

このコーナーでは、連携組織の活性化に意欲的に取り組む県内の組合事例等をご紹介します！

事業の概要

補助事業名	平成25年度連携組織活性化研究会			
対象組合等	高滝湖観光企業組合			
	▼組合データ			
	理事長	末吉 悟郎	住所	市原市高滝188
	設立	平成3年4月	業種	スポーツ・娯楽用品賃貸業
	組合員	14人(平成25年6月現在)	URL	www.chuokai-chiba.or.jp/takatakiko/
テーマ	組合の情報発信力の強化策について			
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 工業連携支援部 (Tel.043-306-2427)			
専門家	(有)草の実工房すずき印刷 代表取締役 鈴木 宏治			

背景と目的

昨年4月に車で5分程のところ  
に、圏央道の市原鶴舞インターが  
開通した市原市の山間部に位置す  
る高滝湖(たかたき)。近隣には  
市原ぞうの国、市原湖畔美術館な  
どのレジャー施設も有り、県内や  
首都圏のみならず、東日本各地か  
ら集客する観光エリアとなりました。

高滝湖観光企業組合(以下、当  
組合)は、養老川に平成2年に建  
設された人工湖でもに、貸しボ  
ト業を営む組合です。春夏はブ  
ラックバス、秋冬はワカサギ釣  
りがボートで楽しめ、釣り人に混じ  
ってスワンボートなどで遊覧を楽  
む家族づれも見受けられます。

●月間2万件以上のアクセス

当組合のホームページ(以下、  
サイト)は平成11年の開設より、  
延べ232万の訪問者数で、近年  
は月間平均アクセス数が2万件を  
超えています。この数字は千葉県  
中央会サーバーでサイトを開設し  
ている組合ではトップで、現状で  
は成功している組合ですが、組合  
員の世代交代による承継、作業負

担軽減の必要性、情報発信者側と  
閲覧者双方の活性化・強化をめざ  
す目的で研究会を開催しました。

事業の活動内容

①ヒットの要因を分析

当組合サイトは開設以来、毎週  
のように更新されており、数ヶ月  
〜数年も放置されることもある多  
くの会社や組合とは異なっていま  
す。

最大の集客コンテンツは「釣果  
(ちょうか)」です。毎日の釣れた  
情報を掲載することにより、明日  
の集客へとつなげていきます。お客  
様は高滝に来るか、他の釣り場へ  
行くべきか、どんな道具を持参し  
攻略するか等々、事前に情報を収  
集し、多くの情報発信によりリピー  
ト率が向上しているようです。

また、毎月のように開催される  
釣り大会の結果と、表彰者の写真  
掲載も多く閲覧されています。「釣  
り大会に出場したら表彰され  
ちゃったよ。写真がこのページに  
載ってるんだ」と、人が人を呼ぶ  
様が想像して頂けると思います。

②ページ訪問者を分析

当組合の貸しボート利用者は、

ほぼ個人ユーザーで、事業者・法  
人向けではありません。ここに当  
組合が「誰にどのように情報発信  
するのか」を考えるポイントがあ  
りました。高滝湖に釣りに来る主  
要顧客の年齢は20〜50才代です。  
はさらに若年化します。当事業で  
は組合と顧客のジェネレーション  
ギャップを埋めることにも取り組  
みました。

③環境の変化を考察する

日々変化しているネット環境。  
デスクトップパソコン、ノートパソ  
コン、携帯電話、スマートフォン、  
タッチパネルでおなじみのタブ  
レット端末はもとより、ゲーム機  
器やテレビ、電化製品(冷蔵庫・  
エアコン・掃除機)までもがネッ  
トに接続されはじめている時代に  
「旧態依然のホームページ」ではお  
のずと限界と不便さが目立つので  
は?と言う、いささかセンセーショ  
ナルですが、多くの組合員さんも  
腑に落ちるであろう環境変化に対  
する考察と体験を委員会で行いま  
した。

i Padなどのタブレットを実  
際にさわり、スマートフォンや無  
線LAN経由で様々なサイトや

サービスを知り、当組合に求められる情報発信事業について考察しました。

## ④ ネットからの集客成功事例

続いてワカサギ・ブラックバス釣りに関する同業他社の動向を知ろう、と事例を学びました。

幸いなことに現地に赴くまでもなくネット上に多くの情報と事例が公開されており、3回に及んだ当研究会でも全国の事例を知るこ

とが容易で、その上「ネット利用者側の立場」も体験することができました。

実際には、甲信越地方のワカサギ釣りボート業者に関する成功事例や、全国チェーンの釣具店による情報発信の状況把握と分析などを行い、当組合利用者は他にどのような情報を見ているのか、どんなニーズがあるのか、ネット上での集客効果を学びました。

## ⑤ スマートフォン対策

個人消費者向け情報発信は、スマートフォン（スマホ）に対応しているページへのアクセスが増加しており、サイト作成はスマホ対応が必須となっています。

ひと昔前「会社も組合も（パソコンの）ホームページを持たなく

ちゃダメだ！」と大騒ぎしていた時代が、実は再びやって来ています。あの頃も、やはり早くはじめて所しか恩恵を受けませんでした。

Y A H O O 検索登録サイトにアクセスが多くあった事などが良い例で、今はグーグル検索結果ではスマホ対応ページが高評価されはじめており、S E O 効果も有ります。

当組合を利用しての多数が若者で、スマホユーザーである以上、スマホ対応の必要性を、既存ページとデモページをスマホやタブレットで閲覧し、ツイッターやフェイスブックなどとあわせて実際に比較体験しました。



▶ PC & スマホ対応ページ例

既存ページをスマホで見ると「縦にも横にもスクロール」「ボタンが小さくて押せない」なんて経験ありませんか？

## 事業の成果

### ① 情報更新に係る課題の抽出

当組合のサイト更新にかかる作業負担はとかく一部の役員さんに偏りがちでした。

どんな手段で更新？から始まり、誰が？いつ？どんな情報を掲載することが可能か？…。現状を再点検し、課題を抽出しました。

組合サイトのコンテンツを精査し、出来るだけ組合での作業を軽減しつつ最新の情報を提供できるWEB用ガジェットのデモンストレーションを行い、今後の方向性を検討する起点となりました。

### ② ひと昔前……からの脱却

当組合サイトは数年前の古いバージョンのホームページビルダーを使用し、組合自身で更新作業を行ってきました。ビルダーは昨秋にはver 18まで進化し、スマホ対応はもとより、ツイッターやフェイスブック等SNSとの連携、ワードプレスなどCMSが比較的容易に編集出来るようになっており、新機能について学びました。

バージョンアップに無関心であったり、対法人（PC）向けで



▲ Twitter と連動させ、組合関連情報をリアルタイムでホームページに埋め込むことも可能です。Yahoo で組合に対する「つぶやき」や「画像」の検索方法を学びました。

事足りているサイトと違い、対個人向け情報発信には「ひと昔前の方法」での対応が組織発展を妨げかねない時代となり、組合サイトの大幅なりリニューアルが必要であることが研究会参加者の共通認識となりました。

## 今後の事業展開・展望

研究会後、当組合サイトは組合員の手によるリニューアルが始まっています。組合ならではのスキルを發揮し、時代に即した情報発信が今後も可能となり、地域の活性化を含めた展開が期待されています。（鈴木 宏治）