

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：一次製品のPR販売を例に

a

板谷 大樹^{1*}
ITAYA, Daiki^{1*}

¹ 八峰町観光協会
¹Happo Tourism Association

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

