

## ジオパークによるインターネットを通じた情報発信：三陸ジオパークを例として Communication of Information on the Internet By Geopark: Case Study of Sanriku Geopark

伊藤 太久<sup>1\*</sup>; 橋本 智雄<sup>1</sup>; 植野 歩未<sup>2</sup>  
ITO, Taku<sup>1\*</sup>; HASHIMOTO, Tomoo<sup>1</sup>; UENO, Ayumi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 中央開発 (株), <sup>2</sup> 三陸ジオパーク推進協議会  
<sup>1</sup> Chuo Kaihatsu Co., <sup>2</sup> Sanriku Geopark Promotion Conference

2013 年 9 月に日本ジオパークに認定された三陸ジオパークは、青森・岩手・宮城の 3 県 16 市町村からなる日本最大のジオパークである。三陸ジオパーク推進協議会では、その前身であるいわて三陸ジオパーク推進協議会 (2011 年 2 月設立) 時代を含め、インターネットを通じた情報発信を継続して行ってきた。

推進協議会では 2011 年 2 月に、三陸地域の生い立ちや見どころを網羅的に整理した一般向けのウェブサイト (<http://sanriku-geo.com/>) を作成、準備していたが、その後の東日本大震災を受け、企業や学識経験者を交えた学術支援ネットワークとして、学術調査や教育旅行に主眼を置いたウェブサイト (<http://sanriku-fukkou.net/>) を新たに作成し、2011 年 9 月に公開した。その後、日本ジオパークへの認定に向けて一般向けのウェブサイトに各種情報を追加し、公開するとともに、ブログ・Facebook・Twitter といった SNS による情報発信を通じて更新頻度を増加させるなど、対象や目的に応じてコンテンツや機能を追加、更新してきた。

このような中で、未だ関係者以外の「ジオパーク」の認知・理解度が高まったとは言えないものの、三陸地域の日本ジオパーク認定を受け、マスコミへの露出や地元・周辺地域の関心は増している。

これに対応するため、ウェブサイトのトップページで閲覧者に確実に興味を持ってもらい、かつ三陸の特徴をより一般にわかりやすく紹介できるサイトの構築を目的として、2014 年に新たにウェブサイトをリニューアルすることとした。

本発表では、国内他地域のジオパークウェブサイト进行调查し、構成要素を分類・比較した結果とともに、本地域におけるリニューアル事例とインターネットを通じた情報発信手法を紹介する。

キーワード: ジオパーク, 情報発信, インターネット, 三陸  
Keywords: geopark, communication of information, internet, Sanriku