

15班

SNSでローカルテーマパークを盛り上げよう

背景

- ・地域を活性化させたい
 - ↓
 - ・ローカルテーマパークによる人の呼び込み
 - ↓
 - ・地域経済の発展に繋がる
- SDGS11**
「住み続けられるまちづくり」



錦市場「京の台所」と言われる商店街
→多いときには約2万人の来客

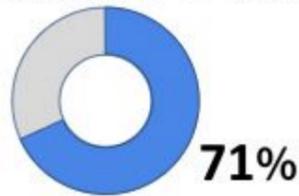
SNSの活用

Instagramや通販サイトなどのQRコードをいろいろなところに貼っていた
↓
訪れた人が気軽に情報を確認できる

旅行時にSNSの与える影響は大きい

- 仙台への観光客が八木山ベニーランドへ
- 観光客が八木山に来るきっかけになる

出掛け先検討時のSNS利用率



八木山ベニーランドへのインタビュー

- 集客について
- イベントの開催→来客は約20~30%増加
- オフラインからオンラインへ
- ・Tik tok、Instagramでの発信
- 発信しているのに効果が顕著でない**

論文から

過去...消費者に直接発信するマーケティング

現在...インフルエンサーを介しコミュニティに対してのマーケティングが可能に



研究方法

- ・インタビュー
- ・論文
- ・アンケート
- ・現地訪問

参考文献

いこーよ総研
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000237_000026954.html
 高知工科大学「SNSと若者の消費行動」
<https://www.kochi-tech.ac.jp/library/ron/pdf/2017/03/14/a1180440.pdf>
 ハウステンボス公式アカウント
https://www.instagram.com/huistenbosch_official/
 ベニーランド公式アカウント
<https://www.instagram.com/yagivamabenvland/>

まとめ

- ・ローカルテーマパークに足りていない若者の来客を増やすにはSNSが有効である
- 若者が求めているのは魅力を感じる広告
- 多くの情報と見た目の鮮やかさ、臨場感
- 若者の興味を引くことで、SNSは継続的な影響力を持つことができる
- 見た人が共有・拡散を繰り返し、集客数が増える
- テーマパークを盛り上げることができる
- 結果地域活性化につながる

SNS広告の成功例との比較

成功例

- ・色が鮮やかで目を引く
- ・季節ごとに人の興味を引く話題を投稿



ベニーランドの例

- ・写真が質素
- ・目を引きにくい
- ・雰囲気暗い



投稿内容

- アンケート結果より、**魅力を感じさせる投稿とは**

- ⇒多くの情報をまとめて見れる(特集)
- ⇒疑似体験をすることができる(動画)

例) **instagram**:グルメ特集
アトラクション特集

youtube:アトラクションの体験型動画
食べ物を作っている様子

SNS活用の影響

企業が写真を投稿することで
来客者増加

↓
客が自身のSNSに投稿した
写真を見てさらに
来客者が増える!

