

高知県の地域再興についての考察と検証

～YouTube を用いて～

1180487 宮森仁志

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

高知県は、経済的な面や少子高齢化、人口の過疎化から見て衰退している。つまり若年層に対して広報し認知を広める必要がある。高齢者よりも若年層に認知させることで、まずは高知に足を運んでもらい、次に定期的に高知を旅行地として来て頂けるようになってもらう。最後に高知に移住し県内に経済的な効果をもたらしていただくことが地域や高知県にとって必要な事である。

そこで若年層に届けるには私は YouTube を用いる事で若年層への拡散が期待できると考えた。よって本研究では高知に特化した動画を YouTube に投稿し続け、高知県の認知活動に勤しんだ。その結果、今のところ自分達の動画を見て移住したという人はいないが、県外から観光に来たという人や、県内の人が今まで知らなかった観光地に赴いたといった成果はあった。今後も、引き続き高知県に関する動画をあげ続け高知県への観光客や移住者を生みだしていくのだが、より多くの人を呼び込むには動画の投稿頻度を上げるということや、今のところ移住者は生まれていないので移住者が生まれるような動画作りを心がけていく必要がある。

2. 背景

現在、高知県が抱えている問題は様々なものがある。例えば、高知県民自体の人口減少（過疎化）（図 2-1）や、他都道府県からの転入者数より、他都道府県への転出者数の方が上回っていること（図 2-2）、それに加え、転出している人が若年層であるということ（図 2-3）、また、国内から高知県に来る観光客の少なさなどの問題を抱えている。

現に、国土交通省が発表している四半期ごとに「観光客数」や「観光消費額」を県別にまとめている観光入込客統計（参

加県数が 43 都道府県と最も多い平成 25 年のデータ）では県内外の旅行者の合計数で、高知県は最下位であった。（文献 1）

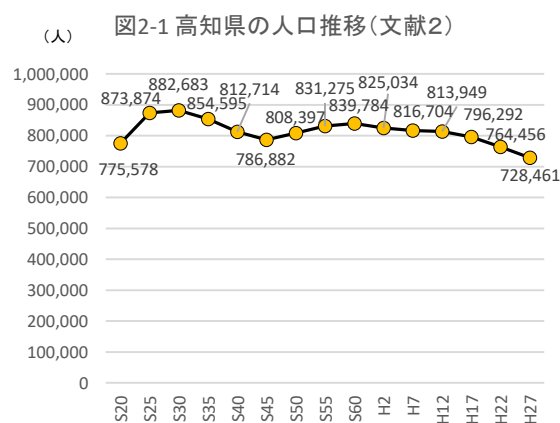


図2-2 高知県における他都道府県からの転入者及び転出者の推移(文献2)

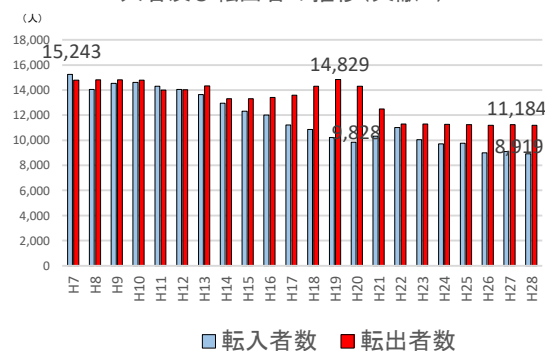
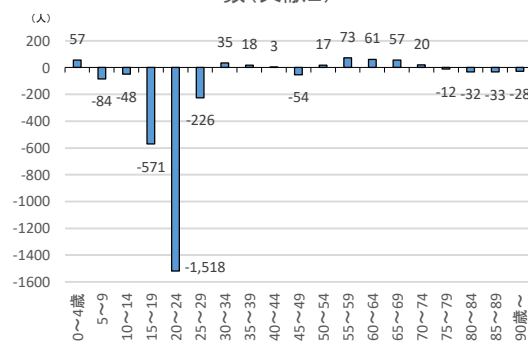


図2-3 平成28年 高知県の年齢別転入超過数(文献2)



それにより高知県が他県から見て、存在感が薄く感じられているのも納得がいく。

このように、高知県民自体の人口減少や観光客の少なさは高知県の魅力を全国の人が認知できていないということが一つの原因として考えられ、高知県の魅力を全国にもっと認知してもらうことが必要である。

近年、世界のメディアの中で YouTube というツールが無視できない存在になりつつある。それほどまで YouTube の持つ影響力が大きくなっている。そもそも YouTube とは、自分好みの動画や音楽など、ネットを通じて楽しむことが出来るツールで、機能としてはそのほかにも、自らが動画の配信主となり全国に自分の作った動画を配信することも出来る。その配信チャンネルは、自分の好きなようにチャンネル自体の色やブランドを作ることができる。動画を作り YouTube に投稿する人たちのことを俗に YouTuber と呼ぶ。この YouTuber は主に若年層に人気である。

3. 目的

YouTube というツールを使って、高知県への観光者や移住者など高知県の熱狂的な支持者を作る。

4. 研究方法

YouTube にて動画投稿活動を継続して行う。高知県に特化した動画を継続して投稿し高知県の熱狂的な支持者を作る。動画を撮影する際は施設や動画にうつる人物にその都度撮影許可を取る。動画の方向性として、高知県にある観光施設やイベント、高知にしかないお店や食べ物、高知県の歴史や偉人、県民性から方言など、様々な高知の魅力を取り上げ全国に配信する。

5. 結果

2016年11月12日に「ちゃがまらん」という名前で動画投稿を開始した。メンバーは自分も含めた大学生5人組で活動している。現在(2018年2月14日)、チャンネル登録者数1810人、総視聴回数258,320回、134本動画を投稿している。

その中で、高知に関連している動画は約70本である。なぜ、全て高知県に関係している動画ではないのかというと、この活動をしている途中、高知県には関係していないが YouTube を見る視聴者が好みそうで再生回数の見込める動画を配信し、自分たちの知名度を上げた後に高知県に関係する動画をあげ、高知県に関係する動画を見てくれる視聴者を増やすという策を行ったからである。その他にも、この活動をしていくにあたりちゃがまらんのファンになった固定視聴者を離さないためにチャンネル登録者が1000人達成したタイミングでファン感謝イベントとして、人数を限定して実際に自分たちと交流できる場を設けその様子を動画化し配信するなどといった事も行ったからである。

5.1 投稿した動画の再生回数

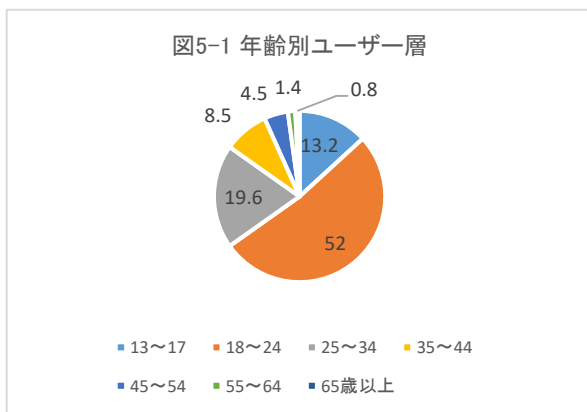
私たちが投稿した動画の中で一番再生回数の多い動画は2017/2/22に投稿した「【検証】高知のJKの恋愛はどうなっているのか???」というタイトルの、高知の女子高校生にインタビューをして普段どこにデートに行っているのかななどを聞く動画である。再生回数は28,938回となっている。この動画をとることになった経緯として、まず、YouTubeにおいてJK(女子高校生)というコンテンツは再生回数を稼ぐことのできるコンテンツで、一度僕らの知名度を上げるためにもJKというコンテンツを使った動画を作ろうとこの動画を企画した。しかし、この動画の評価を示す数値として高評価数121、低評価数52となっており、私たちがこれまで上げてきた134本の動画の中で一番多いバッド数となってしまった動画でもある。

次に再生回数の多い動画は、2017/1/10に投稿した動画「【検証】高知県民の前で落とし物したら何までなら拾ってくれるのか??」というタイトルの、仕掛け人である私たちが通行人の前で財布、芋けんぴ、帽子、飴、靴の順番で落としていき高知県民はどこまで拾ってくれるのかを検証した動画である。再生回数は21,933回となっている。この動画は、街中で目立つことをする動画は再生回数が見込めると思い企画した。案の定再生回数は多くなったがこれもまた高評価数162、低評価数が46と低評価数は多めである。

3番目に再生回数の多い動画は、2017/8/25 に投稿した「【ドラマ】高知の方言ほんとに理解しちゅう??土佐弁講座!!」というタイトルの、高知の方言である土佐弁を自分たちでドラマ仕立てにして紹介するという動画である。再生回数は9776回となっている。この動画は高知の方言を面白く伝えることができれば再生回数が伸びるのではないかと思い制作した。動画の評価もよく、高評価数119、低評価数3となっている。

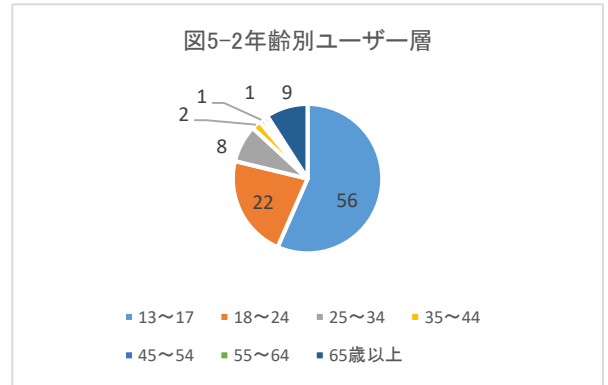
ちやがまらんの動画は低評価数が高評価数を上回る動画が一つもなく全体的に評価がいい。高評価数（低評価数との比率）は93%である。このことから、ちやがまらんの動画を見た93%の人はいい印象を持ってくれたということがわかる。

ユーザー層は男性55.8%、女性44.2%、年齢は13～17歳13.2%、18～24歳52.0%、25～34歳19.6%、35～44歳8.5%、45～54歳4.5%、55～64歳1.4%、65歳以上0.8%である。(図5-1)



ちやがまらんの動画に行き着く外部ソースとしてTwitter34.3%、不明または低頻度27.0%、YouTube10.0%、Facebook8.8%、kochi-arindo.com6.9%、Google Search5.8%、Naver2.2%、Yahoo Search1.5%、Safari アプリ0.5%、Gmail0.3%、line.me0.2%、Google0.2%、livedoor.jp0.2%、m.facebook.com0.2%、motion-gallery.net0.1%、bing.com0.1%、その他1.7%となっている。

ちやがまらんはYouTubeだけではなくTwitterも運営している。フォロワー8,030でユーザー層は、男性41%、女性59%である。年齢別で見ると、13～17歳56%、18～24歳22%、25～34歳8%、35～44歳2%、45～54歳1%、55～64歳1%、65歳以上9%である。(図5-2)



ちやがまらんの動画を見て「今まで知らなかった観光地を知った」というコメントや、実際に自分たちが高知県で行われるイベントなどに参加する際YouTubeやTwitterにて告知を行うとファンの方がイベントに参加してくださった。また、10/7に自分たちで開催したファンイベントには県内外から約30人の方が来てくださった。

・自分たちの活動によって観光客が増えたイベント

- ・GWに行われた黒潮町の「Tシャツアート展」というイベント
- ・赤岡町で行われた「絵金祭り」
- ・田野町で行われた「お化けストリート」
- ・居酒屋「はがじぞう」にてファンイベント
- ・赤岡町で行われた「絵金縦遊伝」という舞台
- ・桂浜で行われた年末イベント

現段階で私たちの活動によって高知県に強い興味を持ち、少数ではあるが実際に高知県に足を運んでいただくことが出来た。しかし、移住者を生み出すことはできなかった。

6. 考察

以上の結果より、当初の目的であった「高知県の熱狂的な支持者を作る」ことは観光客を増やすという面では十分とは言えないが達成できたと考える。しかし、今後より多くの観光客や移住者を獲得していくためには課題が多くあると考える。

7. 今後の課題

- ・知名度の向上

現在、動画の投稿頻度は1週間に3回ほどである。しかし、知名度を持った YouTuber は毎日動画を投稿することが基本であるため、ちやがまらんも毎日動画を投稿できるよう動画の撮影や編集などの効率を上げることや、スケジューリングを見直す必要がある。

- ・ターゲティング

この活動を行っていくにあたり、高知県を PR するという漠然とした目的しかなかったため、より細かい目的を見つける。動画一つ一つがペルソナが微妙に違うので、その都度どのような動画を作ればよいか考え動画作りに励む。

参考文献

・国土交通省 観光庁 共通基準による観光入込客統計(2018/2/14 アクセス) (文献1)

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/irikomi.html>

・高知県の人口データ | 高知県庁ホームページ (2018/2/14 アクセス) (文献2)

<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/jinkoumondai.html>

・あなたの県は何位？観光客数ランキングをまとめてみたら、京都や北海道は『埼玉以下』と判明 (2018/2/14 アクセス)

<https://www.kyochika.com/entry/2016/01/26>