

## 令和4年度加西市子育て応援施策等プロモーション結果（抜粋）

# 1 本事業の目標について

## 目的

多岐にわたり本市が実施している子育て応援施策や市の魅力などを移住・定住に関心を持っている若い世代に幅広く伝えるためWEB広告や紙媒体等によるプロモーションを展開する。

情報発信及び広報にあたっては、加西市の特徴・立地、各施策の特性を見極めて詳細なターゲティングを行い、「子育て応援5つの無料化」をはじめとする「子育て世代にやさしいまち」を目指した各種子育て施策等を効果的にPRすることにより、本市の認知度やイメージを向上させ転入促進・転出抑制を図る。

## 実施内容

### ・制作物

チラシ、パンフレット、ポスター、サイネージ

ただのまち加西 LP：<https://www.city.kasai.hyogo.jp/05toku/kosodate/>

### ・広告媒体

Google広告（ディスプレイ・リスティング・リマーケティング）

インスタグラム広告/インスタグラム運用

## 2

# 制作物納品実績

### 制作意図

実際に加西市のまちと住む人を現地取材・撮影を実施。加西市の顔（まち並み）と加西市に住む人の顔を掲載。住む人の幸せが伝わり、温かみがありつつ、シンプルにはなりすぎないデザインで、パンフレットやチラシ、LPとのデザインの統一性も守っています。パンフレットやLPには5つの無料化をはじめ、加西市の充実したサポート内容をふんだんに掲載。Instagramやパンフレットデータとのリンクで施策全体の相乗効果を図りました。

### キャッチフレーズ（ロゴ）

子育てがいろいろタダになるまち



### チラシ

仕様：A4、両面カラー、上質90kg相当  
 納品：6,000部  
 データ納品形態：Illustrator、Photoshop



▲表



▲裏

### パンフレット

仕様：A4仕上がり、巻き三つ折り、両面カラー、上質110kg相当  
 納品：3,000部  
 データ納品形態：Illustrator、Photoshop



▲表面



▲中間

### 3

## 制作物納品実績

### ポスターデータ

データ納品形態：Illustrator、Photoshop

加西市でただ、幸せ!  
たのめまち 加西

住み続けたい理由が  
加西市にはある。  
ただ、幸せに。

子育てにやさしい  
加西市独自の  
支援がいっぱい!

**5つの無料化**

- 1 保育所・認定こども園の保育料の無料化**  
(0歳～5歳児の保育料)
- 2 全保育・学校施設の給食の無料化**  
(すべての給食費)
- 3 乳幼児・こども医療費の無料化**  
(高校3年生までの方が対象)
- 4 乳幼児を養育する世帯にオムツ等の無料化**  
(生後3か月～満1歳まで)
- 5 病児病後児保育の無料化**  
(看護できない場合の一時預かり)

子ども保育、給食、医療などに関わる  
"5つの無料化"に加え、保護者同士が交流  
できる場や、一時預かりサービスなども充実!  
安心して子育てできる加西市の  
支援の一部をご紹介します!

Instagram ▶ 特設サイト ▶

加西市ふるさと創造部 人口増政策課  
兵庫県加西市北条町橋尾1000番地 Tel.0790-42-1110(代表)

### サイネージ

データ納品形態：Illustrator、Photoshop

加西市でただ、幸せ!  
たのめまち 加西

住み続けたい理由が  
加西市にはある。  
ただ、幸せに。

子育てにやさしい  
加西市独自の  
支援がいっぱい!

**5つの無料化**

- 1 保育所・認定こども園の保育料の無料化**  
(0歳～5歳児の保育料)
- 2 全保育・学校施設の給食の無料化**  
(すべての給食費)
- 3 乳幼児・こども医療費の無料化**  
(高校3年生までの方が対象)
- 4 乳幼児を養育する世帯にオムツ等の無料化**  
(生後3か月～満1歳まで)
- 5 病児病後児保育の無料化**  
(看護できない場合の一時預かり)

安心して子育てできる加西市の  
支援の一部をご紹介します!

Instagram ▶ 特設サイト ▶

加西市ふるさと創造部 人口増政策課  
兵庫県加西市北条町橋尾1000番地 Tel.0790-42-1110(代表)

# 3

## 制作物納品実績

LP (特設サイト) <https://www.city.kasai.hyogo.jp/05toku/kosodate/>

サイトオープン : 10/4



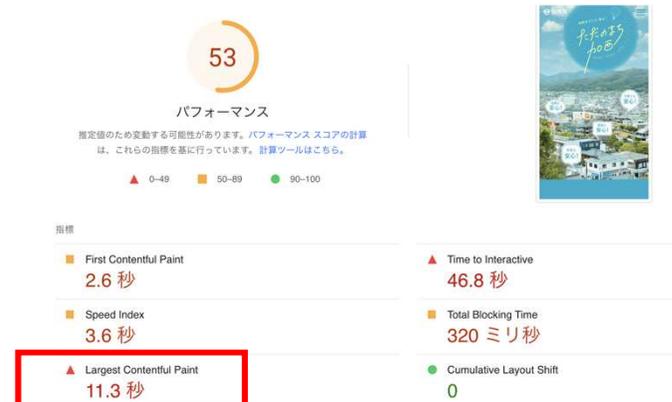
▲PC版ファーストビュー

### ▼スマホ版全体



## LP改善案

デザインをしっかり作った分、画像の容量が重くなりページの読み込みが遅くなっている可能性があります。次回は画像を減らすなどシンプルにしたり、動きのないLPを試しても良いかもしれません。またヒートマップを導入し検討に役立てるのも効果的かと考えます。



あくまでもGoogleのシミュレーションですが、最初のコンテンツの表示完了まで時間がかかっています。

画像が主な原因となっています

これらの提案を実施すると、ページの読み込み時間を短縮できる可能性があります。なお、パフォーマンススコアには直接影響しません。

## 4

## 全体の結果

## 各種合計数値

	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	CV数	CV率	CV単価	広告費
シミュレーション (SNSプラン)	8,520,894	48,283	0.57%	¥72	592	1.23%	¥5,910	¥3,500,000
今回の実数 (広告)	<b>6,838,165</b>	<b>39,667</b>	<b>0.58%</b>	<b>¥97</b>	<b>876</b>	<b>2.20%</b>	<b>¥4,416</b>	<b>¥3,868,436</b>
全体の数値 (Googleアナリティクス参照)	-	42,736		¥91	<b>1,241</b>	<b>2.90%</b>	<b>¥3,117</b>	<b>¥3,868,436</b>

- ・Instagram遷移 : 142
- ・Instagramフォロワー数 : 639
- ・PDF遷移 : 95
- ・PDFダウンロード : 365

## R4.10～R5.1の転入アンケート結果 (転入世帯数123世帯 : 151人)

	世帯数	割合	人数	割合
5つの無料化が転入の決め手	4	<b>3%</b>	15	<b>10%</b>
5つの無料化が転入のきっかけ	13	<b>11%</b>	23	<b>15%</b>
5つの無料化は関係なかった	106	<b>86%</b>	113	<b>75%</b>
5つの無料化をしていた	22	<b>18%</b>	49	<b>32%</b>
5つの無料化を聞いたことがある	10	<b>8%</b>	17	<b>11%</b>
5つの無料化をしらなかった	91	<b>74%</b>	85	<b>56%</b>

転入世帯数補足

1人世帯 = 123世帯の内48世帯



想定よりも低い単価でLPへ誘導を促しつつ、行動も促進させることができました。パフォーマンスを重視したあまり、エリア配分に偏りが生じてしまったため以降はこちらを改善してまいります。（自動入札から手動入札への変更）  
またYouTube面への配信なども活用し、流入するユーザーの質も担保していきたいと考えております。

クリック率が高い数値での着地となりました。  
まだリーチできるユーザーは一定層いるため、ストーリーズなどで動画を活用し、ストレスなく情報を与えていく動きも効果的かと思われます。クリック単価が想定よりやや高かったためターゲットを広げるのも1つの手かもしれません。

## 全広告媒体の考察

クリック率やコンバージョン率は想定よりよく、高いパフォーマンスでの着地となりました。

認知や興味喚起のフェーズは概ね達成できているかと思っておりますので、今後は比較検討や理解に進んでいただけるような戦略が必要です。

そのため短い時間でストレスなく訴求ができる動画広告の活用や、ページスピードなどを含めた見やすいランディングページの導入を検討してまいります。

動画広告においては、情報がある程度理解した人が流入するため、ユーザーの質の担保が期待できます。また、ランディングページを整備することで、ユーザーの質に関わらず、滞在時間が長くなる見込みです。

またInstagramフォロワーなどの見込み客にどのような発信をしてファンになってもらうのか、また移住を検討してもらうのかといった顧客管理の面も同時に考えていきたいと考えております。