

第4章

SNS 広告配信

第1節 SNS 広告配信

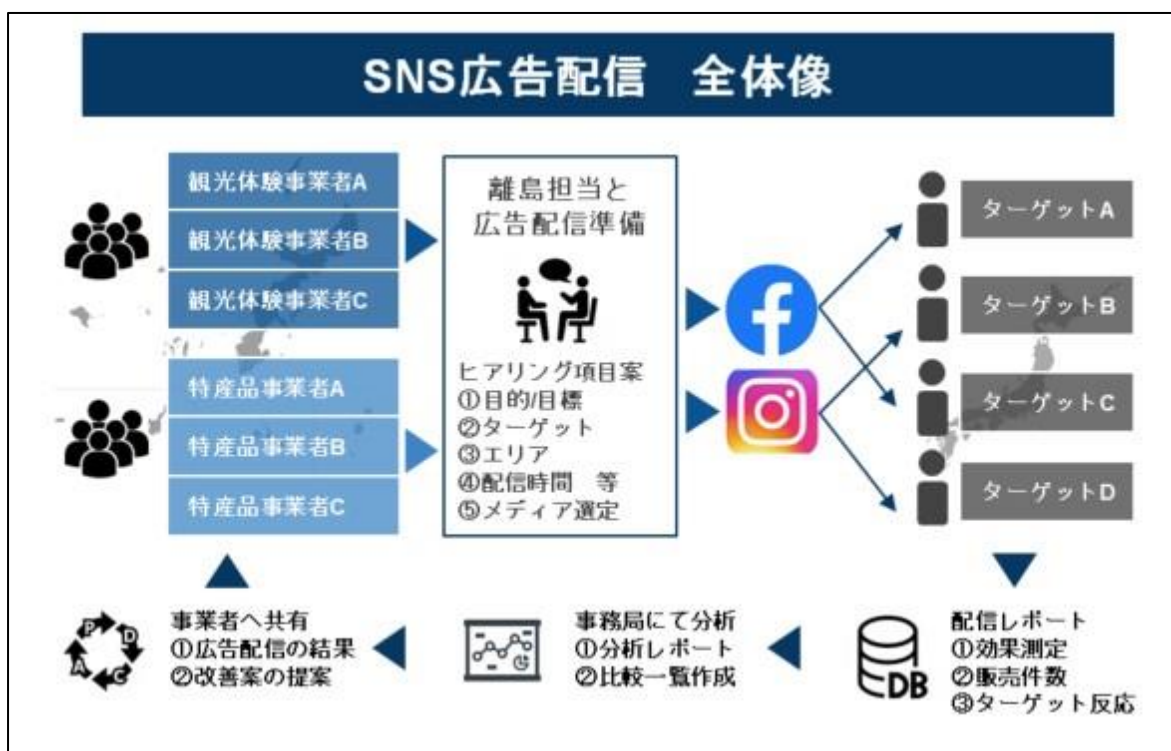
第1項 SNS 広告配信の戦略

事業者ごとに SNS 広告配信を実施し、ターゲット設定や配信方法を学ぶ。また広告配信後に配信レポートを共有し、レポートの見方や設定内容の改善を学ぶ。広告配信は1回だけでなく2回行い、1回目で SNS 広告配信の全体像理解を図り、2回目で PDCA を踏まえた効果測定の実体験を得る。

広告配信 1 回目：2 万円（税別）

広告配信 2 回目：4 万円（税別）

第2項 SNS 広告配信の全体像



第3項 SNS 広告配信期間、SNS 広告配信の流れ

1. SNS 広告配信の期間

期間：2022年8月15日～2023年2月28日

2. SNS 広告配信施策の流れ

1回目 広告配信					2回目 広告配信				
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
ターゲット設定	広告画像作成	配信前最終確認	広告配信(14日間)	広告結果フィードバック	ターゲット設定	広告画像作成	配信前最終確認	広告配信(14日間)	広告結果フィードバック

第2節 SNS 広告配信 状況

第1項 SNS 広告配信 事業者一覧

No.	離島名	事業者名	業種	目的	遷移先
1	伊平屋島	種水土花	観光体験	認知度拡大	自社サイト
2	伊是名島	HY マリン	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
3	伊是名島	Luana	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
4	伊是名島	(一社) いぜな島観光協会	観光体験	認知度拡大	Instagram
5	伊是名島	合資会社 伊是名酒造所	特産品	認知度拡大	自社サイト
6	伊是名島	合同会社 nishinsuni.com	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
7	伊江島	BXB (ベストブルー)	観光体験	認知度拡大	自社サイト
8	伊江島	伊江島ビーチサイドホースパーク	観光体験	認知度拡大	自社サイト
9	伊江島	有限会社 TM.Planning	観光体験	認知度拡大	自社サイト
10	伊江島	株式会社伊江島物産センター	特産品	販売実績獲得	Yahoo!ショッピング
11	伊江島	みーぐる工房	特産品	販売実績獲得	食ベチョク
12	伊江島	伊江漁業協同組合	特産品	販売実績獲得	自社サイト
13	伊江島	ぎぼ農園	特産品	認知度拡大	Instagram
14	伊江島	ie honey	特産品	販売実績獲得	食ベチョク
15	伊江島	大城農園	特産品	販売実績獲得	食ベチョク
16	津堅島	津堅島 民宿 神谷荘	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
17	渡名喜島	(一社) 渡名喜村観光協会	特産品	認知度拡大	Instagram
18	座間味島	カラフルウェーブ	観光体験	販売実績獲得	アクティビティジャパン
19	座間味島	フシメヤーウチ	観光体験	認知度拡大	Instagram
20	座間味島	座間味村観光協会	観光体験	認知度拡大	Instagram
21	座間味島	ルミナス合同会社	特産品	認知度拡大	Instagram
22	阿嘉島	アトリエトコイ	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
23	渡嘉敷島	Sunny Coral 合同会社/渡嘉敷自然塾	観光体験	販売実績獲得	しまたび
24	渡嘉敷島	アイランズトリップ	観光体験	販売実績獲得	しまたび
25	渡嘉敷島	有限会社とかしくマリンビレッジ	特産品	認知度拡大	Instagram
26	渡嘉敷島	churasora	特産品	販売実績獲得	自社サイト
27	久米島	風の帰る森 (帰風舎)	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
28	久米島	悠久	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
29	久米島	Hometown Tourism Kumejima	観光体験	販売実績獲得	しまたび
30	久米島	合同会社 PLUCK	観光体験	販売実績獲得	アクティビティジャパン
31	久米島	株式会社エポック	特産品	販売実績獲得	自社サイト
32	久米島	株式会社エポック	特産品	販売実績獲得	自社サイト

No.	離島名	事業者名	業種	掲載商品	遷移先
33	久米島	アグリット久米島	特産品	販売実績獲得	自社サイト
34	久米島	合同会社 YUNAMI FACTORY	特産品	販売実績獲得	自社サイト
35	久米島	合同会社結人舎	特産品	販売実績獲得	自社サイト
36	久米島	久米島赤鶏牧場	特産品	販売実績獲得	自社サイト
37	南大東島	(一社) 南大東村観光協会	観光体験	販売実績獲得	しまたび
38	宮古島	マナファクトリー	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
39	宮古島	オルタナティブファーム宮古	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
40	宮古島	アナタビ宮古島	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
41	宮古島	島日和	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
42	宮古島	しろう農園株式会社 go at cafe	特産品	販売実績獲得	じゃらん
43	宮古島	平良裕明民謡研究所	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
44	宮古島	いもともや食品加工所	特産品	販売実績獲得	ちゅらマルシェ
45	宮古島	宮古島月桃	特産品	販売実績獲得	自社サイト
46	宮古島	ALOHAS 宮古島	特産品	販売実績獲得	自社サイト
47	宮古島	パラダイスプラン	特産品	販売実績獲得	自社サイト
48	宮古島	新鮮組	特産品	販売実績獲得	食ベチョク
49	宮古島	LA MANGUE BLEUE	特産品	販売実績獲得	自社サイト
50	宮古島	株式会社 多良川	特産品	販売実績獲得	自社サイト
51	宮古島	株式会社ティダファクトリ	特産品	販売実績獲得	自社サイト
52	宮古島	株式会社うるばな宮古	特産品	販売実績獲得	自社サイト
53	宮古島	宮古島ときめきセレクション	特産品	販売実績獲得	自社サイト
54	宮古島	Marine Dia	特産品	販売実績獲得	自社サイト
55	宮古島	ハナグスク フォトグラフ	特産品	販売実績獲得	自社サイト
56	宮古島	宮古島チーズ工房	特産品	販売実績獲得	自社サイト
57	宮古島	株式会社 コーモト化粧品研究所	特産品	販売実績獲得	楽天市場
58	伊良部島	green	観光体験	認知度拡大	Instagram
59	伊良部島	下地島エアポートマネジメント	特産品	販売実績獲得	Yahoo!ショッピング
60	来間島	NPO 法人来間島大学まなびやー	特産品	販売実績獲得	自社サイト
61	多良間島	多良間村地域おこし協力隊	観光体験	販売実績獲得	アクティビティジャパン
62	多良間島	富田酒造	特産品	販売実績獲得	自社サイト
63	石垣島	石垣島 ADVENTURE PiPi	観光体験	認知度拡大	Instagram
64	石垣島	ビッグビーチ石垣島	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
65	石垣島	(一社) ゆんたくガーデン	観光体験	販売実績獲得	しまたび
66	石垣島	流れ星の丘	観光体験	販売実績獲得	自社サイト

No.	離島名	事業者名	業種	掲載商品	遷移先
67	石垣島	仲田園芸ヘナガーデン	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
68	石垣島	手作り体験工房ゆんたく	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
69	石垣島	天の川次郎フォト&ツアー	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
70	石垣島	シュリシュティストジオ石垣島	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
71	石垣島	石垣島シュノーケルツアー	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
72	石垣島	Dynamic Nature SUP	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
73	石垣島	marinemate Luana	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
74	石垣島	石垣島プライベートツアーベた凧	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
75	石垣島	株式会社 石垣の塩	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
76	石垣島	川平観光農園	観光体験	販売実績獲得	しまたび
77	石垣島	ダイビングスクールあつまる	観光体験	認知度拡大	Instagram
78	石垣島	にじいろのもり	特産品	販売実績獲得	しまたび
79	石垣島	ソルトラボ石垣島	特産品	認知度拡大	Instagram
80	石垣島	ハワイアングロット	特産品	販売実績獲得	自社サイト
81	石垣島	ajisashi ishigakijima	特産品	認知度拡大	Instagram
82	石垣島	まえしろファーム	特産品	販売実績獲得	自社サイト
83	石垣島	(農)(有)ゆいまーる牧場	特産品	販売実績獲得	Yahoo!ショッピング
84	石垣島	癒布~Youfu Ishigaki~	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
85	石垣島	株式会社ファン・スペース・リゾート	特産品	販売実績獲得	自社サイト
86	石垣島	本原畳店	特産品	販売実績獲得	自社サイト
87	石垣島	まあじゅんのジャージー牧場	特産品	販売実績獲得	自社サイト
88	石垣島	株式会社島藍農園	特産品	販売実績獲得	自社サイト
89	石垣島	金城製麺所	特産品	販売実績獲得	自社サイト
90	石垣島	やえやまファーム	特産品	販売実績獲得	自社サイト
91	石垣島	株式会社ペンギン食堂	特産品	販売実績獲得	自社サイト
92	石垣島	SunnyTime	特産品	販売実績獲得	自社サイト
93	石垣島	有限会社高嶺酒造所	特産品	認知度拡大	Instagram
94	石垣島	株式会社センチュリオン	特産品	販売実績獲得	自社サイト
95	石垣島	(一社) 結さんご石垣島	観光体験	認知度拡大	Instagram
96	石垣島	T-JAPAN	特産品	販売実績獲得	自社サイト
97	西表島	西表インシャー	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
98	西表島	西表島カヌーツアー風車	観光体験	販売実績獲得	しまたび
99	西表島	Natures delight iriomote	観光体験	販売実績獲得	しまたび
100	西表島	PUMEHANA adventures	観光体験	販売実績獲得	しまたび

No.	離島名	事業者名	業種	掲載商品	遷移先
101	西表島	summer ちゃまー	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
102	西表島	西表島コモレビトリップ	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
103	小浜島	星空探検隊なちゅら	観光体験	認知度拡大	Instagram
104	小浜島	小浜島遊び専門店 mine	観光体験	認知度拡大	Instagram
105	与那国島	たんぼぼ流ツアー	観光体験	販売実績獲得	自社サイト
106	与那国島	合名会社 崎元酒造所	特産品	販売実績獲得	自社サイト
107	与那国島	徳美工房	特産品	販売実績獲得	自社サイト
108	与那国島	与那国町観光協会	特産品	認知度拡大	Instagram
109	与那国島	SAKURA YONAGUNI	特産品	認知度拡大	Instagram
110	与那国島	(有)オーシャン・スロー・ライフ	特産品	販売実績獲得	自社サイト

第2項 SNS 広告配信内容 詳細

【伊平屋島】種水土花

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	民具作り体験
広告目的	:	認知度の拡大
広告遷移先	:	自社サイト
広告成果	:	0 件

配信期間	2023年2月1日～14日	2023年2月15日～28日
ターゲット(年代)	25歳以上 男性、女性	25歳以上 男性、女性
ターゲット(エリア)	日本	日本
ターゲット(キーワード)	観光、植物、手工芸、伝統	観光、植物、手工芸、伝統

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

2回の広告配信を行い、販売実績を獲得することは出来なかったが、Instagram のフォロワーが190名増加した。クリック単価も、Facebook では5円程度と効率の良い広告となった。1回目の配信数値も良かったが、2回目は、数値の良かったクリエイティブだけ残して配信したところ、クリック率や投稿の保存数が増加した。

総括：

広告への反響が良く、ターゲットに刺さる広告配信を実施することができた。投稿の保存数も1回目22件、2回目30件と多かったため、今後の体験予約や商品購入に期待したい。

《1回目：A》



《1回目：B》



《2回目：Bのみ》



【伊是名島】HY マリン

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	グラスボートツアー
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	自社サイト
広告成果	:	0 件

配信期間	2022 年 11 月 15 日～28 日	2023 年 1 月 1 日～15 日
ターゲット (年代)	20 歳以上 男性、女性	40 歳以上 男性、女性
ターゲット (エリア)	東京、神奈川、大阪、沖縄	日本
ターゲット (キーワード)	ボート、サンゴ、沖縄本島、海、自然	ボート、サンゴ、沖縄本島、海、自然

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

SNS 広告配信中の予約には繋がらなかったが、クリック率は 1 回目 3.3%、2 回目 2.8%と高い数値を獲得でき、ターゲットに合った広告配信が出来た。エンゲージメントも高く、投稿の保存が 1 回目 20 件、2 回目 23 件と他事業者に比べても多い数値となった。実際に伊是名島を訪れる際の予約に繋がることを期待したい。

総括：

ひとつの成果として、広告配信を通して SNS の活用に興味を持つようになったことが挙げられる。広告を通してコメントをもらえたこともモチベーションの向上に繋がった。今後はしっかりと SNS 投稿を継続し予約獲得に繋げていきたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》



【伊是名島】 Luana

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	SUP プライベートツアー
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	自社サイト
広告成果	:	0 件

配信期間	2022 年 8 月 1 日～14 日	2022 年 10 月 1 日～14 日
ターゲット (年代)	30～50 代 女性	30～50 代 女性
ターゲット (エリア)	関東、関西、福岡	沖縄
ターゲット (キーワード)	田舎、島、観光、自然、旅行	田舎、島、観光、自然、旅行

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

1 回目は主要都市に広告配信を実施。クリック率が 3%と高い値だったにも関わらず予約に繋がらなかった。2 回目はターゲットを沖縄県にいる人に絞り、伊是名島に実際に訪れることが出来る人を対象に広告配信を実施したが、2 回目も予約 0 件という結果となった。一方で投稿の保存数は 1 回目 14 件、2 回目 5 件と獲得できたため、今後の予約に期待したい。

総括：

1 組限定の完全プライベートツアーかつ参加者の要望に合わせて柔軟に対応している事業者のため、そのことをうまく伝えられると予約獲得に繋がりと考えられる。今後は広告配信だけでなく、SNS 投稿で体験の様子やプライベート感を継続的に発信していくことにより、認知向上・予約獲得に繋げていきたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》



【伊是名島】 一般社団法人 いせな島観光協会

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	無人島キャンプ
広告目的	:	1 回目：認知度の拡大 2 回目：販売実績の獲得
広告遷移先	:	1 回目：Instagram 2 回目：離島専門予約サイト「しまたび」商品ページ
広告成果	:	0 件

配信期間	2022 年 12 月 1 日～14 日	配信なし
ターゲット (年代)	18～65 歳 男性	-
ターゲット (エリア)	日本	-
ターゲット (キーワード)	キャンプ、アウトドア、島	-

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

新たに商品開発した無人島キャンププランの認知拡大を目的に、Instagram アカウントを遷移先に設定した。配信期間でフォロワーが 268 名→492 名と 2 倍近くに増加し、クリック率も Facebook では 4.2%と高く、投稿の保存数が多かったことから、興味のあるユーザーに届いたことがわかる結果となった。

総括：

広告配信から体験予約には繋がらなかったが、Instagram のフォロワー増加や SNS 広告の保存数が多いなど、今後の見込み客を多く獲得することができた。今後も定期的な情報発信を行い、予約獲得につなげたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》



【伊是名島】 合資会社 伊是名酒造所

種別	:	特産品
掲載商品	:	お酒
広告目的	:	認知度の拡大
広告遷移先	:	自社サイト
広告成果	:	0 件

配信期間	2022 年 12 月 1 日～14 日	2023 年 2 月 1 日～14 日
ターゲット (年代)	40 代以上 男性	40 代以上 男性
ターゲット (エリア)	日本	日本
ターゲット (キーワード)	お酒、島	お酒、島

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

ターゲットはお酒好きの 40 代以上男性に絞って配信を行った。1 回目配信のクリック率は 3.6%、エンゲージメント率が 3.3%と好調だったため、大きく変更はせず 2 回目を配信。クリエイティブに関しては、試験的に商品ではなく人を前面に打ち出したバナーを配信してみたところ、反響が良かったので今後もその路線で SNS を活用していく。

総括：

2 回目配信では「商品を購入したいが遷移先の HP から購入できない」というコメントもあった。HP をリニューアル中で商品も精査中のため、HP から商品を購入できない現状であるが、今後はオンラインショップと連動し自社サイトでの売上にも繋げていきたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》



【伊江島】 合同会社 nishinsuni.com (にしんすに)

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	沖縄そば
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	自社ホームページ
広告成果	:	5件 / 34,800円の売上げ獲得

配信期間	2022年11月15日～28日	2022年12月1日～14日
ターゲット(年代)	30～60代 女性	45～60歳 女性
ターゲット(エリア)	関東、関西、愛知	関東、関西、愛知
ターゲット(キーワード)	沖縄、オンラインショッピング、料理	オンラインショッピング、料理

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

クラフト体験やバーベキュープランなどを提供している事業者だが、体験商品の販売を目的とした広告配信ではターゲット設定が難しく広告配信効果を得られない可能性があるため、沖縄そばを広告配信の遷移先として設定した。1回目の広告配信でターゲットとなる年代が把握できたため、2回目の広告配信では1回目よりも年代を絞って広告配信を行った。

総括：

広告配信時期が年末に近いこともあり、年越しそば用の購入が非常に多い時期と重なった為、SNS 広告配信の効果を正確に測ることはできなかったが、例年以上に多くの予約注文を頂くことができた。好評な商品であるため定期的な購入に繋がるように、SNS の通常投稿の発信を継続して行っていきたい。

《1回目：A》



《1回目：B》



《2回目：A》



《2回目：B》



【伊江島】 BXB (ベストブルー)

種別	: 観光体験事業者
掲載商品	: ダイビング
広告目的	: 認知度の拡大
広告遷移先	: 事業者 Instagram
広告成果	: 100 人のフォロワー獲得

配信期間	2022 年 10 月 1 日～14 日	2023 年 1 月 15 日～28 日
ターゲット (年代)	全て	全て
ターゲット (エリア)	日本	神奈川、東京、沖縄、大阪、愛知、 埼玉、千葉、兵庫、福岡、静岡、北海道
ターゲット (キーワード)	海、スキューバダイビング	海、スキューバダイビング

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

広告配信時期が閑散期となることから、来期の夏にフォロワーに向けてダイビングやシュノーケルなどの商品情報を提供することを目的に、今期は認知度拡大のために広告配信を行った。1 回目の広告配信ではターゲット (年代) に大きな差は見られなかったが広告配信画像の A/B テストでは A パターンが高い数字を出していたため、2 回目の広告配信では A パターンを残しつつ、A パターンをアレンジした画像で広告配信を行い、効果測定を行った。

総括：

1 回目、2 回目ともに 2,000 を超えるクリック数を獲得出来ていたが、新規フォロワー数は 100 人のみとなった。この要因としては遷移先の Instagram の投稿頻度が少なく、投稿から投稿への間隔が空いてしまっていることが理由として考えられる。自社で広告配信を行う際は機会損失とならないように定期的な投稿を行ってきたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》



【伊江島】 伊江島ビーチサイドホースパーク

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	乗馬体験
広告目的	:	認知度の拡大
広告遷移先	:	Instagram
広告成果	:	200人のフォロー獲得

配信期間	2022年11月1日～14日	2023年1月15日～28日
ターゲット(年代)	全年代 女性	25歳以上 男性、女性
ターゲット(エリア)	関東、関西	日本
ターゲット(キーワード)	乗馬、馬、猫、沖縄、旅行、ビーチ	沖縄、乗馬

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

体験商品への遷移ではなく、広告配信の効果を図るために Instagram への遷移で広告配信を行った。

クリック率は1回目2.8%でBパターンの方が効果が高かったため、2回目の広告配信ではターゲットを狭くし1回目で反応の良かった広告の文章を変えてA/Bテストを行ったが、2回目のクリック率は1.7%と1回目よりも低い数値となった。

総括：

今回、2回広告配信を行ったが1回目、2回目ともに自社のターゲット以外の沖縄やビーチ、猫などを広告配信の設定に組み込んだため、配信先が広くなり、興味関心が高くないユーザーの元に多く届いたため、クリック率が低い結果となった。他の離島で乗馬を取り扱っている事業者はターゲット(キーワード)を乗馬のみに設定し高いクリック率を獲得していたため、今後はターゲットを明確にし、効果の高い広告配信を行ってきたい。

《1回目：A》

《1回目：B》

《2回目：A》

《2回目：B》



【伊江島】 有限会社 TM.Planning

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	民泊体験、マリンアクティビティ
広告目的	:	認知度の拡大
広告遷移先	:	事業者 Instagram
広告成果	:	130 人のフォロワー獲得

配信期間	2022 年 11 月 15 日～28 日	2023 年 1 月 15 日～28 日
ターゲット (年代)	20～55 歳 男性、女性	30 歳以上 男性、女性
ターゲット (エリア)	日本	日本
ターゲット (キーワード)	旅行、農業、畜産、アクティビティ	観光、旅行、沖縄

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

民泊体験を提供している事業者であるが、配信時期に自社ホームページでの予約受付機能の構築ができていなかったため、Instagram を遷移先とし民泊体験の魅力発信。認知度拡大の為に広告配信を行った。

1 回目の広告配信では民泊を意識するあまり農業や畜産などのキーワードを含めた結果、興味関心が高くないユーザーの元に届く結果となった。そのため、2 回目の広告配信は旅行を中心にキーワードに設定し広告配信を行った。

総括：

2 回広告配信を行ったが、2 回とも広告配信のターゲットが広がったため、クリック率が平均並みとなる。

今後、広告配信を行う際はターゲットを明確にし、広告配信用の画像も変更していく。また、民泊やその他体験商品の予約機能の公開後にはフォローして頂いている多くのユーザーへ周知を行っていく。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》



【伊江島】 株式会社伊江島物産センター

種別	:	特産品事業者
掲載商品	:	ラム酒
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	Yahoo!ショッピング
広告成果	:	9件 / 26,730円の売上げ獲得

配信期間	2022年9月15日～28日	2022年11月1日～14日
ターゲット(年代)	20～60代 男性、女性	35～64歳 男性、女性
ターゲット(エリア)	関東、関西、九州、沖縄	日本
ターゲット(キーワード)	お酒・おつまみ・料理・旅行・お土産	お酒・おつまみ・料理・旅行・お土産

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

これまで自社の商品で広告配信を行ったことがなく、本事業を通して初めて SNS の広告配信を行った。

1 回目と 2 回目で画像の A/B テストを行った。1 回目は画像の比較、2 回目は文字の比較を行い、事業者の考えとしては A パターンの方が効果が高いと配信前は考えていたが、広告配信の結果は B パターンの方が高い数値を獲得した。

総括：

SNS 広告配信を通してユーザーへ伝わりやすい画像の効果検証を行うことができ、今後活用する画像を考えるきっかけとなった。広告配信では 9 件の商品購入に繋げることができたが、費用対効果で考えるとあまり効果的ではなかったと言える。ただ、今回広告配信を行うことで自社のターゲット（年代など）を把握することができたのは収穫と考える。

今後、自社で広告配信などの広報活動を行う際は経費と収入のバランスを考えて取り組んでいきたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》



【伊江島】 みーぐる工房

種別	:	特産品
掲載商品	:	粗塩、万能塩
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	食べチョク商品ページ（【お試し】万能塩 100g と大粒粗塩 50g セット）
広告成果	:	39 件 / 87,550 円の売上げ獲得

配信期間	2022 年 9 月 1 日～14 日	2022 年 10 月 15 日～28 日
ターゲット（年代）	30 歳以上 男性、女性	34～64 歳 女性
ターゲット（エリア）	日本	日本
ターゲット（キーワード）	料理	料理

＜ 振り返り ＞

概要・SNS 広告配信結果：

本事業で商品掲載を行った「食べチョク」の商品ページを遷移先として、SNS 広告配信を実施。

食品関連の SNS 広告配信の平均クリック率は 1.2%と言われているが、1 回目：4.1%、2 回目：3.2%と高いクリック率を獲得することができ、商品購入にも繋げることができた。2 回の広告配信でクリエイティブの A/B テストを実施し、パターン B が非常に高い数値を獲得する結果となった。

総括：

本事業の SNS 広告配信施策で大きな売り上げをあげることができ、「今後は広告にかかる経費と収入のバランスを見て自身で広告を行っていききたい」と事業者よりコメントを頂いた。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：A》

《2 回目：B》

【伊江島】 伊江漁業協同組合

種別	:	特産品事業者
掲載商品	:	もずく
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	自社 EC サイト
広告成果	:	6 件 / 9,000 円の売上げ獲得

配信期間	2022 年 9 月 15 日～28 日	2022 年 11 月 1 日～14 日
ターゲット (年代)	30～60 歳 男性、女性	40 歳以上 男性、女性
ターゲット (エリア)	関東、関西	関東、関西
ターゲット (キーワード)	日本料理、シーフード	日本料理、シーフード

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

EC サイトに商品を掲載しているものの、EC サイトからの商品購入はなく、ほとんどが卸しや現地販売という状況だった。

本事業の SNS 広告配信では自社 EC サイトを遷移先として設定し、広告配信を行った。これまで商品の広報活動を行っていなかったが今回の広告配信で多くの方に商品を見て頂き、そして初めて EC サイトからの商品購入に繋がった。

総括：

今回、SNS 広告配信を行い、初めて EC サイトからの商品購入に繋がり、6 件の購入があったが、収穫時期から広告配信時期が離れていたこともあり、広告配信途中で在庫切れとなった。今後広告配信を行う際は在庫管理をしっかり行い、機会損失とならないように取り組んでいきたい。

《1 回目：A》	《1 回目：B》	《2 回目：A》	《2 回目：B》
<p>沖繩離島Topics ~地元民が教える離島情報~ 漁師が水揚げしてすぐにすぐに梱包するため新鮮なもずく!! 漁協直売ならではの大容量 5kg! 「生」もずくの美味しさ 知っていますか? 沖繩・伊江漁業協同組合から直送 iegyo.shop-pro.jp 沖繩の離島【伊江島】で育った生もずく。 詳しくはこちら</p>	<p>沖繩離島Topics ~地元民が教える離島情報~ 漁師が水揚げしてすぐにすぐに梱包するため新鮮なもずく!! 漁協直売ならではの大容量 5kg! 沖繩・伊江島産 FROM IE ISLAND もずくのおいしさを届けたい こだわりの「生もずく」 伊江漁業協同組合直送だからこそ大容量 5kg iegyo.shop-pro.jp 沖繩の離島【伊江島】で育った生もずく。 詳しくはこちら</p>	<p>沖繩離島Topics ~地元民が教える離島情報~ 漁師が水揚げしてすぐにすぐに梱包するため新鮮なもずく!! 漁協直売ならではの大容量 5kg! 「生」もずくの美味しさ 知っていますか? 沖繩・伊江漁業協同組合から直送 iegyo.shop-pro.jp 沖繩の離島【伊江島】で育った生もずく。 詳しくはこちら</p>	<p>沖繩離島Topics ~地元民が教える離島情報~ 漁師が水揚げしてすぐにすぐに梱包するため新鮮なもずく!! 漁協直売ならではの大容量 5kg! 沖繩・伊江島産 FROM IE ISLAND もずくのおいしさを届けたい こだわりの「生もずく」 伊江漁業協同組合直送だからこそ大容量 5kg iegyo.shop-pro.jp 沖繩の離島【伊江島】で育った生もずく。 詳しくはこちら</p>

【伊江島】 ぎぼ農園

種別	:	特産品事業者
掲載商品	:	島らっきょう
広告目的	:	認知度の拡大
広告遷移先	:	Instagram
広告成果	:	500 人のフォロワー獲得 (1,200 人→1,700 人)

配信期間	2023 年 1 月 1 日～14 日	2023 年 2 月 15 日～28 日
ターゲット (年代)	40～50 代 男性、女性	30～55 歳 男性、女性
ターゲット (エリア)	日本	日本
ターゲット (キーワード)	農業、食品、料理、ベジタリアン	農業、食品、料理、ベジタリアン

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

島らっきょうの収穫前で商品ページへ遷移させることができなかつたため、認知度拡大を目的に Instagram を広告配信の遷移先へ設定した。広告配信用のクリエイティブは、商品よりも事業者を覚えてもらうという目的のもと、A・B のクリエイティブともに商品と人を前面に出した広告配信を実施した結果、1 回目 1.86%、2 回目 1.87% のクリック率となった。もともとフォロワー数は多かったが、今回の広告配信施策の結果 500 名フォロワー数が増加した。

総括：

1 回目の広告配信では、島らっきょうの収穫前だったため Instagram で広告配信したが、その影響でフォロワー数が増加した。2 回目の広告配信の際に商品販売を間に合わせることができ、Instagram で商品販売の告知を行うと僅か 2 日で完売となった。今後も引き続き、Instagram のフォロワー獲得に向けて通常投稿などに取り組みつつ、フォロワーに対して商品販売の案内を行い、売上に繋げていきたい。

《1 回目：A》

《1 回目：B》

《2 回目：Aのみ》



【伊江島】 ie honey

種別	:	特産品事業者
掲載商品	:	はちみつ
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	食べチョコ商品ページ
広告成果	:	1件 / 2,500円の売上げ獲得

配信期間	2022年12月15日～28日	2023年2月1日～14日
ターゲット（年代）	30歳以上 男性、女性	45歳以上 男性、女性
ターゲット（エリア）	日本	日本
ターゲット（キーワード）	料理、食品	料理、食品

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

本事業の取り組みで初めて商品掲載を行った「食べチョコ」の商品ページを、SNS 広告配信の遷移先として使用した。食品関連の SNS 広告配信の平均クリック率は 1.20%とされている中、今回の広告配信のクリック数は、1回目 2.98%、2回目 2.65%と平均値を上回る数値を獲得することができた。だが、販売実績の獲得数は1件のみと、遷移先からの購入へあまり繋がらなかった。

総括：

今回、配信を行った画像が目を引き、多くのクリック数を獲得できたものの、商品購入にはあまり繋がらなかった。その要因としては、商品送料に原因があると考えている。瓶詰めの商品を発送するため、レターパックなどで発送ができず、送料が商品価格を上回ってしまった。今後は商品の発送方法を検討し、ページへ訪れた方の購入に繋がるように取り組んでいく。

《1回目：A》

《1回目：B》

《2回目：Aのみ》



【伊江島】 大城農園

種別	:	特産品事業者
掲載商品	:	トマト
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	食べチョク商品ページ
広告成果	:	5件 / 8,200円の売上げ獲得

配信期間	2023年1月15日～28日	2023年2月15日～28日
ターゲット(年代)	30～40代 女性	40歳以上 男性、女性
ターゲット(エリア)	関東、関西	関東、関西
ターゲット(キーワード)	料理、食品、ベジタリアン	料理、食品、美容

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

本事業の取り組みで、商品掲載を行った「食べチョク」の商品ページを、SNS 広告配信の遷移先として使用した。

平均クリック率は、1回目1.0%と平均値を下回る数値となったため、2回目の広告配信ではターゲットの年代を40歳以上へ変更したところ、クリック率は1.92%まで増加した。広告配信の効果により、5件8,200円の売上を獲得することができた。

総括：

今回の広告配信で、売り上げに繋げることができたものの、60,000円の広告費用に対して売上は8,200円と、費用対効果で見るとあまり効果的ではないことがわかった。今後は、広告配信ターゲットの分析や別の広報活動を検討する。

《1回目：A》

《1回目：B》

《2回目：A》

《2回目：B》

【津堅島】 津堅島 民宿 神谷荘

種別	:	特産品
掲載商品	:	オーシャンアート
広告目的	:	販売実績の獲得
広告遷移先	:	自社サイト
広告成果	:	0 件

配信期間	2022 年 12 月 15 日～28 日	2023 年 2 月 15 日～28 日
ターゲット (年代)	20～40 歳 男性、女性	20～30 歳 女性
ターゲット (エリア)	日本	日本
ターゲット (キーワード)	オーシャンアート、写真、ウエディング、観光、プレゼント、ギフト、ビーチ、沖縄離島、環境維持、ビーチクリーン	オーシャンアート、写真、ウエディング、観光、プレゼント、ギフト、ビーチ、沖縄離島、環境維持、ビーチクリーン

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

圧倒的に Instagram での女性からの反応が良く、1 回目は男女で配信したが、2 回目は女性にターゲットを絞って配信した。販売には繋がらなかったものの、配信期間中、サイト訪問数が通常より 2 倍近くあった。

総括：

広告配信期間は、自社サイトへの流入数が伸びを見せたものの購入には繋がらなかった。自社でも積極的に SNS を有効活用しているため、事業終了後も継続して発信を続ける。

《1 回目：A》



《1 回目：B》



《2 回目：A》



《2 回目：B》



【渡名喜島】（一社）渡名喜村観光協会

種別	:	観光体験事業者
掲載商品	:	集落散策ガイド
広告目的	:	認知度の拡大
広告遷移先	:	Instagram アカウント
広告成果	:	フォロワー331人獲得（664人→995）

配信期間	2023年1月1日～14日	2023年2月1日～14日
ターゲット（年代）	20～55歳 男性、女性	20～45歳 男性、女性
ターゲット（エリア）	東京、神奈川、大阪、福岡、沖縄	北海道、広島、東京、大阪、愛知
ターゲット（キーワード）	釣り、ジョギング(ランニング)、沖縄本島、海、写真、パケーション、自然	釣り、ジョギング(ランニング)、沖縄本島、海、写真、パケーション、自然

< 振り返り >

概要・SNS 広告配信結果：

沖縄離島の中でも知名度が低い渡名喜島の認知度を拡大し、これから旅行を計画しているユーザーにおけるファンづくりを目的として配信。1回目の広告配信では、SNS を見ているユーザーが多い正月から配信し、投稿のリアクション/保存数ともに高いエンゲージメントを獲得。2回目は、年代や配信エリアを変更し、多くのフォロワー獲得に繋がった。

総括：

1回目配信をお正月期間に設定したことにより通常の3倍のフォロワーを獲得でき、繁忙期の夏に向けて、渡名喜島の魅力を発信することができた。今後も、日々の Instagram 投稿を工夫し、島の魅力を発信し続け、繁忙期の来島促進に繋げていきたい。

《1回目：A》



《1回目：B》



《2回目：A》



《2回目：B》

