

『恋するフォーチュンクッキー 山陰海岸ジオパーク V e r .』を次につなげよう ”San’in Kaigan Geopark *Fortune Cookie in Love” Project

小山 真琴¹; 古川 智子¹; 松原 典孝^{2*}

KOYAMA, Makoto¹; FURUKAWA, Tomoko¹; MATSUBARA, Noritaka^{2*}

¹ 山陰海岸ジオパーク推進協議会, ² 兵庫県立大 自然・環境研 ジオ環境研究部門

¹San’in Kaigan Geopark Promotion Council, ²Inst. Nat. Env. Sci., Univ. Hyogo

山陰海岸ジオパーク推進協議会では毎年、「山陰海岸ジオパーク認知度アンケート」を実施している。2013年京阪神PRキャンペーンアンケートでは、世代別の認知度で70代以上(68%)と比較して10代(27%)・20代(24%)の認知度が低かった。このことから、若者へのジオパーク活動の普及啓発が明日の課題だと言える。若者層で山陰海岸ジオパークの認知度が低い理由の一つに、インターネット上での広報活動の不十分さが挙げられる。協議会では、山陰海岸ジオパーク公式サイト、あるいはFacebook じおげんき上での情報配信を行なっているが、これには閲覧者がジオパーク関係者が多いという問題点がある。

このため今回山陰海岸ジオパークでは、若者への影響力があるアイドルグループAKB48の32ndシングル『恋するフォーチュンクッキー』にのせてジオサイトを背景に踊る、『恋するフォーチュンクッキー 山陰海岸ジオパーク V e r .』-みんなで踊ってつなごうプロジェクト-を実施した。完成したPR動画は2014年1月31日にYoutube で配信し、山陰海岸ジオパークを不特定多数の人に向けてアピールを目指した。全43カット、ご当地キャラクター 含め延べ265人の方々が明るい笑顔で出演してくれた。揃った踊りや、時折のアレンジした踊りは必見で、見る者を楽しませ、画面からは懸命で、他人のことを放っておけない真心あふれる人柄が伝わる。目標アクセス数10,000回を優に超え、メディアへの情報発信にも努めた。

今後はこの活動の普及の効果を、認知度アンケートや観光客数から検証していく。

キーワード: sns, youtube, 恋するフォーチュンクッキー, 山陰海岸, ジオパーク

Keywords: sns, youtube, Fortune Cookie in Love, San’in Kaigan, geopark