

川越観光における SNS と情報媒体

本論文では観光と SNS、様々な情報媒体に焦点を当てたものである。近年、スマートフォンや SNS の普及などにより、情報の発信や取得が簡単になった。このことは観光においてもインターネットや SNS などを用いた PR や観光地の写真をメインにした投稿が盛んにおこなわれており影響を与えている。そして、テレビや雑誌などの情報媒体のほかに、「インスタ映え」による観光が行われているため、観光の動機や情報収集源などを調べるためにインスタグラムとその他の SNS、テレビや雑誌などの情報媒体に分けて調査を行った。

調査方法として、調査場所は埼玉県観光地として有名な川越市を調査場所を選定し、調査対象者は川越市に観光に来ていた観光客を調査対象とし観光のきっかけ、観光地の情報収集源などを中心にアンケートの質問を考え、川越観光における観光とメディア、メディアの関係を調査する。