

31H 山本 洋輔 33H 宮西 ひかり 33H 本田 彩乃
 34H 牧野 宙 34H 福井 新子 36H 長田 尚真

■課題

若年層の観光客を増やすためには？

■解決策

Instagram, Twitter を用いて、若年層向けに「エモい」「チル」を意識した投稿をする。

■現状（課題の背景）

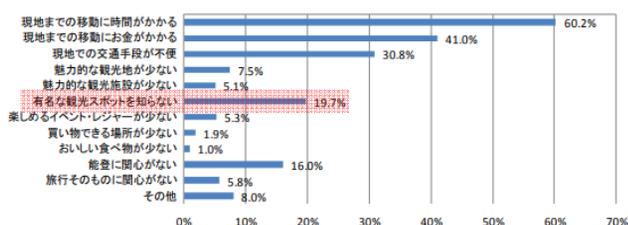
① 『能登地域に旅行しなかった理由』（北陸新幹線開通前）

北陸新幹線で、交通面の大きな問題は解決した。観光スポットの認知度向上を求められる。

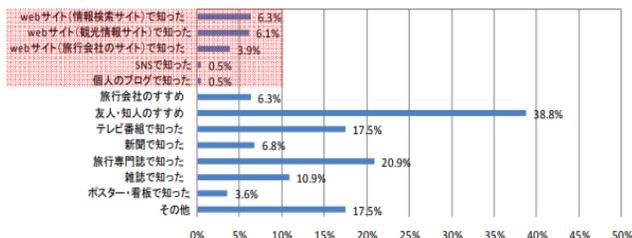
『能登地域への旅行のきっかけは？』

ネット媒体による旅行動機の割合が少ないため、ネットでの宣伝の拡大が課題である。

【図表 6-2 「能登地域に旅行しなかった理由」】
 （能登地域に旅行で訪れたことがない首都圏住民/n=412 複数回答）



【図表 7-1 「能登地域への旅行のきっかけは？」】
 （能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民/n=412 複数回答）



（能登の観光振興に向けたアンケート調査）

https://www.dbj.jp/pdf/investigate/area/hokuriku/pdf_all/hokuriku_1503_01.pdf

② 『観光客と SNS 利用者の年齢層』

・観光客の年齢層（統計からみた石川の観光）

http://www.pref.ishikawa.lg.jp/kankou/documents/ishikawa_kankou_toukei2017.pdf

年齢	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
割合	0.9%	12.9%	20.8%	18.6%	23.8%	17.5%	4.8%	0.7%

・SNS 利用者の年齢層（統計からみた石川の観光）

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>

	15歳以上	20代	30代	40代	50代	60代
Instagram	55.9%	42.7%	38.0%	28.5%	25.6%	12.6%
Twitter	66.6%	58.2%	42.9%	40.5%	35.8%	22.5%

②のグラフを見て

- 若年層(30歳未満の観光客)の割合が他の世代と比べて、低くなっている
 - 若年層の Instagram、Twitter の利用が多くなっている
- 若年層の観光客を増やすには Instagram と Twitter での宣伝が効果的。

③ 『若年層のニーズ』

Instagram に注目

国内 2000 万ユーザー
 影響力の大きい SNS

若年層のインスタ映えの認識

エモい
 感傷的
 心にぐっとくる

チル
 ナチュラル
 心地よい

(backyard) https://backyard.imjp.co.jp/articles/wakamono_9

『宣伝方法』

若年層のニーズに沿った Instagram、Twitter での宣伝方法を③にそって考える。

例

- 落ち着いた自然の風景や懐かしさを感じられる場所などの写真を投稿する
- 宿泊施設は庶民的で親しみやすいことを宣伝（くつろげる空間が多いなど）



https://www.instagram.com/p/BbkGjQPnKF5/?utm_source=ig_

■具体的内容

- 若年層(30歳未満の若者)を対象に Instagram と Twitter を使って宣伝
- リラックスしたり落ち着いたりできる温泉や庶民的で親しみやすい宿泊施設など(チル)を SNS で宣伝
- 若者が SNS 内で画面をスクロールしたときにパッと見て印象に残る「エモい写真」を載せる

■効果

SNS 内でのニーズに合った写真付きの投稿や投稿頻度をあげることによって、若年層の目に触れる機会を増やすことができる。



能登に訪れるきっかけができ、若年層の観光客が増加！