

31H 西 希望      32H 森 ののか      33H 小室 美月  
 34H 先田 涼真      35H 藤平 なつき      36H 中島 健雄

■課題

SNSを活用した能登のPRが不足していること。

■解決策

SNSを活用して、個人がSNSで能登の情報を拡散してもらうためのきっかけとなる企画を行う。

■現状（課題の背景）

1 現在のSNSを利用した宣伝状況

金沢大学の調査(図1)(1)によれば、SNSで知って能登に来た人は全体の0.5%であり、能登地方への旅行のきっかけとして少ない。友人、知人のつながりは、直接的なつながりが多いため、つながっている範囲が狭い。SNSでPRを行えば、今までPRできなかった人へ能登の魅力を伝えることができる。



図1

能登のTwitterの公式アカウント

Twitterのフォロワーが多い地方自治体の公式アカウント(2)

2 能登と全国のSNS利用の現状の比較

Twitterの1日あたりの公式アカウントの投稿数の平均したものが表1である。表1からわかるように、能登の観光地はあまり毎日投稿していない。輪島朝市は、ほぼ毎日投稿しているが閲覧者は多くない。輪島朝市の投稿(図2)は、ハッシュタグのみを投稿して写真を投稿しておらず、人の目が集りづらい。SNSを利用したPR効果は秋田県庁などと比べて、小さい。



図2 輪島朝市の投稿

	Twitter1日あたりの投稿数の平均(件)	フォロワー(人)
千枚田	0.1	166
のとじま水族館	なし	なし
輪島朝市	2.5	46
秋田県庁	1	15497
志木町(埼玉県)	0.5	10116
青森県	0.7	24225
広報広聴課		

表1 (2019年3月19日調べ)

■具体的内容

- 〈SNSを用いた企画〉
- 企画例(写真コンテスト)
  - テーマ 《能登》
  - 【ポイント】

内容  
Instagramで写真を投稿してもらう写真コンテスト

1. 卒業シーズンや長期休暇に合わせて行う。
2. 千枚田など写真をよく撮るスポットにポスターを貼る。
3. 駅など人の多い場所にポスターを掲示する。
4. 地元の人を巻き込む。

成功した例として下呂温泉の“Gerostagram(3)”がある。

ねらい

- テーマを「能登」と大きなテーマにしたことによって、個人が参加しやすい。
- 卒業シーズンや長期休暇に合わせて行うことで、能登を訪れた学生や観光者が参加しやすい。
- 写真のスポットにポスターを貼ることで、観光者に参加を促す。
- 人の多い場所にポスターを掲示することで、多くの人の目に留まる。
- 地元の人を巻き込むことで、投稿した写真を拡散させ、一般の人の参加を促す。

■効果

PR担当者の投稿と比べて、個人の投稿のほうが拡散され、より多くの人の目に留まる。

➡ SNSを活用した能登のPRとなる。

■出典

- (1) 「能登の観光振興の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](https://www.dbj.jp/pdf/investigate/area/hokuriku/pdf_all/hokuriku_1503_01.pdf)
- (2) 「地方自治体 ツイッターアカウント」 <https://twinavi.jp/account/list/%E5%9C%B0%E6%96%B9%E8%87%AA%E6%B2%BB%E4%BD%93/followers>
- (3) 「Gerostagram」 <http://gerostagram.jp/>