



ジオツーリズムによる地域振興の研究

青木 勝一

概要

ジオパークは景観として美しい地形や地質などの地球科学的な資源を活かした「大地の公園」であり、ジオパークは、地球活動に伴う自然遺産であるジオサイトを「大地の遺産」として保全・保護するとともに、それらを教育・啓蒙や研究に活用して、地域の持続的な発展に寄与することを役割としているが、加えて、地域固有の資産であるため、地域振興への活用が可能である。一方で、日本においては各地域がジオパークを重視し始めたのは2010年代以降であり、その活用の取組はようやく本格化したところである。

本稿では、このように、近年本格化するジオパークによる地域振興の中でも、「ジオツーリズム」を対象に、いかなる取組が具体的に進められているかを、国内のジオパークの悉皆的調査に基づき分析した。

分析の結果、多くのジオパークがジオガイドに対する支援や旅行会社との連携には積極的である一方、地元企業に対する金銭的支援や企業とコミュニティの連携促進に取り組むジオパークは多くないことが明らかとなった。

キーワード：ジオパーク、ジオツーリズム、推進協議会、ジオガイド、認定商品

(投稿日 2023年12月31日)

文教大学経営学部

〒121-8577 東京都足立区花畑5-6-1

TEL：03-5688-8577 FAX：03-5856-6009

<http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/business/>

ジオツーリズムによる地域振興の研究係

青 木 勝 一*

1. 本稿の目的

ジオパークは景観として美しい地形や地質などの地球科学的な資源を活かした「大地の公園」であり、ユネスコが支援する世界ジオパークネットワーク（Global Geopark Network：以下、GGNと略記）が推進しているものである。菊池ほか（2001）によると、ジオパークの役割は、地球活動に伴う自然遺産であるジオサイトを「大地の遺産」として保全・保護するとともに、それらを教育・啓蒙や研究に活用して、地域の持続的な発展に寄与することである。

ジオパークは地域固有の資産であるため、地域振興への活用が可能である。一方で、各地域がジオパークを重視し始めたのは2010年代以降であり、その活用の取組はようやく本格化したところである。

本稿は、ジオパークによる地域振興方策の一つである「ジオツーリズム」を対象に、いかなる取組が具体的に進められているかを、国内のジオパークの悉皆的調査に基づき分析するものである。

2. ジオパークの定義及び日本のジオパークの概要

(1) ジオパークの定義

GGNはジオパークを「国際的な地質学的重要性を有するサイトや景観が、保護・教育・研究・持続可能な開発が一体となった概念によって管理された、単一の、統合された地理的領域」と定義し、認定の主な要件として以下を挙げている。

- a) 明確に定義された境界線と、その機能を全うするための適切な面積を持つ。科学の専門家によって独立に確かめられた国際的に重要な地質遺産を含む。
- b) 社会が直面している重要課題への意識を高める目的での活用（地球学のプロセス等に関する知識と理解の増大を含む）
- c) 法的位置づけ及び適切な能力を有する管理運営団体の存在
- d) 地域社会と連携し、地域住民の社会的・経済的ニーズへの対応、景観保護、文化的アイデンティティの保全に対する共同管理運営計画の策定及び実行
- e) GGNへの加盟。経験と助言の共有、共同プロジェクトへの参加
- f) 地質遺産サイトの法的保護及びジオパークによる地質遺産の保護の推進

(2) 日本のジオパークの概要

GGNは先述の定義に基づきジオパークの認定を行っており、日本では9つのジオパークが認

* 文教大学経営学部
✉ masa@bunkyo.ac.jp

定を得ている。日本のジオパークがGGNの認定を受けるには、前提として日本ジオパークネットワーク（Japanese Geopark Network：以下、

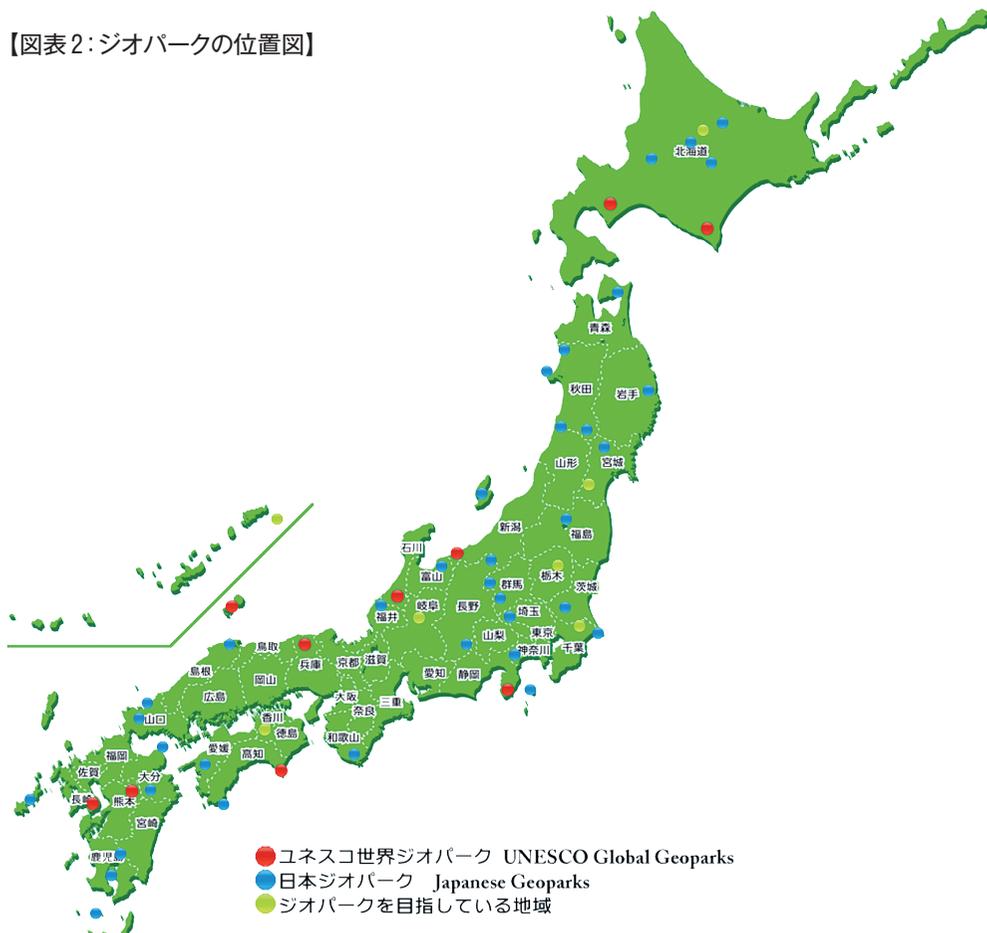
JGNと略記）の会員となる必要がある。JGNの会員数は2022年3月時点で46地域ある（図表1及び2）。

【図表1：日本におけるジオパーク】

北海道	アポイ岳 洞爺湖有珠山 白滝 とかち鹿追 十勝岳 三笠
東北	下北 三陸 八峰白神 男鹿半島・大湯 鳥海山・飛鳥 ゆざわ 栗駒山麓 磐梯山
関東	浅間山北麓 下仁田 秩父 筑波山地域 銚子 箱根 伊豆大島
中部	伊豆半島 糸魚川 佐渡 苗場山麓 南アルプス（中央構造線エリア） 立山黒部 白山手取川 恐竜渓谷ふくい勝山
近畿・中国	南紀熊野 山陰海岸 隠岐 島根半島・宍道湖中海 萩 Mine秋吉台
四国	室戸 四国西予 土佐清水
九州	島原半島 阿蘇 おおいた姫島 おおいた豊後大野 霧島 桜島・錦江湾 三島村・鬼界カルデラ 五島列島（下五島エリア）

出典：日本ジオパークネットワーク「日本のジオパークマップ」

【図表2：ジオパークの位置図】



出典：日本ジオパークネットワーク「日本のジオパークマップ」

3. ジオツーリズムに関する先行研究

ジオツーリズムに関する先行研究に関し、まず、海外の研究には、ジオツーリズムと所在地域のローカルコミュニティ（以下LCと記載する）との関係に着目した研究が多く見られる。LCとは、「個人及び企業、行政等の組織からなる地域共同体」を表す概念である。

総論として、Dowling (2011) のジオツーリズムがコミュニティの発展に寄与することを指摘した研究に始まり、Powell et. al. (2017) は、この研究に基づき、社会・環境・経済の各側面からジオツーリズムの地域への影響を分析し、社会及び環境面に比較して経済面の効果が弱い。そのため、資源保護と地域経済の成長を両立させるジオツーリズムが必要と述べている。その他、Farsani et. al (2010) による、世界25か所のジオパークを対象とした地域住民の参加に対する当局の認識、参加の実態、ジオパークを活用したビジネスを分析した研究など、ジオツーリズムが地域社会に与える効果についての多面的な分析も行われている。

これに対し、日本ではツーリズムの方法論に着目したものが多い。例えば、大野 (2011) は、地形・地質に関する専門知識と地域の歴史・文化、伝統などを関連付けるストーリーを市民や観光客に分かりやすく伝えることが必要という。また、尾形 (2011) は、そのためのガイドやガイドブック作成に携わる人材の育成を考察し、澤田ほか (2011) は、実際のガイドツアーの工夫の仕方を論じている。

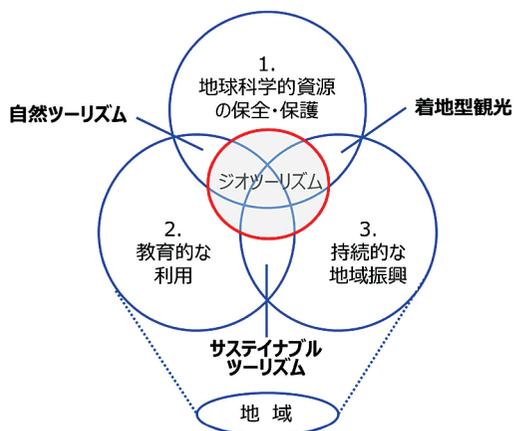
この他、天野ほか (2011) によるジオツーリズムにおける大学の役割に関する考察や、目代 (2011) によるジオツーリズムにおけるジオサイ

トの保護・保全への研究者の関わり方に関する研究などもある。一方で、海外の先行研究のように、ジオツーリズムの地域振興に果たす役割については、竹之内 (2011) が集落主体の地域活性化や郷土の自然や文化に対する市民の誇りの醸成の促進を考察しているものの、手薄な状況にある。

4. ジオツーリズムの概念整理

本稿の研究対象であるジオツーリズムについては論者によりさまざまである。菊池・有馬 (2011) は、ジオツーリズムは「地球科学的資源 (ジオサイト) の存在とその保全・保護」「資源に対する教育的な利用」「持続的な地域振興」の3つの要素から成り立つものと捉え、これらの3つの要素が明確に識別でき、なおかつ有機的に機能することではじめてジオツーリズムが成立するとする (図表3)。ジオツーリズムの概念において、ジオサイトは地球科学的価値が認められた資源 (狭義にはそれが実見できる箇所) と定義され、これらのジオサイトをめぐる観光

【図表3：ジオツーリズムの概念図】



(出所) 菊池・有馬 (2011) に基づき筆者作成

行動をジオツアーとしている。また、ジオパークはジオツーリズムの概念が反映されたある一定の空間的範囲であり、その範囲内には複数のジオサイト（ジオサイト群）が分布するものである。

5. ジオツーリズムへのLCの参加の要件

先述のように、日本におけるジオツーリズムに関する先行研究は方法論に関するものが多い。その中にあって、青木（2020）はLCとジオパークの関係に着目し、ジオツーリズムへのLCの参加が地域に及ぼす波及効果を以下の3点に整理している（図表3）。

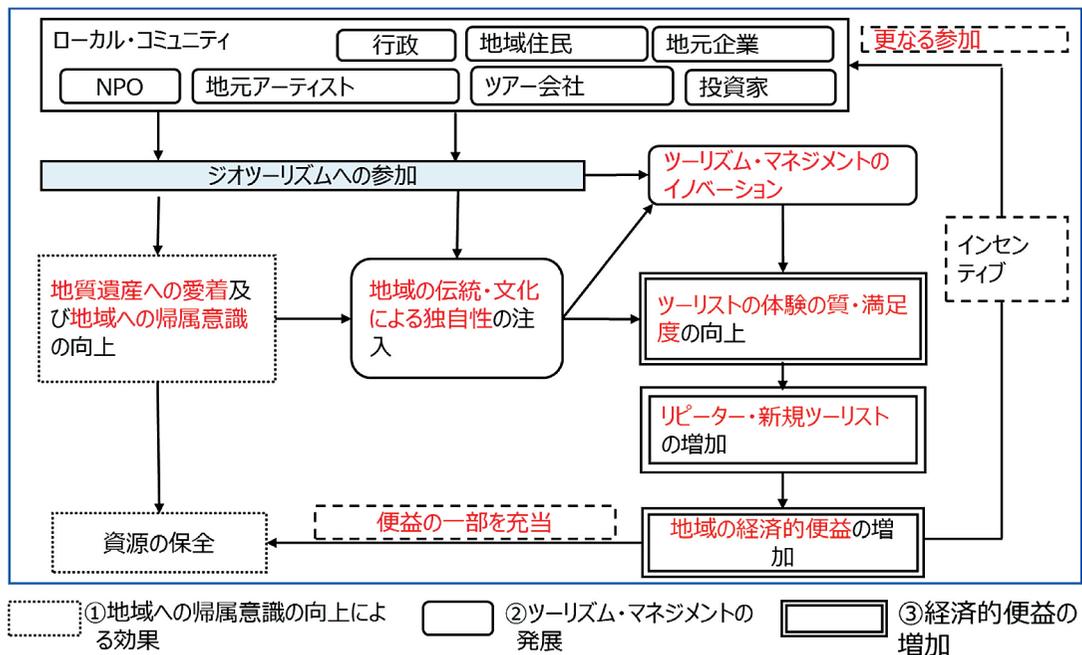
波及効果の第一は、「住民の地域への帰属意識の向上」である。Halim et.al (2017) 及びFarsani et.al (2010) によると、LCのジオツーリズムへの参加は、LCの地質遺産への愛着、地域への帰

属意識、及び地質遺産の保全と持続可能な資源の活用への志向性を高めると考えられるからである。

波及効果の第二は、「ツーリズム・マネジメントのイノベーション」である。ジオツーリズムは一過性のものではなく、持続可能性が求められる。Farsani et.al (2010) は、この持続可能性には、投資家やツアー会社などのビジネス関係者に加え、地元の芸術家やNPOといった多様な主体が参加し、伝統的な知識・芸術・ライフスタイルなどの地域の独自性をツーリズム・マネジメントに与え、常にイノベーションを起こすことが必要という。

波及効果の第三は、「経済的便益の増加」である。Halim et.al (2017) 及びFarsani et.al (2010) によると、LCのジオツーリズムへの参加は波及効果の第二で述べた「伝統に基づく地域の独自性」を加え、観光客が体験の質と満足度を

【図表4：LCの参加によるジオツーリズムの地域への波及効果のプロセス】



出典：青木（2020）

高める結果、リピーターや新規観光客を増やすことにつながり、地域の経済的便益も増す。また、Dowling (2011) によると、経済的便益の増加は、LCのジオツーリズムへの更なる参加を促し、便益の一部を資源の保全費用に回すことが可能となる。

このように、青木 (2020) は、先行研究に依拠し、LCのジオツーリズムへの参加による地域への波及効果について、一つの仮説を提示した。また、筆者は、波及効果を得るには、どのような主体がいかなる方法や内容でジオツーリズムに参加することが必要か、という「参加主体とその方法・内容」に関する疑問に対し、国内の3つのジオパークを対象とした事例研究により分析を進めているところである。

この点に関して海外の先行研究を見ると、Dowling (2013)、Halim et.al (2017)、Farsani et.al (2017) は、実際の事例に基づき、以下を挙げている。

- ・ガイドによる観光客へのジオサイトの物語の伝達
- ・住民によるジオパーク計画策定への参加や地元企業での就業
- ・地元企業による事業活動
- ・地元芸術家による専門技能を生かした参加
- ・運営組織による地元住民や企業の支援

6. ジオツーリズムに関するアンケート調査

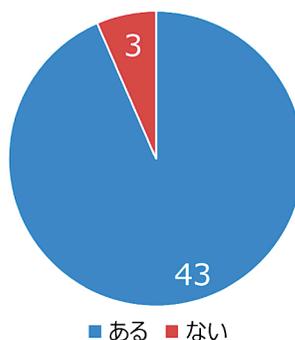
2023年3月～5月にかけ、日本ジオパークネットワークに加盟している46のジオパークを対象に、ジオツーリズムに関してどのような取り組みを行っているか、アンケート調査を行い、対象の46か所すべてから回答を得た。

以下では、このアンケート調査の結果を述べる。

(1) ジオガイドの認定制度について

ジオパークにおけるガイドの認定制度の有無について聞いたところ、「ある」との回答が43 (93.5%) と、9割以上のジオパークで公式ガイドとしての認定を行っている (図表5)。

【図表5：ガイドの認定制度】



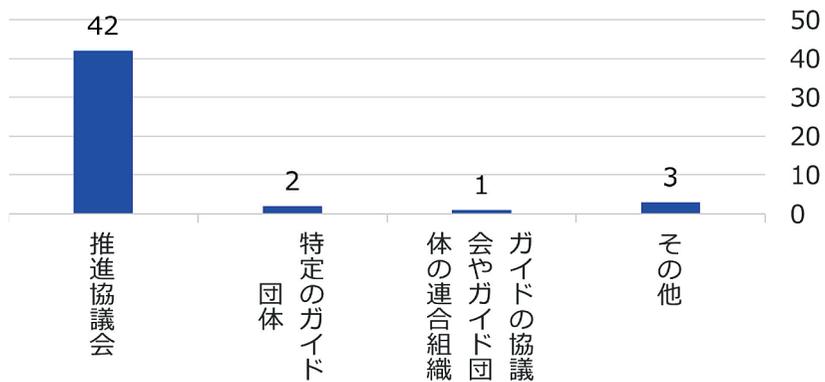
出典：筆者作成

ジオガイドの認定制度が「ある」と回答したジオパークにおいて、認定制度の運営主体は、推進協議会が42 (97.7%) であり、95%以上は推進協議会が制度を運用している (図表6)。

ジオガイドの認定制度が「ある」と回答したジオパークにおいて、認定の方法をみると「講座の受講」が41 (95.3%) と、殆どのジオパークの採用する認定方法である。また、「認定試験への合格」が24 (55.8%) と「ある」と回答した中の半数以上が挙げている (図表7)。

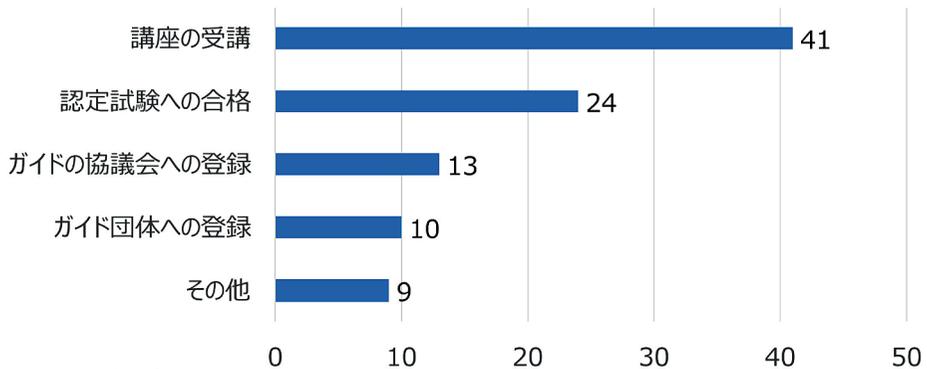
ジオガイドの認定制度が「ある」と回答したジオパークにおいて、認定の更新の仕組みの有無をみると、「ある」が24か所 (55.8%) と「認定制度あり」のジオパークのうち半数以上は更新制度も導入している (図表8)。

【図表6：認定制度の運営主体】



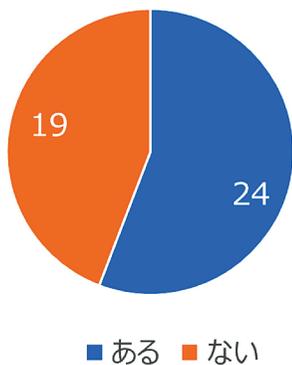
出典：筆者作成

【図表7：認定の方法】



出典：筆者作成

【図表8：認定の更新制度の有無】

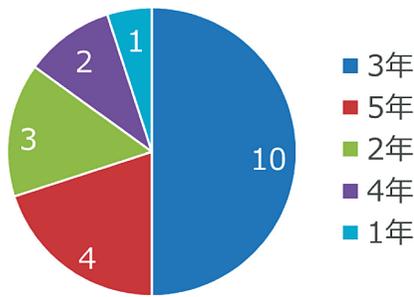


出典：筆者作成

認定の更新が「ある」と回答したジオパークにおいて、更新の周期をみると、「3年」が10か所（41.7%）で最も多く、「5年」4箇所（16.7%）、「2年」3か所（12.5%）と続く（図表9）。

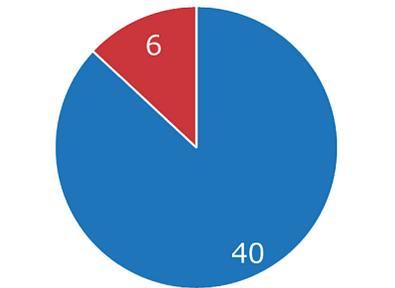
更新の方法をみると、「認定の方法とは異なる」が23箇所（95.8%）と殆どであり（図表10）、認定時と異なる更新方法は自由記述としたが、「ガイドの実績」10か所、「更新講座や更新講習の受講」8か所が主な更新方法である。

【図表 9：更新の周期】



出典：筆者作成

【図表 11：特定の団体によるガイド研修】



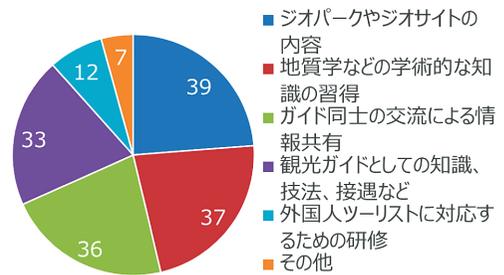
■ 実施している ■ 実施していない
出典：筆者作成

【図表 10：更新の方法】



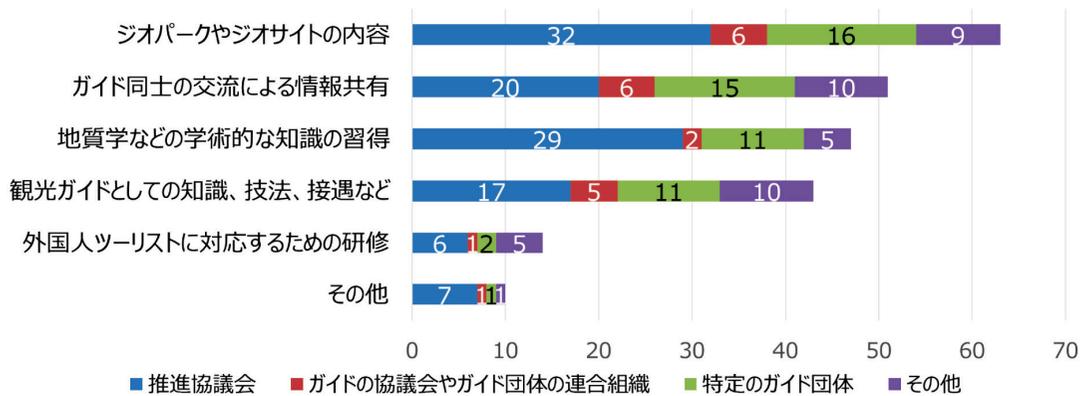
出典：筆者作成

【図表 12：研修の内容】



出典：筆者作成

【図表 13：研修の内容別にみた実施主体】



※一つのジオパークにおいて複数の主体が同一項目の研修を行う場合があるため、各項目の合計は図表 12 の数値と一致しない。

出典：筆者作成

(2) 特定の団体によるガイドへの研修

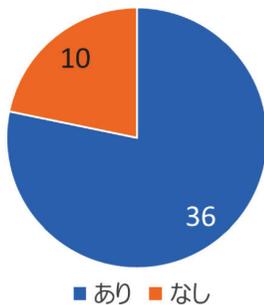
特定の団体によるガイド向け研修の実施の有無については、「実施している」が40か所と9割近く（87.0%）を占める（図表11）。

実施しているジオパークにおいて、「研修の内容」と「研修を実施している団体」をみると、研修内容は、「ジオパークやジオサイトの内容」に関するものが39箇所と最も多い（図表12）。また、実施主体は推進協議会が最も多く、また、すべての研修内容において、実施の主体は推進協議会が最も多い（図表13）。

(3) 特定の団体によるインタープリテーション

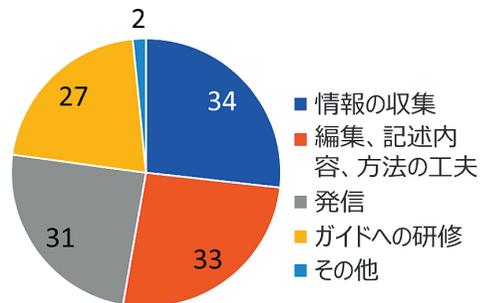
特定の団体によるインタープリテーションに関する活動の有無は、「あり」が36か所と約78%である（図表14）。なお、本アンケートでは「インタープリテーション」を「発信者の目的に即して、自然・文化・歴史等の情報内容を人もしくは道具を媒介に、来訪者等の受信者にわかりやすく伝える技術や活動」としている（平松玲治、堀江典子「国営公園におけるインタープリテーションプログラムの導入と展開に関する考察」による）

【図表14：特定の団体によるインタープリテーション】



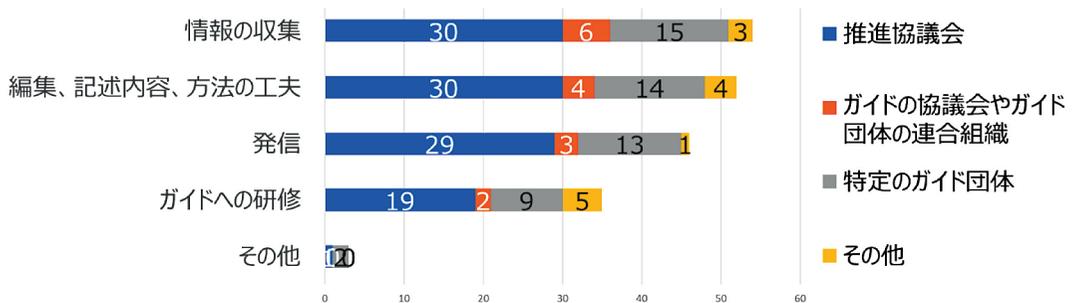
出典：筆者作成

【図表15：インタープリテーションの内容】



出典：筆者作成

【図表16：インタープリテーションの内容及び実施主体】



※一つのジオパークにおいて複数の主体が同一項目の研修を行う場合があるため、各項目の合計は図表15の数値と一致しない。

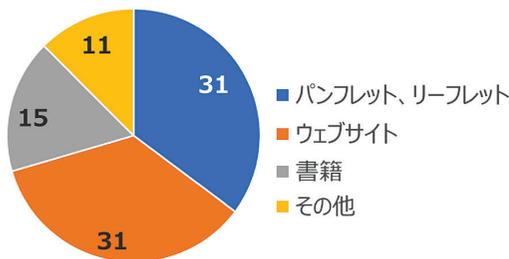
出典：筆者作成

実施しているジオパークについて、インタープリテーションの内容をみると、「情報の収集」「編集、記述内容、方法の工夫」「ジオサイトに関する物語やストーリーの発信」のいずれも30か所以上で実施されている（図表15）。

また、インタープリテーションの実施主体は、すべての活動項目について、「推進協議会」が最も多く、次に多いのが「特定のガイド団体」である（図表16）。

「インタープリテーションの内容」において、「ジオサイトに関する物語やストーリーを分かりやすく伝えるように、編集、記述内容・方法を工夫している」「ジオサイトに関する物語やストーリーを発信している」のいずれか、または両方に該当するジオパークに、その「編集、記述内容・方法の工夫、発信に関する媒体」を聞いたところ、「パンフレット・リーフレット」と「ウェブサイト」が最も多い（図表17）。

【図表17：編集、記述内容・方法の工夫、発信に関する媒体】

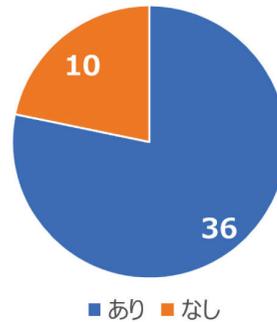


出典：筆者作成

(4) 推進協議会によるガイドツアーの実施

推進協議会によるガイドツアーの実施の有無については、「あり」が36か所と3/4以上（78.3%）である（図表18）。

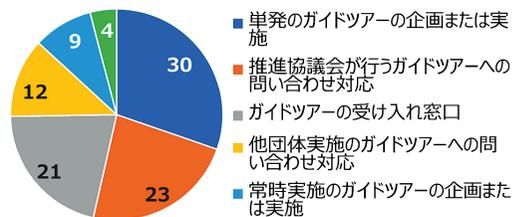
【図表18：推進協議会によるガイドツアー業務】



出典：筆者作成

推進協議会によるガイドツアーの実施「あり」において、ガイドツアー業務の内容をみると、「単発のガイドツアーの企画または実施」が30か所と8割以上（83.3%）を占め、「推進協議会が行うガイドツアーへの問い合わせ対応」が23か所（63.9%）、「ガイドツアーの受け入れ窓口」が21か所（58.3%）となっている（図表19）。

【図表19：ガイドツアー業務の内容】

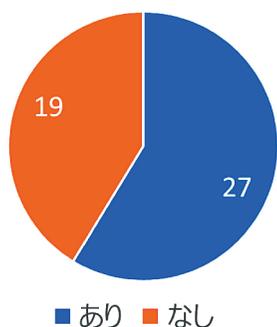


出典：筆者作成

(5) 推進協議会による、ガイド活動に関連した補助や助成

推進協議会によるガイド活動に関連した補助や助成の有無については、「あり」との回答が27か所と6割弱（58.7%）である（図表20）。

【図表20：推進協議会によるガイド活動に対する補助】

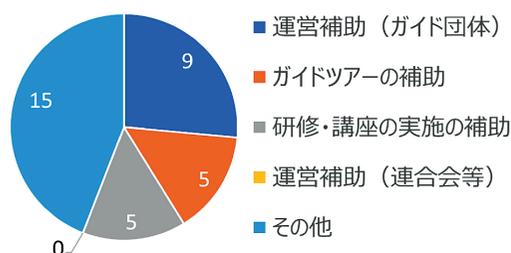


出典：筆者作成

推進協議会によるガイド活動への補助・助成が「ある」と回答したジオパークにおいて、補助の内容をみると、「ガイド団体の運営に対する補助」が9か所と3割程度（33.3%）を占め、「ガイド団体が行うガイドツアーに対する補助金の交付」「ガイド団体やガイド団体の連合会・協議会組織の行う研修や講座に対する補助金」が5か所と続く（図表21）。

しかしながら、実際には「その他」という回答が15か所と半数以上（55.6%）を占めている。これら「その他」の中で、「ガイド個人が研修等に参加する場合に補助を行う」、「ガイドの保険料」、「ジオパークの全国大会等に参加する場合の旅費」等は複数の推進協議会があげている。

【図表21：補助の内容】

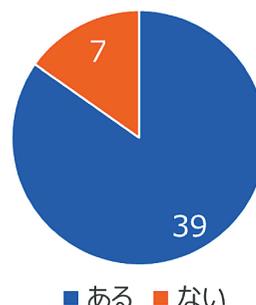


出典：筆者作成

(6) 特定の団体による体験型ツーリズムの実施

特定の団体が行う体験型ジオツーリズムの有無については、「ある」が39か所と8割以上（84.8%）である（図表22）。

【図表22：特定の団体による体験型ツーリズムの実施】



出典：筆者作成

特定の団体が体験型ツーリズムを行っているジオパークにおいて、体験型ツーリズムの内容をみると、「野外活動などの各種アクティビティのみ」が16か所（41.0%）と多い一方で、「屋内での体験のみ」というジオパークは皆無である。それら2つを両方とも行っているジオパークは23か所（59.0%）であり、「野外活動」と「屋内での体験」の両方を実施しているジオパークが半数以上である（図表23）。

【図表23：特定の団体による体験型ツーリズムの実施】



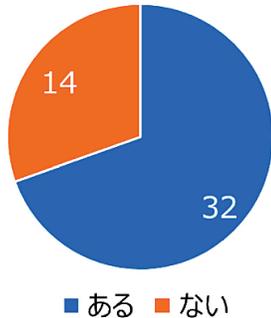
出典：筆者作成

(7) ジオツーリズム関連商品製造企業

ジオパーク域内においてジオツーリズム関連商品を製造している企業の有無について、「あ

る」というジオパークは32か所と7割（70.0%）である（図表24）。

【図表24：ジオツーリズム関連商品企業の有無】



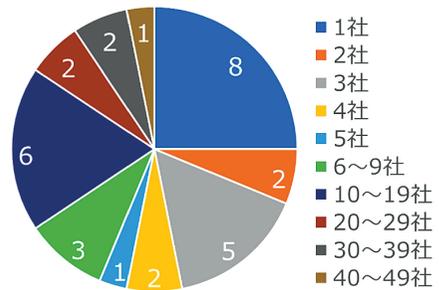
出典：筆者作成

ジオツーリズム関連商品を製造している企業の数を見ると、以下のような特徴がある（図表25）。

- ①1社が1/4（8か所）と最も多い。
- ②1～5社の分類を合計すると、18か所と半数以上（56.3%）を占める。

このように、ジオツーリズム関連商品を製造する企業は存在しても、企業数はそれほど多くない。

【図表25：ジオツーリズム関連商品製造企業数】



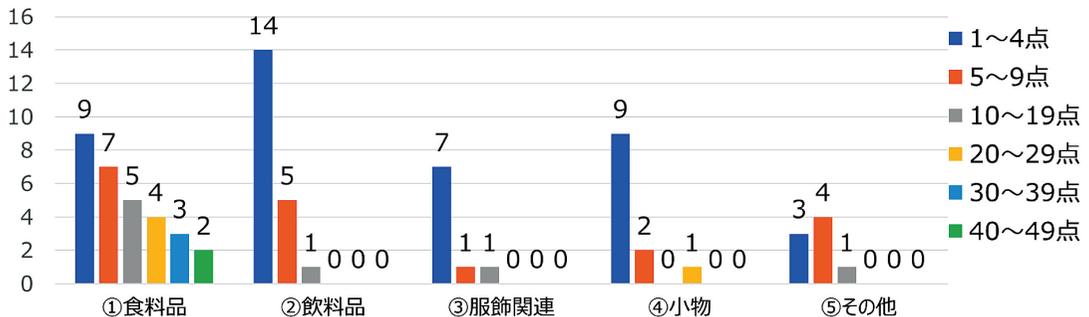
出典：筆者作成

次に、商品数を商品分類ごとにみると、以下のような特徴がある（図表26）

- ①最も多い商品分類が「食料品」であり、「食料品」を製造する企業のあるジオパークは30か所と9割以上（93.8%）を占める。ただし、商品数については「1～4点」が9か所であり、商品の種類が多いわけではない。
- ②次に多い商品分類が「飲料品」であり、「飲料品」を製造する企業のあるジオパークは20か所と6割以上（62.5%）を占める。商品数は、「食料品」同様「1～4点」が最も多いが、その数は14か所と「食料品」の約1.5倍多い。
- ③「服飾関連」「小物」も商品数については、「1～4点」が最も多い。

【図表26：商品分類及び商品】

(ジオパーク数)

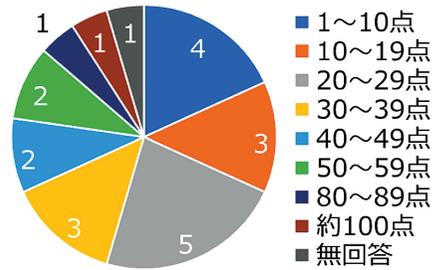


出典：筆者作成

④「食料品」については、商品数が「10～19点」のジオパークが5か所あり、他の分類よりやや多い。

⑤「食料品」については、商品数が「20～29点」「30～39点」「40～49点」と多くの商品を持つジオパークが9か所あるが、「食料品」以外では、「小物」で「20～29点」の商品を持つジオパークが1か所あるに過ぎない。

【図表 28：認定商品数】



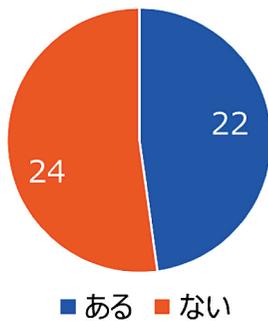
出典：筆者作成

(8) 推進協議会によるジオパーク関連商品の認定・認証

推進協議会によるジオパーク関連商品の認定・認証の実施の有無は「ある」が22か所（47.8%）であり、認定・認証を行っていないジオパークを下回っている（図表27）。

認定の方法は、「外部審査委員会の審査に基づき推進協議会が認定する」が11か所（50.0%）と最も多く、「推進協議会が審査し認定」が7か所と約3割（31.8%）、「無審査で推進協議会が認定」は3か所（13.6%）に過ぎない（図表29）。

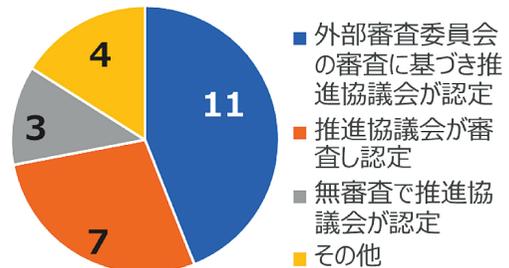
【図表 27：推進協議会によるジオパーク関連商品の認定・認証】



出典：筆者作成

認定・認証を行っているジオパークにおける認定商品数は、「20～29点」が5か所（22.7%）と約2割で最も多いものの、「1～10点」4か所（18.2%）、「10～19点」と「30～39点」3か所（13.6%）と大きな差はない（図表28）。

【図表 29：認定の方法】

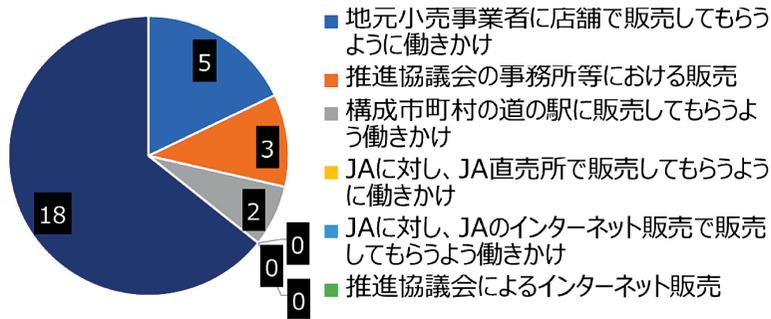


出典：筆者作成

認定商品に対して何らの支援を行っている推進協議会は21か所あり、認定商品に対する推進協議会による支援の内容は、「地元小売業者に店舗で販売してもらうように働きかけ」が5か所、「推進協議会の事務所等における販売」が3か所となっているが、「その他」として、選択肢にない支援を行っている推進協議会が18か所と8割以上（85.7%）である（図表30）。このように、実際の支援内容は多岐に及んでいる。

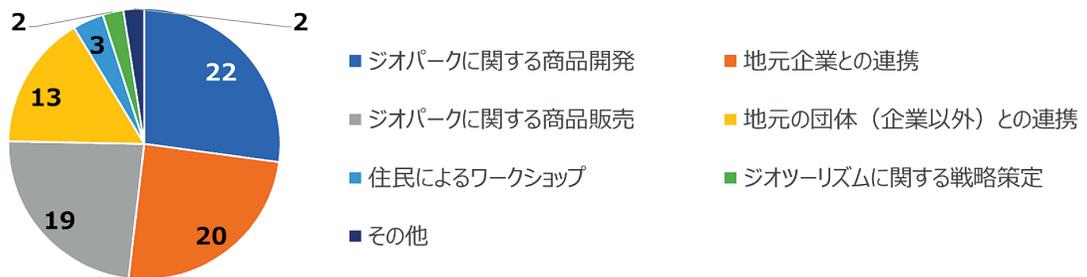
(9) ジオツーリズムに対する地元住民の関わり方 (71.7%) を占めている。具体的な関わり方は、「ジオパークに関する商品開発」が22か所 (66.7%) と最も多く、次に、「地元企業との連携」が

【図表 30：推進協議会による認定商品に対する支援】



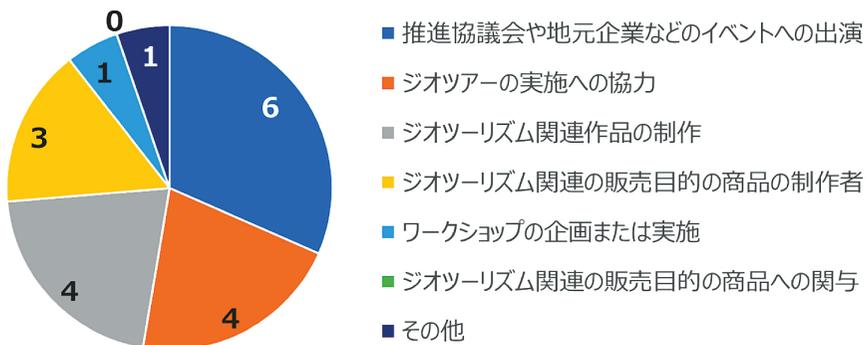
出典：筆者作成

【図表 31：ジオツーリズムに対する地元住民の関わり方】



出典：筆者作成

【図表 32：地元芸術家のジオツーリズムへの関わり方】



出典：筆者作成

20か所（60.6%）、「ジオパークに関する商品販売」が19か所（57.6%）、「地元の団体（企業以外）との連携」が13か所（39.4%）となっている。これに対して、「住民によるワークショップ」3か所（9.1%）、「ジオツーリズムに関する戦略策定」2か所（6.1%）であり、地元住民の主導による関わりは少ない（図表31）。

(10) 地元の芸術家のジオツーリズムへの関わり方

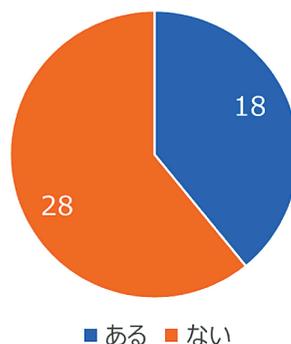
地元芸術家がジオツーリズムに関わっているジオパークは13か所と3割弱（28.3%）である。関わり方の内容は、「推進協議会や地元企業などのイベントへの出演」が6か所と最も多く、「ジオツアーの実施への協力」「ジオツーリズム関連作品の制作」4か所である（図表32）。

(11) 推進協議会によるジオツーリズム関連事業に対する補助

推進協議会が行うジオツーリズム関連事業への補助や助成の有無については、「ある」が18か所と4割弱（39.1%）である（図表33）。

補助・助成を行っている推進協議会について、その内容を見ると、「ツアー商品の企画開発」が13か所（72.2%）と最も多く、「ジオツーリズム

【図表33：推進協議会によるジオツーリズム関連事業への補助】



出典：筆者作成

関連商品の企画開発」は9か所（50.0%）が半数を占めているが、「ジオツーリズム関連施設の建設や設備投資」「ガイドツアーに対応したガイドの雇用」はそれぞれ2か所（11.1%）と少ない（図表34）。

(12) 地元コミュニティと地元企業の連携の促進

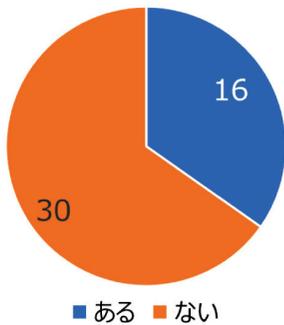
推進協議会が行う地域コミュニティと地元企業の連携促進の取組は、「ある」が16か所と3割程度（34.8%）である（図表35）。

【図表34：ジオツーリズム関連事業補助の内容】



出典：筆者作成

【図表 35：地元コミュニティと地元企業の連携の促進】



出典：筆者作成

「ある」と回答した推進協議会について、「連携促進の内容」をみると「地域コミュニティ・地元企業からの連携に関する相談の対応」が12か所（75.0%）と最も多く、「地元企業への地域コミュニティの紹介、調整」が7か所（43.8%）、「地域コミュニティへの地元企業の紹介調整」が3か所（18.8%）である（図表 36）。一方で、「地域コミュニティに対し、地元企業との連携に必要な資金の補助」「地元企業に対し、地域コミュニティとの連携に必要な資金の補助」という「連携に関する資金的支援」は皆無である（図表 37）。

【図表 36：地元コミュニティと地元企業の連携の促進の内容】



出典：筆者作成

(13) 推進協議会によるコンサルティング

推進協議会による地元企業へのコンサルティングの有無は、「ある」が6か所と1割程度（13.0%）に過ぎない（図表 37）。

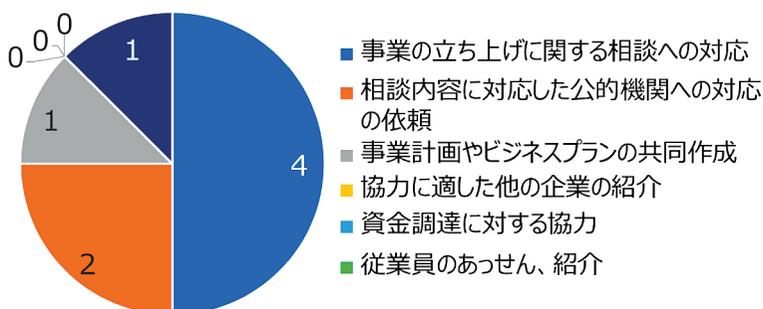
【図表 37：推進協議会によるコンサルティング】



出典：筆者作成

コンサルティングが「ある」という推進協議会について、コンサルティングの内容をみると「事業の立ち上げに関する相談への対応」が4か所と最も多く、次に、「相談内容に対応した公的機関への対応の依頼」が2か所、「事業計画やビジネスプランの共同作成」が1か所と続く（図表 38）。

【図表 38：コンサルティングの内容】

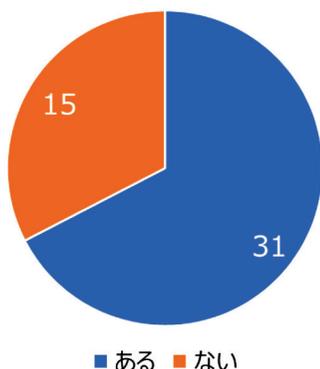


出典：筆者作成

(14) ジオツーリズムに関する旅行会社との連携
 ジオツーリズムに関する推進協議会と旅行会社との連携の有無については、「ある」が31か

所と7割近い（67.4%）（図表 39）。

【図表 39：旅行会社との連携】

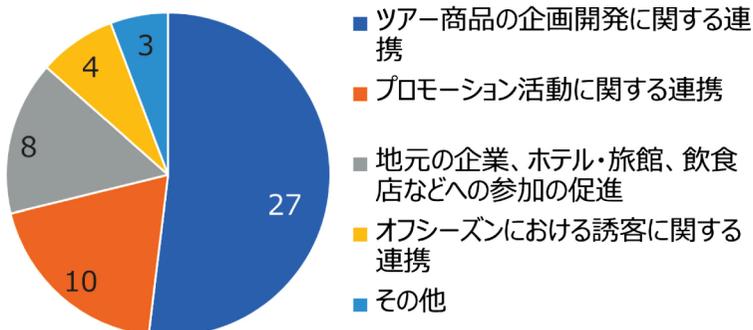


出典：筆者作成

「ある」と回答した推進協議会について、連携の内容をみると「ツアー商品の企画開発に関する連携」が27か所（87.1%）と9割近くを占め、「プロモーション活動に関する連携」10か所（32.3%）、「地元の企業、ホテル・旅館、飲食店などへの参加の促進」8か所（25.8%）と続く。「オフシーズンにおける誘客の連携」は4か所（12.9%）と少ない（図表 40）。

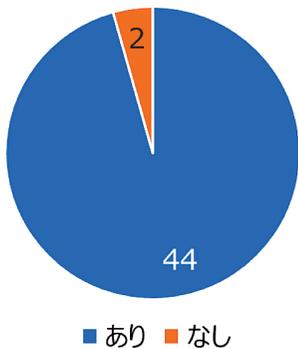
(15) 推進協議会によるSNSを使った情報発信
 推進協議会によるSNSを用いた情報発信の有無は、「あり」が44か所（95.7%）とほぼすべての推進協議会が行っている（図表 41）。

【図表 40：旅行会社との連携の内容】



出典：筆者作成

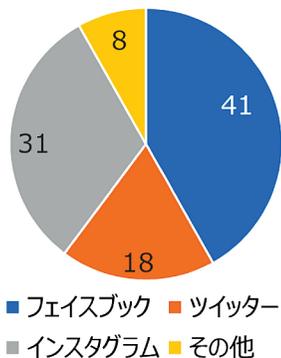
【図表 41：SNS による情報発信】



出典：筆者作成

使っている SNS は、フェイスブックが 41 か所、インスタグラムが 31 か所と多くを占めている（図表 42）。

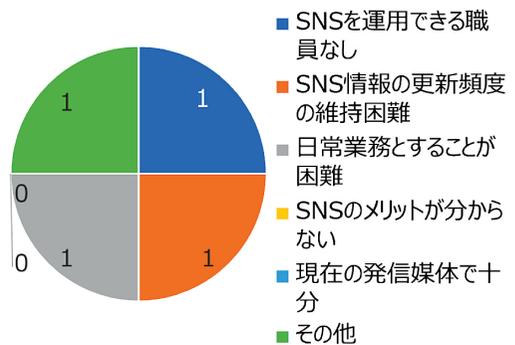
【図表 42：情報発信のツール】



出典：筆者作成

SNS による情報発信を行っていない推進協議会における「SNS を用いていない理由」をみると、「SNS を運用できる職員の不在」「SNS 情報の更新頻度の維持困難」「日常業務とすることが困難」がそれぞれ 1 か所である（図表 43）。

【図表 43：SNS を使っていない理由】

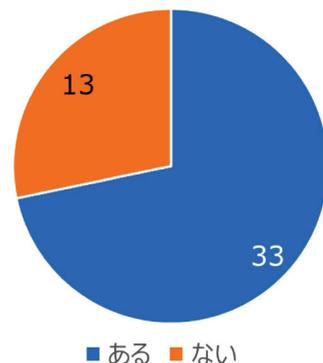


出典：筆者作成

(16) 推進協議会によるジオツーリズムの計画の策定

推進協議会によるジオツーリズムに関する計画策定の有無については、「ある」が 33 か所と 7 割以上（71.7%）を占める（図表 44）。

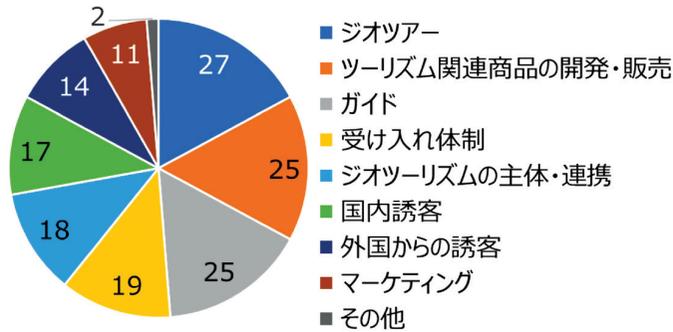
【図表 44：計画・戦略策定の有無】



出典：筆者作成

策定している計画の内容は、「ジオツアーに関すること」が 27 か所です約 8 割（81.8%）、「ツーリズム関連商品の開発・販売」と「ガイドに関すること」がともに 25 か所です 7 割以上（75.8%）を占め、多くのジオパークが計画に含めている。また、「受け入れ体制」、「ジオツーリズムの主体・連携に関すること」、「国内誘客に関する

【図表 45：計画・戦略の内容】



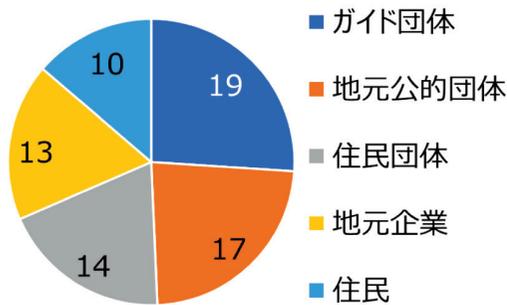
出典：筆者作成

ること」は、それぞれ19か所（57.6%）、18か所（54.5%）、17か所（51.5%）となっており、半数以上のジオパークが策定している。

一方、「外国からの誘客に関すること」は14か所（42.4%）、「マーケティングに関すること」は11か所（33.3%）とそれほど多くない（図表45）。

次に、計画策定時の参加主体をみると、「ガイド団体」が19か所で最も多く、「地元公的団体」が17か所、「住民団体」14か所、「地元企業」13か所、「住民」10か所と続く（図表46）。

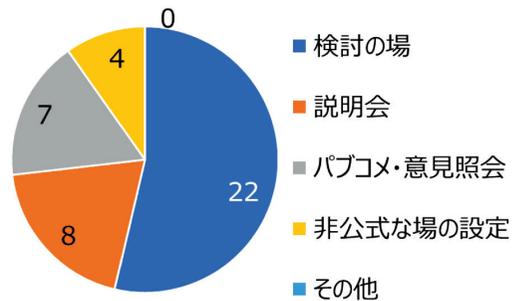
【図表 46：計画・戦略への参加の主体】



出典：筆者作成

また、計画策定時の参加の方法は、「検討の場」が22か所で最も多く、「説明会」8か所、「パブコメ・意見照会」7か所、「非公式な場の設定」4か所である（図表47）。

【図表 47：計画・戦略への参加の方法】

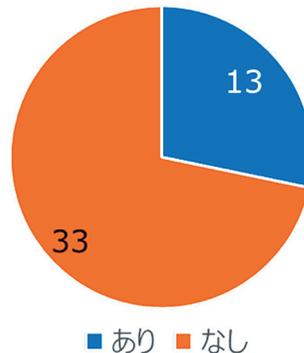


出典：筆者作成

(17) ジオツーリズムによる経済効果の分析

ジオツーリズムがもたらす経済効果の分析の実施の有無については、「あり」が13か所と3割にも満たない（28.3%）（図表48）。

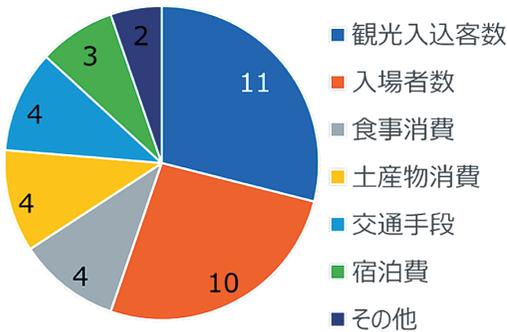
【図表 48：ジオツーリズムによる経済効果の分析】



出典：筆者作成

分析を行っているジオパークについて、その分析項目をみると、「観光入込客数」が11か所（84.6%）と「入場者数」が10か所（76.9%）と多いが、「食事消費」「土産物消費」「交通手段」はいずれも4か所（30.8%）、「宿泊費」3か所（23.1%）と多くはない（図表49）。

【図表49：分析の項目】



出典：筆者作成

6. まとめと今後の方向性

アンケート調査の結果の中で特徴的なものをまとめると、以下の通りである。

ジオガイドに関しては、殆どのジオパークがガイドの認定制度を持ち、周期には違いがあるものの更新制をとっている。加えて、ガイドに対する研修も多くのジオパークが行っている。これらのことから、多くのジオパークはガイドの更新や研修といった手法により、ジオガイドの質の維持に努めていると考えられる。また、6割弱のジオパークがガイド活動への補助を行っており、金銭的な面からもジオガイドを支援しているジオパークが多い。

ジオツーリズム関連商品については、関連商品を製造している企業が存在するジオパークは7割と多い。ただし、企業数は1社が1/4、1~5社が半分以上と多いわけではない。製造してい

る商品の分類をみると、「食料品」が9割以上、「飲料品」が6割以上と多い。ところが、「食料品」も「飲料品」も商品数は「1~4点」にとどまるジオパークが多い。

ジオツーリズム関連商品に対して推進協議会による認定や認証の実施は、実施していないジオパークの方がやや多い。認定・認証を行っているジオパークのうち、認定商品に対する支援も行っているところは9割以上と非常に多い。支援の方法は「その他」が殆どであり、実際の支援が多岐に及ぶことを示している。

ジオツーリズム関連の補助事業に関しては、支援を行っている推進協議会は4割をやや下回っており、多くはない。ジオツーリズム関連の事業に対する公的支援を期待する企業は一定数存在すると思われるが、やや意外な結果である。

また、金銭的な支援ではなく、地元で企業とコミュニティの連携を促進する活動については、上記の補助よりさらに少なく3割程度のジオパークしか取り組んでいない。連携促進に取り組むジオパークも、その多くは「連携の相談に対する対応」にとどまっている。

ツーリズム振興の観点において重要視される旅行会社との連携については、7割近くのジオパークが旅行会社との連携を行っている。連携の内容は「ツアー商品の企画開発に関する連携」が半数以上であり、誘客に旅行会社のノウハウを用いようと考えているジオパークが多いと推察される。

ジオツーリズムの計画は7割以上のジオパークが策定しており、内容面では多くのジオパークが「ジオツアー」「ジオツーリズム関連商品の開発・販売」「ガイド関連」の計画を定めている。また、参加主体はガイド団体が最も多い。

以上のように、今回のアンケート調査から、

多くのジオパークがガイドに対する支援や旅行会社との連携には積極的である一方、地元企業に対する金銭的支援や企業とコミュニティの連携促進に取り組むジオパークは多くないことが明らかとなった。今後は、この結果結果を基に特徴的なジオパークを選定し、個別に調査を進めていくことが必要である。

謝辞

本研究は、JSPS科研費JP22K18110の助成を受けたものです。ここに記して謝意を表します。

【参考文献】

- 1) R. K. Dowling (2011) 'Geotourism's Global Growth', *"Geoheritage"*, Volume 3, Issue1, pp.1-13.
- 2) R. K. Dowling (2013) 'Global Geotourism- An Emerging Form of Sustainable Tourism', *"CZECH JOURNAL OF TOURISM"*, 2(2), pp.59-79.
- 3) Farsani, N. T., C. Coelho & C. Costa (2010) 'Geotourism and Geoparks as Novel Strategies for Socio-economic Development In Rural Areas', *"INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH"*, Volume 13, Issue1, pp.68-81.
- 4) Halim, S. A., & N. A. Ishak (2017) 'EXAMINING COMMUNITY ENGAGEMENT IN HERITAGE CONSERVATION THROUGH GEOPARK EXPERIENCES FROM THE ASIA PACIFIC REGION', *"Kajian Malaysia"*, Vol.35, pp.11-38.
- 5) Powell R. B., T. F. Green, P. J. Holladay, K. E. Krafte, M. Duda, M. T. Nguyen, J. H. Spencer & Priyam Das (2017) 'Examining Community Resilience to Assist in Sustainable Tourism Development Planning in Dong Van Karst Plateau Geopark', *"Vietnam Tourism Planning & Development"*, Volume 15, 2018 - Issue 4, pp.436-457.
- 6) 青木勝一 (2020) 「ジオツーリズムへのローカルコミュニティの参加に関する現状と課題：山陰海岸ジオパークを事例として」『経営論集』6(1) 文教大学経営学部、pp.1-15。
- 7) 阿蘇ジオパーク推進協議会 (2022) 「阿蘇ジオパークブランド認定制度」<http://www.aso-geopark.jp/geobrand/> (最終閲覧日 2022年7月31日)
- 8) 天野一男・松原典孝・細井淳・本田尚正・小峯慎司・伊藤太久 (2011) 「茨城県北ジオパーク構想での茨城大学の活動—ジオパーク推進における大学の活動例—」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.786-802。
- 9) 大野希一 (2011) 「大地の遺産を用いた地域振興—鳥原半島ジオパークにおけるジオストーリーの例—」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.834-845。
- 10) 尾形隆幸 (2011) 「琉球諸島のジオダイバーシティとジオツーリズム」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.846-852。
- 11) 菊地俊夫・有馬貴之 (2011) 「オーストラリアにおけるジオツーリズムの諸相と地域振興への貢献」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.743-760。
- 12) 菊池俊夫、岩田修二、渡辺真人、松本淳、小出仁 (2011) 「ジオパークと地域振興」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.729-732。
- 13) 小池 拓矢、菊地 俊夫 (2016) 「ジオツアー参加者の景観評価とインタープリテーション—伊豆大島ジオパークを事例にして—」『地学雑誌』125(6) 東京地学協会、pp. 857-870。
- 14) 澤田結基、武田一夫、川辺百樹、藤山広武 (2011) 「ジオツアーに求められる工夫—北海道の自然ガイドを対象にした試行的ジオツアーの実施結果からの提案—」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.853-863。
- 15) 山陰海岸ジオパーク推進協議会 (2018) 「平成30年度山陰海岸ジオパークビジネス創出支援事業募集要項」<https://geopark.sakura.ne.jp/topics/111368> (最終閲覧日 2022年7月31日) 0
- 16) 山陰海岸ジオパーク推進協議会 (2020a) 「山陰海岸ジオパーク令和元年度事業報告」、<https://geopark.sakura.ne.jp/topics/113729> (最終閲覧日 2022年7月31日)
- 17) 山陰海岸ジオパーク推進協議会 (2020b) 「2020年度山陰海岸ジオパークビジネス創出支援事業の募集」

- 18) 山陰海岸ジオパーク推進協議会 (2021)「令和3年度山陰海岸ジオパークビジネス創出支援事業の募集」、https://web.pref.hyogo.lg.jp/tjk01/press/030326_4.html (最終閲覧日 2022年7月31日)
- 19) 竹之内耕 (2011)「糸魚川ジオパークと地域振興」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.819-833。
- 20) 深見聡 (2013)「ジオパークとジオツーリズムの展望—日本と中国の事例から—」『人文地理』65(5) 人文地理学会、pp.58-70。
- 21) 室戸ジオパーク推進協議会 (2022)「室戸ジオパーク資料・パンフレット」<https://www.muroto-geo.jp/downloads/> (閲覧日 2022年7月31日)
- 22) 目代邦康 (2011)「地理学自然遺産の保護(ジオコンサベーション)のためのジオパーク」『地学雑誌』120(5) 東京地学協会、pp.803-818。



Journal of Public and Private Management

Vol. 10, No. 3, March 2024, pp. 1-21

ISSN 2189-2490

Study on regional development through geotourism

Masakazu Aoki

Bunkyo University Faculty of Business Administration

✉ masa@bunkyo.ac.jp

Abstract

Geoparks are “parks of the earth” that make use of geoscientific resources such as beautiful topography and geology, and geoparks conserve and protect geosites, which are natural heritage associated with earth activities, as “heritage of the earth”. At the same time, role of geoparks is to contribute to the sustainable development of the region by utilizing them for education, enlightenment, and research. In addition, as they are unique assets of the region, they can be used for regional development. On the other hand, in Japan, each region began to place importance on geoparks after the 2010s, and efforts to utilize them have only just begun in earnest.

In this paper, I analyze what and how they make efforts to promote geotourism, which is one of regional development policies, based on a comprehensive survey of geoparks in Japan.

The analysis revealed that while many geoparks are proactive in supporting geoguides and collaborating with travel agencies, there are not many geoparks that provide financial support to local businesses or promote collaboration between businesses and communities.

Keywords: geopark, geotourism, association of promoting geopark, geoguide, authorized product

Faculty of Business Administration, Bunkyo University

5-6-1 Hanahata, Adachi, Tokyo 121-8577, JAPAN

Tel +81-3-5688-8577, Fax +81-3-5856-6009

<http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/business/>

経営論集 Vol.10, No. 3

ISSN 2189-2490

2024年 3月31日発行

発行者 文教大学経営学部 石塚 浩

編集 文教大学経営学部 研究推進委員会

編集長 山崎 佳孝

〒121-8577 東京都足立区花畑5-6-1

TEL : 03-5688-8577 FAX : 03-5856-6009

<http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/business/>