

二セコ町商工会
働き方改革推進支援助成金事業
実施報告書

令和6年2月
株式会社 TAISHI

I 事業の概要.....	3
II 実施事業	
1. 市場調査の事業	
【働き方改革意識調査】	
(1) 調査の概要	4
(2) 調査の結果	5
①回答事業者の属性	5
(1-1)業種.....	5
②人材に関する調査	5
(2-1)事業の繁閑状況.....	5
(2-2)人材の過不足状況.....	8
(2-3)人材不足を補う雇用受け入れの有無・方法.....	8
(2-4)雇用シェアの意向.....	10
(2-5)生産性向上の意識と取り組み.....	11
③労働時間に関する調査.....	14
(3-1)労働時間の実態.....	14
(3-2)休憩時間の実態.....	14
(3-3)従業員の労働時間の管理方法.....	15
(3-4)労使協定(36協定)の認知状況.....	15
④働き方改革に関する調査	16
(4-1)働き方改革関連法の改正内容の認知と実施状況.....	16
(4-2)労働時間管理の変化	17
(4-3)有給休暇取得の取り組み状況.....	17
(4-4)働き方改革関連法の改正内容達成に向けた取り組み	18
⑤調査結果のとりまとめ.....	19
2. 新ビジネスモデルの開発、実験の事業	
【Google ビジネスプロフィール登録・運用による誘客促進の実証】	
(1) 事業の概要.....	20
(2) 会員事業者の状況.....	21
(3) Google ビジネスプロフィール登録・管理の結果状況	21
(4) Google ビジネスプロフィール登録・管理の事業経過	22
(4-1)説明会の開催	22
(4-2)Google ビジネスプロフィール登録・運用.....	23
(4-3)SNS 広告による誘客事業の実施	25
(4-4)Google ビジネスプロフィール登録・管理実績	25
(5) Google ビジネスプロフィール登録・管理による誘客促進効果の検証.....	27
(5-1)顧客の GBP へのアクセス状況の把握.....	27
(5-2) GBP 登録・運用会員事業者のビジネスへの全体の閲覧と検索状況...	28
(6) 事例から見る GBP 登録・運用の効果.....	31
(7) 会員事業者の Google 広告掲載による誘客促進効果の検証	35
(7-1)Google 広告による誘客PRの概要.....	35
(7-2)事業の目的と結果.....	35
(8) 参考資料	36

I 事業の概要

事業名	働き方改革推進助成金事業（団体推進コース）
目的	<p>ニセコ町は、慢性的な労働力不足に加え新型コロナウイルスの影響により経営状況及び労働環境に大きな打撃を受けました。</p> <p>一方で、当町は豊富な観光資源を有する「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」に選ばれるなど、インバウンド需要による地域経済の活性化を図る上で大きな強みを有しています。</p> <p>そこで、ニセコ町商工会会員企業の時間外労働の削減や賃金引き上げなどのゆとりある労働環境の実現のため、インバウンドをはじめ、観光客をメイン・ターゲットとした町内事業所・店舗の集客支援施策を実施しました。</p>
実施事業	<p>① 市場調査の事業</p> <p>ニセコ町は、夏はラフティングやトレッキング、冬はスキーやスノーボードといったウィンタースポーツで賑わう観光地で、町内に観光に関わる事業者も多く存在します。</p> <p>そこで、会員事業者を対象としたアンケート調査を実施し、繁忙期や閑散期といった事業の季節変動による雇用や、所得の格差の実態を把握し、事業者間の雇用シェアリング等の新たな働き方の可能性を検討する基礎資料とします。</p> <p>これと併せて、働き方改革への意識や取り組み状況等を把握し、働き方改革を推進する上での会員企業の課題や方向性を共有します。</p> <p>② 新ビジネスモデル開発・実験の事業</p> <p>飲食業や小売業などのサービス業を対象に、インバウンドを中心に観光客を誘客するための効果的な宣伝活動のサポートを行います。</p> <p>具体的には、Google が提供する無料のサービス「Google ビジネスプロフィール」の登録と運用を代行し、スマートフォンを活用した店舗情報のインターネット検索を最適化し、お店の魅力を発信します。</p> <p>Google ビジネスプロフィールは、Google マップ上に表示されるビジネス情報で、日本語で登録したビジネス情報も自動で翻訳されるため、自国の言葉で Google マップを利用する外国人に対しても効果的に情報が伝わるものとなります。</p> <p>また、Google ビジネスプロフィールが最適化された信頼情報であることをエリアに訪れる来訪者に WEB 広告によって PR し、より一層の誘客につなげます。</p>
成果目標	110 事業主以上へ働き方改革の取り組み状況把握と企業宣伝活動のサポート
時期	令和 5 年 8 月 17 日（木）～令和 6 年 2 月 16 日（金）
地域	ニセコ町
事業主団体	ニセコ町商工会
構成事業主	ニセコ町商工会法定会員 220 事業主

II 実施事業

1. 市場調査の事業

【働き方改革意識調査】

(1) 調査の概要

事業名	働き方改革推進支援助成金事業
調査名	働き方改革意識調査
目的	<p>会員企業の労働環境をより良くするための現状調査として、働き方改革への取り組み状況と従業員の労働環境についての実態、繁忙期や閑散期といった事業の季節変動による雇用の実態把握のための調査を行いました。</p> <p>これらの調査結果をもとに、会員企業の課題を明らかにするとともに、分析結果から雇用シェアリング等の新たな働き方の可能性の検討を行いました。</p>
時期	令和5年8月17日(木)～令和6年2月16日(金)
地域	ニセコ町
対象	ニセコ町商工会構成事業者(法定会員)
サンプル数	配布サンプル数=220社/回収サンプル数=83社(回収率:37.7%)
調査方法	<p>①対面による調査と回収</p> <p>②ニセコ商工会より調査票を郵送し、FAX、郵送、インターネットにより回収</p>
調査項目	<p>① 人材に関する調査</p> <p>月毎の繁閑具合、その際の人材の過不足状況、人材不足時の雇用受け入れの有無、雇用受け入れ方法、雇用シェアについての意向、生産性向上のために必要だと感じる・実行していること</p> <p>② 労働時間に関する調査</p> <p>従業員の1日の労働時間、従業員の1日の休憩時間、労働時間管理方法、労使協定(36協定)の知名度</p> <p>③ 働き方改革に関する調査</p> <p>法改正内容の認知、法改正内容に向けた取り組み、労働時間管理の変化、年次休暇の取得状況、働き方改革に向けた具体的な取り組み内容</p> <p>④ 事業者の属性</p> <p>事業所名、郵便番号、所在地、業種、代表者名</p>
調査主体	ニセコ町商工会
実施機関	株式会社 TAISHI

(2) 調査の結果

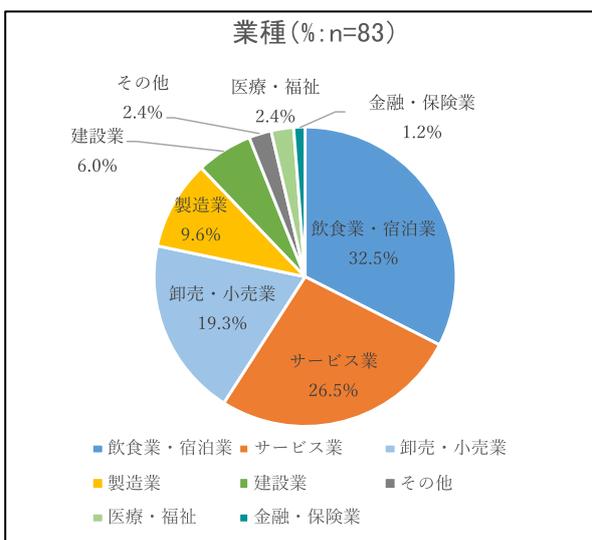
① 回答事業者の属性

(1-1) 業種

回答した事業所は、飲食業・宿泊業が最も多く(32.5%)、次いでサービス業(26.5%)、卸売・小売業(19.3%)と、これら3業種で全体の78.3%を占めています。

この次に、製造業、建設業、その他、医療福祉、金融・保険業と続いています。

・その他：農業、未記入、各1名

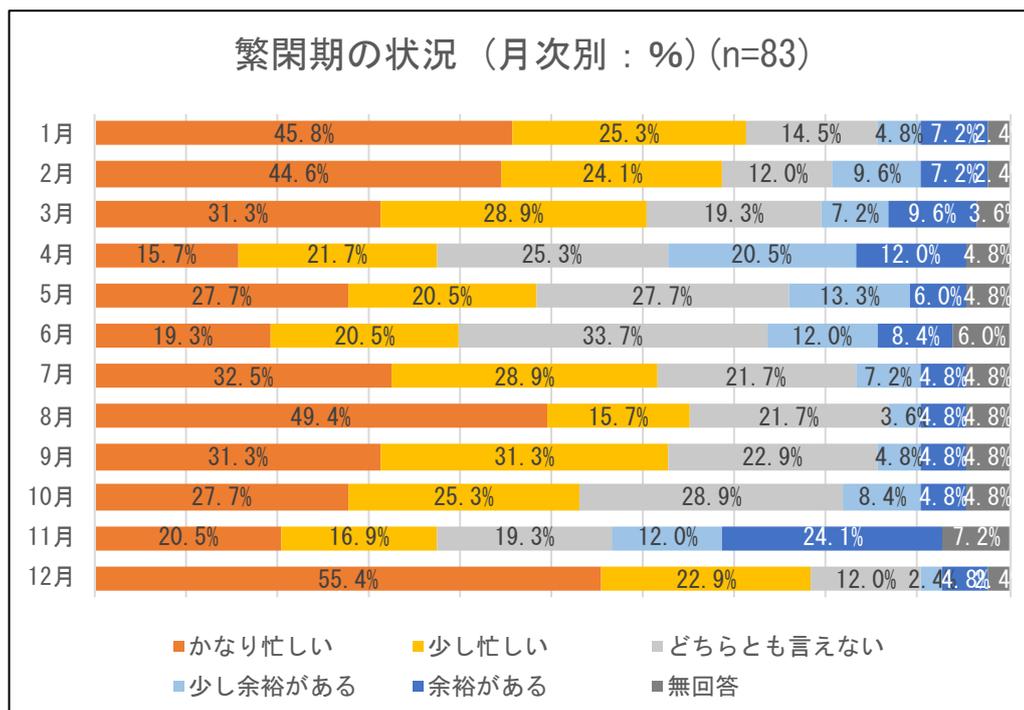


② 人材に関する調査

(2-1) 事業の繁忙状況

全体では、12月～2月が「繁忙期」(かなり忙しい、少し忙しい)となり、4月、11月が「閑散期」(余裕がある、少し余裕がある)となっていることがうかがえます。

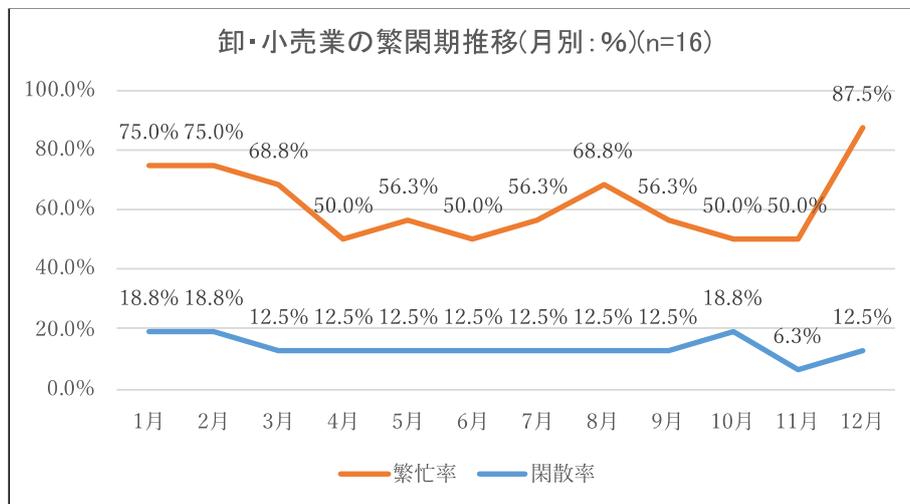
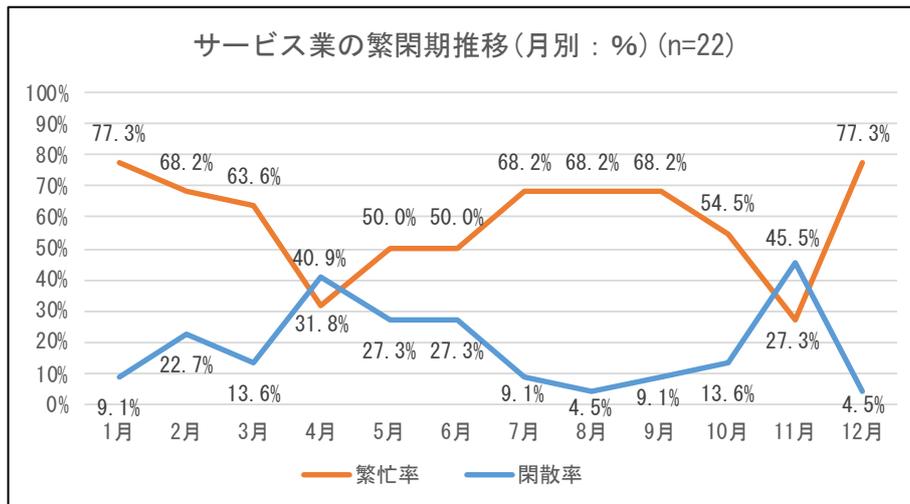
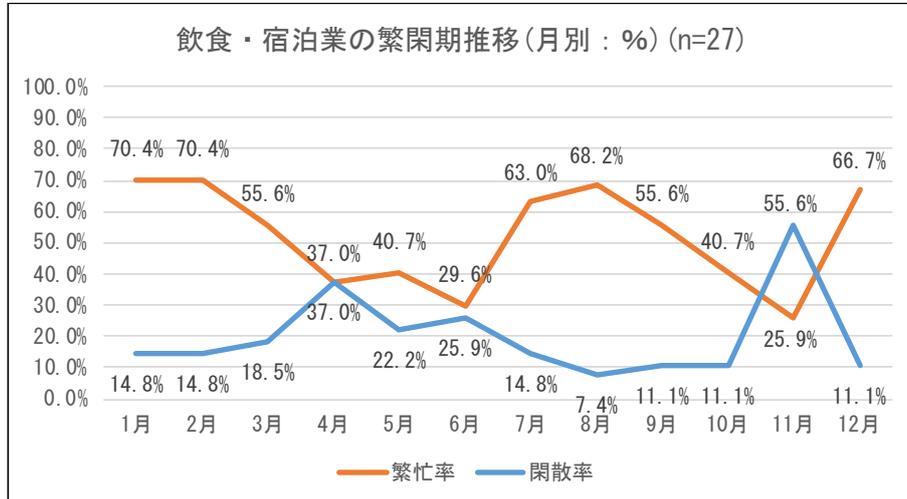
冬季のニセコ町はウィンタースポーツで賑わう観光地なことから、上記の傾向が強いことが推測されます。これを業種別に見ると、以下のようなパターンになっています。

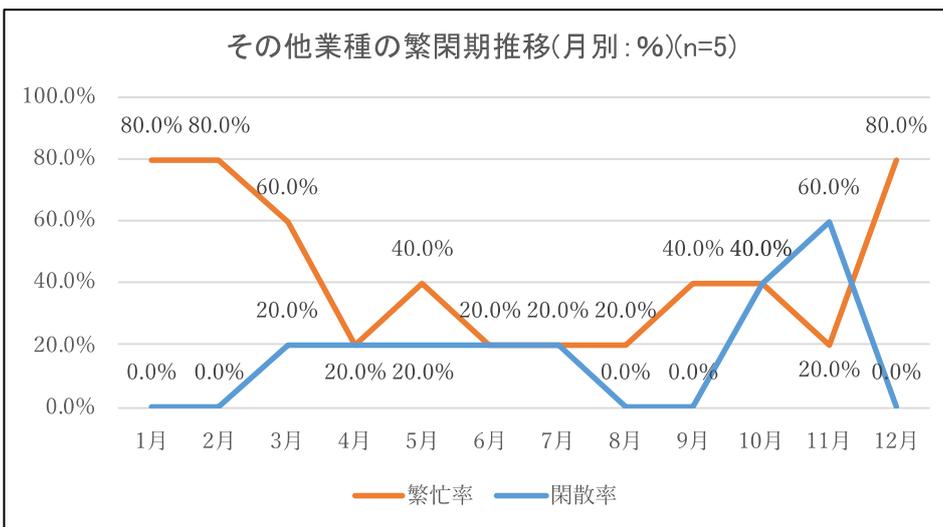
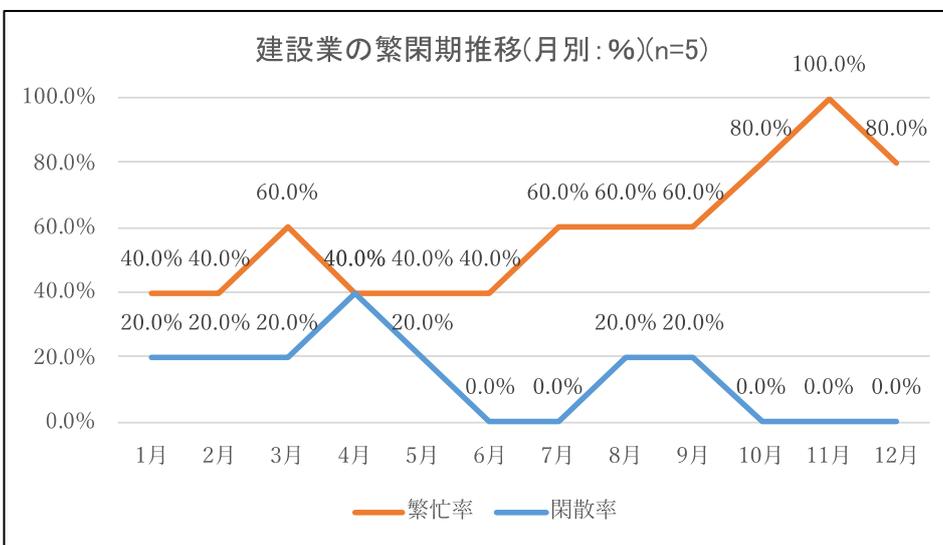
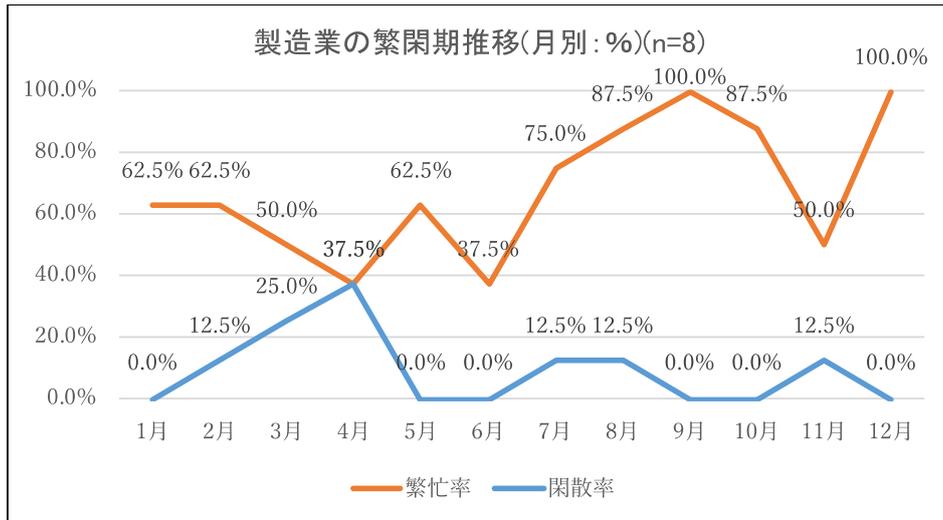


全体では、12月～2月が「繁忙期」（かなり忙しい、少し忙しい）となり、4月、11月が「閑散期」（余裕がある、少し余裕がある）となっていることがうかがえます。

冬季のニセコ町はウィンタースポーツで賑わう観光地なことから、上記の傾向が強いことが推測されます。

これを業種別に見ると、以下のようなパターンになっています。



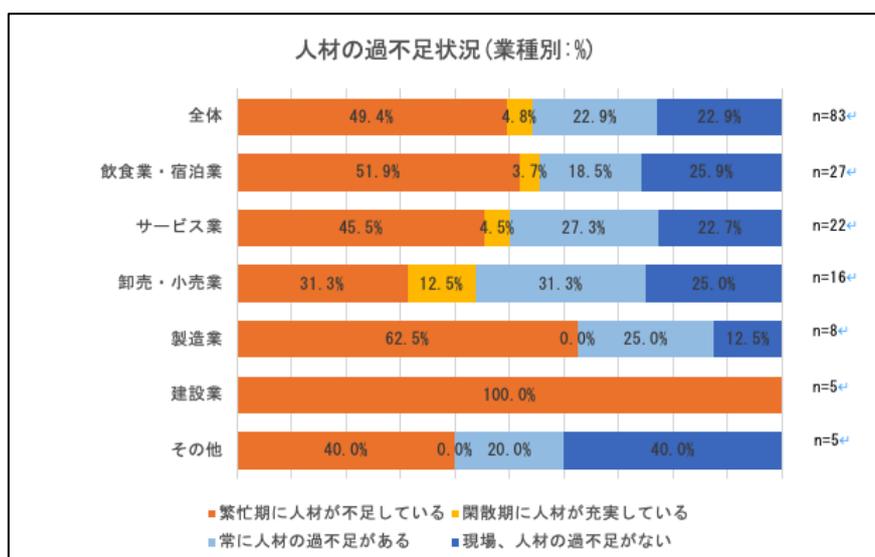


業種全体のグラフでもわかるように、どの業種でも12月～2月は繁忙期となっています。一方で、多くの業種で繁忙期となっている時期でも、5～6月の飲食・宿泊業の閑散傾向が比較的大きいことや、1～2月の建設業の繁忙傾向が比較的小さいことなど、業種によって雇用シェアリングの可能性があることがうかがえます。

(2-2) 人材の過不足状況

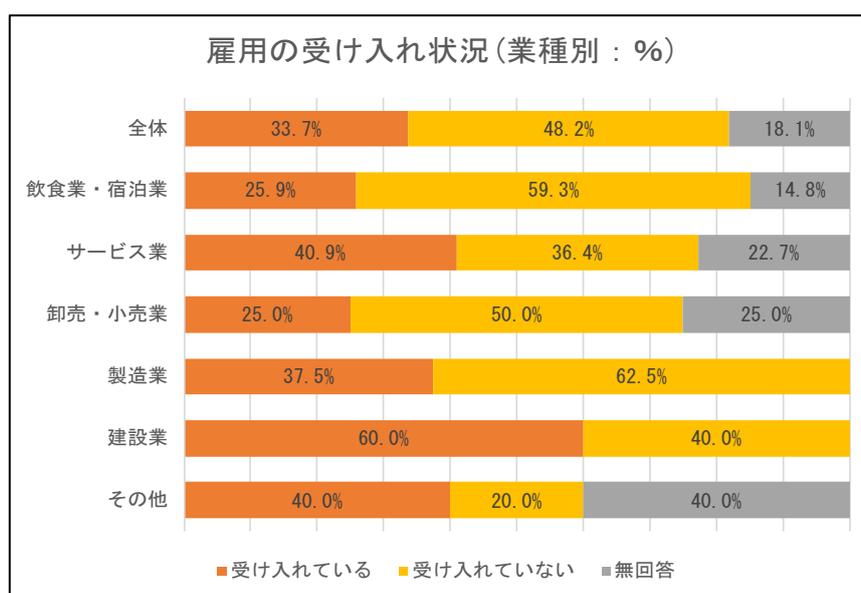
全体では「繁忙期に人材が不足している」が最も多くなっています(49.4%)。次いで「常に人材の過不足がある」と「現場、人材の過不足がない」が同票となっており(22.9%)、「閑散期に人材が充実している」が4.8%となっています。

このことから会員事業所が人材不足の課題を抱えていることがうかがえます。また、製造業と建設業は特に「繁忙期に人材が不足している」事業所が多く、建設業は得票率が100%となっています。



(2-3) 人材不足を補う雇用受け入れの有無・方法

全体では「受け入れている」が33.7%、「受け入れていない」が48.2%となっています。どの業種も雇用を受け入れていない事業所のほうが多い傾向がありますが、繁忙期の人材不足が著しい建設業では、雇用を受け入れる事業所が過半数を超えており、人材不足解消の動きが見られます。

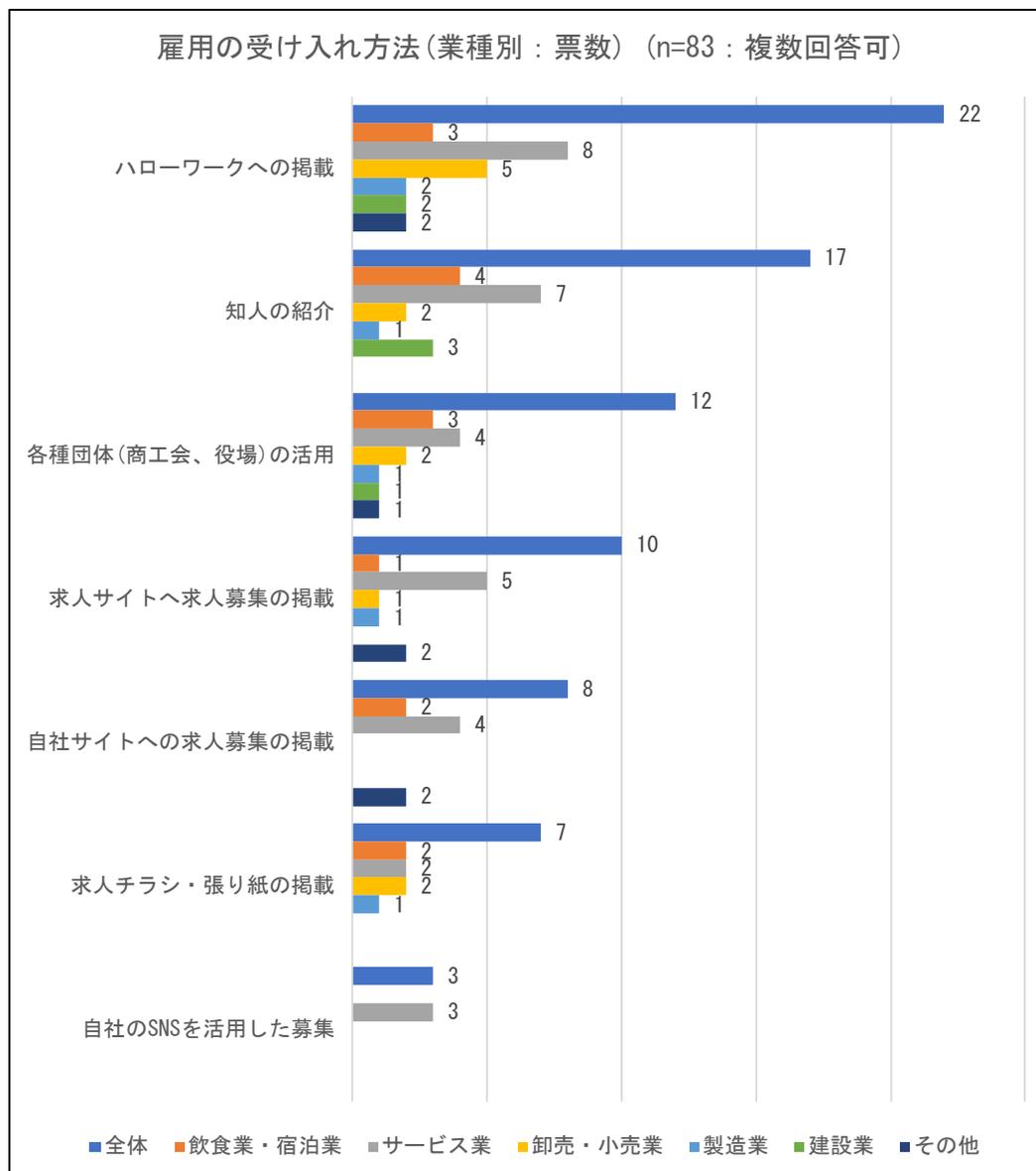


繁忙期の人材不足や人材不足の常態化を解消するために事業所が行なっている雇用の受け入れ方法は、全体で「ハローワークへの掲載」が最も多くなっており、次いで、「知人の紹介」となっています。

これらの得票数が多いことから、雇用の受け入れは、上記の2つの方法を中心に行われていることが分かります。

そして、「各種団体(商工会、役場)の活用」、「求人サイトへの求人募集の掲載」、「自社サイトへの求人募集の掲載」、「求人チラシ・張り紙の掲載」といった方法を採用する事業所もある程度見られます。

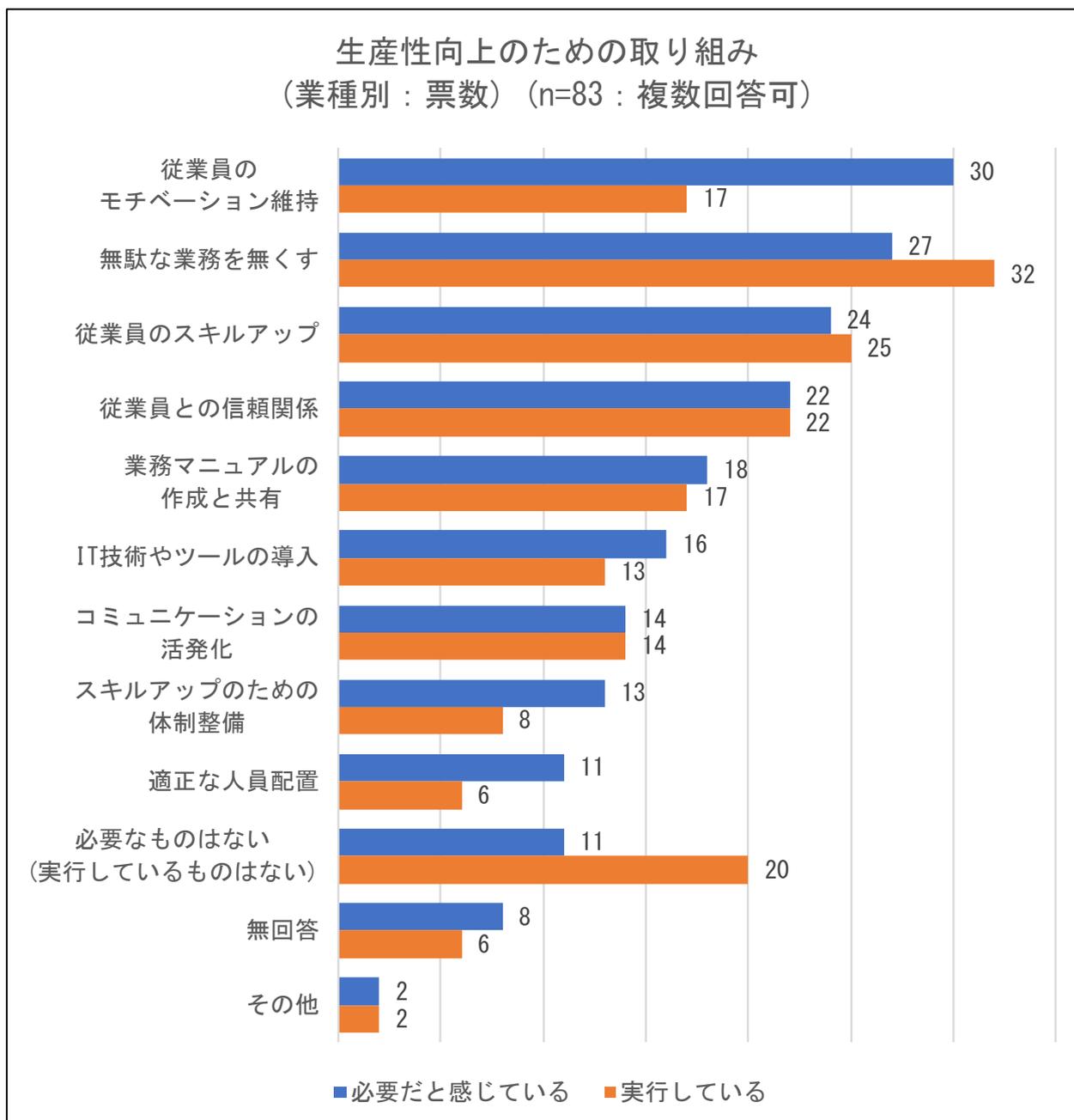
また、業種別に見ると、概ねどの業種も多様な雇用の受け入れ方法を採用していることが分かりますが、サービス業だけが「自社のSNSを活用した募集」を行っているなど、業種による受け入れ方法の違いも見られます。



(2-5) 生産性向上の意識と取り組み

生産性向上のために必要と感じていることとして、全体では「従業員のモチベーション維持」が最も多く、次いで「無駄な業務を無くす」、「従業員のスキルアップ」となっています。

しかし、生産性向上のために実行していることは「無駄な業務を無くす」が最も多く、次いで「従業員のスキルアップ」、「従業員との信頼関係」となっており、必要と感じながらも、なかなか実行に至っていない状況がうかがえます。



【生産性向上に向けた必要意識比率と実行比率の相関図(業種別)】

次の表は、生産性向上のために「必要だと思う比率」を横軸に、「実行している比率」を縦軸とする平面に、各項目をプロットした「必要意識度」と「実行度」の業種別相関図になります。

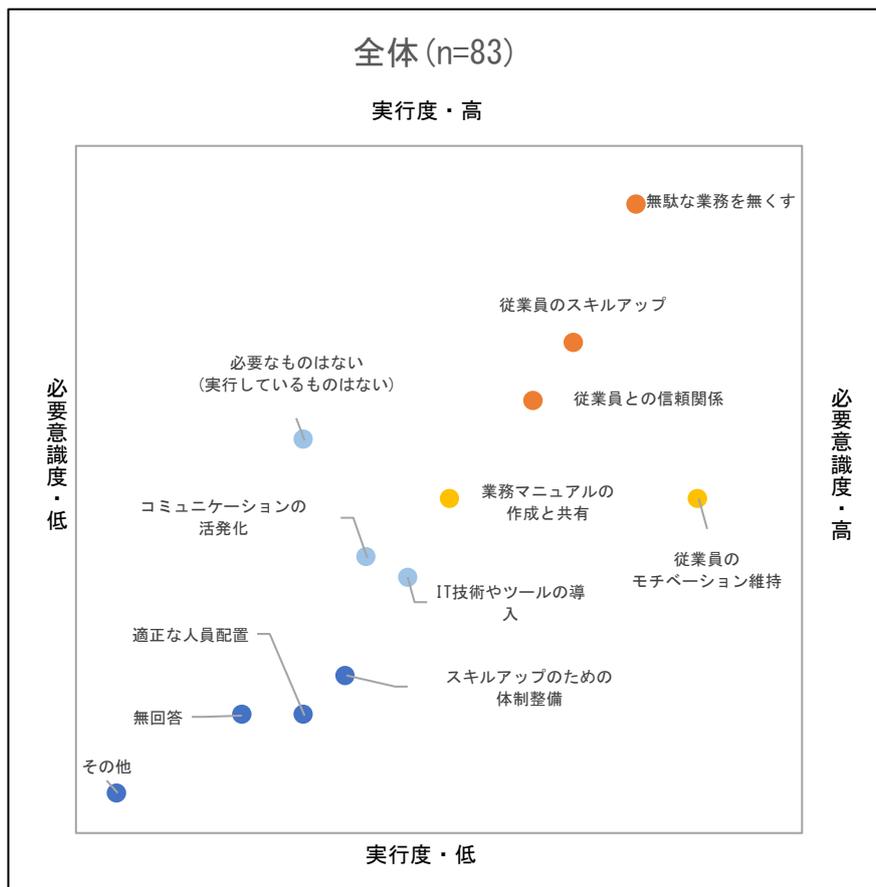
これを見ると、「無駄な業務を無くす」について、どの業種でも実行度が高くなっていますが、建設業は必要意識、実行度ともに非常に低くなっています。

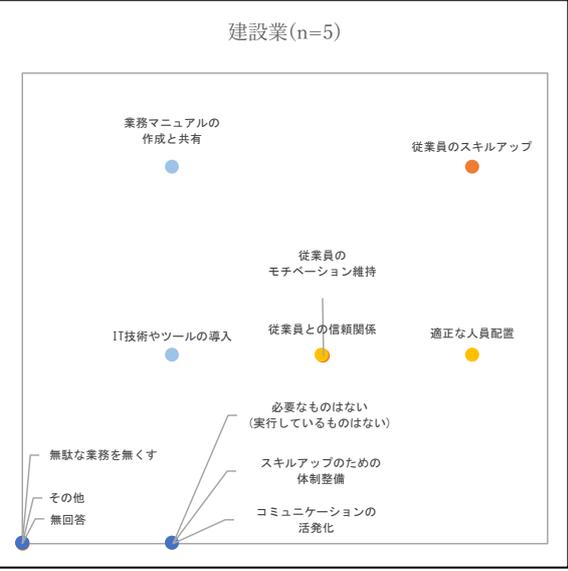
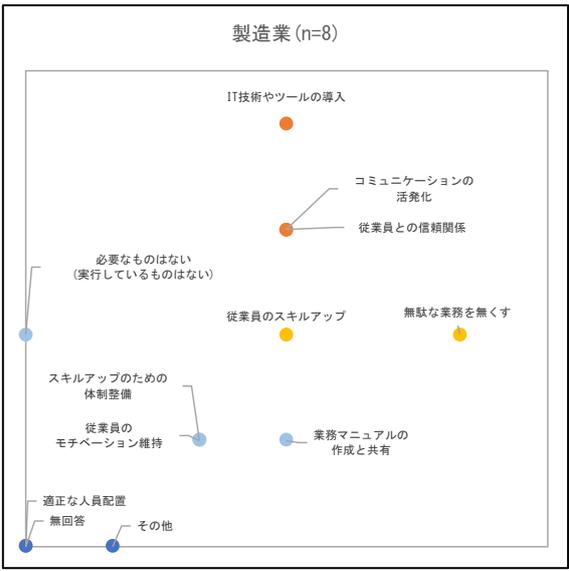
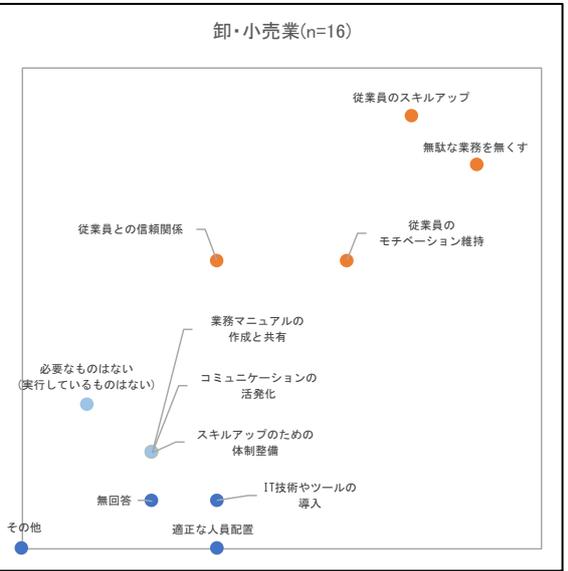
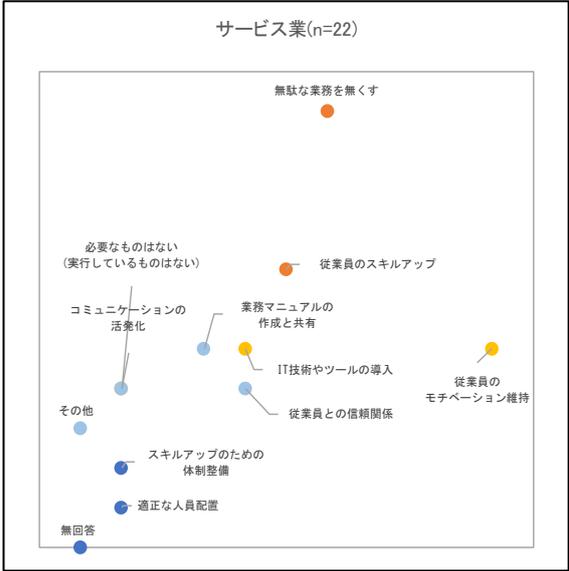
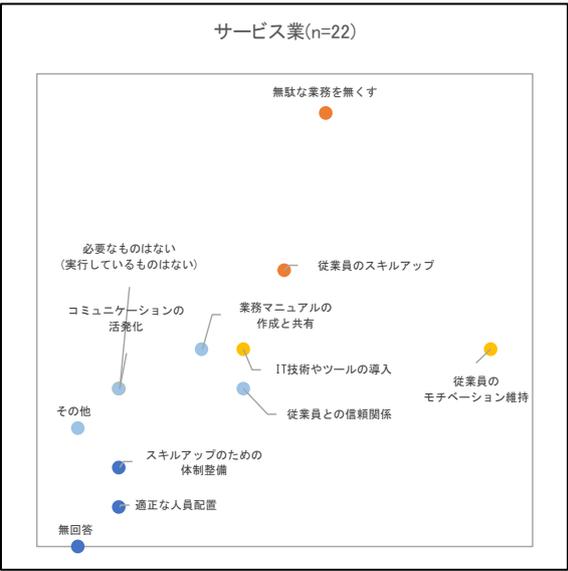
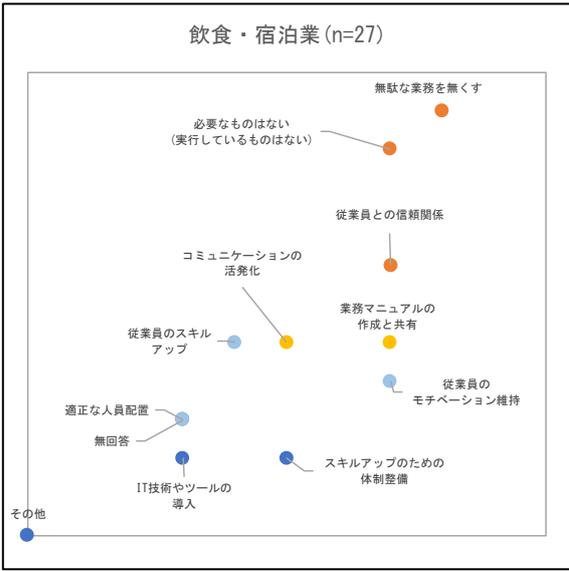
また、「従業員との信頼関係」についても、どの業種でも実行度が高くなっていますが、サービス業は実行度が低くなっています。

以上のように、業種により実行度に違いはありますが、「無駄な業務を無くす」、「従業員との信頼関係」については、どの業種でも実行度が高い傾向が見られます。

ここで、必要意識度は高い一方で実行度が低い取り組みに注目すると、飲食・宿泊業、サービス業は「従業員のモチベーション維持」の必要意識度が高いですが、実行度は低い傾向が見られます。

このような取り組みは、実行に移すための環境整備が必要だと考えられます。



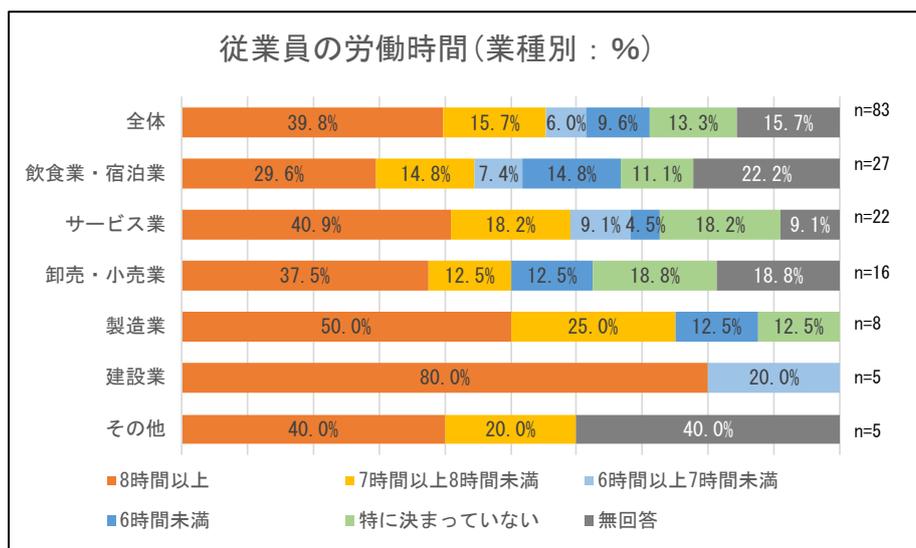


③ 労働時間に関する調査

(3-1) 労働時間の実態

全体では、「(一番多い時で)8時間以上」が最も多く(39.8%)、次いで「7時間以上8時間未満」(15.7%)、「特に決まっていない」(13.3%)となっています。

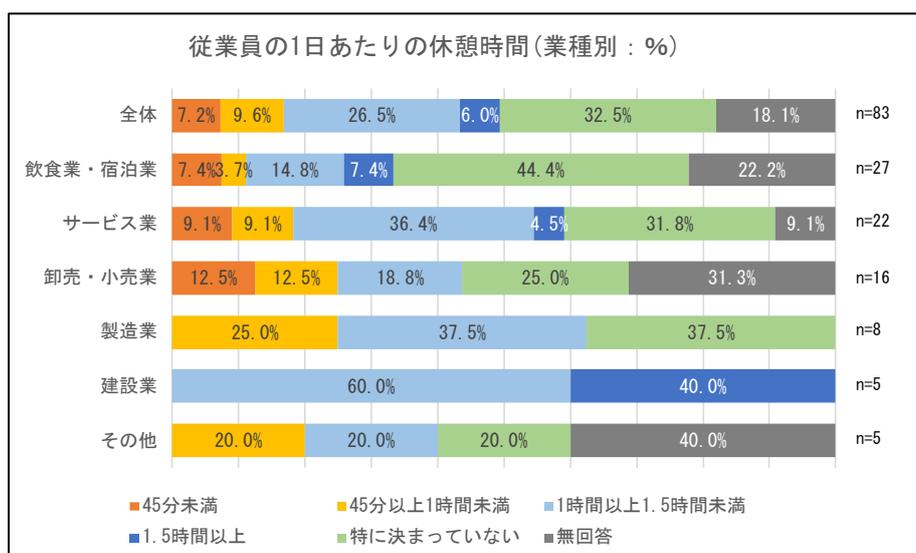
業種別では、建設業の労働時間が「8時間以上」が80.0%と他業種に比べて多い傾向にあることがうかがえます。



(3-2) 休憩時間の実態

1日あたりの休憩時間は、全体では「特に決まっていない」が最も多く(32.5%)、次いで「1時間以上1.5時間未満」(26.5%)となっており、全体の中で最も少ないのは「1.5時間以上」(6.0%)ですが、建設業は40.0%と高い比率となっています。

また、「45分以上1時間未満」について、製造業では25%と比較的多いですが、建設業では0.0%となっているなど、業種により休憩時間の取り方が異なっていることが分かります。

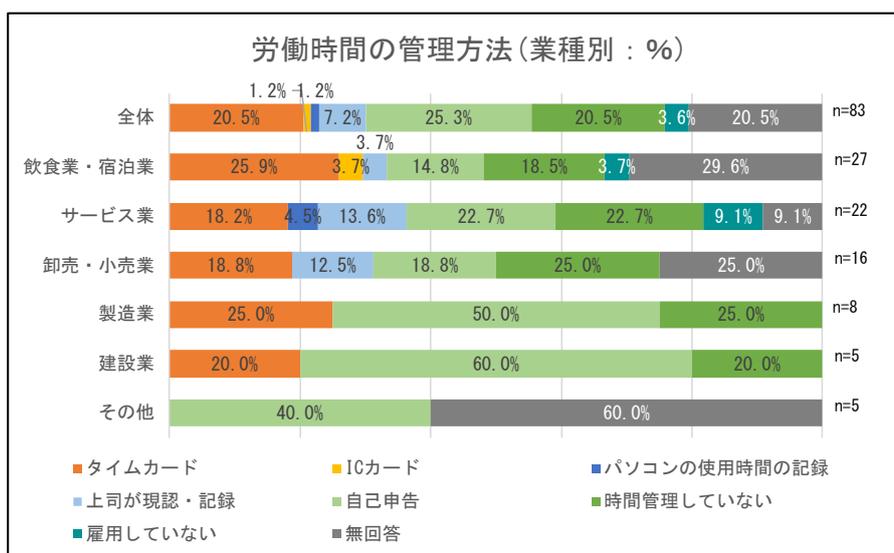


(3-3) 従業員の労働時間の管理方法

全体では、「自己申告」が最も多く(25.3%)、次いで「タイムカード」、「時間管理していない」が同数(20.5%)となっています。

どの業種も、「自己申告」、「タイムカード」による時間管理が中心であり、「時間管理していない」という事業所も各業種に一定数以上見られます。

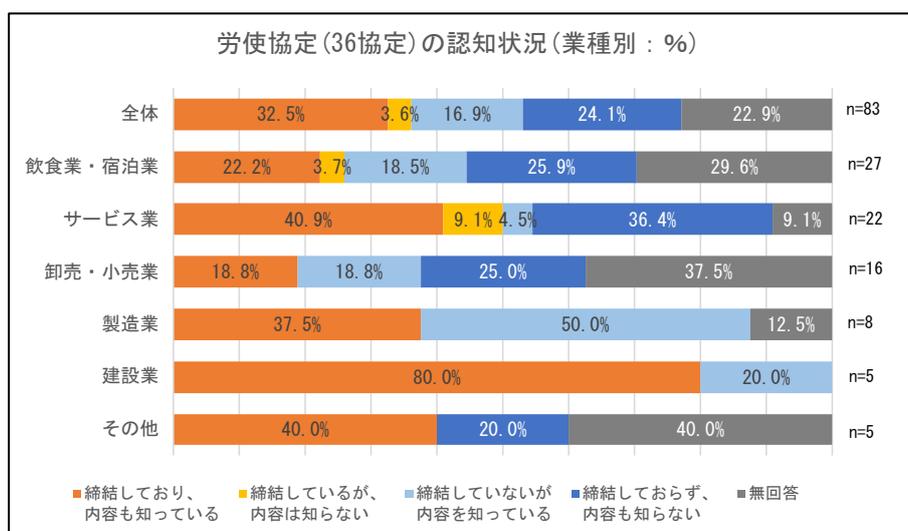
また、「ICカード」は飲食・宿泊業、「パソコンの使用時間の記録」はサービス業でのみ使用されている方法であり、特定の業種でしか採用されていない時間管理方法があることが分かります。



(3-4) 労使協定(36協定)の認知状況

代表的な労使協定である、時間外労働や休日労働に関する36協定について、全体では「締結しており内容も知っている」が最も多く(32.5%)、次いで「締結しておらず、内容も知らない」(24.1%)となっています。

また、製造業、建設業の認知度が高い一方で、サービス業は認知度が低く、業種によって認知状況が異なっていることが分かります。

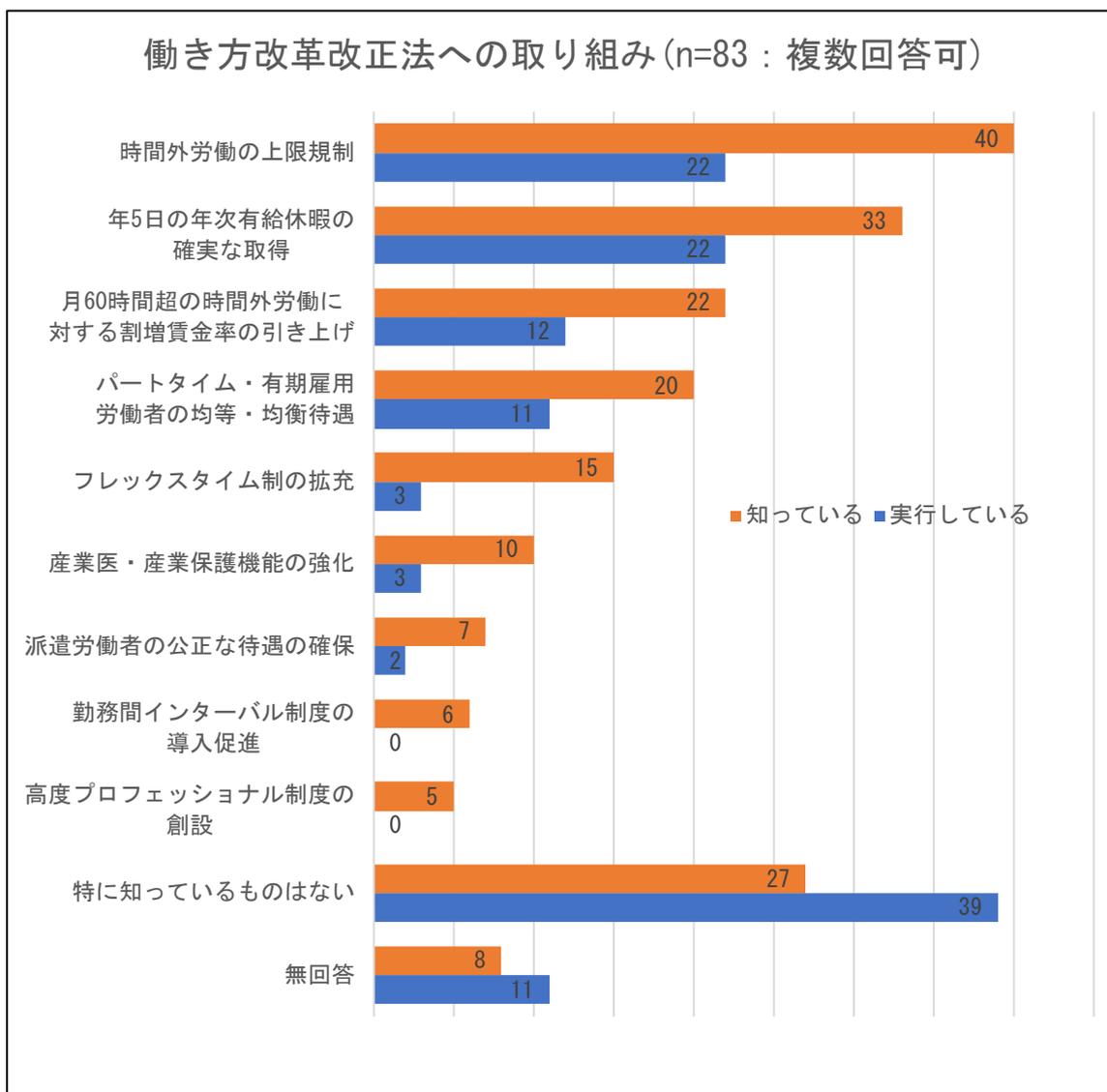


④ 働き方改革に関する調査

(4-1) 働き方改革関連法の改正内容の認知と実施状況

働き方改革関連法の改正内容の認知、及び実施状況ともに、「時間外労働の上限規制」「年5日の年次有給休暇の確実な取得」の比率が高くなっています。

一方で、「特に知っているものはない」、「実行していることはない」という意見も多く、働き方改革への意識が低い状況がうかがえます。

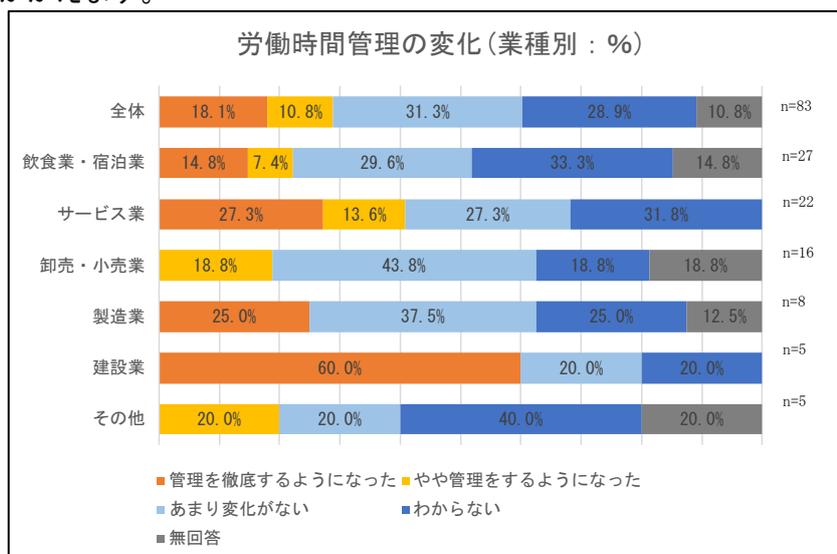


(4-2) 労働時間管理の変化

時間外労働の上限規制を受けて、全体で「管理を徹底するようになった」、「やや管理をするようになった」という事業所を合わせても 28.9%と、「あまり変化がない」(31.3%)事業所の方が多いたことが分かります。

一方で、サービス業と建設業は、「管理を徹底するようになった」という回答が「あまり変化がない」事業所を上回っています。

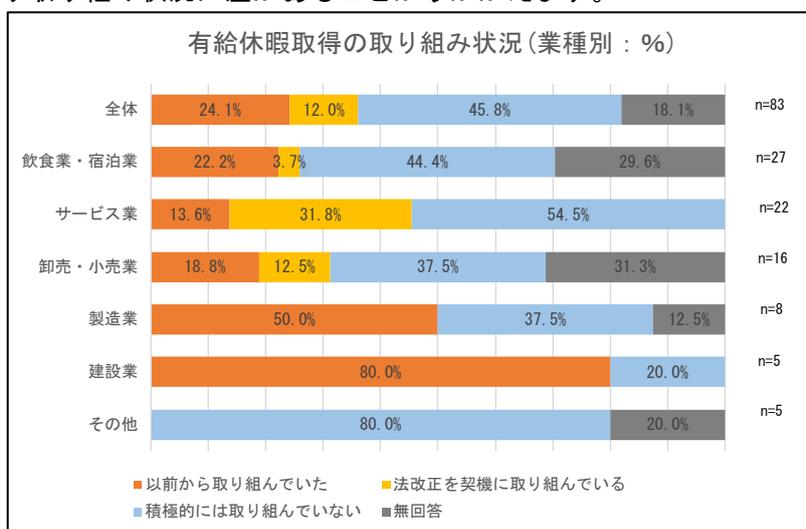
このように、時間外労働の上限規制を受けても、労働時間管理について変化がない事業所は多いですが、サービス業や建設業など、労働時間の管理に積極的に取り組んでいる業種もあることがうかがえます。



(4-3) 有給休暇取得の取り組み状況

年次有給休暇の確実な取得に関して、全体では「積極的には取り組んでいない」が最も多く(45.8%)なっています。

業種別に見ると、製造業と建設業は「以前から取り組んでいた」が半数以上を占めており、サービス業も、「以前から取り組んでいた」、「法改正を機に取り組んでいる」が合わせて 45.4%と、業種により取り組み状況に差があることがうかがえます。



(4-4) 働き方改革関連法の改正内容達成に向けた取り組み

働き方改革への取り組みについて自由意見は、以下のように整理されます。

働き方改革関連法の改正内容の実現に向けた具体的な取り組み
シフトバーの一本化
給与明細に記述している。
紙面および声かけでの通知
時間外労働、有給管理を徹底し、従業員にその都度伝えている。
時間外労働、有給休暇取得に向け上司が部下へ声掛けを行っている
時間外労働をさせない。
社労士から色々聞いて、パートアルバイトの子達への対応をしている。
上司から部下への指示
上司が部下への声かけを行なっている等。
声かけ
部下への声掛け
労働者との確認事項を話し合うようにしている。

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) 属性	(1-1) 業種	飲食・宿泊業が最も多く(32.5%)サービス業、卸売・小売業の3業種で全体の78.3%を占めています。
(2) 人材	(2-1) 事業の繁忙状況	概ねどの業種でも4,11月が閑散期、12~2月が繁忙期になっています。飲食・宿泊業や建設業など、業種により一方が閑散期、他方が繁忙期となることがあります。
	(2-2) 人材の過不足状況	繁忙期に人材が不足している事業所が約半数を占め、多くなっています。建設業は特にこの傾向が強いです。
	(2-3) 人材不足を補う雇用受け入れの有無・方法	雇用を受け入れてない事業所が多い傾向があります。また、受け入れ方法はハローワークへの掲載と知人紹介が中心となっています。
	(2-4) 雇用シェアの意向	「希望しない」が最も多く(47.0%)、「興味があるので話だけ聞いてみたい」は(13.3%)となっています。
	(2-5) 生産性向上の意識と取り組み	必要度も実行度も高いのは、「無駄な業務を無くす」であり、「従業員のモチベーション維持」は、必要度は高いものの実行度が低い傾向にあります。
(3) 労働時間	(3-1) 労働時間の実態	8時間以上(39.8%)が最も多くなっています。特に、建設業は8時間以上の事業所が多い傾向にあります。
	(3-2) 休憩時間の実態	全体的に特に決まっていない事業所が多く(32.5%)、次いで「1時間以上1.5時間未満」(26.5%)となっています。建設業は「1.5時間以上」が40%と高くなっています。
	(3-3) 労働時間の管理	どの業種も自己申告とタイムカードによる管理が中心です。「ICカード」は飲食・宿泊業、「パソコンの使用時間の記録」はサービス業でのみ使用され、特定の業種にしかない時間管理方法があります。
	(3-4) 労使協定(36協定)の認知状況	「締結し内容も知っている」が最も多く(32.5%)、製造業、建設業の認知度が特に高いです。
(4) 働き方改革	(4-1) 働き方改革関連法の改正内容の認知と実施状況	認知、実施ともに、時間外労働の上限規制、年次有給休暇の確実な取得の比率が高いです。一方で特に知っていること、実施していることはないという意見も多いです。
	(4-2) 労働時間管理の変化	「あまり変化がない」が31.3%と、「管理を徹底する」、やや管理をするようになったよりも多くなっています。一方で、サービス業や建設業では労働時間管理の徹底に積極的な傾向があります。
	(4-3) 有給休暇取得の取り組み状況	「積極的には取組んでいない」が最も多く45.8%となっています。製造業や建設業などは「以前から取組んでいた」が多く、業種により取組み状況が異なっています。

働き方改革を推進する上での課題

人手不足の解消

労働時間管理のシステム化・簡便化に関する支援

各業種の繁忙期の差を活用した人材・雇用シェアの推進

2. 新ビジネスモデルの開発、実験の事業

【Google ビジネスプロフィール登録・運用による誘客促進の実証】

(1) 事業の概要

事業名	スマホ検索の最適化ツール登録・運用による誘客実証事業
目的	労働者の賃金賃上げを実現するためには、売り上げを拡大する必要があります。そこで、主に小売業や飲食・宿泊などのサービス業を対象に、インバウンドを中心に観光客を誘客するための効果的な宣伝活動のサポートを行いました。
実施事業	説明会の開催、参画希望事業者の取材、スマホ検索の最適化情報登録・運用（アカウント登録、ビジネス登録）、最適化ツールの運用代行、SNS広告による誘客、誘客促進効果の検証・とりまとめ
成果目標	閲覧数の実績、マップ検索数の実績、テレコール数の実績、Google ビジネスプロフィール導入の評価
時期	令和5年9月14日（木）～令和6年2月16日（金）
地域	ニセコ町
事業主団体	ニセコ町商工会
構成事業主	ニセコ町商工会法定会員 220 事業主

(2) 会員事業者の状況

ニセコ町商工会の業種別法定会員数は以下のとおりです。

216の法定会員を対象に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・小売業」「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」「サービス業」の業種の中から、飲食業、小売業、サービス業といったBtoC事業を展開する事業者を中心に、積極的な登録・運用の働きかけを行いました。

■業種別法定会員数

No.	業種	法定会員数
1	農業・林業	3
2	建設業	25
3	製造業	17
4	運輸業・郵便業	6
5	卸売業・小売業	32
6	金融業・保険業	1
7	不動産業・物品賃貸業	5
8	宿泊業・飲食サービス業	79
9	医療・福祉	1
10	サービス業(その他に分類されないもの)	51
合計		220

(3) Googleビジネスプロフィール登録・管理の結果状況

Googleビジネスプロフィールの登録・運用における集客の有効性を理解し、登録・運用に至った会員は以下の通りです。

■飲食業、小売業、サービス業別登録状況

No.	業種	GBP登録・運用数	総事業所・店舗数	GBP登録・運用率
1	飲食業	11	38	28.9%
2	小売業	13	32	40.6%
3	サービス業	20	94	21.3%
4	その他	12	56	21.4%
合計		56	220	25.5%

(4) Google ビジネスプロフィール登録・管理の事業経過

事業概要に示すとおり、説明会の開催、Google ビジネスプロフィールの登録・運用、広告による誘客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	集客力アップのためのスマホ検索対応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5年9月14日(木) ①15:00~16:00 ②19:00~20:00
会場	ニセコ町民センター
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 Google ビジネスプロフィール登録の流れの説明 ③ お申し込み案内

■説明会開催の様子



■説明会開催の案内チラシ

地域活性化のための

スマホ検索対応 支援サービス説明会

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し難いなるスマートフォン。や、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?お店探しのスタンダードとなりつつあるGoogleビジネスプロフィールで貴方のお店をPRしましょう。

集客を手助けするGoogleビジネスプロフィールの登録から運用までの支援を **無料で行います!**

9月14日(木) 昼の部: 15:00~16:00
夜の部: 19:00~20:00

会場: ニセコ町民センター(ニセコ町富士見9-5) ※ご都合の良い時間帯にて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)。

説明会のお申し込みについては、裏面のお申し込み方法をご覧ください。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。

支援サービス内容

<p>Googleビジネスプロフィール 登録</p> <p>Googleアカウントの取得、ビジネスプロフィールの登録(オーナー登録・登録)</p> 	<p>Googleビジネスプロフィール 店舗情報最速化</p> <p>ビジネス概要、サービス紹介、写真掲載、特等情報の掲載を支援</p> 	<p>Googleビジネスプロフィール 運用代行</p> <p>口コミ管理・返信、投稿の代行</p> 
---	---	---

【主催】ニセコ町商工会 【委託事業者】株式会社TAISHI

(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登録・運用支援
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5年9月19日(火)～令和6年2月16日(金)
対象	56件
内容	① 会員事業者の取材・撮影 ② Google アカウントの登録・オーナー登録 ③ Google ビジネスプロフィールの運用（情報入力・写真掲載等）

■取材ツール

事業者プロフィールシート

Googleマップ掲載		オーナー管理	
事業所名		業種	
住所			
電話番号		代表者名	
<弊社記入欄>			
取材日	/	取材担当者	カバー写真 外観・その他()
Gmailアカウント 事業者・新規		ID	@gmail.com
		PW	
確認事項	【備考】		

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・カテゴリ		
営業時間 定休日	月曜日	HP	無・有	
	火曜日			
	水曜日	SNS (Twitter/instagram/Facebook)	無・有	
	木曜日			
	金曜日			【URL・ID・検索ワード等】
	土曜日			
	日曜日			
	その他			
ビジネス説明	●サービス内容	【創業歴】		
	●おすすめ情報	【予約】 可・不・必須 予約方法や備考		
	●店舗様からのPR	【支払い方法】 現金 クレジットカード 電子マネー		
	●その他	【駐車場】 無・有()台		

■登録・運用イメージ

実施事業者

住所・URL の修正追加

説明文の追加

<p>▼</p> <p>ビストロフレンチ&ロッヂ シェドウッド</p> <p>4.1 ★★★★★ (44) ・ 3 時間 57 分 フランス料理店 ・ ¥ 4,000 ~ 5,000</p> <p>経路 ナビ開始 電話 保存</p>	<p>▼ ビストロフレンチ&ロ…</p> <p>概要 メニュー クチコミ 写真 最新情報</p> <p>この場所の詳細情報 ></p> <p>〒048-1511 北海道虻田郡ニセコ町ニセコ3 3 6 - 1</p> <p>1人あたり ¥ 4,000 ~ 5,000 4人のユーザーが報告</p> <p>facebook.com</p> <p>情報の修正を提案</p> <p>すべて表示</p> <p>総合評価</p> <p>4.1 ★★★★★ (44)</p>	<p>メニュー クチコミ 写真 最新情報 情報</p> <p>ビストロフレンチ&ロッヂ シェドウッド による説明</p> <p>「ビストロフレンチ&ロッヂシェドウッド」へのご来店・ご宿泊、心よりお待ちしております。当ロッジは、築100年近くの歴史を持ち、一人旅からご家族、グループ様まで、大人から子供まで、ゆっくりとした時間を楽しんでいただける宿となっております。ニセコの山の麓、四季折々の美しい風景の中で、シェドウッドらしい温かみのある空間をご提供いたします。当ロッジ併設のレストランでは、旬の地元食材を使用した料理を提供しております。幅広い年齢層の方々に楽しんでいただけるメニューを取り揃えておりますので、美味しいフレンチをぜひご堪能ください。【ロッジについて】チェックイン 15:00-18:00 ※18時以降のチェックインについてはお問合せください。チェックアウト 10:00【レストランについて】・ランチは予約優先、空きがあれば対応させていただきます。・ディナーは予約のみの営業、受付は14時までとさせていただきます。・クレジットカードの利用についてはランチは不可、ディナーは当日お問合せください。また、当ロッジには人懐っこいわんちゃんスタッフ「シンド」がおります。静かで大自然に囲まれたロッジで、彼と一緒にリラックスした時間をお過ごしいただけます。少人数での運営となっておりますので、一部対応できない場合がございますが、ご理解のほどよろしくお願い申し上げます。その他、詳しくはホームページをご覧ください。皆様のお越しをスタッフ一同、心よりお待ちしております。</p> <p>一部表示</p>
--	---	---

実施事業者

営業時間・URL の修正追加

説明文の追加

<p>▼</p> <p>株しりべし保険クリエイティブ リバティ</p> <p>クチコミはありません ・ 3 時間 44 分 生命保険代理店 営業中 ・ 営業終了: 午後 5:30</p> <p>経路 ナビ開始 電話 保存</p>	<p>概要 写真 最新情報 情報</p> <p>〒048-1512 北海道虻田郡ニセコ町中央通 9 6</p> <p>営業中</p> <table border="1"> <tr> <td>月曜日</td> <td>午前 8:30-午後 5:30</td> </tr> <tr> <td>火曜日</td> <td>午前 8:30-午後 5:30</td> </tr> <tr> <td>水曜日</td> <td>午前 8:30-午後 5:30</td> </tr> <tr> <td>木曜日</td> <td>午前 8:30-午後 5:30</td> </tr> <tr> <td>金曜日 (天皇誕生日)</td> <td>午前 8:30-午後 5:30 営業時間は変わる可能性があります</td> </tr> <tr> <td>土曜日</td> <td>営業時間外</td> </tr> <tr> <td>日曜日</td> <td>営業時間外</td> </tr> </table> <p>情報の修正を提案</p> <p>0136-44-2707</p> <p>nisekohoken.com</p>	月曜日	午前 8:30-午後 5:30	火曜日	午前 8:30-午後 5:30	水曜日	午前 8:30-午後 5:30	木曜日	午前 8:30-午後 5:30	金曜日 (天皇誕生日)	午前 8:30-午後 5:30 営業時間は変わる可能性があります	土曜日	営業時間外	日曜日	営業時間外	<p>株しりべし保険クリ…</p> <p>概要 写真 最新情報 情報</p> <p>株しりべし保険クリエイティブリバティ による説明</p> <p>お客様笑顔と安心のために一保険のプロが最適なプランをご提案いたします。道内はもちろん、全国の取引実績多数。</p> <p>保険の新規加入、見直しのご相談は当社にお任せください。 生命保険・医療保険・がん保険・年金保険・子ども保険・自動車保険・火災保険・地震保険・法人向け各種保険取り扱っております。</p> <p>迅速な対応を心がけておりますが、事前に必要内容をお電話いただけますと、スムーズな対応が可能です。お問い合わせお待ちしております。</p> <p>一部表示</p> <p>〒048-1512 北海道虻田郡ニセコ町中央通 9 6</p>
月曜日	午前 8:30-午後 5:30															
火曜日	午前 8:30-午後 5:30															
水曜日	午前 8:30-午後 5:30															
木曜日	午前 8:30-午後 5:30															
金曜日 (天皇誕生日)	午前 8:30-午後 5:30 営業時間は変わる可能性があります															
土曜日	営業時間外															
日曜日	営業時間外															

(4-3) SNS 広告による誘客事業の実施

事業名	SNS 広告による誘客事業
目的	会員事業者の集客向上に向けて、Google 広告を活用した誘客支援を行いました。
実施時期	令和 6 年 1 月 17 日(水)～令和 6 年 2 月 16 日(金)
対象	GBP 登録を行った事業所
内容	Google 広告を使用し、店舗情報を伝える WEB 広告を掲載しました。

(4-4) Google ビジネスプロフィール登録・管理実績

■GBP 登録事業者リスト

No	事業所・店舗名	業種	所在
1	スナック いいとも	飲食店	虻田郡ニセコ町富士見 2-3
2	ルピナス	飲食店	虻田郡ニセコ町富士見 65
3	(有)盛商事	飲食店	虻田郡ニセコ町本通 16-6
4	スナック a i	飲食店	虻田郡ニセコ町本通 77-4
5	お食事処じいじ	飲食店	虻田郡ニセコ町本通 92-1
6	Chez Doudou	飲食店	虻田郡ニセコ町ニセコ 336-1
7	ファーマーズキッチン ポンポン	飲食店	虻田郡ニセコ町中央通 86-1
8	茶房ヌプリ	飲食店	虻田郡ニセコ町中央通 142-1
9	ルーキーズキッチン	飲食店	虻田郡ニセコ町曾我 355-2
10	Birch Tree Café	飲食店	虻田郡ニセコ町有島 90-52
11	ニセコピーカンロールピザ	飲食店	虻田郡ニセコ町近藤 260-1
12	片岡左官	建設業	虻田郡ニセコ町富士見 38
13	(株)浦野工務店	建設業	虻田郡ニセコ町本通 137
14	(株)本間商店	建設業	虻田郡ニセコ町本通 141
15	(株)上田商会後志営業所	建設業	虻田郡ニセコ町元町 188-1
16	牧野工業(株)	建設業	虻田郡ニセコ町里見 61-1
17	矢橋商店	小売業	虻田郡ニセコ町富士見 63
18	(有)ファッションアオバ	小売業	虻田郡ニセコ町本通 69-1
19	(有)前田商店	小売業	虻田郡ニセコ町本通 81-3
20	清水商店／居酒屋次郎長	小売業	虻田郡ニセコ町本通 83
21	(有)氏家サービスセンター	小売業	虻田郡ニセコ町本通 86
22	柴田時計店	小売業	虻田郡ニセコ町本通 88-2
23	A マートニセコ店	小売業	虻田郡ニセコ町本通 105-9
24	(有)高山デンキ	小売業	虻田郡ニセコ町本通 140

25	大阪屋呉服店	小売業	虻田郡ニセコ町本通 141
26	丸和農産(株)	小売業	虻田郡ニセコ町中央通 78
27	小松ふとん店	小売業	虻田郡ニセコ町中央通 100-1
28	(有)えもどらんニセコ	小売業	虻田郡ニセコ町中央通 100-1
29	ニセコビュープラザ直売会協同組合	小売業	虻田郡ニセコ町元町 77-10
30	(有)ニセコファイン	サービス業	虻田郡ニセコ町ニセコ 431-1
31	(有)鎌田オート商会	サービス業	虻田郡ニセコ町本通 75
32	(株)クリエイティブリパティ―	サービス業	虻田郡ニセコ町中央通 96
33	ニセコ高原教会	サービス業	虻田郡ニセコ町曾我 313-19
34	理容サロン林	サービス業	虻田郡ニセコ町有島 8-23
35	ニセコドーム治療院	サービス業	虻田郡ニセコ町近藤 627-5
36	(株)ニセコリゾート観光協会	サービス業	虻田郡ニセコ町元町 77-10
37	ビスターレカナ	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 431-1
38	ニセコアンヌプリゲストハウス	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 479-4
39	(有)オーイ ペンション ベラリー	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 482
40	ペンション 銀世界	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 482-1
41	ペンション コットンファーム	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 482-2
42	オーベルジュ・ド・ふらいばあん	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 482-2
43	ペンション J A Z Z 倶楽部	宿泊業	虻田郡ニセコ町ニセコ 482-2
44	(有)JRT トレーディング ブラックダイヤ モンドロッジ&ツアーズ	宿泊業	虻田郡ニセコ町東山 24-3
45	ペンション ルポーゼ	宿泊業	虻田郡ニセコ町東山 27-21
46	ペンションふみふみ	宿泊業	虻田郡ニセコ町曾我 365
47	カレーやど アワグラス	宿泊業	虻田郡ニセコ町曾我 888-3
48	(株)有楽ホテル	宿泊業	北海道虻田郡ニセコ町羊蹄 117-4
49	フォレストリー イン	宿泊業	虻田郡ニセコ町里見 249-1
50	(株)ニセコ蒸溜所	製造業	虻田郡ニセコ町ニセコ 478-15
51	eff eff (エフエフ)	製造業	虻田郡ニセコ町ニセコ 483-1
52	マイトリエ	製造業	虻田郡ニセコ町中央通 33 綺羅乃湯内
53	(有)トータルプランニング童夢	製造業	虻田郡ニセコ町曾我 806-13
54	奥土農場 石窯パン工房	製造業	虻田郡ニセコ町近藤 421
55	(有)大野ファーム	その他	虻田郡ニセコ町元町 390
56	医療法人 ニセコ医院	その他	虻田郡ニセコ町富士見 2-11

(5) Google ビジネスプロフィール登録・管理による誘客促進効果の検証

(5-1) 顧客の GBP へのアクセス状況の把握

Google ビジネスプロフィールマネージャーを活用し、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す。

Google ビジネスプロフィールマネージャー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え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
		写真の閲覧	メニューなどの写真が閲覧された回数
		ルート検索	マップ上でルートの検索に繋がった数

(5-2) GBP 登録・運用会員事業者のビジネスへの全体の閲覧と検索状況

ア) 顧客がビジネスを検索した回数

■GBP 登録による Google マップ検索数の増加

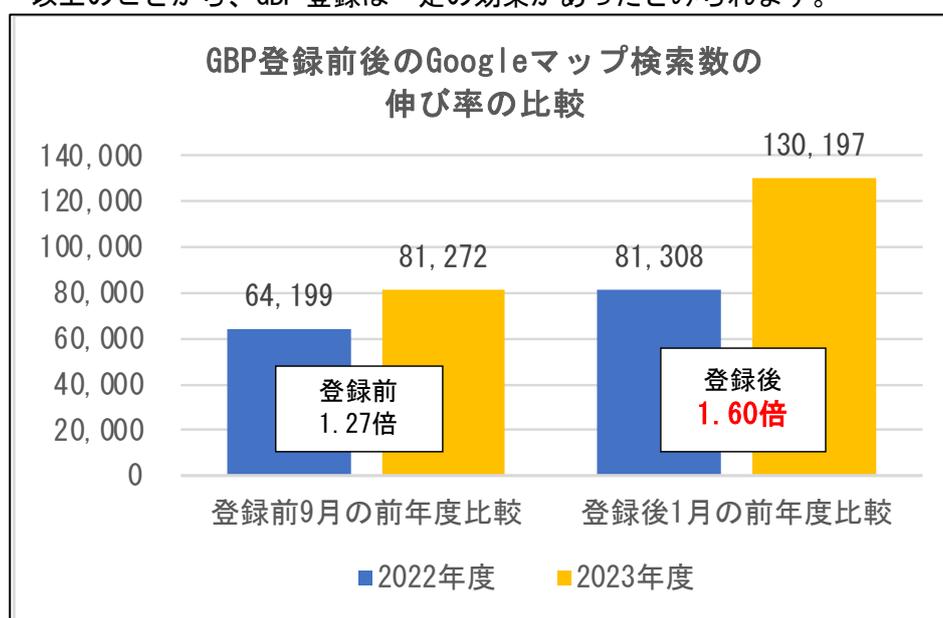
下のグラフは、本事業において GBP の登録・運用を行なった会員事業者のビジネスの、Google マップからの検索数を GBP 登録前後で比較するものです。

登録前(9月)の前年比と、登録後(1月)の前年比を示しており、ニセコ町は冬季観光客入込数増加などにより、季節の違いで検索数に差があることが推測されることから、季節性による検索数の差を排除するために、前年度の同時期で数値を比較しています。

これを見ると、Google マップを使った検索数の伸び率が、登録前の 1.27 倍から、1.6 倍へ上昇していることが分かります。

また、GBP 登録前の検索数も 1.27 倍に増加していることから、お店探しなどにおける Google マップの利用が高まっていることがうかがえます。

以上のことから、GBP 登録は一定の効果があつたとみられます。



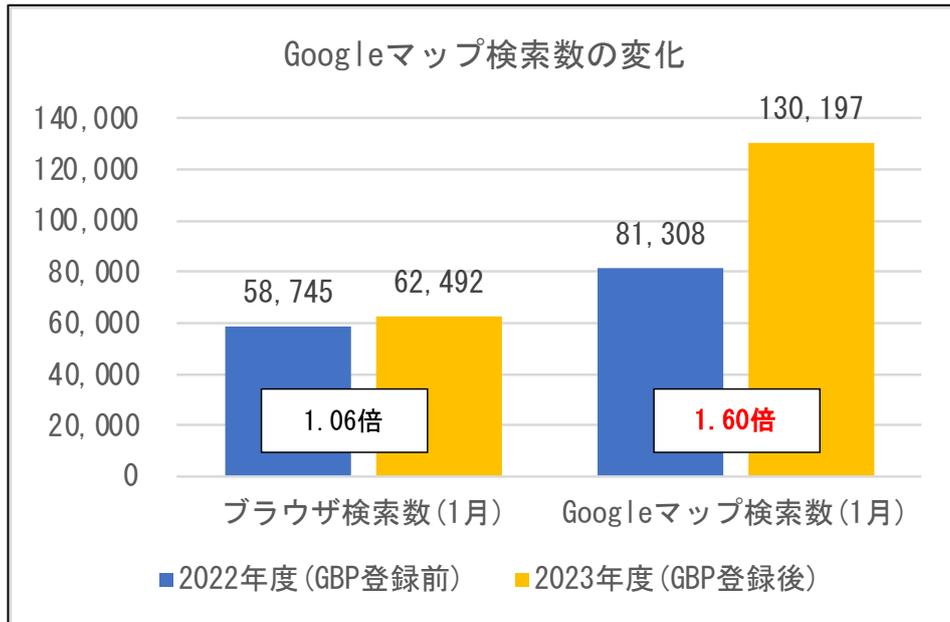
■浸透する Google マップ利用

下のグラフは同時期(1月)のブラウザからの検索数と Google マップからの検索数の差と、GBP 登録前後の Google マップ検索数の伸び率の差を示しています。

まず、同年度同時期のブラウザ検索数と Google マップ検索数の差を見ると、2022 年度、2023 年度ともに Google マップ検索数の方が多くなっており、お店探しにおいてブラウザよりも Google マップを利用する人が多いことが分かります。

次に、GBP 登録前後での検索数の伸び率を見ると、ブラウザ検索数は大きな変化は見られませんが、Google マップ検索数は 1.6 倍に増加していることが分かります。

これらのことから、お店探しにおいて Google マップを利用する人が増えており、GBP 登録は特に Google マップ検索数の増加に効果があり、その有用性が高まっていると考えられます。

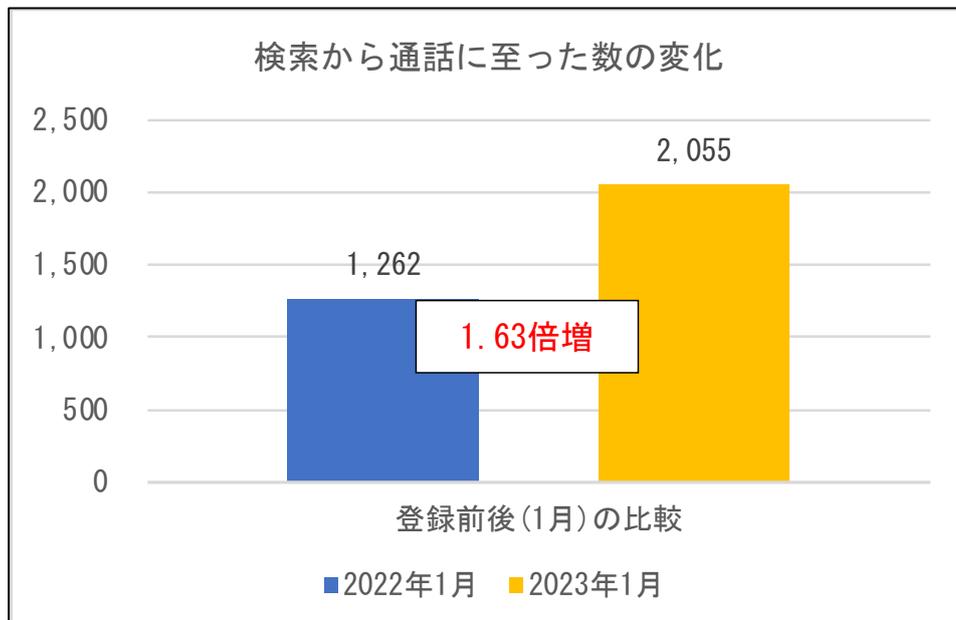


イ) 顧客が検索から行動に移した回数

■ 検索から通話に至る数の増加

検索されたビジネスプロフィールから通話をすることは、顧客がその店舗に興味を持ち、来店を検討していると考えられるため、会員事業者の誘客につながる機会になっていると考えられます。

下のグラフは、顧客がビジネスプロフィールを見て、店舗情報から通話をした回数の前年度比を示しています。これを見ると、前年度同時期から1.63倍増加していることが分かります。このことから、GBP登録が会員事業者の誘客に貢献していることがうかがえます。



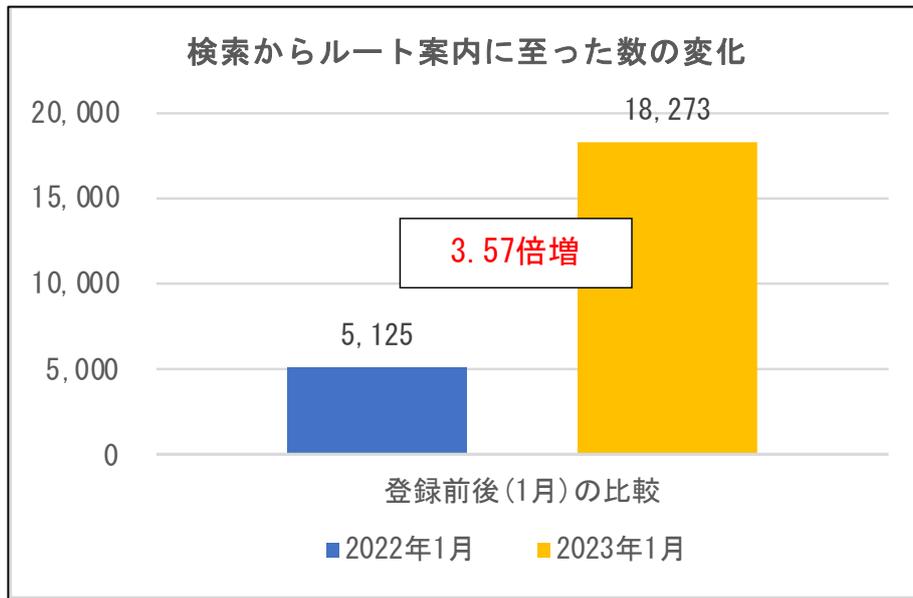
■検索からルート案内に至る数の増加

検索されたビジネスプロフィールからルート案内に至ることにおいても、ルートが表示は顧客がその店舗へ向かおうとしている意思表示であり、会員事業者の誘客につながる機会になっていると考えられます。

下のグラフは、顧客がビジネスプロフィールを見て、店舗情報からルート案内に至った回数の前年度比を示しています。

これを見ると、前年度同時期から3.57倍と大幅に増加していることが分かります。

このことから、GBP登録が顧客と会員事業者を繋ぐ大きな役割を果たしていることがうかがえます。



ウ) まとめ

- ・ Google ビジネスプロフィールの登録は Google 検索数の増加に効果がある。
- ・ Google マップの利用は年々増加している傾向にあり、Google ビジネスプロフィールの登録・運用の有用性が高まっていると考えられる。
- ・ ビジネスプロフィールの充実は、顧客の店舗探しのアクション（ルート案内、通話）につながりやすく、会員事業者の誘客に効果が見込める。

Googleビジネスプロフィールの登録・運用は、新規顧客の獲得に大きな期待が持たれる。

(6) 事例から見る GBP 登録・運用の効果

ケース 1：飲食店（茶房ヌプリ）



閲覧数	43,637	検索経由の 閲覧数	24,772
		マップ経由 の閲覧数	18,915
検索数	24,692		

■ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション

インタラクションとは、Google ビジネスプロフィールを見て発生した、ユーザーの電話問い合わせ、メッセージ送信、予約、ルート検索などの行動を指します。この事業所は 2024 年 1 月に最も多くのインプレッションが発生しています。

2,778

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



■ビジネスプロフィールからの通話の数

毎月 20 件程度の通話があることが分かります。

101

ビジネスプロフィールからの通話



■事業所までのルートを検索した回数

2023年9月に最もルート検索されていたことが分かります。

652

ビジネスプロフィールからのルート検索数



ケース2：小売業（A マートニセコ店）



閲覧数	26,213	検索経由の 閲覧数	17,591
		マップ経由 の閲覧数	8,622
検索数	14,678		

■ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション

2024年1月に最も多くのインプレッションが発生しています。

1,808

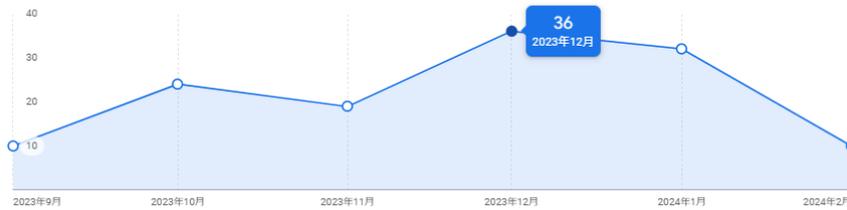
ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション ①



■ビジネスプロフィールからの通話の数
2023年12月が最も多くなっています。

131

ビジネスプロフィールからの通話



■事業所までのルートを検索した回数
2023年1月が最も多くなっています。

1,332

ビジネスプロフィールからのルート検索数



ケース3：サービス業（鎌田オート商会）



閲覧数	624	検索経由の 閲覧数	376
		マップ経由 の閲覧数	248
検索数	50		

■ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション

2024年1月に最も多くのインプレッションが発生しています。

458

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

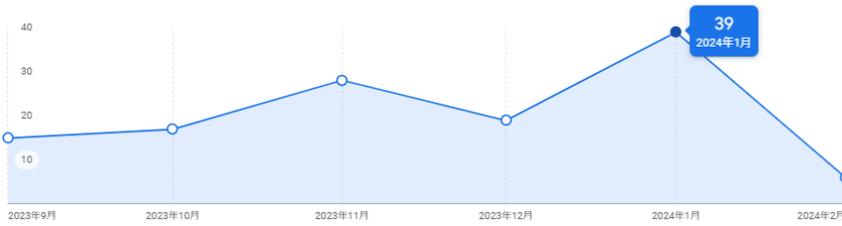


■ビジネスプロフィールからの通話の回数

2023年1月が最も多くなっています。

124

ビジネスプロフィールからの通話



■ビジネスプロフィールから事業所までのルートを検索した回数

2024年10月に最も多くなっています。

260

ビジネスプロフィールからのルート検索数



(7) 会員事業者の Google 広告掲載による誘客促進効果の検証

(7-1) Google 広告による誘客PRの概要

事業名	Google 広告による誘客PR
目的	会員事業者の集客向上に向けて、店舗情報の広告支援を行う。
実施時期	令和5年1月16日(火)～令和5年2月7日(水)
対象	ニセコ町商工会会員事業者 56 事業者
内容	Google リスティング広告

(7-2) 事業の目的と結果

Google 広告を利用すると、Google ビジネスプロフィールの情報と結びついた情報を、リスティング広告として掲載できます。今回は会員事業者 56 事業者を対象に、誘客効果を狙った広告を行いました。

リスティング広告は、検索ブラウザや Google マップの検索上位に広告として表示させる効果をもたらします。事業者の情報を検索上位に表示させることにより、多くのユーザーに位置情報や検索結果で得られる事業者の情報を認知させることができ、結果的に来店促進の効果をもたらすことを狙いました。

Google ビジネスプロフィールを管理・運用するにあたり、事業者それぞれで広告を発信し、集客を行うことができ、特にホームページや SNS を運営していない事業者にとっては、顧客を獲得する機会を創出することができます。

■ 広告サンプル

飲食業（茶房ヌプリ）

広告文、画像、ランディングページ



建設業（㈱浦野工務店）

広告文、画像、ランディングページ



(8) 参考資料

事業1 Googleビジネスプロフィールの最適化で誘客拡大

お客様と店舗を直感的に繋ぐツール

Googleビジネスプロフィールとは、Googleが提供している、Google検索やGoogleマップなどで店舗や企業の情報発信(管理)ができる無料ツールのことで、簡単に取り扱っている商品や魅力を発信することができます。

曖昧な言葉での検索



プロフィールが充実していると…



検索に引っかかる

Googleマップに載っている皆さんのビジネスプロフィールを**最適化**します

組合員事業者様へ店舗情報についての取材を行い、我々の手でお店の情報を最適化・充実化します。これにより、お客様の求める情報を正しく伝えることができ、訪問機会ロスを防ぐことが可能となります。

基本情報を正しく

信頼を高める

お店のカテゴリ、営業時間、住所、電話番号、メニュー、地図の情報など最低限の情報を登録することで正確な情報を表示することができ、お店の信頼につながります。ユーザーがすぐに欲しい情報を正確に登録することで、「検索」から「来店」へつなげます。



写真を登録

写真から想像してもらえる

お店は料理の写真や提供するサービスの写真を追加することができ、視覚的にPRすることができます。料理や店内の雰囲気を実際に見ていただくことで、初めていくお店でも気軽に足を運ぶことができ、新規顧客の獲得につながります。



ビジネス説明を追加

集客効果が高まる

知らない土地でお店を検索する場合の大半はGoogle検索です。ビジネス説明が充実していると検索の際、お店情報が見つかりやすくなり、ユーザーの目に真っ先に入るため、認知と関心を得ることができ、来店につながる可能性が高いです。



口コミへの返信

来客者と交流できる

お店を利用したユーザーは「口コミ」を書き込むことができます。お店側は口コミへ返信をしてユーザーとコミュニケーションを取ったり、評価・感想・要望といった利用者の生の声を聞くことができ、改善につなげることもできます。

