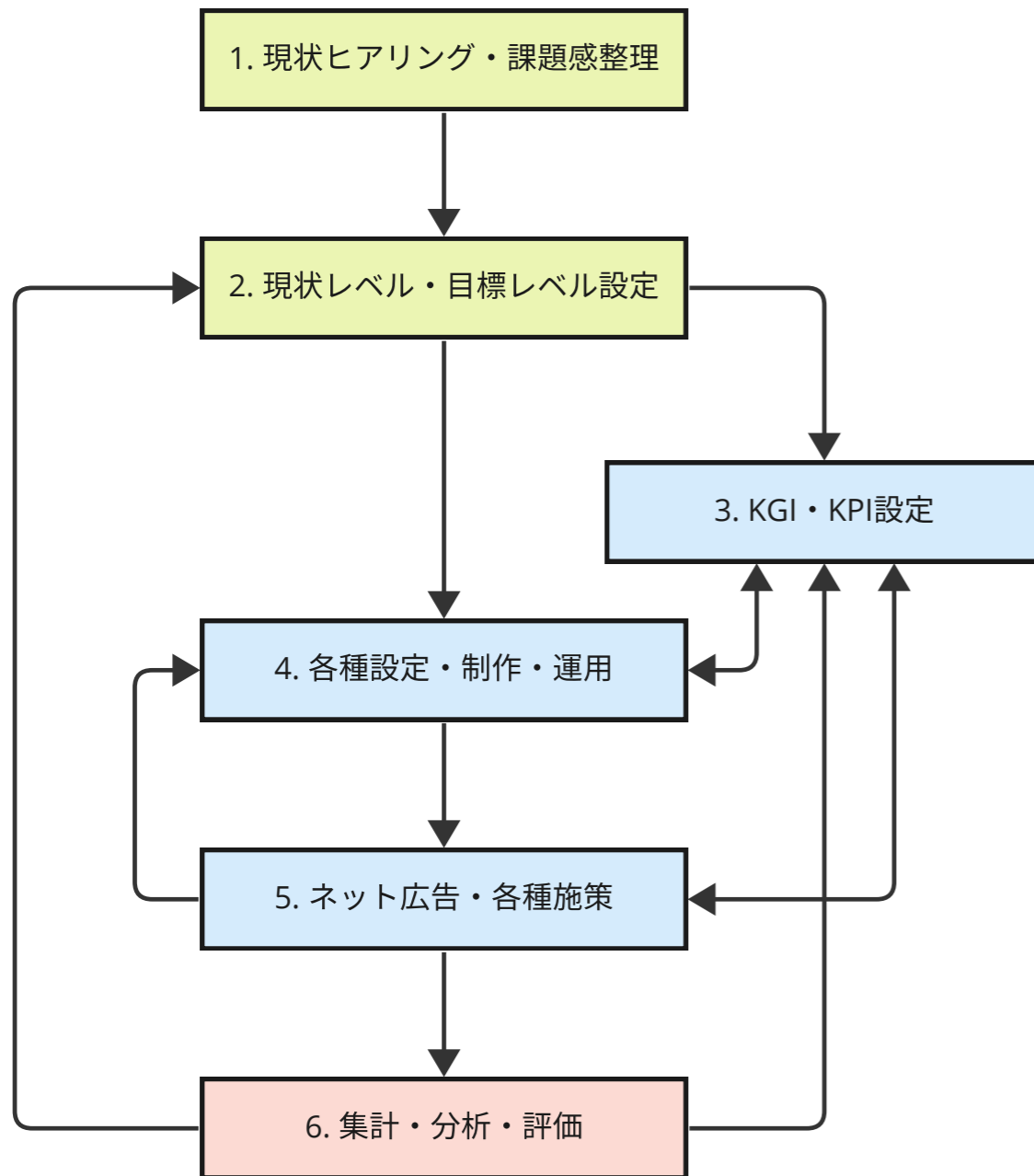


令和5年度 観光庁
「事業者間・地域間におけるデータ連携等を通じた観光・地域経済活性化実証事業」
実証事業③ モデルケース造成（データ活用）

勝山市観光まちづくり株式会社 様

【事業者】

実証事業の進行について



この実証事業では、

1. 現状ヒアリングおよび課題感の整理、現状レベルの評価および目標レベルの設定を含む初期フェーズからスタートします。
2. KGIおよびKPIの設定を行います。
3. KGIおよびKPIに基づいて、各種設定および制作を行います。
4. ネット広告および各種施策においては、担当者が自身でネット広告の出稿および運用を行います。
5. 集計、分析、および評価においては、最終的な数値分析および評価を実施し、この実証事業の効果測定および次年度以降の改善につなげます。

目的および目標としては、単に結果数値だけを求めるのではなく、上記一連の作業項目について事業者と伴走し、知識およびノウハウを共有することで、事業者が自走できる状態（内製化支援）を目指します。

評価ポイントの定義 - ネット広告

評価ポイントの各レベルについては、下記の内容として定義いたします。

ネット広告	
レベル0	ネット広告を一度も実施したことがなく、ネット広告の知識が全くない状態。
レベル1	広告代理店に依頼しネット広告を実施したことはあるが、ネット広告の詳細についてや出稿方法などについてはわからない状態。
レベル2	広告代理店に依頼しネット広告を複数回実施したことはあり、ある程度ネット広告についての知識や理解はあるが、自分自身での出稿・運用は行えない状態。
レベル3	自分自身でネット広告を出稿し、運用できる状態。
レベル4	パフォーマンスデータを分析し戦略的な広告プランを自身で作成、出稿・運用ができる状態。
レベル5	コンバージョン設計・設定を行い、費用帯効果を明確に数値化し広告戦略設計、出稿・運用ができる状態。

評価ポイントの定義 - SNS活用

評価ポイントの各レベルについては、下記の内容として定義いたします。

SNS活用	
レベル0	SNSアカウントを開設しておらず、運用を行っていない状態。
レベル1	SNSアカウントは開設し運用を開始しているが、定期的な投稿が行えておらず効果が全く出ていない状態。
レベル2	画像・動画・リンク等様々なコンテンツフォーマットやInstagram・Meta・Youtube・Xなどプラットフォーム毎の特性を理解した定期的な投稿が行えており、フォロワー数が継続的に成長している状態。
レベル3	インサイト分析を行い数値による評価、目標設定を行った運用を行いつつ、コラボ投稿などUGCを活用した更に高度な運用が実施できている状態。
レベル4	高精度の目標設定と効果的なコンテンツプランニング、厳密な目標数値設定と目標達成、持続的な成長にコミットした運用ができている状態。
レベル5	売上・集客・予約等、営業活動においての数値目標設定と結果が出せている状態。

評価ポイントの定義 - データ活用

評価ポイントの各レベルについては、下記の内容として定義いたします。

データ活用	
レベル0	保有するデータを全く活用していない状態。
レベル1	Google Analytics、SNSインサイト情報、売上情報等、保有するデータの閲覧は不定期に最低限実施している状態。
レベル2	保有するデータの集計、データの分析を行い、営業活動やマーケティング施策に活かしている状態。
レベル3	分析したデータを用いた事業戦略・マーケティング戦略を策定し、営業活動を推進している状態。
レベル4	毎週・毎月など定期的なデータ分析を可能にするデータ分析基盤の導入を行い、継続的かつ厳密なデータ分析・データ活用を推進している状態。
レベル5	データ分析を通じた収益予測が実施できている状態。

評価ポイントの定義 - ECサイト運用

評価ポイントの各レベルについては、下記の内容として定義いたします。

※ホームページの品質については、評価の対象外とします。

HP活用

レベル0	ECストアは持っているが、ストアの作り込みが完全ではなく、売上が全く出ていない状態。
レベル1	ECストアの作り込みは完全に完了しているが、売上に繋がるストアの最適化ができていない状態。またSNSなどの他チャンネルとの連携も未完了。
レベル2	ECストアの最適化・SNSなどの他販売チャンネルとの連携も完了し、売上アップに繋がる基礎的な準備が完了している状態。
レベル3	ネット広告の出稿を行い、売りたい商品の販売が推進できている状態。
レベル4	ネット広告の費用対効果（コンバージョン計測）をモニタリングし、適切な広告運用とストアの成長（持続的な売上アップ）が持続できている状態。
レベル5	ストア更新・在庫管理・配送等のストア運用体制の構築、販促計画や事業戦略に基づいたネット広告・SNS運用含めた各種デジタルマーケティング施策の運用を完全に推進し、持続的な売上アップ、利益確保ができている状態。

評価ポイントの定義 - 業務DX

評価ポイントの各レベルについては、下記の内容として定義いたします。

業務DX	
レベル0	パソコン・スマートフォンの端末やエクセル・ワード等の基本的なソフトの業務利用は行っているが、その他の先進的なSaaSシステムやITツールは活用できていない状態。
レベル1	担当者レベルにおいて、SaaSシステムやChat GPT等のITツールを部分的に使用している状態。
レベル2	担当者レベルにおいて、SaaSシステムやChat GPT等のITツールの業務利用が定着化している状態。
レベル3	組織全体で使用するSaaSシステムやChat GPT等のITツールの選定が完了し、業務利用が開始されている状態。
レベル4	組織全体でSaaSシステムやChat GPT等のITツールの業務利用が定着し業務の効率化が実現できている状態。
レベル5	組織全体でITツールを高度に活用し、生産性向上が大きく達成できている状態。

事業者紹介 勝山市観光まちづくり株式会社（事業者）

福井勝山お土産オンラインショップ（道の駅かつやま）

道の駅で取り扱う勝山市内のお土産はもちろん、福井県内のお土産や地場産品などいろいろ取り扱っております。

- 「もう1回購入したいけど、わざわざ行くのは大変・・・」
 - 「道の駅でしか売っていないあの商品が欲しい！」
 - 「勝山のお土産をあの人にぜひ送ってほしい」
- などにお応えします。

恐竜の専門店 RAPTORS（スーベニアショップふらぶとる）

日本最大級の恐竜グッズ取り扱い店。子供用から大人用、日用品から限定品まで恐竜に関する商品を幅広く取り扱っています。

恐竜のフィギュア、ぬいぐるみ、子供向けカトラリー、大人向けTシャツ、化石やお菓子、オリジナル商品など。

実証事業ご担当者様紹介

松本 ひろみ

2020年入社。恐竜専門のスーベニアショップ「ふらぶとる」に勤務する傍ら、2022年から開始したECサイトの構築から発送までの業務全般を担当する。また勝山市全体のお土産を取り扱う「福井勝山お土産オンラインショップ」の運用も担当しており、ECサイトの認知拡大、売上向上を目指す。その他に、会社企画の景品発送業務やSNSで店舗の情報発信、イベント補助なども行う。

細川 昌春

2021年度入社、普段は道の駅『恐竜渓谷かつやま』にて勤務。道の駅内イベント運営などの仕事も担当。



<https://www.katsuyama-souveniars.jp/>

1. 項目毎の課題詳細 - ネット広告

現在の状況

SNS広告の出稿経験はあるが、広告出稿毎のパフォーマンスデータの蓄積や広告毎の傾向分析は未実施。

課題点考察

広告出稿方法を統一し、企業アカウントを使用したデータの一括管理を行い、円滑にパフォーマンスデータが確認・蓄積できる環境の構築が必要です。

今回の実証事業を通じて、アカウントの使用環境を整備しながらネット広告の基礎知識（ターゲットの選定・クリエイティブの作成・出稿方法・チューニング方法）を学び、自身でネット広告の出稿を行うことでネット広告運用における全体像を理解することを目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - SNS活用

現在の状況

SNS運用の重要性は理解しているが、画像編集等のツールを扱えるスタッフが少なく、継続的に投稿を行えるフローが構築されていない。投稿クリエイティブの品質が一定していないため、ブランドイメージの発信が十分でない。

課題点考察

運用フローの整理を行い、担当者以外の人でも一定の品質のクリエイティブ作成・投稿が行える環境を構築する必要があります。

今回の実証事業を通じて、CANVA等の画像編集ツールを使用した投稿クリエイティブの品質向上を図ります。

1. 項目毎の課題詳細 - データ活用

現在の状況

店舗の売り上げデータは店長等が閲覧し商品展開の参考としている。
一部ECサイトのアクセス解析データは閲覧しているが、売上との関連性や商品の見直しには活用されていない。
データの評価と分析に関する知識が必要と考えている。

課題点考察

売上データの見方・評価方法を担当者レベルで理解することで、保有しているデータは商品内容の見直しや販売施策の検討に有効な判断材料となります。

今回の実証事業ではECサイトに関する広告出稿を行い、パフォーマンスを取得し評価を行うことで、ECサイトの売上向上につながる施策を検討します。

1. 項目毎の課題詳細 - HP活用

現在の状況

道の駅ECサイトは公開されているが、新着情報や商品詳細ページの情報が多く購入につながっていない状態。

課題点考察

勝山ナビなど主要サイトにはリンクバナーが設置されていますが、視認性が低くECサイト自体の認知度が低い状況です。また、商品詳細ページが必要最小限の文字で構成され、ユーザーに興味を持たせるような情報が記載されていません。

今回の実証事業を通じて、まずUI／UX・サイトデザインや運用の見直しを実施します。現在売れている商品をメインに据えた広告を出稿し、ECサイト自体の認知度向上を図ることで、広告商品以外のオリジナル商品等の売り上げ向上による利益増を目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - 業務DX

現在の状況

現場スタッフとの間でコミュニケーションツールは導入されている。商品詳細ページやSNS投稿の文章・画像作成に時間がかかり、繁忙期にはECサイトに注力できない状態。

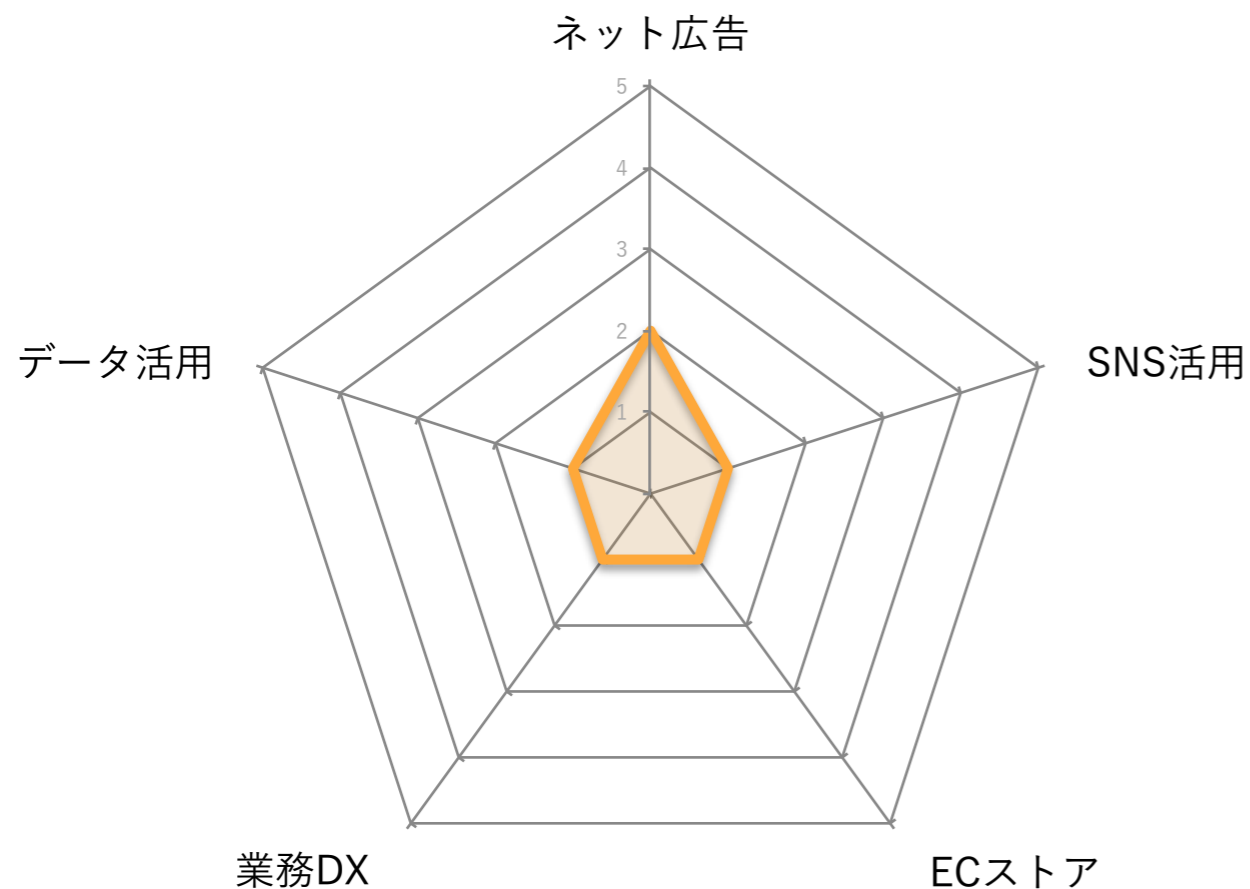
課題点考察

ChatGPTの使用・投稿画像のフォーマット化による所要時間の短縮・効率化が考えられます。

今回の実証事業を通じて、ChatGPTを使用した文章作成や画像編集ツールによるクリエイティブ制作を実施することによる作業の効率化を目標とします。

1. 項目毎の現状評価

ヒアリングした結果に基づき、項目毎の現状レベルを下記に評価いたします。



ネット広告

SNS広告の出稿経験はあるが、データの蓄積・傾向分析が不十分である。

SNS活用

定期的な自社投稿は実施できているが、画像クリエイティブの品質が一定していない。

データ活用

売り上げデータ等は一部社員が閲覧しているが、商品展開等の根拠として可視化されていない。

HP活用

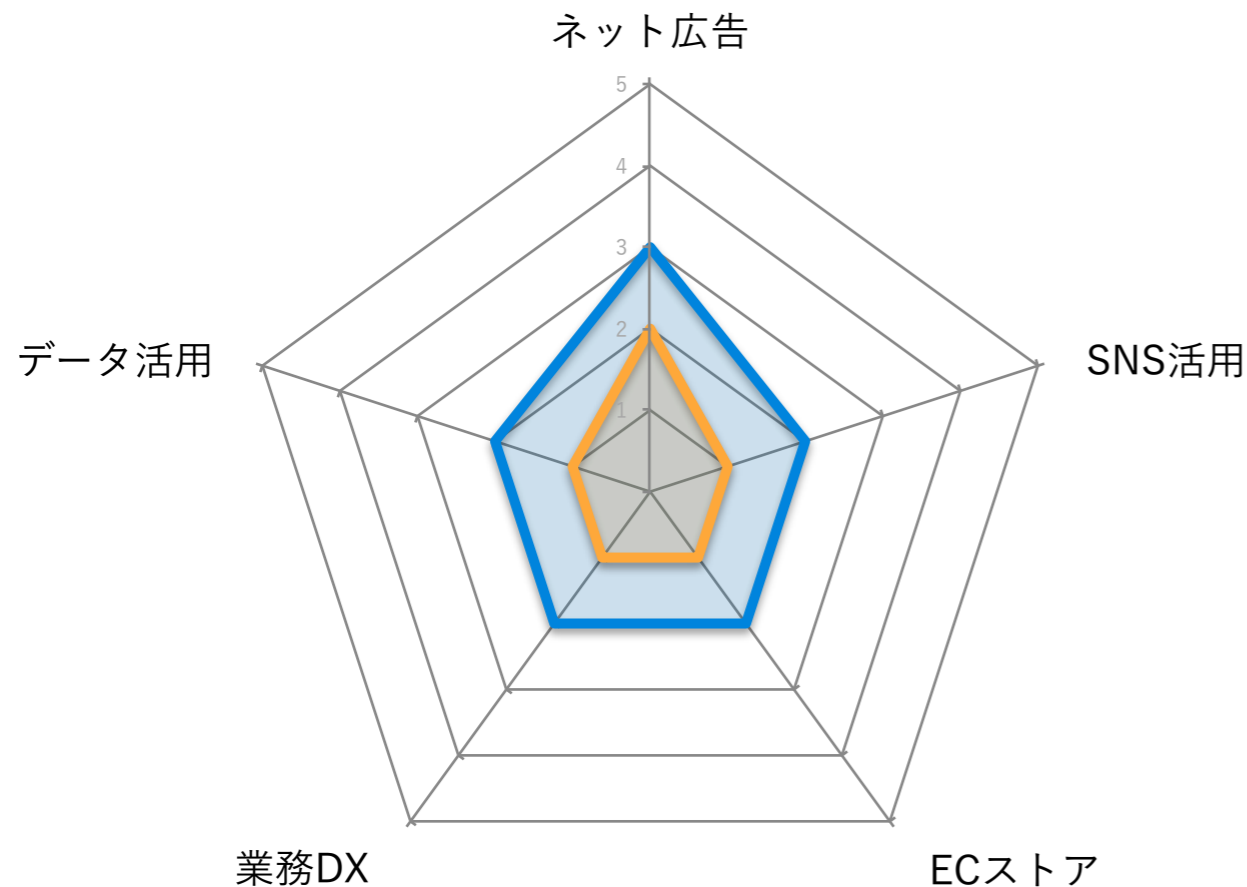
商品詳細ページの情報が多く、ユーザーに買いたいと思わせる取り組みが行われていない。

業務DX

現場スタッフ間でコミュニケーションツールは導入済み。タスク管理の必要性について議論が必要。

1. 実証事業終了時の目標レベル

当実証事業終了時の目標レベルを下記に設定いたします。



ネット広告

広告パフォーマンスから必要な情報を読み取り、次の広告や試作に活かすことができる。

SNS活用

UGCを活用し、より効率的な情報発信を行うことができる。

データ活用

事業担当者が随時閲覧できるダッシュボードを設置し、リアルタイムで事業の改善を協議できる環境を構築する。

HP活用

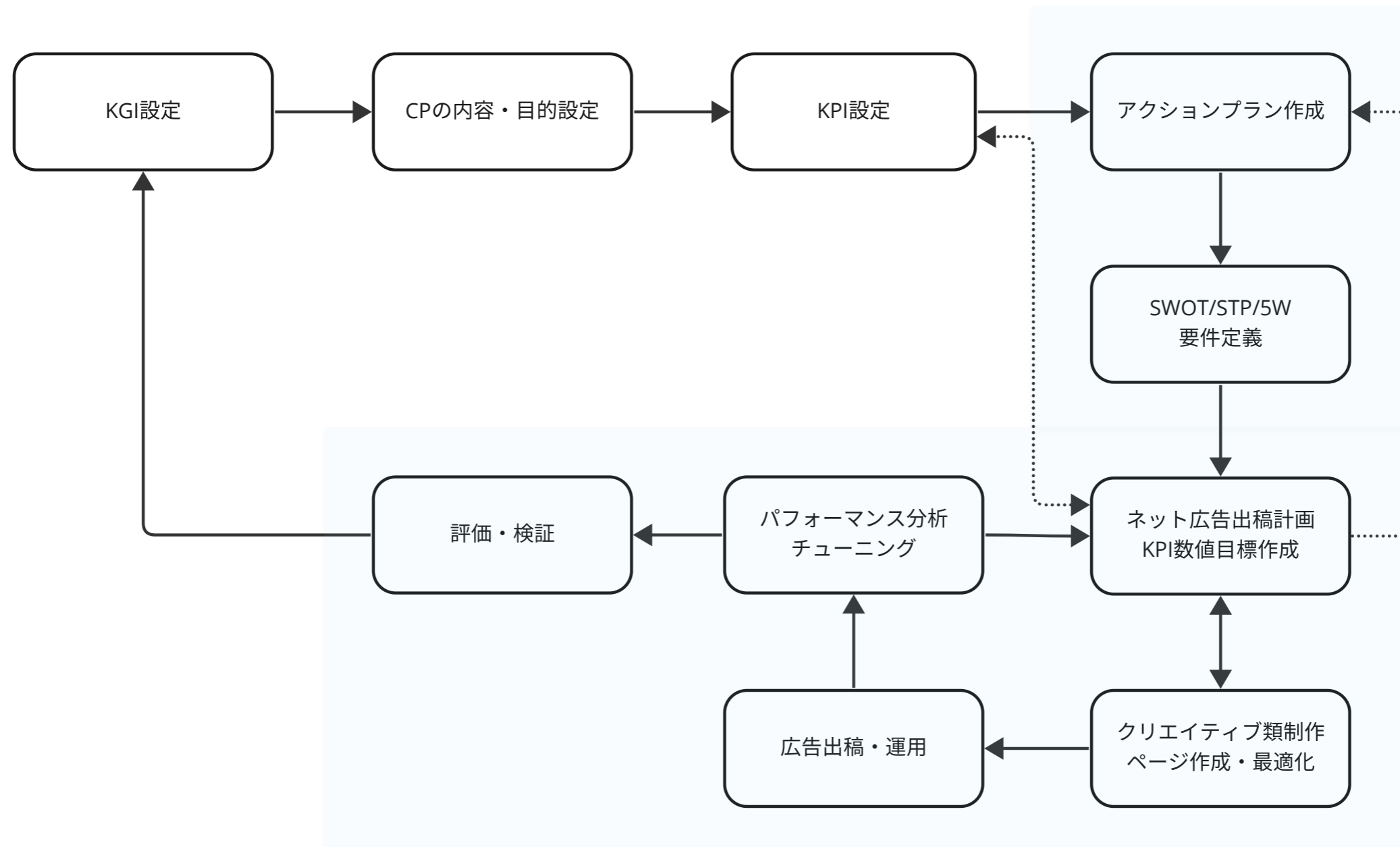
エリア全体の情報発信を含むコンテンツマーケティングの考え方を理解し自走できる。

業務DX

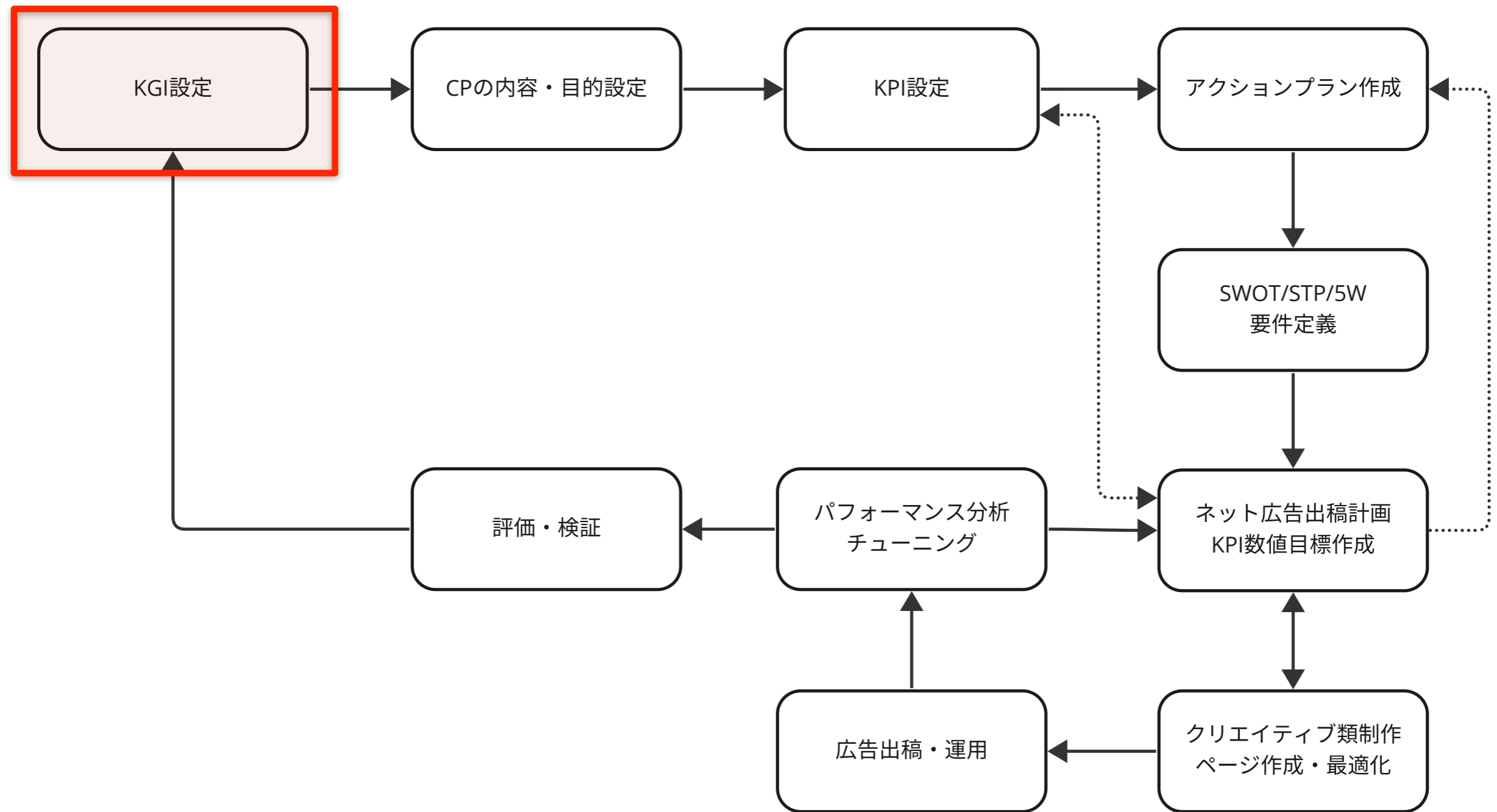
SNS運用・HP活用・データ活用においてITツールを活用し作業効率を向上させることができる。

2. ワークフロー

当該実証事業における主要な目的の一つは、ネット広告の分野におけるPDCA（Plan-Do-Check-Act）サイクルを理解し自走できるようになることです。この目的を達成するために、以下のワークフローを基に事業を進行します。



2. KGI設定



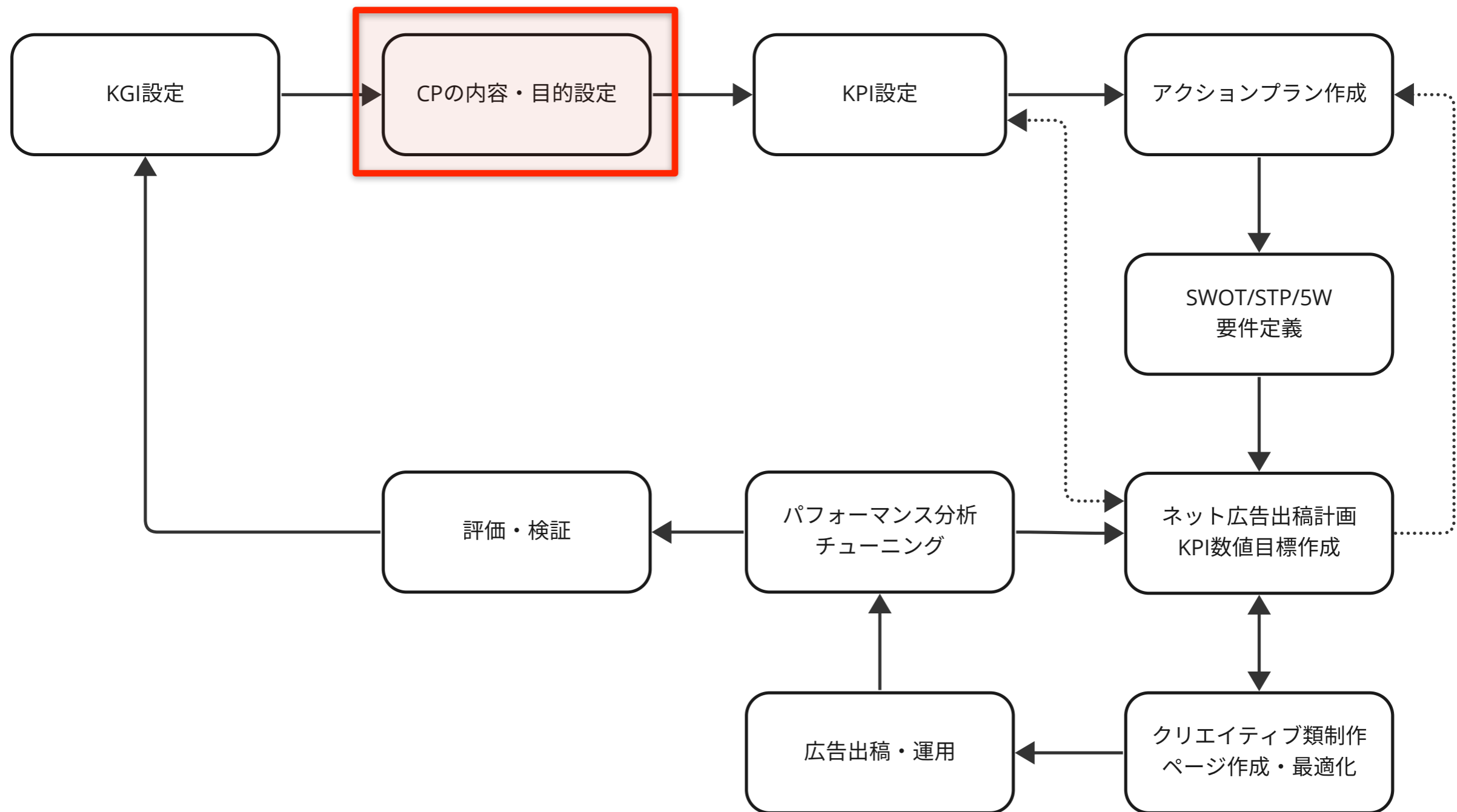
2. KGI設定

KGI（経営目標達成指標）



デジタルマーケティング施策やリアル・アナログ全域における協会全体の取り組みを包括的に評価する指標として、サイトユーザー数をKGIとして設定します。サイトユーザー数をKGIとして設定するに辺り、毎月の数値結果を評価する必要があるため、10～11月の期間を対象期間と設定します。

対象期間	使用する指標	先月売上実績 (金額)	当月売上実績 (金額)	先月売上実績 (件数)	当月売上実績 (件数)	当月売上目標金額 (先月比300%)	目標達成率 (先月比)
2023年9月		-	19,710	-	5	-	-
2023年10月	月間売上先月比	19,710		5		59,130	
2023年11月	月間売上先月比						

2. キャンペーンの内容・目的設定



2. キャンペーンの内容・目的設定

	対象期間	対象の企画	企画の概要
1	2023年10月 下旬～11月末	 <p>羽二重くるみ 取り扱い開始</p>	<p>勝山エリアの菓子類として認知度が高く、道の駅実店舗でも人気の「羽二重くるみ」を道の駅ECサイトで取り扱いを開始することにしました。この商品はこれまで製造元以外では勝山の道の駅実店舗でしか取り扱っていなかったため、特別感の演出が可能となりました。</p> <p>「羽二重くるみ」を前面に出した広告クリエイティブを作成し、すでにこの商品を知っているが遠方で買えない人をターゲットに、愛知・大阪・東京エリアへ広告を出稿しました。</p>
2	2023年10月 下旬～11月末	 <p>羽二重くるみ 取り扱い開始 (福井県内向け)</p>	<p>上記1の広告について、広告クリエイティブ等はそのままに、福井県内のみに向けた広告を出稿しました。県外・県内向けそれぞれの需要を図ることを目的としています。</p>

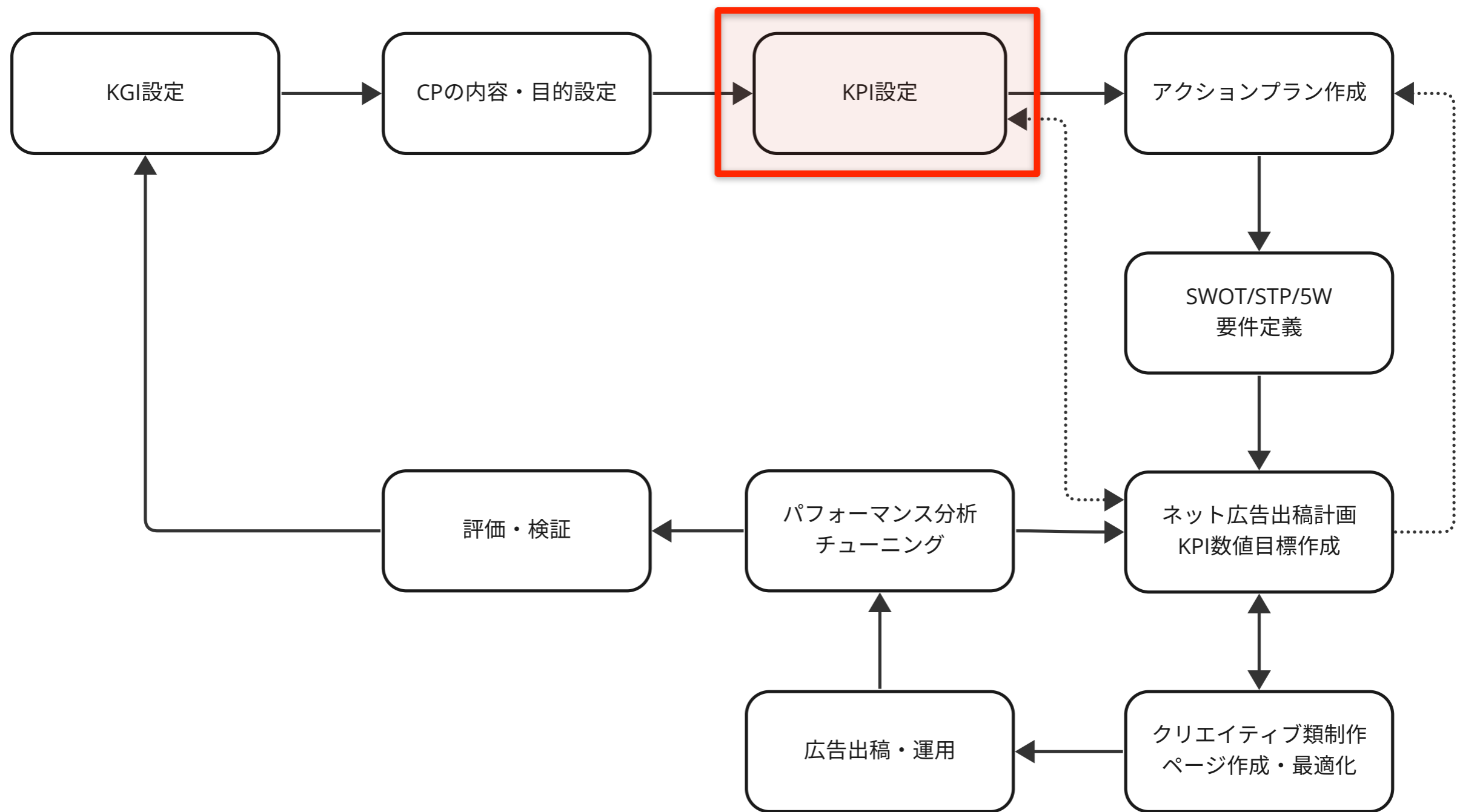
2. キャンペーンの内容・目的設定

	対象期間	対象の企画	企画の概要
3	2023年11月上旬～末日	<p>重くるみ入り 物セット</p>  <p>福井の有名なお菓子を贅沢に詰 お得にいろいろ楽しみたい方</p>	<p>ふくい銘菓 羽二重くるみ入り 福井名物セット</p> <p>羽二重くるみを含む福井県内の銘菓をセット商品として販売し、ネット広告を出稿しました。 羽二重くるみ単品の販売数のほかにセット商品としての販売数を確保しておくことで、割引価格によるお得感のほか、羽二重くるみ単品が売り切れとなった際にユーザーが購入することが期待されます。</p>
4	2023年11月上旬～末日	<p>重くるみ入り 物セット</p>  <p>福井の有名なお菓子を贅沢に詰 お得にいろいろ楽しみたい方</p>	<p>ふくい銘菓 羽二重くるみ入り 福井名物セット (福井県内向け)</p> <p>上記3の広告について、広告クリエイティブ等はそのままに、福井県内のみに向けた広告を出稿しました。県外・県内向けそれぞれの需要を図ることを目的としています。</p>

2. キャンペーンの内容・目的設定

	対象期間	対象の企画		企画の概要
5	2023年11月 上旬～末日		福井勝山お土産 Online Shop	ECサイト自体の認知度向上を目的に、道の駅ECサイトのネット広告を出稿しました。
6				

2. KPI設定



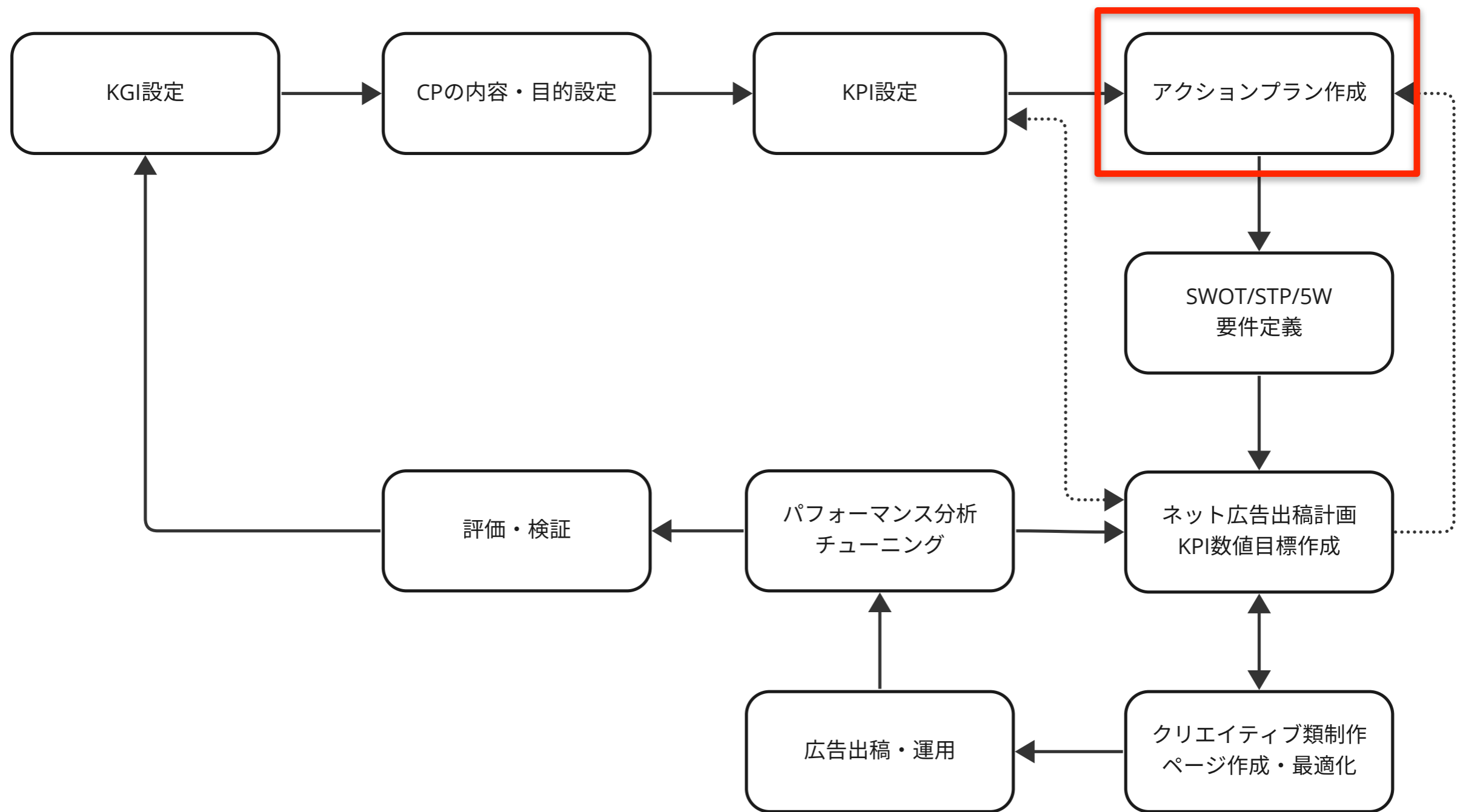
2. KPI設定

月毎のKPIリスト

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)
2023年10月	商品の追加・商品ページの最適化、ECサイトの最適化	合計2回のネット広告CPを実施し合計500人のユーザーをサイトに誘引する。	昨年比103%の店舗入込数を達成する。	
2023年11月	合計6回のネット広告CPを実施・継続し、合計10,400人のユーザーをサイトに誘引する。	昨年比103%の店舗入込数を達成する。		

※ネット広告キャンペーンにおける数値目標詳細、SNSでの情報発信における数値目標については別ページ参照

2. KPI設定



2. アクションプラン

1) 基本設定類

1. Metaビジネススイートの導入・設定確認・ドメイン認証・ピクセル設定・広告アカウント開設
2. GA4のアクセス権限招待・設定状況確認・分析ダッシュボード導入
3. サイト管理状況の確認（管理会社・管理状況・更新プロセス等）
4. 実証事業用のAsana、Slackの導入、使用方法レクチャー
5. 共有用ドライブ・ファイルの作成、共有

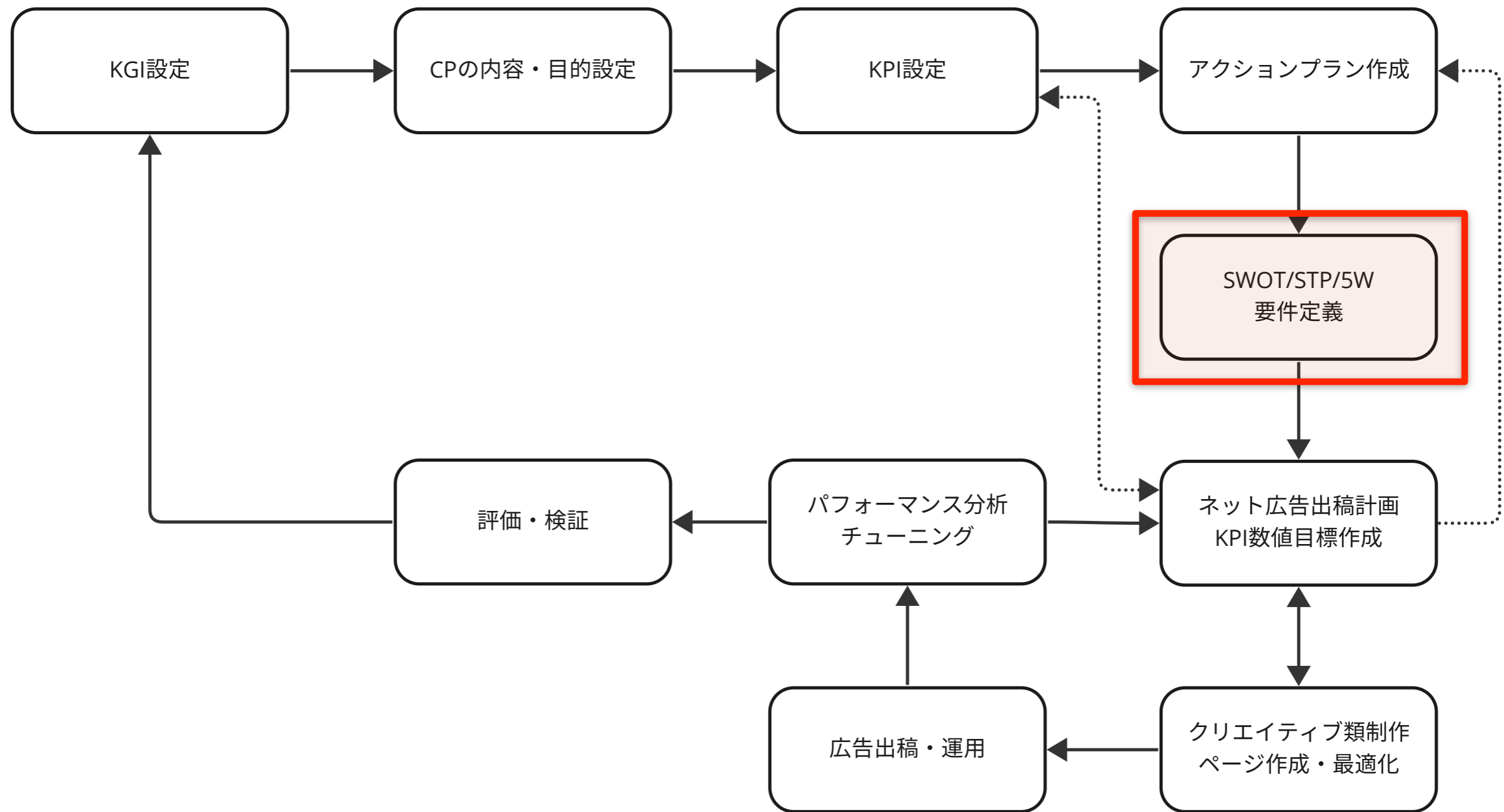
2) ECサイト「くるみ羽二重取り扱い開始」「福井名物セット」キャンペーン

1. 企画の検討、要件定義、STP・5Wの設定
2. ランディング記事の公開
3. ネット広告の出稿
4. ネット広告の結果評価

3) ECサイト認知拡大キャンペーン

1. 企画の検討、要件定義、STP・5Wの設定
2. 広告バナー作成
3. ネット広告の出稿
4. ネット広告の結果評価

2. KGI設定



2. SWOT

恐竜渓谷かつやま道の駅 ECサイト

Strengths - 強み	Weaknesses - 弱み
<ul style="list-style-type: none"> • 実店舗が約4000種類の福井のお土産品を扱う(道の駅)様々なコンセプトを作りやすい。 • オリジナル商品の開発に力を入れている。(例:勝ち山羽二重、飴缶、バウム) • オリジナル商品の利益が高い。 • 実店舗でサイトのチラシ配り、SNSでの周知が可能。 • 福井のお土産品が購入できる。(BASE) • 全国的な認知度のある和洋混ざったお菓子を取り扱っている。(羽二重くるみ) • 恐竜の型抜きしながら食べられる他にないユーモア商品。(バウム) • 福井の銘菓である羽二重餅をパンの上に乗せてトーストする新食感の商品。(Have tae TOAST) • 県内のメディアで紹介されたことがある。(羽二重くるみ、Have tae TOAST、こふパン、バウム) • 激辛好きをターゲットに商品が売ることができる。(ジョロキング) • 羽二重餅を冷やして食べる方法が珍しい菓子。(勝ち山羽二重) • 味が想像しやすいため、購入しやすい。(飴缶、バウム) 	<ul style="list-style-type: none"> • ラッピングギフトに対応していない。 • SEOが弱い。 • 客単価が低い。 • SNSからの導入が弱い。 • 商品の紹介文、商品画像が弱い。 • メルマガ、ライン等での配信ができていない。 • カテゴリにまとまりがない。(特にBASE) • 実店舗との在庫共有の方法に改善が必要。 • 勝山市の特産品が少ない。 • 競合他社の商品価格が安い。 • 手に取って実際の商品を見ることができない。(素材感など分かりづらい) • 利益が低いため、数を売らなければならない。(羽二重くるみ) • 味が想像しやすいため、珍しい物好きにうけない。(飴缶、バウム) • オリジナル商品の認知度が低い。(勝ち山羽二重、飴缶、バウム) • 激辛好きしか購入されない可能性がある。(ジョロキング)
Opportunities - 機会	Threats - 脅威
<ul style="list-style-type: none"> • 北陸新幹線の開通により、『福井』がメディアに出る機会が増加した。 • 世界三大恐竜博物館がある地域。 • コロナの影響によりECサイトの需要が高まった。 • 恐竜博物館がリニューアルしたことにより、検索されやすくなった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 競合他社が多い。 • メーカーより価格の値上がりが尽きない。 • ネット環境がある人しか購入できない。 • ECサイトの高齢者の利用が少ない。 • リニューアル後の勢いが落ち、恐竜博物館の興味を持つ人が減ったとき。 • 冬季は雪等の影響で客足が少なくなり、勝山への興味が薄れる可能性がある。

2. STP

恐竜渓谷かつやま道の駅 ECサイト

セグメント	ターゲット	ポジショニング
情報収集：インスタグラムを利用する人	性別：男性、女性	福井、勝山のお土産品・特産品を取り扱う
家族構成：低学年ぐらいまでの子供がいるファミリー	年齢：30代～60代	いろいろなジャンルの恐竜商品を取り扱う
既婚未婚両方(既婚者は子供のために、未婚者は自分の趣味に)	地域：全国、福井	オリジナル商品が多数あるため限定として販売できる。(食品～日用品)
フィギュアのコレクション集め、旅行を趣味とする人／限定品・ご当地物が好きな人		リニューアルして恐竜博物館を検索する人が多いので、「恐竜博物館」でSEOを強化すればサイトの周知ができる
インドアタイプ、仕事等忙しく自分の時間が少ない人		
誰かにプレゼントを贈りたい、商品に対する興味、恐竜が好き、お土産を買い足したい人、荷物になるのが嫌な人		
恐竜博物館を調べる人、福井県を調べる人		

2. 5W2H

羽二重くるみ取り扱い開始CP

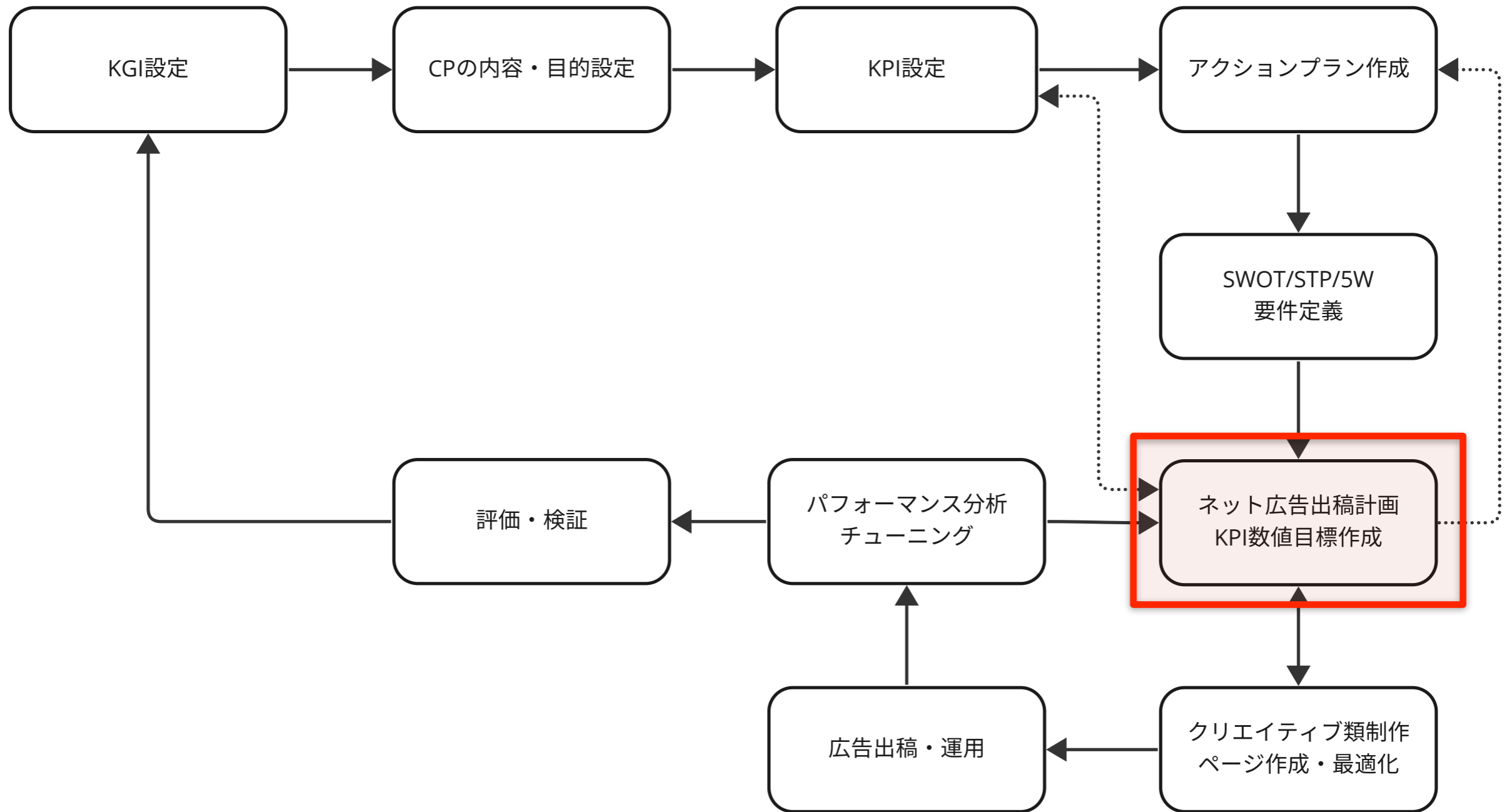
5W	ターゲット	内容
When	時期	2023年10月～11月
Where	広告配信面	Instagram・Meta フィード広告
Who	セグメント ターゲット	日本国内／福井県内
What	何を訴求するか	製造元以外で初めてEC取り扱いを開始
Why	セールスポイント	勝山エリアで非常に人気がある和菓子
How	どのように買うか・ 予約するか	ECサイト
How much	価格面の訴求	店頭と同価格・送料別

2. 5W2H

福井名物セットCP

5W	ターゲット	内容
When	時期	2023年11月
Where	広告配信面	Instagram・Meta フィード広告
Who	セグメント ターゲット	日本国内／福井県内
What	何を訴求するか	羽二重くるみを含む県内人気商品のセット
Why	セールスポイント	羽二重くるみ単品で売り切れの場合も セット商品であれば割引価格で購入可能
How	どのように買うか・ 予約するか	ECサイト
How much	価格面の訴求	セットの場合は割引価格

2. ネット広告出稿計画（KPI数値目標作成）



2. ネット広告出稿計画（KPI数値目標作成）

当実証事業で使用するネット広告については、下記のプラットフォーム／種類／目的／指標を使用いたします。

広告の配信プラットフォーム	広告の種類	目的	指標	目標単価
Instagram／Meta	画像／動画	クリック数 (広告のクリック)	CPC (1クリック辺りの単価)	30～150
		リーチ数 (広告が表示されたユーザー数)	CPM (1,000人辺りのリーチ単価)	100～500
		コンバージョン数 (購入数・予約数)	CV数 (発生したコンバージョン数)	内容によって異なる
Google	検索キーワード	クリック数 (広告のクリック)	CPC (1クリック辺りの単価)	30～150
		コンバージョン数 (購入数・予約数)	CV数 (発生したコンバージョン数)	内容によって異なる

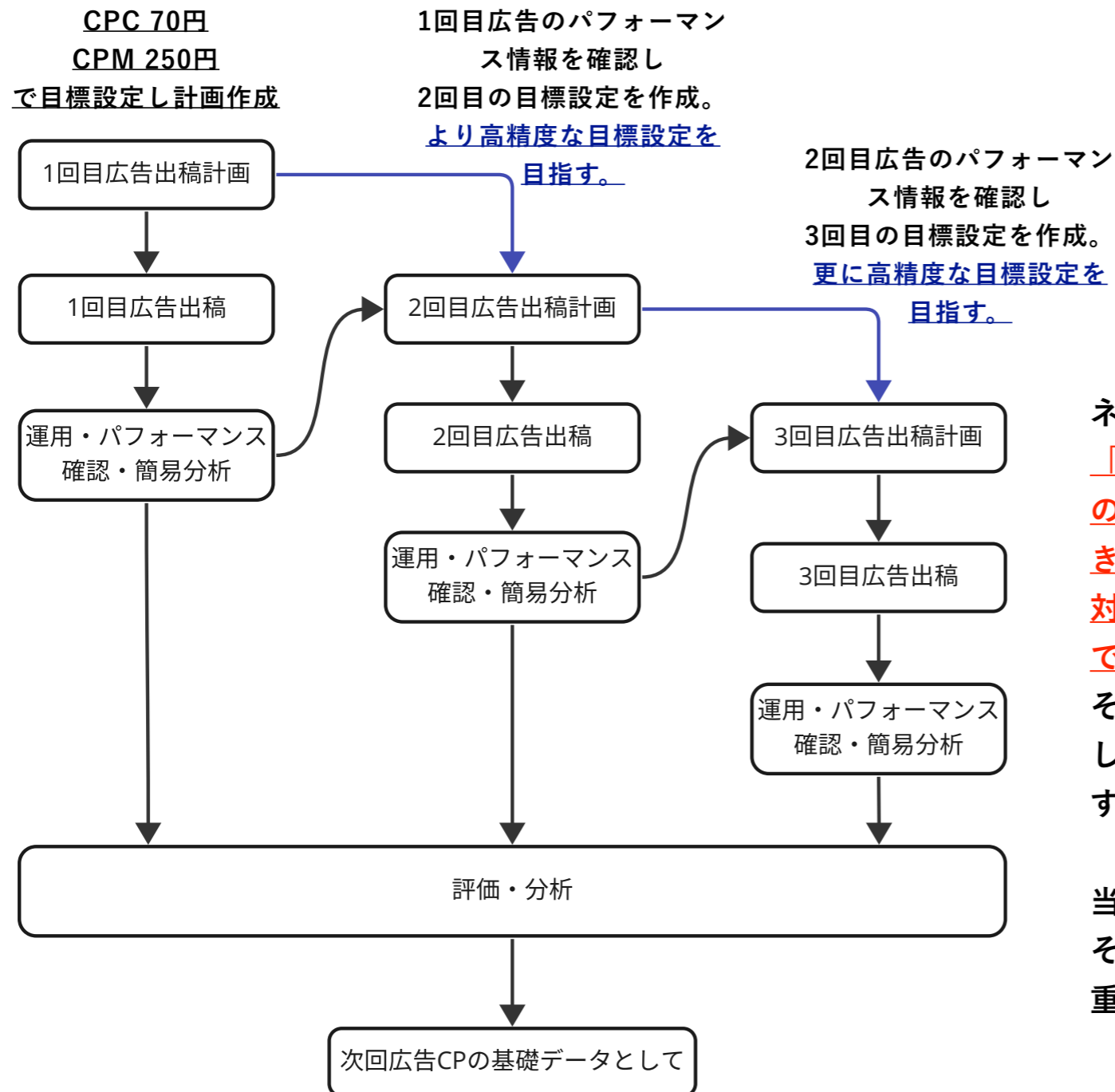
目標単価については、業種・内容によって幅が広い為

1回目の広告キャンペーンではCPCについては70円

CPMについては250円を初回目標単価として設定し

2回目以降については1回目のパフォーマンスをもとに目標単価設定を行います。

2. ネット広告出稿計画（ネット広告戦略）



ネット広告における重要な点は、「どのような広告」が「どのようなセグメント・ターゲット」に対して、「どのような結果（パフォーマンス）」を生み出すことができるのかについて、計画段階より高精度で予測し目標に対して、限りなく高精度で目標・目的を達成することができる状態に到達することだと考えられます。

その為にはより多くの広告パターンによるデータを蓄積し、数値結果を分析することで精度が高まっていきます。

当実証事業では、目標の達成率だけでなくそういったデータの蓄積・計画の精度を磨き上げる点に重点をおいた広告戦略を実施いたします。

2. 10月ネット広告出稿計画（KPI数値目標）

	エリア	プラットフォーム	配信面	目的	年齢	趣味関心	推定オーディエンスサイズ	開始日	終了日
広告CP1回目 くるみ羽二重	愛知、大阪、東京	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	35 - 65+	伊勢丹、高島屋	2,700,000 - 3,100,000	10/25	10/31
	福井	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	35 - 65+	伊勢丹、高島屋	163,700 - 192,600	10/25	10/31

2. 10月ネット広告出稿計画（KPI数値目標）

	エリア	プラットフォーム	配信面	指標	目標単価 (円)	当月設定 予算 (円)	目標合計数	結果単価 (円)	当月消化予算 (円)	合計数結果	達成率
広告CP2回目 くるみ羽二重	愛知、大阪、 東京	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	70	28,378	405	13	16,284	1,280	316.0%
	福井	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	70	9,459	135	10	8,199	790	585%
	当月合計・平均					37,837	540	23	24,483	2,070	383.3%

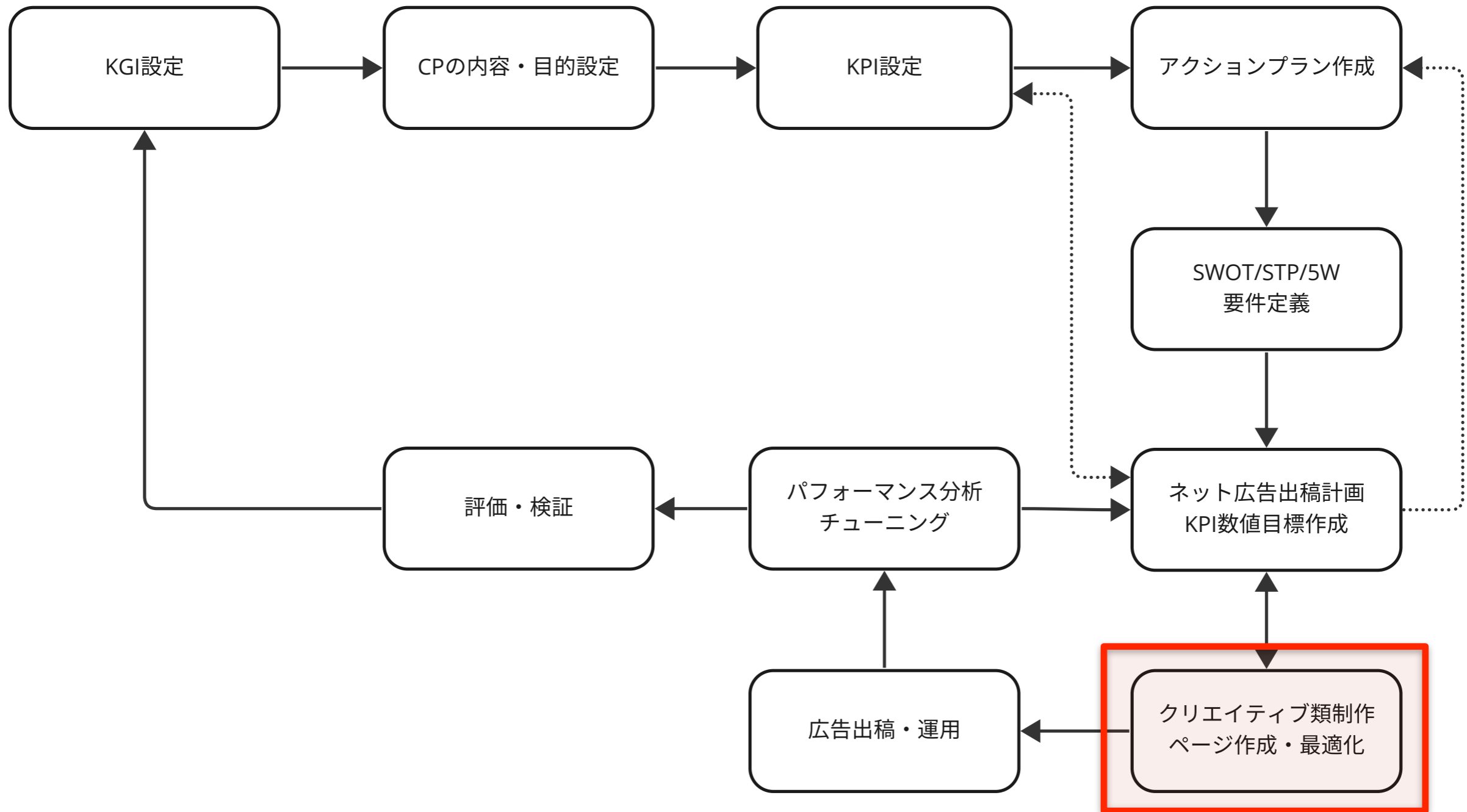
2. 11月ネット広告出稿計画（KPI数値目標）

	エリア	プラットフォーム	配信面	目的	年齢	趣味関心	推定オーディエンスサイズ	開始日	終了日
広告CP1回目 くるみ羽二重	愛知、大阪、東京	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	35 - 65+	伊勢丹、高島屋	2,700,000 - 3,100,000	11/1	11/30
	福井	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	35 - 65+	伊勢丹、高島屋	163,700 - 192,600	11/1	11/30
広告CP2回目 ECサイト	-	Google	検索広告	クリック	-	-	-	11/1	11/30
広告CP3回目 名物セット	日本	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	25 - 65+	-	34,200,000 - 40,300,000	11/6	11/30
広告CP4回目 名物セット	日本	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	25 - 65+	-	204,400 - 240,500	11/6	11/30
広告CP5回目 ECサイト	日本	Meta, Instagram	フィード画像	クリック	18 - 65+	-	52,200,000 - 61,400,000	11/7	11/30

2. 11月ネット広告出稿計画（KPI数値目標）

	エリア	プラットフォーム	配信面	指標	目標単価 (円)	当月設定 予算 (円)	目標合計数	結果単価 (円)	当月消化予算 (円)	合計数結果	達成率
広告CP1回目 くるみ羽二重	愛知、大阪、東京	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	70	121,622	1,737				
	福井	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	70	40,541	579				
広告CP2回目 ECサイト	-	Google	検索広告	CPC	70	100,000	1,429				
広告CP3回目 名物セット	日本	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	30	100,000	3,333				
	日本	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	30	50,000	1,667				
	日本	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	30	50,000	1,667				
	当月合計・平均					462,163	10,412	0	0	0	

2. クリエイティブ類制作・ページ作成・最適化



2. クリエイティブ類制作・ページ作成・最適化

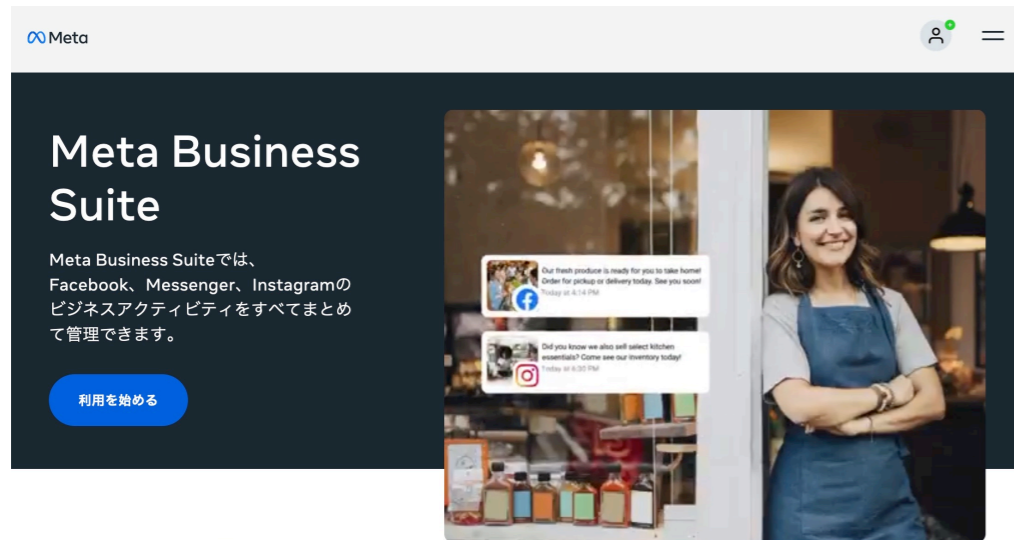
当実証事業では、Meta社が提供するMeta BUSINESS SUITE、Google社が提供するGoogle広告、その他バナー画像制作で使用するCanvaやテキスト作成・校正においてChat GPTを一部使用します。

<p>Meta Business Suite</p>		<p>Meta Business Suiteでは、FacebookやInstagramでのすべてのマーケティング活動と広告活動を一元管理できます。あらゆるアプリでの顧客とのつながり構築やビジネス成果の向上を支援する各種ツールが集約されています。</p>	<p>https://ja-jp.facebook.com/business/tools/meta-business-suite</p>
<p>Google広告</p>		<p>Googleの検索結果内にテキスト広告掲載やGoogleネットワークに参加するサイトへのディスプレイバナー広告、Youtube広告等Googleの各種関連サービスに広告出稿が行える広告プラットフォーム</p>	<p>https://ads.google.com/intl/ja_jp/home/</p>
<p>Canva</p>		<p>ソーシャルメディアのグラフィックやプレゼンテーションを作成するために使用されるオンラインのグラフィックデザインプラットフォーム</p>	<p>https://www.canva.com/ja_jp/</p>
<p>Chat GPT</p>		<p>人間のように自然な会話で文章・画像の生成や質問・分析ができるAIチャットサービス</p>	<p>https://chat.openai.com/auth/login</p>

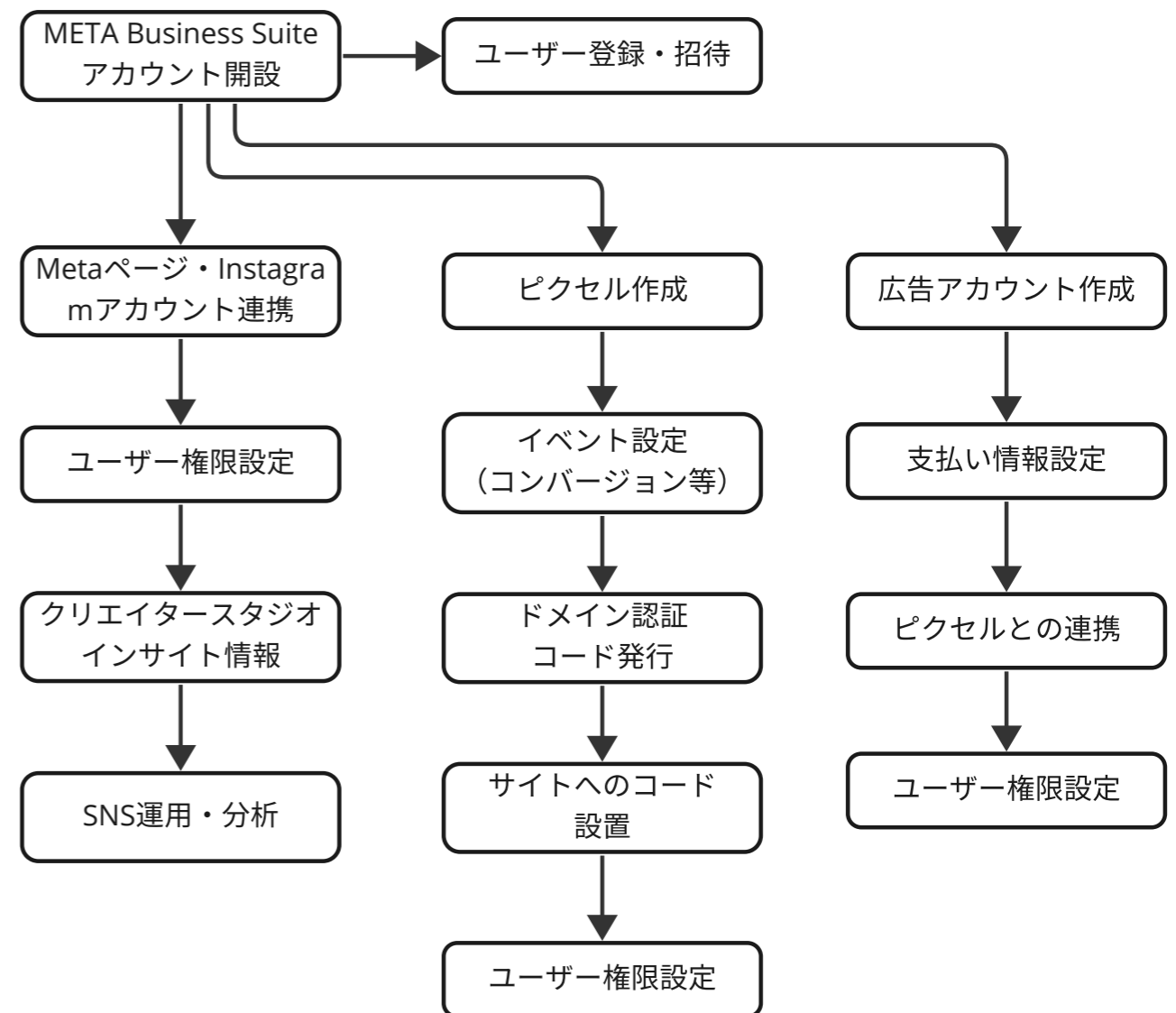
2. 事前準備 - Meta Business Suite

Meta Business Suiteは、Instagram・MetaのSNSアカウントの運用、広告の出稿・管理、ユーザー管理などを行う上で利用が必須となります。下記のリンク先からアカウントを開設し、下図項目の設定を行います。

※設定には、サイトの管理者（管理会社）との連携作業が必要となります。



<https://ja-jp.facebook.com/business/tools/meta-business-suite>



- 概要
- 成功事例
- 利用を始める
- アドバイス
- ヘルプ

概要

Meta Business Suiteとは

Meta Business Suiteでは、FacebookやInstagramでのすべてのマーケティング活動と広告活動を一元管理できます。あらゆるアプリでの顧客とのつながり構築やビジネス成果の向上を支援する各種



2. 事前準備 - Google広告

Google広告出稿に際して、Google広告アカウントの開設・設定が必要になります。
※設定には、サイトの管理者（管理会社）との連携作業が必要となります。



https://ads.google.com/intl/ja_jp/home/

設定マニュアルはこちらから確認

https://drive.google.com/file/d/1Vj-9jmstJH_uMlty0AfCF6-z5D5ZkhF3/view?usp=sharing

3. クリエイティブ類制作・ページ作成・最適化

アクションプラン抜粋 - 「羽二重くるみ 取り扱い開始」キャンペーン

修正前	修正後
	
<p>取り扱いなし</p>	 <p>熟練の職人が作る、感動の味わい</p> <p>昭和元年創業以来、伝統的な製法と品質にこだわりを続けています。熟練の職人が一つ一つ手作りで製造し、常にお客様にご満足いただける味をお届けします。他店にはない、くるみの菓子を作りたいという思いから究極の逸品が誕生しました。今では福井県を代表する銘菓であり、地元の人々からも愛されている羽二重くるみです。</p>  <p>シュー生地で作られたためらかな羽二重餅</p> <p>やわらかな羽二重餅に自家製の和くるみを練り込み食感にアクセント。たまごバターを贅沢に使ったシュー生地で5層構造に仕上げたはや川にしか出せない味になっています。伝統的な羽二重餅とシュー生地が見事に調和した「羽二重くるみ」は、一口食べると幸福感に包まれます。</p> 

<https://www.katsuyama-souvenirs.jp/items/79224146>

「羽二重くるみ 取り扱い開始」キャンペーン ランディングページの最適化

実施内容

1. オンラインショップバナーを店舗が視認しやすいものに刷新
2. 勝山エリアで特に知名度が高く道の駅での売れ行きも良い「羽二重くるみ（はや川）」を道の駅オンラインストアで販売できるように製造元に交渉し承諾を得た。オンライン購入可能店舗は製造元以外には道の駅ECサイトのみ。
3. 製造元「はや川」の取材・撮影を事業者で実施し、ユーザー目線で買いたいと思わせる・記憶を想起させられる記事ページを制作
4. 販売数と発送日を限定とすることで特別感を演出し、道の駅店舗側の無理のない発送体制を両立
5. ECサイトトップページ用バナーを設置し、メイン商品が最初に目に留まるように最適化

3. クリエイティブ類制作・ページ作成・最適化 アクションプラン抜粋 - 「福井名物セット」キャンペーン



<https://www.katsuyama-souvenirs.jp/items/79224146>

「福井名物セット」キャンペーン セット販売の検討およびランディングページの最適化

実施内容

1. 「羽二重くるみ」に紐づけて他の利益率の高い商品を購入してもらう取り組みとして、セット販売を検討。
2. 「羽二重くるみ」の販売数が上限に達した場合でも、セット販売の中に含まれていることで購入に繋がりがやすいと想定。
3. ECサイトトップページおよびランキングに表示させることで視認性を高め、ユーザーの注目を集める方法を実施。
4. 「羽二重くるみ」と同様に商品詳細ページをランディングページとしてネット広告を出航するため、商品ページの情報の充実を図った。

3. 広告出稿・運用

ECサイト「くるみ羽二重取り扱い開始」キャンペーン 202310_CP2_EC1、202310_CP2_EC1_Fukui

Meta



道の駅 恐竜渓谷かつやま 広告

【オンラインで販売開始】
たくさんのご要望にお応えして、はや川さんの「羽二重くるみ」を福井勝山お土...もっと見る

はや川

福井銘菓
金花堂はや川の看板商品

羽二重くるみ
数量限定て販売開始

オフィシャルサイト以外で
購入できるのは当店だけ!!

福井 勝山お土産 OnlineShop

<https://www.katsuyama-...>
はや川 羽二重くるみ
10個入り 1,250円 (...)

詳しくはこちら

117人 コメント1件 シェア2件

「いいね!」 コメントする シェアする

Instagram



Instagram

michiekikatsuyama 広告

はや川

福井銘菓
金花堂はや川の看板商品

羽二重くるみ
数量限定て販売開始

福井 勝山お土産 OnlineShop

オフィシャルサイト以外で
購入できるのは当店だけ!!

詳しくはこちら

♡ 💬 📍 📌

michiekikatsuyama 【オンラインで販売開始】
たくさんのご要望にお応えして、はや川さんの『... more

3. 広告出稿・運用

ECサイト「福井名物セット」キャンペーン 202311_CP3_EC3, 202311_CP3_EC4

Instagram



Instagramストーリーズ



facebookストーリーズ



https://www.instagram.com/p/CzS9An_sKon/

3. 広告出稿・運用

ECサイト認知拡大キャンペーン 202311_CP3_EC5

Meta

道の駅 恐竜渓谷かつやま 広告

福井県勝山市から直送、道の駅でしか手に入らないような特別な商品を、福井勝山お土産オンラインショップがお届けします！ ...もっと見る

<https://www.katsuyama-...>
福井勝山お土産オンラインショップ

508人 コメント17件 シェア11件

「いいね！」 コメントする シェアする

Instagram

Instagram

michiekikatsuyama 広告

詳しくはこちら

michiekikatsuyama 福井県勝山市から直送、道の駅でしか手に入らないような特別な商品を、福井勝山お土産... more

3. 広告出稿・運用 ECサイト認知拡大キャンペーン

Google

スポンサー
www.katsuyama-souvenirs.jp/羽二重くるみ

福井勝山お土産ストア - 勝山や福井の名産品を販売

はや川の羽二重くるみ、五月ヶ瀬、羽二重餅、へしこチップ入り福井名物セット15%オフで販売中。当ストア限定のオリジナル恐竜グッズ、眼鏡堅パン、激辛スパイスジョロキングも大好評。オリジナル恐竜グッズ、はや川羽二重くるみ、期間限定セールス、五月ヶ瀬。

セット商品 恐竜 かつやま名物

スポンサー
www.katsuyama-souvenirs.jp/羽二重くるみ

福井勝山お土産ストア - 期間限定セール開催中

はや川の羽二重くるみ、五月ヶ瀬、羽二重餅、へしこチップ入り福井名物セット15%オフで販売中。当ストア限定のオリジナル恐竜グッズ、眼鏡堅パン、激辛スパイスジョロキングも大好評。期間限定セールス。

恐竜 セット商品 かつやま名物

3. KGI結果

対象期間	使用する指標	先月売上実績 (金額)	当月売上実績 (金額)	先月売上実績 (件数)	当月売上実績 (件数)	当月売上目標金額 (先月比300%)	目標達成率 (先月比)
2023年9月		-	19,710	-	5	-	-
2023年10月	月間売上先月比	19,710	98,898	5	33	59,130	167.26%
2023年11月	月間売上先月比	98,898	376,956	33	116	296,694	127.05%

10月は広告の出稿期間が短く、目に見える成果を得ることができませんでしたでしたが、11月にはネット広告の効果で大きな露出とサイトへの誘導に成功し、結果として売上目標を達成することができました。

3. KPI結果

当初目標

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)
2023年10月	商品の追加・商品ページの最適化、ECサイトの最適化	合計2回のネット広告CPを実施し合計500人のユーザーをサイトに誘引する。	昨年比103%の店舗入込数を達成する。
2023年11月	合計6回のネット広告CPを実施・継続し、合計10,400人のユーザーをサイトに誘引する。	昨年比103%の店舗入込数を達成する。	

結果

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)
2023年10月	商品の追加・商品ページの最適化、ECサイトの最適化 - 完了	2,070人のユーザーをサイトに誘導。	昨年比102.6%の店舗入込数。
2023年11月	合計20,262人のユーザーをサイトに誘導。	昨年比125.5%の店舗入込数。	

3. 10月SNS運用結果

Instagram											
フィード											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数			
合計数	7	7,573	6,019	2	1	0	434	16			
平均値		631	502	0.17	0.08	0.00	36.17	1.33			
フィード											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数			
合計数	0	0	0	0	0	0	0	0			
平均値		0	0	0	0	0	0	0			
ストーリー											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数	プロフィールへのアクセス	リンククリック	スタンプのタップ
合計数	48	12,614	12,355	0	3	0	0	0	90	0	118
平均値		243	238	0.00	0.06	0.00	0.00	0.00	1.73	0.00	2.27
当月合計											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数	プロフィールへのアクセス	リンククリック	スタンプのタップ
合計数	55	20,187	18,374	2	4	0	434	16	90	0	118
先月比	85.94%	69.03%	70.98%	66.67%	50.00%	#DIV/0!	55.50%	94.12%	87.38%	0.00%	64.48%
伸び率	-14.06%	-30.97%	-29.02%	-33.33%	-50.00%	#DIV/0!	-44.50%	-5.88%	-12.62%	-100.00%	-35.52%

Meta												
	投稿数	インプレッション数	リーチした人数	エンゲージメント	シェア	いいね!	合計クリック数	その他のクリック	写真表示数	リンククリック	視聴時間(秒)	平均視聴時間(秒)
合計数	8	2,814	2,593	223	7	215	197	49	148	0	0	0
平均値		281	259	22.30	0.70	21.50	19.70	4.90	14.80	0.00		
先月比	60.00%	78.19%	80.06%	109.85%	87.50%	110.26%	179.09%	257.89%	164.44%	0.00%	0.00%	0.00%
伸び率	-40.00%	-21.81%	-19.94%	9.85%	-12.50%	10.26%	79.09%	157.89%	64.44%	-100.00%	0.00%	0.00%

3. 10月KGI結果

10月のサマリー

対象期間	使用する指標	先月売上実績 (金額)	当月売上実績 (金額)	先月売上実績 (件数)	当月売上実績 (件数)	当月売上目標金額 (先月比300%)	目標達成率 (先月比)
2023年10月	月間売上先月比	19,710	98,898	5	33	59,130	167.26%

KPI 目標			KPI 結果			KPI達成率	
プラットフォーム	リーチ数	クリック数	プラットフォーム	リーチ数	クリック数	リーチ 目標達成率	クリック 目標達成率
Instagram	26,000	10	Instagram	18,374	0	71.56%	372.97%
Meta	3,300	5	Meta	2,593	0		
ネット広告	-	540	ネット広告	-	2,070		
合計	29,300	555	合計	20,967	2,070		

10月の成果として、ネット広告は初回キャンペーンの実施により、目標達成率の正確さに欠けるため評価の対象外となりました。しかし、非常に効果的な単価で広告を運用できたこと、また商品力の影響を実感できたことは、特筆すべき点です。InstagramおよびMetaのSNS運用に関しては、リソースの不足により、先月を上回る成果を出すことはできませんでした。

月間売上目標、すなわちKGIに関しては、先月の売上が低かったため大きな成果とは言い難いものの、33件の売上を達成し、過去最高の月間売上を記録しました。これにより、ネット広告の効果を実感し、成功体験を積むことができたのは大きな成果と言えます。

3. 11月ネット広告結果

	エリア	プラットフォーム	配信面	指標	目標単価 (円)	当月設定 予算 (円)	目標合計数	結果単価 (円)	当月消化予算 (円)	合計数結果	達成率
広告CP1回目 くるみ羽二重	愛知、大阪、東京	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	25	121,622	4,865	17	133,716	7,757	159.45%
	福井	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	25	40,541	1,622	20	41,801	2,112	130.21%
広告CP2回目 ECサイト	-	Google	検索広告	CPC	70	100,000	1,429	31	99,085	3,226	225.75%
広告CP3回目 名物セット	日本	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	30	100,000	3,333	34	100,000	2,977	89.32%
	日本	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	30	50,000	1,667	51	50,000	990	59.39%
	日本	Meta, Instagram	フィード画像	CPC	30	50,000	1,667	16	50,000	3,200	191.96%
	当月合計・平均						14,583	28	474,602	20,262	142.68%

3. 11月SNS運用結果

Instagram											
フィード											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数			
合計数	8	10,234	8,583	11	6	0	625	11			
平均値		853	715	0.92	0.50	0.00	52.08	0.92			
フィード											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数			
合計数	0	0	0	0	0	0	0	0			
平均値		0	0	0	0	0	0	0			
ストーリー											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数	プロフィールへのアクセス	リンククリック	スタンプのタップ
合計数	58	15,666	15,261	0	6	0	0	0	142	6	484
平均値		301	293	0.00	0.12	0.00	0.00	0.00	2.73	0.12	9.31
当月合計											
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロー数	再生数	いいね!の数	保存数	プロフィールへのアクセス	リンククリック	スタンプのタップ
合計数	66	25,900	23,844	11	12	0	625	11	142	6	484
先月比	120.00%	128.30%	129.77%	550.00%	300.00%	#DIV/0!	144.01%	68.75%	157.78%	#DIV/0!	410.17%
伸び率	20.00%	28.30%	29.77%	450.00%	200.00%	#DIV/0!	44.01%	-31.25%	57.78%	#DIV/0!	310.17%

Meta												
	投稿数	インプレッション数	リーチした人数	エンゲージメント	シェア	いいね!	合計クリック数	その他のクリック	写真表示数	リンククリック	視聴時間(秒)	平均視聴時間(秒)
合計数	10	3,599	3,239	203	8	195	110	19	90	1	0	0
平均値		360	324	20.30	0.80	19.50	11.00	1.90	9.00	0.10	0	0
先月比	95.24%	111.38%	109.14%	126.84%	112.00%	128.75%	128.24%	108.20%	147.04%	29.73%	0.00%	0.00%
伸び率	-4.76%	11.38%	9.14%	26.84%	12.00%	28.75%	28.24%	8.20%	47.04%	-70.27%	0.00%	0.00%

3. 11月KGI結果

11月のサマリー

対象期間	使用する指標	先月売上実績 (金額)	当月売上実績 (金額)	先月売上実績 (件数)	当月売上実績 (件数)	当月売上目標金額 (先月比300%)	目標達成率 (先月比)
2023年11月	月間売上先月比	98,898	376,956	33	116	296,694	127.05%

KPI 目標			KPI 結果			KPI達成率	
プラットフォーム	リーチ数	クリック数	プラットフォーム	リーチ数	クリック数	リーチ 目標達成率	クリック 目標達成率
Instagram	18,374	0	Instagram	23,844	6	129.13%	138.94%
Meta	2,600	5	Meta	3,239	1		
ネット広告	-	14,583	ネット広告	-	20,262		
合計	20,974	14588	合計	27,083	20,269		

11月の成果として、ネット広告は10月に引き続き、高いパフォーマンスを維持し、多数のユーザーを誘導することに成功しました。InstagramおよびMetaのSNS運用では、大きな成果を出すことはできなかったものの、限られたリソースの中での調整により、先月比で129%のリーチを達成しました。

特に注目すべきは月間売上目標、すなわちKGIの達成です。今月はネット広告キャンペーンが効果を発揮し、過去最高の月間注文件数116件、売上実績は37万円弱を達成しました。広告費用の費用対効果はまだ改善の余地がありますが、今月の成果は大きな成功体験と自信に繋がり、次月以降の加速に向けた強い動機付けになることは間違いありません。

3. 広告パフォーマンスサマリー - クリック - 地域

	キャンペーン名	地域	結果数	結果の単価	消化金額
1	202311_CP3_EC5	Ishikawa Prefecture	405	13	5,311
2	202311_CP3_EC5	Fukui Prefecture	754	14	10,254
3	202311_CP3_EC5	Shiga Prefecture	164	14	2,372
4	202311_CP3_EC5	Kyoto Prefecture	132	15	2,001
5	202311_CP3_EC5	Osaka Prefecture	181	15	2,776
6	202311_CP3_EC5	Toyama Prefecture	164	15	2,539
7	202311_CP3_EC5	Tokyo	134	16	2,113
8	202310_CP2_EC1	Aichi Prefecture	2,419	16	39,262
9	202310_CP2_EC1	Tokyo	3,487	17	58,145
10	202310_CP2_EC1	Osaka Prefecture	3,131	17	52,593

※消化金額1,000円以上のキャンペーンからTOP10を抽出
全ての結果は別紙参照ください。

3. 広告パフォーマンスサマリー - クリック - 年齢性別

	キャンペーン名	年齢	性別	結果数	結果の単価	消化金額
1	202311_CP3_EC5	35-44	female	313	14	4,495
2	202311_CP3_EC5	55-64	female	687	14	9,878
3	202311_CP3_EC5	65	female	288	15	4,267
4	202311_CP3_EC5	45-54	female	709	15	10,874
5	202311_CP3_EC5	65	male	278	16	4,350
6	202310_CP2_EC1	35-44	female	1,153	16	18,213
7	202310_CP2_EC1	45-54	female	3,781	16	59,914
8	202310_CP2_EC1_Fuk ui	35-44	male	68	16	1,089
9	202310_CP2_EC1_Fuk ui	55-64	female	840	16	13,535
10	202310_CP2_EC1	55-64	female	2,849	17	47,985

※消化金額1,000円以上のキャンペーンからTOP10を抽出
全ての結果は別紙参照ください。

3. 広告パフォーマンスサマリー - クリック - 配信面

	キャンペーン名	配信面	結果数	結果の単価	消化金額
1	202311_CP3_EC5	feed	221	14	3,098
2	202310_CP2_EC1	instagram_explore _grid_home	2,108	14	30,369
3	202310_CP2_EC1_Fuku i	instagram_explore	269	15	3,905
4	202310_CP2_EC1_Fuku i	instagram_explore _grid_home	550	15	8,253
5	202311_CP3_EC5	instagram_stories	71	15	1,073
6	202311_CP3_EC5	feed	2,905	16	45,702
7	202310_CP2_EC1	instagram_explore	532	17	8,781
8	202310_CP2_EC1_Fuku i	feed	1,583	17	27,215
9	202310_CP2_EC1	feed	5,854	17	100,966
10	202310_CP2_EC1	feed	543	18	9,885

※消化金額1,000円以上のキャンペーンからTOP10を抽出
全ての結果は別紙参照ください。

Google広告のパフォーマンスレポートについては
別紙下記URLよりご確認ください。

[https://drive.google.com/file/d/
10TWDpddVGDVozQNrnbs1E4HRW4CFpFBP/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/10TWDpddVGDVozQNrnbs1E4HRW4CFpFBP/view?usp=sharing)

3. 参考データ（販売分析データ）

都道府県別販売件数	
東京都	35
大阪府	33
愛知県	27
福井県	13
京都府	8
兵庫県	8
神奈川県	8
大分県	6
富山県	6
岐阜県	6
三重県	5
岡山県	5
石川県	5
広島県	4
静岡県	4
千葉県	3
奈良県	3
滋賀県	3
福岡県	2
埼玉県	1
宮城県	1
山形県	1
群馬県	1
香川県	1

商品別販売	
『出荷日限定』福井銘菓 金花堂はや川 羽二重くるみ 10個入り	106
『出荷日限定』福井銘菓 金花堂はや川 羽二重くるみ 6個入り	32
おやき 5個セット	10
『随時発送』お買い得 福井名物セット	6
かぶ〜るくん ティラノサウルス	5
がおがお恐竜つみつみ	3
サウルスコーヒー 詰合せ箱 6pcs	3
恐竜渓谷かつやまカスタードケーキ	3
ゆめおーれシルク石けん 絹石鹸 3個セット	2
ガーゼハンカチ 恐竜渓谷かつやま限定デザインver.	2
フード付きポンチョタオル 恐竜渓谷かつやまオリジナル	2
恐竜ごはんセット	2
かとうのスイートポテト【冷蔵便】	1
ひとくち羽二重餅 三色三段羽二重餅	1
コラーゲンボディタオル 恐竜渓谷かつやま限定デザインver.	1
サウルスコーヒー ポッシュバック 4pcs	1
ジョロキング 九味	1
ハーブティーの王様 ホーリーバジルティー 限定パック 3パック入り	1
五月ヶ瀬（4枚セット）	1
和紙袋入り 越前そば（2人前）	1
恐竜ハンドタオル	1
梅酒パウンドケーキ カット	1
福井限定 スヌーピー 恐竜ソックス 23~25cm	1
羽二重餅（10枚入り）	1
羽二重餅（12枚入り）	1

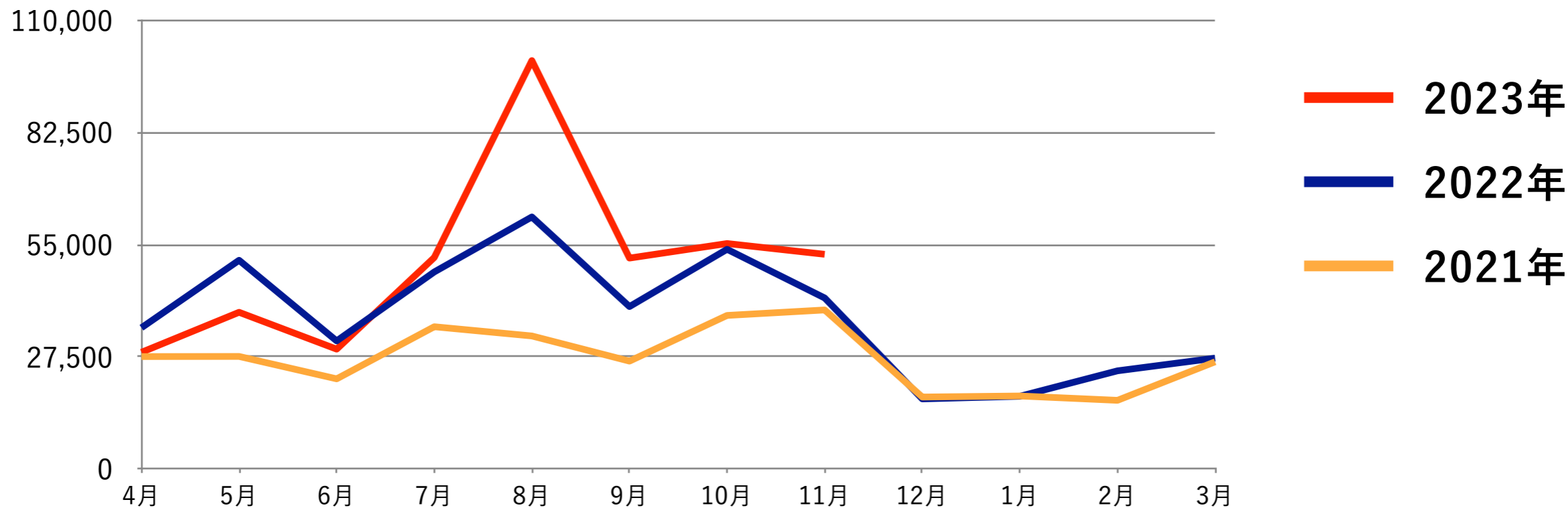
次回以降の広告キャンペーンをより効果的にするためには、販売データの分析が不可欠です。

左記にあるように、主な販売実績は東京・大阪・愛知・福井に集中していることから、広告配信エリアを集中させることも広告の費用帯効果を高めていく事に繋がります。

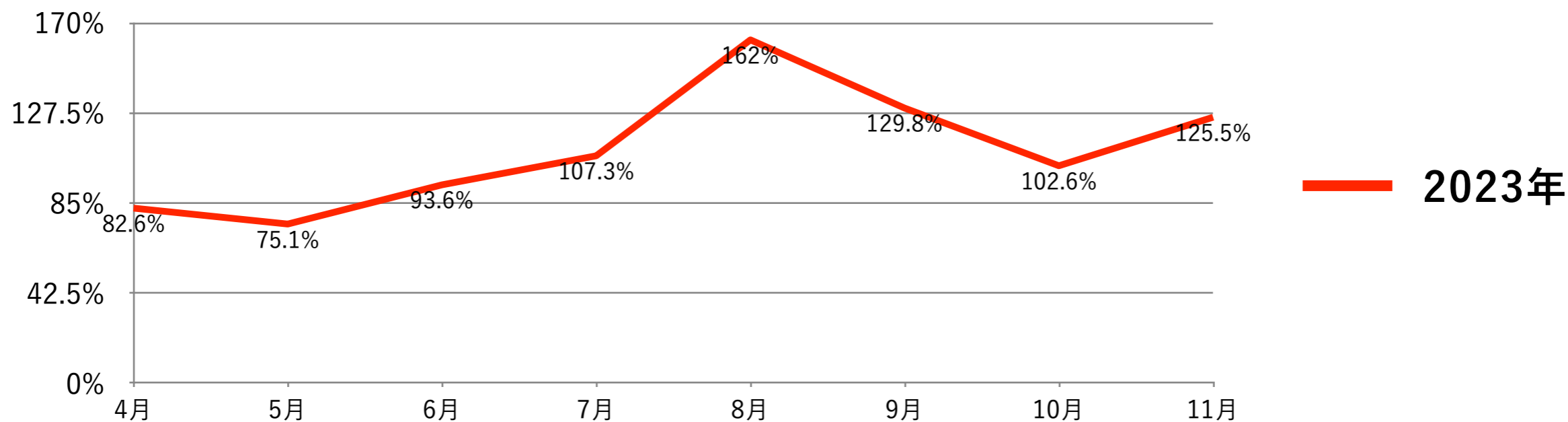
今回コンバージョンタグを設置しましたが、うまく計測が実施できていないことから、サイト管理会社へ相談の上、コンバージョンタグの動作確認を詰めていく事で、具体的にどの商品がどのキャンペーンがどのエリアのどの顧客属性に販売できたかを確認することができ、より高精度なネット広告の最適化が実現できます。

3. 道の駅かつやま 来館者数

来館者数合計



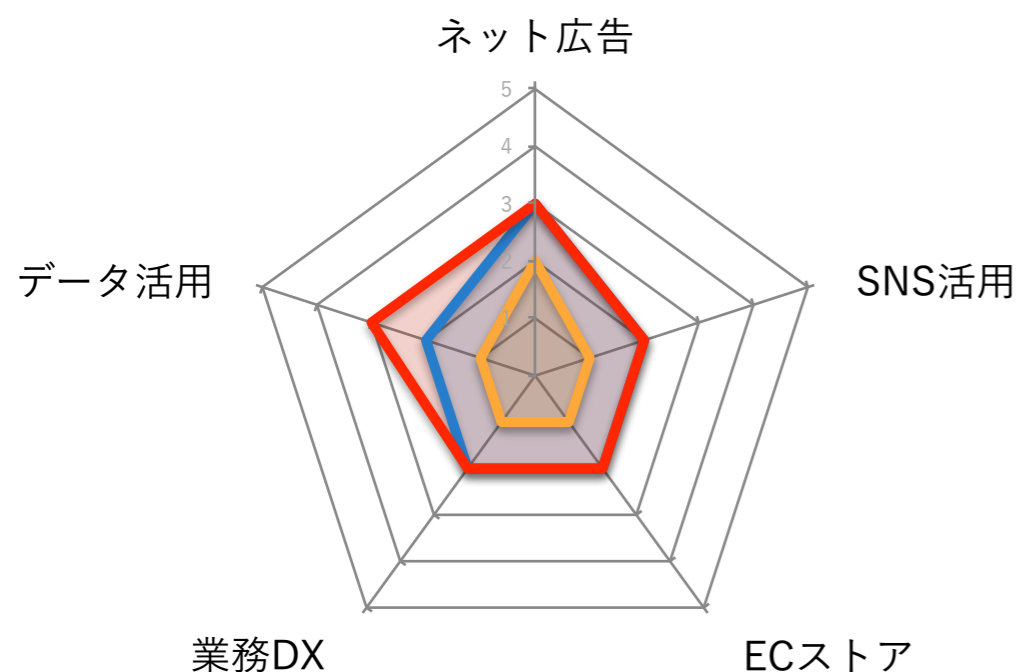
昨年比



4. 実証事業終了時の達成レベル

当実証事業終了時の達成レベルとポイント

- ネットで商品売るため、売れる商品の特定を行い、ECサイトに商品ページの追加、商品ページの最適化を実施したうえで、ネット広告キャンペーンの効果を発揮し、過去最高の月間注文件数116件、売上実績は37万円を達成。
- 担当者が1人称で広告出稿ができるようになり自走化できる見込み。取組の継続には予算捻出が課題。



評価項目	実績	備考/担当者コメント
ネット広告	3	<ul style="list-style-type: none"> ○ STP、SWOT分析を用いてターゲットを特定、ターゲットに応じた適切なネット広告を出稿し、パフォーマンスデータに基づくチューニングを担当者が1人称で対応できるようになった。実証事業以降もネット広告出稿を検討。 × 利益につながるマーケティングプランの策定、予算確保には課題が残る。
SNS活用	2	<ul style="list-style-type: none"> ○ UGC活用や適切なSNS運用方法の知見を得た。クリエイティブ画像の作成スキルが向上した。店舗との連動をはじめ実施に向けたアイデアを得た。 × 効率的なSNS運用を実施するにあたりクリエイティブ制作のスキル向上はできたが、リソースに限りがあり、継続的な投稿を実施するには課題が残る。
データ活用	3	<ul style="list-style-type: none"> ○ ネット広告で得られたデータを基に自社で販促計画を検討することができるようになった。 × ネット広告のパフォーマンスだけでなく、販売実績データの詳細分析を行い、マーケティングプランを組み立てるには知見とリソース面から課題が残る。
ECストア	2	<ul style="list-style-type: none"> ○ ECサイト内での商品詳細情報の重要性を理解し、効果的な画像・文章の作成が可能となった。 × 利益につなげる商品の選定、リピーター創出、サイトの改修等の次にやるべきアクションアイテムは目星がついているが実施に向けては予算確保に課題が残る。
業務DX	2	<ul style="list-style-type: none"> ○ タスク管理ツールAsanaとChatGPTについて、担当者レベルで日常的な運用が行われるようになった。 × 社内全体へ展開に向けて利用方法のルール整備やマニュアル化に課題が残る。

4. 自走化に向けた課題とアクションプラン検討のポイント

課題の分類

継続的な予算確保

課題の詳細

- ✓ 自走化の壁を越えており、小さい成果を着実に出して利益を創出するため、トライ&エラーを繰り返して各種施策を実施する局面にいる。
- ✓ 各種施策を行うためには予算確保のハードルを越える必要がある。
- ✓ 予算確保後の各種施策の実施/管理/評価にはリソース面に課題が残る。

アクション
プラン

検討の
ポイント

対応策①

✓ 年間計画の策定/予算確保

- A) 適切な目的、目標設定に基づく計画策定（実証事業で得た広告、販売データをベンチマークに策定）
- B) 計画実施に必要な予算と予備予算の確保(当初は小さいさく開始する)
- C) 計画の適切なモニタリング
- D) 計画の適切な評価実施

対応策②

✓ 戦略的な施策検討/実施

- A) 一人当たりの購買金額の最大化に向けた施策検討
- B) 売れる商品、利益がでる商品を精査して戦略的に売りたい商品設計(独自商品や独自セット販売等による差別化)
- C) 購買データに基づく広告出稿の最適化、コスト管理
- D) 継続的なECストアの見直し、商品ページの最適化、クリエイティブの最適化

対応策③

✓ オペレーションの整備

- A) 少ないリソースでも効果的な運用を行えるように店舗運営、ECストア運営に係るマーケティング業務、発送作業、問い合わせ対応を効率化/業務の標準化(本実証事業内配布マニュアルの活用/ITツールの活用等)
- B) 部分的に外注業者を活用して伴走支援を受け、知見とリソースを確保
- C) 標準化手法の活用(本実証事業内配布マニュアル.etc)

4. 伴走パートナー basicmathからのコメント

この度の実証事業では、まず売れる商品を特定することから始め、ECストアの成長を体験することが重要であるという観点でスタートしました。この側面から、目標にほぼ到達する成果を上げました。販売戦略の策定、販売強化商品の選定、ネットプロモーションの実施を通じて、プロセス全体を体験・理解し、最終的に成功体験としての売上を達成したことは、大きな成果です。

次年度以降は、ネット広告の費用対効果をより詳細に検証し、ECストアの運営、発送、プロモーション業務など全体のコストと売上を分析し、利益追求を重視することが、ストアの持続的な成長には不可欠です。

また、どの商品がどのターゲットに対して売れるか、どのプロモーションが効果的かについても、データ分析を継続し、PDCAサイクルを回していくことで、より精度の高いネットプロモーションを実現できると考えています。

今後の検討事項として、売れ筋商品や利益率の高い商品を組み合わせ、効果的に販売を推進する方法があります。恐竜の町かつやまというキャッチフレーズを活用し、福井県内の伝統工芸や技術と連携して独自商品を開発することは、重要な戦略です。ECストアの成功は、他では手に入らない独特の商品を提供することが鍵であり、これが成功への近道であると言えます。この観点を維持し、商品開発において新しいアイデアを日々探求する姿勢も、将来の成長にとって重要な要素となると考えられます。

4. 実証事業終了後 事業者ヒアリング

良かった点：

- ・ ChatGPTの使用やデータ分析が良い経験になった。
- ・ 広告はYahoo独自広告を使用してきたが、Google広告やMeta広告の出稿方法を学べたことが良かった。
- ・ ECサイトにおいて売れる商品に力を入れる必要があることを理解したので、今後サイトを作るにあたり売れる商品を意識しながら広告を出稿し、データを取っていききたい。
- ・ 社内での変化として、はや川との新たなやりとりが増えて売り上げが上がり、担当者への評価も向上した。広告を勉強して活用していきたいという話にはなっている。
- ・ はや川さんとのECサイトに関する交渉を行った経験が、今後他の業者への働きかけにも活かされると思う。

今後の課題：

継続的な成長に向けた、取り組みの持続や各施策の継続。

ECサイトで行ったマーケティング施策を、道の駅にどう活用すべきかという点。

当実証事業の満足度: 5 (5点満点中)

4. 当実証事業で使用した各種ツールのマニュアル、資料等

マニュアル名	URL
全国インスタグラム活用状況調査レポート	https://drive.google.com/file/d/1nq9UTfGmVEwwfwlG7FWEf2a44DibuWSI/view?usp=drive_link
マーケティングのプロセスと枠組み	https://drive.google.com/file/d/1AtB403UEaU9gvIZI7kOhJkcPZqljjiM_/view?usp=drive_link
ChatGPT活用マニュアル	https://drive.google.com/file/d/1NDxO9BnV1_iAV3G7dxKvHzlB_qBJ7s5h/view?usp=drive_link
UGC活用マニュアル	https://drive.google.com/file/d/11-ljETtxD7nLC433AIHtpYcrUAlvYk6W/view?usp=drive_link
Google広告設定マニュアル	https://drive.google.com/file/d/1Vj-9jmstJH_uMIty0AfCF6-z5D5ZkhF3/view?usp=drive_link