

えびの市 観光業界SNS活用セミナー

2024.8月 よろず支援拠点コーディネーター 松田

松田敬一 47歳

延岡市出身

大学卒業後、延岡に帰郷

印刷会社、広告制作会社を経て

2017年5月 宮崎市に移住し、株式会社リンクスを創業

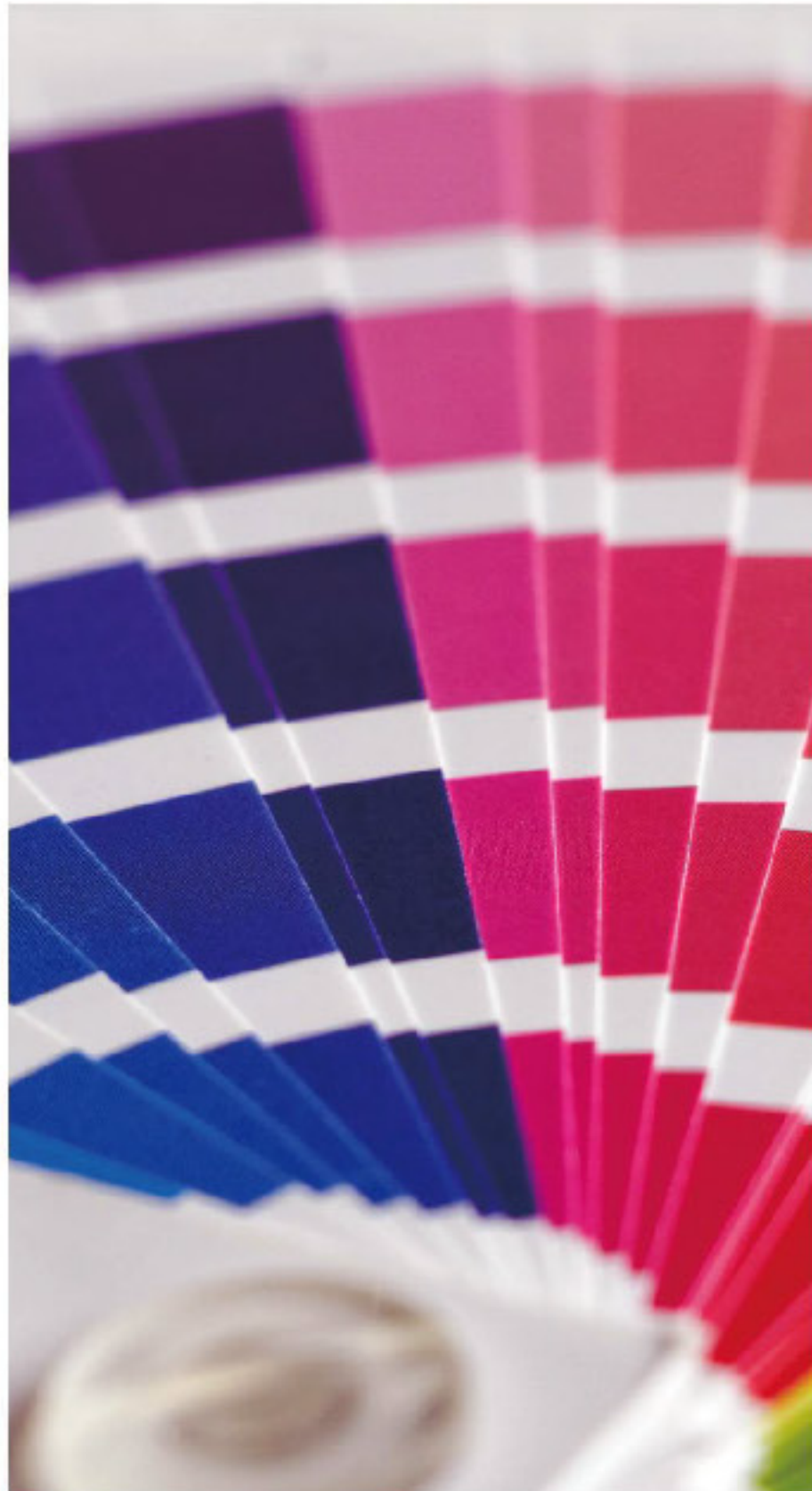
2023年度～ よろず支援拠点コーディネーター

元々は

印刷

出版

広告



印刷物全般



地方フリーペーパー



電波以外全般

サラリーマン時代に
約4,000件程度の
販促案件に携わりました。

現在行っていること

①デザイン・印刷物

②WEB

③動画

④ライブ配信

⑤コーディネーター

私が柱としている
共通点があります

伝えること

情報をお届けすること

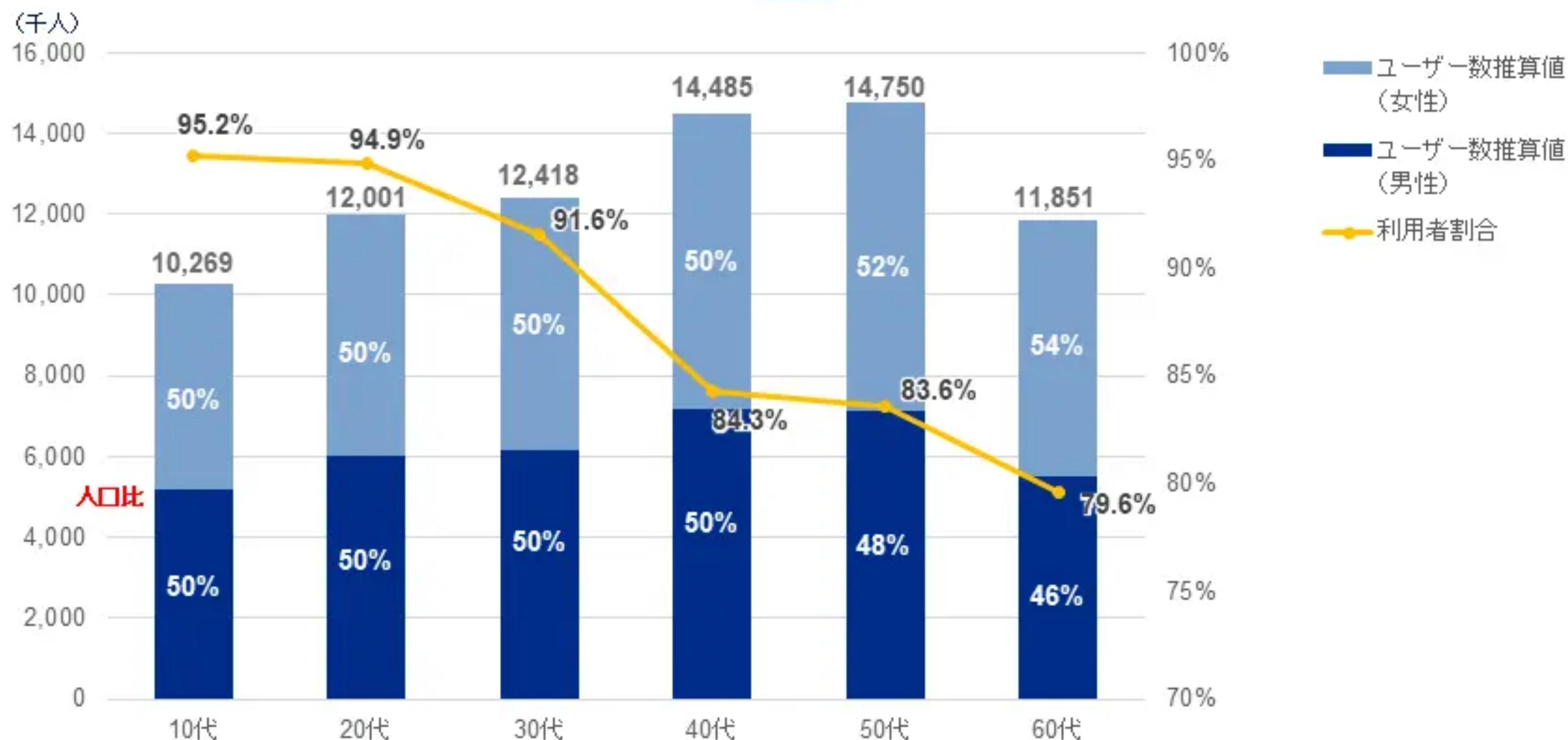
**では、SNSを活用した
観光業界戦略セミナーをスタート！**

主なSNSのアクティブユーザー

SNS名称	日本国内月間アクティブユーザー数(MAU)	世界月間アクティブユーザー数(MAU)	
LINE	9,500万	1億9,900万	2023.3
YouTube	7,000万	20億	2022.10
Twitter (X)	4,500万	3億3,300万	2017.10
Instagram	3,300万	10億	2019.6
Facebook	2,600万	30億3,000万	2019.7
TikTok	1,700万	10億	不明



LINEの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推算

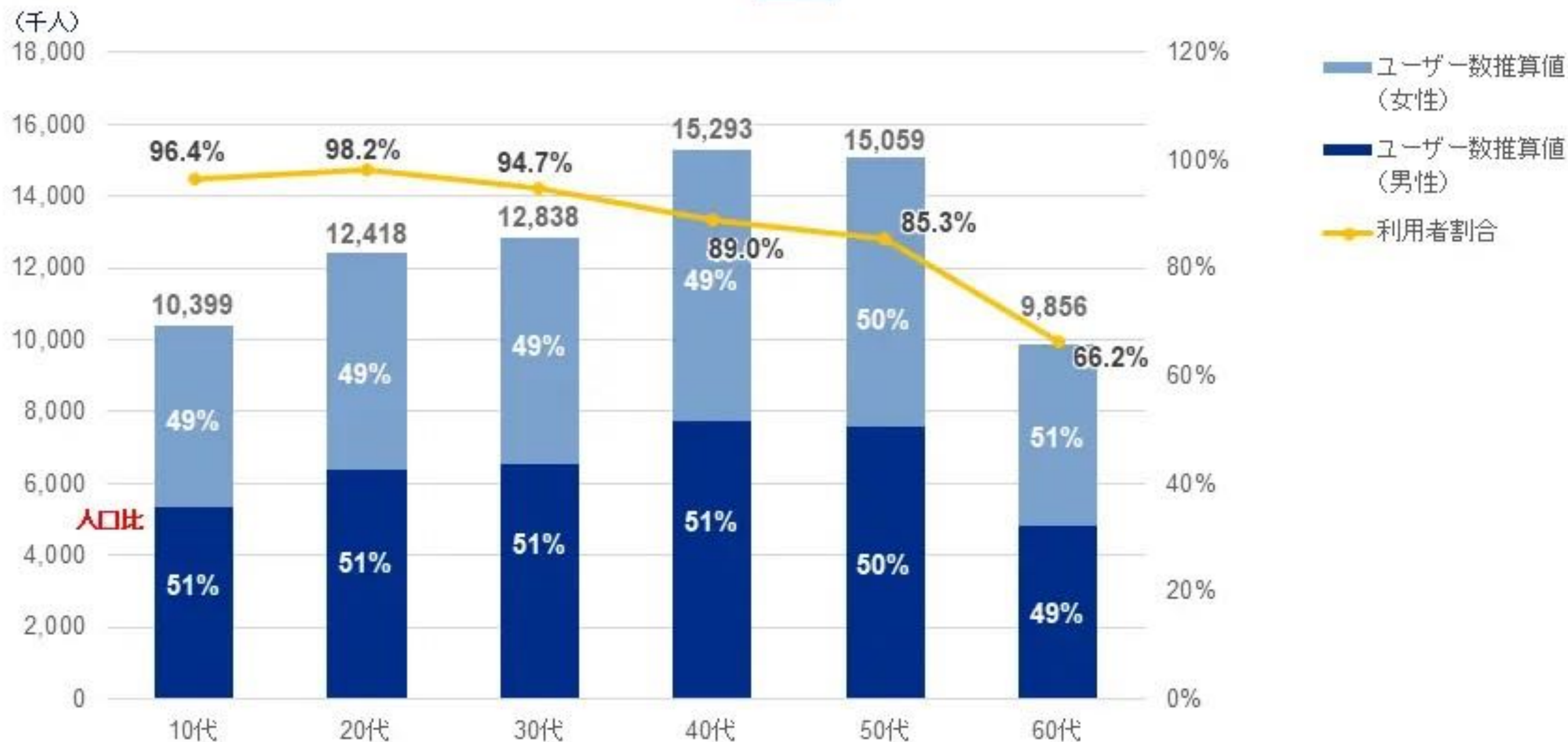
総務省統計局「人口推計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202308.pdf>

NTTドコモモバイル社会研究所「モバイル社会白書Web版：2022年版 第2章 モバイルコミュニケーション」https://www.moba-ken.jp/whitepaper/22_chap2.html

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.



YouTubeの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推算

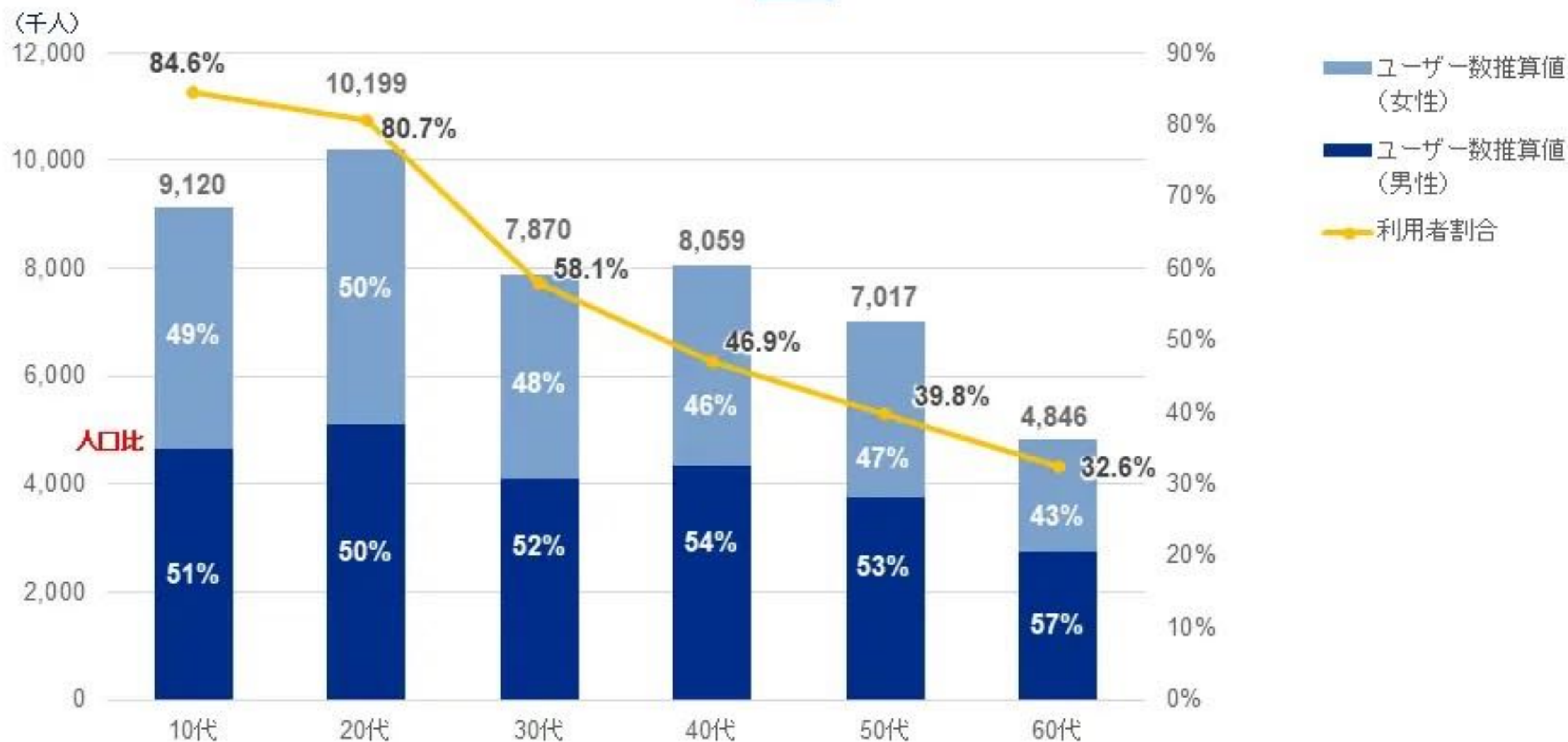
総務省統計局「人口推計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202308.pdf>

総務省情報通信政策研究所「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」https://www.soumu.go.jp/main_content/000887659.pdf

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.



X（旧Twitter）の年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推算

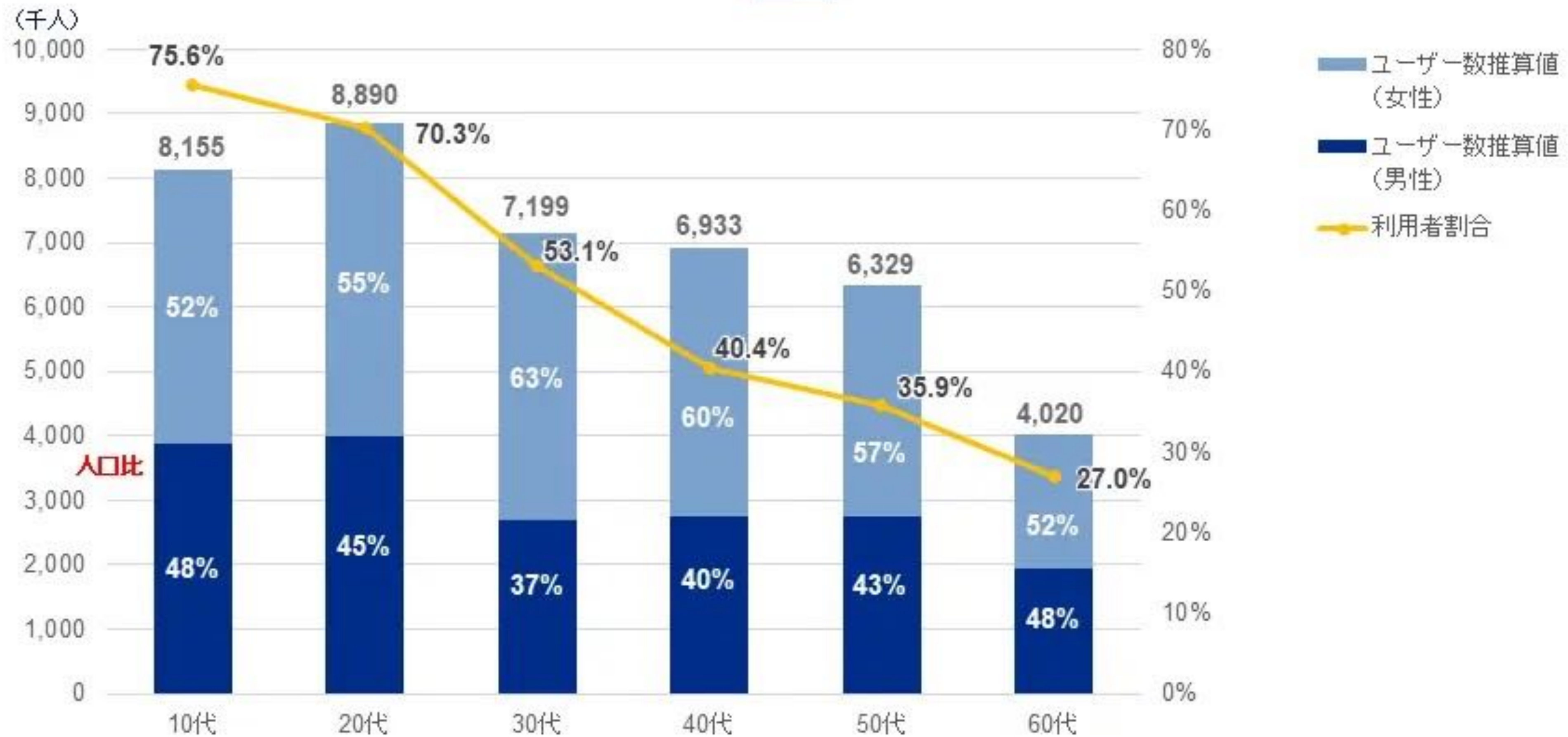
総務省統計局「人口推計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202308.pdf>

NTTドコモモバイル社会研究所「モバイル社会白書Web版：2022年版 第2章 モバイルコミュニケーション」https://www.moba-ken.jp/whitepaper/22_chap2.html

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.



Instagramの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推算

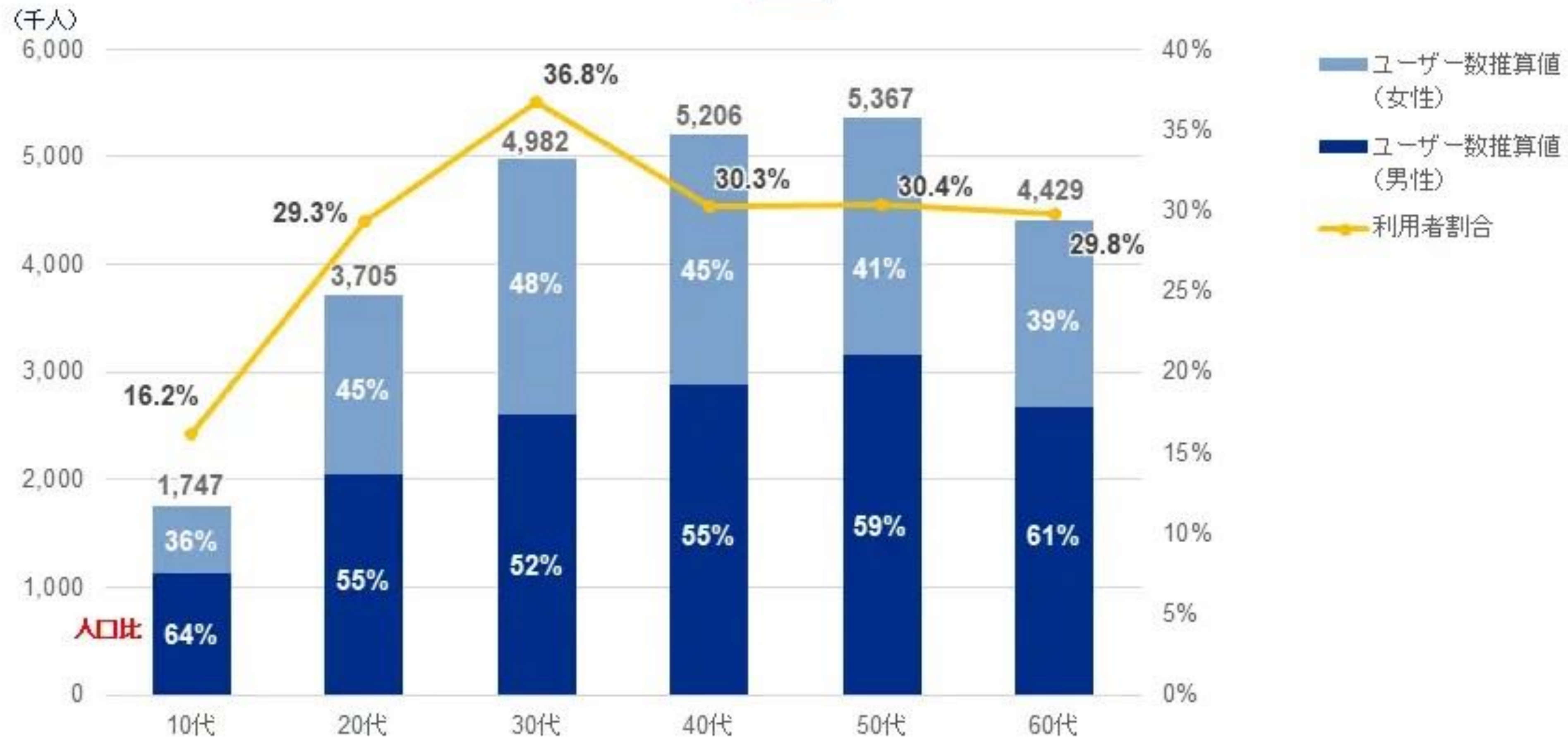
総務省統計局「人口推計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202308.pdf>

NTTドコモモバイル社会研究所「モバイル社会白書Web版：2022年版 第2章 モバイルコミュニケーション」https://www.moba-ken.jp/whitepaper/22_chap2.html

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.



Facebookの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推算

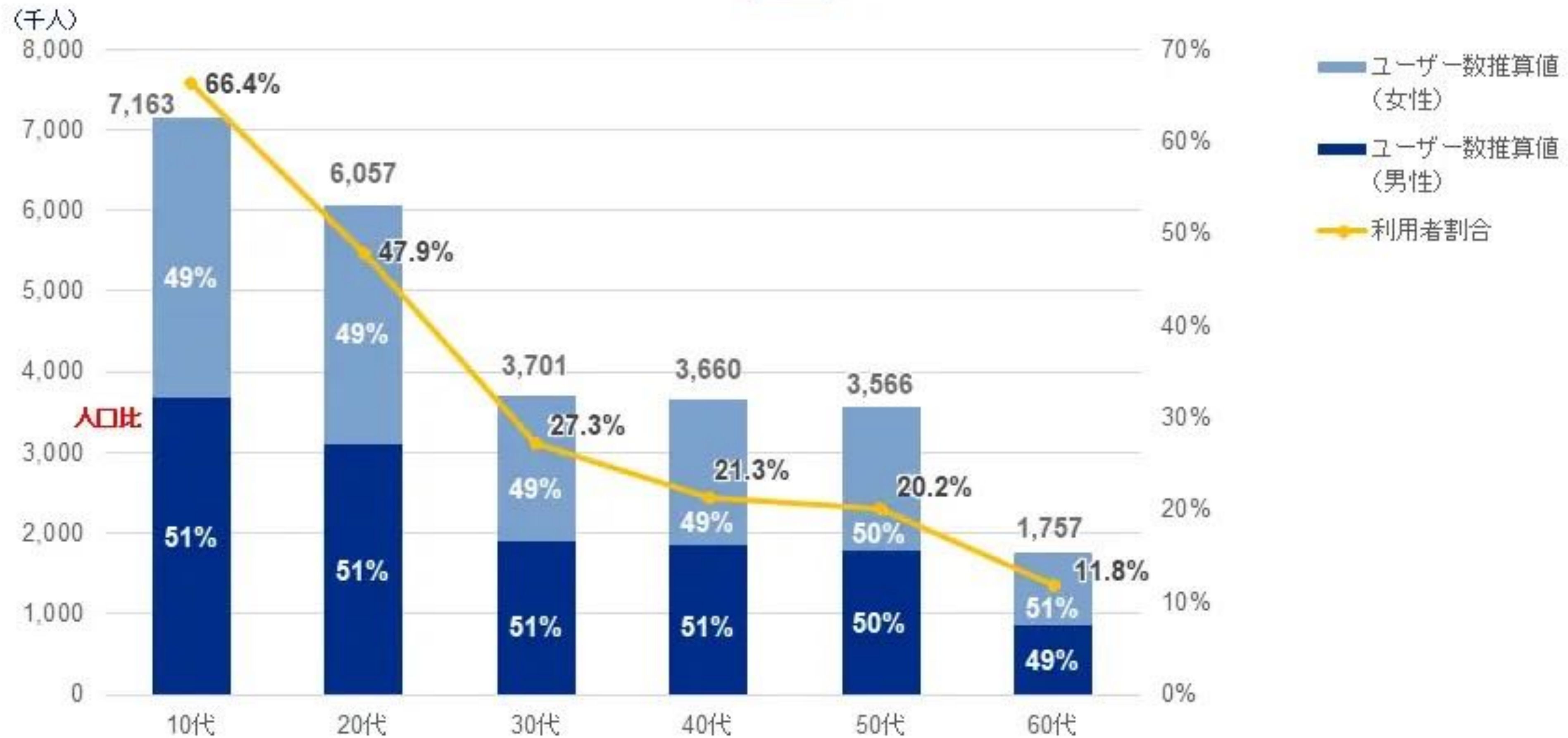
総務省統計局「人口推計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202308.pdf>

NTTドコモモバイル社会研究所「モバイル社会白書Web版：2022年版 第2章 モバイルコミュニケーション」https://www.moba-ken.jp/whitepaper/22_chap2.html

Copyright © GaiaX Co.Ltd. All Rights Reserved.



TikTokの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推算

総務省統計局「人口推計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202308.pdf>

総務省情報通信政策研究所「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」https://www.soumu.go.jp/main_content/000887659.pdf

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

Instagramの優位性

旅行との親和性が高い

インフルエンサーマーケティングツール『トリドリマーケティング』を提供する toridori inc.による働く20ー30代女性への調査によると、旅行中にSNSを活用する（投稿・閲覧を含む）と答えた方は94.6%

旅行中の情報収集として利用するメディアはInstagramと答えた方が最も多く53.2%

旅行中、もっとも多く投稿するSNSはInstagramと答えた方が最も多く64.1% でした。

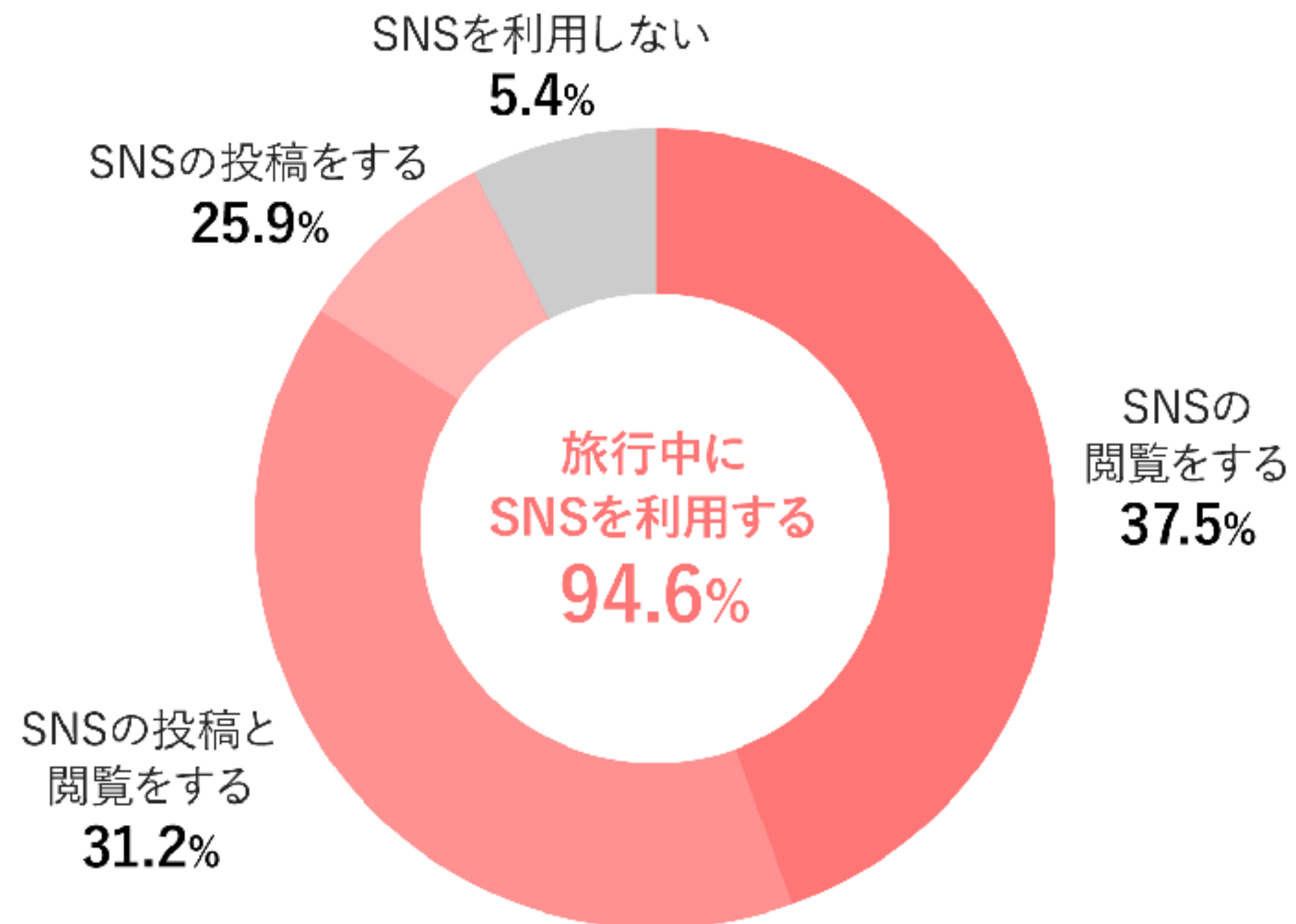
旅ナカでの情報収集や、旅ナカの体験をシェアするメディアとして、最もInstagramが利用されていることがわかります。

旅行中のSNSはどうしてる？

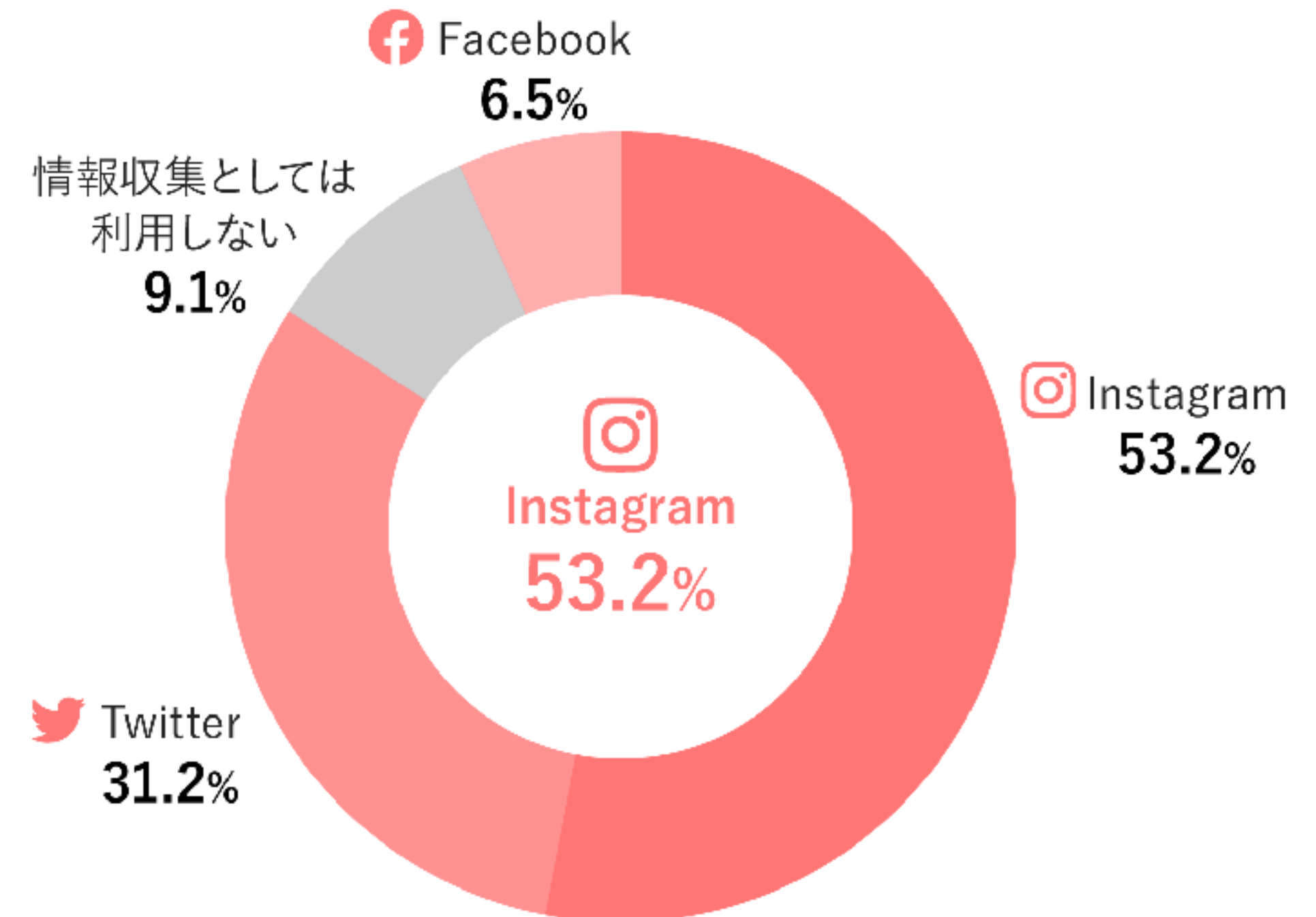
働く女性の半数以上が旅行中に最も投稿するのはInstagramと回答！

旅行中にSNSを利用しますか？

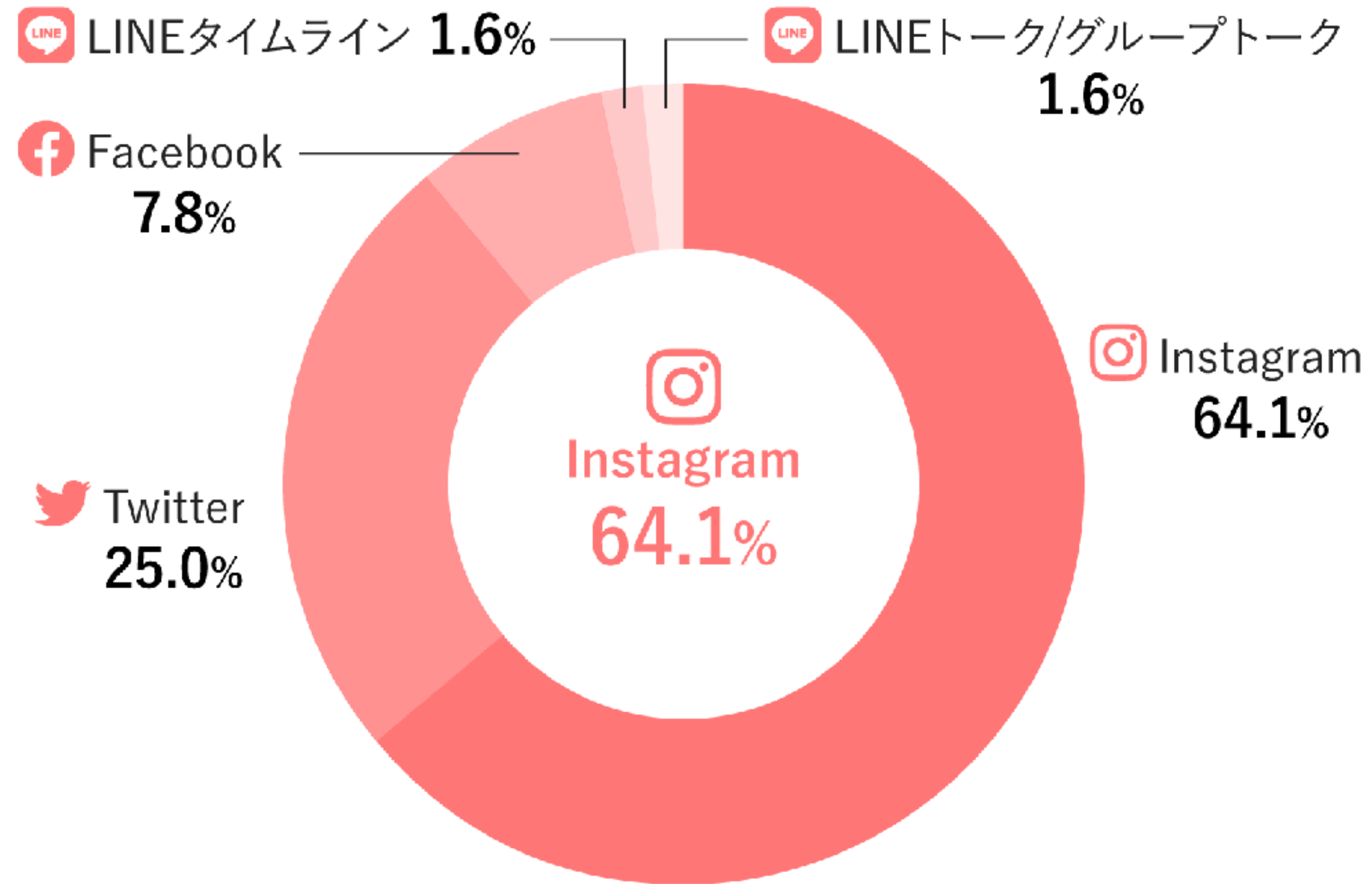
*トリドリ



旅行中の「情報収集」には何(SNS)を利用しますか？ *トリドリ

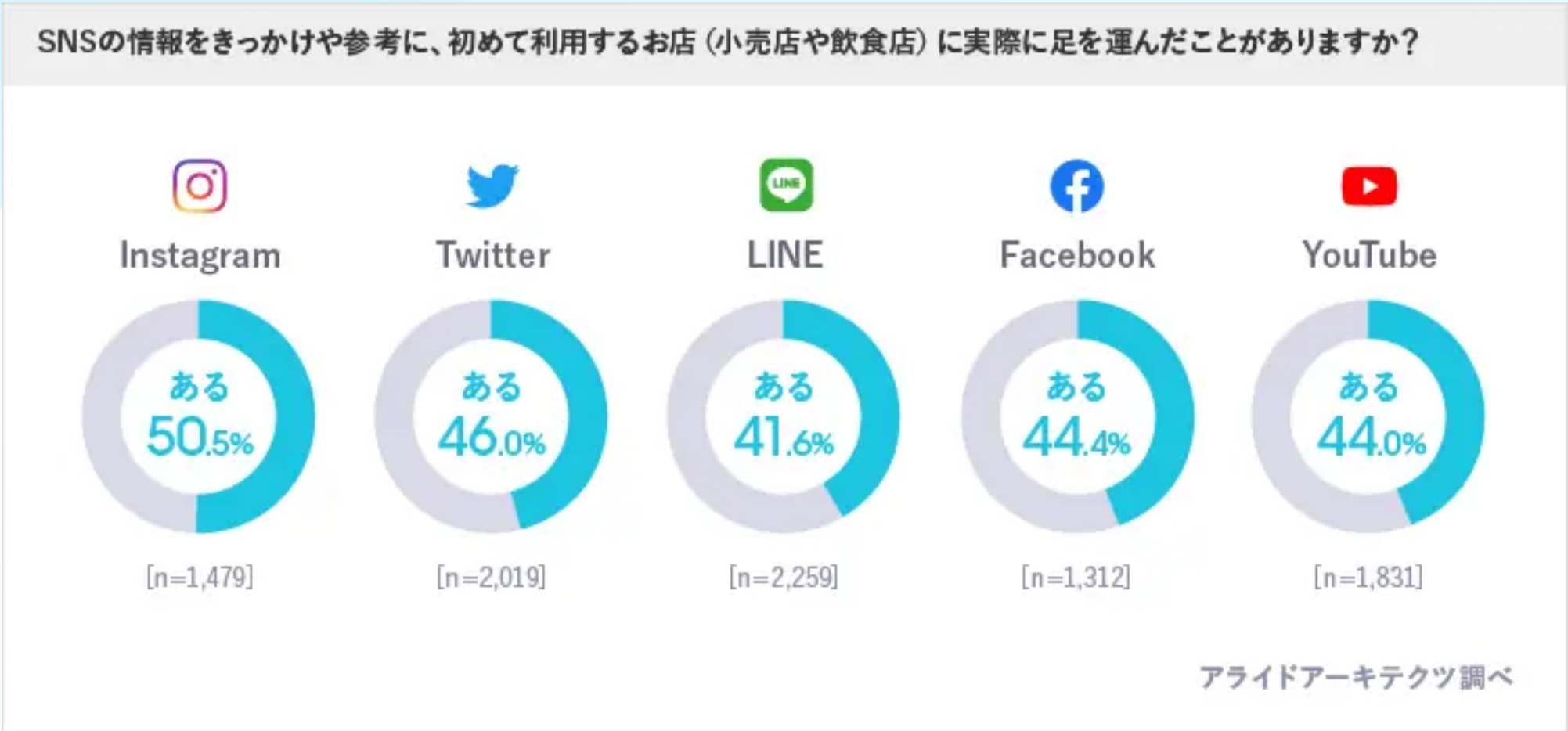


旅行中、最も多く「投稿する」SNSはなんですか？ *トリドリ



Instagramの優位性

購入・予約に寄与しやすいメディア



訪問したことが「ある」方は、どのような内容がそのきっかけになりましたか？

	Instagram	Twitter	LINE	Facebook	YouTube
企業アカウントのキャンペーンやクーポン	54.1%	57.4% ^{1位}	57.3% ^{1位}	57.4% ^{1位}	57.3% ^{1位}
フォローした企業アカウントの投稿	57.7% ^{1位}	55.6%	54.7%	54.5%	55.8%
友人やフォローしている一般の方の口コミ投稿	52.9%	50.3%	49.7%	51.5%	51.2%
企業アカウントの広告	22.6%	23.0%	24.1%	24.6%	24.6%
インフルエンサーの投稿	15.7%	13.3%	12.4%	12.7%	15.3%
ハッシュタグ検索で見つけた投稿	13.8%	12.8%	12.7%	11.5%	12.5%
その他	0.7%	1.0%	1.1%	1.0%	1.0%
	[n=747]	[n=928]	[n=939]	[n=582]	[n=806]

当てはまるもの全てにチェックする形式で回答
アライドアーキテクツ調べ

参考：株式会社プライムコンセプト 宿泊業界が今、活用すべきSNS。Instagramが重要視される5つのわけ。
<https://prime-concept.co.jp/topix/detail.php?id=371>

これはもう
Instagramを活用しない手は無い

観光にたずさわる各店、各企業
みんなで投稿頑張りましょう！！！！

これだけでは難しい！

えびの市 Instagram事情をリサーチしてみました

#えびの市

ハッシュタグは投稿のグループ分け

#えびの市



#小林市



#宮崎市



**えびの市の主な観光資源は
温泉という認識**

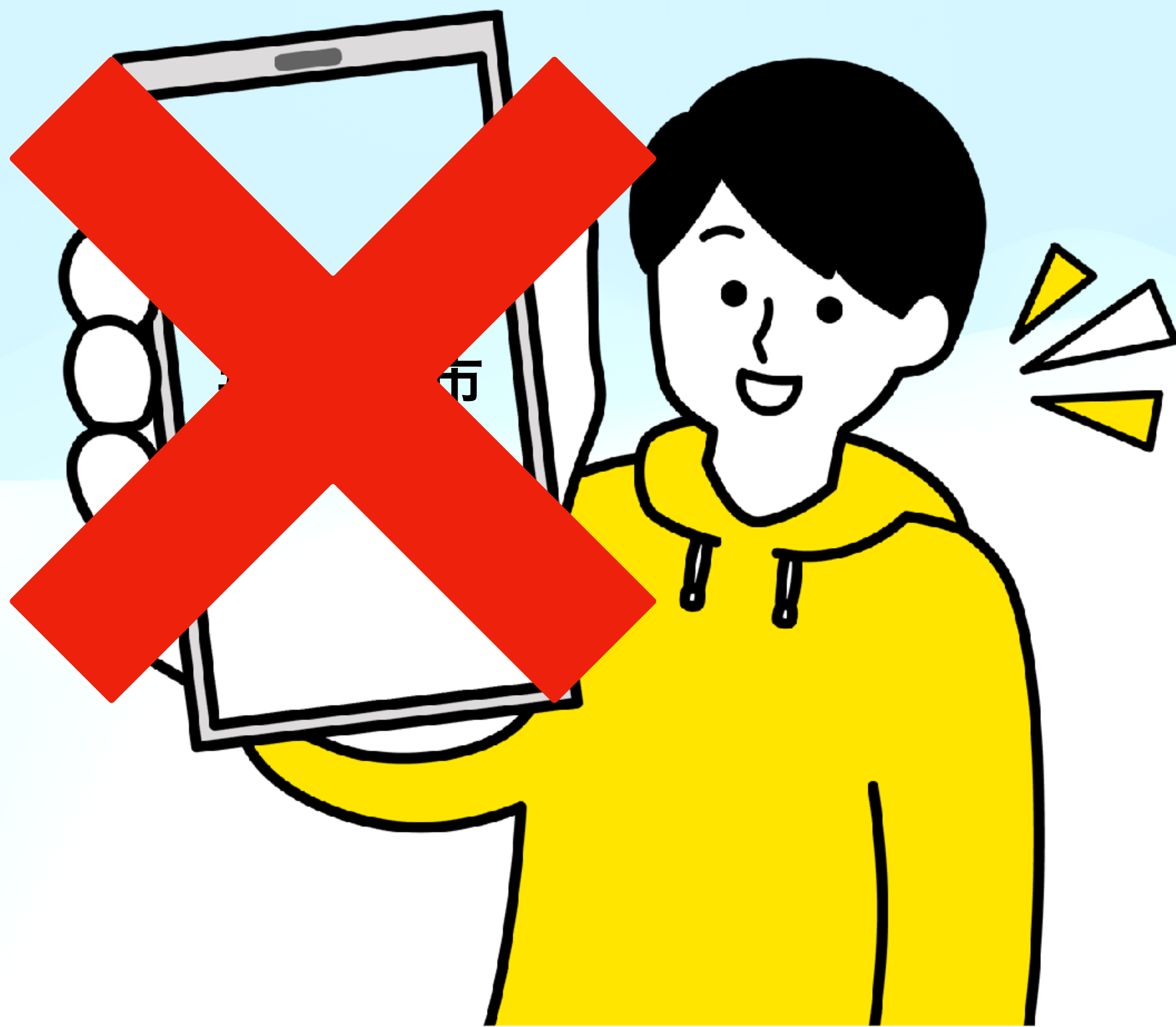
温泉に行く要因は様々だが

温泉いきたいよね
どこいく？





どう探す？



えびの市で探す人は、
すでにえびの市に行く理由がある人

欲しいのはココじゃない

初動のリサーチはもっと広い！

九州内or県内で
探してみよう！







あれ？
いけるんじゃない？

えびの市えび子

だが
どうやって増やす？

えびの市えび子

予算は
あまり無いが
何か手は無いか??



えびの市えび子

手法は様々あるが

まずは

ハッシュタグキャンペーン

をオススメしたい

「九州」 or 「宮崎」、「温泉」「えびの」
を盛り込んだハッシュタグキャッチコピーを考え
街ぐるみでキャンペーンを行い

Instagram上での露出を増やす！



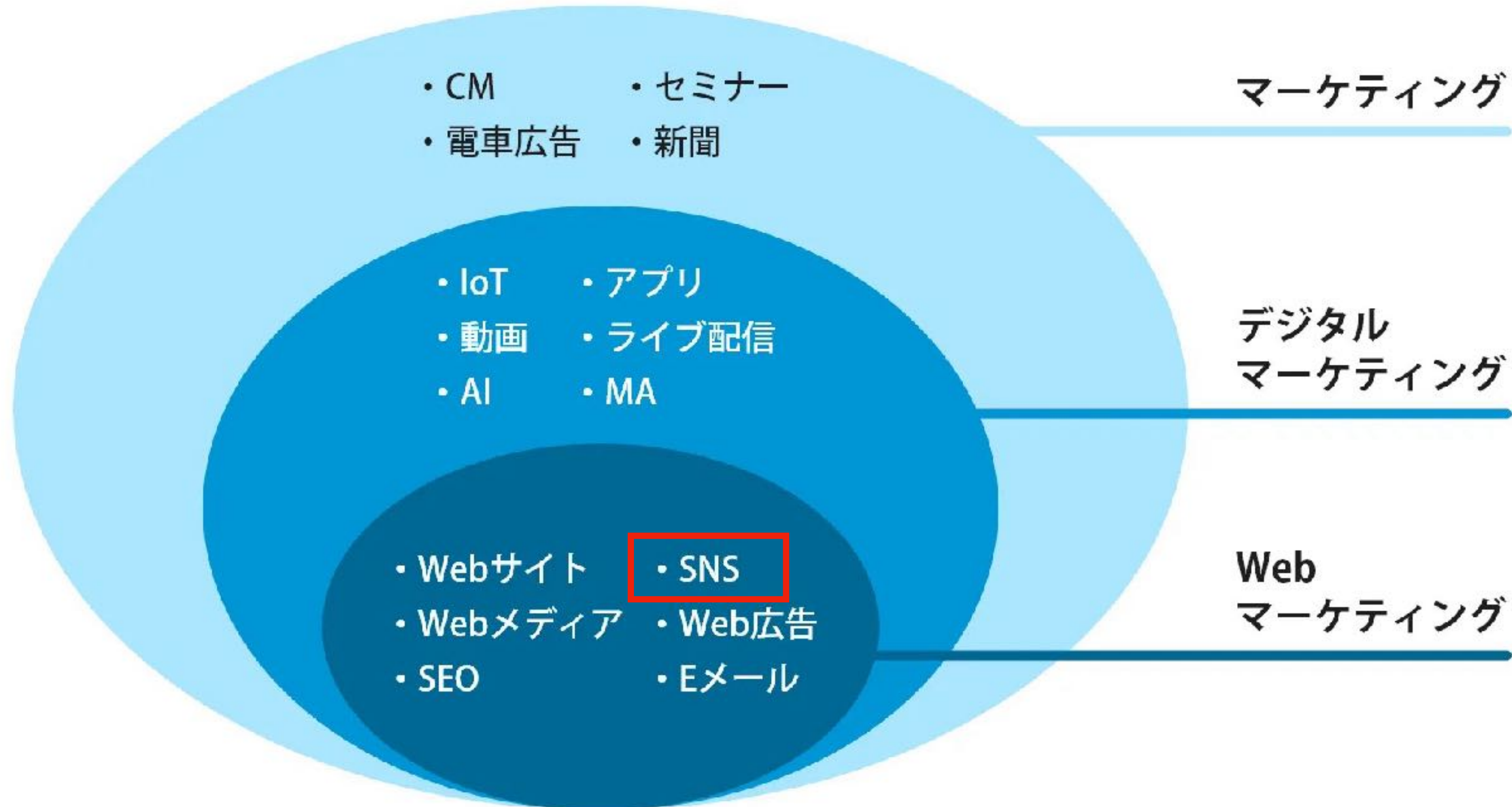
**単独店での500投稿は難しくても
街全体だったらなんとかなる！！**

SNS→WEBサイトへの情報取得の流れ



これをサボったら終わり

本来は販促マーケティングという 広い枠で考えたい問題



**観光誘致は販売促進と捉え
こういった視点で
アプローチしてはいいかがでしょうか？**

ご清聴ありがとうございました