

# 長門湯本温泉観光まちづくり × 長門市観光コンベンション協会

## (1) 情報発信

### ① 社会実験の開催に合わせたフォトコンテストの開催（9月）

→未来の長門湯本温泉街を体感できる機会を活用し、温泉街の風情、川のせせらぎ、夜の景観、食など観光客目線の将来像を切り取る（参加者の目に映った温泉街やイベントの魅力を取り入れる）。

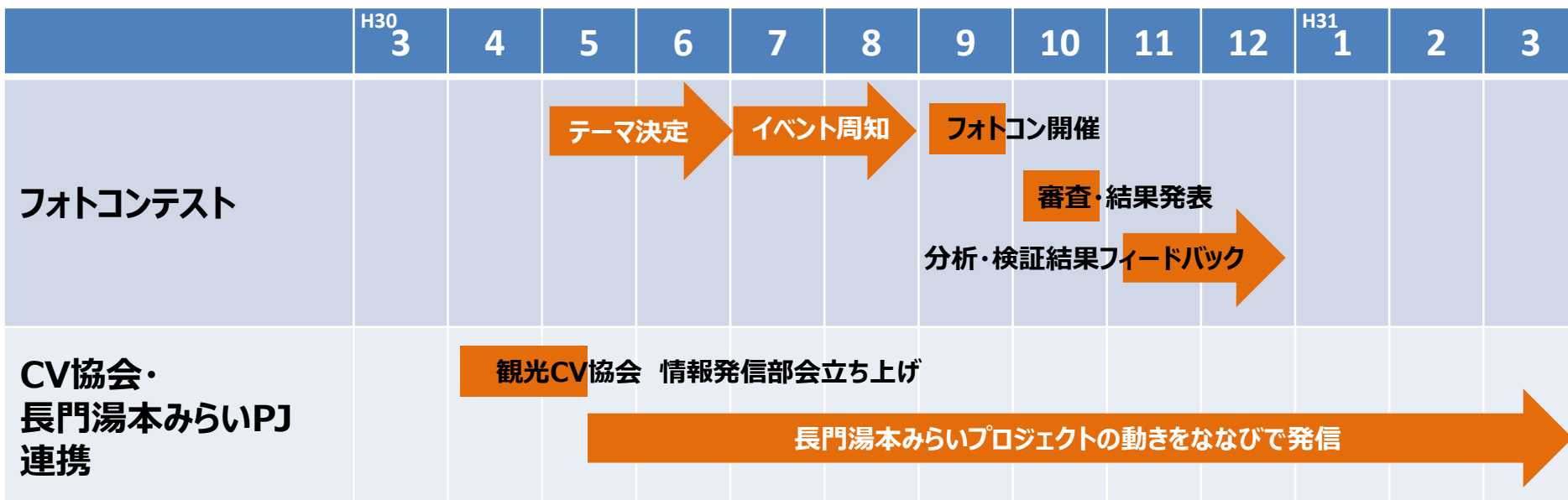
→旅行者自身による発信（Instagram）・マーケティング素材として活用

### ② 長門湯本みらいプロジェクトとの連携強化

→長門湯本みらいプロジェクトの動き、温泉街が生まれ変わる様子をななび（月間約280,000PV、ななびFB（約20,000フォロワー）で随時発信。 ホームページの相互リンク。

### ③ コンベンション協会内に会員事業所の情報発信担当で構成する「情報発信部会」を設置（4月）

→協会のデジタルマーケティングで得た情報の共有、地域をあげた情報発信を行うための体制を整備



## (2) まちと関わる人を増やす

### ① ウォークイベント

ウォークイベント × “温泉マニア” “仲居さん” “地域住民” “インスタ映え探し”

→ テーマ性を持ったウォークイベントを開催。イベントを通じて特定の愛好家や地元住民など多角的な視点で見どころや逸話など“地域の宝”を探す。

→ 集めた素材を長門湯本みらいPJと連携して取捨選択しマッピング。

→ みつけた宝を地図上に可視化することで、長門湯本の魅力を再認識し伝えて行こうとする地域住民や、地域外から興味を持って関わってくれる人を増やす。

### ② 「ながと まち旅コレクション」(プレ大会 3/16~4/15・本大会 10月)

(長門湯本関連) 「萩焼深川窯のルーツを探る、古窯見学」 開催日) 3/31・4/14 主催) 田原陶兵衛工房

「武将の寺『大寧寺』 戦国物語と特別拝観」 開催日) 3/22・4/5 主催) 湯本温泉旅館協同組合

→ プレ大会、本大会を踏まえプログラムの見直しや磨き上げを行い、平成31年以降の「いつでもまち旅」の実施に向け取り組む。



### (3) エリアマーケティング

#### ① デジタルマーケティング事業の実施実績

- ・ Facebook広告の配信と「いいね」等のリアクション分析（4～9ページ）
- ・ 多くのフォロワーを持つ福岡在住のインスタグラマーを招聘し、発信・分析（10・11ページ）

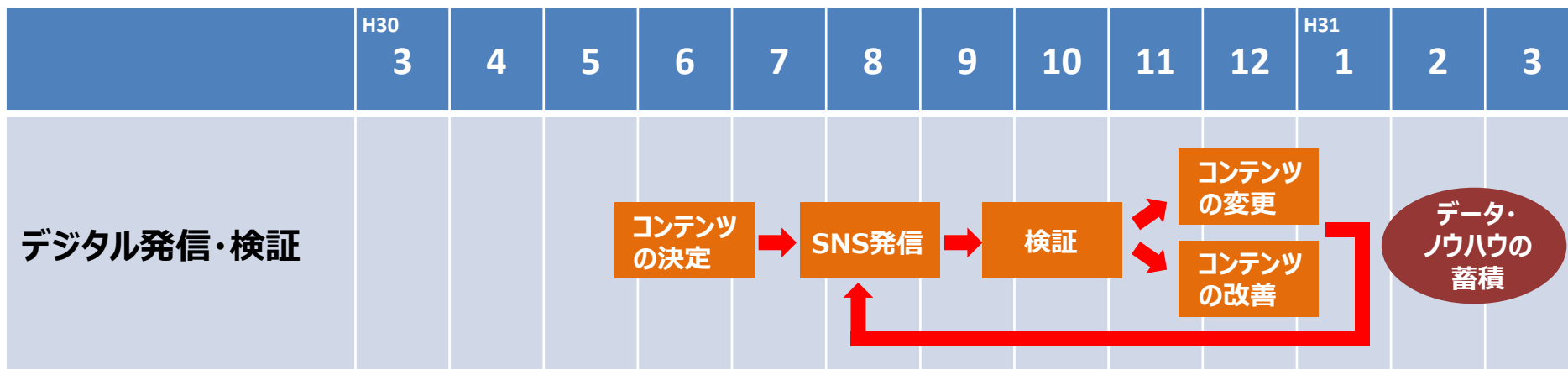
→H30年度もデジタルマーケティング事業は継続実施。

実施内容に関する長門湯本みらいプロジェクト、恩湯事業者との連携について今後検討。

#### ② 仮説を持ち寄り検証を開始

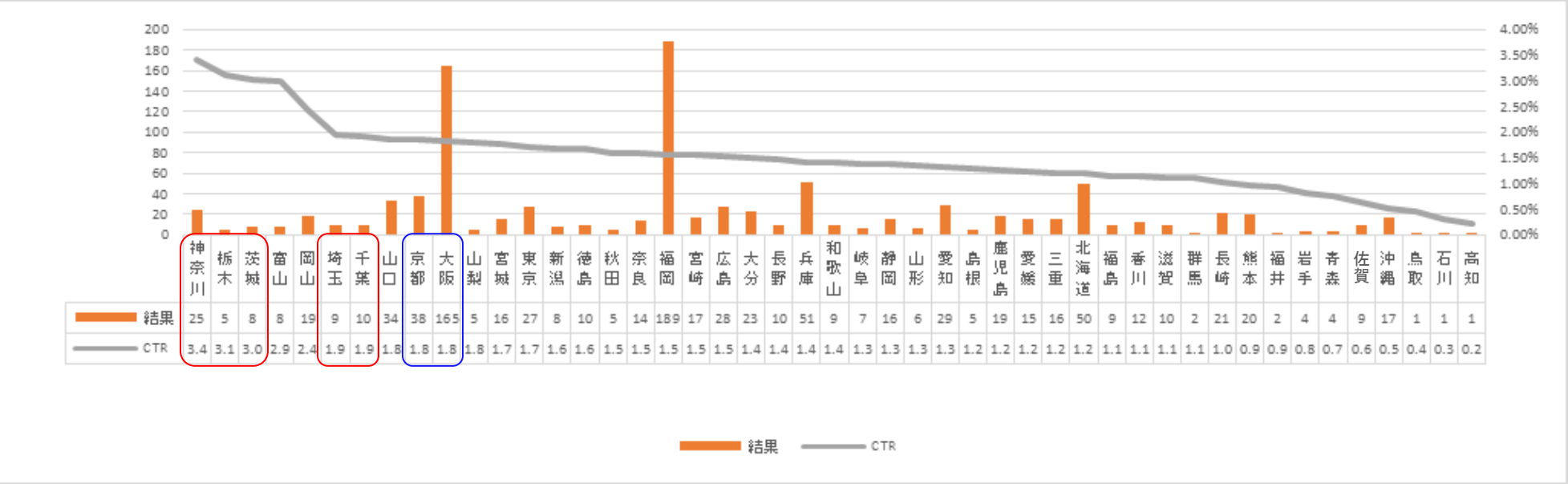
ななびフェイスブック広告に“チャレンジ枠”を設定し、反応を試してみたい個別コンテンツを一定期間配信し、分析・検証。

→「川床」「置き座」など新たな魅力や、オフシーズン対策としての新たなコンテンツなどの事前検証や、ターゲットを絞った戦略的情報発信に活用が可能。

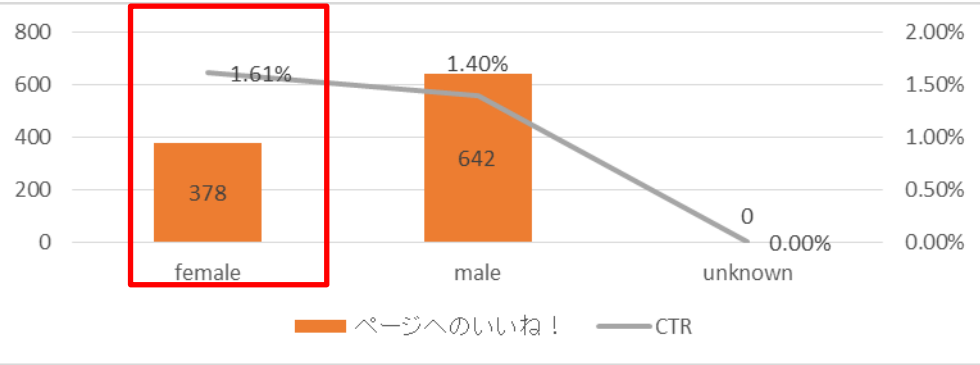


【長門湯本温泉】

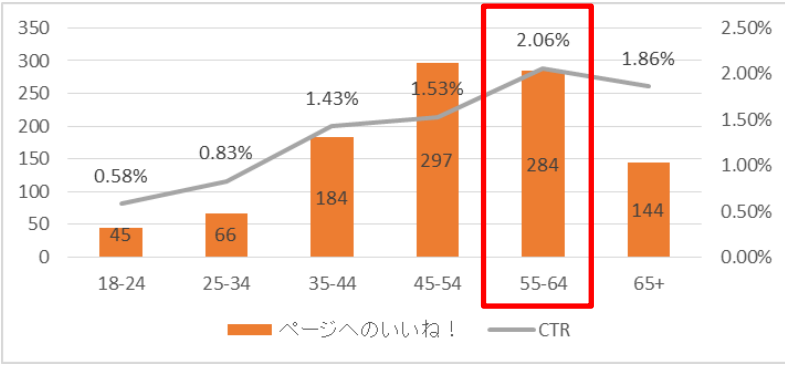
▽地域別



▽性別



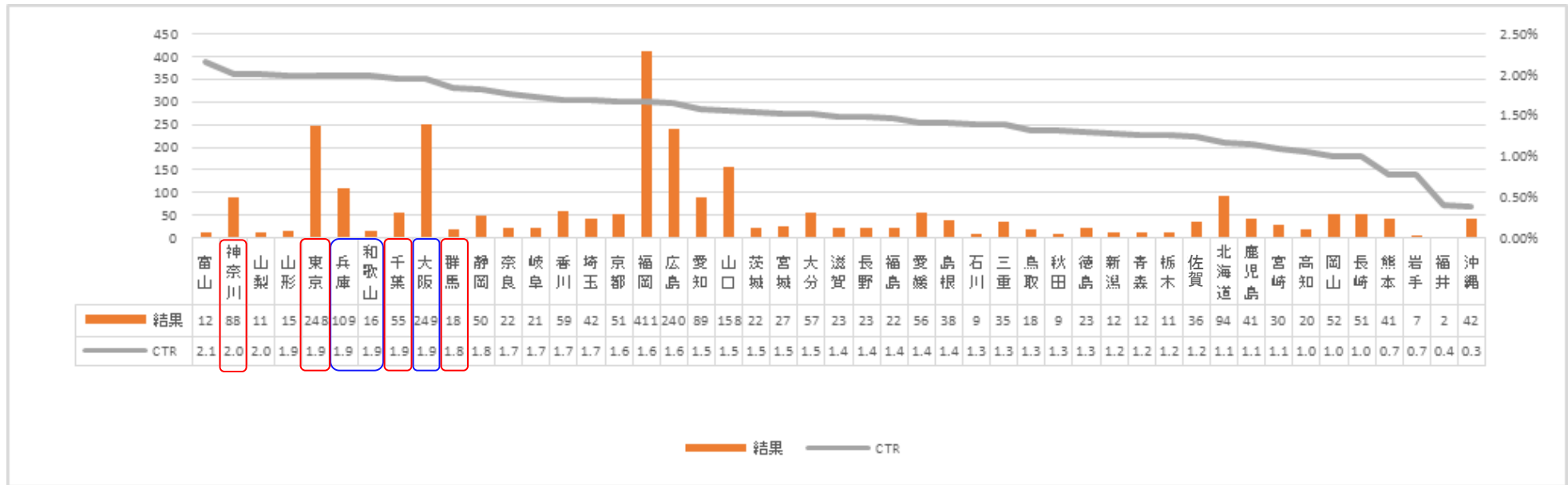
▽年齢別



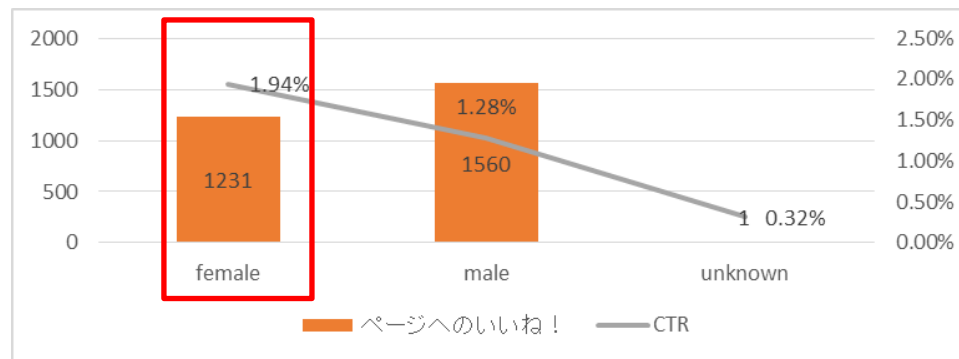
- 地域: 関東・関西の都道府県からの反応 (CTR=クリック率) が高い傾向。
- 性別: 女性のCTRが高い。
- 年齢: 55歳～64歳のCTRが高い。

# 【元乃隅稲成神社】

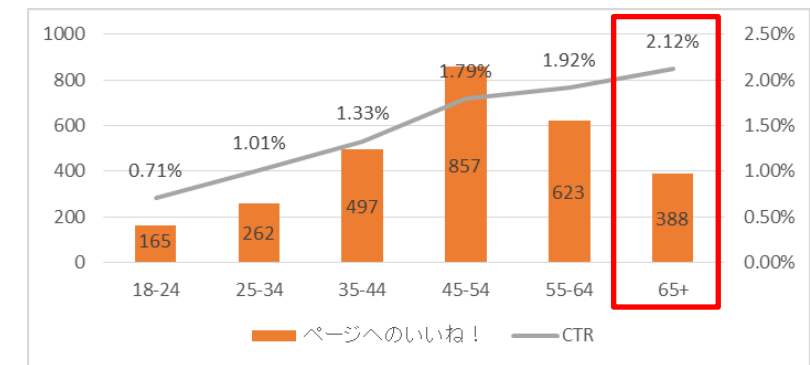
## ▽地域別



## ▽性別



## ▽年齢別



●地域: 関東・関西の都道府県からの反応 (CTR=クリック率) が高い傾向。

●性別: 女性のCTRが高い。 ●年齢: 65歳以上のCTRが高い。

# 長門湯本温泉との類似コンテンツ

▽地域別：関東・関西のクリック率が高いコンテンツ

●関東・関西：青海島汽船、東後畑棚田、やきとり、元乃隅稻成神社

●関東：かまぼこ、仙崎イカ

●関西：千畳敷

▽性別：女性のクリック率が高いコンテンツ

かまぼこ、青海島汽船、千畳敷、東後畑棚田、元乃隅稻成神社

▽年齢：55～64歳のクリック率が高いコンテンツ

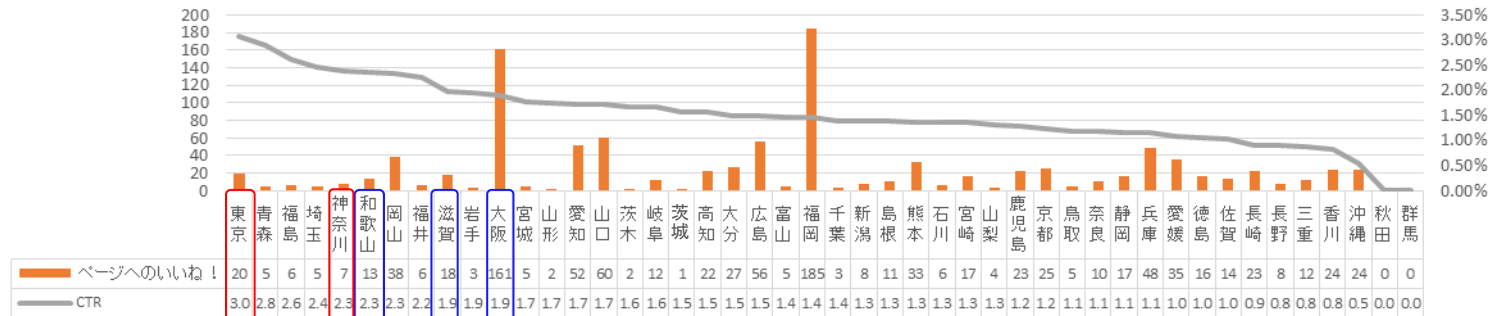
仙崎イカ、やきとり

※Facebook広告は地域によって配信単価が異なり、表示回数が一律でないことから、クリック数では関心度の高さが比較ができないため、表示回数のうちどれだけクリック(いいね)されたか(=クリック率)で評価する。

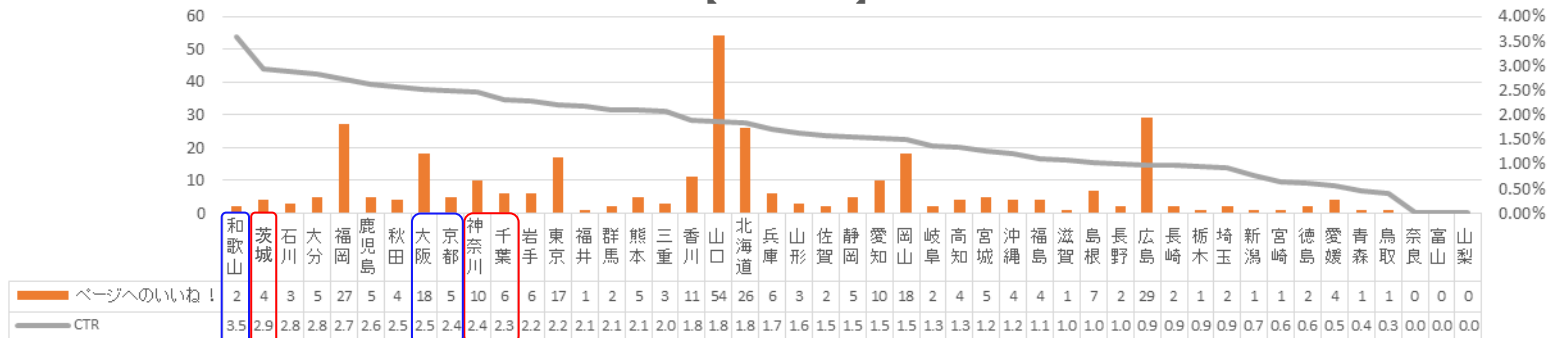
# (データ) 長門湯本温泉との類似コンテンツ【地域】

▽関東・関西からの反応がよい

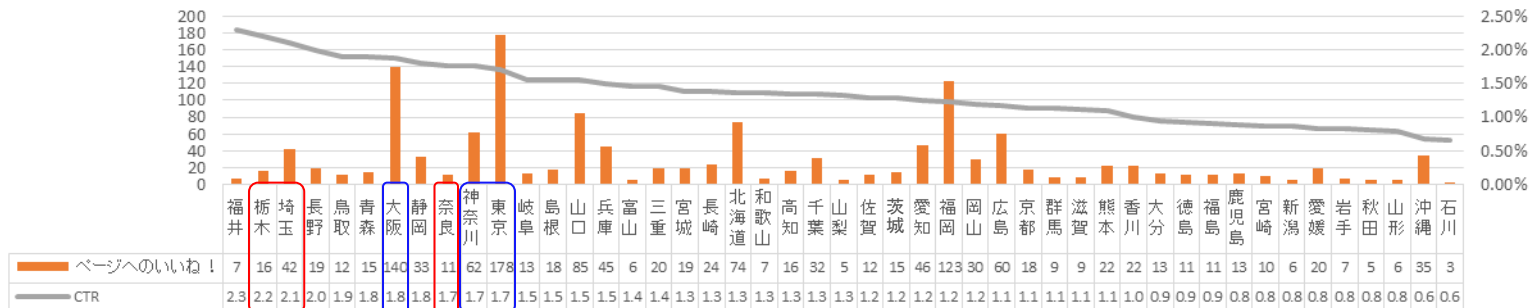
【 青海島汽船 】



【 東後畑棚田 】



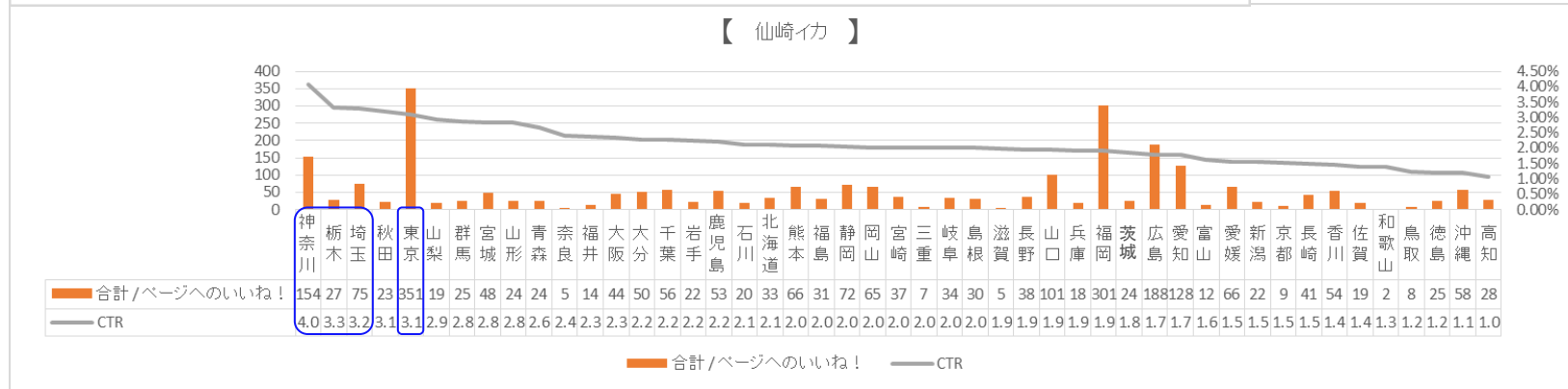
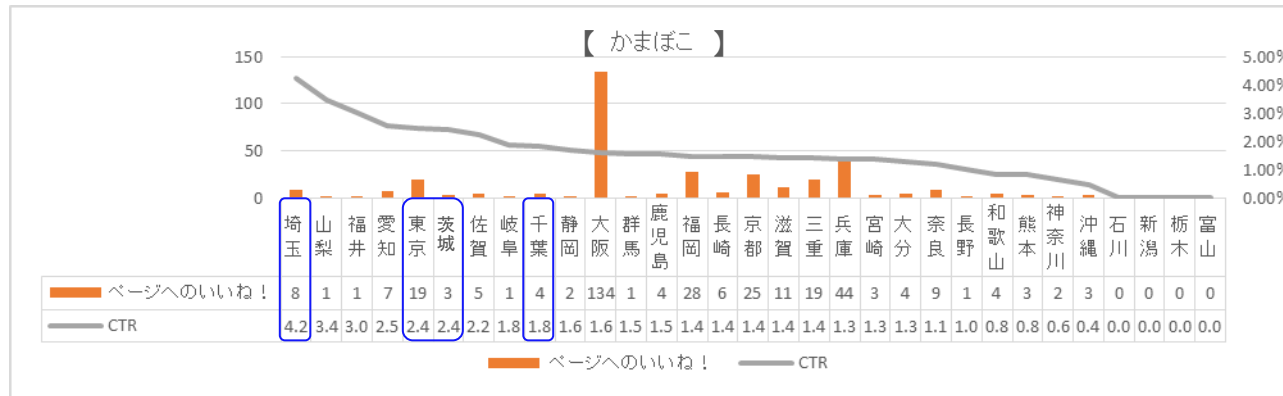
【 やきとり 】



ページへのいいね！ CTR

# （データ）長門湯本温泉との類似傾向のコンテンツ【地域】

## ▽関東の反応がよい



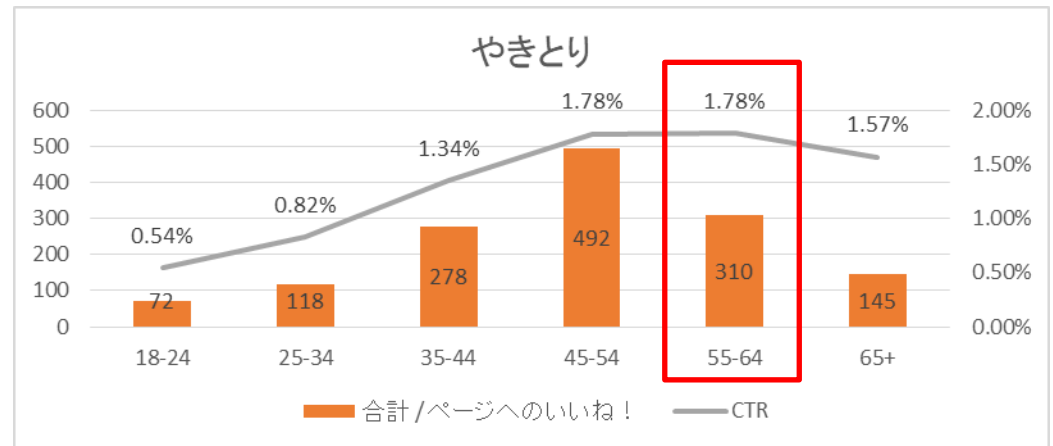
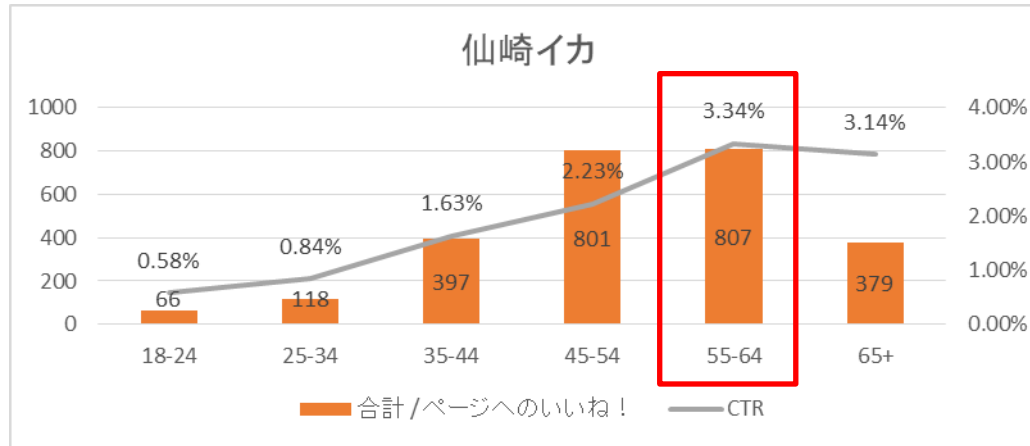
## ▽関西の反応がよい





## (データ) 長門湯本温泉との類似傾向のコンテンツ【年齢】

### ▽年齢



## 長門湯本温泉街 考察

インスタグラマーの視点においては、代表的な観光写真として使用するネオン輝く恩湯や、足湯に入る人の写真と違い、「音信川」や「橋」、「しなびた雰囲気、懐かしい昭和を感じるような景色」に、長門湯本温泉の魅力を見出している。

着物で出勤する旅館の方など、人々の営みがどこことなく感じられる風景にも魅力を感じている。

長門湯本温泉は、「音信川」を中心に自然と人の温もりが感じられる「温泉街の情緒」を大切に守りながら、さらにその魅力を高めていくことが重要と考える。

### 【代表的な観光写真】





# 【インスタグラマーの撮影画像】

