

# SSI 創立 30 周年記念研究費助成事業 研究結果報告書

## 「飲食店におけるオンライン営業を使用した集客増加の実現」

---

佐藤 裕子

### 〔本研究の目的〕

飲食店店内でオンライン営業（zoom ミーティングやインスタライブ、YouTube ライブ を想定）を行うことでお客様の増加に繋げることができないか検証する。

### 〔要旨〕

飲食店においてオンライン営業を行う事が集客の増加、及び売り上げの増加に寄与する事を目的に各種オンラインでの営業を実施した。結果、売上額・来店人数ともに増加し、オンライン営業の効果が証明された。

### 目次)

1. 実施事項
2. 実績
3. まとめ
4. 要旨（結果）

#### 1. 実施事項

##### 1-1 Instagram LIVE（期間：7月6日から12月14日、計18回）

店の公式アカウント（アカウント名：kurayoshi\_yurakucho）でLIVE配信を実施。営業時間内の1時間程度の間、店内の様子が分かるような位置にカメラを設置し、店の様子をカメラに向かって話しかけたり、時には店で提供中の日本酒や開栓予定の日本酒をカメラに向かって見せ、味わいなどを紹介。週に1回から2回を継続実施。結果、Instagramのフォロワー数が増加。当店のリピート客はInstagram自体を知らない・使っていない方が多かったが、LIVEを始めた事をきっかけにInstagramを使い始めたというお客様も有り。InstagramLIVEを見て店に行きたくなったとのコメントも頂き、一定の効果あったもの。

## 1-2 ZOOM 営業（期間：7月1日から8月6日、計15回）

Zoom meeting を使用し「家飲みを楽しくするためのオンライン営業」と称したミーティングを実施。参加希望者は予め店へ連絡を入れ、ミーティング ID とパスワードをこちらから返信し、時間になったら入室するという流れ。InstagramLIVE 同様に、店内の様子が分かるようなカメラ配置をし、日本酒の紹介を行った。入室料は1回あたり500円だが、無料開放もあり。Zoom meeting 中は来店中のお客様にも協力頂き、「私」、「来店中の客」、「オンライン来店中の客」の三者で会話を試みた。

結果、オンライン営業を何度も利用するお客様が数名ではあるが現れ、店のファン層が広がった。また、営業再開時にオンラインで出会ったお客様同士が店で初めて顔を合わせる場面があり、感動の再会、とまではいかないまでもお客様にとって蔵よしでの時間が特別なものになり、店への愛着度が上昇。

## 1-3 オンライン飲み会

1-2と同じく Zoom meeting を使用した飲み会を実施。参加者は予め店あてに連絡を入れ、ミーティング ID とパスワードをこちらから返信し、時間になったら入室するという流れ。参加者も私自身も宅飲みしながらの開催とした。参加者のほぼ全員がリピーター客だった事もあってか、お客様同士が「元気ですか」等と会話する場面有り。オンライン飲み会の効果は、リピーター客同士の結びつきが強くなった事で結果として店への愛着が高まった点であるもの。

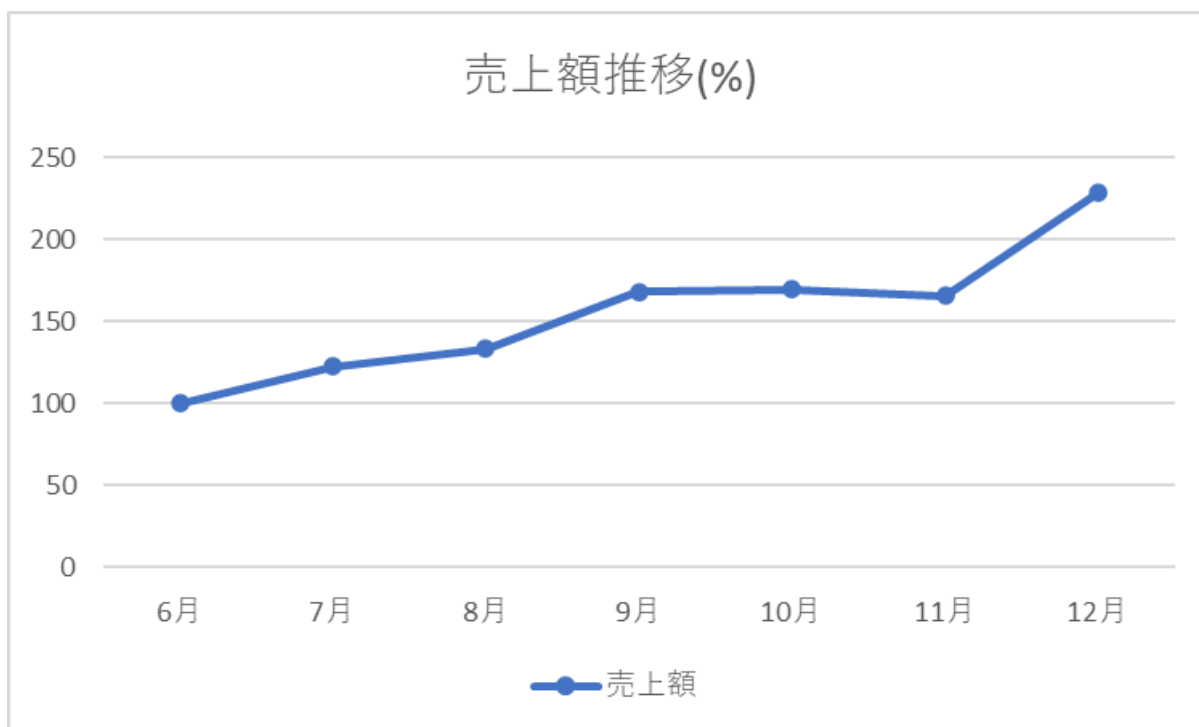
## 1-4 公式LINEアカウント開設

LINE Official Account を開設し、店の営業情報の配信と予約受付に利用開始した。席数を減らして営業せざるを得ない状況の中、満席でお断りという事を回避するための策。一人でふらりと寄って飲む＝粋でかっこいい、みたいな考えのお客様がほとんどで、1名でわざわざ予約しないといけないのか、と言われ定着するまで時間がかかったが、日々、「せっかく来てくれたのに満席でお断りするのが申し訳ない」「当日でも良いから連絡してから来てもらえると大変助かる」と言い続け、現状は1日の来店客の80%程度がLINEメッセージで連絡を入れてから来店。また、Instagram や Facebook は使わない、使いたくないがLINEなら、というお客様も一定数いる為、コミュニケーションを取る手段がひとつ増えた事も大きい。

## 2. 実績

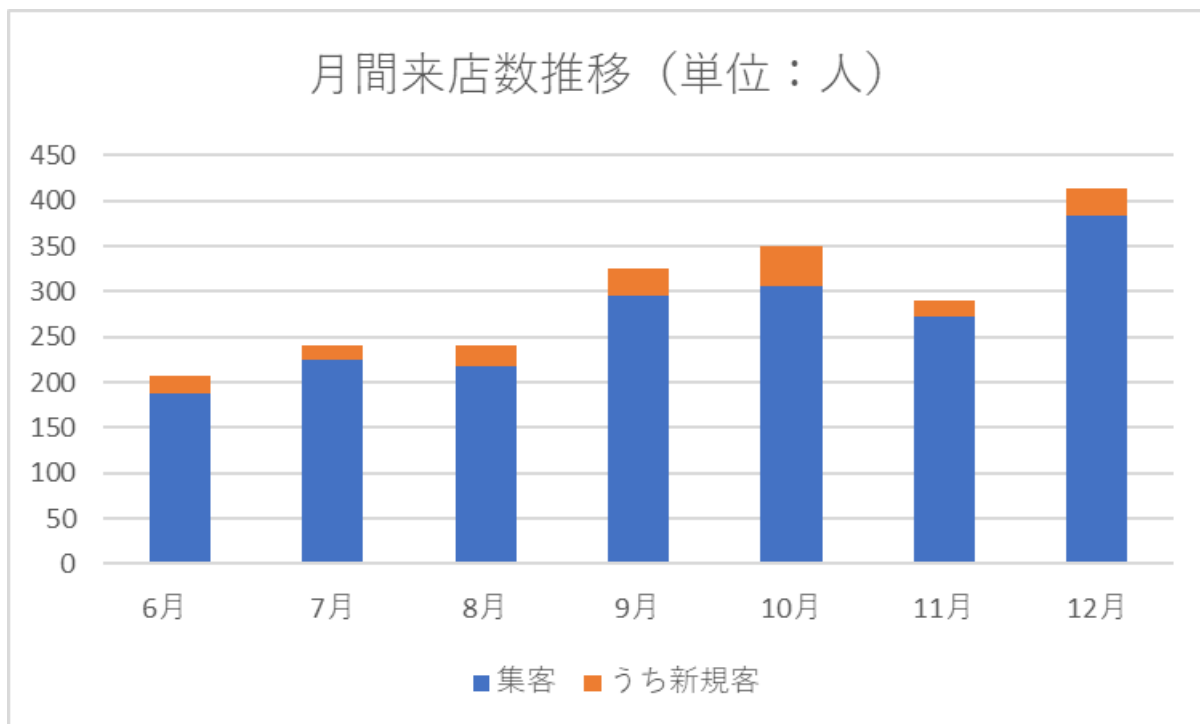
### 2-1 売上額

売上額は検証期間中順調に推移。検証開始月（6月）を100%としたときの2月売上額が約240%であった。来店客は主にリピーター（3回以上来店実績がある顧客）が90%以上。公式LINEアカウントの運用により予約数が増加し、満席お断りの回数が減った事で、少ない席を効率的に回転できた事が大きい。



## 2-2 来店客数

来店人数は6月以降、6月を下回る事なく増加。新規顧客の割合は微増であったが、月10%程度をキープしている。新規客の中にはInstagramで店を知ったというお客様も有り。リピーターのお客様からは、InstagramLIVEを見て店に行きたくなったとの意見あり。



## 2-3 LINE お友達登録者数

月間25名前後で着実に推移。新規顧客の来店とリピーターの再来店意欲につながっているもの。



### 3. まとめ

以上の結果から、オンライン営業を実施した事はお客様の増加に寄与した。お客様から見た蔵よしが身近に感じられた事で、リピート率の向上に寄与していると思料。フォロワー数（Instagram フォロワー数、LINE お友達登録数）が増えた事で、お客様の裾野が広がり、新規のお客様の集客に繋がっている。

以上