

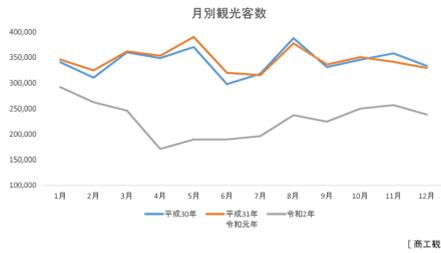
1. 要旨 abstract

山鹿市の観光客数の復興を目的として山鹿市の観光客数を調査しSNSでの宣伝効果などについて調べた商工観光課の統計によると、令和2年から山鹿市の観光客数は著しく低下していることがわかった。またSNSによる宣伝効果についてやSNSによる観光客数が回復した実例などを調べた。

2. 研究背景/目的・意義

山鹿市の観光客数を調べることで観光客数減少の原因が細部まで判明し今後の観光客数回復の足掛かりにしていく。

(現状)



(1) 観光客数 単位:人・%

	平成30年			平成31年			令和2年			対前年増減率
	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	
総数	4,107,576	3,796,316	312,259	4,183,000	3,880,479	322,521	2,757,830	2,580,044	177,786	▲ 33.6 ▲ 32.6 ▲ 44.8
1月	341,246	318,248	22,998	346,545	323,024	23,521	292,331	272,422	19,909	▲ 15.7 ▲ 15.4
2月	310,938	288,086	22,852	325,246	301,667	23,579	262,760	247,848	14,912	▲ 17.8 ▲ 37.2
3月	360,433	334,337	26,096	362,314	336,599	25,715	246,571	240,502	6,069	▲ 28.5 ▲ 76.4
4月	349,191	325,870	22,321	353,587	330,242	23,345	171,529	169,445	2,084	▲ 48.7 ▲ 91.1
5月	370,870	344,505	26,365	390,716	361,317	29,400	189,808	187,707	2,099	▲ 48.9 ▲ 92.9
6月	298,167	277,805	20,362	320,463	299,007	21,456	190,045	186,759	3,286	▲ 37.5 ▲ 64.7
7月	318,666	293,850	24,816	316,053	290,833	25,220	196,410	189,713	6,697	▲ 34.7 ▲ 73.7
8月	388,022	348,870	39,152	378,351	334,508	43,843	237,582	221,837	15,745	▲ 33.7 ▲ 64.1
9月	331,748	308,752	22,996	336,700	313,451	23,249	224,751	220,120	4,631	▲ 35.5 ▲ 2.7
10月	345,973	318,501	27,472	351,144	324,164	26,980	250,302	223,052	27,250	▲ 31.2 1.0
11月	358,406	329,498	28,908	341,998	313,605	28,393	257,214	228,189	29,025	▲ 27.2 2.2
12月	333,885	305,994	27,891	329,861	302,062	27,799	238,529	210,290	28,239	▲ 30.4 1.6

青:平成30年 オレンジ:平成31年 灰色:令和2年 https://www.city.yamaga.kumamoto.jp/kijij003438/3_438_10_13-16.pdf 商工観光課 月別観光客 年別観光客数 2022年8月30日

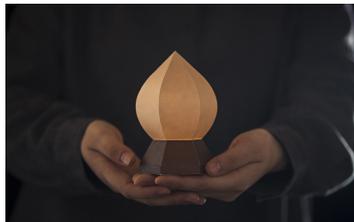
このグラフをみると令和2年からかなり低下していることがわかる。また上記の表では日帰りに比べて宿泊客がかなり少ないことがわかる。

3. 研究方法

文献調査

4. 結果・考察

山鹿市で体験できること



<https://www.y-kankoukyoukai.com/tachiyori.php#001>

<https://yamaga-tanbou.jp/asobi/program/giboshu-lamp/>

宣伝と広告の違いについて

	宣伝	広告
元の使用用途	政治世界の概念	ビジネス世界の概念
意味	サービスの存在やなまを認知している人に対して、実際の売上に繋がることが目的としている	広く知らしめること 認知させることに重きを置く
認知段階		○
興味段階	○	
比較段階	○	

また、高知県ではInstagramとTwitterに公式アカウントを持っており(フォロワー数3.8万人)そこで高知県の魅力を配信したところ、推定6.5億円の経済効果をもたらしたとありました。

(<https://www.comnico.jp/we-love-social/kochi-survey/>)

このことからSNSを利用することでかなりの経済効果を見込めると考えられます。

5. 結論・今後の展望

結論

今回調べてみて自分が知っているものはあまりなく、良いものがあつたとしても殆ど知られていないことがわかった。またSNSを利用すれば効果的に宣伝することができることもわかった。

今後の展望

今回調べて知らないことがたくさん出てきて山鹿にはインターネットにも載っていないような場所があると思ったので今後はフィールドワークなども活用しつつさらに魅力的な場所を見つけつつそれをどうやって広めることができるのかというところを研究していきたい。

6. 引用文献・参考文献

<https://www.city.yamaga.kumamoto.jp/www/contents/1545007312822/simple/13-16.pdf> (2022年8月30日) 山鹿市商業観光課 「令和3年度山鹿市統計資料」

<https://yamaga-tanbou.jp/asobi/> (2022年8月30日) 山鹿市商業観光課 「山鹿あそび」

<https://activityjapan.com/search/kyusyu/kumamoto/308/> (2022年8月31日) ActivityJapan 「玉名・山鹿・菊池のアクティビティ・遊び・体験・レジャー」

<https://www.creal.co.jp/column/sns/1813/> (2022年11月21日) クリエル 「SNSでの宣伝って効果ある? 各SNSの特徴からおすすめの宣伝方法まで徹底解説」

https://media-radar.jp/contents/meditsubu/columns2-promotion_effect (2022年11月21日) めていつぶ 「効果のある宣伝方法とは? 宣伝効果やSNSでの宣伝方法などを解説」

<https://www.comnico.jp/we-love-social/kochi-survey/> (2022年11月22日) WE LOVE SOCIAL 「フォロワーの3割が観光に訪れた! 推定経済効果6.5億円。高知県観光のSNS運用成果」