

■課題

能登の観光地が知られていない

■解決策

SNS を利用して観光プランをPRする

■認知度

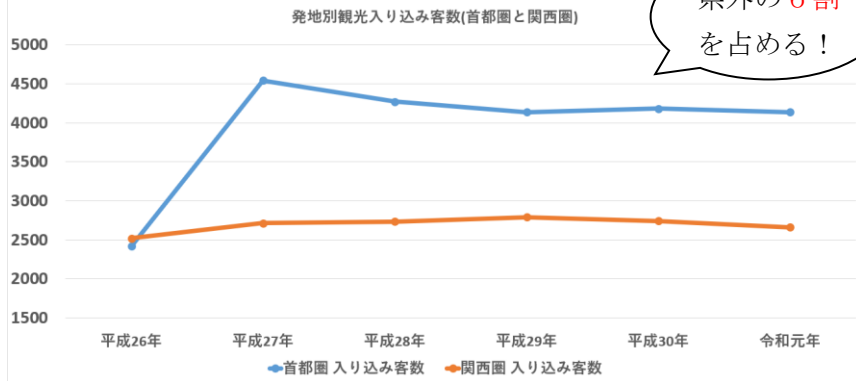


図1 発地別観光入り込み客数

図1より首都圏から来る観光客数が中心なため、首都圏民に的を絞って考える。

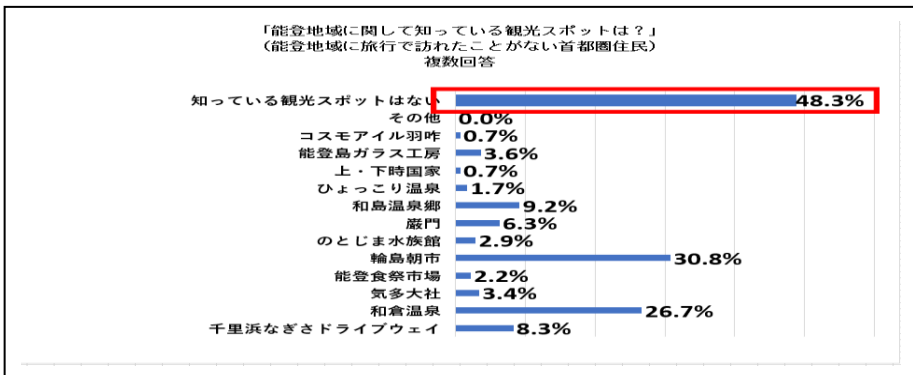


図2 能登の観光スポット認知度

能登の観光スポットを5割の人が知らなかった。

観光客に能登の観光スポットの魅力が伝わっていないため認知度が増加していない

■SNS

能登の旅行がSNSでどれくらい投稿されPRされているかを調査する。

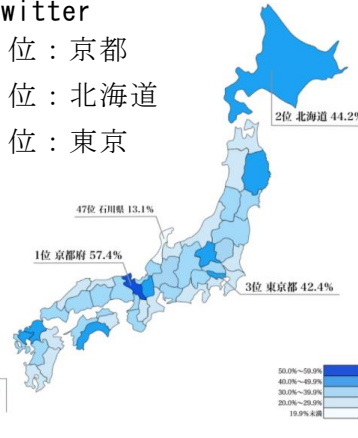


投稿目的に関わらず、PR量が能登と金沢で約95倍もの差がある。
投稿数によって閲覧数は異なる!

図3 Instagram投稿件数

Twitter

- 1位：京都
- 2位：北海道
- 3位：東京



Instagram

- 1位：富山
- 2位：愛知
- 3位：福島

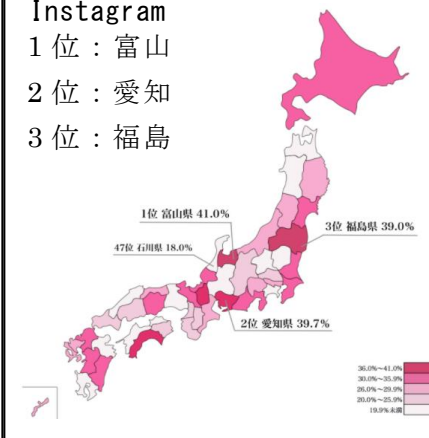


図4 SNS利用率

Instagram、Twitterの利用率がワースト1位

SNSでの発信率が極端に少ない

SNSでの発信数が観光客数の増減に影響していると考え

■具体的内容

【SNSでの発信方法】

- 能登地方の公式アカウントを作る
- 登録してもらうために登録してくれた人の中から抽選でギフトを配布する企画をアカウント上でを行い、公式アカウントのフォロワーを増やす

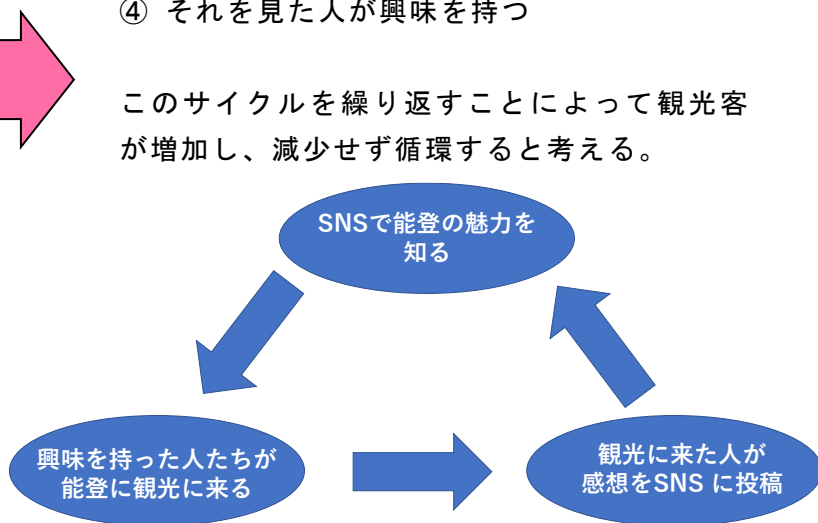


- 公式アカウントからさまざまな能登の観光地をPRする
- フォロワーが能登に興味を持ち始める
- 観光に来る
- SNSで写真や感想を拡散する

【SNSでPRした後の効果予想】

- 能登の観光地をSNSで知る
- 他県の人々が能登に観光しに来る
- 旅行の感想をSNSで発信する
- それを見た人が興味を持つ

このサイクルを繰り返すことによって観光客が増加し、減少せず循環すると考える。



■参考文献

- 図1 https://www.pref.ishikawa.lg.jp/opendata/kanko_index.html?msclkid=65fdc35fa74311ecb0ee3cb4ed486214
- 図2 http://toukei.pref.ishikawa.jp/dl/3676/ishikawa_kankou_toukei2018.pdf
- 図4 <https://ecnomikata.com/ecnews/18877/>