

“庄内地域への転入者数アップ情報発信方法”

チームA2 高橋 幸都
渡邊 一樹
伊藤 北斗
山口 比呂

◎ 目次 ◎

1. 今回の課題と企画について
2. SNS運用で取得できたデータ
3. データを用いた考察
4. まとめ

1. 今回の課題と企画について

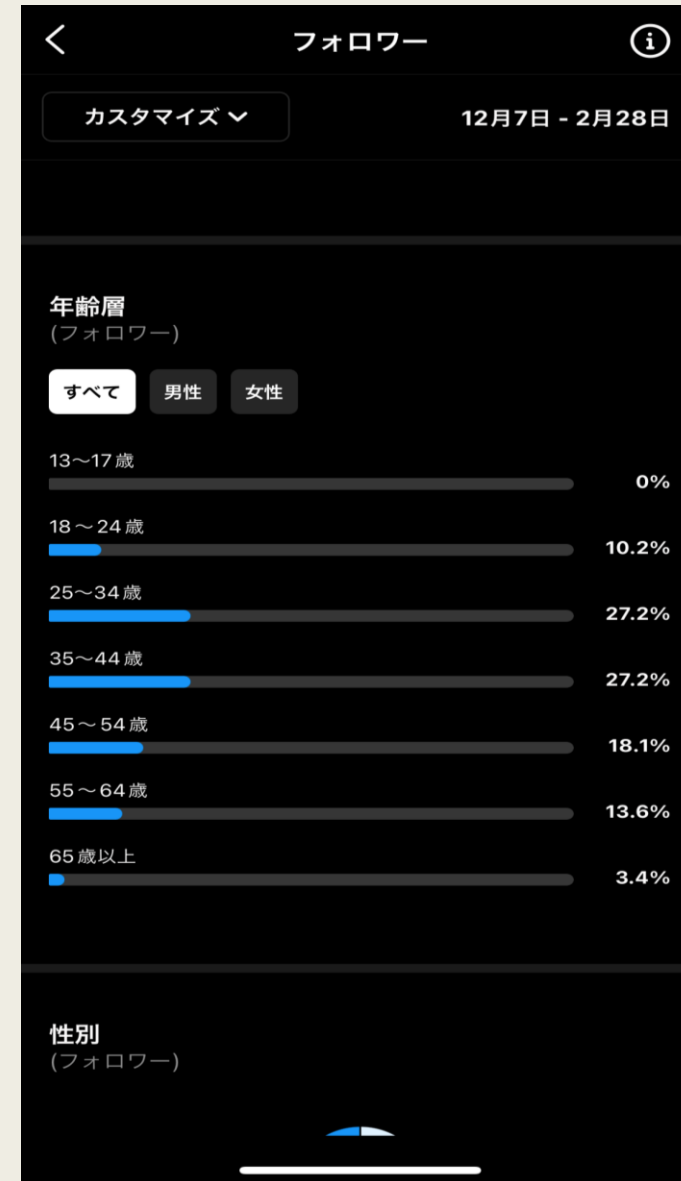
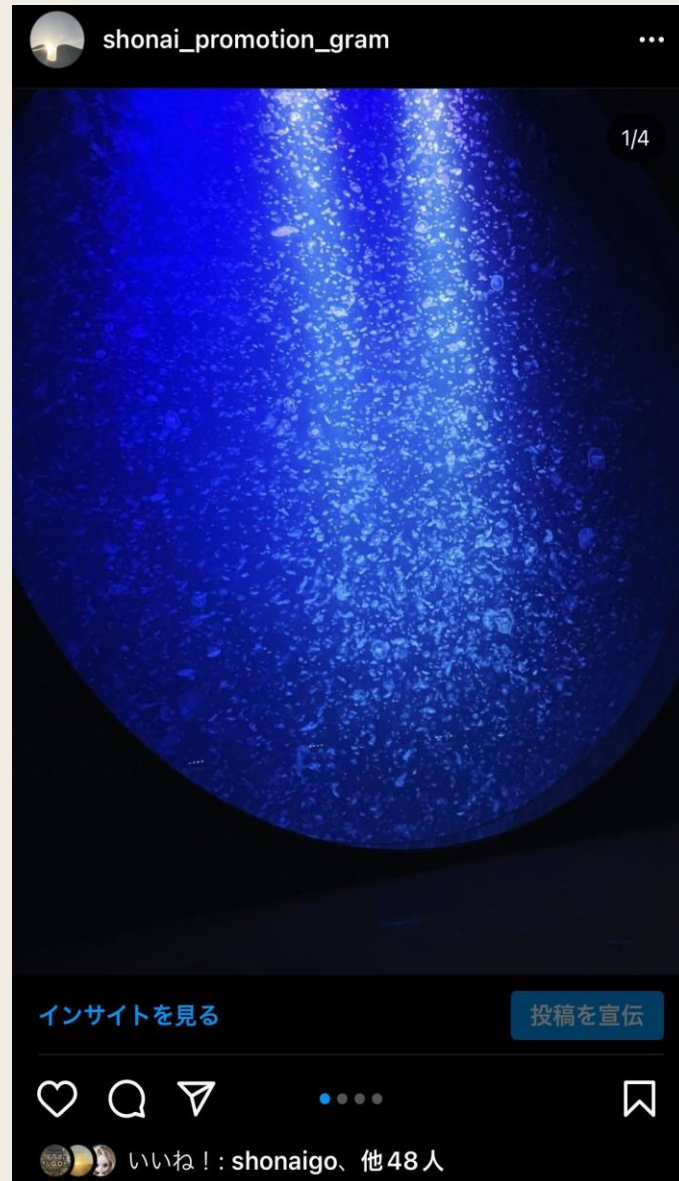
「庄内地域への転入者数アップ情報発信方法」

庄内地域への転入者数アップを目指し、移住関心層をターゲットに情報を発信していく。SNS等を用いての効果的な発信方法を学生ならではの視点から考える。

「A2班の企画」

Instagramアカウントを使用し、庄内地域の魅力（食・文化・風景等）の投稿を行い、今回のターゲットである若い世代への移住への関心を高める。

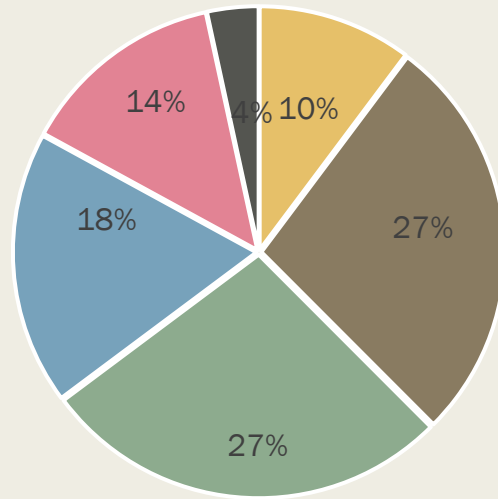
※Instagramプロアカウントを使用し、数字が明確に分かるようにする



2.SNS運用で取得できたデータ

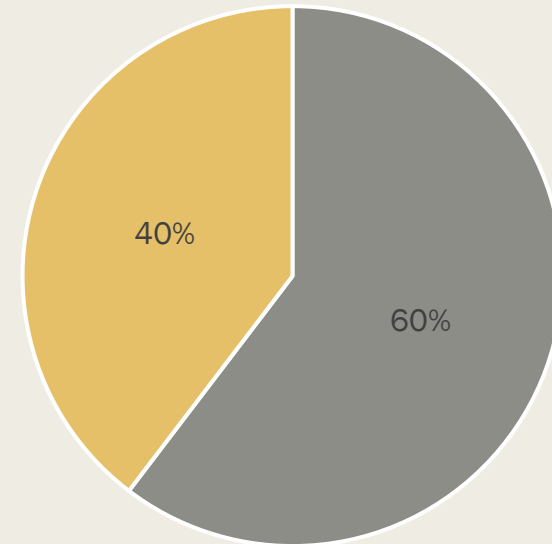
◎ **フォロワー数 0人→119人** (12月7日～2月28日までのデータ)

年齢層



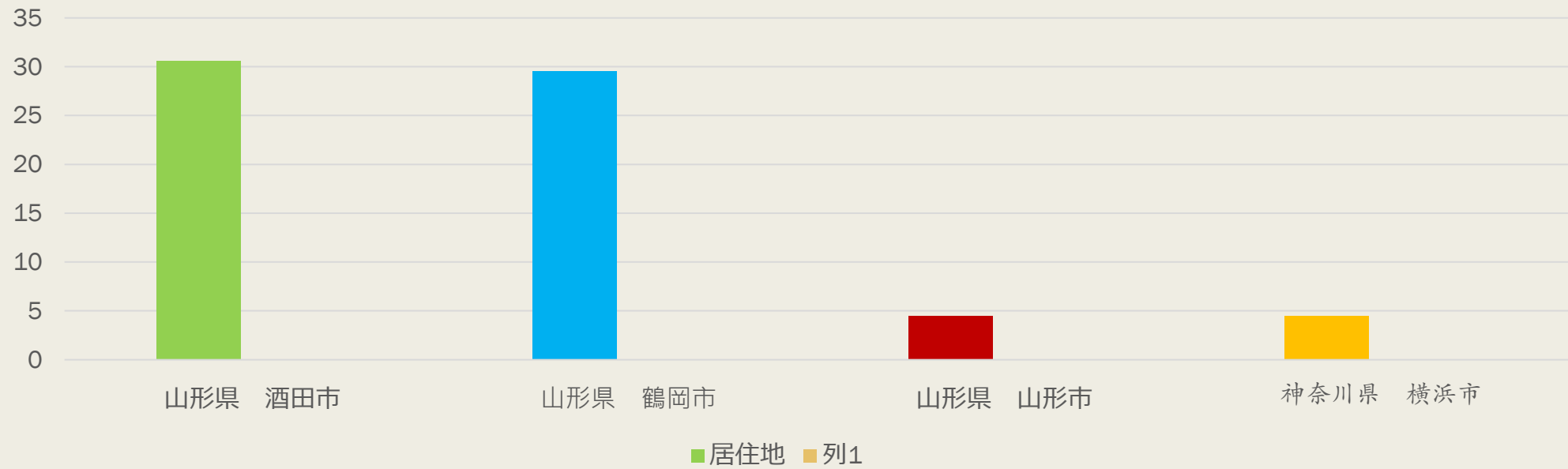
■ 13~17歳 ■ 18~24歳 ■ 25~34歳 ■ 35~44歳
■ 45~54歳 ■ 55~64歳 ■ 65歳~

性別



■ 男性 ■ 女性

◎ フォロワーの居住地 (12月7日~2月28日)



3. データから読み取れること

- 年齢分布を見ると、“25～34歳”と“35～44歳”の割合が共に高かった。
- 18～24歳のInstagram（SNS）の使用頻度が多いと考えていた世代の割合がそこまでだった。
- 男性6割、女性4割となっておりどちらかが圧倒的という数値にはなっていなかった。
- フォロワーの居住地は、庄内地域（酒田,鶴岡）が大半を占めており、その他県内と県内の市のフォロワーが微数あった。

◎まとめ

～良い点～

- ・ SNS（Instagram）を使用することで、この投稿にどんな人が興味を持っているのかが詳しく把握できた。（性別、年齢、居住地等）
- ・ “#”やタグ付け投稿などを用いることで、検索しやすくなり庄内地域について知ってもらうことや興味をもつ機会が増える
- ・ 相手だけでなく、自分たち側も庄内地域の魅力を再確認できた。
（庄内の居酒屋や飲食店、観光スポットなどの投稿から）

～改善点～

- ・ ターゲットを若い世代と設定しInstagramを使用した結果的に中間層（20代後半～40代）のフォローやアクセスが多かった。
- ・ また、庄内地域に現在住んでいる方からのいいね等の反応が多くその他の地域からの反応はあまり得ることは出来なかった。
- ・ 1月後半～2月まで蔓延防止措置が出ており、十分に投稿が出来なかった。
コロナ禍ではあるが投稿頻度や内容などを工夫して行うべきだった。

◎ 効果的な情報発信の提案

- ・ 庄内地方の人への情報発信ツールはInstagramを利用するのが効果的

→分析の部分で庄内地域に住んでいる人が多くフォロワーにいたことがわかったため、庄内地域の人に情報発信がしやすい。そのため、庄内地域に住んでいる人に魅力を伝えやすい。

→利用者が多いため。

- ・ 庄内地域外の人への情報発信ツールはTwitterが効果的
- ・ 利用者がInstagramと同じく多い。

→TwitterにはInstagramにはないリツイート機能がついており、情報の拡散がしやすいため、庄内地域外の人への情報発信に向いている。うまく情報発信をすることができれば多くの人目に投稿を見てもらうことができる。

→しかしTwitterでは日々の日常の風景などInstagramで投稿されているような内容の投稿ではなく、一つの話題についての投稿が多いため、多くの人にみてもらうことは可能なものの、庄内地域のことを深く伝えることは難しい。

- ・ Instagramでの投稿

→投稿をする時にその投稿が目につきやすいように投稿の内容に関連するタグ付けをし、投稿をする。

→フォロワーの中に庄内地方の人が多いため、改めて庄内地方の魅力を再確認できるような投稿の内容にする。

- ・ Twitterでの投稿の内容

→多くの人（特に20代の若い人）に見てもらうために、若い人の間で流行しているもののタグをつけて投稿をする。

→例として、現在庄内暮らしツタエタイというタグをつけて投稿をしているため、そのタグと一緒に若者の間で流行しているもののタグをつければ庄内暮らしツタエタイのタグの存在も知ってもらうことができる。