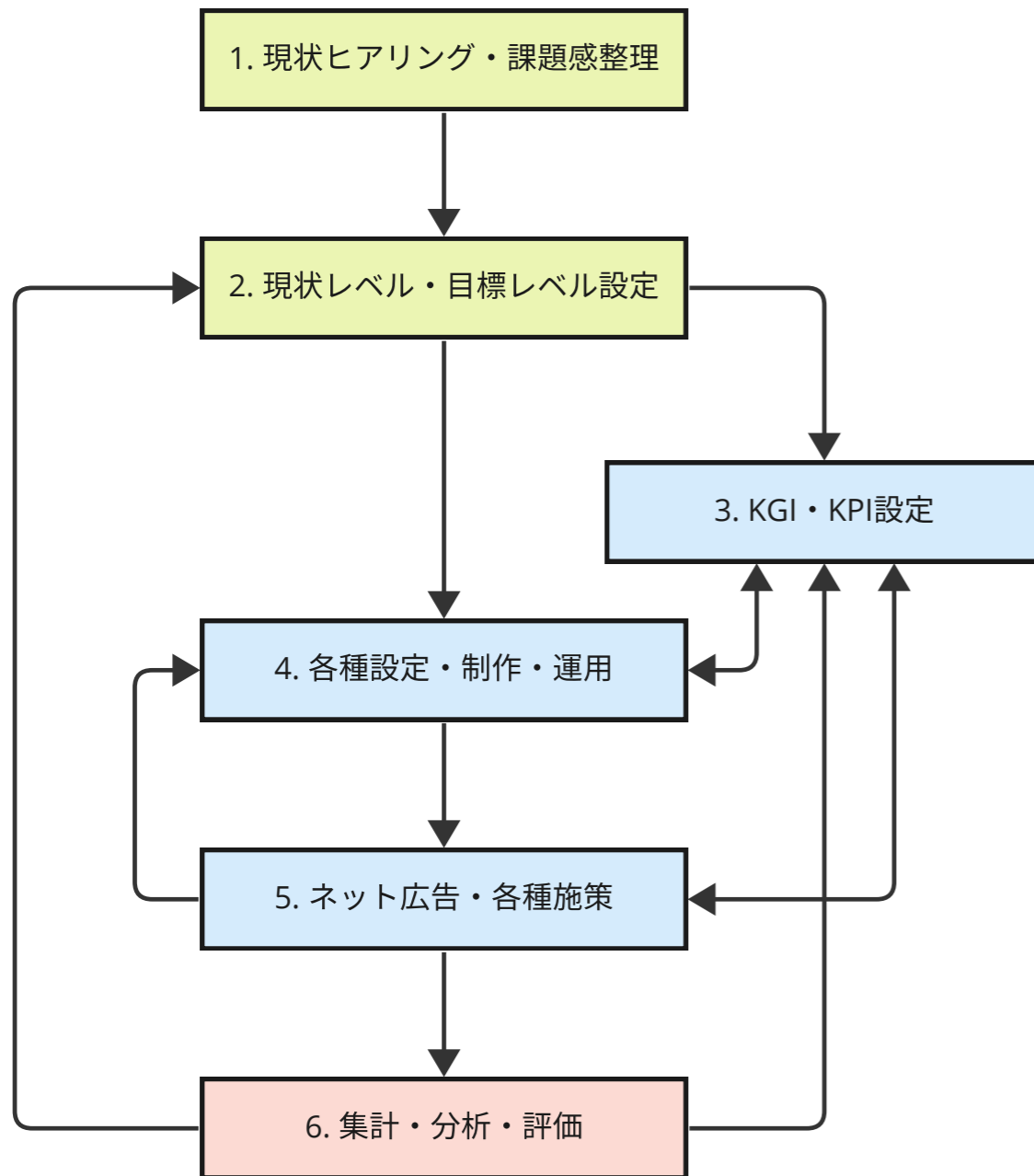


令和5年度 観光庁
「事業者間・地域間におけるデータ連携等を通じた観光・地域経済活性化実証事業」
実証事業③ モデルケース造成（データ活用）

リバージュアケボノ 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 リバージュアケボノ

福井市街地を流れる足羽川のほとり・料亭街の風情が残る浜町に佇むホテル
リバージュアケボノ。

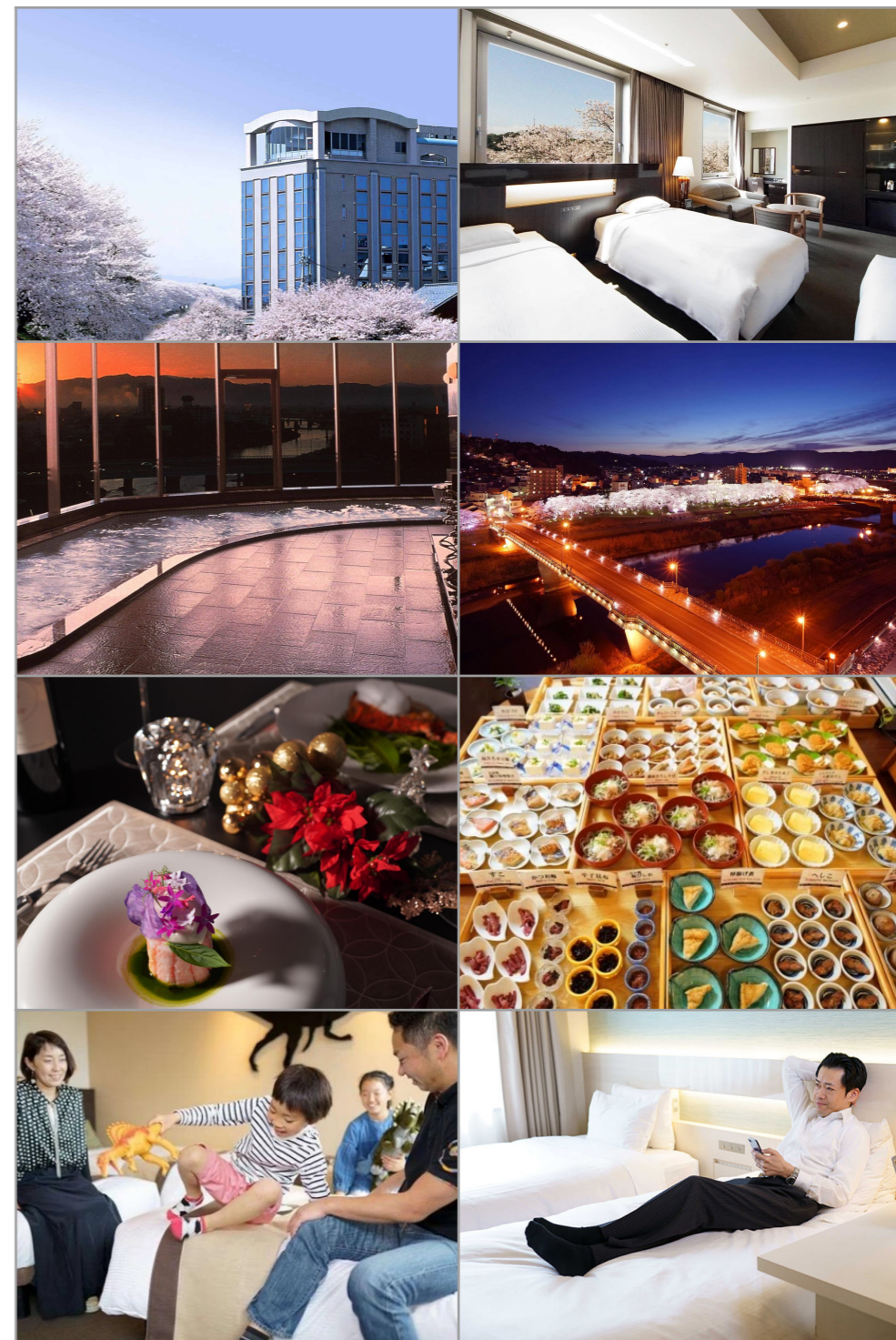
福井の郷土料理や家庭料理を味わえる満足度96%の朝食バイキングや、福井
随一の高さを誇る天空大浴場、お部屋の窓から望む足羽川や足羽山の景観、
福井駅から徒歩13分、福井市駅前中心の歓楽街片町にも近く、家族連れか
らビジネスマンまで人気のホテルです。

実証事業ご担当者様紹介



松島 大我 - 宿泊部アシスタントマネージャー

福井県のホテルリバージュアケボノでアシスタント
マネージャーをしております松島と申します。担当
業務は各OTA・リアルエージェント様とのやりとり
や社内ITインフラを主に担当しております。今後は
宿泊業にデジタルテクノロジーを積極的に導入し
DX化推進、そして地域の皆様と協業し宿泊・観光
産業の発展に寄与していきたいと考えております。



<https://savastore.jp/>

1. 項目毎の課題詳細 - ネット広告

現在の状況

OTAの機能を使用した広告出稿のみを実施中。OTAからの予約がほとんどであること、広告出稿の仕方がわからないことから自社での出稿経験がない。広告費の上限は15万円/月で閑散期に出稿している。

課題点考察

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、自身でのネット広告の出稿をチャレンジすることで、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

Instagram、facebook、TikTok、Twitterアカウントを開設し運用しているが、投稿記事発生ベースで不定期に投稿するに留まり、集客には繋がっていないと感じている。また具体的な投稿記事の内容や効率的な運用方法が見いだせず、停滞している状況である。

課題点考察

コンテンツプランニング（投稿内容の検討）や運用ルール・レギュレーション（投稿頻度や投稿内容毎の担当者）が明確に定まっていない事を原因として、SNSチャンネルをうまく活用できない状況だと見受けられます。

今回の実証事業を通じて、継続的な成長を実現するコンテンツプランニング、運用ルール・レギュレーションを設定し運用することで、SNSの活用を通じた認知拡大・自社サイトからの予約獲得の拡大を目標にします。

1. 項目毎の課題詳細 - データ活用

現在の状況

PMSの予約データ、OTAの予約分析データ等を使用し、独自のデータ分析基盤をLocker Studioで構築し運用している。また外部のコンサルタント会社と契約しレベニューマネジメントを開始、一定の効果が出ている状況である。しかしながら、保有するデータはデジタルマーケティング施策と連携できておらず、100%データの活用ができていないという認識である。

課題点考察

デジタルマーケティング全般における戦略や具体的なアクションプラン等が設定されていない事から、保有するデータが活用できていないと見受けられます。

今回の実証事業を通じて、分析したデータを基にしたネット広告・デジタルマーケティング施策を実施することで、施策案設定>データ分析>デジタルマーケティング実行>データ収集>評価（データ分析）と続くPDCAサイクルを自走できる状況を目指します。

1. 項目毎の課題詳細 - HP活用

現在の状況

自社サイト内には多くのコンテンツを掲載しており、サイトに訪れたユーザーに対して伝えるべき情報は既に掲載されている状態であると判断しています。しかしながら、約5年前に作成したサイトであることから、現状の運用や要件に即した作りではないと感じている。

課題点考察

コンテンツ（情報）は多く掲載されているものの、全体的なUI／UX部分における課題が目立ち、訪れたユーザーに対して、スムーズにわかりやすく情報が伝わるページ校正になっていないと考えられます。またユーザーに対して、魅力をより伝えるためにUGCコンテンツ（ユーザージェネレートコンテンツ）の掲載や一部デザインの見直しは効果的ではあると考えられます。

今回の実証事業を通じて、現在のサイト分析を行い、改善案を作成します。実証期間中に対応できる項目、できない項目を既存の管理会社と連携し、自社サイトの改善を進めていきます。

1. 項目毎の課題詳細 - 業務DX

現在の状況

試験的にChatworkを連絡用ツールとして、Jootoをタスク管理ツールとして社内で限定的に導入し検討している状況。またSNS運用におけるコンテンツ作成ツールの導入も無いことから、クリエイティブの品質に自身がない状況です。

課題点考察

デジタルマーケティング施策の実施において、具体的なアクションプランや目標が明確に設定されていない事から、社内が必要になるツールやツールの活用イメージがついていない事からDXが進行していない状況だと見受けられます。

今回の実証事業を通じて、必要なアプリやツールの選定を行い、実証期間中での導入・運用開始を目標とします。

1. 項目毎の課題詳細 - インバウンド対策

現在の状況

コロナ前は台湾・中国からの団体客の受け入れを行い、一定数の顧客を獲得できていたがレベニューマネジメント導入後の価格改正に伴い、低価格での団体客の受け入れが難しい事、既に国内顧客で目標の稼働率が獲得できている現状、積極的なインバウンド対策は実施していない状況です。但し、現状価格での個人客の受け入れについては積極的に実施していきたいと考えている状況です。

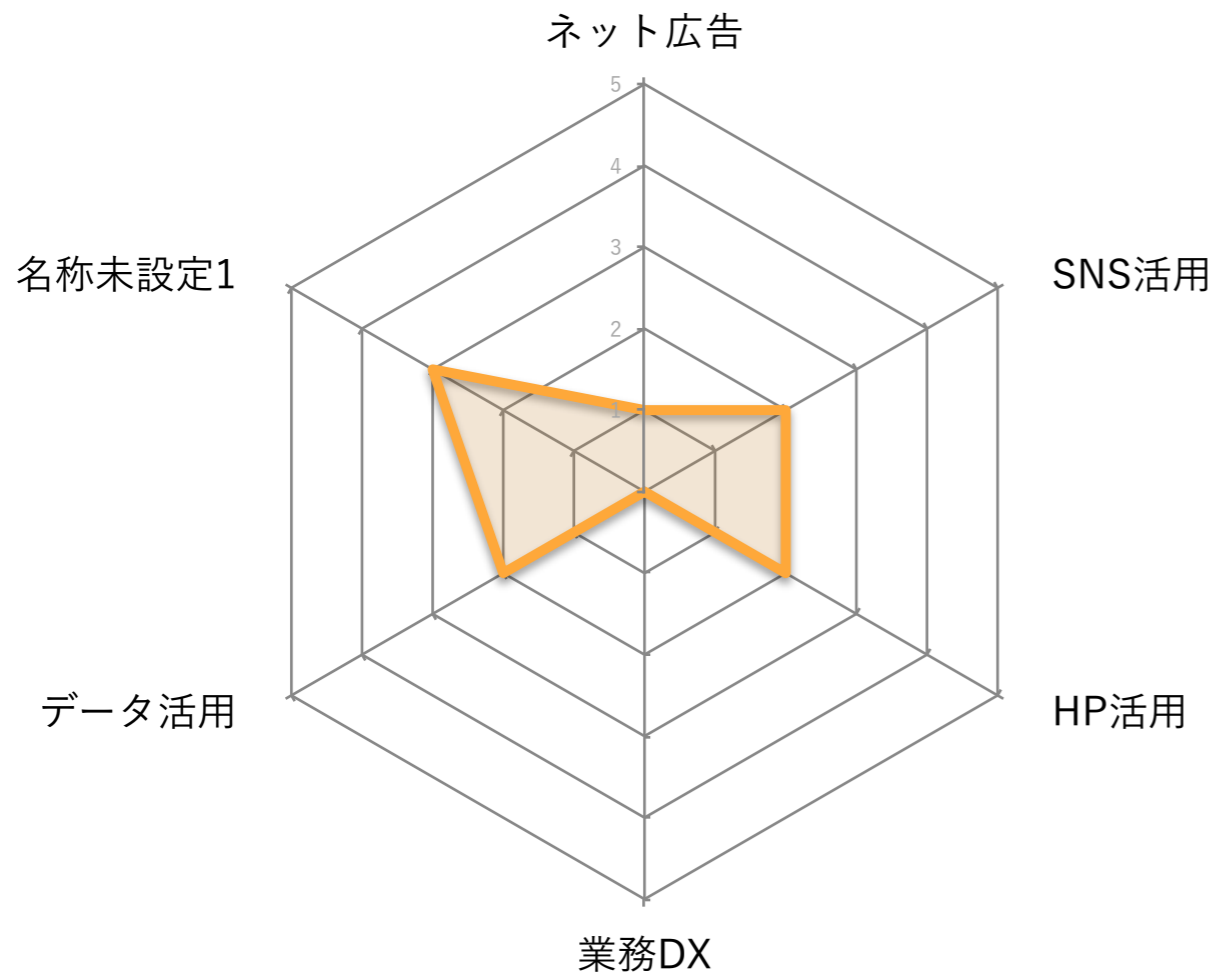
課題点考察

中長期での事業戦略を考えた場合、海外顧客に対してのアプローチについては、適時実施する方がメリットはあるのではないかと考えられます。

今回の実証事業を通じて、多言語でのSNS投稿を実施し、海外に向けての認知拡大を実施します。

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

OTAでの広告出稿のみで、Google広告やInstagram広告などは出稿していない。

SNS活用

不定期での投稿を実施中ではあるが、投稿内容や運用方法については課題を感じている。

データ活用

Locker Studioで独自の分析ダッシュボードを構築し、データを管理している。

HP活用

情報量・コンテンツは多く掲載されているが、UI/UXの部分での課題が多く見受けられる。

業務DX

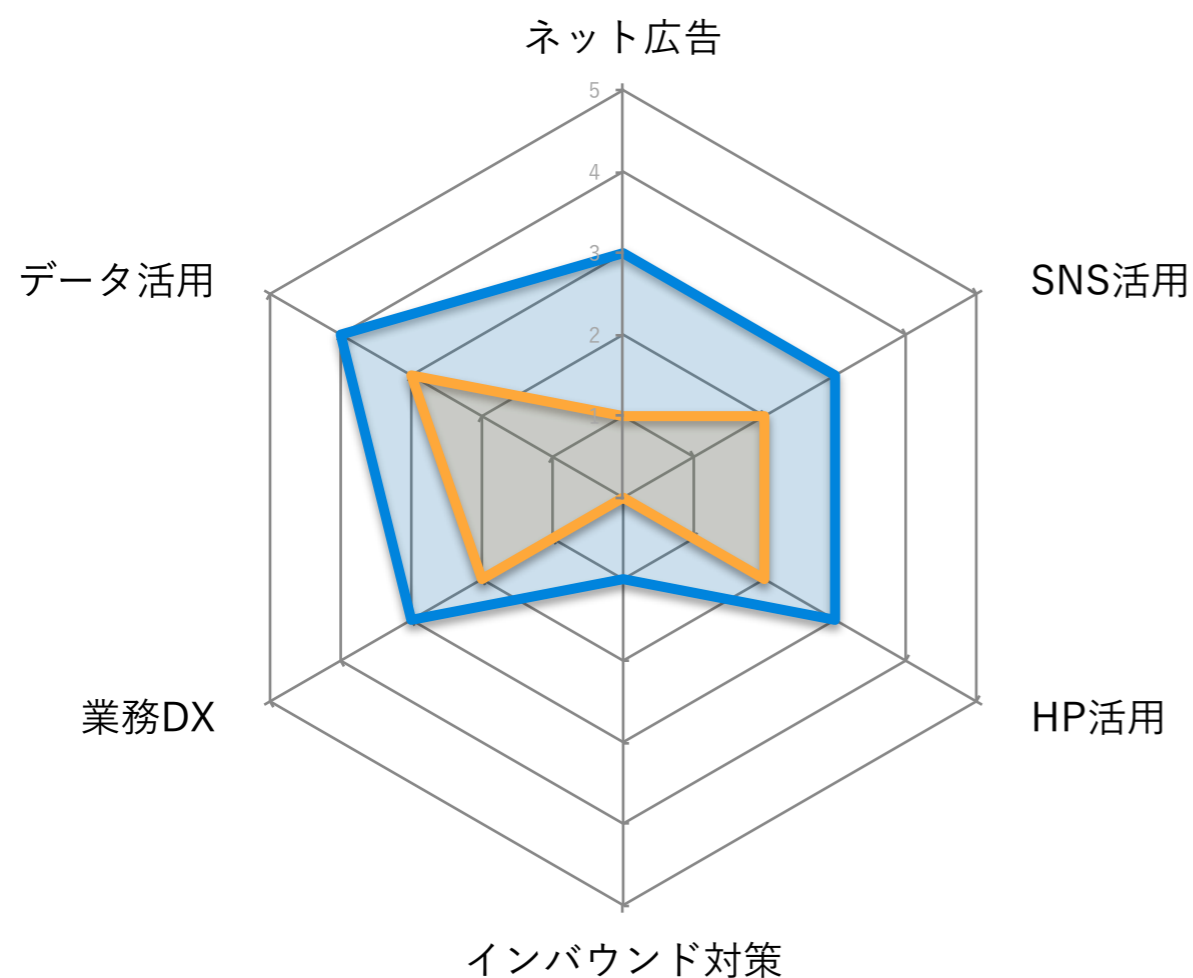
制作系アプリの導入は実施しているが、管理系ツールは試験的に導入しているが本格導入は検討中。

インバウンド対策

現状はインバウンド獲得には前向きではなく、具体的な取り組みは実施していない。

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、自分自身で定期的にネット広告を出稿・もしくは外部業者に適正に依頼し、効果検証を行うことができるようにする。

SNS活用

運用ルール・品質の標準化を実施すると共に、UGCを活用していくことで安定的かつ持続的な運用ができるようになる。

データ活用

アクセス解析からデータ評価を定期的の実施し、適切な目標設定ができるようになる。

HP活用

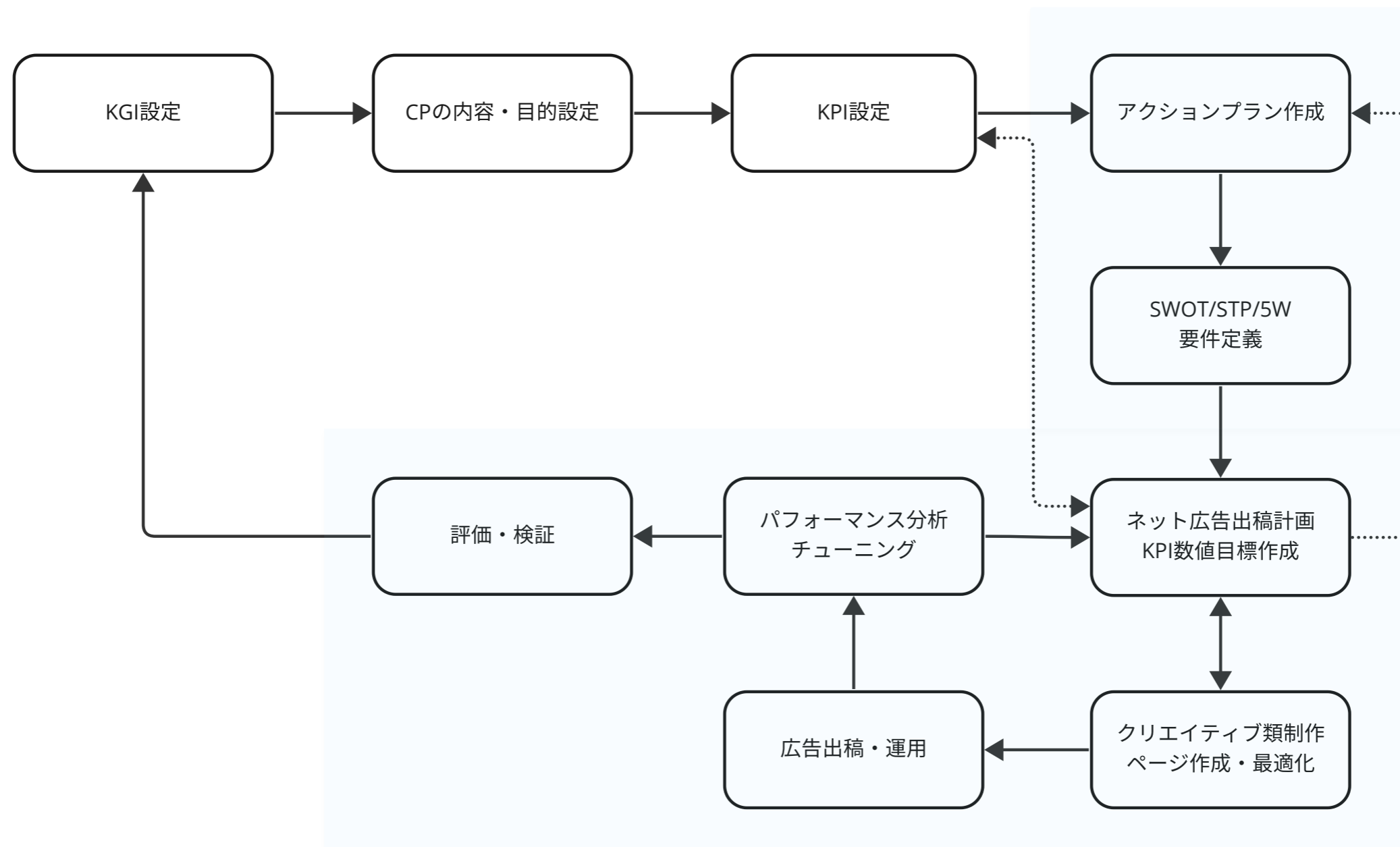
狙ったターゲット層にわかりやすく伝わる商品紹介やコンテンツの拡充を行う。

業務DX

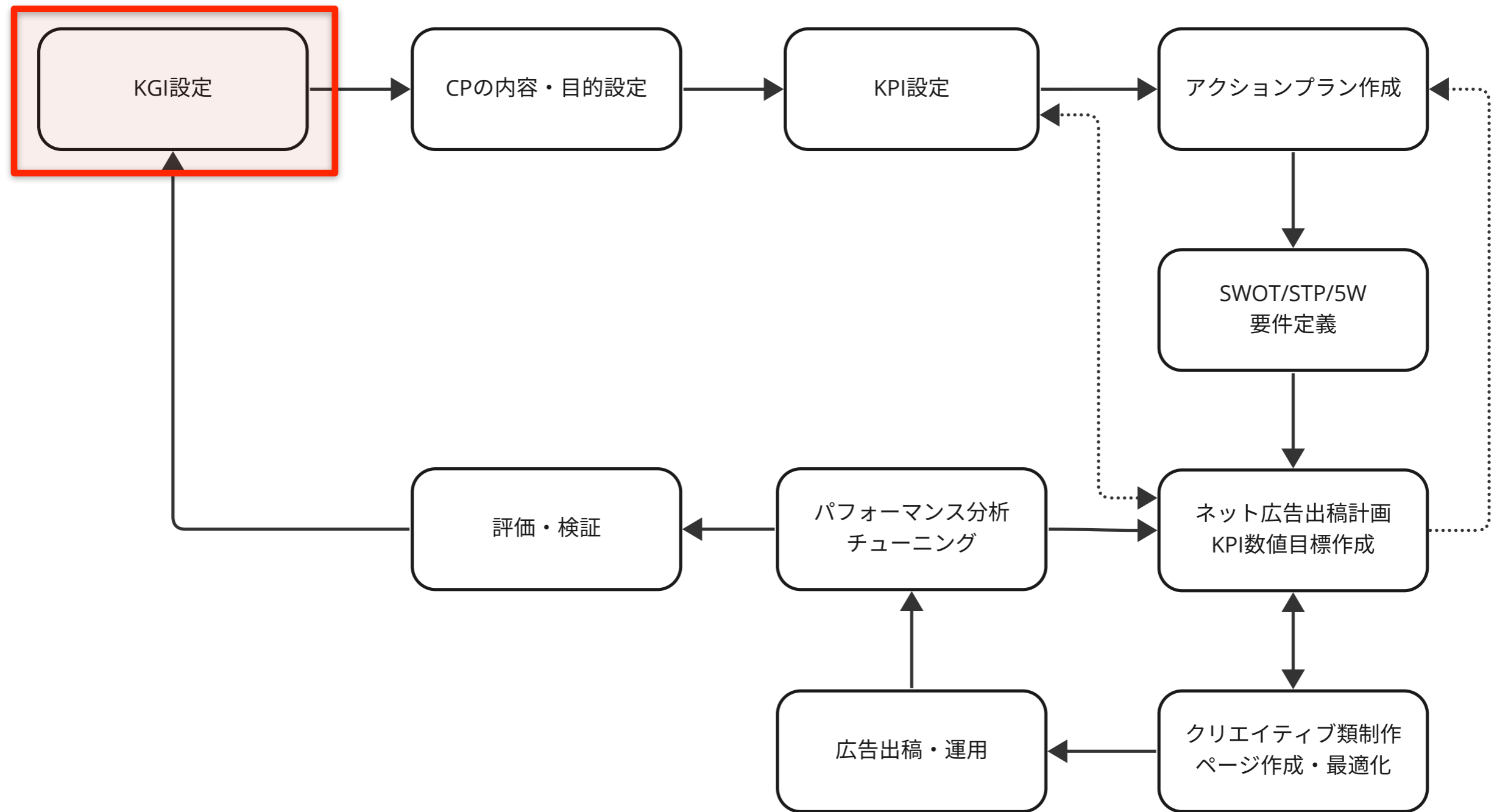
Chat GPTを活用し、SNS投稿文やブログ記事作成の効率化や改善を図る。

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



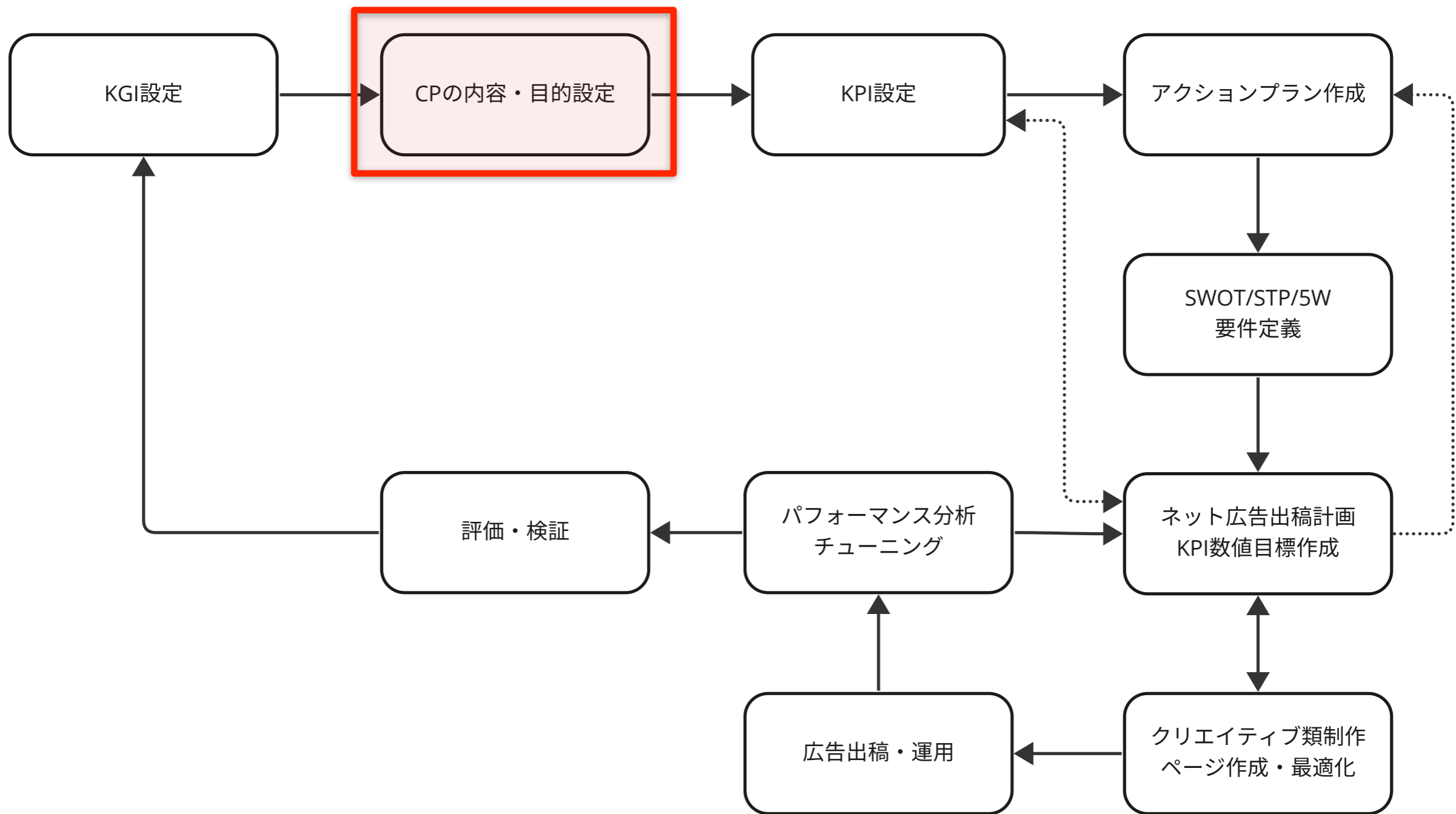
2. KGI設定

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 (昨年比103%)	目標達成率 (昨年比)
2023年10月	二食付きプランの 売上昨年比	3,677,825	1,730,398	3,788,160	47.0%
2023年11月	二食付きプランの 売上昨年比	3,158,441	1,244,265	3,253,194	39.4%

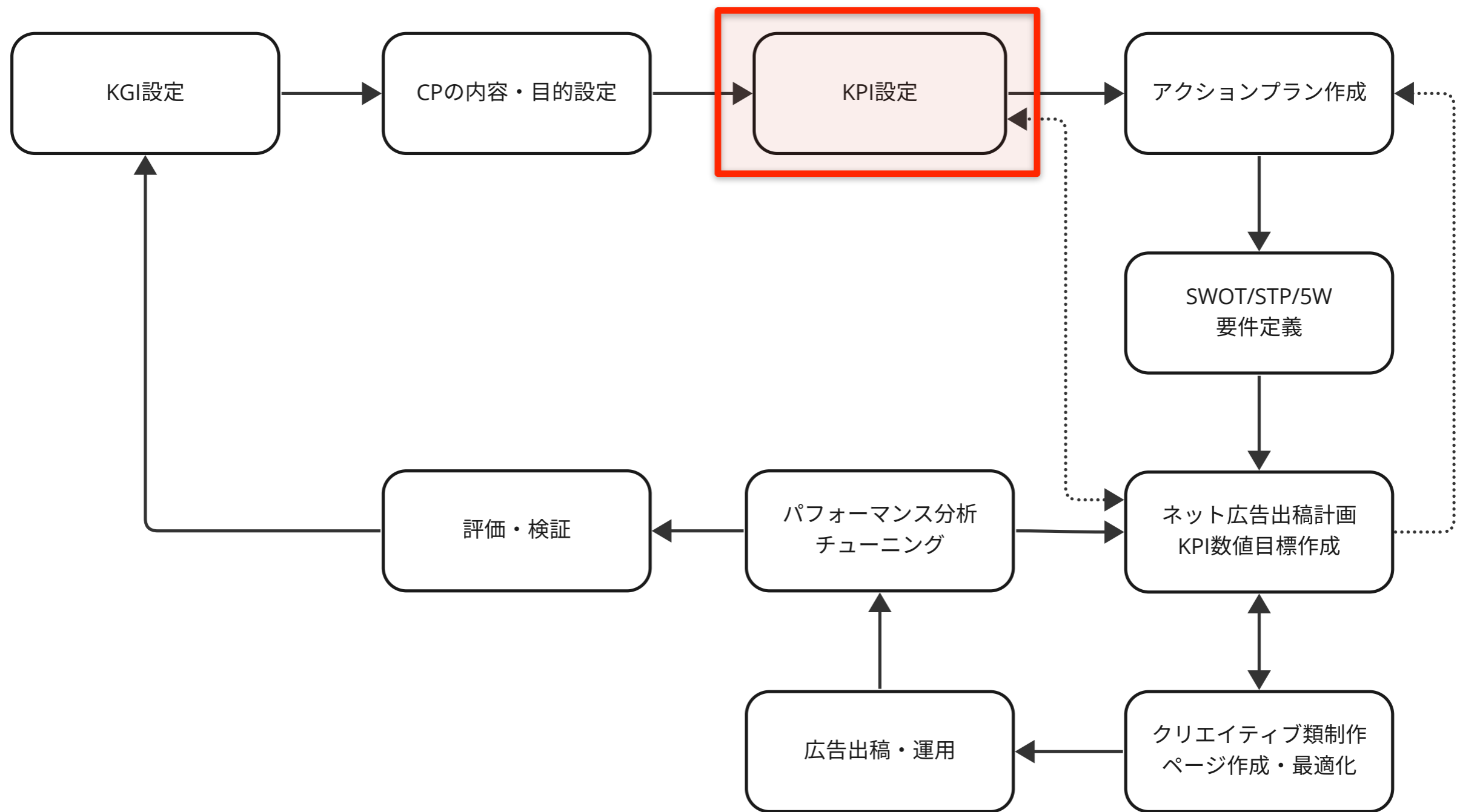
2. キャンペーンの内容・目的設定



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月下旬	<p>福井県産の新鮮な海の幸を体験！新しいフルコース「FRUITS DE MER」誕生！</p> 	<p>福井の新鮮な魚介類を使用した「FRUITS DE MER」コースを新設。シティホテルであるリバージュアケボノでは併設レストランがフレンチであることより宿泊層の趣向とミスマッチが起きていた。レストラン単体の需要を伸ばすべく、ホテルとレストランを切り離し、Instagramではレストラン専用のアカウントを開設、リール動画の投稿を行いブランディングを強化した。また、コース内容は肉料理が中心であったが、海鮮を取り入れたことにより、福井の強みを生かすことで一般的なフレンチレストランとの差別化を図った。</p>

2. KPI設定



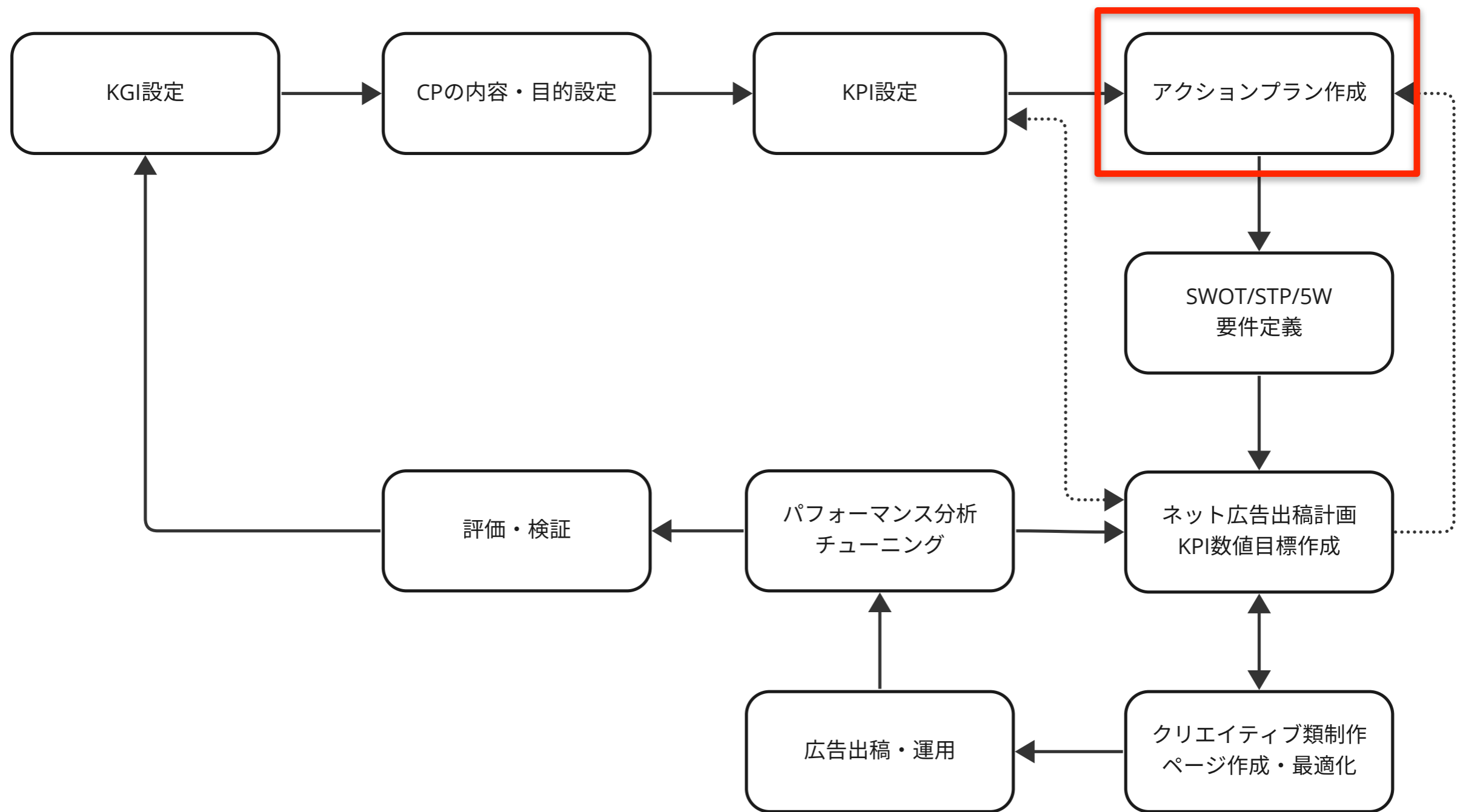
2. KPI設定

月毎のKPIリスト

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)
2023年10月	Meta/Instagramのネット広告CPを実施し合計800人のユーザーをサイトに誘引する。	新プランの検討・作成、予約サイトへの登録	ランディングページの作成、最適化。	
2023年11月	Meta/Instagramのネット広告CPを実施し合計5,940人のユーザーをサイトに誘引する。	Google広告CPを実施し1,429人のユーザーをサイトに誘引する。	プレスリリースの投げ込み。	

※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) 現状評価

1. 現状課題ヒアリング
2. SWOT・STP・5Wの実施
3. 結果を基にしたマーケティングプランの作成

3) 2食付き宿泊プランの開発 - 新コースメニュー「フリュイ・ド・メールコース」（海鮮フレンチ）

1. プラン内容の検討
2. プラン内容を文章（プレスリリース用）に落とし込み
3. ランディング記事の公開、バナー設置

2. アクションプラン

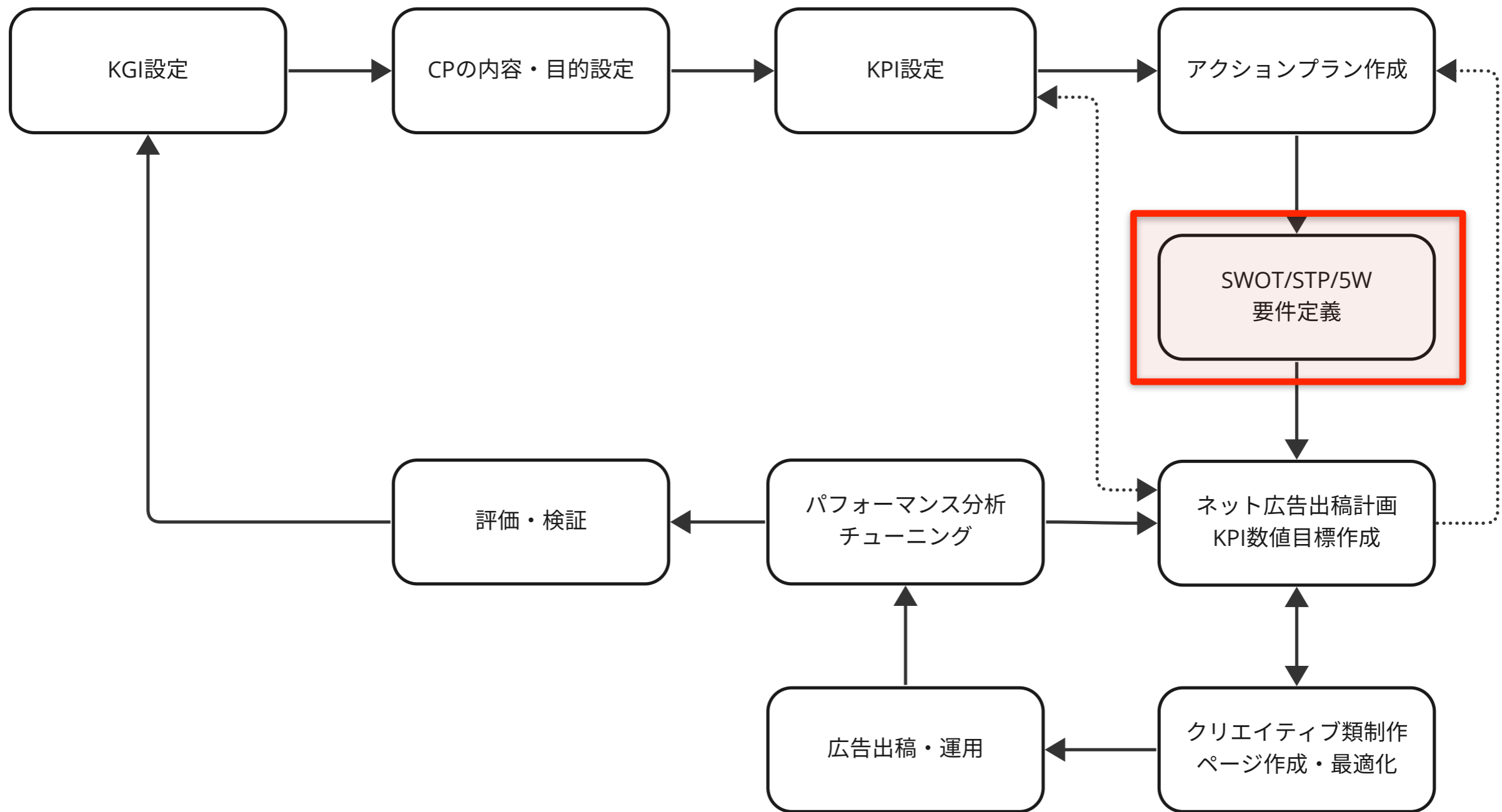
4) ネット広告準備・出稿

1. クリエイティブ制作に辺り、参考事例の共有
2. レストラン専用のInstagramアカウントを新設
3. 広告素材の撮影・準備（担当者による撮影）
4. リール動画・フィード画像の制作(広告クリエイティブの制作)
5. ネット広告の出稿
6. ネット広告の結果評価

5) 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. KGI設定



2. SWOT

リバージュアケボノ

Strengths - 強み	Weaknesses - 弱み
<p>朝食が高評価 喫食率70~80%</p> <p>客室タイプが多いため、1室あたり多い人数の受け入れが可能</p> <p>市内ホテルの中で唯一フレンチレストランが入っている</p> <p>繁華街が徒歩2分ほどで近い</p> <p>福井の自然が楽しめる景観</p> <p>大浴場とサウナがある</p>	<p>大浴場、朝食会場が狭いため、高稼働日の顧客満足度が落ちやすい</p> <p>清掃人員不足で、客室清掃の質が低い</p> <p>駅から遠い</p> <p>設備が古く、不具合が多い</p> <p>経営層の意見の相違により、現場の方針が左右される事がある</p>
Opportunities - 機会	Threats - 脅威
<p>新幹線開通による東京方面からの需要増</p> <p>恐竜博物館リニューアルによる、恐竜好きファミリーの需要増</p> <p>新幹線効果によるメディア露出 福井の盛り上がりが期待できる</p>	<p>新幹線開通に合わせた、新規競合参入</p> <p>大阪までの特急が福井に止まらなくなる事による関西からの需要減少</p> <p>繁華街が徒歩2分ほどで近い</p>

2. STP

リバージュアケボノ

セグメント	ターゲット	ポジショニング
ビジネス（出張経費の高い管理職層）	30歳~65歳+	福井駅前において数少ないシティホテル
20代から30代で小学生までの子連れ家族	東京、神奈川、大阪、兵庫、愛知、福井	平日は比較的出張経費の高いビジネスユース、休日は家族連れやシニアのご夫婦
定年退職後、平日でも旅行できる お金に余裕のあるご夫婦	よく旅行する人	ディナーは和食ではなくフレンチを提供し近隣他社では味わえないラグジュアリーな空間を提供
特別な記念日にフレンチ利用の若いカップル		「価格が少し高いがちょっと贅沢ができるホテル」として、近隣のビジネスホテルよりもランクが高く今後出来るマリオット様ほどではないある程度くだけた福井らしさを提供できるホテル
国内・インバウンド問わず比較的富裕層をターゲットにした2食付き希望のツアー団体		

2. 5W2H

広告CP1回目「FRUITS DE MER」 福井、東京、神奈川、大阪、兵庫、愛知

5W	ターゲット	内容
When	時期	10月25日～11月15日
Where	広告配信面	Instagramフィード面
Who	セグメント ターゲット	30歳～65歳 よく旅行する人
What	何を訴求するか	フレンチレストランAujusの新プランメニューをアピール
Why	セールスポイント	福井の海鮮を使用したフレンチ市メニュー
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイトへの誘導
How much	価格面の訴求	国内通常料金のまま訴求

2. 5W2H

広告CP2回目「FRUITS DE MER」 福井、東京、神奈川、大阪、兵庫、愛知

5W	ターゲット	内容
When	時期	11月8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	30歳～65歳 よく旅行する人
What	何を訴求するか	フレンチレストランAujusの新プランメニューを動画でアピール
Why	セールスポイント	福井の海鮮を使用したフレンチ市メニュー
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイトへの誘導
How much	価格面の訴求	国内通常料金のまま訴求

2. 5W2H

広告CP3回目「FRUITS DE MER」 全国

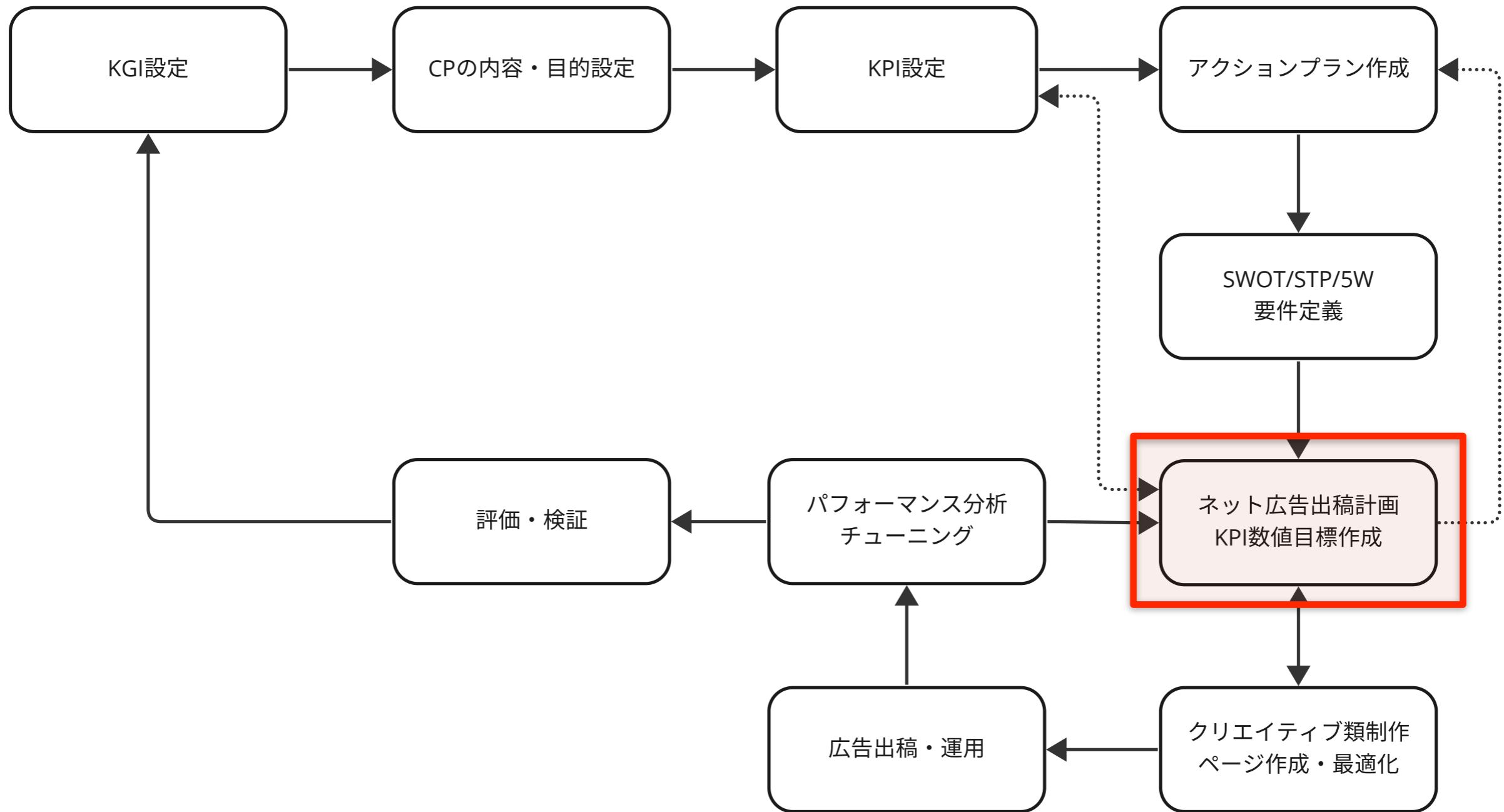
5W	ターゲット	内容
When	時期	11月8日～11月30日
Where	広告配信面	Googleリスティング広告
Who	セグメント ターゲット	全ての属性
What	何を訴求するか	2食付き宿泊プランの訴求
Why	セールスポイント	福井の海鮮を使用したフレンチメニュー
How	どのように買うか・ 予約するか	自社サイトへの誘導
How much	価格面の訴求	国内通常料金のまま訴求

2. 5W2H

広告CP3回目「FRUITS DE MER」 福井

5W	ターゲット	内容
When	時期	11月8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	30歳～65歳
What	何を訴求するか	フレンチレストランAujusの新プランメニューを動画でアピール
Why	セールスポイント	福井の海鮮を使用したフレンチ市メニュー
How	どのように買うか・ 予約するか	自社予約サイトへの誘導、テーブルチェックでの飲食予約
How much	価格面の訴求	国内通常料金のまま訴求

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

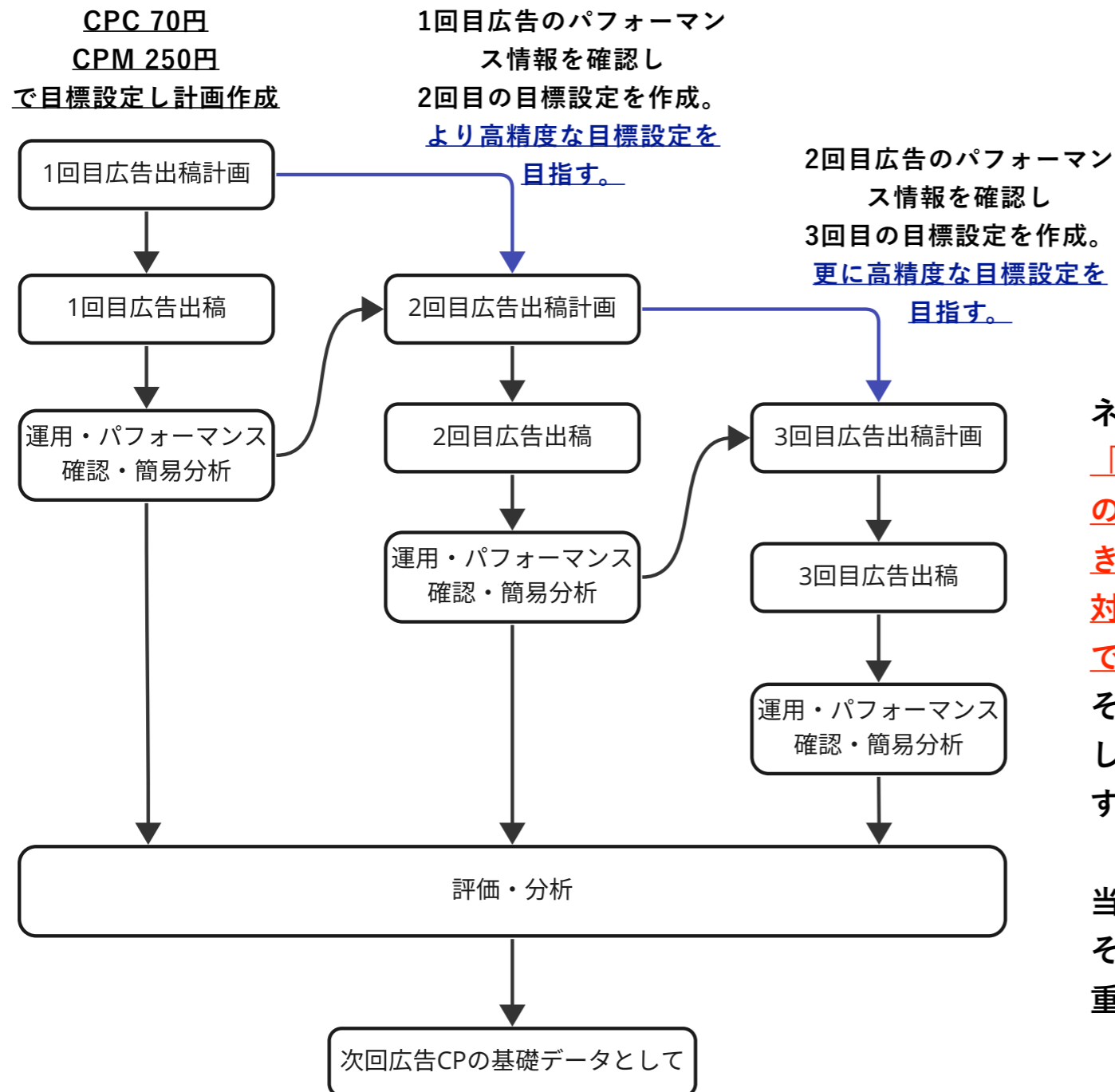
目標単価については、業種・内容によって幅が広い為

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 「FRUITS DE MER」 フィード	福井県	Instagram/Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	設定なし	201,300～ 236,900	10/25	11/15
	東京都 神奈川県	Instagram/Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	2,600,000 - 3,000,000	10/25	11/8
	大阪府 兵庫県	Instagram/Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	1,400,000 - 1,600,000	10/25	11/15
	愛知県	Instagram/Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	640,500 - 753,500	10/25	11/15

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CP1回目 「FRUITS DE MER」 フィード	福井県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200				
	東京都 神奈 川県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200				
	大阪府 兵庫 県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200				
	愛知県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200				
	当月合計・平均					56,000	800				

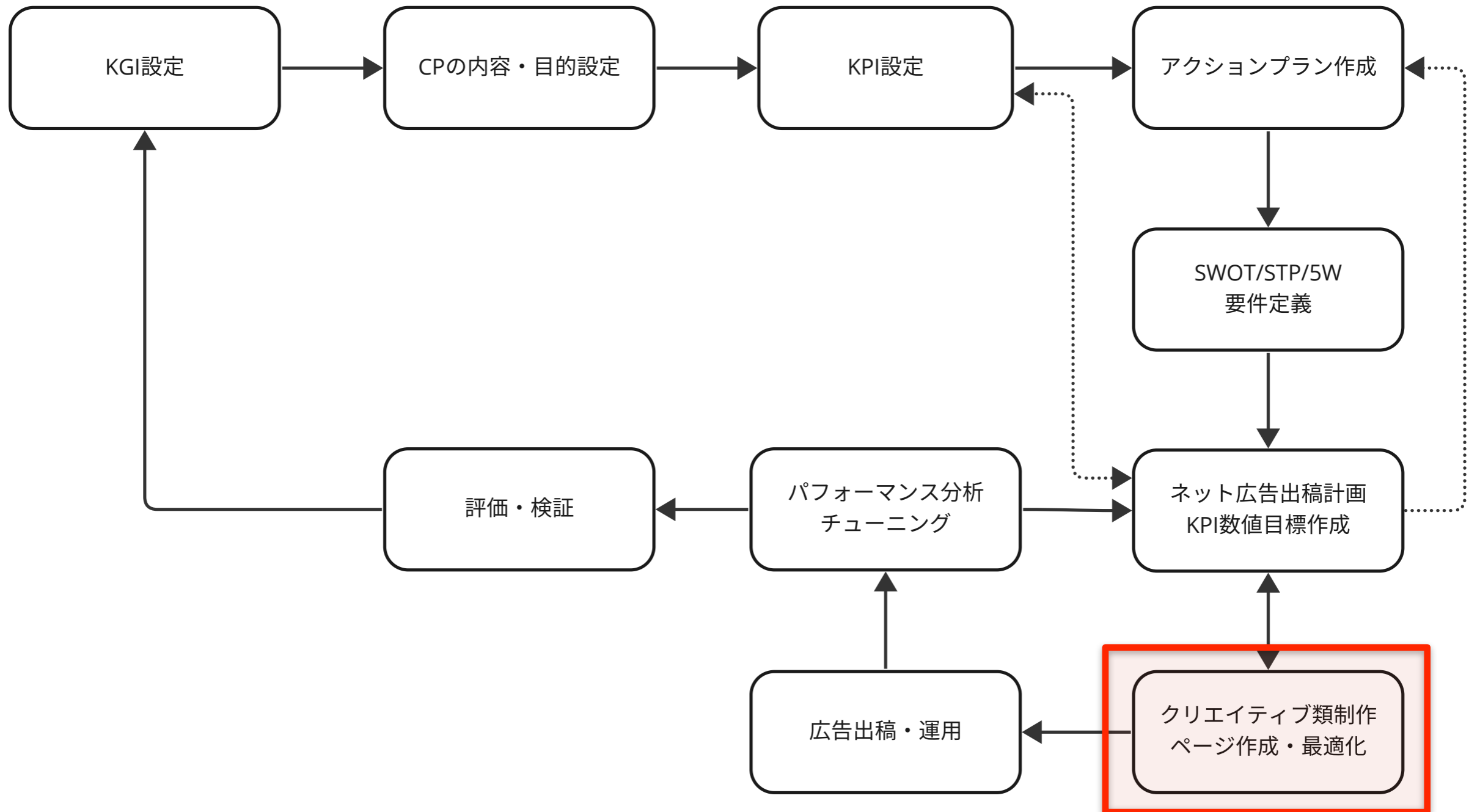
2. 11月ネット広告出稿計画（KPI数値目標）

	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 「FRUITS DE MER」 フィード	福井県	Instagram/ Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	設定なし	201,300～ 236,900	10/25	11/15
	東京都 神奈川県	Instagram/ Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	2,600,000 - 3,000,000	10/25	11/8
	大阪府 兵庫県	Instagram/ Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	1,400,000 - 1,600,000	10/25	11/15
	愛知県	Instagram/ Meta	フィード	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	640,500 - 753,500	10/25	11/15
広告CP2回目 「FRUITS DE MER」 リール	福井県	Instagram/ Meta	リール動画	クリック数	30 - 65+	設定なし	200,700 - 236,200	11/8	11/30
	東京都 神奈川県	Instagram/ Meta	リール動画	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	1,700,000 - 1,900,000	11/8	11/30
	大阪府 兵庫県	Instagram/ Meta	リール動画	クリック数	30 - 65+	設定なし	902,100 - 1,100,000	11/8	11/30
	愛知県	Instagram/ Meta	リール動画	クリック数	30 - 65+	よく旅行する人	443,800 - 522,100	11/8	11/30
	日本	Google広告	Google リスティング	クリック	-	すべての利用者 層、興味・関	-	11/8	11/30
広告CP3回目 「FRUITS DE MER」リール	福井県	Instagram/ Meta	リール動画	クリック数	30 - 65+	設定なし	145,800 - 171,600	11/8	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 「FRUITS DE MER」 フィード	福井県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229				
	東京都 神奈川県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229				
	大阪府 兵庫県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229				
	愛知県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229				
広告CP2回目 「FRUITS DE MER」 リール	福井県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	40	60,000	1,500				
	東京都 神奈川県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	70	60,000	857				
	大阪府 兵庫県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	60	60,000	1,000				
	愛知県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	90	60,000	667				
	日本	Google広告	Google リスティング	CPC	70	100,000	1,429				
広告CP3回目 「FRUITS DE MER」	福井県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	40	40,000	1,000				
当月合計・平均						444,000	7,369				

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

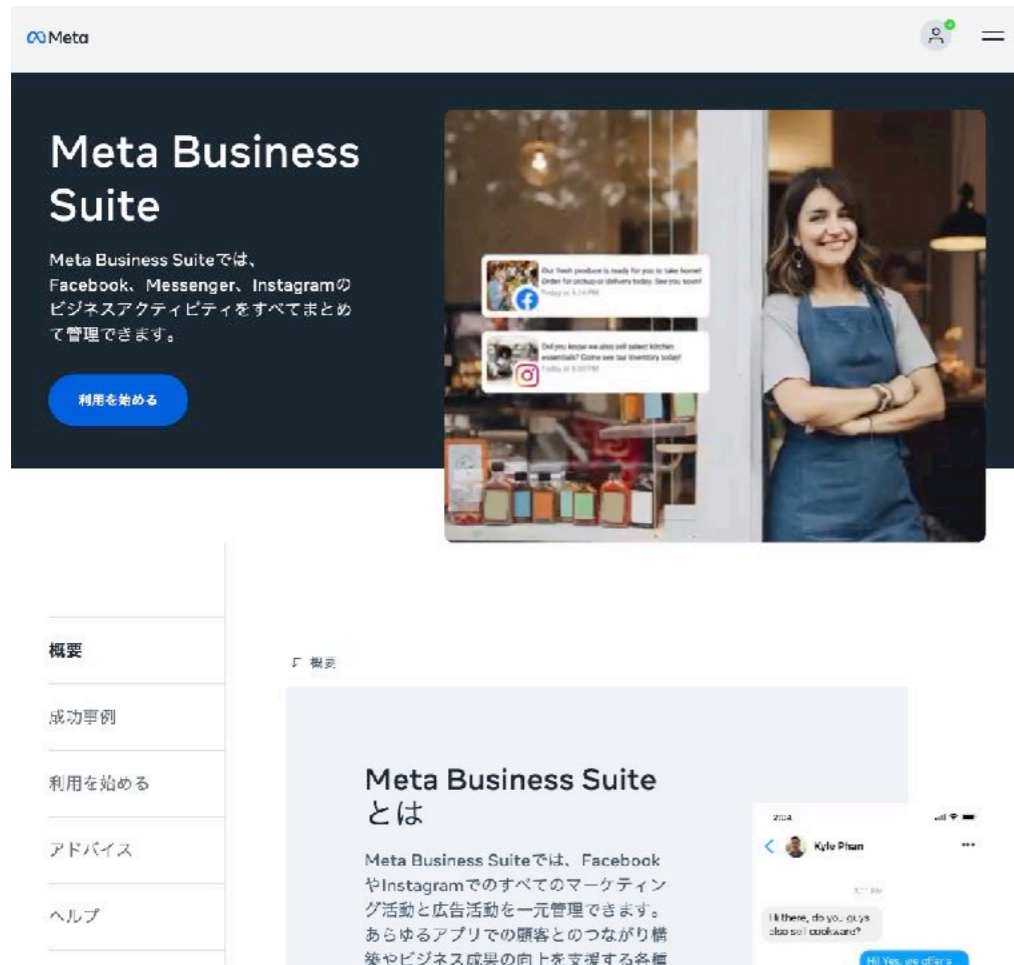
当実証事業では、Meta社が提供するMeta BUSINESS SUITE、Google社が提供するGoogle広告、その他バナー画像制作で使用するCanvaやテキスト作成・校正においてChat GPTを一部使用します。

<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>

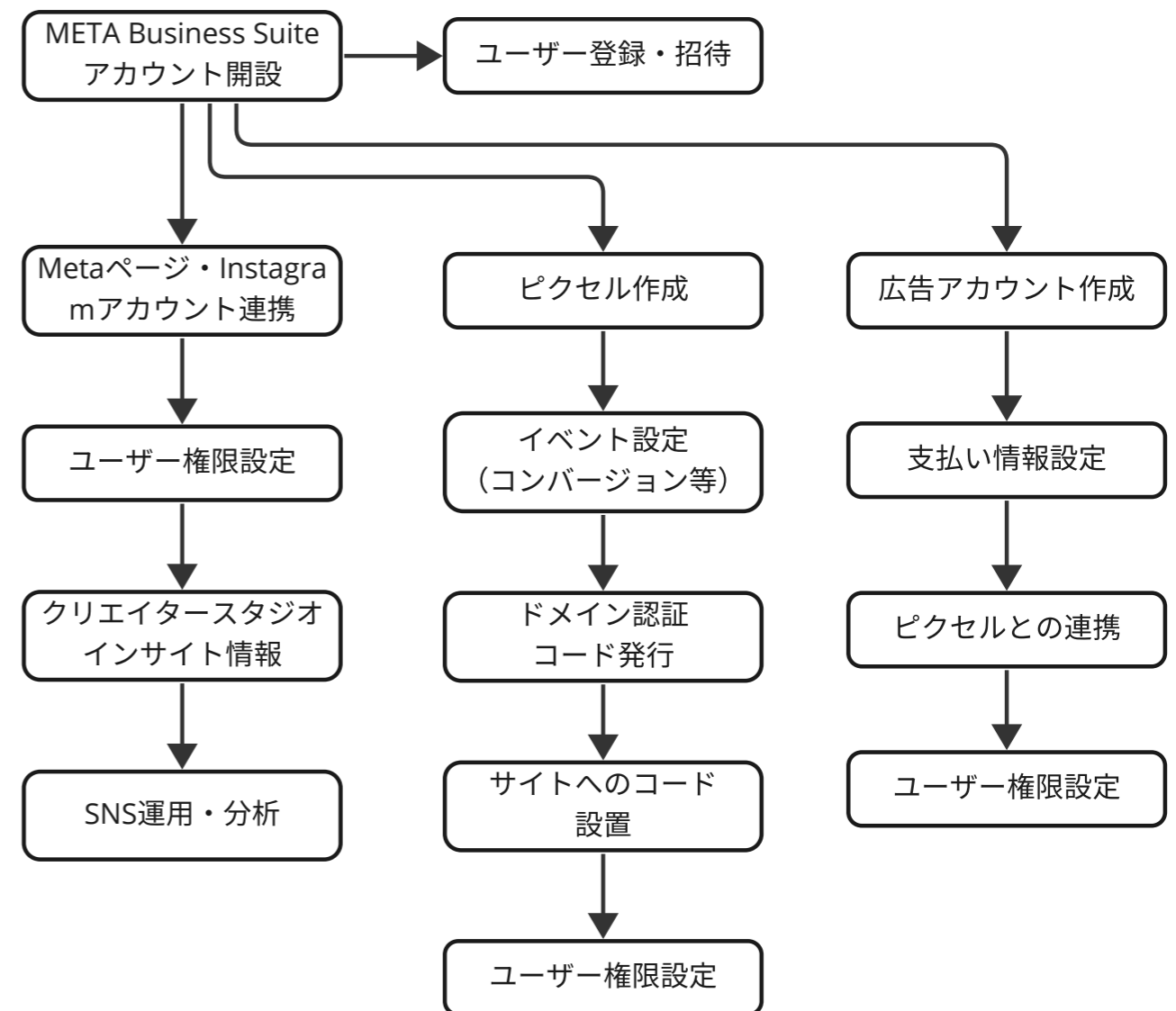
2. 事前準備 - Meta Business Suite

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。

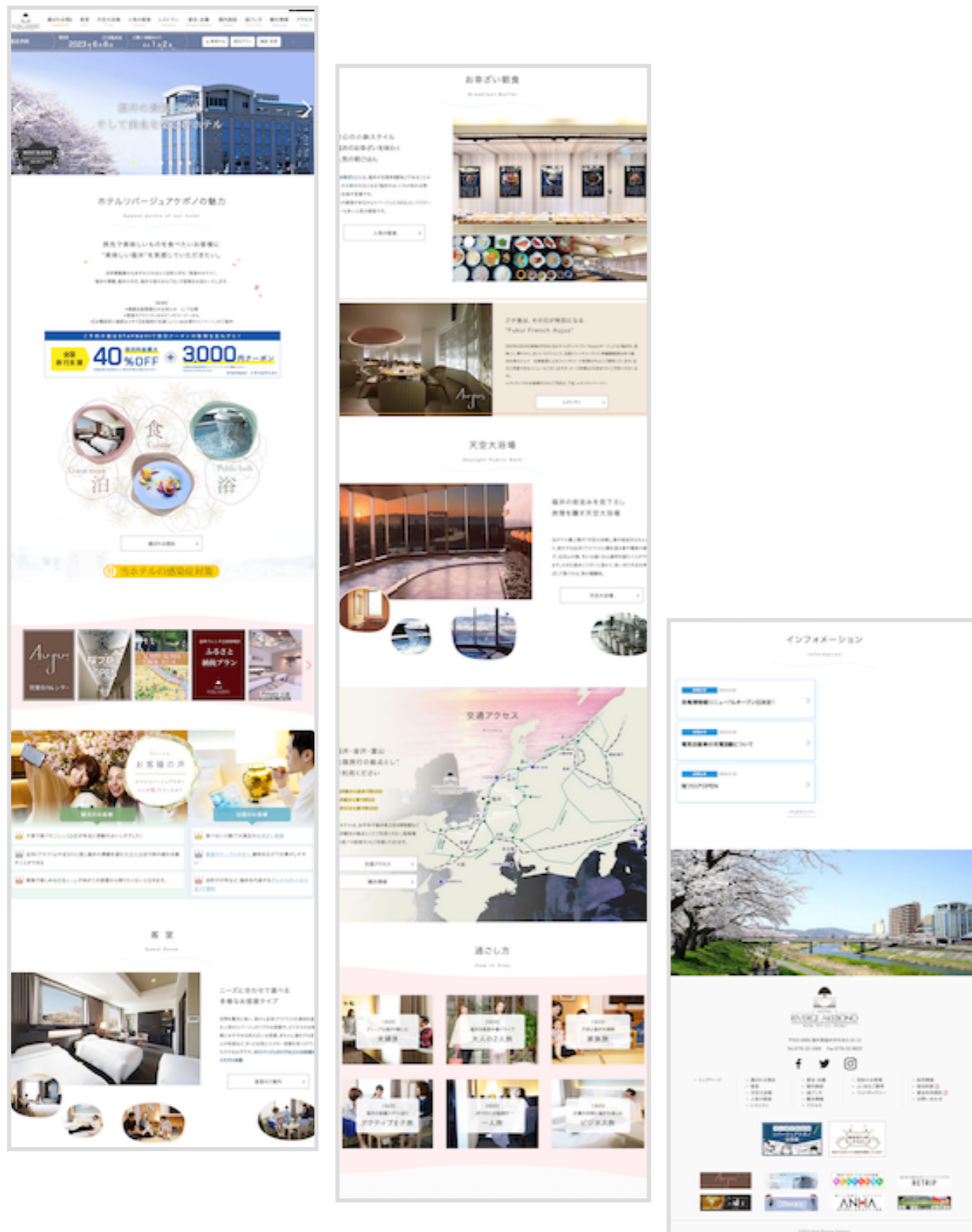


https://ads.google.com/intl/ja_jp/home/

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 - トップページ改修

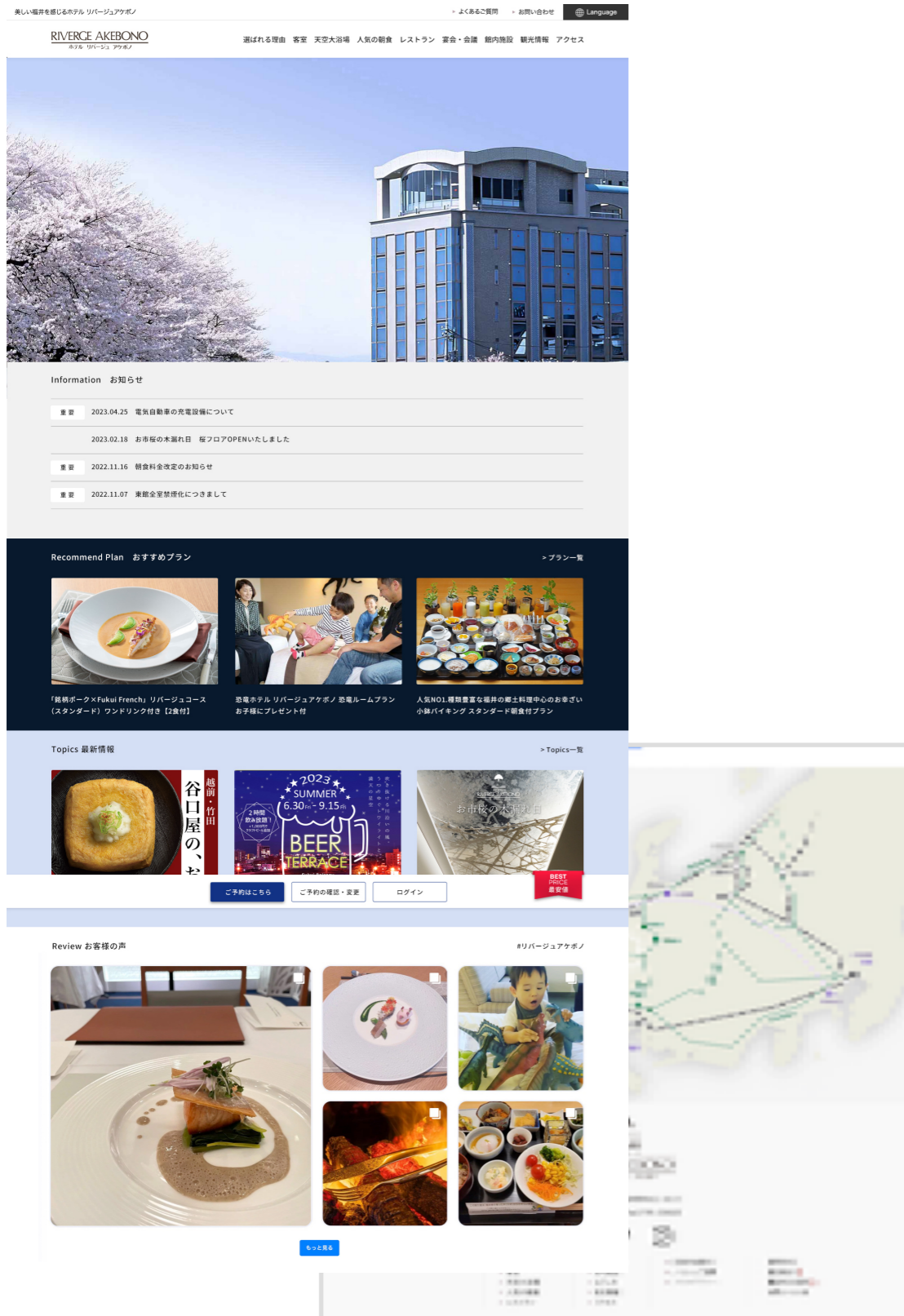


現在の状況

課題点

- 情報量が多すぎ、またそれぞれの情報が整理されておらず、ユーザーに対して「今」「何が」「おすすめ」なのかが、伝わりづらい。
- 宿泊プランについて、同じようなプランがいくつも掲載され見た目的にも使い勝手としても好ましくない。
- システムの構造上、ブログやインフォメーション記事内でリンクを設置できないなど、根本的かつ目的に到達するための仕組みが実装できていない。
- 掲載しているお客様の声については、信頼性に欠ける内容が掲載されており、設置する目的や効果が見えない。
- 作成後から約5年度時間が経過していることも関係しUI/UXが古く、魅力が正しく伝わらない。

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 - トップページの改修



改善案

- トップページは、目的を明確にした上で掲載すべき情報や内容を精査した上で、必要最低限の情報として本来の目的である「予約」という結果に結びつくUI/UX作りを行う。
- おすすめのプラン（「フレンチコース付きプラン」「恐竜ルームプラン」「朝食付きプラン」）など主要プランのみをピックアップして上部に掲載し、ホテルの強みや特徴を活かしたプラン、販売を強化したいプランへの誘導を行う。部屋毎・人数毎のプラン選択については、予約ページで行う。
- イベント情報やお知らせ等、ホテルのアクティビティについてはよりわかりやすい場所に目立つように配置し、ホテルの魅力の向上につなげていく。
- UGCウィジェットを設置（ユーザーによるSNS投稿画像）し活用する事で、信頼性のあるユーザーレビューや最新の情報などを効率的に発信する。

サイト全体の改修については、範囲が大きく予算も必要になることから、次年度以降の検討事項として内容のみの共有・協議するにとどまった。

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 - 「FRUITS DE MER」



新プラン★福井の海の幸盛り合わせ「フリュイ・ド・メールコース」

◆福井県産の新鮮な海の幸を体験!新しいフルコース「FRUITS DE MER」誕生!

新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがホテルリバージュアケボノ内2Fフレンチレストラン「Aujus(オージュ)」から登場します。

斬新で見た目に美しい料理が盛りだくさんの「FRUITS DE MER(フリュイドメールコース)」。
お肉が苦手な方でも心から楽しめる、健康を意識したヘルシーなフルコースをぜひ堪能ください。

◆海の幸盛りだくさんフレンチフルコース

Aujusが提供する新しい食の体験、「FRUITS DE MER(フリュイドメールコース)」。

この料理は、海の幸盛りだくさんのフルコースで、特に福井県産の新鮮な海の幸を中心に構成されています。

このフルコースを創り上げる背景には、北陸新幹線の福井・敦賀開業を前に、多くの来訪者に福井の豊かな海の恵みを知ってもらいたいという思いがあります。新幹線の開業とともに増えるであろう訪問者に、地元福井の誇りである海の幸を最高の形で提供したいと考えています。

私たちのシェフは、フレンチ料理の名誉あるコンテスト、ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派。彼の手によって、ただ美味しいだけでなく、見た目に美しく、会話が弾む料理が実現します。

特に、デザートは絶品で、食後の楽しみが倍増します。

また、「FRUITS DE MER」は、健康を意識したメニュー構成となっており、お肉が苦手な方や健康を気にされている方にも最適。

ヘルシーながらも、満足感のある内容となっております。

◆2024北陸新幹線開業に向けて

2024年3月16日に開業を迎える北陸新幹線福井・敦賀。このタイミングでの新メニュー導入は、地域の発展と連動した取り組みとして、ホテルリバージュアケボノが考える地域貢献の一環です。

皆様にとって新たな発見と喜びを感じていただける体験を提供できることを目指しております。

新プランの作成、記事として公開

実施内容

1. SWOT/STP分析結果を基に新プランを作成。Chat GPTを使用し、SEOを意識した タイトルや記事の再構成を実施
2. サイト「インフォメーション」カテゴリに掲載

インフォメーション
Information

- お知らせ 2023/10/25
海外サイトの領収書はインボイス非対応です。領収書が必要な方はHPよりご予約下さい。
- プラン 2023/10/17
期間限定プラン★クリスマスディナープラン
- プラン 2023/10/01
新プラン★福井の海の幸盛り合わせ「フリュイ・ド・メールコース」

<https://www.riverge.com/info/detail.php?id=93>

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 - 「FRUITS DE MER」

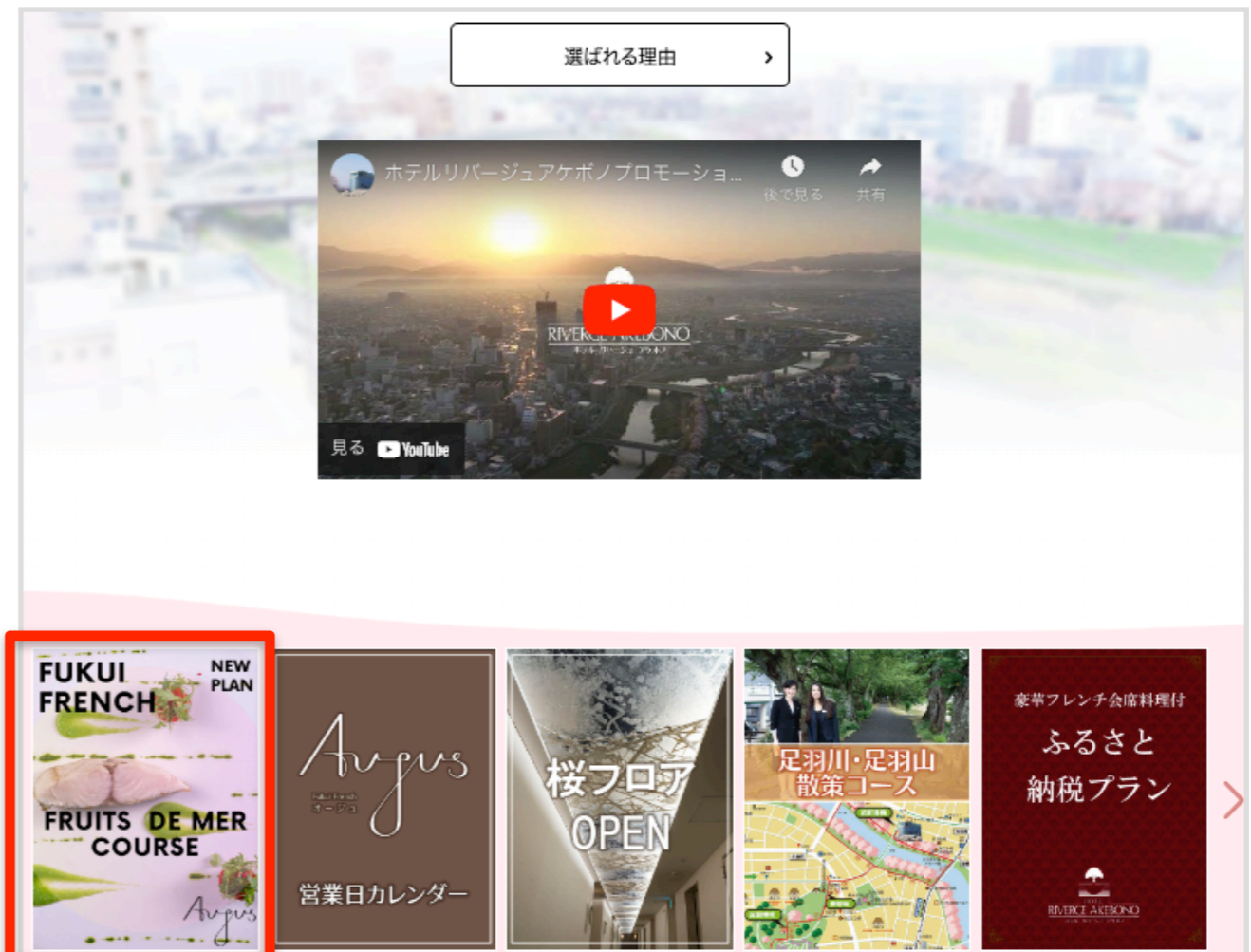
<https://reserve.489ban.net/client/riverge/0/detail/777399>



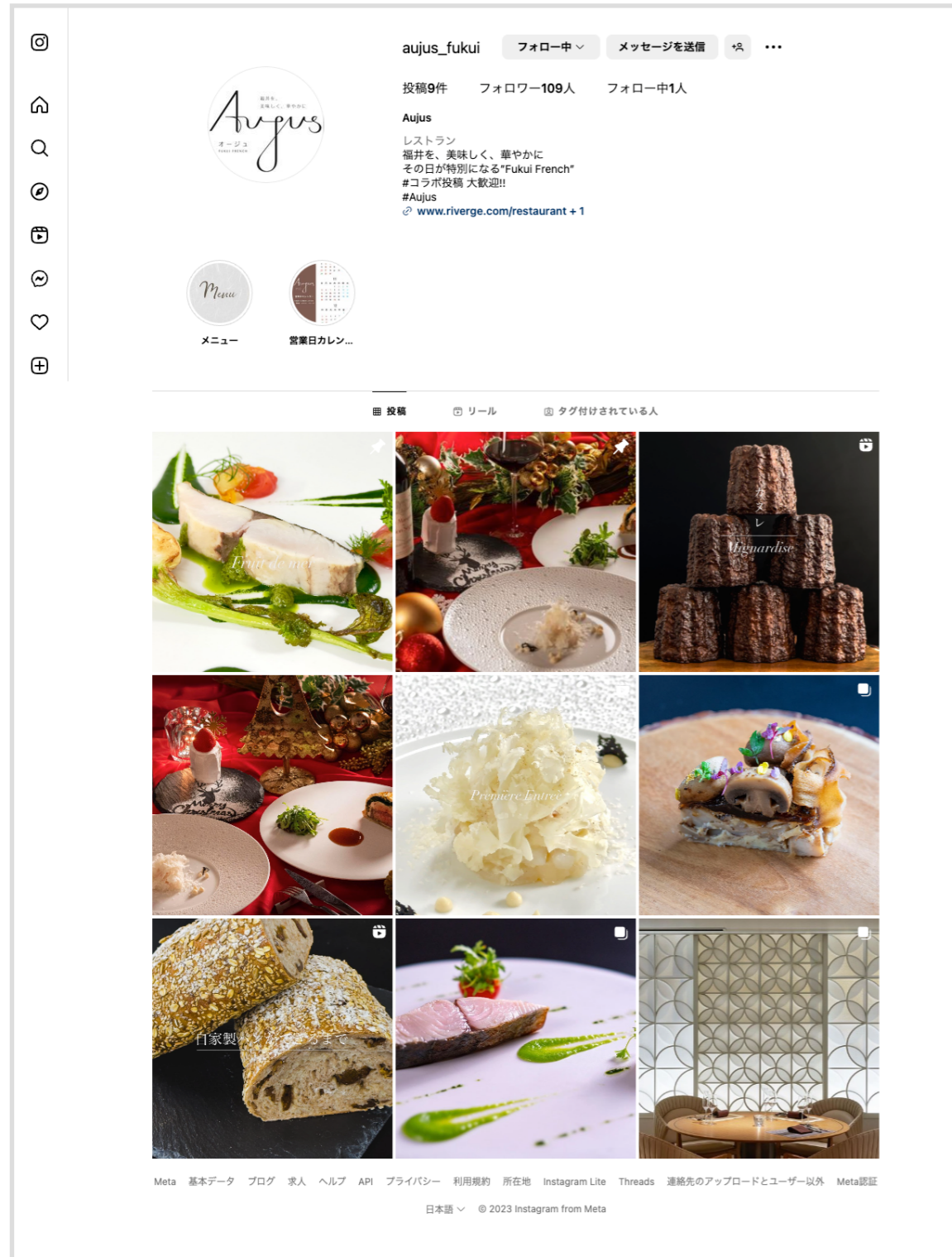
新プランの登録・サイト内最適化

実施内容

1. 作成した新プランを登録・販売
2. サイトトップに予約ページのリンクバナーを設置



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 - SNS活用



レストラン「Aujus」Instagramアカウントの新設

実施内容

1. SNS活用における方法論の共有や運用案を協議した結果、レストランのブランディング・認知向上を目的にレストランアカウント「Aujus」を新設。既存アカウント「リバージュアケボノ」とは分離した状態で運用を開始するものの、必要に応じて連携できる仕組みを共有。
2. 運用やコンテンツの参考となる他社アカウントやコンテンツ案を担当者に共有
3. 共有した案を基に担当者がコンテンツ（リール動画）を作成。コンテンツの出来が良かったことから、そのまま広告として使用した。
4. 「リバージュアケボノ」アカウントとの自社内コラボ投稿を行うことでリーチの相乗効果を図った。

https://www.instagram.com/aujus_fukui/

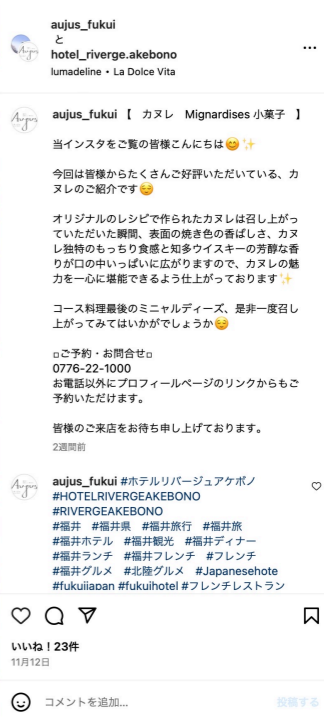
3. クリエイティブ類制作・ページ作成・最適化 アクションプラン抜粋 - SNS活用

A	B	C
1 属性	投稿URL	備考
2 動画	https://www.instagram.com/reel/CxcZExLzF7igshid	施設/部屋/朝食ビュッフェ紹介
3 動画	https://www.instagram.com/reel/CjI_gR3JqYb7utm_sq	施設/部屋/朝食ビュッフェ紹介
4 動画	https://www.instagram.com/reel/CcH9G1e517utm_sq	施設/部屋/朝食ビュッフェ紹介
5 動画	https://www.instagram.com/reel/Cxv0Ea1p36h7igshid	施設/部屋/朝食ビュッフェ紹介
6 動画	https://www.instagram.com/reel/Cx2JdJ0P27utm_sq	施設/朝食ビュッフェ紹介
7 動画	https://www.instagram.com/reel/CuM4cUjLz7igshid	ビュッフェ紹介
8 動画	https://www.instagram.com/reel/Cs5Fvmp0737igshid	朝食ビュッフェ紹介
9 動画	https://www.instagram.com/reel/CuMN4cUjLz7igshid	朝食ビュッフェ紹介
10 動画	https://www.instagram.com/reel/CcWwmK-yhID7igshid	施設/部屋紹介
11 動画	https://www.instagram.com/reel/CcC8SSYJvCi7igshid	施設/部屋紹介
12 動画	https://www.instagram.com/reel/CxvFcyk1YxL7igshid	施設/部屋紹介
13 動画	https://www.instagram.com/reel/CxvFyThPr3s7igshid	施設/部屋紹介
14 動画	https://www.instagram.com/reel/CxvFyThPr3s7igshid	施設/部屋紹介
15 写真	https://www.instagram.com/bspk_hotel/	プラン/部屋/キャンペーン等紹介

A	B	C	D	E	F	G
1 属性	アカウント名	ID	投稿数	フォロワー数	アカウントURL	ポイント
2	フランス料理店	L'Effervescence (レフェルヴェゾンズ)	leffervescence	1,690	3,975	https://www.instagram.com/leffervescence/
3	フランス料理店	ラ・ロシェル椿南	larochelleminam	456	8,436	https://www.instagram.com/leffervescence/
4	フランス料理店	「デュ・ヴァン・ハッパシ」 レストラン横浜	duvnhachich	949	4,366	https://www.instagram.com/leffervescence/
5	フランス料理店	Lethéレーテピストロ	lethe_sakusa	387	1,823	https://www.instagram.com/leffervescence/

A	B	C	D	E	F	G
1 属性	アカウント名	ID	投稿数	フォロワー数	アカウントURL	ポイント
2	ビジネスホテル	ビスポークホテル【公式】	bspk_hotel	50	7792	https://www.instagram.com/bspk_hotel/
3	ビジネスホテル	ネストホテルジャパン【公式】	nest_hotel_jp	421	1,475	https://www.instagram.com/bspk_hotel/
4	ビジネスホテル	ドーマーイン【公式】	dormyinn.official	118	1.2万	https://www.instagram.com/bspk_hotel/
5	ホテル紹介	くぼたび 僕に生きるアラサー夫婦	kubo_tabi_	230	80.3万	https://www.instagram.com/bspk_hotel/

クリエイティブ制作参考リストを担当者に共有



担当者が高品質なクリエイティブの制作ができるようになった

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 - SNS活用



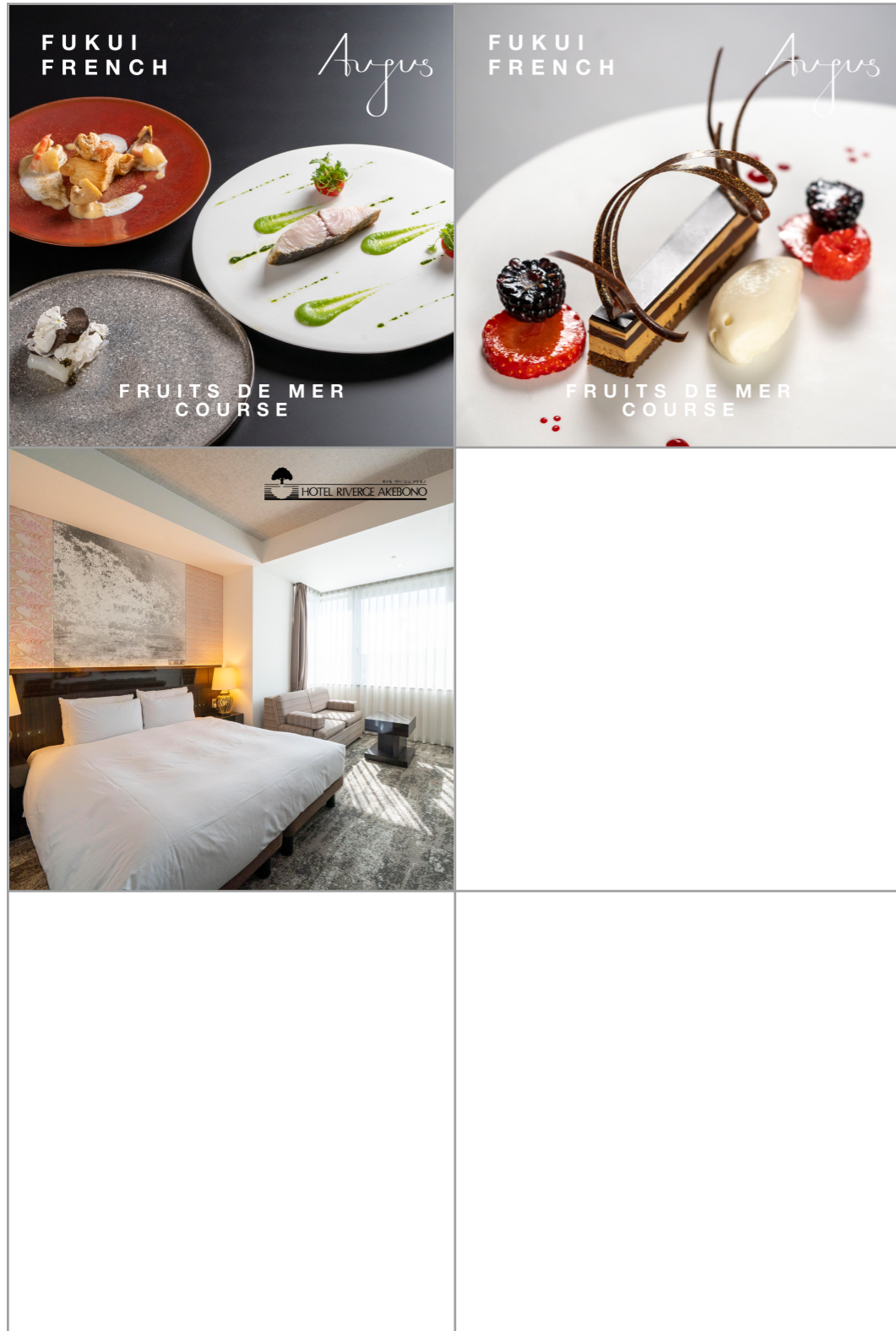
自社内アカウントのコラボ投稿により 効率的な運用・PRを実現

作成したコンテンツはAujusのアカウントに投稿すると同時にホテル側アカウントへも共同投稿することにより、どちらのアカウントでもコンテンツが発信できる仕組みで投稿。

Aujus側フォロワーだけでなく、ホテル側フォロワーにも情報発信が行えることでより多くリーチを獲得。明確に異なるブランディングを実施することで、より目的とターゲット設定に即したSNS運用を実現。

3. 広告出稿・運用

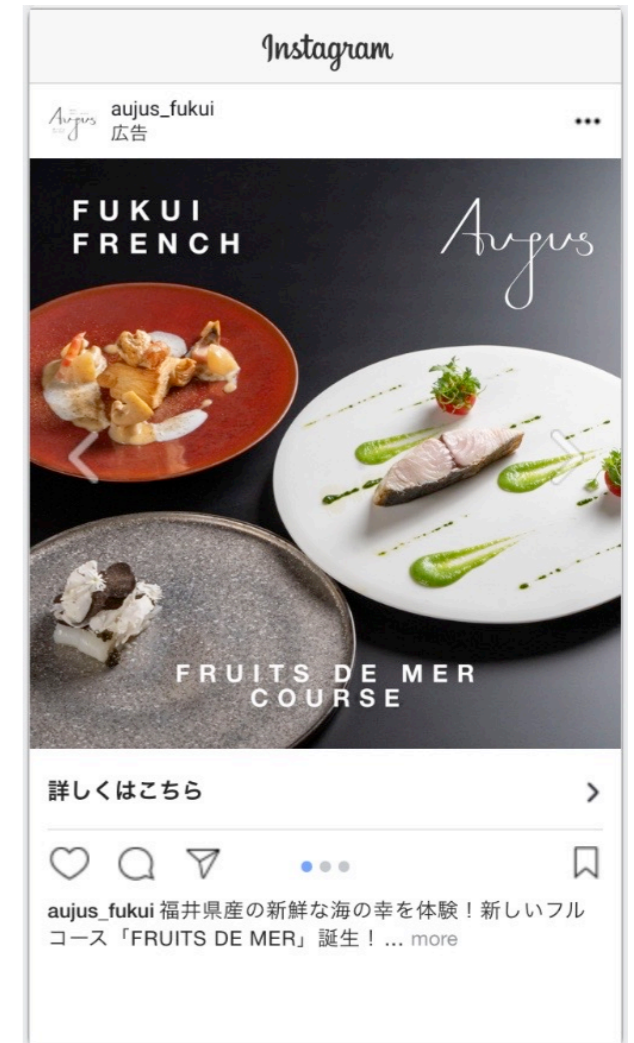
「FRUITS DE MER」 202311_CP1_A



Meta



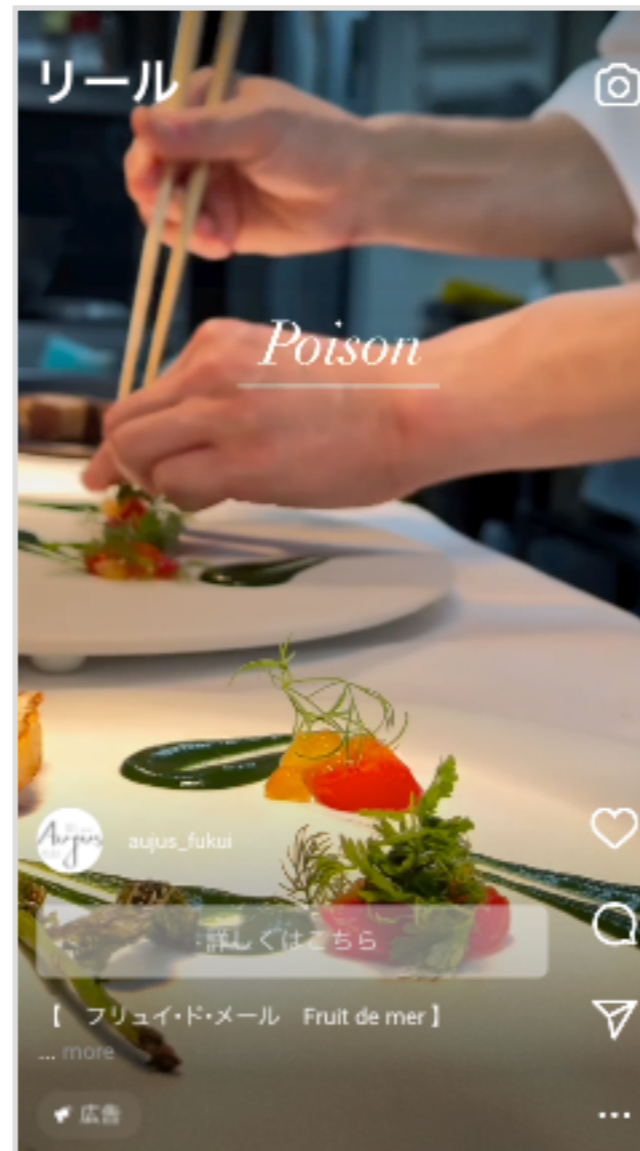
Instagramフィード



3. 広告出稿・運用

「FRUITS DE MER」 202311_CP2_A

リール動画



<https://fb.me/2frBAQcFTsMzaGB>

3. 広告出稿・運用

「FRUITS DE MER」 202311_CP3_A

リール動画



<https://fb.me/20dkpzpUkjfhpYL>

3. 広告出稿・運用 Google

Google

スポンサー・
www.riverge.com/フレンチ/新鮮な海の幸

Aujus (オージュ) - フリュイ・ド・メールコース

ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派シェフによる海の幸フレンチフルコース。新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがフレンチレストラン「Aujus」から登場します。フレンチレストラン. 人気の朝食。

ホテル リバージュアケボノ レストラン「Aujus」

スポンサー・
www.riverge.com/フレンチ/新鮮な海の幸

新プラン福井の海の幸盛り合わせ - フリュイ・ド・メールコース

新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがフレンチレストラン「Aujus」から登場します。ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派シェフによる海の幸フレンチフルコース。福井観光の拠点に。

2食付宿泊プラン ホテル リバージュアケボノ レス

スポンサー・
www.riverge.com/フレンチ/新鮮な海の幸

Aujus (オージュ) - 新プラン福井の海の幸盛り合わせ - フリュイ・ド・メールコース

新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがフレンチレストラン「Aujus」から登場します。ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派シェフによる海の幸フレンチフルコース。フレンチレストラン。

レストラン「Aujus」 ホテル リバージュアケボノ

スポンサー・
www.riverge.com/フレンチ/新鮮な海の幸

フリユイ・ド・メールコース - 新プラン福井の海の幸盛り合わせ

ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派シェフによる海の幸フレンチフルコース。新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがフレンチレストラン「Aujus」から登場します。フレンチレストラン. ホテルリバージュアケボノ. 人気の朝食。

ホテル リバージュアケボノ レストランご予約 レス

スポンサー・
www.riverge.com/フレンチ/新鮮な海の幸

フリユイ・ド・メールコース - 新プラン福井の海の幸盛り合わせ

新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがフレンチレストラン「Aujus」から登場します。ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派シェフによる海の幸フレンチフルコース。ホテルリバージュアケボノ. フレンチレストラン. 福井観光の拠点に。

ホテル リバージュアケボノ レストランご予約

スポンサー・
www.riverge.com/フレンチ/新鮮な海の幸

フリユイ・ド・メールコース - Aujus (オージュ)

ジャン・シリンジャー杯入賞経験を持つ、実力派シェフによる海の幸フレンチフルコース。新鮮な福井県産の海鮮を堪能できる新メニューがフレンチレストラン「Aujus」から登場します。フレンチレストラン。

2食付宿泊プラン レストランご予約 レストラン「

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	二食付きプランの 売上昨年比	3,677,825	1,730,398	3,788,160	47.0%
2023年11月	二食付きプランの 売上昨年比	3,158,441	1,244,265	3,253,194	39.4%

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ると今回の結果について正確な評価ができないものの、ネット広告の効果を実感するほどの結果はでなかったと考えられます。その要因として広告キャンペーンから予約までのタイムラグがあるのか、またはプラン自体が市場ニーズに合っていないのかなど、詳細な分析と評価が必要であり、継続的なキャンペーン実施によって、より詳細な分析と評価ができるようになると考えられます。

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 「FRUITS DE MER」 フィード	福井県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200	38	12,281	327	163.5%
	東京都 神奈 川県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200	59	11,782	179	89.5%
	大阪府 兵庫 県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200	58	11,869	203	101.5%
	愛知県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	14,000	200	88	11,799	134	67%
	当月合計・平均					56,000	800	60.8	47,731	843	105.4%

広告出稿のタイミングと予算消化のペースによって設定予算分を消化できなかったが、福井・関東・関西では比較的パフォーマンスが良かったことから、目標数については達成ができた。

3. 10月SNS運用結果

Instagram (リバージュアケボノ)											
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	1	521	398	0	0	0	28	0			
平均値		521	398	0	0	0	28	0			
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	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	680	668	0	0	0	0	0	8	0	38
平均値		136	134	0	0	0	0	0	2	0	8
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	6	1,201	1,066	0	0	0	28	0	8	0	38
先月比	60.00%	8.99%	9.89%	0.00	0.00	0.00	7.49%	0.00	100.00%	0.00	0.00
伸び率	-40.00%	-91.01%	-90.11%	-100.00%	-100.00%	-100.00%	-92.51%	-100.00%	0.00%	0.00	0.00

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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
平均値		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3. 10月SNS運用結果

Instagram (Aujus)											
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	4	2,925	2,626	1	2	0	92	30			
平均値		731	657	0	1	0	23	8			
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	2	2,174	1,915	1	3	2,004	57	30			
平均値		1,087	958	1	2	1,022	29	15			
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	2	236	224	0	0	0	0	0	8	0	0
平均値		118	112	0	0	0	0	0	4	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	8	5,335	4,765	2	5	2,004	149	60	8	0	0
先月比	80.00%	39.95%	44.19%	100.00%	100.00%	22.22%	39.84%	11200.00%	100.00%	0.00%	0.00%
伸び率	-20.00%	-60.05%	-55.81%	0.00%	0.00%	-77.78%	-60.16%	1100.00%	0.00%	0.00%	0.00%

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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
平均値		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3. 10月KGI・KPI結果

10月のサマリー

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 (昨年比103%)	目標達成率 (昨年比)
2023年10月	二食付きプランの 売上昨年比	3,677,825	1,730,398	3,788,160	47.0%

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	10,784	0	Instagram	5,831	0	54.07%	105.38%
Meta	0	0	Meta	0	0		
ネット広告	-	800	ネット広告	-	843		
合計	10784	800	合計	5831	843		

当月の広告キャンペーンについては、初めての試みであったため、達成率は評価の対象外となりますが、予想通りのユーザー数を誘導することには成功しました。Instagramに関しては、準備のタイミングなどが要因となり本格的な活用が困難であったため、目標の約半分の達成にとどまりました。KGIに関しては、昨年同時期には旅行クーポンの配布があり、2食付きの高単価宿泊プランへの需要が高まっていたことも影響し、目標の47%の達成に留まりました。

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 「FRUITS DE MER」 フィード	福井県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229	38	17,771	467	203.9%
	東京都 神奈川県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229	59	17,915	304	132.8%
	大阪府 兵庫県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229	54	18,062	336	146.7%
	愛知県	Instagram/ Meta	フィード	CPC	70	16,000	229	67	18,121	270	117.9%
広告CP2回目 「FRUITS DE MER」 リール	福井県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	40	60,000	1,500	66	59,116	895	59.7%
	東京都 神奈川県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	70	60,000	857	44	57,880	1,328	155.0%
	大阪府 兵庫県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	60	60,000	1,000	51	57,939	1,141	114.1%
	愛知県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	90	60,000	667	54	59,513	1,092	163.7%
	日本	Google広告	Google リスティング	CPC	70	100,000	1,429	42	97,616	2,327	162.8%
広告CP3回目 「FRUITS DE MER」	福井県	Instagram/ Meta	リール動画	CPC	40	40,000	1,000	43	39,400	924	92.4%
当月合計・平均					65	444,000	7,369	65	443,333	9,084	134.9%

3. 11月SNS運用結果

Instagram (リバージュアケボノ)											
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	2	865	712	0	0	0	72	2			
平均値		433	356	0	0	0	36	1			
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	2	1,496	1,356	0	0	1,346	42	8			
平均値		748	678	0	0	673	21	4			
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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
平均値		0	0	0	0	0	0	0	0	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	4	2,361	2,068	0	0	1,346	114	10	0	0	0
先月比	66.67%	196.59%	194.00%	0.00%	0.00%	0.00%	407.14%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
伸び率	-33.33%	-96.59%	-94.00%	0.00%	0.00%	0.00%	307.14%	0.00%	-100.00%	0.00%	-100.00%

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	1	309	278	25	0	0	17	3	14	0	0	0
平均値		309	278	25	0	0	17	3	14	0	0	0

3. 11月SNS運用結果

Instagram (Aujus)											
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	1	716	627	0	0	0	18	0			
平均値		716	627	0	0	0	18	0			
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	3	2,267	2,039	0	0	2,086	62	29			
平均値		756	680	0	0	695	21	10			
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	15	1,326	1,290	0	3	0	0	0	41	4	33
平均値		88	86	0	0	0	0	0	3	0	2
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	19	4,309	3,956	0	3	2,086	80	29	41	4	33
先月比	237.50%	80.77%	83.02%	0.00%	60.00%	104.09%	53.69%	48.33%	512.50%	0.00%	0.00%
伸び率	137.50%	-19.23%	-16.98%	-100.00%	-40.00%	4.09%	-46.31%	-51.67%	412.50%	0.00%	0.00%

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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
平均値		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3. 11月KGI結果

11月のサマリー

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 (昨年比103%)	目標達成率 (昨年比)
2023年11月	二食付きプランの 売上昨年比	3,158,441	1,244,265	3,253,194	39.4%

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	5,831	0	Instagram	6,024	4	108.08%	123.33%
Meta	0	0	Meta	278	0		
ネット広告	-	7,369	ネット広告	-	9,084		
合計	5,831	7,369	合計	6,302	9,088		

広告キャンペーンとSNS運用の両方で目標を達成し、9,000人のユーザーをサイトに誘導することに成功しました。しかし、KGIとされる2食付きプランの販売では、先月と同様に昨年の実績を大幅に下回り、39.4%の結果に留まりました。今回の結果を踏まえ、広告キャンペーンから予約までのタイムラグがあるのか、またはプラン自体が市場ニーズに合っていないのかなど、詳細な分析と評価が必要だと思われます。

3. KPI結果

当初目標

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)
2023年10月	Meta/Instagramのネット広告CPを実施し合計800人のユーザーをサイトに誘引する。	新プランの検討・作成、予約サイトへの登録	ランディングページの作成、最適化。	
2023年11月	Meta/Instagramのネット広告CPを実施し合計5,940人のユーザーをサイトに誘引する。	Google広告CPを実施し1,429人のユーザーをサイトに誘引する。	プレスリリースの投げ込み。	

結果

	KPI (1)	KPI (2)	KPI (3)	KPI (4)
2023年10月	Meta/Instagramのネット広告CPを実施し合計843人のユーザーをサイトに誘引。	新プランの検討・作成、予約サイトへの登録 - タスク完了	ランディングページの作成、最適化。 - タスク完了	
2023年11月	Meta/Instagramのネット広告CPを実施し合計6,757人のユーザーをサイトに誘引。	Google広告CPを実施し2,327人のユーザーをサイトに誘引。	プレスリリースの投げ込み。 - タスク完了	

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_CP1_A_Fukui	Fukui Prefecture	30,052	794	38
2	202311_CP3_A_Fukui	Fukui Prefecture	39,400	924	43
3	202311_CP2_A_Tokyo	Tokyo	38,926	907	43
4	202311_CP2_A_Tokyo	Kanagawa Prefecture	18,954	421	45
5	202311_CP2_A_Osaka	Osaka Prefecture	39,721	783	51
6	202311_CP2_A_Osaka	Hyōgo Prefecture	18,218	358	51
7	202311_CP1_A_Osaka	Osaka Prefecture	19,458	375	52
8	202311_CP2_A_Aichi	Aichi Prefecture	59,513	1092	55
9	202311_CP1_A_Tokyo	Tokyo	19,814	329	60
10	202311_CP1_A_Osaka	Hyōgo Prefecture	10,473	164	64

※消化金額10,000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	消化金額	結果数	結果の単価
1	202311_CP1_A_Fukui	65	女性	3,428	111	31
2	202311_CP1_A_Fukui	55-64	女性	8,157	261	31
3	202311_CP2_A_Osaka	25-34	女性	2,289	61	38
4	202311_CP3_A_Fukui	35-44	男性	2,313	61	38
5	202311_CP3_A_Fukui	45-54	女性	9,879	259	38
6	202311_CP1_A_Fukui	55-64	男性	3,710	96	39
7	202311_CP3_A_Fukui	35-44	女性	9,730	250	39
8	202311_CP2_A_Tokyo	55-64	男性	3,663	93	39
9	202311_CP2_A_Tokyo	35-44	男性	6,357	161	39
10	202311_CP3_A_Fukui	55-64	男性	1,226	31	40

※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	配置	消化金額	結果数	結果の単価
1	202311_CP1_A_Fukui	feed	10,402	276	38
2	202311_CP1_A_Fukui	instagram_explore	2,376	63	38
3	202311_CP1_A_Fukui	feed	17,275	455	38
4	202311_CP3_A_Fukui	instagram_reels	7,796	196	40
5	202311_CP2_A_Tokyo	instagram_stories	47,699	1,108	43
6	202311_CP3_A_Fukui	instagram_stories	29,959	695	43
7	202311_CP2_A_Tokyo	instagram_reels	6,499	150	43
8	202311_CP2_A_Alchi	instagram_reels	4,264	90	47
9	202311_CP2_A_Alchi	facebook_reels	1,163	24	48
10	202311_CP2_A_Osaka	instagram_stories	47,129	948	50

※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。

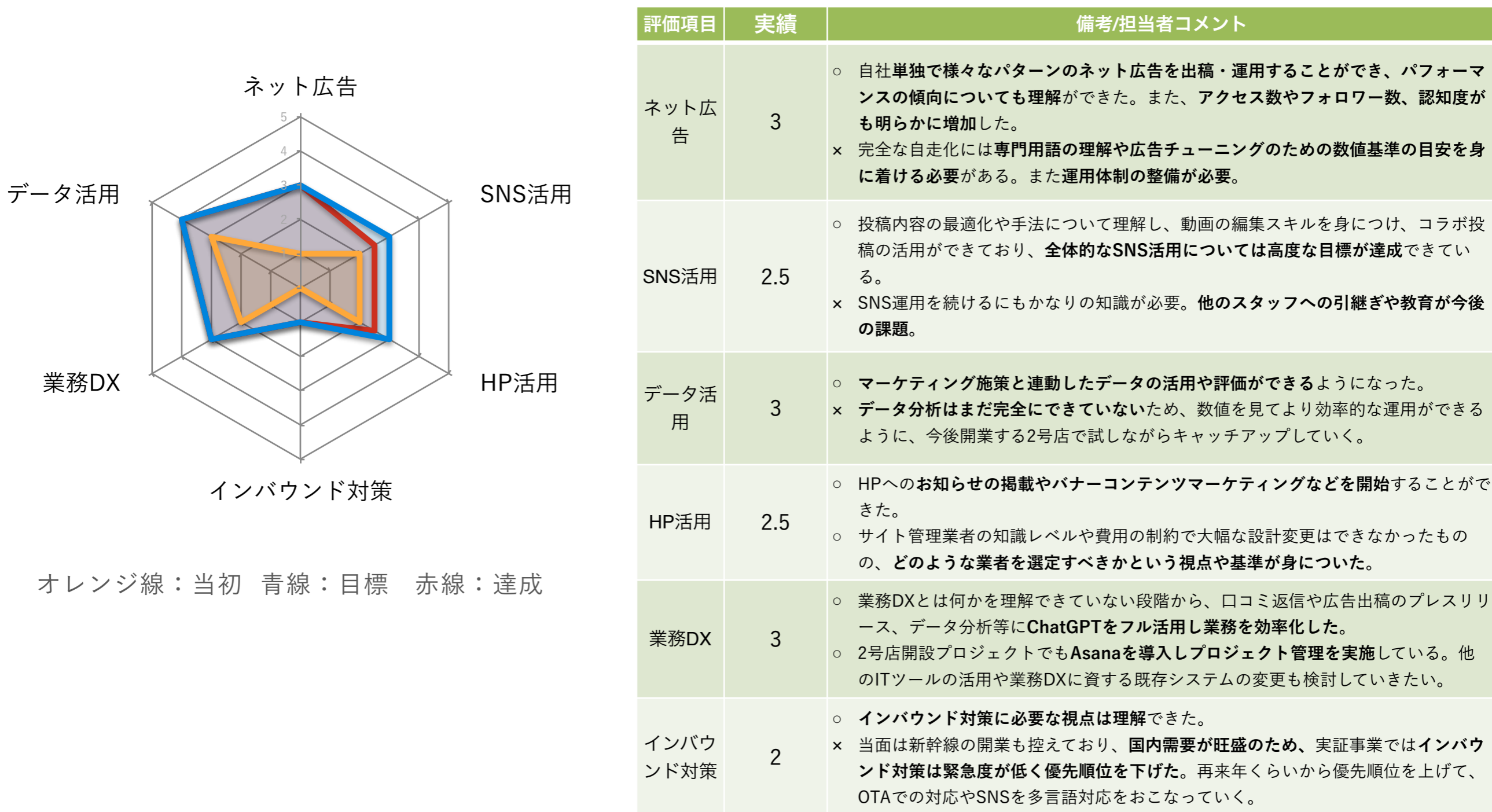
Google広告のパフォーマンスレポートについては
別紙下記URLよりご確認ください。

[https://drive.google.com/file/d/
11QN78JqljljtXPm3Ydc9TSVJPG1ioLbr/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/11QN78JqljljtXPm3Ydc9TSVJPG1ioLbr/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

- ✓ ネット広告やSNS活用経験がほとんどない状況から、デジタルマーケティングの一連のPDCAサイクル（施策立案→データ分析→デジタルマーケティング実行→データ収集→データ分析・評価）の知識獲得と自身での実行ができるようになった。また、ChatGPTといった最新ツールもフルに活用し業務効率化をおこなうことができた。
- ✓ 広告効果としてもHPへのアクセスも増加し予約にもつながっているため、今後も自走化へ向けて後任スタッフ育成と2号店での活用をおこなっていく。



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	「スタッフのITリテラシー向上」と「運用体制の構築」
課題の詳細	<ul style="list-style-type: none">✓ スタッフのITリテラシー向上 IT業務と関わる既存スタッフがほとんどいないため、ITツール導入への理解と利用を促進し業務DXを進めるために、スタッフのITリテラシーを向上する必要がある。✓ デジタルマーケティングの知見と経験の不足 デジタルマーケティングの全体像は理解し推進することができるようになったが、細かなタスク管理やオペレーション、プロジェクト管理、レポート等についてはデジタルマーケティングの知見やリソース不足のため、全ての自走化は難しい。✓ 後任スタッフの育成 実証事業で習得したデジタルマーケティング業務を継続していくために、担当者が転属になった際の後任スタッフのアサインと育成が喫緊の課題。
アクションプラン 検討の ポイント	<ul style="list-style-type: none">✓ ITツール導入による小さな成功体験のスタッフへの共有 利用へのハードルが低いITツールの導入から開始し、スタッフにも業務負荷の低減を感じる小さな成功体験を経験してもらう。IT化が進んでいる競合事業者の情報を共有し業務DXの必要性を理解してもらうと同時に、eラーニングや外部勉強会も並行して実施し、徐々にITツールの導入・活用を進めていく。✓ デジタルマーケティング業務の可視化と外部専門家の活用 一連の業務プロセスとタスクを分解し、業務の可視化・標準化（マニュアル化）をおこなう。また、2号店でも実証事業で学んだ一連の業務を実施し、不明な点やノウハウが必要な点があれば、内製化できるまで外部専門家の活用も検討する。✓ 代替ツール導入とeラーニング等による学習 後任スタッフへの引継ぎは必須となるため、経営層に後任のアサインを依頼する。担当者は標準化した業務マニュアルを共有し、2号店でのデジタルマーケティング業務でOJTをおこなう。その後は後任スタッフにリバーシユあけばのの業務は任せて、月次定例により後任スタッフのフォローを継続することで育成を進める。

4. 伴走パートナー basicmathからのコメント

本実証事業では、予定していたKGIを達成することはできませんでしたが、以下の点で成果を挙げることができました。

市場ニーズの評価と戦略立案:

広告出稿に先立ち、市場ニーズの評価や自社の売り、強み・弱み・外部・内部要因の分析が必要であるという理解を深めました。この評価を基に、効果的なアクションプランを立案することの重要性を共有し、理解を深めることができました。

デジタルマーケティングの理解:

ネット広告の出稿方法、運用、システム、パフォーマンスについて、一定の理解を得ることができました。この知見は今後の広告戦略に役立つものと考えられます。

SNS運用の強化:

SNS運用では、担当者に高品質なクリエイティブ制作のための参考例を提供することで、より質の高いコンテンツ制作が可能となりました。また、複数の自社アカウントを目的やターゲットに応じて効果的に使い分けることができるようになりました。これは大きな成果であり、将来に渡って非常に有益な成果だと考えられます。

自社サイトの役割と改善案:

自社サイトは予約獲得において非常に重要な役割を果たし、顧客単価を向上させるためには自社サイトのブランディングの向上が必要不可欠です。自社サイトの再構築の必要性を認識し、改善案を提示することで、今後の検討材料を具体的に示すことができました。

本事業を通じて、現在の課題を再検証し、現在の自社提供プランが市場ニーズにマッチしているかという点についても重要指標の一つとしてアクションを実行しました。

今回の結果を基に、今後どのような改善を実施し、事業判断を行うべきかを考察し、データを活用した効果的なビジネスへの進展を図ることができたと考えています。

4. 実証事業終了後 事業者ヒアリング

実証事業全体の評価

良かった点や成果

- 今までにない視点（思考や理論、手法などマーケティング全域を横断した全体像を捉えた考え方）を知ることができた事が最も大きな成果であった。
- 課題感ややるべき事が明確になった。
- 広告出稿後の結果を追えていなかったが、データ分析方法を学んだことにより、自身で判断できるようになった。
- DX関連ツールの導入により、業務効率が上がり、今後も前向きに導入したいと思えるようになった。
- 社内ではChatGPTにより口コミの返信が早くなった。
- 今回実施した新コース作成の取り組みなどを通じてレストランを巻き込んだ提案がしやすくなった。SNS分析、コラボ、UGC等をSNS担当者が考えて進めてくれるようになった。

実証事業の課題点

実証事業の内容への課題感の特にはないが、HPの改善について当実証事業中に予算の兼ね合いもあり推進できなかった点。強いて言うならば改修を予定している段階で実証事業を始めたかった。システム会社も柔軟性に欠けることに気づいた。

次年度自走化における課題

自身が転属になった際の社内への知識の共有、教育などについての進め方や方法については課題を感じている。およそ全体像としては理解し推進することができるようになったものの、細かなタスク管理やオペレーション、管理、レポートニングについてはリソースの問題があり、全てを自走化するのは難しく、部分的な手助けが必要。

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