

SNS で情報を発信、日本料理を若い世代に訴求

2021 年 01 月 22 日 | 日本料理 季季



日本料理 季季は徳島県板野郡にある日本料理店です。店舗をオープンするにあたり、どのようにして PR するかを模索していました。そこで目を付けたのが Instagram です。SNS の拡散力を活用し、様々な客層を呼び込むことに成功しました。



オーナー：梅津克季さん

当店は懐石のコース料理を提供する日本料理店です。1 コースのみを、一斉スタートで提供します。別々で来店したお客様が、同じタイミングで同じ料理を食べるスタイルです。そこから生まれてくる会話や調和があるので、あえて一斉スタートを採用しています。カウンタースタイルだと、なかなか料理人に話しかけづらいというイメージがあるようですが、お客様と料理人が会話も楽しめるように気を配っています。懐石料理というと、お客様の年齢層が高いイメージもありますが、若い方々にも気軽に来店していただいております。

【課題】開業にあたりお店の情報を発信する必要があった

独立する前は、自分で懐石コースを 1 から作るという経験がありませんでした。そこで独立前に勤めていたお店で、月に一回くらい場所を借り、お客様をお呼びして自分の懐石コースを食べてもらう会を開いていました。その際に情報発信の手段について考えていました。雑誌などに掲載する紙ベースの広告では、見てくれる人も限られますし、コストもかかります。以前、地元のイベントに出たり、京都・フランス・金沢などで働いていたこともあり、さまざまな場所で出会った人たちにも、自身の情報を届けたいと思っていました。

【導入】料理、予約状況、営業日などの情報を発信

開業前に懐石コースを作る会を催していた際、20代くらいの女性に「将来お店を開くなら、SNSをやってみてはどうか？」という提案を頂きました。そこで Instagram に料理の情報をアップしたところ、徐々にお客様が増えていったのです。もともと個人で使っていたアカウントを、現在の店舗のアカウントへと変更しました。今ではほぼ毎日、料理の写真と営業時間、空席情報を投稿しています。まだまだ SNS を使いこなせていないので、周りの若い人たちに教えてもらったり、フォローしている人の投稿を参考にしたりしています。始めの頃は料理に関係するハッシュタグのみを付けて投稿していたのですが、地元徳島の方が調べそうなワードを使ったところ、フォロワーが増えました。関連するタグを利用して、検索してもらえるよう工夫しています。



【効果】SNS 上でお店との一体感を醸成することに成功

Instagram を活用したことで、認知されてきた実感があります。イベントに出店した際には、「Instagram を見た！」と言われることもあります。イベントへの出店や雑誌への掲載依頼も、SNS 経由で来るようになりました。SNS 経由でイベントが決まり、そのイベントで新たな認知が生まれるという良い循環も生まれています。今はコロナ禍で飲食業界が落ち込んでいる時期ですが、その中でも良い状況をキープできています。こうした IT を活用した販売促進は飲食業界にとっても欠かせないものとなっていると実感しています。SNS 経由のお客様に対しては、可能な限りお礼のメッセージを送るようにしています。そうすることで、掲載する料理の写真をお客様が提供してくれることもあります。今後も肩肘を張らず、お客様と気軽にコミュニケーションを取れる店作りを目指していきます。

【展望】変化しながら進化し続ける

まだオープンして間もないですが、今後は定期的なイベントを実施したいと考えています。普段は懐石のコース料理を提供していますが、ゴールデンウィークやお盆はテイクアウトなどのイベントを予定しています。これから IT を導入しようとしている飲食店様に対しては、「諦めずに、継続してやり続けること」が大切だと伝えたいです。私自身「もう駄目だ」と思うことは何度もありましたが、自分が良いと思った投稿をし続けたり、発信方法の工夫を繰り返したりして、お客様が増えてきています。「変化しながら進化し続ける」ことが何より大事だと思います。

店名：日本料理 季季

Instagram： <https://www.instagram.com/kiki.wntm/>

代表：梅津克季

主な事業：日本料理店の経営

所在地：徳島県板野郡藍住町東中富字長江傍示 4-6

創業：2020 年 12 月 21 日



ここからアプリの事例ページはこちら