

31H 新江 響記 32H 井村一陽 33H 森下琴葉
 34H 初道 瑛虹 35H 根上 幸愛 36H 金井 陽輝 36H 向瀬 紗来

■課題

好印象を与えて移住候補になるためには

■解決策

- ・千里浜など能登でしか「見れない・できない・食べられない」を増やしたり、若者が来たくするような場所を作る。能登の魅力を伝えることに若者も参加する。
- ・SNSをもっと活用する。能登についての投稿をたくさんすることで、能登を知ってもらうきっかけを作る。

■現状(課題の背景)

・能登の現状

住みよさランキング (安心度、利便度、快適度、富裕度)
 野々市市(3位) 白山市(5位) 金沢市(6位) 能美市(37位)
 加賀地方はランクイン、能登地方ではランクインなし

・能登の印象

石川県観光おすすめスポット上位4つは加賀地方(図1)
 →能登より加賀のほうが認知度が高い

能登への旅行の目的(図2)

食、味覚を魅力と感じている人がとても多い
 男性:ドライブ、釣り、温泉
 女性:自然、文化

・SNSに関して

金沢市のTwitter	フォロワー	約1.8万人	#金沢市	約87万件
Instagram	フォロワー	約5400人	#金沢市	約316万件
七尾市のTwitter	フォロワー	約2200人	#七尾市	約8.8万件
Instagram	フォロワー	約170人	#七尾市	約8.8万件

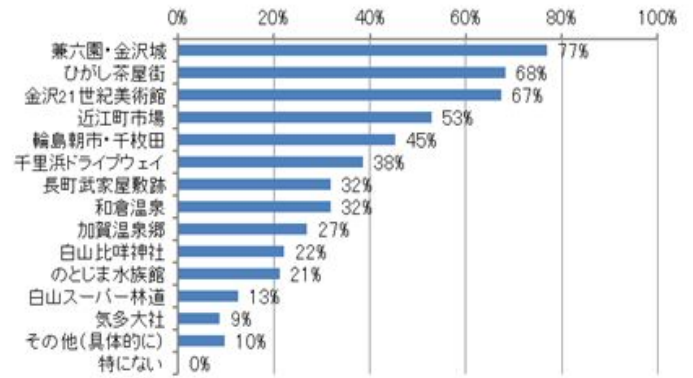


図1 石川県観光おすすめスポット 1)より

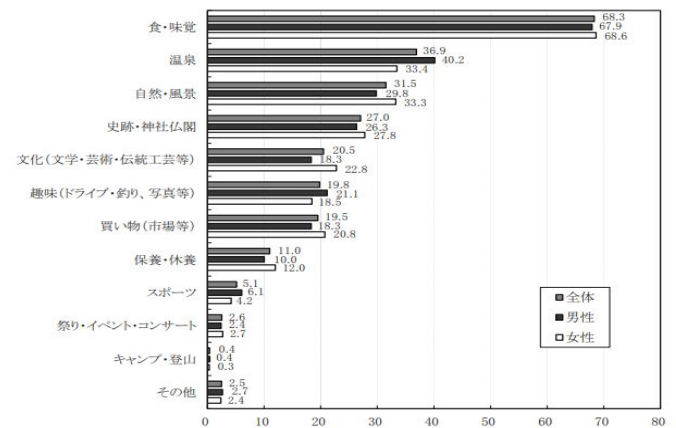


図2 能登への旅行の目的 2)より

■具体的内容(解決策について)

- ・能登のイメージ→「家族・友達・恋人などと楽しめるレジャー施設がない」「おしゃれな飲食店がない」
- 若者に人気の食べ物を扱う飲食店やおしゃれなカフェを設置したり、子供連れが来る場所を広めたりする。

SNS	活用方法	目的
Instagram	#の活用	食べ物の投稿
Twitter	定期的についートする	目に止まりやすい投稿(観光スポットまとめ、新店舗情報など)
LINE	市の公式LINEだけでなく、能登の観光スポットなどを伝える公式ラインを設置する。	能登の人たちがリツイートを積極的にする

■効果

- ・SNSの「#」を利用、投稿数を増やすことで拡散力up
- ・観光地としての認知度が上がる

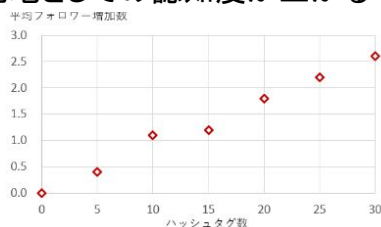


図3 ハッシュタグ傾向分析データ 4)より

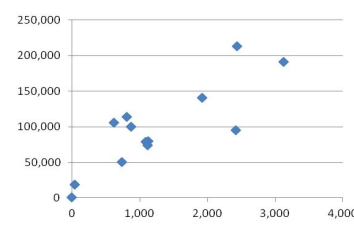


図4 フォロワーと投稿数の関係 5)より

表1 東京圏に住む人の移住のきっかけ 3)より

1位	旅行
2位	ライフプラン
3位	仕事の関係

能登のお店の人や、市町、地域の人が積極的に!

■参考文献

- 1) (図1)Woman Style 石川のいいところ・悪いところに関するアンケート <https://www.woman-style.jp/hakusyo/201413/> (参照2023-02-27)
- 2) (図2)統計から見た石川県の観光 https://toukei.pref.ishikawa.lg.jp/dl/4652/ishikawa_kankou_toukei2021.pdf (参照2023-02-27)
- 3) (表1)地方圏での暮らしを意識したきっかけ <https://blogs.itmedia.co.jp/business20/35c1d15b9a90b9f35c2de6d48ed8426b85224892.jpg> (参照2023-02-27)
- 4) (図3)ハッシュタグ評価 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000060.000018041.html> (参照2023-02-27)
- 5) (図4)フォロワーと投稿数の散布図 <https://insta-antenna.com/premier-league/> (参照2023-02-27)
- 6) 東洋経済ONLINE 住みよさランキング <https://toyokeizai.net/articles/-/595401> (参照2023-02-27)