

美幌商工会議所  
働き方改革推進支援助成金事業  
実施報告書

令和5年2月

株式会社 TAISHI

## 目 次

I 事業の概要	1
II 事業の構成	1
III 実施事業	
1. 市場調査の事業～会員事業所と観光客を対象としたマーケティング調査～	
(1) 調査概要	2
(2) 調査結果	
ア 商工会議所構成事業主を対象とした調査	
① 回答事業者の属性	3
② コロナ禍による営業状況の変化	5
③ 観光客やビジネス客の取り込みに関する意向	6
④ 町の活性化についての意向	7
⑤ 調査結果のとりまとめ	8
イ 道の駅来訪者を対象とした調査	
① 回答者の属性	9
② 道の駅施設の利用に関する調査	10
③ 道の駅訪問者の町内動向	11
④ 町内店舗・施設利用に関する情報収集	12
⑤ 道の駅、美幌町の観光に関する意見・感想(任意回答)	14
⑥ 調査結果のとりまとめ	15
2. 新ビジネスモデルの開発、実験の事業	
～経営状況の厳しい会員事業所の売上拡大を狙う誘客支援策～	
(1) 事業の概要	17
(2) 会員事業者の状況	18
(3) Google ビジネスプロフィール登録・運用状況	19
(4) Google ビジネスプロフィール登録・運用の事業経過	20
(5) 誘客効果の検証、とりまとめ	30
(6) 業種別登録例	35

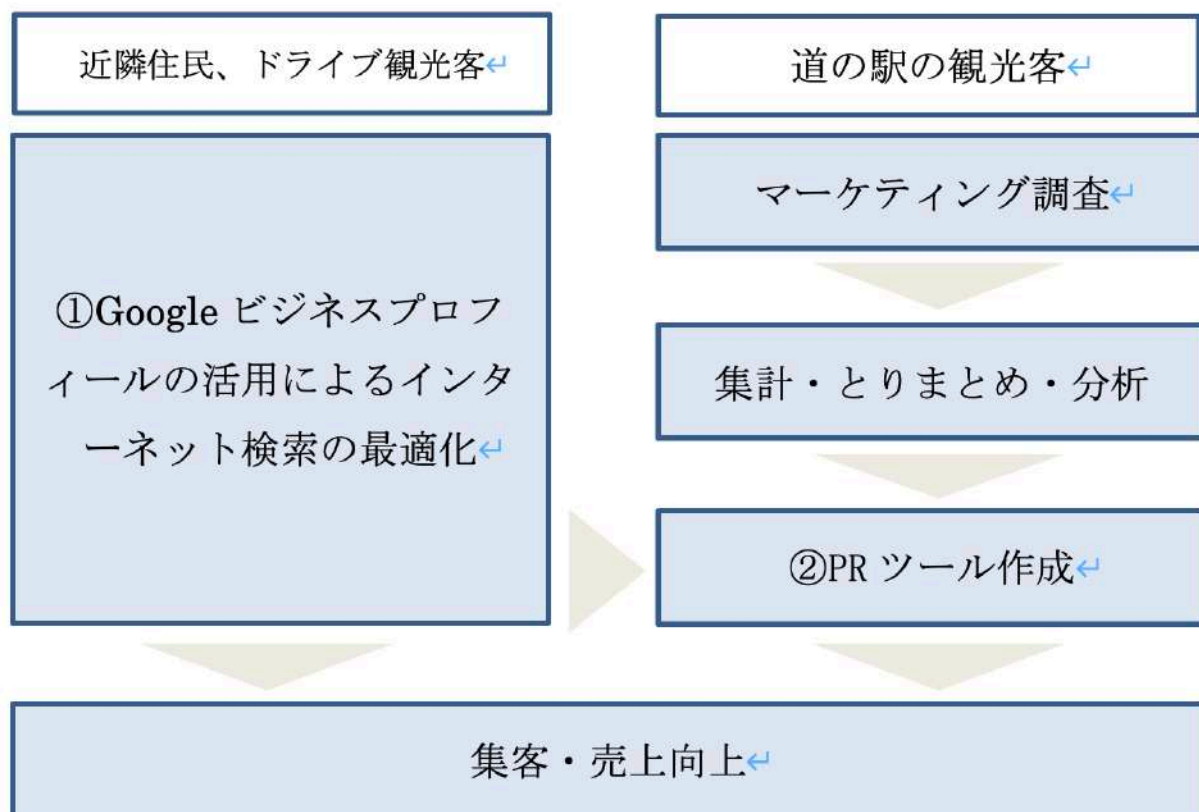
## I 事業の概要

事業名	働き方改革推進支援助成金事業（団体推進コース）
背景	道東の交通の要衝となっている美幌町では、購買客流出や町内における大規模小売店舗の進出などにより、市街地の空洞化や既存商店の経営環境が厳しくなりつつありました。
目的	会員事業者の時間外労働の短縮や賃金引き上げといった労働条件の改善に向けた会員事業者の集客や売上向上を目的に、マーケティング調査による実態把握と店舗情報のインターネット検索の最適化による誘客支援を行いました。
事業内容	① 市場調査の事業～会員事業所と観光客を対象としたマーケティング調査～ ② 新ビジネスモデル開発・実験の事業 ～経営状況の厳しい会員事業所の売上拡大を狙う誘客支援策～
成果目標	201 事業主以上(※1)への働き方改革への取り組み周知
時期	令和4年8月26日(金)～令和5年2月17日(金)
地域	美幌町
事業主団体	美幌商工会議所
構成事業主	美幌商工会議所会員事業主 489（うち、小規模事業者を抜粋して実施計画を作成）

(※1)実施計画時の小規模事業者 402 事業主の2分の1としました。そのため、実施計画後から会員数の増減がある場合、法定会員数が402と一致しない場合があります。

## II 事業の構成

会員事業者の時間外労働の短縮や賃金引き上げといった労働条件の改善に向けた会員事業者の集客や売上向上の達成に向けて、マーケティング調査による実態把握と店舗情報のインターネット検索の最適化による誘客支援を行いました。



### Ⅲ 実施事業

#### 1. 市場調査の事業～会員事業所と観光客を対象としたマーケティング調査～

##### (1) 調査概要

調 査 名	会員事業所と観光客を対象としたマーケティング調査
目 的	道の駅に訪れた観光客を市街地に呼び込むために、会員事業所と道の駅の来訪者双方へアンケート調査を行い、会員事業所の現状と観光客のニーズを調査しました。
時 期	令和4年8月26日(金)～令和5年2月17日(金)
地 域	美幌町
対 象	ア 美幌商工会議所構成事業主 イ 道の駅来訪者
サ ン プ ル 数	ア 72社 イ 102名
調 査 方 法	ア 巡回訪問によるアンケート調査 イ 来訪者への店頭アンケート調査
調 査 項 目	<p>ア 商工会議所構成事業主を対象とした調査</p> <p>① 回答事業者の属性 業種、回答者の立場、定休日、営業時間、就業時間、営業年数</p> <p>② コロナ禍による営業状況の変化 売上・来店客数・客単価・客層の変化</p> <p>③ 観光客・ビジネス客の取り込みに関する意向 観光客・ビジネス客の位置付け、観光客・ビジネス客への販促活動の有無</p> <p>④ 町の活性化についての意向 イベント・販促活動の必要性、必要なイベント・販促活動（複数回答可）</p> <p>⑤ 調査結果のとりまとめ</p> <p>イ 道の駅来訪者を対象とした調査</p> <p>① 回答者の属性 性別、年齢、現住地、職業</p> <p>② 道の駅施設の利用に関して 主な訪問目的、訪問回数、交通手段</p> <p>③ 道の駅訪問者の町内動向 町内店舗・施設・サービスの利用状況、利用の少ない理由</p> <p>④ 町内店舗・施設利用に関する情報収集 情報収集手段（複数回答可）、情報収集目的（複数回答可）、特に利用するSNS、魅力的に感じる店舗・施設・サービス情報（複数回答可）、情報を取得しやすいPRツール</p> <p>⑤ 道の駅、美幌町の観光に関する意見・感想（任意回答）</p> <p>⑥ 調査結果のとりまとめ</p>
調 査 主 体	美幌商工会議所
実 査 機 関	株式会社 TAISHI

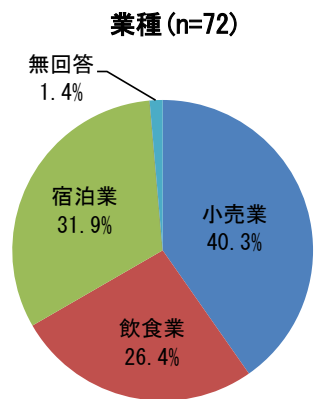
(2) 調査結果

ア 商工会議所構成事業主を対象とした調査

① 回答事業者の属性

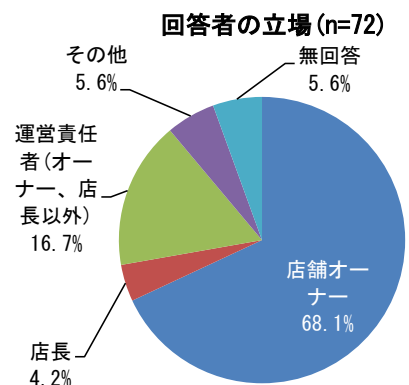
(1-1) 業種

「小売業」と回答した事業者が最も多く(40.3%)、次いで「宿泊業」(31.9%)、「飲食業」(26.4%)と続きました。



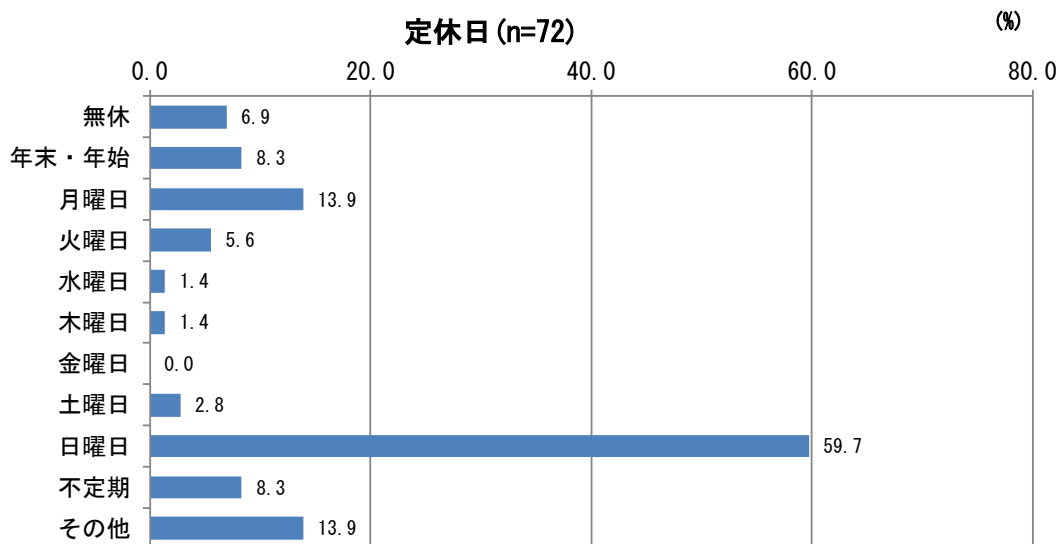
(1-2) 回答者の立場

「店舗オーナー」(68.1%)、「店長」(4.2%)、「運営責任者」(16.7%)と9割近くが事業所の責任者による回答でした。



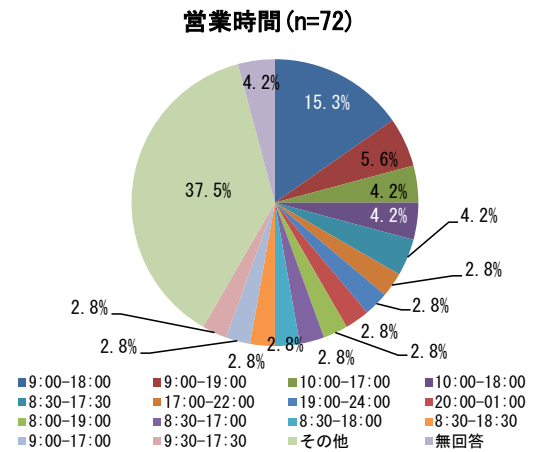
(1-3) 定休日

「日曜日」を定休日とする事業者が過半数を占め(59.7%)、次に多いのは「月曜日」(13.9%)で、それ以外の曜日は10%を下回りました。「不定期」や「年末年始」を定休日としている事業者は8.3%で、「無休」とする事業者は6.9%でした。



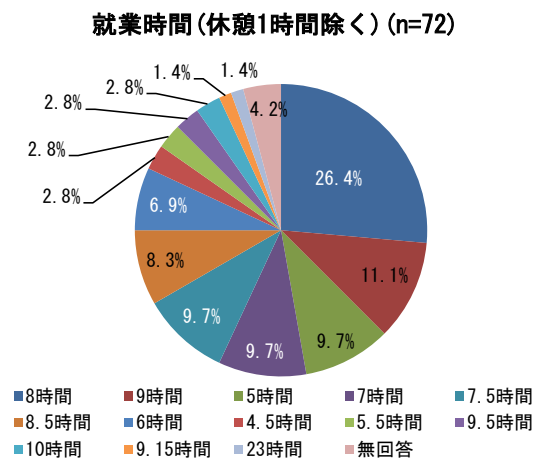
(1-4) 営業時間

午前8時ごろから午後7時ごろまでを営業時間とする（日中に営業している）事業者がそのうちの半数を占め（50.0%）、午後5時ごろから営業している（夜に営業している）事業者は8.4%となっていました。



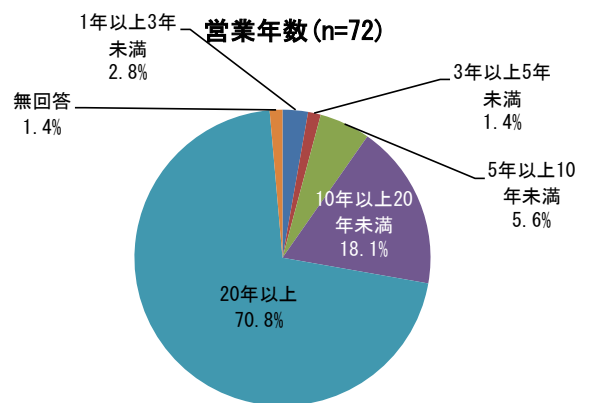
(1-5) 就業時間

「8時間」を就業時間とする事業者が最も多く(26.4%)、8~9時間を就業時間とする事業者は全体の約半数を占めていました(45.6%)。



(1-6) 営業年数

70.8%の事業者が営業年数「20年以上」と回答しており、「10年以上20年未満」の事業者も18.1%と回答事業者の9割近くが10年以上営業しており、地元根付いて営業している事業者が多くいました。

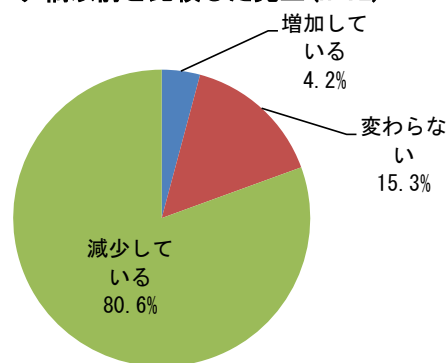


## ② コロナ禍による営業状況の変化

### (2-1) 売上変化

コロナ禍以前と比べて、80.6%の事業者が「減少している」と回答しました。「変わらない」と回答したのは15.3%、「増加している」と回答したのは4.2%でした。

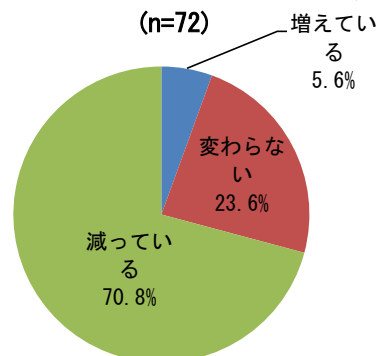
コロナ禍以前と比較した売上 (n=72)



### (2-2) 来店客数変化

コロナ禍以前と比べて来店客数が「減っている」と回答した事業者は70.8%でした。「変わらない」は23.6%、「増えている」は5.6%と、売上と同様に来店客数も減少が見られました。

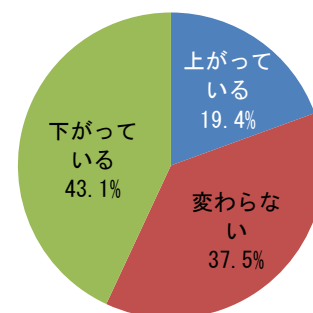
コロナ禍以前と比較した来店客数 (n=72)



### (2-3) 客単価変化

コロナ禍以前と比べて客単価が「下がっている」と回答した事業者は43.1%でした。「変わらない」は37.5%、「上がっている」は19.4%で、客単価は4割近く変わらないという結果となりました。

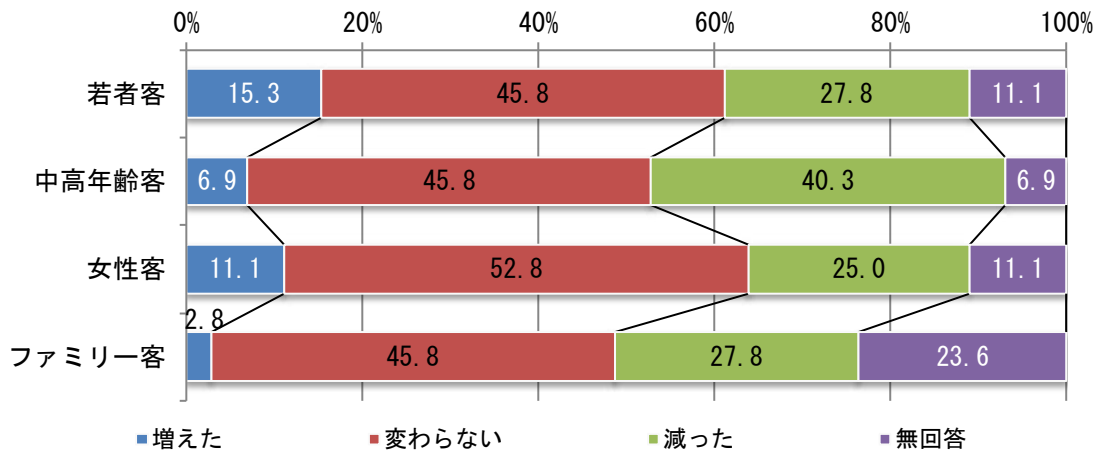
コロナ禍以前と比較した客単価 (n=72)



### (2-4) 客層変化

若者客、中高年齢客、女性客、ファミリー客の4つの客層に分けてコロナ禍以前の客層の変化を調査しました。そのすべての層においてコロナ禍以前と比べて「変わらない」と回答した事業者が約半数近くとなりました。また、すべての層において次に多かったのは「減った」でした。特に中高年齢客の減少が大きく、40.3%の事業者が「減った」と回答しました。反対に「増えた」とする事業者は少なかったですが、「若者客」(15.3%)、「女性客」(11.1%)は「中高年齢客」(6.9%)、「ファミリー客」(2.8%)と比べても相対的に増えていました。

コロナ禍以前と比較した客層 (=72)



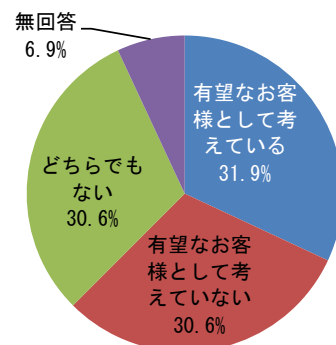
全般的に売上、来店客数はコロナ禍を経て落ち込んでいたことがわかりました。客単価や客層については、減少傾向にありますが、変わらないとする事業者も多くありました。また、中高年齢客が減っているのに対し、新しく若者や女性客などが増えたとする事業者もありました。

### ③ 観光客・ビジネス客の取り込みに関する意向

#### (3-1) 観光客・ビジネス客の位置付け

「有望なお客様として考えている」(31.9%)、「有望なお客様として考えていない」(30.6%)、「どちらでもない」(30.6%)とその数は同程度でした。

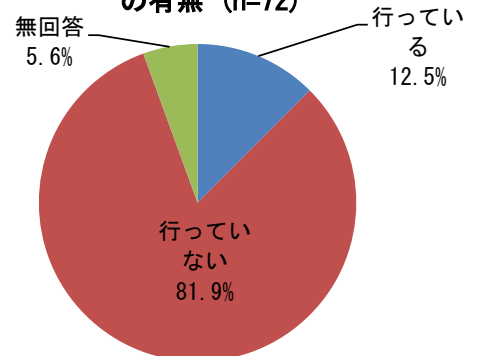
観光客・ビジネス客の位置付け (n=72)



#### (3-2) 観光客・ビジネス客への販促活動の有無

「行っていない」(81.9%)と回答した事業者が最も多くなりました。(3-1)で「有望なお客様として考えている」と回答した事業者の割合に対し、販促活動を実際に行っているのは少ないようでした。実際に「行っている」と回答したのは12.5%でした。

観光客・ビジネス客に向けた販促活動の有無 (n=72)

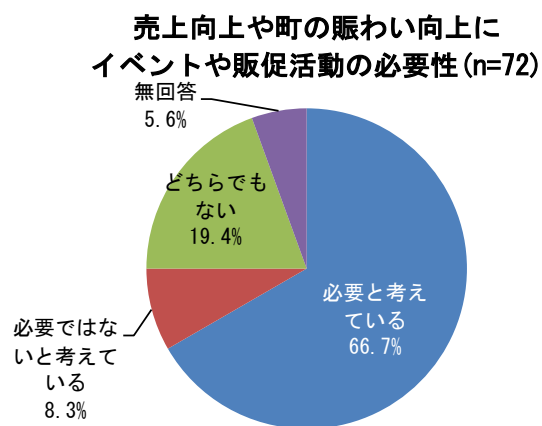




#### ④ 町の活性化についての意向

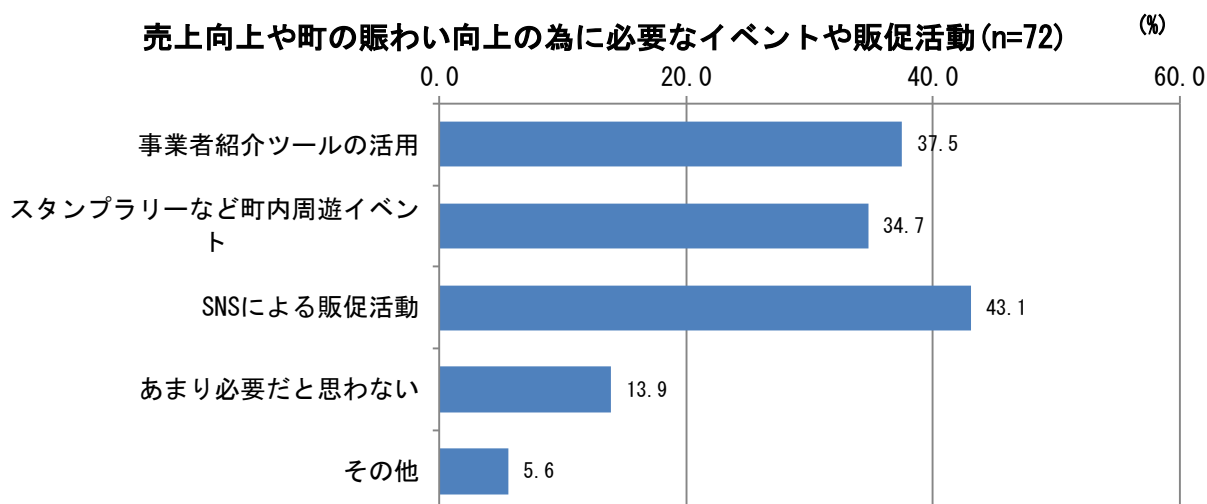
##### (4-1) イベント・販促活動の必要性

「必要と考えている」事業者は66.7%と全体の3分の2を占めました。「必要ではないと考えている」(8.3%)に比べて多くの事業者が売上向上・町の賑わい向上を求めているようでした。



##### (4-2) 必要なイベント・販促活動(複数回答可)

「SNSによる販促活動」が最も多く(43.1%)、次いで、「事業者紹介ツールの活用」(37.5%)、「スタンプラリーなど町内周遊イベント」(34.7%)と積極的な販促活動を必要としていることが分かりました。



⑤ 調査結果のとりまとめ

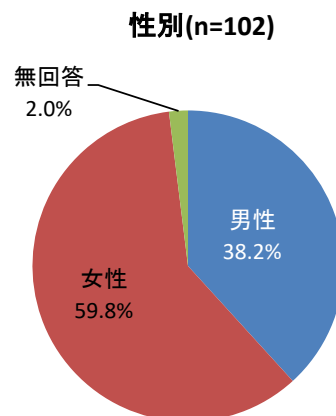
調査テーマ	調査項目	調査結果の要約
(1) 回答事業者の属性	(1-1) 業種	「小売業」(40.3%)、「宿泊業」(31.9%)、「飲食業」(26.4%)
	(1-2) 回答者の立場	「店舗オーナー」(68.1%)、「店長」(4.2%)、「運営責任者」(16.7%)と9割近くが事業所の責任者。
	(1-3) 定休日	「日曜日」を定休日とする事業者が過半数(59.7%)。次いで、「月曜日」(13.9%)で、それ以外の曜日は10%を下回りました。
	(1-4) 営業時間	午前8時ごろから午後7時ごろまでを営業時間とする(日中に営業している)事業者がそのうちの半数(50.0%)。
	(1-5) 就業時間	8～9時間を就業時間とする事業者は45.6%。
	(1-6) 営業年数	回答者の9割近くが10年以上営業。
(2) コロナ禍による営業状況の変化	(2-1) 売上	80.6%の事業者が「売上げが減少している」と回答。
	(2-2) 来店客数	来店客数が「減っている」と回答した事業者は70.8%。
	(2-3) 客単価	客単価が「下がっている」と回答した事業者は43.1%でした。「変わらない」は37.5%、「上がっている」は19.4%。
	(2-4) 客層	若者客、中高年齢客、女性客、ファミリー客の4つの客層においてコロナ禍以前と比べて「変わらない」と回答した事業者が約半数。また、特に中高年齢客の減少が大きく、40.3%の事業者が「減った」と回答。「若者客」(15.3%)、「女性客」(11.1%)は「中高年齢客」(6.9%)、「ファミリー客」(2.8%)と比べても相対的に増加。
(3) 観光客・ビジネス客の取り込みに関する意向	(3-1) 観光客・ビジネス客の位置付け	「有望なお客様として考えている」(31.9%)、「有望なお客様として考えていない」(30.6%)、「どちらでもない」(30.6%)とその数は同程度。
	(3-2) 観光客・ビジネス客への販促活動の有無	「行っていない」(81.9%)と回答した事業者が最も多くなりました。実際に「行っている」と回答したのは12.5%でした。「有望なお客様として考えている」と回答した事業者の割合に対し、販促活動を実際に行っているのは少ないようでした。
(4) 町の活性化についての意向	(4-1) イベント・販促活動の必要性	「必要と考えている」事業者は66.7%と全体の3分の2。「必要ではないと考えている」(8.3%)に比べて多くの事業者が売上向上・町の賑わい向上を求めているようでした。
	(4-2) 必要なイベント・販促活動(複数回答可)	「SNSによる販促活動」が最も多く(43.1%)、次いで、「事業者紹介ツールの活用」(37.5%)、「スタンプラリーなど町内周遊イベント」(34.7%)と積極的な販促活動を必要としていることが分かりました。

## イ 道の駅来訪者を対象とした調査

### ① 回答者の属性

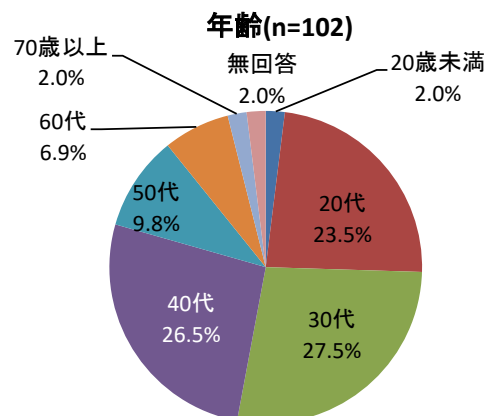
#### (1-1) 性別

回答者のうち、女性の割合が 59.8%、男性の割合が 38.2%となっていました。



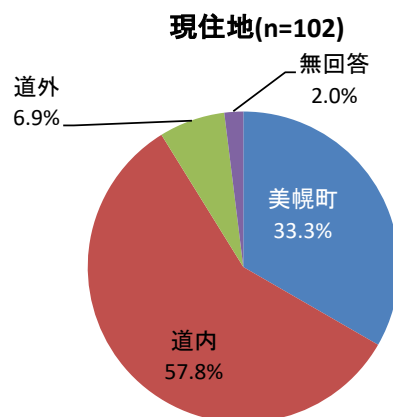
#### (1-2) 年齢

回答者のうち、30代(27.5%)、40代(26.5%)、20代(23.5%)の順に多く、20歳未満(2.0%)も含めると40代以下だけで全体の79.5%と8割近くを占めていました。



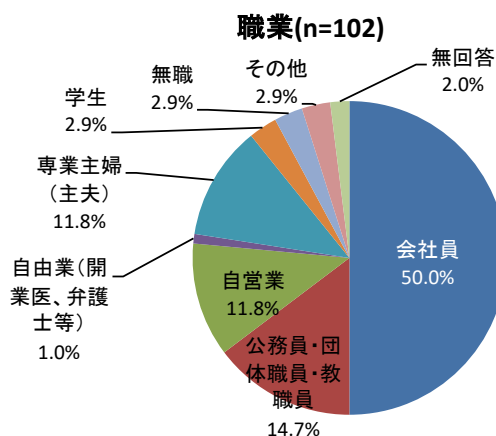
#### (1-3) 現住地

美幌町を含めた道内からの来訪者が多く、全体の91.1%が道内からの来訪者でした。そのうち美幌町内からの来訪者は33.3%と、全体の3分の1を占めていました。道外からの来訪者は6.9%となっていました。また、隣接する北見市からも全体のうち16.7%が来訪していました。



#### (1-4) 職業

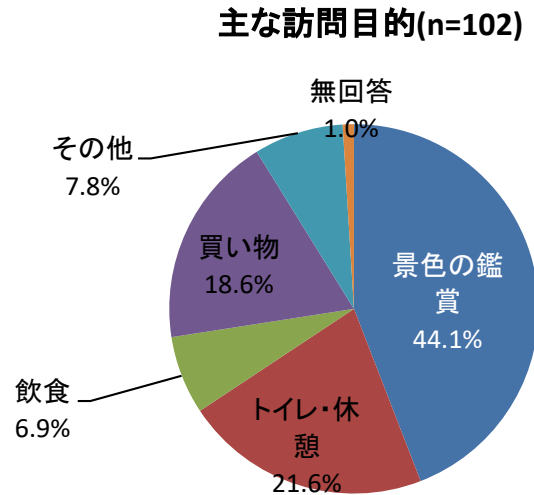
職業別では、会社員と回答した人が最も多く(50.0%)、次いで公務員・団体職員・教職員(14.7%)、自営業と専業主婦(主夫)が同程度(それぞれ11.8%)でした。



## ② 道の駅施設の利用に関して

### (2-1) 主な訪問目的

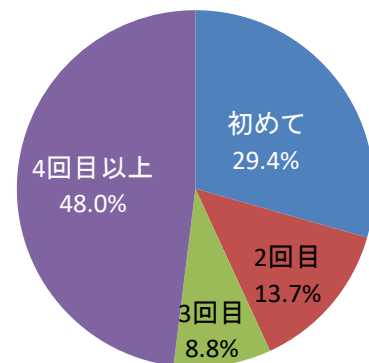
景色の鑑賞を目的とした人が最も多く(44.1%)、トイレ・休憩(21.6%)、買い物(18.6%)のために来訪した人も多くみられました。飲食を目的とした人は6.9%でした。



### (2-2) 訪問回数

初めてと回答する人が29.4%いたものの、48.0%の人が4回目以上利用したことがあると回答するなど、繰り返し訪問している人が多くいることが分かりました。

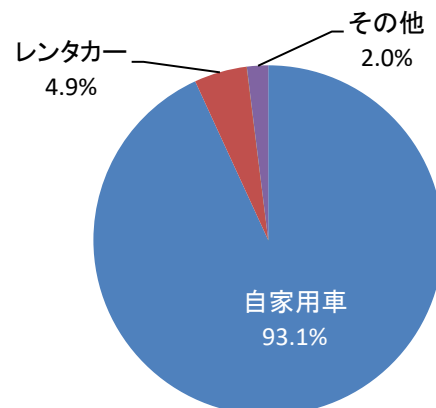
### 訪問回数(n=102)



### (2-3) 交通手段

ほとんどが自家用車(93.1%)で、9割以上を占めていました。また、レンタカーを利用した人は4.9%、その他が2.0%と、車を利用して道の駅を利用してきた人が実に98.0%以上と、ほぼすべてを占めていました。

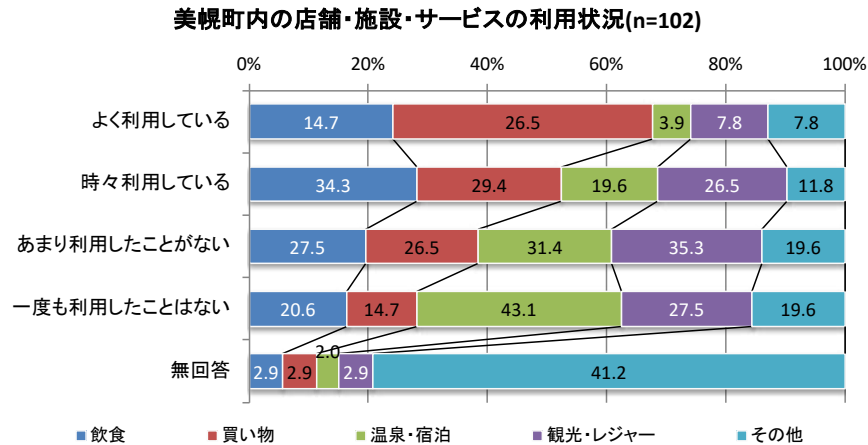
### 交通手段(n=102)



### ③ 道の駅訪問者の町内動向

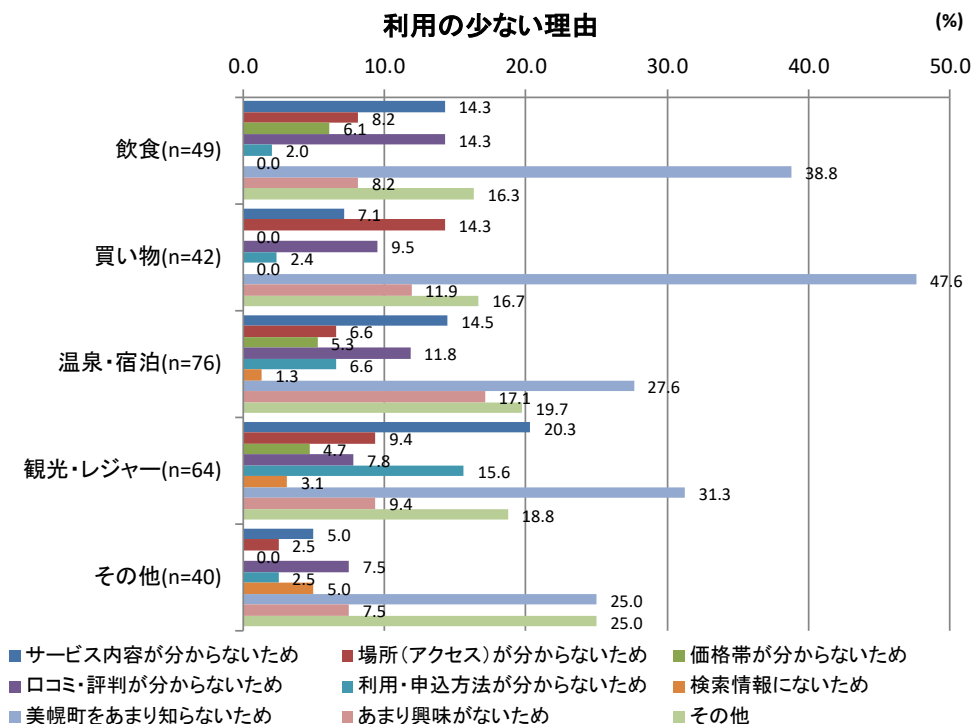
#### (3-1) 町内店舗・施設・サービスの利用状況

町内で道の駅のほかに飲食、買い物に関しては利用している(よく利用している、時々利用している)と回答した人はそれぞれ49.0%、55.9%と半数近くまたはそれよりも多くいることが分かりましたが、道の駅のほかに温泉・宿泊、観光・レジャーを利用している人はそれぞれ23.5%、34.3%と少なく、反対に利用したことがない(あまり利用したことがない、一度も利用したことはない)人はそれぞれ74.5%、62.8%と多くいました。



#### (3-2) 利用の少ない理由

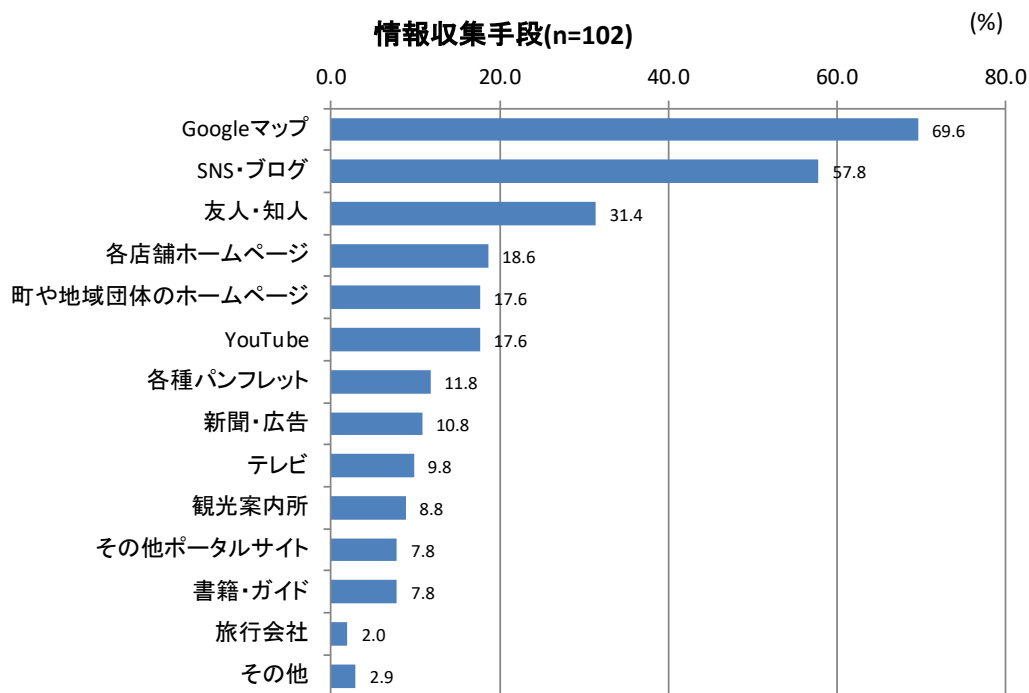
飲食、買い物、温泉・宿泊、観光・レジャー、その他すべてで「美幌町をあまり知らないため」と回答した人の割合が最も高くなっており、種類別に見ても少なくとも4分の1以上が美幌町について知らないことが分かりました。「サービス内容が分からないため」、「場所(アクセス)が分からないため」と回答した人も多く、情報収集を容易にさせることが、町内店舗等の利用者数を増加させるために必要と考えられました。



#### ④ 町内店舗・施設利用に関する情報収集

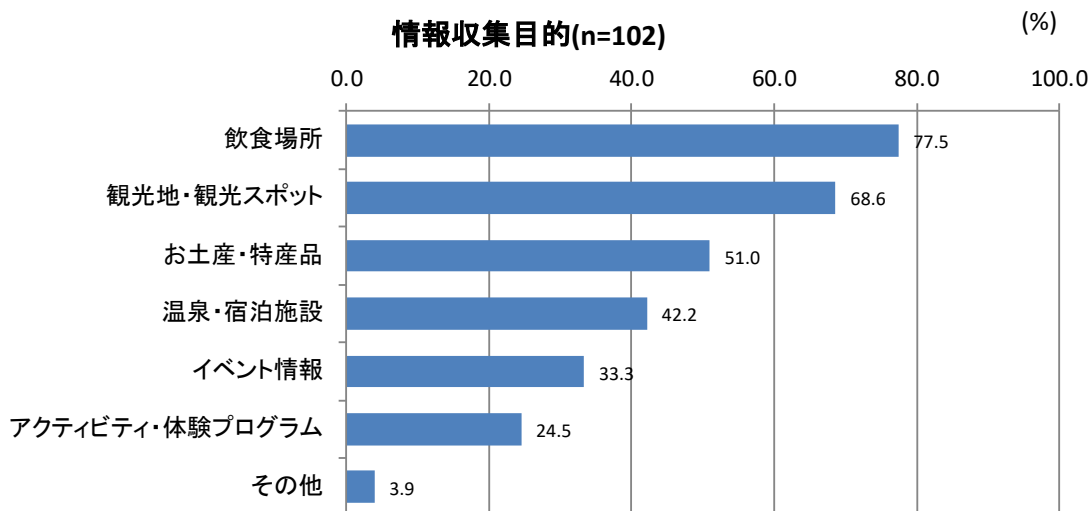
##### (4-1) 情報収集手段(複数回答可)

多い順に「Googleマップ」(69.6%)、「SNS・ブログ」(57.8%)、「友人・知人」(31.4%)となっており、以下「各店舗ホームページ」(18.6%)、「町や地域団体のホームページ」「YouTube」(同率17.6%)などが続きました。スマートフォンなどで簡単に情報にアクセスできるものや、身近な人や、SNS、メディアの情報などロコミを頼りに情報を収集する人が多かったと考えられました。



##### (4-2) 情報収集目的(複数回答可)

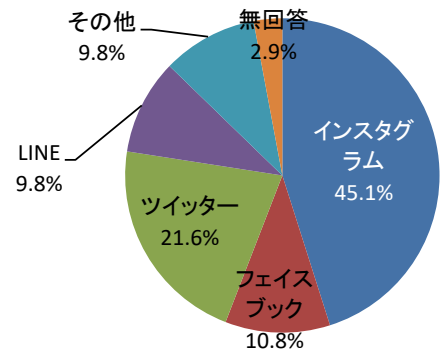
多い順に「飲食場所」(77.5%)、「観光地・観光スポット」(68.6%)、「お土産・特産品」(51.0%)、50%以下では「温泉・宿泊施設」(42.2%)、「イベント情報」(33.3%)、「アクティビティ・体験プログラム」(24.5%)が続きました。



(4-3) 特に利用する SNS

「Instagram」と回答した人が最も多くなりました(45.1%)。次に「ツイッター」(21.6%)。キーワードやハッシュタグを入れて検索しやすいこと、写真や動画付きで簡単に情報を入手しやすいこと、新しい情報が手に入りやすいものが情報収集に向いていると考えられました。

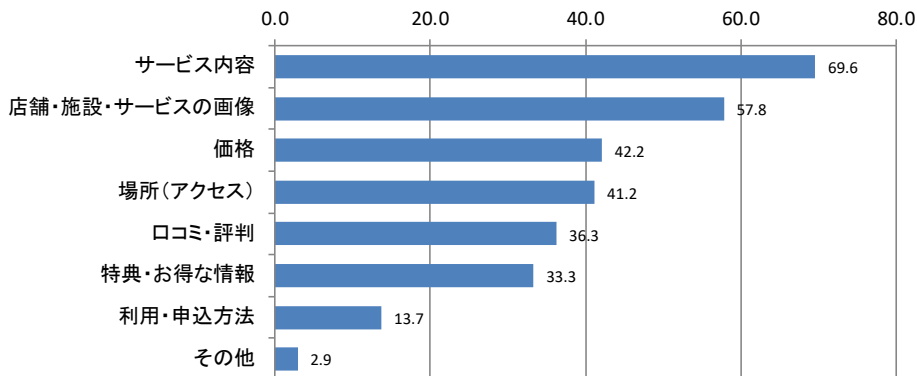
外出・訪問の情報収集で特に利用するSNS(n=102)



(4-4) 魅力的に感じる店舗・施設・サービス情報 (複数回答可)

半数以上の人々が回答したのは「サービス内容」(69.6%)、「店舗・施設・サービスの画像」(57.8%)でした。また、「価格」(42.2%)、「場所(アクセス)」(41.2%)、「口コミ・評判」(36.3%)、「特典・お得な情報」(33.3%)も求められていることが分かりました。「利用・申込方法」については13.7%と他に比べて低くなりました。サービス内容と画像がまとまっており、必要に応じて価格やアクセス情報が記載されたPRツールが求められると推察されました。

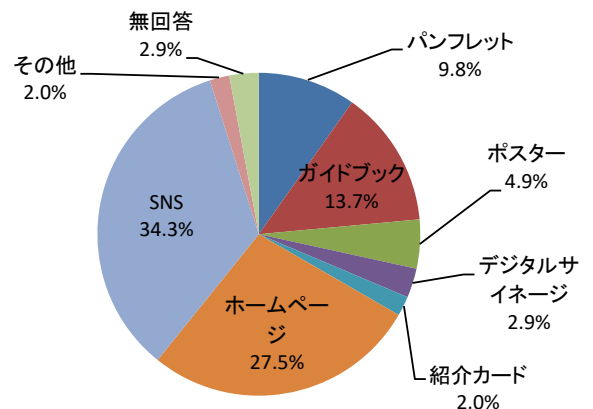
魅力的に感じる店舗・施設・サービス情報(n=102) (%)



(4-5) 情報を取得しやすいPR ツール

「SNS」が最も多く(34.3%)、次いで「ホームページ」(27.5%)とインターネットでの情報が入手しやすいことが分かりました。その他には、「ガイドブック」(13.7%)、「パンフレット」(9.8%)といった紙ツールでの情報収集も必要とされていることも分かりました。

情報を取得しやすいPRツール(n=102)



⑤ 道の駅、美幌町の観光に関する意見・感想(任意回答)

道の駅、美幌町の観光に関しての自由意見は、以下のように整理されました。

道の駅や美幌町観光に関する意見・感想
どこへ行っても、重要なのは駐車場とトイレです。特に雪国は年間を通して半分以上は防寒具を着用しているため、十分なスペースを取って下さっているトイレのある施設は、非常に利用しやすいです。
美幌民はみんな美幌のことを愛しているのがわかるのでそれが観光PRで出たら最高!
美幌峠以外の観光が分からないので、景色や遊べる所の情報が欲しい
遊び・レジャーする所を詳しく知りたい。
分かりやすさ、地域の紹介など
道の駅が町の中にあると、もっと飲食店等も利用してくれるのではないかなと思います!
美幌町の他の観光についての情報がもっと分かりやすく調べられたら良い
揚げ芋を食べるイメージ。少し遠いイメージ。道の駅がリニューアルしてとてもキレイ。川湯まで来たら寄りたい。
初めて来た道の駅はとてもおしゃれで良かった。もっとPRすべき。
美幌町の商品がもう少しあると嬉しいです。
四季の折々に訪れます。リニューアルされた道の駅良いですね。
美幌峠のために来ました。近隣の飲食店、特に有名な料理・食べ物等があれば知りたいです。
おにぎり屋さんがあれば嬉しい。
自然が良い。今日の雲海最高でした。パワースポット。
この土地のみの土産がたくさんあれば。
よく知らない事が多いので、もっと発信した方が良い。道の駅がおしゃれになってびっくりした。
年末年始が休みになることが残念(特に元旦)。
リニューアル後は非常に魅力的。特に食品。
会社が変わったからと店で終わらされたが、美冬置いてほしい。あと、美幌のお菓子屋さんのお土産増やしてほしい。
景色が良くて気持ちが晴れます。
ランキング1位に納得。
これから回ってきます。展望台寒かったけど景色良かった。
すごくきれい。
新しくなってびっくりしました。これからもお邪魔します。
キレイでおしゃれでした。



⑥ 調査結果のとりまとめ

調査テーマ	調査項目	調査結果の要約
(1) 回答者の属性	(1-1) 性別	女性が 59.8%、男性が 38.2%。
	(1-2) 年齢	30代(27.5%)、40代(26.5%)、20代(23.5%)の順に多く、20歳未満(2.0%)も含めると40代以下だけで全体の8割近く。
	(1-3) 現住地	全体の91.1%が道内からの来訪者。そのうち美幌町内からは33.3%と全体の3分の1。道外からの来訪者は6.9%で、隣接する北見市からは16.7%。
	(1-4) 職業	会社員と回答した人が最も多く(50.0%)、次いで公務員・団体職員・教職員(14.7%)、自営業と専業主婦(主夫)が同程度(それぞれ11.8%)。
(2) 道の駅施設の利用に関して	(2-1) 主な訪問目的	景色の鑑賞(44.1%)、トイレ・休憩(21.6%)、買い物(18.6%)の順。飲食を目的とした人は6.9%。
	(2-2) 訪問回数	初めて訪問する人が29.4%。48.0%の人が4回以上利用したことがあり、繰り返し訪問している人が多くいることが分かりました。
	(2-3) 交通手段	ほとんどが自家用車(93.1%)、またレンタカーを利用した人は4.9%と、車を利用して道の駅を利用しに来た人が98.0%以上と、ほぼすべて。
(3) 道の駅訪問者の町内動向	(3-1) 町内店舗・施設・サービスの利用状況	町内で道の駅のほかに飲食、買い物に関しては利用している(よく利用している、時々利用している)と回答した人はそれぞれ49.0%、65.9%と半数程度いることが分かりましたが、温泉・宿泊、観光・レジャーを利用したことがない(あまり利用したことがない、一度も利用したことはない)人はそれぞれ74.5%、62.8%と多くいました。
	(3-2) 利用の少ない理由	すべての種類で「美幌町をあまり知らないため」と回答した人の割合が最も高くなっており、少なくとも4分の1以上が美幌町について知らないことが分かりました。「サービス内容が分からないため」、「場所(アクセス)が分からないため」と回答した人も多くなりました。
(4) 町内店舗・施設利用に関する情報収集	(4-1) 情報収集手段(複数回答可)	多い順に「Googleマップ」(69.6%)、「SNS・ブログ」(57.8%)、「友人・知人」(31.4%)となっており、以下「各店舗ホームページ」(18.6%)、「町や地域団体のホームページ」「YouTube」(同率17.6%)など。スマートフォンなどで簡単に情報にアクセスできるものや、身近な人や、SNS、メディアの情報など口コミを頼りに情報を収集する人が多かったと考えられました。
	(4-2) 情報収集目的(複数回答可)	多い順に「飲食場所」(77.5%)、「観光地・観光スポット」(68.6%)、「お土産・特産品」(51.0%)、50%以下では「温泉・宿泊施設」(42.2%)、「イベント情報」(33.3%)、「アクティビティ・体験プログラム」(24.5%)が続きました。

	(4-3) 特に利用する SNS	「インスタグラム」と回答した人が最も多く(45.1%)、次に「ツイッター」(21.6%)。
	(4-4) 魅力的に感じる店舗・施設・サービス情報(複数回答可)	「サービス内容」(69.6%)、「店舗・施設・サービスの画像」(57.8%)が半数以上。「価格」(42.2%)、「場所(アクセス)」(41.2%)、「口コミ・評判」(36.3%)、「特典・お得な情報」(33.3%)の順。
	(4-5) 情報を取得しやすいPR ツール	「SNS」が最も多く(34.3%)、次いで「ホームページ」(27.5%)とインターネットでの情報が入手しやすいことが分かりました。その他には、「ガイドブック」(13.7%)、「パンフレット」(9.8%)といった紙ツールでの情報収集も必要とされていることも分かりました。

## 2. 新ビジネスモデルの開発、実験の事業

～経営状況の厳しい会員事業所の売上拡大を狙う誘客支援策～

### (1) 事業の概要

事業名	経営状況の厳しい会員事業所の売上拡大を狙う誘客支援策
目的	会員事業所の集客や売上向上を目的に、新型コロナウイルス感染症によって観光客が激減する一方で感染防止の観点から流行となった、比較的近距離で観光を楽しむマイクロツーリズムをターゲットとした誘客支援策に取り組みました。
時期	令和4年8月26日(金)～令和5年2月17日(金)
地域	美幌町
対象	美幌商工会議所構成事業主 489社
事業内容	<p>ア 説明会の開催(1回)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・489社への案内</li> <li>・説明会の開催</li> </ul> <p>イ Googleビジネスプロフィールの登録・運用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・会員事業者取材・撮影</li> <li>・Googleアカウント登録、オーナー確認</li> <li>・店舗情報のインターネット検索の最適化(情報入力・写真掲載等)</li> </ul> <p>ウ 「美幌町まるわかりマップ」による誘客PRの実施</p> <p>エ 誘客効果の検証、とりまとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・誘客PRの効果検証</li> <li>・報告書の作成</li> </ul>
事業主団体	美幌商工会議所
実施機関	株式会社 TAISHI

### ■会員事業所のインターネット検索最適化による集客イメージ

GoogleのサービスであるGoogleビジネスプロフィールを活用し、Googleマップに表示される店舗情報の最適化による上位表示を狙うことで、消費者の来店を促進しました。



## (2) 会員事業者の状況

美幌商工会議所の業種別小規模事業者数は以下のとおりでした。416（実施計画時には402）社の事業者を対象にGoogle ビジネスプロフィール（以下、GBP と略す記載あり）の登録・運用に関する案内を行いました。

特に卸売業・小売業、宿泊業・飲食業、サービス業といったBtoC事業を展開する事業者252社のビジネスを中心に、積極的な登録・運用の働きかけを行いました。

### ■業種別小規模事業者数

No.	業種	法定会員数
1	農業、林業	12
2	建設業	59
3	製造業	36
4	情報通信業	5
5	運輸業・郵便業	14
6	卸売業・小売業	114
7	金融業・保険業	20
8	不動産業・物品賃貸業	4
9	宿泊業・飲食業	57
10	医療・福祉	11
11	教育・学習支援業	2
12	複合サービス事業	1
13	生活関連サービス業・娯楽業・サービス業	80
14	公務	1
合 計		416

## (3) Google ビジネスプロフィール登録・運用状況

美幌町におけるGoogle ビジネスプロフィールの登録・運用を行った会員は以下の通りでした。

町内全体におけるBtoC事業を展開する事業者の運用率は半数を超え、特に飲食業・宿泊業の登録は、約8割とほとんどがGBPの運用を行っている状況になりました。

### ■業種別登録状況（BtoC事業者抜粋）

No.	業種	総事業所・ 店舗数	GBP登録・ 運用総数	GBP新規登 録・運用数	GBP既登録・ 運用数	GBP運用率
1	宿泊業・飲食業	57	45	34	11	78.9%
2	卸売業・小売業	114	67	54	14	58.8%
3	サービス業	81	43	31	11	53.0%
合 計		252	155	119	36	61.5%

「GBP 新規登録・運用数」：GBP 登録・運用における集客の有効性を理解し、登録・運用に至った会員数  
「GBP 既登録・運用数」：本事業以前から登録・運用を行っていた会員数、  
※本事業では「GBP 既登録・運用」の事業者に対しても、運用における相談対応等を行いました。  
「GBP 登録・運用総数」：「GBP 新規登録・運用数」と「GBP 既登録・運用数」を合計したもので、町内の GBP 登録・運用状況を示すもの  
「GBP 運用率」：「GBP 登録・運用総数」から「総事業所・店舗数」を除いた割合

#### (4) Google ビジネスプロフィール登録・運用の事業経過

事業概要に示すとおり、ア) 説明会の開催、イ) Google ビジネスプロフィールの登録・運用、ウ) 「美幌町まるわかりマップ」による誘客PRの実施の順に事業を推進しました。

##### (4-1) 説明会の開催

事業名	ウィズコロナ時代を生き抜こう！ネット支援サービス説明会
目的	会員事業者の集客向上に向けて、Google ビジネスプロフィールの登録・運用と いった間接的な集客支援を実施するにあたっての説明会を開催しました。
開催日時	令和4年9月20日(火) ① 10:00～11:00 ②14:00～15:00 ③18:00～19:00
会場	美幌経済センター 3階会議室
内容	① 集客力アップのためのサービス「Google ビジネスプロフィール」の説明 ② お申し込み案内 ③ 質疑応答

##### ■説明会開催の様子



## ■説明会案内チラシ

令和4年度美幌商工会議所需要開拓支援事業

**ウィズコロナ時代を生き抜こう！**

**ネット支援サービス説明会を実施します！**

集客に有効なスマホ対策してますか？  
土地勘のないマチでお店探しの頼りになるスマホ。今、そのスマホを使ったお店探しの方法が変わってきているのをご存知でしょうか？スマホを活用した有効な宣伝を行い、集客力をアップさせましょう。

**コロナ禍での集客UPを商工会議所が完全無料で丁寧にサポート致します！！**

● Googleマップのお店紹介機能を有効活用し、集客力UPを目指します！

★Googleマップのお店紹介機能の特徴

- 信頼度が高い**  
Googleマップは、地図アプリで圧倒的な利用率（99.4%）を誇り、現状で多くの方が信頼を寄せているツールです。\*ロコモサイト（地図アプリ利用動向調査報告書（ロコモコム）より）
- 無料で利用できる**  
Googleが無料で運営するサービスですので、広告宣伝費を抑えて集客につなげることができます。
- 来店につながりやすい**  
Googleマップに表示される情報は、来店や予約などの行動を予測した必要情報ばかりで、検索した方が行動に移しやすいです。
- 操作が簡単**  
スマホやパソコンの操作は必要ですが、インターネットやSEO対策に詳しくない方でも手軽に利用できます。

※ 本事業は、「働き方改革推進支援助成金」を活用した事業者様の支援の一環として実施します。

【主催】美幌商工会議所 【委託事業者】株式会社TAISHI **参加希望者は裏面へ→**

★Googleマップのお店紹介機能を活用して売上UPを実現した事例

<p>新潟市の老舗お寿司屋</p> <p><b>導入前の課題</b></p> <p>広報がうまくいかず売り上げに苦戦</p> <p><b>導入後</b></p> <p>導入前と比べ、6倍の売り上げ</p>	<p>全国チェーン自転車店</p> <p><b>導入前の課題</b></p> <p>急速に加速したデジタル化の影響で思うような集客が困難に</p> <p><b>導入後</b></p> <p>店舗の売上を+10%増加 来客数を+7.6%増加</p>	<p>食器販売会社</p> <p><b>導入前の課題</b></p> <p>海外の商品との競争で生き残りが厳しい状況</p> <p><b>導入後</b></p> <p>来場者、ネット購入者ともに倍増</p>
--	---	---

## ウィズコロナ時代を生き抜こう！ネット支援サービス説明会参加申込書

○開催日時 **9月20日(火)** 会場：美幌経済センター 3階会議室

①10:00～11:00 ②14:00～15:00 ③18:00～19:00

※ご都合の良い時間帯にお申し込みください。オンライン参加も可能です（同日開催）。

○お申し込み方法（①か②のいずれかの方法でお申し込みください。）

- ① FAXでのお申し込み：下記参加申込書に必要事項をご記入の上、下記FAX番号にFAXを送信ください。  
② メールでのお申し込み：必要事項をメール本文に入力の上、下記メールアドレスにメールを送信ください。

FAX.0152-73-5253

E-mail: info@bihorocci.jp

事業所名				参加者名	
所在地					
ご連絡先	TEL				
	E-mail				
参加方法 (○をつけてください)	会場	オンライン	資料のみ希望	※オンライン参加をご希望の場合は、お申し込み後、メールにてオンライン参加の方法と当日配布する資料をお送りいたします。資料のみご希望の場合は、郵送にてお送りいたします。	
参加希望時間 (○をつけてください)	①10:00～11:00		②14:00～15:00	③18:00～19:00	

【お問い合わせ先】 0152-73-5251 担当：美幌商工会議所 佐々木

## ■説明会次第

日時：令和4年9月20日（火）  
場所：美幌経済センター3F 会議室

**ウィズコロナ時代を生き抜こう！  
ネット支援サービス説明会  
次第**

- 挨拶
- サービス内容の説明
- お申し込み案内
- 質疑応答

【参考資料】  
資料1 Google ビジネスプロフィール説明資料  
資料2 事業者プロフィールシート



あなたの店は ネット検索に対応していますか？

スマホ検索支援サービスについて



### 検索の常識の変化

#### デジタル化の世の中へ

飲食店の探し方は時代によって変化しています。現在はデジタル化が進み、スマートフォン検索は当たり前時代になっています。

さらに、スマートフォン検索もホームページやWebサイトの経由からGPS機能が発動し検索エンジンでの検索という形になっています。

**44%**

飲食店検索の検索手段としてスマートフォン検索が最も多い。



**5人中4人**

飲食店の検索手段としてスマートフォン検索が最も多い。



**50%**

飲食店の検索手段としてスマートフォン検索が最も多い。



### GPS機能をついた検索エンジン

#### Google一強の時代

GPSと連動した検索エンジンといふのは、何を思い浮かべますか？ 数少ない候補の中で、Googleは圧倒的利用率を誇ります。スマホで地図を調べる時にも、8割以上がGoogleマップを利用し、さらに4割以上が店舗情報を確認するために使っているのです。

いま今検索エンジンといえば、Google一強の時代であると言えるでしょう。

検索アプリ利用層の割合(Googleマップ)						みんなが検索アプリを利用するの理由(人・店舗)					
性別	年齢	職業	収入	教育	利用頻度	理由	理由	理由	理由	理由	理由
男性	18-24	学生	100万円以下	高校以下	毎日	地図	店舗情報	検索	予約	レビュー	写真
女性	25-34	会社員	100万円以下	高校以下	毎日	地図	店舗情報	検索	予約	レビュー	写真
男性	35-44	会社員	100万円以下	高校以下	毎日	地図	店舗情報	検索	予約	レビュー	写真
女性	35-44	会社員	100万円以下	高校以下	毎日	地図	店舗情報	検索	予約	レビュー	写真

### Googleマイビジネスとは

#### お客様と店舗を直感的につなぐ

Googleマイビジネスとは、Google検索時に地図と合わせて店舗情報を表示させ、情報管理もできるツールです。Googleマイビジネスに登録すればGoogle Mapにも情報が表示され、簡単に取り扱っている飲食や魅力を提供することができます。



＜お客様＞ 飲食店を探してメニューを見たい、口コミや写真をみる

＜店舗＞ 経営者や店員が来店予約や営業時間、メニューなどの情報を更新

※スマホで検索

### Googleマイビジネスの特徴

来店予約は、管理から簡単までメニューがサポートいたします。スマホで簡単にできる操作方法を教えますので、お客様からはご自身でも運用が出来ます。もちろん無料で検索できます。

- 無料**で使えます  
ホームページ作成やチラシ配布などの広告費が掛かりません。
- 登録が簡単**です  
3分の準備のみで始められます。
- 様々な情報を掲載**できます  
ユーザーがお店を見つけやすくなるだけでなく、買い込みも出来ます。



### Googleマイビジネスの主な機能

<h4>基本情報の表示</h4> <p>店舗の基本情報を表示させることで、お客様が店舗を探しやすくなります。また、店舗の営業時間やメニューなどの情報を更新することも可能です。</p>	<h4>口コミの管理</h4> <p>お客様のレビューやコメントを簡単に管理できます。また、返信も行うことができます。お客様の声に応えることで、信頼関係を築くことができます。</p>
<h4>写真の登録</h4> <p>写真から店舗を登録することも可能です。また、店舗の外観やメニューなどの写真を登録することで、お客様の印象を良くすることができます。</p>	<h4>来店予約の管理</h4> <p>来店予約の管理が簡単に行えます。また、予約のキャンセルや変更も行うことができます。お客様の来店予約をスムーズに管理することができます。</p>

### サポート内容と利用までの流れ

▼サポート内容

サポート項目	サポート内容
Googleアカウント登録	アカウントを登録します。利用アカウントの管理も可能です。
Googleマイビジネス登録	アカウントを付与し、店舗情報を入力します。弊社がアカウントを登録も可能です。
オーナー登録確認	ビジネス所在地が正確であることを確認する必要がある場合があります。
写真の掲載	店舗写真やメニュー写真を掲載いたします。写真素材を提供いたします。
ビジネス情報の更新	アカウント情報は、ビジネス情報に更新が反映は即時反映いたします。
定期的な情報発信	アカウントでの情報発信は日々更新いたします。

▼利用までの流れ

1. 申し込み  
2. 申し込み確認  
3. 申し込み完了

### Googleマイビジネスを導入した例

**新設中の老舗お蕎麦屋**

導入前の課題

店舗がうまく見えず  
取り上げられず

導入後

導入前に比べ  
来店客が2.1倍

**全国チェーンお蕎麦屋**

導入前の課題

これまでテレビで露出していたが  
実際に店舗に入ったビジネスの露出が  
思うように出来なかった

導入後

店舗の売上率+10%  
来店客が7.5倍

**高級お蕎麦屋**

導入前の課題

高級な食材の露出が難しく  
来店客が難しい状況

導入後

来店客、ネット購入率ともに  
倍増

### キャンペーンについて

Googleマイビジネスでは、特典やクーポンを発行することができます。  
クーポン案件でポイント特典や、クーポン案件で20%OFFなど独自のキャンペーンを発行することができます。

### この後の流れ

以上の説明を聞いて、ぜひお話をGoogleマイビジネスに登録してほしいという事業者様は、以下の流れで進めていただきます。

**登録には、Gmailアカウントが必要です！**  
申込段階に、Gmailアカウントをご記入ください。

**持っている**

申し込み作成の記入欄にGmailアドレスをご記入ください。

**持っていない**

Gmailアドレスを作成します。  
お申し込み情報 → gmail.comで作成します。  
作成後、Gmailパスワードをお知らせします。

### Gmailアドレスの作成手順 [Gmailアドレスをお持ちでない方へ]

あなたが登録事業者様になってGmailアドレスを作成いたします。

※メールアドレスが@gmail.comでなければなりません。

※例、2025年1月1日付で登録いたします。



(4-2) Google ビジネスプロフィールの登録・運用

事業名	Google ビジネスプロフィールの活用による誘客支援
目的	会員事業者の集客向上に向けて、Google ビジネスプロフィールの登録・運用の支援を行いました。
実施時期	令和4年8月26日(金)～令和5年2月17日(金)
対象	252事業者：お申し込み事業者5事業者とその他BtoC事業者
内容	① 会員事業者取材・撮影 ② Google アカウントの登録、オーナー登録 ③ 店舗情報のインターネット検索の最適化（情報入力・写真掲載等）

■取材ツール

<b>事業者プロフィールシート</b>			
Googleマップ掲載		オーナー管理	
事業所名			
以下の黒枠の中をご記入頂きますようお願い致します。			
店舗名			
住所			
電話番号		業種	
営業時間 定休日	月曜日		火曜日
	水曜日		木曜日
	金曜日		土曜日
	日曜日		その他
	HP	有・無	SNS
※両方有の場合はどちらを掲載するか選択			
備考		(開業日や特記事項など)	
おすすめ 商品や お店の紹介		(商品名やサービス・アピールポイントなど)	
<弊社記入欄>			
アカウント登録		ID	
		パスワード	
写真撮影		取材日	取材担当者
<p><b>【お問い合わせ先】</b>          株式会社TAISHI 担当：三上・前原          TEL:011-221-0033 FAX:011-221-0035          E-mail:contact@taishi-hkd.jp 営業時間：9:00～18:00</p>			

ア)GBP 新規登録・運用事業者リスト

No	事業所・店舗名	業種	所在地
1	シンフーズ	飲食	美幌町青山北 48-5
2	んコーヒーショップ	飲食	美幌町仲町 1 丁目
3	そば処千両庵	飲食	美幌町仲町 2 丁目 4 6-6
4	コーヒーショップえるびす	飲食	美幌町仲町 2 丁目 8 9
5	まちの洋食屋・らぐう	飲食	美幌町東町 2 丁目 9-1 6
6	居酒屋 かこみや	飲食	美幌町栄町 1 丁目 5-1
7	北の珈琲工房時計台	飲食	美幌町大通南 1 丁目 1 0-3
8	加賀屋	飲食	美幌町大通北 2 丁目
9	I・P・I	飲食	美幌町大通北 2 丁目 8-2
10	浅草軒本店	飲食	美幌町東 1 条北 1 丁目 7
11	とまり木	飲食	美幌町東 1 条北 1 丁目 1 6
12	カラオケ CLUB ビホロ	飲食	美幌町東 1 条北 1 丁目 18-3
13	やき鳥 なか村	飲食	美幌町東 1 条北 1 丁目
14	ライブ&イベントスペースプチパーティ	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 22
15	JAM	飲食	美幌町東 1 条北 2-19 銀座通り 1F
16	焼肉 珍来	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 3-2
17	天上天	飲食	美幌町字, 東 1 条北 2 丁目
18	旬の味みはる	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目
19	スナック那由多	飲食	美幌町東 1 条 2 丁目 19-6
20	Café&Bar five5	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 8
21	スナック摩凜	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 19-6
22	ドラゴンキッチン	飲食	美幌町東 1 条北 2-18
23	焼亭 龍月	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 1 8
24	真夜中酒場カオス	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 2 0
25	ラウンジ Albatross	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 9-6 スイートビル 2F
26	マキシー	飲食	美幌町東 1 条北 2 丁目 1 8
27	スナック美樹	飲食	美幌町東 1 条北 3 丁目 1 3-1 マルヤビル 2F
28	スナック アンサ (Anca)	飲食	美幌町東 1 条北 3 丁目 1-1 セゾンビル 1F
29	スナック一藤	飲食	美幌町東 1 条北 3 丁目ロイヤルハイム
30	ばんしゃく屋 Neo	飲食	美幌町東 1 条北 3 丁目 2
31	なつかし屋	飲食	美幌町字, 東 2 条北 3 丁目 21-1
32	惣菜館	飲食	美幌町仲町 1 丁目 4 4-3 2
33	LIFE IN BIHORO	飲食・宿 泊	美幌町瑞治 1 4 0-6
34	民宿おがた	宿泊	美幌町新町 3 丁目 3 0 番地
35	シャルレてらもと	小売	美幌町三橋町 2 丁目 5-11
36	八十島煎餅店	小売	美幌町仲町 1 丁目

37	花月菓子店	小売	美幌町大通北4丁目17番地
38	ひらの菓子司	小売	美幌町東1条北1丁目1-1
39	(有) ベーカリーほそかわ	小売	美幌町西2条北2丁目
40	手作りパン屋さん・しかの	小売	美幌町美富8-7
41	酒の松田屋	小売	美幌町仲町2丁目48-14
42	ホワイト急便 新町店	小売	美幌町新町1丁目2
43	ENEOS 美幌青山SS (宮崎商店)	小売	美幌町青山北17
44	カドカワ薬局 仲町店	小売	美幌町仲町1丁目101-1
45	ENEOS 美幌青山SS (宮崎商店)	小売	美幌町青山北17
46	前田金物店	小売	美幌町仲町1丁目110
47	サラダ館 美幌仲町店	小売	美幌町仲町1丁目110
48	本田ふとん店	小売	美幌町仲町1丁目123
49	ハマナスクラブ美幌松田屋店	小売	美幌町仲町2丁目48-14
50	(有) 山本電器商会	小売	美幌町仲町2丁目51
51	金土市浅里商店	小売	美幌町東町1丁目10-9
52	ブラザーショップ喜多	小売	美幌町美芳12-56
53	今野商店	小売	美幌町新町1丁目6番地
54	(有) 三ツ星電器商会	小売	美幌町新町1丁目2
55	ENEOS 美幌SS (宮崎商店)	小売	美幌町新町2-67
56	カドカワ薬局 本店	小売	美幌町新町2丁目
57	サイクルセンター大嶋	小売	美幌町新町3丁目52
58	平野薬局	小売	美幌町新町3丁目2
59	味噌精肉店	小売	美幌町瑞治139-5
60	(有) 北光興産	小売	美幌町報徳67-15
61	(株)美幌マイカーセンター	小売	美幌町稲美71-2
62	田原金物店	小売	美幌町東1条南1丁目22
63	サイクルショップ カザマ	小売	美幌町東1条南1丁目
64	(有) でんきのイシカワ	小売	美幌町東1条南1丁目32-2
65	沖田香露園	小売	美幌町大通北1丁目
66	洋服工房 めーの	小売	美幌町大通北1丁目10
67	マリモ洋品店	小売	美幌町大通北1丁目
68	めがねのみしま	小売	美幌町大通北1丁目1
69	天賞堂時計店	小売	美幌町大通北1丁目9
70	加藤金物店	小売	美幌町大通北2丁目17
71	呉屋たばこ店	小売	美幌町大通北2丁目2
72	かつや化粧品店	小売	美幌町大通北2丁目19
73	寝具のいながき ホワイト急便大通店	小売	美幌町大通北4丁目
74	(株) 安藤商会	小売	美幌町大通北4丁目1-19
75	はんのホクイン	小売	美幌町大通北4丁目17
76	(有) はしもと生花店	小売	美幌町大通北4丁目17-10

77	(株) タイセイ電器	小売	美幌町東1条北1丁目
78	やしろ商店	小売	美幌町東2条北1丁目
79	まこと屋	小売	美幌町西1条北4丁目1-4
80	(株) オート・キープス	小売	美幌町元町5-172
81	はしもと電化	小売	美幌町元町19-1
82	バイクランド たにもと	小売	美幌町元町39-1
83	ようでん	小売	美幌町三橋南32-6
84	住まいのマエカワ家具	小売	美幌町三橋町1丁目1
85	4駆専門店 愛車道	小売	美幌町三橋町1丁目12-17
86	(株) ビホロ車輛	小売	美幌町日の出1丁目4-1
87	日新タイヤ(有)	小売	美幌町日の出1丁目5-1
88	おいで家具	小売	美幌町美富63-7
89	理容巴里	サービス	美幌町仲町1丁目12番地
90	(株) 北海道新聞安井販売所	サービス	美幌町仲町1丁目44-13
91	いのせ理容所	サービス	美幌町栄町1丁目3-2
92	美容室・えりい。	サービス	美幌町栄町1丁目10-20
93	ヘアーワークス ヴォーグ	サービス	美幌町栄町3丁目1-15
94	アスクヘアー	サービス	美幌町栄町3丁目3-5
95	(有) ボデーショップビホロ	サービス	美幌町稲美212-46
96	ヘアステージ ラッシュ	サービス	美幌町稲美67-4
97	hair make coa	サービス	美幌町稲美68-81
98	ビューティハウス樹	サービス	美幌町大通南1丁目18番地
99	プチゲート	サービス	美幌町大通南3丁目
100	テラダ写真スタジオ	サービス	美幌町大通北1丁目1-5
101	リースキン美幌	サービス	美幌町東1条北1丁目10-2
102	藤田美容室	サービス	美幌町東1条北2丁目12
103	ビューティサロンみどり	サービス	美幌町東1条北3丁目14-2
104	読売センター美幌/朝日新聞サービスセンター美幌	サービス	美幌町東1条北4丁目21-4
105	ONE・STAR	サービス	美幌町東2条北1丁目18
106	ヘアーサロンきたむら	サービス	美幌町青山北17-3
107	ヘアーサロンあんねん	サービス	美幌町青山北3-6
108	ヘアハウスピット	サービス	美幌町青山北46-15
109	カットハウス 和	サービス	美幌町三橋町1丁目21-12
110	米田ボデー	サービス	美幌町日の出1丁目1-8
111	M.Nails-エムネイル-	サービス	美幌町日の出1丁目25
112	㈱館栄産業 美幌営業所	サービス	美幌町美禽289-4
113	松本建設	サービス	美幌町美禽327
114	RDS 株式会社	サービス	美幌町大通北4
115	(有)北光ハイヤー	サービス	美幌町報徳67-15

116	(有) 辻 看板店	サービス	美幌町三橋町2丁目3
117	円館工芸舎	サービス	美幌町日の出1丁目3-17
118	(有) 美幌クリーニング商会	サービス	美幌町仲町1丁目44-7
119	(株)四ツ輪工業	サービス	美幌町字仲町1丁目143番地

イ)GBP 既登録・運用事業者リスト

No	事業所・店舗名	業種	所在
1	遊食館	飲食	美幌町稲美140-42
2	合同会社 KWAY	飲食	美幌町東1条南2丁目13番地
3	味の竜月	飲食	美幌町東2条南1丁目1-5
4	(株)寿しの竹ちゃん	飲食	美幌町東1条北1丁目10
5	きんぎょ食堂 だいず	飲食	美幌町東2条北2丁目19
6	(株)サリミートフーズ 焼肉ダイニング チャンピオン	飲食	美幌町日の出2丁目3-8
7	ハローランチ美幌店	飲食	美幌町美富63-32
8	(有)さくらホールディングス 中島珈琲	飲食	美幌町大通北2
9	まつ蔵	飲食	美幌町稲美92-33
10	(株) マルワ製麺	飲食	美幌町大通南5丁目5
11	民宿 峠荘	宿泊	美幌町仲町2丁目
12	(株)北海道グレインカンパニー	小売	美幌町稲美231番地8
13	(株) ミートテック	小売	美幌町仲町2丁目96
14	(有) 山本菓子舗	小売	美幌町仲町1丁目116
15	武田自動車	小売	美幌町鳥里4丁目3-14
16	(株)カーエージェント・ナカムラ	小売	美幌町仲町2丁目91
17	(有) 漆原タイヤ商会	小売	美幌町栄町4丁目3-5
18	(株)イーエルエス	小売	美幌町稲美90-41
19	(有) 鶴野商店	小売	美幌町大通南2丁目21
20	もりぐんて	小売	美幌町大通北1丁目4
21	(株) 久山商店	小売	美幌町大通北3丁目
22	(有) 久山薬局	小売	美幌町大通北3丁目12
23	(株) 田村精肉店	小売	美幌町大通北4丁目
24	(有) 丸協スーパーマーケット	小売	美幌町三橋町2丁目9-1
25	(有) 小國商事	小売	美幌町美富56-79
26	HAIR MAKE FINE (フェイス)	サービス	美幌町美富357-9
27	(有) フリーポート	サービス	美幌町美富357
28	(株)リトルビー	サービス	美幌町仲町1丁目117-3
29	(株) 美幌新聞社	サービス	美幌町東町1丁目104-6
30	HAIR BOX R. PARK	サービス	美幌町新町3丁目21
31	理容 はせがわ	サービス	美幌町東1条北2丁目19-5
32	POLA妃栄ショップ	サービス	美幌町三橋南36-27
33	TOTAL SPA DEAR	サービス	美幌町三橋町1丁目6-9

34	美幌写真社	サービス	美幌町美富 8 8-1
35	rohani healing space	サービス	美幌町報徳 4 3 7 番地の 7
36	(株)HALO (びほろ動物病院)	サービス	美幌町青山北 5 1-8

#### (4-3) 「美幌町まるわかりマップ」による誘客PRの実施

事業名	道の駅を拠点とした誘客支援
目的	会員事業所の新規顧客獲得に向けて、道の駅の観光客を市街地に呼び込む誘客施策として、PR ツールを設置し、会員事業所の情報や魅力を発信しました。
設置期間	令和 5 年 2 月 5 日(日)～令和 5 年 2 月 17 日(金)
設置場所	道の駅「ぐるっとパノラマ美幌峠」
設置部数	150 部
内容	会員事業所の場所や営業時間、メニュー、また会員事業所の Google ビジネスプロフィールページを即座にタブレットやスマートフォンで閲覧できるよう「美幌町まるわかりマップ」を作成、設置し、会員事業所の魅力を伝えることで、道の駅から会員事業所への観光客の回遊を促進しました。

#### ■設置写真

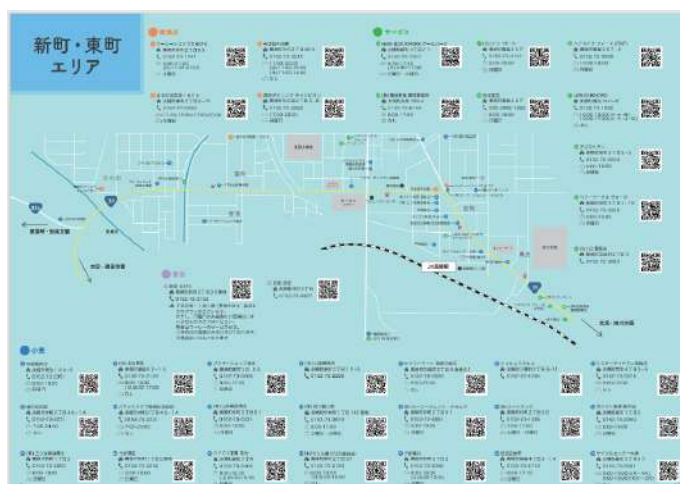
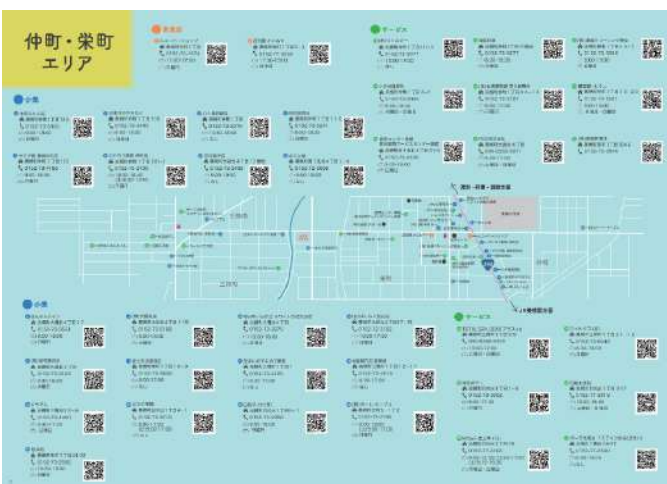
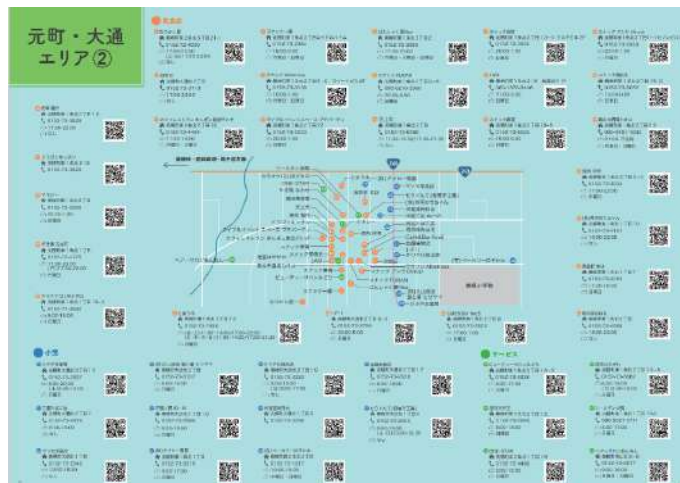
道の駅の 2 階パンフレットコーナーにて設置を行いました。





## ■誘客 PR に使用した「美幌町まるわかりマップ」

まるわかりマップの構成としては、以下の通り。美幌町の紹介、地図とともに本事業で Google ビジネスプロフィールの登録を行った事業者の名称、住所、電話番号、営業時間、定休日、Google ビジネスプロフィールにアクセスできる QR コードを記載しました。飲食店を中心とした店舗・施設のサービス内容やアクセスを記載したパンフレットで、アンケートで必要とされていた情報を入れ込んだツールにしました。



仕様：12 ページ A4 両面カラー 2つ折り

(5) 誘客効果の検証、とりまとめ

(5-1) 顧客の Google ビジネスプロフィールへのアクセス状況の把握

Google ビジネスプロフィールを活用し、Google の検索やマップを利用したビジネスの閲覧状況や検索状況を把握するとともに、閲覧、検索から顧客がどのような反応を起こしたかの検証を行いました。

Google ビジネスプロフィールを活用した検証項目と用語の解説を以下に示します。

■ 検証項目と用語説明

閲覧数	ビジネスプロフィールが表示された回数（クリックしなくても1表示とカウントされ、「どのくらい露出できているか」を図ることができる）	検索経由	検索を経由した閲覧数（直接検索と間接検索からビジネスプロフィールをクリックした数）
		マップ経由	マップを経由した閲覧数（マップを開き検索の有無に関わらず表示されるビジネスの閲覧を含む）
検索数	ビジネスプロフィールがクリックされた回数（直接検索はクリックをしなくても1検索とカウントされるが、間接検索はクリックされた数となる）	直接検索	ビジネスの名前や住所で検索してビジネスプロフィールを見つけたユーザー
		間接検索	業種や商品、サービスで検索してビジネスプロフィールを見つけたユーザー
アクティビティ数（ユーザーの反応）	ビジネスに対するお客様の反応を示すもの（顧客からどれだけ興味を持ってもらっているかを判断する指標となる）	ウェブへのアクセス	自社ホームページへの誘導に繋がった数
		通話	電話による問い合わせに繋がった数
		ルート検索	マップ上でルートの検索に繋がった数



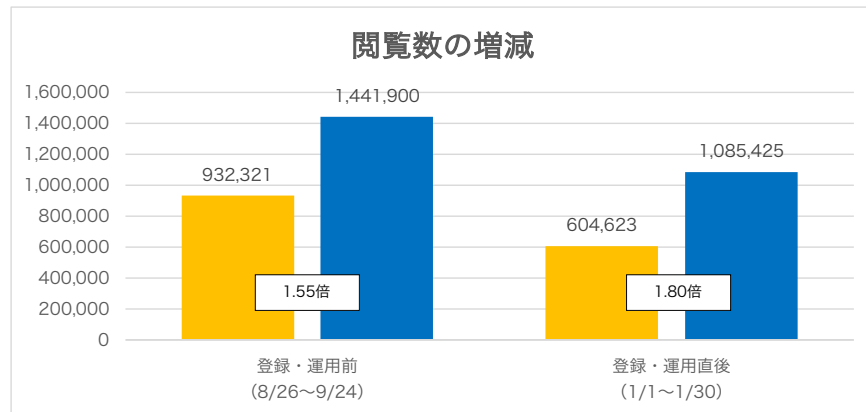
## (5-2) Google ビジネスプロフィール登録・運用会員事業者のビジネス全体の閲覧と検索状況

### ア) Google を使った顧客の閲覧状況

#### ■Google 検索・Google マップ利用による閲覧数は年々増加

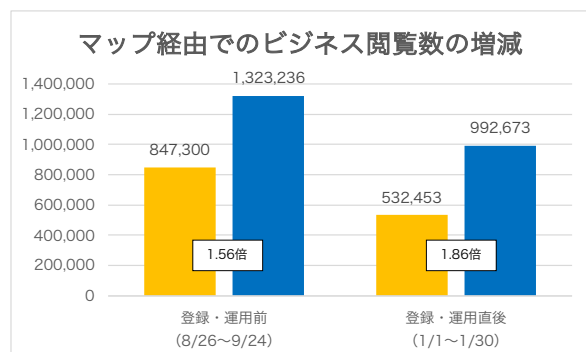
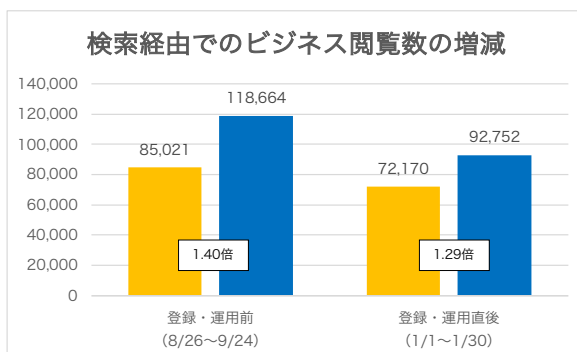
下のグラフは、本事業において GBP の登録・運用を行った会員事業者のビジネス全体の閲覧状況（Google 検索や Google マップを利用したビジネスの閲覧状況）を GBP 登録・運用前（8/26～9/24）と GBP 登録・運用後（1/1～1/30）の 30 日間及び前年の同時期を抽出し、前年同時期からの伸び率を示したものです。

これを見ると、Google 検索や Google マップを利用した会員事業者のビジネスの発見に関して、登録・運用前（8/26～9/24）は前年比 1.55 倍であったのに対し、登録・運用後（1/1～1/30）の 1.80 倍の方が高くなっていました。数としては、会員事業者の登録・運用前（8/26～9/24）の閲覧数の方が多いですが、町の観光（ひいては北海道）における季節特性の影響だと考えられました（コロナ禍の行動制限を考慮しない 2018 年度の北海道内の 7～9 月の観光入り込み客数が 2016 万人であったのに対し、1～3 月では 1055 万人でした。参考：北海道経済部観光協観光振興課北海道観光入込客数調査報告書）。以降のグラフでも、季節依存的な変動を考慮し、夏季（8/26～9/24）と冬季（1/1～1/30）の 2 つの時期に関して示します。



#### ■GBP 登録によって Google マップが頻繁に見られるように

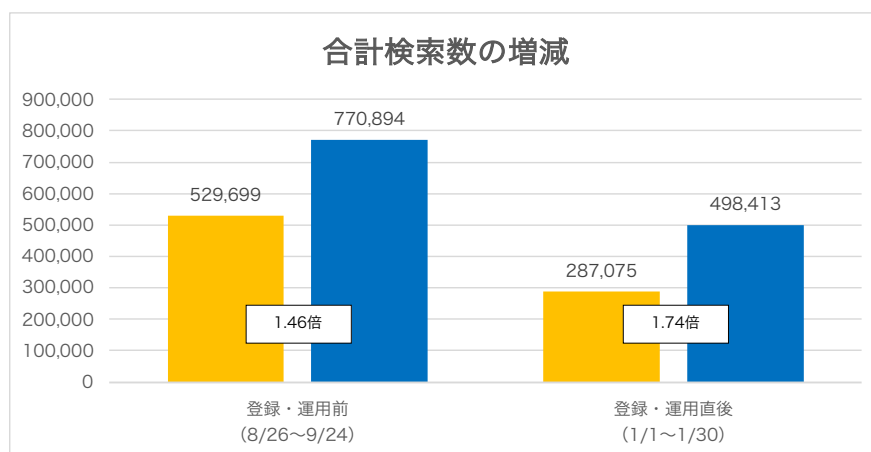
前年同時期との比較による伸び率をみると、マップ経由でのビジネス閲覧数の方が高い伸び率にある傾向にありました。これは、地点登録がなされ、店舗の存在がマップ上に表示されるといふ GBP 登録の効果により、ユーザーに見つけられやすくなったためと推測されました。



## イ) Google を使った顧客の検索状況

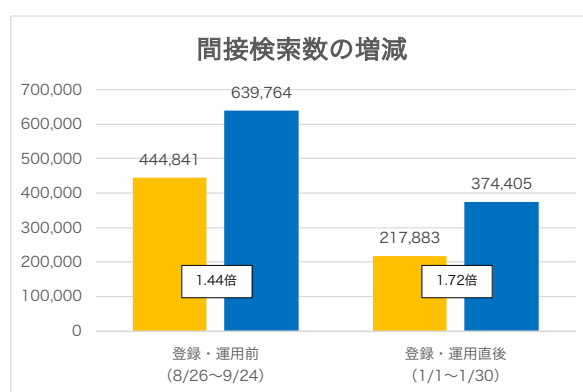
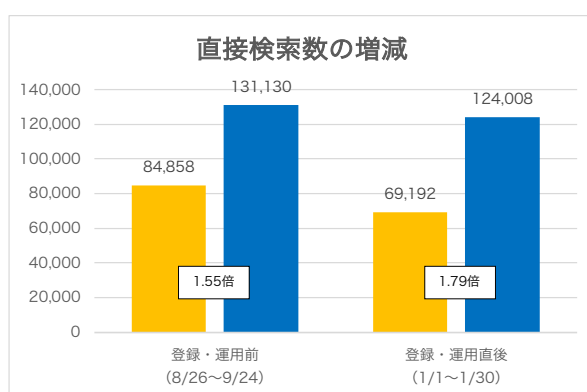
### ■手軽に検索される Google 検索

下のグラフは、顧客による会員事業者の GBP の検索（直接検索、間接検索合算）について、前年同時期からの伸び率を示したものです。これを見ると、先に示した閲覧数同様に、登録・運用前（8/26～9/24）の前年比が 1.46 倍であったのに対し、登録・運用後（1/1～1/30）の前年比は 1.74 倍と相対的に伸びていました。



### ■GBP の検索においては間接検索対策が有効

登録・運用後（1/1～1/30）の前年同時期との比較による伸び率は、直接検索数も間接検索数もおおよそ同程度でした。業種や商品、サービスで検索しビジネスプロフィールを見つけた間接検索数や、ビジネスの名前や住所で検索してビジネスプロフィールを見つけた直接検索数がどちらも伸びていることを考察すると、今後も直接検索・間接検索両方を通じた新規顧客の獲得に期待が持たれます。特に、間接検索数は直接検索数に比べ 3 倍も多く、如何に顧客の検索キーワードにビジネスをヒットさせられるかが集客につながるヒントとなることが推察されました。



### (5-3) Google ビジネスプロフィール登録・運用による誘客促進効果の検証

ビジネスプロフィールが検索され、表示された後の顧客の反応（ウェブサイトアクセス数、ルート検索数、通話数）は、見込み客の検索行動を顧客獲得につなげる指標となります。

そこで、ビジネスプロフィールの閲覧（ビジネスプロフィールを検索又はクリックして確認）がその後の顧客の行動にどのように繋がったかを検証しました。

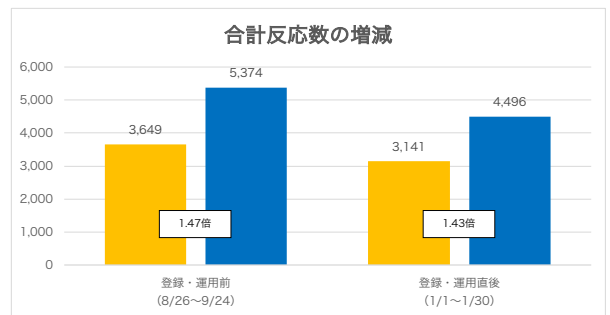
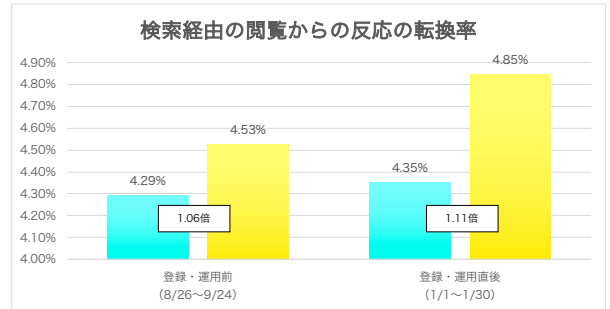
#### ア) 反応行動を起こした顧客の転換率

##### ■店舗・施設に興味を示した顧客

ビジネスが検索された後の顧客のアクションとして、①ウェブサイトアクセス、②ルート検索数、③通話数と分かれています。その何かしらの反応を行なった反応数を検索経由の閲覧数で除した値が、その反応の転換率となります。

顧客の総反応率は、登録・運用後（1/1～1/30）に4.53%から4.85%に伸びており、また前年比で見ると、1.11倍に伸びていました。

また、反応総数を前年同時期と比較すると、登録・運用前（8/26～9/24）も後（1/1～1/30）も1.4倍以上伸びていることから、母数の向上（認知の向上）と来店や問い合わせが増えるといった成果がみられました。



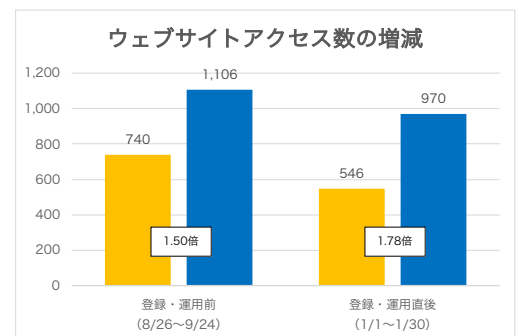
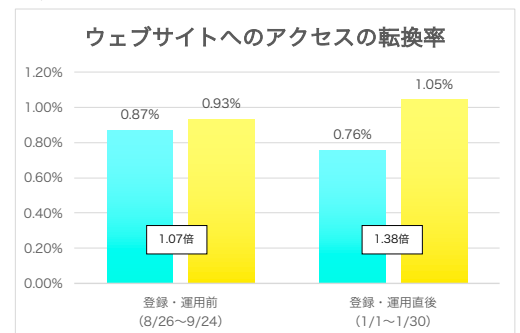
#### イ) ウェブサイトへのアクセスの転換率

##### ■店舗・施設のもっと詳しい情報を取得しようとした顧客

ビジネス閲覧後にウェブサイトへアクセスした顧客の転換率は1%に満たない低い値で推移しているものの、その伸び率はGBP登録・運用後（1/1～1/30）に0.93%から1.05%に伸びていました。

これは、顧客がビジネスプロフィールにアクセスした後に、もっと詳しい情報を得ようとした行動であり、ビジネスプロフィールが顧客の関心を高めたことが推察されました。

また、前年同時期からのウェブサイトへのアクセス数も登録・運用後（1/1～1/30）には1.78倍の伸びとなっており、登録・運用による結果とみられました。

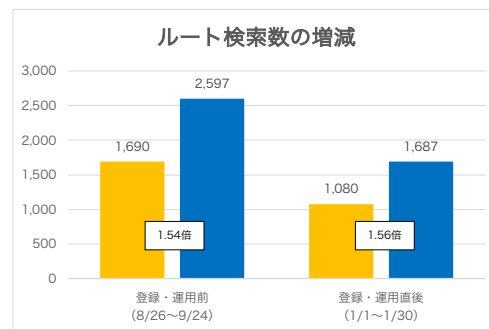
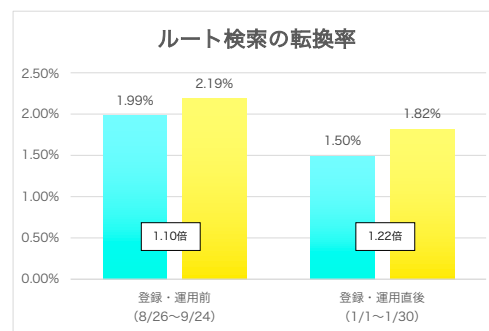


## ウ) ルート検索の転換率

### ■店舗・施設までのルートを確認した顧客

ビジネス閲覧後に店舗等ビジネス所在地までのルート検索を行った転換率は2%前後で推移しており、前年同時期との相対比較では、登録・運用前（8/26～9/24）の1.10倍から登録・運用後（1/1～1/30）には、1.2倍程度に伸びていました。

ルート検索数の増減を見ると、前年同時期との相対比較では登録・運用前（8/26～9/24）の1.54倍と登録・運用後（1/1～1/30）の1.56倍で大きな変化はありませんでした。



## エ) 通話の転換率

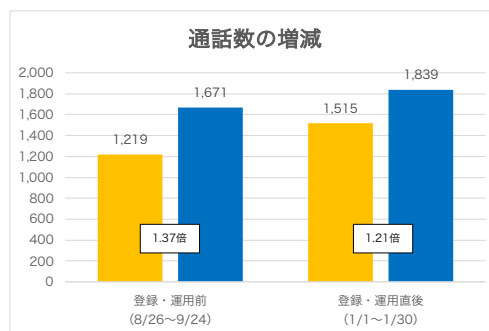
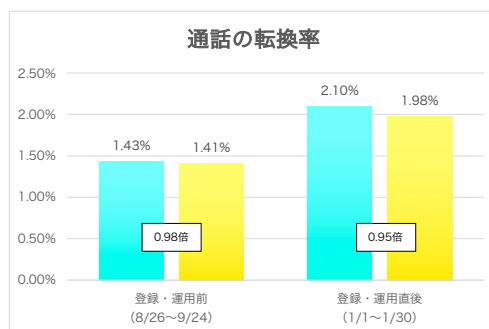
### ■店舗・施設に問い合わせをした顧客

ビジネス閲覧後に問い合わせ等で電話をかけた顧客の転換率は、登録・運用前後では、登録・運用前（8/26～9/24）は1.41%でしたが、登録・運用後（1/1～1/30）には1.98%と大きく伸びました。

ただし、前年同時期との相対比較で見ると、登録・運用前（8/26～9/24）は0.98倍でしたが、登録・運用後（1/1～1/30）には0.95倍と大きな伸びは見られませんでした。

通話数については、登録・運用前（8/26～9/24）の1,671に比べて、登録・運用後（1/1～1/30）の1,839と大きく増加しました。

これは、今まで不正確であったり、元々ビジネスプロフィールに登録されていなかったビジネスに正確な電話番号の情報が提供されることで、問い合わせ数が増加したと考えられました。



## (6) 業種別登録例

事業者の基本情報として、住所、営業時間、サービス内容、ビジネスの説明などの更新と、信憑性の高いオーナーが提供する写真を更新した。

### ① 飲食業 1

**ビジネス情報**

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

**ビジネス名**  
とまり木

**ビジネスカテゴリ**  
居酒屋

**説明**  
広い店内は、カウンターや小上がり、個室や宴会場（120名まで）があり、吟味した食材と手作りの味が特徴。熟練職人が新鮮な素材を炭火で一気に焼き上げる自慢の品々。揚げ物・焼き物の他、握り寿司などもご用意しております。大人数の宴会から家族連れまで用途にあわせて利用が可能です。  
ランチメニュー  
・もば、うどん、寿司、定食など  
居酒屋メニュー  
・串物、揚げ物、一品もの、うどん、寿司など  
※お支払い：現金、電子マネー

**ビジネス情報**

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

**営業時間**  
決まった営業時間で営業している

日曜日	11:00-14:00 17:00-21:30
月曜日	定休日
火曜日	11:00-14:00 17:00-21:30
水曜日	11:00-14:00 17:00-21:30
木曜日	11:00-14:00 17:00-21:30
金曜日	11:00-14:00 17:00-22:00
土曜日	11:00-14:00 17:00-22:00

**所在地とエリア**

**ビジネス所在地**  
〒092-0051 北海道 釧路郡美幌町東1条北1丁目16

・ 合計反応数の増減 (2022年9月～2023年2月)

1,718

ビジネス プロフィールで実施されたインタラクション ①



・ ルート検索数 (2022年9月～2023年2月)

485

ビジネス プロフィールからのルート検索数



・ 通話数 (2022年9月～2023年2月)

901

ビジネス プロフィールからの通話





## ② 飲食業 2



### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

#### ビジネスの概要

##### ビジネス名

加賀屋

##### ビジネス カテゴリ

居酒屋

##### 説明

常時10～20種類の日本酒やクラフトビールが楽しめ、お供には鮮度の良いお刺身セット「加賀盛」がお薦めです。  
 美幌町よりブランド認証された「美幌豚肩まるまんま」を使った「メンチカツ」や「ごぼう唐揚げ」は町民からも人気が高い逸品です。握りこたつ席の個室や小上がりもございますので、ご家族でもゆっくりとお食事が楽しめます。  
 ・ご予約可能  
 ・駐車場あり  
 ・お支払い：現金、カード

### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

#### 連絡先情報

##### 電話番号

0152-73-3713

##### ウェブサイト

<http://bihoro.net/居酒屋-加賀屋/>

##### メニューリンク

追加

#### 所在地とエリア

##### ビジネス所在地

〒092-0050 北海道 網走郡美幌町大通北2丁目

### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

#### 所在地とエリア

##### ビジネス所在地

〒092-0050 北海道 網走郡美幌町大通北2丁目



### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

#### 営業時間

##### 営業時間

決まった営業時間で営業している

日曜日	17:00-23:00
月曜日	17:00-23:00
火曜日	17:00-23:00
水曜日	17:00-23:00
木曜日	17:00-23:00
金曜日	17:00-23:00
土曜日	17:00-23:00

・合計反応数の増減（2022年9月～2023年2月）

826

ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション ①



・ウェブサイトアクセス数（2022年9月～2023年2月）

23

ビジネスプロフィールからのウェブサイトへのクリック数



・ルート検索数（2022年9月～2023年2月）

356

ビジネスプロフィールからのルート検索数



・通話数（2022年9月～2023年2月）

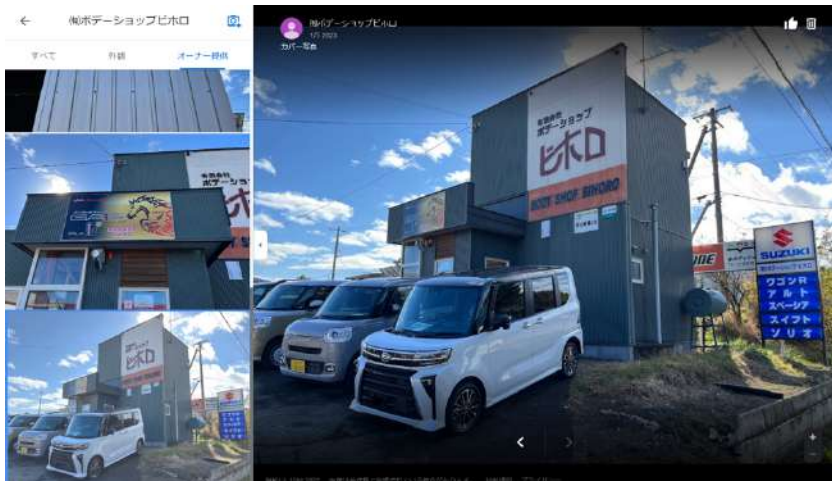
410

ビジネスプロフィールからの通話





### ③ サービス業



#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### ビジネスの概要

##### ビジネス名

御ボデーショップヒホロ

##### ビジネス カテゴリ

車体整備店

##### 説明

SUZUKI・ダイハツ他メーカー取り扱いございます。  
自動車は新車・中古・タイヤ・各種部品の販売や、板金・塗装・車体整備の業務もこなします。  
お電話でお問い合わせください。  
祝祭日は休ませていただきます。  
※クレジットカード・PayPayご利用いただけます。

#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### 所在地とエリア

##### ビジネス所在地

〒092-0050 北海道 網走郡美幌町大通北4丁目17番地



#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### 連絡先情報

##### 電話番号

0152-72-3918

##### ウェブサイト

追加

#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### 営業時間

##### 営業時間

決まった営業時間で営業している

日曜日	9:00-19:00
月曜日	9:00-19:00
火曜日	9:00-19:00
水曜日	9:00-19:00
木曜日	9:00-19:00
金曜日	9:00-19:00
土曜日	9:00-19:00

・ 合計反応数の増減 (2022年9月～2023年2月)

290

ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション ①



・ ルート検索数 (2022年9月～2023年2月)

255

ビジネスプロフィールからのルート検索数



・ 通話数 (2022年9月～2023年2月)

35

ビジネスプロフィールからの通話



#### ④ 小売業



#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### ビジネスの概要

##### ビジネス名

花月菓子店

##### ビジネス カテゴリ

菓子店

##### 説明

和菓子、洋菓子などラインナップが豊富な美幌のお菓子屋です。  
 人気メニュー  
 ・どら焼き  
 ふわとした生地であんこをサンド。生地には少量の醤油（美幌豚油）を使用。  
 ・パフケーキ  
 中にカスタードクリームが入っています。冷凍保存もできるので日持ちが長くおすすめです！  
 ※店頭がない場合もございますのであらかじめご予約をお願い致します。

#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### 連絡先情報

##### 電話番号

0152-73-2488

##### ウェブサイト

追加

#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### 所在地とエリア

##### ビジネス所在地

〒092-0027 北海道 網走郡美幌町稲葉2 1 2 - 4 6



#### ← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

##### 営業時間

##### 営業時間

決まった営業時間で営業している

日曜日	定休日
月曜日	8:30-17:30
火曜日	8:30-17:30
水曜日	8:30-17:30
木曜日	8:30-17:30
金曜日	8:30-17:30
土曜日	8:30-17:30

- ・ 合計反応数の増減（2022年9月～2023年2月）

320

ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション ①



- ・ ルート検索数（2022年9月～2023年2月）

356

ビジネスプロフィールからのルート検索数



- ・ 通話数（2022年9月～2023年2月）

134

ビジネスプロフィールからの通話

