Japan Geoscience Union Meeting 2014

(28 April - 02 May 2014 at Pacifico YOKOHAMA, Kanagawa, Japan)

©2014. Japan Geoscience Union. All Rights Reserved.



O06-P15

会場:3 階ポスター会場

時間:4月30日18:15-19:30

日本ジオパークネットワーク加盟地域におけるサプライヤーの役割:一次産品のPR 販売を例に

a

板谷 大樹 ^{1*} ITAYA, Daiki^{1*}

1 八峰町観光協会

八峰白神ジオパークにおける八峰町観光協会の活動として、2014年1月25日土曜日に秋田市で開催された『まるごと体験! 秋田のジオパーク』での特産品販売を取り上げ、地域と一般消費者をつなぐ手段としてのジオパークの活用方法を模索する。

これまで、当協会は情報発信・誘客事業の一つとして PR 物販を実施してきた。「催事に赴き、販売し、地域を PR する」ことが専らのスタイルであったが、本イベントは「ジオパークを PR する」ことが目的であり、従来とは異なる新たな試みを要した。販売するにあたり、特産品とジオパークとを関連付ける作業、つまりは商品が産まれるまでのストーリーの調査が求められ、消費者に伝わるシナリオを準備しなければならなかった。

結果として、販売までの過程に加わる関係者の数が増え、生産者、土壌研究者、販売者の各々に知識が蓄えられることとなった。一般消費者へのジオパークの啓蒙に向けてより正確でわかりやすい情報の提供を要するが、「身近なところにジオパークの恵みがある」という認識の共有を図る方法として、PR 物販は有効であろう。

キーワード: 日本ジオパークネットワーク, 八峰白神ジオパーク, 一次産品



¹Happo Tourism Association