

## 硫黄島レポート

農学研究科 生物生産学専攻 M1 末満柗志

私は今回初めて硫黄島を訪れさせていただいて、今までとは違った新しい考え方を得ることができた。私はこれまでに甕島に2回、屋久島に1回、車で行くことも可能である長島に2回ほど行ったことがあった。しかし、私が訪れたことがあったいづれの島においても最低でも1か所はスーパーがあり、どんな離島でも本土には及ばないにせよ、ある程度は小売店などがあるものだと思っていた。しかし硫黄島を訪れてその考えは間違っていたということに気付いた。簡単に離島といっても現地の環境は島によってそれぞれであり、その島々の環境に適した地域活性化を考えるべきだという考えに至った。事前に三島村全体の人口が約400人しかいないということを知っていたこともあり、私は実際に硫黄島を訪れるまでは島外からの移住による人口の増加を目的とした地域活性化を考えていた。しかし硫黄島の現在の集落の範囲や、今後開発等をしたと仮定した場合の集落として利用可能な範囲を考えると島の人口の増加には限界があると考えた。また硫黄島でとれる食料についても、火山の影響もあり人口の増加に伴う食料の需要に供給が追いつかないことが予測される。そこで今回のレポートでは、発想を逆転させ人口の増加ではなく、観光地としての地域活性化の方向性で考えていく。

まず私が注目したのは「Face Book」である。Face Bookの「鹿児島県三島村ジオパーク」のページでは2016年7月現在1500人近くの人々が「いいね！」を押しており情報発信の手段としては有効であると考えた。また今回偶然知人2名が同ページに対し「いいね！」を押しており、どういうきっかけで三島村ジオパークについて知ったのか尋ねてみると以下のような回答が得られた。「役場に知人がいる」(H氏)「卒論でジオパークについて調べているうちに知った」(Y氏)といったものだった。たった2名ということもありそれほど参考にはならないが、これらのことから2つの可能性を考えたい。

まず1つ目は、硫黄島に住んでいる人の親戚の方や役場の方などといった硫黄島関係者から少しずつ広めていくという方法である。幸運なことにもFace Bookには興味がある記事をシェアする機能が存在する。シェアすることにより、シェアした人の友達にその記事を読んでもらうことが可能となる。硫黄島関係者から硫黄島について教えてもらい、興味をもった人がその記事をシェアすることによってさらなる情報拡散が見込める。情報を拡散することにより、より多くの人々に硫黄島について知ってもらうことができ、硫黄島に興味を持ってもらうきっかけにつながるのではないのだろうか。

2つ目は、ジオパークに認定されていることを活かす方法である。Y氏がそうであったように、たとえ硫黄島について何も接点がなかったとしてもジオパークそのものに興味がある人は大勢いる。そんな中 2015 年 9 月現在ジオパークは 39 地域しかない。そのため、ジオパークそのものに興味がある人にとって三島村の情報にたどり着くことは決して困難なことではないと推測される。またこちらの方は先に述べた関係者から知人への情報拡散と比較したとき、関係者から直接伝わらない分不確実性は高いが、島外から人が来る可能性は高いと考える。硫黄島の場合、離島ということもあり、どうしてもいざ行こうと思ってもなかなか実際に行くのは困難である。しかし自らジオパークについて調べ、三島村について知った人の方が関係者からただ聞いただけの人よりも関心が強いと考えられる。実際 H 氏の場合、硫黄島について知ったのは 2 年ぐらい前であったが、実際に硫黄島に行ったことがあるかと尋ねてみると行ったことがないという回答が得られた。このことから、自分自身で硫黄島について知った人の方が実際に島に行く可能性が高いといえるのではないだろうか。

また、日本人は一般に珍しいものを好む人種であるといわれている。例えばほとんど同じ商品でも「〇〇限定」などと説明されていたり、「貴重な〇〇を使用」などと書かれているだけでも売り上げが変わってくる。特に三島村・鬼界カルデラは日本のジオパークの中では人口が最も少ないといった特徴がある。また、野生の孔雀が生息していたり、ジャンベがあつたりと他の地域と差別化が可能な点が多数存在する。中でも忘れてはならないものが独特の海の色である。このような硫黄島でしか味わえない色や音も Face Book などを利用して発信していくべきだと考える。

ここまで主に Face Book を活用した情報発信について焦点を当ててその可能性について述べてきたが、ここからは Face Book を使った情報発信をするにあたっての予測される課題について見ていきたい。最初に考えられる課題としては、実際に Face Book による情報発信の効果がどれほどあるかがわかりにくいという点である。たしかに、「いいね！」を押された数によって数値として判断することは容易である。しかし、Face Book と実際の来島人数の因果関係を明らかにすることは容易ではない。因果関係を明らかにする手段として考えられるもっとも単純な手段は、来島した人々や「いいね！」を押している人々にアンケート調査を実施する方法である。アンケート調査を分析することにより実際にどれほどの効果があるのか、どのような点を改善する必要があるのかがわかると考えられる。もう一つの課題は、情報発信の持続性である。私が卒業論文で調査した有志による地域活性化を目指す任意団体では Face Book を利用して一般向けの情報発信を行っているが、Face Book の利用頻度が非公開グループによる身内での業務連絡の方が高くなっている。また、最近では以前と比べ

て更新頻度も少しずつ低下しつつある。この事例の場合地域住民の有志だったこともあり影響している可能性も否定できないが、三島村ジオパークも時が経つにつれ形骸化する可能性が否めない。

次に私が注目したのは、島外からの観光客を連れ込む場合ターゲット層をどのようにするのかである。例えば野外教育を行うと仮定した場合、そのターゲットは児童から学生となると推測される。その場合、その年齢層にあった内容のプログラムを考える必要がある。また、近年虫が苦手な子どもたちが昔と比べて多くなりつつある。もちろん、現在も昆虫採取などが大好きな子供たちもたくさんいる。一方で虫が苦手な子供たちが存在することも事実である。知り合いの現在中学生で小学校高学年のときに実際に硫黄島に行ったことがある子に硫黄島での思い出を聞いたところ、その子自身が虫が苦手であることもあり、硫黄島は楽しかったけれども虫が嫌だったといった回答が得られた。時代の流れとともに価値観も変化している。それにより人々が求めるニーズも変化しつつある。地域活性化についても例外ではない。ニーズの変化に合わせてイノベーションを起こす必要が出てくることもある。私はこれらのニーズの変化に合わせて新しい方法、新しいプログラムを常に考え続けることこそ重要であると考えている。その一例として私が考えるのは、虫が苦手な子どもにもより楽しんでもらえるプログラムの作成である。山などの中やその付近を散策する場合どうしても虫は避けることは不可能である。しかしできるだけ虫と遭遇せずに済むルートやせめて子どもたちが苦手とする虫と遭遇しにくいコースの作成が必要となってくるのではないだろうか。