

読んでみよう 解いてみよう せん太のワークシート

笠岡市は「笠岡ファン」を増やしたいと考え、市の魅力発信を強化しています。記事を読み、質問に答えましょう。

Q1 ★★★★★

笠岡市は魅力発信強化のために、どのような形のイベントを開いていますか。第1～3段落や見出し、写真から読み取りましょう。

Q2 ★★★★★

笠岡市がQ1のようなイベントを開く目的は何ですか。第1段落（リード）や見出しが参考になります。

Q3 ★★★★★

新型コロナウイルス禍で情報発信の方法が変わってきています。皆さんの地域の特産品をPRする方法を考えてみましょう。

★の数は問題の難易度を表しています。

僕も参加したいなあ



笠岡市は、市の魅力を発信するシティープロモーションを強化している。ビデオ会議システムなどを活用したオンラインイベントで地域の特

産品をPRするなどして「笠岡ファン」を増やし、移住・定住促進やふるさと納税増につなげたい考え。
(山本貴之)

VR空間で開かれた笠岡市のマスクットを紹介するオンラインイベント



市 ビデオ会議やVR使いイベント

笠岡で作ったマスクットを紹介する伊藤部長（左）



市は今年2月、地元産の野菜を紹介するオンラインイベントを初開催、参加した関東や関西などの14人から好評を得た。笠岡産の卵をテーマにした3月のイベントには全国各地の約100人が来場、市は新型コロナウイルスは新型コロナウイルスはふるさと納税の返礼品

市は今年2月、地元産の野菜を紹介するオンラインイベントを初開催、参加した関東や関西などの14人から好評を得た。笠岡産の卵をテーマにした3月のイベントには全国各地の約100人が来場、市は新型コロナウイルスはふるさと納税の返礼品

9月下旬には、全国の新潟などから14人ほどがVR空間の「会場」に、自身の分身となるアバターで入場。栽培の様子などが映し出され、同社の伊藤収一製

禍でも可能なオンラインでの情報発信に手応えを感じたという。

瀬戸ジャイアンツの魅力力を農園などから配信した。

東京や大阪、神奈川、新潟などから14人ほどがVR空間の「会場」に、自身の分身となるアバターで入場。栽培の様子などが映し出され、同社の伊藤収一製

オンラインで笠岡PR

移住、ふるさと納税増狙う

笠岡市のふるさと納税の返礼品は、米やブドウといった農産物をはじめしょうゆやハムなどの加工品もありいずれも人気。市定住促進センターは「ふるさと納税を活用し、気軽に参加できるオンラインイベントでまずは興味を持ってもらい、コアなファンを増やしていきたい」としている。

今後ビデオ会議とVRを併用してイベントを随時開催し、リピーター向けのツアーなどにもつなげていくという。

造・農園部長が「刀剣作りのたたら製鉄で出た鉱物のミネラルを養分にしていることで、甘いマスクットができる」などと説明した。参加者はチャット機能で「事前に送られた」マスクットを今食べています。おいしい」などとコメントしていた。