

31H 谷内 さやか 32H 千葉 日菜子 33H 山本 早恵
 34H 青木 舞華 35H 鵜野 聖晃 36H 大島 健志郎

■課題

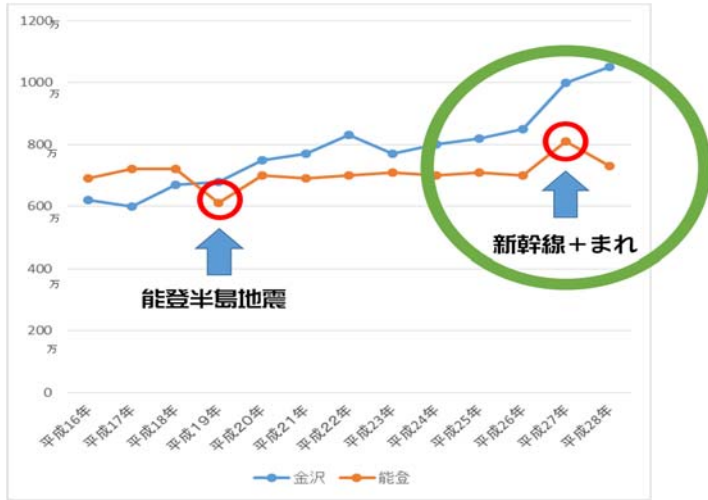
能登の特産品を宣伝し、観光客を集客する。

■解決策

物産展を開き SNS を活用して情報を発信する。

■現状 (課題の背景)

図1 観光客数 金沢と能登の比較



<図1からわかること>

金沢の観光客数が増えているのに対し能登の観光客数の変化が少ない。

能登の観光客数が増えているのはどんなときか

NHK の朝ドラの「まれ」が放送された時期や北陸新幹線が開通した時期に一時的に増加している。

マスメディアが能登の観光客数に及ぼす影響は大きい
 よって、

能登の魅力を宣伝するには、SNS を使うことが効果的であると考えた。
 しかし、

能登の魅力は SNS を使う若い世代に知られているのか?

知られていなかった場合、SNS を使っても拡散されにくく、観光客にまで情報が届かない。

<アンケート>

能登の特産品が若い世代の人たちにどれだけ認知されているかを調べるために、特産品をランダムで 10 品目選び、七尾高校 3 年生 60 人を対象としてアンケート (図2) を行った。

図2 アンケート



<結果>

能登の特産品の知名度はあまり高くない。

<回答者のコメント>

- ・知る機会がない。
- ・興味がない。

<解決策>

- ・能登の特産品について知るきっかけが必要である。
- ・若い世代の人たちが興味を持つ要素が必要である。

能登の物産展を開く。

ただ物産展を開いても地元の人には来てくれない。#

→能登の大きな祭りに合わせて物産展を開く。#

→わくたまくん等の能登のゆるキャラと祭りをコラボさせた#

Tシャツなどのグッズ販売#



■具体的内容

能登の物産展を大きな祭り(青柏祭(5月)あばれ祭り(7月)など)の時期に合わせて開く。また、地元能登のゆるキャラと祭りをコラボさせた商品の販売。

一回目の物産展を開く目的は SNS の拡散。

二回目以降は SNS を使って観光客の集客。

■効果

→地元愛を深めてもらうことによって SNS で宣伝して若い世代の人たちに情報を拡散してもらえる。

→他県の人に能登の情報を安定して発信することができる。

→物産展で食べ物などを買ったきっかけで

また買おうと思うようになり生産者のメリットになる。

■参考文献

統計からみた石川県の観光

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

