

令和5年度 第2回恵庭市シティセールス推進委員会議事録（要旨）

日時 令和6年3月25日（月）14時～16時

場所 市役所3階 301・302会議室

出席者：委員8名（1名欠席）・事務局4人（企画振興部）・関係課職員3名

1. 開会

2. 議題

委員長

恵庭市公式Instagramについて事務局から説明をお願いします

それでは、議題に入りたいと思います。

議題(1)『令和5年度シティセールス事業の取組について』の①恵庭市【公式】Instagramについて、事務局から説明願います。

事務局

資料1の恵庭市公式Instagramについて説明いたします。

フォロワー数の推移「昨年3月末7,175人から今年の3月末で9,062人、直近9,151人、2,000人くらい増えている。リーチ数、インプレッション数では7万・8万とかありますけれども、投稿にもよりますが、リーチ数8,000、多い月だと15,000、インプレッション数は多い時で140,000となっています。

投稿も多い月で40回、少ない月でも20回弱投稿しているところです。

委員長

それでは、只今報告について何かご質問等がありますか。

委員の皆さんからないようなので私から、このInstagramのフォロワー数はどのような取り組みで行って、目標数はどのようにしており、達成度合いはどの程度と考えているか？

事務局

成果指標に、公式Instagramのフォロワー数を10,000人にするという目標があり、去年7,000人から2か年で1,500人1,500人で10,000人に近づけるところでは目標は達成できているのかなと思います。後ほどの取り組みでもお話ししたいと思います。

委員長

委員の皆さん、ほかに何かございますか、なければ次に、②ふるさとの誇りづくり「勝手に20選」について説明願います。

事務局

資料2ふるさとの誇りづくり「勝手に20選」について説明します。

市が投稿したもの、市民が投稿したものと2つに分けて、10選ずつで20選としている。

市が投稿したものについては、二十歳の集い、2位が恵庭にまつわる人を紹介した記事、3位が初詣、4位のシーニックナイトのイベントなどの投稿となっております。

次に市民が投稿の部分で、市民がガーデンシティえにわのハッシュタグ付けて投稿したものを市で再編集して投稿して順位を決めております。1位のシマエナガ(鳥)が人気で800件の「いいね!」を記録し、2位がベーカリー、3位は喫茶店のコーヒーとスイーツ、その他イベントなどになっているところであります。

委員長

ありがとうございます。ご質問ありませんか? 後ほど、まとめてでもかまいませんので。

では、次に③その他各種事業についてであります。説明をお願いします。

事務局

資料3-①ですが

10月7日に開催された北海道文教大学の学校祭への参加です。

市町村PRブースにおいてシティーセールスを行い、物販では久遠チョコレートが出店し、パンフレットを100部配布、インスタグラムフォローキャンペーンでは139枚のクッキーを配布し、約70件のフォロワーが増えたところです。

その他、10月8日にきたえーるで開催されたレバンガ北海道の市民応援デーでのシティーセールスです。市民667名が当選し試合を観戦。ブースでは久遠チョコレート・小寺ファーム・おむすびすみす・燻製キッチンけむまきくんが連携して出店。パンフレットを200部配布、インスタグラムフォローキャンペーンでは141枚のクッキーの配布で90人のフォロワー増加につなげております。

次に資料3-②ですが、11月18日には東京やその近郊に住む恵庭市に縁のある方々を集めたイベント恵庭の集い(東京)に参加し、恵庭市のシティーセールス、ふるさと納税などのPRを行っています。その他には地下歩道空間北3条交差点広場においてのシティーセールスでは、小寺ファームの物販、パンフレットの配布、インスタグラムフォローキャンペーンを実施しております。

次に資料3-③であります。市内コミュニティ(FM e-niwa)での市内幼稚園・認定こども園の園児による恵庭の好きなところを紹介するCMを行っています。また、高校総体で使用していたパンフレットラックを改良し、恵庭駅自由通路に設置。イベントに合わせてポスターやチラシを配置できるものでシティーセールスを行っています。そのほかには恵庭市に縁のあるイ

ンフルエンサーに出演してもらい1分間程度の短編動画を作成し、ホームやサイネージで流し、恵庭のPRにつなげております。

次に資料3-④ではありますが、デジタル広告などの取組みではありますが、Instagramによる恵庭のお店の紹介を広告付きで投稿、今年度については5件にインタビューを行っております。また、街頭サイネージを使い、ふるさと納税のPRとして札幌駅前ビジョン・SABRO.TV・札幌PARCOビジョンでサイネージ広告を実施したところです。

その他、冬のえにわフォトコン 2024 を2月に行い、ハッシュタグ付けの投稿は315件、期間内のフォロワー175人、インプレッション数は約17万となり、写真による恵庭の魅力発信を十分に行えたと感じているところです。

委員長

ありがとうございます。ご質問ありませんか？

では、次に④恵庭市公式アプリについて説明をお願いします。

事務局

それでは、資料4恵庭市公式アプリ「えにわか」の取組みについてご説明申し上げます。

まず、アプリ利用状況では2023年3月末で約3,000件のダウンロード数だったのが、11月の「えにわ」ポイント機能実装により、2024年2月末には6,442件のダウンロードとなっております。ポイントについては初回2万ポイント、恵庭市からのお知らせを読むことや、イベントQRなどを読み取ることでポイントがもらえ、現在24店舗でのポイント特典があり、協賛店などでのクーポン利用につながっているところです。今後もポイント機能を拡充していく取組みを充実させていきたいと思っております。

委員長

ありがとうございます。ご質問ありませんか？

では、次に資料5、令和6年度シティセールス事業の取組みについて説明をお願いします。

事務局

資料5令和6年度の取組みですが、これまでも行ってきております、インフルエンサーを使った動画の制作や、コミュニティFMでのスポットCM・デジタル広告、フォトコンテスト、各種イベントへの出店を考えているところです。

委員長

ありがとうございます。ご質問ありませんか？

では、次に資料6、その他の成果指標・中間報告について説明をお願いします。

事務局

資料6、その他の成果指標・中間報告であります。目標値につきましては、令和6年度までを目標としております。移住希望者数、ガーデンシティえにわインスタグラムフォロワー数などは達成の見込みとなっておりますが、ふるさと納税件数は制度改正の煽りがあり現時点で未達、東京えにわふるさと会の参加者数は会場の都合もあり現時点の見込みより上積みは難しいものと考えています。また、ガーデンシティサイト閲覧数についても各種イベント時は本サイトを活用して、導線を作るなど工夫しておりますが未達となっております。計画期間の残りの1年で目標値に近づけるよう進めて参ります。

委員長

ありがとうございます。ご質問ありませんか？
全体を通してでもご質問どうでしょうか？

委員①

9000 人ほどのインスタグラムのフォロワー数の内訳についてであります。あまり見ていない人も含めているのか？それと、恵庭駅自由通路に設置されているパンフレットラックについては、一番下にQRコードがついているのですが、車いすの方や一般はしゃがんだ状態でスマホで読み取らなければならないので、その辺の工夫が必要だと思います。

事務局

フォロワーのアクティブ状況については、把握していません。
基本的には投稿に共感してフォローして頂いているアカウントですので、アクティブユーザーだと認識しています。
また、駅通路にあるパンフレットラックにつきましては貴重なご意見でありますので、今後の改善も含め、参考にさせていただきたいと思います。

委員②

これからポイント機能もついて、アプリも充実してくると思うのですが、利用者の持っているポイントが利用者にとってピンポイントにマッチしてくるのかと考えたりもして、私自身もクーポンを使うことを忘れてしまうので、えにわかにはどのような方がダウンロードしているのか教えていただければ？

事務局

利用者の情報については、ポイント機能を実装してからあまり時間が経過していないので、現状の分析について、担当からは聞いてはいない状況です。えにわかポイントの使い方の周知などは、ホームページ、駅通路のパンフレットラック、出前講座のメニューにもありますがそのほ

かにも、どのように進めていったら良いか模索しているところでもあります。

委員長

えにわかについては、利用者アンケートを使っても良いかもしれませんね。

事務局

ご質問のあった現状の分析やポイントの使い方、利用者アンケートについては、担当と共有したいと思います。ご意見ありがとうございます。

委員③

インスタグラムはお手伝いさせていただきました。この 9,000 人のフォロワー数については日々の投稿やイベント参加など、日々の取組みが結果として出ていると思う。9,000 人を超えて 1 万人になると他の部署とも連携して有益な情報の発信ができれば面白いと思う。公式アプリはダウンロード数、アクティブ数が伸びてはいますが、離脱率を下げるのが大事と思う。まだ人口の 10%にも満たないので早めのアンケートでフィードバックできれば良いと思います。

委員④

以前からクーポンができれば面白いなと思っていたので、できたのでうれしく思う。お店にとってはリターンが大きく、花がもらえたりと良いこともある。ただ使いたいときに忘れてしまうことがあるので、お店の中での目立つ周知も必要。登録されている店舗になにかお礼はあるのか。

事務局

委員からのご意見については今後の参考にさせていただきたい。えにわかポイント利用店舗については、お礼をお渡ししている訳ではなく、お店にご協力をいただいている状況です。

委員④

それと、勝手に 20 選で選ばれた写真については何かに活用しているのかと、ふるさと納税について、他自治体では返礼品にそのまちの PR がついてきているが、恵庭市もつけているのか。

事務局

勝手に 20 選の写真については、HP に掲載、ふるさと納税寄付者に贈るカレンダーなどにも使われています。ふるさと納税の返礼品には恵庭市も受領証明書のほか、お礼状や恵庭市を PR するものを同封しています。

委員⑤

ラピダスが来ることによってこれからの課題というか、千歳市は空港もあり、外国語表記が目につきます。今後、ラピダスがくることによって恵庭市にも外国人が多く来ることが予想される。移住定住もそうですが、外国人が来ると想定されることから恵庭市も外国語の看板がほしい。他にもお店のメニューなども、新しい取り組みとして外国語標記も視野に入れたほうが良いと思う。

事務局

多言語化については、すぐには進められるものではないが、多言語表記については考えている。通訳システムやホームページのやさしい日本語翻訳の追加がある。

委員⑥

昨年 10 月末に静岡県藤岡市でのフードスマイルフェスティバルにてシティセールス用のテابلークロスを使用させていただき、恵庭市のプロモーション活動を行ってきました。

Instagram について、投稿の回数だけでなく質も評価しておりますが、回数については一般的に多すぎると嫌がられる傾向があるものの、お店や人にフォーカスした投稿のシリーズは素晴らしいと思いました。個人的に 1 点、どうしてこの店を取り上げたのか気になる人もいるのかなというところも伝えておきます。

えにわかかのインストール数は伸びているが、インストールしたはいいがその後どのように使うのかわからないという声をよく聞きますので、出張説明会のような簡単な説明を行う機会の創出、そのほか協賛店にも使い方についてチラシを設置してみてもと思います。どんどんコンテンツを利用してもらわないともったいない。

事務局

インスタグラムについては参考にさせていただき、えにわかについては担当に共有します。

委員⑦

勝手に 20 選ではいいねがつく投稿、つかない投稿について、どのような傾向なのかというのと、えにわかについては市民対象なのか、市内外の割合については分かれば良いと思います。

事務局

食べ物や人の出ているものが目を引き、いいねの数は増える傾向です。えにわかかの登録については多くは市民ですが、恵庭市内のマップも見ることができるので、観光客も対象にはなります。登録する時に地域という括りがありますが、今現在割合については資料がありません。

委員⑧

クーポンを使えるお店はどのような業種があるのか。

事務局

飲食店などのサービスが多い状況です。

委員②

担当が違うというのがあると思うが、えにボ(ポイント)の使えるお店がご厚意ということだが、お店にもメリットがあれば良いと思う。インスタグラムに人を紹介しているということなので、インスタグラムなどの媒介に紹介したり、ラインのアンケート機能でえにボでこのように使えたらというののもあっても良いと思う。

委員③

公式ラインはどこが担当課なのか

事務局

情報政策課、それぞれの課で発信はできるようになっています。

委員③

連携したほうが良いと思います。ユーザーは裏側を推察しているので、愛をこめて文章を作成しているのか、botのようなもので作成しているのかということも見られる。イベント出展については、インスタグラムもラインもえにわかちという風になると、散りすぎてどうかなと思います。

委員④

えにボの利用について、市内か市外かというのは、ガーデンフェスタのときにたくさんダウンロードいただいたので、その時に市外の人が増えたのではと感じます。

多言語表記について、これから住む人にもアプローチするために、看板などはすぐにでもやってほしいと思います。えにボでも外国人OKなど情報が分かるようになればとも。えにボの宣伝をもう少ししたらいいと思うし、高齢の方は使い方がややこしいと感じていると思う。

事務局

今後の参考にしたいと思います。

委員⑤

ラピダスについて実感しているという人は、あまりいないと思うが、ラピダス関係で恵庭に住みたいと問い合わせが来ているのか。

事務局

直接の問い合わせは聞いておりません。

委員⑤

北海道の経済を潤すためでなく、世界規模の半導体工場を作るために来るので、外国人がどこに住むってなったときに、恵庭市を選ぶのか、多言語表記をしていない、英語を話せる人がいないとなると札幌とかになるのではないかと思う。

事務局

恵庭としてはその辺りも見据えて動き出している状況です。

委員⑥

シティセールスは何のために、誰に伝えるか、という根本的な考え方が必要。観光の立場から十分にできていない反省点はあるが、ボールパークができ、ボールパークに行って次にどこ行こうと情報を検索する観光客は増え続けており、ボールパークとラピタスに挟まれている恵庭市がどういう位置関係で、何があり、どのような楽しみや特徴があるかということをお知らせするようにしている。恵庭市のことを全く知らない人のためにもシティセールスにおいて周辺環境のメリットを活かしながら際立つ恵庭市の特徴や良さを発信していただきたい。

移住者の声をラジオCMで流すということを行っているとのことだが、より市民一人ひとりがセールスマンになって広まっていけば。日頃からの対応や情報伝達について身近な人から行うのが1番。インバウンドや外国人の誘致について、受入れ環境が中途半端でかえって失敗している自治体も多くある。

事務局

誰にシティセールスというところでは、これまで最初の立ち上げから、住んでいる人には、住み続けること、関係人口の定義でもありますが、移住希望者・観光交流・ふるさと納税という全ての人に対して恵庭の魅力を発信することで、これまで進めてきている考え方は統一されているものと思っています。市民一人ひとりがセールスを担うような情報発信により、人が繋がっていくよう取り組んでいます。

委員⑦

イベント出展について、次年度も大学で出展いただけるということでありがとうございます。学生と一緒に何かできるようであればお声かけいただければ、学生にも学びになると思いますし、地域おこし協力隊とまではいきませんが、これからは何かできればと感じています。ラピタスやボールパークといった情勢があるが、地域資源をもう一度見直すというのが大事なのではないかと感じることや、広い恵庭市で数人の人が担えるわけではないので、長期的に崩れない体制ができれば

ばと思っています。

事務局

学生との取組についても研究して参りたいと思います。

委員長

そのほかありませんか？事務局から何かありませんか？

事務局

事務局の連絡として、令和6年は6月に任期の改選となります。成果指標の見直しもあり、委員会の数も今年度よりも多くなると思いますが、新年度に入りましたら皆さんにご連絡いたしますのでよろしくお願い申し上げます。以上です。

委員長

それではこれで第2回シティセールス推進委員会を終了と致します。
皆さんお疲れ様でした。