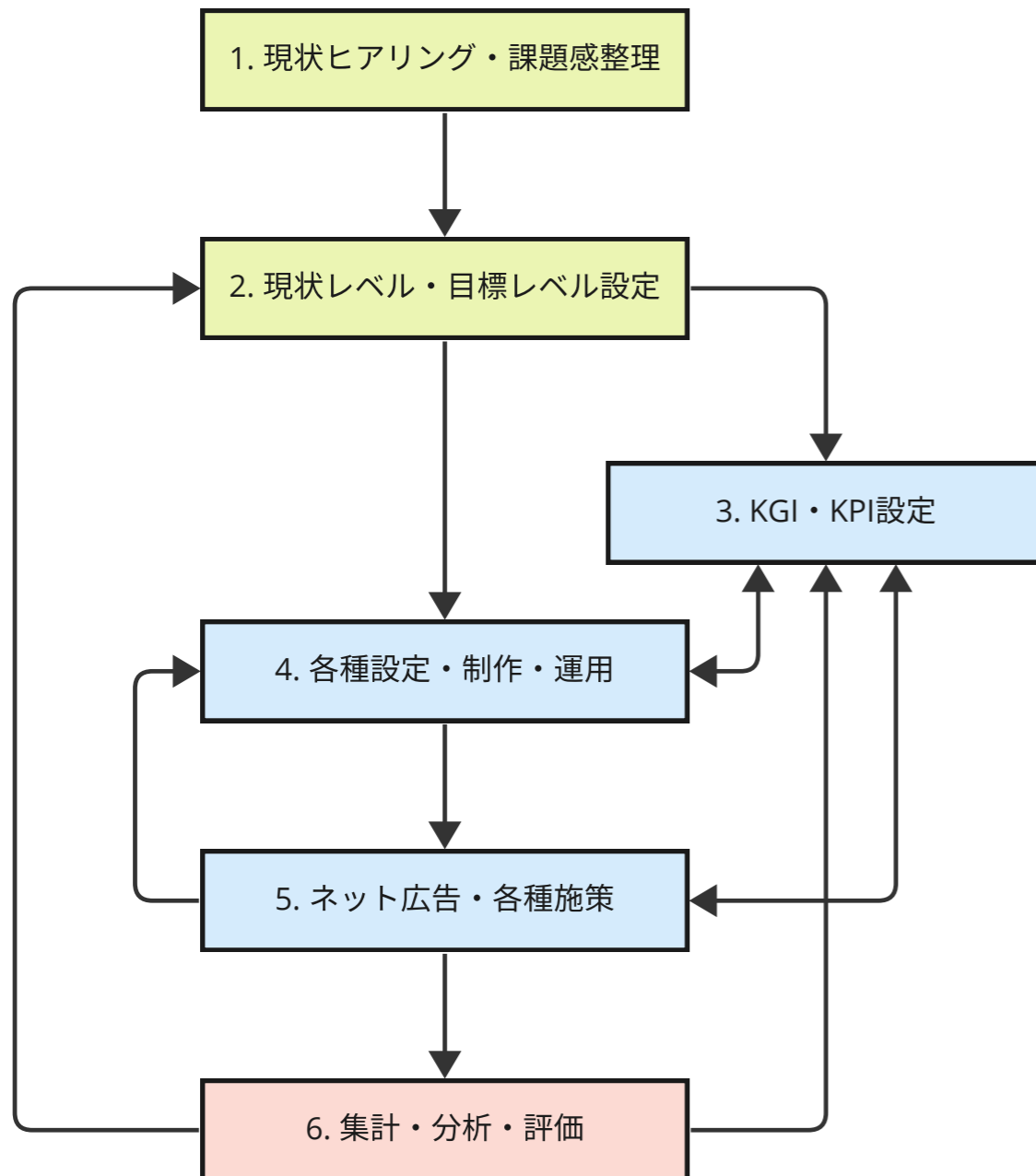


令和5年度 観光庁
「事業者間・地域間におけるデータ連携等を通じた観光・地域経済活性化実証事業」
実証事業③ モデルケース造成（データ活用）

ホテル八木 様

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、費用対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していない状態。
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 - HP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。

※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	HPは持っているが、定期的な更新や活用は出来ておらず、効果が全く出ていない状態。
レベル1	定期的な更新・活用は出来ているが、ユーザー数・PV数・売上等の具体的な数値結果が出ていない状態。
レベル2	ユーザー数・PV数・売上等について、一定数以上の分母を獲得し持続している状態。
レベル3	ネット広告、SNSなどデジタルマーケティング施策と連動したHPの運用、成長が継続している状態。
レベル4	SEO対策を意識したコンテンツマーケティングを実施し、各デジタルマーケティング施策と連動しながら継続的なプラス成長を持続できている状態。
レベル5	予約・売上・誘客等、営業活動に直結する大きな結果を持続的に達成しつつ、営業活動の中核となるような位置づけが確率できた状態。

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。

評価ポイントの定義 - インバウンド対策

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。

インバウンド対策

レベル0	HPの多言語化、海外OTAサイトへの掲載等、外国人観光客との接点が何もない状態。
レベル1	HPの多言語化、海外OTAサイトへの掲載等、最低限外国人観光客への情報発信、予約獲得が行える状態。
レベル2	多言語でのSNSマーケティング、ネット広告出稿など外国人観光客に向けたPR活動を実施している状態。
レベル3	マーケティング活動を通じた、外国人観光客の獲得が不定期に出来ている状態。
レベル4	継続的なマーケティング活動の実施と一定割合の外国人観光客を継続的に獲得ができている状態。
レベル5	外国人観光客獲得を通じて単価が向上し、収益率の成長が達成できている状態。

事業者紹介 ホテル八木

コンセプト 気兼ねなく、心地よく。思い思いの過ごし方で、リラックスし、時間を忘れる宿。美食と心地よい空間、心配りで、“季節”と“福井”を感じる 贅沢なひとときをご提供いたします。

お客様が心をとほぐし、第2の我が家のように、気兼ねなく過ごせるように。古き良き老舗旅館が提案する、“今”の過ごし方のスタイルです。

【1日20組様限定】 ■じゃらんアワード受賞施設 ■パティシエスイーツ & ドリンクインクルーシブの贅沢ビュッフェが評判の美食宿。

実証事業ご担当者様紹介



八木 司 - 常務取締役

常識を疑い、お客様に【気兼ねなく、心地よく】お過ごし頂けるよう現状に満足することなく、日々挑戦し続けております。



松本 克也

大学にて観光・ホテル経営学を学び卒業。現在は予約管理や経理など多岐にわたる業務を担当。



<https://hotel-yagi.co.jp/>

1. 項目毎の課題詳細 - ネット広告

現在の状況

現状自社単独でのネット広告出稿・運用は実施していない。理由としては、具体的にどのようなターゲットに対してどのような広告を実施することが効果につながるかが不明であった。

直近では2023年5月1日～6月15日の期間において広告代理店に依頼しキャンペーンを実施した。

課題点考察

ネット広告は、一度に大きな予算を消化したキャンペーンをいきなり実施するのではなく、少額からスタートし様々なエリア・ターゲットに向けての反応を確認することで、効果的なエリアやターゲットを絞り込んでいくことが可能である共に、それがネット広告の最大のメリットの一つであると考えられます。

今回の実証事業を通じて、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）を学びます。また、これから行われる各種広報宣伝施策において、蓄積したパフォーマンスデータを活かした効率や効果を求めるPDCAサイクルを自走できる状態を目指します。

1. 項目毎の課題詳細 - SNS活用

現在の状況

InstagramとFacebookについては、目的に応じて発信する情報を切り分けて運用中。Instagramについては、フィード・ストーリーを活用し、自社の特徴を活かしながらの情報発信は継続的に実施できており、フォロワー数も1.2万人と成長軌道に乗っていると判断できます。但し、リールに関しては動画コンテンツを作成できるリソースがなく、動画を使用した情報発信はうまく出来ていない状況である。また観光マーケティングを考える上で効果的であると推測されるYoutubeの運用については、実施できていない状況です。

課題点考察

Instagramについては、特徴を活かした（食に特化した）情報発信で高い効果とユーザーレスポンスを獲得できていると判断できます。しかしFacebookはいいね数も少なく、効果的な運用ができていない状況と判断できます。またYoutubeについてもアカウントの解説がなく、機会損失の可能性が高いと推測されます。

今回の実証事業を通じて、UGCを活用したInstagram運用の更なる品質向上と効率化、インバウンド獲得に向けたチャレンジ（クリエイティブ・投稿内容・多言語）、Instagramとfacebookの連携を活かした効率化、Youtubeアカウントの運用開始、SNSマーケティング全体におけるレギュレーションを定義し、全体的なレベルの底上げを目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - データ活用

現在の状況

データ収集や各種データ（予約データ、アクセスデータ、インサイトデータ等）の閲覧は実施しているものの、そのデータを活用したマーケティング施策は実施できていない状況である。ただし、予約状況のモニタリングや収益予測などは週次で実施しており、経営データに関するデータの分析については高度に実施できている状況です。

課題点考察

ネット広告やHP活用、SNS活用を念頭においた、データの閲覧・施策検討が必要になると考えられます。

今回の実証事業を通じて、マーケティング施策が売上・予約等の営業数値にどのような影響を及ぼすかについて検証し更に高度なデータ活用へと結びつけることを目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - HP活用

現在の状況

HPについては高品質で作成されており、枠組としては必要十分なサイトを運用中であると判断できます。但し、インバウンド獲得に向けて必要な多言語対応が実施できておらず、機会損失の可能性が高いと推測されます。その他、HP・OTA共に、自社の特徴・アピールポイントが画像・文章含めて、顧客にわかりやすく伝わっているかについては、改善の余地はまだまだあると考えられます。

課題点考察

掲載画像の品質については、料金設定に直結する重要要素の一つであると考えられます。画像・文章含めて、過剰になりすぎる必要はないと思いますが、最大限魅力が伝わるクリエイティブの作り込みが必要であり、そういった美的意識の追求が宿全体の品質向上・顧客満足度に繋がっていくのではないかと考えられます。

その他、自社サイトでは予約獲得に結びつくCTAボタン（予約画面への誘導）が少なく、機会損失を招いているおそれがあります。

今回の実証事業を通じて、再度自社の魅力とアピールポイントを再定義しつつ、画像・文章を最適化することで効果検証を実施すると共に、次ステップであるサイトの多言語化やインバウンド獲得の拡充に向けた戦略案の策定完了を目標とします。合わせて自社サイトのアップデート要件定義を作成し、可能な範囲でアップデートを実施し、自社サイトからの予約獲得数の向上を目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - 業務DX

現在の状況

Chat GPTやCanva等、担当者レベルで使用しているツールはあるものの、SlackやAsana等社内の情報共有やタスク管理ツールは導入できていない状況である。

課題点考察

今回の実証事業を通じて、SNS運用・自社サイトのコンテンツマーケティングにChat GPTの業務利用を推進し、効率的かつ効果的なコンテンツ作成フローを確立することを目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - インバウンド対策

現在の状況

台湾・香港からの宿泊リピーター客、宿泊からの口コミでの新規獲得等、いくつかの経験からインバウンド獲得に向けた可能性は感じている状況ではあるが、具体的な施策には落とし込めず具体的なキャンペーンは実施できていない状況である。

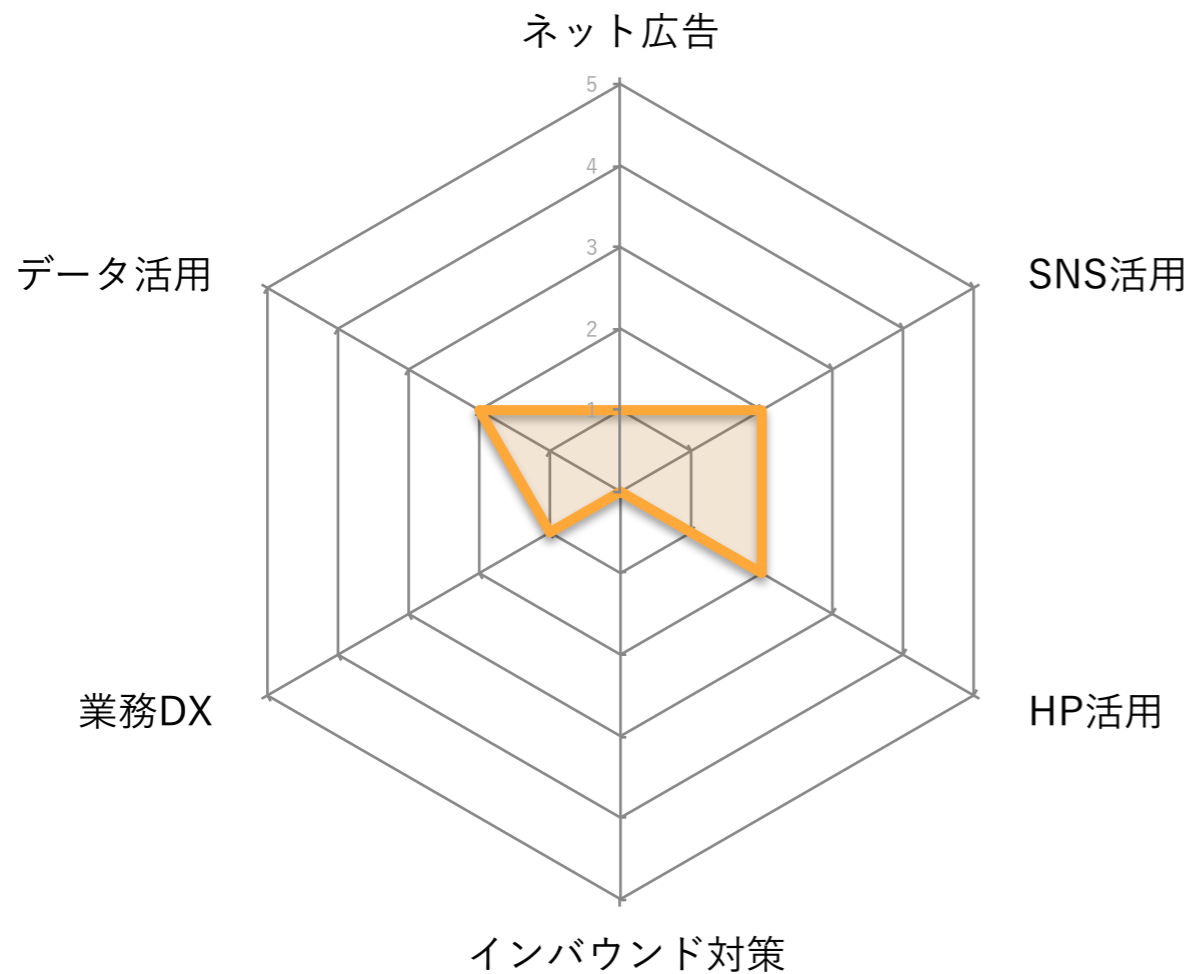
課題点考察

ネット広告やSNSマーケ等、自社内で実施できる環境が整っていれば、過去試験的にでも施策のチャレンジは可能であったと推測されます。

今回の実証事業を通じて、ネット広告・SNSマーケティング・HP、OTA最適化等、インバウンド獲得に向けた各種施策を伴走しパフォーマンスデータの蓄積と分析を行い、仕組み等を共有し実装することで、本格的なインバウンド獲得へのステップとすることを目標とします。

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

ポイントを抑え、自社単独で定期的にネット広告を出稿できるようになる。

SNS活用

運用ルール・品質の標準化を実施し、安定的な運用指標の設定を行い運用を行うと共にUGCを活用しクリエイティブの品質を向上させる。

データ活用

保有データをマーケティング施策と連携させ、データを活用したPDCAの自走を可能にする。

HP活用

自社サイト掲載中の情報やOTA掲載中の情報を最適化し、予約成約率の向上を促進する。

業務DX

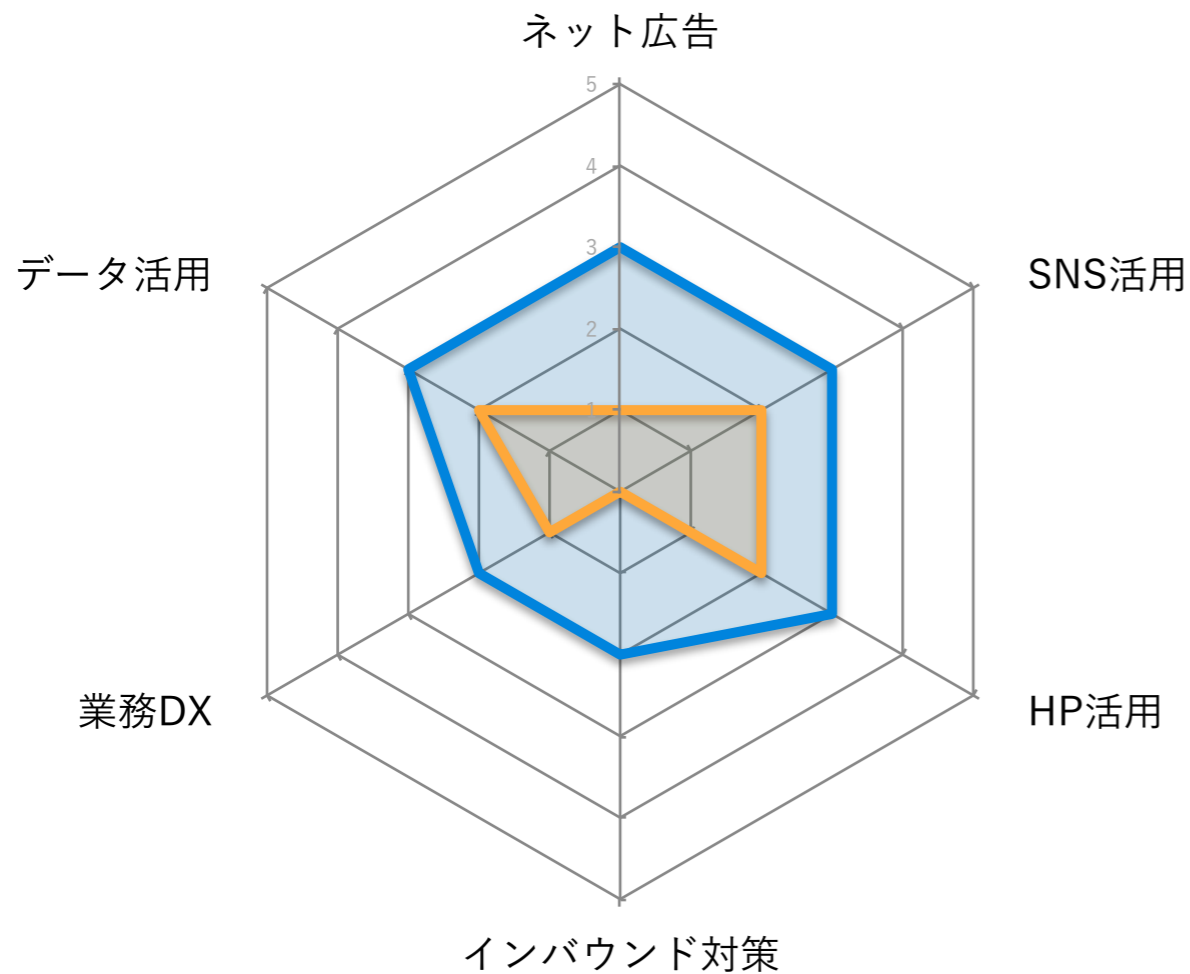
タスク管理や社内情報共有について、ITツールを導入し効率的な管理と共有を実現する。

インバウンド対策

エリア・ターゲットを選定し、ネット広告・SNSマーケティング等、海外旅行客獲得に向けたアクションを実施する。

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

ポイントを抑え、自社単独で定期的にネット広告を出稿できるようになる。

SNS活用

運用ルール・品質の標準化を実施し、安定的な運用指標の設定を行い運用を行うと共にUGCを活用しクリエイティブの品質を向上させる。

データ活用

保有データをマーケティング施策と連携させ、データを活用したPDCAの自走を可能にする。

HP活用

自社サイト掲載中の情報やOTA掲載中の情報を最適化し、予約成約率の向上を促進する。

業務DX

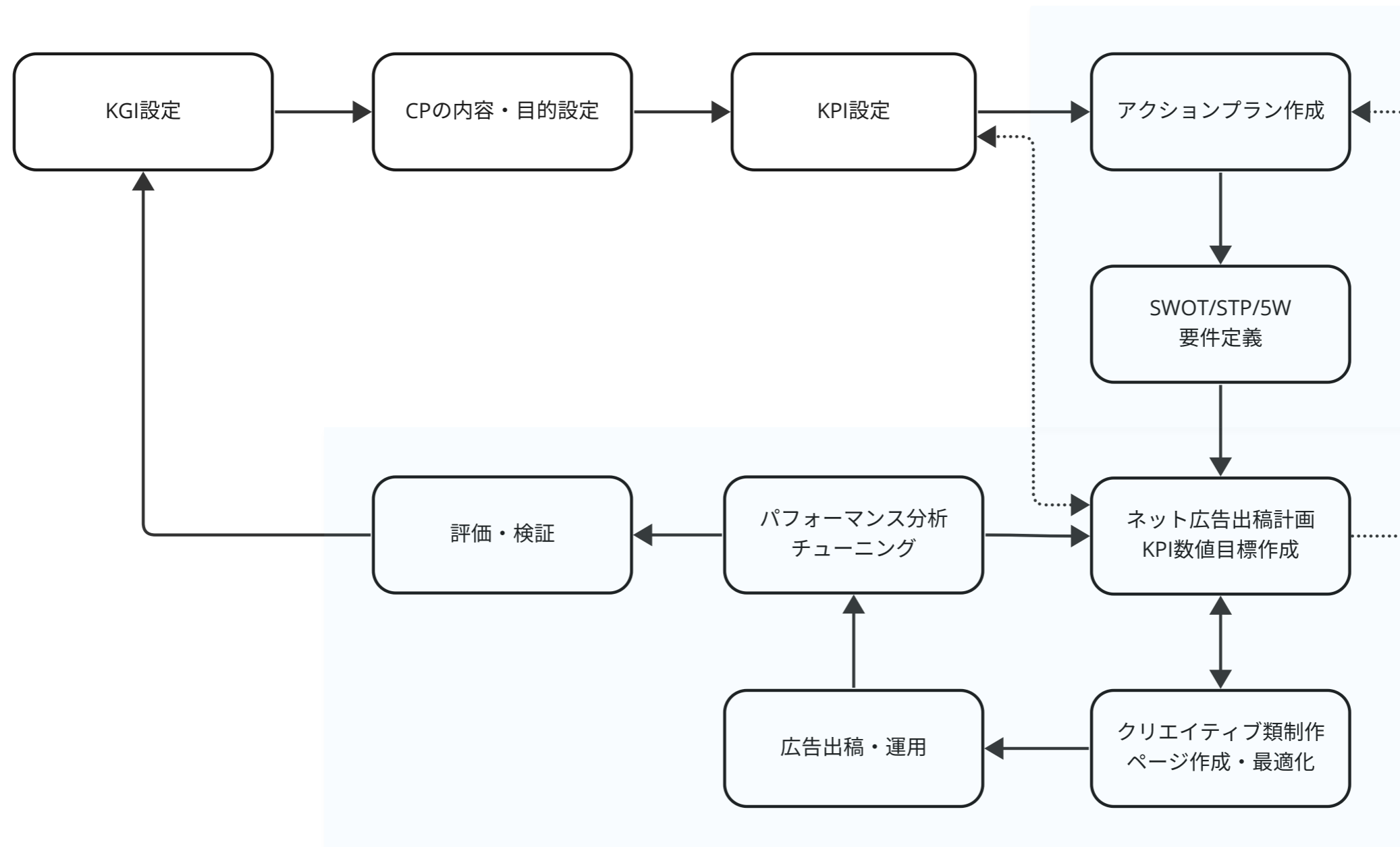
タスク管理や社内情報共有について、ITツールを導入し効率的な管理と共有を実現する。

インバウンド対策

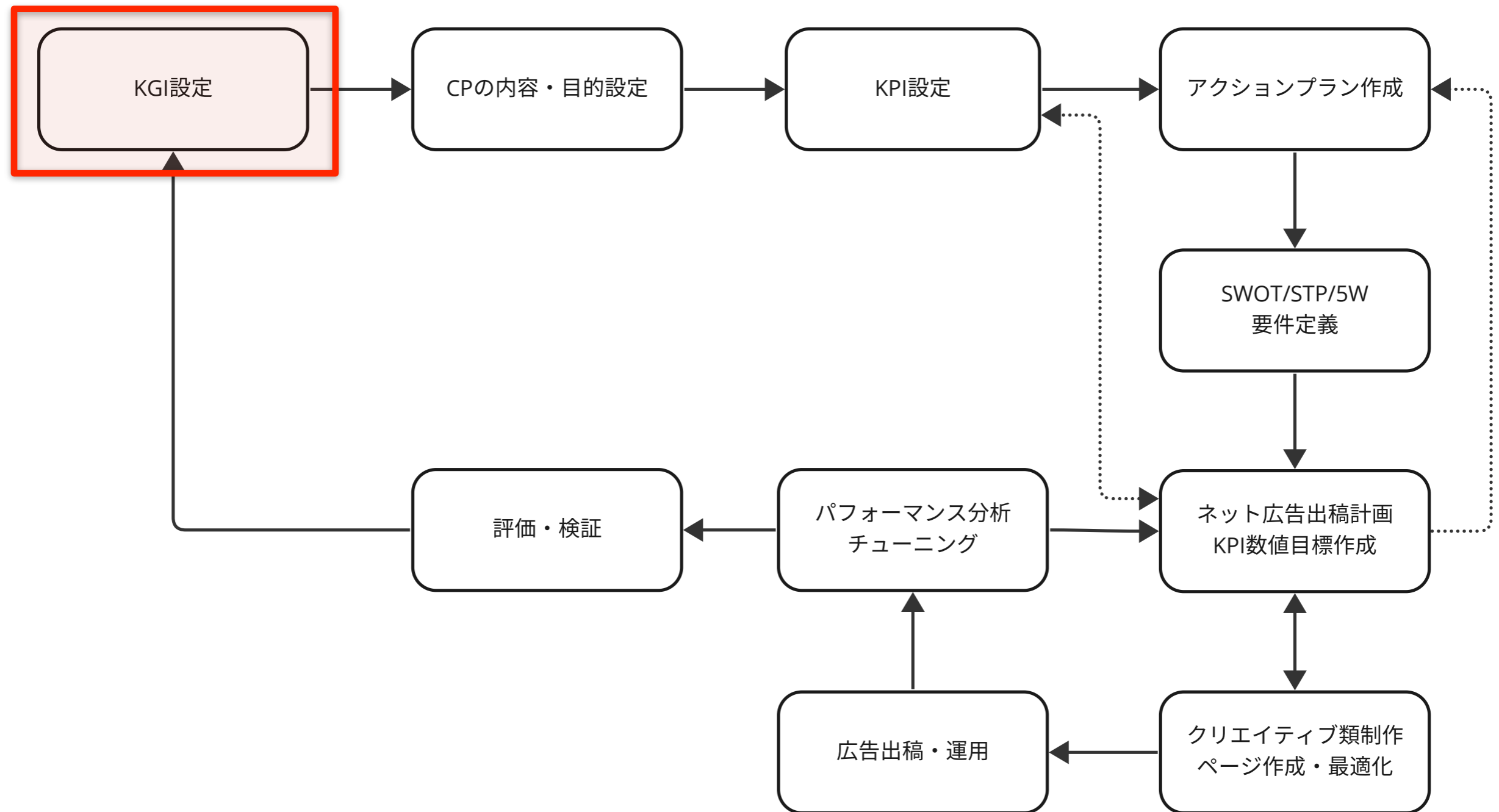
エリア・ターゲットを選定し、ネット広告・SNSマーケティング等、海外旅行客獲得に向けたアクションを実施する。

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



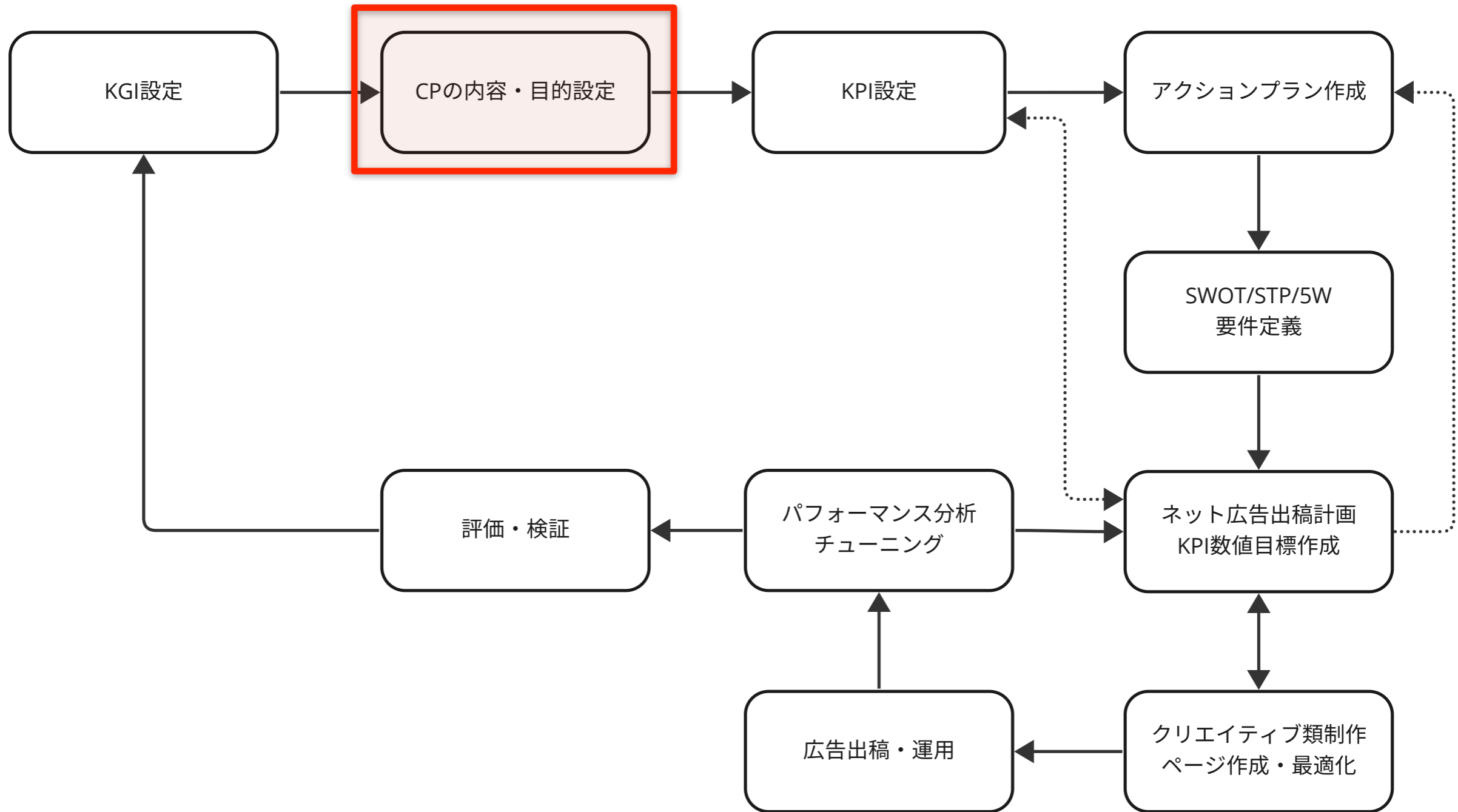
2. KGI設定

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	昨年度実績	本年度実績	本年度目標数値 (昨年比103%)	目標達成率 (昨年比)
2023年10月	OCC（客室稼働率）	76.7%			
2023年11月	OCC（客室稼働率）	65.8%			



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 中旬～11月上 旬	 <p>ホテル八木の紹介 (米国向け)</p>	<p>インバウンドへの認知拡大を目的として、宿の施設/食事/サービスを紹介するリール広告を米国をターゲットに出稿しました。ランディングページを公式サイト、海外OTAへのリンクをまとめたフィードリンクとすることで、予約への効率的な動線を確立しました。</p> <p>※フィードリンク：「EmbedSocial」が提供する、様々なソーシャルメディアやウェブサイトのリンクをまとめた、自分だけの簡易なウェブサイトを作成することができるリンクインバイオ（リンクまとめ）ツール</p>
2	2023年11月 上旬～11月中 旬	 <p>ホテル八木の紹介 (台湾向け)</p>	<p>インバウンドへの認知拡大を目的として、宿の施設/食事/サービスを紹介するリール広告を既にリピーター客も存在する台湾をターゲットに出稿しました。ランディングページを公式サイト、海外OTAへのリンクをまとめたフィードリンクとすることで、予約への効率的な動線を確立しました。</p> <p>※フィードリンク：「EmbedSocial」が提供する、様々なソーシャルメディアやウェブサイトのリンクをまとめた、自分だけの簡易なウェブサイトを作成することができるリンクインバイオ（リンクまとめ）ツール</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10月中旬～11月中旬	 <p>11/3～11/25開催の「クリスマススイーツフェア第一弾」の紹介</p>	関西/関東/中部方面への認知拡大を目的として、「クリスマススイーツフェア」を紹介するリール広告を出稿しました。
4	2023年10月下旬～11月中旬	 <p>ホテル八木の紹介 (国内向け)</p>	関西/関東/中部方面への認知拡大を目的として、宿の施設/食事/サービスを紹介するフィード広告を出稿しました。

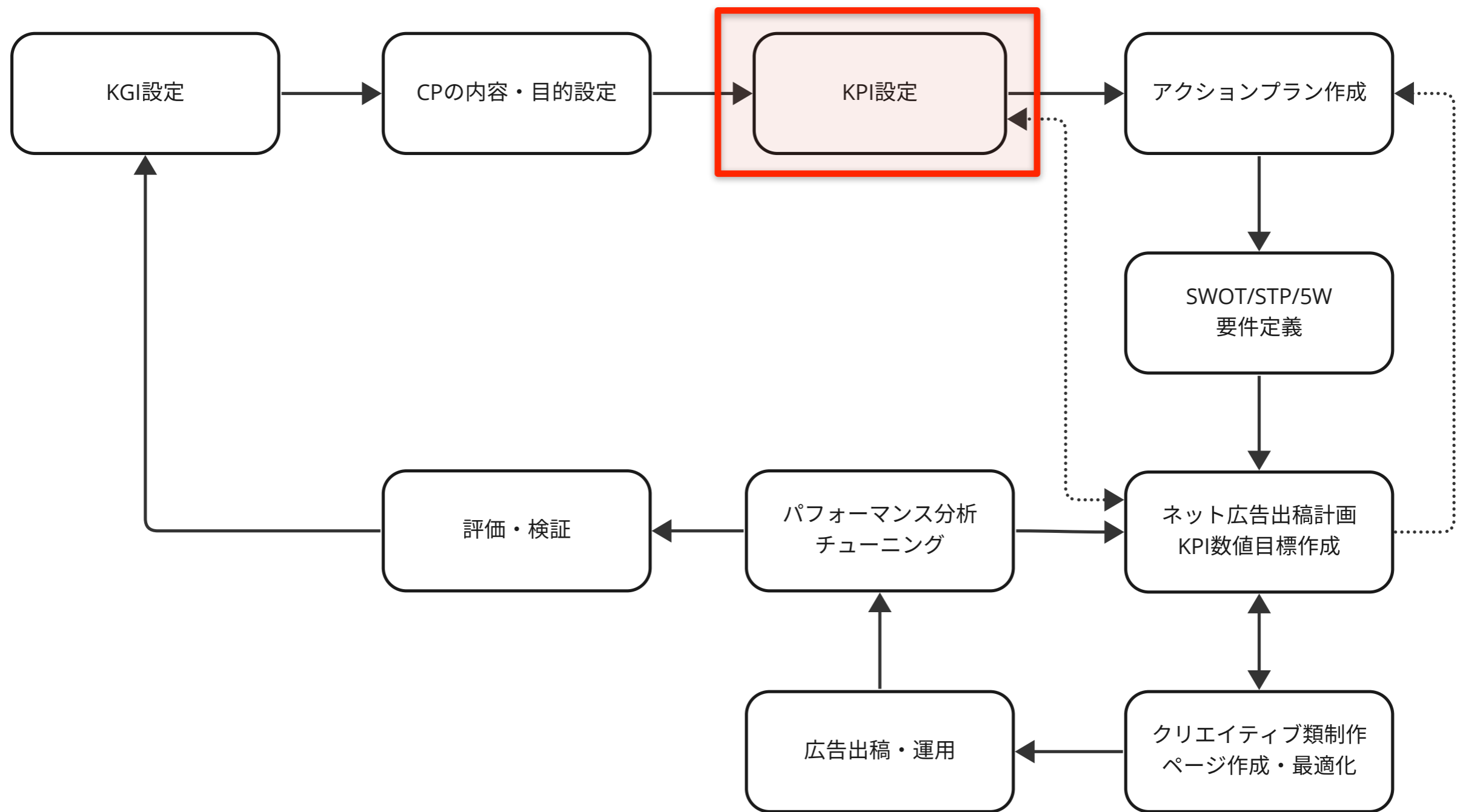
2. キャンペーンの内容・目的設定

	対象期間	対象の企画	企画の概要
5	2023年10月 下旬～11月下 旬	 Google検索広告	あわら温泉、福井県、北陸方面への旅行を検討しているユーザーや子連れのユーザー等をターゲットにGoogle検索広告を出稿しました。
6	2023年11月 中旬～11月下 旬	 リクルートキャン ペーン	公式サイトの人材募集ページをランディングページとし北陸、関西方面を中心にフィード広告を出稿しました。

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
7	2023年11月 下旬～	<p>【優待対象者！】最高可享 10% 折扣！毎日時令菜餚和應點的特色甜點！可以用熱價泡 麵的美食旅館<附之餐></p>  <p>宿泊10%割引キャン ペーン (台湾向け)</p>	<p>キャンペーン2より台湾での広告パフォーマンスが高いことに加え、ホ テル八木独自で展開した宿泊割引キャンペーンの反響が大きかったこと から、台湾向けの宿泊10%割引広告を出稿。</p>
8	2023年11月 下旬～	<p>正月]年末年始は美食宿のホテル八木で過ごす～厳選料理&パティシエ特製スイーツ ろう〜<2食付> ★公式サイトが最安値！他社サイトより最大3300円引き★</p>  <p>新規広告 (国内向け)</p>	<p>関西/関東/中部方面への認知拡大を目的として、宿の施設/食事/サービ スを紹介するフィード広告を出稿しました。</p>

2. KPI設定



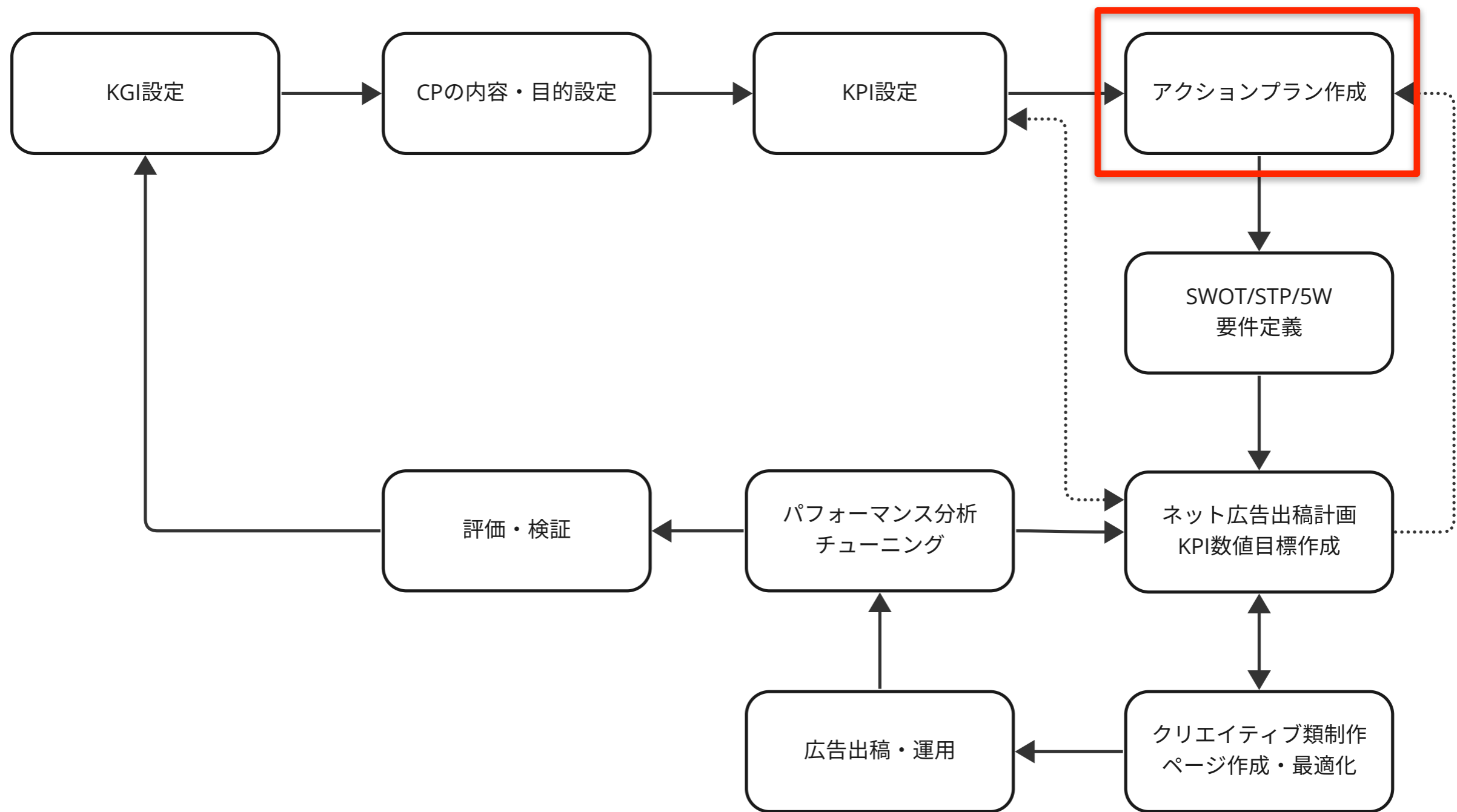
2. KPI設定

月毎のKPIリスト

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)	KPI (5)	KPI (6)
2023年10月	海外販促強化エリア（アメリカ・台湾）において、リール動画でのネット広告を出稿し413,000人へのリーチを達成	国内広告キャンペーンを通じて、合計3,970人のユーザーをサイトに誘引		自社サイトからの予約売上合計を、昨年比110%達成する。	海外旅行客を10組獲得する。	SNSでの情報発信を強化・最適化し、195,000人へのリーチを達成する。
2023年11月			海外販促強化エリア（台湾）において、リール動画でのネット広告を出稿し1,130人のユーザーをサイトに誘引			SNSでの情報発信を強化・最適化し、246,300人へのリーチを達成する。

※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紙参照

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) 宿泊10%割引キャンペーン（台湾）

1. 企画の検討、要件定義、施設のSWOT・STP・5Wの設定
2. ランディングページ最適化
3. 広告素材の収集（新規撮影を含む）
4. リール動画・フィード画像の制作
5. ネット広告の出稿
6. ネット広告の結果評価

3) SNSでの情報発信

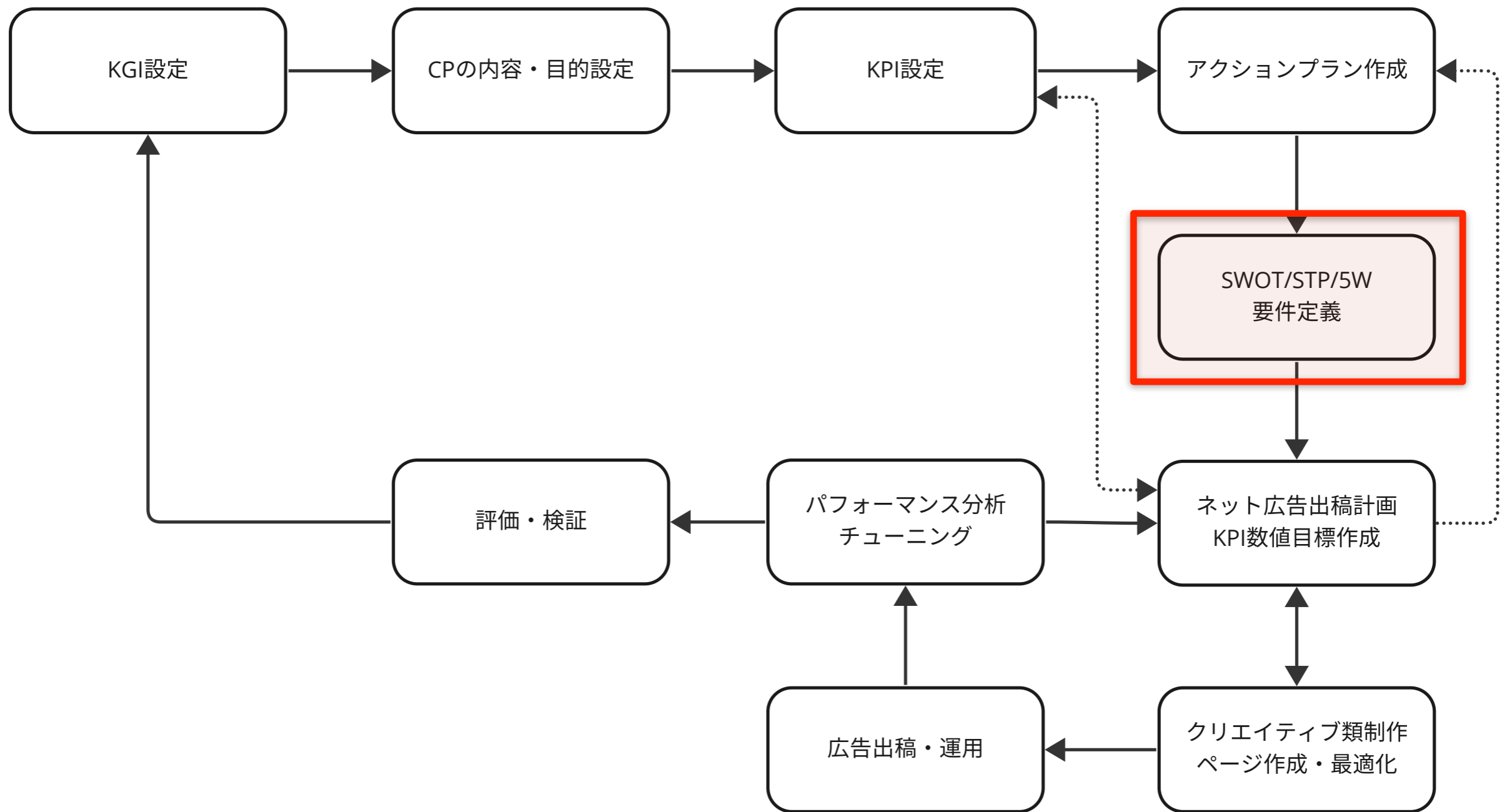
1. インサイト情報分析による現状把握
2. 投稿内容の最適化、UGC活用施策の推進
3. SNS投稿
4. インサイト情報分析による結果の評価

2. アクションプラン

3) SNS広告（宿紹介）の発信

1. 企画の検討、要件定義、施設のSWOT・STP・5Wの設定
2. フィードリンクを活用したランディングページ最適化
3. 広告素材の収集（新規撮影を含む）
4. リール動画・フィード画像の制作
5. ネット広告の出稿
6. ネット広告の結果評価

2. KGI設定



2. SWOT

ホテル八木

Strengths - 強み	Weaknesses - 弱み
<p>こだわりのビュッフェ 日本庭園 コンセプトに沿った空間 様々なおもてなしサービス ビュッフェ（子連れ家族に人気） 空間の提供 季節ごとのイベント 自家源泉掛け流しの天然温泉 カスタマイズされたサービス 充実した施設 アクセス（立地）</p>	<p>施価格が高め 設備が古い 写真や文章での表現が下手（伝えきれていない） 限られた規模 プロモーションと集客 スタッフの高齢化 中長期的採用</p>
Opportunities - 機会	Threats - 脅威
<p>シーズングルメ 蟹 地域の観光資源の活用 デジタルマーケティング戦略 新幹線開通 インフルエンサーによる拡散</p>	<p>お客様とのイメージのギャップ（ネガティブ） 感染症等 国際情勢（反日運動など） オールインクルーシブを提供している近隣競合 自然災害</p>

2. STP

ホテル八木

セグメント	ターゲット	ポジショニング
日本海の美味しい海の幸を食べたい人	20歳～50歳の男女	美食宿
祖父母・子供のいる家族	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	世界一を目指すビュッフェ旅館
疲れやストレスから回復したい人	20歳～65歳の男女	気兼ねなく、心地よく過ごせる宿
記念日のお祝い	アメリカ・台湾	
女子旅・母娘旅		

2. 5W2H

広告CP1回目 宿紹介 (米国)

5W	ターゲット	内容
When	時期	10月20日～11月13日
Where	広告配信面	Instagram リール面
Who	セグメント ターゲット	25歳～65歳 頻繁に海外旅行する人
What	何を訴求するか	ホテル八木の宿紹介やセールスポイントを紹介
Why	セールスポイント	ビュッフェ・漫画・温泉・気兼ねなく過ごせる宿として
How	どのように買うか・ 予約するか	OTA
How much	価格面の訴求	円安を意識しつつも、国内料金のまま訴求

2. 5W2H

広告CP2回目 宿紹介 (台湾)

5W2H	ターゲット	内容
When	時期	11月1日～11月20日
Where	広告配信面	Instagram リール面
Who	セグメント ターゲット	25歳～50歳 男女 台湾 デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人
What	何を訴求するか	ホテル八木の宿紹介やセールスポイントを紹介
Why	セールスポイント	ビュッフェ・漫画・温泉・気兼ねなく過ごせる宿として
How	どのように買うか・ 予約するか	OTA
How much	価格面の訴求	円安を意識しつつも、国内料金のまま訴求

2. 5W2H

広告CP3回目 宿紹介（国内）

5W2H	ターゲット	内容
When	時期	10月26日～11月30日
Where	広告配信面	Instagramリール面
Who	セグメント ターゲット	25歳～50歳 男女 福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知 デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人
What	何を訴求するか	クリスマススイーツフェアのリール動画をクリエイティブとして 食の部分をアピールする
Why	セールスポイント	ビュッフェ
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイト
How much	価格面の訴求	通常料金最安値を訴求

2. 5W2H

広告CP4回目 宿紹介（国内）

5W2H	ターゲット	内容
When	時期	10月26日～11月30日
Where	広告配信面	Instagramフィード面
Who	セグメント ターゲット	25歳～50歳 男女 福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知 デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人
What	何を訴求するか	温泉・ビュッフェ・ラウンジ・部屋・イメージ画像を使用した 宿全体のPR
Why	セールスポイント	気兼ねなく、心地よくのコンセプトとビュッフェ
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイト
How much	価格面の訴求	通常料金最安値を訴求

2. 5W2H

広告CP5回目 宿紹介（国内）

5W2H	ターゲット	内容
When	時期	10月26日～11月30日
Where	広告配信面	Google リスティング広告面
Who	セグメント ターゲット	日本全国・全年齢
What	何を訴求するか	公式HPからの予約最安値。11月～2月限定のお得なフェア開催中。
Why	セールスポイント	ビュッフェとスイーツフェア
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイト
How much	価格面の訴求	通常料金最安値を訴求

2. 5W2H

広告CP6回目 リクルート（国内）

5W2H	ターゲット	内容
When	時期	11月13日～11月30日
Where	広告配信面	Instagramフィード面
Who	セグメント ターゲット	18歳～35歳 男女 福井 石川 新潟 富山 滋賀 京都 大阪 愛知 料理または料理法
What	何を訴求するか	宿泊体験型リクルート
Why	セールスポイント	新しい採用方法のあり方（実際に宿泊し体験することでミスマッチを防ぐ）
How	どのように買うか・ 予約するか	-
How much	価格面の訴求	-

2. 5W2H

広告CP7回目 宿紹介 (台湾)

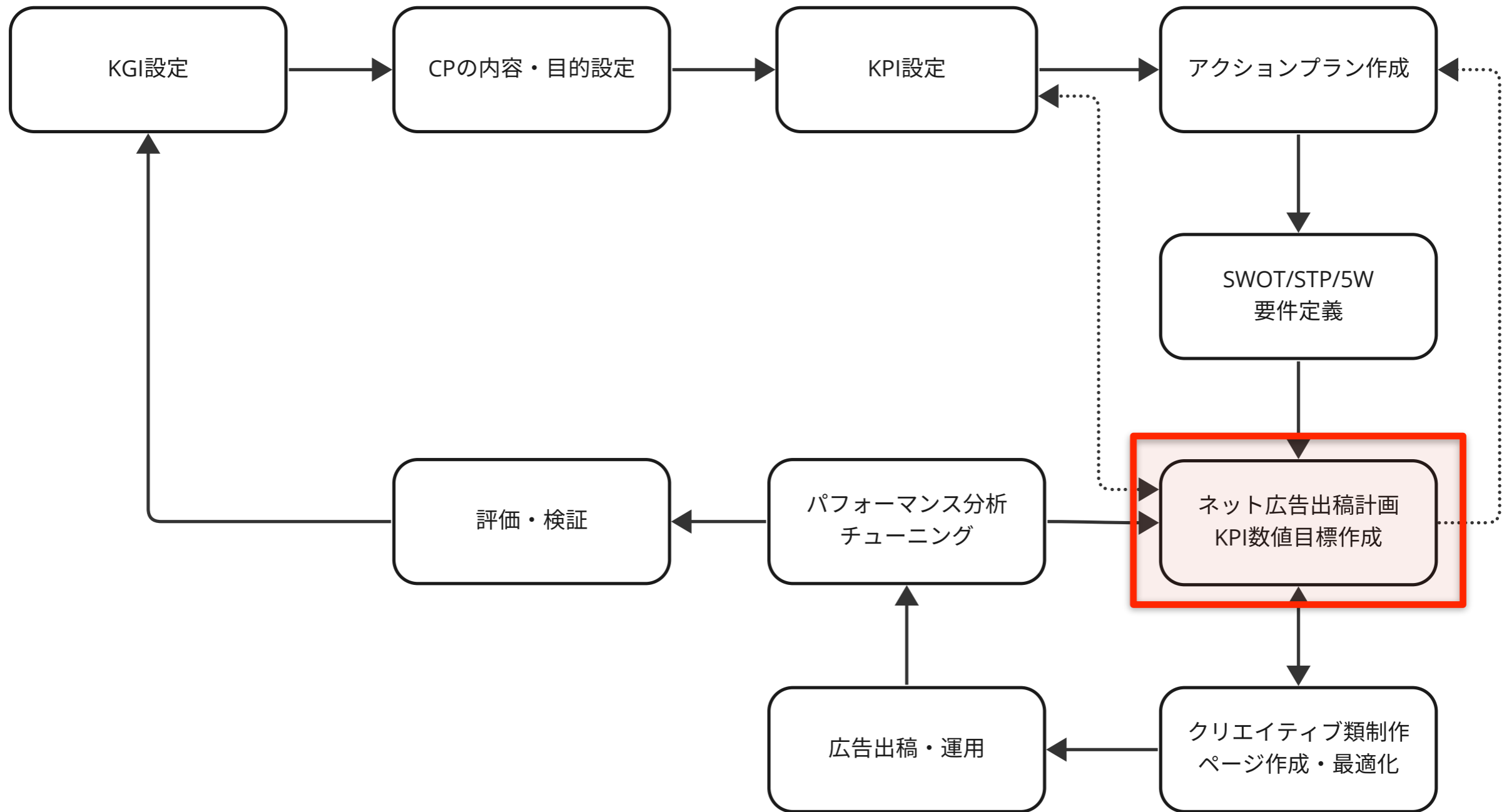
5W2H	ターゲット	内容
When	時期	11月20日～11月30日
Where	広告配信面	Instagramフィード面
Who	セグメント ターゲット	25歳～65歳 男女 台湾 日本料理、Japanese Language & Culture、 日本の観光、Japanese popular cultureまたは 旅行
What	何を訴求するか	気兼ねなく心地よくのコンセプトとビュッフェ
Why	セールスポイント	期間限定広告からの予約限定で10%オフ
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイト
How much	価格面の訴求	期間限定広告からの予約限定で10%オフ

2. 5W2H

広告CP8回目 宿紹介（国内）

5W2H	ターゲット	内容
When	時期	11月20日～11月30日
Where	広告配信面	Instagramフィード面
Who	セグメント ターゲット	25歳～50歳 男女 福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知 デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人
What	何を訴求するか	ビュッフェの内容
Why	セールスポイント	ホテル八木ならではの季節の越前蟹や海鮮 肉などビュッフェメニューの魅力
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイト
How much	価格面の訴求	通常料金最安値を訴求

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

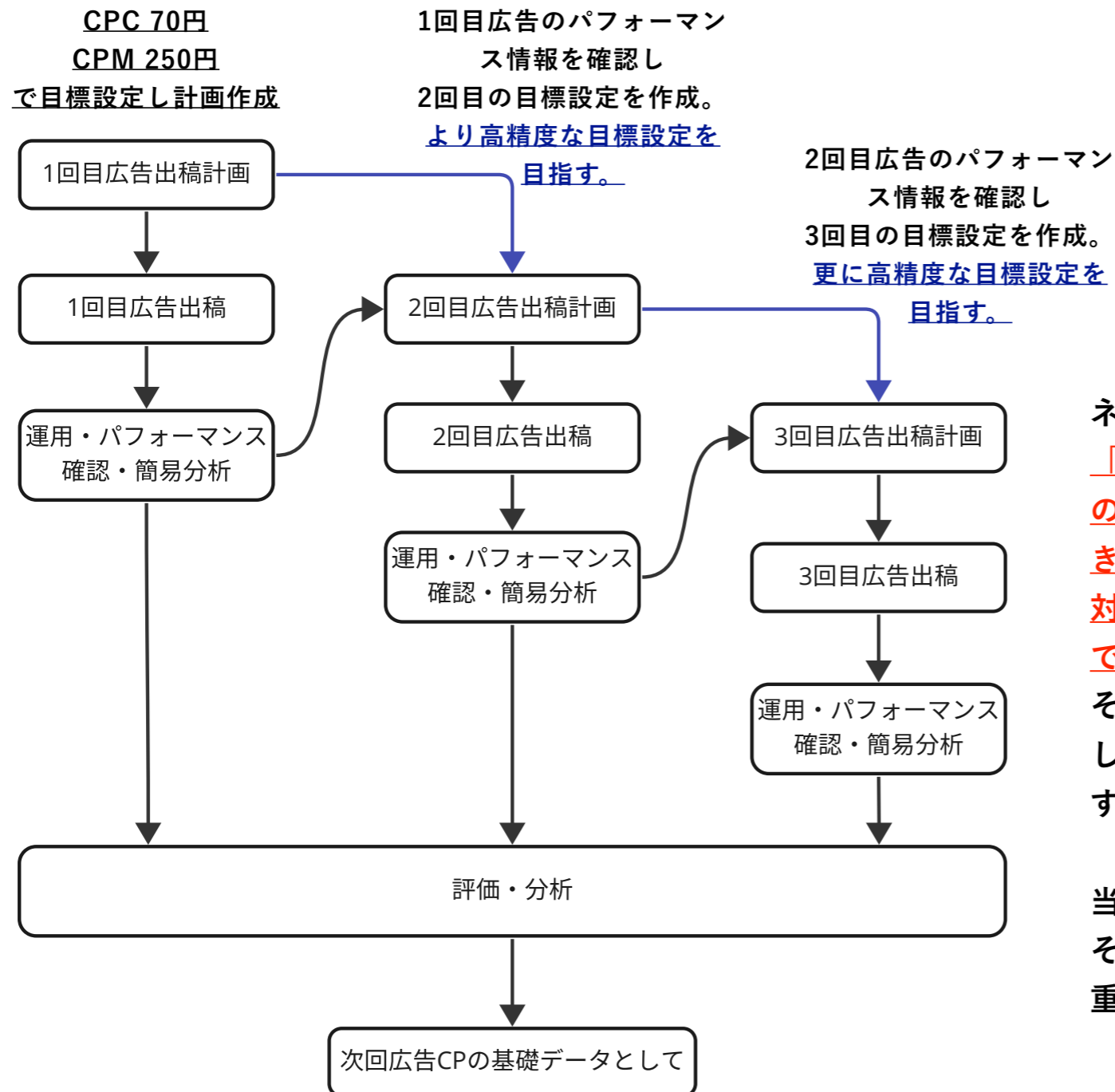
目標単価については、業種・内容によって幅が広い為

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 宿紹介 (米国)	米国	Instagram/Meta	リール動画	リーチ数	25 - 65+	頻繁に海外旅行する人	10,800,000 - 12,700,000	10/20	11/13
広告CP3回目 宿紹介 (クリスマス)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	リール動画	リーチ数	25 - 50	デザートまたはグルメ・ 食通、よく旅行する人	1,400,000 - 1,700,000	10/20	11/20
広告CP4回目 宿紹介	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	フィード	クリック	25 - 50	デザートまたはグルメ・ 食通、よく旅行する人	2,900,000 - 3,400,000	10/26	11/30
広告CP5回目 Google	日本	Google	Google リスティング	クリック	-	すべての利用者層、興 味・関心、行動	-	10/26	11/30

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
広告CP1回目 宿紹介 (米国)	米国	Instagram/Meta	リール動画	CPM	250	45,540	182,160
	当月合計・平均				250	45,540	182,160
広告CP3回目 宿紹介 (クリスマス)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	リール動画	CPC	70	26,244	375
広告CP4回目 宿紹介	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	フィード	CPC	50	11,664	233
広告CP5回目 Google広告	米国	Google	Google リスティング	CPC	50	16,662	333
	当月合計・平均				85	54,570	941

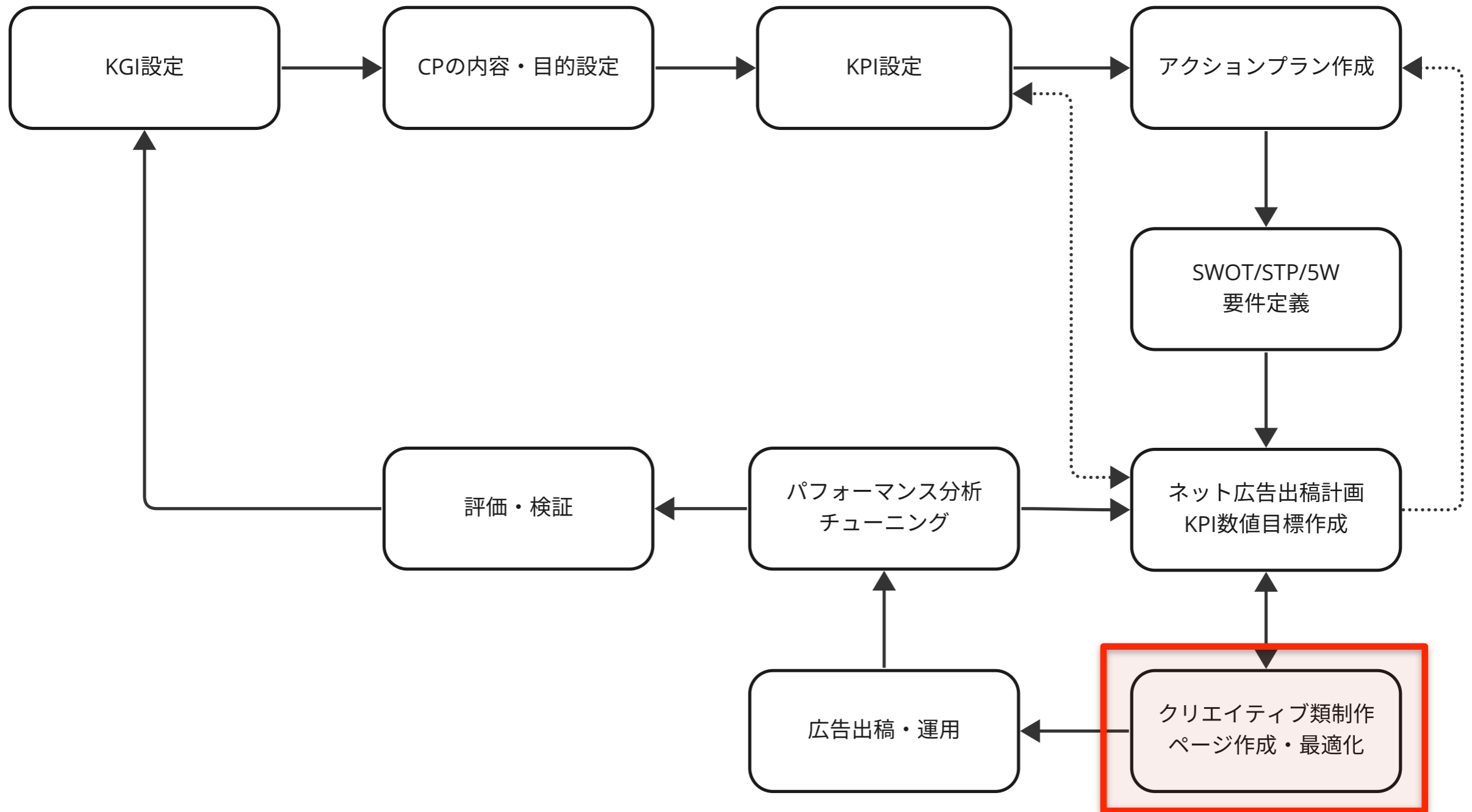
2. 11月ネット広告出稿計画（KPI数値目標）

	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 宿紹介 (米国)	米国	Instagram/Meta	リール動画	リーチ数	25 - 65+	頻繁に海外旅行する人	10,800,000 - 12,700,000	10/20	11/6
広告CP2回目 宿紹介 (台湾)	台湾	Instagram/Meta	リール動画	リーチ数	25 - 65+	デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人	1,400,000 - 1,700,000	10/20	11/20
広告CP3回目 宿紹介 (クリスマス)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	リール動画	クリック	25 - 50	デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人	2,900,000 - 3,400,000	10/20	11/20
広告CP4回目 宿紹介	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	フィード	クリック	25 - 50	デザートまたはグルメ・食通、よく旅行する人	2,900,000 - 3,400,000	10/26	11/30
広告CP5回目 Google広告	米国	Google	Google リスティング	クリック	-	すべての利用者層、興味・関心、行動	-	10/26	11/30
広告CP6回目 リクルート	福井 石川 新潟 富山 滋賀 京都 大阪 愛知	Instagram/Meta	フィード	クリック	18 - 35	料理または調理法	3,400,000 - 4,000,000	11/13	11/30
広告CP7回目 宿泊割引 (台湾)	台湾	Instagram/Meta	フィード	クリック	25~65+	日本料理、Japanese Language & Culture、日本の観光、Japanese popular cultureまたは旅行	15,300,000 - 18,000,000	11/20	11/30
広告CP8回目 宿紹介 (国内)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	フィード	クリック	25~50	デザートまたはグルメ・食通、行動: よく旅行する人	2,900,000 - 3,400,000	11/20	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
広告CP1回目 宿紹介 (米国)	米国	Instagram/Meta	リール動画	CPM	250	22,770	91,080
広告CP2回目 宿紹介 (台湾)	台湾	Instagram/Meta	リール動画	CPM	250	35,000	200,000
				当月合計・平均	250	57,770	291,080
広告CP3回目 宿紹介 (クリスマス)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	リール動画	CPC	100	43,740	437
広告CP4回目 宿紹介	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	フィード	CPC	50	58,320	1,166
広告CP5回目 Google広告	日本	Google	Google リスティング	CPC	50	83,310	1,666
広告CP6回目 リクルート	福井 石川 新潟 富山 滋賀 京都 大阪 愛知	Instagram/Meta	フィード	CPC	50	49,986	1,000
広告CP7回目 宿泊割引 (台湾)	台湾	Instagram/Meta	フィード	CPC	50	34,991	700
広告CP8回目 新規広告 (国内)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/Meta	フィード	CPC	50	49,995	1,667
				当月合計・平均	58.33	320,342	6,636

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

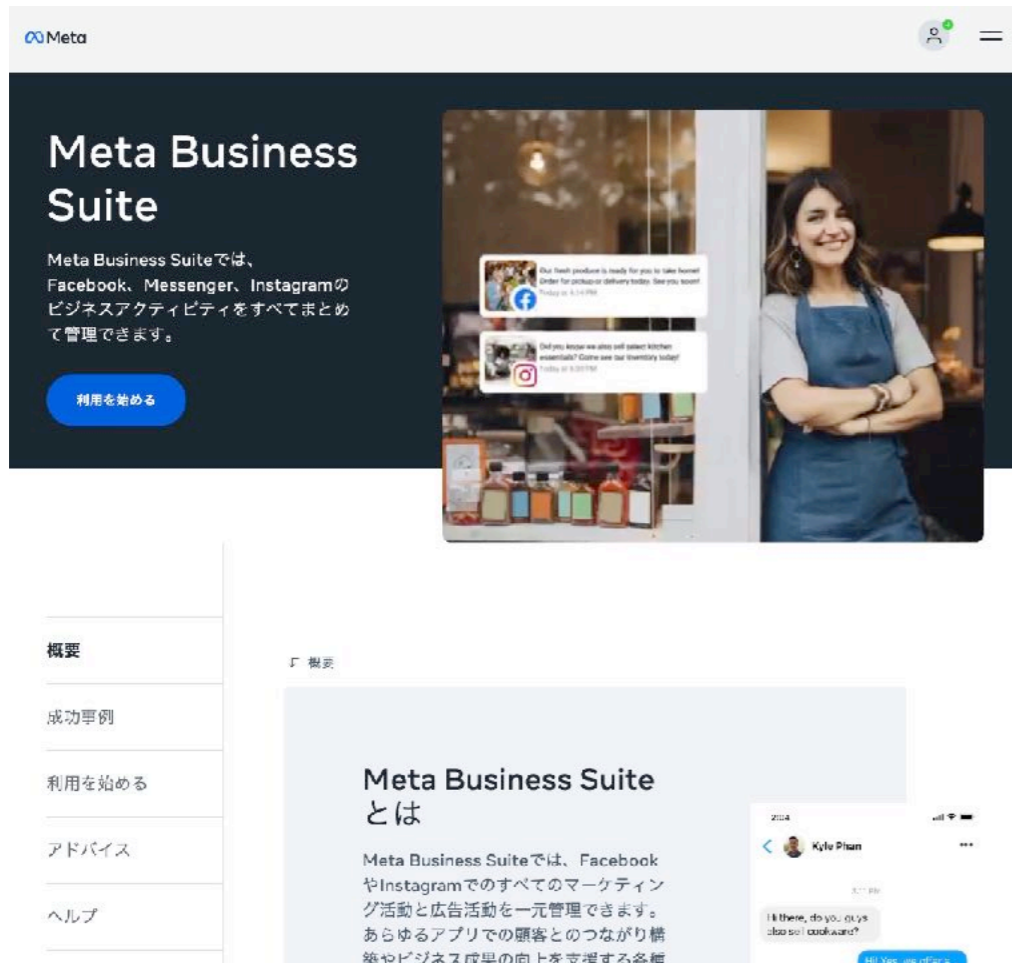
当実証事業では、Meta社が提供するMeta BUSINESS SUITE、Google社が提供するGoogle広告、その他バナー画像制作で使用するCanvaやテキスト作成・校正においてChat GPTを一部使用します。

<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>

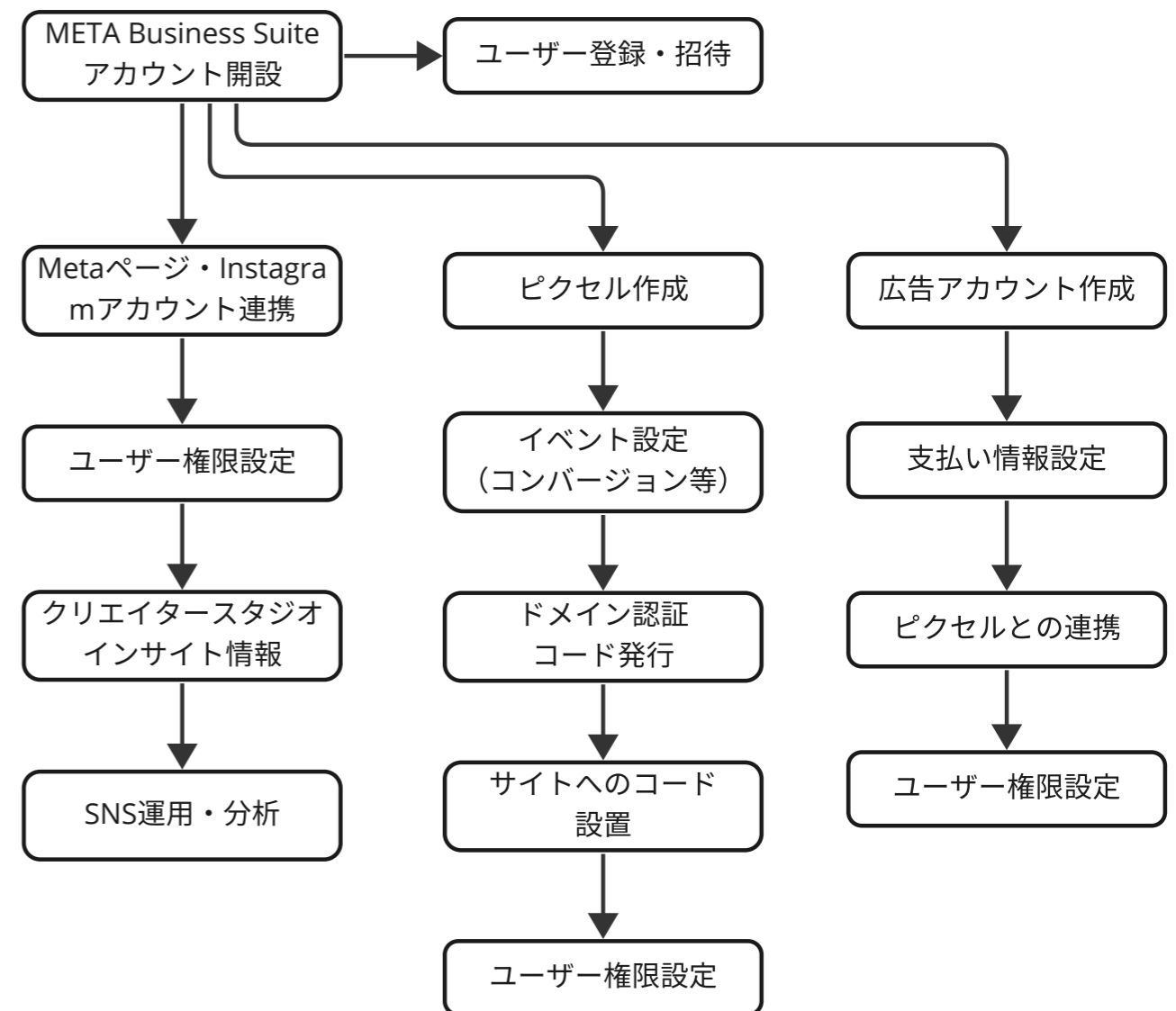
2. 事前準備 - Meta Business Suite

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>



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 - 共通施策

SNSウィジェットをトップページに配置

導入の背景

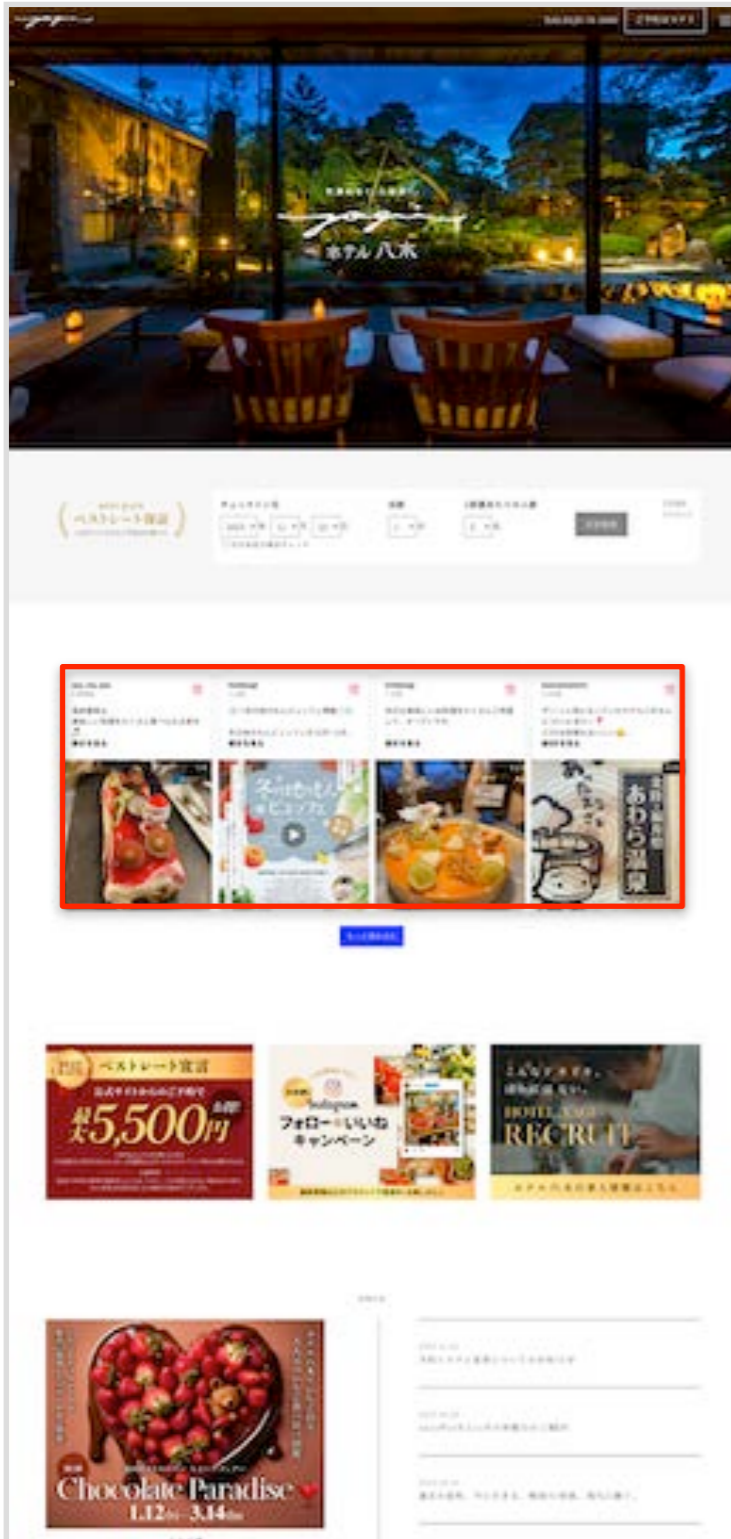
Instagramを有効活用している状況ではあったが、サイトへの情報の掲出がなく、サイトとInstagram（SNS）がうまく連携できていない状況であった。またInstagramでは最新情報やお知らせ、地域のニュースを頻繁に更新していたが、Instagramフォロワーにしか情報が届かない状況であった。

こういった同様の課題を解決する手段として、多くの企業で導入が進んでいる「EmbedSocial」システムを導入。Instagram（SNS）の投稿をサイトに表示。自動連携することで、常に最新の投稿をサイト上に掲出することを可能にし、「効率的な情報発信」と「サイト上に掲出されている情報の鮮度を常に保つ」ことが可能になった。



<https://embedsocial.jp/>

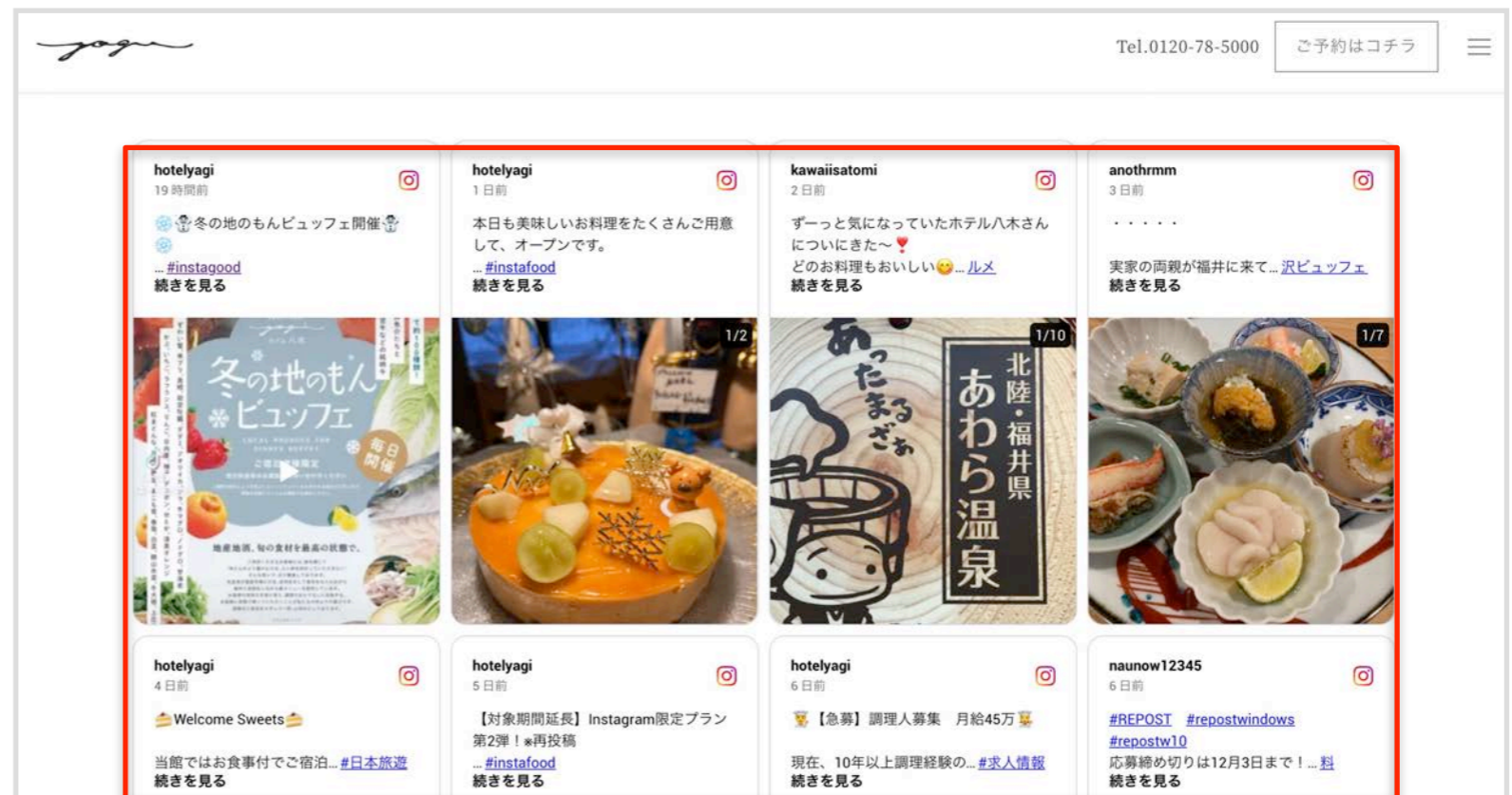
3. クリエイティブ類制作・ページ作成・最適化 アクションプラン抜粋 - 共通施策



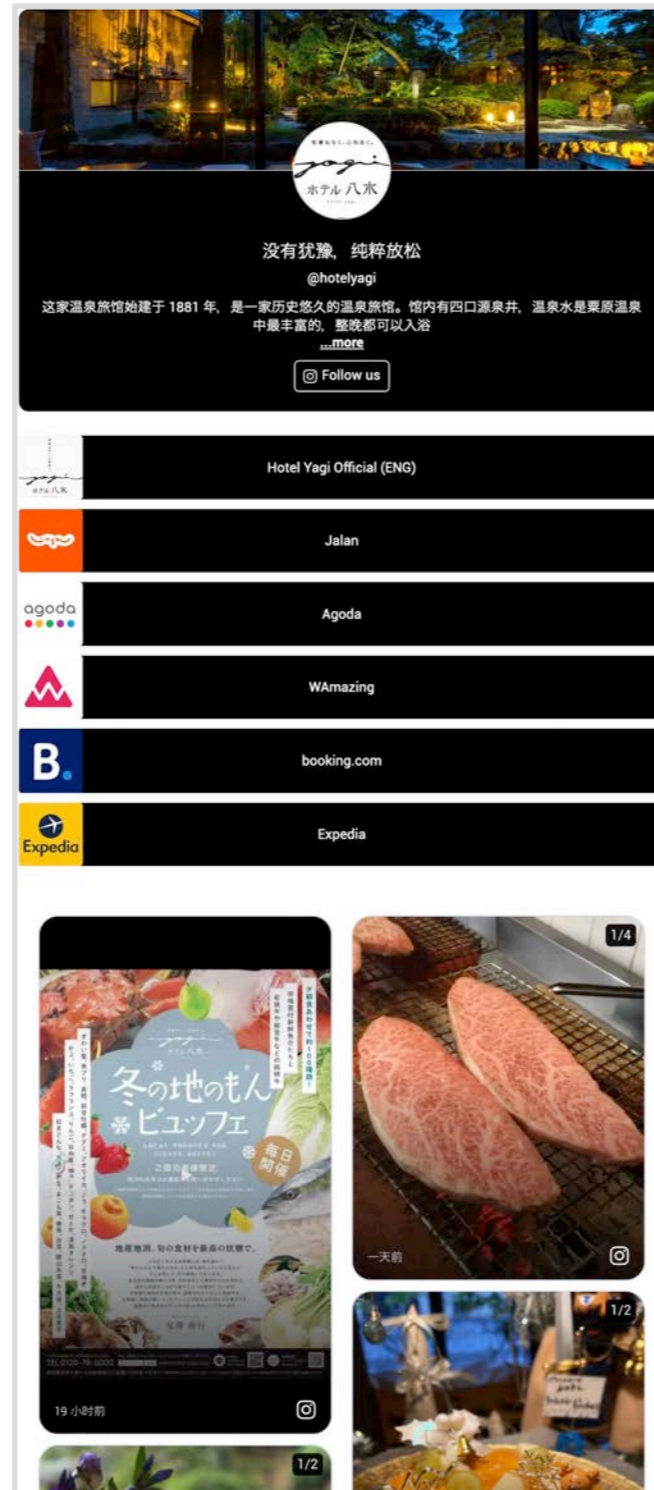
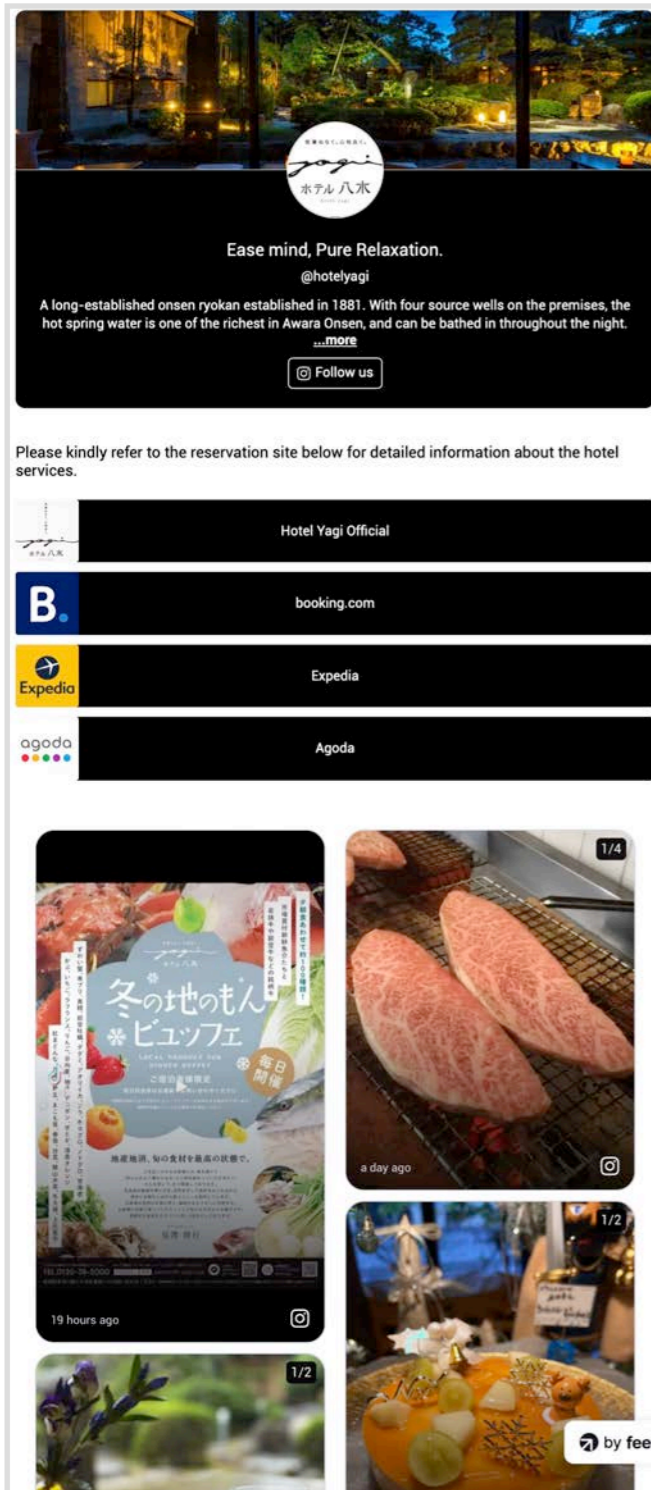
実施内容

SNSウィジェットをトップページに配置し、ユーザー投稿による客観的な情報発信を行うことで顧客の親近感を創出、また最新投稿を表示し旬の情報を発信することで現在の提供サービス内容を伝えることが可能となった。

<https://hotel-yagi.co.jp/>



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 - フィードリンク



フィードリンクをSNSからのリンク遷移先、 海外インバウンド獲得における多言語LPと して制作

実施内容

Instagramプロフィールからの遷移リンクとして公式サイト、海外OTAへのリンクをまとめたフィードリンクを英語/台湾語で設置し、予約への効率的な動線を確立した。

また、台湾語においてはアジア地域のインバウンドに対応するOTA「じゃらん」「WAmazing」を掲載し、エリアへの最適化を行った。

フィードリンク：

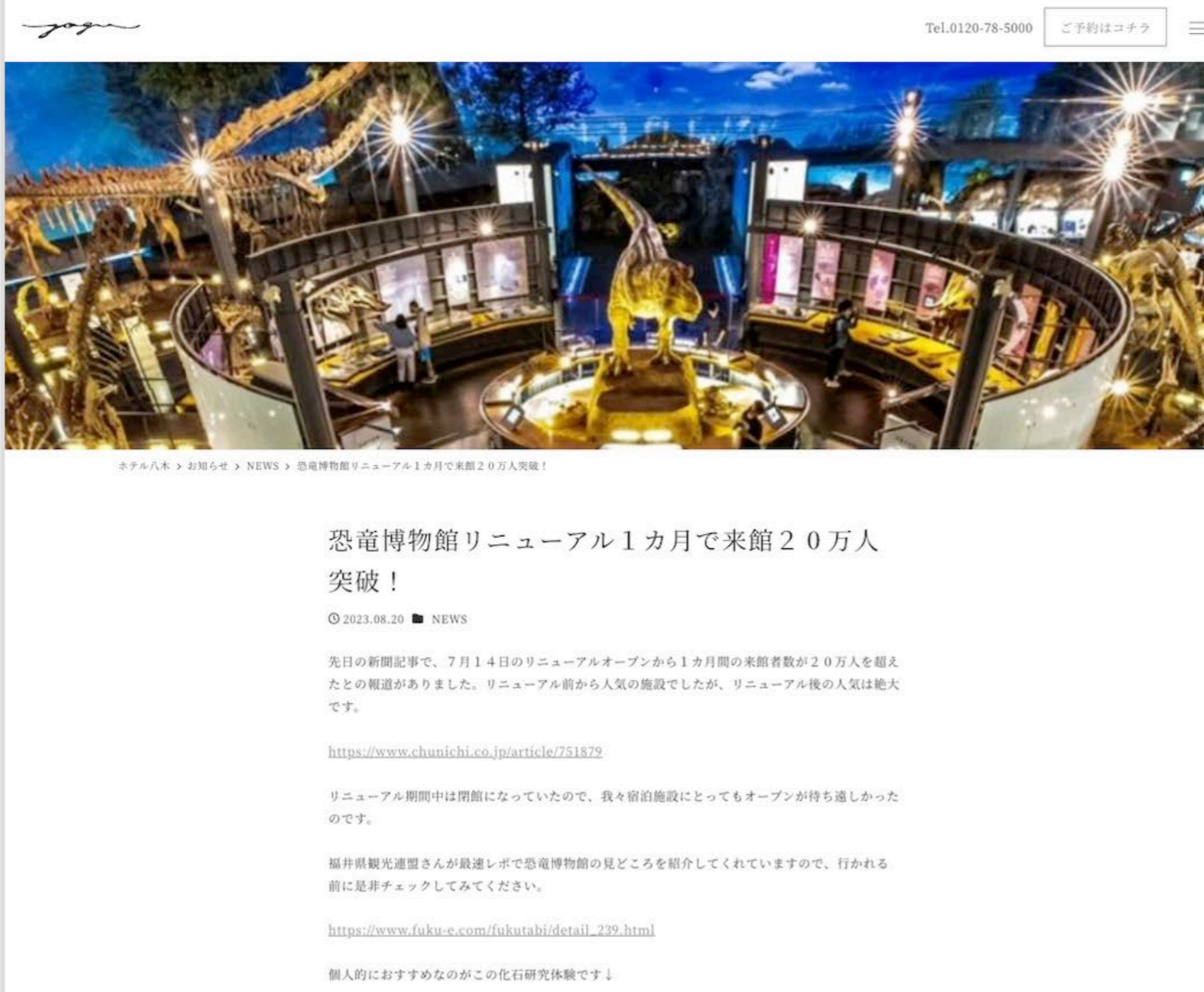
「EmbedSocial」が提供する、様々なソーシャルメディアやウェブサイトのリンクをまとめた、自分だけの簡易なウェブサイトを作成することができるリンクインバイオ（リンクまとめ）ツール。Instagram投稿の日本語文章を様々な言語で表示できる機能もあることから、簡易的な多言語LPとして実装することが可能。

<https://feedlink.io/hotelyagien>

<https://feedlink.io/hotelyagizhtw>

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 - ChatGPT活用

恐竜博物館体験レポートのブログ作成



ホテル八木 > お知らせ > NEWS > 恐竜博物館リニューアル1カ月で来館20万人突破！

恐竜博物館リニューアル1カ月で来館20万人突破！

© 2023.08.20 ■ NEWS

先日の新聞記事で、7月14日のリニューアルオープンから1カ月間の来館者数が20万人を超えたとの報道がありました。リニューアル前から人気の施設でしたが、リニューアル後の人気は絶大です。

<https://www.chunichi.co.jp/article/751879>

リニューアル期間中は閉館になっていたのですが、我々宿泊施設にとってもオープンが待ち遠しかったのです。

福井県観光連盟さんが最速レポで恐竜博物館の見どころを紹介してくれていますので、行かれる前是非チェックしてみてください。

https://www.fuku-e.com/fukutabi/detail_239.html

個人的におすすめなのがこの化石研究体験です↓



化石研究体験 Fossil Research Training

リニューアル後の目玉コンテンツと言っても過言ではないでしょう。今回の化石体験は屋内施設で行うことができるので、天候に左右されることなくお楽しみいただけます。

噂によると、大人の方が夢中になってしまっているとかで、人気のあまり8月中は予約がとることが出来ない状態なのですが、9月以降はまだ予約がとれるようです(^^)

下記予約フォームをチェックしてみてください↓

<https://www.asoview.com/channel/tickets/LaUS9VKZ0C/>

ホテル八木では9月1日からモンブランや栗、秋のフルーツを使用したスイーツフェア「大人のハロウィンナイト」と、秋の食材をふんだんに使用した「秋の地のもんビュッフェ」を同時開催します！

是非恐竜博物館と一緒にホテル八木が提供する「秋」を体感しにお越し頂ければと思います！

皆様のご来館、こころよりお待ちしております<(_ _)>

ご予約はこちらから↓

<https://www.7489pro.com/asp/489/menu.asp?id=18000018&ty=ser&list=YES&lan=JPN>

恐竜博物館 | 福井県

古い投稿 < 復旧済【電話回線不具合について】
新しい投稿 > 北陸新幹線 金沢-敦賀間 開業日決定！

<https://hotel-yagi.co.jp/2023/08/20/恐竜博物館リニューアル1カ月で来館20万人突/>

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 - 画像クリエイティブの撮影・OTAの最適化

自社が持つ魅力を最大限伝えることを目的に専属カメラマンによる撮影を実施。
自社サイト・各OTAに掲載中の画像を更新。
各種広告にも新たに撮影した画像を使用した。



※画像は一部抜粋

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 - スマホ版トップページの改修1-1



改善前 ポイント

- ロゴが筆記体のため読みづらく、ユーザーに名前を覚えてもらえない可能性がある
- 「お食事」「サービス」「温泉」の写真が1枚のみで魅力が伝わりづらい
- 全体的な画像クリエイティブのクオリティが好ましくない
- イベント情報のバナーの遷移先が予約サイトになっており、イベントの詳細がわからない
- 期日が過ぎた「お知らせ」が表示されている
- ブログのSEO対策がされていない
- 予約フォーム、リンクが複数存在し、予約への導線がスムーズでない

<https://hotel-yagi.co.jp/>

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 - スマホ版トップページの改修1-2



改善案

ポイント

- 筆記体のロゴの下に「ホテル八木」を加える
- 背景は動画・もしくは複数画像のループ
- キャッチコピーは、アクセス時にモーションで表示（デフォルトは表示無し、一行ずつ時間差で表示）
- 「お食事」「サービス」「温泉」の写真を複数枚画像のループ・もしくは横スライドで複数表示とする
- 客室の画像を変更する
- イベント情報のバナーの遷移先を企画の内容がわかる個別ページ（ブログ等）とする
- 期日が過ぎた「お知らせ」を削除する
- コンテンツマーケティング（SEO）を実践する上で重要なブログの見出しを掲出する。近隣情報はSEO目的として、食材・宿・企画など自社の魅力が最大限伝わり、顧客との距離の近さを感じさせる（演出する）コンテンツを作成する。掲載頻度は週1回が望ましい。
- ユーザーによるSNS投稿画像を活用する
- 予約フォームはヘッダーにリンクがあるため削除する

<https://hotel-yagi.co.jp/>

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 - スマホ版トップページの改修1-2

改善案イメージ

ページ上部

コンセプト・魅力を正しく伝えて品質・ブランドを演出する。

=

客単価・稼働率に影響を及ぼす。



ページ下部

情報発信（SEO対策）で、ホスピタリティ・おもてなしの心・こだわりなど様々な記事から、スタッフの人柄を伝える。また、他のお客の写真・コメント等を掲載する。

=

顧客からの親近感を創出し、自分の旅行をよりイメージできるように。



<https://hotel-yagi.co.jp/>

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 - スマホ版トップページの改修1-3

Before



After



Before



After



改善後

実施内容

1. アイキャッチ画像と宿紹介の画像を変更する
2. 期日が過ぎた「お知らせ」を削除する
3. UGCウィジェットの導入
4. 予約フォームはヘッダーにリンクがあるため削除する
5. ブログで「恐竜博物館体験」「北陸新幹線開業」「一乗谷朝倉氏遺跡博物館」の紹介記事を公開し、コンテンツマーケティング（SEO）を実践

<https://hotel-yagi.co.jp/>

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 - Chat GPTを活用した海外向け広告文章の作成

気兼ねなく、心地よく。

あわら温泉ホテル八木 @hotelyagi

当投稿からのご予約リンク限定！期間・数量限定の10%オフ。

あわら温泉ホテル八木は、京都駅から電車でわずか二時間、長年関西の奥座敷として有名な福井県あわら温泉にある全20部屋限定の温泉旅館です。

「気兼ねなく、心地よく。」をコンセプトとし、お客様すべてが思い思いの過ごし方で第二の我が家のようにリラックスし、時間を忘れ、気兼ねなく過ごしていただきたいと考えています。

ホテル八木の自慢は地元の漁港で水揚げされた魚介類、地元の福井の若狭牛や全国各地から取り寄せた旬な食材を調理した、ビュッフェスタイルでの夕食、朝食。そして数多くのお客様から好評を得ている地元で収穫された季節のフルーツを使用したデザートビュッフェ。食事の際のお飲み物やラウンジでの振る舞い酒、振る舞いデザートなどすべてインクルーシブでご提供しております。（一部飲料は別途料金）

自家源泉掛け流しの天然温泉は24時間入浴可能です。セルフロウリュウ・アロマサウナもご用意しており、いつでもお好きな時にゆっくりと温泉をお楽しみいただけます。

当館自慢の日本庭園は夜はライトアップされ、幻想的な雰囲気漂い、ご自由に散策することも可能です。

ライブラリーには館主によるセレクト本や漫画を数多くご用意しており、パティシエ特性のデザートと共に楽しみいただけます。

現在多くの観光旅行客が日本に押し寄せていますが、有名観光地はどこも人・人ばかりでせっかくの日本旅行をストレスなく有意義に過ごす事が難しくなっています。福井県には世界三大恐竜博物館として知られる福井県立恐竜博物館や禅の総本山である永平寺、有名景勝地である東尋坊もあり、京都と隣接する福井県は長い歴史を持ちながらも、昔ながらの良さを今に残す自然豊かな美しい場所です。

今回あわら温泉開湯140周年記念ということもあり、海外の方にもっと福井やホテル八木を知っていただきたいとの思いから、お日にち・数量限定ではありますが、割引キャンペーンを実施させていただきます。是非このお得な機会をお見逃しなく！

皆さまのご来館を心よりお待ちしております。

<https://hotel-yagi.co.jp/>

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 - Chat GPTを活用した海外向け広告文章の作成

無拘無束、心情舒服。

あわら温泉酒店八木 @hotelyagi

限定這篇文章的預約連結！限時限量折扣10%。

あわら温泉酒店八木位於京都車站只需兩小時火車路程，位於福井縣有名的あわら温泉，是一家只有20間房的温泉旅館。

我們的理念是「無拘無束、心情舒服」，希望每位顧客都能像在第二個家一樣，以自己喜歡的方式放鬆，忘記時間，自在地度過。

酒店八木自豪的是，使用從當地漁港上岸的海鮮、福井當地的若狹牛和從全國各地精選的時令食材烹飪的晚餐和早餐自助餐。還有廣受顧客好評的，使用當地採收的季節性水果製作的甜點自助餐。飲料和在休息室提供的酒水和甜點等，都是包含在內的。（部分飲料需另付費）

24小時可以享受的天然温泉是自家源泉，也準備了自助熔岩石浴和芳香療法桑拿，隨時可以悠閒地享受温泉。

我們自豪的日本庭園晚上會亮起燈，營造出夢幻般的氛圍，可以自由散步。在圖書館裡，有館主精選的書籍和漫畫，可以享受甜點師傅特製的甜點。

現在，許多旅遊客湧入日本，但著名的旅遊景點人山人海，讓人難以無壓力地享受日本之旅。福井縣有世界三大恐龍博物館之一的福井縣立恐龍博物館、禪宗的總本山永平寺和著名的東尋坊等名勝，與京都相鄰的福井縣，擁有悠久的歷史，同時保存著傳統的美好和豐富的自然景觀。

此次是為了慶祝あわら温泉開湯140週年，我們希望更多海外遊客能認識福井和酒店八木，因此進行了限定時間和數量的折扣活動。請不要錯過這個好機會！

我們期待著您的光臨。

<https://hotel-yagi.co.jp/>

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 - 広告用Instagramリール動画の制作

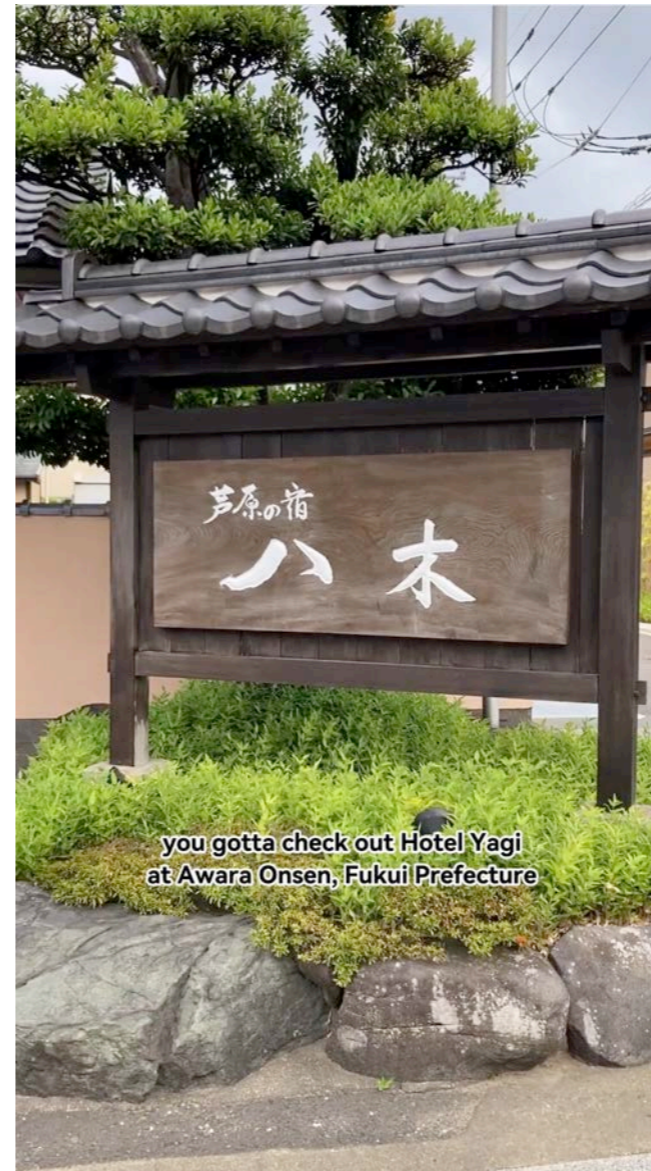
リール動画の作成に辺り、地元IT企業のインターン（地域内連携の取り組み）が撮影した動画クリップを基に動画を作成。

制作の際にはTikTokが提供する高品質な無料動画編集ソフト「CapCut」を使用。

動画内の説明や広告文章に関しては、Chat GPTを活用し、校正・翻訳を実施。

音声読み上げに関しては、AIによる音声読み上げファイルを動画と組み合わせて、多言語での動画広告クリエイティブの制作を実施。

Instagramリール(米国)



https://drive.google.com/file/d/111_FfjNMBM9LVxsNGM7QvNIg9BGgOdbD/view?usp=sharing

Instagramリール(台湾)

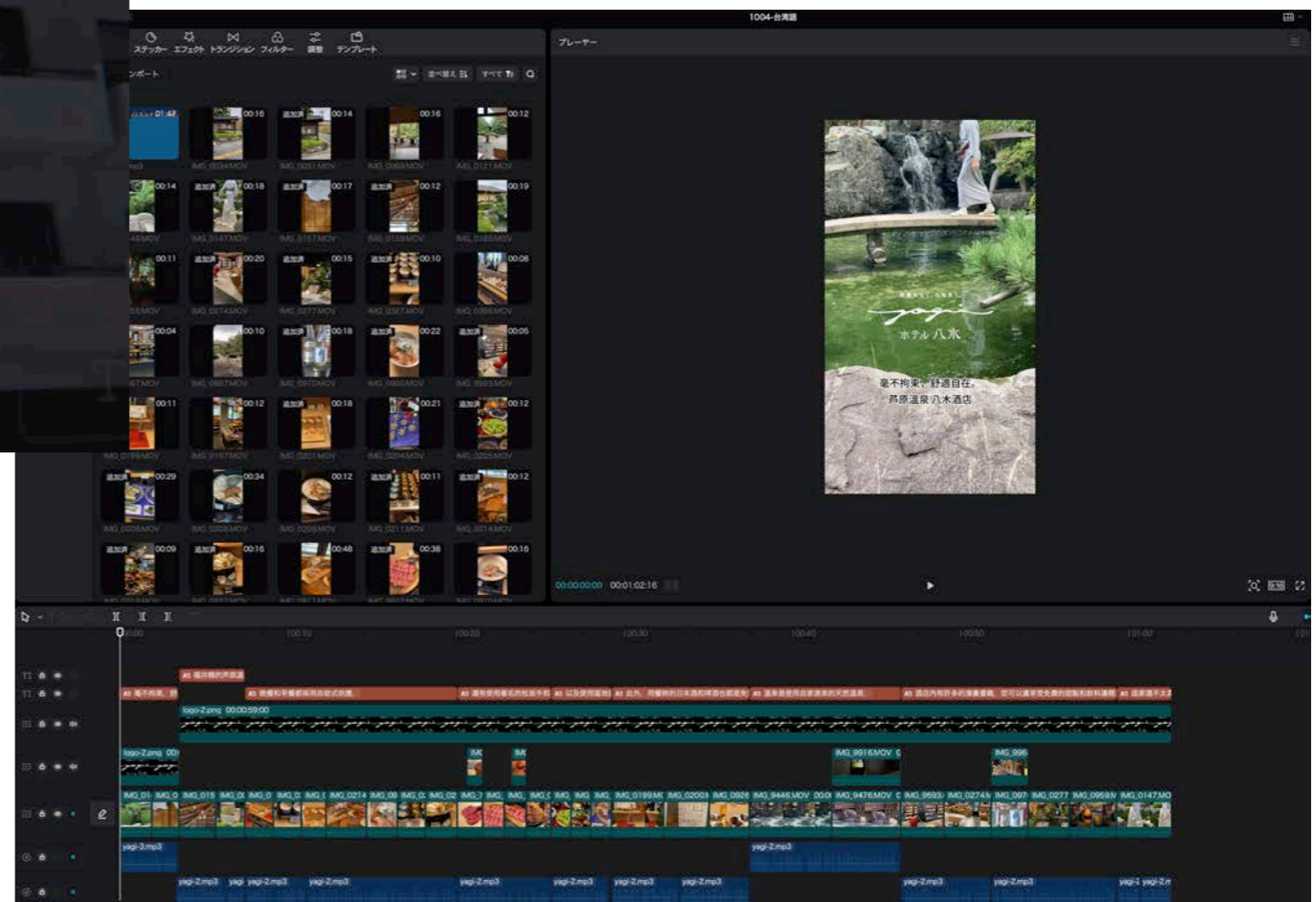


https://drive.google.com/file/d/10qglw_JkbX57Bnhax7eqiUhKFsxmw9v7/view?usp=sharing

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 - 広告用Instagramリール動画の制作



<https://www.capcut.com/ja-jp/>



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 - 広告用Instagramリール動画の制作

typecast

Use cases ▾

Pricing

Resources ▾

Business

Log in

Sign up

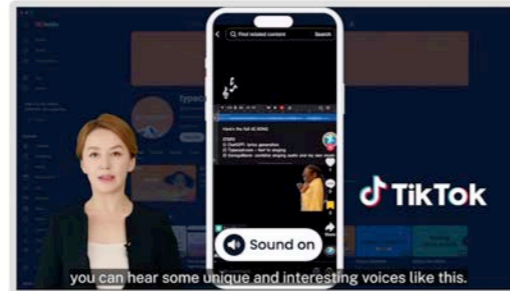
English ▾

Get text-to-speech with emotion through our AI voice generator

Type your script and cast AI voice actors & avatars

Try Typecast for free →

Contact Sales



<https://typecast.ai/>

Save time building your digital content with AI voice overs

Typecast removes the necessity of voice-over studio rentals which reduces additional production expenses

3. 広告出稿・運用

ホテル八木 - 宿紹介 (202310_CP1_EN、202310_CP1_Taiwan)

Instagramリール(米国)



Instagramリール(台湾)



3. 広告出稿・運用 ホテル八木 - 宿紹介 (202311_CP3_JP_feed)



Meta



Instagramフィード



3. 広告出稿・運用

ホテル八木 - クリスマスフェア (202310_CP2_JP_reel)

Meta



Instagram リール



<https://www.instagram.com/p/CyewxnTBLtI/>

3. 広告出稿・運用

ホテル八木 - リクルート (202311_CP5_JP_recruit)

Metaフィード

あわら温泉ホテル八木 Hotel Yagi
広告

「ホテル八木で探す、未来の自分」
宿泊体験型リクルート 「こんな採用方法、ほかにはない。」
2023年から始まったホテル八木独自の採用方法。実際に宿泊し、ホテルのコンセプトやサービスを直接体験後に面接を行います。この革新的なリクルート手法は、採用時のミスマッチを減らし、従業員がより高い意識を持って仕事に臨むために導入されました。日本一を目指すピュッフェの品質とバラエティ、手作りのスイーツ。ホテル八木では、お客様にも従業員にも最高の体験を提供することを約束します。

こんなドキドキ、ほかにはない。
宿泊体験型リクルート

HOTEL-YAGI.CO.JP
リクルート特設サイト
「ホテル八木で探す、未来の自分」 宿泊体...
詳しくはこちら

2

いいね! コメントする シェア

Instagramストーリーズ

hotelyagi
広告

こんなドキドキ、ほかにはない。
宿泊体験型リクルート

「ホテル八木で探す、未来の自分」
宿泊体験型リクルート 「こん... more

詳しくはこちら

Instagramリール

リール

こんなドキドキ、ほかにはない。
宿泊体験型リクルート

hotelyagi

詳しくはこちら

「ホテル八木で探す、未来の自分」
宿泊体験型リクルート 「こんな採用方... more

広告

3. 広告出稿・運用

ホテル八木 - 台湾向け割引CP (202311_CP6_Taiwan)

Metaフィード

Meta Feed advertisement for Hotel Yagi. The ad features a dark background with a night view of the hotel and three inset photos showing a hot spring, a dining table, and a hotel room. The text includes the hotel name, a promotional message about a 10% discount, and a call to action to book now.

あわら温泉ホテル八木 Hotel Yagi
広告

無拘無束、心情舒服。
Awara温泉酒店八木 @hotelyagi
限定這篇文章的預約連結！限時限量折扣10%。... さらに表示
翻訳を見る

無拘無束、心情舒服。
ホテル 八木

依照各人喜歡的方式度過，放鬆並忘記時間的住宿。透過美食、舒適的空間和細心的照顧，讓您感受到“季節”和“日本”的美好，提供您奢華的時光。

這個連結來預約限定。期間限定打九折。

馬上預約

489PRO-X.COM
【僅限找到者！】最高可享 10% 折扣！每日時令菜餚和糕點師的特色甜點！可以...
詳しくはこちら

73
いいね! コメントする シェア

Instagramフィード

Instagram Feed advertisement for Hotel Yagi. The ad features a dark background with a night view of the hotel and three inset photos showing a hot spring, a dining table, and a hotel room. The text includes the hotel name, a promotional message about a 10% discount, and a call to action to book now.

Instagram

hotelyagi
広告

無拘無束、心情舒服。
ホテル 八木

依照各人喜歡的方式度過，放鬆並忘記時間的住宿。透過美食、舒適的空間和細心的照顧，讓您感受到“季節”和“日本”的美好，提供您奢華的時光。

這個連結來預約限定。期間限定打九折。

馬上預約

詳しくはこちら

hotelyagi 無拘無束、心情舒服。
Awara温泉酒店八木 @hotelyagi... more

Instagramストーリーズ

Instagram Story advertisement for Hotel Yagi. The ad features a dark background with a night view of the hotel and three inset photos showing a hot spring, a dining table, and a hotel room. The text includes the hotel name, a promotional message about a 10% discount, and a call to action to book now.

hotelyagi
広告

無拘無束、心情舒服。
ホテル 八木

依照各人喜歡的方式度過，放鬆並忘記時間的住宿。透過美食、舒適的空間和細心的照顧，讓您感受到“季節”和“日本”的美好，提供您奢華的時光。

這個連結來預約限定。期間限定打九折。

馬上預約

無拘無束、心情舒服。
Awara温泉酒店八木 @hotelyag... more

詳しくはこちら

3. 広告出稿・運用

ホテル八木 - 国内向け宿紹介 (202311_CP7_JP_IG)

Metaフィード



あわら温泉ホテル八木 Hotel Yagi
広告

気兼ねなく、心地よく。あわら温泉ホテル八木
思い思いの過ごし方で、リラックスし、時間を忘れる宿。美食と心地よい空間、心配りで、“季節”と“福井”を感じる贅沢なひとときをご提供いたします。お客様が心をときほぐし、第2の我が家のように、気兼ねなく過ごせるように。古き良き老舗旅館が提案する、“今”の過ごし方のスタイルです。

《公式HPからのご予約が最安値》... さらに表示

「冬の地のもんビュッフェ」開催！
24,200円～ / 1泊2食付き 2名... [予約する](#)

「冬の地のもんビュッフェ」開催！
24,200円～ / 1泊2食付き 2名... [予約する](#)

12 いいね! コメントする シェア

Instagramフィード



Instagram

hotelyagi
広告

予約する

hotelyagi 「冬の地のもんビュッフェ」開催！
気兼ねなく、心地よく。あわら温泉ホテル八木 ... more

Instagramストーリー



hotelyagi
広告

「冬の地のもんビュッフェ」開催！
気兼ねなく、心地よく。あわ...
[more](#)

[予約する](#)

3. 広告出稿・運用 ホテル八木 - 宿紹介

Google

「冬の地のもんビュッフェ」開催 | 気兼ねなく、心地よく。 | あわら温泉 ホテル八木

広告 hotel-yagi.co.jp/至極の/ビュッフェ

市場で目利きした旬の厳選食材から日替わりbuffetをお届け。公式HPからのご予約が最安値。11月～2月限定のお得なフェア開催。専属パティシエが作る大人気のスイーツフェアも同時開催中。

[お部屋](#)

[サービス](#)

[お食事](#)

[温泉](#)

スポンサー・

www.hotel-yagi.co.jp/至極の/ビュッフェ

「冬の地のもんビュッフェ」開催 - 気兼ねなく、心地よく。

11月～2月限定のお得なフェア開催。専属パティシエが作る大人気のスイーツフェアも同時開催中。市場で目利きした旬の厳選食材から日替わりbuffetをお届け。公式HPからのご...



[温泉](#) [サービス](#) [お部屋](#)

3. KGI結果

対象期間	使用する指標	昨年度実績	本年度実績	本年度目標数値 (昨年比103%)	目標達成率 (昨年比)
2023年10月	OCC (客室稼働率)	76.7%	73.3%	88.21%	83.10%
2023年11月	OCC (客室稼働率)	65.8%	72.0%	75.67%	95.15%

目標数値の達成には至らなかったものの、昨年度の同時期には旅行支援クーポンの影響で旅行ニーズが大きく高まっていたことを踏まえれば、今回は健闘した結果を出すことができた。特に11月度については、昨年を上回る結果を出すことに成功した。(ただし、今回のネットプロモーションがどれだけ結果に寄与したかについては別尺度での評価が必要)

3. 10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 宿紹介 (米国)	米国	Instagram/ Meta	リール動画	CPM	250	45,540	182,160	500	42,052	84,063	46.1%
当月合計・平均					250	45,540	182,160	500	42,052	84,063	46.1%
広告CP3回目 クリスマススイ ーツフェア	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	70	26,244	375	88	25,764	293	78.1%
広告CP4回目 宿紹介	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	50	11,664	233	29	11,334	385	165.2%
広告CP5回目 Google広告	米国	Google	検索広告	CPC	50	28,000	560	35	28,036	797	142.3%
当月合計・平均					85	156,988	1,168	50.66	65,134	1,475	128.6%

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	フォロワー数	再生数	いいね!の数	保存数				
合計数	26	368,827	317,947	383	1,593	0	13,498	635				
平均値		11,898	10,256	12.35	51.39	0.00	435.42	20.48				
リール												
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロワー数	再生数	いいね!の数	保存数				
合計数	1	7,835	6,856	2	3	7,965	226	5				
平均値		7,835	6,856	2	3	7,965	226	5				
ストーリー												
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロワー数	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	5	13,314	12,974	0	53	0	0	0	647	0	0	
平均値		2,663	2,595	0	11	0	0	0	129	0	0	
当月結果												
	投稿件数	インプレッション	リーチ	シェア数	フォロワー数	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	33	336,921	246,383	12	105	8,687	10,120	148	776	421	0	
先月比	100.00%	132.08%	126.34%	120.00%	656.25%	-	128.65%	159.14%	546.48%	725.86%	-	
伸び率	0.00%	32.08%	26.34%	20.00%	556.25%	-	28.65%	59.14%	446.48%	625.86%	-	
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	5	373	298	31	3	28	18	8	9	1	0	0
平均値		373	298	31.00	3.00	28.00	18.00	8.00	9.00	1.00		

3. 10月KGI・KPI結果

10月のサマリー

KGI 結果					
対象期間	使用する指標	昨年度実績	本年度実績	目標値 (昨年比115%)	目標達成率
2023年10月	客室稼働率	76.7	73.3	88.21%	83.10%

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	195,010	58	Instagram	246,383	421	87.67%	154.23%
Meta	91	4	Meta	298	1		
ネット広告	182,160	1,168	ネット広告	84,063	1,475		
合計	377,261	1,230	合計	330,744	1,897		

自社のInstagramアカウントの運用では、先月に比べて126%という良好な成果を達成しましたが、アメリカ向けの広告パフォーマンスが目標の46.1%にとどまり、全体のリーチ目標達成には至りませんでした。クリック数に関しては154%と目標を大幅に上回る結果を見せましたが、今回は初めてのキャンペーンであったため、目標数値の設定が不正確であり、実質的な達成とは言えません。しかし、Instagramにおけるクリック数が421という大きな成果を上げており、施策の成功が示唆されています。KGIに関しては、目標達成率が83.1%であり、完全な達成には至りませんでした。昨年は旅行支援クーポンの配布などにより需要が高まった時期であったことを考慮すると、比較的良好な結果と推測されます。

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 宿紹介 (米国)	米国	Instagram/ Meta	リール動画	CPM	250	22,770	91,080	467	26,274	56,272	61.8%
広告CP2回目 宿紹介 (台湾)	台湾	Instagram/ Meta	リール動画	CPM	250	35,000	200,000	146	35,000	240,254	120.1%
当月合計・平均					250	57,770	291,080	306.5	61,274	296,526	91.0%
広告CP3回目 宿紹介 (クリスマス)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	100	43,740	437	84	44,236	525	120.1%
広告CP4回目 宿紹介	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/ Meta	フィード	CPC	50	58,320	1,166	33	56,497	1737	149.0%
広告CP5回目 Google広告	日本	Google	Google リスティング	CPC	50	83,310	1,666	21	72,447	3,448	207.0%
広告CP6回目 リクルート	福井 石川 新潟 富山 滋賀 京都 大阪 愛知	Instagram/ Meta	フィード	CPC	50	49,986	1,000	53	45,128	858	85.8%
広告CP7回目 宿泊割引 (台湾)	台湾	Instagram/ Meta	フィード	CPC	50	34,991	700	30	48,048	1,600	228.6%
広告CP8回目 新規広告 (国内)	福井 京都 大阪 東京 神奈川 愛知	Instagram/ Meta	フィード	CPC	50	49,995	1,667	25	42,658	1,687	101.2%
当月合計・平均					58.33	320,342	6,636	41	370,288	9,855	148.6%

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	22	325,745	268,119	14	42	0	14,307	195			
平均値		10,508	8,649	0.45	1.35	0.00	461.52	6.29			
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	4	53,732	48,474	1	8	54,316	2,396	58			
平均値		13,433	24,237	1	4	27,158	1,198	29			
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	15	57,076	55,897	0	183	0	0	0	2,123	46	737
平均値		3,805	3,726	0	12	0	0	0	142	3	49
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	41	436,553	372,490	15	233	54,316	16,703	253	2,123	46	737
先月比	124.24%	129.57%	151.18%	125.00%	221.90%	625.26%	165.05%	170.95%	273.58%	10.93%	#DIV/0!
伸び率	24.24%	29.57%	51.18%	25.00%	121.90%	525.26%	65.05%	70.95%	173.58%	-89.07%	#DIV/0!

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	11	2504	2101	175	3	171	211	85	217	0	0	0
平均値		2504	2101	175.00	3.00	171.00	211.00	85.00	217.00	0.00	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

KGI 結果					
対象期間	使用する指標	昨年度実績	本年度実績	目標値 (昨年比115%)	目標達成率
2023年11月	客室稼働率	65.8	72.0	75.67%	95.15%

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	246,383	421	Instagram	372,490	46	124.80%	143.27%
Meta	298	1	Meta	2,101	211		
ネット広告	291,080	6,636	ネット広告	296,526	9,855		
合計	537,761	7,058	合計	671,117	10,112		

今月はネット広告とSNS運用の両面で目標を達成することができました。KGIである客室稼働率に関しては、昨年度の実績を上回る成果を達成しましたが、設定した目標値には若干届かない結果となりました。その他の特筆すべき事項として、当事業外で行われた無料宿泊プレゼントのフォローアップキャンペーンは、多くのフォロワーとリアクションを集め、大成功を収めました。

3. KPI結果

当初目標

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)	KPI (5)	KPI (6)
2023年10月	海外販促強化エリア（アメリカ・台湾）において、リール動画でのネット広告を出稿し413,000人へのリーチを達成	国内広告キャンペーンを通じて、合計3,970人のユーザーをサイトに誘引		自社サイトからの予約売上合計を、昨年比110%達成する。	海外旅行客を10組獲得する。	SNSでの情報発信を強化・最適化し、195,000人へのリーチを達成する。
2023年11月			海外販促強化エリア（台湾）において、リール動画でのネット広告を出稿し1,130人のユーザーをサイトに誘引	自社サイトからの予約売上合計を、昨年比110%達成する。		SNSでの情報発信を強化・最適化し、246,300人へのリーチを達成する。

結果

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)	KPI (5)	KPI (6)
2023年10月	台湾向け広告はパフォーマンスが良かったもののアメリカ向けの結果が伴わず380,589人へのリーチとして目標を達成できず。	11,330人のユーザー誘引に成功		昨年比86.6%と目標に届かず	相当数の露出は行ったものの、期間中の予約には至らなかった。結果数0	246,383人へのリーチを達成
2023年11月			1,600人のユーザー誘引に成功	昨年比133.8%を達成		374,591人へのリーチを達成

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	消化金額	結果数	結果の単価
1	202311_CP7_JP_IG	Osaka Prefecture	12,164	510	24
2	202311_CP7_JP_IG	Fukui Prefecture	7,174	281	26
3	202311_CP7_JP_IG	Tokyo	10,828	417	26
4	202311_CP7_JP_IG	Kyoto Prefecture	4,173	160	26
5	202311_CP7_JP_IG	Aichi Prefecture	8,306	318	26
6	202311_CP6_Taiwan	Yunlin	1,265	48	26
7	202311_CP3_JP_feed	Fukui Prefecture	7,257	261	28
8	202311_CP6_Taiwan	Taichung	5,847	205	29
9	202311_CP6_Taiwan	Kaohsiung	6,461	221	29
10	202311_CP6_Taiwan	New Taipei City	7,889	269	29

※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 - リーチ - 地域

	キャンペーン名	地域	消化金額	結果数	結果の単価
1	202310_CP1_Taiwan	Hsinchu City	932	7,936	117
2	202310_CP1_Taiwan	Miaoli	592	5,026	118
3	202310_CP1_Taiwan	Yunlin	763	6,080	125
4	202310_CP1_Taiwan	Unknown	480	3,584	134
5	202310_CP1_Taiwan	Taoyuan City	3,551	25,856	137
6	202310_CP1_Taiwan	Tainan	3,143	22,272	141
7	202310_CP1_Taiwan	Pingtung	872	6,016	145
8	202310_CP1_Taiwan	Hsinchu	557	3,840	145
9	202310_CP1_Taiwan	Kaohsiung	4,533	30,784	147
10	202310_CP1_Taiwan	Taipei	4,053	27,264	149

※消化金額500円以上でTOP10を抽出。
結果の単価は1,000人辺りのリーチ単価。
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	消化金額	結果数	結果の単価
1	202311_CP7_JP_IG	45-54	男性	3,374	146	23
2	202311_CP6_Taiwan	35-44	女性	1,071	46	23
3	202311_CP7_JP_IG	35-44	女性	16,160	657	25
4	202311_CP7_JP_IG	25-34	男性	1,703	69	25
5	202311_CP7_JP_IG	45-54	全て	12,422	496	25
6	202311_CP6_Taiwan	35-44	全て	2,730	109	25
7	202311_CP7_JP_IG	35-44	全て	19,687	786	25
8	202311_CP7_JP_IG	全て	全て	42,645	1,686	25
9	202311_CP6_Taiwan	45-54	男性	2,908	114	26
10	202311_CP7_JP_IG	45-54	女性	9,010	347	26

※消化金額700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 - リーチ - 年齢性別

	キャンペーン名	年齢	性別	消化金額	結果数	結果の単価
1	202310_CP1_Taiwan	35-44	男性	5,483	40,576	135
2	202310_CP1_Taiwan	65	女性	449	2,880	156
3	202310_CP1_Taiwan	25-34	女性	4,239	30,976	137
4	202310_CP1_Taiwan	65	男性	758	5,056	150
5	202310_CP1_Taiwan	25-34	男性	14,072	99,071	142
6	202310_CP1_Taiwan	35-44	女性	2,020	13,312	152
7	202310_CP1_Taiwan	55-64	男性	1,409	9,088	155
8	202310_CP1_Taiwan	55-64	女性	787	4,864	162
9	202310_CP1_Taiwan	45-54	男性	3,663	22,208	165
10	202310_CP1_Taiwan	45-54	女性	1,858	10,880	171

※全結果からTOP10を抽出。
結果の単価は1,000人辺りのリーチ単価。
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	配置	消化金額	結果数	結果の単価
1	202311_CP6_Taiwan	facebook_reels	990	41	24
2	202311_CP7_JP_IG	instagram_stories	31,342	1,276	25
3	202311_CP7_JP_IG	feed	10,765	391	28
4	202311_CP3_JP_feed	instagram_explore	9,983	342	29
5	202311_CP6_Taiwan	video_feeds	15,176	515	29
6	202311_CP6_Taiwan	feed	30,518	1,001	30
7	202311_CP3_JP_feed	feed	57,848	1,780	33
8	202311_CP5_JP_recruit	feed	2,789	57	49
9	202311_CP5_JP_recruit	instagram_stories	41,860	796	53
10	202310_CP2_JP_reel	instagram_reels	30,131	403	75

※消化金額990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 - リーチ - 配信面

	キャンペーン名	配置	消化金額	結果数	結果の単価
1	202310_CP1_Taiwan	instagram_reels	35,000	240,254	146
2	202310_CP1_EN	instagram_reels	68,326	130,559	523

※全結果からTOP10を抽出。
結果の単価は1,000人辺りのリーチ単価。
全ての結果は別紙参照ください。

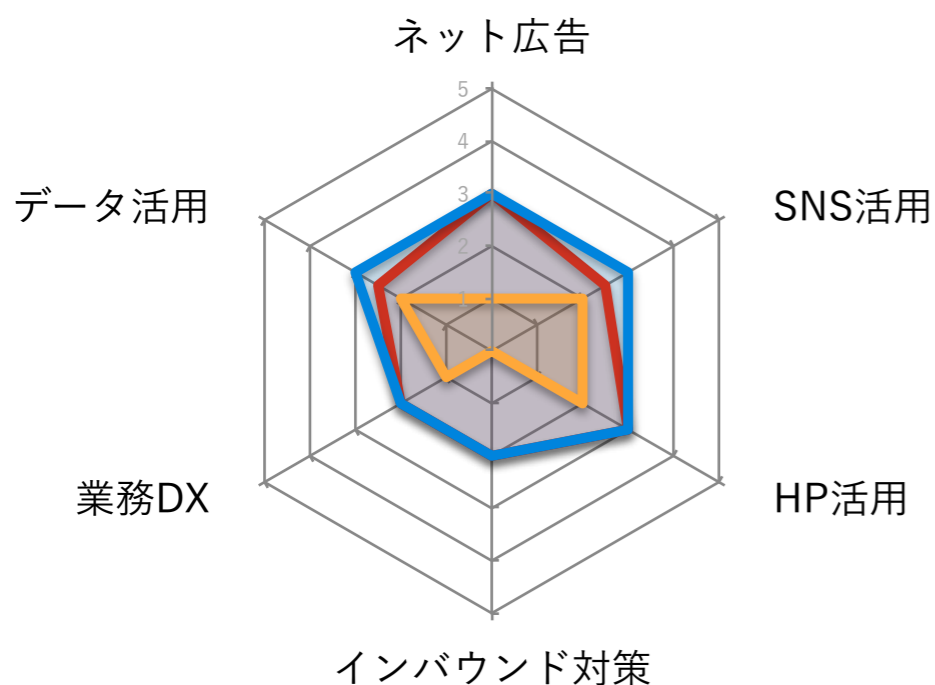
Google広告のパフォーマンスレポートについては
別紙下記URLよりご確認ください。

[https://drive.google.com/file/d/
1TLBBia33LFxehkp6mgSXdXyRSUaaNf_j/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1TLBBia33LFxehkp6mgSXdXyRSUaaNf_j/view?usp=sharing)

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

- ✓ これまで広告出稿経験がない状況から、広告出稿からデータ分析まで一連のデジタルマーケティングに関する知識を獲得できた。また、業務ツールの使用法も理解され、業務のDX化へ向け本格的にツールを活用していく段階となった。
- ✓ 広告結果としても昨年度より予約率が格段に上がり、広告が認知や集客につながるというデータの裏付けができた。
- ✓ 自走化へ向けては、既に業務の一部として週次でのデータ分析も実施しており、今後は内製化すべき業務と外注した方がよい業務の切り分けや、マーケティングの専門家の更なる活用により、継続した取り組みとしていく。



評価項目	実績	備考/担当者コメント
ネット広告	3	○ 今回の実証事業を通じて基本的な設定や見方が理解でき、 自身で広告の出稿・運用できるようになった。
SNS活用	2.5	○ サイトにウィジェットを埋め込んだ事によって UGCの活用が進んだ。 × コラボ投稿に関しては、タイミングとかりソース不足により実施ができなかったが、相手側からのコラボ申請は積極的に推進していく。
データ活用	2.5	○ 現状実施している営業情報分析や事業関連データ分析の観点では、既にレベル5の 収益予測まで実施できている。 また、GA4等のツールの使い方も理解でき、 広告指標を意識できるようになった。 × 実際の営業とマーケティングとの連携の観点での活用は不十分だった。
HP活用	3	○ HPに対する問題意識が当初薄かった。実証事業を通して、 サイト全体の最適化の重要性や様々な手法、課題点等の多くの気づきを得た。
業務DX	2	○ 社内全体としては現在チャットワークが運用されている。 Asanaを使ったプロジェクト管理（カレンダー機能、タスク管理）が非常に有用だった。 × ITツールの運用・導入に関しては、全体的な管理者不在が今後の課題。
インバウンド対策	2	○ PVも上がり、クリック単価も低く興味関心の高まりを実感した。 今後も時期を見ながら広告出稿は継続したい。 ○ インバウンド集客への可能性が確信に近づいた。 また、少ない広告費でも継続して広告を出す必要性を実感した。 ○ 広告のパフォーマンスは良く成果があった。 今後の企画案としては、国内客の需要が下がる時期に海外客を獲得する可能性を見極めていきたい。

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

リソース不足

課題の分類

課題の詳細

✓ **デジタルマーケティング作業時間の確保**

担当者は複数の業務を兼務しており、担当者のみでデジタルマーケティング作業全般を実施する時間の確保が難しい。

✓ **広告パフォーマンス分析時間の確保**

各種ツールやレポートを細かく分析し、具体的な課題や必要なアクションを理解し要約する時間がない。

✓ **新たなITツールの導入負荷が高い**

ITツールを理解して使いこなすまでの十分な時間が確保できない

アクション
プラン

検討の
ポイント

✓ **デジタルマーケティングの作業内容可視化／作業の切り分け**

一連のデジタルマーケティングの作業内容・作業量を分解・可視化し、内製化すべき作業と外注化してもよい作業の切り分けを実施する。

✓ **外部専門家の活用**

一連の作業プロセスは担当者が理解した上で、明らかに作業負荷が高く、時間の確保が難しい作業は外注を活用する。

✓ **代替ツール導入とeラーニング等による学習**

代替できる簡易なツールを利用する。また、導入効果が大きく、生産性の向上が期待できるツールについては、eラーニングや研修等のまとまった時間を確保し習得し、日々の業務へ適用する。

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	<h3><u>デジタルマーケティングの知見・ノウハウの不足</u></h3>
課題の詳細	<p>✓ デジタルマーケティングに関する高度な知見やノウハウがない デジタルマーケティングに関する動向やツール等の最新トレンドのキャッチアップが難しい。また、広告パフォーマンスに応じたチューニングや仮説検証をおこなうノウハウが不足している。</p> <p>✓ 広告クリエイティブの制作が難しい 顧客にアピールする本格的なクリエイティブを自社で制作するのはノウハウ的にも時間的にも難しい。特に海外向けに動画編集や字幕を付けるといった作業はスキルのにも対応できない。</p> <p>✓ デジタルマーケティングの他の社員への教育の難易度が高い これまで習得した一連の作業を、他の社員へ教育するのはノウハウ的にも時間的にも非常に難しい。</p>
アクションプラン 検討の ポイント	<p>✓ デジタルマーケティングの情報収集 デジタルマーケティングの最新動向等については、デジタルマーケティングをおこなっている他事業者との情報交換や、定期的に外部専門家から情報収集をおこなう。</p> <p>✓ 外部専門家の活用 担当者が広告のPDCAを内製化して廻せるまでは、外部専門家を活用しノウハウを獲得する。また、広告クリエイティブ制作については、STP分析や5W2Hといったマーケティングフレームワークを活用し、外注先に適切な指示がだせるようにする。</p> <p>✓ デジタルマーケティングの作業の標準化 一連のデジタルマーケティングの作業内容を標準化・マニュアル化する。教育が難しい部分については外部研修等で補完する。</p>

4. 伴走パートナー basicmathからのコメント

この実証事業では、意思決定権を持つ八木さんが参加したことで、多くのプロセスを迅速に進行させることができました。実証事業に先立って、宿泊実績の分析、収益予測、レベニューマネジメントが既に行われていたため、事業はスムーズに進行し、マーケティング面に集中して取り組むことができました。

今回の事業で特に注目すべき点は、自己評価（強み、弱み、内部要因、外部要因）に関する深い議論を行ったことです。この議論を通じて、課題と強みがより明確になり、強みを生かした方針を見つけることができました。また、ヒアリングを通じて課題の特定が可能になったことは非常に重要で、これにより改善と成長が達成可能になったと考えられます。

この実証事業でのもう一つの大きな成果は、基本的なマーケティングプロセスを共有し、理解してもらったことです。これは将来的に自律的な取り組みに繋がる重要なステップとなりました。また、今回挑戦したインバウンドの獲得に関しては、この実証事業中に目立った成果は出ませんでしたでしたが、継続的な取り組みを通じて成果を出す可能性が高いと確信いただきました。現在の円安のような社会情勢を踏まえると、インバウンドの獲得は収益率向上において極めて重要であると推測されます。

今後の課題としては、コンバージョンの正確な計測と、各マーケティングキャンペーンの効果を検証することが必要です。今回の事業では、広告を見てすぐに宿泊予約に結びつくことは難しいという結果が得られましたが、長期にわたる認知の拡大が成長への鍵であると考えられます。このため、コンバージョンの計測や費用対効果の検証は、予算計画や事業計画において重要な要素となります。

4. 実証事業終了後 事業者ヒアリング

実証事業に対する評価

- 実証事業は期待以上の成果をもたらした。事業者の育成の観点から、惜しみなく情報提供を受けることができ、現状の課題を的確に把握することができた。結果が出なかったとしても、自社の課題や根本原因に気づくことができたのは非常に貴重だった。また、初めての広告出稿を行うことで、認知度の向上を実感することができた。
- OTAへの支払いをマーケティングの内製化に向けた予算に振り向けることで、収益改善につながることがわかった。
- マーケティングは事業の規模にかかわらず実施する必要があること、そして現代で生き残るためには欠かせない要素であり、経営の一部として取り入れるべきであるとの認識に至った。
- マーケティングは目に見えないものであり、必ずしも100%成功するとは限らないという前提を理解した。

実証事業の改善点

- スケジュールがタイトであった。もっと時間があれば、コンバージョンの取得や広告のチューニング方法を習得できたかもしれない。広告のパフォーマンスを分析し、戦略を話し合う時間があればよかった。

自走化における今後の課題

- 限られたリソースの中で、マーケティング業務にどのように時間を割り当て、内製化できるかが課題である。地方ではマーケティング知識を持つ人材が不足しているため、経営者が主導して全てのプロセスを把握する必要がある。その上で、広告クリエイティブの作成など、スキルが不足している分野は部分的に外注することが重要であり、業者に任せきりにせず、的確な指示を出して望む以上の結果を得ることが重要だと考えている。
- 内製化に向けた人材の適切な配置が課題である。人材の適性を見極めることが重要であり、人による評価が難しいため、売上に対するインセンティブを含む人事評価システムの構築と運用も困難な課題である。
- 新しいツールの導入に伴う課題
- Asanaはカレンダー同期やタスク管理面では非常に有効だったが、現場レベルでの作業になると、管理側の課題が残る。

今後のアクション

- 少額でも、継続的に広告を出稿していくことを考えている。

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_uMlty0AfCF6-z5D5ZkhF3/view?usp=drive_link