

平成21年度実施 地域ICT利活用モデル構築事業 成果報告書

実施団体名

京都府京丹後市

事業名称

「地域ビジネスSNSを活用した地域情報交流モデル構築事業」及び「地域ビジネスSNSとの連携による来店・集客モデル構築事業」

1. 事業実施概要

平成19～20年度に構築したシステムを安定的に稼働させ、各種イベントや各種メディアを活用して市内外のPR活動を引続き行っていくとともに、事業者会員が商品紹介や工房・農業などの体験案内に関する広告を、利用者の区分（全閲覧者、全会員、一部会員）に応じて掲載できる機能を追加する。この機能により、事業者会員のビジネスチャンス拡大とサイト運営の収益を得るための基盤をつくる。

また、来店・集客のためのシステムを、平成19年度より実施している地域ICT利活用モデル構築事業と同時に実施する。これにより、更なる地域コミュニティ、地域経済の活性化が期待できるものである。

2. 目標の進捗状況

指標	目標値	結果の数値	達成状況	計測方法・出展等	
①サイトの市内外へのPR活動回数	30回	32回	○	プロモーション先一覧 (別紙)	
②サイトの会員累計	700人	572人	△	サイトより集計	
③サイトへのアクセス数	480,000 アクセス	904,497 アクセス	○	サイトより集計	
④サイトへのブログ、コメント投稿数	24,000回	39,673回	○	サイトより集計	
サイト利用者	⑤移住（生活）	67%	69%	○	アンケート調査実施

にとって、サイト情報が右に挙げる項目のきっかけとなる割合	⑥訪問	67%	71%	○	アンケート調査実施
	⑦特産品購入	67%	66%	○	アンケート調査実施
	⑧新商品企画	67%	54%	○	アンケート調査実施
	⑨移住・就農希望者との交流	67%	69%	○	アンケート調査実施
	⑩環境教育・体験学習	67%	74%	○	アンケート調査実施
⑪プロモーション活動数	30回	32回	○	活動回数をカウント	
⑫商品イベントニュースページアクセス数	180,000 アクセス	1,238 アクセス	×	サイトより集計	
⑬消費者会員登録者数	300人	18人	×	サイトより集計	

※ ⑤～⑩についての目標値は、3分の2である67%を設定

3. 達成状況が△又は×の場合はその理由

● 『②サイトの会員累計』について

⇒ 目標値の約82%にとどまっているが、会員数は引続き微増している。一方、訪問者数(904,497アクセス)、ページビュー(19,065,157アクセス)については増加している。これは、会員だけではなく、会員登録をしていない訪問者(ゲスト)によるサイトの閲覧が増えてきていると分析しており、こういった人たちは会員に取り込める可能性が十分あると思われる。プロモーション活動のあり方を再度検討し、会員増加に努力する。また、今後は民間企業によるサイト運営を予定していることから、民間企業ならではの創意・工夫による会員の増加が期待できる。

● 『⑫～⑬』について

⇒ 該当する「来店・集客促進情報システム」は、現在、機能検討段階で不測の時間を要し、システム設計・開発のスケジュールが遅れてしまったため、アクセス数及び会員数が達成できなかった。しかし、今後は民間企業の参画によるサイト運営を予定していることから、実社会でのビジネスと連動したより柔軟なサイト運営が可能となるため、アクセス数及び会員数は順調に推移するものと考えている。

<委託業務説明書>

1 平成21年度事業実施において明らかとなった課題

●若年層からの投稿が少ない

サイト開設当初より30代後半から50代の会員からの投稿が多く、若年層が参加しやすくなるよう同年代の会員を増やそうとイベントでのプロモーション活動を行ってきたが、大きな変化はない。今後、昨年と同様に、成人式でのパンフレット配布に加え、携帯電話からのアクセスの周知、紹介・体験ブースを設けるなどの工夫を行い、若年層の加入促進に力を入れていく。

●都市部在住者の比率が低い

京丹後市以外の会員数は約40%となっており、前年度よりは微増したものの、さらに都市部在住者会員を増やしていきたいと考えている。市外から約1,400人のランナーが来られる「丹後100kmウルトラマラソン」(昨年より大会公式ブログを開設)、市内に二ヶ所ある道の駅、温泉施設など、観光客が立ち寄りやすい施設等を中心にプロモーション活動を展開していく。

2 自律的・継続的運営の見込み

運営については、来年度から民間企業が参画した運営を計画している。サイトの継続的運用を前提とした企画提案等を求め、来年度前半での移行を目指し、現在、民間業者数社とサイト運営に関する調整を行っているところである。

本サイト運営だけでなく、他サイト等との協働運営などにより利益を生み出し、自立的、継続的運営を行っていく予定である。

3 今後の展開方針

●プロモーション活動の実施

⇒ これまでからイベント等を活用しプロモーションを重ねてきたが、市や観光協会ホームページに積極的に情報を掲載していく。また、12月より市内全域でブロードバンドネットワーク整備事業によりケーブルテレビサービスが開始されることから、メディアを活用した普及啓蒙活動を展開していく。

●市施策との連携

⇒ 市が行っている地域情報化関連事業、また、その他の事業等との連携を積極的に行う。

No	名 称	役 割
7	システム設計・開発 事業者	平成 21 年度地域情報交流サイトシステム設計、開発を行う ICT 企業
8	リコーリース株式会 社	地域情報交流サイト稼動に必要な機器類のリースを行う
9	野村文具	地域情報交流サイト稼動に必要な機器類のハードウェア保守を行う (平成 19 年度にハードウェアを納入した事業者)
10	株式会社スポットラ イト京丹後支店	「来店・集客促進情報システム」設計、開発を行う ICT 企業

事業実施進行表

実施内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	H22 1月	2月	3月
運営協議会開催											△	
運営委員会活動 (プロモーション含む)												→
システム構成の 検討・決定					→							
システム構築業 者決定									→			
システム設計・ 開発										→		
システム稼働											→	
報告書作成												→
ハードウェアリ ース												→
システム保守												→
ハードウェア保 守												→

その他

本事業により構築したウェブサイト又は本事業を掲載したウェブサイト

[1] <http://tango-wave.jp> [京丹後市 SNS]

[2] <http://www.city.kyotango.kyoto.jp/shisei/furusato/t-wave/index.html> [京丹後市 HP]

平成22年3月31日

平成21年度実施 地域ICT利活用モデル構築事業 システム設計書

実施団体名：京都府京丹後市

事業名称：地域ビジネスSNSを活用した地域情報交流モデル構築事業

1 概要

利用者（事業者）が商品紹介や工房・農業などの体験案内などの広告をゲスト、会員、つながりなどの区分に応じて掲載できる機能を追加する。これにより、会員に対する商品情報などのアピール度が高まるとともに、市内外の一般閲覧者である消費者へも情報が目に留まる機会が増し、販売促進や新たなビジネスへと発展することが期待できる。

この機能は、商品販売などを行う事業者会員へのチャンス拡大及び、サイト運営の収益モデルとなるもので、自立的運営の可能性が高まる。

2 運用結果

広告システム、来店・集客促進システムともに、事業者が利用するシステムとなっている。サイトに広告を出し、さらに携帯電話によるクーポン発行を行うことで、店舗への誘導を狙った仕組みである。これまでのT-WAVEは、ブログとして広告を出す形態であったが、それではあまり目立たず、他のブログに埋もれてしまう状況があった。これについては、利用者から「広告は別枠にできないか」という要望があり、今回、それを実現したものである。毎日、「本日のランチ」などの情報を掲載する事業者は、この違いは大きいと話している。

また、来店・集客促進システムについては、クーポンで店舗に誘導する仕組みだが、パソコンで印刷をするクーポンよりもはるかに気軽に利用ができ、テスト運用ではあったが好評であった。

今後、サイト運営を民間企業が参画して行う予定であることから、柔軟な発想で構築したシステムを活用し、利用者の拡大を図る。

3 課題・改修の必要性

サイトやサイトの中の情報が検索エンジンの上位に表示されることは非常に重要だが、現在、これはほぼ実現できている。しかし、誰もが利用しやすい、見やすいサイトにするためのデザイン性や、ホームページが作成できる機能など、新たな機能の検討を行っていく。

また、本取組みの中に、多くの店舗等を巻き込んでいくことで、会員も増加していき、課題解決への一歩となると考えており、それに向けて取組みを継続させていきたい。また、市内だけにとらわれず、都市部での活動などを考えていき、京丹後市に人を呼び込むことも重要だと考えている。

4 その他