横須賀市内事業者のオンライン活用事例！ ～エコルシェ

地　球　も
わ　た　し　も
元　気　に　な　る
合　同　会　社

≪出席したセミナー≫
・「Grow with Google オンラインセミナー
　観光のデジタル化を地域の力に」
≪活用しているコンテンツ≫
・SNS（X/Instagram/Facebook/YouTube）
・自社ホームページ　・EC ショップ
・クラウドファンディング

２人で５アカウントを管理！ 多岐にわたり取り組むオンライン化

■チラシなどのゴミを出さないために、ＳＮＳで活動を告知



会社のコンセプトである「なるべくゴミを出さない」でエコなマルシェを運営するために、主に SNS で活動や告知を発信しています。アカウントは、企業情報全般、店舗、マルシェ、キッチンカー、代表のＸなどをすみ分けて発信しています。

ＤＭでお客様とやり取りをしたり、お店のスタッフの連絡ツールにしたりといった使い方もあります。

他にも、YouTube、クラウドファンディング、Google ビジネスプロフィールなどさまざまなオンライン化の活動を展開する中で、横須賀市のオンライン化セミナー「MOVEON!」に参加しました。

■マルシェやお店に来てほしいからＳＮＳ投稿を頑張る！

お店の宣伝としてまず初めに取り組んだことは、30 日投稿するインスタチャレンジです。マルシェで取り扱う、みつろうエコラップの紹介やプラスチックゴミが海洋生態系にもたらす問題などを投稿してインスタグラムを開始しました。



愚直に投稿を続けた結果、マルシェに来てくれた人やゼロウェイスト（ゴミを出さない）の取り組みを良いと言ってくれる人が応援してくれて、お店をオープンしてからは新規フォロワーが約 1,000 人増えました。

単純に投稿を続けただけですが、愚直に続けることが結果として出たのだと思います。

■ＳＮＳ投稿時の工夫



インスタグラムを選んだのは、ドライフルーツや日用品、雑貨など写真で魅力が伝わる商品を扱っているから。マルシェの告知も画像を加工して載せています。

表現方法を考えながら作っていると、投稿するまで結構時間がかかってしまい、１時間ほどかけて１投稿作っています。でも発信は大好きなので苦ではないです。

あわせて、ストーリーズ（インスタグラム内の 24 時間で消える投稿）も積極的に上げています。普通の投稿を上げたらストーリーズにもアップして、投稿をみていただけるように工夫しています。投稿時間も意識して、フォロワーの方がよくインスタグラムを閲覧する６時、12 時、19 時ごろを狙っています。通勤時間やお昼の時間、その人の生活スタイルをイメージしながら上げます。

もう少し投稿頻度が上がれば、もっと手ごたえがあるかもしれないですし、広報はお店の成長と切り離せないので、もっともっとＰＲしていきたいです。

■今後のチャレンジ！



インスタグラムを通じて、エコな活動に興味を持ってくれるお客様はもちろん、事業者の方とつながることがとても多く、カフェのオーナーさんやモノづくりの方、農家さんとのつながりができたので、横須賀市内の事業者さんたちともっとつながって新しいコミュニティを作っていきたいです。

エコなマルシェは全国のどこでも開催可能です。「エコルシェ横須賀」「エコルシェ葉山」のように、このコンセプトが全国に広まるよう活動を続けていきます。

※常設店舗「エコルシェ 5302」は現在閉店しています

■【番外編】みのりファームさんのチャレンジ！

インスタグラムのリール動画が外国人の方にバズったみのりファームさんがお客さんとして来店。みのりファームさんからもお話を聞きました。



知り合いからインスタグラムの発信を進められ、なんとなく始めたが、知らないことを初めて知ることがどんどん面白くなってきて、毎日、畑の天気や収穫の様子の画像や動画、ストーリーズを上げるようになった。インス

タグラムをきっかけに人とつながっていけることが面白い！困ったことをＳＮＳで発信すると誰とつながって、誰かが助けてくれる。廃棄予定の野菜を当日売る場所を提供してくれるエコルシェさんもそうですし、発信することによっていろいろな人とつながることができた。これからも毎日投稿頑張ります！