

コロナ禍における 地域説明会についての報告



佐渡ジオパーク推進協議会
事務局 関根 吉則

1 背景

- (1) コロナ禍で、人を大量に集める従来型の地域説明会の開催が困難になったことから、佐渡ジオパークの新たな普及啓発の方法の開発が急がれた。
- (2) 従来の地域説明会は、佐渡ジオパークに興味があって、その時間に、その会場に来てくれる人しか対象にすることができなかった。

2 事業の目的

- (1) 人を集めずに佐渡ジオパークの普及啓発を行う。
- (2) これまでジオパークになじみのなかった新たな客層の発掘を行う。



3 実施の方法

- (1) 地元自治体、地元ケーブルテレビ局と連携し、**佐渡ジオパークの見どころを紹介するテレビ番組を製作した**（令和2年4月1日から放送中）。
- (2) 調整の結果、撮影ペースは月1回。放送は毎日行う。最大30分の番組で、その回の放送期間は1か月と決まった。
- (3) 毎回、一つのサイトを当事務局の職員が、説明役と聞き手役の2人で紹介する形式とした。
- (4) 番組名は、佐渡島の方言を取入れた**「ぶら〜り ジオパークだっちゃ！」**とした。
- (5) 1か月間の放送期間終了後は、同番組をYouTubeで公開することとした。



4 宣伝効果

- (1) それまでジオパークに興味を持っていなかった人(たまたまテレビを見ていた人)にも、地域のサイトの特徴や価値を伝えることができた。
- (2) その後のジオパーク市民講座でアンケートを徴した結果、約27%の参加者が番組を見たことがきっかけで、市民講座に参加したことが判明した。
- (3) 街中で、出演職員が「ジオパークのテレビの人だよ。あの番組おもしろいよね。この前、紹介してたところに行ってきたよ。」と、市民から声をかけられる機会が増えた。

5 まとめ

- (1) 従来型の地域説明会には、参加することがなかった層にも情報発信をすることができ、その結果、**新たに興味を喚起され、ジオパーク市民講座に参加する者もいた。**
- (2) 「コロナ禍だからできない。」ではなく、制約があるからこそ、それをイノベーションのチャンスと捉え、テレビ番組(インターネット動画)を制作するという**新たな方法で、地域のサイトの特徴や価値を伝えることができた。**



**佐渡の真ん中にある「国中平野」が
なぜへこんだままなのかが分かる?!**

