

camell

「知ってもらおう、来てもらおう、買ってもらおう」ために
地域誘客と、情報発信の話

camellとは…

写真が好きな女性**14,700名**が参加！
日本最大級の写真コミュニティ。

#カメラガールズ**23.5万** 投稿

#東京カメラガールズ**28.2万** 投稿

#camell**1.8万** 投稿



数字で見るcamell

20～40代の写真・旅好きな女性が
全国から集まっている団体です。

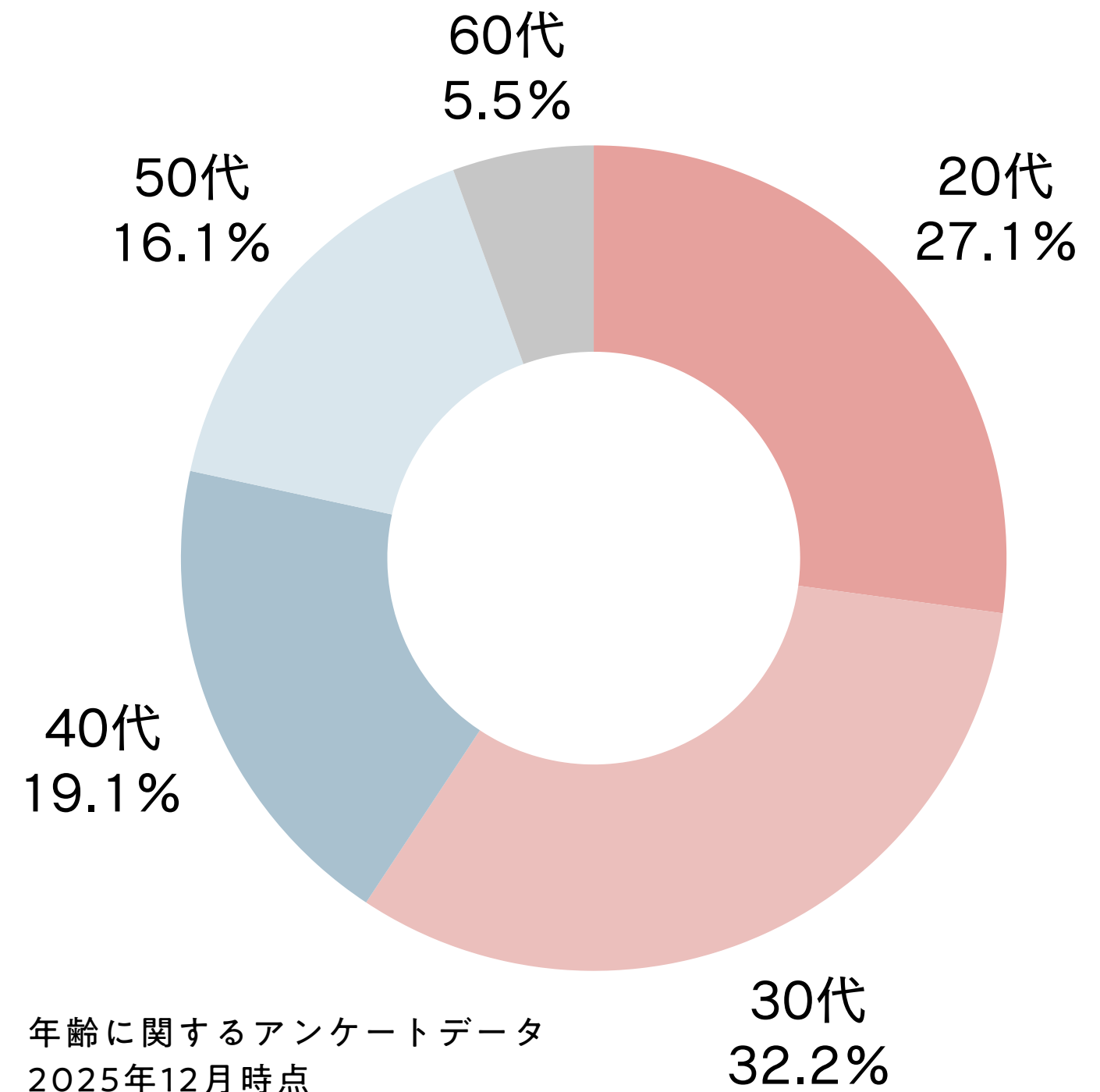
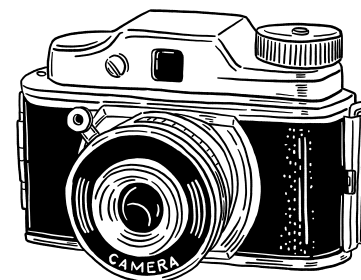
 メンバー数 約14,700名

 Instagram 約28,000名

 提供イベント 約300本/年

 WEBユーザー 約91,300名

全員が一眼カメラ・instagramを愛用し
お出かけや旅行を趣味としています。



写真×情報発信×UGC という文脈で、
160以上の地域をサポートしてきました。



地域の「情報発信」 予算をかけてやらなきゃいけない？

「プロに撮影を依頼しよう」「フォトコンをやろう」

「インフルエンサーを呼ぼう」

多くの地域が実施している、情報発信。

でもそれ、本当に“誘客”につながりますか？



わかっているけど、知られてない事実

実は…SNSで見たことをきっかけに、
旅先を決めるひとは少ない。



旅する地域が決まった後、
周遊場所を探すためにSNSを活用
するひとは多い

実際のアンケート

旅行先決めるのとSNS検索、どっち先？

人のSNS投稿から旅先を決める 16%

旅先が決まってからSNS投稿を見る 77%

SNSは参考にしない 7%

いいね・保存したあと実際に行く？

見返すことすらない 8%

行かないことが多い 46%

行くことが多い 41%

よく行く 5%

情報発信はすべきだけど、
広告予算はかけなくていい。



もしもインフルエンサーに発信を依頼しているなら
次のことを知ってほしい...





#PRは見られない

現在の人たちは「広告（案件）」に対して非常に敏感で、
少しでも「やらされている感」や「嘘くささ」を感じると
即座にスワイプして離脱します。





SNSの拡散性は、 フォロワー数に関係しない

事実、2026年現在、アルゴリズムは
「フォロワーとの関係性」から
「コンテンツそのものの興味・関連性」へ。
InstagramのルールやTikTokなどはすでに
フォロワー以外への拡散（おすすめ・発見タブ）が
主流になっています。



今はニッチな体験・ストーリー 普通の人「深い体験談」が伸びる時代！



「一次発信者（自ら体験した人）」を優遇するアルゴリズムへと舵を切りました。
特定のニッチな体験や、地域住民しか知らない深いストーリーは、AIが生成した情報や表面的なPR投稿との差別化要因になり、そういった投稿の閲覧を伸ばす仕組みに変わりました。

人々が深くシェアしたくなる『感動』を生み出すことが大事



今地域がやるべきこと

多様な選択肢の可視化

「自分らしさの時代（The Era of YOU）」への対応

The Era of YOU（ザ エラ オブ ユー）：個人が主役となって自分らしさや個性を追求する時代のこと
ブッキング・ドットコムが発表した日本を含む世界33カ国・約2万9,000人の旅行者を対象とした調査から導き出された2026年の旅行トレンド

例：モデルコース・体験の出し方と言えば。

- モデルコース：歴史探訪コース、女子旅コース
- 体験：棚田で稲刈り体験



▼モデルコース

- B級グルメを徹底的に味わいたい人のためのコース
- 週末に1万円で実現できる、お金がない時にも旅を実現するコース
- 愛犬と撮影スポットを巡るコース

▼体験

- A：何も考えず、体を動かす半日 — 無心で稲を刈る体験 —
- B：役割を分けて、一緒にやる — 親子・夫婦の稲刈り体験 —
- C：刈る・並ぶ・干すを撮る — 写真好きのための稲刈り体験 —



選択肢を多様化・トレンドに対応することで

1. **トレンドに対応**→地域への興味→**誘客**できる
2. 深い体験ができ**感動**を生み出す
3. **シェア**が生まれ、拡散される



理想

どのように表現するか？も大事



UGCの活用が重要

「User Generated Content（ユーザー生成コンテンツ）」の略で、一般の消費者（ユーザー）が自発的に作成・投稿した写真、動画、レビュー、口コミなどのコンテンツ全般を指します。
企業が作る広告よりも信頼性が高く、親近感があるため、マーケティングで活用されています。

従来



UGC



どちらの方が注目されるか・信頼性が高いか。

UGCの活用フロー

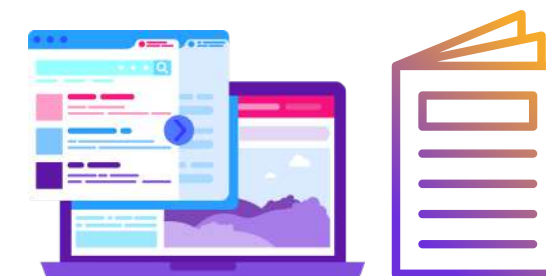
一般の人たちをたくさん呼んで、
それぞれ旅や体験をしてもらう。



そこで感じたことを、
言葉や写真にしてもらう。



それを活用して、たくさんの人に見せる



課題、要望などいつでもご相談ください。

解決方法を一緒に考えます。

Beetle

株式会社ビートル

〒136-0071 東京都江東区亀戸5-24-2 03-6809-7678

担当：田中 / tanaka@beetle-j.jp

