り禁止にしたり、そういうことはやっています。

○**嵯峨耆朗委員** 桜島などでは、1メートルぐらい隆起したということもありますよね。人が集まってくる観光施設と危険なところが背中合わせなので、もちろんちゃんと対策をしているのでしょうか、行く側としては考慮して行くべきなのか、どうなのでしょう。

○**伊藤英之講師** 噴火による災害も全てひっくるめて地球の営みだという理解をしていただきたいというようなことで、教育型というか、そういう防災対策等々がとられております。

○**嵯峨耆朗委員** 行く人からすれば、余り関係ないのでしょうか。我々が行くのに影響しないのかなと思ったのです。ああいう災害があつて、間近に例えば御嶽山のことがありました。そうすると、怖いもの見たさのようなものもないわけではないけれども、どうなのだろうと思いました。

○**工藤勝子委員** ありがとうございました。非常に三陸ジオパークの認知度が低いというお話がございました。

では、今後岩手県だけで例えばアンケートなどをとって、県民の人たちでどのくらい三陸ジオパークを認知しているかと考えているのか。また、今後全国的に認知度を高めていくためには、何かもっともっとPRする方法や、ユネスコに向けての話もございました。震災から4年になってきますので、これから陸前高田市のほうではメモリアル公園

みたいな、ああいうのが整備されると聞いております。いろいろな部分で震災の遺構というのとはなくなってきていますよね。全国に災害が起きていまして、そういう中でどういふもので正々堂々として認知度を高めていったらいいのか教えていただきたいです。

○伊藤英之講師 先ほどのこのデータですが、黄色や赤がついているジオパークのある県の県民の方ほどジオパークをきちんと認識しているということがありますので、例えば桜島・錦江湾ジオパークで三陸ジオパークのことをプロモーションしてもらって、三陸で山陰海岸ジオパークの宣伝をするなど、そういうようなジオパーク同士の交流で、ある程度観光客に対しての認知度を上げることはできるというのが一つあると思います。

あと、国際的に三陸ジオパークを売っていくということがあるかなという気がしているのです。というのは、島原半島のことなのですが、2007年に国際火山学会を誘致したのです。国際火山学会を誘致して、それで地域に非常にたくさんの外国の方が来て、お土産をいっぱい買って行って、直接的に所得がふえています。それで味をしめていいですか、その後一気に住民の方が中心となって世界ジオパークまで持って行って、観光客が高い水準で来ているということをお考えすると、一つはそういうきっかけをつくるような大規模なイベントを誘致するというのもあるかと思えます。

実際に三陸海岸の場合は、津波と地震の研究者が非常に注目している地域ですので、そういった国際会議を例えば釜石市なり陸前高田市で開いたりというアイデアはあり得るかと思えます。

○工藤勝子委員 結局はジオパークの認知度を高めていくには、ジオパークに認定されている同士のいろいろな情報の発信や、交流などが非常に大事だというお話だったと思うのですが、これを見ると世界ジオパークが7カ所、それから全国には30カ所ありますが、例えばこういう人たちが一堂に会して、協議会でもないでしょうけれども、何か集まって、お互いに情報を発信したり、今後交流しましょうという大会のようなものはないのですか。

○伊藤英之講師 あります。日本では年に1回、それから国際ジオパーク会議が2年に1回行われていまして、昨年は南アルプスジオパークで全国のジオパーク関係者が一堂に会した大会をやっております。国際会議も昨年ありまして、カナダのストーンハンマーで行われました。三陸も実は去年の9月に研修会を全国規模でやっております、100人近くの方が来られて、情報の発信の仕方などについての議論をしています。

○工藤勝子委員 いろいろと研究されている地域で、特に先生はこことこの地域はすごくうまく連携をとってやっているねというところがありますでしょうか。

○伊藤英之講師 何度も出していますが、やはり伊豆半島です。伊豆半島は専門家よりも、むしろ住民の方が積極的で、先ほどのジオスイーツというのですけれども、ああいうものをつくったりということをやっているのです。

○工藤勝子委員 結果的に、認知度を高めていくためには、やはり住民の皆さんがいろいろな形の中でジオパークを契機として、情報発信を結局自分たちでやっていかなければなら

らないということになるわけですね。

○伊藤英之講師 ジオパークは、やはり住民の方が積極的に関与して、商品を開発したり、特産のものを宣伝していくという活動そのものが非常に重要になってきますね。

○福井せいじ委員長 ちょっと確認させていただきたいのですけれども、ユネスコ世界ジオパークの認証をもらうには、ここに書いてあるのとおり、日本ジオパークとしての実績づくりというのがやっぱり必要だということですか。資産としては基準がないわけですよね。ないというか、ある程度日本ジオパークとしての資産認定はされているとしたら、次に世界に行くという場合にはどうなのでしょう。

○伊藤英之講師 一番評価されるのは、地元がどれだけ積極的にいろいろなことをやっているかです。

○福井せいじ委員長 世界遺産との違いというページがあったのですけれども、この持続的な地域活性化や、観光を積極的に展開するなど、そういった取り組みが世界ジオパークの認定に向けては必要だということですか。

○伊藤英之講師 一番評価されるのは、まさにそこです。

○福井せいじ委員長 はい、わかりました。

ほかにありませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○福井せいじ委員長 ほかにないようですので、本日の調査はこれをもって終了します。伊藤様、本当に本日はお忙しいところ、まことにありがとうございました。今後私たちも一生懸命いろいろなことを考えて、三陸のジオパークを発信していきたいと思っておりますので、どうぞこれからも御指導をよろしくお願ひしたいと思ひます。ありがとうございました。

〔拍手〕

○福井せいじ委員長 委員の皆様には次回の委員会運営等について御相談がありますので、しばしお残り願ひたいと思ひます。

次に、2月3日から5日に予定されております全国調査についてであります。高知県及び香川県内の産業、観光に関する取り組み等の調査を行います。皆様のお手元に日程等が配付されていると思ひますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

次に、4月に予定されております当委員会の調査事項についてであります。御意見等はありませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○福井せいじ委員長 特に意見等がなければ当職に御一任願ひたいと思ひますが、これに御異議ありませんか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○福井せいじ委員長 異議なしと認め、さよう決定いたしました。

以上をもって本日の日程は全部終了いたしました。本日はこれをもって散会いたします。