

SNSカレンダーづくり

今すぐできる 計画的で連携した誘客PR

令和6年8月23日 第3回えびの市観光大学

えびの市観光商工課 黒松

【X (Twitter) の特徴】 情報の拡散性が高いが炎上リスクも

- ・ 基本140字までの短文コミュニケーションが中心
- ・ 幅広い年代が利用し、平均年齢は37歳
- ・ 興味・関心を軸としてつながる文化が生まれている
- ・ リポスト（リツイート）機能による情報の拡散性が強み

【X (Twitter) の強み：情報の拡散性】 ➡令和2年人吉豪雨災害後に人吉市が臨時的に活用

【注意点：事前の炎上対策を整備し、発生時は迅速な対応をしよう】

【Instagramの特徴】 「好きと欲しい」をつくり「購入」を促す

- ・ 画像や動画をメインとした視覚的なコンテンツ
- ・ 流入経路は「発見タブ」や「リール」、「検索」が中心
- ・ **10代20代の70%以上が利用、他年代の利用者も伸び続けている**
- ・ 興味喚起から購入までつながる多様な機能

【Instagramの強み：ユーザーとブランドの関係性構築】

【Instagramのアルゴリズムの仕組みを理解する】

狙ったユーザーには投稿が必ず表示されない。ユーザーにパーソナライズされた配信。

【Instagramならではのクリエイティブにこだわる】

【Facebookの特徴】 ビジネスシーンでの活用が中心

- ・ 国内ユーザーは**30代後半～40代以上**のビジネスパーソンが中心 ➡実情はもっと高いかも
- ・ 実名性で年齢・性別・居住地などの属性情報が正確＝精密な広告ターゲティングが可能
- ・ ページへのいいねは非公開

【強み：正確な属性情報とフォーマットの自由度が高い】

実名制で年齢・性別・居住地などの正確な属性情報がストックされ、これらを活用した精度の高い広告ターゲティングができる

【弱み：拡散力と検索性が低い】

投稿シェアの機能はありますが、その表示範囲はシェアした人の友達まで（公開範囲設定による）。ハッシュタグを使う文化があまりないことも、拡散力と検索性の低さ

【テキストの情報を充実させる】

役に立つ情報、トリビアなどの知識欲を刺激するような情報発信に反応が高い傾向

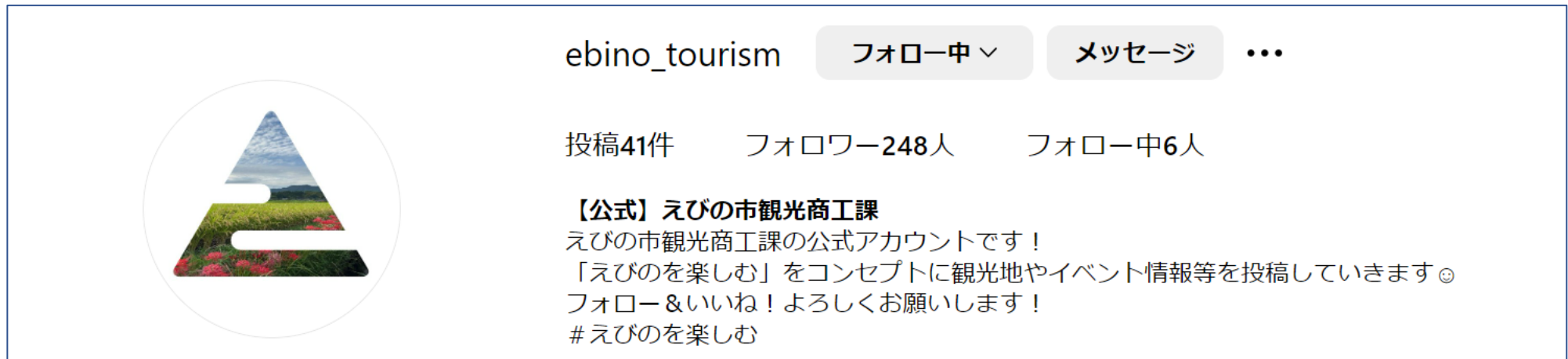
【コンテンツの企画に応じた投稿種別を選ぶ】

テキストのみ、テキスト+画像付き、テキスト+動画付き、テキスト+リンク付き、複数枚の写真をもとめて投稿できるアルバム機能など、複数の投稿種別

えびの市役所の現状（行政サービスなど一定の公益性が必要であり、情報に偏りがある）

■ X（Twitter）・・・現在運用していません。人吉市の事例のように災害時に支援情報などを一気に拡散させる必要がある際に活用予定です。

■ Instagram・・・えびの市広報の公式はなく、観光分野に特化したアカウントで運営



■ Facebook・・・えびの市広報として運営。行政情報全般を情報発信。運営会社の仕様変更に伴って、それまでのフォロワーがリセットされ、ゼロから再構築中（フォロワー230）



○2024年8月4日開催 山の日イベント 広報内容等

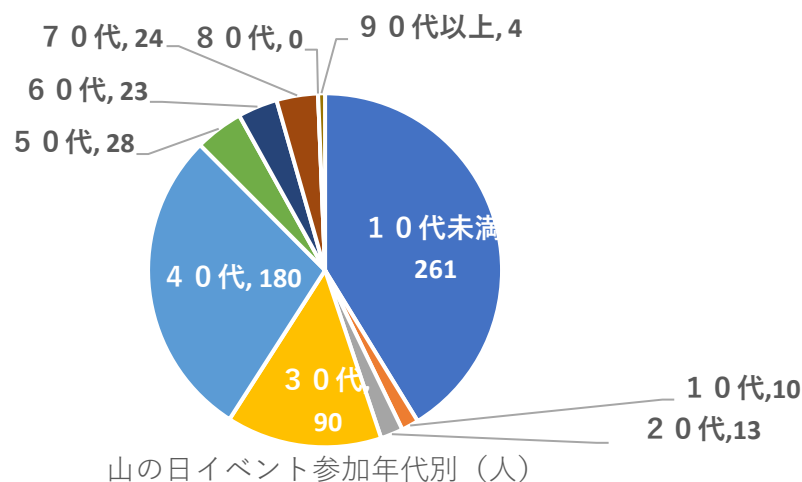
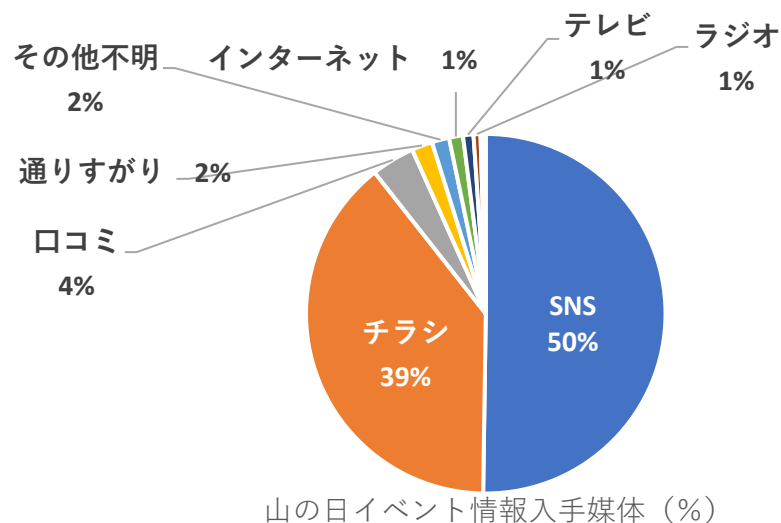
国立公園90周年を記念して、アウトドアイベント大手代理店のインスタでエリア・年代等を絞ってSNS広告をかけ、興味を持ったユーザーが着地するホームページを作成



○FB、Instagramにて5日間の広告（7/5から）
○九州全県(沖縄県除く)
○18歳以上
※推定リーチ数は2万人

○2024年8月4日開催 山の日イベント 参加者アンケート状況

（来場者総数）633名 ※抽選会を行うことでほぼすべての方がアンケート回答（例年の3倍以上の集客）



えびの市内などでの特長的なSNS実践者（2024/8/17時点）

■ X（Twitter）

A農園（えびの市）・・・2021年から利用開始。農産物の通販として利用。

フォロワー 7,138 フォロー2

ユーザーのコメントや投稿にしっかりと対応して顧客を獲得

■ Instagram

B個人事業者（湧水町）・・・商品の製造工程や日々の農作業などを投稿

投稿 614 フォロワー3,580 フォロー354

ストーリーズハイライト（画面プロフィールの下の○）がかなり多め。

C飲食店（えびの市）・・・季節に応じたメニューやキャンペーンを投稿

投稿 245 フォロワー2,081 フォロー873

ストーリーズハイライトがかなり多め。

D個人事業者（えびの市）・・・工芸品を販売する傍ら、農村での生活を情報発信

投稿550件 フォロワー1039人 フォロー659人

ストーリーズハイライトはないが、Youtubeチャンネル登録者は1.4万人

※その他、掲載はしていないが、多くの事業者がインスタグラムを活用している。

■ Facebook（Instagramに同時シェア）

えびの市観光協会・・・かなりの投稿頻度・数

Facebook いいね 2,201 フォロワー2,577

Instagram 投稿数 1,757 フォロワー2,165 フォロー 105

観光協会等のFacebook 現状比較		いいね	フォロワー	8月 8月17日までの投稿・いいね・コメント・シェア総数					7月 投稿・いいね・コメント・シェア総数				
				投稿数	いいね数	コメント数	シェア数	1投稿当たりのシェア数	投稿数	いいね数	コメント数	シェア数	1投稿当たりのシェア数
えびの市観光協会	Facebook	2201	2577	39	4485	35	53	1.4	37	3943	50	69	1.9
一般社団法人 人吉温泉観光協会	Facebook	2110	2207	6	236	0	31	5.2	2	63	0	0	0.0
宮崎市観光協会	Facebook	1469	1822	4	122	0	12	3.0	1	35	0	3	3.0
スノーピーク都城キャンプフィールド	Facebook	41	70										

○えびの市観光協会は他の組織等と比較してフェイブック上はかなりの投稿頻度・数を行うことによりフォロワーを獲得している。**Facebook上で地域をPRする際に重要なプラットフォームになり得る。**人吉市、宮崎市はFacebookが定着し始めた初期にフォロワー獲得している可能性があり、そのまま投稿頻度で低くなり推移している。スノーピーク都城キャンプフィールドは、Facebook上では後発であるためにフォロワー獲得は伸びていない。➡**かなりのユーザーがSNSの利用をFacebookからInstagramに遷移させている可能性が高い。また若年層は、ほぼFacebookではなくInstagramでSNSを始めている。**

観光協会等のInstagram 現状比較		総投稿数	フォロワー	フォロー	フォロー/フォロワー
えびの市観光協会	Instagram	1757	2165	105	4.85%
一般社団法人 人吉温泉観光協会	Instagram	1	146	0	0.00%
宮崎市観光協会	Instagram	684	8611	593	6.89%
スノーピーク都城キャンプフィールド	Instagram	87	7899	265	3.35%

○宮崎市観光協会が独自に行うイベント等について、有名人や広告を活用してフォロワーを獲得している可能性が高く、またスノーピーク都城キャンプフィールドは、グッズ販売や利用できるサービスに特化した投稿内容（広告含）となっており、Instagramの特性を考慮して活用している。投稿数のみではフォロワー獲得にはつながりにくく、Instagramの特性をうまく利用することが大事。

【補足】Instagramのストリーズハイライト

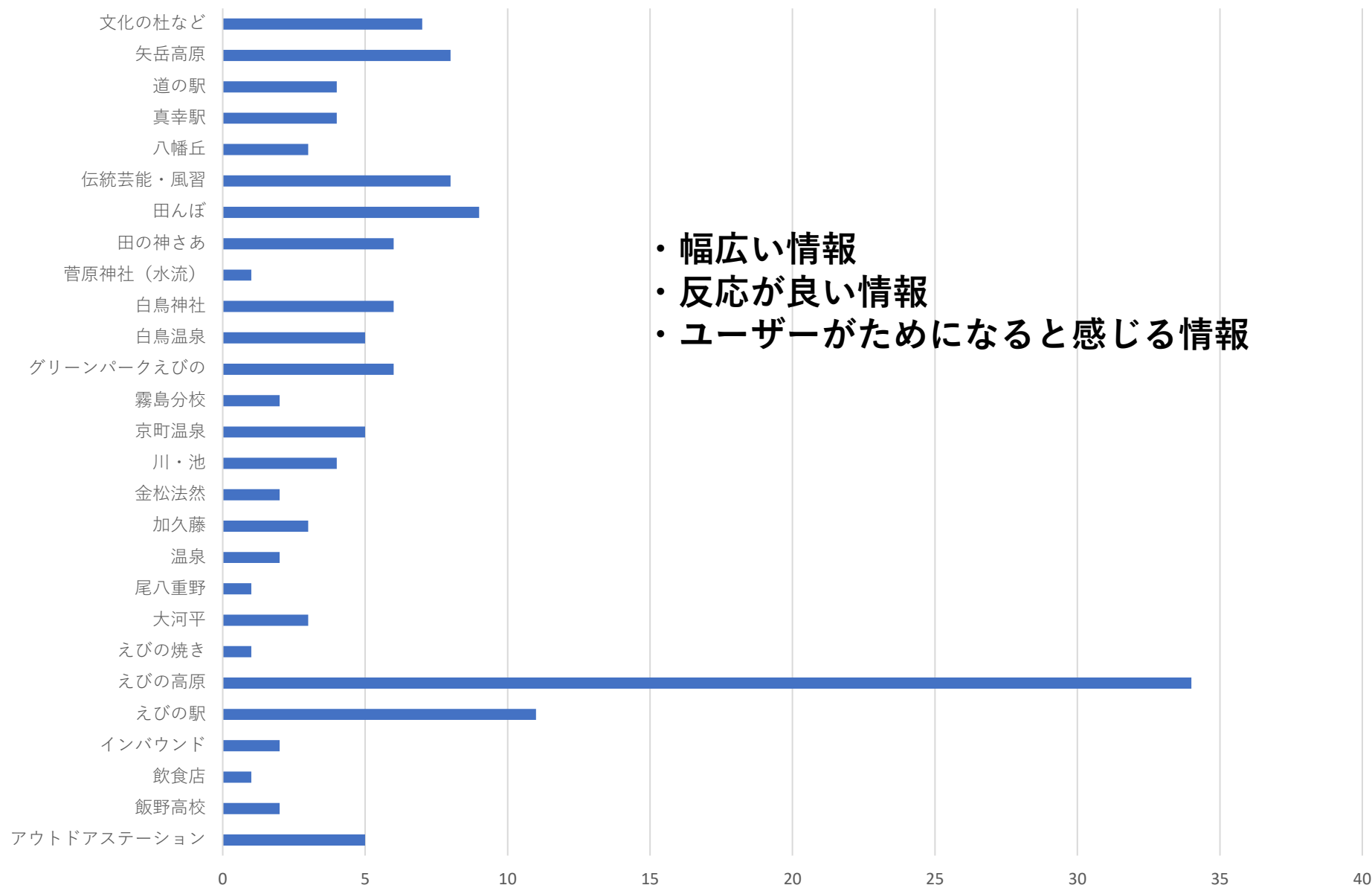


【インスタ】ストリーズハイライト機能の使い方まとめ✨全部わかる！
[https://www.bing.com/videos/riverview/relatedvideo?q=Instagram ストリーズハイライト
&mid=BC65D9F7E26F2E109F1FBC65D9F7E26F2E109F1F&FORM=VIRE](https://www.bing.com/videos/riverview/relatedvideo?q=Instagram%20ストリーズハイライト&mid=BC65D9F7E26F2E109F1FBC65D9F7E26F2E109F1F&FORM=VIRE)

Youtubeなどでレクチャー動画が多数あります。

ストリーズハイライトは自分のInstagramについて広告に似た効果があり、フォロワー獲得のきっかけになります。

えびの市観光協会_facebook投稿数/紹介場所等の別（2024/4/2～8/17）



- ・ 幅広い情報
- ・ 反応が良い情報
- ・ ユーザーがためになると感じる情報

■FacebookとInstagramは使っている年齢層が分かれています。 観光協会Facebookはシニア層のユーザーを掴んでいます。まずは観光協会Facebookを地域情報発信拠点の一つとして活用できないでしょうか。

既に様々な事業者がSNSを活用しているが、Facebookは他のSNSに比べて拡散力が低いものの、すでにコアなファンを獲得しているえびの市観光協会のFacebookを利用したり、発信力を強化することができないか。

(1) 新たなフォロワー獲得のために、えびの市観光協会のFacebook等の投稿について「いいね」と「シェア」をお願いしたい。

(2) 幅広い投稿を行うためにも、観光協会へ情報提供・依頼を。（市でも観光協会にでも）

※観光協会との共同投稿者という方法もありますが、まずは情報提供を。

- ・観光協会に写真や動画の提供をする。えびの高原での景色、田んぼの風景、些細なことでも。ただし、投稿する選択は観光協会に。※著作権は本人。使用权は観光協会という取り決めが必要。
- ・観光協会へイベント告知のお願いを早めにする。
- ・イベントの様子は花火の動画などのもの以外は「いいね」「シェア」などの共感がつきづらい
- ・ただし、次回、また来たくなるような動機づけや記録のためにもイベントの様子は必要。
- ・イベント告知は、開催決定➡イベント内容➡当日の駐車場案内など 日付を指定して小刻みに
- ・イベントや店舗または施設紹介の場合、自己で可能な限りSNS、HPへの誘導をリンクで図る。

まずは自分自身でSNSでPRしたいことを書き出してみましょう。またひろく発信するために、観光協会などに情報提供をすることも一つの方法です。（参考:第2回観光大学アンケート結果）この場合、自己でSNSやホームページなど誘導・着地できるものがあるとなお効果的です。

	場所など	イベント・紹介したいこと・風景・花・伝統芸能など
9月		
10月		
11月		
12月		
1月		
2月		
3月		

自分の店舗や施設のことでもよいですし、沢山のの人に紹介したい、共感してもらいたい事柄でも結構です。 11