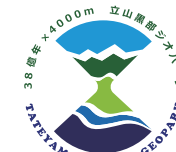


ジオパークって
なに？



っている人へのアプローチについて

成川正幸・川端志穂、伊関健太、王生透、
山岡勇太、山瀬裕子、今堀喜一
(一般社団法人立山黒部ジオパーク協会)



はじめに

立山黒部は、県庁所在地を含む9市町村にまたがる広いエリアで、62万人が住んでいることから、ジオパークの認知向上に様々な工夫を行ってきた。

具体的には、A) ジオパークに興味を持ち既に類似した活動を行っている層、B) ジオパークに関心がある層、C) ジオパークにあまり関心がない層に分け、対象にあった事業を展開してきた(王生ほか, 2014*)。ここでは、C) ジオパークにあまり関心がない層にむけた活動のその後の展開について報告する。

これらの事業は、会員が企画段階から関わってもらった結果、ジオパークを全面に押し出して行くよりも、各事業を通して最後にジオパークを知る方法となっていた。

* 王生透、成川正幸、吉岡翼、丹保俊哉、水原登志子(2014) 朝活 de ジオ活 - 都市就労層にジオパークを伝え発展に繋げるために - JGN 全国大会ポスター発表



① 書籍「歩いて手繰る立山黒部ジオパーク見聞録」

立山黒部エリアには山岳や扇状地、富山湾などの書籍は多く出版されているが、ジオパークの魅力を具体的に説明した書籍があればとの意見が会員からあったことから、立山黒部ジオパークサイトの魅力を一般住民に紹介する読み物として「歩いて手繰る立山黒部ジオパーク見聞録」を2年半をかけて制作した。

広域エリアのサイトを実際に歩いて調査し、収集した資料も含めて探訪記としてまとめるため、会員に原稿執筆ボランティアを募集し、10代の学生から80代のシニアまで14名が集まり、それぞれのコースを担当してもらった。これらに専門家による解説やコラムを挿入することにより、一般向けの読み物だけでなく、ジオガイドのスキルアップの副読本やジオ教育の参考書、ジオツアーの提案として活用できるようにした。

協会会員企業である(株)アーキジオ、とうざわ印刷工業(株)の支援が大きい。

書籍の購入は県内書店で行っており、平置きされるお店もあり大きな反響があったことから、半年余りで2000部の多くを販売することができた。今後は、再版へのリスクも考えながら、どのように展開するか検討中である。

(公社)東京地学協会助成金交付事業

2020年10月1日発行

高低差 400m ロマン 立山黒部ジオパーク	
第1章 山岳	8ルート、解説3編、コラム1編
第2章 山間部	7ルート、解説3編、コラム1編
第3章 扇状地〜平野	8ルート、解説3編、コラム1編
第4章 海	3ルート、解説3編、コラム1編

主要メンバー：岡田・津嶋・天野・東澤・大西・山岡



② TKG ジオカフェ

構想時の 2013 年より行っている事業で、エリア内の飲食店を利用し、地域の話や地域で活躍する方をゲストスピーカーとしてお呼びし、美味しい食事と楽しい話を聞き、ジオパークに触れるものである。

ゲストスピーカーや飲食店の選定には、ジオパークを知らない人も加えており、参加者も含めてジオパークをキーワードに対話することで、新たな視点を持ったり、ジオとの関わりを考えてもらえる機会となっている。募集は、Facebook を中心に SNS で行い、会員のネットワークを活用しながらジオパークと関わるの薄い方々にも届くようにしている。また、ゲストスピーカーや飲食店のネットワークからの参加もあり、これまでにない方々に輪を広がっている。また、関係団体がこの企画と同様のコンセプトを活かして独自に「扇状地 Café」を実施している。

ここ 2 年は、コロナ禍で食事が難しいため休止や再開を繰り返しており、食事無しへの企画変更も議論しているところであるが、飲み物だけでは飲食店の利用が難しいことや参加者への食事を楽しむ誘引もあり、その代替策を検討している。

＜主な流れ＞

参加費：食事代

定員：10-20 名程度

スケジュール

- ・オープニングあいさつ
- ・ジオパーク概要
- ・食事会、お店オーナーからの P R
- ・ゲストスピーカーのお話
- ・みんなで語りあい
- ・まとめ

主要メンバー：成川・川端・伊関・王生・山岡・山瀬



③ 「女子旅計画中」ポスター

ジオパークを知らない人に知ってもらうポスター作成事業である。企画段階で、これまでの活動で一番縁遠い層が 20 代 30 代の女性であることから、若い女性や観光客をターゲットとした。ポスターの内容もジオパークを前面に押し出して全てを伝えるのではなく、興味をもってもらうきっかけとして、可愛いイラストとつい読んでしまう LINE 風のレイアウトとした。立山黒部の自然にも興味のあるイラストレーター二三味裕美子さんに依頼し、彼女とともに多彩な意見を集約するため、同世代の女性とジオパーク関係者とともに現地を巡りイメージを膨らませた。設定は、都内在住の 30 代女子が富山県在住の友だちのところに旅行に来るための会話とし、山から海まで 4 種類を作成した。

ポスター制作では、狭めたターゲットや設定に合うようにと一般住民の目線と専門家のこだわりの間で調整に苦労した。この事業では、作成することに重きを置き印刷費は見込んでいなかったため展示している場所は多くない。今後 PR 展示などで活用を目指していきたい。

また、ある学校で自分の地域の魅力を考える方法として、このポスターのレイアウトを参考したいとのうれしい提案もいただいた。

黒部市受託事業・日本黒部学会との協同事業

作成時期：2020 年 1 月から 3 月

- ・立山編「今度、立山行ってみたい？」
- ・生地編「生地って知ってる？」
- ・黒部峡谷編「宇奈月温泉いくならトロッコ電車のろうよ！」
- ・富山編「富山にいったらなに食べよっか♪」

主要メンバー：川端・二三味・中瀬・伊関・八尾・荻野・王生



④ 「今度 # 立山黒部に来られ！」キャンペーン

2020 年夏のコロナ禍で活動ができなくなる中、会員が主導してどのような活動が出来るかを話し合いスタートした事業である。本来なら、③ポスターの次の展開を目指していたが、移動制限があり十分に楽しむにはまだ先と考え、SNS を使った投稿を行うこととした。立山黒部ジオパークでは Facebook での発信は行っていたが、多様な方々に情報が届くように Instagram や Twitter も併用することとした。それぞれのサービスでターゲットとする層や特徴があることから、サイト紹介や活動報告は Facebook に、サイトのきれいな写真などは Instagram に、気軽さと発信の即効性を重視した Twitter に分けておこなった。多くの方に次の旅行先を立山黒部を選んでもらえる一助になればと考えている。ただ、感染の広がりによってメンバーがサイトに出向く機会も減り、メンバーの居住地付近の情報に偏ってきていることから、エリア全体を網羅できるよう①書籍で募集したように潜在する会員の力を利用していきたい。Twitter は発信数は多いのだが、文字数が限られているため、他のタグとの優先順位から「# 立山黒部に来られ」は付けづかった。

2020 年 9 月 19 日開始

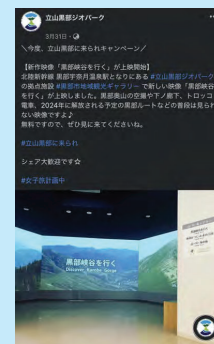
ハッシュタグ「# 立山黒部に来られ」がついた投稿

Facebook 70 投稿

Instagram 78 投稿

Twitter 59 投稿

主要メンバー：伊関・川端・王生・山瀬



まとめ 今後の進め方

立山黒部ジオパークの構想以来、ジオパークに興味のない層への普及を追求してきた。その結果、一步一步であるがジオパークを知ってもらう機会を増やすことができた。今後は、参加して頂いた方や関わって頂いたお店に対して、協会入会や次のイベントへの告知などするなど、工夫が必要である。

その1つとして、ジオパーク認定カフェとしてお店とジオパークを繋ぐ手法について議論を開始した。また、立山黒部エリアには富山大学や富山国際大学があることから、ジオパークに興味の薄い学生向けにジオパークを知ってもらう事業も思案中である。

