



「青森の縄文遺跡群」

活用推進ビジョン

～「みんなが集う憩いの場
世界に誇る『JOMON』遺跡群」をめざして～

青森県

目次

第1章	はじめに	04
1	目的	04
2	基本的な考え方	05
3	経緯と体制	06
4	構成	08
第2章	縄文遺跡群の活用推進に向けて	10
1	縄文遺跡群の価値	10
2	国の動向や先行事例	10
3	アンケート結果からみる現状とニーズ	13
4	活用推進に向けた現状の整理	18
第3章	将来像と基本方針	20
1	将来像	20
2	基本方針	21
第4章	施策の分野と展開	24
1	施策の分野	24
2	施策の展開	26
3	施策の実施時期	35
第5章	ビジョンの実現に向けて	38
1	実施主体	38
2	実施体制	38
参考資料		
1	取組事例(分野別)	40
2	「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン 策定に係るアンケート調査結果の概要	44
3	「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン 策定の経過	47

第1章

はじめに

1 目的	04
2 基本的な考え方	05
3 経緯と体制	06
4 構成	08

はじめに

1 目的

青森県をはじめ、北海道、岩手県及び秋田県に所在する17の遺跡で構成される「北海道・北東北の縄文遺跡群」は、人類共通の宝として未来へ伝えていくべき貴重な文化遺産であるとの考えのもと、4道県及び関係自治体が連携・協力して、世界遺産登録をめざしています。2019(令和元)年12月にはユネスコへの推薦が正式決定¹し、2020(令和2)年1月には、政府から推薦書が提出され、登録に向けた取組は着実に前進しています。

こうした状況の中、青森県では、世界文化遺産登録を好機ととらえ、世界遺産登録の効果を、地域づくり、人づくり、観光など幅広い分野において最大限活用し、地域活性化につなげていくことを目的として、めざす将来像や基本方針、取組の方向性などを共有し、行政と民間が一体となって、各々の役割のもと連携・協力しながら取り組むための活動指針となる「『青森の縄文遺跡群』活用推進ビジョン」(以下、ビジョン)を策定します。

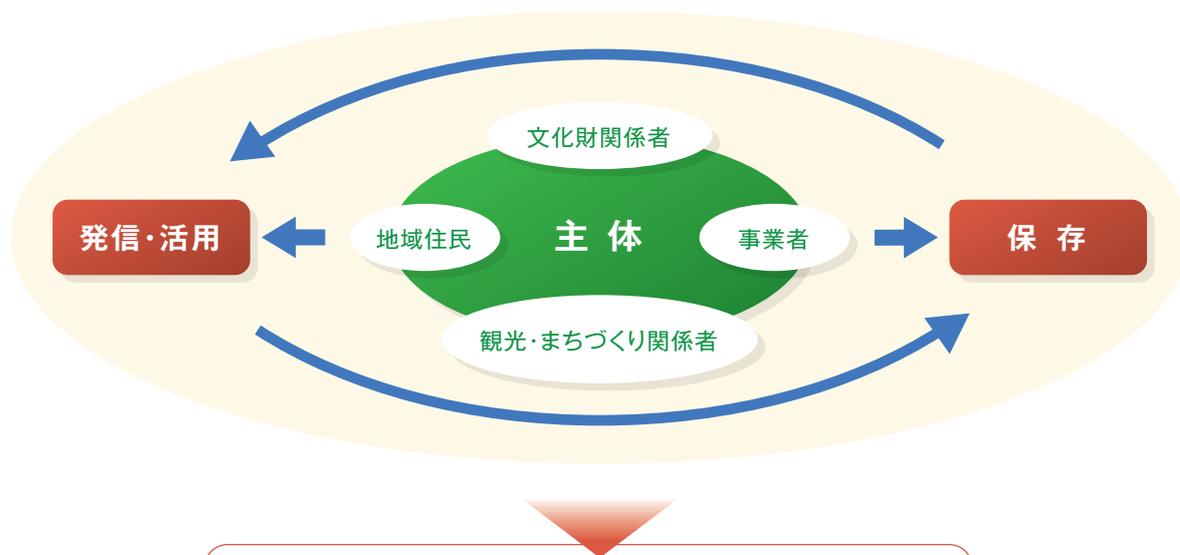


「北海道・北東北の縄文遺跡群」

¹ 2019(令和元)年7月30日に開催された文化審議会世界文化遺産部会において選定され、同年12月20日ユネスコへ推薦書を提出することが閣議了解されました。今後は、2020(令和2)年のユネスコ諮問機関による現地調査を経て、2021(令和3)年の世界遺産委員会での世界文化遺産の登録・決定をめざしています。

2 基本的な考え方

- ビジョンは、「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」²(以下、県基本計画)の基本的な方向性を踏まえ、青森県が主体となり策定します。
- 県基本計画をはじめ、関連する県その他計画等及び関係市町の計画等との整合を図ります。
- 短期、中長期の視点に立ち、地域づくり、人づくり、観光など幅広い分野における施策レベルでの取組の方向性を示します。
- 県基本計画を踏まえ、概ね10年後の2030(令和12)年における将来像の実現をめざします。
- 縄文遺跡群を良好な状態で、適切に『保存』することを大前提としながらも、積極的な活用を図ることによって保存体制の整備や保存・活用の担い手の育成を行い、『保存』と『活用』の双方が相乗効果を生み出すサイクルの構築をめざします。
- 活用の対象とする「青森の縄文遺跡群」は、世界遺産登録をめざす県内の8遺跡³を基本とします。



- 地域振興・観光振興等、地域の課題解決への貢献
- 地域ブランドの確立
- 文化財への理解、保存・活用への意識の高まり
- 後継者の育成
- 景観・風致保全、自然環境の保全

『保存』と『活用』のサイクル⁴ イメージ

2 青森県基本計画「選ばれる青森」への挑戦：2018(平成30)年12月7日に策定された県行政全般に係る政策及び施策の基本的な方向性について総合的かつ体系的に示した県行政運営の基本方針です。

3 8遺跡は、特別史跡 三内丸山遺跡(青森市)、史跡 小牧野遺跡(青森市)、史跡 大森勝山遺跡(弘前市)、史跡 是川石器時代遺跡(八戸市)、史跡 田小屋野貝塚(つがる市)、史跡 亀ヶ岡石器時代遺跡(つがる市)、史跡 大平山元遺跡(外ヶ浜町)、史跡 ニツ森貝塚(七戸町)。なお、関連資産である史跡 長七谷地貝塚(八戸市)及び県内に所在する他の縄文遺跡については、本ビジョンでは基本的に活用の対象外としていますが、各主体(県、市町、教育機関、団体、事業者、地域住民等)が必要に応じ活用することを妨げるものではありません。

4 文化庁文化財部伝統文化課「文化財の効果的な発信・活用ガイドブック」(平成27年3月31日)P4より作成

3 経緯と体制

(1) 推薦決定までの経緯

- 平成17年 10月 知事が県内縄文遺跡の世界文化遺産登録推進を表明
- 平成18年 11月 「青森県の縄文遺跡群」について、世界遺産暫定一覧表への登載に係る提案書を文化庁へ提出
- 平成19年 1月 文化審議会において、継続審議となる。
- 平成19年 12月 「北海道・北東北の縄文遺跡群」について文化庁へ提案書提出
- 平成21年 1月 ユネスコの世界遺産暫定一覧表に記載
- 平成21年 10月 縄文遺跡群世界遺産登録推進本部で平成27年度の世界遺産登録をめざす取組目標を決定
- 平成25年 7月 推薦書案を文化庁に提出
- 平成26年 2月 登録推進本部会議で取組方針を「直近の機会での推薦をめざす」に改訂
- 平成27年 3月 推薦書案を文化庁に提出
- 平成28年 3月 推薦書案を文化庁に提出
- 平成29年 3月 推薦書案を文化庁に提出
- 平成30年 3月 推薦書案を文化庁に提出
- 平成30年 7月 文化審議会で平成30年度の世界文化遺産のユネスコへの推薦候補に選定される。
- 平成30年 11月 1国の推薦枠が年1件になったことに伴う自然遺産との調整の結果、自然遺産の「奄美大島、徳之島、沖縄島北部および西表島」を平成30年度の推薦資産とする政府決定がなされ、縄文遺跡群の当該年度の推薦は見送りとなる。
- 令和元年 7月 文化審議会で令和元年度の世界文化遺産のユネスコへの推薦候補に選定される。
- 令和元年 12月 閣議で、ユネスコへ推薦書を提出することが了解される。
- 令和2年 1月 政府がユネスコへ推薦書を提出

(2) ビジョン策定までの動き

県では、2019(平成31)年2月「『青森の縄文遺跡群』活用推進ビジョン策定作業部会」(以下、策定作業部会)を設置し、策定に向けた庁内関係課等による協議・検討等を開始しました。

また、2019(令和元)年5月には、有識者等や遺跡活用団体、関係市町を委員とする「『青森の縄文遺跡群』活用推進ビジョン策定委員会」(以下、策定委員会)を設置し、ビジョンの原案等について、意見交換を行い、検討を重ねました⁵。

5 ビジョンの策定経過の詳細は、巻末参考資料(P47)の「3 『青森の縄文遺跡群』活用推進ビジョン策定の経過」を参照。

(3) 策定体制

① 策定委員会

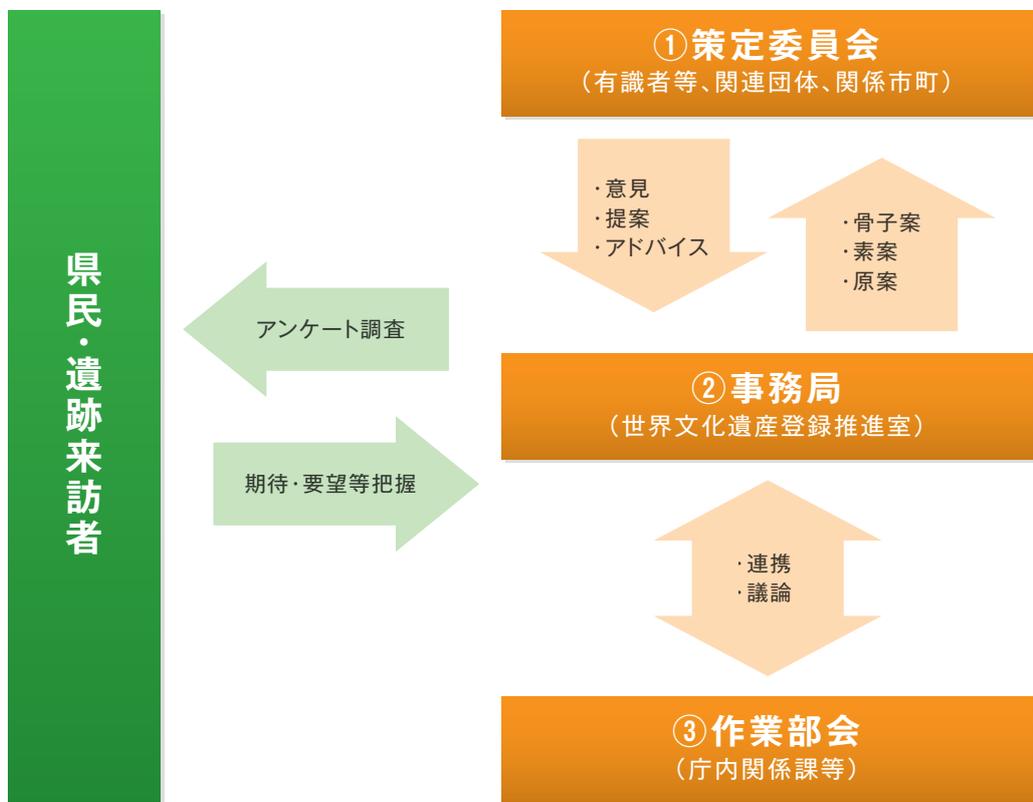
【構成】学識経験者、観光団体・事業者、教育関係者、マスコミ関係者、遺跡活用団体 等
青森市、弘前市、八戸市、つがる市、外ヶ浜町、七戸町

② 策定事務局

【構成】世界文化遺産登録推進室

③ 策定作業部会

【構成】交通政策課、地域活力振興課、県民生活文化課、地域産業課、道路課、都市計画課、観光企画課、誘客交流課、文化財保護課、三内丸山遺跡センター



ビジョン策定体制

4 構成

ビジョンでは、第2章で青森の縄文遺跡群を取り巻く現状等を示し、活用推進に向けた整理を行います。第3章では、これらを踏まえた将来像や基本方針を設定します。第4章では、施策の分野別に、取組の方向性や主な取組例などを示します。第5章では、将来像実現に向けた実施体制等についてとりまとめます。

第2章 縄文遺跡群の活用推進に向けて

第3章 将来像と基本方針

第4章 施策の分野と展開

第5章 ビジョンの実現に向けて

第2章

縄文遺跡群の 活用推進に向けて

- 1 縄文遺跡群の価値…………… 10
- 2 国の動向や先行事例…………… 10
- 3 アンケート結果からみる現状とニーズ…… 13
- 4 活用推進に向けた現状の整理…………… 18

1 縄文遺跡群の価値

(1) 環境の変化と社会的要請

我が国では、経済的な発展と社会的基盤整備が進められるに従い、人々の暮らしが豊かになった反面、国土や自然環境、家族や社会における人間関係、生活様式も大きく変わりました。

近年、心の豊かさや潤いのある暮らし、自然や歴史・文化を大切にすることへの人々の関心や期待は高まってきており、こうした社会的要請に対し、地域の歴史や文化を具体的に語りかける遺跡が果たす意義はますます大きくなってきています。

(2) 歴史的・文化的資産としての価値

縄文遺跡群は国や地域の歴史や文化の成り立ちを明らかにする上で、欠くことのできない歴史的・文化的価値を持っています。また、政治・文化の中心地だけでなく各地域に存在し、しかも個性豊かであることも特徴のひとつです。

(3) 地域の資産としての価値

縄文遺跡群は、その土地の履歴を具体的に物語るもので、地域のアイデンティティを確立し、歴史を活かした個性ある地域づくりを進める上で重要な要素の一つとなります。地域にとって重要な遺跡や出土品は、地域の活性化に貢献し、産業の育成や観光に結びつくなど、地域づくりを進める上でも多様な価値や活用の可能性を持っています。

(4) 教育的資産としての価値

遺跡を構成する遺構・遺物は、先人が実際に作り上げ、使ったものです。それらに触れることは自分たちの祖先と直接対話することであり、国や地域の歴史や文化の成り立ちに対する知的好奇心を刺激し、興味・関心を向上させるものでもあります。

また縄文遺跡群を通して、現在の生活の礎を築いた祖先に対する畏敬の念を育み、生きる知恵や力、自然との共生や生命への尊厳等を学ぶこともでき、今日の社会問題を見つめ直す機会として、学校教育や生涯学習で活用することができます。

2 国の動向や先行事例

(1) 国の文化財(文化遺産)保護制度

近年、過疎化や少子高齢化などの大きな社会状況の変化を背景とした、文化財の滅失や担い手不足への対応が各地域で喫緊の課題となっています。同時に、地域の文化財を地域づくり・観光振興などで活用することによって、地域活性化にも寄与するとの期待も高まっており、文化財(文化遺産)の活用による効果や役割が拡大しています。

こうした状況の中、国(文化庁)は、地域における文化財の計画的な保存・活用の促進や、地方文化財保護行政の推進力の強化等を図るべく、文化財保護法を改正(「文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律」平成31年4月1日施行)し、積極的な活用も含めた施策を打ち出しています。

(2) 先行事例における世界遺産登録効果等

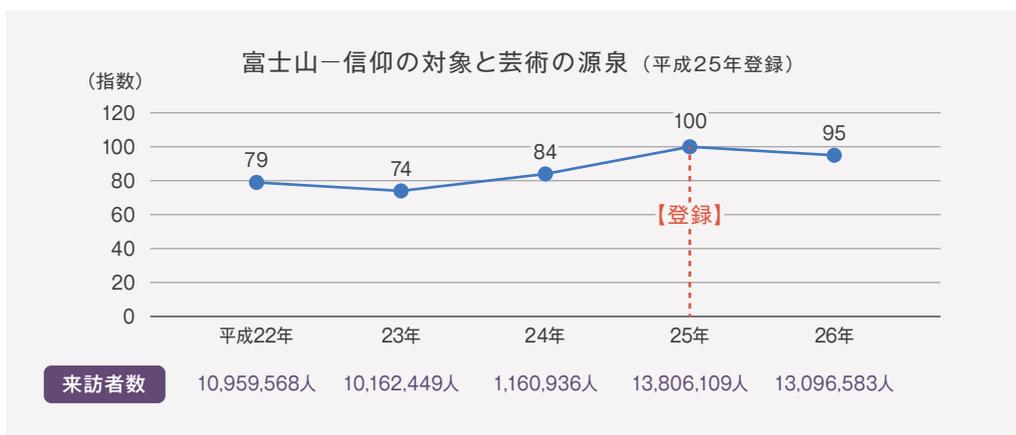
世界遺産に登録されることにより、縄文遺跡群の価値が広く国内外に認知され、国内のみならず海外からの観光客も訪れることが期待されます。

これまでに登録された各地の世界遺産での来訪者数を見ると(図1参照)、最も大きな伸び幅で約4倍になるなど、登録直後の大幅な増加が見られる一方で、その後数年で減少する傾向も見られます。

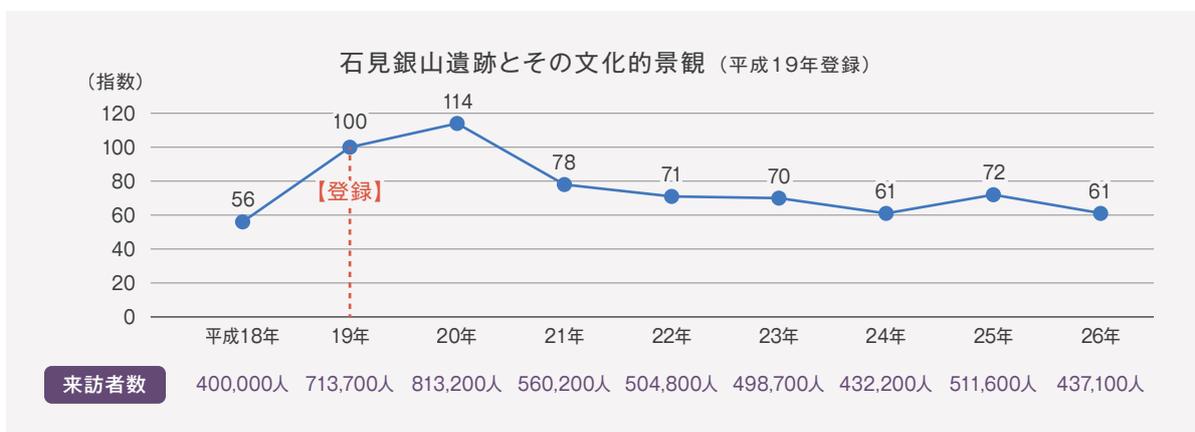
本県においては、年間約30万人が訪れる三内丸山遺跡をはじめ青森の縄文遺跡群に、登録後にはさらに多くの方が県内外から足を運ぶことが見込まれ、交流人口の拡大による様々な効果が地域にもたらされることが期待されます。

この効果をできる限り長く維持していくためには、来訪者が途切れることのない環境づくりに向け、事前の準備を十分に整え対応していく必要があります。

図1 世界文化遺産への来訪者数の推移(登録前後の指数)⁶



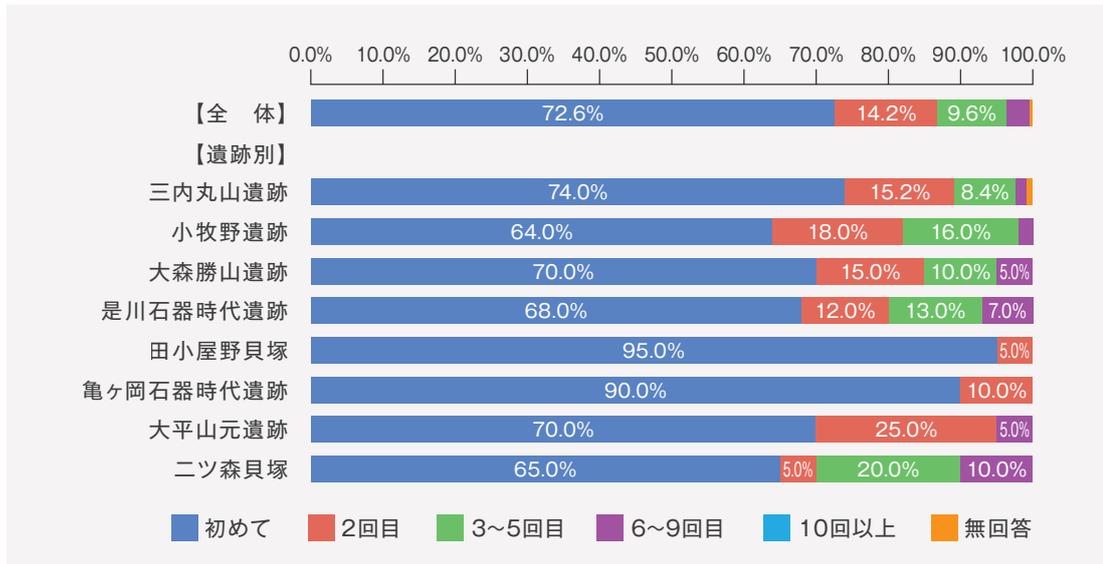
6 「世界文化遺産の保存・管理等に関する実態調査 結果報告書」(平成28年1月)総務省行政評価局 P6を基に作成
HP(http://www.soumu.go.jp/main_content/000393847.pdf)



3 アンケート結果からみる現状とニーズ

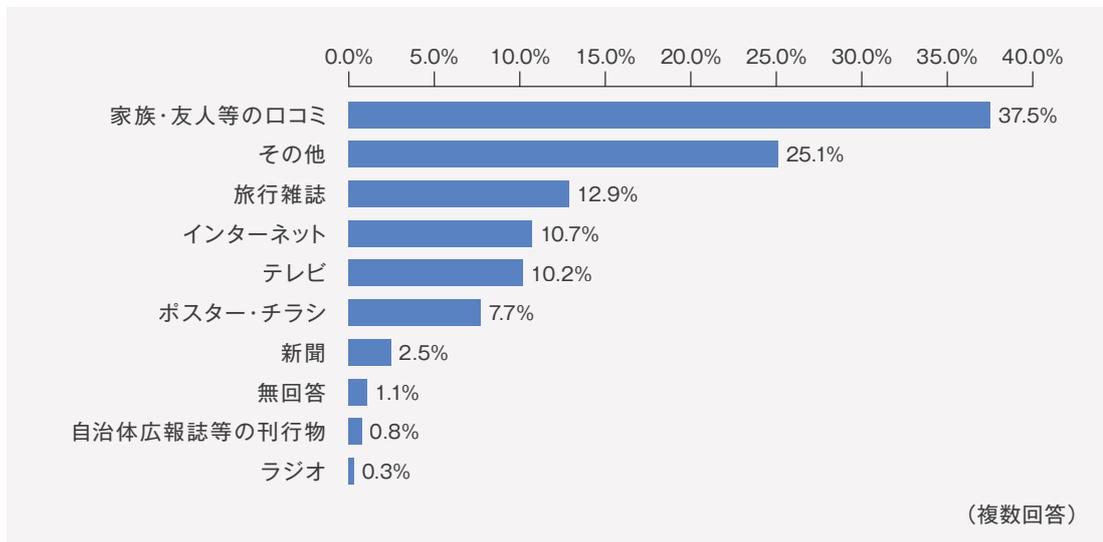
ビジョンの策定に当たって、県民や県外の来訪者からの意見を参考とするため、青森の縄文遺跡群への来訪者に対するアンケート調査⁷を実施しました。以下は、その調査結果を抜粋したものです。

(1) 遺跡への来訪回数



遺跡への来訪回数については、全体では「初めて」訪れた方が72.6%で最も多くなっています。⁸

(2) 遺跡来訪のきっかけ



遺跡へ「初めて」訪れた方の来訪のきっかけは、「家族・友人等の口コミ」が37.5%で最も多く、次いで、「その他」⁹ 25.1%、「旅行雑誌」12.9%と続いています。¹⁰

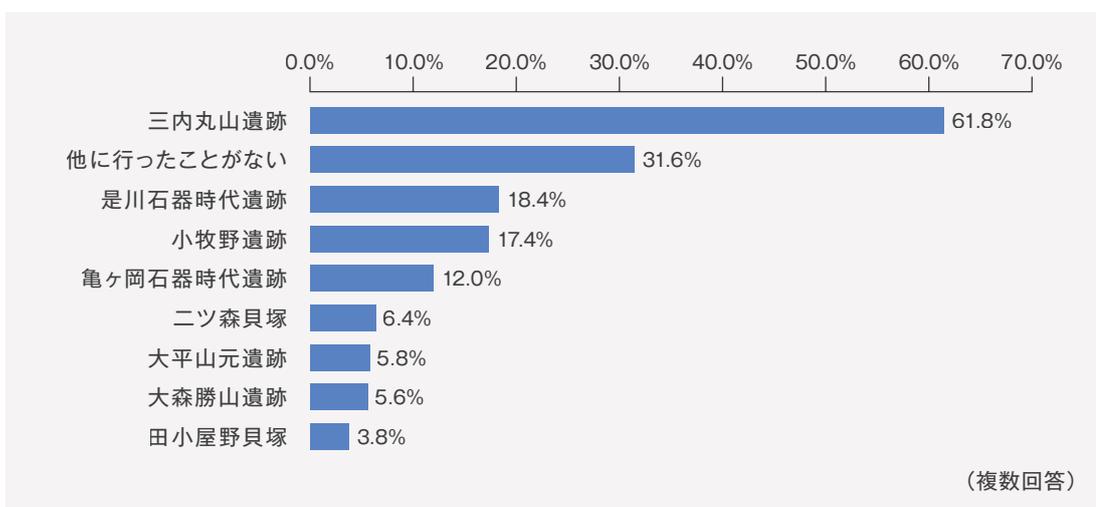
7 「(仮称)『青森の縄文遺跡群』活用推進ビジョン策定に係るアンケート調査」: 県が、ビジョンを策定するに当たって、県民等の意見を参考とするため、県内8縄文遺跡の来訪者に対して実施しました。調査の概要は、巻末参考資料(P44)の「2『青森の縄文遺跡群』活用推進ビジョン策定に係るアンケート調査結果の概要」を参照。

8 回答人数内訳: 全体500、三内丸山遺跡250、是川石器時代遺跡100、小牧野遺跡50、大森勝山遺跡20、田小屋野貝塚20、亀ヶ岡石器時代遺跡20、大平山元遺跡20、二ツ森貝塚20

9 「その他」の内訳: 「通りがかり」38.5%、「学校の授業・歴史の教科書など」20.5%、「旅行」9.0%、「前から来たかった」7.7%、「雑誌・広告」3.8%、「その他」20.5%

10 回答人数内訳: 全体363、三内丸山遺跡185、是川石器時代遺跡68、小牧野遺跡32、大森勝山遺跡14、田小屋野貝塚19、亀ヶ岡石器時代遺跡18、大平山元遺跡14、二ツ森貝塚13

(3) 過去にも行ったことのある遺跡



(3)の遺跡別回答内訳

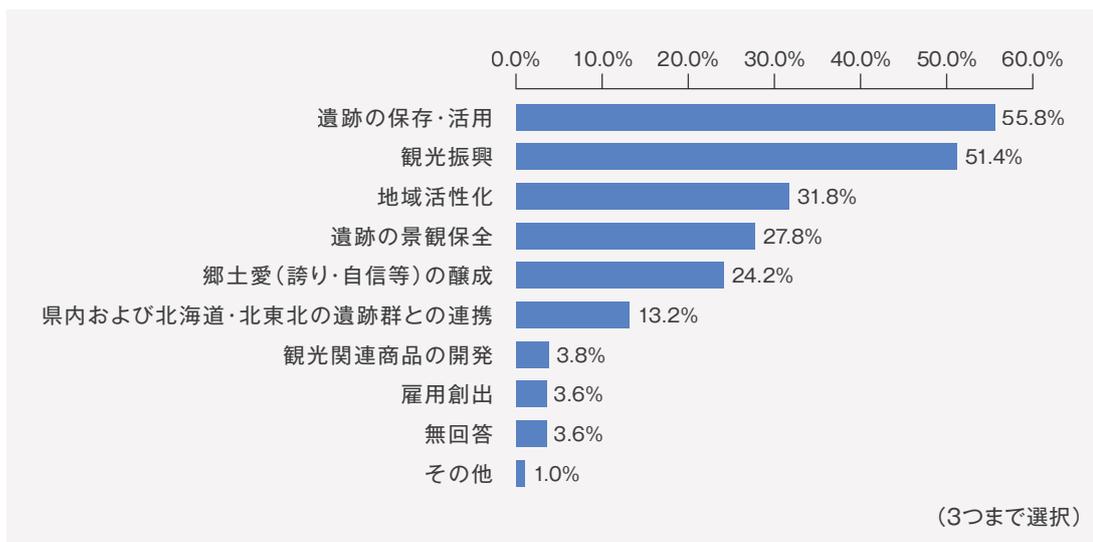
来訪地 回答地	三内丸山 遺跡	他にいった ことがない	是川石器 時代遺跡	小牧野 遺跡	亀ヶ岡石器 時代遺跡	二ツ森 貝塚	大平山元 遺跡	大森勝山 遺跡	田小屋野 貝塚
全体	61.8%	31.6%	18.4%	17.4%	12.0%	6.4%	5.8%	5.6%	3.8%
三内丸山遺跡	54.8%	40.4%	7.6%	2.8%	6.4%	2.8%	0.8%	1.2%	0.0%
小牧野遺跡	92.0%	6.0%	28.0%	70.0%	34.0%	18.0%	14.0%	12.0%	6.0%
大森勝山遺跡	95.0%	5.0%	15.0%	60.0%	40.0%	10.0%	25.0%	45.0%	30.0%
是川石器時代遺跡	51.0%	42.0%	35.0%	9.0%	11.0%	8.0%	7.0%	3.0%	4.0%
田小屋野貝塚	75.0%	15.0%	5.0%	50.0%	30.0%	5.0%	0.0%	25.0%	20.0%
亀ヶ岡石器時代遺跡	90.0%	10.0%	0.0%	30.0%	5.0%	0.0%	5.0%	5.0%	5.0%
大平山元遺跡	65.0%	20.0%	35.0%	35.0%	0.0%	5.0%	30.0%	0.0%	0.0%
二ツ森貝塚	50.0%	10.0%	65.0%	5.0%	5.0%	20.0%	5.0%	5.0%	5.0%

※ 設問は、「行ったことのある遺跡」を尋ねており回答地と同一遺跡においては、「再訪」のみを答えた人の数も含まれています。

青森の縄文遺跡群の中で行ったことがある遺跡については、「三内丸山遺跡」が61.8%と最も多く、次いで、今回訪れた遺跡以外に「他にいったことがない」が31.6%となっています。

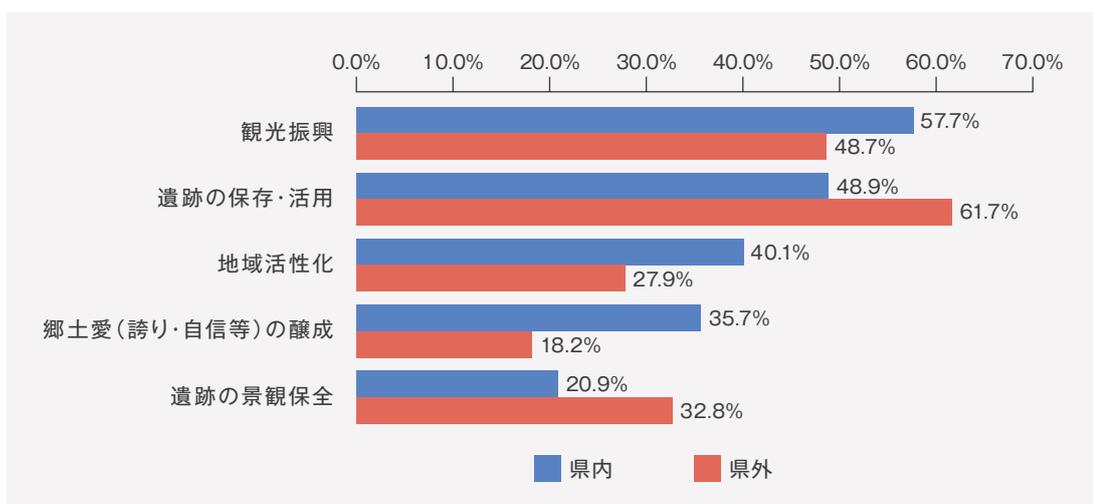
また過去の来訪状況を遺跡別に見ていくと、三内丸山遺跡をはじめとする知名度のある遺跡を既に訪れたことのある人が多く見られます。

(4) 青森の縄文遺跡群の世界遺産登録によって、来訪者が期待すること



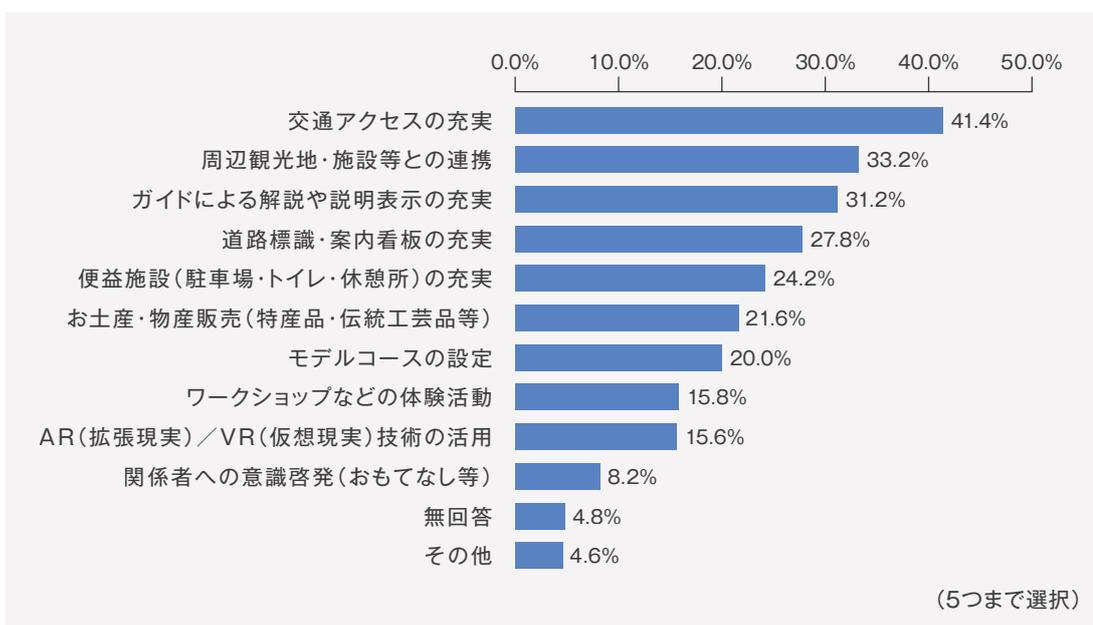
世界遺産登録によって期待することについては、「遺跡の保存・活用」が55.8%で最も高く、次いで、「観光振興」51.4%、「地域活性化」31.8%、「遺跡の景観保全」27.8%、「郷土愛(誇り・自信等)の醸成」24.2%と続いています。

(4)の居住地(県内・県外)別内訳



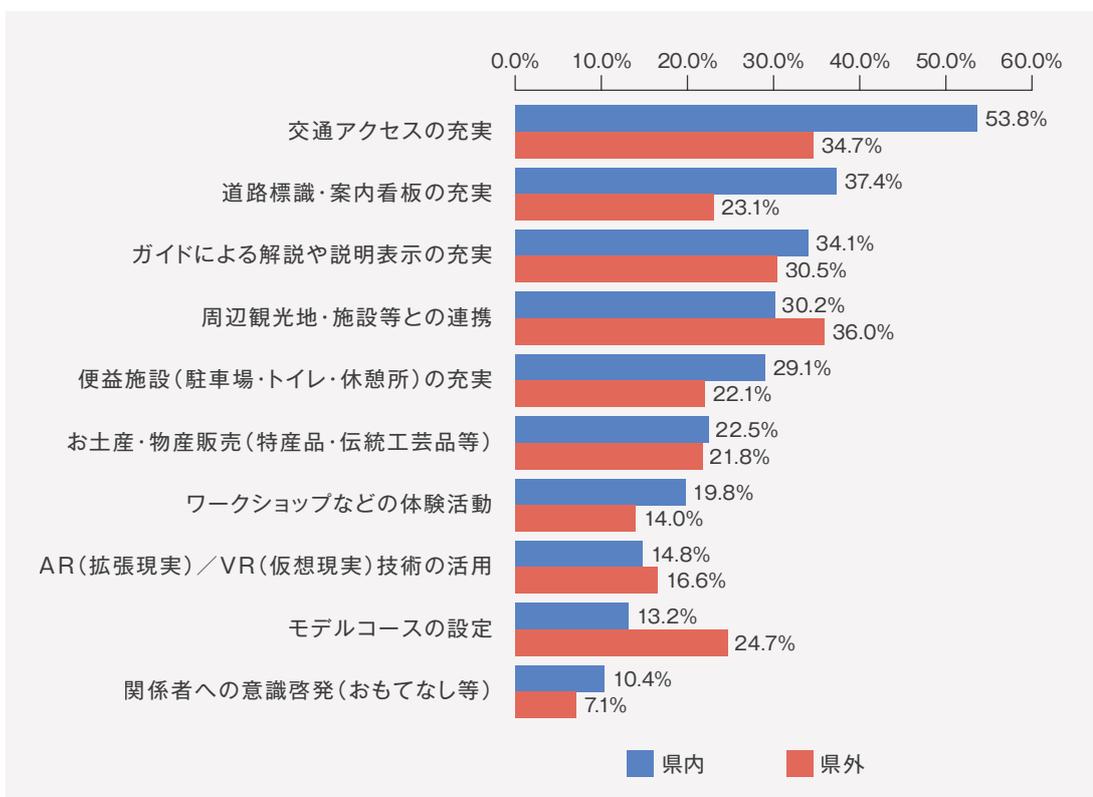
県内・県外の居住地別に詳しく見ると、「観光振興」は県外が48.7%に対し県内が57.7%、「遺跡の保存・活用」は県外が61.7%に対し県内が48.9%、「地域活性化」は県外が27.9%に対し県内が40.1%、「郷土愛(誇り・自信等)の醸成」は県外が18.2%に対し県内が35.7%、「遺跡の景観保全」は県外が32.8%に対し県内が20.9%となっており、県外の人々が遺跡の保存や景観保全に県民よりも多くの期待を寄せているのに対し、県民は、遺跡の保存はもちろんのこと、観光振興、地域活性化、郷土愛の醸成など、より積極的な活用を期待していることがうかがわれます。

(5) 遺跡への来訪者の満足度を高めるため、必要なもの



来訪者の満足度を高めるために必要だと思うことについては、「交通アクセスの充実」が41.4%で最も高く、次いで「周辺観光地・施設等との連携」33.2%、「ガイドによる解説や説明表示の充実」31.2%と続いています。

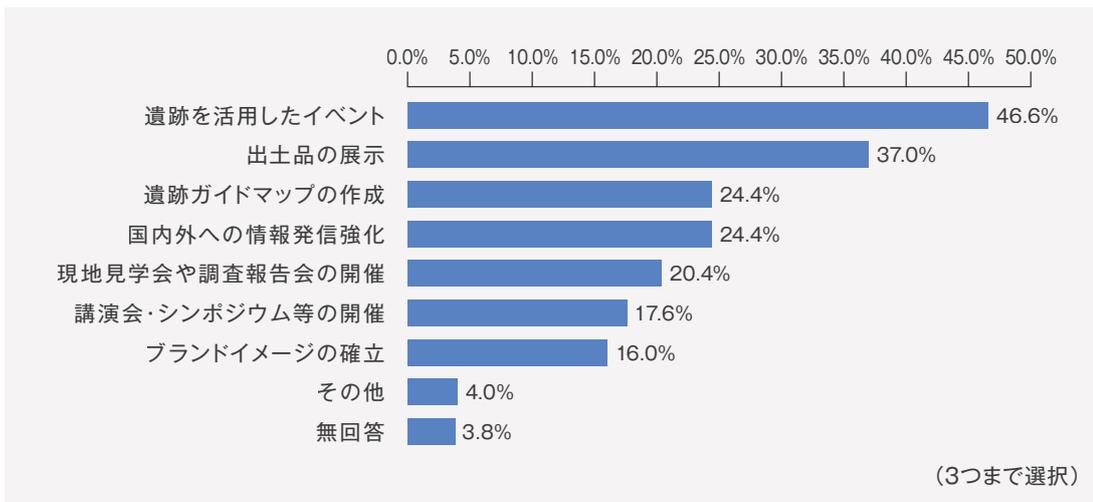
(5)の居住地(県内・県外)別内訳



県内・県外の居住地別に詳しく見ると「交通アクセスの充実」は、県外が34.7%に対し県内は53.8%、「道路標識・案内看板の充実」は、県外が23.1%に対し県内は37.4%などとなっており、県民は、遺跡へのアクセスのしやすさを重要視していることがうかがわれます。

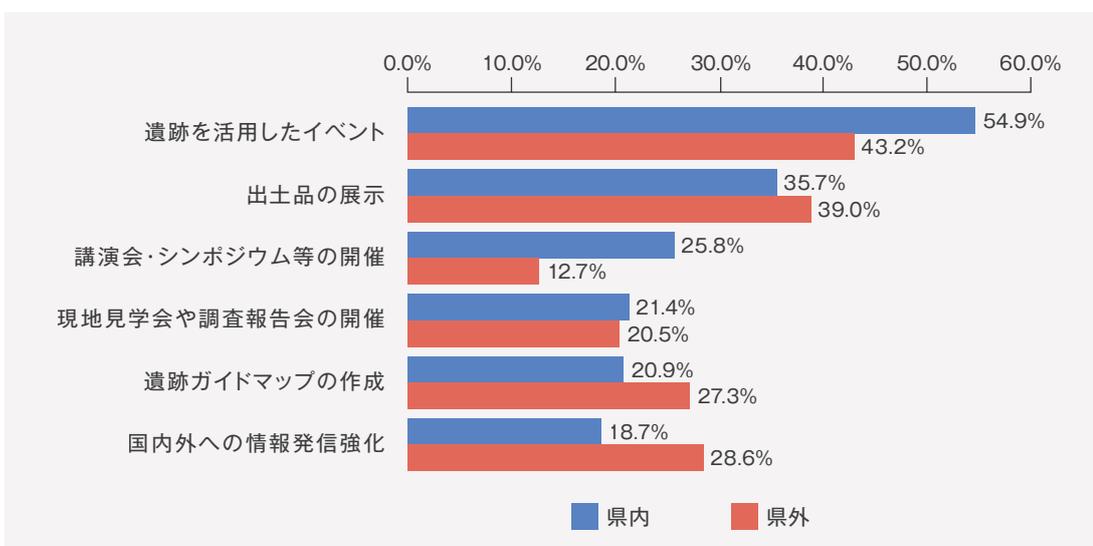
一方、「周辺観光地・施設等との連携」は県外が36.0%に対し県内は30.2%、「モデルコースの設定」は県外が24.7%に対し県内は13.2%などと県外が県内を大きく上回っており、県外の人々は、周辺観光地やモデルコース等に対し、県民よりも多くの必要性を感じていることがうかがわれます。

(6) 青森の縄文遺跡群の価値や魅力を、多くの人に知ってもらうための効果的な取組



価値や魅力を多くの人に知ってもらうための効果的な取組については、「遺跡を活用したイベント」が46.6%で最も多く、次いで「出土品の展示」37.0%、「遺跡ガイドマップの作成」と「国内外への情報発信強化」が24.4%と続いています。

(6) の居住地(県内・県外)別内訳



県内・県外の居住地別に詳しく見ると、「遺跡を活用したイベント」は、県外が43.2%に対し県内は54.9%となっており、半数以上の県民が、縄文遺跡群の価値や魅力を多くの人に知ってもらうためにはイベントの開催が効果的であると考えています。

また「遺跡ガイドマップの作成」は県外が27.3%に対し県内が20.9%、「国内外への情報発信強化」は県外が28.6%に対し県内が18.7%などと、県外が県内を大きく上回っており現地でのイベント等に加え積極的な情報発信へのニーズがうかがわれます。

4 活用推進に向けた現状の整理

(1) 来訪者の期待

青森の縄文遺跡群への来訪者に対するアンケートによると、世界遺産登録に寄せる期待として「遺跡の保存・活用」、「観光振興」、「地域活性化」などが多く挙げられました。特に県民では「観光振興」、「地域活性化」、「郷土愛の醸成」への期待が県外の人々を大きく上回ったほか、縄文遺跡群の価値や魅力を知ってもらうための効果的な取組としては「遺跡を活用したイベント」を挙げる人が回答者の半数を超えるなど、県民が縄文遺跡群に対し、保存はもちろんのこと、積極的な活用を望んでいることがうかがわれます。

一方、県外の人々は、世界遺産登録に寄せる期待としては「遺跡の保存・活用」、「遺跡の景観保全」を、価値などを知ってもらう効果的な取組としては「国内外への情報発信強化」を回答した割合が県民に比べて高いなど、遺跡や周辺の景観を適切な状態で保つとともに、価値や魅力の情報発信を望んでいることがうかがわれます。

前述のとおり「縄文遺跡群の価値」には、歴史的・文化的資産としての価値、地域の資産としての価値、教育的資産としての価値など、様々な側面があり、活用に当たっては幅広く様々な分野で創意工夫し、人々の期待に応えていく必要があります。

(2) 活用推進の環境づくり

縄文遺跡群が世界遺産に登録されることにより来訪者の増加が期待されますが、先行事例では、登録直後の大幅な増加が見られる一方で、その後数年で減少する傾向も見られます。従って、世界遺産登録を県民が期待する観光振興や地域活性化につなげていくためには、来訪者の増加を一時的なものせず、できる限り長い期間、多くの来訪者が訪れ続ける環境づくりをしていく必要があります。

来訪者の満足度を高めるために必要なことについて、アンケートで多くの回答を集めたのは「交通アクセスの充実」、「周辺観光地・施設等との連携」、「ガイドによる解説や説明表示の充実」、「道路標識・案内看板の充実」などでした。そのうち、「交通アクセスの充実」、「道路標識・案内看板の充実」については県民のニーズが県外の人々を大きく上回っている一方で、「周辺観光地・施設等との連携」については県外のニーズが県内を上回っており、遺跡そのものへのアクセスはもちろんのこと、県外からの来訪者を意識し、周辺の観光資源と組み合わせた来訪促進に取り組んでいく必要があります。また、交通アクセスの充実に向けては、一朝一夕にはいかない面もありますが、観光振興に向けた基本的な要素であることから、既存のサービスの組合せ、交通情報の充実、住民の協力など、関係者が力を合わせ、一つ一つ着実に対応していくことが求められます。

また、アンケートにより、来訪者の多くは三内丸山遺跡をはじめとする知名度のある遺跡に既に訪れた経験があることがわかりました。このことを踏まえると、知名度のある遺跡を訪れた人がさらに他の遺跡にも関心を持ち周遊したくなるような仕組みを作っていくことが、縄文遺跡群全体の来訪者増加に向けた有効な手段になるものと考えられます。

さらに遺跡への来訪者の7割以上が「初めて」であり、来訪のきっかけは「口コミ」が最も多かったことから、来訪を促進するためには、一度訪れた人がその家族や知り合いにも勧めたくなるような取組が必要であり、遺跡そのものの価値や魅力を伝えることはもとより、地域の魅力や訪れた人と接する青森県民のホスピタリティ(おもてなしの心)に及ぶまで、広く配慮していくことが必要であると考えられます。

第3章

将来像と基本方針

- 1 将来像 20
- 2 基本方針 21

将来像と基本方針

1 将来像

縄文遺跡群は、日本の歴史と文化の成り立ちを知る上で欠くことのできないものであるだけでなく、自然と人間が共生し、約1万年以上もの長きにわたって発展・成熟した世界史上稀有な先史時代の文化遺産です。

私たちは、この貴重な縄文遺跡群の価値や魅力を認識・共有し、大切に思う心を育み、次の世代へ伝えていかなければなりません。

縄文遺跡群が世界文化遺産に登録され、人類共通の宝として世界から認められることは、この地に暮らす私たちに大いなる誇りをもたらし、未来を切り拓いていく力を与えてくれます。

世界文化遺産登録を契機として、行政と民間が一体となって、遺跡や地域の魅力を高め、国内外に広く発信することによって、悠久の時を経た縄文遺跡群へ、多くの人々が集い、家族や友人などと楽しむ憩いの場になるとともに、縄文遺跡群の価値や魅力が広く国内外で理解され、世界に誇り、世界からも選ばれる場所となり、地域にさらなる活力をもたらすことが大いに期待されます。

以上のことから、「青森の縄文遺跡群」の将来像¹¹を次のとおり掲げます。

【将来像】

みんなが集う憩いの場。

世界に誇る

「JOMON」遺跡群。

11 将来像では、「縄文」を「JOMON」と表記しています。これは、縄文遺跡群の価値や魅力を国外にも発信・浸透させることで、将来的には、世界の多くの人々に「JOMON」を「縄文」（縄文遺跡群など）として認知してもらうことをめざしてのものです。

2 基本方針

さらに将来像の実現に向けて、3つの基本方針を設定します。

基本方針 1

未来へつなぐ、縄文遺跡群

遺跡が映えるまちの魅力づくり

縄文遺跡群を次の世代へ伝えていくため、地域の人々が誇りと愛着を持ち、大切に作る気運を醸成するとともに、遺跡群の保護・保全のための環境を整え、多くの人々に愛されるまちの魅力づくりを推進します。

基本方針 2

おもてなしあふれる、縄文遺跡群

遺跡を核とした活力ある地域づくり

関係者の意識啓発やガイド育成など、ホスピタリティや来訪者の満足度を向上させるとともに、縄文遺跡群を観光資源としてとらえ、誘客・集客などに積極的に取り組み、活力ある地域づくりを推進します。

基本方針 3

世界から選ばれる、縄文遺跡群

価値・魅力の発信と多様な連携の仕組みづくり

縄文遺跡群の国内外への一体的な情報発信や、官民協働の推進・遺跡群間連携などの仕組みづくりを進めるとともに、青森の縄文遺跡群の価値や魅力が国内外で理解され、「JOMON」が青森のブランドとして世界に知られる状態をめざします。

第4章

施策の分野と展開

- 1 施策の分野 24
- 2 施策の展開 26
- 3 施策の実施時期 35

施策の分野と展開

1 施策の分野

前章の3つの基本方針の実現に向け、以下の8つの分野に施策を設定します。

【施策体系】

基本方針	施策の分野	キーワード	取組の方向性【項目】
<p>基本方針1</p> <p>未来へつなぐ、 縄文遺跡群</p> <p>遺跡が映えるまちの 魅力づくり</p>	(1)保存管理	守る	①縄文遺跡群の保存・管理
		伝える	②縄文遺跡群の価値や魅力の伝達・浸透
		誇る	③縄文遺跡群及び地域への誇りと愛着の醸成
	(2)景観形成	保つ	①遺跡及び周辺の景観形成
		活かす	②遺跡と調和したまちの景観づくり
	(3)受入態勢整備	導く	①アクセス環境の充実 ②インバウンド対策
		迎える	③ガイダンス機能の充実 ④便益施設の充実 ⑤子ども、高齢者、障害者をはじめ全ての来訪者への配慮

基本方針	施策の分野	キーワード	取組の方向性【項目】
<p>基本方針2</p> <p>おもてなしあふれる、縄文遺跡群</p> <p>遺跡を核とした活力ある地域づくり</p>	(4)人づくり	もてなす	①観光関係者や地域住民のホスピタリティの向上
		育む	②地域ボランティア(団体)の育成 ③ガイドの育成
	(5)誘客・集客	惹きつける	①遺跡の積極的活用 ②若者や女性へのアピール ③周遊の促進 ④遺跡ファンやリピーターの獲得
		把握する	⑤来訪者の需要調査や成功事例等の情報収集
	(6)生業づくり	創る	①お土産開発、地域特産品等の販売推進 ②「地域資源」としての活用

基本方針	施策の分野	キーワード	取組の方向性【項目】
<p>基本方針3</p> <p>世界から選ばれる、縄文遺跡群</p> <p>価値・魅力の発信と多様な連携の仕組みづくり</p>	(7)情報発信	拡散する	①縄文遺跡群と地域の魅力の国内外への発信 ②若者や女性への情報発信の促進
		共有する	③世界に通じる青森の「JOMON」ブランドイメージ形成
	(8)多種多様な連携	繋がる	①官民協働の推進 ②周辺観光資源等との連携 ③北海道・北東北の縄文遺跡群を構成する遺跡群間の連携

2 施策の展開

8つの施策の分野毎に現状と課題を整理した上で、今後取り組むべき方向性等を示します。また、各主体がそれぞれの状況に合わせて選択的に取り組むことができる主な取組例を示します。

(1) 保存管理

【現状と課題】

縄文遺跡群を次の世代へ伝えていくためには、行政、地域住民、関連団体等の連携・協働のもと、遺跡の保存管理の取組を進めることに加え、地域の人々が子どもの頃から地元の遺跡に親しみ、その価値や魅力を理解することによって、遺跡に誇りと愛着を持ち、大切に守り抜いていく気運の醸成と保存の担い手を育成していくことが大切です。

【取組の方向性】

① 縄文遺跡群の一体的な保存・管理を行います。

【主な取組例】

- 「北海道・北東北の縄文遺跡群包括的保存管理計画」¹²や各遺跡の保存管理計画等に基づく、県及び関係市町、地域住民、関連団体等が連携した適切な保存と管理
- 地域での保全活動などを通じた、地域住民等の保護意識の醸成や縄文遺跡群を大切に守り抜いていく人財¹³の育成

② 縄文遺跡群の価値や魅力を広く伝達・浸透させていきます。

【主な取組例】

- 発掘調査現場の公開などによる、調査研究成果等の公開・普及、出土品の展示・公開
- 次世代を担う子どもたちが、縄文遺跡群の価値や魅力に触れることができる出前講座などの開催
- 地域住民や来訪者が縄文遺跡群の価値を理解できる、地域と連携したフォーラム・普及啓発イベント等の開催、幼児期の子どもから大人、障害を持つ人も参加できるワークショップや体験プログラム等の充実
- 「精神性」や「美」など、文化・芸術等の視点から見た縄文遺跡群の価値や魅力の伝達

③ 縄文遺跡群への誇りとともに縄文遺跡を通じた地域への誇りと愛着を醸成していきます。

【主な取組例】

- 地域の子どもたちや住民に対する、学校教育・社会教育などと連携した普及啓発や意識啓発による、縄文遺跡群への誇りの醸成
- 地域の魅力や良さなどを合わせて伝達することによる、縄文遺跡を通じた地域への誇りと愛着の醸成

12 「北海道・北東北の縄文遺跡群包括的保存管理計画」：4道県及び関係自治体による、縄文遺跡群の包括的な保存管理等の方針を整理した計画です。

13 人財：青森県では「人は青森県にとっての『財(たから)』である」という基本的考えから、「人」「人材」などを「人財」と表しています。

(2) 景観形成

【現状と課題】

縄文遺跡群が地域の人々に愛され、来訪者にとっても魅力的に映るためには、地域住民等の理解と協力のもと、遺跡だけではなく、周辺においても良好な景観が形成され、遺跡と調和したまちの景観づくりを推進していくことが大切です。

【取組の方向性】

- ① 遺跡の立地状況に応じ、遺跡及び周辺の良好な景観形成をめざします。

【主な取組例】

- 遺跡を所管する市町による景観計画の策定・充実、開発行為等の適切な規制・誘導

- ② 遺跡と調和したまちの景観づくりに努めます。

【主な取組例】

- 周辺の自然環境との調和が図られる色や素材による街頭装飾や案内設置などによる、縄文遺跡群と調和したまちの景観づくり

(3) 受入態勢整備

【現状と課題】

来訪者に縄文遺跡群の価値を理解してもらい、その周辺地域の魅力も感じてもらうためには、ガイダンス機能の充実だけでなく、遺跡へのアクセス環境の充実をはじめ、道路標識や共通サインの整備、便益施設といった様々な受入態勢を整える必要があります。また、増加が見込まれるインバウンド¹⁴に対する多言語対応などに加え、誰もが安心して来訪できるよう子ども連れ、高齢者や障害者の方々への配慮も大切です。

【取組の方向性】

① 遺跡へのアクセス環境の充実に努めます。

【主な取組例】

- 各遺跡までの経路や遺跡間の統一的なアクセス情報の発信
- 遺跡までの公共交通機関が十分ではない地域での、レンタカー、タクシー、コミュニティバス等の活用
- 初めての来訪者でも駅構内などから接続交通機関(バス等)の乗り場まで円滑に移動できるような、きめ細やかで分かりやすい誘導
- 自家用車やレンタカーでの来訪者を分かりやすく遺跡に案内するため、縄文遺跡群であることを特徴付けした統一デザイン等の道路標識・案内看板の設置・充実

② 案内や解説の多言語対応などのインバウンド対策を推進します。

【主な取組例】

- 各遺跡のホームページやパンフレット等の多言語化
- 各種案内看板や解説等の多言語化やピクトグラム¹⁵(案内用図記号)表示
- 興味・関心を引き満足度を高める、遺跡や出土品などの利活用
- 簡単に利用できるガイドツールの活用、地元外国人の協力や県内の通訳ガイドとの連携などによるガイドの補完
- 通信環境(Wi-Fi¹⁶等)やトイレの洋式化などによる、利便性や快適性の向上

14 インバウンド:外国人観光客のことをいいます。

15 ピクトグラム:観光関連施設等において、文字・言葉によらず対象物、概念又は状態に関する情報を提供する図形です。

16 Wi-Fi:無線LANでインターネットに接続することをいいます。

③ ガイダンス機能の充実に努めます。

【主な取組例】

- 各遺跡の整備計画等に基づいた遺跡とガイダンス施設の整備、展示内容の充実
- 縄文遺跡群全体の世界遺産としての価値と、各遺跡が持つ世界遺産としての価値の両方を紹介する共通サインの整備や遺跡相互の案内・誘導
- 共通サインの解説等の多言語表記、ユニバーサルデザイン¹⁷やバリアフリー¹⁸への配慮
- スマートフォンやタブレット端末等を活用した、来訪者等が簡単に利用できるガイドツール開発
- 拡張現実(AR¹⁹)や仮想現実(VR²⁰)等のデジタル技術を用いたガイド

④ 便益施設の充実に努めます。

【主な取組例】

- 駐車場、トイレ、休憩所等のユニバーサルデザインやバリアフリー配慮などによる、来訪者の安全・安心、快適性の向上
- 遺跡やガイダンス施設でのICT²¹の利活用(アプリ、AR、VR等)、通信環境(Wi-Fi等)の整備・充実
- レストランやカフェなどの飲食施設や、お土産や関連グッズなどの物販機能の充実

⑤ 子ども、高齢者、障害者をはじめ誰もが安全・安心に来訪できる受入態勢の充実に努めます。

【主な取組例】

- 授乳・おむつ替えスペース、子ども用便座、ベビーカー等の設置や、車いす対応(設置を含む)や多目的トイレ設置などのバリアフリー化を進め、整備状況を遺跡のホームページ等で周知
- 来訪者の事故・疾病等に対応するための周辺医療機関との連携や、火災・災害時の安全な避難誘導など危機管理体制の構築

17 ユニバーサルデザイン:「ユニバーサル」が「普遍的な、全体の」と訳されるように、「全ての人々のためのデザイン」を意味しており、障害の有無、年齢、性別、人種等にかかわらず、できるだけ多くの人々が利用できるようにデザインすることをいいます。

18 バリアフリー:高齢者や障害者が快適に生活できるように、障壁(バリア)を除去(フリー)することを意味し、より広い意味で、障害者の社会参加を困難にしている様々な障壁を除去するという意味でも用いられます。

19 AR:「Augmented Reality」の略。拡張現実。現実の風景などに写真や動画、CG(コンピュータグラフィックス=コンピューターを用いて作成された画像や図形)といったデジタル情報で作られた仮想の世界を重ねて表示する技術のことをいいます。スマートフォンなどのカメラ機能を介して現実世界を眺めると、加えられた情報により拡張された現実世界を見ることができます。

20 VR:「Virtual Reality」の略。仮想現実。ARのように現実の風景などにデジタル情報を重ね合わせるのではなく、コンピューター上にCG等で人工的な環境である仮想現実を作り出し、専用の機器を装着することで、あたかもそこにいるかの様な感覚を体験できる技術のことをいいます。

21 ICT:「Information and Communications Technology」の略。情報通信技術のことをいいます。

(4) 人づくり

【現状と課題】

来訪者の印象を大きく左右する交通・観光関係者や地域住民が、ホスピタリティ²²の向上を図ると同時に、遺跡を行政とともに支える地域ボランティアや、地下に埋まった遺跡の価値を伝え来訪者の満足度を高めるガイド(団体)の育成が求められています。

【取組の方向性】

① 観光関係者及び地域住民のホスピタリティの向上に努めます。

【主な取組例】

- 来訪者をお迎えする交通・観光関係者、ガイド、地域住民などを対象とした、接客向上を図る啓発活動や研修会等の実施((5)④で【再掲】)
- 遺跡の近隣施設等での道案内対応、自治体職員や地域住民の地域の歴史・文化、県内の観光地・施設などに関する知識の向上

② 地域ボランティア(団体)及び後継者の育成に努めます。

【主な取組例】

- ボランティア団体への活動支援や、団体間の連携した取組を推進する情報交換会等の開催
- ボランティア団体の将来に渡る担い手育成のため、子どもの頃から縄文遺跡群や出土品に触れる機会(郷土や歴史の授業、博物館等施設見学など)を確保
- 高校生ボランティアガイドの地元定着の促進や、世代間の連携などによる若者が主体的に関われる環境づくり等

③ 来訪者の知識量や言語などに応じたガイドの育成をめざします。

【主な取組例】

- 遺跡や地域の魅力・歴史・文化などの知識習得の支援や資質向上を図る研修会の開催、他遺跡のガイド体験等
- ガイド養成における文化財担当部局と観光部局等との連携
- ガイドが十分ではない遺跡での、早期ガイド育成やガイドの補完となるガイドツール等の活用
- 外国人来訪者に対応するためのボランティアガイド等への研修会の実施、地元外国人や県内の通訳ガイドとの協働・連携
- 世界遺産としての価値を伝達する、共通テキストの整備やスキルアップ講座等の開催、縄文遺跡群全体のガイド内容やガイド力の標準化
- 来訪者の知識量に応じたガイドや、縄文の暮らしなどを伝えるガイド方法の検討
- 有料ガイドの育成(外国人来訪者へのガイドを含む)や文化財保護行政に携わった人材の活用など、多彩なガイド人材の確保
- 特色のある(外国語科、おもてなしの取組など)高校等と連携した、ボランティアガイド体験・養成や地域を活性化する取組

22 ホスピタリティ:思いやり、心からのおもてなしの意味です。

(5) 誘客・集客

【現状と課題】

縄文遺跡群に多くの来訪者を呼び込むためには、来訪者のニーズに応じた PR や仕組み・仕掛けづくりが重要となります。地域住民や関連団体と協働した遺跡活用の取組、SNS 等での情報発信が期待できる若者や女性に訴えかける遺跡の見せ方の工夫、周遊モデルコースの設定や他の地域資源と組み合わせた旅行商品の造成など、誰もが楽しむことができる魅力の創出や、何度も訪れてもらうことができる取組が重要です。

【取組の方向性】

① 遺跡において、イベントの開催など積極的な活用を推進します。

【主な取組例】

- 遺跡の利活用に関する手続き等を遺跡のホームページで周知するなど、地域住民や関連団体等による利活用を推進・支援
- 地域住民や関連団体等との連携・協働による、遺跡を活用したまつり、コンサート、イベントなどの実施

② 若者や女性に訴えかける遺跡の見せ方を推進します。

【主な取組例】

- 若者や女性がSNSに投稿したくなるような撮影スポットの周知、出土品の積極的な公開
- 若者や女性をターゲットにした遺跡周辺の自然や景観も含めたPR、縄文ファッションやメイク体験などのニーズに応じたプログラム・企画の実施
- 「自然との共生」や「争いの痕跡が少なく平和であったこと」などを切口とした、若者・女性や外国人をターゲットとした観光プロモーションやガイドンス施設等での展示

③ 遺跡に足を運んでもらうため、周遊モデルコースや旅行商品の造成などを推進します。

【主な取組例】

- 交通手段・来訪目的・滞在時間等、ニーズに応じた遺跡の周遊モデルコース設定
- 地域全体へ集客を促す、縄文を感じさせる周辺の自然や風景、地域の見どころを加えた周遊モデルコースの設定
- 周遊モデルコースのインターネット・SNS 等による発信、周遊マップの制作、ガイドンス施設・観光施設等での配付
- 空港、ターミナル駅等の交通拠点での、遺跡や周遊モデルコースの情報発信・案内機能の充実((7)①で【再掲】)
- 二次交通が十分ではない遺跡の旅行商品づくりにおける、行政、観光事業者、関連団体等の連携・協力
- インバウンド向けの旅行商品づくりにおける、旅行マッチングサイト等を活用した個人事業者等による商品づくり・販売の推進
- 縄文遺跡群にストーリー性を持たせたものや、自然遺産など他遺産とのつながりをテーマとした旅行商品づくり
- 各遺跡のマスコットキャラクターや縄文を広く PR できる人財等の活用、地元商店街などと連携した遺跡スタンプラリー等の実施
- 冬場でも楽しめるイベントや企画展などの開催、地域の観光資源等との連携などによる冬期間の遺跡への来訪促進
- 整備途中の遺跡に関する情報を各遺跡などのホームページ等で相互に提供・公開し、観光施設・事業者、宿泊施設等と共有
- 小・中・高等学校等の教育旅行の誘致

④ 遺跡ファンを増やしリピーターを獲得します。

【主な取組例】

- 来訪者をお迎えする交通・観光事業者、ガイド、地域住民などを対象とした、接遇向上を図る啓発活動や研修会等の実施((4)①から【再掲】)
- 縄文ならではの特別感のあるツアーや縄文をテーマとした旅行商品づくり
- 地域住民等と来訪者の交流など手作り感のあるおもてなしや、遺跡でしか体験できないプログラム・イベント等の実施
- 首都圏等での講演会などの機会を活用した遺跡ファンづくり
- 知名度のある遺跡を入口とした、縄文遺跡群全体でのリピーターの確保
- ファン層の中心であるシニア世代や県内・近隣道県の住人にターゲットを絞ったリピーターの確保

⑤ 来訪者の需要調査や成功事例等の情報収集に努めます。

【主な取組例】

- 各遺跡での定期的な来訪者調査による需要の把握(インバウンドには対面調査)
- DMO²³(観光地域づくり法人)等との連携・協働によるマーケティング調査等
- 国内外の世界遺産の誘客・集客に関する、成功事例などの情報収集
- ヨーロッパ²⁴など海外からの来訪者に受け入れられる遺跡の見せ方等の検討

(6) 生業づくり

【現状と課題】

世界遺産のブランド力と地域で受け継がれてきた伝統や技術を活用し、お土産開発、地域特産品販売等、関連産業の振興を図るとともに、縄文遺跡群を活用した生業の創出が望まれています。

【取組の方向性】

① 世界遺産のブランド力や地域の特色を活かした、お土産開発・地域特産品販売等を推進し、地域経済の活性化をめざします。

【主な取組例】

- 世界遺産のブランド力と地域の伝統や技術を活用した地域特産品等の販売促進
- 専門家との協働や子どもたちのアイデアを生かした、売れるお土産品やフードメニュー、地域特産品などの開発
- 遺跡間で連携したお土産品や関連グッズなどの開発・販売
- 若者の関心や新しいライフスタイルにマッチしたお土産品の開発や、既存商品のリニューアル

② 縄文遺跡群を「地域資源」として活用した、生業の創出をめざします。

【主な取組例】

- 関連団体や地域住民等が、縄文遺跡群を「地域資源」として認識しビジネスに活用
- 地元商店街との共同企画やイベント開催など、地域全体が経済的に潤う仕組みづくり
- 副業・兼業を考慮した有料ガイドのニーズに応じた育成支援

23 DMO:「Destination Management/Marketing Organization」の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役となる法人のことで、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えています。

24 ヨーロッパは、他地域と比較して世界文化遺産の登録件数が多い地域となっていることから、対象としています。

(7) 情報発信

【現状と課題】

縄文遺跡群の国内外への更なる認知度向上を図るため、縄文遺跡群の一体的かつ戦略的な情報発信を行うとともに、ファン層の中心となってきたシニア世代に加え、昨今の「縄文ブーム」の一翼を担う若者や女性への発信も促進していくことが求められています。また、縄文遺跡群の価値や魅力が国内外で広く理解されることで「JOMON」が青森のブランドとして世界に認知されることが望まれます。

【取組の方向性】

① 縄文遺跡群と地域の魅力の国内外への情報発信を推進します。

【主な取組例】

- 各遺跡のホームページの内容充実や多言語化、観光情報などを提供するサイトへの相互リンク等による、「見てもらう」ホームページづくり
- 縄文遺跡群と地域の魅力などを紹介する動画やマップ等の制作、インターネットや SNS 等などの情報発信による、縄文に関心が薄い層も含めた認知拡大
- 空港、ターミナル駅等の交通拠点での、遺跡や周遊モデルコースの情報発信・案内機能の充実((5)③から【再掲】)
- 「縄文」や「JOMON」等のワード検索で、「青森の縄文遺跡群」に関するホームページや SNS 等が検索結果となるなど、縄文に関する情報が利用・検索されやすい環境づくり
- 新規来訪者獲得につながる家族や友人等の口コミなどの活用
- 東アジアや欧米向けの観光部局や関連団体等との連携などによる、「青森」と「縄文」をセットにした多言語での PR 等
- 多くのシニア世代が参加する文化講座等を周知媒体としたPR

② 若者・女性への情報発信を促進します。

【主な取組例】

- 若者・女性を主なターゲットとした、SNSや人財等の活用
- 「縄文ブーム」や世界遺産登録に伴う関連イベント・出版物などとの連携
- 遺跡やガイド施設などの撮影スポットの周知など、若者や女性が SNS に投稿したくなる仕掛けづくり

③ 世界からも選ばれ続ける青森の「JOMON」ブランドイメージの形成をめざします。

【主な取組例】

- 「自然との共生」や「豊かな精神性」など青森の縄文遺跡群の価値や魅力を用いた、ブランドイメージの形成
- 統一的なロゴマークやスローガンなどを活用した、「青森の縄文遺跡群」、「JOMON」のブランドイメージの国内外への発信

(8) 多種多様な連携

【現状と課題】

県内はもとより、県外や世界からも選ばれ・訪れてもらうためには、各地域の縄文遺跡群周辺に所在する、四季折々の多彩で魅力ある観光資源等との連携や、世界遺産登録をめざす北海道・北東北の17の遺跡群間の連携など、縄文遺跡群を一体のものとした、多種多様な連携の仕組みづくりを官民協働で進めていくことが求められています。

【取組の方向性】

① 官民の協働を推進し、地域が一丸となった取組を進めます。

【主な取組例】

- 行政による研修会や情報交換会など、関連団体と地域住民等の主体的な活動の支援
- 行政、教育機関、地域住民、関連団体等が連携・協力した普及啓発イベント、フォーラム、ワークショップの開催
- 縄文をテーマとした取組などでの高等教育機関との協力・連携

② 縄文遺跡群と周辺観光資源等との連携により、更なる地域の魅力づくりに努めます。

【主な取組例】

- 遺跡周辺や各地域の自然、歴史・文化、食、伝統芸能、人財などの観光資源の洗い出しと、既存の観光資源の活用
- 各遺跡と周辺の観光資源や地元商店街のサービスなどを組み合わせた周遊ルートやツアー等の設定・企画などによる、地域が潤う仕組みづくり
- 遺跡周辺にある有形無形の文化財や博物館等施設との連携による、地域の魅力の発掘・発信等

③ 北海道・北東北の縄文遺跡群を構成する遺跡群間の連携に努めます。

【主な取組例】

- 遺跡を所管する市町や遺跡活用団体等が情報・意見交換できる場の設定
- 複数の遺跡を結ぶ周遊モデルコースの設定、17の遺跡群間連携のイベント等の開催
- 来訪者が多い遺跡やガイダンス施設等での他遺跡の紹介・案内
- 4道県での一体的な活用促進に向けた、各種取組の情報共有

3 施策の実施時期

各主体(県、市町、地域住民・団体等)²⁵が状況に応じて取り組む各施策(取組の方向性)は、2021(令和3)年の世界遺産の登録前後【短期】と、2030(令和12)年の将来像の実現に向けた概ね10年後【中長期】の2つに分けて実施時期の目安を示しています。どの施策も速やかに着手することが望まれますが、特に優先度や必要性などが高く、登録前後までに集中して取り組む必要があると考えられるものは、重点的に実施する取組として示しています。

【施策一覧】 ○:実施主体 ○:支援・協力等 □:官民一体の取組 ▨:重点実施 ▶:継続実施

施策の分野	取組の方向性【項目】	主体			実施時期(目安)	
		県	市町	地域住民・団体等	短期 (~2021年 前後)	中長期 (~2030年)
(1) 保存管理	① 縄文遺跡群の保存・管理	○	○	○	▶	
	② 縄文遺跡群の価値や魅力の伝達・浸透	○	○	○	▶	
	③ 縄文遺跡群及び地域への誇りと愛着の醸成	○	○	○	▶	
(2) 景観形成	① 遺跡及び周辺の景観形成	○	○	○	▨▶	
	② 遺跡と調和したまちの景観づくり	○	○	○	▶	
(3) 受入態勢整備	① アクセス環境の充実	○	○	○	▶	
	② インバウンド対策	○	○	○	▶	
	③ ガイダンス機能の充実	○	○		▨▶	
	④ 便益施設の充実	○	○		▨▶	
	⑤ 子ども、高齢者、障害者をはじめ全ての来訪者への配慮	○	○		▶	

25 県:企画政策部世界文化遺産登録推進室(事務局)及び関係部局
市町:遺跡を所管する自治体(所管部局及び関係部局)※三内丸山遺跡は県(三内丸山遺跡センター)が所管

◎:実施主体 ○:支援・協力等 □:官民一体の取組 ▨:重点実施 ➡:継続実施

施策の分野	取組の方向性【項目】	主 体			実施時期(目安)	
		県	市 町	地域住民・団体等	短期 (~2021年 前後)	中長期 (~2030年)
(4)人づくり	①観光関係者や地域住民のホスピタリティの向上	◎	◎	○	▨➡	
	②地域ボランティア(団体)の育成	◎	◎	○	▨➡	
	③ガイドの育成	◎	◎	○	▨➡	
(5)誘客・集客	①遺跡の積極的活用	◎	◎	○	➡	
	②若者や女性へのアピール	◎	◎		➡	
	③周遊の促進	◎	◎		▨➡	
	④遺跡ファンやリピーターの獲得	◎	◎	○	▨➡	
	⑤来訪者の需要調査や成功事例等の情報収集	◎	◎		➡	
(6)生業づくり	①お土産開発、地域特産品等の販売推進	◎	◎	○	▨➡	
	②「地域資源」としての活用	◎	◎	○	➡	

施策の分野	取組の方向性【項目】	主 体			実施時期(目安)	
		県	市 町	地域住民・団体等	短期 (~2021年 前後)	中長期 (~2030年)
(7)情報発信	①縄文遺跡群と地域の魅力の国内外への発信	◎	◎		▨➡	
	②若者や女性への情報発信の促進	◎	◎		▨➡	
	③世界に通じる青森の「JOMON」ブランドイメージ形成	◎	◎		➡	
(8)多種多様な連携	①官民協働の推進	◎	◎	○	➡	
	②周辺観光資源等との連携	◎	◎	○	➡	
	③北海道・北東北の縄文遺跡群を構成する遺跡群間の連携	◎	◎	○	➡	

第5章

ビジョンの実現に向けて

1 実施主体	38
2 実施体制	38

ビジョンの実現に向けて

1 実施主体

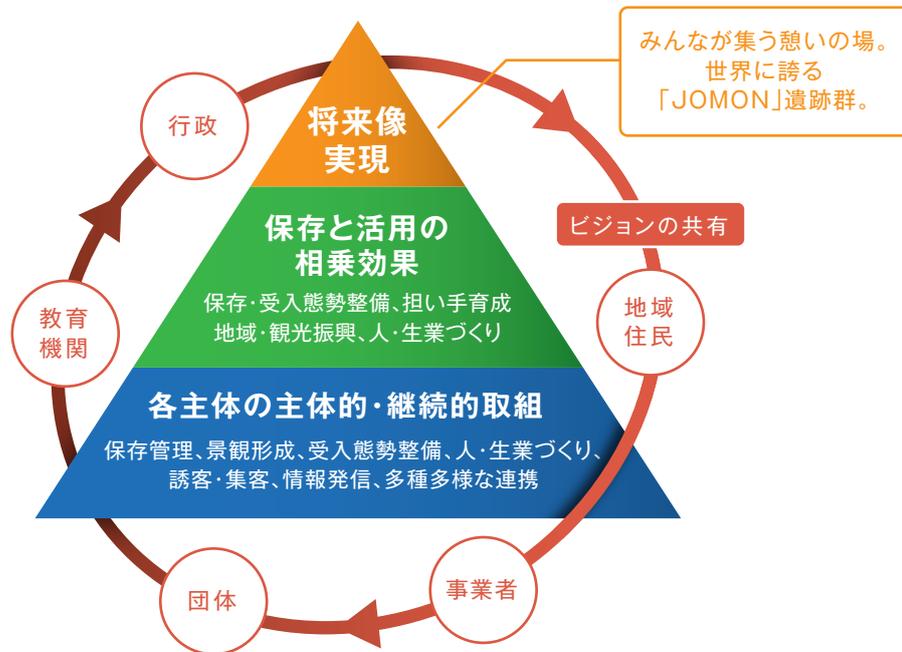
このビジョンにおいて取組を進める主体は、県、市町、教育機関、団体、事業者、地域住民という多様な主体です。各主体が、共通の目標を見据えながら、各々の役割を主体的・継続的に果たしていくことが必要です。県は、縄文遺跡群を一体的に活用するために必要な施策において、全体を包括する立場からの役割を担うこととなりますが、遺跡群の保存・活用において、中心的な役割を果たすのは、各遺跡を所管する市町²⁶となります。

市町は、地域住民のニーズを把握しながら、各遺跡の状況等に応じた取組を企画し、地域内の関係者等と協働・連携しながら、保存・活用に向けた取組を実施していくことが求められます。また、地域住民及び団体等、他市町村においても、これらの取組に積極的に参画・協力するほか、関係者等と協働・連携した主体的な取組を企画・実施していくことが望まれます。

2 実施体制

将来像を実現していくためには、多くの県民が縄文遺跡群の価値や魅力をしっかり認識・共有することによって、遺跡群を人類共通の宝として、次の世代に伝えていこうという気運の盛り上がりが必要不可欠です。そのためには、本ビジョンを各主体の共通認識とした上で、互いに連携・協力を図りながら、県全体に波及させていくことが重要です。

このため、本ビジョンに掲げる取組を進めるに当たっては、その内容等に応じて、県や市町単位で関係者間の調整を図るとともに、各主体の取組状況等の情報共有などに努めていきます。



実施体制図(イメージ)

26 三内丸山遺跡の保存・活用は、県(三内丸山遺跡センター)が所管

参 考 资 料

1 取組事例(分野別)

事例1 (保存管理)

「ひろさき卍(まんじ)学」

～学校教育を通じた地域への愛着と誇りの醸成～

弘前市教育委員会では、弘前の歴史や文化・風土などを知ること、郷土への愛着や誇りを持ち、郷土のことを発信しようとする人材を育てることなどを目的に、弘前市に所在する縄文遺跡を含む、歴史・文化・産業・自然・偉人等について弘前市立の小・中学生が計画的に学ぶ「ひろさき卍(まんじ)学」に取り組んでいます。



(大森勝山遺跡の見学の様子)

事例2 (景観形成)

平泉町の景観づくり

(世界文化遺産「平泉—仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺産群—)

岩手県平泉町では、「平泉の自然と歴史を活かしたまちづくり景観条例」(H17.1.1施行)を制定し、世界遺産を活かしたまちづくりを進めています。中尊寺・毛越寺等がある世界遺産エリアを「景観地区」に設定し、建築物などの高さを制限し、和風を基調としたものに統一することで、遺産と調和した美しいまちなみとなっています。



(平泉町の遺産と調和したまちなみ)

事例3（受入態勢整備）

周遊マップとガイドアプリ

（世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」）

「北海道・北東北の縄文遺跡群」と同じく、県をまたぎ（山口・福岡・佐賀・長崎・熊本・鹿児島・岩手・静岡の8県）広域に点在する世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産」。

周遊マップには、カメラをかざすと資産の画像が飛び出すAR機能が付いています。また、ガイドアプリは、テキストや動画で構成資産について学べるようになっているほか、現地で資産にカメラをかざすとAR画像が浮かび上がる仕組みになっており、簡単に分かりやすく資産の価値が理解できます。このほか、アプリ内にマップアプリやカーナビ連動アプリがリンクされており、初めて訪れる人でも簡単に構成資産まで行くことができます。



（周遊マップ）

事例4（人づくり）

田小屋野貝塚ウォーク

～高校生ボランティアガイドの取組～

県立木造高等学校の生徒が、首都圏からの観光客に津軽弁で縄文遺跡（田小屋野貝塚）のガイドを行う取組です。学校、民間交通事業者、遺跡活用団体、自治体、地域住民の連携・協力のもと実施されています。高校生にとっては、「地元の宝」の気づきにつながると同時に、首都圏の観光客からは「高校生による津軽弁ガイド」が珍しいと好評を得ています。



（ボランティアガイドの活動を行う高校生たち）

事例5（誘客・集客）

是川縄文館バスパック

～路線バスを有効活用した遺跡等への誘客・集客～

八戸市では、交通事業者、沿線施設等と連携して、既存のバス路線を有効活用して、広域に点在する周辺観光スポット等への誘客・集客を行う企画乗車券の企画・商品化を行っています。路線バスパックは、周辺観光スポット等別に複数種類あり、是川石器時代遺跡のガイダンス施設を訪れる「是川縄文館バスパック」は、バス往復乗車券と割引観覧料がセットになった商品です。バス路線の利用促進・利便性向上にとどまらず、遺跡等への来訪者増加、観光客の二次交通手段としての活用、周辺施設等への誘客・集客効果の波及など、地域の活性化などに繋がっています。



事例6（生業づくり）

「あおもりJ-ブランド」

～縄文オリジナルグッズ開発に向けた取組～

青森県は、民間団体との連携により、縄文遺跡群の魅力アップや地域資源としての価値や可能性を高め、縄文関係団体、企業、施設等の生業づくりや地域の活性化に寄与することを目的に、県内縄文遺跡や縄文に関する素材を利用した縄文オリジナルグッズ「あおもりJ-ブランド」の企画・開発を行いました。

縄文をイメージしたクッキー、からむし素材の雑貨、土偶こけしなど、今後優れた商品が生まれる参考となるような試作品が誕生しました。



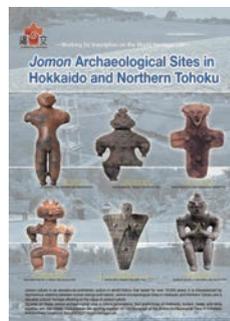
（縄文オリジナルグッズ「あおもりJ-ブランド」試作品）

事例7（情報発信）

統一的なロゴマークの活用



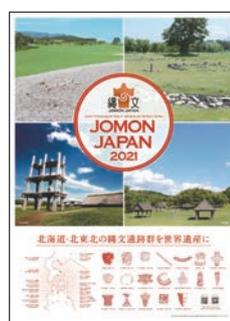
（縄文遺跡群ロゴマーク）



（4道県共通リーフレット）



（4道県共通ポスターロゴマーク）



（4道県共通ポスター）

標識、看板、横断幕、のぼり旗、パネル、ポスター、パンフレット、チラシ、ホームページ、ポストカード、カレンダー、ステッカー、広報誌、封筒、名刺などで活用しています。

事例8（多種多様な連携）

あおもりJOMONフェスタ

～官民協働による普及啓発イベントの開催～

縄文の価値や魅力を楽しみながら知ってもらうイベント「あおもりJOMONフェスタ」は、自治体（青森県及び関係市町）と関連団体等（めざす会、遺跡活用団体、民間事業者・個人）との協働により、平成27年度から開催されています。商業施設で開催し、子どもから大人まで楽しめるメニューにすることで、多くの県民が「縄文」を知るきっかけとなっています。



（令和元年度の開催の様子）

2 「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン 策定に係るアンケート調査結果の概要

(1) 調査の概要

- ① 調査目的 「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョンを策定するに当たって、県民等の意見を参考とするため、県内縄文遺跡群において来訪者へのアンケート調査を実施しました
- ② 調査期間 平成31年4月27日～令和元年5月6日
- ③ 調査方法 来訪者に対して、アンケート調査票を対面で配付し、聞き取りの上、収集
- ④ 調査内容 遺跡への訪問回数、訪問のきっかけ、同行者、利用交通手段、来訪目的、再来訪の意向、訪れたことのある遺跡、世界遺産登録をめざしていることについて、世界遺産登録によって期待すること、満足度向上に必要なこと、効果的な取組など

⑤ 回収状況

内容	回答数	構成比
三内丸山遺跡	250	50.0%
是川石器時代遺跡	100	20.0%
小牧野遺跡	50	10.0%
大森勝山遺跡	20	4.0%
田小屋野貝塚	20	4.0%
亀ヶ岡石器時代遺跡	20	4.0%
大平山元遺跡	20	4.0%
二ツ森貝塚	20	4.0%
合計	500	100.0%

⑥ 回答者属性

I 県外・県内別

内容	回答数	構成比
県外	308	61.6%
県内	182	36.4%
無回答	10	2.0%
合計	500	100.0%

II 性別

内容	回答数	構成比
女	238	47.6%
男	235	47.0%
無回答	27	5.4%
合計	500	100.0%

III 学生・一般

内容	回答数	構成比
一般	445	89.0%
大学生・専門学校生等	29	5.8%
高校生	13	2.6%
無回答	13	2.6%
合計	500	100.0%

IV 年齢層別

内容	回答数	構成比
40代	118	23.6%
50代	107	21.4%
60代	68	13.6%
30代	59	11.8%
20代	40	8.0%
70代	36	7.2%
19歳以下	11	2.2%
80代以上	11	2.2%
無回答	50	10.0%
合計	500	100.0%

(2) 調査結果

問1 遺跡への訪問は何回目ですか。

内容	回答数	構成比
初めて	363	72.6%
2回目	71	14.2%
3~5回目	48	9.6%
6~9回目	16	3.2%
10回以上	0	0.0%
無回答	2	0.4%
合計	500	100.0%

問2 問1で「初めて」と回答された方は、訪問のきっかけを教えてください。[複数回答]

内容	回答数	構成比
家族・友人等の口コミ	136	37.5%
旅行雑誌	47	12.9%
インターネット	39	10.7%
テレビ	37	10.2%
ポスター・チラシ	28	7.7%
新聞	9	2.5%
自治体広報誌等の刊行物	3	0.8%
ラジオ	1	0.3%
その他	91	25.1%
無回答	4	1.1%
合計	363	100.0%

※回答者数を基数としている

問3 遺跡へはどなたと訪問されましたか。

内容	回答数	構成比
家族と	333	66.6%
友人・知人と	88	17.6%
ひとりで	52	10.4%
観光ツアーで	12	2.4%
その他	3	0.6%
無回答	12	2.4%
合計	500	100.0%

問4 遺跡まで利用した交通手段を教えてください。[複数回答]

内容	回答数	構成比
自家用車	386	77.2%
路線バス	36	7.2%
JRなど鉄道	31	6.2%
レンタカー	31	6.2%
タクシー	15	3.0%
貸切バス	15	3.0%
徒歩	13	2.6%
自転車	4	0.8%
バイク	3	0.6%
その他	4	0.8%
無回答	2	0.4%
合計	500	100.0%

※回答者数を基数としている

問5 遺跡への来訪目的を教えてください。[複数回答]

内容	回答数	構成比
遺跡・展示見学	400	80.0%
他観光地・施設等の訪問のついでに	52	10.4%
余暇	44	8.8%
その他	26	5.2%
体験教室	22	4.4%
ガイド解説	21	4.2%
イベント・講座	20	4.0%
お土産・グッズ購入	18	3.6%
観光ツアー	17	3.4%
親戚や友人等の案内	14	2.8%
レストラン	11	2.2%
学校・社会活動	10	2.0%
調査・研究	3	0.6%
無回答	3	0.6%
合計	500	100.0%

※回答者数を基数としている

問6 また遺跡を訪れたいと思いますか。

内容	回答数	構成比
ついでがあれば訪問	270	54.0%
ぜひ訪れたい	203	40.6%
もう訪れたくない	10	2.0%
無回答	17	3.4%
合計	500	100.0%

問7 青森の縄文遺跡群の中で、
行ったことがある遺跡はどこですか。[複数回答]

内容	回答数	構成比
三内丸山遺跡(青森市)	309	61.8%
是川石器時代遺跡(八戸市)	92	18.4%
小牧野遺跡(青森市)	87	17.4%
亀ヶ岡石器時代遺跡(つがる市)	60	12.0%
二ツ森貝塚(七戸町)	32	6.4%
大平山元遺跡(外ヶ浜町)	29	5.8%
大森勝山遺跡(弘前市)	28	5.6%
田小屋野貝塚(つがる市)	19	3.8%
どこも行ったことがない	158	31.6%
合計	500	100.0%

※回答者数を基数としている

問8 「北海道・北東北の縄文遺跡群」
が世界遺産登録をめざしている
ことを知っていますか。

内容	回答数	構成比
知っている	267	53.4%
知らない	222	44.4%
無回答	11	2.2%
合計	500	100.0%

問9 問8で「知っている」と回答した方は、
知ったきっかけを教えてください。[複数回答]

内容	回答数	構成比
テレビ	125	46.8%
新聞	87	32.6%
ポスター・チラシ	74	27.7%
家族・友人等の口コミ	27	10.1%
インターネット	23	8.6%
自治体広報誌等の刊行物	21	7.9%
授業・出前講座	11	4.1%
イベント・講演会	10	3.7%
ラジオ	6	2.2%
その他	23	8.6%
無回答	5	1.9%
合計	267	100.0%

※回答者数を基数としている

問10 青森の縄文遺跡群の世界遺産登録によって、
期待することは何ですか。[3つまで]

内容	回答数	構成比
遺跡の保存・活用	279	55.8%
観光振興	257	51.4%
地域活性化	159	31.8%
遺跡の景観保全	139	27.8%
郷土愛(誇り・自信等)の醸成	121	24.2%
県内および北海道・北東北の遺跡群との連携	66	13.2%
観光関連商品の開発	19	3.8%
雇用創出	18	3.6%
その他	5	1.0%
無回答	18	3.6%
合計	500	100.0%

※回答者数を基数としている

問11 遺跡への訪問者の満足度を高めるため、
何が必要だと思いますか。[5つまで]

内容	回答数	構成比
交通アクセスの充実	207	41.4%
周辺観光地・施設等との連携	166	33.2%
ガイドによる解説や説明表示の充実	156	31.2%
道路標識・案内看板の充実	139	27.8%
便益施設(駐車場・トイレ・休憩所)の充実	121	24.2%
お土産・物産販売(特産品・伝統工芸品等)	108	21.6%
モデルコースの設定	100	20.0%
ワークショップなどの体験活動	79	15.8%
AR(拡張現実)/VR(仮想現実)技術の活用	78	15.6%
関係者への意識啓発(おもてなし等)	41	8.2%
その他	23	4.6%
無回答	24	4.8%
合計	500	100.0%

※回答者数を基数としている

3 「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定の経過

時 期	内 容
2019(平成31)年2月18日	「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定作業部会設置
2019(平成31)年2月25日	第1回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定作業部会において、骨子案を検討
2019(令和元)年5月15日	「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会設置
2019(令和元)年5月27日	第1回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会において、骨子案を検討
2019(令和元)年7月3日	第2回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定作業部会において、検討案を検討
2019(令和元)年7月29日	第2回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会において、検討案を検討
2019(令和元)年10月3日	第3回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定作業部会において、素案を検討
2019(令和元)年10月29日	第3回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会において、素案を検討
2019(令和元)年12月10日 ~2020(令和2)年1月8日	原案を公表するとともに、パブリックコメントを実施
2020(令和2)年1月16日	第4回「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会において、原案を了承
2020(令和2)年3月23日	「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会の原案をもとに県が策定

「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン策定委員会委員

1. 有識者等委員

(五十音順:敬称略)

No.	氏名	所属・職名
1	大友 麻紗子	東奥日報社 編集局 生活文化部 記者
2	小笠原 清寿	公益社団法人 弘前観光コンベンション協会 観光振興部 観光振興課長
3	工藤 竹久	青森県文化財保護審議会委員(史跡)
4	杉澤 廉晴	株式会社杉澤興業 鱒ヶ沢温泉ホテルグランメール山海荘 代表取締役社長
5	沼田 昌敏	一般財団法人VISITはちのへ 国内誘客物産課 副参事(グループリーダー)
6	森 樹男	弘前大学 副理事(社会連携担当) 人文社会科学部 教授
7	山内 リチャードソン 澄子	GLOBAL TABLE 合同会社 代表
8	油布 幸大	公益社団法人 青森観光コンベンション協会 企画事業課長

2. 遺跡活用団体委員

(順不同:敬称略)

No.	氏名	所属・職名
9	中村 文子	一般社団法人三内丸山応援隊 ボランティアガイド
10	竹中 富之	一般社団法人小牧野遺跡保存活用協議会 代表理事
11	三上 隆博	弘前縄文の会 副会長
12	小久保 拓也	八戸縄文保存協会 事務局 ※市町委員兼務
13	川嶋 大史	NPO法人 つがる縄文の会 理事長
14	鎌本 義明	二ツ森貝塚遺跡保存協力会 会長

3. 市町委員

(市町別、順不同:敬称略)

No.	氏名	所属・職名
15	児玉 大成	青森市教育委員会事務局 文化財課 主幹
16	堀内 孝悦	青森市経済部 交流推進課 主幹
17	東海林 心	弘前市教育委員会 文化財課 主事
18	吹田 昂平	弘前市観光部 観光課 主事
	小久保 拓也	八戸市埋蔵文化財センター 是川縄文館 主幹 ※遺跡活用団体委員兼務
19	永田 有貴子	八戸市商工労働観光部 観光課 主事
20	堀内 和宏	つがる市教育委員会 社会教育文化課 学芸員
21	藤森 友香	つがる市経済部 商工観光課 係長
22	駒田 透	外ヶ浜町教育委員会 社会教育課 班長兼学芸員
23	坂井 克仁	外ヶ浜町産業観光課 総括班長
24	鳥谷部 久美子	七戸町教育委員会 世界遺産対策室 主幹
25	高田 美穂	七戸町商工観光課 主査

- ※ 委員長 森 樹男
- ※ 副委員長 杉澤 廉晴

[令和2年3月現在]



北海道・北東北の縄文遺跡群は
2021年の世界遺産登録をめざしています。

青森県企画政策部 世界文化遺産登録推進室

〒030-8570 青森市長島一丁目1-1
TEL 017-722-1111(代表)

2020(令和2)年5月発行