

平成29年度 村民意見交換会 世界自然遺産まるわかり座談会 概要報告

開催日時 : 平成29年6月15日(木); 母島 16日(金); 父島
午後6時30分~8時50分

会場 : 村民会館体育室; 母島 世界遺産センター; 父島

参加者: 延べ58名(母島島民21名、事務局関係者8名 父島村民17名、事務局関係者12名)

今回の意見交換会は、「世界自然遺産まるわかり座談会」と題し、世界自然遺産に係る各機関の取組紹介と、管理計画改定の状況報告、ガラパゴス諸島現地調査報告を行った後、意見交換を行いました。

意見交換については、管理計画の振り返りから「遺産価値や取組の必要性についての情報発信」に主眼を置き、「父島/母島列島PR作戦」をテーマに、意見交換というよりもアイデア出しをメインとした、グループディスカッションを行いました。

その結果、村民の皆様のご日常生活や仕事、また日頃からの思いやアイデアなど、日々感じておられる素直なご意見をたくさんいただくことができました。いただいたご意見に真摯に向き合うとともに、遺産についてより幅広い方々に興味を持っていただき、ご協力いただきながら、世界遺産小笠原を守っていただけるよう励んで参ります。

1. 取組報告~遺産の管理に関する最新トピック

<意見交換> (●: 村民の意見 ○: 行政機関の意見)

- 苗の持込について、個人の花などを温浴処理するところまで体制等整っているのか(母)。
- 農業苗などを対象に試験しており、園芸苗についてはこれからの検討課題となる(環境省)。
- 苗の持込規制をするのであれば、種から育てるなどの具体的な方向性を出して欲しい(母)。
- 苗の持込規制の取組について、迅速に、しっかり進めて欲しい(母)。
- 既に侵入したツヤオオズアリの対策について、迅速に対応して欲しい(母)。
- シロアリ発生地域からの植栽用樹木等の持込を規制しているシロアリ条例を、まずはとにかく知ってもらうため、担当課からも改めて周知徹底を図ることとしている。行政内でも新たな外来種対策に関する連絡会を設置しており、対策を少しでも前に進めたいと考えている(村)。
- 有人島のネズミ対策について、個人が捕獲した個体の処理についての検討状況はどうなっているのか(母)。
- 処理する用地の問題など、色々課題があり、現状では各自での処理をお願いしている(村)。

2. 遺産管理の振り返り (●: 村民の意見 ○: 行政機関の意見)

- 石門のシコウランや堺ヶ岳のワダンノキなどの生育環境が危機にある希少種の保全を、父島だけでなく母島も、各行政機関がしっかり話し合っ対策を検討して欲しい(母)。
- 各行政の管理機関が協議する場である現地事務局会議を軸に連携を図っている。父母同様に取組んでいきたいと考えている(環境省)。
- 母島にも世界遺産センターが必要という話をしてきている(母)。
- 母島の自然環境の重要性は常々痛感しており、施設があると良いとも思っている。色々お願いしていきたい(村)。
- 管理計画の改定の際に、海域にも力を入れていくという話であったが、海域のことを遺産価値に具体的にどのようにあてはめていくのか(父)。
- 世界遺産地域には、若干であるが海域も含まれており、アオウミガメやホエールウォッチングなど、村民に愛着あるものとして、海域のことを管理計画に示していけるとよい(環境省)。

3. 他地域の事例紹介～ガラパゴス出張報告 (●：村民の意見 ○：行政機関の意見)

●ガラパゴスでは、どのようにしてガイドになることが出来るのか (父)。

○ガイドになるためには、国立公園管理局が監督する試験を受験し、数か月の研修を受ける必要がある。受験料や研修費用は自己負担となる。ガイドになるには、外国語必須などハードルが高いようであるが、給料も高いことから、若い世代に人気の職業であるようだ (村)。

4. 意見交換

話題提供として、平成 27 年度に実施した村民意向調査や村民意見交換会の結果より、村民の考える「将来の小笠原の姿」や「小笠原の自然の魅力」を紹介し、それをヒントに、父島／母島列島の遺産価値を守り活かすため、「何を」「誰に」「どのようにPRするか」などの軸に沿って、5～6人程度のグループに分かれ、アイデアを出し合っていました。意見のいただき方については、村民と事務局関係者の立場を分けず、参加した方々に各個人の思いを出していただきました。最後に各班の代表の方に出されたアイデアについて発表していただきました。



意見交換風景 (母島)



意見交換風景 (父島)

<母島列島PR作戦> (3班に分かれて意見交換)

A班	<ul style="list-style-type: none"> ・は丸、おが丸が新しくなり、単に世界遺産ではなく、山や陸に興味のある人が増えた。もっとひきつけるような情報発信をすれば、アクティブなシニアなどを取り込めるのでは。 ・母島には自然に興味のある子供が多い。子供たちを通じて、大人に対して発信してはどうか。 ・子供たちが一度外に出る機会を作ると、客観的に価値を理解できるのでは。 ・世界遺産が仕事につながると、従事する人の理解は深まるのではないかと。
B班	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客は島に来て自然に関する現状を知らないのでは。事前に情報をインプットしてはどうか。外来種対策だけでなく、どのような取組を実施しているかという点も伝えてはどうか。 ・海岸が予想以上に汚い。 ・世界遺産登録後騒がしくなったが、最近落ち着いた。 ・ダムをもう一つ作っても良いのではないかと。
C班	<ul style="list-style-type: none"> ・子供の意見を聞くと、母島のあたたかさを知って欲しい、ということだった。 ・母島の良さは何か、大人たちも考えなくてはならない。 ・父島と母島の良さを相互に理解し合う機会があっても良いのでは。 ・ある程度、父島と母島の切り分けをしても良いのでは。(父島：観光地、母島：自然保護、など) ・入島税なども考えても良いのでは。

<父島列島PR作戦> (4班に分かれて意見交換)

	誰に	何を	どのようにPRするか
A班	内地の小学生 (男の子) ↑かっこいいものが好き	海中、森	<ul style="list-style-type: none"> 潜水艦を使って海中映像を撮影したり、ドローンで森を空撮。 魚の目線やノスリの目線といった面白い文句で、インターネットで「今日の小笠原」として配信。 まずは子どもに興味を持ってもらい、親と一緒に来島してもらう。
	内地の小学生 (女の子) ↑かわいいものが好き	ネコ捕獲 (鳥類の保全) コウモリ	<ul style="list-style-type: none"> ネコやコウモリをキャラクター化し、アニメとタイアップ。 聖地巡礼で来島してもらう。 コウモリなどの小笠原の動物がたくさん見れる動物園を内地に作る。 高い入園料を徴収して、島に還元。
	シニアの観光客 (特にクルーズ船) ↑如何に上陸してもらうか。短時間でお土産だけでなく自然も見てもらいたい。	生態系まるごと	<ul style="list-style-type: none"> まちの近くで、1ヶ所で島の生態系が全部見られる場所を作る (コウモリもいる生態展示園)。 人気ガイドとして、コウモリおじさんやアカポッコおねえさんを育成 枝サンゴをグラスボードで見ってもらう。
B班	観光客	海・ポニンプルー	<ul style="list-style-type: none"> すでにPRされており、ある程度、浸透しているのでは?
		夜空、星、月	<ul style="list-style-type: none"> 星空コンテストでは2年連続1位をとっている。 南島に沈む月
	観光客の中でも、ある程度学問的な方や時間とお金に余裕のある方。学生も? ↑内地では大型客船の動きもある	山、貴重な生態系、指定ルート、観光ルート	<ul style="list-style-type: none"> 「日本百名山」のようなもので、「日本一遠い山」、「そこからしか見られない景色」として、全国に拡散できるとよい。 SNSによるPR。拡散してもらえる景色や制度。 例えば母島の乳房山の登頂証明や高山からの南島の眺望。 有名人に来島してもらって、山をPR。 おが丸の船内で海が多いが、山の映像もたくさん流す。
C班	60歳代以上の観光客	マイマイ	<ul style="list-style-type: none"> マイマイなどの固有生物をまちなかで見られる施設をつくる。 楽しいガイドさんがいる、とアピール
	内地の戦争を知らない世代	小笠原の歴史 (捕鯨・戦争など)	<ul style="list-style-type: none"> クジラを通して太平洋との広いつながりを感じてもらう。 かつては捕鯨基地だった。 戦跡ガイド ビジターセンターの活用
	観光客	乾性低木林	<ul style="list-style-type: none"> ハートロックや傘山から眺望できる乾性低木林の美しさをガイド。

	誰に	何を	どのようにPRするか
D班	家族連れの観光客	不便性 ↑遠いということ を逆手に取 った逆の発 想！	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリ等を使ってもっと拡散する。 ・今の世代の人のツボをつつく ・遺産にこだわるよりも観光価値との抱き合わせ ・固有種とそうでないものと区別するよりも、一緒にして魅力をPR ・これだけ不便であるなら、一生に一度は小笠原に来るべきというイメージづくり ・父島、母島などの家族構成になっている島のネーミングを利用した企画旅行 ・星空コンテストでは2年連続1位をとっていることなど、魅力の掘り起し。 ・日本一大きなハート「ハートロック」をもっとPR