

茨城県北ジオパークにおけるソーシャルメディアの戦略的活用 Strategic utilization of social media by North Ibaraki Geopark

伊藤 太久^{1*}, 小峯慎司², 天野 一男³

Taku ITO^{1*}, Shinji KOMINE², Kazuo Amano³

¹ 中央開発株式会社, ² アノマロデザイン, ³ 茨城大学

¹Chuo Kaihatsu Corporation, ²Alomalodesign, ³Ibaraki Univ.

1. ソーシャルメディア戦略の全体像 (立てた仮説)

1-1. メディア利用の方針

茨城県北ジオパークでは、2010年以降様々なメディアを利用したコミュニケーション戦略を策定し実行してきた。この取り組みの目的は、ジオパークにおける様々なステークホルダー(ジオツアーの顧客、各種イベントの参加者、ジオパークエリア内の居住者、インタープリター、事務局関係者等)に対する有益かつ即時性の高いコミュニケーションを高頻度に継続することで、良好な関係を形成し、ジオパーク事業の発展および円滑化に寄与することである。

1-2. ソーシャルメディアの役割

ソーシャルメディアとは、Twitter、Facebook、Youtube、Foursquare に代表される、インターネットを通じて利用者個人が情報の受信者と同時に発信者となって情報の蓄積・流通が行われるメディアであり、近年急速に利用者を増やしている。

茨城県北ジオパークが利用する様々なメディアの中で、ソーシャルメディアは特に双方向性や即時性に有効である。多くのステークホルダーが、ソーシャルメディアを通じてジオパークが発信する情報を受信し、その感想や意見あるいは要望を発信し、ジオパークとの双方向のコミュニケーションが生まれる。またそのコミュニケーション自体が新たに発信される情報コンテンツとなり、それを目にした新たなソーシャルメディアユーザーがジオパークとコミュニケーションを図るようになる。

このように、ソーシャルメディアの適切な運用によって、良好な関係が増幅し拡散していく好スパイラルが生まれる。

2. 成果

2-1. ネットワークをつくった人数

2013年2月14日現在、Twitterは2,227名のユーザーからフォローを受けている(<https://twitter.com/IbaGeo>)。Twitterを利用してジオツアーを中継したものをまとめたページは、3回開催分で5,489回の閲覧を受けている。Facebookでは229名のユーザーがフォロー(<http://www.facebook.com/ibarakigeopark>)。YouTubeの動画コンテンツは14件をアップし、のべ3,877回再生されている(<http://www.youtube.com/user/IbaGeoMovie>)。最も再生回数の多いコンテンツは、茨城県北ジオパークの見どころを3分程度のダイジェストでまとめたもので、720回再生されている。Foursquareでは36件のポイントについて情報を登録し、のべ1,024回のチェックインを受けている(<https://ja.foursquare.com/ibageo>)。最もチェックインの多いジオポイントは袋田の滝で、564回である。

2-2. つながった人々の属性

ソーシャルメディア上のネットワーク形成は、ジオパークが発信する情報に興味を持ったユーザーがジオパークのアカウントをフォローするという受動的な形での拡大が主である。そのため、ジオパークが発信する情報(地域の地質情報、自然災害情報、観光情報、歴史解説等)に感度の高いユーザーとの繋がりをつくることができている。このネットワークは、ジオツアーの集客、インタープリター養成講座の募集、その他イベントへの誘客に高い効果を発揮している。

2-3. コスト

茨城県北ジオパークではこれらをインタープリターやボランティア、学生が運営しており、人件費は発生していない。またソーシャルメディア利用にかかる費用も発生しない。運営にかかる工数は合計で1~2時間/週程度である。

2-4. 受けたオファー

ソーシャルメディアを通して形成されたネットワークを通じ、ジオツアーや各種イベントへの参加、インタープリター養成講座への参加の依頼等を受けている。また、「トランヴェール(東日本旅客鉄道株式会社の発行する新幹線車内誌)」からの特集記事取材・掲載依頼を受け対応し、2013年1月号への掲載を実現させた。また「最新ソーシャルメディアがよ~くわかる本(秀和システム,2012)」でソーシャルメディアを活用した地域活性化事例として茨城県北ジオパークの取り組みが紹介された。

Japan Geoscience Union Meeting 2013

(May 19-24 2013 at Makuhari, Chiba, Japan)

©2013. Japan Geoscience Union. All Rights Reserved.



MTT39-P01

会場:コンベンションホール

時間:5月21日 18:15-19:30

3. 今後の展望

今後は、観光情報に重点を置いてきた発信情報に自然災害に対する防災の視点を加える。具体的には、Twitter や Facebook における、観光情報や地域情報に織り込んだリアルタイムかつ日常的な災害・防災情報の発信や、Foursquare を活用した観光ポイントごとの防災情報の提示等である。これにより、さらなるネットワークの増強と地域貢献を実現していく。

キーワード: ソーシャルメディア, 茨城県北ジオパーク

Keywords: SNS, North Ibaraki Geopark