

2024年度 第8回 業務・広報委員会 議事録

1. 日時: 2025年1月10日(金) 15:00~17:00
2. 場所: (一社)日本木造住宅産業協会6F会議室とオンライン
3. 出席者: 12名(内WEB参加4名) 委任状0名 計12名 ※定足数以上

【リアル出席】

村岡照生(住友林業)・片平貢丈(ポラス)・富樫昌生(ミサワホーム)・藤井達矢(一条工務店)
青木夢恵(AQ Group)・上田学二(三協立山)・白木由莉(住友林業)・西野安則(パナソニックホームズ)

【WEB参加】

丸岡 淳(ポラス)・堀内国土(AQ Group)・梅原理恵(ナイス)・
小長谷一樹(日本ハウスホールディングス)

【委任状】

【オブザーバー】

【事務局】

桜井稔子・窪田千香・高嶋健司・宮波和幸

【欠席者】

石渡玉枝(エヌ・シー・エヌ)・昆克実(日本住環境)・釣本篤司(日本住環境)・塩崎亜里沙(BXカネシン)
・藤林貴則(ヤマト住建)・山村綾音(住友林業)

※以上、敬称略

■報告事項

1. 令和7年度予算について(中期計画報告含む) 資料1

【事務局】

添付資料にもとづき、中期計画を説明

【委員】

・木住協説明動画

作成にあたり①その目的②活用場面③対象者④内容の明確化が必要では？

⇒①については木住協の活動内容説明するのが目的②は会員募集や新規会員への活動概要説明の場面および木住協への認知促進のため③新規加入希望者および会員向け。④についてはこれからとなります。

紹介を目的とするのであれば、パンフレットも含めた媒体の活用も検討した見直しも考えてみたらどうか？(次年度・次々年度)

※過去にウッドライズで作成した動画を視聴⇒この動画をベースに加工の予定

・作文予算

予算が昨年同様なのは1万件に戻すためとのことだが戻せるのか？

⇒設定した予算で1万件に戻すべく活動します。

予算の増減は何で発生するのか？

⇒お応募数の増減で参加賞の数量が変わるためです。

・木芽リニューアル

予算は単発か？⇒リニューアルに関わる継続的なコンサルのための経費の概算です。

・SNS

作文の広告的に計上するのであれば作文の経費計上では？

⇒スタートは作文の広告でスタートの計画ですが将来は木住協全体のPRに活用する計画で広告の部分で計上してます。

・サーバー移管費

サーバー移管費で大きく予算が増加している理由は？

⇒ホームページを運用する上でサーバーは5年に1度のタイミングで移管が必要です。現在使用中のRCMS(コンテンツマネジメントシステム)の容量もいっぱいであるため乗換も急務の状況です。移管についてはシステム開発が必要でその費用が大きくかかるため予算を大きく見えています。費

用は運用における費用です。

サーバー移管については費用が掛かるが他業者に意見を聞くのも一つと思います。

・書籍・パンフレット

対象となる書籍はどのようなものなのか？その冊子の必要性は？

⇒かなり以前に作成した木育向けの書籍です。内容も古くなり変更のための費用を計上しています。優先順位をみながらの改修作業となります。必要に有無については2月委員会までに整理します。

(書籍名:教えて！木造軸組工法住宅・木の家で地球を守ろう・地球にとってもやさしい木の本の3点)

・広告経費

ここを厚く設定しているのはSNS・動画作成などに力を入れる想いの現れと思うが、最終目的は多くの方に知ってもらい、コンクールの応募数を増やすことがゴールで、そのためにホームページの改訂更新・整理のための予算も必要ではと感じる。

※次回2月委員会までに意見を踏まえて、各項目の目的・主旨・対象を明確にして審議いただく。

※また木住協予算全体の中で今回の予算減もある。優先順位を決め実行の有無を決定する。

2. ホームページ閲覧実績(2024年4月～12月) 資料2

【事務局】

添付資料にもとづき実績説明

- ・1位:耐火・準耐火 2位:省令準耐火 3位:木住協トップページ 4位:作文コンクール
- ・資料はアクティブユーザー数(一定の興味を持ってページを閲覧したユーザー)で測定
- ・ゆくゆくは閲覧数と実績(例:耐火の研修会参加など)との相関関係も測定していきたい。

【委員】

- ・直接のワードから検索されるユーザーが多い。3位のトップページへのアクセスが1位になる作戦が必要と思う。
- ・SEO(Search Engine Optimization(検索エンジン最適化)の略。検索エンジンの検索結果のページ上位にサイトが表示されるために様々な施策を行うこと。)の施策はあるのか？
⇒SEOの施策は打ってないので、今後無料のSEOを調べて活用を検討したい。

※今後も月次でご報告を継続致します。

3. SNSの活用についての情報交換

【事務局】

- ・費用240万については、アドバイスをもちかけた会社からの見積もりを参考に予算組しています。
20万/月×12か月=240万の設定。Instagramで運営はその会社に委託。内容に選定・掲載・企画提案含む内容。
- ・シナネンホールディングス、明治安田生命、ポラスの各社Instagramを紹介。

【委員】 ※各社まとめ

藤井委員(一条工務店)

- ・使用しているSNS: インスタ・X・フェイスブック・ライン・YouTube
インスタメイン。BtoCでアプローチしやすい。写真メイン。
- ・発信頻度: 週1回。イベントタイミングでも上げる。Xはキャラクターが投稿している形式
- ・ユーザーへの対応: 受け付けているが回答はしていない。
- ・社内でテーマ出しして外注に依頼。専任の部隊(5名)と選抜した若手を入れて運用。

上田委員(三協立山)

- ・使用しているSNS: インスタ・ルームクリップ・YouTube
インスタメイン。ドラえもんを使用していたが費用面でやめた。未来の扉コンテスト3000件集まる。
YouTubeは297本5530人。インスタに防犯グッズを掲載・バカ売れ。
- ・ユーザーへの対応: 流しっぱなし。

西野委員(パナソニックホームズ)

- ・使用しているSNS: インスタ・X・ライン・YouTube
 - ・信頻度: 宣伝広報部門。SNS担当3名と外注。8割外注、2割内作。インスタ: 月10～15回掲載。展示場・暮らし研究紹介・技術など。ライン: 週1回。キャンペーンなど。YouTubeはCM・コンテンツ動画。Xは実例・キャンペーン
- ・ユーザーへの対応: 炎上対策。積極的な対応はしていない。ネガティブな内容に対応していない。

白木委員(住友林業)

- ・使用しているSNS: インスタ・ライン・YouTube。YouTubeでは住友林業公式チャンネル公開。インスタの公式アカウントは戸建て住宅で展開。施主様の自宅をインスタライブ配信。関係会社も運営しているが本社広報が管理。
- ・検索に引っかかるようにするための#を活用。
- ・住宅系YouTuberの発信内容をチェックしている。

青木委員・堀内委員(AQグループ)

- ・使用しているSNSメイン: インスタ・X・YouTube⇒Xがメイン。キャラクターの「アクリン」が呟く。CMで相葉雅紀を起用。インスタは外注起用。住宅関連のお役立ち情報、事例、CM。各エリアでアカウントを持ち運用もしている。
- ・活用の問題点: 青木さんともう一名と外注。兼任のためPDCAを回す余裕がないのが課題。毎日発信する。やりっぱなしにできない。インスタは住宅系ではよく見られる。月に5〜6件投稿。ストーリーズフォローには毎日1回アクション投稿。Xも毎日配信。発信頻度: 週1回。イベントタイミングでも上げる。Xはキャラクターが投稿している形式
- ・ユーザーへの対応: 「いいね」だけ対応。反応した方がアルゴリズム的に上がってきやすいのであえてコメントしてもらい発動させるようにしている。
- ・作文コンクールの応募目的の活用はいいと思うが、写真があつてのSNSなので企画をからめる。例えば審査員長に作文を絵にしてもらい掲載するなど。企画がないと運用は大変なので費用を広告宣伝に回す考え方もある。インスタだからできる企画があるのなら良いと思う。
- ・作文の応募数を伸ばす目的のために本当にインスタでいいのか検討は必要。(ホームページ改定も含む)

小長谷委員(日本ハウスホールディングス)

- ・使用しているSNS: インスタ・フェイスブック・ライン・YouTube。インスタは月に4〜6回。コンテンツは昔やったが今はない。インスタを各店ごと。公式1本ではない。YouTubeは動画など中心。広告の外注しているが、他は社内(2名)で運用。

富樫委員(ミサワホーム)

- ・使用しているSNS: インスタ・X・フェイスブック・ライン・YouTube
インスタは社員。投稿は毎日。社員間で協力して対応。フェイスブック・ラインは外注で投稿(毎日)。YouTubeは社員で週2回。Xはほぼ運用していない。フェイスブック以外は口コメントなし。ネガティブコメントはコンサルに相談して対応。ライン・フェイスブックは月額40万。曜日でネタを分けて掲載。

片平副委員長(ポラス)

- ・使用しているSNS: 本社はYouTube。関係各社・各事業部各々で行っている。お絵描きコンクールは総務単体で行っており、全体で連動していない。部署部署が集客施策として行っている。掲載頻度・回数はまちまち。作文コンクールで活用が良いと思うが、たくさん人呼んでバズって応募につながるかは難しそう。難易度は高く工夫は必要。お金のかけ方も。自社で苦戦する中で感じるところ。

梅原委員(ナイス)

- ・使用しているSNS: インスタ・フェイスブック・YouTube
住宅事業・仲介で利用。アカウント数は多め。運用は自社運用。一部外注。手間は省けるが中身のチェックが必要。インスタメイン。更新をして上にあげるため、ショート動画を使えば上に上がる。自社作成のためクオリティーに課題。マニュアル作成して平準化。更新頻度は週に3回。ユーザー対応コメントはオン。お問合せ的な内容には反応。

※村岡委員長から住宅施策についての情報提供。

※委員会様のメルマガ会員数の増加のご協力をお願いを行った。

※次回、第9回業務・広報委員会は「2月7日(金) 15:00〜17:00 6F 木住協会議室にて開催

以 上