

(別紙) 令和7年度の取り組み例 (抜粋)

令和7年度に実施している本事業に関しては、次のような取り組みをしている。

●京都・保津川花火大会有料席販売 (R8の広告配信は想定せず。)

- ・令和7年7月より発信。
- ・ターゲット：亀岡市近隣自治体に居住で花火に興味がある人
- ・広告費：約220万円
- ・使用媒体：Google広告(P-max)、X広告
- ・プレスリリースを3回発信(PRTIMES)
- ・クリエイティブ制作：亀岡市で制作
- ・遷移先HP <https://www.kameoka-hanabi.com/>

コンバージョンポイント1：有料観覧席詳細ページへの遷移

コンバージョンポイント2：チケット販売サイトへの外部遷移

※販売会社の変更により、同社内でのポイント設定は実施不可。

- ・R7主な変更点：
 - 例年警備上の懸念があることから、チケットを持たない方に向けた注意喚起広告も配信を行った。

●ふるさと産品のPR(亀岡牛、お節料理、ふとん、米など)

- ・令和7年6月／9月／10～12月
 - ※例年11月頃の実施であるが、制度改正に伴い一部早期に実施。
- ・広告費：約2,000万円
- ・首都圏を中心とした都市部在住者
- ・使用媒体：Google広告(GDN、P-MAX)、楽天が提供する各種広告ほか
- ・クリエイティブ制作：LP、バナーなど

(R6制作済LP)

亀岡牛：<https://furusato-kameoka.jp/kameokabeef/>

お節料理：<https://furusato-kameoka.jp/index.html>

(R7制作中LP)

亀岡京野菜

- ・関連のプレスリリースを複数回発信（PRTIMES）
- ・YouTuber のロシアン佐藤さんとコラボレーションし、動画制作と Google 広告（VVC を活用したコラボレーション広告）を展開。

●Instagram の運用

- ・毎週 1 回以上の投稿（投稿内容：飲食店、市のイベント等）
- ・Instagram 投稿の宣伝広告にて投稿を拡散を複数回実施。
- ・関連団体とのコラボ投稿を複数回実施。
- ・Instagram のコメント機能を利用したキャンペーンの実施。

●プレスリリース代行サービス（PRTIMES）での発信

- ・市のプレスリリースを適宜校正。
- ・プレスリリースのジャンルにマッチするメディアリストの作成。
- ・半年プランと月額プランを併用して利用。
- ・1 月 31 日時点で 78 件の配信。

https://prtmes.jp/main/html/searchrlp/company_id/52338

●府内向け研修

- ・各課の PR 担当者向けの研修を実施
 - ・生活者のカスタマージャーニーを学ぶマーケティング研修
 - ・ホームページの流入数等を活用した分析ツールの操作研修
- ・関係人口を可視化するダッシュボードの操作研修を実施

●子育て施策・移住施策の PR

- ・令和 8 年 1 月より
- ・ターゲット：亀岡市の近隣自治体に在住の子育て世代。
- ・広告費：約 250 万円
- ・亀岡市に移住してきた人の 2 種類の動画（ショートを含む。）を活用。
- ・使用媒体：Google 広告（VVC）
- ・遷移先：市公式 HP の子育て移住ページ

<https://www.city.kameoka.kyoto.jp/site/iju/>

- ・VVC は、Google 広告のブランドリフト調査、キーワード調査を実施。
設問：あなたがもし移住を検討する場合、京都府亀岡市は候補にあがりますか？ 選択肢：はい／いいえ
※カスタムブランドリフトが出来る広告アカウントを保有している。

●参議院選挙の PR

- ・令和 7 年 7 月より
- ・ターゲット：亀岡市在住の有権者
- ・広告費：30 万円
- ・動画を制作して配信。
- ・使用媒体：Google 広告 (VRC)

●衆議院選挙の PR

- ・令和 8 年 1 月より
- ・ターゲット：亀岡市在住の有権者
- ・広告費：10 万円
- ・バナー広告、動画を利用して配信。
- ・使用媒体：Google 広告 (Demand Gen)

●全国都市緑化フェアの PR

- ・令和 8 年 3 月より
 - ・ターゲット：近隣自治体在住者
 - ・広告費：約 100 万円
 - ・実行委員会制作のバナーを利用して配信。
 - ・使用媒体：Google 広告 (Demand Gen)、ヤフー広告
- ※今後実施予定であり、変更の場合あり。

●デジタルアウトリーチ

- ・R7 は自殺対策として 3 月の自殺対策強化月間に合わせての配信を予定。今後、自殺対策に限らず、DV、その他市民に対する相談等を実施を目指している。
- ・広告費：約 10 万円
- ・使用媒体：Google 広告 (検索連動型広告)

●ダッシュボードの構築

- ・亀岡市や関連団体のホームページのアクセス履歴や検索状況を可視化できるダッシュボードを構築済み。
- ・構築環境：Google Looker Studio
- ・連携しているツール：Google Search Console、Google Analytics 4、GoogleCloudServices の各種サービス
(BigQuery、Vertex AI) Google 広告

・過去亀岡市にふるさと納税をした人のデータをまとめたダッシュボード。個人情報を削除し、過去数年分の各ポータルサイトからの寄附者情報を様々な切り口から確認ができる。指定 e-mail に送信することでダッシュボードに自動で連携している。

- ・構築環境 : Google Looker Studio
- ・連携しているツール : GoogleCloudServices の各種サービス (BigQuery、Vertex AI)、Google Apps Script
- ・デジタルアウトリーチの広告配信状況が確認するダッシュボードを制作中。
- ・構築環境 : Google Looker Studio
- ・連携しているツール : Google 広告

●会議体

- ・定例ミーティングを隔週で実施。このミーティングにあわせて担当者が亀岡市を訪問し、各課との連携などを実施。
- ・各プロジェクトの進捗に応じて適宜ミーティングを実施。
- ・コミュニケーションツール : Backlog、MicrosoftTeams、Googledrive 等

●その他

- ・別事業として、交通広告を活用し、ふるさと産品の PR (亀岡野菜) に努めた。
- (交通広告の例) デジタルサイネージ (京阪神エリア)

期間 : 令和 8 年 1 月 26 日(月)～令和 8 年 2 月 8 日(日)

内容 : 亀岡野菜に関する情報発信。

媒体 : J・AD ビジョン WEST 京阪神ネットワークセット

費用 : 約 3,000 千円

※サイネージに登場している男性は高校生野菜ソムリエプロの緒方湊 (おがた みなと) さんであり、本年 2 月 6 日に、京都・亀岡野菜アンバサダーに就任しており、事業内容によっては連携の可能性あり。



京都駅地下鉄連絡口



京都駅橋上北壁面