

株式会社日昇は愛媛県伊予市にあるインテリア商材の製造・販売を行う会社です。
 楽天市場やYahoo!ショッピング、自社のECサイトを通して全国のお客さまへ商品をお届けしています。
 照明や家具、時計など、品質やデザインにこだわった多彩な商品を取り扱っています。



WEB SHOP

当社のオリジナル商品は、楽天市場やYahoo!ショッピングからお求めいただけます。インテリア照明の専門店や北欧を中心とした雑貨屋さんなど、全5店舗を運営中。



<https://www.nissho.ehimu.jp/ec>

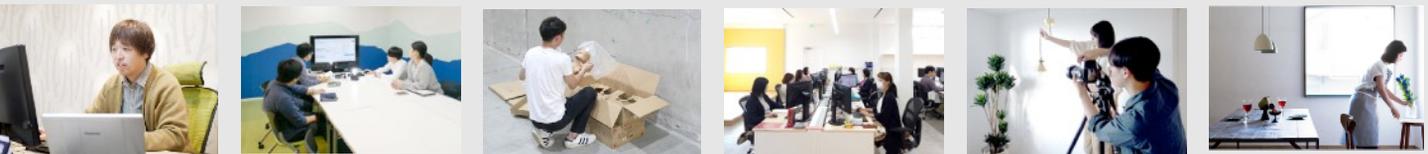


HP・ブログ

コーポレートサイトでは、定期的に会社ブログを更新中。社長メッセージや社員インタビューの他、会社のイベント・日常が満載。日昇のリアルを知っていただけます。



<https://www.nissho.ehimu.jp/n-blog>



課題 (SNSマーケティング)

日昇では今期の会社の目標を「日昇のファンを増やす」としています。
 下記のInstagramアカウントを通じて、ファンを増やす為に行う施策を提案してください。

「ファン」の定義

「日昇からの情報発信によって「動く」人
 (購入・問い合わせ・移住・紹介した場所へ行く・SNSへコメント/いいね/保存・求人への応募)



「Hinobori」の由来*日昇の訓読み

日昇のメイン商材である照明器具で「くらし」を表現。その下にある太陽で「自然」を表し、人々の暮らしと自然の調和がとれているまちをイメージしました。

◆Instagram https://www.instagram.com/hinobori_ijo/

◆ブログ <https://hinobori.net/>

伊予暮らしが楽しくなる情報サイト。Instagramでは伊予市近隣のお店・自然・史跡・施設・イベントなどを実際に取材し地元民ならではの情報をお伝えしています。ブログでは伊予市にゆかりのある人のインタビューを中心に運営しています。

運営目的

- 1 地域貢献を通じて、伊予市・愛媛での日昇の認知度UP
- 2 商品販売やリフォーム受注へ繋げる、また新しい事業創出の模索
- 3 地方移住者採用時に役立つツール

コンセプト

- ・地方情報誌(タウン情報まつやま的な)のInstagram版
- ・より主観的で地元在住者目線を入れる

ターゲット

- 1 伊予市在住者、愛媛県在住者
 - 2 都市部に在住し・地方移住を検討している人
- 30代男女・既婚者・子持ち

数値目標

instagram : 2021年までにフォロワー10,000人達成

開設日

instagram : 2020年6月 / ブログ : 2020年11月

フォロワー

Instagram : 3,501名 (2021年1月8日現在) / ブログ : -

投稿頻度

instagram : 1日1回 / ブログ : 週1、2回程度

運営者

30代女性・20代男性の2名体制



今までに実施した施策の一部

- ・Instagram投稿フォームの統一
- ・1投稿あたりの情報を増やす(動画・文字情報など)
- ・人気投稿に類似する投稿を増やす
- ・更新頻度のアップ
- ・更新時刻の変更
- ・広告運用と効果測定(成果が芳しくなかったため中止)
- ・伊予市以外のお店や名所の紹介(活動範囲の拡大)
- ・地元の方のアカウントのフォロー&挨拶のDM
- ・ロゴの制作(SNS上で一目で認知できるように)
- ・名刺の制作→店舗での配布
- ・取材したお店へInstagram運用アドバイス
- ・メディアへのプレスリリース(取材実績1件)
- ・ストーリーの活用

現在の運営における問題点

- ・フォロワー3,000人を超えたあたりから伸び悩んでいる(フォロワー増加率の停滞、いいね数・保存数は横ばいに)現在のターゲット層とは別のフォロワーの開拓が必要

居住地内訳

↳松山50%、伊予市5%、今治市5%、大阪府4%、西条市3%)

年齢内訳

↳~24才7% ~34才24% ~44才34% ~54才25%

男女比

↳女性57.7% 男性42.3%

- ・本来ならばリアルイベント開催予定だったがコロナ禍で断念中
- ↳キッチンカーイベント&交流会
- リアルでの集客実績をもとに各メディアへPRする予定だった