

## 山陰海岸ジオパークにおけるジオビジネス創出とキーパーソンの役割 Creating new geo business and the role of key persons in the San'in Kaigan Geopark

今井 ひろこ<sup>1</sup>; 新名 阿津子<sup>2</sup>; 松原 典孝<sup>3\*</sup>  
IMAI, Hiroko<sup>1</sup>; NIINA, Atsuko<sup>2</sup>; MATSUBARA, Noritaka<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>NPO たじま海の学校, <sup>2</sup>鳥取環境大学地域イノベーション研究センター, <sup>3</sup>兵庫県立大学 自然・環境科学研究所 ジオ環境研究部門

<sup>1</sup>NPO Tajima Marine School, <sup>2</sup>Regional Innovation Research Center, Tottori University of Environmental Studies, <sup>3</sup>Division of Geo Environmental Sciences, University of Hyogo

ジオパークでの持続的な活動を行うには経済的な成功が必要不可欠である。それには、事業者や地域団体がジオパークを使って高品質の商品・サービスを提供することが求められる。ジオパーク関連商品・サービスによって消費者やビジターの満足度を高めることができるのであれば、それ自体がジオパークの品質を向上させることにつながるであろう。そこで、本発表では山陰海岸ジオパークにおけるジオパークを活用したビジネス事例の導入から現在までを報告する。

キーワード: ジオパークビジネス, ジオ商品・サービス, 地域振興, 山陰海岸ジオパーク

Keywords: geobusiness,, geo product and service, regional promotion, San'in Kaigan Global Geopark