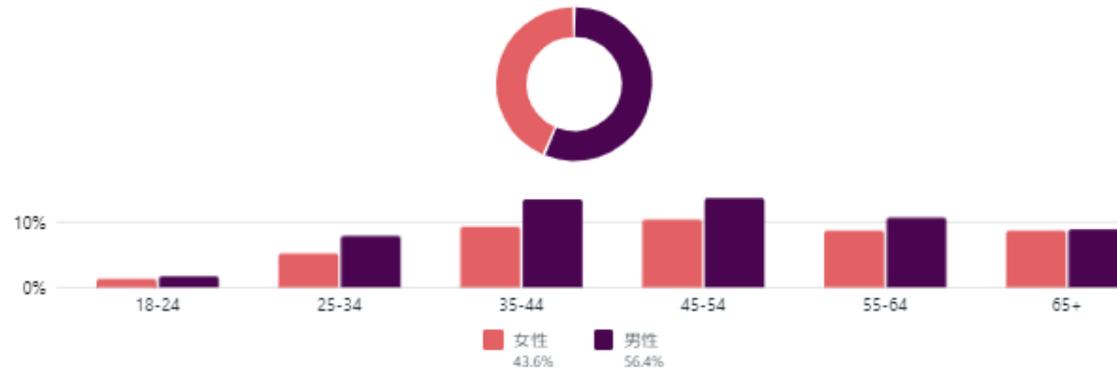


◆ フォロワー数と属性 2024年3月25日時点

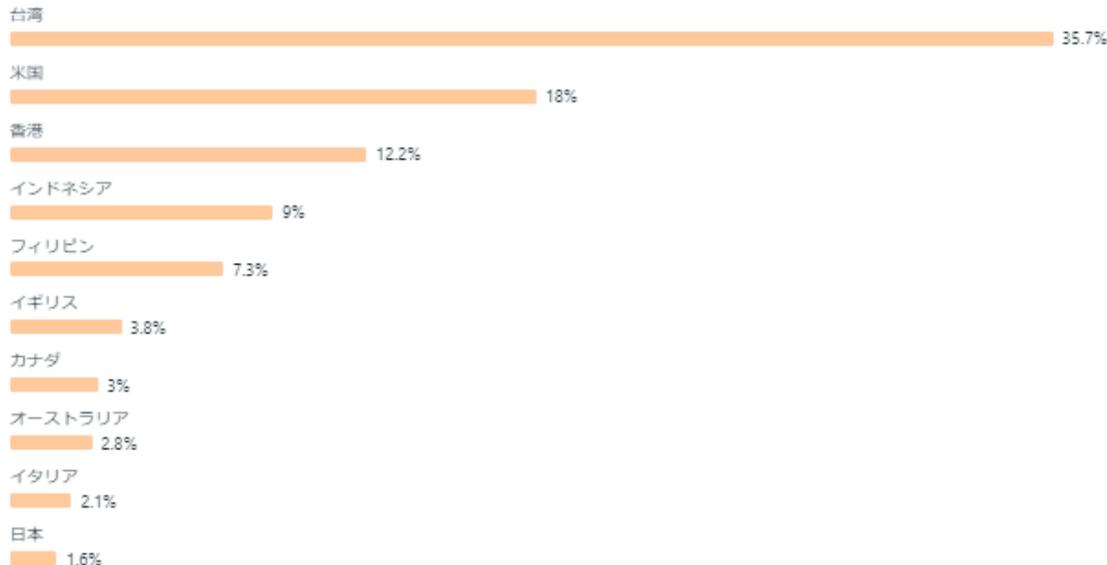
Facebookでのフォロワー 

9,962

性別・年齢 



上位の国



- ・ R4下半期（2023年3月）6,988人→R5上半期8,547人（+1,559）→R5下半期9,962人（+1,415）で順調に増加しています。下半期は「ページへのいいね」広告掲出で1,346人を獲得しました。単純計算で69人はオーガニックで増加しました。
- ・ 上半期は200人以上オーガニックで増加しています。下半期は広告の影響もありフォロワー数は増えていますが、アンフォローも一定数あったことがうかがえます。
- ・ 昨年度から継続して30代半ば～50代半ばがフォロワーのボリュームゾーンです。男性56.4%、女性43.6%で、女性フォロワーの割合も微増していますが、継続して男性フォロワーの方が多いページです。
- ・ フォロワーの属性は繁体字圏（台湾・香港）が47.9%、東南アジア（インドネシア・フィリピン）16.3%、北米・豪州・欧州が29.7%で、昨年度から引き続き英語圏の割合が増えています。

◆ 人気投稿 *リーチ数順

リーチ数	発信日	コンテンツ	エリア	リーチ数	いいね数	コメント数	シェア数	投稿クリック数	エンゲージメント	備考
1	2023年5月19日(金)	あじさいの名所（観音寺）	丹波	7,147	283	26	12	121	6.2%	att.JAPANシェア
2	2023年12月27日(水)	年末の挨拶・北陸新幹線延伸	若狭	6,832	149	0	4	25	2.6%	att.JAPANシェア
3	2023年4月14日(金)	福知山スイーツ（web記事連動）	丹波	4,734	171	17	4	68	5.5%	att.JAPANシェア
4	2023年9月15日(金)	丹鉄あかまつ・くろまつ・あおまつ	丹後	3,187	129	0	7	26	5.1%	att.JAPANシェア
5	2024年10月6日(日)	天橋立むすび詣り	丹後	3,182	142	3	8	27	5.7%	att.JAPANシェア
6	2024年1月12日(金)	湯村温泉	但馬	2,325	87	1	4	8	4.3%	
7	2024年3月15日(金)	北陸新幹線延伸	若狭	1,613	54	0	2	11	4.2%	att.JAPANシェア
8	2023年10月13日(金)	安国寺ドウダンツツジ	但馬	1,588	52	0	6	26	5.3%	
9	2024年1月1日(月)	新年の挨拶（天橋立）	丹後	1,309	83	0	3	20	8.1%	
10	2024年2月23日(金)	桜スポット 舞鶴	丹後	1,164	71	0	1	5	6.6%	
11	2023年4月21日(金)	白井大町藤公園・白毫寺の藤	但馬	1,031	56	0	6	23	8.2%	
12	2024年3月1日(金)	レインボーライン ゴイチバス（2024年の運行）	若狭	869	20	0	0	8	3.2%	
13	2023年11月17日(金)	竹田城の雲海	但馬	786	40	0	2	8	6.4%	
14	2023年5月5日(金)	丹波青もみじめり（4/20～6/30）	丹波	613	39	0	3	11	8.6%	
15	2023年12月8日(金)	モデルコース（丹波・但馬）	丹波・但馬	611	35	0	1	5	6.7%	
16	2024年2月9日(金)	久美浜のひな祭り	丹後	607	18	0	0	3	3.5%	
17	2023年6月9日(金)	レインボーライン ゴイチバス	若狭	596	19	1	1	27	8.1%	
18	2024年1月26日(金)	日本海さかな街	若狭	589	33	0	5	5	7.3%	
19	2023年7月14日(金)	丹波篠山デカンショ祭	丹波	534	18	0	2	8	5.2%	
20	2024年3月8日(金)	桜スポット 城&桜	丹波・但馬	526	24	2	1	5	6.1%	
21	2023年5月12日(金)	若狭 レインボーライン山頂公園（web記事連動）	若狭	518	16	0	2	9	5.2%	
22	2023年9月22日(金)	丹波栗スイーツ	丹波	517	32	0	2	4	7.4%	
23	2023年11月3日(金)	金剛院の紅葉	丹後	508	31	0	1	1	6.5%	
24	2024年1月19日(金)	冬の味覚・牡蠣	丹後	508	45	0	0	3	9.4%	
25	2023年12月15日(金)	モデルコース（丹後・但馬）	但馬・丹後	475	31	0	0	5	7.6%	
26	2023年7月21日(金)	生野銀山	但馬	465	22	0	0	4	5.6%	
27	2023年6月2日(金)	途中下車シリーズ：竹田・モデルルート	但馬	454	21	1	1	11	7.5%	
28	2023年9月1日(金)	舞鶴サンセットクルーズ	丹後	396	15	0	0	7	5.6%	
29	2023年8月18日(金)	夏の過ごし方②	無し	390	19	0	0	7	6.7%	
30	2023年6月23日(金)	但東ひまわり畑	但馬	375	21	0	0	7	7.5%	
31	2023年4月7日(金)	途中下車シリーズ：舞鶴	丹後	371	18	0	0	4	5.9%	
32	2023年11月24日(金)	カニのシーズン	但馬・丹後	359	21	0	0	2	6.4%	
33	2024年2月16日(金)	桜スポット 丹波篠山	丹波	326	30	1	2	3	11.0%	
34	2023年8月11日(金)	夏の過ごし方①	無し	293	10	0	0	2	4.1%	
35	2023年7月7日(金)	花火大会	但馬・丹後	259	11	0	1	2	5.4%	
36	2023年8月4日(金)	高源寺 風鈴まつり	丹波	256	11	0	0	1	4.7%	
37	2023年11月7日(火)	YouTubeの紹介	丹後	195	16	0	0	3	9.7%	
38	2023年10月20日(金)	台北駅の旅行博	無し	143	12	0	6	0	12.6%	

◆ 人気投稿の考察

- 1～5位、7位はatt.JAPAN Facebookでシェアしたことによりリーチ数が伸びた投稿で、幅広い外国人ユーザーが関心を持ったコンテンツでした。1位のあじさいの名所（観音寺）はatt.JAPANへのシェアの影響もありますが、境内にニワトリがいることが特徴で、ニワトリの画像をトップにしたことでより興味をひくことができたと思われ、投稿クリック数が今年度の中で群を抜いて多く、「気になる」「もっと知りたい」とリンクをクリックした人が多かったことを示しています。
- 2位の年末の挨拶も、2024年3月の北陸新幹線延伸の話題をからめ、気比神宮の大鳥居の画像をトップにしたため人気が出たと想定します。ほかにも天橋立（元伊勢籠神社）、湯村温泉、安国寺（ドウダンツツジの紅葉）など日本らしさがわかりやすく伝わるコンテンツがリーチ数上位に入りました。ほかにも、百毫寺の藤、舞鶴の桜スポット、竹田城の雲海、丹波青もみじなど、**季節の風景×日本らしさがある投稿**の人気の高い傾向でした。
- 意図的なシェアや広告無しの投稿で最も高いリーチ数・いいね数となったのは1/12の湯村温泉の投稿でした。時期的に雪のシーンを選んだことで、台湾や東南アジアのフォロワーが多い本アカウントでヒットしたと考えます。1/1新年の挨拶の投稿も天橋立の雪景色を選定し、リーチ数上位に入っています。本アカウントでは北近畿に**雪景色**を期待するユーザーが多いのではないかと考えます。
- 一方、リーチ数下位には台北駅の旅行博でのブース出展のお知らせや、別事業でのYouTube動画の紹介を抜けば夏のコンテンツが多く入りました。花火大会やひまわり畑は、**北近畿の個性を強調出来なかった**ことがリーチ数低迷の要因だと考えます。また、グルメの話題が2位のフォトジェニックスイーツを除き、ほかは中位に留まりました。
- エリア別では丹波 7、丹後 10、但馬 7、若狭 6、エリアをまたぐ話題 5、エリア無し 3。昨年度は城崎温泉・竹田城など但馬エリアが多かったですが、今年度は取材もあり様々なエリアをバランスよく紹介できました。



R4年度の観音寺の投稿

リーチ数：664

いいね数：50



R5年度の観音寺の投稿

リーチ数：7,147

いいね数：283



R5年度の湯村温泉の投稿

リーチ数：2,325

いいね数：87

◆ 今後の運営に向けて

- att.JAPANシェア、グループシェア、広告以外の投稿の平均リーチ数は、R4年度：396、R5年度624、平均いいね数はR4年度：28、R5年度49と順調に伸びています。毎投稿見てくれたり、反応してくれる本ページのファンが増えてきたと言えます。今後も獲得したフォロワーを飽きさせないよう、人気傾向を押さえた投稿を続けていきます。
- 季節の人気コンテンツは**画像や紹介の切り口を変える**ことで、マンネリを防ぎながら継続的な発信をつづけ、認知度を上げていくことが重要だと考えます。
- R4年度は繁体字圏のFacebookグループへのシェアで露出を増やしていくことをご提案しました。しかし、訪日旅行が再開した今年度は、Facebookグループで日本に関する情報があふれているため管理人からシェアを承認されなくなりました。ほかのユーザーがシェアしたくなる**便利な情報・お得な情報（穴場の観光スポット、JRパスの使い方、モデルコースなど）**を増やし、拡散を図っていく必要があります。
- 今年度は訪日旅行が回復したため、京都・大阪から北近畿へ誘引する具体的なモデルコースも紹介しました。目立った人気投稿には至りませんでしたが、他の自治体のSNS運営では**モデルコース情報**の人気の高い結果が出ています。本ページでも発信を続けていけば人気投稿として定着するのではないかと考えます。また、男性フォロワーの比率がやや高いため、**鉄道ネタ**も人気コンテンツになる可能性があります。
- グルメの投稿は今年度ほぼ中位に留まりました。Facebookの短い文章量では北近畿の食の魅力が十分に伝わっていない可能性があります。web記事でグルメの情報をしっかりと紹介し、Facebookはその入口として画像をメインにシンプルな紹介にするなど、発信の方法を工夫してみたいと考えます。

◆ 広告について

上半期	レポート開始日	レポート終了日	日数	目的	年齢	地域	カテゴリ	いいね!	リーチ
	2023/9/26	2023/10/1	5	ページへの「いいね！」	18-65+	アメリカ・イギリス・カナダ・オーストラリア	興味・関心: アドベンチャー旅行、アウトドア、パッケージ、日本語能力試験、エコツーリズム、山、休暇、東京都、日本の観光、日本語、富士山、リゾート、観光、ホテル、日本または旅行、行動: よく旅行する人	293	5,417
	2023/9/26	2023/10/1	5	ページへの「いいね！」	21-65+	フィリピン、インドネシア、マレーシア	Interests: アドベンチャー旅行、大阪市、エコツーリズム、休暇、日本の観光、日本語、京都府、寿司、観光、日本、旅行 Behaviors: よく旅行する人、頻繁に海外旅行をする人、日本に住んでいる(元海外駐在者 - 日本) Education majors: Japanese language	717	10,388
	2023/9/26	2023/10/1	5	ページへの「いいね！」	18-65+	香港、台湾	Interests: アドベンチャー旅行(旅行・観光)、パッケージ(ソーシャルコンセプト)、大阪市、エクスベディア、エコツーリズム(旅行・観光)、祝祭日(イベント)、旅行サイト(ウェブサイト)、日本の観光、Airbnb(宿泊施設)、リゾート(旅行・観光業)、京都府、寿司(フード・ドリンク)、高級リゾート(宿泊施設)、お酒(フード・ドリンク)、観光(産業)、ホテル(宿泊施設)、日本酒、日本(場所)、京都府、トリップアドバイザー(旅行・観光業)、Hotels.com(宿泊施設)、旅行(旅行・観光)、トリップ、Booking.com(旅行・観光業) Behaviors: よく旅行する人、頻繁に海外旅行をする人	272	27,129

- 9月（紅葉シーズン・ホリデーシーズンの旅行計画時期）と1～3月（桜シーズンの旅行計画時期）にFacebook広告を掲出しました。すべてページへの「いいね」（＝新規フォロワー獲得）を目的とした広告です。
- これにより年間で2,628人のフォロワーを獲得しました。
- 広告には北近畿エリアの画像をスライドショー形式で見せる方式を採用しました。天橋立や城崎温泉をメインにしつつ、季節感が感じられる高源寺の紅葉、丹波篠山の桜なども入れて、北近畿エリアの幅広い魅力を発信することを意識しました。
- 結果的に広告の画像に関心が寄せられ、コストパフォーマンスの良い広告掲出ができ、予算内で目標フォロワーを獲得することができました。

下半期	レポート開始日	レポート終了日	日数	目的	年齢	地域	カテゴリ	ページへのいいね!	リーチ
	2024/1/11	2024/1/20	10	ページへの「いいね！」	18-65+	アメリカ・イギリス・カナダ・オーストラリア	興味・関心: アドベンチャー旅行、アウトドア、パッケージ、日本語能力試験、エコツーリズム、山、休暇、東京都、日本の観光、日本語、富士山、リゾート、観光、ホテル、日本または旅行、行動: よく旅行する人	437	13,558
	2024/1/11	2024/1/20	10	ページへの「いいね！」	18-65+	香港、台湾	Interests: アドベンチャー旅行(旅行・観光)、パッケージ(ソーシャルコンセプト)、大阪市、エクスベディア、エコツーリズム(旅行・観光)、祝祭日(イベント)、旅行サイト(ウェブサイト)、日本の観光、Airbnb(宿泊施設)、リゾート(旅行・観光業)、京都府、寿司(フード・ドリンク)、高級リゾート(宿泊施設)、お酒(フード・ドリンク)、観光(産業)、ホテル(宿泊施設)、日本酒、日本(場所)、京都府、トリップアドバイザー(旅行・観光業)、Hotels.com(宿泊施設)、旅行(旅行・観光)、トリップ、Booking.com(旅行・観光業) Behaviors: よく旅行する人、頻繁に海外旅行をする人	336	13,452
	2024/2/22	2024/2/29	7	ページへの「いいね！」	18-65+	香港、台湾	Interests: アドベンチャー旅行(旅行・観光)、パッケージ(ソーシャルコンセプト)、大阪市、エクスベディア、エコツーリズム(旅行・観光)、祝祭日(イベント)、旅行サイト(ウェブサイト)、日本の観光、Airbnb(宿泊施設)、リゾート(旅行・観光業)、京都府、寿司(フード・ドリンク)、高級リゾート(宿泊施設)、お酒(フード・ドリンク)、観光(産業)、ホテル(宿泊施設)、日本酒、日本(場所)、京都府、トリップアドバイザー(旅行・観光業)、Hotels.com(宿泊施設)、旅行(旅行・観光)、トリップ、Booking.com(旅行・観光業) Behaviors: よく旅行する人、頻繁に海外旅行をする人	424	45,283
	2024/2/22	2024/2/29	7	ページへの「いいね！」	18-65+	香港、台湾	Interests: アドベンチャー旅行(旅行・観光)、パッケージ(ソーシャルコンセプト)、大阪市、エクスベディア、エコツーリズム(旅行・観光)、祝祭日(イベント)、旅行サイト(ウェブサイト)、日本の観光、Airbnb(宿泊施設)、リゾート(旅行・観光業)、京都府、寿司(フード・ドリンク)、高級リゾート(宿泊施設)、お酒(フード・ドリンク)、観光(産業)、ホテル(宿泊施設)、日本酒、日本(場所)、京都府、トリップアドバイザー(旅行・観光業)、Hotels.com(宿泊施設)、旅行(旅行・観光)、トリップ、Booking.com(旅行・観光業) Behaviors: よく旅行する人、頻繁に海外旅行をする人	149	21,592

- 欧米豪、東南アジア、台湾・香港の3市場に分けて広告を掲出しました。とくに台湾・香港はリピーターの多い重点市場と考え、広告費を多めに割り振りました。