

■課題

SNSでのPR活動がうまく機能していない→能登の魅力が若者に伝わっていない

■解決策

若者にとって魅力のあるSNSにするためにSNSアプリの多用と宣伝の仕方の改善をする

- ・ SNSアプリの多用→宣伝内容を目にする機会が増える
- ・ 宣伝の仕方の改善→移転先や就職先の選択肢として印象に残りやすくする

■現状（課題の背景）

- ・ Twitterのみ利用（フォロワーが少ない）
- ・ 画像などが魅力的でない

金沢市 Twitter



<https://twitter.com/nanaocity>

1.8万 フォロワー

七尾市 Twitter



<https://twitter.com/CityofKanazawa>

2000 フォロワー

【SNSのPR成功例（神奈川県葉山町）】

人口流出に悩んでいた神奈川県葉山町はInstagramを使って呼び込みをすることで、流出を抑えることができた(表1)

〈七尾市が成功すると見込める理由〉

- ・ 地形が似ているという共通点がある
- ・ 県の人口に対する割合が七尾市のほうが大きい
七尾市：4.4% 葉山町：0.4%

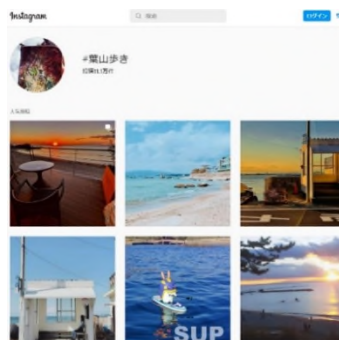


図1 葉山町のハッシュタグを使ったPR

<https://www.instagram.com/explore/tags/%E8%91%89%E5%B1%B1%E6%AD%A9%E3%81%8D/?msclkid=c8bffe9ca67411ecad6120ec822e4eff>

表1 葉山町の人口の社会増減

	転入者	転出者	社会増減
2011	1518	1450	68
2012	1409	1362	47
2013	1401	1493	-92
2014	1384	1385	-1
2015	1443	1277	166
2016	1309	1222	87
2017	1376	1304	72

<https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/041800105/?P=1>

■具体的内容

1 SNSアプリの多用

- ・ Twitter、Instagram、Facebook それぞれに適した投稿(表2)

Twitter→写真が効果的

Instagram →生活の中で使える投稿、保存を促進するような写真

Facebook→利用者の年齢層が比較的高いため、懐かしいもの

2 宣伝の仕方の改善

- ・ 『専用のハッシュタグ』を活用する
→#(ハッシュタグ)検索で流入を促す

3 取り組みの障害

- ・ 新規の公式アカウントの認知度が低い

- ・ 時代や時季に対応したPRが必要

考案) オフ会を開く

考案) ①若者が更新する

考案) ②Instagramの運営ノウハウを独自に作る

表2 主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率

	全年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
LINE	86.9%	94.4%	95.7%	94.9%	89.3%	96.3%	67.9%
Twitter	38.7%	69.0%	69.7%	47.8%	33.4%	28.1%	9.3%
Facebook	32.7%	28.9%	39.3%	48.2%	35.9%	33.5%	12.1%
Instagram	37.8%	63.4%	64.0%	48.6%	32.5%	30.9%	9.3%
mixi	4.1%	1.4%	6.6%	5.1%	4.0%	4.7%	2.1%
GREE	2.1%	1.4%	4.3%	1.2%	3.7%	1.1%	0.7%
Mobage	4.2%	7.7%	8.1%	4.7%	3.7%	2.2%	1.7%
Snapchat	2.9%	12.7%	2.8%	3.2%	1.8%	0.7%	1.4%
TikTok	12.5%	47.9%	20.4%	12.6%	5.5%	6.5%	2.8%
YouTube	76.4%	93.7%	91.5%	85.4%	81.3%	75.2%	44.8%
ニコニコ動画	17.4%	30.3%	33.2%	20.6%	12.3%	14.4%	5.5%

https://biz.shufoo.net/column/sales_customers/11800/

■効果

1 SNSアプリの多用

アプリそれぞれに適した投稿をすることで宣伝内容を目にする機会が増えて興味を持たせることができる

2 宣伝の仕方の改善

若者を中心に使われているSNSを使って地域の呼び込みをすることで大学卒業後の移転先や就職先の選択肢として印象に残りやすくなる