

■課題

地元の人が観光地の魅力を十分に理解していないので、他県の人に魅力が伝わっていない。

■解決策

- ・ SNS を活用して、若者に PR する。
- ・ **学校の授業**で能登について考え、地元住民の理解を深める。

■現状（課題の背景）

- ・ 能登に訪れたことのない人に観光地を知らない人が多い（図1）。
- ・ SNS がきっかけで訪れる人は **0.5%** と少ない（図2）。
- ⇒ SNS による **PR 不足** が原因

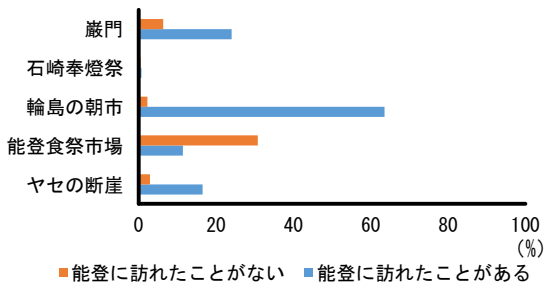


図1 能登の観光地の認知度(首都圏の住民)

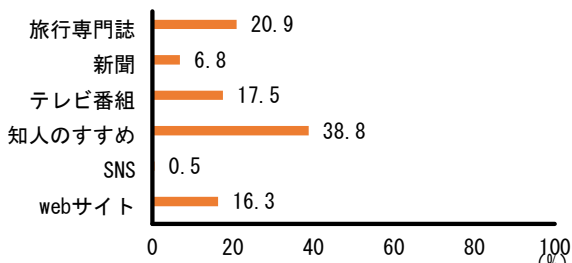


図2 能登旅行のきっかけ(首都圏の住民)

■具体的内容

- ・ SNS を活用して若者に PR する。
- ⇒ 若者への情報発信がしやすくなり、観光地について知ってもらう機会が増える。

例：20代の SNS 利用率は40代に比べて高い（図3）。

⇒ SNS で写真映えするスポットの紹介などを行う。

⇒ **観光客の増加につながる**

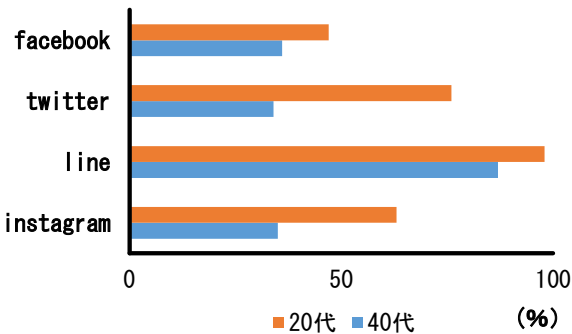


図3 20代・40代の SNS 利用率

■参考文献

- (1) 金沢大学「能登の観光振興に向けたアンケート調査ー地域住民と首都圏住民のまなざしからー」  
hokuriku\_1503\_01.pdf (dbj.jp)
- (2) 総務省「平成30年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」  
[https://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01iicp01\\_02000082.html](https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000082.html)
- (3) 「TOHOKU360 東北の今を伝える住民参加型ニュースサイト」  
<https://tohoku360.com/>

■現状（課題の背景）

七尾高校3年生186人にアンケート調査を実施  
能登の5つの観光地を知っているか調査

- ・ 首都圏の人が知らない観光地は能登の人也不知道（図4）。
- ⇒ **自分たちが知らない**から、魅力を発信できない。
- ・ 地元の人には祭りをよく知っているが（図4）、首都圏の人には知らない（図1）。
- ⇒ 祭りの PR で観光客を増加させる。

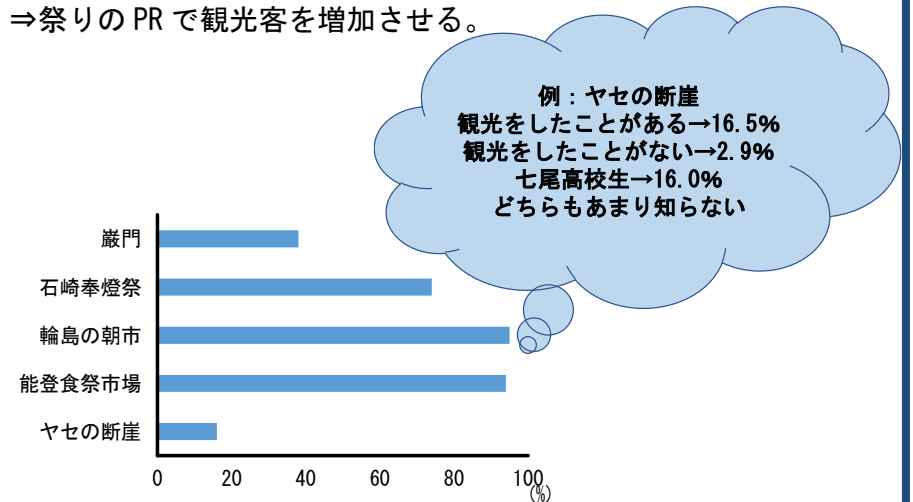


図4 能登の観光地の認知度(七尾高校生)

■具体的内容

- ・ 地元の人が観光地について知らない。

解決策：学校の授業や講演会で観光について考える。  
学校の授業で**観光プランを作成**する機会を作る。  
⇒主体的に能登の観光地について調べることで、より理解を深める。

- ・ 特に祭りが知られていない。

解決策：**ライブ配信**をする。  
⇒祭りに参加しやすくなり、遠くに住む人も祭りを  
知ることができる。  
⇒実際に祭りに参加するきっかけになる。

例：「バーチャル東北ツアー」

360度動画で東北各地の旅や祭りを体験できる  
⇒能登でも同様のツアーを行う