

「サイクルフォトシェアin奈良」実施概要

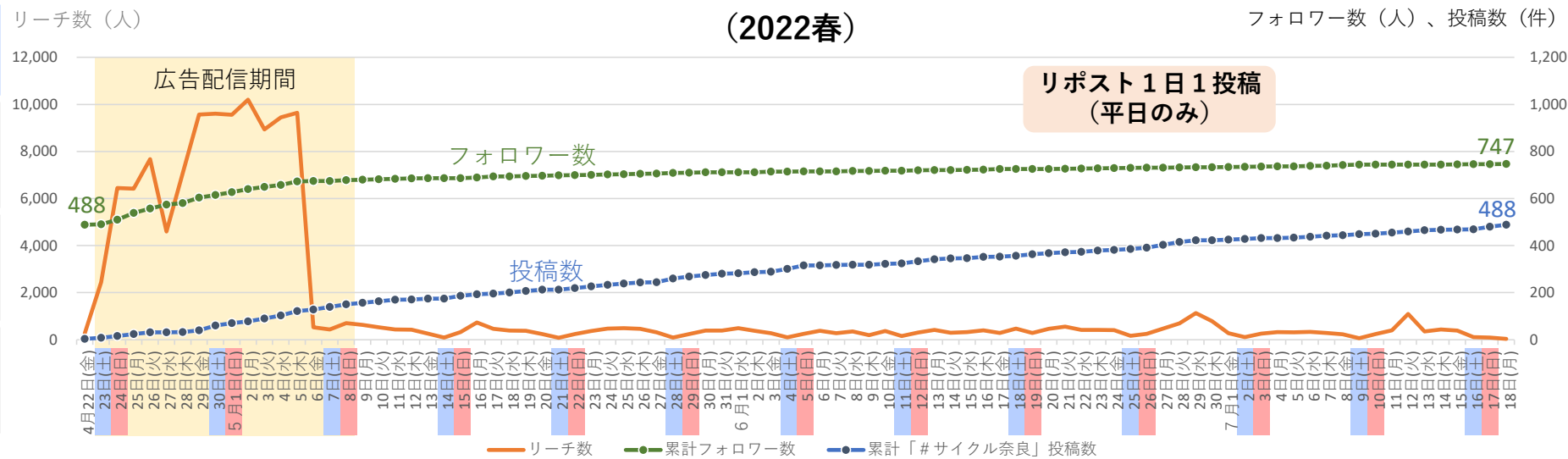
目的	Instagram公式アカウント「@cycle.nara」を活用して、「自転車ならではの奈良の魅力」をテーマとした奈良らしい景色や体験などの写真を「#サイクル奈良」をつけて投稿するイベントを開催することで、自転車で県内を周遊してもらうきっかけづくりを行うことを目的とする。
実施期間	2021秋：R3.10.11（月）～R3.12.22（水）（73日間） 2022春：R4.4.22（金）～R4.7.18（月）（88日間） 2022秋：R4.9.16（金）～R4.12.21（水）（95日間）
PR	イベント公式HPやチラシ・ポスターの配布、Instagram広告やリポスト、googleリスティング広告（2022のみ）を実施

イベントの実施結果①

▼イベント実施によるフォロワー数の変化

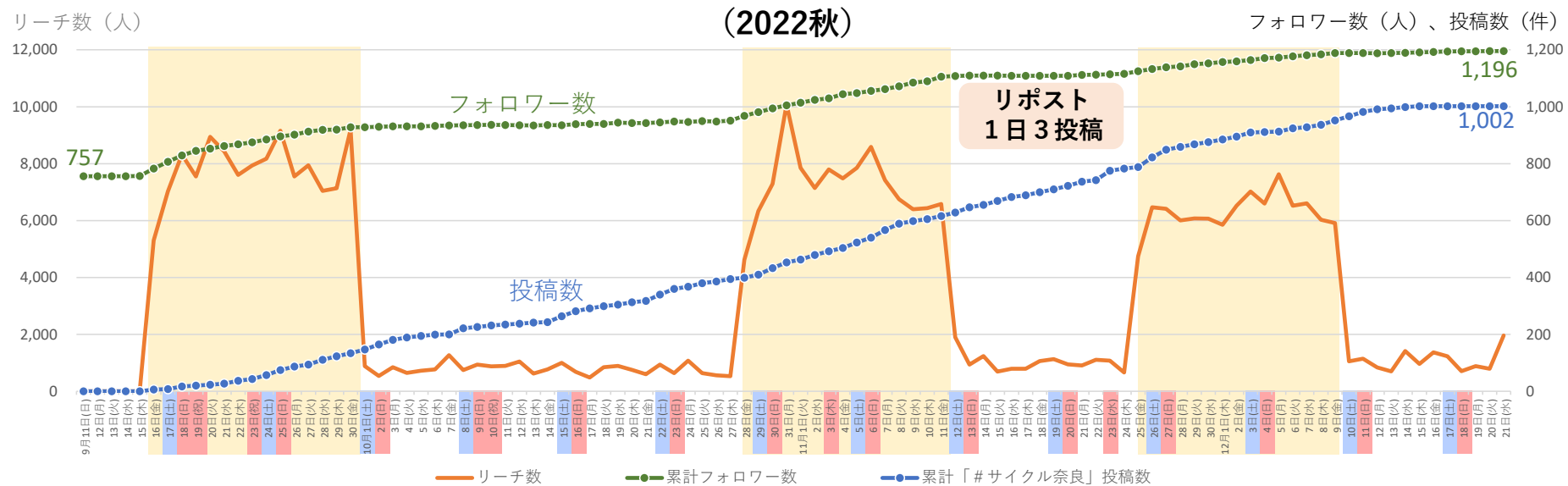
	イベント開始時	新規	イベント終了時
2021秋 広告配信 2回	—	499人	499人
2022春 広告配信 1回	488人	259人	747人
2022秋 広告配信 3回	757人	439人	1,196人

▼リーチ数とフォロワー数、投稿数の推移



▼イベント時の写真投稿数・リーチ数の変化

	総投稿数	投稿写真枚数	リーチ数
2021秋 広告配信 2回	680件	1,857枚	10.3万人
2022春 広告配信 1回	488件	1,295枚	6.2万人
2022秋 広告配信 3回	1,002件	3,701枚	12.9万人



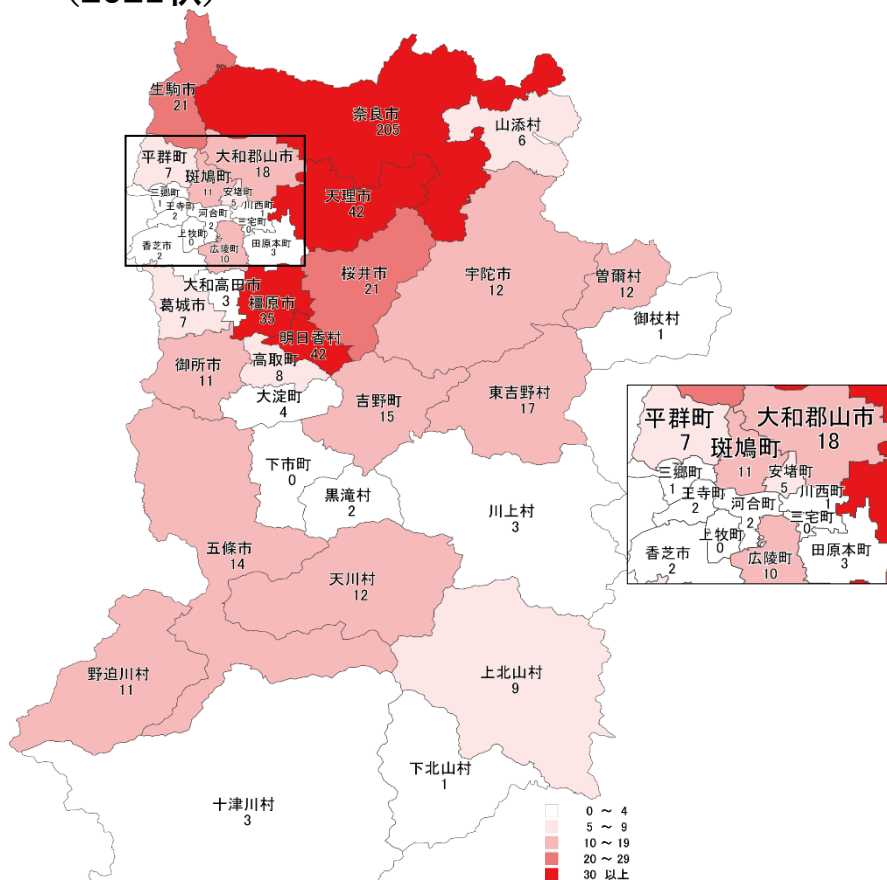
○2022秋は、2022春よりInstagram広告配信の回数を増やしたこともあり、新規フォロワーが増えた。

○2022秋は、Instagram広告等に実際の投稿写真を使用し、リポストの頻度を高めたこと等により、「#サイクル奈良」投稿数が増えた。

SNSを活用した自転車周遊促進策について

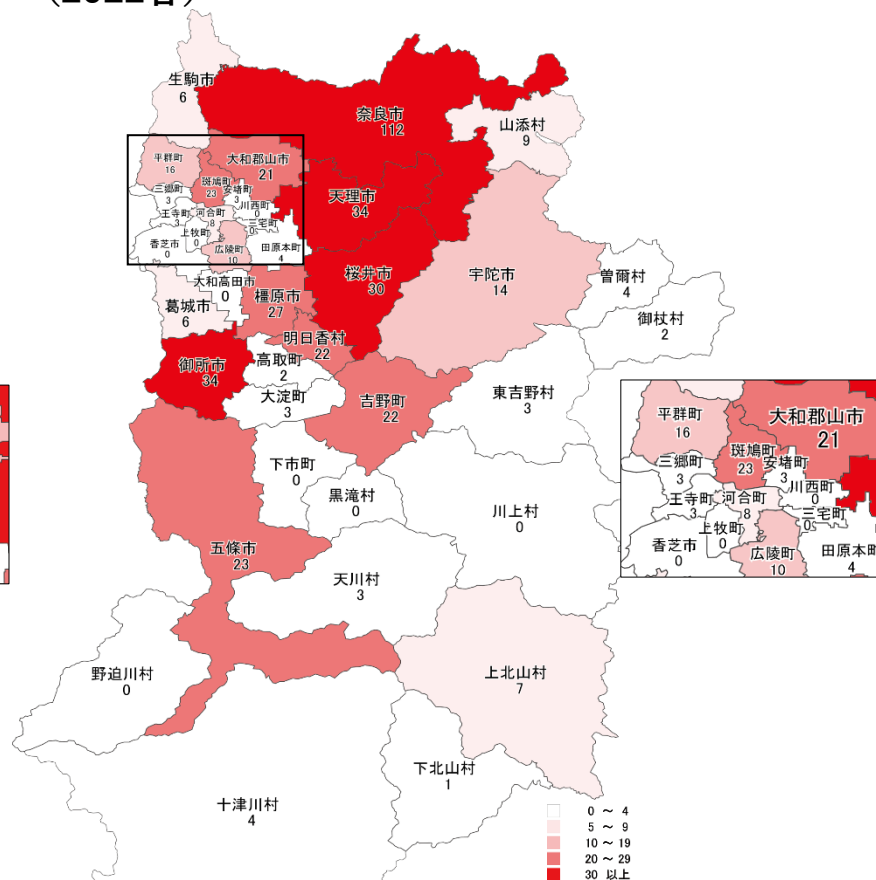
イベントの実施結果②

▼市町村別の投稿数 (2021秋)



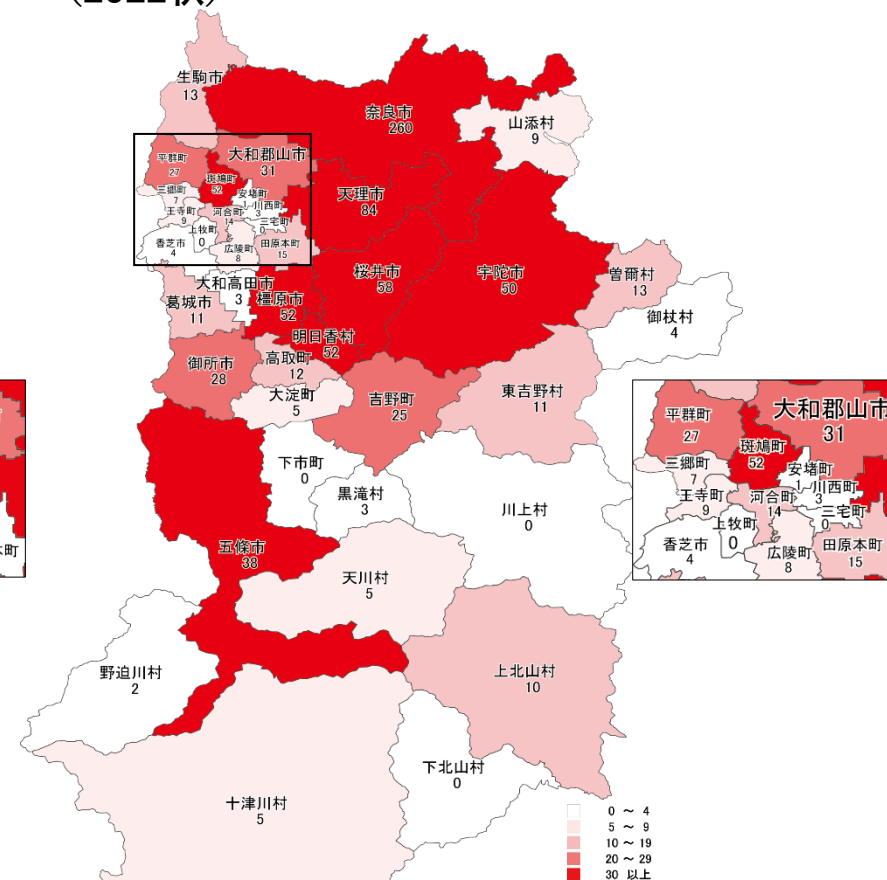
集計投稿 579件 / 総投稿 680件

(2022春)



集計投稿 459件 / 総投稿 488件

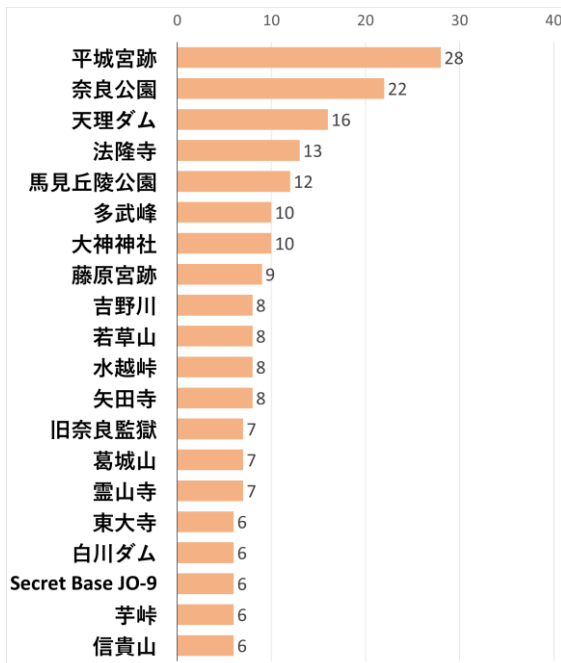
(2022秋)



集計投稿 924件 / 総投稿 1,002件

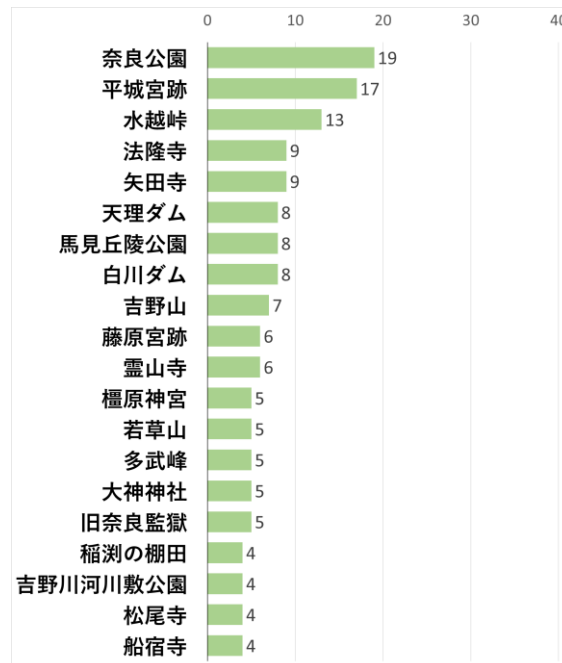
※集計投稿：場所の明記があった投稿を集計

▼撮影スポット別の投稿数 (上位20件) (2021秋)



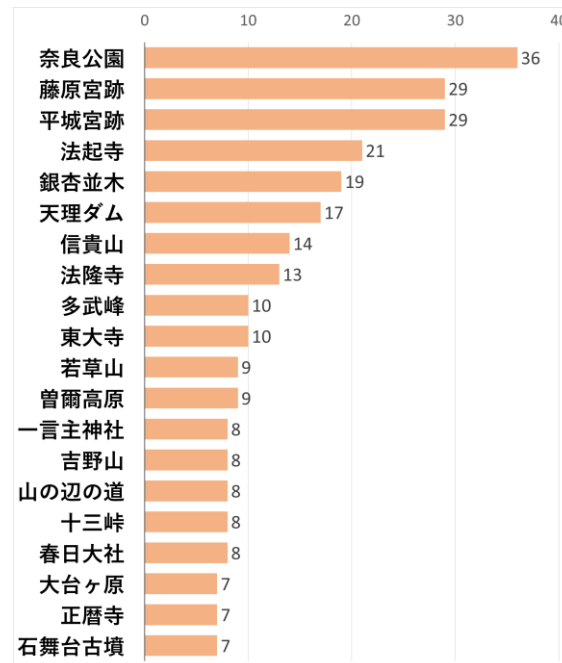
集計投稿 510件 / 総投稿 680件

(2022春)



集計投稿 434件 / 総投稿 488件

(2022秋)



集計投稿 929件 / 総投稿 1,002件 ※集計投稿：場所の明記があった投稿を集計

○投稿場所では、奈良市が最も多く、次いで天理市。2022秋は、宇陀市、五條市などでの投稿も増えている。

○撮影スポットでは、春秋ともに奈良公園や平城宮跡が上位となっている。2022秋は、藤原宮跡や法起寺のコスモス、天理の銀杏並木、多武峰や吉野山の紅葉、曾爾高原のススキなど、季節ならではの撮影スポットが上位に入っており、サイクリングコースに選ばれていることがわかる。

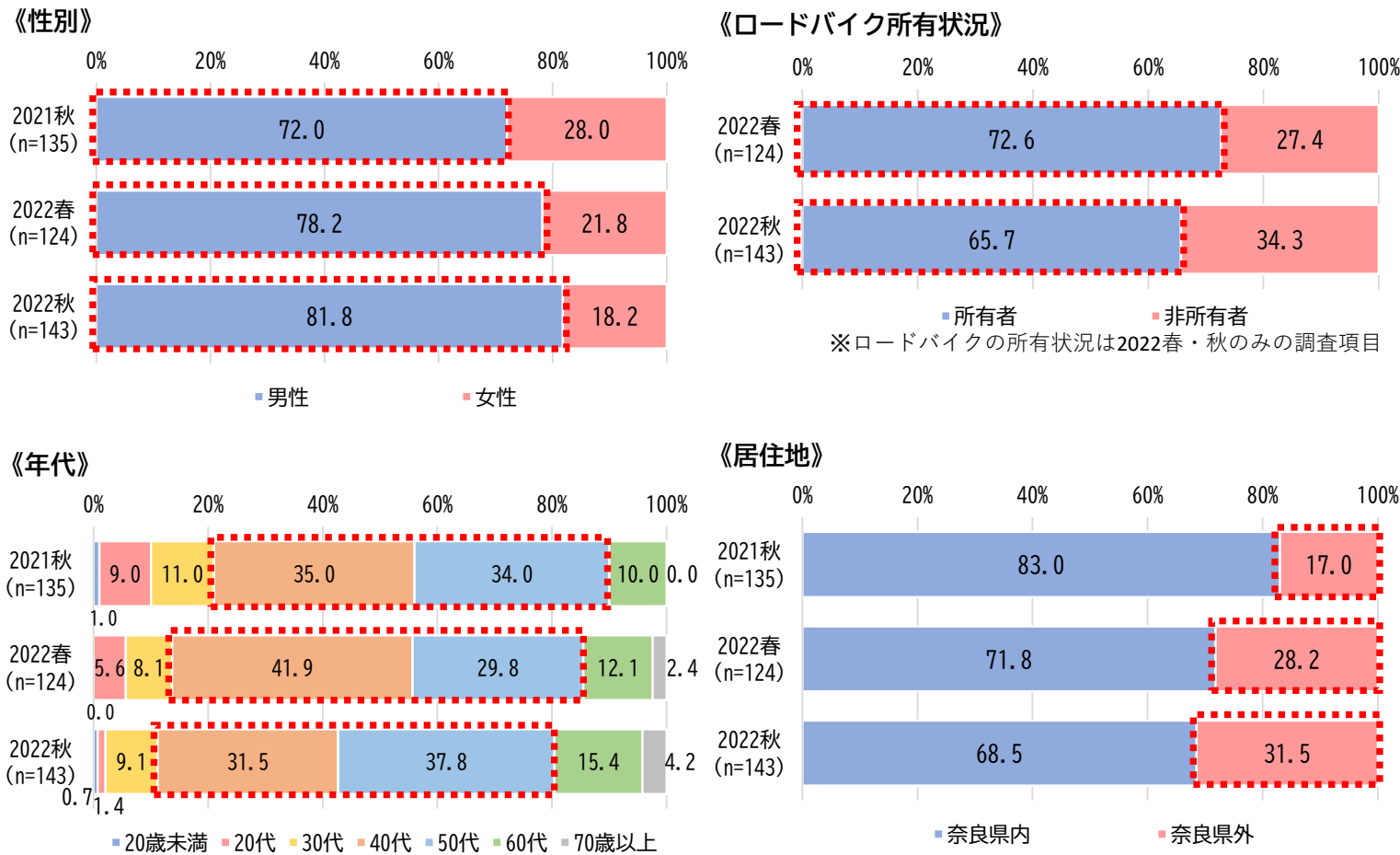
SNSを活用した自転車周遊促進策について

イベント参加者アンケート調査概要

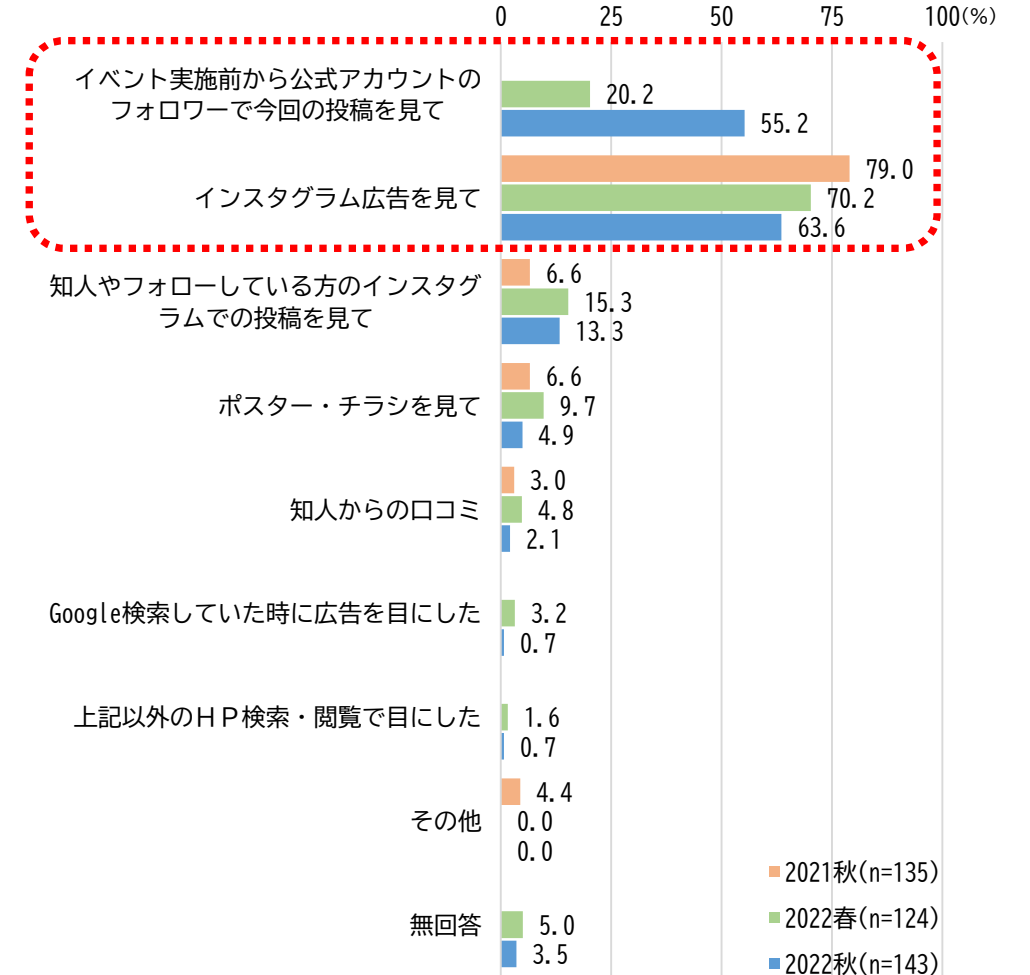
	2021秋	2022春	2022秋
調査目的	参加者の属性やイベントの参加状況やきっかけ等を把握し、さらなるイベントの充実や広報戦略の方向性について検討するため		
実施期間	R4. 2.28 (月) ~ R4. 3.11 (金)	R4. 7.20 (水) ~ R4. 7.31 (日)	R4.12.23 (金) ~ R5. 1.10 (火)
調査数	499人	747人	1,196人
回収数	135人 (回収率27%)	124人 (回収率17%)	143人 (回収率：12%)

イベント参加者アンケート調査結果

▼参加者の属性



▼イベントを知ったきっかけ

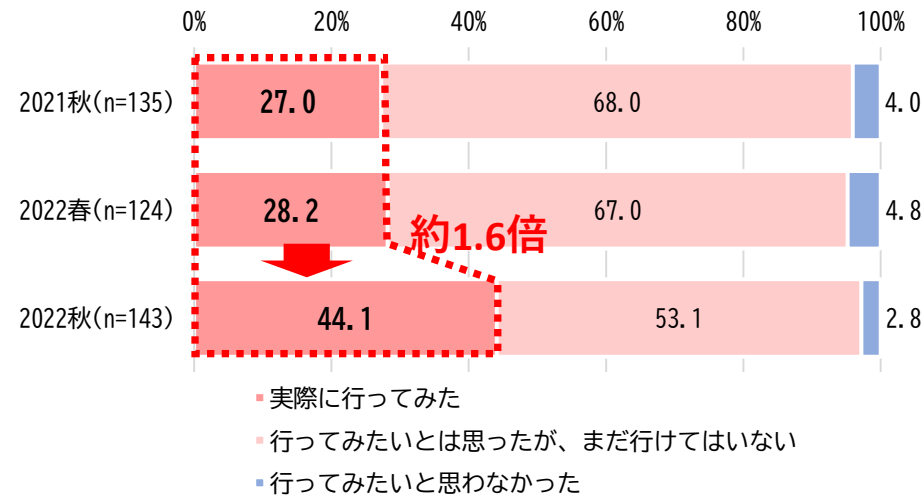


- イベント参加者（フォロワー層）は、女性に比べて男性が多く、年齢層は40～50歳代、ロードバイクを所有している人が大半を占める。
- 居住地は奈良県内が大半を占めているものの、2022春以降は奈良県外に向けても広告配信をしていることもあり、イベントの実施回数を重ねるにつれて、奈良県外のフォロワーが増加している。
- Instagramのイベントということもあり、参加誘導としては、Instagram広告や公式アカウントの投稿による周知に効果がみられる。

SNSを活用した自転車周遊促進策について

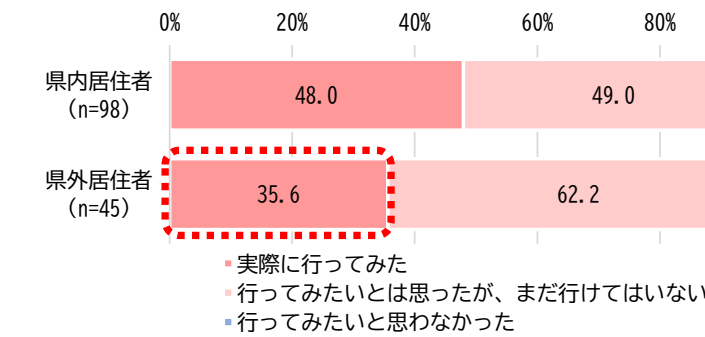
イベント参加者アンケート調査結果

▼投稿写真から奈良県内サイクリングへの誘導

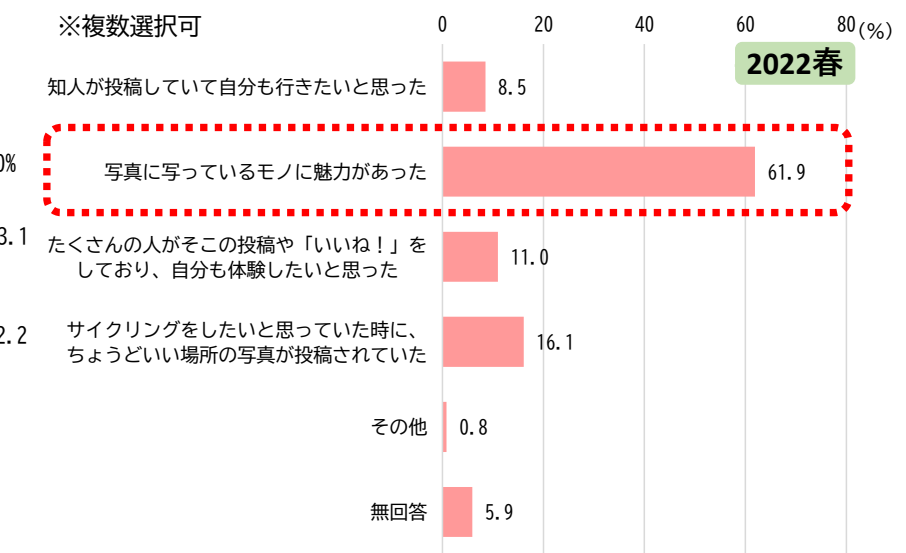


▼（参考）2022秋居住地別クロス集計

《投稿写真によるサイクリングの実施》

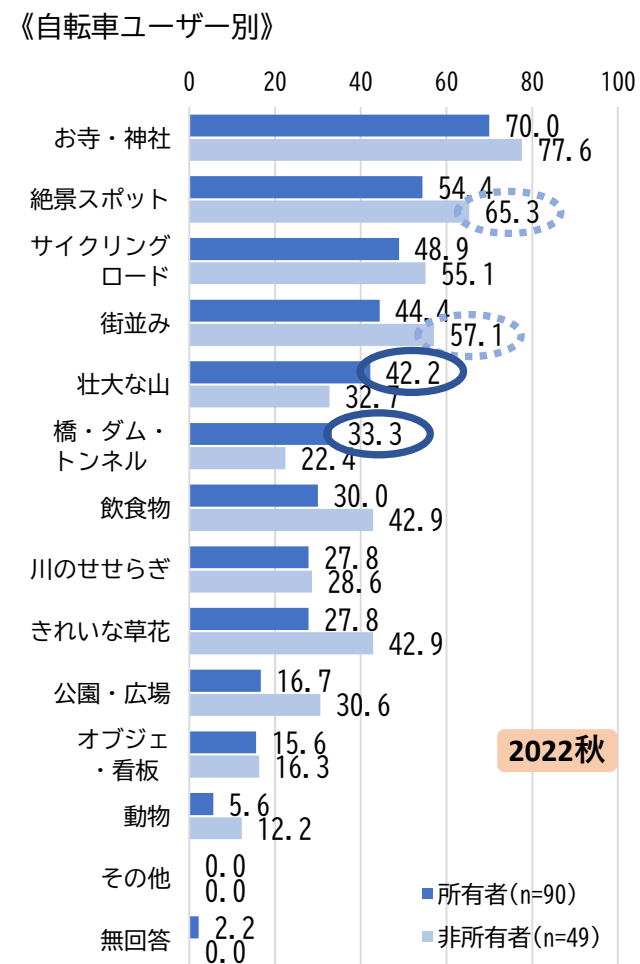


▼投稿写真からサイクリングに行ってみようと思った理由



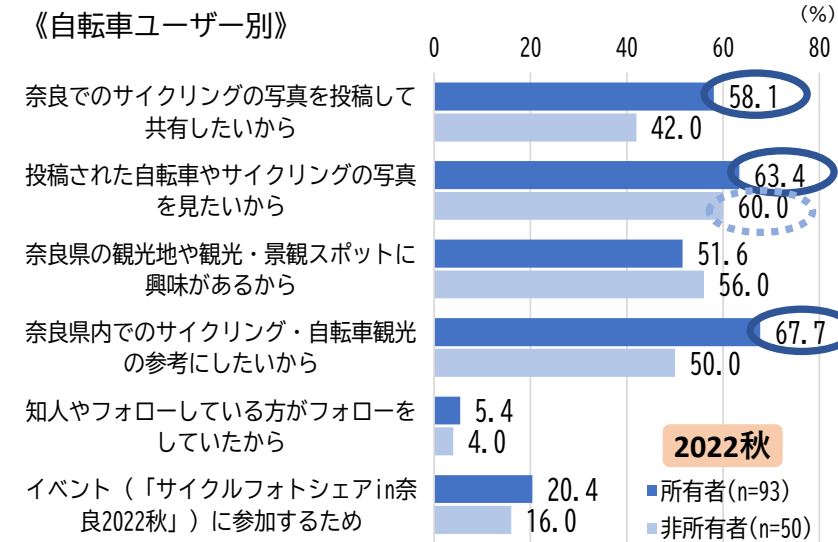
▼魅力を感じる投稿写真の内容 ※複数選択可

《自転車ユーザー別》

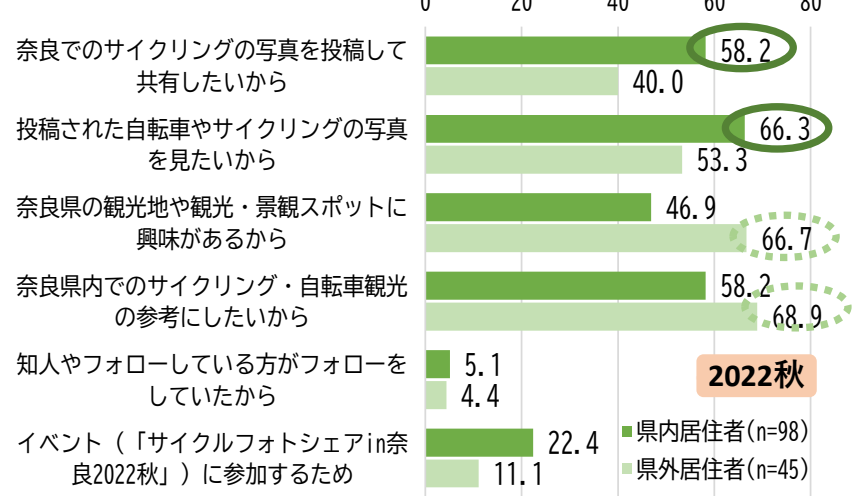


▼「@cycle.nara」をフォローした理由 ※複数選択可

《自転車ユーザー別》



《居住地別》



○2022秋では、サイクリングに実際に行ってみようとした人が2022春の約1.6倍に増加している。サイクリングに行ってみようと思った理由として、インスタグラムであることから写真に魅力を感じた人が多かった。

○魅力を感じる写真では、神社仏閣が最も多かった。自転車ユーザー別で見ると、ロードバイク所有者では壮大な山や、橋・ダム・トンネルなどの自然景観、ロードバイク非所有者では絶景スポットや、街並みなどの写真に魅力を感じた人が多かった。

○フォローした理由では、ロードバイク所有者は、サイクリングの写真を共有したり、サイクリングの参考とするためにフォロワーとなった人が多く、ロードバイク所有者・非所有者ともに、サイクリングの写真を見るためにフォロワーとなった人が多かった。

○居住地別で見ると、県内居住者ではサイクリングの写真を見たり、共有するためにフォロワーとなった人が多く、県外居住者ではサイクリングの参考にしたり、観光・景観スポットに興味があるためにフォロワーとなった人が多かった。

SNSを活用した自転車周遊促進策について

Instagramアカウントの運用・活用に向けて

	投稿写真の整理	位置情報（ジオタグ）の掲載	サイクリストへのサービス紹介
目的	公式アカウントの閲覧者やフォロワーの興味・関心を引き、来訪・周遊を促す	撮影された場所を位置情報として記載することで、興味・関心を持った人の来訪を促す	サイクリストへのおもてなし情報を紹介することで、サイクリストを歓迎していることをPR
内容	リポストした写真等をグループ分け（観光／グルメ／絶景／紅葉／橋・ダム…など）して整理を行う	画像をどこで撮影したかを示す位置情報（ジオタグ）をプラスして投稿（閲覧者が場所名をクリックしたり、スマホでタップすると、Googleマップが表示され、同じ場所で撮影した他のアカウントの投稿も表示される）	ならクル・サポーターに認定されている飲食店等の紹介。飲食店情報では住所や定休日だけでなく、サイクリストへのおもてなし情報（例えば、ボトル持参で水・氷サービス等）も掲載
事例	<p>三重県観光連盟 (@kankomie)</p> <p>写真をグループ分けすることで、より見やすく整理を行う</p>	<p>島根県うなんエリア観光情報 (@unnan_area)</p> <p>具体的な場所を掲載することで、観光ガイドとしても活用が可能</p>	<p>紀の川エリア観光サイクリング推進協議会 (@kinokawacycle)</p> <p>サイクリストへのおもてなし ボトル持参で、水・氷をサービス</p>

【参考】PRの改善に向けて

Instagramリポスト		今後の方針
Instagramリポスト	継続	投稿写真は、サイクリスト向けのInstagramアカウントであることから、一般的な観光地の写真より、壮大な山や橋・ダム・トンネルなど、「自転車ならではの奈良」の魅力が伝わる写真を多く投稿する。