特定非営利活動法人 日本ジオパークネットワーク 理事長 米田 徹 様

# 報告書

2015年3月30日一般社団法人地域経営推進センター代表理事 中村 健

#### 1. 調查題目

日本ジオパークネットワークの活動状況とジオパークの認知度に関する調査

#### 2. 調査内容

ジオパーク参加団体に対する活動状況の現状(活動状況調査2014)を調査・分析し、かつ住民へもたらした成果の観点で全国の住民に対する認知度や今後の取り組み(認知度調査2014)に関する調査・分析を実施。専門的な立場から分析結果を報告、具体策を提案・提言する。

#### 3. 調査期間

2014年8月22日から2015年3月30日

#### 4. 主たる調査担当者

一般社団法人地域経営推進センター 代表理事 中村 健

#### 5. 分析担当者

一般社団法人地域経営推進センター 青木 佑一

# 6. 主たる調査実施場所

一般社団法人 地域経営推進センター内 (東京都中央区日本橋1-7-12 国土施設ビル3階)

#### 7. 調査実施のながれ

(1) アンケートの実施および回収実績の概要

	対象	調査方法	回収期間	回収実績	
活動状況調	JGN 会員の	WEB を利用し	2014年8月21	82 回答	
査 2014	協議会(全 52	たアンケート	日~2014年10	(協議会 37	
	団体)および	調査	月 19 日	回答、自治	
	自治体(全			体 45 回答)	
	214 市町村)				
認知度調査	全国の 20 歳	WEB を利用し	2015年01月	552 回答お	
2014	以上の男女、	たアンケート	29 日~2 月 8	よび 564 回	
	約1万人	調査	日	答	

## (2) アンケートの回答分析および考察

· 11月1日~3月30日

#### 8. 報告·提言内容

第1章~第3章の調査分析報告および提言を参照

#### 9. 留意点

回答項目のなかには、ジオパーク協議会のみ、または自治体担当者のみを対象に回答を求めたものもある。また、回答内容が不十分で回答が無効となっているところがある。なお、調査項目については前回とほぼ同様だが、選択肢を整理したため、前回と単純比較が難しくなっている項目がある。

# 目次

第1章.	JGN 活動状況調査 2014 の概要	4
I. 彰	周査の背景	4
II.	調査の目的	4
III.	調査方法・調査概要	5
IV.	活動状況調査 2014 の分析結果	6
V. /	ト括	28
第2章.	認知度調査 2014 の概要	29
I. 🕏	周査の目的	29
II.	スクリーニング調査	29
III.	スクリーニング調査の結果	29
IV.	本調査	30
V.	忍知度調査 2014 の分析結果	31
VI.	小括	36
第3章.	考察	37
<b>笙</b> 4 音	補造	41

# 第1章. JGN 活動状況調査 2014 の概要

#### I. 調査の背景

活動状況調査 2012 によると、2011 年度は、加盟自治体の急速な増加を背景として、ジオパークを活用したまちづくりの可能性を感じている自治体が多いと考察した一方で、多くの自治体ではジオパークの活動が当初の公算よりも消極的になっているだろうという仮説から調査を行い、「情報発信力を高めようと団体は多いが、体系立てた計画や戦略ならびに活動後の検証の不十分さという点で今後に課題が残る」という認識を得た。そして、活動活性化の方途として、人材育成研修の実施、ICT の活用、ガリバーマップ活用、活動ランキングの作成、アウトカム調査のアンケート実施、アワードの開催を提案した。

活動状況調査2013の調査結果から、ジオパーク活動へ参加する目的が「交流人口の拡大」や「観光の拠点づくり」が多数を占めているが、その目的が果たされているか定量的・定性的な検討を行うための、活動計画の作成や検証、経営分析を行っている団体はまだ少ないことが明らかになった。そこで本センターは、「なにを目指して行うのか」を常に振り返りながら取り組み、「なんのために」を担当組織だけでなく役所内や住民などを一つにまとめていく「計画の作成」、自分達でおこなう「内部検証」にとどまらず専門的知見や住民から検証を受ける等の「外部検証」の導入、そして、地域が一体となったジオパーク活動を目指すこと、さらに財源確保の手法についても企業や個人、地元団体などが参加しやすい仕組みの検討を求めた。最後に、自己の活動を客観的にチェックできる「活動チェックシート」の活用など、より"ジオパーク活動の成果の見える化"に向けた活動を提案した。

#### Ⅱ. 調査の目的

今回の調査の研究・分析を始めるにあたって、前年度に引き続き、活動状況の概要について、主に「活動計画の作成ならびに検証がどの程度行われているか」という観点に加え、地域が一体となって取り組まれているか(地域を巻き込んでいるか)という視点からジオパーク活動の拡がりを図るため「運用や財源が行政中心から民間・NPO中心へと移行が進んでいるか」という観点についても範囲を拡充し調査を行った。

今回調査では、「活動計画の作成ならびに検証が行われている団体は、ジオパーク全体としての取り組みが進んでおり、成果が表れている傾向がある」という仮説を設定する。そのため、以下の項目について調査分析を行っていく。

それぞれの項目について、調査分析の結果から、仮説を検証していきたい。

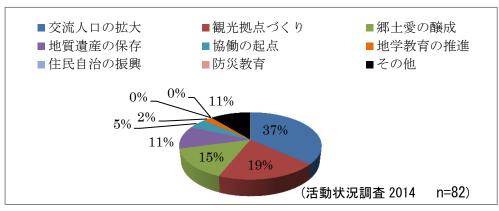
なお、前回調査では、120回答を収集し分析を実施したが、今年度より調査時期を全国大会前に変更したこともあり、回収回答数は82回答にとどまった(全国大会終了後も回答が増えなかった)。

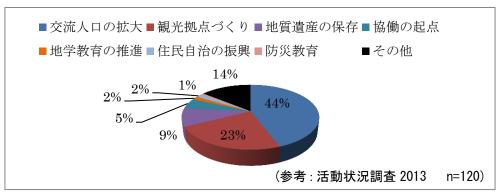
# Ⅲ. 調査方法・調査概要

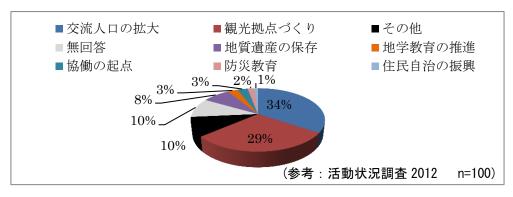
■調査名	活動状況調査 2014			
■調査方法	WEB を利用したアンケート調査			
■実施期間	2014年8月21日~2014年10月19日			
■回収回答数	82 回答			
■有効サンプル数	82 回答(協議会 37 回答、自治体 45 回答)			

#### Ⅳ. 活動状況調査 2014 の分析結果

【1】 ジオパーク活動を始めた当初の参加目的 第1位 (n=82)



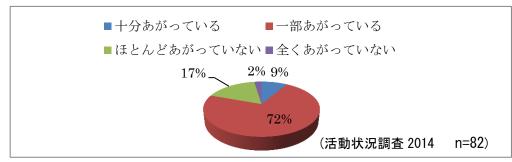


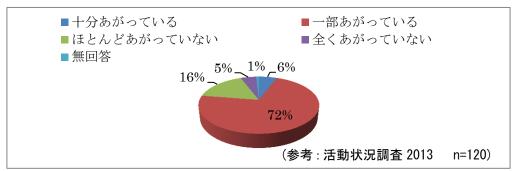


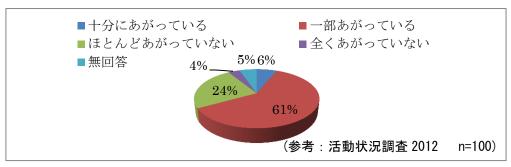
#### ■回答の特徴

2014 年度のアンケート回答では、「交流人口の拡大」、「観光拠点づくり」が 2 大目標として変わらず、両方で 56% を占めた。新たに追加された「郷土愛の醸成」は 15% で 3 位、「地質遺産の保存」が 11% で 4 位、「協働の起点」は 5% で 5 位と続いた。

#### 【2】 当初、期待していた効果はあがっているかどうか (n=82)





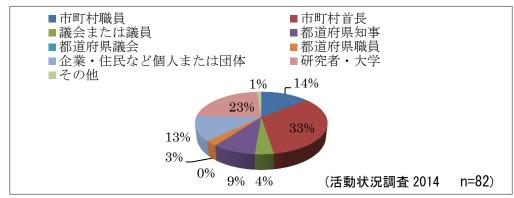


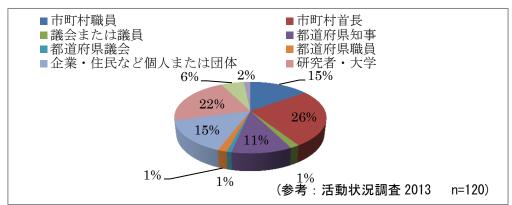
#### ■回答の特徴

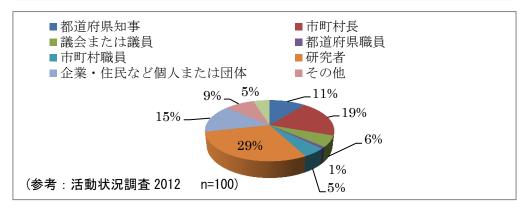
期待していた効果に対しては、「一部あがっている」が 72%、「十分上がっている」が 9% となっている。毎年の調査で傾向が変わっているわけではないが、効果が「十分あがっている」と回答した団体が微増していることから、「交流人口の拡大」「観光拠点」としてのジオパーク活動が地域に変化をもたらしたと考えられる。

また、変化は微小なので傾向として指摘するが、「十分上がっている」が例年より3ポイント上昇し、「全く上がっていない」が3ポイント減少したことから、「当初の効果については上がっている」という認識に移行したように思える。一定の参加期間を経たジオパークは、定常的な効果を狙う安定期へと移行した、あるいは、ネクストステージに向けた「次なる一手」を考える時期に来ていると解釈することもできる。

#### 【3】 ジオパーク活動へ参加する最初の発案者 (n=82)



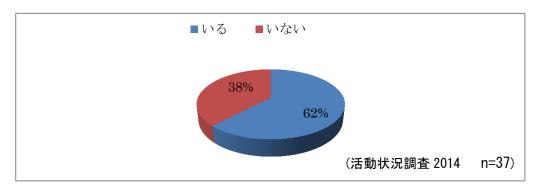


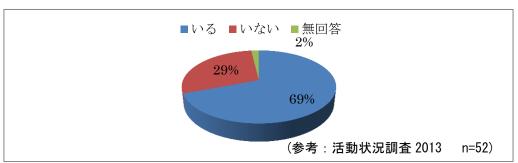


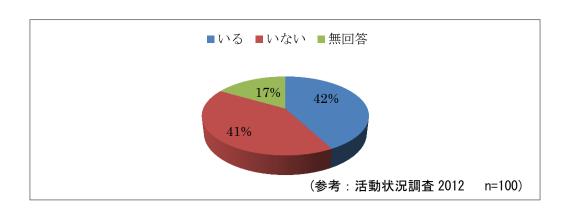
#### ■回答の特徴

活動へ参加する際の最初の提案者として、「市町村首長」が33%、「市町村職員」が14%、「企業・住民など個人または団体」が13%と続いた。今回はさらに、発案者が「市長村長」の回答率が伸びた。前年度と同様に、新規に参加した自治体では、首長の発案によって参加した傾向が高いことが推測できる。

#### 【4】 事務を担当する専任職員の配置 (n=37)



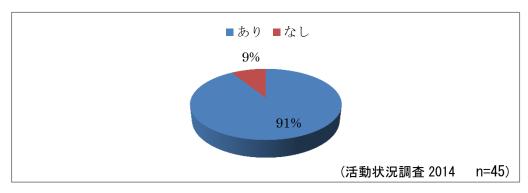


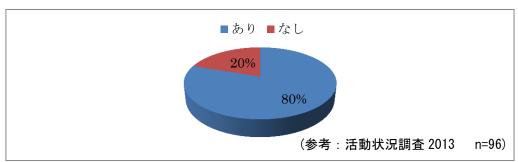


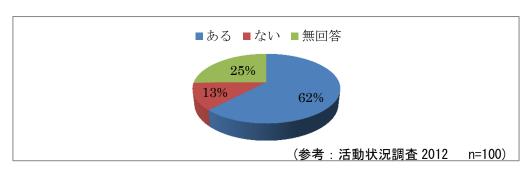
#### ■回答の特徴

この回答はジオパークの協議会担当者のみを対象に回答を収集しているため、回答数は 37 回答となった。事務担当の専任職員の配置について、「いる」と回答したのは 62%だった。回答数が少なくなったため単純比較ができないが、専任担当職員の配置を積極的に行っている傾向は変わらない。なお、配置があった職員が正規職員か非正規職員かは不明である。

# 【5】 役所内で担当部署以外との連携有無 (n=45)



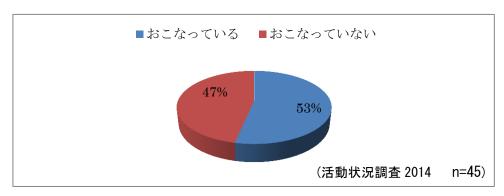


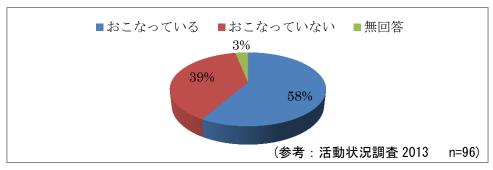


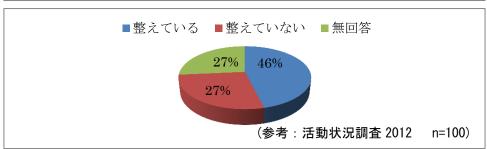
#### ■回答の特徴

団体内の組織横断的な連携が、62%から80%、そして91%へ大きく伸びた。回答数は少なくなったが、担当部署以外との連携も徐々に進んできていると言える。なお、この項目は自治体担当者のみを対象として回答を求めた。

## 【6】 役所内で職員同士が情報共有できる環境の構築 (n=45)



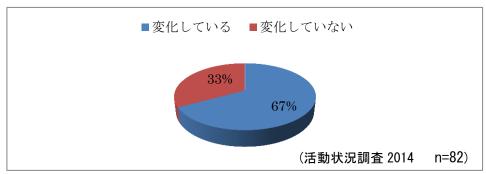


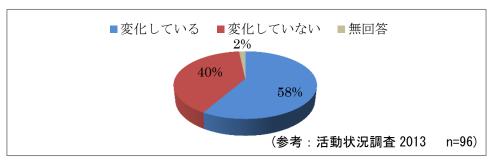


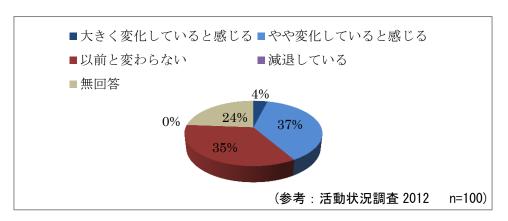
#### ■回答の特徴

回答自体は、役所内での情報共有環境が半数以上、構築されている状況だが、割合が増えているわけではない。前年度と同じく、専門部署が体系立てた情報のリリースや情報の共有化を構築すれば、更なる組織的・地域横断的な活動につながると考える。

#### 【7】 自治体職員の意識変化 (n=82)



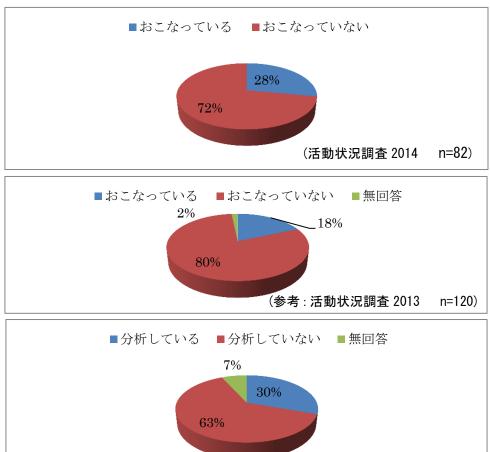




#### ■回答の特徴

2012年度の41%から2013年度の58%、そして今年度68%へと3年連続で「変化している」が増加した。ジオパーク活動の広がりとともに、役所内でのジオパークに対する意識も変化し、組織的に取り組む土壌が醸成されつつあると考えられる。

## 【8】 経営分析をおこなっているか (n=82)

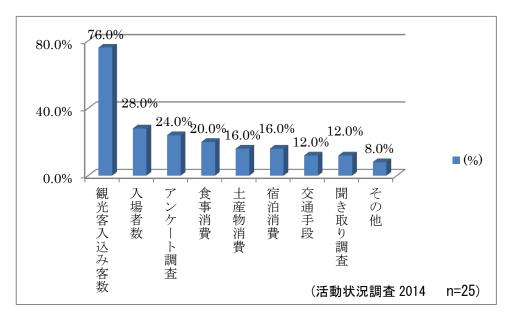


#### ■回答の特徴

経済分析を「おこなっている」と回答したのは28%だった。数値だけ見れば、経営分析をおこなっている割合は増加したが、2012年度とほぼ同数であり、実質的には増加していないと言える。改めて強調するが、当初予算や年度当初の計画に「なんのために」「なにを」「どの程度」行うのかが盛り込まれていないと、活動の検証を行うことは不可能である。経営分析を「おこなっていない」ということは、多くのジオパークがそもそも活動前の計画や予算の作成時に目標が不明瞭になっているのではないかと思われる。

(参考:活動状況調査 2012 n=100)

#### 【9】 経済分析の項目 (n=25)



#### ■回答の特徴

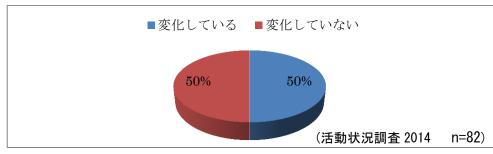
今年度からの新規項目。前問で経済分析を実施している回答を対象にした設問のため、 回答数は 25 回答となった。

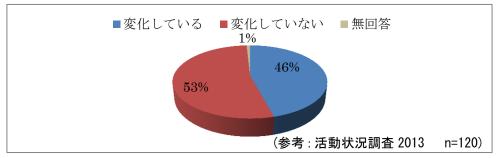
分析の項目を伺ったところ、8割近くが観光客入込み客数を分析していることがわかった。一方で、その他項目をほとんど分析していない現状も明らかになった。

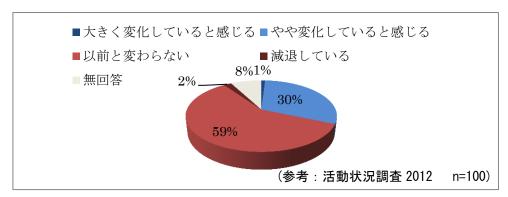
より広範な関係者との協力や連携を望むなら、そのメリットを示すためにも「食事消費」「土産物消費」「宿泊消費」そして「交通手段」などの項目も分析されることが望ましいと考える。

また、先の回答結果が示したように、ジオパーク活動に取り組む目的の上位が「交流人口の拡大」「観光拠点づくり」であるならば、「エリア内のどこの施設や場所に人がどの程度訪れたか」、「どこから来たのか」、「どのような手段で来たのか」、「何を目的に来たのか」、「訪れた感想」などを実際に訪れた方へヒアリング調査を実施する等、訪問者の行動パターンやエリア内の強みなどについての観察も必要であると考える。

#### 【10】地元商店街や商工会に活気が出て変化を感じるか (n=82)



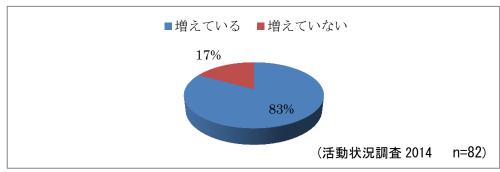


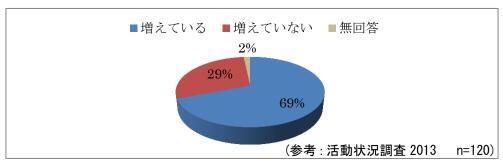


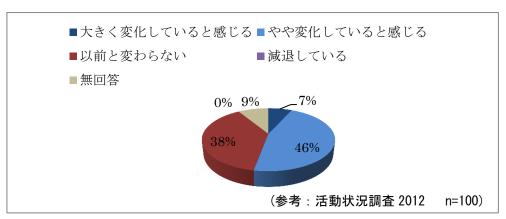
#### ■回答の特徴

2012 年度には 30%だったが、今年度は「変化している」との回答が 50%にまで増加した。ジオパーク活動が商店街や商工会になんらかの変化を与えている現状が見て取れる。このアンケートからは地元商店街や地元住民が主体的に活動しているかどうかは不明であるが、団体の成功事例を他の団体とも共有し、自主的に地元が活動する団体が増加されることを期待したい。

## 【11】 住民のジオパーク活動への参加 (n=82)





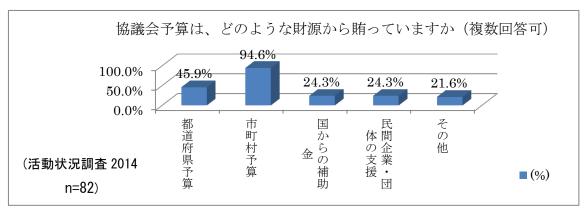


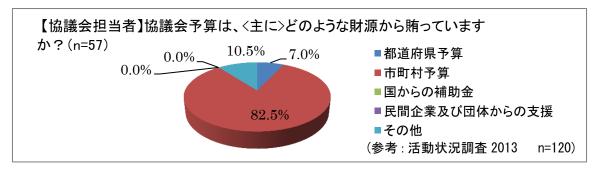
#### ■回答の特徴

住民のジオパーク活動への参加については、「増えている」が83%に増加した。ここまでの調査結果からも活動自体が地元で拡大しているとみえることから、この回答によってジオパーク活動が定着しつつあることを更に裏付けられると考える。

#### 【12】 協議会の予算はどのような財源から賄っているか (n=37)





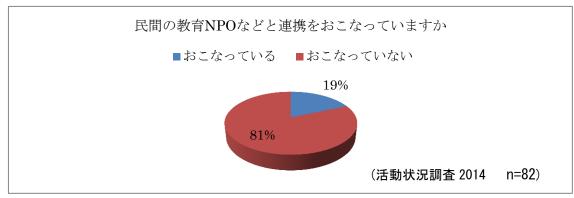


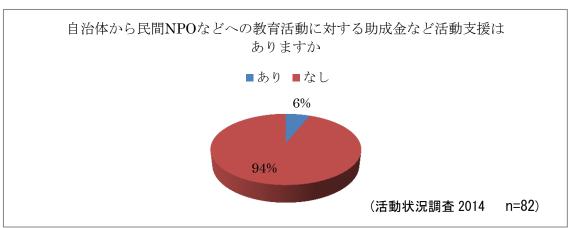
#### ■回答の特徴

今回は協議会に限って回答を求めた。前年度は「主に」であり、今年度は「最大の」という表現の違いはあるが、「市町村予算」の割合は下がった一方で、「都道府県予算」や「民間企業・団体からの支援」、「国からの補助金」の割合が増えた。この1年で行政のみの状況から様々な支援の形が増え、ジオパークを巡る環境も変化していることがこの項目からも見てとれる。今後は、ジオパーク活動に関わる団体などの拡がりを図るため、さらなる自治体予算中心から「民間企業や団体からの支援」などへも積極的に目を向けてほしい。

今回から複数回答可で財源の種類を聞いているが、「その他」の項目も多く、来年度は「個人の支援」といった項目なども含めて、詳細を明確にしたい。

## 【13】 民間 NPO との連携 (n=82)





#### ■回答の特徴

民間の教育 NPO などとの連携を「おこなっている」との回答は、全体の 19%とまだ少ない。自治体からの助成金等の活動支援も「あり」の回答は 6%のみとなっている。

行政中心の運用からの脱却を考えれば、今後、様々な主体との関係構築をさらに拡大していくことが望ましい。

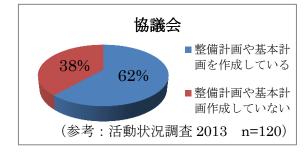
#### 【14】クロス集計分析の結果

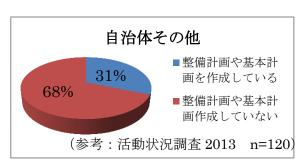
【14-1】活動を推進するための整備計画や基本計画作成をおこなっているか

			n		活動を推進するための整備計画や基本計画作成 をおこなっていますか?		
			おこなっている	おこなっていない			
全体		82	39	43			
<b>活</b> 即	協議会	37	22	15			
種別	自治体など	45	17	28			

n= ■おこなっている ■おこなっていない

全体	82	47.6%	52.4%
協議会	37	59.5%	40.5%
自治体その他	45	37.8%	62.2%





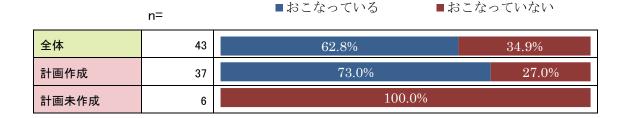
#### ■回答の特徴

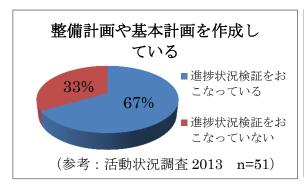
協議会のうち、計画を作成しているは59.5%、自治体その他は37.8%だった。今年度も協議会が計画の作成を実施しているとの回答が多かった。

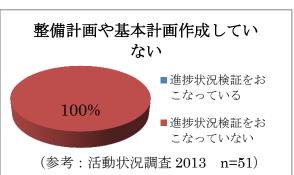
前年度と同様に強調するが、ジオパーク活動を「交流人口の拡大」や「観光拠点づくり」の目的として行うのであれば、自治体全体として取り組むことが肝要であるため、ジオパーク活動が自治体の計画とリンクするか自治体の計画として昇華される必要がある。自治体全体の計画になってはじめて自治体全体として活動できる基盤になるので、総合計画や総合戦略との連携など、さらに計画の作成を進めていくことを強く求めたい。

【14-2】その計画の進捗状況検証をおこなっているか

		n	その計画を実行してい	ますか?
			実行している	実行していない
全体		43	27	15
	作成	37	27	10
計画	未作成	6	0	5





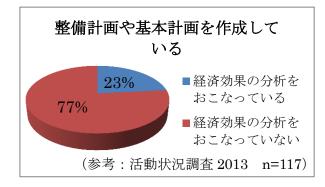


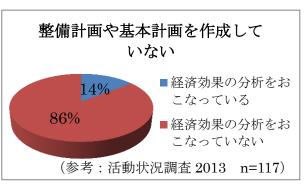
整備計画や基本計画を作成している団体の 73 %が活動の検証をおこなっている。計画を立て、実行し、検証を行うというサイクルを回していくことで、ジオパーク活動を発展的に進化させることが出来る。このアンケートからはどのような PDCA サイクルであるかはわからないが、昨年度の報告書で提案した、活動検証シートを活用した成果検証が参加自治体のなかで進むことを期待したい。

【14-3】計画を作成し経営分析をおこなっているか

		n	経済効果の分析をお	こなっていますか?
		1	おこなっている	おこなっていない
	全体	82	23	59
활표	作成	39	15	24
計画	未作成	43	8	35

	n=	■おこな	こっている ■おこなっていない
全体	82	28.0%	72.0%
計画作成	39	38.5%	61.5%
計画未作成	43	18.6%	81.4%



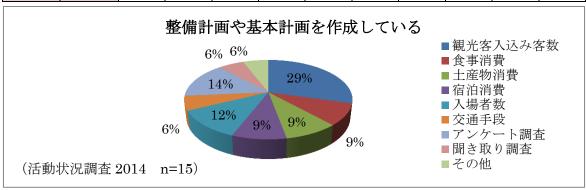


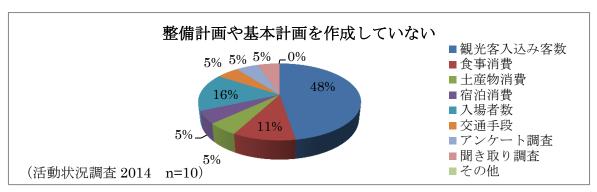
経営分析を行っている団体は全体で28%だったが、計画を作成していると回答した団体は38%が経営分析も行っていると回答した。前年度と比べて10ポイントほど増加している。また、計画は作成していないが経済効果分析を行っていると回答した団体が18%あった。

この項目は、「何」を検証しているのか、より内容をチェックする必要があるため、次の 設問で詳細を見たいと思う。

【14-4】経済分析の項目

			分析している場合は、どのような項目で分析しているかも記入してください。					0			
		n	観光客入込み客数	食事消費	土産物消費	宿泊消費	入場者数	交通手段	アンケート調査	聞き取り調査	その他
	全体	25	19	5	4	4	7	3	6	3	2
計画	作成	15	10	3	3	3	4	2	5	2	2
	未作成	10	9	2	1	1	3	1	1	1	0

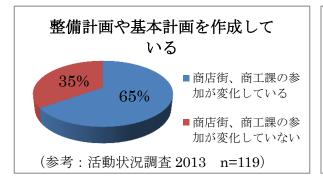


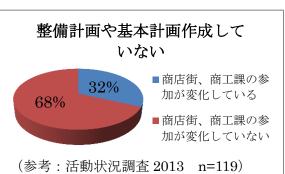


計画を作成している団体と作成していない団体で、分析項目の多様性が異なることが伺える。これは当たり前のことで、計画を作成しPDCAサイクルをまわしていくために、成果や指標をどこに設定するかを考えれば、「観光客入込み客数」ばかり分析するのではなく、食事や土産物、交通手段などジオパークに関わる各主体にどのような影響が及んだかもしっかり計測する必要がある。行政依存から脱するためにも、多くの項目で分析することが望ましい。

【14-5】商店街や商工会などにおけるジオパーク活動への参加状況に変化は感じるか

		n	商店街や商工会などに への参加状況に変	
			変化している	変化していない
	全体	82	41	41
計画	作成	39	20	18
計画	未作成	43	21	23





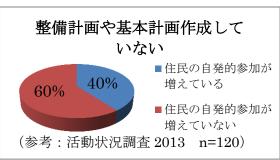
前年度ほど顕著な傾向は出てはいないが、計画を作成している場合が計画を作成していない場合と比べて商工団体の姿勢に変化が出ていると言える。計画を作成しているということは、地元の商店街や商工会などとの連携や情報共有はおこなわれていることが推測されるため、地元の姿勢にも違いがあらわれるのだろうと考えられる。

#### 【14-5】住民による自発的な活動は増えていると感じるか

		n	住民による自発的な活動は 増えていると感じますか?		
			増えている	増えていない	
全体		82	41	41	
作成		39	25	17	
計画	未作成	43	14	26	

	n=	■増えている	■増えていない
全体	82	51.2%	47.6%
おこなっている	39	64.1%	35.9%
おこなっていない	43	39.5%	58.1%





#### ■回答の特徴

計画を作成していると回答した団体のうち、住民の自発的な活動が「増えている」と回答したのが 64%であり、計画を作成した団体のほうが住民のジオパーク活動への参加の姿勢に明らかに変化が表れている。

計画を作成し、共有をすることで住民との意見交換もでき、また、住民意見を反映した さらなる計画の作成も可能となる。住民にジオパークを「自分のこと」として考えてもら うために、住民が参加しやすい環境の整備が求められている。

# 【15】住民活動の変化と学校教育の変化の相関

# 【15-1】 住民のジオパーク活動への参加は増えていると感じますか?

				q3_7_1	
			n	増えている	増えていない
		全体	82	68	14
	学校におけるジオパーク活動への	変化している	54	51	3
U	変化 小学校	変化していない	19	12	7
	学校におけるジオパーク活動への	変化している	45	43	2
	変化 中学校	変化していない	27	19	8
	学校におけるジオパーク活動への	変化している	36	33	3
	変化 高校	変化していない	28	23	5

# 【15-2】住民と行政が一緒に活動するような機会は増えていると感じますか?

				q3_7_2	
			n	増えている	増えていない
		全体	82	54	28
	学校におけるジオパーク活動への	変化している	54	42	12
U	変化 小学校	変化していない	19	9	10
	学校におけるジオパーク活動への	変化している	45	33	12
	変化 中学校	変化していない	27	17	10
	学校におけるジオパーク活動への	変化している	36	27	9
	変化 高校	変化していない	28	19	9

# 【15-3】 住民による自発的な活動は増えていると感じますか?

			q3_7_3	
		n	増えている	増えていない
	全体	82	42	39
学校におけるジオパーク活動への	変化している	54	33	21
変化 小学校	変化していない	19	7	11
学校におけるジオパーク活動への	変化している	45	27	18
変化 中学校	変化していない	27	12	14
学校におけるジオパーク活動への	変化している	36	23	13
変化 高校	変化していない	28	14	13

【15-4】 住民同士の連携した活動は増えていると感じますか?

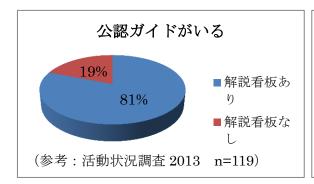
			q3_7_4	
		n	増えている	増えていない
	全体	82	44	38
学校におけるジオパーク活動への	変化している	54	34	20
変化 小学校	変化していない	19	10	9
学校におけるジオパーク活動への	変化している	45	28	17
変化 中学校	変化していない	27	15	12
学校におけるジオパーク活動への	変化している	36	26	10
変化 高校	変化していない	28	16	12

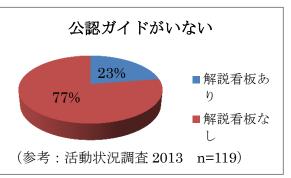
前年度同様に、活動への参加に対する変化と小学校での変化に相関がみられる。副読本を作成している団体は小学生を対象としていることが多く、中高生になるとジオパーク活動について学習する機会や関わる機会が減っていることが推測される。中学校や高校向けの教育プログラムを工夫し、子供たちのジオパーク活動への関わりに連続性を持たせることで地域アイデンティティの醸成につながるだけでなく家族や地域の巻き込みも期待できる。

【16】公認ガイドとジオパーク解説看板設置の相関

		n	あり	なし
	全体	82	65	17
公認のガイドはいますか?	いる	44	42	2
公認のカイトはいまりか?	いない	38	23	15

	n=	■あり	■なし
全体	82	79.3%	20.7%
いる	44	95.4%	4 <mark>.5%</mark>
いない	38	60.5%	39.5%





ジオパークの公認ガイドが配置されている場合、ほとんどの団体で解説看板等が設置されている。幅広く他分野で活動する方を公認ガイドとしては配置することで、多様な情報や意見を取り入れることができる。その結果、解説看板の配置にとどまらず、今後のさらなるジオパーク活動の広がりを持つことができる。

#### Ⅴ. 小括

この章では、主に「活動計画の作成ならびに検証がどの程度行われているか」という観点と「運用や財源が行政中心から民間・NPO中心へと移行が進んでいるか」という観点で調査の分析を進めた。

まず、全体的な傾向としてジオパーク活動の効果が定着してきていると言える。今回の調査でも、当初目的として「交流人口の拡大」「観光拠点づくり」が大きな2つの目標としてあげられた。3年続けて同様の傾向だが、今回調査から追加した「郷土愛の醸成」「地質遺産の保存」「協働の起点」も上位にあがった。目的に対する効果の認識は、「一部あがっている」「十分にあがっている」を足し合わせるとほぼ8割が「効果があがっている」と回答しており、ジオパーク活動が地域に変化をもたらしていると考えられる。また、傾向としては、一定期間を経たジオパークは、定常的な効果を狙う安定期へ移行した、言い換えれば、「次なる一手」を考える時期にきているとも言えるだろう。ジオパーク活動が広がりを見せるとともに、役所内での他部署との連携や情報共有環境が整備されてきており、それにつれて自治体職員の意識も大きな変化を見せている。

一方で、その効果を「どのように測るのか」「どのように作り出すのか」については、まだ改善の余地があると思われる。活動推進のための整備計画や基本計画をつくっているのは、協議会で 60%、自治体で 37%である。また、経営分析をおこなっていると回答した団体も 28%とまだ少ない。そもそも計画の作成の際に、「なんのために」「なにを」「どの程度」行うのかを決めている団体が少なく、経営分析もおこなっていないということは、活動の検証が本来的にはできないことを意味している。経済分析をしていると回答したなかでも、分析項目を聞けばほとんどが「観光客入込み客数」のみであり、項目の多様性が乏しい現状である。

クロス集計の結果からは、計画を作成している団体は、作成していない団体よりも分析 項目も多種にわたり、商工会や住民の変化もより強く表れていることがわかった。特に計 画を作成している団体のほうが、住民の自発的な活動が増えていると違いが顕著に出てお り、実行・検証のサイクルをまわすためにも、計画の作成をしっかりおこなうことが重要 であると言える。

また、運用や財源が行政中心から民間・NPO 中心へと移行が進んでいるかについては、協議会の予算が「市町村予算」頼みである現状においてまだまだ行政中心と言わざるを得ない。ただ、2013 の際と比べても、都道府県予算や国からの補助金、民間企業・団体の支援なども割合が増加しており、様々な支援の形が表れてきていると言える。より多くの関係者へ協力や連携を広くお願いしていくことを考えれば、さきほどの分析項目も、「食事消費」「土産物消費」「宿泊消費」そして「交通手段」などの項目も分析されるべきだろう。公認ガイドの育成や外部者の登用などを含め将来的には教育関係やその他 NPO との連携・支援も増加させていくことが望ましい。

# 第2章. 認知度調査 2014 の概要

#### I. 調査の目的

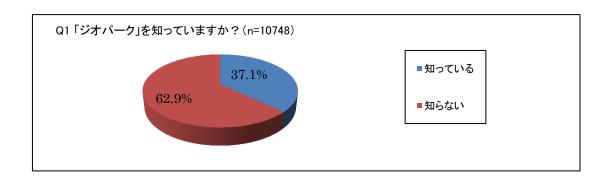
ジオパーク活動が、ジオパークがある地域に住む住民やそれ以外に住む一般市民にどの 程度認知されているのか等を確認するため、インターネットを介した全国アンケート調査 を実施して現状確認を行い、住民目線での成果の観点、認知度ごとに今度の取り組むべき 課題を浮き彫りにする。

本調査では、「一般市民がジオパークに望む目線で成果が出せているかどうか」を検討課題として設定とし、「ジオパーク」という取組み自体の認知度と、認知度傾向ごとの住民意識に関する調査・分析を行い、上記検討課題について考察する。

## II. スクリーニング調査

■調査名	ジオパーク認知度調査 2014
■調査方法	インターネット調査
■実施期間	2015年1月29日~2015年2月2日
■調査対象	全国の男女 20 歳以上
	※各県、100回答前後は回収できるよう設定
■全回答数	11, 024 回答
■有効サンプル数	10,748 回答

#### Ⅲ. スクリーニング調査の結果



およそ1万人に「ジオパークを知っていますか?」と質問した結果、ジオパークを「知っている」と回答したのは、全体の37.1%だった。回答結果と回答者の属性とのクロス集計を取ると、認知度が高いのは、女性より男性であり、年代が高まるほど認知度が高まる傾向がある。都道府県別で言えば、山形県、栃木県では2割程度と低く、鳥取県、島根県、

高知県における認知率が8割程度と高い。但し、この3県についてはそれぞれ回答数が少ない(鳥取県114回答、島根県107回答、高知県95回答)。地域別で集計すると、ジオパークが身近にある中国地方、四国地方、九州地方ではジオパークの認知度が高く、都市圏が集中する関東地方、近畿地方、中部地方では低い傾向がある。職業別では、公務員や経営者・役員のジオパークに対する認知度は高かった。

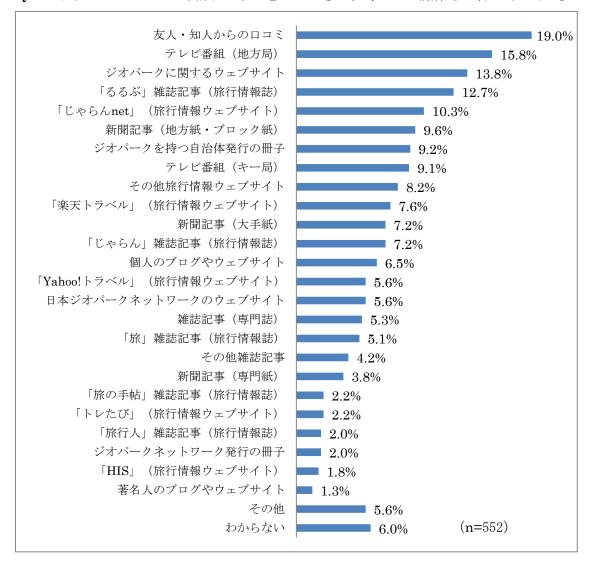
# IV. 本調査

■調査名	ジオパークを認知している層(認知層)に対する意識調査
■調査方法	インターネット調査
■実施期間	2015年2月6日~2015年2月8日
■調査対象	スクリーニング調査でジオパークを「知っている」かつ「ジオ
	パークを目的に行ったことがある」と回答した 1,015 人
■回収数	552 回答
■有効サンプル数	552 回答

■調査名	ジオパークを認知していない層(非認知層)に対する旅行意識
	調査
■調査方法	インターネット調査
■実施期間	2015年2月6日~2015年2月8日
■調査対象	スクリーニング調査でジオパークを「知らない」と回答した大
	都市圏在住者 1,003人
■回収数	564 回答
■有効サンプル数	564 回答

#### V. 認知度調査 2014 の分析結果

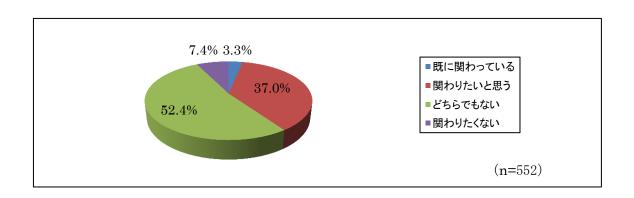
- 【1】 ジオパークを認知している層(認知層)に対する意識調査 (n=552)
- Q2 あなたがジオパークを訪れようと思ったときに参考にした媒体をお答えください。



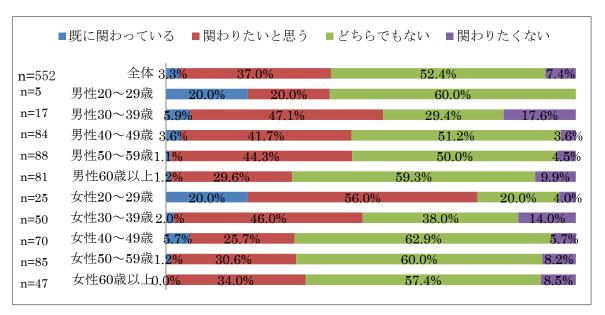
#### ■回答の特徴

ジオパークを訪れる際に参考にする媒体は、「ロコミ」、「テレビ番組(地方局)」「ジオパークに関するウェブサイト」「るるぶ(雑誌記事)」「じゃらん net(旅行ウェブサイト)」と続いた。メディアで言えば、テレビ・雑誌・ウェブサイトの3つが重視されていることと、ロコミを増やすためには訪れた人の満足度を高める努力が必要になる。

Q3 ジオパークを通じて、地質遺産の保存や教育・観光による地域活性化を進めており、 今後はさらにジオパーク活動を広めることで、認知度・教育効果の拡大、観光客誘致によ る交流人口の増加なども見込んでいます。あなたはこうした動きについて、保全や運営に 主体的に関わりたいと思いますか。(n=552)



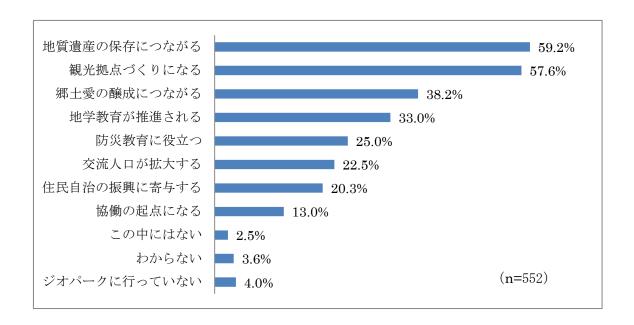
<クロス集計>性別年代×保全や運用への主体的な関与(n=552)



#### ■回答の特徴

ジオパークを認知している層のうち、3.3%が既に保全や運営に関わっており、「関わりたい」と考える回答は37%だった。年齢を重ねるごとに保全や運用への関与は減る傾向にあるが、既に関わっていると回答したのは男女ともに20代で20%だった。回答数が少ないので参考値だが、特に20~30代の女性は、ジオパークへの関与の意思が高いことが特徴的である。

Q4 ジオパークの活動には、以下のような様々な目的があります。「ジオパークならこれには効果が期待できる」と感じる項目について、すべてお答えください。(n=552)

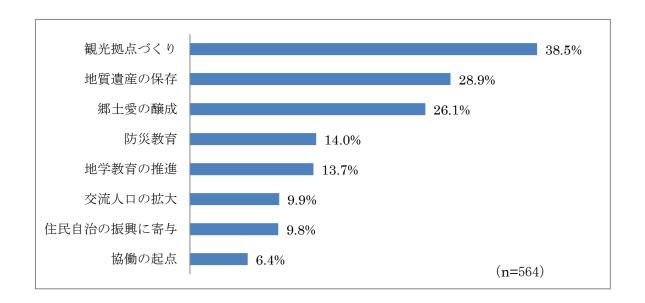


#### ■回答の特徴

ジオパークの活動の目的のうち、地質遺産の保存」「観光拠点づくり」に対して6割の回答者が効果を期待していることがわかった。続いて「郷土愛の醸成」や「地学教育の推進」、「防災教育」についても高い期待が寄せられているが、活動状況調査2014の「【1】ジオパーク活動を始めた当初の参加目的 第1位」(本報告書P.6)の回答結果で明らかなように、このあたりの項目は団体が求める目的とは違うため、ジオパークを認知している層の期待している目的と団体が想定する目的は、少々の異なりを見せていると言える。

#### 【2】 ジオパークを認知していない層(非認知層)に対する旅行意識調査 (n=564)

Q4 現在、日本や世界にジオパーク活動が広がっています。ジオパークを通じて、地質遺産の保存や教育・観光による地域活性化を進めており、今後はさらにジオパーク活動を広めることで、認知度・教育効果の拡大、観光客誘致による交流人口の増加なども見込んでいます。以下にあげた項目の中で、あなたが関心あるものをすべてお答えください。 (n=564)



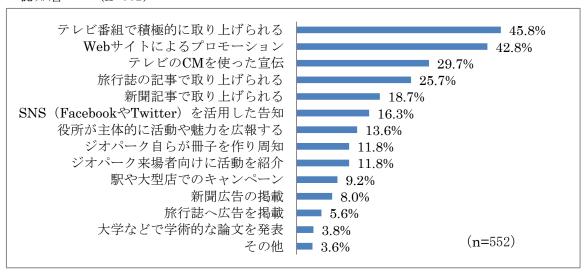
#### ■回答の特徴

ジオパークを知らない層にも、上記の「Q4」の設問のようにジオパーク活動の説明をしたうえで、その効果について関心があるものを聞いている。その結果、ジオパークを知っている層とほぼ同様に、「観光拠点づくり」、「地質遺産の保存」「郷土愛の醸成」の効果に期待を集めていることがわかった。ジオパークを認知している層の求める目的ともあわせて考慮し、ジオパークがどのような成果を生み出していくかは再考する必要がある。

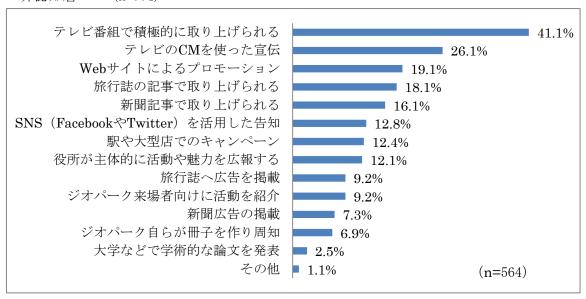
#### 【3】 認知・非認知層それぞれの「今後求められること」

**Q5** これらジオパーク活動がより多くの人に知られるために、特に必要だと思うことを3つお答えください。

#### <認知層> (n=552)



#### <非認知層> (n=564)



#### ■回答の特徴

認知度に関わらず、「テレビ番組に取り上げられる」との回答が4割超と最多だった。すでに認知している層に対しては、「Webサイトプロモーション」も有効だと考えられる。その他、「テレビ CM」「旅行誌」「新聞記事」と続いた。

#### VI. 小括

この章では、一般市民目線での成果の観点から、認知度ごとに今後の取り組むべき課題 を明らかにするため分析をおこなった。

「ジオパーク」という言葉の認知度は、37%であり、もっとも活動を開始するのが早かった団体でも活動期間が約10年間であることを考えると、一定の認知度を得ていると断言してもいいだろう。ただ、都市部では地方部よりも認知度が低いという傾向が見られるため、その差を埋めるような工夫や取り組みは求められる。

今回の調査は、ジオパークを認知している(かつジオパークを訪れたことがある)層と、 ジオパークという言葉を知らない層にそれぞれジオパークに期待する効果と今後必要な施 策について聞いている。

まず認知している層は、ジオパークの活動の目的のうち、「地質遺産の保存」「観光拠点づくり」に対する期待が大きく、続いて「郷土愛の醸成」や「地学教育の推進」、「防災教育」についても期待が高いことがわかった。認知していない層も、「観光拠点づくり」、「地質遺産の保存」「郷土愛の醸成」の効果しており、「交流人口の拡大」を当初目的の最大の目的の1つにおいている団体の公算とは色合いが違う。「ジオパークが生み出す効果」については、行政が考えるものと、一般市民が考えるのものでは少し異なりがあることは留意しておいたほうがいいだろう。 「ジオパーク活動がより多くの人に知られるために必要なこと」についても聞いているが、認知度に関わらず、「テレビ番組に取り上げられる」が最多だった。すでに認知している層は、「Webサイトプロモーション」が特に有効だという結果も出た。その他、「テレビ CM」「旅行誌」「新聞記事」と続いた。

また、主体的な関与について聞いている設問では、性別年代とのクロス集計で、回答数が少ないので参考値だが、特に 20~30 代の女性は、ジオパークへの関与の意思が高かったことは注目に値する。主体的な関わりをすでに持っている層が、男女ともに 20 歳代だったことを考えると、若者に限らず様々な主体がジオパークへ関わる素地はできつつある。あとは、住民目線で成果を考え、多くの人を巻き込んでいく仕組みや取り組みを構築し、実行できるかが問われていると言える。

# 第3章. 考察

今回の活動状況調査と認知度調査の調査結果から、以下の観点で考察を進める。

- (1) 活動計画の作成と検証、経営分析がどの程度、どのように行われているか
- (2) 運用や財源が行政中心から民間・NPO 中心へと移行が進んでいるか
- (3) 住民がジオパークに望む目線で成果が出せているか

#### (1) 活動計画の作成と検証、経営分析がどの程度、どのように行われているか

計画作成や検証、経営分析を実施している団体の割合を継続的に把握することのほかに、「経済分析の項目」に注目すべきと考える。例えば、今年度調査では「入込み客数」を分析しているとの回答が最多だったが、それだけでは不十分である。当初目的として「交流人口の拡大」「観光拠点づくり」が重視されているなかでは、人が来てどれだけ「お金を落とすか」「どこに落としているか」をしっかり把握すべきである。観光協会や商工会のさらなる協力や、民間団体などの協力も必須ではないか。今後、ボランティア的に参加してもらうこと以外にも経済的なメリットを想定できるよう様々な項目での分析を実施し、それを多くの関係者に伝える努力が必要になってくる。

#### (2) 運用や財源が行政中心から民間・NPO 中心へと移行が進んでいるか

現在の状況は、財源も「市区町村予算」が最多であるなど、行政中心の傾向である。当初目的として「交流人口の増加」「観光の拠点」をあげるなら、本来は民間や住民・NPOなどが中心になるべきである。当初、自治体の首長が提案者である場合は、立ち上げ期は行政中心になるが、拡大期にあっては、協議会にこれらに類するメンバーに参加をお願いしたり、活動の事務的中心者、保全活動を主体的に担う主体を徐々に行政から民間・NPOへ移行していくことが望ましい。特に財源は、縮小傾向にある自治体予算から、その地域の価値を創造し、郷土愛を醸成する場として地域の個人・民間企業や団体からの支援に目を向けていくことが肝要である。

来年度の調査では新規の調査項目として、初年度予算の割合と最新年度の割合を比較し、 行政依存の割合を減らしていっているかを把握することを提案したい。

#### (3) 住民がジオパークに望む目線で成果が出せているか

ジオパーク自体の認知度は約4割と、ジオパーク活動が拡大するのとともに定着を見せていると言える。また、ジオパークへの関与意思についても、ジオパークを知っており、かつジオパークを訪れたことのある住民のうち約3割が「主体的に関与したい」と回答しており、今後の住民への拡大に期待をもたせる結果となった。一方で、ジオパークの団体が目的としているもののうち、「交流人口」については住民にとっては関心が薄く、「観光拠点づくり」や「地質遺産の保全」「郷土愛の醸成」などに関心を向けていた。特に「地質

遺産の保全」「郷土愛の醸成」については、団体の目的と少し異なりを見せているため、ジオパーク側の「目的」と住民が求める「効果」については再度検討が必要に思える。ジオパークを認知している層、認知していない層どちらにおいても、今後のジオパークの拡大には「テレビ」の活用が重要だとの回答が多く、旅行雑誌やインターネット、地方紙などを通じたキャンペーン、魅力を伝える広報活動が必要だという結論を得た。

#### ■提案

上記の調査結果をもとに、より具体的な提案を明記した。

① 「○○な方へおすすめジオパーク」(仮称)の作成

「観光入込客数の増加」を期待してジオパーク活動をおこなっている地域は多い。その活動を後押しするために旅行者に「行ってみたい」と思わせるような情報を積極的に出していく。このデータは、経年調査と認知度調査から得られるデータを基に作成する。 (例)

- ・「春:楽しく学べて旬な美味も堪能したい方へおすすめジオ」(他の季節も設定可)
- ・「女子が一番"行ってみたい"とおもっている気になるジオパーク」
- ・「乳幼児と一緒に楽しめるジオパーク」
- 「高校入試を受ける前に知っておきたいジオパーク」
- 「還暦を迎えた方にお勧めジオパーク」
- 「デートで楽しめるジオパーク」

(その他、参加自治体にはこのような効果も)

「どのような活動をすればよいのかわからない」と考えている担当者はいないだろうか。ただ、活動していても成果はなかなか上がらない。「"なに"を"どうする"」のかが具体的にならないと具体的な成果は得難い。そもそもの「狙い」と、目的達成のための取り組みがつながっていない現状がある。活動の成果を上げている事例など他の地域の善い事例をデータから割り出し、それを紹介することで、自身のジオパーク活動のどこに課題があるかを気づける手法が必要ではないか。そのためにアンケート調査から分析されるチャートを活用して、活動の見える化、PDCAサイクルをまわす習慣を身につけることが必須である。

#### ② 手旅行業者との提携

アンケート調査や活動調査から得られたデータを基に、大手旅行業者を巻き込み、ジオパークを活用してどのような旅行者向け商品が開発できるかを検討する勉強会を立ち上げる。

#### ③活動チェックシートの活用

活動チェックシート活用方法について各地域で関連する部署や人達を集めて研修会を開催する、協議会、スタッフ、住民でチェックシートをまとめるワークショップをするなど、地元の人と活動、目指す方向の共有をすると同時に、活動の停滞感を払しょくできるのではないか。活動チェックシートは担当者や一部の者が確認するためだけのツールではなく、シートを作成するプロセスから住民や民間企業など担当者以外の者を巻き込んでいくツールとして活用できる。

#### ③ファシリテーターの養成

行政内部、地元等と活発な意見交換を行い、合意形成を図り、円滑に一緒に活動をしていくためには、会議運営を円滑に行い、参加者を「その気」にさせていくことが肝要だが、そこにはファシリテーションの技術が必要となる。

担当者を含め、地元の方などを含めたファシリテーションの研修会を開催し、各地域に ファシリテーターを多く育成することを提案する。

#### ④ジオ情報のオープンデータ化

オープンデータは今後、住民や企業の巻き込みを推進するために実施すべき必須条件。 昨今、火山や地震など地質学等に対する関心が広がっているなかで、ジオ情報をオープ ンデータ化し、アイデアソンやハッカソンを実施することで、地質学の教育、防災・減 災に役立つアプリや企画が出て、住民や企業の巻き込みにつながるのではないか。

## ⑤地方創生との連動

総務省が全国の市町村へ作成を求めている総合戦略の内容は、「地域の人口をどの程度維持させるか」を基本として計画を作成しているかどうかが問われている。それは、地域で雇用を生むための戦略、Uターンなど一旦地域を離れたが移住してくる者を増加させる戦略、観光客などを地域へ呼び込むための戦略など、ジオパーク活動に参加している市町村が目指している内容と合致することが多い。総合戦略の中へジオパーク活動で打ち出している戦略を盛り込むことを提案する。

#### ⑥大都市からのアクセスを意識する

本年3月14日、北陸新幹線が金沢駅まで開通した。2016年3月末には北海道新幹線開業、2027年にはリニアモーターカー開業、その他高速道路の延伸など公共交通機関は益々東京へのアクセスを便利にする。同時に、我が国の人口は右肩下がりで2040年には人口が1億人を割ると推計されている(世界は2010年に90億人超え、2100年に140億人超え)。加えて、我が国は2020年に東京オリンピック開催を控えており、その直後辺りまで地方と東京へのアクセス改善の施策は多数実施される。少なくなる人口が居住する

と推測されるのは太平洋ベルト地帯であり、ジオパークに加盟している各地域は、今後、 大都市からのアクセスを意識した活動を実施していく必要がある。そのために、上記で 提案した項目について早期に実施できる環境を構築されることを提案する。

#### ⑦「ジオちゃんねる」(仮称) 開設

近年、インターネット上で「〇〇ちゃんねる」等と題して様々な番組が放映されている。 中には個人で運営しているケースも多数ある。そこには、安価な経費に加え、視聴者の テレビ離れの事情もある。

各ジオパークには、マスコットキャラクターもいれば地元の PR 大使、中にはミス〇〇もいるであろう。加えて、美味しい食べ物や温泉などの他の観光地とジオパークを絡めた情報を発信する「ジオちゃんねる」(仮称)「行きたいね!ジオパーク」の開設を提案する。

#### ⑧地域別勉強会の開催

3年間のアンケート調査を実施させていただき、少しずつではあるが地域内や担当者の活動自体の改善が図ることができたり、成果が生まれつつある。しかし、本来、思い描いているような事態の実現にはまだ到達できておらず、その要因を個別に振り返って分析し、そこから抽出された課題について解決策を構築する必要がある。

アンケート結果や分析からの解析や提言など、担当者からすれば理論は理解いただけたとしても「実際にやろうとすると"いろいろ"あって難しいのだ」というのが本音かもしれない。しかし、その"いろいろ"を突破しない限り描いた理想像は実現しない。担当者が役所内や地元で協力を求めても、しがらみやこれまでの関連性、地域内のパワーバランス等から思うように行動できない現状を抱える担当者は少なくないのではないか。一人でも多くの仲間や協力者を増やしていくためには担当者の普段の努力が必要であることはもちろんのこと、そこには限界もある。その場合、外部者を入れてそこから発言してもらったり、ファシリテーションを行ってもらうなど通常とは別の手法で突破口を見出していく時期にあるように思われる。

以上、調査結果に基づき今後取り組まれたい課題について取りまとめた。

2015年3月30日一般社団法人地域経営推進センター中村 健

# 第4章. 補遺

活動状況調査は、本来的には「協議会」の活動状況を見るものであり、自治体の数値も混ぜていることは「協議会の活動」を経年で見るうえでは望ましくないという意見もある。そこで、協議会のみの回答について、単純集計を別紙で示す。